



ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΣΑΠΙΔΗΣ – ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΗΣ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

Ο τουρισμός δυναμικός τομέας ανάπτυξης στην Περιφέρεια των Λιμνών & των Ορέων

ΣΕΛ.20-23



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΧΡ. ΜΑΜΣΑΚΟΣ

Η φετινή χρονιά
στη Δράμα θα
είναι καλύτερη

ΣΕΛ.26-27



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΣΩΤ. ΣΚΙΑΔΑΡΕΣΗΣ

Μόνο ο Αύγουστος
δεν θα φέρει
την ανάκαμψη

ΣΕΛ.32-34



ΕΡΕΥΝΑ ΗΠΑ

Σε άνοδο η αγορά
τουριστικής
ασφάλισης

ΣΕΛ.42-43



ΙΝΣΕΤΕ

Η ζημιά
του κορονοϊού
στον τουρισμό
σε αριθμούς

ΣΕΛ.52-53



ΞΕΕ

Στο επίκεντρο
της Χενιά το 5ο
Διεθνές Φόρουμ
Φιλοξενίας

ΣΕΛ.48-49



ΜΕ ΤΟ ΖΟΡΙ ΣΤΑ €10 ΔΙΣ ΟΙ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ, ΕΛΕΩ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ

**ΣΤΟ 54,37% ΤΟΥ 2019 ΤΑ ΕΣΟΔΑ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ – ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ,
ΑΝΕΦΙΚΤΟΣ Ο ΣΤΟΧΟΣ ΤΩΝ €12 ΔΙΣ**



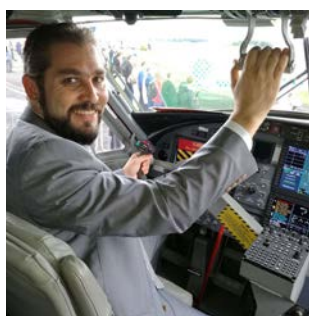
**ΠΡΟΣ ΚΑΤΑΘΕΣΗ
ΤΟ ΝΟΜΟΣΧΕΔΙΟ
ΤΟΥ ΥΠ. ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Παραμένουν τα «καυτά» ζητήματα



**ΕΙΔΙΚΟ
ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΟ
ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

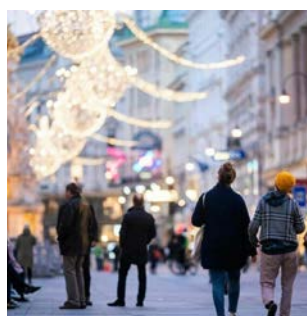
Μια «πονεμένη» ιστορία... ΣΕΛ.12-17



ΝΙΚΟΛΑΣ ΧΑΡΑΛΑΜΠΟΥΣ

**Το 2022 θα
είναι η χρονιά
των υδροπλάνων**

Σε Τήνο και Πάτμο οι πρώτες πτήσεις,
έπονται οι Σποράδες ΣΕΛ.38-39



ΕΥΡΩΠΗ

**Στη δίνη του
Covid-19 η σεζόν
των Χριστουγέννων**

Ακυρώθηκε για 2η χρονιά η θρυλική
αγορά του Μονάχου ΣΕΛ.24-25



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Στο τρένο της νέας εποχής

Η τουριστική σεζόν πήγε καλά σε σχέση με τις προσδοκίες, αλλά τα νούμερα σε εισπράξεις στο εννεάμηνο δεν είναι αυτά που θα ήθελε το οικονομικό επιτελείο και ο κλάδος. Τα 12 δισεκατομμύρια ευρώ εισπράξεις δεν φαίνεται να προκύπτουν, ακόμα και στα καλύτερα σενάρια για το κλείσιμο της χρονιάς, πράγμα που είχε επισημάνει εδώ και καιρό η itn Ελληνικός Τουρισμός.

Τη στιγμή μάλιστα που η πανδημία είναι ακόμα εδώ και συνεχίζει να προκαλεί αβεβαιότητα για τις γιορτές των Χριστουγέννων. Κυβερνητικοί παράγοντες δηλώνουν συνεχώς τις τελευταίες ημέρες ότι δεν πρόκειται να επιβληθεί ολικό lockdown, ωστόσο η αβεβαιότητα δεν κάμπτεται. Δεν κάμπτεται πρώτον γιατί τα θύματα του κορονοϊού ανέρχονται πλέον σε τριψήφια νούμερα ημερησίως και δεύτερον γιατί και στο παρελθόν μας έλεγαν ότι δεν θα επιβάλλουν lockdown και τελικώς το επέβαλαν.

Το τονίζουμε αυτό διότι συχνά ακούμε ακόμη και από φορείς του τουρισμού για τη μετα-covid περίοδο και θα θέλαμε να επισημάνουμε πως αυτή δεν έχει έρθει ακόμα. Παραμένουμε στην covid περίοδο και απλά φέτος ελπίζουμε, πως με «όπλο» το 62% του πληθυσμού που είναι εμβολιασμένο θα έχουμε χειμερινή σεζόν και δεν θα καταλήξουμε να έχουμε πάλι περιορισμούς στις μετακινήσεις. Το πρόβλημα δεν υπάρχει μό-

νο εδώ. Όλες οι χριστουγεννιάτικες αγορές της Ευρώπης είναι στον «αέρα» εξαιτίας της πανδημίας.

Όλες οι αναλύσεις που μας έρχονται και από το εξωτερικό δείχνουν ότι η πορεία της ανάκαμψης στα ταξίδια θα είναι πιο αργή από όσο θα επιθυμούσαμε και αυτό καταγράφεται και στην πορεία των τουριστικών εισπράξεων.

Μέσα σε αυτό το κλίμα το υπουργείο Τουρισμού φαίνεται πως ετοιμάζεται να καταθέσει το νομοσχέδιο, το οποίο ακούμε εδώ και ένα χρόνο σχεδόν. Τα «καυτά» ζητήματα που είχαν προκαλέσει εντάσεις όταν είχε βγει στη διαβούλευση παραμένουν, αν και με αρκετές διαφοροποιήσεις τουλάχιστον για τις ιαματικές πηγές.

Το θέμα όμως σήμερα δεν είναι να λυθούν κάποια τεχνικά ζητήματα, αλλά να καταστρωθεί μια συνολική στρατηγική για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Να αποκτήσει επιτέλους η χώρα Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον τουρισμό, να καταστρωθεί ένας κεντρικός σχεδιασμός για τον θεματικό τουρισμό.

Η πανδημία και η κλιματική αλλαγή μεταβάλουν τις ταξιδιωτικές συνήθειες και εμείς καλούμαστε να επιβιβαστούμε στο τρένο της νέας εποχής, προτού να είναι αργά.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



wte

ATHENS

1-3 APRIL 2022

World Tourism Expo

PERISTERI EXHIBITION CENTER

www.worldtourismexpo.gr



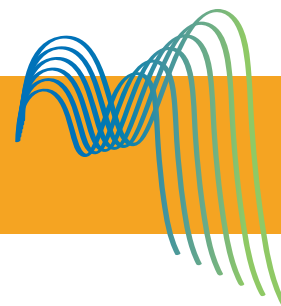
www.mact.gr



2110129575



info@mact.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

**MACT
MEDIA
GROUP**



Ο υπουργός τουρισμού ανακοίνωσε την έναρξη της πρωτοβουλίας «Digital Nomads»



Προβολή της Αθήνας στους Πολωνούς ταξιδιώτες από τον ΕΟΤ

Η Αθήνα ως ιδανικός city break προορισμός για τους Πολωνούς ταξιδιώτες βρέθηκε στο επίκεντρο δημοσιογραφικού ταξιδιού (press trip) που πραγματοποίησε συνεργείο της κρατικής τηλεόρασης της χώρας στην ελληνική πρωτεύουσα από τις 13 έως τις 17 Νοεμβρίου.

Το ταξίδι διοργάνωσε η Υπηρεσία ΕΟΤ Πολωνίας και στη διάρκειά του ο δημοσιογράφος Marcin Michrowski και ο εικονολήπτης Andrzej Lewchuk περιηγήθηκαν σε μνημεία και αξιοθέατα της πόλης, στην αθηναϊκή Ριβιέρα και σε οίνοποιε της Αττικής, πραγματοποίησαν μονοήμερη κρουαζιέρα στα νησιά του Αργοσαρωνικού κόλπου, ενώ παράλληλα είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν όψεις της καθημερινής ζωής της πόλης και να συνομιλήσουν με κατοίκους της. Το σχετικό ρεπορτάζ θα προβληθεί στην δημοφιλή εκπομπή «Question for breakfast», η οποία μεταδίδεται καθημερινά από το 2002 στην πρωινή ζώνη του καναλιού TVP2 της κρατικής πολωνικής τηλεόρασης, με τηλεθέαση που φτάνει τους 350.000 θεατές όλων των ηλικιών.

Την έναρξη της πρωτοβουλίας Digital Nomads (Ψηφιακοί Νομάδες) ανακοίνωσε ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας από το βήμα του Συνεδρίου «Next is now 2021: Ελληνικός Τουρισμός, μια Εθνική Υπόθεση! Δυνατότητες και Προοπτικές», σε συνέντευξη που παραχώρησε στον εκδότη και διευθυντή της εφημερίδας Real News, Νίκο Χατζηνικολάου. «Αρκετοί επισκέπτες έμειναν το χειμώνα στα νησιά μας ή σε άλλους προορισμούς και δούλεψαν εξ' αποστάσεως μέσα από τον υπολογιστή τους. Αυτό είναι ένα παγκόσμιο trend, οι Digital Nomads ή Ψηφιακοί Νομάδες. Είναι ένα κομμάτι της πίτας που θα θέλαμε στη χώρα, καθώς ενισχύει κατά κύριο λόγο τον off-season τουρισμό», τόνισε ο Υπουργός Τουρισμού.

Όπως ανακοίνωσε ο κ. Κικίλιας, η πρωτοβουλία Digital Nomads θα ξεκινήσει πιλοτικά σε πρώτη φάση στις πόλεις Ερμούπολη, Ηράκλειο και Καλαμάτα, σε συνεργασία και με τον ιδιωτικό τομέα, καταρχάς με την Wind, και με άλλες εταιρείες αργότερα. «Οι εταιρείες θα δίνουν καλύτερα πακέτα σύνδεσης στο Internet. Εμείς αναλαμβάνουμε την υποχρέωση να συνεργαστούμε με την Τοπική Αυτοδιοίκηση, ώστε να έχουμε καταλύματα, καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος, να μπορούν οι άνθρωποι να οργανώνουν τη ζωή τους εκεί που θα διαμένουν. Και αυτό ως συνεργασία, έρχεται να πιστωθεί στη στρατηγική μας για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου», υπογράμμισε ο κ. Κικίλιας.

«Δεν είναι η μοναδική πρωτοβουλία που αναλαμβάνουμε. Αλλά είναι μία απόδειξη του τι σημαίνει βιώσιμο τουριστικό μοντέλο. Χρησιμοποιούμε τις νέες τεχνολογίες και δίνουμε τη δυνατότητα να ανοίξει η βεντάλια του τουριστικού προϊόντος και με έναν άλλο, διαφορετικό τρόπο», σημείωσε χαρακτηριστικά. Κηρύσσοντας την έναρξη του Συνεδρίου Digital Nomads, ο κ. Κικίλιας τόνισε ότι ο ελληνικός Τουρισμός είναι περισσότερο από ποτέ μια εθνική υπόθεση και έχει τεράστιες δυνατότητες και αυξημένες προοπτικές.

Ο κ. Κικίλιας έθεσε τους 4 πυλώνες της κυβερνητικής πολιτικής για τον Τουρισμό: την αναβάθμιση των υποδομών, τη δημιουργία task force crisis management, την ψηφιοποίηση του τουριστικού προϊόντος και το upskilling και reskilling, δηλαδή



την αναμόρφωση και αναβάθμιση της τουριστικής εκπαίδευσης στην Ελλάδα.

Αντιδράσεις

Την ίδια στιγμή αντιδράσεις προξένησαν οι δηλώσεις του Υπουργού Τουρισμού για τα θετικά στοιχεία της τουριστικής κίνησης στη Ελλάδα. Συγκεκριμένα η τομεάρχης Τουρισμού της ΚΟ του ΣΥΡΙΖΑ και βουλευτής Α' Θεσσαλονίκης Κατερίνα Νοτοπούλου, δήλωσε «Για ποια επιμήκυνση τουριστικής περιόδου μιλάει ο κ. Κικίλιας;

Είναι δυνατόν, ο Υπουργός Τουρισμού να μιλάει για επιμήκυνση τουριστικής περιόδου το Σεπτέμβριο; Συνεχίζοντας τις αποτυχημένες προσπάθειες του να εμφανίσει μια πλασματική εικόνα για τα αποτελέσματα της κυβερνητικής πολιτικής στον τουρισμό, ο Υπουργός Τουρισμού μας 'ενημέρωσε' ότι ο Σεπτέμβριος αποτελεί στόχο του σχεδίου του για την επέκταση της τουριστικής περιόδου. Ένας μήνας που παραδοσιακά εμφανίζει αυξημένη τουριστική δραστηριότητα και έσοδα, ως αποτέλεσμα των κλιματικών συνθηκών της χώρας. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι το 2019, χρονιά ορόσημο για τον ελληνικό τουρισμό, οι εισπράξεις του Σεπτεμβρίου ανήλθαν σε 2,88 δις €, περισσότερο από τον Ιούνιο (2,58 δις €) του ίδιου έτους.

Για ποια επιμήκυνση μιλάει λοιπόν ο κ. Κικίλιας; Για ποιά δικαίωση αποτελεσμάτων; Έχουμε επισημάνει με κάθε τρόπο ότι το επόμενο διάστημα και οι χειμερινοί μήνες – ώστε να λειτουργήσει απρόσκοπτα και ο χειμερινός τουρισμός – είναι καθοριστικοί και θα κρίνουν το επίπεδο των εισπράξεων. Η χώρα όμως βρίσκεται

στο κόκκινο του επιδημιολογικού χάρτη, με το ΕΣΥ υπό κατάρρευση. Αυτά είναι τα αποτελέσματα της κυβερνητικής πολιτικής και της 'επένδυσης' που ευαγγελίζεται ο κ. Υπουργός στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Μετά τα έσοδα των 12 δις, ο Υπουργός Τουρισμού είδε επιμήκυνση της σεζόν τον Σεπτέμβριο. Είναι φανερό ότι δεν έχει κανένα σχέδιο, καμία στρατηγική για τον τουρισμό. Είναι επιτέλους ώρα, να θεσπιστούν πολιτικές και να γίνουν σοβαρά έργα υποδομής που θα αναβαθμίζουν το τουριστικό προϊόν μας και θα δίνουν λόγους στον επισκέπτη να έρθει στην Ελλάδα 12 μήνες τον χρόνο».

Από την πλευρά του ο Γιώργος Φραγκίδης βουλευτής Κιλκίς και υπεύθυνος ΚΤΕ Τουρισμού του ΚΙΝΑΛ υπογραμμίζει: «Ο νέος Υπουργός Τουρισμού σε χθεσινή δήλωσή του, σχολιάζοντας τα στοιχεία που ανακοίνωσε η Τράπεζα της Ελλάδος περί αύξησης του ταξιδιωτικού ισοζυγίου του Σεπτεμβρίου 2021 σε σχέση με εκείνο του Σεπτεμβρίου 2020, προσπάθησε να αποκομίσει επικοινωνιακό όφελος αποδίδοντας την καλή επίδοση του ελληνικού τουρισμού τον συγκεκριμένο μήνα σε ενέργειες της κυβέρνησης, λέγοντας χαρακτηριστικά «επενδύουμε στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και τα αποτελέσματα μας δικαιώνουν». Δύο ατοπήματα μαζί. Αφενός, ο Σεπτέμβριος εδώ και πολλά χρόνια θεωρείται μήνας με υψηλές πληρότητες. Αφετέρου, ποιες ακριβώς ενέργειες της κυβέρνησης θεωρεί ότι οδήγησαν στην αύξηση των ταξιδιωτικών εισπράξεων τον μήνα Σεπτέμβριο 2021;»

Νοτοπούλου: «Η χώρα μας μπήκε πολύ αργά στην εποχή της ψηφιακής μετάβασης»

Για την τουριστική ανάπτυξη στην ψηφιακή εποχή μίλησε η τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ και βουλευτής Α' Θεσσαλονίκης Κατερίνα Νοτοπούλου, σε ημερίδα για τον τουρισμό: Next is now 2021 «Ελληνικός Τουρισμός, μια Εθνική Υπόθεση».

Η τομεάρχης τουρισμού αναφέρθηκε στις συνέπειες της πανδημίας στον τουρισμό και την διείσδυση των νέων τεχνολογιών στη ζωή μας, τόνισε την ανάγκη μετάβασης στην ψηφιακή εποχή άμεσα με την αξιοποίηση όλων των διαθέσιμων εργαλείων αλλά και στήριξης των ανθρωπινων πόρων που είναι το κεφάλαιο όπως το χαρακτήρισε του ελληνικού τουρισμού.

Η Κατερίνα Νοτοπούλου αναφέρθηκε εκτενώς στις νέες προκλήσεις που επιτάσσει η εποχή και η εξέλιξη της τεχνολογίας. Μίλησε για την ανάγκη επανακατάρτισης των εργαζόμενων στον τουρισμό με τρόπο τέτοιο όμως που να μην διευρύνεται το ψηφιακό χάσμα που παρατηρήθηκε έντονα την περίοδο της πανδημίας.

Η χώρα μας, τόνισε η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ Κατερίνα Νοτοπούλου μπήκε πολύ αργά στην εποχή της ψηφιακής μετάβασης. Αναφέρθηκε στη σύσταση του υπουργείου ψηφιακής πολιτικής το 2016 από την κυβέρνηση του ΣΥΡΙΖΑ και τις εμβληματικές προσπάθειες που έγιναν προς αυτήν την κατεύθυνση της ψηφιακής μετάβασης και τόνισε την ανάγκη κατάρτισης ενός συνεκτικού σχεδίου που θα αξιοποιεί όλα τα χρηματοδοτικά εργαλεία, το ΠΔΕ, το ΕΣΠΑ, το Ταμείο Ανάκαμψης



προκειμένου να ανταποκριθούμε στις νέες αυτές προκλήσεις. «Το βασικό ερώτημα» τόνισε είναι «πόσο έτοιμοι είμαστε σε επίπεδο ψηφιακών υποδομών και όχι μόνο, να υποστηρίξουμε αυτή τη νέα, μεγάλη αγορά, όταν στον δείκτη Ψηφιακής Οικονομίας και Κοινωνίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, η Ελλάδα κατατάσσεται 3η από το τέλος (25 στους 27) στην Ε.Ε».

Αντίστοιχα, αναφέρθηκε σε έρευνα του MIT στην οποία καταγράφηκε η εκτίμηση πως αν η Ελλάδα κατάφερνε να προσελκύσει 100.000 ψηφιακούς νομάδες σε μία

χρονιά και αυτοί παρέμεναν εδώ για 6 μήνες, το συνολικό όφελος θα μπορούσε να φτάσει το 1,6 δισ. ευρώ ετησίως, ποσό που αντιστοιχεί σχεδόν στα έσοδα που αποφέρει μία εβδομάδα παραμονής 2,5 εκατομμυρίων «κλασικών» τουριστών.

Ωστόσο τόνισε, πως παρά το γεγονός ότι η Ελλάδα είναι ελκυστική, παραμένουμε χαμηλά στις προτιμήσεις των ψηφιακών νομάδων και αυτό φαίνεται από τον χαμηλό αριθμό των αιτήσεων που υπάρχουν. Δεν αρκεί είτε το θεσμικό πλαίσιο, αλλά πρέπει να υπάρξει μεγαλύτερη επένδυση σε κίνητρα. Οφείλουμε όπως υπογράμμισε να παρέχουμε αξιοπρεπή διαβίωση σε όσους θέλουν να έρθουν και να εργαστούν στην χώρα μας και αυτό περιλαμβάνει και την ανθεκτικότητα των υποδομών.

Η τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ Κ. Νοτοπούλου μίλησε ακόμη για τα ψηφιακά άλματα που μπορεί να κάνει η χώρα αναφέροντας ενδεικτικά την ψηφιακή περιήγηση με τη χρήση των τεχνολογιών εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας που όχι μόνο δεν μειώνουν την φυσική επισκεψιμότητα αλλά αυξάνουν την προβολή αυτών των προορισμών σε μεγαλύτερα ακροατήρια παγκοσμίως.

Αναφορικά με την τουριστική εκπαίδευση και ψηφιακή κατάρτιση των εργαζομένων επεσήμανε πως παραμένει ζητούμενο χωρίς όμως να πλήττονται τα δικαιώματα και οι ευκαιρίες απασχόλησης του κόσμου της εργασίας. «Χρειάζεται άλλη προσέγγιση με στόχο να μη μείνει κανένας πίσω».

Φραγκάκης: «Παρά τα θετικά αποτελέσματα της σεζόν 2021 θα έχουμε δύσκολο χειμώνα»

Την αποτίμηση της τουριστικής περιόδου του 2021 αλλά και τις προοπτικές του ελληνικού τουρισμού για το επόμενο διάστημα παρουσίασε ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, μιλώντας σήμερα στο 3ο Συνέδριο Nextisnow 2021: «Ελληνικός Τουρισμός, μια εθνική υπόθεση! Δυνατότητες και Προοπτικές». Ο κος Φραγκάκης επισήμανε ότι κατά το 9μηνο Ιανουαρίου-Σεπτεμβρίου 2021 τα έσοδα της Ελλάδας από τον τουρισμό έφτασαν το 55% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019, υπερβαίνοντας τον στόχο του 50% που είχε θέσει η κυβέρνηση την Άνοιξη.

«Η Ελλάδα αντιμετωπίζεται από τον διεθνή τύπο ως παράδειγμα διαχείρισης της υγειονομικής κρίσης στον τομέα του τουρισμού» σημείωσε ο ΓΓ ΕΟΤ και συμπλήρωσε: «Πολλές χώρες μάς έχουν επίσης ως παράδειγμα και ζητούν την τεχνογνωσία μας. Καταφέραμε να ανοίξουμε με ασφάλεια και να κρατήσουμε την σεζόν μέχρι τα μέσα του Νοεμβρίου. Τα καταφέραμε όλοι μαζί και αυτή η ενότητα του κλάδου απέναντι σε έναν στόχο είναι η μεγαλύτερη παρακαταθήκη για το μέλλον». Ο κος Φραγκάκης αναφέρθηκε ακόμα στις προκλήσεις της επόμενης ημέρας, τονίζοντας πως παρά τα θετικά αποτελέσματα της σεζόν 2021 θα έχουμε δύσκολο χειμώνα και έχουμε να αντιμετωπίσουμε και τον αυξημένο ανταγωνισμό της επόμενης 5ετίας.

Ζαχαράκη: «Περισσότερα από 100 εκατ. από το Ταμείο Ανάκαμψης θα δοθούν για τις ειδικές μορφές τουρισμού»

Παρά τα θετικά μηνύματα που έδωσε το τριήμερο της 28ης Οκτωβρίου και οι προκρατήσεις για τα Χριστούγεννα, η αβεβαιότητα που προκαλεί η πανδημία καθιστά δύσκολη την εξέλιξη που αφορά στον χειμερινό τουρισμό. Ωστόσο, όπως ανέφερε η υφυπουργός Τουρισμού Σοφία Ζαχαράκη από το βήμα του συνεδρίου «Next is Now- Ελληνικός Τουρισμός, μια εθνική υπόθεση», «περισσότερα από 100 εκατομμύρια από το Ταμείο Ανάκαμψης θα δοθούν για τις ειδικές μορφές τουρισμού, με έμφαση στον ορεινό τουρισμό, τα μονοπάτια, τα χιονοδρομικά κέντρα, τον ιαματικό τουρισμό, τα καταφύγια κ.ά.», καθώς οι ειδικές μορφές τουρισμού και η εκπαίδευση είναι οι δύο βασικοί άξονες που διασφαλίζουν τη βιωσι-

μότητα του τουρισμού, με διάχυση των τουριστών σε όλους τους προορισμούς και καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.

«Δεν θέλουμε να εξωραϊσουμε καταστάσεις, θα είναι μια δύσκολη εξίσωση, καθώς η αβεβαιότητα που προκαλεί η covid, το γεγονός ότι αρκετές χώρες επιβάλλουν περιορισμούς, αυτήν τη στιγμή επηρεάζει τις εισερχόμενες αφίξεις και σίγουρα αλλάζει το παιχνίδι αλλά από την άλλη, εμείς θα συνεχίσουμε να κάνουμε τη δουλειά μας. Τα μηνύματα ήταν εξαιρετικά θετικά από την κίνηση του τριήμερου της 28ης Οκτωβρίου σε ορεινούς προορισμούς αλλά και από τις προκρατήσεις των Χριστουγέννων», ανέφερε.

Σημείωσε επίσης ότι το ανθρώπινο δυναμικό είναι ένας από τους πιο σημαντι-

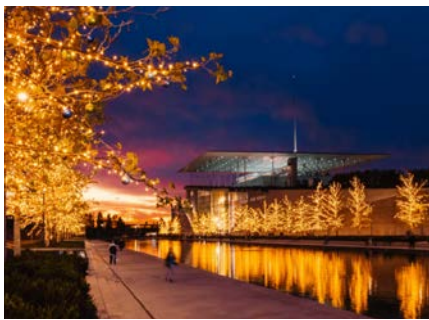
κούς συντελεστές και τόνισε ότι εκτός από τα 100 εκατ. ευρώ «θα δοθούν επιπλέον 46 εκατ. ευρώ από το ταμείο Ανάκαμψης, με κατεύθυνση στο reskilling και το upskilling, στο να μπορέσουμε να αποκτήσουμε νέες δεξιότητες ή να αναβαθμίσουμε τις δεξιότητες των ανθρώπων μας. Θα γίνει ένα εξ αποστάσεως πρόγραμμα, ώστε να μην είναι η γεωγραφική απόσταση εμπόδιο, με ψηφιακή μορφή που θα αναφέρεται σε όλη την Ελλάδα και θα αφορά 20.000 ανέργους και εποχικά εργαζόμενους και το οποίο θα τρέξει τα επόμενα τρία χρόνια». Βασικά εργαλεία όπως ανέφερε η υφυπουργός Τουρισμού, εκτός από το Ταμείο Ανάκαμψης, θα είναι και το νέο ΕΣΠΑ και οι συνέργειες. Επιπλέον, η κυρία Ζαχαράκη υπενθύμισε τα αποτελέσματα



ερευνών που έγιναν μετά την πανδημία, όπου το 60% των ερωτηθέντων, εξέφρασαν την επιθυμία να ταξιδέψουν στην εξοχή, να έρθουν σε επαφή με τη φύση και έδειξαν την προτίμησή τους στο slow tourism, στοιχεία που δείχνουν ότι αυξάνεται η δυνατότητα να αναπτυχθούν οι θεματικές μορφές τουρισμού και να αναπτύξουν με τη σειρά τους οι Περιφέρειες το κομμάτι που τους αναλογεί.

ΠΗΓΗ: ΑΠΕΜΠΕ

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις



Ζωντανεύει για άλλη μια χρονιά ο Χριστουγεννιάτικος Κόσμος του Σταύρου Νιάρχου

Για ακόμη μία χρονιά το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος (ΚΠΙ-ΣΝ) φορά τα γιορτινά του και παρουσιάζει ένα πλούσιο πρόγραμμα που έχει, όπως πάντα, κάτι ξεχωριστό για τον καθένα. Την Τετάρτη 1 Δεκεμβρίου στις 19.00 ο Χριστουγεννιάτικος Κόσμος από το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος ζωντανεύει με την ιδιαίτερη σύμπραξη της νεανικής ορχήστρας και χορωδίας του εκπαιδευτικού μουσικού προγράμματος κοινωνικής ένταξης El Sistema Greece και του εκρηκτικού συγκροτήματος ONIRAMA, με τη μοναδική σκηνηκή παρουσία του frontman τους, Θωδωρή Μαραντίνη. Η ξεχωριστή αυτή βραδιά, με οικοδεσπότη τον ηθοποιό Δημήτρη Κουρούμπαλη. Οι φωτεινές εγκαταστάσεις λειτουργούν καθημερινά από την 01/12/21 μέχρι τις 06/01/22, από τις 5 το απόγευμα έως το κλείσιμο του Πάρκου Σταύρος Νιάρχος. Η είσοδος είναι ελεύθερη. Για την είσοδο στον χώρο της εκδήλωσης απαιτείται η επίδειξη έγκυρου πιστοποιητικού εμβολιασμού ή πιστοποιητικού νόσησης. Για ανήλικους από 12 έως και 17 ετών ισχύει η επίδειξη πιστοποιητικού εμβολιασμού ή νόσησης, βεβαίωσης διανοστικού ελέγχου PCR (72 ωρών) ή rapid test (48 ωρών), ενώ οι ανήλικοι από 4 έως και 11 ετών μπορούν εναλλακτικά να προσκομίσουν δήλωση αυτοδιαγνωστικού ελέγχου (self test) τελευταίου εικοσιτετράωρου. Η χρήση της μάσκας είναι υποχρεωτική καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσης.

Η Αθήνα «πλημμύρισε» με φως και λάμψη στο κέντρο και στις γειτονιές

Με χριστουγεννιάτικο φως «πλημμύρισε» απόψε η Πλατεία Συντάγματος. Περισσότερα από 60.000 πολύχρωμα λαμπάκια συνολικού μήκους 5 χιλιομέτρων, φωτίσαν από πάνω έως κάτω το Χριστουγεννιάτικο Δέντρο, εκπλήσσοντας ευχάριστα τους Αθηναίους, που εκείνη την ώρα περνούσαν από το κεντρικότερο σημείο της πρωτεύουσας.

Το εντυπωσιακό Δέντρο, ύψους 19 μέτρων, το οποίο «ταξίδεψε» στην Αθήνα από το Καρπενήσι, φωταγωγήθηκε μέσα από ένα οπτικοακουστικό υπερθέαμα, που διοργάνωσε ο Δήμος Αθηναίων «κηρύσσοντας» με τον τρόπο αυτό την επίσημη έναρξη της εορταστικής περιόδου στην πόλη -32 ημέρες πριν από τα Χριστούγεννα. Τη στιγμή της φωταγώγησης, ο Δήμαρχος Αθηναίων Κώστας Μπακογιάννης είχε συνάντηση με τον Πατριάρχη Βαρθολομαίο στο ξενοδοχείο «Μεγάλη Βρετανία» όπου είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν μαζί τη λαμπερή εκδήλωση.

Σε δήλωσή του ο κ. Μπακογιάννης, τόνισε: «Φέτος επιλέξαμε να στολίσουμε την Αθήνα νωρίτερα από κάθε άλλη φορά, σε μία προσπάθεια να αφήσουμε πίσω το αρνητικό κλίμα της πανδημίας και να φέρουμε γρηγορότερα την εορταστική ατμό-



σφαιρα στην πόλη. Παράλληλα, θέλουμε να συμβάλουμε στην τόνωση της αθηναϊκής αγοράς, που όλο αυτόν τον καιρό έχει υποστεί τις συνέπειες της υγειονομικής κρίσης. Επίκεντρο της φωταγώγησης, όπως κάθε χρόνο, είναι η Πλατεία Συντάγματος, ωστόσο η χριστουγεννιάτικη ατμόσφαιρα φτάνει από άκρη σε άκρη σε όλες τις γειτονιές και τις πλατείες.

Με υλικοτεχνική υποδομή χαμηλού κό-

στους, που θα χρησιμοποιηθεί και τα επόμενα χρόνια για τον στολισμό της πόλης, η Αθήνα εκπέμπει και φέτος τη λάμψη μίας σύγχρονης ευρωπαϊκής πρωτεύουσας. Καλούμε τους Αθηναίους να χαρούν το εορταστικό κλίμα με τις οικογενειές τους, τους ζητούμε, όμως, να τηρήσουν ευλαβικά τα υγειονομικά μέτρα: Προϋπόθεση γιορτής είναι η προστασία της υγείας και της ζωής όλων μας».

«Καμπανάκι» από ECTAA για τα ταξίδια στην Ευρώπη

Ενόψει της εορταστικής περιόδου που πλησιάζει, μια ευρεία ομάδα βασικών φορέων του Τουρισμού, μεταξύ των οποίων και η ECTAA, προτρέπουν και πάλι τα κράτη - μέλη της Ε.Ε. να συντονιστούν καλύτερα και να ευθυγραμμίσουν τα μέτρα προστασίας που εφαρμόζουν, έτσι ώστε να αποφευχθεί η εκ νέου επιβολή περιορισμών στην ελεύθερη μετακίνηση εντός της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

Αρκετές χώρες ξεκινούν να επιβάλουν και πάλι περιορισμούς στις μετακινήσεις πολιτών. Όμως, το Ευρωπαϊκό Κέντρο Πρόληψης και Ελέγχου Ασθενειών (ECDC), έχει δηλώσει ότι, υπό τις παρούσες επιδημιολογικές συνθήκες, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί είναι αναποτελεσματικοί όσον αφορά τη μείωση της μεταδοτικότητας του ιού, των νοσηλείων και των θανάτων.

Λαμβάνοντας υπόψη πως στην Ε.Ε., ο ενήλικος πληθυσμός είναι εμβολιασμένος σήμερα σε ποσοστό 76,6% και ότι το ποσοστό μεταδοτικότητας στον κοινωνικό ιστό είναι ήδη υψηλό στα περισσότερα κράτη-μέλη, η επιβολή μέτρων που εστιάζουν στον περιορισμό των διασυννο-



κών μετακινήσεων είναι βέβαιο ότι δεν θα προσφέρει κανένα όφελος στη δημόσια υγεία ενώ ταυτόχρονα θα επηρεάσει αρνητικά την οικονομία σε τοπικό επίπεδο και την ήδη επιβαρυνόμενη τουριστική βιομηχανία.

Συγκεκριμένοι φορείς του Τουρισμού εξέδωσαν σήμερα μία ανακοίνωση, δήλωση με την οποία επισημαίνουν για μία ακόμη φορά την ανάγκη για υιοθέτηση κοινών πρακτικών εντός της Ε.Ε. με βάση τα εξής:

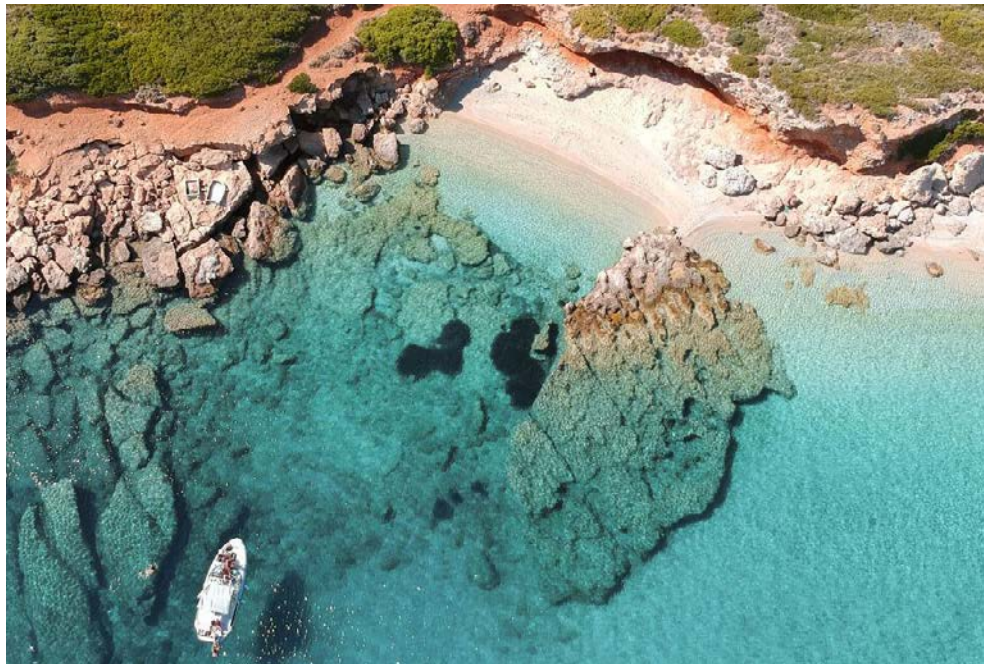
- Μετακίνηση προς μία προσέγγιση με βάση τον ατομικό κίνδυνο αντί για την

προσέγγιση σε επίπεδο χωρών

- Υιοθέτηση μιας κοινής πολιτικής όσον αφορά την καταλληλότητα των εμβολίων, αλλά και τους προτεινόμενους χρόνους των αναμνηστικών δόσεων που επεκτείνουν τη διάρκεια ισχύος των πιστοποιητικών εμβολιασμού.

- Επικαιροποίηση και ευθυγράμμιση των ταξιδιωτικών απαιτήσεων και περιορισμών, ειδικά όσον αφορά τους αναγνωρισμένους τύπους εμβολίων, τη διάρκεια ισχύος των τεστ και των πιστοποιητικών εμβολιασμού, την αποδοχή των τεστ αντιγόνου κλπ.

Ο Πρόεδρος της ECTAA, Pawel Niewiadomski δήλωσε: «Σύμφωνα με το ECDC, η αποτροπή των πλήρως εμβολιασμένων ατόμων από τα ταξίδια δεν έχει κανένα αντίκτυπο στη δημόσια υγεία. Κάνουμε έκκληση στους αρμόδιους να υιοθετήσουν μια ενιαία ευρωπαϊκή πολιτική ταξιδιωτικών περιορισμών και πρωτοκόλλων δημόσιας υγείας που να βασίζεται σε ισχυρά αποδεικτικά στοιχεία όσον αφορά το όφελος αλλά και σε αρχές αναλογικότητας».



Η Αλόννησος στη 2η θέση ανάμεσα στους καλύτερους οικολογικούς προορισμούς του κόσμου

Μία νέα διεθνής διάκριση προστίθεται στο ενεργητικό της Αλοννήσου. Σύμφωνα με το έγκυρο ταξιδιωτικό περιοδικό της Ένωσης Βρετανών Ταξιδιωτικών πρακτόρων, ABTA Magazine, η Αλόννησος κατακτά τη δεύτερη θέση ανάμεσα σε συνολικά επτά κορυφαίους προορισμούς του κόσμου που διακρίνονται σε επίπεδο οικολογικού τουρισμού. Σύμφωνα με το αφιέρωμα, οι τρεις λόγοι που οδήγησαν τους ταξιδιωτικούς συντάκτες του μέσου στην απόφαση να συμπεριλάβουν στην κατάταξη τον εξωτικό παράδεισο των Σποράδων είναι η λειτουργία του μεγαλύτερου φυσικού θαλάσσιου πάρκου της Μεσογείου στην περιοχή της Αλοννήσου, το πρόσφατο άνοιγμα του πρώτου υποβρυχίου μουσείου της Ελλάδας στο ναυάγιο της Περιστεράς, καθώς και η απόφαση του δήμου να καταργήσει πρώτος, το 2015, τις πλαστικές σακούλες στο νησί. «Η σπουδαία αυτή διάκριση δεν ωφελεί μόνο την Αλόννησο αλλά και όλη την Ελλάδα. Προκειμένου, όμως, η διεθνής αναγνωρισιμότητα να μετατραπεί σε πραγματική ζήτηση και να προσελκύσουμε περισσότερους τουρίστες με ειδικά ενδιαφέροντα, χρειάζονται ουσιαστική αναπτυξιακά κίνητρα. Στην κατεύθυνση αυτή, ο δήμος κατέθεσε πρόσφατα συγκεκριμένες προτάσεις, ώστε να αξιοποιηθεί κατάλληλα το ναυάγιο της Περιστεράς, που αποτελεί πλέον σύμβολο του εθνικού καταδυτικού τουρισμού μας», δήλωσε ο δήμαρχος Αλοννήσου, Πέτρος Βαφίνης. Η λίστα «φιλοξενεί» ακόμη έξι προορισμούς από Αμερική, Ευρώπη, Αφρική και Ωκεανία. Την κορυφή καταλαμβάνει η Κόστα Ρίκα με το εθνικό πάρκο και το προστατευόμενο «δάσος σύννεφου», στη δεύτερη θέση είναι η Αλόννησος ως μοναδικός ελληνικός προορισμός της κατάταξης και ακολουθούν η Κοπεγχάγη με τις περιβαλλοντικές καινοτομίες της, το Σαν Φρανσίσκο ως μία από τις πλέον φιλικές πόλεις του κόσμου για το περιβάλλον, η Μορέα της Γαλλικής Πολυνησίας για τα μέτρα προστασίας της θαλάσσιας ζωής, η Κένυα για τη στρατηγική διάσωσης της άγριας πανίδας και τέλος η Σλοβενία για τη σύνδεση φύσης, τουρισμού και προστασίας του περιβάλλοντος που έχει επιτύχει.

ΠΗΓΗ: ΑΠΕΜΠΕ

Νέα Στοιχεία για την Τουριστική Ζήτηση μέσω διαδικτύου για τον προορισμό της Αθήνας

Λαμβάνοντας υπόψη ότι το διαδίκτυο αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα εργαλεία των ταξιδιωτών που αναζητούν ενεργά για έναν προορισμό καθώς και για τη διαμονή τους, έχει ιδιαίτερη σημασία να παρακολουθήσουμε πώς διαμορφώνονται οι τάσεις χρονολογικά αλλά και ανά χώρα προέλευσης για τη τουριστική ζήτηση μέσω διαδικτύου για την περιοχή της Αθήνας. Μελετώντας και αναλύοντας τα δεδομένα για τη τουριστική ζήτηση μέσω διαδικτύου από την αρχή του 2020 μέχρι και τον Οκτώβριο 2021, εξάγονται χρήσιμα στοιχεία.

Για τον Οκτώβριο του 2021, παρατηρήθηκε υψηλός όγκος διαδικτυακών αναζητήσεων παρόμοιος με αυτόν του Σεπτεμβρίου. Οι ΗΠΑ παρατηρούμε πως διατηρούν την πρώτη θέση από πλευράς ζήτησης, με το Ηνωμένο Βασίλειο πλέον να καθιερώνεται στη δεύτερη θέση και την Κύπρο να κερδίζει έδαφος στις τοπικές προέλευσεις των αναζητήσεων που γίνονται διαδικτυακά σε σχέση με ενδιαφέρον διαμονή για τον προορισμό της Αθήνας για τον Οκτώβριο του 2021.

Για τον Οκτώβριο του 2021 οι αναζητήσεις από τις top 9 χώρες παρακολούθησης είναι αυξημένες σε σχέση με τον Οκτώβριο του 2020. Την πιο έντονη αύξηση αναζητήσεων συγκριτικά παρουσιάζουν η Κύπρος, οι ΗΠΑ και η Ιταλία που ξεπέρασαν το 100%. Πιο συγκεκριμένα, όσον αφορά τις αναζητήσεις τον Οκτώβριο του 2021 σε σχέση με τον Οκτώβριο του 2020, παρατηρήθηκε αύξηση 123% από τις ΗΠΑ, 448% από την Κύπρο, 10% από το Ισραήλ, 45% από τη Γαλλία, 103% από την Ιταλία, 74% από τον Καναδά, 53% από τη Γερμανία, 27% από την Ολλανδία και μείωση 6% από το Ηνωμένο Βασίλειο. Τον Οκτώβριο του 2021 οι αναζητήσεις είναι μειωμένες στις περισσότερες χώρες σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2021 εκτός από την Κύπρο και το Ισ-



ραήλ που υπήρξε αύξηση των αναζητήσεων. Πιο αναλυτικά, τον Οκτώβριο του 2021 σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2021 παρατηρήθηκε αύξηση των αναζητήσεων κατά 46% από το Ισραήλ, 12% από την Κύπρο, μείωση κατά 16% από τις ΗΠΑ, 19% από τη Γαλλία, 9% από την Ολλανδία, 6% από το Ηνωμένο Βασίλειο, 6% από τον Καναδά και δεν υπήρξε σημαντική μεταβολή για την Γερμανία και την Ιταλία.

Συνολικά, ο Οκτώβριος του 2021 έχει παρόμοιο όγκο αναζητήσεων με την καλοκαιρινή περίοδο με μια μείωση κατά 5% στις αναζητήσεις σε σχέση με τον Σεπτέμβριο του 2021. Οι 3 κορυφαίες χώρες σε επίπεδο αναζητήσεων για διαμονή στην Αθήνα είναι οι ΗΠΑ, το Ηνωμένο Βασίλειο και η Γαλλία για το 2021 όπως και το 2020.



Αυξημένη κίνηση στο αεροδρόμιο της Βιέννης λίγο πριν το καθολικό lockdown

Αυξημένη ήταν η κίνηση στο αεροδρόμιο της Βιέννης, όπου από την Τρίτη ξεκίνησε το καθολικό lockdown σε όλη την Αυστρία το οποίο ανακοινώθηκε από τον καγκελάριο Αλεξάντερ Σάλενμπεργκ, στο πλαίσιο των μέτρων για την αντιμετώπιση της Covid-19.

Στο διεθνές αεροδρόμιο Βιέννης επικράτησε το αδιαχώρητο, από τουρίστες οι οποίοι, σπεύδουν να φύγουν, για να μην αποκλειστούν. Από την Δευτέρα οι Αυστριακοί δεν θα μπορούν να βγουν από το σπίτι τους παρά μόνο για να κάνουν ψώ-

νια, να αθληθούν ή να πάνε στον γιατρό. Τα σχολεία θα παραμείνουν ανοιχτά αλλά οι γονείς προτρέπονται να μην μεταφέρουν τα παιδιά τους. Το νέο lockdown θα διαρκέσει μέχρι τις 13 Δεκεμβρίου.

Παρά τις αρχικές επιφυλάξεις της, η κυβέρνηση θα προωθήσει και ένα νομοσχέδιο για να καταστήσει υποχρεωτικό τον εμβολιασμό των ενηλίκων από την 1η Φεβρουαρίου 2022. Οι παραβάτες θα υπόκεινται σε κυρώσεις. Ο Σάλενμπεργκ ζήτησε συγγνώμη την Παρασκευή από τους εμβολιασμένους επειδή αναγκάζεται να επι-

βάλει τέτοιους «ριζικούς» περιορισμούς. Κατηγόρησε επίσης «τις πολιτικές δυνάμεις που αντιτίθενται σθεναρά» στον εμβολιασμό, υποστηρίζοντας ότι αυτό συνιστά «επίθεση εναντίον του συστήματος υγείας».

Η Αυστρία έχει ένα από τα χαμηλότερα ποσοστά εμβολιασμού στη δυτική Ευρώπη. Περίπου το 66% των Αυστριακών είναι πλήρως εμβολιασμένο κατά της covid-19, ενώ ο αριθμός των νέων κρουσμάτων που καταγράφονται στη χώρα είναι μεταξύ των υψηλότερων στην ήπειρο.

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις

Συνεργασία με περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες ζητά η Airbnb

Με περισσότερες ευρωπαϊκές χώρες ανακοίνωσε ότι θέλει να συνεργαστεί η Airbnb, ώστε να αυτοματοποιήσει την είσπραξη και την απόδοση των φόρων των ταξιδιωτών, καθώς και να διευκολύνει περισσότερα άτομα να επωφεληθούν από την επικείμενη ταξιδιωτική «επανάσταση». Μάλιστα, πρόσφατα η εταιρεία ανέφερε για πρώτη φορά ότι έχει εισπράξει και αποδώσει 315 εκατ. ευρώ σε τουριστικούς φόρους σε ολόκληρη την ΕΕ, ενώ παγκόσμια, το αντίστοιχο ποσό ανέρχεται στα 4 δισ. δολάρια ΗΠΑ. Σύμφωνα με τον Αντιπρόεδρο Παγκόσμιας Πολιτικής και Επικοινωνίας, Κρις Λέχαν, ο τουρισμός είναι ένας από τους μεγαλύτερους φυσικούς πόρους της Ευρώπης και η Airbnb βοηθά τις τοπικές κοινωνίες, τις κοινότητες και τις αρχές να διατηρήσουν το εισόδημα που δημιουργούν για τον εαυτό τους. Σημειώνεται ότι αρχής γενομένης το 2019, η εταιρεία άρχισε να εισπράττει και να αποδίδει τουριστικούς φόρους στο Άμστερνταμ ενώ σήμερα, έχει συνάψει συμφωνίες με πολλές περιοχές σε 15 κράτη μέλη όπου εφαρμόζεται ο τουριστικός φόρος, όπως είναι μεταξύ άλλων η Φλωρεντία, η Λισαβόνα και το Μιλάνο. Σύμφωνα με την εταιρεία, το 2019, δηλαδή κατά την περίοδο πριν από την πανδημία, οι φόροι που επιβλήθηκαν από την Airbnb για τους δέκα κορυφαίους προορισμούς της ΕΕ, αντιπροσώπευαν την πλειονότητα των φόρων των τουριστών που επιβλήθηκαν στην ΕΕ. Ωστόσο, το 2021 οι δέκα πρώτοι αποδέκτες αντιπροσωπεύουν χαμηλότερο μερίδιο των τουριστικών φόρων που καταβάλλονται στην ΕΕ. Κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021, περίπου το 60% των διανυκτερεύσεων στην ΕΕ ήταν σε λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς, σε σύγκριση με σχεδόν το 40% των διανυκτερεύσεων κατά τους πρώτους έξι μήνες του 2019.

Κικίλιας: Για πρώτη φορά έναρξη κρουαζιέρας από τον Μάρτιο

Ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας συναντήθηκε στο Υπουργείο Τουρισμού με τη νέα Γενική Διευθύντρια της Διεθνούς Ένωσης Εταιρειών Κρουαζιέρας (CLIA) για την Ευρώπη Marie-Caroline Laurent, η οποία πραγματοποιεί επίσκεψη στη χώρα μας. Είναι η πρώτη επίσκεψη της κας Laurent στο εξωτερικό μετά την ανάληψη των καθηκόντων της, κάτι που, όπως η ίδια επισήμανε, δείχνει τη σημασία που δίνει η CLIA στην ελληνική αγορά.

Στη συνάντηση συμφωνήθηκε η υλοποίηση των απαιτούμενων διαδικασιών, τόσο από πλευράς Πολιτείας όσο και εταιρειών κρουαζιέρας, για έναρξη της δραστηριότητας στην Ελλάδα την επόμενη τουριστική περίοδο από τον Μάρτιο του 2022, νωρίτερα από κάθε άλλη φορά. Η κα Laurent συνεχάρη τον κ. Κικίλια για την αντιμετώπιση της πανδημίας από την Ελλάδα, τονίζοντας ότι τα υγειονομικά πρωτόκολλα της χώρας μας συνέβαλαν τα μέγιστα στην καλή πορεία του Τουρισμού, καθώς και στο παγκόσμιο άνοιγμα της κρουαζιέρας από την Ελλάδα, που την έκαναν ακόμα πιο «ορατή» στον χάρτη της κρουαζιέρας.

Από την πλευρά του, ο κ. Κικίλιας αναφέρθηκε στη σημαντική συνεργασία μεταξύ του Υπουργείου και της CLIA, εκφρά-



ζοντας την πρόθεση αυτή να ενταθεί στο επόμενο διάστημα. Τόνισε το ενδιαφέρον που δείχνει η Ελλάδα στην ενίσχυση της κρουαζιέρας πέραν των καθιερωμένων προορισμών, αλλά και στην επιμήκυνση της σεζόν καθόλη τη διάρκεια του χρόνου, ενώ ενημέρωσε την κα Laurent ότι στρατηγική επιλογή της ελληνικής Κυβέρνησης είναι η αξιοποίηση των πόρων του RRF για την ενίσχυση υποδομών και μικρο-υποδομών που σχετίζονται με την κρουαζιέρα.

Ο κ. Κικίλιας επισήμανε ότι το Υπουργείο Τουρισμού συνεργάζεται με όλους τους εμπλεκόμενους φορείς για τη δημιουργία συστήματος που θα επιτρέψει τον ομαλότερο προγραμματισμό προσεγγίσεων κρουαζιερόπλοιων, ιδιαίτερα σε προορι-

σμούς με αυξημένη ζήτηση, με στόχο η χώρα μας να πρωταγωνιστήσει στην ανάπτυξη της κρουαζιέρας παγκοσμίως.

Στη συνάντηση συμμετείχε και η εκπρόσωπος της CLIA στην Ανατολική Μεσόγειο Μαρία Δεληγιάννη, η οποία αναφέρθηκε στη σημασία για τον κλάδο της κρουαζιέρας της πρόσφατης Συνόδου της Μικτής Επιτροπής Τουρισμού Ελλάδας-Τουρκίας και ευχαρίστησε τον κ. Κικίλια για τις ενέργειές του, σε συνεργασία με την Επιτροπή Εμπειρογνομώνων, που έδωσαν τη δυνατότητα ελλιμενισμού πλοίων κρουαζιέρας με προέλευση ή διέλευση από τα λιμάνια της Τουρκίας Κουσάντασι και Γαλατά, που πληρούν τα ευρωπαϊκά πρωτόκολλα και προϋποθέσεις.

Εγκρίθηκε η τουριστική προβολή της Κρήτης για το 2022 στα 1,2 εκατ. ευρώ

Πρόγραμμα τουριστικής προβολής, ύψους 1,2 εκατ. ευρώ, για το 2022 ενέκρινε το Περιφερειακό Συμβούλιο Κρήτης. Η Περιφέρεια Κρήτης θα συμμετάσχει σε όλες τις μεγάλες διεθνείς και εγχώριες εκθέσεις, προκειμένου να συνεχιστεί η επιτυχημένη προβολή ολόκληρου του νησιού. Το Περιφερειακό Συμβούλιο ενέκρινε τον Προϋπολογισμό και το Ολοκληρωμένο Πλαίσιο Δράσης της Περιφέρειας, καθώς και το Τεχνικό Πρόγραμμα για το έτος 2022. Ειδικότερα, αποφασίσθηκαν :

1. Εγκρίθηκε το ετήσιο πρόγραμμα δράσης Περιφέρειας και των Περιφερειακών Ενοτήτων έτους 2022, το οποίο περιλαμβάνει τα νέα και τα συνεχιζόμενα έργα, συνολικού προϋπολογισμού 460.621.438,38€

2. Εγκρίθηκε το πρόγραμμα Πολιτισμού και Αθλητισμού Περιφέρειας για το έτος 2022 που περιλαμβάνει δράσεις συνολι-



κού προϋπολογισμού 1.681.900,00€.

3. Εγκρίθηκε το πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής Περιφέρειας για το έτος 2022 συνολικού προϋπολογισμού δράσεων 1.200.000,00€. Η Περιφέρεια Κρήτης θα συμμετάσχει σε όλες τις μεγάλες διεθνείς και εγχώριες εκθέσεις, προκειμένου να συνεχιστεί η επιτυχημένη προβολή ολόκληρης της Κρήτης.

4. Εγκρίθηκε το πρόγραμμα δράσεων

προβολής και προώθησης αγροτικών προϊόντων της Περιφέρειας για το έτος 2022, συνολικού προϋπολογισμού δράσεων 395.000,00€.

Η Περιφέρεια θα συμμετάσχει σε όλες τις μεγάλες εκθέσεις, της Ελλάδας και του Εξωτερικού προκειμένου να προβληθούν τα κρητικά προϊόντα.

5. Εγκρίθηκε η τροποποίηση του ετήσιου προγράμματος δράσης με τη ένταξη του έργου Παρατηρητήριο Καινοτόμου Επιχειρηματικότητας Περιφέρειας Κρήτης, με συνολικό προϋπολογισμό 153.055,68€.

6. Εγκρίθηκε η Κυκλοφοριακή Ρύθμιση στη θέση "Κάμπος" Κισάμου, για το έργο: «επείγουσες εργασίες αποκατάστασης ζημιών και αντιμετώπιση καθιζήσεων και κατολισθήσεων στο επαρχιακό οδικό δίκτυο περιοχής Δήμων Κισάμου και Καντάου Σελίνου.

To Pleasures στο ΒΟΛΟ...



PLEASURES ένας χώρος που μπορείτε να χαλαρώσετε όλες τις στιγμές της ημέρας. Ένα φλιτζάνι καφέ με χιλιάδες μυρωδιές. Μοναδικά **COFFEE BLENDS ILLY** και μεγάλη ποικιλία σε σοκολάτες και ροφήματα. Μοναδικές γεύσεις από ένα πλήρες γεύμα που από σαλάτες, **CLUB SANDWICH, BURGER, μακαρόνια, ριζότο, κριθαρότο και πίτσα** καθώς και μοναδικά γλυκά. Όλα με αγνά υλικά και χειροποίητες παρασκευές. **COSMOPOLITAN COCKTAIL** με θέα το απέραντο γαλάζιο. Απόλαυσε τον καφέ σου με ένα φρεσκοψημένο κρουασάν σοκολάτας, τυρόπιτα ή τοστ. **PLEASURES SEASIDE CAFÉ + MORE**, ξεχάστε ότι ξέρατε!

Αργοναυτών 58, παραλία Βόλου

www.pleasurescafe.com.gr

Τηλ: 2421032011- 27568



Pleasures seaside cafe + more



Pleasurescafe_volou

Ανάγκη για αύξηση των πτήσεων και η ακτοπλοϊκή σύνδεση Κύπρου-Ελλάδας

Αύξηση των αεροπορικών πτήσεων μεταξύ Κύπρου και Ελλάδας, ώστε να συγκρατηθούν οι τιμές των εισιτηρίων σε λογικά επίπεδα, ζητούν ο Επιχειρηματικός Σύνδεσμος Κύπρου-Ελλάδας και το Ινστιτούτο Ελληνικού Πολιτισμού.

Σε συνάντηση που είχαν οι Πρόεδροι των δύο φορέων κ.κ. Ι. Ιωσήφ και Ξ. Ξενοφώντος αντίστοιχα, αντάλλαξαν ευρύτερες απόψεις για την τουριστική κίνηση μεταξύ Κύπρου και Ελλάδας. Ειδικότερα συζητήσαν τα προβλήματα που δημιουργεί η πανδημία, καθώς και το θέμα της ακτοπλοϊκής γραμμής Κύπρου-Ελλάδας. Ανα-

φορικά με την πανδημία ανέφεραν ότι με τα μέτρα προστασίας που λαμβάνονται τα ταξίδια είναι ασφαλή για την υγεία των πολιτών.

Για την ακτοπλοϊκή σύνδεση συμφώνησαν ότι είναι απαραίτητο να πετύχει ο νέος διαγωνισμός που θα διενεργήσει το Υφυπουργείο Ναυτιλίας, ώστε από την ερχόμενη Άνοιξη να τεθεί σε λειτουργία η γραμμή. Τέλος οι κ.κ. Ιωσήφ και Ξενοφώντος επανέλαβαν τη δέσμευση τους για στενή συνεργασία, ώστε να ενισχυθούν οι τουριστικές και πολιτιστικές σχέσεις Κύπρου-Ελλάδας.



Παρουσιάσεις του ΕΟΤ σε Κύπριους επαγγελματίες τουρισμού

Με κύριο στόχο τη γνωριμία του ελληνικού προσφερόμενου προϊόντος και την παρουσίαση εμπειρικών-βιωματικών προϊόντων στην κυπριακή αγορά το Γραφείο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) Κύπρου συνεχίζει τις ψηφιακές τουριστικές συναντήσεις Ελλάδας-Κύπρου. Σύμφωνα με ανακοίνωση, στο νέο κύκλο του 3ου και 4ου webinar παρουσιάσεις, το Γραφείο ΕΟΤ Κύπρου παρουσίασε συγκεκριμένες Περιφέρειες της Ελλάδας στους επαγγελματίες τουρισμού (tour operator, travel agent) της Κύπρου. Συγκεκριμένα μέσα από δυο διακριτά webinar παρουσιάστηκε ο Προορισμός Βόρειο Αιγαίο και η Θεσσαλία με την Ήπειρο.

Στην 3η ψηφιακή συνάντηση που έλαβε μέρος στις 12-10-21 παρουσιάστηκαν τα νησιά του Βορείου Αιγαίου από την Αγγελική Πολυτάκη, Προϊσταμένη Δ/σης Τουρισμού Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, την Βασιλική Ροδοπούλου, Προϊσταμένη Τμ. Τουρισμού ΠΕ Λέσβου, την Μαρία Κόβα, Προϊσταμένη Τμ. Τουρισμού ΠΕ Χίου και τη Γραμματική Δρίνη, Προϊσταμένη Τμ. Τουρισμού ΠΕ Σάμου. Στη συζήτηση που ακολούθησε συμμετείχε με σκέψεις και προτάσεις η Έλενα Τάνου – Μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου της Ένωσης Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κύπρου (ΑΤΑ) και Αντιπρόεδρος του Top Kinisis Travel.

Στην 4η ψηφιακή συνάντηση που έλαβε μέρος στις 17-11-21, η Θεσσαλία και η Ήπειρος παρουσιάστηκαν από εκπροσώπους των προορισμών και συγκεκριμένα



από τον Γιάννη Μπουτίνη, Εντεταλμένο Σύμβουλο Τουρισμού Περιφέρειας Θεσσαλίας και την Ιουλία Μαρκούλα, Διευθύντρια Τουρισμού Περιφέρειας Ηπείρου και δόθηκε έμφαση στην προβολή των προορισμών που προσφέρονται για Φθινοπωρινές και Χειμερινές αποδράσεις. Στην παρουσίαση συμμετείχε από την πλευρά της Κύπρου ο Λουκάς Λάρκου, Γενικός Διευθυντής του Xenos Travel που παρουσίασε το χαρτοφυλάκιο προϊόντων

στις συγκεκριμένες αγορές ενώ συζητήσαν και ευκαιρίες συνεργασίας για νέα προϊόντα.

Οι συμμετέχοντες στα σεμινάρια έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν μοναδικές και διαφορετικές εμπειρίες, που προσφέρονται για όλο τον χρόνο από τους ελληνικούς προορισμούς. Αντίστοιχα οι εκπρόσωποι των περιφερειών με τον καλύτερο τρόπο και επαγγελματισμό παρουσίασαν κάθε καινούργιο προσφερόμενο

τουριστικό προϊόν και χρήσιμη πληροφορία για τους επαγγελματίες της Κύπρου.

Τις δυο ψηφιακές συναντήσεις διοργάνωσε και συντόνισε ο Προϊστάμενος Γραφείου ΕΟΤ Κύπρου Πέτρος Σαγάνας. Η επόμενη Ψηφιακή Τουριστική Συνάντησες Ελλάδας-Κύπρου θα λάβει μέρος σήμερα 25 Νοεμβρίου για την τουριστική προβολή και παρουσίαση της Θεσσαλονίκης και των προορισμών της Κεντρικής Μακεδονίας.

Προβληματισμένη η επισιτιστική βιομηχανία με τις αλυσιδωτές αυξήσεις

Αλυσιδωτές αυξήσεις σε μια σειρά από βασικά αγαθά έχουν προβληματίσει έντονα τον κλάδο της επισιτιστικής βιομηχανίας, με τον πρόεδρο της Ομοσπονδίας Συνδέσμων Ιδιοκτητών Κέντρων Αναψυχής (ΟΣΙΚΑ), Νεόφυτο Θρασυβούλου, να λέει πως επιβάλλεται να υπάρξει μείωση τιμών, αλλά και η επιβολή πλαφόν σε βασικά προϊόντα.

«Η ακρίβεια έχει διαφανεί από την έναρξη της περιόδου», είπε ο κ. Θρασυβούλου, σημειώνοντας πως το πρόβλημα διευρύνθηκε λόγω και της αύξησης της τουριστικής κίνησης τους μήνες Ιούλιο και Αύγουστο. Όπως εξήγησε, αρκετά αγαθά σταμάτησαν να υπάρχουν στην αγορά, αυξήθηκε η τιμή στα μέσα μεταφοράς τους, ενώ αναφέρθηκε και σε πληροφορίες που φέρουν τις αυξήσεις στα αγαθά να είναι

της τάξης του 10%- 30%. Σε δηλώσεις του ο κ. Θρασυβούλου εξέφρασε παράλληλα ανησυχία και για την νέα τουριστική περίοδο. Είπε ότι τη στιγμή που συνεχίζονται τα προγράμματα στήριξης, αν επέλθει μια αύξηση 20% - 30% σε διάφορα αγαθά, τότε οι τιμές θα εκτοξευθούν στα ύψη. Αναφέρθηκε παράλληλα στο ενδεχόμενο να μπει πλαφόν στις τιμές, εκφράζοντας την ελπίδα ότι με τον τρόπο αυτό θα «μπορέσει η Κύπρος ως τόπος να είναι πιο ελκυστικός για τον τουρισμό, αλλά και ο κόσμος να επιβιώνει με τα ημερομίσθια που δίδονται σήμερα».

Ο εστιάτορας και μέχρι πρότινος προεδρεύων του Συνδέσμου Ιδιοκτητών Κέντρων Αναψυχής (ΣΙΚΑΠ) Μάριος Θεοδοσίου σε δηλώσεις του έκανε λόγο για «αυθαίρετη αύξηση» των τιμών από προ-

μηθευτές και υπεραγορές, με αποτέλεσμα, όπως είπε «όλα τα κέντρα αναψυχής να ζημιώνουν και να μην βγάλουν τα έξοδα τους». Δουλεύουμε, συνέχισε, με τις υφιστάμενες τιμές, με όλα τα αρνητικά επακόλουθα.

Πρόσθεσε πως οι εκρήξεις των τιμών ξεκινούν από τα φθαρτά, το κρέας και το ψάρι, ενώ κάλεσε την Κυβέρνηση «να αναλάβει τις ευθύνες της». Δεν μπορεί οι τιμές να μείνουν ανεξέλεγκτες και να πουλάει όσο θέλει ο καθένας, είπε.

Άνοδο ύψους 156,9% κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021 σε εστίαση και ξενοδοχεία

Ενθαρρυντικά ήταν τα μηνύματα σε ό,τι αφορά τις προοπτικές ανάκαμψης του τομέα της εστίασης και της ξενοδοχειακής βιομηχανίας κατά το πρώτο εξάμηνο του 2021. Σύμφωνα με τα στοιχεία που παρέχει η Στατιστική Υπηρεσία, ο δείκτης κύκλου εργασιών κατά το δεύτερο τρίμηνο του 2021-σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του προηγούμενου έτους-κατέγραψε στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης άνοδο ύψους 156,9%.

Κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουνίου 2021, δηλαδή για το σύνολο του πρώτου εξαμήνου, η αύξηση που κατέγραψε ο δείκτης των υπηρεσιών παροχής καταλύματος και εστίασης, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2020, ανήλθε στο 26,6%. Σε ό,τι αφορά τον τελευταίο μήνα του εξαμήνου, δηλαδή τον Ιούνιο, οι δραστηριότητες υπηρεσιών παροχής καταλύματος και υπηρεσιών εστίασης παρουσίασαν αύξηση 55% φέτος σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του 2020, ενώ ήταν κατά 69,5% πιο κάτω συγκριτικά με τον Ιούνιο του 2019.

Ειδικότερα, για τον τομέα των υπηρεσιών παροχής καταλύματος, αν και υπάρχουν σημάδια σημαντικής ανάκαμψης, εντούτοις απέχει σημαντικά από τους αριθμούς πριν από την πανδημία. Και αυτό, αφού φέτος τον Ιούνιο καταγράφηκε αύξηση 84% σε σύγκριση με τον Ιούνιο του 2020. Το φετινό ποσοστό, ωστόσο, απέχει κατά 108,4% από εκείνο του Ιουνίου του 2019. Όσον αφορά την εστίαση, εκεί τα πράγματα δείχνουν καλύτερα. Οι δραστηριότητες υπηρεσιών εστίασης, τον Ιούνιο του 2021 βρέθηκαν αρκετά κοντά, υπό τις περιστάσεις (-34%), στον αντίστοιχο μήνα του 2019. Σε σύγκριση με τον Ιούνιο του 2020, φέτος η αύξηση ανήλθε στο 29%.



Το Ηνωμένο Βασίλειο κυριότερη πηγή τουρισμού για τον Οκτώβριο 2021



Την υψηλότερη μηνιαία επίδοση από την αρχή της πανδημίας του κορονοϊού, κατέγραψαν οι τουριστικές αφίξεις τον Οκτώβριο του 2021, οι οποίες ανήλθαν σε 391.698, παρουσιάζοντας αύξηση 289% σε ετήσια βάση (Οκτώβριος 2020). Με βάση τα στοιχεία που δημοσιοποίησε σήμερα η Στατιστική Υπηρεσία, σε σύγκριση με τον αντίστοιχο μήνα του 2019, οι αφίξεις τουριστών τον Οκτώβριο του 2021 παρουσίασαν μείωση 10,3%.

Εξάλλου, για την περίοδο Ιανουαρίου-Οκτωβρίου 2021, οι αφίξεις τουριστών ανήλθαν σε 1.691.030 σε σύγκριση με 612.975 την αντίστοιχη περίοδο του 2020, σημειώνοντας αύξηση 175,9% και μείωση 54,3% σε σχέση με την περίοδο Ιανουαρίου - Οκτωβρίου 2019 (3.697.055 αφίξεις). Οι αφίξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο

υπήρξαν η κυριότερη πηγή τουρισμού για τον Οκτώβριο 2021, αφού αποτέλεσαν το 31,8% (124.501) των συνολικών αφίξεων, οι αφίξεις από τη Ρωσία το 19,6% (76.613), οι αφίξεις από τη Γερμανία το 7,1% (27.623), οι αφίξεις από την Πολωνία το 4,1% (16.154), οι αφίξεις από την Ελλάδα το 4,0% (15.669) και οι αφίξεις από την Ουκρανία το 3,9% (15.254).

Σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία, ο σκοπός ταξιδιού τον Οκτώβριο 2021 ήταν για ποσοστό 87,2% των τουριστών οι διακοπές, για 8,3% η επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς και για ποσοστό 4,5% επαγγελματικός. Αντίστοιχα, για τον Οκτώβριο 2020, ποσοστό 81,8% επισκέφθηκε την Κύπρο για διακοπές, 11,5% για επίσκεψη σε φίλους ή συγγενείς και 6,6% για επαγγελματικούς λόγους.



Γράφει ο
ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ

Απομακρύνεται ο στόχος για εισπράξεις στα 12 δισεκατομμύρια ευρώ από τον τουρισμό φέτος, ωστόσο κυβερνητικοί παράγοντες επιμένουν πως το νούμερο αυτό θα επιτευχθεί. Αιτία για την κυβερνητική αισιοδοξία φαίνονται να είναι τα πολύ καλά νούμερα που κατέγραψε ο Σεπτέμβριος, όπου τα έσοδα έφθασαν πάνω από το 75% του 2019. Ακόμη και αν μέχρι το τέλος του έτους συνεχίσουν να καταγράφονται ανάλογα ποσοστά θεωρείται απίθανο έως αδύνατον να φτάσουν οι εισπράξεις τον στόχο των 12 δισεκατομμυρίων ευρώ και στην καλύτερη των περιπτώσεων αναμένεται πως θα κυμανθούν γύρω στα 10 δισεκατομμύρια. Ας δούμε, όμως πιο αναλυτικά πως εδράζεται αυτή η εκτίμηση.

Ο Σεπτέμβριος αποτέλεσε πράγματι μια ευχάριστη εξαίρεση στα συνηθισμένα, όπως έχουν επισημάνει παράγοντες της τουριστικής αγοράς στην «1η Ελληνικός Τουρισμός». Υπήρχαν όμως και συγκεκριμένοι λόγοι που συνέβη αυτό. Η σεζόν στις αρχές του καλοκαιριού σημείωσε αρκετές καθυστερήσεις, εξαιτίας των μέ-

Ανέφικτος ο στόχος των €12 δις

Η κυβέρνηση επιμένει, αλλά τα στοιχεία της ΤτΕ και οι τελευταίες εξελίξεις στο μέτωπο της πανδημίας δείχνουν ότι οι τουριστικές εισπράξεις δύσκολα θα φθάσουν τα 10 δισεκατομμύρια ευρώ

τρων που επέβαλλαν οι κυβερνήσεις στα ταξίδια και στην παραδειγματική καθυστέρηση να αρθούν οι περιορισμοί που διαπιστώθηκε σε κάποιες περιπτώσεις.

Οι κανόνες στις μετακινήσεις χαλάρωσαν ουσιαστικά από τις 15 Ιουλίου και μετά. Αυτή ήταν και η βασική αιτία που πολλοί ταξιδιώτες, θέλοντας προφανώς να αποφύγουν και οι ίδιοι να βρεθούν σε μια τοποθεσία με πολύ κόσμο, μετέθεσαν τις διακοπές τους για τον Σεπτέμβριο. Από την έλευση όμως του Οκτωβρίου και έπειτα το 4ο κύμα της πανδημίας θέριψε παντού στην Ευρώπη και στη χώρα μας.

Στην παρούσα φάση η Γερμανία έχει εντάξει την Ελλάδα στις χώρες υψηλού κινδύνου και όποιος ταξιδέψει θα πρέπει κατά την επιστροφή να κάτσει σε 10ήμερη καραντίνα. Το μέτρο αυτό αν συνεχιστεί μέχρι και τις γιορτές θα αποκλείσει όχι μόνο το ενδεχόμενο επισκεπτών γενικά από τη Γερμανία, αλλά θα σταθεί μεγάλο εμπόδιο και στους Έλληνες που θα ήθελαν να έρθουν να περάσουν τα Χριστούγεννα με συγγενείς και φίλους. Η Αυστρία έχει μπει σε εθνικό λοκντάουν, ενώ αυστηρά μέτρα έχουν επιβληθεί σε Βέλγιο και Ολλανδία, γεγονός μάλιστα

που προκάλεσε και βίαιες διαδηλώσεις στις δύο χώρες.

Μέσα σε αυτό το σκηνικό και με την αβεβαιότητα να κυριαρχεί και εντός της Ελλάδας, είναι μάλλον ουτοπικό να πιστευτεί κανείς ότι θα επιτευχθεί ο στόχος των 12 δισεκατομμυρίων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε η Τράπεζα της Ελλάδας για το ενιάμηνο Ιανουαρίου – Σεπτεμβρίου οι τουριστικές εισπράξεις ανήλθαν στα 8,75 δισεκατομμύρια ευρώ, που αντιστοιχούν στα 54,37% των εισπράξεων του 2019. Σε αυτόν τον αριθμό συμπεριλαμβάνεται



Τα δύο επίδικα για τον τουριστικό κλάδο

Για το επόμενο διάστημα δύο είναι τα επίδικα για τον τουριστικό κλάδο και μάλιστα από το ένα εξαρτάται και το τελικό ποσό των εσόδων. Το πρώτο είναι πώς θα πάει φέτος η σεζόν των Χριστουγέννων και το δεύτερο, επίσης σημαντικό, τι μέτρα στήριξης θα απαιτηθούν για τις τουριστικές επιχειρήσεις. Ήδη φορείς επισημαίνουν στο τρέχον φύλλο πως ναι μεν η θερινή σεζόν πήγε καλά και πιάστηκαν οι στόχοι που είχαν τεθεί, τουλάχιστον σε ποσοστά πληρότητας, αλλά σε καμία περίπτωση δεν καλύφθηκαν οι απώλειες της προηγούμενης περιόδου. Αυτό σημαίνει πως θα χρειαστούν περαιτέρω μέτρα στήριξης οι τουριστικές επιχειρήσεις για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν και να προετοιμαστούν για τη σεζόν του 2022.

Στο ζήτημα της χειμερινής περιόδου, η πρόεδρος των ξενοδόχων της Ευρυτανίας κυρία Σοφία Φλέγκα μας έλεγε στο προηγούμενο φύλλο της «itn Ελληνικός Τουρισμός» πως η φετινή σεζόν είναι «τοπίο στην ομίχλη» και δυστυχώς όσο περνούν οι μέρες και πλησιάζουν οι γιορτές το πράγμα αντί να ξεκαθαρίζει, γίνεται όλο και χειρότερο. Αιτία το μέτωπο της πανδημίας που έχει θεριέψει και

• • • • •
**Η πορεία
της χειμερινής σεζόν
και τα μέτρα στήριξης
είναι τα δύο κρίσιμα
θέματα που θα βρε-
θούν στο επίκεντρο
το επόμενο διάστημα**
• • • • •

πάλι σε εγχώριο και διεθνές επίπεδο και δεν επιτρέπει και μεγάλη αισιοδοξία.

Μέχρι στιγμής η κυβέρνηση υποστηρίζει ότι δεν θα επιβάλλει καθολικό lockdown, αλλά ουδείς βάζει «το χέρι του στη φωτιά», πως θα τηρήσει τα όσα λέει. Ο βασικός λόγος για αυτό το έλλειμμα εμπιστοσύνης είναι ότι και πέρυσι το φθινόπωρο οι κυβερνητικοί παράγοντες απέκλειαν το lockdown, το οποίο όχι μόνο επιβλήθηκε τελικά στις αρχές Νοεμβρίου, αλλά είχε και διάρκεια επτά

ολόκληρων μηνών. Σαφώς δεν υπήρχε το εμβόλιο πέρυσι, αλλά τα ποσοστά εμβολιασμού παραμένουν χαμηλά στη χώρα, λίγο πάνω από το 60%, με πολλούς ανεμβολίαστους να είναι άνω των 60 ετών. Η πίεση στο ΕΣΥ είναι ιδιαίτερα αυξημένη, οι αριθμοί των θανάτων ημερησίως είναι δεκάδες και υπάρχει πλέον και η Αυστρία. Αν ακολουθήσουν και άλλες χώρες το παράδειγμά της και προχωρήσουν σε καθολικά lockdown, όλα τα σενάρια θα είναι ανοιχτά και στη δική μας περίπτωση.

Αν βάλουμε στην εξίσωση και το θέμα της ενεργειακής κρίσης και του κύματος ακρίβειας και πληθωρισμού που καταγράφεται τα πράγματα γίνονται πιο δύσκολα για ένα ευρύ κοινό εντός της χώρας που μπορεί να ήθελε να πραγματοποιήσει κάποιο ταξίδι την περίοδο των γιορτών.

Αποτέλεσμα είναι να επικρατεί κλίμα αβεβαιότητας και όποιες κρατήσεις και ταξίδια τελικά γίνουν στους χειμερινούς προορισμούς τα Χριστούγεννα θα είναι της τελευταίας στιγμής, εφόσον φυσικά -και το απευχόμαστε- δεν έχουμε άλλου είδους εξελίξεις με περιορισμούς στις μετακινήσεις κλπ.



**Το ενιάμηνο
Ιανουαρίου - Σεπτεμ-
βρίου οι τουριστικές
εισπράξεις ανήλθαν στα
8,75 δισεκατομμύρια
ευρώ, που αντιστοιχούν
στα 54,37% των
εισπράξεων του 2019**



και ο Σεπτέμβριος που πήγε καλά. Για να το πούμε απλά μέσα σε όλο αυτό το κλίμα που περιγράψαμε παραπάνω θα πρέπει οι εισπράξεις Οκτωβρίου, Νοεμβρίου και Δεκεμβρίου να ξεπεράσουν τα 3 δισεκατομμύρια για να γίνουν πραγματικότητα τα όσα ευαγγελίζεται η κυβέρνηση.

Στην αγορά οι εκτιμήσεις που υπάρχουν είναι πως τα τελικά έσοδα θα διαμορφωθούν γύρω στα 10 δισεκατομμύρια ευρώ, με κάποιους να υποστηρίζουν πως θα πλησιάσουν, αλλά δεν θα πιάσουν τελικά το νούμερο δέκα.



Παραμένουν τα «καυτά» ζητήματα στο νομοσχέδιο του υπ. Τουρισμού

Προς κατάθεση στη Βουλή φέρεται να οδεύει το σχέδιο νόμου έπειτα από 11 μήνες αναμονής. Αρκετές οι διαφοροποιήσεις κυρίως για τις ιαματικές πηγές, παραμένει ο σχεδιασμός για τη «Ναυάγιο Ζάκυνθος ΑΕ»

Γράφουν οι
**ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟΣ
& ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Με διαφοροποιήσεις και σημαντικές προσθήκες, αλλά και με τα «καυτά» ζητήματα να παραμένουν ετοιμάζεται σύμφωνα με αξιόπιστες πληροφορίες, να κατατεθεί στη Βουλή το νομοσχέδιο του υπουργείου Τουρισμού, έπειτα από 11 σχεδόν μήνες αναμονής και αφού έχει προηγηθεί αλλαγή στην ηγεσία του Υπουργείου. Θυμίζουμε πως το νομοσχέδιο είχε τεθεί σε διαβούλευση τον περασμένο Ιούνιο, προκαλώντας ουκ ολίγες αντιδράσεις κυρίως για τα όσα προέβλεπε για τις ιαματικές πηγές και τη ίδρυση ΑΕ για το Ναυάγιο στη Ζάκυνθο. Για τα δύο αυτά θέματα η «itn Ελληνικός Τουρισμός», έχει πραγματοποιήσει μεγάλα αφιερώματα σε προηγούμενα φύλλα, αναδεικνύοντας τα θετικά και τα αρνητικά σημεία των όσων προωθούνται.

Σε ό,τι αφορά τις ιαματικές πηγές παραμένει ο σχεδιασμός για τη σύσταση της ΙΠΕ ΑΕ (Ιαματικές Πηγές Ελλάδας), αλλά με αρκετά πιο ήπιες προβλέψεις σε ό,τι αφορά την μεταβίβαση των ιαματικών πόρων στην εταιρεία. Συγκεκριμένα σε μια πρώτη ανάγνωση του νομοσχεδίου αναφέρεται ότι οι Δήμοι μπορούν (αν το επιθυμούν δηλαδή και το αποφασίσουν) να μεταφέρουν τις ιαματικές πηγές στην ΙΠΕ ΑΕ, χωρίς αυτό να είναι μια υποχρεωτική διαδικασία, όπως προβλεπόταν αρχικά. Σε επικοινωνία που είχαμε με στελέχη του Συνδέσμου Δήμων Ιαματικών Πηγών μας ανέφεραν πως σίγουρα οι αλλαγές που έχουν γίνει είναι προς το καλύτερο, ωστόσο το σχέδιο νόμου συνεχίζει να μη δίνει απαντήσεις στα προβλήματα που υπάρχουν για την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού στη χώρα, προβλήματα που έχουν επισημανθεί επανειλημμένα από τις δημοτικές αρχές. «Ουσιαστικά δημιουργείται ακόμη ένας κρατικός φορέας για τη διαχείριση, δημιουργείται περισσότερο κράτος και δεν βλέπουμε πού θα ωφεληθεί αυτή η διαδικασία», μας αναφέρθηκε χαρακτηριστικά.

Η επισημάνση αυτή είναι σωστή, καθώς στο νομοσχέδιο προβλέπεται πως τουλάχιστον το 50% συν μία μετοχή θα είναι στην κατοχή του ελληνικού δημοσίου, ωστόσο δεν μπορούμε να μην επισημάνουμε πως ανοίγει την πόρτα και σε πωλήσεις μετοχών σε ιδιωτικά επενδυτικά κεφάλαια, με ό,τι αυτό μπορεί να σημαίνει για το μέλλον. Οι ιδιωτικές επενδύσεις είναι ευπρόσδεκτες και απαραίτητες για την αξιοποίηση των ιαματικών πηγών και την ανάπτυξη του ιαματικού τουρισμού, αυτό όμως είναι διαφορετικό από το να ανοίγει κανείς ένα «παράθυρο» που θα επιτρέψει σε δεύτερο χρόνο να μεταφερθούν τα κυριαρχικά δικαιώματα όλων των





ιαματικών πόρων της χώρας σε χέρια ιδιωτών και εταιρειών που μπορεί να μην είναι καν ελληνικών συμφερόντων.

Το Ναυάγιο στη Ζάκυνθο

Το επόμενο μεγάλο θέμα είναι το Ναυάγιο στη Ζάκυνθο, όπου παραμένει ο σχεδιασμός για τη δημιουργία ΑΕ με στόχο την τουριστική αξιοποίηση της περιοχής, παρά τις έντονες αντιδράσεις που υπάρχουν στο νησί και τις σοβαρές ενστάσεις που έχει καταθέσει η Μητρόπολη Ζακύνθου, ενώ δεν θα πρέπει να ξεχνάμε πως ακόμη εκκρεμεί στη Δικαιοσύνη η σκανδαλώδης υπόθεση με την πώληση τεράστιων εκτάσεων σε Καταριανούς, από φερόμενο κληρονόμο. Να θυμίσουμε πως μέσα σε αυτές τις εκτάσεις υπάρχουν μοναστήρια της Βυζαντινής περιόδου, αλλά και περιουσίες όχι μόνο των μοναστηριών, αλλά και 200 οικογενειών της περιοχής που ξαφνικά βρέθηκαν να αμφισβητούνται.

Ένα άλλο ζήτημα που μας έκανε εντύπωση είναι πως το νομοσχέδιο περιλαμβάνει διατάξεις για την αξιοποίηση του αιγιαλού. Το καλό είναι πως στις συγκεκριμένες διατάξεις προβλέπεται η τήρηση της περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Καλό είναι επίσης πως και στο νομοσχέδιο του υπουργείου Ανάπτυξης για τις Στρατηγικές Επενδύσεις, το οποίο έχει κατατεθεί στη Βουλή, έχουν απαλειφθεί οι διατάξεις που προέβλεπαν επενδύσεις στον αιγιαλό κατά παρέκκλιση της περιβαλλοντικής νομοθεσίας. Το κακό είναι πως ένα νομοσχέδιο που οδεύει προς ψήφιση και ακόμη ένα που οδεύει προς κατάθεση περιέχουν

● ● ● ● ● ● ● ●

Σημαντικές οι προσθήκες για τα επισκέψιμα ζυθοποιεία, ελαιοτριβεία και τυροκομεία, καθώς και τα πρόστιμα που προβλέπονται για τις παράνομες ξεναγήσεις

● ● ● ● ● ● ● ●

διατάξεις για το ίδιο αντικείμενο, εν προκειμένω τον αιγιαλό και τις επενδύσεις που μπορούν να πραγματοποιηθούν. Η παραμικρή αντίφαση, ή ένα «θολό» σημείο μεταξύ των δύο νόμων ενδέχεται να μπλοκάρει την όποια επένδυση μικρή ή μεγάλη για άγνωστο διάστημα και τελικά τα αποτελέσματα να είναι τα αντίθετα από τα προσδοκώμενα. Το κάλλιστο φυσικά θα ήταν αντί να έχουμε διατάξεις σε διάφορα νομοσχέδια, είτε για τον αιγιαλό, είτε για τον Ορεινό Όγκο κλπ να είχαμε Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό και την Αειφορία μια υπόθεση που ενώ αποτελεί συνταγματική επιταγή, «σέρνεται» άνευ αποτελέσματος επί σειρά δεκαετιών. Για το θέμα αυτό φιλοξενούμε αναλυτικό ρεπορτάζ στο τρέχων φύλλο.

Όπως και να έχει τα παραπάνω ζητήματα θα αποτελέσουν σίγουρα σημεία τριβής, αλλά περισσότερο και άλλα λιγότερο, από τη στιγμή που θα κατατεθεί το νομοσχέδιο στη Βουλή.

Θετικά σημεία

Από την άλλη πλευρά πρέπει να σημειωθεί πως το νομοσχέδιο έχει και αρκετά θετικά σημεία. Το πρώτο είναι φυσικά οι Οργανισμοί Διαχείρισης Προορισμών και η πρόβλεψη σύστασής τους από την Τοπική Αυτοδιοίκηση σε Περιφερειακό και Δημοτικό επίπεδο. Το γεγονός είναι σημαντικό, παρά τις ελλείψεις που έχουν επισημανθεί και στις σελίδες της «itn Ελληνικός Τουρισμός» από επαγγελματίες του DMO, καθώς δημιουργείται επιτέλους το θεσμικό πλαίσιο και ξεκαθαρίζεται επίσης πως η σύσταση και λειτουργία αφορά Περιφέρειες και Δήμους.

Δεύτερο θετικό σημείο είναι η δημιουργία Σημάτων για επισκέψιμα ζυθοποιεία, τυροκομεία και ελαιοτριβεία. Να σημειωθεί πως ήδη πολλές επιχειρήσεις αυτών των παραγωγικών δραστηριοτήτων είναι επισκέψιμες. Η πιστοποίηση που θα μπορούν να λάβουν είναι βέβαιο πως θα ωθήσει την επισκεψιμότητα και την ανάπτυξη ταξιδιωτικής κίνησης και θα αποτελέσουν ένα ακόμη asset για τους τουριστικούς προορισμούς.

Μία διάταξη που ικανοποιεί ένα πάγιο αίτημα των Ελλήνων ξεναγών είναι αυτή που προβλέπει την επιβολή προστίμων για τις παράνομες ξεναγήσεις. Συγκεκριμένα αναφέρεται πως όποιος διαφημίζει

σε ιστοσελίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και έντυπο υλικό, ή με οποιοδήποτε άλλο τρόπο την παροχή υπηρεσιών ξεναγησης, χωρίς να πληροί τις νόμιμες προϋποθέσεις για την άσκηση του επαγγέλματος του ξεναγού, επιβάλλεται πρόστιμο 1.000 ευρώ. Σε περίπτωση υποτροπής εντός έτους, επιβάλλεται πρόστιμο 2.000 ευρώ, ενώ σε κάθε επόμενη υποτροπή επιβάλλεται πρόστιμο 5.000 ευρώ. Οι τουριστικές επιχειρήσεις, οι οποίες στο πλαίσιο άσκησης του έργου τους, διαφημίζουν την παροχή υπηρεσιών ξεναγησης από πρόσωπο που δεν έχει τις νόμιμες προς τούτο προϋποθέσεις, υπόκεινται σε πρόστιμο 2.000 ευρώ. Σε περίπτωση υποτροπής εντός του έτους, επιβάλλεται πρόστιμο τεσσάρων 4.000 ευρώ, ενώ σε κάθε επόμενη υποτροπή ανακαλείται η Βεβαίωση Συνδρομής Νόμιμων Προϋποθέσεων για χρονικό διάστημα μέχρι έξι μηνών. Σε επικοινωνία που είχαμε με το Σωματείο Ξεναγών μας είπαν πως σαφώς οι συγκεκριμένες διατάξεις είναι θετικές, ωστόσο θα καταστούν «κενό γράμμα» αν δεν συνοδευτούν από ελέγχους, θέμα για το οποίο ζητούν να υπάρξει συνάντηση με την ηγεσία του Υπουργείου Τουρισμού, χωρίς να έχουν βρει ανταπόκριση μέχρι στιγμής.

Το νομοσχέδιο περιλαμβάνει τέλος και ρυθμίσεις για τη λειτουργία των τουριστικών γραφείων, των τουριστικών λεωφορείων και άλλα για τα οποία θα επανέλθουμε πιο αναλυτικά στο μέλλον και εφόσον κατατεθεί στη Βουλή το νομοσχέδιο για να έχουμε μπροστά μας και την οριστική μορφή του.



Ειδικό Χωροταξικό για τον Τουρισμό Μια πονεμένη ιστορία...

Το «Γεφύρι της Άρτας» θυμίζει το ΕΧΠ για τον Τουρισμό και την Αειφορία, καθώς επί σειρά ετών κυβερνήσεις «ολημερίς το έχτιζαν και στο ΣτΕ γκρεμιζόταν» και αυτό όχι φυσικά με ευθύνη του ανώτατου δικαστηρίου...

Γράφει ο
ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ

Με αφορμή ερώτηση που κατέθεσε πρόσφατα ο βουλευτής Δωδεκανήσου της ΝΔ και πρώην υφυπουργός Τουρισμού κύριος Μάνος Κόνσολας, ήρθε ξανά στην επιφάνεια, εμμέσως τουλάχιστον, το πολύπαθο Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό.

Προς αποφυγή παρεξηγήσεων η ερώτηση του βουλευτή αφορούσε το Περιφερειακό Χωροταξικό Πλαίσιο Νοτίου Αιγαίου στο οποίο υπάρχουν εξελίξεις, σύμφωνα με ανακοίνωση που εξέδωσε ο κος Κόνσολας.

«Η αποσύνδεση του θαλάσσιου χωροταξικού σχεδιασμού από τον χερσαίο χωροταξικό σχεδιασμό, που προωθείται με τροποποιητικές διατάξεις από το Υπουργείο Περιβάλλοντος και με βάση συγκεκριμένη ευρωπαϊκή οδηγία, ανοίγει το δρόμο για να αντιμετωπιστεί με συγκεκριμένα έργα το πρόβλημα της διάβρωσης των ακτών», τονίζει ο Βουλευτής Δωδεκανήσου, αναφερόμενος στην απάντηση του Υπουργείου Περιβάλλοντος στην ερώτηση που είχε καταθέσει στη Βουλή, στο πλαίσιο της οποίας είχε καταθέσει και συγκεκριμένες προτάσεις.

Το Υπουργείο Περιβάλλοντος, στην

απάντησή του προς τον κ. Κόνσολα, ανέφερε ότι: «Στη μελέτη αναθεώρησης του Περιφερειακού Χωροταξικού Πλαισίου Νοτίου Αιγαίου που είναι στο στάδιο της έγκρισης δίδονται ειδικότερες κατευθύνσεις για τις ακτές και τον παράκτιο χώρο μεταξύ των οποίων οι:

- **Προστασία από διάβρωση**, κατολισθήσεις, ρύπανση, απόληψη αδρανών, αλλοίωση λόγω τεχνικών έργων, τουριστικών και οικιστικών αναπτύξεων
- **Καταγραφή ευάλωτων** τμημάτων & συνεχής παρακολούθηση
- **Καθορισμός αιγιαλού** και παραλίας, αναθεώρηση παλαιού αιγιαλού/αυστηρή εφαρμογή της νομοθεσίας
- Έργα αποκατάστασης – προστασίας ακτών από διάβρωση ή άλλες φυσικές καταστροφές»

Ο κ. Κόνσολας επισημαίνει ότι οι κινήσεις αυτές κινούνται προς τη σωστή κατεύθυνση, όσον αφορά την αντιμετώπιση των αρνητικών συνέπειων της κλιματικής αλλαγής που προκαλεί διάβρωση των ακτών. Οι οποίες ακτές αποτελούν και σημαντικό, αν όχι το πιο σημαντικό, κομμάτι του τουριστικού προϊόντος των νησιών.

Ο βουλευτής τονίζει επίσης ότι υπάρχουν χρηματοδοτικά εργαλεία που μπορούν να αξιοποιηθούν μετά την αναθεώρηση του Περιφερειακού Χωροταξικού Πλαισίου Νοτίου Αιγαίου, προκειμένου να χρηματοδοτηθούν έργα για την αντιμετώπιση της διάβρωσης των ακτών, όπως:

- **1,5 δισεκατομμύριο ευρώ** που αντιστοιχούν στη χώρα μας από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης και το Ταμείο Συνοχής για την υλοποίηση έργων και δράσεων για την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής

- **Το πρόγραμμα InvestEU** που θα κινητοποιήσει επενδύσεις ύψους 45 δισ. ευρώ σε έργα «Δίκαιης Μετάβασης» για την περίοδο 2021-2027, δίνοντας προτεραιότητα στη χρηματοδότηση έργων για το κλίμα.

Το θέμα είναι σοβαρό και όντως οι κατευθύνσεις του υπουργείου Περιβάλλοντος είναι θετικές, υπό τον όρο ότι θα υλοποιηθούν και θα αξιοποιηθούν τα χρηματοδοτικά εργαλεία που παρουσίασε και ο βουλευτής. Να επαναληφθεί, ωστόσο, ότι η παραπάνω συζήτηση εντάσσεται στην αναθεώρηση του Περιφερειακού Χωροταξικού Πλαισίου Νοτίου Αιγαίου. Το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον τουρισμό, παρά τις προσπάθειες που έγιναν στο παρελθόν δεν έχει εκσυγχρονιστεί από το 1999. Δηλαδή ο τουρισμός κινείται με ένα πλαίσιο που στην ουσία δεν υφίσταται και το οποίο έχει πάνω από 20 χρόνια ζωής παρά τα όσα έχουν συμβεί στο μεσοδιάστημα.

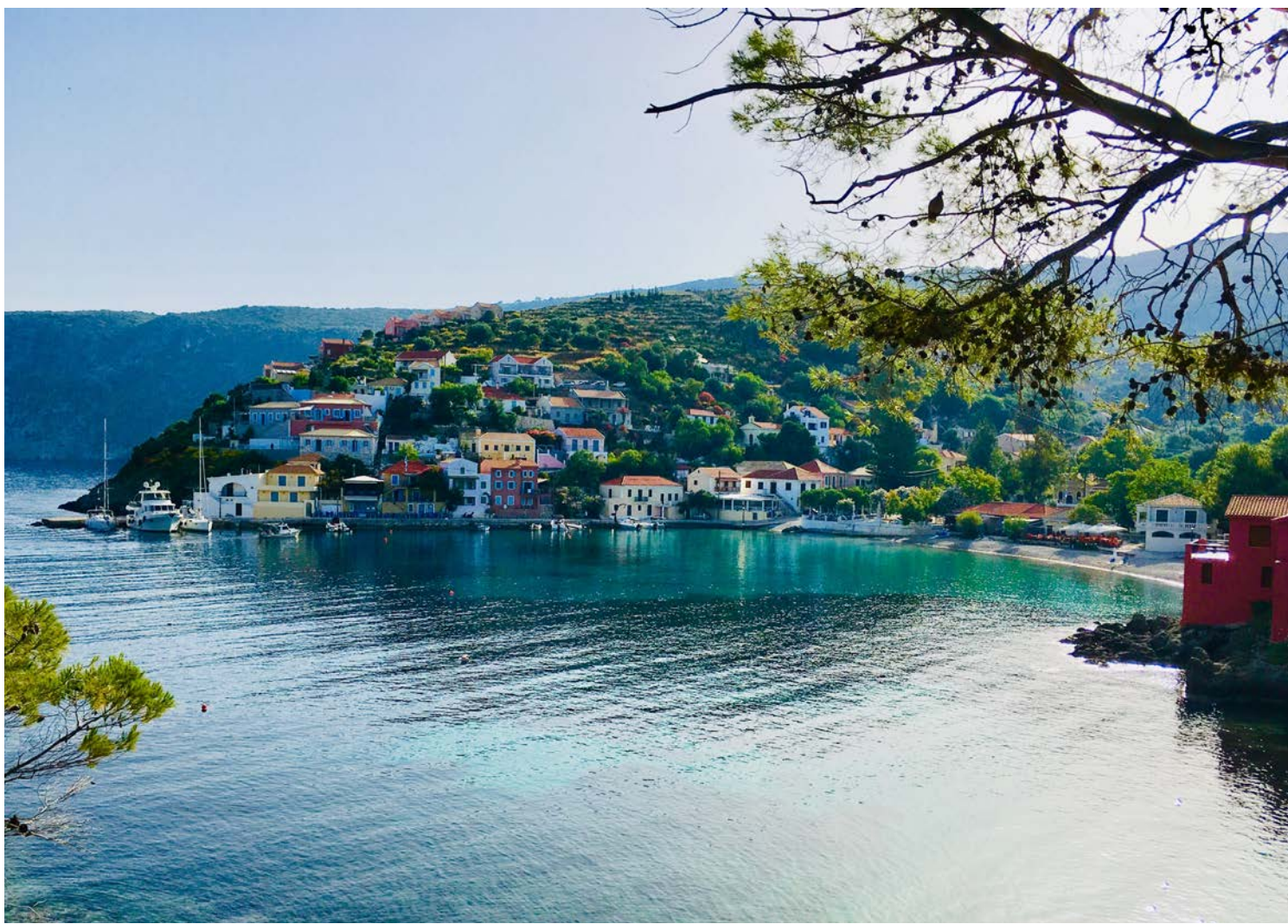
Θα θυμίσουμε πως από πλευράς Πολιτείας επιχειρήθηκε η ανανέωση και επικαιροποίηση του Πλαισίου στο παρελθόν, αλλά χωρίς επιτυχία μέχρι στιγμής. Η πρώτη απόπειρα ήταν το καλοκαίρι του

2009 επί κυβερνήσεως Καραμανλή ακόμα και με υπουργό Περιβάλλοντος τον Γ. Σουφλιά. Για το συγκεκριμένο ΕΧΠ κατατέθηκε αίτηση ακυρώσεως στο Συμβούλιο της Επικρατείας, η δίκη όμως ανεστάλη, καθώς αποφασίστηκε την επαναξιολόγηση του ΕΧΠ για τον Τουρισμό και την Αειφορία. Στις 4 Οκτωβρίου ακολούθησαν εκλογές και αλλαγή πολιτικής ηγεσίας με κυβέρνηση υπό τον Γ. Παπανδρέου.

Με τα όσα γνωστά και δυσάρεστα ακολούθησαν το ζήτημα «πάγωσε» και ανακινείται πλέον επί κυβέρνησης Σαμαρά το καλοκαίρι του 2013, όπου κατατίθεται και πάλι Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό. Το νέο ΕΧΠ ακυρώθηκε έπειτα από προσφυγές στο ΣτΕ που κατέθεσαν περιβαλλοντικές οργανώσεις και άλλοι φορείς με το σκεπτικό ότι δεν ακολουθήθηκε η νόμιμη διαδικασία για την εκπόνησή του. Στη συνέχεια επιχειρήθηκε να ανασυρθεί το Πλαίσιο του 2009, όμως το ΣτΕ και πάλι αποφάνθηκε ότι εφόσον ακυρώθηκε το ΕΧΠ του 2013, δεν μπορεί να τεθεί σε ισχύ, ακόμα και αν υπάρχουν διορθώσεις κάποιο παλαιότερο πλαίσιο, δηλαδή αυτό του 2009. Το ανώτατο δικαστήριο όμως τονίζει ότι η δημιουργία Ειδικού Χωροταξικού για τον Τουρισμό αποτελεί συνταγματική επιταγή και πρέπει να γίνει.

Η νέα προσπάθεια γίνεται πλέον επί κυβέρνησης ΣΥΡΙΖΑ τον Σεπτέμβριο του 2018, οπότε και ανατέθηκε η εκπόνηση

Μελέτη του 2015 στο
ΙΝΣΕΤΕ του καθηγητή
Χάρη Κοκκώση επιση-
μαίνει τα σημαντικά
οφέλη του ΕΧΠ για
τον τουρισμό και όχι
μόνο, αλλά φαίνεται
πως κάποιους δεν τους
βολεύει η ύπαρξή του...



Στρατηγικής Μελέτης Περιβαλλοντικών Επιπτώσεων για να συσταθεί στη συνέχεια νέο Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό και την Αειφορία. ΗΣΜΠΕ ολοκληρώθηκε, αλλά έκτοτε η υπόθεση δεν έχει προχωρήσει και βεβαίως έχει υπάρξει στο μεταξύ και αλλαγή πολιτικής ηγεσίας.

Ο διακεκριμένος καθηγητής Χάρης Κοκκώσης, ο οποίος έχει διδάξει σε πανεπιστήμια θέματα χωροταξίας και περιβαλλοντικού σχεδιασμού με έμφαση στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, εκπόνησε το 2015 μελέτη για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ, όπου αναφέρεται στην αναγκαιότητα εκπόνησης ΕΧΠ για τον Τουρισμό, αλλά και στα σημαντικά οφέλη που θα αποφέρει.

«Δύο είναι οι βασικοί τομείς/θέματα γενικότερου ενδιαφέροντος για τους οποίους είναι εξαιρετικά χρήσιμο ένα χωροταξικό σχέδιο για τον τουρισμό:

- ο **προσανατολισμός** και διασφάλιση των επενδύσεων στον τουρισμό
- ο **συντονισμός** των επιμέρους δράσεων ή τομεακών πολιτικών που στηρίζουν ή έχουν ιδιαίτερη σημασία για τον τουρισμό.

Ως προς το πρώτο, ένα χωροταξικό του τουρισμού εφόσον εμπεριέχει κανόνες, κατευθύνσεις και προτεραιότητες για το πως μπορεί να αναπτυχθεί ο τουρισμός σε διάφορες περιοχές μπορεί να αποτελέσει ένα πρώτο πλαίσιο αναφοράς και καθοδήγησης για τους ενδιαφερόμενους επενδυτές ως προς το που και το πως. Εννοείται βέβαια ότι, σε ένα σύγχρονο πλαίσιο πολιτικής και προγραμματισμού, οι κανόνες, κατευθύνσεις κλπ είναι ενδεικτικοί. Η ιδιαίτερη συμβολή αυτού του είδους της προσέγγισης είναι σε δύο επίπεδα: στην εξειδίκευση του τρόπου ανάπτυξης του τουρισμού σύμφωνα με τις ιδιαιτερότητες της κάθε περιοχής και η συσχέτισή του με υπερτοπικής σημασίας προτεραιότητες.

Ως προς το δεύτερο, ένα χωροταξικό σχέδιο του τουρισμού μπορεί να διασφαλίσει συντονισμό των άλλων τομεακών (ή

επιμέρους χωρικών) πολιτικών και δράσεων με τις προτεραιότητες της τουριστικής πολιτικής, ένα θέμα ιδιαίτερα σημαντικό σε δύο επίπεδα πάλι: τις υπερτοπικής σημασίας επενδύσεις γενικής υποδομής (π.χ. λιμάνια, αεροδρόμια, οδικοί άξονες, κλπ.) απαραίτητες για την προσβασιμότητα σε τουριστικές περιοχές αλλά και στη διασφάλιση της στήριξης των προτεραιοτήτων της τουριστικής πολιτικής στις άλλες κρίσιμες πολιτικές και δράσεις (π.χ. αερομεταφορές, περιφερειακή πολιτική, πολεοδομία και χωροταξικά σχέδια περιοχών, κλπ.), αναφέρεται χαρακτηριστικά στη μελέτη του κυρίου Κοκκώση.

Ο καθηγητής δηλαδή επισημαίνει τη μεγάλη σημασία που έχει για την τουριστική ανάπτυξη το Ειδικό Χωροταξικό. Ωστόσο η ιστορία πως το πράγμα παρά τα οφέλη «σκαλώνει». Τις πταίει; Ο ίδιος ο καθηγητής δίνει κάποιες προσεκτικές εξηγήσεις όπως ότι «υπάρχουν δύο βασικά επίπεδα εξέτασης των προβλημάτων και δυνατοτήτων σχετικά με τον χωροταξικό σχεδιασμό και τον τουρισμό. Σε ένα πρώτο και γενικό επίπεδο το γενικότερο θέμα του χωροταξικού σχεδιασμού στη χώρα αποτελεί ένα αδύνατο σημείο κατά γενική διαπίστωση. Σε ένα δεύτερο επίπεδο, ως προς το χωροταξικό του τουρισμού ειδικότερα, οι αδυναμίες εδράζονται στο σχετικά πρόσφατο της προσπάθειας, στην έλλειψη εφαρμογής και στις προσπάθειες αναιρέσης και ακύρωσης της για

διάφορους λόγους. Ως εκ τούτου δεν επιτυγχάνεται συντονισμός των στόχων και δράσεων σε εθνικό επίπεδο (π.χ. αναπτυξιακές προτεραιότητες και περιβαλλοντική πολιτική) ούτε μεταξύ εθνικού και περιφερειακού (π.χ. αδυναμία διασφάλισης υπερτοπικών προτεραιοτήτων και αντίστροφα αξιοποίησης ιδιαιτεροτήτων περιοχών) ούτε περιφερειακού και τοπικού (π.χ. τερματικοί σταθμοί κρουαζιέρας, λιμένες αναψυχής, κλπ), δεν διασφαλίζεται ένα σταθερό πλαίσιο αναφοράς για τις επενδύσεις (π.χ. πολυδιάσπαση αρμοδιοτήτων, δικονομικές πρακτικές και συνεχείς οργανωτικές και νομοθετικές αλλαγές) με αποτέλεσμα να επιδιώκεται η αντιμετώπιση των προβλημάτων με παρακάμψεις (π.χ. ΕΣΧΑΣΕ, ΕΣΧΑΔΑ)».

Οι επισημάνσεις του καθηγητή Χάρη Κοκκώση είναι ορθές, αλλά δεν αγγίζουν τα αίτια του φαινομένου. Αν στραφούμε προς αυτή την κατεύθυνση η πιο εύκολη απάντηση είναι να φορτώσουμε τις ευθύνες για την μη ύπαρξη ΕΧΠ διαχρονικά στις πολιτικές ηγεσίες και στις γραφειοκρατικές διαδικασίες του ελληνικού δημοσίου. Σαφώς εδώ υπάρχουν ευθύνες. Πολιτική ηγεσία και κρατικός μηχανισμός στην Ελλάδα δεν φημίζονται για την ταχύτητα αποφάσεων και δράσεων, όμως δεν φαίνεται να φέρουν την αποκλειστική ευθύνη για το γεγονός ότι εν έτει 2021 δεν έχουμε Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό.

Η itn Ελληνικός Τουρισμός συνομίλησε με εκπροσώπους του νομικού κόσμου, που διαθέτουν μεγάλη δικονομική εμπειρία σε χωροταξικά οι οποίοι θέλησαν να διατηρήσουν την ανωνυμία τους και οι οποίοι μας επισήμαναν μια ακόμη πτυχή του γιατί δεν προχωράει το ΕΧΠ χρόνια τώρα.

«Το Ειδικό Χωροταξικό είναι απαραίτητο, τακτοποιεί τους χώρους, ορίζει ποιος να κάνει τι και που και τι δεν μπορεί να κάνει, οριοθετεί τους χώρους Natura και ξεκαθαρίζει τις παρεμβάσεις που μπορούν να γίνουν σε αυτές. Υπάρχουν ουκ ολίγα συμφέροντα που προτιμούν να μην υπάρχουν τέτοιου είδους περιορισμοί», ήταν μία από τις χαρακτηριστικές δηλώσεις που μας έγιναν.

Αν κρίνουμε από τους πρόσφατους σχεδιασμούς για τον αιγιαλό έχουμε ένα τέτοιο παράδειγμα. Κάποια στιγμή όμως θα πρέπει να αποφασίσουμε τι είδους επενδύσεις θέλουμε στη χώρα και να κατανοήσουμε πως αν θέλουμε να αναβαθμίσουμε συνολικά το τουριστικό μας προϊόν δεν χρειαζόμαστε διατάξεις και ρυθμίσεις που παρακάμπτουν την περιβαλλοντική νομοθεσία, αλλά που διασφαλίζουν την προστασία του περιβάλλοντος, όπως για παράδειγμα οι ακτές που αναφέρθηκαν στην αρχή και δημιουργούν το σταθερό περιβάλλον που χρειάζονται οι σοβαρές επενδύσεις που με τη σειρά τους θα οδηγήσουν σε προσέλκυση τουριστών υψηλότερου προφίλ.



Ο παγκόσμιος τουρισμός το 2022 και μετά

Τέσσερις βασικές τάσεις όσον αφορά τη συμπεριφορά των καταναλωτών, τις διαδικασίες λειτουργίας και τις προσφορές υπηρεσιών που διαμορφώνουν την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, διαφαίνονται για το προσεχές μέλλον



Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Η πανδημία αποδεκάτισε την παγκόσμια ταξιδιωτική βιομηχανία σχεδόν εν μια νυκτί. Οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί λόγω του COVID-19 είχαν ως αποτέλεσμα μια άνευ προηγουμένου πτώση 98% στις διεθνείς αφίξεις τουριστών το Μάιο του 2020 σε σύγκριση με τον ίδιο μήνα του προηγούμενου έτους. Και τα πράγματα βελτιώθηκαν ελάχιστα από τότε - το πρώτο τρίμηνο του 2021 σημειώθηκε πτώση 83%.

Πριν από την πανδημία, η βιομηχανία των 8 τρισεκατομμυρίων δολαρίων αντιπροσώπευε το 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ και το 10,6% της συνολικής παγκόσμιας απασχόλησης, ενώ οι τουριστικές δαπάνες ανήλθαν συνολικά σε 1,7 τρισεκατομμύρια δολάρια. Μια κατάρρευση πτώση στα διεθνή ταξίδια οδήγησε σε απώλεια εσόδων από εξαγωγές περίπου 1,3 τρισεκατομμυρίων δολαρίων, πάνω από 11 φορές μεγαλύτερη απώλεια από αυτή που σημειώθηκε στην τελευταία οικονομική κρίση το 2009.

Ως αποτέλεσμα ενός τέτοιου σοκ, οι ειδικοί δεν αναμένουν ότι τα πράγματα θα επανέλθουν στο προ-πανδημικό επίπεδο βραχυπρόθεσμα ή ακόμη και μεσοπρόθε-

Οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο προορισμούς και ταξιδιωτικές επιλογές που ευθυγραμμίζονται με τις «πράσινες» αξίες τους και τη δέσμευσή τους να ελαχιστοποιήσουν τον αντίκτυπό τους στον πλανήτη

σμα. Καθώς οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί εξακολουθούν να υπάρχουν στα περισσότερα μέρη του κόσμου, το ερώτημα παραμένει πώς θα μοιάζει το μέλλον των ταξιδιών το 2022 και μετά;

Τέσσερις βασικές τάσεις όσον αφορά τη συμπεριφορά των καταναλωτών, τις διαδικασίες λειτουργίας και τις προσφορές υπηρεσιών που διαμορφώνουν την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, διαφαίνονται για το προσεχές μέλλον.

1 Υπεύθυνα ταξίδια. Η μεγάλη παύση που επέβαλε η πανδημία στο ταξίδι έδωσε στον κόσμο το έναυσμα για έναν πιο βιώσιμο τρόπο ζωής. Καθώς οι καταναλωτές εκμεταλλεύονται την ευκαιρία να ξανασκεφτούν τον τρόπο με τον οποίο οι δραστηριότητές τους —συμπεριλαμβανομένων των ταξιδιών— αλληλεπι-

δρούν με τις κοινωνίες, τους φυσικούς πόρους και τα οικοσυστήματα, σκέφτονται όλο και περισσότερο τη βιωσιμότητα και την αειφορία.

Οι ταξιδιώτες συνειδητοποιούν πλέον τον αρνητικό αντίκτυπο του υπερβολικού τουρισμού στην οικολογία, καθώς και τις προκλήσεις που σχετίζονται με τη σπατάλη τροφίμων, νερού και ενέργειας. Ως αποτέλεσμα, οι καταναλωτές αναζητούν ολοένα και περισσότερο προορισμούς και ταξιδιωτικές επιλογές που ευθυγραμμίζονται με τις «πράσινες» αξίες τους και τη δέσμευσή τους να ελαχιστοποιήσουν τον αντίκτυπό τους στον πλανήτη. Αυτή η αυξανόμενη τάση της αγοράς αναγκάζει τις ταξιδιωτικές επιχειρήσεις να επανεξετάσουν κάθε πτυχή του τρόπου με τον οποίο λειτουργούν, ώστε να δημιουργήσουν έναν πιο αποδοτικό από πλευράς πόρων και ουδέτερο ως προς τον άνθρακα τομέα τουρισμού στο μέλλον.

2 Εξέλιξη ζήτησης. Εστίαση σε ταξίδια εσωτερικού και προορισμούς που προσφέρουν τη δυνατότητα για δραστηριότητες στη φύση. Οι ταξιδιώτες, σε μεγάλο βαθμό περιορισμένοι στα σπίτια τους για το μεγαλύτερο μέρος των τελευταίων μηνών, θέλουν να ταξιδέψουν. Η επιθυμία για ταξίδια είναι πολύ έντονη, ωστόσο, το πώς αυτή η επιθυμία μεταφράζεται σε ζήτηση μπορεί να φαίνεται διαφορετικό στον κόσμο μετά την πανδημία.

Λόγω της αυξημένης αβεβαιότητας σχετικά με την εξάπλωση του ιού και τους πιθανούς ταξιδιωτικούς περιορισμούς, η συμπεριφορά των ταξιδιωτών έχει μετατοπιστεί προς το γνωστό, προβλέψιμο και αξιόπιστο.



Τώρα προτιμούν να ταξιδεύουν σε μικρότερες ομάδες, όπως φίλους και οικογένεια. Επιπλέον, εκτιμούν την ευελιξία και κάνουν κράτηση σε πολύ συντομότερο χρόνο πριν ταξιδέψουν. Οι σημερινοί ταξιδιώτες τείνουν επίσης να ταξιδεύουν μικρότερες αποστάσεις και λιγότερο σε μακρινούς προορισμούς.

3 Τα ταξίδια αναψυχής θα οδηγήσουν την ανάκαμψη του τουρισμού και λιγότερο τα επαγγελματικά ταξίδια. Τα ταξίδια αναψυχής συμβάλλουν στην ανάκαμψη του τουρισμού και των ταξιδιών, ενώ τα επαγγελματικά ταξίδια - μια βασική πηγή εσόδων για ξενοδοχεία και αεροπορικές εταιρείες - μπορεί να δουν μια μόνιμη συρρίκνωση. Τα περιφερειακά και εγχώρια επαγγελματικά ταξίδια αναμένεται να επιστρέψουν πρώτα, αλλά η πλήρης ανάκαμψη στα προ πανδημίας επίπεδα δεν αναμένεται να συμβεί πριν από το 2025.

Καθώς η απομακρυσμένη εργασία είναι πλέον πραγματικότητα, οι άνθρωποι συνειδητοποιούν ότι δεν σημαίνει απαραίτητα εργασία από το σπίτι, αλλά εργασία από οπουδήποτε. Σε ένα περιβάλλον όπου το εργατικό δυναμικό κατανέμεται σε όλο τον κόσμο, η τουριστική βιομηχανία θα πρέπει να ξανασκεφτεί τα επαγγελματικά ταξίδια.

4 Τεχνολογία και καινοτομία. Ως ένας απροσδόκητος καταλύτης για την καινοτομία, η πανδημία ώθησε τον κλάδο να επαναξιολογήσει τις προσπάθειές του για ψηφιοποίηση. Οι ταξιδιωτικές επιχειρήσεις διερευνούν πώς μπορεί να χρησιμοποιηθεί η τεχνολογία για να αυξήσει τη ζήτηση και να διευκολύνει το ασφαλές ταξίδι.

Τα περιφερειακά και εγχώρια επαγγελματικά ταξίδια αναμένεται να επιστρέψουν πρώτα, αλλά η πλήρης ανάκαμψη στα προ πανδημίας επίπεδα δεν αναμένεται να συμβεί πριν από το 2025

Νέες τεχνολογίες, όπως η εικονική πραγματικότητα, που αναπτύσσονται στο στάδιο λήψης αποφάσεων του ταξιδιού των τουριστών μπορούν να τους βοηθήσουν να βιώσουν προορισμούς πριν από το ταξίδι—και από την άνεση (και την ασφάλεια) του σπιτιού τους. Μέσω διαδικτυακών περιηγήσεων εικονικής πραγματικότητας, μπορούν να γνωρίσουν εσωτερικούς χώρους ξενοδοχείων και εστιατορίων, τουριστικά αξιοθέατα, πολιτιστικά μνημεία, κλπ. κάτι που τους δίνει επιπλέον ώθηση να περιηγηθούν σε αυτόν τον νέο κόσμο αυξημένης αβεβαιότητας.

Η πανδημία άλλαξε το παιχνίδι για την παγκόσμια βιομηχανία ταξιδιών και φιλοξενίας. Έχει κάνει τις συνήθειες, τις προσδοκίες και τις προτεραιότητες των καταναλωτών να μεταμορφωθούν τόσο βαθιά που πολ-

λές από τις προτιμήσεις τους θα αλλάξουν αμετάκλητα για τα επόμενα χρόνια. Ποια θα είναι η τελική μορφή της τουριστικής βιομηχανίας μόλις η πανδημία του COVID-19 σταδιακά ατονίσει, μένει να φανεί.

Ωστόσο, αυτή η άνευ προηγουμένου κρίση μπορεί να χρησιμεύσει ως ευκαιρία για τη βελτίωση του τρόπου λειτουργίας της τουριστικής βιομηχανίας, ειδικά μέσω της μεγαλύτερης ψηφιοποίησης και της περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.

Καθώς οι χώρες αρχίζουν να αναζητούν ισορροπία, αίροντας σταδιακά τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς και η εμπιστοσύνη των ταξιδιωτών επανέρχεται σιγά σιγά, τα ταξίδια θα ανακάμψουν σταδιακά λόγω της απελευθέρωσης της ζήτησης. Ωστόσο, η επαναφορά των ταξιδιωτών και η αποκατάσταση της εμπιστοσύνης στα ταξίδια θα απαιτήσει δημιουργικότητα και νέες προσεγγίσεις στον τουρισμό που θα αντικατοπτρίζουν τις αλλαγές που έχουν συμβεί τους τελευταίους μήνες. Είναι σαφές, ότι οι ταξιδιωτικές επιχειρήσεις πρέπει να προσπαθήσουν να κατανοήσουν αυτές τις αλλαγές και να προσαρμοστούν στις νέες συνθήκες.

** 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*



*Περιφερειάρχης Δυτικής Μακεδονίας

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Ο τουρισμός δυναμικός τομέας ανάπτυξης στη Δυτική Μακεδονία

«Η περιοχή μας διανύει μία μεταβατική περίοδο λόγω της ενεργειακής μετάβασης από τον λιγνίτη σε πράσινες και φιλικές στον άνθρωπο και το περιβάλλον μορφές ενέργειας. Υπό αυτό το δεδομένο, ο Τουρισμός από ουραγός για την περιοχή μας, ανεβαίνει σε κλίμακα ενδιαφέροντος», τονίζει ο Περιφερειάρχης Δυτικής Μακεδονίας

«**Ο**λη η περιφέρειά μας, θα μπορούσε να είναι από τους δημοφιλέστερους προορισμούς της Ευρώπης. Φυσικές ορεινές λίμνες, οι περισσότερες στην Ελλάδα και εμβληματικά βουνά, προσβάσιμα σε κάθε επισκέπτη φυσιολάτρη και λάτρη χειμερινών δραστηριοτήτων», λέει ο κύριος Κασαπίδης στην εκτενή συνέντευξη που μας παραχώρησε και περιγράφει το όραμά του για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής

- Η Δυτική Μακεδονία διαθέτει πολλούς αγαπημένους χειμερινούς προορισμούς. Πέρυσι λόγω πανδημίας και περιοριστικών μέτρων δεν υπήρξε σεζόν. Ποια είναι η εικόνα φέτος; Πιστεύετε θα είναι καλύτερα τα πράγματα;

Κύριε Καραχρήστο, πριν απαντήσω στην ερώτησή σας, μιας και αναφέρεστε σε χειμερινούς προορισμούς, θα ήθελα να προσδιορίσουμε το χειμερινό προορισμό και από αφηρημένη έννοια να τον κάνουμε συγκεκριμένο. Να του δώσουμε όνομα και υπόσταση.

Αν επιχειρούσαμε να συμπυκνώσουμε την Δ. Μακεδονία σε λίγες λέξεις, αυτές θα ήταν «η Περιφέρεια των Λιμνών & των Ορέων». Ας ξεκινήσουμε λοιπόν από αυτό. Ο χειμώνας είναι φίλος των Δυτικομακεδόνων και όλη η περιφέρειά μας, θα μπορούσε να είναι από τους δημοφιλέστερους προορισμούς της Ευρώπης. Φυσικές ορεινές λίμνες, οι περισσότερες στην Ελλάδα και εμβληματικά βουνά, προσβάσιμα σε κάθε επισκέπτη φυσιολάτρη και λάτρη χειμερινών δραστηριοτήτων. Το ανάγλυφο της Δ. Μακεδονίας είναι ιδανικό για αυτό. Κάποια από τα πλέον σπουδαία χιονοδρομικά κέντρα της χώρας βρίσκονται εδώ. Ενδεικτικά αναφέρω το διάσημο χιονοδρομικό που σχηματίζεται στον αυχένα



της διάβασης Βίγλας – Πισοδερίου, σε υψόμετρο πάνω από 1600μ στον Ν. Φλώρινας. Χιονοδρομικό ολυμπιακών προδιαγραφών για κάθε κατηγορία σκιέρ και με πανοραμική θέα στις δασωμένες πλαγιές του Πισοδερίου. Στην καρδιά της Πίνδου, έχουμε το Εθνικό Χιονοδρομικό Κέντρο Βασιλίτσας με εξαιρετικές πίστες και υποδομές, περιτριγυρισμένο από γραφικούς οικισμούς και μόλις μία ανάσα από τα Γρεβενά και την Εγνατία οδό. Και αυτό πάνω από 1600μ, υψόμετρο, ενώ μόλις λίγα χιλιόμετρα από την Καστοριά έχουμε το Βίτσι, το μικρότερο χιονοδρομικό μας, στα 1800μ, πολύ γραφικό όμως και με αξιόλογες υποστηρικτικές υποδομές και απολύτως κατάλληλο για οικογένειες με μικρά παιδιά ή αρχάριους σκιέρ.

Όμως, οι Χειμερινοί προορισμοί στην Δ. Μακεδονία δεν εξαντλούνται στα χιονοδρομικά κέντρα. Πολλοί οι παραδοσιακοί οικισμοί μας με δημοφιλέστερους το Νυμφαίο, το Βίτσι, τον Πεντάλοφο, την Καλλονή, το Βελβεντό, τη Βλάστη, το Νεστόριο,

τη Σιάτιστα, τις Πρέσπες, τον Άγιο Γερμανό, τη Σαμαρίνα - το ψηλότερο χωριό της Ελλάδας - και πολλούς άλλους λιγότερο γνωστούς, αλλά εξ' ίσου όμορφους, παραδοσιακούς και φιλόξενους, με επαρκείς υποδομές και μαγευτικό φυσικό περιβάλλον.

Κύριε Καραχρήστο, άδραξα την ευκαιρία να ξεφύγω για λίγο από την ερώτησή σας και να κάνω μία πολύ σύντομη αναφορά, διότι θέλω οι αναγνώστες σας να αποκτήσουν μία σαφή εικόνα για την Δ. Μακεδονία. Πολλοί είναι εκείνοι που αδυνατούν να συνδέσουν τις επιλογές που παρέχει η Περιφέρειά μας με τη γεωγραφική οντότητα που τις προσδιορίζει. Αυτό είναι κάτι που προσπαθούμε να το αλλάξουμε. Θέλουμε όταν γίνεται αναφορά στη Δ. Μακεδονία, όλοι να φέρνουν στο μυαλό τους τα αυθεντικά χωριά της, τους φιλόξενους ανθρώπους, τον τόπο, τα βουνά και τις λίμνες της και η επιλογή τους να είναι συνειδητή και στοχευμένη. Να έχει όνομα και ταυτότητα.

Αναφορικά με την ερώτησή σας τώρα.

Συμφωνώ ότι όλες οι οικονομικές δραστηριότητες και ο τουρισμός περισσότερο από κάθε άλλη, επλήγησαν σε μέγιστο βαθμό από την παγκόσμια υγειονομική κρίση. Προφανώς το ίδιο συνέβη και στη Δ. Μακεδονία και μάλιστα τη στιγμή που αρχίσαμε να εστιάζουμε στον τουρισμό και στις εναλλακτικές μορφές του, ως μέγα αναπτυξιακό κεφάλαιο. Φέτος και λόγω των εμβολιασμών, η κατάσταση διαφαίνεται ήδη θετικότερη. Αν κρίνουμε από την πληρότητα των ξενοδοχείων και καταλυμάτων κατά το πρόσφατο τριήμερο της 28ης Οκτωβρίου, η οποία άγγιξε σχεδόν το 100%, ιδιαίτερα στις Ενότητες Φλώρινας και Καστοριάς, είμαστε αισιόδοξοι ότι έρχονται καλύτερες ημέρες. Για τα Χριστούγεννα και την Πρωτοχρονιά και ενώ βρισκόμαστε στα μισά του Νοεμβρίου, οι κρατήσεις, κινούνται ήδη σε πολύ ικανοποιητικά επίπεδα.

- Έχετε αναλάβει πρωτοβουλίες σαν Περιφέρεια για την τόνωση της τουριστικής κίνησης;

Όπως γνωρίζετε, η Περιφέρεια Δ. Μακεδονίας διανύει μία μεταβατική περίοδο λόγω της ενεργειακής μετάβασης από τον λιγνίτη σε πράσινες και φιλικές στον άνθρωπο και το περιβάλλον μορφές ενέργειας. Υπό αυτό το δεδομένο, ο Τουρισμός από ουραγός για την περιοχή μας, ανεβαίνει σε κλίμακα ενδιαφέροντος και αποτελεί πλέον έναν δυναμικό τομέα ανάπτυξης. Στο πλαίσιο αυτό, η Περιφέρεια έχει χαράξει μία πολυδιάστατη στρατηγική, τα αποτελέσματα της οποίας έχουν αρχίσει ήδη να αποδίδουν. Το τουριστικό προϊόν είναι πολυσύνθετο και αποτυπώνει τόσο τον τόπο και τις φυσικές ομορφιές του, όσο και το τεράστιο πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής. Δεν είναι άλλωστε τυχαίος ο χαρακτηρισμός «Περιφέρεια των Λιμνών & των Ορέων». Αναφορικά με τις πρωτοβουλίες αυτές καθ' εαυτές, είναι επίσης πολυδιάστατες. Μέσω της Εταιρείας Τουρισμού της Περιφέρειας είμαστε παρόντες



σε αξιόλογες συμβατικές και διαδικτυακές τουριστικές εκθέσεις και γεγονότα, όπως και ως συνεκθέτες με τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού. Κυρίως όμως προσπαθούμε να προωθούμε το τουριστικό μας προϊόν σε στοχευμένα target groups. Αναφέρω ενδεικτικά τα δύο επιτυχημένα και πολυπληθή fam - press trips με ξένους επαγγελματίες του τουρισμού, τους οποίους ξεναγήσαμε στις ομορφιές και τον πολιτισμό της Δ. Μακεδονίας, αλλά ταυτόχρονα μνήσαμε και στις γεύσεις και τα αυθεντικά μας προϊόντα. Έτσι, φεύγοντας πήραν μαζί τους εξαιρετικά θετικές εμπειρίες για την φιλοξενία των ανθρώπων και το περιβάλλον, την γαστρονομία του τόπου και τον βαρύτιμο πολιτιστικό μας πλούτο, υλικά τα οποία για εμάς αποτελούν βασικά εργαλεία για την προώθηση του τουρισμού μας. Ασφαλώς θα πρέπει να τονίσω ιδιαίτερα την στόχευση σύνδεσης του πρωτογενή μας και δευτερογενή τομέα με τον τριτογενή που είναι ο τουρισμός. Το πρόσφατο Συνέδριο Οινοτουρισμού, πρωτοβουλία του Υπουργείου Τουρισμού, της Περιφέρειάς μας και του ΕΟΤ, είναι προς αυτή την κατεύθυνση. Της διασύνδεσης των εξαιρετικών προϊόντων μας με την τουριστική επισκεψιμότητα. Θα ακολουθήσουν και πολλά άλλα προς την ίδια κατεύθυνση με τον αμπελοϊνικό κλάδο και με άλλες αυθεντικές παραγωγές της περιοχής μας. Στόχος πάντα η εμπειρία και ο επαναπροσδιορισμός του Τουρισμού σε ένα πλαίσιο βιώσιμο, φιλικό προς τον άνθρωπο και το περιβάλλον του.

- Τι θα βοηθούσε στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών στην περιοχή σας; Εκτιμάτε πως θα λειτουργούσε θετικά ένα πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού για τους χειμερινούς προορισμούς;

Όπως προανέφερα για την Περιφέρειά μας ο Τουρισμός είναι ένα οικονομικό κεφάλαιο, όπου δεδομένης ενεργειακής μετάβασης, αποκτά ιδιαίτερη βαρύτητα, μια



Το τουριστικό προϊόν είναι πολυσύνθετο και αποτυπώνει τόσο τον τόπο και τις φυσικές ομορφιές του, όσο και το τεράστιο πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής. Δεν είναι άλλωστε τυχαίος ο χαρακτηρισμός «Περιφέρεια των Λιμνών & των Ορέων»

και είναι μέρος της διαφοροποίησης του παραγωγικού μοντέλου από της έως τώρα πολιτικές και προτεραιότητες για την περιοχή μας. Ως εκ τούτου δίνουμε πολύ μεγάλη προσοχή στον ορθό σχεδιασμό και στην εξασφάλιση των αναγκών υποδομών, προκειμένου να διευρύνουμε την βάση του τουριστικού μας προϊόντος. Η διασύνδεση των πολιτιστικών μας μνημείων, η συντήρηση των περιπατητικών μονοπατιών και η δημιουργία νέων, η ανάπτυξη των παραλίμνιων οικισμών, η φροντίδα των πολύ αξιόλογων βυζαντινών εκκλησιών και μοναστηριών, η συντήρηση των πέτρινων γεφυριών, των αρχοντικών παραδοσιακής αρχιτεκτονικής, η διασύνδεση με την γαστρονομία και την οινική παράδοση, η συλλογική προσπάθεια των επαγγελματιών εστίασης, παραγωγών και ξενοδόχων και η απόκτηση συναίσθησης της σημαντικότητας του τουρισμού από τους πολίτες της Δ. Μακεδονίας είναι στην ίδια γραμμή προτεραιότητας. Υπάρχει ένας αναβρασμός ανάπτυξης σε εξέλιξη και προς κάθε κατεύθυνση, με στόχο



τον εμπλουτισμό και την ανάδειξη του τουριστικού μας προϊόντος. Η προσέλκυση τουριστών έχει πολλές αφετηρίες για εμάς. Το στοίχημα μας είναι να επικοινωνήσουμε απλά και άμεσα το πολυκύμαντο τουριστικό προϊόν της Δ. Μακεδονίας και να την καθιερώσουμε ως προορισμό τεσσάρων εποχών.

Αναφορικά με τον Κοινωνικό τουρισμό, αυτό που θέλω να επισημάνω είναι πως αποτελεί συστατικό στοιχείο του Ευρωπαϊκού τουριστικού προτύπου. Είναι χαρακτηριστικός ο στόχος της Ε.Ε. «να γίνει η ανταγωνιστικότερη και δυναμικότερη οικονομία της γνώσης, ανά την υφήλιο, ικανή για βιώσιμη οικονομική ανάπτυξη με περισσότερες θέσεις εργασίας και με μεγαλύτερη κοινωνική συνοχή». Ο Κοινωνικός τουρισμός συμβάλει ουσιαστικά και θετικά στην επίτευξη αυτού ακριβώς του στόχου. Είναι συστατικό του. Κοινή αποδοχή και ημών ως Περιφερειακή Αρχή, είναι ότι όλοι οι άνθρωποι και χρειάζονται και δικαιούνται, ξεκούραση, ψυχαγωγία, χρόνο επανάκτησης δυνάμεων μετά την

εργασία και ασφαλώς οι μειονεκτούντες, τα στρώματα με χαμηλά εισοδήματα, πρέπει να τυγχάνουν υποστήριξης προκειμένου να δύνανται να συμμετέχουν στον τουρισμό και να επωφελούνται από τα θετικά στοιχεία του. Η Περιφέρειά μας και οι επαγγελματίες του τουρισμού, υποδέχονται με χαρά κάθε επισκέπτη που μέσω του μέτρου του κοινωνικού τουρισμού καθίσταται το ταξίδι του προσιτό και καταβάλουν κάθε προσπάθεια ώστε κάθε χρόνο να φιλοξενούν περισσότερους δικαιούχους. Αν δε κρίνουμε από την επιτυχία του προγράμματος κατά την διάρκεια του Καλοκαιριού, φυσικά και μία τέτοια ενέργεια βρίσκεται στην σωστή κατεύθυνση για την τόνωση της τουριστικής κίνησης στην Δ. Μακεδονία. Η περίοδος εφαρμογής του καθ' όλη την διάρκεια του έτους και όχι μόνο στους χειμερινούς μήνες καθώς η πληρότητα τον Χειμώνα είναι ικανοποιητική. Το πρόγραμμα κοινωνικού τουρισμού πρέπει να δρα υποστηρικτικά και να επεκτείνει την τουριστική σεζόν κάθε τόπου.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα



Κυρίαρχος ο ρόλος της γαστρονομίας

Τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα, αυτά αποτελούν την γαστρονομική μας βάση και κατ' επέκταση στοιχείο της οικονομίας μας. Γνωστά στο πανελλήνιο, αλλά και εκτός Ελλάδας

Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

- Η Δυτική Μακεδονία διαθέτει ομορφιές και αξιοθέατα πολλά εκ των οποίων δεν είναι γνωστά στο ευρύ κοινό. Υπάρχει κάποιο σχέδιο, κάποια στρατηγική προβολής για τη φετινή περίοδο;

Στο άμεσο μέλλον η Δ. Μακεδονία, η Κοζάνη, η Πτολεμαίδα, τα Γρεβενά, η Φλώρινα, η Καστοριά θα αποτελούν έναν πολύ ανταγωνιστικό τουριστικό προορισμό. Και αυτό γιατί το τουριστικό μείγμα μας έχει ευρεία βάση, πολυδιάστατο περιεχόμενο και συνάδει με τις διεθνείς τάσεις στον τουρισμό στην μετά covid-19 εποχή, που θέλουν τον άνθρωπο να επαναπροσδιορίζει την σχέση του με την φύση, το περιβάλλον, τον πολιτισμό και τις παραδόσεις του κάθε τόπου. Ο τουρισμός εμπειρίας είναι προνομιακό συστατικό της Δ. Μακεδονίας και μετατρέπει σε πλεονέκτημα την έλλειψη μετώπου στην θάλασσα. Προφανώς η Στρατηγική μας εστιάζει ακριβώς σε αυτή την τάση, η οποία διαφάνηκε ήδη. Σε συνεργασία με την Εταιρεία Τουρισμού και τους Δήμους, σχεδιάζονται στοχευμένες ενέργειες (π.χ. δημοσιεύματα στον περιοδικό τύπο, infodays σε tour operators, συμμετοχή σε συγκεκριμένες τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού, όπως του Ισραήλ). Με την καταστολή της πανδημίας στοχεύουμε και στην αγορά της Ρωσίας, λόγω των ιδιαίτερα αξιόλογων προσκυνηματικών μνημείων, πραγματικών θησαυρών της Ορθοδοξίας και πίστης. Παράλληλα εστιάζουμε, το πράττουμε ήδη, στην διασύνδεση του πρωτογενή τομέα με τον τριτογενή, προσελκύοντας μερίδιο και από τον αγροτουρισμό και οινικό τουρισμό, όπου η Περιφέρειά μας έχει να επιδείξει εξαιρετικά και μοναδικά δείγματα. Σε συνδυασμό δε και με την γαστρονομική παράδοση της περιοχής, με εισροές από διάφορες φυλετικές ομάδες είμαστε βέβαιοι για την ανταγωνιστικότητα της Δ. Μακεδονίας ως τουριστικό προορισμό τόσο εγχώριων, όσο και ξένων επισκεπτών.

- Διαπιστώνουμε από την ιστοσελίδα της Περιφέρειας πως σε όλες τις πε-



ριοχές διαφημίζεται και η τοπική γαστρονομία, που ομολογουμένως είναι ξεχωριστή. Πόσο έχουν καταφέρει να ενταχθούν τα τοπικά προϊόντα στο τουριστικό προϊόν της περιοχής;

Είναι λογικός και αναμενόμενος ο κυρίαρχος ρόλος της γαστρονομίας. Η γαστρονομία στην Δ. Μακεδονία είναι ταυτόσημη με την ιστορική πορεία της περιοχής μας. Υπάρχει μία πανσπερμία ανθρωπογενών φύλων που τα ιστορικά δεδομένα τους οδήγησαν στην Δ. Μακεδονία και με τον καιρό ενσωματώθηκαν με τους γηγενείς κατοίκους. Πόντιοι, Μικρασιάτες, Ηπειρώτες, Βλάχοι, Χασιώτες, Θρακιώτες, βρήκαν φιλόξενο τον τόπο μας και έμειναν εδώ φέρνοντας μαζί τους τον πλούτο της δικής τους κουλτούρας, τον πολιτισμό τους, τις παραγωγικές τους επιλογές και τις διατροφικές τους συνήθειες. Όλα αυτά με τον χρόνο ενώθηκαν σε μαγικές συνταγές και αποτελούν σήμερα αυτό που με μια λέξη ονο-

μάζουμε γαστρονομία. Σε αυτόν τον πολυσυλλεκτικό πλούτο προστέθηκε και η βαθιά οινική παράδοση της Δ. Μακεδονίας, δημιουργώντας ένα εκρηκτικό σύνολο γευστικών προτάσεων για τους ντόπιους αλλά και τους επισκέπτες μας. Αναφορικά με τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα, αυτά αποτελούν την γαστρονομική μας βάση και κατ' επέκταση στοιχείο της οικονομίας μας. Γνωστά στο πανελλήνιο, αλλά και εκτός Ελλάδας, τα όσπρια των Πρεσπών, της Καστοριάς, του Βαρικού, του Σισανίου και του Καρπερού. Μοναδικός ο κρόκος Κοζάνης δεν χρειάζεται συστάσεις, όπως και τα μανιτάρια των Γρεβενών και οι πιπεριές Φλωρίνης. Παραμένουμε η πρώτη περιφέρεια στην Ελλάδα στην παραγωγή αρωματικών φυτών και βοτάνων. Μοναδικά και τα κρέατα και τα τυροκομικά της Δυτικής Μακεδονίας με το μανούρι Βλάστης, το μπάτζιο Βοΐου, το ανεβατό Γρεβενών αλλά και τη φέτα μας να κερδίζουν βραβεία σε διεθνείς εκθέσεις, μιας και η πρώτη ύλη, το αιγοπρόβριο γάλα, θεωρείται η καλύ-

τερης ποιότητας πανελληνίως, λόγω της ορεινότητας και του τρόπου εκτροφής. Οι οπωρώνες της Καστοριάς, του Αμυνταίου, των Πύργων - Μεσοβουνίου, του Μηλοχωρίου, του Βελβεντού είναι πασίγνωστοι για τα μήλα, τα κεράσια και τα ροδάκινα τους, ενώ ο Πολύμυλος, ο Φούφας, το Σκλήθρο και η Καστανιά Σερβίων είναι ονομαστά για την εξαιρετική πατατοπαραγωγή τους. Το μέγα πλεονέκτημα της περιφέρειάς μας είναι η γεωμορφολογία της και η ορεινότητά της που δίνουν άριστα προϊόντα, αυθεντικά και καθαρά, όπως και υψηλής ποιότητας πρώτη ύλη, όπως τα σιτηρά των Γρεβενών και του Βοΐου από παλιές ποικιλίες, τα τυροκομικά και γαλακτοκομικά, το κρέας, τα ορεινά κηπευτικά κ. ά. Ιδιαίτερη μνεία θέλω να κάνω στην αμπελοκαλλιέργεια και στα πολυβραβευμένα κρασιά της Δ. Μακεδονίας με το ξινόμαυρο να πρωτοστατεί σε διεθνές επίπεδο. Η οινική ζώνη Αμυνταίου, η Σιάτιστα με το παραδοσιακό λιαστό κρασί, το Βελβεντό, τα ορεινά αμπέλια των Γρεβενών, συνοδεύουν επάξια την



*Η Περιφέρειά μας
είναι προικισμένη
με πολύ υλικό
ώστε να γίνει ένας
ανταγωνιστικός
προορισμός για
τον θεματικό τουρισμό*



υψηλή Γαστρονομία της περιοχής μας. Η αγροτική μας παραγωγή μέσω του αγροτικού τουρισμού καθίσταται αιχμή του δόρατος για την προώθηση προτάσεων για μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες και ιδίως σε οικογένειες με μικρά παιδιά που θέλουν να γνωρίσουν τον τρόπο παραγωγής και ζωής των ανθρώπων της υπαίθρου.

Όλα αυτά που σας ανέφερα, έχω αδικήσει σίγουρα πολλά άλλα, λόγου χώρου, διατίθενται σε πάμπολλες πηγές πώλησης στην περιφέρειά μας, αλλά και σε ντελικατέσ-σεν και μεγάλες αγορές της υπόλοιπης Ελλάδας. Μέσω των συνεργειών που αναπτύσσονται ανάμεσα σε επαγγελματίες του τουρισμού και της εστίασης βρίσκουν τον δρόμο τους στα γαστρονομικά πιάτα της περιοχής. Οι Αγροτικοί Συνεταιρισμοί αποτελούν επίσης ένα καλό εφαλτήριο για την προώθησή και ενσωμάτωση των τοπικών προϊόντων. Πλην αυτών, σε κάθε συμμετοχή συνεδριακή ή εκθεσιακή της Περιφέρειας, αλλά και άλλων φορέων η τοπική παραγωγή είναι παρούσα.

- Ποιες είναι η μορφές θεματικού τουρισμού που δείχνουν μεγαλύτερη ανάπτυξη στη Δυτική Μακεδονία και ποιες πιστεύετε ότι έχουν περιθώρια να αναπτυχθούν;

Όπως είναι γνωστό, η Δ. Μακεδονία είναι η μόνη περιφέρεια της χώρας που στερείται θάλασσας. Επομένως είμαστε απαλλαγμένοι εκ προοιμίου από το δίλημμα Ήλιος & Θάλασσα ή εναλλακτικές μορφές τουρισμού; Ότι θεωρείται για κάθε άλλη περιφέρεια της Ελλάδας εναλλακτικό για εμάς αποτελεί την κύρια μορφή τουρισμού. Η Περιφέρειά μας είναι προικισμένη με πολύ υλικό ώστε να γίνει ένας ανταγωνιστικός προορισμός για τον θεματικό τουρισμό. Αυτό το σχεδιάζουμε λαμβάνοντας υπόψη τόσο το ποικίλο απόθεμα της περιοχής, όσο και τις διεθνείς τάσεις στην μετά covid - 19 εποχή οι οποίες προσανατολίζονται στον θεματικό τουρισμό και τον τουρισμό εμπειρίας. Το σύνολο της Στρατηγικής μας επικεντρώνεται στην αξιοποίηση του πλούτου της Δ. Μακεδο-

νίας, στα βουνά της, τις λίμνες της, στην γαστρονομία της, το κρασί της και τα προϊόντα της και στην ανάδειξη του πολιτιστικού και γεωλογικού αποθέματος. Ο Θρησκευτικός και προσκυνηματικός τουρισμός, είναι στις προτεραιότητές μας, αξιοποιώντας την πλούσια Βυζαντινή και μεταβυζαντινή κληρονομιά μας και αξιόλογες Μονές, μοναδικά μνημεία της Ορθοδοξίας μας. Παράλληλη προτεραιότητα είναι και ο Γεωτουρισμός. Το Γεωπάρκο Γρεβενών Κοζάνης, μνημείο Παγκόσμιας Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Unesco, έλκει το ενδιαφέρον πολλών επισκεπτών, φοιτητών και ερευνητών και αποτελεί ήδη τουριστικό προορισμό, ενώ πολλοί είναι εκείνοι που το συνδυάζουν με μία επίσκεψη στον Νεολιθικό οικισμό του Δισπηλιού. Υψηλών απαιτήσεων είναι και οι εμπειρίες στη Φλώρινα, την πόλη των καλλιτεχνών και των νεοκλασικών σπιτιών, μνημείων που στολίζουν την παραποτάμια διαδρομή του Σακουλέβα ποταμού, καθιστώντας την επίσκεψη αυτή αναπόφευκτη δράση για τον επισκέπτη της Περιφέρειάς μας. Ο

φυσιολατρικός και ορειβατικός τουρισμός συγκεντρώνει επίσης έντονο ενδιαφέρον. Από την Βάλια Κάλντα, την Βασιλίτσα και τον Σμόλικα στην Πίνδο, τον Γράμμο, τον Βρανούντα, το Βίτσι, το Άσκιο, τις Πρέσπες και όλες τις άλλες ορεινές λίμνες μας, την Καστοριά, την Σιάτιστα, την Αιανή, πολιτιστική πρωτεύουσα του νομού Κοζάνης, ο επισκέπτης κινείται ανάμεσα σε πόλεις, χωριά, βουνά, λίμνες και ποταμούς, θαυμάζει την λαϊκή αρχιτεκτονική σε Μονές, κτίσματα, πλακόστρωτα και γεφύρια και σίγουρα φεύγει από την Δ. Μακεδονία γεμάτος γεύσεις και εμπειρίες. Ολοκληρώνοντας, θέλω να αναφέρω την τεράστια Βιομηχανική κληρονομιά που αφήνει πίσω της η παύση του λιγνίτη και η οποία πρόκειται να αποτελέσει έναν ιδιαίτερα ενδιαφέροντα και πολύπτυχο επισκέψιμο χώρο, για γνώση και ψυχαγωγία, κατά μήκος του ενεργειακού τόξου της Δυτικής Μακεδονίας που ξεκινά από τα Σέρβια, διασχίζει την Κοζάνη και την Πτολεμαίδα, συναντά το Αμύνταιο και καταλήγει στην ακριτική μας Φλώρινα.

Της **ΣΤΑΥΡΟΥΛΑΣ ΣΤΟΥΜΠΟΥ**

Τα ταξιδιωτικά σχέδια των Χριστουγέννων, είναι αμφίβολα για τους Ευρωπαίους. Ένα μήνα πριν την ημέρα των Χριστουγέννων, υπάρχουν ανησυχίες ότι η κατάσταση του COVID-19 θα μπορούσε να χειροτερέψει πολύ. Η Ευρώπη βρίσκεται ξανά στη δίνη της πανδημίας.

Τα στοιχεία του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (ΠΟΥ) δείχνουν ότι τις τελευταίες επτά ημέρες, η Αυστρία έχει καταγράψει 1.079,5 νέα κρούσματα COVID-19 ανά 100.000 πληθυσμού, το Βέλγιο 613 κρούσματα, η Γερμανία 400,9 και η Ολλανδία 797. Ο μέσος αριθμός κρουσμάτων στην Ευρώπη τις τελευταίες επτά ημέρες για 100.000 κατοίκους είναι 255,9, ενώ το παγκόσμιο ποσοστό είναι 46,3.

Χριστουγεννιάτικες αγορές-πόλος έλξης τουριστών- δημοφιλείς εορταστικοί προορισμοί όπως το Παρίσι, το Λονδίνο αλλά και θέρετρα σκι είναι στον «αέρα». Όπως στον αέρα φαίνεται να τινάζονται και οι ελπίδες για αναθέρμανση της ανάκαμψης της τουριστικής κίνησης, την εορταστική περίοδο.

Οι περισσότερες χώρες της Κεντρικής και Βόρειας Ευρώπης παραδοσιακά ήταν μαγνήτης ταξιδιωτών τις ημέρες των εορτών. Οι περιορισμοί Covid επιστρέφουν σε πολλά μέρη της Ευρώπης μετά από αύξηση των κρουσμάτων και δεν αφήνουν περιθώρια αισιοδοξίας στον κλάδο.

Ο Βρετανός πρωθυπουργός Μπόρις Τζόνσον προειδοποίησε ότι ένα νέο κύμα κρουσμάτων έρχεται, με «σύννεφα καταιγίδας να συγκεντρώνονται πάνω από την ήπειρο». Όλα είναι ρευστά, με τους κανόνες να

Στην δίνη του COVID-19 η σεζόν των Χριστουγέννων στην Ευρώπη

Χριστουγεννιάτικες αγορές-πόλος έλξης τουριστών- δημοφιλείς εορταστικοί προορισμοί όπως το Παρίσι, το Λονδίνο αλλά και θέρετρα σκι είναι στον «αέρα». Όπως στον αέρα φαίνεται να τινάζονται και οι ελπίδες για αναθέρμανση της ανάκαμψης της τουριστικής κίνησης, την εορταστική περίοδο

αλλάζουν σε καθημερινή βάση σε μία προσπάθεια να «σωθούν τα Χριστούγεννα».

Η Αυστρία έγινε η πρώτη χώρα στη δυτική Ευρώπη που επανέφερε πλήρες lockdown. Η Αυστρία υπενθυμίζεται πως ήταν η πρώτη ευρωπαϊκή χώρα που αντιμετώπισε νωρίτερα, τα αυξανόμενα κρούσματα επιβάλλοντας lockdown στους μη εμβολιασμένους.

Τώρα τα έκτακτα μέτρα της, αντικατοπτρίζουν την ανησυχία για τη σοβαρότητα του τέταρτου κύματος του ιού στην Ευρώπη που πλέον είναι το επίκεντρο της πανδημίας. Και το παράδειγμα της χώρας φαίνεται ότι θα ακολουθήσουν και άλλες.

Η χειμερινή περίοδος της Αυστρίας παρεμποδίστηκε από την είδηση του εθνικού lockdown από τις 22 Νοεμβρίου, το δεκα-

πενθήμερο που επρόκειτο να ανοίξουν πολλά από τα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας.

«Αυτό σημαίνει ότι ο τουρισμός θα ανασταλεί προσωρινά», σύμφωνα με την επίσημη ταξιδιωτική πύλη της χώρας. Ήδη, πτήσεις και πακέτα διακοπών στην Αυστρία όπως της Jet2 από το Ηνωμένο Βασίλειο ακυρώθηκαν, μέχρι νεοτέρας.

Οι χειμερινές διακοπές στην Αυστρία, είναι εξαιρετικά σημαντικές για την οικονομία της χώρας, καθώς αντιστοιχούν σε περίπου 60 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις. Με την Αυστρία σε lockdown, τη Γερμανία ένα βήμα πριν από τα αυστηρά μέτρα, την Ολλανδία υπό μερικούς περιορισμούς και με μια ολόένα και πιο επισφαλή κατάσταση στην Ανατολική Ευρώπη -όπου τα ποσοστά

εμβολιασμού είναι πολύ χαμηλότερα από ό,τι στη Δύση- πολλοί ταξιδιώτες εγκαταλείπουν τα σχέδια τους. Η θρυλική χριστουγεννιάτικη αγορά του Μονάχου ακυρώθηκε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά.

Το Βερολίνο απαγόρευσε σε ανεμβολίαστους την είσοδο σε χώρους διασκέδασης, εστιατόρια και μπαρ, ενώ απειλείται και η χειμερινή περίοδος του σκι. Το φάντασμα του lockdown στη Γερμανία, τη μεγαλύτερη οικονομία της Ευρώπης, προκάλεσε αναταραχή στις ευρωπαϊκές αγορές που διψούσαν για οικονομική ανάκαμψη και πωλήσεις κατά τη διάρκεια της χριστουγεννιάτικης περιόδου.

Η περσινή σεζόν του σκι στην Ευρώπη, ήταν μικτή λόγω της πανδημίας. Με τη Γαλλία, τη Γερμανία και την Ιταλία να κλεί-



Η θρυλική χριστουγεννιάτικη αγορά του Μονάχου ακυρώθηκε για δεύτερη συνεχόμενη χρονιά. Το Βερολίνο απαγόρευσε σε ανεμβολίαστους την είσοδο σε χώρους διασκέδασης, εστιατόρια και μπαρ, ενώ απειλείται και η χειμερινή περίοδος του σκι



νουν τις περισσότερες πίστεις για τη σεζόν 2020/21, ενώ η Αυστρία και η Ελβετία άνοιξαν τα περισσότερα θέρετρα τους.

Φέτος, πολλοί προορισμοί με χιονοδρομικά, ελπίζουν να ενισχύσουν τις οικονομίες τους επιτρέποντας στους διεθνείς ταξιδιώτες να επιστρέψουν στα βουνά. Ωστόσο, οι αυξανόμενοι αριθμοί κρουσμάτων COVID-19 σε ορισμένα σημεία για σκι σε όλη την Ευρώπη δημιουργούν εμπόδια στις εθνικές και περιφερειακές κυβερνήσεις.

Κράτη επιβάλλουν εκ νέου lockdown ή εξετάζουν τον περιορισμό του αριθμού των τουριστών που επιτρέπονται στα χιονοδρομικά κέντρα. Οι χώρες παίρνουν τώρα μέτρα, πιστεύοντας πως θα μπορέσουν να αναχαιτίσουν το τέταρτο κύμα της πανδη-

Οι χειμερινές διακοπές στην Αυστρία, που έχει επιβάλει καθολικό lockdown, είναι εξαιρετικά σημαντικές για την οικονομία της χώρας, καθώς αντιστοιχούν σε περίπου 60 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις

μίας νωρίς, ώστε να υπάρξει τουριστική κίνηση τις ημέρες των εορτών.

Τα πρώτα χιονοδρομικά κέντρα άρχισαν να ανοίγουν την περασμένη εβδομάδα, συμπεριλαμβανομένων των Flaine στη Γαλλία, Cervinia στην Ιταλία και Μπάνσκο στη Βουλγαρία. Τα γαλλικά θέρετρα Val Thorens, Chamonix, Deux-Alpes και Val d'Isère πρόκειται να ανοίξουν όλα την επόμενη εβδομάδα. Η Γαλλία βλέπει μια μικρότερη αναζωπύρωση των κρουσμάτων Covid αυτή τη στιγμή. Αλλά τα κύρια θέρετρα της σχεδιάζουν να ανοίξουν για τη σεζόν του σκι, με ορισμένους περιορισμούς υγείας και ασφάλειας.

Ο Γάλλος πρωθυπουργός Ζαν Καστέξ ανακοίνωσε στις 9 Νοεμβρίου ότι τα χιονοδρομικά κέντρα θα παραμείνουν ανοιχτά

αυτόν τον χειμώνα. Και μέχρι στιγμής δεν υπάρχει άλλη ανακοίνωση.

Στην Ελβετία, τα περισσότερα χιονοδρομικά κέντρα είτε έχουν ήδη ανοίξει είτε ανοίγουν τις επόμενες εβδομάδες, χωρίς να έχουν αναφερθεί καθυστερήσεις ή κλείσιμο. Η Ελβετία ήταν η μόνη αλπική χώρα που μπόρεσε να λειτουργήσει σχεδόν πλήρως τα θέρετρα σκι και την ευρύτερη βιομηχανία ορεινής φιλοξενίας, κατά τη διάρκεια της περασμένης χειμερινής περιόδου.

Η Ιρλανδία επιβάλει μεταμεσονύκτια απαγόρευση κυκλοφορίας σε μπαρ, εστιατόρια και νυχτερινά κέντρα από τις 18 Νοεμβρίου. Η χώρα βλέπει μια νέα αύξηση των κρουσμάτων COVID-19, παρά το γεγονός ότι έχει ένα από τα υψηλότερα ποσοστά εμβολιασμού στον κόσμο.



Η φετινή χρονιά θα είναι καλύτερη

«Στην περιοχή μας αναπτύχθηκαν ξενοδοχειακές μονάδες σε διάφορα σημεία, που προωθούν το τουριστικό προϊόν με καινοτόμες πρωτοβουλίες», λέει ο δήμαρχος Δράμας και συμπληρώνει πως είναι ενθαρρυντικό ότι ο ΕΟΤ ετοιμάζει καμπάνια για τις ορεινές περιοχές



Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Την αισιοδοξία του για τη φετινή χειμερινή περίοδο μοιράζεται με την itn Ελληνικός Τουρισμός ο Δήμαρχος Δράμας Χριστόδουλος Μамσάκος, ενώ περιγράφει τις σημαντικές πρωτοβουλίες και κινήσεις που γίνονται στην περιοχή για την ανάπτυξη τουριστικής κίνησης 12 μήνες το χρόνο. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Μамσάκου έχει ως εξής:

- Κύριε Μамсάκο είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Πέρυσι ήταν μια δύσκολη χρονιά, ιδίως για τους χειμερινούς προορισμούς, λόγω των περιοριστικών μέτρων. Πώς είναι τα πράγματα φέτος;

Ο Ελληνικός Τουρισμός επέδειξε φέτος μια αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα και κατάφερε να ξεπεράσει το 50% του 2019 που είχε τεθεί ως στόχος.

Η αναπτυξιακή πορεία του τουρισμού στη χώρα μας εξακολούθησε με θετικό πρόσημο και το Φθινόπωρο και συνεχίζει να προσφέρει στο ΑΕΠ της χώρας. Είναι ενθαρρυντικό ότι το Υπουργείο Τουρισμού και ο ΕΟΤ ξεκινούν ειδική καμπάνια, που θα εστιάσει στις ορεινές περιοχές, ώστε να αποκαλυφθούν σε όλο τον κόσμο οι λιγότερο προβεβλημένοι προορισμοί της ενδοχώρας και των νησιών, που είναι μικροί, αλλά πολύτιμοι.

Είμαι αισιόδοξος για τη φετινή χρονιά. Θα είναι καλύτερη από την περυσινή που επηρεάστηκε σε μεγάλο βαθμό από τα μέτρα για την πανδημία.

- Στη Δράμα έχετε ακολουθήσει μια καμπάνια προσέλκυσης τουριστών



όλη τη διάρκεια του έτους. Έχετε δει αποτελέσματα από τις προσπάθειές σας;

Χωρίς αμφιβολία ο τουρισμός για την πατρίδα μας αποτελεί την λεγόμενη βαριά βιομηχανία.

Τουρισμός δεν είναι μόνο η θάλασσα και ο ήλιος. Είναι και οι άλλες μορφές τουρισμού. Ο χειμερινός, ο θρησκευτικός, ο ιαματικός, ο αρχαιολογικός κ.α.

Στην περιοχή μας αναπτύχθηκαν ξενοδοχειακές μονάδες σε διάφορα σημεία, που προωθούν το τουριστικό προϊόν με διάφορες καινοτόμες πρωτοβουλίες. Ορ-

γανώνουν περιηγήσεις σε βουνά, λίμνες και ποτάμια. Αυτοί οι επιχειρηματίες κρατούν ζωντανό τον τουρισμό 12 μήνες το χρόνο. Έχουν φυσικά την στήριξη των Δήμων, της Αντιπεριφέρειας και του δραστήριου Σωματείου Ξενοδόχων. Τα μέχρι στιγμής δεδομένα είναι πολύ ενθαρρυντικά.

- Με πολύ ενδιαφέρον είδαμε πως δημιουργήθηκε πρόσφατα στη Δράμα φορέας για την προώθηση του θεματικού τουρισμού. Πώς ξεκίνησε η ιδέα και ποιοι είναι οι στόχοι αυτής της προσπάθειας;

Προχωρήσαμε στη σύσταση μιας επιτροπής, της οποίας προεδρεύω με την Περιφερειακή Ενότητα Δράμας, την Αναπτυξιακή Εταιρεία Δράμας, το Σύλλογο Ξενοδόχων Δράμας για να δημιουργήσουμε μια ατζέντα ενεργειών και πρωτοβουλιών που θα ενισχύσουν το τουριστικό μας προφίλ. Δεν είναι μόνο για τον θεματικό τουρισμό. Με δεδομένα όλα τα χαρακτηριστικά της πόλης και του νομού προτίθεται να ασχοληθεί ΚΑΙ με τον θεματικό τουρισμό.

Στην Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης Δράμας συνεργαζόμαστε άριστα, ανταλλάσσουμε πρακτικές, τεχνογνωσία και πολιτικές, που θα ωφελήσουν και στον τουριστικό τομέα την πόλη μας, το Νομό μας. Έχουμε διευρύνει την σύστασή της με τη συμμετοχή και άλλων φορέων με στόχο το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Είναι κάτι που εξελίσσεται καθημερινά σε επίπεδο μελετών, στοχοθεσίας, brand name κλπ.

Ήρθαμε σε επαφή και επικοινωνία με διάφορα κυβερνητικά στελέχη. Κεντρικός μας στόχος είναι ο συντονισμός της προσπάθειας σε επίπεδο ΠΕ Δράμας με τις κεντρικές επιδιώξεις και σχεδιασμό του Υπουργείου Τουρισμού.

- Μένοντας στο θέμα βλέπουμε πως στην πόλη έχουν αναληφθεί πολλές πρωτοβουλίες πολιτιστικές. Έχετε το φεστιβάλ κινηματογράφου μικρού μήκους που είναι πλέον θεσμός, πρόσφατα είδαμε πως διοργανώθηκε και συνάντηση γλυπτών. Έχετε επισκέπτες και από το εξωτερικό σε αυτά τα δρώμενα;

Το Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους είναι κορυφαίος θεσμός κύρους και προβολής του τόπου μας. Είναι από τα κορυφαία Φεστιβάλ σε ολόκληρο τον κόσμο, προβάλλει την Δράμα και δέχεται πολλούς επισκέπτες κυρίως τον Σεπτέμβριο που διοργανώνεται.

Έχουμε επίσης και την ΟΝΕΙΡΟΥΠΟΛΗ που με την ευρύτερη έννοια έχει πολιτι-



στικό αποτύπωμα. Είναι μια συλλογική προσπάθεια που ανέδειξε την Δράμα σε Πρωτεύουσα των Χριστουγέννων. Παρά τα προβλήματα λόγω της πανδημίας, ευελπιστούμε σε μια μεγάλη διοργάνωση και φέτος. Επίσης έχουμε κάθε χρόνο τα Λαϊκά Δρώμενα του Δωδεκαημέρου τον Ιανουάριο, πολλές Πολιτιστικές πρωτοβουλίες, Συνέδρια και Συμπόσια που προσελκύουν επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό.

Όσο για το Συμπόσιο Γλυπτικής διοργανώθηκε στο Κ. Νευροκόπι με την συμμετοχή σπουδαίων καλλιτεχνών από όλο τον κόσμο. Μια πρωτοβουλία του Δήμου που είχε την στήριξη του Συνδέσμου Επιχειρήσεων Μαρμάρου και του Υπουργείου Πολιτισμού.

-Γαστρονομία και οινοτουρισμός είναι δύο ισχυρά «όπλα» για την ένταξη των τοπικών προϊόντων στο τουριστικό προϊόν. Πόσο έχει προχωρήσει αυτή η προσπάθεια στη Δράμα;

Στην προσπάθεια αυτή τον πιο σημαντικό ρόλο έχει η Δραμοινογνωσία που διοργανώνεται με την στήριξη της Περιφέρειας ΑΜΘ και του Δήμου Δράμας.

Η Δραμοινογνωσία είναι ένα παιχνίδι γεύσεων, αρωμάτων, χρωμάτων και ηχοχρωμάτων. Είναι μια πραγματική γιορτή που ξετυλίγεται από τους αμπελώνες στην ύπαιθρο μέχρι τα εστιατόρια, τα στέκια διασκέδασης και τους δρόμους της πόλης, πάντα με επίκεντρο τον οίνο!

Είναι συνάμα και ένα παιχνίδι με τις λέξεις: **Δράμα + Οίνος + Γευσιγνωσία = Δραμοινογνωσία!**

Στόχος της η σύνδεση των Τοπικών προϊόντων με το δραμινό κρασί που είναι διάσημο σε ολόκληρο τον κόσμο.

- Με την έναρξη της νέας θητείας, η ΚΕΔΕ, σας ανέθεσε το αξίωμα του Προέδρου της Επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης για τους Δήμους όλης της Επικράτειας. Με την ιδιότητά σας



Το Φεστιβάλ Ταινιών Μικρού Μήκους είναι κορυφαίος θεσμός κύρους και προβολής του τόπου μας. Είναι από τα κορυφαία Φεστιβάλ σε ολόκληρο τον κόσμο

αυτή θα θέλαμε να σας ρωτήσουμε συνολικά για το πώς βλέπετε να κινούνται τα πράγματα στο εξής, με τις ανατροπές που έχει επιφέρει η πανδημία, αλλά και με το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» να δείχνει πλέον τα όριά του. Προς τα πού θα πρέπει να κατευθυνθούμε;

Η Επιτροπή Τουριστικής Ανάπτυξης της ΚΕΔΕ αυτή την εποχή, περισσότερο παρά ποτέ, έχει να αντιμετωπίσει την ιδιόμορφη κατάσταση που προκάλεσε η πανδημία στην ταξιδιωτική αγορά.

Γνωρίζουμε όλοι ότι ο Τουρισμός αποτελεί σημαντικό πυλώνα στήριξης των τοπικών οικονομιών και κοινωνιών.

Γνωρίζουμε επίσης ότι όλη η Ελλάδα αποτελεί στην ουσία ένα ξεχωριστό τουριστικό προορισμό που, αν δεν έχει αναδειχθεί μέχρι σήμερα, έχει την ευκαιρία να παρουσιάσει τα μοναδικά στοιχεία που διαθέτει κάθε γωνιά της πατρίδας μας.

Σημαντικός συνδυετικός κρίκος αυτών των στοιχείων είναι, μεταξύ άλλων, ο θεματικός χαρακτήρας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος που μπορεί να συνδέσει περιοχές στην προσπάθειά τους να «συναντήσουν» τη ζήτηση.

Αυτό σημαίνει συνέργειες και κοινές προσπάθειες μεταξύ των Δήμων που διαθέ-



τουν κοινά χαρακτηριστικά αλλά και γενικότερες συλλογικές δράσεις που συμβάλουν στη διείσδυση στις αγορές ενδιαφέροντος, ώστε να μεγιστοποιήσουμε το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα που δεν είναι άλλο από το να επαναφέρουμε το συντομότερο τη χώρα στα προ κορονοϊού στοιχεία αφίξεων και εσόδων.

Ταυτόχρονα, καλούμαστε να έχουμε λόγο και ρόλο στις αποφάσεις και τις νομοθετικές πρωτοβουλίες που έχουν άμεση ή και έμμεση σχέση με την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών μας με γνώμονα τη στήριξη της τοπικής επιχειρηματικότητας, τις δημόσιες και τις ιδιωτικές επενδύσεις, την

προσβασιμότητα και πολλά άλλα που, ειδικά αυτή την εποχή, οφείλουν να έχουν ως κοινό παρονομαστή την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και την ασφάλεια των κατοίκων και των επισκεπτών μας. Για το λόγο αυτό επιδιώκουμε την ευρύτερη δυνατή συναίνεση και συνεργασία με την κεντρική κυβέρνηση, με τις Περιφέρειες και με τους συλλογικούς φορείς των επαγγελματιών του τουρισμού συμπεριλαμβανομένων των επιχειρηματιών και των εργαζομένων. Προωθούμε δράσεις δημοσιότητας και συμμετοχή σε Εκθέσεις, τη διοργάνωση σεμιναρίων, τις δημόσιες σχέσεις στον τουρισμό και άλλα.

Υπομονή και επιμονή το μήνυμα του **100% Hotel Show**

Δια ζώσης πραγματοποιήθηκε φέτος η έκθεση 100% Hotel Show 19 με 22 Νοεμβρίου στο MEC Παιανίας. Το ενδιαφέρον του κοινού συγκέντρωσαν τα Hotelier Workshops, όπου σημαντικοί ομιλητές τοποθετήθηκαν για τις κινήσεις που καλούνται να κάνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις, ενόψει της επερχόμενης σεζόν

Γράφει η **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

Ολοκληρώθηκε για άλλη μια χρονιά η τουριστική έκθεση 100% HOTEL SHOW. Το ξεχωριστό event της ξενοδοχειακής αγοράς πραγματοποιήθηκε στις 19-22 Νοεμβρίου στο MEC Παιανίας σε ένα τετραήμερο γεμάτο εμπειρίες. Το 100% Hotel Show αποτελεί εδώ και χρόνια ένα premium εκθεσιακό γεγονός για ξενοδόχους, Villa Owners, επαγγελματίες του τουρισμού, αλλά και αρχιτέκτονες και designers που αναλαμβάνουν Ξενοδοχειακά Projects.

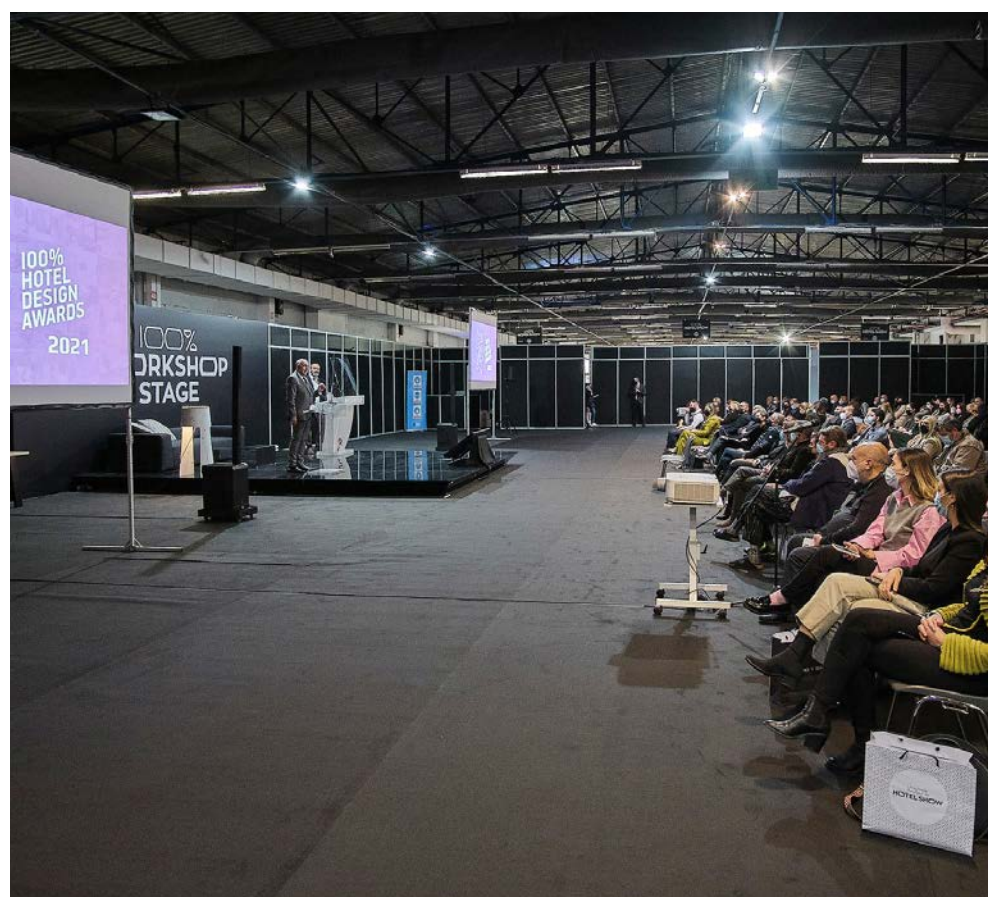
Τα Highlights του 100% Hotel Show ήταν αναμφίβολα τα Hotelier Workshops, καθώς και το VIP Opening Party, ένα από τα δημοφιλέστερα networking events της ξενοδοχειακής αγοράς. Στην έκθεση παραβρεθήκαν πολλοί επαγγελματίες του χώρου με τους περισσότερους να πραγματοποιούν B2B συναντήσεις με στόχο την εξωστρέφεια και ενημέρωση. Η κίνηση δεν θύμιζε προηγούμενες διοργανώσεις, κάνοντας φανερό πως το πλήγμα του Κορωνιού είναι ακόμα εδώ, ειδικά για τον κλάδο του τουρισμού. Το μήνυμα που ξεχώρισε για την ερχόμενη τουριστική σεζόν ήταν υπομονή και επιμονή. Άλλο ένα θέμα που ξεχώρισε στην έκθεση ήταν το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, το οποίο ήδη έχει αρχίσει να απασχολεί ενεργά τον κλάδο του τουρισμού. Το Sustainability γενικότερα δεν είναι μια μόδα αλλά αποτελεί πλέον μια ανάγκη σε κάθε επίπεδο της ζωής μας. Οι ξενοδοχειακές μονάδες οι οποίες δεν θα επενδύσουν σε μια οικολογική και φιλική προς το περιβάλλον τακτική δεν θα καταφέρουν να επιβιώσουν.

Την έκθεση στελέχωσε ένα μεγάλο φάσμα εκθετών που δίνουν ουσιαστικές λύσεις στις ανάγκες του σύγχρονου ξενοδόχου. Το 100% Hotel Show, συνεργάζεται με μια υψηλής τεχνογνωσίας ομάδα επαγγελματιών, οι οποίοι προσδίδουν προστιθέμενη αξία στον θεσμό και συμβάλλουν σημαντικά στην επαυξημένη εμπειρία του επισκέπτη καθώς πληρούν τα κριτήρια



σε Brand Status, Καινοτομία και Χρηστικότητα. Ως συνέπεια της παραπάνω διαδικασίας, προκύπτει μια επιλεγμένη γκάμα εκθετών, σχετικά με: Architecture & Development, Build & Renovation Solutions (Materials-Services), Interior & Exterior Design, Furniture-Textiles-Housekeeping, Hotel Decoration, Hotel Services & Technology, Digital & Sales, Wellness & Operation, Food & Serve.

Από τη φετινή έκθεση δεν θα μπορούσαν να απουσιάζουν τα καθιερωμένα Workshops προσφέροντας σε εκατοντάδες επισκέπτες πρόσβαση σε δωρεάν ξενοδοχειακή γνώση, αλλά και σε πρακτικές ιδέες. Τα φετινά Ξενοδοχειακά Workshops του 100% Hotel Show αποτέλεσαν το κορυφαίο event της διοργάνωσης, συγκεντρώνοντας επισκέπτες υψηλής ποιότητας, οι οποίοι έλαβαν συμβουλές και τεχνογνωσία από τους κορυφαίους επαγγελματίες του κλάδου. Οι ομιλητές των Hotelier



Την έκθεση στελέχωσε
ένα μεγάλο φάσμα
εκθετών που δίνουν
ουσιαστικές λύσεις
στις ανάγκες του
σύγχρονου ξενοδόχου

Workshops προέρχονταν από γνωστές εταιρείες, και βασικός τους στόχος ήταν να μεταδώσουν γνώση και συμβουλές, στους επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου. Τα Hotelier Workshops χωρίστηκαν σε ένα τριήμερο αφιερωμένο στην

ξενοδοχειακή στρατηγική και οργάνωση παρουσιάζοντας προηγμένη θεματολογία, που εξασφαλίζουν ουσιαστική τεχνογνωσία στους επισκέπτες που τα παρακολούθησαν. Για τις ανάγκες των workshops στήθηκε μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα, με κέντρο αναφοράς το σύγχρονο και επιβλητικό Workshop Stage, όπου έγιναν οι σχετικές παρουσιάσεις και ομιλίες. Visitors Profile, Ξενοδόχοι, Villa Owners, Αρχιτέκτονες, Διακοσμητές, Κατασκευαστικές Εταιρείες, Tour Operators/ Travel Agents, Σύμβουλοι Επιχειρήσεων, Επενδυτές, Νέοι Επαγγελματίες του Ξενοδοχειακού κλάδου, Επαγγελματίες Γενικής Ειδικότητας, Suppliers και Σπουδαστές συμμετείχαν στα workshops. Να σημειωθεί τέλος πως το 100% Hotel Show έχει ήδη στο ενεργητικό του 8 ιδιαίτερα επιτυχημένες διοργανώσεις από το 2014 και έπειτα ενώ το 2020 πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά λόγω της πανδημίας.



BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

info@bci24news.com

Η υψηλή ραπτική είναι ο επαγγελματικός τομέας στον οποίο εργάζονται οι σχεδιαστές πολυτελών ενδυμάτων.

Σήμερα, είναι οργανωμένη γύρω από «οίκους υψηλής ραπτικής», μερικές πολύ παλιές μάρκες, στις οποίες πολλοί μεγάλοι σχεδιαστές μόδας έχουν συνεργαστεί όλα αυτά τα χρόνια. Παίζει έναν πρωτοποριακό ρόλο και τα έργα της προ διανομούν τη μόδα.



Γράφει ο
Δημήτρης
Τριανταφυλλίδης
CEO Meliortempus
Development Ltd

Στη Γαλλία, από όπου κατάγεται, η «υψηλή ραπτική» είναι μια νομικά προστατευ-

μένη ονομασία. Οι οίκοι υψηλής ραπτικής πρέπει να πληρούν μια σειρά κριτηρίων: εργασία που γίνεται χειροποίητα στα εργαστήρια του οίκου, δύο τουλάχιστον εργαστήρια, συγκεκριμένος αριθμός εργαζομένων, μοναδικότητα των εξατομικευμένων κομματιών, δύο παραστάσεις μόδας στο ημερολόγιο της υψηλής ραπτικής κάθε χρόνο, αριθμός περασμάτων ανά παράσταση (τουλάχιστον είκοσι πέντε), χρήση μιας συγκεκριμένης επιφάνειας υφάσματος.

Στα μέσα της δεκαετίας του 1960, μια ομάδα νεαρών στυλιστών που εμφανίστηκαν στον απόηχο του Christian Dior δημιούργησαν τους δικούς τους παριζιάνικους οίκους. Οι πιο διάσημοι είναι ο Yves Saint Laurent, Pierre Cardin, André Courrèges και ο Emanuel Ungaro. Αργότερα στον 20ο αιώνα, εμφανίστηκαν ο Christian Lacroix, ο Jean-Paul Gaultier και ο Thierry Mugler: στη δεκαετία του 1980, μετά από μια μακρά περίοδο παρακμής, η υψηλή ραπτική επανέκτησε τον δυναμισμό της.

Αυτή η δραστηριότητα καθιστά δυνατή την επιείκεια πολλών προμηθευτών, των οποίων η επιχείρηση είναι γενικά βιοτεχνική και παλιά, όπως ο κεντητής Lesage ή ο Lemarié που δουλεύει με τα φτερά.

Αλλά αν δεν είναι κερδοφόρα, η υψηλή ραπτική χρησιμεύει ως βιτρίνα για τη διάδοση της εικόνας του εμπορικού σήματος των οίκων, γεγονός που τους επιτρέπει να προωθούν στην αγορά τα prêt-à-porter για ένα ευρύτερο πελατολόγιο, καθώς και, όλο και περισσότερο, αξεσουάρ και αρώματα, δύο εξαιρετικά κερδοφόρες δραστηριότητες.

Όλοι αυτοί οι σχεδιαστές μόδας είχαν ένα κοινό: την αγάπη για την ομορφιά και την επιθυμία να εξυψώσουν τα γυναικεία σώματα.

Ποια είναι λοιπόν η σχέση μεταξύ υψηλής ραπτικής και τουρισμού;

Οι προορισμοί ως... «υψηλή ραπτική»

Η υψηλή ραπτική δεν είναι παρά οι premium προορισμοί μας, τους οποίους προβάλλουμε, τους οποίους βάζουμε στη βιτρίνα μας. Είναι αυτοί που θα τραβήξουν όλους τους άλλους προορισμούς από την κορυφή και θα τους κάνουν κερδοφόρους



Αρκετοί, ξεκινώντας από το συντονισμό και τη χρήση των προγονικών γνώσεων που μεταδίδονται από γενιά σε γενιά από τεχνίτες και ανθρώπους διαφορετικών επαγγελμάτων: ένας παραλληλισμός με τα τοπικά προϊόντα που χωρίς αυτά δεν θα υπήρχε κάποια ιδιαιτερότητα σε κάθε προορισμό.

Φανταστείτε έναν τουριστικό προορισμό χωρίς τίποτα να δείξει στους επισκέπτες, χωρίς να μπορεί να προωθήσει τον γαστρονομικό, πολιτιστικό ή ανθρώπινο πλούτο του. Τίποτα δεν θα του επέτρεπε να επιλεγεί.

Στη συνέχεια, αυτή η αγάπη για την ομορφιά και την εξάχνωση των σωματινών.

Η αγάπη για τη χώρα μας και τις πόλεις και τα χωριά μας, με το να κάνουμε τα

Μπορούμε να είμαστε βιώσιμοι με τον μαζικό τουρισμό; Η απάντηση είναι όχι. Υπάρχουν αρκετοί πελάτες για αυτό το μοντέλο; Η απάντηση είναι ναι. Όλοι οι σημαντικοί προορισμοί ξεκίνησαν μια αλλαγή πολύ πριν από την υγειονομική κρίση για να μειώσουν τον αριθμό των επισκεπτών διατηρώντας παράλληλα τα έσοδά τους

πάντα για να τα ενισχύσουμε, να τα κάνουμε όμορφα και ελκυστικά. Είναι θέμα των δημιουργών αλλά και του καθενός από εμάς. Το να αγαπάς τη χώρα σου είναι να σέβεσαι το περιβάλλον σου, να το φροντίζεις προσωπικά για να το κρατάς καθαρό και να είσαι ανοιχτός στους άλλους.

Η ομορφιά! Οι Έλληνες έχουν μια έκφραση για να εξηγήσουν αυτή τη συμμαχία: αυτή του «καλού και αγαθού», ενός συλλόγου δύο λέξεων: του καλού (του όμορφου) και του αγαθού (το καλό). Χαρακτηρίζει τον άνθρωπο που είναι σωματικά όμορφος και ηθικά ευγενής.

Τον αιώνα του Περικλή (495-429 π.Χ.), η Αθήνα λάμπει με όλη της τη λαμπρότητα και θα ονομαστεί «ο δάσκαλος



Καρλ Λάγκερφελντ



Κριστιάν Ντιόρ



Υβ Σεν Λοράν

του κόσμου». Η ελληνική γλυπτική -ο δισκοβόλος (460-450 π.Χ.)- αναζητά μια ιδανική ομορφιά λειτουργώντας μια σύνθεση ζωντανών σωμάτων. Εναρμονίζει την ομορφιά των μορφών και την ομορφιά της ψυχής. Η Αθήνα ξαναχτίζει τους κατεστραμμένους ναούς για να επιδείξει περήφανα την ανωτερότητά της και στις τέχνες. Στους ύμνους, η ομορφιά εκφράζεται σε αρμονία με τον Κόσμο, στη γλυπτική με σεβασμό στην αναλογία και την αρμονία των μορφών, στη ρητορική και την ποίηση με ρυθμό, μέχρι τις παραστατικές και διακοσμητικές τέχνες που εφευρίσκουν την άποψη. Η Αθήνα επιτυγχάνει υλική ευημερία και πρωτοφανή μεγαλοπρέπεια.

Είναι αυτή η ομορφιά για την οποία μι-

λάμε, η ομορφιά των τοπίων μας και η ομορφιά των πληθυσμών μας. Είναι αυτή η ομορφιά που αναζητούν οι επισκέπτες μας, γιατί την έχουν μελετήσει και θαυμάσει. Αυτή είναι η ιδέα της ομορφιάς που πρέπει να παρουσιάζουν οι προορισμοί μας, αυτή είναι η βάση του brand μας, τόσο μακριά από τα κλισέ «ούζο, μουσακάς και συρτάκι» ή «θάλασσα και ήλιος».

Η υψηλή ραπτική δεν είναι παρά οι premium προορισμοί μας, τους οποίους προβάλλουμε, τους οποίους βάζουμε στη βιτρίνα μας. Είναι αυτοί που θα τραβήξουν όλους τους άλλους προορισμούς από την κορυφή και θα τους κάνουν κερδοφόρους. Όπως κάνουν τα υπόλοιπα προϊόντα που σχετίζονται με την υψηλή ραπτική, τα αρώματα και τα

prêt-à-porter που επιτρέπουν στη βιομηχανία της μόδας να επιβιώσει οικονομικά.

Τελικά, είναι και οι σχεδιαστές της μόδας, λίγο αλλά λαμπροί, που δημιουργούν την αγορά και τη φήμη μιας εταιρείας, ενός προορισμού. Δεν είναι η μάζα, αλλά μερικοί που έχουν την τεχνογνωσία, που επιλέγουμε για να προωθήσουν τα χρώματά μας ψηλά. Εκλεκτικισμός; Ίσως! Αλλά πάνω απ' όλα αξιοκρατία. Δεν είναι άσχημη λέξη, είναι ευγενής! Αυτά είναι παραδείγματα που πρέπει να ακολουθήσουμε, άνδρες και γυναίκες για αντιγραφή.

Αυτό είναι το όραμά μου για τον ελληνικό τουρισμό: ομορφιά, ανθρώπινες αξίες, τοπικά προϊόντα, τεχνογνωσία, ... το διαμάντι της Μεσογείου, όχι για

όλους δυστυχώς, αλλά για εκείνους που μπορούν να το εκτιμήσουν και να το πληρώσουν.

Αυτό ανταποκρίνεται επίσης στην επιθυμία μας για βιώσιμο τουρισμό. Μπορούμε να είμαστε βιώσιμοι με τον μαζικό τουρισμό; Η απάντηση είναι όχι. Υπάρχουν αρκετοί πελάτες για αυτό το μοντέλο; Η απάντηση είναι ναι. Όλοι οι σημαντικοί προορισμοί ξεκίνησαν μια αλλαγή πολύ πριν από την υγειονομική κρίση για να μειώσουν τον αριθμό των επισκεπτών διατηρώντας παράλληλα τα έσοδά τους.

Οι συνταγές υπάρχουν, το ίδιο και η τεχνογνωσία, απλά πρέπει να το θέλουμε, να το αποφασίσουμε και ρωτήσουμε εκείνους που είχαν το πέτυχον σε άλλες ξένες αγορές.



*Πρόεδρος του Επιμελητηριακού Ομίλου
Ανάπτυξης Ελληνικών Νησιών
και του Επιμελητηρίου Λευκάδας

Μόνο ο Αύγουστος δεν θα φέρει την ανάκαμψη

«Η χώρα μας έχει όλα τα χαρακτηριστικά και τη μορφολογία, ώστε να μπορεί να προσελκύει τουρίστες 12 μήνες το χρόνο», επισημαίνει ο κύριος Σκιαδαρέσης και υπογραμμίζει ότι «οι μεγάλες απώλειες του τουριστικού κλάδου, κυρίως κατά το 2020, αλλά και το 2021, δεν είναι πρακτικά εφικτό να καλυφθούν από τη δυναμική και τη ροή τουρισμού ενός, δύο ή ακόμη και τριών μηνών και ειδικά σε όλες τις περιφέρειες»



Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Την ανάγκη παράτασης των μέτρων στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων επισημαίνει ο πρόεδρος της ΕΟΑΕΝ και πρόεδρος του Επιμελητηρίου Λευκάδας κύριος Σωτήρης Σκιαδαρέσης, καθώς όπως λέει η φετινή θετική χρονιά δεν μπορεί να καλύψει τις απώλειες της περασμένης περιόδου. Ταυτόχρονα εξηγεί πως η Ελλάδα μπορεί να γίνει ετήσιος προορισμός, αν γίνουν οι κατάλληλες κινήσεις. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Σκιαδαρέση έχει ως εξής:

- Κύριε Σκιαδαρέση είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Ο Νοέμβρης πλησιάζει στο τέλος του και νομίζω πως μπορούμε να έχουμε πλέον μια πιο «καθαρή» αποτίμηση της σεζόν. Τουριστικά οι στόχοι πιάστηκαν, αλλά θα θέλαμε να μας πείτε ποια ήταν τα αποτελέσματα συνολικά για τις νησιωτικές οικονομίες;

Θα ήθελα να σας ευχαριστήσω θερμά για τη δυνατότητα που μου δίνεται ως πρόεδρος του ΕΟΑΕΝ και του Επιμελητηρίου Λευκάδας να απευθυνθώ στους αναγνώστες σας, αναλύοντας σημαντικά ζητήματα που απασχολούν τον κλάδο του τουρισμού. Της βαριάς βιομηχανίας της χώρας μας. Η τουριστική σεζόν έφτασε στο τέλος της και –σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε μέχρι στιγμής στη διάθεσή μας– μπορούμε να πούμε, ότι το 2021 ήταν μια ικανοποιητική χρονιά η οποία επιβεβαίωσε τις αρχικές προβλέψεις και προσδοκίες μας. Το γεγονός ότι κατορθώσαμε να φτάσουμε το 50%-60% της τουριστικής περιόδου του 2019, απαιτούσε μελετημένη στόχευση, μεθοδικότητα, αλλά πολύ



περισσότερο, συνεργασία και συνένωση δυνάμεων. Θα πρέπει όμως να γίνει αντιληπτό – και αυτό το επισημαίνω με ιδιαίτερη έμφαση – ότι μόνον ένας καλοκαιρινός μήνας, ο Αύγουστος δεν είναι δυνατόν να φέρει την ανάκαμψη. Να καλύψει τις ανάγκες και τις συσσωρευμένες υποχρεώσεις των ασχολουμένων με τον τουρισμό. Οι μεγάλες απώλειες του τουριστικού κλάδου, κυρίως κατά το 2020, αλλά και το 2021, δεν είναι πρακτικά εφικτό να καλυφθούν από τη δυναμική και τη ροή τουρισμού ενός, δύο ή ακόμη και τριών μηνών και ειδικά σε όλες τις περιφέρειες της χώρας μας. Για το λόγο αυτό πιστεύω – και αυτό το έχουμε καταστήσει σαφές σε όλους τους θεσμικούς συνομιλητές μας, τόσο ως ΕΟΑΕΝ όσο και ως Επιμελητήριο Λευκάδας – ότι ο κλάδος χρήζει συνεχιζόμενης υποστήριξης, με παράταση των κυβερνητικών μέτρων για την ενίσχυση των επιχειρήσεων έως τον Ιούνιο του 2022.

- Πάγια συζήτηση είναι η επέκταση της τουριστικής περιόδου, η αντιμετώπιση της εποχικότητας. Γίνονται βήματα; Υπάρχουν σκέψεις στον ΕΟΑΕΝ για κινήσεις προς αυτή τη κατεύθυνση;

Είναι αλήθεια ότι φέτος διαπιστώθηκε, ότι έγιναν κάποια σημαντικά βήματα για την επέκταση της τουριστικής περιόδου, με αποτέλεσμα ακόμη και τώρα που επικοινωνούμε με τους αναγνώστες σας, να υπάρχουν αλλοδαποί τουρίστες σε ορισμένες περιοχές.

Η χώρα μας έχει όλα τα χαρακτηριστικά και τη μορφολογία, ώστε να μπορεί να προσελκύει τουρίστες 12 μήνες το χρόνο. Οι κλιματολογικές συνθήκες, σε συνδυασμό με τις υψηλού επιπέδου υποδομές και πολύ περισσότερο με το ανθρώπινο δυναμικό που υπηρετεί με αγάπη τον κλάδο, θεωρώ ότι αποτελούν ισχυρά συστατικά που ενισχύουν αυτή μας τη δυνατότητα. Πέραν των ανωτέρω, η ανάπτυξη εναλ-



Από το Επετειακό Επιστημονικό Συνέδριο που διοργάνωσε ο ΕΟΑΕΝ από 12-13 Νοεμβρίου στον Πειραιά



λακτικών ή θεματικών μορφών τουρισμού, πάντα όμως με την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών προς τον επισκέπτη, θεωρώ πως μπορεί να εξασφαλίσει τουριστική ροή 365 ημέρες το χρόνο. Και μάλιστα διαμοιρασμένη σε όλη τη χώρα, αναλόγως με τα χαρακτηριστικά κάθε τόπου, τις δυνατότητές του, τις προτάσεις του προς τους επισκέπτες. Κάθε τόπος, μικρός ή μεγάλος, δημοφιλής ή λιγότερο γνωστός, έχει κάτι να πει. Το δικό του αφήγημα στον επισκέπτη. Είτε είναι φυσικός πλούτος, είτε είναι πολιτισμός, είτε γαστρονομία, είτε εμπειρία, σίγουρα αν επικοινωνηθεί σωστά, είναι σχεδόν βέβαιο ότι θα έχει θετικά αποτελέσματα.

Βεβαίως αυτό προϋποθέτει σωστό σχεδιασμό, στρατηγική, στόχευση του κοινού στο οποίο επιθυμεί να απευθυνθεί – και στο οποίο θα είναι σε θέση να προσφέρει όσα υπόσχεται – και το βασικότερο, συνεργασία μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων. Όλων των τοπικών φορέων, οι οποίοι θα συνδιαμορφώσουν το τουριστικό προϊόν και το οποίο θα υπηρετήσουν πιστά. Εκεί πιστεύω ότι κρύβεται το μυστικό της επιτυχίας. Στον από κοινού σχεδιασμό του τι είναι αυτό που μπορούμε να προσφέρουμε λαμβάνοντας υπόψη μας τη φέρουσα υποδομή, τη φέρουσα τουριστική ικανότητα του κάθε τόπου, αλλά και του πώς μπορούμε να το υποστηρίξουμε (αναφερόμαστε στους τρόπους, στα μέσα επικοινωνίας και προβολής). Μέσα από αυτόν τον σχεδιασμό, κάθε τόπος, μπαίνει μέσα από



*Εχουμε καταστήσει
σαφές σε όλους τους
θεσμικούς συνομιλητές
μας, τόσο ως ΕΟΑΕΝ
όσο και ως Επιμελητήριο
Λευκάδας - ότι ο κλάδος
χρήζει συνεχιζόμενης
υποστήριξης, με παράτα-
ση των κυβερνητικών
μέτρων για την ενίσχυση
των επιχειρήσεων
έως τον Ιούνιο του 2022*

τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στον τουριστικό χάρτη της χώρας μας, διευρύνοντας έτσι τόσο τη δυναμική του ελληνικού τουρισμού, όσο και τις δικές του αναπτυξιακές δυνατότητες.

Γιατί ο τουρισμός – και αυτό είναι κάτι που πρέπει να το θυμίζουμε αλλά και να επιδιώκουμε – μπορεί και πρέπει να υποστηρίξει ουσιαστικά και τους υπόλοιπους τομείς της οικονομίας. Τον πρωτο-

γενή και το δευτερογενή τομέα. Ειδικά για τη διασύνδεση του τουρισμού με την γαστρονομία γίνονται καθημερινά σε όλη την Ελλάδα πολύ σημαντικά βήματα, τα οποία όχι μόνο αναβαθμίζουν το συνολικό τουριστικό μας προϊόν, αλλά πολύ περισσότερο θα πρέπει να χρησιμοποιούν και να αναδεικνύουν – και αυτός θα πρέπει να είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός – τα εξαιρετικής ποιότητας τοπικά προϊόντα μας. Η διασύνδεση των τοπικών προϊόντων με το τουριστικό προϊόν πράγματι είναι ζωτικής σημασίας τόσο για την αναβάθμιση της εμπειρίας των επισκεπτών αλλά και για τις τοπικές οικονομίες.

Τα τελευταία χρόνια γίνεται μια σημαντική προσπάθεια από τοπικές επιχειρήσεις να προσφέρουν τοπικά προϊόντα υψηλής διατροφικής αξίας και ποιότητας. Για παράδειγμα το λάδι, το μέλι, το κρασί, τα κηπευτικά, τα τυριά, το κρέας και το ψάρι αποτελούν πρώτες ύλες για πιάτα ιδιαίτερης γευσιγνωσίας. Οι τοπικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προσφέρουν όλο και καλύτερα προϊόντα και δεν βασίζονται πλέον μόνο στα παραδοσιακά προϊόντα αλλά περισσότερο στη διαφοροποίηση και τη μοναδικότητα των γεύσεων. Έχουμε δει ότι αυτό αρέσει στους τουρίστες και επιλέγουν τη χώρα μας για τη γαστρονομία της. Σίγουρα έχουμε ακόμη δρόμο μπροστά μας και πρέπει να γίνει ακόμη περισσότερη προσπάθεια από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα. Κάθε μας κίνηση όμως, θα πρέπει

να γίνεται με τρόπο συντονισμένο και πάντα σύμφωνα με τις δυνατότητες και τις υποδομές κάθε περιοχής. Σε καμία περίπτωση δεν θέλουμε να υποβαθμίσουμε τα χαρακτηριστικά των τοπικών κοινωνιών. Γίνεται μια συλλογική προσπάθεια από το σύνολο των φορέων που συμμετέχουν στον ΕΟΑΕΝ, ώστε να ακολουθήσουμε μια κοινή πολιτική αναφορικά με την επέκταση της τουριστικής περιόδου, σεβόμενοι όμως πάντα τα τοπικά οικοσυστήματα. Το περιβάλλον, τις τοπικές κοινωνίες, το πολιτιστικό απόθεμα κάθε τόπου, τις συνήθειές του. Θέλουμε την τουριστική ανάπτυξη κάθε τόπου αναλόγως του τι μπορεί να προσφέρει, αλλά δεν επιθυμούμε τον «κανιβαλισμό» του.

Σεβασμός στους τόπους και στους ανθρώπους τους, θα έλεγα πως πρέπει να είναι το σύνθημά μας από εδώ και πέρα και βάσει αυτού θα πρέπει να σχεδιάζουμε. Είμαι ένθερμος υποστηρικτής του ότι ο τουρισμός ως ένα ιδιότυπο, τεράστιο κανάλι επικοινωνίας, μπορεί πραγματικά να έχει εξαιρετικά πολλαπλασιαστικά οφέλη για την ελληνική οικονομία. Τα εκατομμύρια των επισκεπτών μας, μπορούν και πρέπει να γίνουν εν δυνάμει πρεσβευτές της εικόνας μας, των προϊόντων μας, των αναπτυξιακών μας δυνατοτήτων. Αυτό βεβαίως προϋποθέτει αλήθεια και συνέπεια σε όσα υποσχόμαστε, από πλευράς μας. Αλλιώς το αποτέλεσμα θα είναι ακριβώς το αντίθετο.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα



Ήταν μια πολύ καλή χρονιά για τον Θαλάσσιο Τουρισμό

Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

- Θαλάσσιος τουρισμός και γαστρονομία θα μπορούσαν να συνεισφέρουν στην αύξηση των επισκεπτών και στη διεύρυνση της σεζόν. Κάποια Επιμελητήρια έχουν ήδη λάβει σημαντικές πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση. Υπάρχουν συζητήσεις για κάποια δράση που θα αφορούσε το σύνολο του νησιωτικού χώρου πάνω σε αυτά τα θέματα;

Για το Θαλάσσιο τουρισμό το 2021 πράγματι ήταν μια πολύ καλή χρονιά. Ο φόβος της πανδημίας οδήγησε πολλούς τουρίστες στην απόλαυση που παρέχει ο θαλάσσιος τουρισμός. Αξίζει να σημειωθεί, πως σε πολλές περιοχές της χώρας, έως τις αρχές Νοεμβρίου, υπήρχαν ακόμη τουρίστες θαλάσσιου τουρισμού. Λαμπρό παράδειγμα η Λευκάδα, η οποία βρίσκεται στο κέντρο του Ιονίου πελάγους, πολύ κοντά στην Ηπειρωτική Ελλάδα, με μια ιδιαίτερης φυσικής ομορφιάς πολυνησία από 24 κατοικημένα και ακατοίκητα νησιά, των οποίων οι πανέμορφοι κολπίσκοι και οι μαγευτικές παραλίες τους τους αποδίδουν – δικαίως θα έλεγα – τον τίτλο του Ελντοράντο του θαλάσσιου τουρισμού. Η Λευκάδα τα τελευταία χρόνια, έχει κάνει πραγματικά άλματα στην προσέλκυση ιστιοπλοϊκού τουρισμού, σε σημείο που δυσκολευόμαστε πλέον να εξυπηρετήσουμε την αυξημένη ζήτηση ελλιμενισμού σκαφών.

Δεν γκρινιάζουμε όμως, καθώς αυτή η αυξημένη ζήτηση, σημαίνει αγάπη για το νησί μας, σημαίνει αυξημένα έσοδα για τις επιχειρήσεις μας και για αυτό ευχαριστούμε θερμά όλους τους επισκέπτες μας. Θα προσπαθήσουμε να γίνουμε ακόμη καλύτεροι.

- Μέσα στο 2022 αναμένεται να ξεκινήσουν να λειτουργούν τα υδατοδρόμια και τα νησιά θα αποκτήσουν ένα ακόμη μέσο μεταφοράς. Πόσο πιστεύετε ότι θα βοηθήσουν;

Σε ότι αφορά στην πολυαναμενόμενη λειτουργία των πρώτων υδατοδρομίων το 2022, θα σας πω πως τα αναμένουμε με ιδιαίτερο ενδιαφέρον, καθώς πιστεύουμε ότι τα οφέλη τους είναι θα αρκετά και σημαντικά, όπως η διασύνδεση μεταξύ των νησιών η οποία προσφέρει άμεσα νέες τουριστικές προοπτικές για πολλά από

«Ο φόβος της πανδημίας οδήγησε πολλούς τουρίστες στην απόλαυση που παρέχει ο θαλάσσιος τουρισμός. Αξίζει να σημειωθεί, πως σε πολλές περιοχές της χώρας, έως τις αρχές Νοεμβρίου, υπήρχαν ακόμη τουρίστες θαλάσσιου τουρισμού»



Η Λευκάδα τα τελευταία χρόνια, έχει κάνει πραγματικά άλματα στην προσέλκυση ιστιοπλοϊκού τουρισμού, σε σημείο που δυσκολευόμαστε πλέον να εξυπηρετήσουμε την αυξημένη ζήτηση

αυτά, ιδιαιτέρως τα πιο μικρά, η ανάπτυξη των αναγκαίων υποδομών και δικτύων στα νησιά προκειμένου να είναι σε θέση να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες τους, η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και η περιφερειακή ανάπτυξη. Για να έχουμε όμως ουσιαστικά οφέλη και όχι παράπλευρες «απώλειες» θα πρέπει η λειτουργία τους να διακατέχεται από κανόνες προστασίας του περιβάλλοντος και σεβασμού της καθημερινότητας των νησιωτών μας. Φαντάζομαι όμως, ότι όλα αυτά θα έχουν ήδη ληφθεί υπόψη τόσο από την ηγεσία του υπουργείου τουρισμού, όσο και από τις περιφερειακές και τοπικές διοικήσεις.

- Τι χρειάζεται να γίνει σήμερα για τη νησιωτικότητα; Ποιες είναι οι υποδομές ή και οι υπηρεσίες που λείπουν από τα νησιά; Πρόσφατα διοργάνωσατε και συνέδριο με αφορμή

τα 200 χρόνια της Επανάστασης, το οποίο περιλάμβανε και τη συζήτηση για την ανάπτυξη των νησιών. Ποιες προτάσεις κατατέθηκαν;

Όλα σχεδόν τα παραπάνω, συζητήθηκαν στο Επετειακό Επιστημονικό Συνέδριο που διοργάνωσε ο ΕΟΑΕΝ από 12-13 Νοεμβρίου στον Πειραιά. Σε αυτό το μικτό συνέδριο, στο οποίο μετείχαν η κεντρική διοίκηση, εκπρόσωποι της αυτοδιοίκησης, της ακαδημαϊκής κοινότητας (εκπροσωπήθηκαν 12 πανεπιστήμια της χώρας μας), της κοινωνίας των πολιτών, της οικονομίας και των επιμελητηρίων, αναπτυξιακών και θεσμικών φορέων της χώρας μας, άνοιξε ένας πολύ μεγάλος διάλογος για όλα τα προβλήματα, αλλά και τις προοπτικές της νησιωτικής Ελλάδας, της νησιωτικής οικονομίας, του νησιωτικού επιχειρείν.

Κοινή διαπίστωση αλλά και πρόθεση όλων όσων βρεθήκαμε αυτές τις 2 ημέρες και στις 14 ώρες των συνεδριακών εργασιών στο δημοτικό θέατρο Πειραιά, αλλά και οι εισηγήσεις των περισσότερων από 60 ομιλητών, ήταν, ότι μόνο όλοι μαζί μπορούμε να πάμε μπροστά. Με ειλικρινή διάλογο, σχεδιασμό, κοινή στρατηγική και δράσεις. Προς την ίδια κατεύθυνση, με την ίδια δυναμική. Το αποτύπωμα του συνεδρίου μας, τα συμπεράσματα του οποίου σύντομα θα ανακοινωθούν από την επιστημονική μας επιτροπή σε ειδική έκδοση, συμπυκνώνονται σε μία μόνο λέξη. ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ!

Σε αυτό συμφωνήσαμε όλοι. Και στη διαπίστωση, αλλά και στη δέσμευση ότι σε αυτή την νέα αναπτυξιακή πρωτοβουλία του ΕΟΑΕΝ για την πρόοδο και ανάπτυξη των νησιών μας, θα πρέπει να είμαστε δυναμικά παρόντες.

Το Häagen-Dazs του Βόλου



Häagen Dazs Café για όλους τους λάτρεις του παγωτού και όχι μόνο, μια μοναδική εμπειρία που ξεκινάει στην παραλία του Βόλου. Στην καρδιά της παραλίας του Βόλου, δίπλα από τη θάλασσα, το Häagen Dazs σας καλωσορίζει και σας υπόσχεται ένα ταξίδι γεύσεων και μοναδικών εμπειριών! Από την αρχή το Häagen Dazs υπήρξε πραγματικά ξεχωριστό με 22 μοναδικές γεύσεις παγωτού χωρίς συντηρητικά, μεγάλη ποικιλία από γλυκά και φυσικά εκλεκτό καφέ ILLY σε ένα τεράστιο θερμαινόμενο χώρο ιδανικό και για παιδιά μπροστά στη θάλασσα! Τα παιδιά σας απασχολούνται από εκπαιδευμένο προσωπικό. Η σταθερή αξία της πόλης μας!



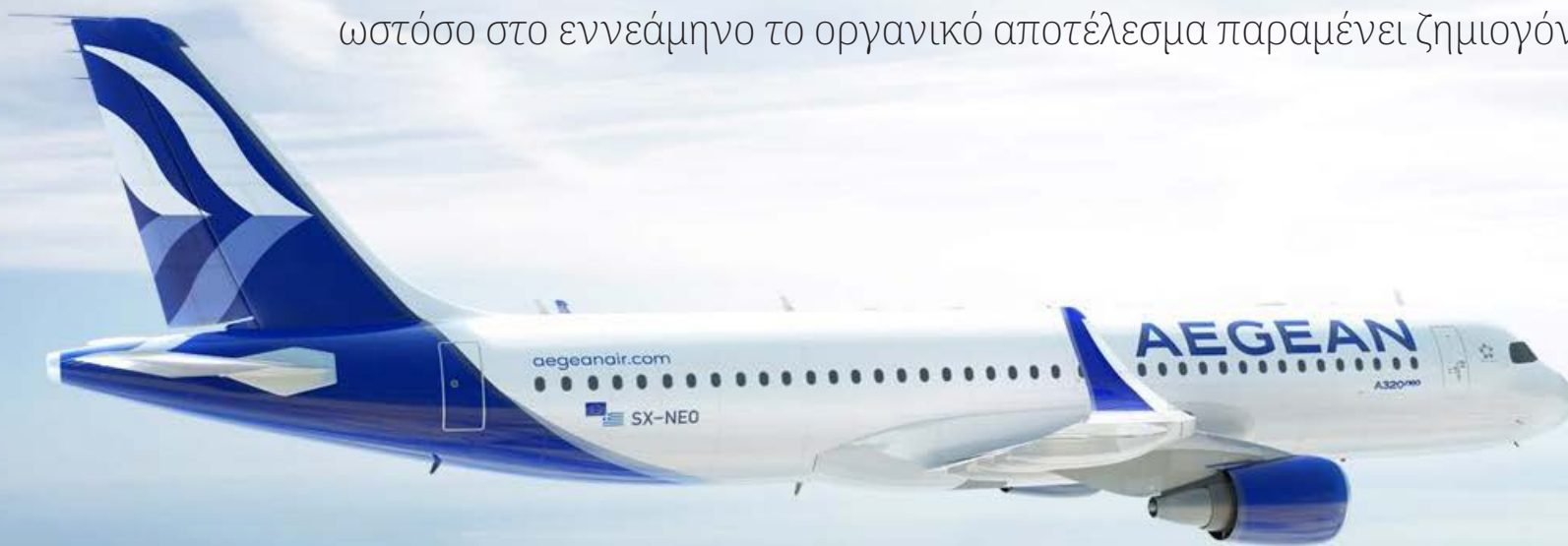
Αργοναυτών 56, παραλία Βόλου
Τηλ: 2421022840

 Haagen Dazs Volos  haagen_dazs_volou



Κερδοφόρο τρίμηνο για την Aegean Airlines

Ο όμιλος κατέγραψε τα πρώτα θετικά αποτελέσματα από την αρχή της πανδημίας με την οργανική κερδοφορία του ομίλου να διαμορφώνεται στα €59 εκατ., ωστόσο στο εννεάμηνο το οργανικό αποτέλεσμα παραμένει ζημιογόνο



Το πρώτο κερδοφόρο τρίμηνο από την έναρξη της πανδημίας κατέγραψε η Aegean Airlines το γ' τρίμηνο του 2021, με διπλασιασμό μάλιστα του κύκλου εργασιών της σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2020. Η οργανική κερδοφορία του ομίλου διαμορφώθηκε στα €59 εκατ., ωστόσο στο εννεάμηνο το οργανικό αποτέλεσμα παραμένει ζημιογόνο. Η εταιρεία κατέγραψε 3,3 εκατ. επιβάτες στο τρίμηνο. Τα EBITDA σε επίπεδο εννεαμήνου διαμορφώθηκαν σε 157,2 εκατ. ευρώ, ενώ τα κέρδη μετά από φόρους διαμορφώθηκαν στα 28,8 εκατ. ευρώ.

Όπως αναφέρεται στην εταιρική ανακοίνωση, με την ισχύ του Ευρωπαϊκού Πιστοποιητικού Εμβολιασμού και την άρση του μεγαλύτερου μέρους των περιορισμών στην μετακίνηση κατά το τρίτο τρίμηνο του 2021, η AEGEAN επιχείρησε με μεγαλύτερη προσφερόμενη χωρητικότητα υπερδιπλασιάζοντας τα μεγέθη του κύκλου εργασιών, αλλά και της επιβατικής κίνησης εξωτερικού σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2020.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί ότι το τρίτο τρίμηνο του 2021 είναι το πρώτο

τρίμηνο από την έναρξη της πανδημίας που ο Όμιλος καταγράφει οργανική κερδοφορία, προσφέροντας το 76% της χωρητικότητας σε χιλιομετρικές θέσεις (ASK's) συγκριτικά με το αντίστοιχο προ

πανδημίας τρίτο τρίμηνο του 2019. Στο διάστημα αυτό η εταιρεία λειτούργησε με απευθείας πτήσεις προς το εξωτερικό από τις βάσεις της σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Ρόδο, Χανιά, Κέρκυρα, Μύκονο

και Λάρνακα υποστηρίζοντας την σταδιακή επιστροφή στην κανονικότητα και το τουριστικό προϊόν της χώρας.

Ο κ. Δημήτρης Γερογιάννης, Διευθύνων Σύμβουλος, ανέφερε σχετικά: «Αξιοποιήσαμε αποτελεσματικά την επανερχόμενη ζήτηση προς την χώρα μας και την σταδιακή άρση των περιορισμών. Για άλλη μια φορά προσαρμόσαμε με ευελιξία το πρόγραμμά μας, ανταποκρινόμενοι στις ευκαιρίες από μεγάλες αγορές όπως είναι η Γερμανία, η Γαλλία, το Βέλγιο, η Ολλανδία και η Αυστρία, αλλά και σε αγορές με σημαντικούς περιορισμούς όπως η Αγγλία, η Ρωσία, οι Σκανδιναβικές χώρες και το Ισραήλ.

Η πανδημία είναι φυσικά ακόμη εδώ και οι προκλήσεις της είναι μεγάλες, ιδιαίτερα τον επερχόμενο χειμώνα, που στην χώρα μας είναι και υπό κανονικές συνθήκες αδύναμος σε ζήτηση. Πιστεύουμε όμως ότι το 2022 θα είναι ισχυρότερο, ήδη από το δεύτερο τρίμηνο του έτους, επιτρέποντάς μας καλύτερη ποιότητα εκμετάλλευσης και καλύτερη απόδοση στις εξελισσόμενες επενδύσεις αναβάθμισης στόλου και υπηρεσιών».

Κρατική βοήθεια \$44 εκ. προσφέρει το Ισραήλ σε αεροπορικές εταιρείες

Τα μέλη του ισραηλινού υπουργικού συμβουλίου ενέκριναν ένα πρόσθετο σχέδιο διάσωσης για τις αεροπορικές εταιρείες που υπέστησαν περαιτέρω ζημιά από την εξάπλωση του στελέχους Delta του κορονοϊού, ανέφεραν τα υπουργεία Οικονομικών και Μεταφορών σε κοινή δήλωσή τους. Η συνολική κρατική βοήθεια δεν θα ξεπεράσει τα 44 εκατομμύρια δολάρια για όλους τους αερομεταφορείς του Ισραήλ και θα λάβει τη μορφή τριετών ομολόγων τα οποία δεν αποδίδουν τόκους. Μια αεροπορική εταιρεία που είναι εισηγμένη στο χρηματιστήριο θα έχει τη δυνατότητα να μετατρέψει ένα ομόλογο σε μετοχές που θα διατεθούν στο κράτος κατά τη λήξη. Στην περίπτωση αυτή, το κράτος δεν θα κατέχει περισσότερο από το 24% του μετοχικού κεφαλαίου μιας αεροπορικής εταιρείας και δεν θα έχει δικαίωμα ψήφου.

Ο υπουργός Μεταφορών Merav Michaeli δήλωσε ότι το σχέδιο εξισορροπεί τις ευθύνες της κυβέρνησης με εκείνες των μετόχων που ελέγχουν τις αεροπορικές εταιρείες. «Ωφελεί πρώτα το ισραηλινό δημόσιο και διασφαλίζει τη σταθερότητα των εταιρειών και των εργαζομένων τους», δήλωσε.



Οι **American Airlines** και **JetBlue** σε «διαμάχη» με το Υπουργείο Δικαιοσύνης των ΗΠΑ

Η American Airlines και η JetBlue Airways ζητούν από δικαστήριο να απορρίψει την αγωγή του Υπουργείου Δικαιοσύνης των ΗΠΑ κατά της βορειοανατολικής συμμαχίας τους. Το αίτημά τους υλοποιεί τις πολύμηνες δηλώσεις τους με τις οποίες υποστηρίζουν ότι οι ισχυρισμοί της ρυθμιστικής αρχής έχουν ελάχιστη βάση και ότι η συμμαχία θα φέρει περισσότερο -και όχι λιγότερο- ανταγωνισμό στους ταξιδιώτες στις βορειοανατολικές ΗΠΑ.

Οι αερομεταφορείς υποστήριξαν ότι το Υπουργείο Δικαιοσύνης απέτυχε να αποδείξει πραγματική ζημία στους καταναλωτές από τη συμμαχία και να δείξει ότι η American και η JetBlue έχουν από κοινού «ισχύ στην αγορά» - ή τη δυνατότητα να αυξήσουν τις τιμές περιορίζοντας τη χωρητικότητα - στην αίτηση απόρριψης που κατέθεσαν στο Περιφερειακό Δικαστήριο των ΗΠΑ για την Περιφέρεια της Μασαχουσέτης τη Δευτέρα. Χαρακτήρισαν τους ισχυρισμούς ως «ελαττωματικούς».

«Προχωράμε ολοταχώς στην επέκταση, όπως θα έπρεπε. Αυτό είναι το όλο θέμα: Ότι αυτό είναι καλό για τους καταναλωτές», δήλωσε ο διευθύνων σύμβουλος της American Doug Parker σχετικά με τη συμμαχία. Πρόσθεσε ότι η αεροπορική εταιρεία «θα τους αποδείξει ότι κάνουν λάθος», αναφερόμενος στο Υπουργείο Δικαιοσύνης, εάν η ρυθμιστική αρχή συνεχίσει να ασκεί την αγωγή της.

Το Υπουργείο Δικαιοσύνης των ΗΠΑ ισχυρίστηκε στην αγωγή που κατέθεσε τον Σεπτέμβριο ότι η συμμαχία επέτρεψε στην American και την JetBlue να «συγχωνεύσουν ουσιαστικά τις δραστηριότητές τους» στη Βοστώνη και τη Νέα Υόρκη, τις δύο μεγαλύτερες αεροπορικές αγορές στα βορειοανατολικά και μεταξύ των μεγαλύτερων στις ΗΠΑ. Η ρυθμιστική αρχή ισχυρίστηκε ότι το σύμφωνο θα κοστίσει στους καταναλωτές «εκατοντάδες εκατομμύρια δολάρια σε ζημία» και το παρομοίασε με μια «σύγχρονη εκδοχή ενός επιχειρηματικού τραστ του 19ου αιώνα».

Δίπλα στους σεισμόπληκτους του Αρκαλοχωρίου η SKY express

Την έμπρακτη στήριξή της προς τους πολύπαθους κατοίκους του Αρκαλοχωρίου του Δήμου του Μινιά Πεδιάδος στην Κρήτη που επλήγησαν τόσο από τον καταστροφικό σεισμό του Σεπτεμβρίου, όσο και από την καταιγίδα που ακολούθησε, ανακοινώνει η αεροπορική εταιρεία SKY express. Με απόφαση του Διοικητικού Συμβουλίου, η εταιρεία θα καλύπτει 1000 γεύματα επί πέντε μήνες για τους σεισμοπαθείς που στεγάζονται στον καταυλισμό των καταλυμάτων και οικίσκων που έχουν τοποθετηθεί στην περιοχή. Η συνολική αξία της πρωτοβουλίας στήριξης ανέρχεται στο 1 εκατομμύριο ευρώ. Παράλληλα στις 18 Νοεμβρίου, στο Αεροδρόμιο Ν. Καζαντζάκης πραγματοποιήθηκε ο πρώτος συνοπτικός απολογισμός των ενεργειών της Κυβέρνησης και των αρμόδιων Φορέων, με θέμα τους πρόσφατους σεισμούς της περιοχής Αρκαλοχωρίου, προσκεκλημένος ήταν και ο κ. Ανδρέας Γρύλος Συνιδιοκτήτης του Ομίλου



IOGR, ο οποίος έκανε γνωστό «ότι τα γεύματα που προσφέρει ο Όμιλος θα επεκταθούν για όσο χρειαστεί, παρ' όλο που είχαν αρχικά προγραμματιστεί για 5 μήνες, για τον Όμιλο μας ήταν αυτονόητο να σταθούμε στο πλευρό των συμπολιτών μας αυτή τη δύσκολη ώρα. Η Κρήτη είναι ενωμένη σε αυτή τη δυσκολία. Το Αρκαλοχώρι θα ξανασταθεί στα πόδια του πιο όμορφο από ποτέ», τόνισε ο ίδιος.

Σε διακανονισμό \$4,5 εκατ. στοχεύει η Air Canada με τις ΗΠΑ

Η Air Canada συμφώνησε σε διακανονισμό ύψους 4,5 εκατομμυρίων δολαρίων για την επίλυση έρευνας της αμερικανικής κυβέρνησης σχετικά με ισχυρισμούς ότι χιλιάδες επιστροφές χρημάτων σε επιβάτες αεροπορικών μεταφορών καθυστέρησαν, ανακοίνωσε το υπουργείο Μεταφορών. Ο προτεινόμενος διακανονισμός, ο οποίος πρέπει ακόμη να εγκριθεί από διοικητικό δικαστή, θα επιλύσει την έρευνα του αμερικανικού υπουργείου Μεταφορών σχετικά με αυτό που είπε ότι ήταν «ακραίες καθυστερήσεις στην παροχή επιστροφών σε χιλιάδες καταναλωτές για πτήσεις από ή προς τις Ηνωμένες Πολιτείες που ο αερομεταφορέας ακύρωσε ή άλλαξε σημαντικά». Από τον διακανονισμό των 4,5 εκατομμυρίων δολαρίων, 2,5 εκατομμύρια δολάρια θα πιστωθούν στην Air Canada για την επιστροφή χρημάτων στους επιβάτες και 2 εκατομμύρια δολάρια θα καταβληθούν στο Υπουργείο Οικονομικών των ΗΠΑ. Η Air Canada δήλωσε ότι συμφώνησε να προβεί σε διακανονισμό χωρίς να διαπιστωθεί κάποιο αδίκημα για να αποφευχθεί η παρατεταμένη δικαστική διαμάχη, καθώς η Air Canada εστιάζει, μαζί με όλους τους ενδιαφερόμενους, στην ανοικοδόμηση μετά την πανδημία. Επιπλέον τόνισε ότι έχει παράσχει 575 εκατ. δολάρια σε επιστροφές χρημάτων για πτήσεις από ή προς τις ΗΠΑ που άλλαξαν σημαντικά από τον Μάρτιο του 2020, καθώς και περισσότερα από 7,85 εκατ. δολάρια σε πληρωμές καλής θέλησης σε επιβάτες που δεν δικαιούνται επιστροφή χρημάτων βάσει της αμερικανικής νομοθεσίας.





*Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος
της Hellenic Seaplanes

Το 2022 θα είναι η χρονιά των υδροπλάνων

Σε Τήνο και Πάτμο θα γίνουν οι πρώτες πτήσεις υδροπλάνων μέσα στο πρώτο τρίμηνο της νέας χρονιάς, ενώ θα ακολουθήσουν οι Σποράδες και η Εύβοια. «Προσδοκία μας είναι να ενώσουμε την Ελλάδα με υδροπλάνα και για να επιτεχθεί αυτό απαιτείται η ανάπτυξη ισχυρών δικτύων υδατοδρομιών», λέει ο κύριος Χαραλάμπους



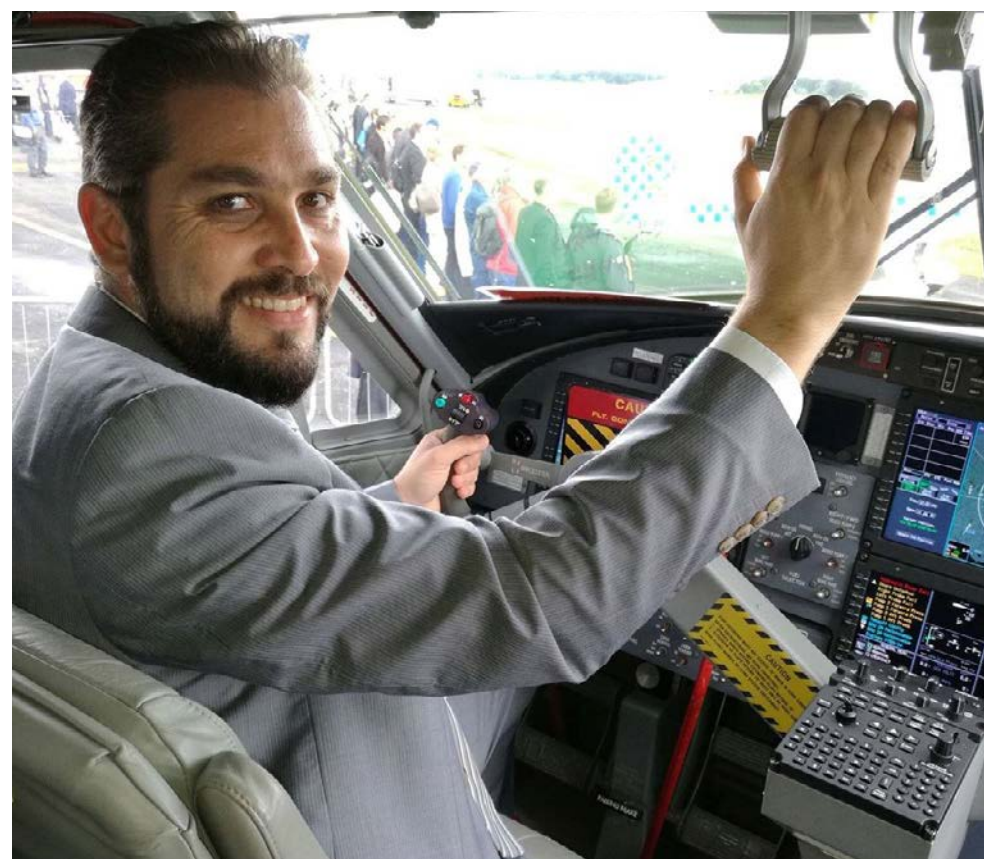
Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Η επόμενη χρονιά φαίνεται πως θα ανήκει στα υδροπλάνα, καθώς όπως μας λέει ο ιδρυτής και πρόεδρος της Hellenic Seaplanes κύριος Νικόλας Χαραλάμπους οι πρώτες πτήσεις αναμένονται μέσα στο πρώτο τρίμηνο του 2022. «Προτεραιότητα της Hellenic Seaplanes είναι να ενισχύσει τη συνδεσιμότητα των νησιών μεταξύ τους, να μειώσει τους χρόνους εξυπηρέτησης και αερομεταφοράς των επιβατών σε σχέση με άλλα μέσα μεταφοράς και να επιφέρει την άρση της απομόνωσης που βιώνουν πολλές περιοχές», μας λέει ανάμεσα στα πολλά ενδιαφέροντα που μοιράστηκε μαζί μας. Η συνέντευξη του κυρίου Χαραλάμπους έχει ως εξής:

- Κύριε Χαραλάμπους είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Την άνοιξη ξεκινούν τη λειτουργία τους τα υδατοδρόμια έπειτα από πολυετή αναμονή. Ποιες είναι οι προσδοκίες σας;

Η Hellenic Seaplanes δρομολογεί να πραγματοποιήσει τις πρώτες πτήσεις της μέσα στο πρώτο τρίμηνο του 2022, εάν όλα κυλήσουν βάση προγράμματος που έχει συμφωνηθεί με τους συνεργαζόμενους δημόσιους φορείς και τα λιμενικά ταμεία, σε δύο νησιά του Αιγαίου, την Τήνο και την Πάτμο. Οι δύο αυτοί προορισμοί προκρίνονται μέχρι αυτή τη στιγμή καθώς στην Τήνο έχει εγκριθεί η νέα χωροθέτηση της υποδομής και πλέον μπαίνουμε στη φάση της υλοποίησης, ενώ στο υδατοδρόμιο Πάτμου έχει εγκατασταθεί ο οικίσκος και η πλωτή πλατφόρμα πρόσδεσης υδροπλάνων.

Μετά την ομαλή εκκίνηση των ταξιδιών μας και τη διασύνδεση της Αττικής με τα



πρώτα υδατοδρόμια στο Αιγαίο, στόχος μας είναι να ακολουθήσει η πτητική λειτουργία των υδροπλάνων της Hellenic Seaplanes σε Θεσσαλία, με την πραγματοποίηση ταξιδιών μεταξύ Βόλου, Σκύρου, Σκοπέλου και Αλοννήσου ενώ σε πρώτο πλάνο είναι και η διασύνδεση των προορισμών αυτών με τα υδατοδρόμια Κύμης, Χαλκίδας, Αλιβερίου, Καρύστου και Αιδηψού, στην Εύβοια.

Προσδοκία μας είναι να ενώσουμε την Ελλάδα με υδροπλάνα και για να επιτεχθεί αυτό απαιτείται η ανάπτυξη ισχυρών δικτύων υδατοδρομιών τόσο στη νησιωτική όσο και στην ηπειρωτική χώρα και συγκεκριμένα σε παραθαλάσσιες περιοχές και λίμνες. Τα υδατοδρόμια που απαρτίζουν το δίκτυο υδατοδρομιών που δημιουργείται στην Ελλάδα και ενισχύεται καθημερινά με νέα αιτήματα από δήμους και λιμενικά ταμεία, βρίσκονται σε διαφορετική φάση εξέλιξης και ετοιμότητας το ένα με το άλλο. Όλα τα στελέχη της Hellenic

Seaplanes εργάζονται πυρετωδώς πάνω στους τεχνικούς φακέλους αδειοδότησης των υδατοδρομιών που έχουμε αναλάβει και σε συνεργασία με τους δημόσιους φορείς επιδιώκουμε την επιτάχυνση των διαδικασιών, εναρμονισμένοι με τον νόμο της κυβέρνησης περί ίδρυσης υδατοδρομιών και υδάτινων πεδίων.

- Έχουμε εικόνα ποιο θα είναι το κόστος για μια πτήση με υδροπλάνο; Ή για να το πούμε διαφορετικά απευθύνεστε στο ευρύ κοινό, ή σε συγκεκριμένο target group;

Η Hellenic Seaplanes προετοιμάζει το πτητικό της πλάνο, το οποίο περιλαμβάνει τόσο οργανωμένες όσο και ναυλωμένες πτήσεις, όπως επίσης και πτήσεις περιηγητικές-τουριστικές πάνω από σημαντικά αξιοθέατα, αεροδιακομιδής ασθενών και μεταφοράς εμπορευμάτων. Το κόστος για τις charter πτήσεις δεν θα ξεπερνάει το

κόστος της αντίστοιχης υπηρεσίας αερομεταφοράς επιβατών με ελικόπτερο ενώ όσον αφορά τις προγραμματισμένες πτήσεις με υδροπλάνα, ενδεικτικά ένα ταξίδι με απόσταση 170 χλμ, θα καλύπτεται σε 34' με κόστος περίπου 85 ευρώ.

Γενικότερα, το κόστος του εισιτηρίου θα κυμαίνεται αναλόγως των χρονικών αποστάσεων που καλύπτουν τα υδροπλάνα όπως επίσης και της ζήτησης που έχει το εκάστοτε δρομολόγιο. Παρά ταύτα η Hellenic Seaplanes οργανώνει το πλάνο της κατά κύριο λόγο με γνώμονα πτήσεις που δεν θα ξεπερνούν τα 45' και κατά συνέπεια το κόστος θα έχει εκ των πραγμάτων ταβάνι γύρω στα 90 ευρώ.

Το προσιτό κόστος χρήσης των υδροπλάνων συγκαταλέγεται στα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα του ως μεταφορικό μέσο, αφού η επιλογή του επιτρέπει πτήσεις value for money και γρήγορα ταξίδια για έναν επιβάτη.

- Οπωσδήποτε η προσφορά μίας ακόμη επιλογής στις αερομεταφορές συνιστά πλεονέκτημα για την αύξηση της τουριστικής κίνησης, πέραν αυτού όμως υπάρχουν και άλλα οφέλη για τους προορισμούς που θα αποκτήσουν υδατοδρόμια;

Προτεραιότητα της Hellenic Seaplanes είναι να ενισχύσει τη συνδεσιμότητα των νησιών μεταξύ τους, να μειώσει τους χρόνους εξυπηρέτησης και αερομεταφοράς των επιβατών σε σχέση με άλλα μέσα μεταφοράς και να επιφέρει την άρση της απομόνωσης που βιώνουν πολλές περιοχές, ειδικά τους χειμερινούς μήνες. Τα οφέλη αυτά ενισχύουν την τουριστική ταυτότητα των προορισμών που επιλέγουν να δημιουργήσουν την υποδομή του υδατοδρομίου αλλά αποτελούν και βήμα δημιουργίας νέων ευκαιριών.

Η διαμόρφωση και η υλοποίηση αυτής της νέας εθνικής μεταφορικής υποδομής θα έχει ως αποτέλεσμα το άνοιγμα νέων θέσεων εργασίας στα υδατοδρόμια που σύμφωνα με προβλέψεις μας μπορεί να φτάσει σε έναν αριθμό της τάξεως των 1000 ατό-



μων και θα αφορά πολλές και διαφορετικές ειδικότητες.

Επιπροσθέτως, έχοντας κύριο μέλημα την στήριξη της τοπικής κοινωνίας και της ανάπτυξης της, τα υδατοδρόμια θα προσελκύσουν αναμφίβολα τις εμπορικές συνεργασίες με τοπικές επιχειρήσεις, καθώς στο επιχειρησιακό μας πλάνο προβλέπεται το εκάστοτε υδατοδρόμιο να διαθέτει πολλαπλές παροχές υπηρεσιών εστίασης, καταστήματα ή κιόσκια με τοπικά προϊόντα και αναμνηστικά ενθύμια. Τα οφέλη όμως επεκτείνονται και πέρα όμως από το φάσμα της εμπορικής ανάπτυξης ενός προορισμού, όπως στον τομέα της υγείας, καθώς τα υδροπλάνα δύναται να εξυπηρετούν την τάχιστα αεροδιακομιδή ασθενών, ενώ στο πλάνο μας υπάρχει το ενδεχόμενο πιθανής δημιουργίας σταθερών σταθμών πυροσβεστικής και ανεφοδιασμού υδροπλάνων πυρόσβεσης σε περιοχές-κλειδιά, σε συνεργασία με το Πυροσβεστικό Σώμα Ελλάδας, ενισχύοντας με αυτόν τον τρόπο και τον κλάδο της ασφάλειας.

- Διαβάζουμε πως ενόψει της έναρξης των πτήσεων με υδροπλάνα η Hellenic Seaplanes έχει προχωρήσει και σε σημαντικές συνεργασίες. Θέλετε να μας μιλήσετε για αυτό;

Λίγο πριν την εκκίνηση των πτήσεών μας μέσα στο 2022, προετοιμαζόμαστε σε όλα τα επίπεδα ώστε να εξυπηρετήσουμε στο έπακρο με ποιοτικές προσφερόμενες υπηρεσίες όλους τους επιβάτες μας. Για να επιτευχθεί αυτό ακολουθούμε πιστά το πλάνο μας, που περιλαμβάνει μεταξύ άλλων, τη σύναψη έξυπνων και στρατηγικών συνεργασιών με εταιρείες από διάφορους κλάδους πέραν του αεροπορικού. Η επισφράγιση συνεργασιών «τρέχει» εδώ και χρόνια από την Hellenic Seaplanes, όταν τα υδροπλάνα δεν ήταν ακόμα στο προσκήνιο αλλά πλέον μιλάμε από άλλη βάση και επιδιώκουμε την συνεχή εξέλιξη και ολιστική ενίσχυση του χαρτοφυλακίου συνεργασιών μας με καινοτόμα προϊόντα, ιδέες, συνδυασμούς και υπηρεσίες. Με το



*Το προσιτό κόστος
χρήσης των υδροπλάνων
συγκαταλέγεται
στα ανταγωνιστικά
πλεονεκτήματα του
ως μεταφορικό μέσο,
αφού η επιλογή του
επιτρέπει πτήσεις value
for money και γρήγορα
ταξίδια για έναν επιβάτη*

βλέμμα στο μέλλον και την καλπάζουσα ανάπτυξη που επιδεικνύει η αγορά των ηλεκτροκίνητων οχημάτων, η Hellenic Seaplanes θα πορευτεί μαζί με τη Future Electric και την ιταλική αυτοκινητοβιομηχανία Tazzari, της οποίας αποτελεί εμπορικός αντιπρόσωπος στην Ελλάδα, προσφέροντας ενοικιαζόμενα ηλεκτροκίνητα οχήματα στους επιβάτες που θα επιλέγουν τα υδατοδρόμιά της. Ταυτόχρονα η αεροπορική εταιρεία, έχει εστιαστεί στο κενό που υπάρχει στην προσφορά ταχείας μεταφοράς εμπορευμάτων στην Ελλάδα, για αυτό και έχει προχωρήσει στη σύναψη συνεργασίας με την Probotech προσφέροντας 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 PROBOTEX, τα οποία θα δύνανται να παρέχουν γρήγορες υπηρεσίες παράδοσης σε ανταγωνιστικό κόστος.

Οι συνδυαστικές πτήσεις και η δημιουργία ελκυστικών τουριστικών προϊόντων αποτελεί άλλη μία προτεραιότητα της εταιρείας και αυτό επιβεβαιώνεται με τη



συνεργασία της Hellenic Seaplanes με την εταιρεία αερομεταφοράς IFLY. Συγκεκριμένα στο πλαίσιο της εν λόγω συνεργασίας αποκτά άμεση λειτουργία η παροχή συνδυαστικών υπηρεσιών υδροπλάνων, αεροπλάνων και ελικοπτέρων των δύο εταιριών μέσα από το σύστημα κρατήσεων της Hellenic Seaplanes δημιουργώντας έτσι ολοκληρωμένα τουριστικά προϊόντα και στοχεύοντας στην αύξηση της επιβατικής κίνησης με τα πτητικά τους μέσα. Αναφορικά με το σύστημα κρατήσεων το οποίο δημιουργούμε σε συνεργασία με τη Certus Online, πρόκειται για μια εύχρηστη πλατφόρμα με B2C και B2B περιβάλλοντα που θα εξυπηρετεί τον εκάστοτε επιβάτη να κλείσει εύκολα και γρήγορα τις οργανωμένες πτήσεις του, ενώ επίσης θα παρέχει τη δυνατότητα αποστολής φόρμας ενδιαφέροντος και για charter αερομεταφορές στον προορισμό που επιθυμεί ο πελάτης.

Είμαστε πάντα ανοικτοί για σύναψη συμφωνιών που περιλαμβάνουν συμφέροντες και ποιοτικές συνεργασίες. Μέσα από το εταιρικό μας site παρέχεται ακόμα η δυνατότητα για ενδιαφερόμενα ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, πράκτορες εισιτηρίων και επιχειρήσεις διαφόρων κλάδων όπως εταιρείες courier να συμπληρώσουν την φόρμα εκδήλωσης ενδιαφέροντος για συνεργασία και να γίνουν μέλη της αλυσίδας που δημιουργούμε γύρω από τη λειτουργία των υδροπλάνων.

- Ένα σημαντικό θέμα το οποίο αναδεικνύουμε συχνά και εμείς είναι η διασύνδεση τουρισμού με τα ελληνικά προϊόντα. Τα υδροπλάνα θα παίξουν ρόλο και στο κομμάτι της τροφοδοσίας;

Τα υδροπλάνα και κατ' επέκταση η ανάπτυξη ενός ισχυρού δικτύου υδατοδρομίων

ων στην Ελλάδα αποτελούν παραδείγματα καινοτομίας και νέου επιχειρείν, αφού η Hellenic Seaplanes στην ουσία ενεργοποιεί έναν κλάδο στη χώρα μας με την επαναφορά των υδροπλάνων στη ζωή του Έλληνα και ξένου επιβάτη. Η καινοτομία επεκτείνεται στην εξέλιξη του τουριστικού προϊόντος και στον εμπλουτισμό των υπηρεσιών. Η τροφοδοσία αποτελεί επέκταση των υπηρεσιών cargo που σχεδιάζει η εταιρεία μας επομένως είμαστε ανοικτοί για συζήτηση συνεργασιών που την αφορούν.

- Εκτός από τη θάλασσα και τα νησιά τα υδροπλάνα μπορούν να προσγειωθούν και σε λίμνες. Υπάρχουν σκέψεις για δημιουργία υδατοδρομίων και δρομολογίων σε αυτές τις περιοχές;

Τα λιμάνια και οι λίμνες αποτελούν έναν πολύ σημαντικό κόμβο που μπορεί να αξιοποιηθεί στο έπακρο χάρις στα υδατοδρόμια και στις αερομεταφορές με τα υδροπλάνα.

Η Hellenic Seaplanes έχει συμπεριλάβει τη δημιουργία των υποδομών αυτών στο επιχειρηματικό της σχέδιο, ενώ συμμετέχει στην αδειοδοτική διαδικασία του υδατοδρομίου στη λίμνη των Ιωαννίνων και έχει ήδη πραγματοποιήσει συνάντηση με τις περιφερειακές αρχές της Κεντρικής αλλά και της Δυτικής Μακεδονίας για δίκτυο υδατοδρομίων λιμνών και παραθαλάσσιων περιοχών. Παράλληλα σε προχωρημένο στάδιο βρίσκεται και ο τεχνικός φάκελος αδειοδότησης που αφορά το υδατοδρόμιο της λίμνης Τάκα, στην Πελοπόννησο.

Με την ίδρυση και κατασκευή υδατοδρομίων σε λίμνες της Ελλάδας είναι φυσικό ότι διευρύνονται οι διέξοδοι μετακίνησης των επιβατών και θα απλουστευθεί η διασύνδεσή τους με τις γύρω περιοχές.

«Ουζέρ»... Σκιέρ, Πιστέρ

Δυστυχώς στην Ελλάδα κάποιοι πιστεύουν, εντελώς λανθασμένα, ότι η χιονοδρομική λειτουργία μπορεί να φέρει κέρδη και ως εκ τούτου μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο αμιγούς ιδιωτικής εκμετάλλευσης. Αυτός είναι και ο λόγος που χρόνια τώρα η Ελλάδα είναι άγνωστος χιονοδρομικός προορισμός με στόχευση κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό



Εναλλακτικός...
Προορισμός

Γράφει ο

**Ευάγγελος
Κυριακού**

Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών

Στην Ελλάδα τρία είναι τα επίπεδα για να κατακτήσεις το χιόνι. Σε πρώτη φάση πίνεις τσίπουρο ή ούζο απολαμβάνοντας την θέα του βουνού και βλέποντας τους άλλους να κάνουν σκι, χιονοσανίδα, χιονοπαιχνίδια και έλκηθρο... Με αυτό τον τρόπο ντοπάρεσαι και λες στον εαυτό σου θέλω να πάω στο άλλο επίπεδο. Αμέσως μετά μπαίνεις στην διαδικασία της εκπαίδευσης, αφού νοικιάσεις το κατάλληλο εξοπλισμό, βρεις την κατάλληλη σχολή, την πιο όμορφη δασκάλα ή τον πιο όμορφο δάσκαλο, ώστε να ξεκινήσεις την διαδικασία της εκμάθησης. Σταδιακά παίρνεις και τις πρώτες βουτιές. Εκεί καταλαβαίνεις τι σημαίνει μαλακό, υγρό, στεγνό, παγωμένο χιόνι και φυσικά μαθαίνεις τι σημαίνει «πούδρα», το καλύτερο χιόνι. Γνωρίζοντας την χαρά του χιονιού, με ασφάλεια όλες πλέον οιπίστες γίνονται δικές σου και σταδιακά χρόνο με το χρόνο βελτιώνεσαι. Μαθαίνεις τον εαυτό σου πόσο κουράζεσαι, πόσο το διασκεδάσεις, ώστε να μην υπερβάλλεις. Αρχίζεις επίσης να κατανοείς το επίπεδο του εξοπλισμού και από εξοπλισμό ενοικίασης. Γνωρίζεις να επιλέγεις το δικό σου εξοπλισμό και σε επίπεδο ένδυσης, υπόδησης αλλά και σε τεχνολογικό επίπεδο για να απολαμβάνεις την δραστηριότητα καλύτερα. Ακόμη μαθαίνεις ότι πρέπει για να είναι ετοιμοπόλεμος ο εξοπλισμός και να μην σου μείνουν οι δέστρες στα χέρια χρειάζεται συντήρηση, δηλαδή πρόληψη. Μαθαίνεις βήμα-βήμα...

Ελάχιστοι ωστόσο αντιλαμβάνονται το πλήρες προϊόν ενός χιονοδρομικού κέντρου όσον αφορά την ασφάλεια σε



συνδυασμό με την απόλαυση στο όριο των δυνατοτήτων του καθενός και πάντα με στόχο την δυναμική ψυχαγωγία μέσα από την αθλητική-τουριστική δραστηριότητα. Ελάχιστοι γίνονται πραγματικοί επαγγελματίες δαπανώντας πολύτιμο χρόνο για απόκτηση γνώσης στην λεπτομέρεια με συνεχή βελτίωση της ποιότητας. Βήμα-Βήμα. Αυτοί είναι πιστέρ. Δύσκολο να τους εντοπίσεις δύσκολο να τους δεις. Είναι το αόρατο μάτι ενσυναίσθησης της πραγματικής κατάστασης με έμφαση πάντα στην ασφάλεια.

Τα χιονοδρομικά κέντρα της χώρας που σε λίγο ανοίγουν τις πύλες να υποδεχθούν τους χιλιάδες φίλους του χιονιού, του παιχνιδιού και του αθλητικού τουρισμού αποτελούν μοναδικά εργαλεία τοπικής ανάπτυξης βελτιώνοντας κάθετα τις περιοχές όπου λειτουργούν.

Τα χιονοδρομικά κέντρα στο Παρνασσό, στο Χελμό, στην Πίνδο, στο Καϊμάκτσαλάν, τον Όλυμπο, το Φαλακρό, το Πήλιο, το Βίτσι, το Βέρμιο, το Μαίναλο, την Ζήρεια αν δεν δικτυωθούν και δεν αποτελέσουν ένα σύστημα με ενιαία δομή και σύστημα λειτουργίας δεν θα μπορέσουν να προσφέρουν αυτά που πραγματικά μπορούν

Κάτι που είναι άγνωστο είναι ότι τα χιονοδρομικά κέντρα σε παγκόσμιο επίπεδο έχουν εξαιρετικά υψηλά κόστη χιονοδρομικής λειτουργίας και διασφάλισης ομαλής λειτουργίας και πρόσβασης. Σχεδόν ποτέ δεν παρουσιάζουν κέρδη από την καθαρά χιονοδρομική λειτουργία. Τα έσοδα από τρίτες πηγές έρχονται συνήθως και καλύπτουν τα έξοδα. Δυστυχώς στην Ελλάδα κάποιοι πιστεύουν εντελώς λανθασμένα ότι η χιονοδρομική λειτουργία μπορεί να φέρει κέρδη και ως εκ τούτου μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο αμιγούς ιδιωτικής εκμετάλλευσης. Αυτός είναι και ο λόγος που χρόνια τώρα η Ελλάδα είναι άγνωστος χιονοδρομικός προορισμός με στόχευση κυρίως στον εσωτερικό τουρισμό. Χωρίς την δημόσια λογική της ασφάλειας και της συνεχούς λειτουργίας προκειμένου να διασφαλίζονται τα



Χρειάζονται ανθρώπινοι πόροι με εξειδίκευση στην χιονοδρομική λειτουργία, στην έρευνα και ανάπτυξη εξοπλισμού και υπηρεσιών αλλά κυρίως γνωριμία με τα άγνωστα ελληνικά βουνά



συμφέροντα της επιχειρηματικότητας και των εργαζομένων στην βάση της βιώσιμης ανάπτυξης για την ευρύτερη περιοχή, είναι αδύνατο να γίνει κατανοητή η ανάγκη της βαθιάς γνώσης και δικτύωσης που απαιτείται για να μπορέσουν οι προορισμοί να προσελκύσουν επισκέπτες από άλλες χώρες.

Τα χιονοδρομικά κέντρα στο Παρνασσό, στο Χελμό, στην Πίνδο, στο Καϊμάκτσαλάν, τον Όλυμπο, το Φαλακρό, το Πήλιο, το Βίτσι, το Βέρμιο, το Μαίναλο, την Ζήρεια αν δεν δικτυωθούν και δεν αποτελέσουν ένα σύστημα με ενιαία δομή και σύστημα λειτουργίας δεν θα μπορέσουν να προσφέρουν αυτά που πραγματικά μπορούν στις περιοχές και περιφέρειες λειτουργίας τους και ως εκ τούτου στην χειμερινή τουριστική ταυτότητα της χώρας προς την κατεύθυνση των 365 ημερών. Εξάλλου τα παρα-

δείγματα από την δυτική Ευρώπη και τις Ηνωμένες Πολιτείες είναι πολλά για την λειτουργία των ίδιων των κέντρων και το καλοκαίρι.

Για όλα αυτά χρειάζονται ανθρώπινοι πόροι με εξειδίκευση στην χιονοδρομική λειτουργία, στην έρευνα και ανάπτυξη εξοπλισμού και υπηρεσιών αλλά κυρίως γνωριμία με τα άγνωστα ελληνικά βουνά και τις σχετικές δραστηριότητες που μπορούν να αναπτυχθούν βοηθώντας σημαντικά τους προορισμούς και τον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με δράσεις σε όλη την χώρα.

Εξαιρετική πρωτοβουλία ήταν παλιότερα οι δράσεις με τις «Λευκές Εβδομάδες» και τις «Πράσινες Τάξεις» όπου οι μαθητές των σχολείων γνώριζαν την χώρα και παράλληλα μάθαιναν τις δυνατότητες αξιοποίησης του φυσικού

και του πολιτιστικού περιβάλλοντος κάθε περιοχής. Η Ταξιδιωτική Παιδαγωγική για την οποία εδώ και χρόνια μιλάει το παιδαγωγικό ινστιτούτο αρχίζει δειλά-δειλά να εμφανίζεται ωστόσο χρειάζεται πιο τολμηρές δράσεις και περισσότερη ενεργοποίηση των εθνικών και περιφερειακών αρχών για να δούμε ανθρώπους περισσότερο εκπαιδευμένους στο μέλλον και ως τουρίστες αλλά και ως παραγωγούς τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών. Σε τοπικό επίπεδο η έγκυρη πληροφόρηση και η σωστή υποδοχή των επισκεπτών με τις κατάλληλες υπηρεσίες πάνω έχει έναν σημαντικό ρόλο. Η διαχείριση προορισμών γίνεται πιο επωφελής από ποτέ.

Δεν θα ξεχάσω ποτέ τους μαθητές των «Λευκών Εβδομάδων» που ήρθαν από ένα σχολείο της Πάτρας στο Καϊμάκτσα-

λάν να δουν τους «Δρόμους του Νερού», όπου τότε κατάλαβα ότι δεν είχαν δει ποτέ τρένο, δεν είχαν δει ποτέ χιόνι. Με το που έφθασαν στο σαλέ του χιονοδρομικού κέντρου όλοι έσκυψαν να πιάσουν το χιόνι «Παιδιά κοιτάξτε είναι άσπρο και είναι υγρό...». Τίποτε δεν είναι αυτονόητο και όλα είναι εμπειρίες. **Αν θέλουμε λοιπόν** τα παιδιά μας, τα παιδιά της Ελλάδας να μην μείνουν στο πρώτο επίπεδο αλλά να κατακτήσουν όλα τα επίπεδα γνώσης και λογικής σκέψης θα πρέπει να επενδύσουμε όλοι μαζί στους ανθρώπινους πόρους. Μόνο έτσι, ως διαδικασία πρόληψης μπορούμε να ελπίζουμε στην άνοιξη και ανάπτυξη του ελληνικού εναλλακτικού τουρισμού όπου τα περισσότερα οφέλη θα γυρνούν στις τοπικές κοινωνίες καθιστώντας τις βιώσιμες και δυνατές στο πλαίσιο της αειφορίας.



Σε άνοδο η αγορά ταξιδιωτικής ασφάλισης

Έρευνα στις ΗΠΑ καταδεικνύει τη ραγδαία αύξηση της ταξιδιωτικής ασφάλισης με πολιτική «ακύρωσης για οποιονδήποτε λόγο». Αιτία η αβεβαιότητα που έχει προκαλέσει η πανδημία, η οποία έχει αλλάξει τον τρόπο σχεδιασμού και προστασίας στα ταξίδια

Γράφει η **ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΣΤΟΥΜΠΟΥ**

Ο όγκος των ταξιδιών φτάνει στα υψηλότερα επίπεδα από την αρχή της πανδημίας. Οι καταναλωτές πλέον κοιτάζουν τα ταξίδια με νέο σκεπτικισμό και επιφυλακτικότητα, σε μεγάλο βαθμό λόγω των περιορισμών για την πανδημία που σε πολλές περιπτώσεις οδηγούν σε διακοπές πτήσεων.

Αυτό τροφοδοτεί μια μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση σε σχέση με την ταξιδιωτική ασφάλιση. Και οδηγεί τους καταναλωτές να την αγοράζουν πιο συχνά απ' ό,τι στο παρελθόν. Τα συμπεράσματα αυτά αναφέρονται στην 7η ετήσια έρευνα State of Travel Insurance της Berkshire Hathaway Travel Protection (BHTP). Το απρόβλεπτο έτος για τα ταξίδια τροφοδότησε την άνοδο στην αγορά ταξιδιωτικής ασφάλισης. Μάλιστα η αγορά ταξιδιωτικής ασφάλισης με πολιτική «ακύρωσης για οποιονδήποτε λόγο» έχει αυξηθεί ραγδαία.

- **Το 29% αγόρασε** ταξιδιωτική ασφάλιση στα περισσότερα ταξίδια το 2021, σε σύγκριση με μόνο το 7% που την αγόρασε για τα περισσότερα ταξίδια του 2020. Αν και ακόμη λιγότερο από το ένα τρίτο του συνόλου των ερωτηθέντων, η αλλαγή εξακολουθεί να είναι σημαντική με αύξηση άνω του 20% σε ετήσια βάση.

- **Το 41% είπε** ότι οι επιδημίες ήταν ένας λόγος για να αγοράσεις ταξιδιωτική ασφάλιση πιο συχνά το 2021, από 30% το 2020. Αυτό υποδεικνύει ότι οι ακυρώσεις στα ταξίδια που προκλήθηκαν από την πανδημία κατά το παρελθόν έτος, οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί, η διακοπή πτήσεων και η υποχρεωτική καραντίνα, έχουν κάνει πολλούς τουρίστες να γίνουν πιο προσεκτικοί όταν σχεδιάζουν ταξίδια.

- **Το 30% γνωρίζοντας** τι καλύπτει η ταξιδιωτική ασφάλιση την αγόρασε πιο συχνά το 2021, σε σύγκριση με 23% το 2020. Ένδειξη ότι οι αναταραχές της πανδημίας ώθησαν τους ταξιδιώτες να εκπαιδεύονται για τα οφέλη ταξιδιωτικής ασφάλισης και να γνωρίζουν περισσότερα για την σημασία και την λειτουργία της.

Η πανδημία έχει αλλάξει τον τρόπο σχεδιασμού και προστασίας στα ταξίδια. Η υγεία και η ασφάλεια, καθώς και η ευελιξία όσον αφορά στην κράτηση και στην ακύρωση, αποτελούν μη διαπραγματεύσιμες προτεραιότητες για τους ταξιδιώτες και ιδιαίτερα τους ηλικιωμένους.

«Με τις εκτεταμένες ακυρώσεις πτήσεων και τις διακοπές ταξιδιού να κυριαρχούν στις ειδήσεις πρόσφατα, δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι περισσότεροι ταξιδιώτες αγοράζουν ασφάλιση πιο συχνά, δήλωσε η Carol Mueller, Αντιπρόε-



δρος της Berkshire Hathaway Travel Protection.

Κατά τη διάρκεια αυτών των αβέβαιων περιόδων, οι άνθρωποι θέλουν να προστατεύσουν τις ταξιδιωτικές τους επενδύσεις και την υγεία τους ενώ ταξιδεύουν. Πλέον γνωρίζουν για την κάλυψη και τις παροχές που μπορούν να τους βοηθήσουν να αποφύγουν στα ταξίδια επιπλέον έξοδα και ταλαιπωρίες».

Οι λόγοι που οι ταξιδιώτες αγοράζουν ασφάλιση

Ο φόβος για την διακοπή των πτήσεων και οι επιδημίες είναι οι κορυφαίοι λόγοι για την αγορά ταξιδιωτικής ασφάλισης. Οι ταξιδιώτες -πέρα από την περίθαλψη σε περίπτωση νόσησης από COVID-19 στον προορισμό- θέλουν οι ασφάλιση να τους καλύπτει για ακυρώσεις και διακοπές ταξιδιού. Καθώς και άλλα περιστατικά που σχετίζονται με το ταξίδι. Συμπεριλαμβανομένων των τελών αλλαγής, καθυστέρησης ή χαμένων και χαλασμένων αποσκευών. Οι κυριότεροι λόγοι που καταγράφηκαν στην έρευνα είναι:

- **Ακύρωση πτήσης**, καθυστέρηση ή χαμένη σύνδεση (55%).
- **Αλλαγή των ταξιδιωτικών σχεδίων** λόγω της πανδημίας (43%).
- **Ανάγκη ιατρικής φροντίδας** κατά τη διάρκεια ενός ταξιδιού (32%).

Οι ταξιδιώτες -πέρα από την περίθαλψη σε περίπτωση νόσησης από COVID-19 στον προορισμό- θέλουν οι ασφάλιση να τους καλύπτει για ακυρώσεις και διακοπές ταξιδιού

Στην ταξιδιωτική ασφάλιση επενδύουν όλες οι γενιές ταξιδιωτών. Ωστόσο Millennials, Gen-Xs και Baby Boomers, επενδύουν περισσότερο στην ταξιδιωτική ασφάλιση, στην εποχή του COVID-19.

Πριν από το ξέσπασμα της πανδημίας, τα περισσότερα ασφαλισμένα ταξίδια ήταν για τουρίστες ηλικίας 50 ετών και άνω.

Ασφάλεια, ταξιδιωτικές συμπεριφορές και προθέσεις

Οι αλλαγές συμπεριφοράς που υιοθετήθηκαν από τους ταξιδιώτες κατά τη διάρκεια της πανδημίας θα συνεχιστούν και το

επόμενο έτος. Οι ερωτηθέντες αναφέρουν ότι θα συνεχίσουν να ταξιδεύουν για να δουν την οικογένεια, να φορούν μάσκες, να πλένουν τα χέρια τους πιο συχνά και να κρατούν αποστάσεις από τα πλήθη.

Οι ασφαλείς προορισμοί

Οι ασφαλέστεροι και λιγότερο ασφαλείς προορισμοί, όπως αξιολογήθηκαν στην έρευνα:

Εγκλήματα και παρενόχλησης κατά έγχρωμων ταξιδιωτών και της κοινότητας LGBTQ+ κατατάσσονται μεταξύ των πιο σημαντικών παραγόντων που συνέβαλαν στο να αισθάνεται ένας ταξιδιώτης ασφαλής σε έναν προορισμό.

Αυτοί οι παράγοντες επηρέασαν τις αντιλήψεις για την ασφάλεια περισσότερο από το αν ένας προορισμός έχει υψηλό ποσοστό μολύνσεων COVID-19 ή τρομοκρατικά συμβάντα.

- **Το Μόντρεαλ** και η Σιγκαπούρη κατατάχθηκαν ως οι ασφαλέστερες πόλεις μεταξύ 30 προορισμών.
- **Το Ρίο ντε Τζανέιρο**, το Κάιρο και η Πόλη του Μεξικού βαθμολογήθηκαν ως λιγότερο ασφαλείς από άλλες πόλεις.
- **Ο Καναδάς** και η Ισλανδία κατατάχθηκαν στις πρώτες θέσεις των 30 πιο ασφαλών χωρών.
- **Το Ισραήλ** και η Αίγυπτος βαθμολογήθηκαν λιγότερο ασφαλή από άλλες.

Οι Millennials, που είναι κορυφαίοι διεθνείς ταξιδιώτες θεωρούν την Ευρώπη και την Ασία τους ασφαλέστερους προορισμούς. Η ασφάλιση είναι πλέον αναπόσπαστο κομμάτι του ταξιδιού, αλλά και μέρος του ανταγωνισμού των εταιρειών του κλάδου.

Η αεροπορική εταιρεία Wizz Air προσφέρει εδώ και μήνες στους επιβάτες κάλυψη COVID-19, ως μέρος του πακέτου ταξιδιωτικής ασφάλισης. Η πολιτική καλύπτει τις ακυρώσεις που σχετίζονται με το COVID-19. Καθώς και τα έξοδα που σχετίζονται με την ιατρική περίθαλψη για ταξίδια στο εξωτερικό. Συμπεριλαμβανομένου του πρόσθετου κόστους διαμονής, εάν κάποιος αρρωστήσει από COVID-19.

Γενναίο είναι επίσης και το δωρεάν πακέτο ταξιδιωτικής ασφάλισης της Emirates. Περιλαμβάνει έως και 500.000 δολάρια κάλυψη ιατρικών εξόδων έκτακτης ανάγκης και ακύρωσης ταξιδιού. Επίσης δωρεάν ασφάλιση προσέφεραν στους επιβάτες και οι εταιρείες κρουαζιέρας.

Η έρευνα State of Travel Insurance της BHTP διεξάγεται κάθε φθινόπωρο από το 2015 από την Polymath Research + Marketing, σε διεθνές επίπεδο, σε καταναλωτές σχετικά με τις ταξιδιωτικές τους συνήθειες, τις εμπειρίες τους το 2021 και τις μελλοντικές προσδοκίες τους για το 2022.



Ταξίδια με κίνητρο τη μουσική

Ο μουσικός τουρισμός είναι η επίσκεψη σε ένα τόπο, για να δει κάποιος-α, ένα μουσικό φεστιβάλ ή άλλες μουσικές παραστάσεις. Αυτό το είδος τουρισμού είναι ιδιαίτερα σημαντι-



Γράφει ο
**Οδωρής
Βασιλείου**

κό για μικρά χωριά, καθώς και μεγάλες πόλεις. Η μουσική παρέχει μια σημαντική και συγκινησιακή αφήγηση για τους τουρίστες, ως έκφραση πολιτισμού, μορφή κληρονομιάς και σημαίνον τόπου. Πράγματι, εί-

ναι ολοένα και πιο δύσκολο να φανταστεί κανείς τον τουρισμό «στη σιωπή».

Τουριστικές παραστάσεις παραδοσιακών χορών, προσκυνήματα σε σπίτια και τάφους συνθετών και τραγουδιστών, αυτοσχέδιες διασκεδάσεις στο δρόμο, περιηγήσεις σε συναυλίες, παρακολούθηση μουσικών φεστιβάλ, είναι αυτά που συνοδεύουν τον επισκέπτη - τουρίστα.

Η μουσική καθορίζει και ξεπερνά τα σύνορα των προορισμών, ενώ δίνει έμφαση ακόμη και αμφισβητεί τις έννοιες της παράδοσης και βοηθά στον καθορισμό της ταυτότητας των επισκεπτών.

Η μουσική, σε διάφορα στυλ και συνθέσεις – οργανική και φωνητική, σόλο ή ομαδική, ενισχυμένη ή ακουστική, ζωντανή ή ηχογραφημένη, είναι μια σχεδόν καθολική και πανταχού παρούσα πολιτιστική έκφραση. Τα μουσικά είδη είναι προϊόν της ανθρώπινης κουλτούρας, κάτι που αγαπιέται για την αισθητική του αξία, αλλά και κάτι που αποτελεί τρόπο αμφισβήτησης, ή νοσηματοδότησης ενός σκοπού, σε ολόκληρη την ιστορία, τους κοινωνικούς και γεωγραφικούς χώρους. Σε πολλές «προμοντέρνες» κουλτούρες, η μουσική είναι στενά συνδεδεμένη με την τελετουργία και την κοινωνικότητα, την απόδοση του ανήκειν και την εξουσία.

Στους νεώτερους χρόνους, η μουσική έχει γίνει μέρος των καθημερινών χώρων αναψυχής, πηγή καλλιτεχνικής έκφρασης και ευχαρίστησης του κοινού – αλλά και πολιτιστικό προϊόν που μπορεί να εμπορευματοποιηθεί.

Η μουσική αρθρώνει ταυτότητες, εξέγερση, συμμόρφωση, απόδοση, κατάστα-

ση, κοινότητα, υποκουλτούρα, υψηλή κουλτούρα, διάκριση, τόπο, χώρο και πολλά άλλα. Στην ανάδειξη ξεχωριστών χώρων, στυλ και ειδών, η μουσική αναπαράγει τις ανισότητες και τους αγώνες του όψιμου σύγχρονου κόσμου.

Συνακόλουθα με αυτό, και όπου ο τουρισμός μπαίνει στην εξίσωση, είναι ότι οι άνθρωποι ταξιδεύουν στη μουσική είτε ως θαυμαστές, προσκυνητές, θεατές συναυλιών,

Ο μουσικός τουρισμός είναι μια επικερδής βιομηχανία για πολλές περιοχές του κόσμου και αναφέρεται σε άτομα που ταξιδεύουν σε μια νέα περιοχή για να παρακολουθήσουν μια μουσική παράσταση ή συναυλία ή ακόμα και ένα μεγαλύτερο φεστιβάλ.

Για αυτούς και άλλους λόγους, πολλές περιοχές αναγνωρίζουν πλέον την αξία του μουσικού τουρισμού.

Τα μουσικά φεστιβάλ είναι μια άλλη τεράστια πτυχή του μουσικού τουρισμού. Αυτά είναι ακόμη καλύτερα για την τοπική οικονομία, συχνά διαρκούν λίγες μέρες ή τουλάχιστον ένα Σαββατοκύριακο. Επιπλέον, τα μουσικά φεστιβάλ περιλαμβάνουν συνήθως περισσότερα από ένα συγκροτήματα, αυξάνοντας την πιθανότητα ο κόσμος να θέλει να παρακολουθήσει. Ορισμένες πόλεις ή περιοχές αποφασίζουν να επωφεληθούν από τους επιπλέον ανθρώπους στην πόλη για ένα μουσικό φεστιβάλ και θα διοργανώσουν άλλες εκδηλώσεις ταυτόχρονα, όπως φεστιβάλ τοπικής γαστρονομίας ή άλλες κοινοτικές

εκδηλώσεις που μπορούν να αποφέρουν επιπλέον έσοδα. Ομοίως, ορισμένες πόλεις συνδέονται πολιτιστικά με ένα συγκεκριμένο στυλ μουσικής, προσελκύοντας έτσι καλλιτέχνες και θαυμαστές σε σχεδόν σταθερή βάση.

Ο μουσικός τουρισμός υπάρχει εδώ και πολύ καιρό. Ο κόσμος επισκέφτηκε το Μπαϊρόιτ λόγω του Βάγκνερ, το Σάλτσμπουργκ για τον Μότσαρτ και το Σίδνι για την Όπερα του.

Και για να αναφερθούμε σε πολύ πιο πρόσφατους καλλιτέχνες, αμέτρητοι άνθρωποι ταξιδεύουν στο Λονδίνο για να επισκεφθούν την Abbey Road και να τραβήξουν μια εμβληματική φωτογραφία στη διαβαση των Beatles.

Αυτά τα γεγονότα μπορεί να θεωρηθούν





Συνολικά, υπολογίζεται ότι 10 εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν διεθνώς κάθε χρόνο με κύριο σκοπό να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε ένα μουσικό ή πολιτιστικό φεστιβάλ



ως μουσικός τουρισμός, όπου «οι άνθρωποι ταξιδεύουν, σε κάποιο σημείο, λόγω της μουσικής και της σημασίας αυτής για τον πολιτισμό, την οικονομία και την ανάδειξη της ιδιαίτερης αυτότητας.

Η βιομηχανία μουσικού τουρισμού περιλαμβάνει σχεδόν για όλα τα είδη μουσικής, αν και η ροκ μουσική είναι η πιο δημοφιλής. Όλο και περισσότερες ανεξάρτητες μπάντες πραγματοποιούν περιοδείες, ακόμη και σε μικρότερους χώρους και πόλεις.

Υπάρχει ένας μεγάλος αριθμός μουσικών φεστιβάλ που πραγματοποιούνται σε όλο τον κόσμο, συνήθως ετησίως, που προσελκύουν μη ντόπιους επισκέπτες.

Το αυτοαποκαλούμενο μεγαλύτερο μουσικό φεστιβάλ στον κόσμο είναι το

Summerfest, μια εκδήλωση διάρκειας 11 ημερών στο Μιλγουόκι του Ουισκόνσιν με ετήσια συμμετοχή σχεδόν 1.000.000 ατόμων.

Το 2019, το Φεστιβάλ Τζαζ και Κληρονομιάς της Νέας Ορλεάνης παρουσίασε 12 σκηνές και πάνω από 70 περίπτερα με φαγητό της Λουιζιάνα. Δεν υπάρχουν δύο θάλαμοι φαγητού που να σερβίρουν την ίδια κουζίνα. Όπως αναφέρει η Wall Street Journal το Jazz Fest «προβάλλει μια ευρύτερη, βαθύτερη σύνθεση βασικών αμερικανικών μουσικών στυλ από οποιοδήποτε φεστιβάλ στη χώρα...».

Υπάρχουν επίσης μια σειρά από ετήσια καρναβάλια, εκδηλώσεις που περιλαμβάνουν μουσική, χορό και πάρτι στο δρόμο. Μερικά σημαντικά περιλαμβάνουν το

Καρναβάλι του Ρίο στη Βραζιλία, το οποίο προσελκύει 500.000 ξένους επισκέπτες ετησίως, και το καρναβάλι του Σαλβαδόρ ντε Μπαΐα, που είναι το μεγαλύτερο πάρτι στο δρόμο και προσελκύει πλήθη έως και δύο εκατομμυρίων ανθρώπων καθ' όλη τη διάρκεια της εβδομάδας.

Το Καρναβάλι του Νότινγκ Χιλ (Λονδίνο, Ηνωμένο Βασίλειο) είναι ένα από τα μεγαλύτερα street party στην Ευρώπη και προσελκύει περίπου ένα εκατομμύριο άτομα κάθε χρόνο.

Το Love Parade, ένα φεστιβάλ ηλεκτρονικής χορευτικής μουσικής στη Γερμανία που πραγματοποιήθηκε από το 1989 έως το 2010, είχε πλήθη 1,6 εκατομμυρίων στο αποκορύφωμά του.

Υπάρχουν εκατοντάδες ετήσια φεστιβάλ

τζαζ σε όλο τον κόσμο, με το μεγαλύτερο, το Διεθνές Φεστιβάλ Τζαζ του Μόντρεαλ, με 2,5 εκατομμύρια συμμετέχοντες κάθε χρόνο, το ένα τρίτο των οποίων είναι τουρίστες.

Συνολικά, υπολογίζεται ότι 10 εκατομμύρια άνθρωποι ταξιδεύουν διεθνώς κάθε χρόνο με κύριο σκοπό να παρακολουθήσουν ή να συμμετάσχουν σε ένα μουσικό ή πολιτιστικό φεστιβάλ.

Υπάρχουν επίσης ορισμένες πόλεις και περιοχές που χρησιμεύουν ως προορισμοί όλο το χρόνο για ταξίδια που σχετίζονται με τη μουσική, όπως η Νέα Ορλεάνη, το Μπαϊρόιτ στη Γερμανία, η Βιέννη στην Αυστρία, Aix-en-Provence στη Γαλλία, La Scala στο Μιλάνο για όπερα και κλασική μουσική και το Λονδίνο για ροκ μουσική.

Σε παραδοσιακά είδη όπως η λαϊκή και η κλασική μουσική, ένα μουσικό φεστιβάλ μπορεί να οριστεί ως μια κοινοτική εκδήλωση με παραστάσεις τραγουδιού και οργάνων που συχνά παρουσιάζεται με ένα θέμα όπως το μουσικό είδος (π.χ. μπλουζ, λαϊκή, τζαζ, κλασική μουσική).

Στην Ελλάδα τα καλοκαιρινά πανηγύρια είναι μια ιδιαίτερη μορφή φεστιβάλ, είναι μια κορυφαία στιγμή για κάθε τοπική κοινότητα και αποτελούν σημεία αναφοράς για όλους όσους αναζητούν μια αίσθηση του «ανήκειν» στους τόπους καταγωγής τους. Είναι συχνά ο λόγος και η αφορμή που επιστρέφουμε στα χωριά μας.

Η μουσική και ο χορός αποτελούν τις πιο δυναμικές συνιστώσες του πανηγυριού και την κορύφωση της εορταστικής διαδικασίας.

Τα μουσικά φεστιβάλ γίνονται συνήθως σε εξωτερικούς χώρους, με σκηνές ή στεγασμένες προσωρινές σκηνές για τους καλλιτέχνες. Συχνά τα μουσικά φεστιβάλ φιλοξενούν και άλλες εκδηλώσεις, όπως πωλήσεις φαγητού και εμπορευμάτων, χορό, χειροτεχνίες, περφόρμανς και κοινωνικές ή πολιτιστικές δραστηριότητες. Κάποια φεστιβάλ διοργανώνονται ως κερδοσκοπικές συναυλίες και άλλα είναι παροχές για συγκεκριμένο φιλανθρωπικό σκοπό.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Ιστορικά στοιχεία για τις μουσικές εκδηλώσεις

Μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004 ο μουσικός τουρισμός ξεκίνησε να κάνει δειλά-δειλά τα πρώτα του βήματα στη χώρα μας. Αποτελεί πρόκληση και στοίχημα για την τοπική αυτοδιοίκηση και τους φορείς του τουρισμού να διοργανωθούν μουσικά φεστιβάλ με σταθερές ημερομηνίες, ώστε σιγά σιγά να αναπτυχθεί αυτή η μορφή τουρισμού



Είναι γεγονός ότι από την αρχαιότητα κάθε κοινωνία, ανεξάρτητα από τη γεωγραφική περιοχή αλλά και την ιστορική περίοδο, είχε ορίσει ημερομηνίες και χρονικές περιόδους που εορτάζονταν με ιδιαίτερη λαμπρότητα και βασιζόνταν στην εκάστοτε



Γράφει ο

**Θοδωρής
Βασιλείου**

θρησκεία, ή τον τοπικό πολιτισμό (ήθη, έθιμα, παραδόσεις κτλ.) και στον τρόπο ζωής (αγροτικό ή αστικό).

Οι εορτές αυτές αποτέλεσαν την απαρχή των φεστιβάλ τα οποία μετε-

ξελίχθηκαν στη μορφή που σήμερα γνωρίζουμε.

Οι Πυθικοί Αγώνες στους Δελφούς περιλάμβαναν μουσικές παραστάσεις και μπορεί να είναι ένα από τα πρώτα γνωστά φεστιβάλ. Μερικές από τις πρώτες καταγραφές εορτών χρονολογούνται στην αρχαία Ελλάδα (Διονύσια) ή στη Ρώμη (Σατουρνάλια). Κατά τη διάρκεια του Μεσαίωνα, τα φεστιβάλ γίνονταν συχνά ως διαγωνισμοί και έχουν συνδεθεί με θρησκευτικές τελετές.

Τα φεστιβάλ μπορούν να οριστούν ως πολιτιστικά γεγονότα και μοναδικές στιγμές στο χρόνο, που γιορτάζονται τελετουργικά για να ικανοποιηθούν ορισμένες ανάγκες (Golblatt, 1990). Άλλωστε, ετυμολογικά η λέξη φεστιβάλ (festival) έχει ως ρίζα τη λέξη “feast” ή “fiesta”, που σημαίνει γιορτή. Στις μέρες μας η έννοια του «φεστιβάλ» έχει διευρυνθεί, γεγονός που καθιστά δύσκολο τον ορισμό της. Τα φεστιβάλ σήμερα αποτελούν μια υποκατηγορία των “event” και ενδέχεται να σχετίζονται άμεσα, έμμεσα ή και καθόλου με τον τοπικό πολιτισμό, αλλά σε κάθε περίπτωση εμπεριέχουν την έννοια της εορτής.

Η πολυπλοκότητα του ορισμού των φεστιβάλ δυσκολεύει και τον ορισμό της



τυπολογίας τους, αν και προκύπτουν βασικές κατηγορίες φεστιβάλ βάσει θέματος όπως: μουσικά φεστιβάλ, φεστιβάλ κινηματογράφου, φεστιβάλ τεχνών κ.ά. (Σκούλτσος, 2014)

Σήμερα, τα φεστιβάλ αποτελούν έναν διαρκώς εξελισσόμενο κλάδο καθώς πολλές κοινωνίες σε παγκόσμιο επίπεδο σπεύδουν να αξιοποιήσουν τη δυναμική τους και να ωφεληθούν από τις θετικές επιπτώσεις τους.

Στην σημερινή Ελλάδα δυστυχώς ο μουσικός τουρισμός μέχρι και πριν από 20 χρόνια μπορούμε να πούμε ότι απουσίαζε εντελώς.

Ωστόσο είναι αλήθεια όμως ότι μετά τους Ολυμπιακούς αγώνες του 2004 ο μουσικός τουρισμός ξεκίνησε να κάνει δειλά-δειλά τα πρώτα του βήματα στη χώρα μας. Η υπερπροβολή της χώρας από το 2004 έως και το 2008 βοήθησαν στην ανάπτυξη του. Από εκεί και πέρα τα επόμενα έτη ξεκίνησαν ορισμένα φεστιβάλ και εκδηλώσεις όπως η Dreamland στην Αρχαία Ολυμπία τα οποία και προσέδωσαν στη χώρα μας τα χαρακτηριστικά μιας περιοχής μουσικού τουρισμού. Εντούτοις η οικονομική κρίση και η ύφεση που ακολούθησε τα επόμενα χρόνια στη χώρα μας σαφώς και συνετέλεσε αρνητικά και μείωσε αυτή την αυξανόμενη ορμή που φαινόταν να υπάρχει.

Η συμβολή των φεστιβάλ στον τουρισμό

Είναι χαρακτηριστικό ότι από τα τέλη της δεκαετίας του '80 αναφέρεται ο όρος «event tourism» στο πλαίσιο του οποίου εντάσσεται και το «festival tourism» (φεστιβαλικός τουρισμός).

Η σχετική βιβλιογραφία αναφέρει ότι η σημαντική συμβολή ενός φεστιβάλ στον τουρισμό ενός τόπου υποδοχής, είναι η προσέλκυση – με τον κατάλληλο σχεδιασμό – εθνικού ή διεθνούς κοινού.

Η δυνατότητα αυτή που προσφέρουν τα φεστιβάλ έχει αξιοποιηθεί από φορείς που ασχολούνται με την τουριστική προβολή, σε αρκετές περιοχές παγκοσμίως.

Αποτέλεσμα αυτού αποτελεί το γεγονός ότι αρκετά φεστιβάλ λειτουργούν ως εργαλεία κατασκευής (ή ανακατασκευής) της τουριστικής εικόνας του προορισμού και τοποθέτησης (ή επανατοποθέτησης) της περιοχής υποδοχής στον εκάστοτε εθνικό αλλά και τον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Σε μακροπρόθεσμο επίπεδο, ένα σταθερά επαναλαμβανόμενο, και επιτυχημένο, φεστιβάλ εντάσσεται στο τοπικό (ή και εθνικό) τουριστικό προϊόν με σκοπό να προσελκύει το ενδιαφέρον των τουριστών αυ-

ξάνοντας την τουριστική κίνηση. Τα μουσικά φεστιβάλ έχουν αναπτυχθεί ως μια αναδύομενη βιομηχανία που συμβάλλει σε πολλές εθνικές οικονομίες.

Τα σύγχρονα φεστιβάλ προσφέρονται συχνά ως ευκαιρία για εξαιρετικές εμπειρίες και χρησιμεύουν όλο και περισσότερο ως ένας τρόπος για τη δημιουργία πολιτιστικής ταυτότητας, τρόπου ζωής, συμμετοχής και αυτοπραγμάτωσης.

Επιπλέον, τα φεστιβάλ είναι μια ευκαιρία τελετουργικής απόδρασης από την καθημερινότητα, ατομική και ταυτόχρονα συλλογική εμπειρία.

Πολλά φεστιβάλ δεν συνδέονται με ένα συγκεκριμένο μέρος ή κοινότητα. Πραγματοποιούνται σε διαφορετικές τοποθεσίες και αναφέρονται στον παγκόσμιο πολιτισμό. Υπό αυτή την έννοια, δεν αναφέρονται σε συγκεκριμένες εθνικότητες ή κοινωνικές ομάδες που μοιράζονται τις ίδιες αξίες, γλώσσα ή ιστορία. Απλά δίνουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους να ξεφύγουν από την καθημερινότητά τους, να αφήσουν τους συνηθισμένους κοινωνικούς ρόλους και να μετακινηθούν στον κόσμο της ηδονιστικής διασκέδασης (Cudny, 2016).

Εν κατακλείδι ο μουσικός τουρισμός στην Ελλάδα του σήμερα, βρίσκεται στα σπάργα. Είναι προφανές βέβαια ότι η χώρα διαθέτει τεράστιες δυνατότητες ανάπτυξης στον μουσικό τουρισμό, όπως και πολύ σπουδαίο υλικό (Ελληνική μουσική από την αρχαιότητα έως σήμερα) προς αξιοποίηση. Αποτελεί μια πρόκληση και ένα στοίχημα για την τοπική αυτοδιοίκηση και τους φορείς του τουρισμού να διοργανωθούν μουσικά φεστιβάλ με σταθερές ημερομηνίες, ώστε σιγά σιγά να αναπτυχθεί ο μουσικός τουρισμός.

Διαθέτουμε διεθνώς γνωστούς Έλληνες μουσικούς με μεγαλειώδες έργο, αλλά και μοναδικά μουσικά είδη που ακούγονται ευχάριστα στα ξένα ώτα. Ας αναληφθούν λοιπόν οι σχετικές πρωτοβουλίες. Ιδού η Ρόδος ιδού και το πήδημα.

Πηγές:

- B. Miller
- wikipedia
- Gibson & Connel, 2005
- diggit magazine
- sage journals
- Φύκαρη, Αθηνά πτυχιακή εργασία
- Σωτηριάδης και Φαρσάρη, 2009

Επειτα από έναν χρόνο αναγκαστικής απουσίας, ελέω πανδημίας η έκθεση Xenia ετοιμάζεται και πάλι να ανοίξει τις πύλες της με στόχο να αποτελέσει την κορυφαία εμπορική συνάντηση για τους ανθρώπους του τουριστικού κλάδου και να αναδείξει τους βασικούς πυλώνες πάνω στους οποίους θα στηριχθεί το νέο μοντέλο του ελληνικού Τουρισμού.

Στην Xenia 2021 αποτυπώνονται οι συνέπειες της πανδημίας, καθώς συμμετέχουν περίπου 320 εκθέτες, αριθμός αρκετά μειωμένος σε σύγκριση με τους 550 εκθέτες του 2019, εξέλιξη, ωστόσο, που θεωρείται φυσιολογική δεδομένων των συνθηκών. Η μεγάλη τουριστική έκθεση θα πραγματοποιηθεί 27-29 Νοεμβρίου 2021 στο Metropolitan Expo. Στόχος της έκθεσης είναι ακόμη να αναδείξει καινοτόμες λύσεις και προτάσεις για να ανταπεξέλθουν οι ξενοδόχοι και γενικότερα οι επιχειρηματίες της φιλοξενίας στο απαιτητικό περιβάλλον της μετά-covid εποχής.

Καινοτόμες λύσεις

Σε αυτή την ιδιαίτερη εποχή που κάθε επιχειρηματίας πρέπει να επενδύσει για να ξεχωρίσει, η ανάγκη για βελτίωση των υποδομών και των υπηρεσιών των ξενοδοχείων και των τουριστικών καταλυμάτων είναι μεγαλύτερη από ποτέ. Η νέα πραγματικότητα απαιτεί ριζικές αλλαγές στον τρόπο διαχείρισης και λειτουργίας των ξενοδοχείων και για αυτό οι ξενοδόχοι επιβάλλεται να ενημερωθούν και να «εισάγουν» τις υποδομές και τις υπηρεσίες τους, σε μία εξελιγμένη digital και safe εποχή.

Όλες αυτές οι ανάγκες καλύπτονται μέσα από την τεράστια γκάμα προϊόντων και υπηρεσιών που θα παρουσιαστούν στην Xenia προκειμένου οι ιδιοκτήτες, καθώς και τα στελέχη των ξενοδοχείων που θα την επισκεφτούν, να συνομιλήσουν με τους εκθέτες για τις πραγματικές ανάγκες της επιχείρησής τους, να μπορέσουν να βρουν τις λύσεις στα θέματα που τους απασχολούν, να βρουν τα προϊόντα που αναζητούν από πρώτο χέρι, να βρουν πραγματικές προτάσεις και ιδέες, να συγκρίνουν τιμές και να κλείσουν εμπορικές συμφωνίες.

5th International Hospitality Forum

Τα βλέμματα όμως στη φετινή Xenia συγκεντρώνει το 5ο Διεθνές Φόρουμ Φιλοξενίας που θα διεξαχθεί το προσεχές Σάββατο 27 Νοεμβρίου 2021, την πρώτη μέρα λειτουργίας της έκθεσης. Η χαρτογράφηση της νέας τουριστικής πραγματικότητας στην μεταπανδημική περίοδο και οι λύσεις για την επιτυχημένη προσαρμογή των ελληνικών ξενοδο-

Ανοίγει τις πύλες της η Xenia Στο επίκεντρο το 5ο Διεθνές Φόρουμ Φιλοξενίας

Η χαρτογράφηση της νέας τουριστικής πραγματικότητας στην μεταπανδημική περίοδο και οι λύσεις για την επιτυχημένη προσαρμογή των ελληνικών ξενοδοχείων σε αυτή, θα βρεθούν στο επίκεντρο των εργασιών του Φόρουμ



Αλ. Βασιλικός:
Το περιεχόμενο
του φετινού Φόρουμ
είναι και σίγουρα δεν
θα μπορούσε να είναι
πιο επίκαιρο, με στόχο
την έγκαιρη και έγκυρη
πληροφόρηση
του κλάδου για όλες
τις παγκόσμιες τάσεις
της φιλοξενίας
στη μετά-covid εποχή



χείων σε αυτή, θα βρεθούν στο επίκεντρο των εργασιών του Φόρουμ.

Το φόρουμ διεξάγεται και φέτος σε συνεργασία με την Rhocuswright -μιας εκ των μεγαλύτερων εταιρειών Consulting παγκοσμίως με εξειδίκευση στον Τουρισμό- θα πραγματοποιηθεί στη συνεδριακή αίθουσα του Metropolitan Expo, και θα σηματοδοτήσει και την έναρξη της έκθεσης XENIA 2021.

Στο πλαίσιο του Φόρουμ κορυφαίοι εκπρόσωποι διεθνών ξενοδοχειακών brands θα δώσουν το στίγμα της εποχής, ενώ προσωπικότητες που επικυριαρχούν στην παγκόσμια τουριστική σκηνή, θα αποκρυπτογραφήσουν την επόμενη ημέρα της βιομηχανίας φιλοξενίας στην μετά-covid περίοδο.

Υπογραμμίζεται ότι το 5ο Διεθνές Φόρουμ Φιλοξενίας με τίτλο : “Hospitality in the post-covid era - Η Φιλοξενία στη μετά-covid εποχή” θα έχει υβριδικό χαρακτήρα και θα διεξαχθεί σε δύο ενότητες, ενώ θα ακολουθήσει ξεχωριστή συζήτηση του προέδρου του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος με τον πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο της Accor κ. Sébastien Bazin. Ειδικότερα οι ενότητες είναι οι εξής :

- **Ξενοδοχειακή ανάκαμψη:** φέρνοντας την επανάσταση στο μάρκετινγκ, στην διανομή & λειτουργία

- **Επανεφεύρεση ξενοδοχείων:** η βιωσιμότητα ως η ύψιστη προτεραιότητα

Αναφερόμενος στο 5ο Διεθνές Φόρουμ Φιλοξενίας, ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας κ. Αλέξανδρος Βασιλικός τόνισε ότι : «η διοργάνωση που έγινε θεσμός και αναδείχθηκε στην κορυφαία πλατφόρμα διαλόγου, γνώσης και ανταλλαγής τεχνογνωσίας, για τον κλάδο της φιλοξενίας στην Ελλάδα, αποτελεί για πέμπτη συνεχή χρονιά, σημείο συνάντησης εκπροσώπων παγκόσμιων brands, Ελλή-



νων και ξένων ειδικών και decision makers, διεθνώς αναγνωρισμένων συμβουλευτικών εταιρειών και καταξιωμένων επιχειρηματιών του τουρισμού. Το περιεχόμενο του φετινού Φόρουμ είναι και σίγουρα δεν θα μπορούσε να είναι πιο επίκαιρο, με στόχο την έγκαιρη και έγκυρη πληροφόρηση του κλάδου για όλες τις παγκόσμιες τάσεις της φιλοξενίας στη μετά-covid εποχή. Άλλωστε στην κορωνίδα των πλεονεκτημάτων του τοποθετείται η δυνατότητα να ακούμε τις απόψεις των ανθρώπων που δημιουργούν τις τάσεις διεθνώς. Τα συμπεράσματα που θα εξαχθούν έχουν μεγάλη αξία τόσο για τις σημερινές αβεβαιότητες που δημιουργεί η πανδημία όσο και για την ανάγκη ενός νέου προτύπου τουριστικής ανάπτυξης που θα έχει στον πυρήνα του την έννοια της βιωσιμότητας».

Ο κ. Θανάσης Γαλούρης αντιπρόεδρος της FORUM AE που αποτελεί το χρυσό χορηγό του 5th International Hospitality Forum σημείωσε ότι : «Η Xenia 2021 θα αποτελέσει την κορυφαία εμπορική συνάντηση για τους ανθρώπους του κλάδου και θα αναδείξει τους βασικούς πυλώνες πάνω στους οποίους θα στηριχθεί το νέο μοντέλο του ελληνικού Τουρισμού.

Με τη συμμετοχή 320 εκθετών η premium έκθεση του ξενοδοχειακού κλάδου επανέρχεται δυναμικά και με ασφάλεια στο Metropolitan Expo, για να υποδεχθεί τους επιχειρηματίες και επαγγελματίες του ξενοδοχειακού, αλλά και ευρύτερου κλάδου του τουρισμού, σε συνθήκες Covid Free. Στόχος της έκθεσης είναι να αναδείξει καινοτόμες λύσεις και προτάσεις για να ανταπεξέλθουν οι ξε-

νοδόχοι και γενικότερα οι επιχειρηματίες της φιλοξενίας στο απαιτητικό περιβάλλον της μετά-covid εποχής.

Η στρατηγική συνεργασία μας με το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας συνεχίζεται απρόσκοπτα και είναι χαρά και τιμή μας που φιλοξενούμε στην XENIA το εξαιρετικά σημαντικό 5ο Διεθνές Φόρουμ, που ευελπιστούμε και εμείς να αποτελέσει την κορυφαία πλατφόρμα διαλόγου, γνώσης και ανταλλαγής τεχνογνωσίας για τον κλάδο της φιλοξενίας στην Ελλάδα».

Τέλος, όπως προαναφέρθηκε χρυσός χορηγός του Φόρουμ είναι η Xenia και αργυροί χορηγοί: η Τράπεζα Πειραιώς, η HIT και η LYBRA. Παράλληλα επίσημος Χορηγός Αερομεταφορών είναι η AEGEAN Airlines και Χορηγοί Φιλοξενίας οι : AFEA Travel and Congress και Athens Capital Hotel.

Η σημασία της σωστής διαχείρισης χρόνου

Το time management θεωρείται μια από τις πιο σημαντικές soft skills δεξιότητες που πρέπει κάποιος να κατέχει στην σημερινή αγορά και αναζητείται έντονα από τις επιχειρήσεις

Ο χρόνος είναι ένα αναπόσπαστο κομμάτι της ζωής μας και η όποια λάθος διαχείρισή του, έχει συνέπειες τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε προσωπικό επίπεδο. Η σύγχρονη κοινωνία απαιτεί όλο και γρηγορότερους και εξαντλητικούς ρυθμούς ζωής, πολλές ώρες εργασίας, έντονο ανταγωνισμό και λίγες ώρες για προσωπική ξεκούραση. Είναι γεγονός, ότι ο χρόνος είναι περιορισμένος, έχει



Γράφει ο

**Μιχάλης
Μάρκου**

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

πάντα 24 ώρες, δεν σταματά ποτέ, κοστίζει, αποσπάται πολλές φορές πολύ εύκολα και δεν επανέρχεται. Οπότε θα πρέπει να κατανεμηθεί/χρησιμοποιηθεί έξυπνα και αποδοτικά, πετυχαίνοντας το μέγιστο δυνατό όφελος τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

Ως διαχείριση του χρόνου, ορίζεται ο συντονισμός των καθηκόντων και των δραστηριοτήτων ενός ατόμου για τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας των προσπαθειών του. Η διαχείριση του χρόνου επιτρέπει στους ανθρώπους να κάνουν όλο και καλύτερα τη δουλειά τους και το πρόγραμμά τους σε λιγότερο χρόνο. Μάλιστα, η σωστή διαχείριση χρόνου (time management) θεωρείται μια από τις πιο σημαντικές soft skills δεξιότητες που πρέπει κάποιος να κατέχει στην σημερινή αγορά και αναζητείται έντονα από τις επιχειρήσεις.

Πολλά έχουν γραφτεί για το πώς κάποιος μπορεί να διαχειριστεί καλύτερα τον χρόνο του, και σχεδόν όλοι τονίζουν την σημασία του σωστού προγραμματισμού των εργασιών/δραστηριοτήτων που έχει να φέρει εις πέρας ένα άτομο. Αν ο προγραμματισμός γίνει σωστά, τότε είναι εφικτό να μειωθεί ο χρόνος και η προσπάθεια για να επιτευχθεί ένας στόχος. Τα οφέλη ενός προγραμματισμού είναι πολλαπλά μιας και ο προγραμματισμός



είναι ένας οδηγός για το μέλλον. Δείχνει που είμαστε και που θέλουμε να φτάσουμε. Το πρώτο βήμα λοιπόν, για ένα σωστό προγραμματισμό είναι η λεπτομερής καταγραφή των δραστηριοτήτων ενός ατόμου μέσα σε μια ημέρα/εβδομάδα με χρονομέτρηση. Μέσω αυτής της διαδικασίας θα φανούν τι ποσοστό του χρόνου ξοδεύεται σε επείγουσες, σημαντικές, λιγότερο σημαντικές, ανούσιες ή αδιάφορες εργασίες/δραστηριότητες.

Η θέσπιση προτεραιοτήτων στις εργασίες/δραστηριότητες που έχει να διεκπεραιώσει ένα άτομο, είναι μια άλλη σημαντική παράμετρος στην σωστή διαχείριση του χρόνου. Η κρισιμότητα και η πιεστικότητα κάθε εργασίας/δραστηριότητας, καθορίζουν και την σπουδαιότητα και την σημασία της. Η κρισιμότητα απαντά στο ερώτημα πόσο κρίσιμη/καθοριστική είναι η εργασία που πρέπει να πραγματοποιηθεί για την επίτευξη των στόχων, ενώ η πιεστικότητα απαντά στο

*Το πρώτο βήμα λοιπόν,
για ένα σωστό
προγραμματισμό είναι
η λεπτομερής καταγραφή
των δραστηριοτήτων
ενός ατόμου μέσα
σε μια ημέρα/εβδομάδα
με χρονομέτρηση*

ερώτημα πόσο επείγουσα είναι η εργασία. Η κατηγοριοποίηση τους γίνεται σε 4 κατηγορίες, οι οποίες είναι:

A) εργασία κρίσιμη αλλά και επείγουσα (δεν επιδέχεται αναβολή και συνήθως πρόκειται για κάτι που πρέπει να γίνει άμεσα),

B) εργασία κρίσιμη αλλά όχι επείγουσα (που σημαίνει ότι μπορεί να ολοκληρωθεί και με την βοήθεια/συνδρομή άλλων ατόμων),

Γ) εργασία όχι κρίσιμη αλλά επείγουσα (η οποία συνεισφέρει ελάχιστα στην επίτευξη των στόχων σας αλλά πρέπει να γίνει αμέσως) και τέλος

Δ) εργασία ασήμαντη, που σημαίνει ότι δεν συμβάλλει στην επίτευξη των στόχων που έχουν τεθεί και ούτε υπάρχει οποιαδήποτε πίεση για την ολοκλήρωσή της.

Ο προγραμματισμός των δραστηριοτήτων της επόμενης ημέρας και η τήρηση ενός καλά οργανωμένου ημερολογίου/to do list είναι ακόμα μια σημαντική παρά-



μετρος στην βελτιστοποίηση της διαχείρισης του χρόνου. Πρέπει να αφιερώνεται στο τέλος της ημέρας (ή στην αρχή της επόμενης), τουλάχιστον 5 λεπτά με την καταγραφή των εργασιών/δραστηριοτήτων που πρέπει να πραγματοποιηθούν, βάζοντας προτεραιότητες και χρόνους σε κάθε μια. Ένα ημερολόγιο ή το do list έγγραφο αποτελούν εξαιρετικά εργαλεία για την αύξηση της παραγωγικότητας μιας και εκπληρώνοντας τους στόχους που είχαν τεθεί (γραπτώς), το άτομο αισθάνεται πιο παραγωγικό και αποτελεσματικό. Η ηθική ικανοποίηση που προσφέρεται είναι το καταλληλότερο κίνητρο για να συνεχίσει το άτομο να δημιουργεί νέες λίστες και να θέτει όχι μόνο μακροπρόθεσμους αλλά και βραχυπρόθεσμους στόχους, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην ανάπτυξη της υπευθυνότητας και της συνέπειας.

Συνεχίζοντας, δεν πρέπει να αγνοηθεί η σημασία της τάξης και της οργάνωσης

Βασική προϋπόθεση σε όλα αυτά, θα πρέπει να είναι και η αυτόβουλη θέληση να αλλάξουμε τον τρόπο σκέψης και δράσης, έτσι ώστε να υπάρξει ορθότερη και αποδοτικότερη χρήση του χρόνου

του χώρου εργασίας, ενός ατόμου, που θέλει να διαχειρίζεται καλύτερα τον χρόνο του. Βάσει ερευνών, έχει διαπιστωθεί ότι ένας καθαρός και οργανωμένος εργασιακός χώρος δίνουν ένα επιπλέον κίνητρο για γρηγορότερη ολοκλήρωση των δραστηριοτήτων/εργασιών που πρέπει να πραγματοποιηθούν.

Τέλος, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην σωστή και αποτελεσματική αντιμετώπιση των χρονοκλεφτών/περισπασμών που υπάρχουν όπως τα τηλέφωνα, τα emails, τα social media, οι (απροσδόκητες) επισκέψεις ή τα αιτήματα για βοήθεια/συνεργασία από φίλους/συνεργάτες/υφιστάμενους/προϊστάμενους, κοκ και η στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθηθεί διαφέρει ανάλογα με τον περισπασμό.

Εν κατακλείδι, η ικανότητα σωστής και αποτελεσματικής διαχείρισης και οργάνωσης του χρόνου είναι μείζονος σημασίας στην σύγχρονη κοινωνία και στις

επιχειρήσεις. Η ικανότητα αυτή εξασφαλίζει ένα σύστημα προγραμματισμού και ελέγχου και εξασφαλίζει ισορροπία στην προσωπική και επαγγελματική ζωή, με ευελιξία, ώστε το άτομο να ανταποκρίνεται σε νέες ευκαιρίες ή απρόοπτα. Τα πλεονεκτήματα/οφέλη από την ορθή διαχείριση του χρόνου είναι η αύξηση της παραγωγικότητας, η θετική προδιάθεση, η ελάττωση των περιπτώσεων σκόπιμης αποφυγής εργασιών (αναβλητικότητα), η προώθηση της ιδέας της προετοιμασίας και επανάληψης, η ελαχιστοποίηση διεκπεραίωσης εργασιών την τελευταία στιγμή και η δραστική μείωση του άγχους. Βέβαια, βασική προϋπόθεση σε όλα αυτά, θα πρέπει να είναι και η αυτόβουλη θέληση να αλλάξουμε τον τρόπο σκέψης και δράσης, έτσι ώστε να υπάρξει ορθότερη και αποδοτικότερη χρήση του χρόνου πετυχαίνοντας το μέγιστο δυνατό όφελος τόσο σε επαγγελματικό όσο και σε προσωπικό επίπεδο.

Η ζημιά της πανδημίας σε αριθμούς

Το ΙΝΣΕΤΕ παρουσίασε την ετήσια μελέτη για τη συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία το δραματικό 2020, αποκαλύπτοντας το μέγεθος των απωλειών, αλλά και τα ισχυρά σημεία του ελληνικού τουρισμού που άντεξαν στην κρίση

Την νέα του μελέτη παρουσίασε το ΙΝΣΕΤΕ με τίτλο «Η συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία για το 2020». Η μελέτη του Ινστιτούτου που γίνεται κάθε χρόνο αποσκοπεί στο να προβάλει την συμβολή του τουρισμού στην ελληνική οικονομία μέσω αναλυτικής καταγραφής και αποτύπωσης, όμως ιδιαίτερα για την περσινή χρονιά αποτύπωσε και το μέγεθος της ζημιάς που προκάλεσε συνολικά στον τουριστικό κλάδο η πανδημία.

Σε κάθε περίπτωση το ΙΝΣΕΤΕ τονίζει ότι η αποτύπωση των οικονομικών μεγεθών του αποτελεί προϋπόθεση για την διαμόρφωση και διατύπωση απόψεων και επιλογών ως προς την στρατηγική που πρέπει να ακολουθηθεί στον ελληνικό τουρισμό για την ανάπτυξή του και την επίλυση των προβλημάτων του.

Αφίξεις και Έσοδα Εισερχομένων Τουριστών 2020

Το 2020 η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 7,4 εκατ. τουρίστες, μόνιμους κατοίκους άλλων χωρών και εισέπραξε σχεδόν € 4,1 δισ. Αναφορικά με το μεταφορικό μέσο, η εικόνα λόγω και της πανδημίας διαφοροποιήθηκε σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια, με τις αεροπορικές αφίξεις να αυξάνουν το μερίδιό τους στο 75% των αφίξεων ακολουθούμενες από τις οδικές με 21% και τις θαλάσσιες με 4%. Το ποσοστό των τουριστών που επέλεξαν το τρένο ως μέσο μεταφοράς για το ταξίδι τους στην Ελλάδα ήταν αμελητέο.

Το 2020, ο εισερχόμενος τουρισμός κα-

τέγραψε τα χαμηλότερα μεγέθη από την έναρξη της Έρευνας Συνόρων (2005), τόσο στις αφίξεις 7,4 εκατ. δηλαδή μείωση 76,5% σε σχέση με το 2019) όσο και στα έσοδα 4,1 δισ. € δηλαδή μείωση 76,8%.

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων ανήλθε σε 64,1 εκατ. παρουσιάζοντας μείωση κατά 72,4% σε σχέση με το 2019. Η Μέση κατά Κεφαλήν Δαπάνη (ΜΚΔ) ανήλθε στα € 555,2, εμφανίζοντας μείωση κατά 1,6%, που οφείλεται στην μείωση της Δαπάνης ανά Διανυκτέρευση κατά 16,0% (από € 76,1 σε € 63,9) ενώ αντίθετα η Μέση Διάρκεια Παραμονής σημείωσε αύξηση κατά 17,1% από 7,4 διανυκτερεύσεις σε 8,7 διανυκτερεύσεις.

Τέλος, τα ανωτέρω στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της ΤτΕ που δεν περιλαμβάνουν ούτε τους επιβάτες κρουαζιέρας, εκτός από αυτούς που τελειώνουν την κρουαζιέρα τους στην Ελλάδα και αναχωρούν από κάποιο ελληνικό αεροδρόμιο ή λιμάνι. Το ποσοστό των επιβατών αυτών είναι πολύ μικρό. Προκειμένου, συνεπώς, να καταγραφεί και η κίνηση των επιβατών κρουαζιέρας και οι εισπράξεις από αυτούς, η ΤτΕ εκπονεί και την Έρευνα Κρουαζιέρας. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας αυτής, το 2020 η Ελλάδα υποδέχθηκε σχεδόν 31 χιλ. τουρίστες κρουαζιέρας, μειωμένους σε σύγκριση με το 2019 κατά 98,8%, και εισέπραξε σχεδόν 8,9 εκατ. ευρώ, μειωμένα κατά 98,2%.

Εγχώριος Τουρισμός

Σύμφωνα με την «Έρευνα Διακοπών» της ΕΛΣΤΑΤ για το 2020, η εγχώρια τουριστική δαπάνη για ταξίδια με τουλάχισ-



στον μία διανυκτέρευση ανήλθε σε 1.409 εκατ. € όταν για το 2019 ήταν 1.599 εκατ. €, δηλαδή μειωμένη κατά 11,9% σε σύγκριση με το 2019. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 2008, η αντίστοιχη δαπάνη ήταν 3.868 εκατ. € δηλαδή, κατά την περίοδο 2008-2020, η δαπάνη του εγχώριου τουρισμού μειώθηκε κατά -63,6%.

Η συμβολή του τουρισμού στην Ελληνική Οικονομία

Σύμφωνα με την 2 η εκτίμηση της ΕΛ-ΣΤΑΤ, το ΑΕΠ της χώρας, σε τρέχουσες τιμές, το 2020 διαμορφώθηκε στα 165.326 εκατ. ευρώ μειωμένο κατά 9,8% σε σύγκριση με το 2019 183.250 εκατ. ευρώ. Συνοψίζοντας τα στοιχεία για τον τουρισμό που παραθέσαμε παραπάνω και συγκρίνοντάς τα και με το ΑΕΠ της χώρας προκύπτει η ακόλουθη εικόνα:

- η άμεση συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2020 εκτιμάται σε 6,1 δισ. ευρώ, μέγεθος που

αντιστοιχεί με το 3,7% του ΑΕΠ.

- συνυπολογίζοντας και τα πολλαπλασιαστικά οφέλη, η συνολική συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της χώρας το 2020 εκτιμάται μεταξύ € 13,4 και € 16,1 δισ., μεγέθη που αντιστοιχούν μεταξύ 8,1% έως 9,7% του ΑΕΠ.

- το ΑΕΠ παρουσίασε ετήσια μείωση κατά -9,8% ή κατά € -17.924 εκατ., ενώ η δραστηριότητα του τουρισμού μειώθηκε σε ετήσια βάση κατά 72,3% ή κατά 5.851 εκατ. ευρώ άμεσα ή € -34.872 / -42.005 εκατ. έμμεσα και άμεσα. Η μείωση της τουριστικής δραστηριότητας οφείλεται στην πανδημία και τα μέτρα αντιμετώπισής της και προήλθε κατά 77,0% από τον εισερχόμενο τουρισμό έναντι -11,9% από τον εγχώριο τουρισμό.

- παρ' όλ' αυτά, το ποσοστό του εισοδήματος της τουριστικής δραστηριότητας που προήλθε από το εξωτερικό ανήλθε σε 77,0% έναντι περισσότερο από 90%

Ο τουρισμός το 2020 με μια ματιά...

Ο τουρισμός το 2020

παρουσίασε μείωση εσόδων από το εξωτερικό κατά **77,0%** δηλαδή 15.662 εκατ. € στο οποίο περιλαμβάνονται τα έξοδα μετάβασης και οι εισπράξεις από κρουαζιέρες

Η μείωση της άμεσης

συνεισφοράς του τουρισμού στην οικονομία της χώρας εκτιμάται σε **15.851 εκατ. ευρώ** όταν η συνολική μείωση του ΑΕΠ το 2020 ήταν **17.924 εκατ. ευρώ**

Παρά την μείωση των εσόδων

από τον εισερχόμενο τουρισμό κατά **77,0%** έναντι **11,9%** από τον εγχώριο τουρισμό, η τουριστική δραστηριότητα παρέμεινε κατά κύριο λόγο εξαγωγική με το **77,0%** των εσόδων του τουρισμού να προέρχονται από τον εισερχόμενο τουρισμό (έναντι περισσότερο από **90%** τις προηγούμενες χρονιές).

Η οικονομική συνεισφορά

του αντιστοιχεί στο **3,7%** του ΑΕΠ της χώρας, ενώ αν συνυπολογιστεί και η έμμεση συνεισφορά του, αντιστοιχεί μεταξύ 8,1% έως 9,7%

Από κάθε 1 ευρώ

τουριστικής δραστηριότητας, δημιουργείται επιπλέον **1,2 - 1,65 ευρώ** πρόσθετης οικονομικής δραστηριότητας. Ως αποτέλεσμα για κάθε 1 ευρώ τουριστικού εσόδου, το ΑΕΠ της χώρας αυξάνεται κατά **2,2 - 2,65 ευρώ**, δηλαδή ο τουρισμός είναι ένας κλάδος με μεγάλη διάχυση ωφελειών στην οικονομία

Αν στις ταξιδιωτικές

εισπράξεις συνυπολογισθούν και οι εισπράξεις από αερομεταφορές και θαλάσσιες μεταφορές από τον εισερχόμενο τουρισμό, τότε το σύνολο των ταξιδιωτικών εισπράξεων ισούται με το **20,6%** των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων πλην πλοίων και καυσίμων

Η οικονομία τριών

νησιωτικών Περιφερειών (Ν. Αιγαίο, Ιόνια Νησιά και Κρήτη) εξαρτάται σε πολύ μεγάλο βαθμό από τον τουρισμό

Κάλυψε με τις ταξιδιωτικές

εισπράξεις το **22,1%** του ελλείμματος του ισοζυγίου αγαθών. Οι εισπράξεις αυτές ισούνται με το 18,1% των εισπράξεων από τις εξαγωγές όλων των άλλων προϊόντων που εξαγει η χώρα, εξαιρουμένων των εισπράξεων από εξαγωγή πλοίων και καυσίμων

Συμβάλλει άμεσα

στην αιχμή στο **15,9%** της απασχόλησης και συνολικά (άμεσα και έμμεσα) μεταξύ 35,0% και 42,2% ενώ αποτέλεσε και αποτελεί βασικό μοχλό μείωσης της ανεργίας

τις προηγούμενες χρονιές. Δηλαδή ο τουρισμός παρέμεινε και το 2020 μια κατ' εξοχήν εξαγωγική δραστηριότητα.

Η συμβολή του τουρισμού στο ισοζύγιο πληρωμών

Ο τουρισμός, ιδιαίτερα μέσα στην οικονομική κρίση, αποτέλεσε μια από τις σημαντικότερες πηγές εσόδων της χώρας που εξισορροπούσε το Ισοζύγιο Πληρωμών. Η τάση αυτή, διακόπηκε απότομα το 2020, λόγω των ταξιδιωτικών περιορισμών και της άνευ προηγουμένου μείωση της ζήτησης για ταξίδια. Ως εκ τούτου, η συμβολή του τουρισμού στην κάλυψη του εμπορικού ισοζυγίου μειώθηκε σημαντικά. Συγκεκριμένα, για το 2020 οι ταξιδιωτικές εισπράξεις κάλυψαν το 22,1% του ελλείμματος του Ισοζυγίου Αγαθών (έναντι 79,6% το 2019).

Τουρισμός και απασχόληση

Ο τουρισμός, εκτός από την μεγάλη

συμβολή στην οικονομία της χώρας έχει μεγάλη συμβολή και στην απασχόληση και, τα τελευταία χρόνια, έχει συμβάλει σημαντικά στην μείωση της ανεργίας. Η θετική αυτή πορεία όμως διεκόπη λόγω της πανδημίας του κορονοϊού. Συγκεκριμένα, η απασχόληση στα τουριστικά επαγγέλματα υπηρεσιών καταλυμάτων και εστίασης μειώθηκε κατά 20,4%, το 2ο τρίμηνο έναντι 2,8% της συνολικής απασχόλησης, κατά 7,7% έναντι 1,1% στο 3ο τρίμηνο και κατά 11,9% έναντι 0,6% στο 4ο τρίμηνο. Στο 1ο τρίμηνο του 2020, κατεγράφη αύξηση της απασχόλησης τόσο στα καταλύματα και την εστίαση κατά 2,1% έναντι 1,0% στο σύνολο της απασχόλησης. Αυτό συνέβη διότι το 1ο τρίμηνο του 2020 –προ πανδημίας– υπήρξε σημαντική αύξηση της τουριστικής δραστηριότητας. Η συνολική απασχόληση (άμεση και έμμεση) που δημιουργεί ο τουρισμός ανέρχεται στο 35,0% έως 42,2% του συνόλου.

Εισερχόμενος Τουρισμός, 2020

	Αφίξεις	%	Έσοδα (€)	%
Ιαν	789.951	11%	286.077.141	7%
Φεβ	627.318	9%	239.584.005	6%
Μαρ	410.837	6%	88.946.822	2%
Απρ	37.566	1%	7.278.797	0%
Μαι	55.567	1%	13.088.895	0%
Ιουν	256.225	3%	64.336.251	2%
Ιουλ	828.185	11%	577.015.781	14%
Αυγ	1.806.946	25%	1.373.175.565	34%
Σεπ	1.334.766	18%	825.483.500	20%
Οκτ	954.797	13%	524.970.022	13%
Νοε	175.754	2%	60.700.000	1%
Δεκ	96.565	1%	33.517.000	1%
Σύνολο	7.374.477	100%	4.094.173.779	100%

Αεροπορικώς	5.550.468	75%
Οδικώς	1.554.817	21%
Σιδηρ/μικώς	590	0%
Θαλασσίως	268.602	4%

Πηγή: ΤτΕ-Επεξεργασία INSETI Intelligence

Τα στοιχεία εσόδων για το 2020 υπόκεινται σε αλλαγή.



Γράφει ο
Χρήστος
Αναστασόπουλος
Οικονομολόγος, MSc

Περί
Τουρισμού...
ο λόγος

Μεσσηνιακή Γαστρονομία & Τουρισμός

Ο γαστρονομικός τουρισμός συνιστά μια από τις ισχυρότερες τάσεις στο παγκόσμιο τουριστικό γίγνεσθαι. Μια τάση άρρηκτα συνδεδεμένη με την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών από ολοένα και περισσότερους ταξιδιώτες. Η κουζίνα, οι πρώτες ύλες, τα μέσα και οι τρόποι παρασκευής των φαγητών και των ποτών κάθε τόπου παρέχουν πλήθος πληροφοριών για την ιστορία του, την παραγωγική του δυναμική, τα ήθη και τα έθιμα, τις συνήθειες και τον τρόπο ζωής των κατοίκων του κατά το παρελθόν. Παράλληλα, έρευνες καταδεικνύουν τη σημασία της γαστρονομίας στο πλαίσιο του εγχειρήματος της τουριστικής ανάπτυξης μιας περιοχής. Στο πλαίσιο αυτό, το παρόν αποσκοπεί στην παρουσίαση της γαστρονομίας της Μεσσηνίας, των πρωτοβουλιών και των δράσεων ανάδειξης και προβολής της, καθώς και στην κατάδειξη της προοπτικής της να καταστεί γαστρονομικός τουριστικός προορισμός.

Χαρακτηρίζεται ως γη της επαγγελίας.

Ευλογημένος τόπος, κατοικημένος από τα προϊστορικά χρόνια, με απaráμιλλη φύση, πλούσιος σε ιστορία και πολιτιστική παράδοση, με ήπιο, εύκρατο κλίμα, που χαρακτηρίζεται από μεγάλη ηλιοφάνεια και πολλές βροχές κατά τη χειμερινή περίοδο, με εύφορες πεδιάδες, επιβλητικά βουνά και πολλά νερά. Ο Ευριπίδης πριν 25 αιώνες τη χαρακτήρισε «καλλίκαρπη» ενώ ο Χαρίλαος Τρικούπης είπε για τη μεσσηνιακή γη πως «και ομπρέλες να φυτέψεις θα καρποφορήσουν». Η Μεσσηνία είναι αντικειμενικά ένας εύφορος τόπος, με ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες, με εντυπωσιακή παραγωγική δυναμική, με τεράστια ποικιλία εξαιρετικής ποιότητας προϊόντων, με ιδιαίτερη κουζίνα. Ένας τόπος που πραγματικά βρίθει γαστρονομικών θησαυρών.

Παγκοσμίου φήμης προϊόντα αποτελούν το εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, οι ελιές, τα σύκα και οι σταφίδες της. Το ιερό δέντρο της ελιάς καλλιεργείται στην περιοχή από τον 12ο π.Χ. αιώνα. Στον απέραντο ελαιώνα, των 900.000 περίπου στρεμμάτων, καλλιεργούνται 13,5 εκατ. ελαιόδεντρα από τα οποία παράγονται οι διάσημες ελιές Καλαμών και 50.000 τόνοι, κατά μέσο όρο ετησίως, εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου, του «υγρού χρυ-

Η Μεσσηνία διαθέτει έναν ανεξάντλητο και ανεξερεύνητο γαστρονομικό πλούτο, πληθώρα εξαιρετικών προϊόντων, μεγάλη ποικιλία συνταγών, ένα διατροφικό πρότυπο οι αρχές του οποίου ταυτίζονται αδιαμφισβήτητα με αυτές της Μεσογειακής Διατροφής



σού» σύμφωνα με τον Όμηρο. Από τους μεγάλης έκτασης συκεώνες παράγεται, εδώ και αιώνες, ένα ακόμα σημαντικό προϊόν, αν και σε περιορισμένες ποσότητες σε σχέση με το παρελθόν, όταν η παραγωγή του έφτανε ακόμα και τους 10.000 τόνους. Το άριστης ποιότητας αποξηραμένο σύκο (τσασπέλα) συνεχίζει να συνιστά ένα βασικό εξαγόμενο προϊόν της περιοχής. Ενώ η μαύρη σταφίδα, η αποκαλούμενη και «μαύρος χρυσός», προϊόν ενταγμένο στον εθνικό κατάλογο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της Unesco, καλλιεργείται σε έκταση 7.000 στρεμμάτων με παραγωγή που ανέρχεται στους 2.500 περίπου τόνους. Στην περιοχή παράγονται σε μεγάλες ποσότητες εξαιρετικής ποιότητας εσπεριδοειδή, σταφύλια, καρπούζια, οπωροκηπευτικά και πατάτες. Αλλά και φραγκόσυκα, άγρια σπαράγγια, αγριόσκορδα (λέχουρδες), γλυκοπατάτες, μέλι, κάστανα, καρύδια, μήλα, αμύγδαλα, ακτινίδια, αβοκάντο, κεράσια, λωτοί. Ιδιαίτερη θέση με ταξύ των προϊόντων καταλαμβάνουν η αραχίδα Καλαμάτας (αράπικο φιστίκι), η πατάτα Αλαγονίας, η αγκινάρα Μικρομάνης, τα αρωματικά φυτά και βότανα Ταϋγέτου, ο ανθός αλατιού Μάνης, κα-

θώς και η «χοντροκατσαρή» ντομάτα και το κρεμμύδι από τον Σκάρμινγκα (Μεταμόρφωση). Τα τελευταία χρόνια αναβιώνει η καλλιέργεια ρυζιού και οσπρίων όπως η ροβίτσα, ή το καλαματιανό ψιλοφάσουλο. Ο Μεσσηνιακός και ο Κυπαρισσιακός Κόλπος προσφέρουν απλόχερα ψάρια και θαλασσινά. Τόπος με σημαντική κτηνοτροφία παράγει υψηλής ποιότητας κρέας, τυροκομικά είδη όπως φέτα, σφέλα ή τυρί της φωτιάς, ξεροσφέλι, γιδοτύρι, ξηρή μυζήθρα, ανάλατη μυζήθρα, άρμη, γραβιέρα αλλά και αλλαντικά όπως παστό χοιρινό ή σύγκλινο, όπως λέγεται στα μέρη της Μάνης, και παραδοσιακό λουκάνικο της περιοχής με πορτοκάλι. Άξια αναφοράς είναι το υψηλής ποιότητας ξύδι αλλά και το μοναδικό βαλσαμικό ξύδι από μαύρη σταφίδα στην οποία οφείλει τη γλυκώδη γεύση του, το οποίο συνιστά σύγχρονη εκδοχή της ντόπιας παράδοσης σύμφωνα με την οποία το ξύδι φτιαχνόταν από βρασμένο μούστο (πετιμέζι) που πάλιωνε σε βαρέλια, όπως το κρασί, και ονομαζόταν γλυκάδι. Από τα προαναφερόμενα, έχουν καταχωριστεί ως προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προελεύσεως (Π.Ο.Π.) οι Ελιές Καλαμάτας, το Έξτρα Παρθένο

Ελαιόλαδο Καλαμάτας, η Φέτα και η Σφέλα Μεσσηνίας.

Μπαμπανάτσα, μαυρομάτικα φασόλια

με σπανάκι και μυρωδιές, καγιανάς με παστό, τραχανάς σούπα με ντομάτα και μανουρομυζήθρα, κόκορας κοκκινιστός με χυλοπίτες, γουρουνοπούλα, χοιρινό φρικασέ με άγρια χόρτα, μπακαλιάρος τσιλαδιά, πέτουλες, μπαμπούνια ή σαλιγκάρια σαβόρο, σαλιγκάρια στο τηγάνι με μυρωδικά, μακαρονάδα τσουχτή, κολοκυθοκορφάδες, σαλάτα Μεσσηνίας, πορτοκάλι με ελιές και λάδι, καρπούζι με φέτα, μελιτζανάκι και βολβοί τουρσί, οματιές, λιόπιτα, τραβηχτές πίτες, ελιές τηγανητές, λουλούδια κολοκυθιών γεμιστά, στριφτά μακαρόνια, τραχανάς στο τηγάνι με φρέσκια ρίγανη, ομελέτα με αγκινάρες και παστό, καλαματιανός καπαμάς, τσίμουλες με καυτερή πιπεριά, κουνουπίδι καπαμάς, χοιρινό με πορτοκάλι, τσίχλες παστές, φασολάκια με άρμη και χόρτα τσιγαριστά με λέχουρδες. Αυτά είναι μερικά μόνο από τα πολλά εδέσματα της περιοχής. Στα γλυκά συμπεριλαμβάνονται οι πασίγνωστες δίπλες και το περίφημο παστέλι, τα λαλάγγια, οι τηγανίτες ή κουταλίδες με μέλι, τα λουκούμια, η συκόπαστα, οι συκομαΐδες, τα γλυ-



κά του κουταλιού, μεταξύ των οποίων ξεχωρίζουν η ελιά, το καρπούζι, το σύκο και το μελιτζανάκι, γαλατόπιτες, κορκοφίγκι, μουσταλευριά με κανέλλα και καρύδι, χυλός με καλαμποκάλευρο και πετιμέζι, κολοκυθόπιτα γλυκιά.

Όπως αποδεικνύει η αρχαιολογική έρευνα, η καλλιέργεια της αμπέλου και η παραγωγή κρασιού έχουν παρουσία στην περιοχή πάνω από 3.000 χρόνια. Ως αμπελόεσσα χαρακτηρίζει ο Όμηρος την περιοχή της Πυλίας, ενώ σύμφωνα με τον Πausανία ο θεός Διόνυσος με τη συνοδεία του αφού δοκίμασαν το κρασί του τύπου αναφώνησαν, για πρώτη φορά, «ευοί ευάν». Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η περίπτωση του κρασιού Δένθις, ίσως του αρχαιότερου κρασιού με ονομασία προέλευσης, που παρήγετο στην Δενθαλιάτιδα, ονομασία κατά την ομηρική εποχή της σημερινής Αλαγονίας. Όπως αναφέρει ο Αλκμάν, το περίφημο κρασί Δένθις, ήταν άπυρος οίνος ανθοσμίας (Αλκμάν παρ' Αθηναίω και Ησύχιος: I.31). Σήμερα, στη Μεσσηνία καλλιεργούνται με εξαιρετικά αποτελέσματα οι γηγενείς ποικιλίες φιλέρι, μοσχοφίλερο, ροδίτης, φωκιανό και μανδηλαριά αλλά και οι ξένες Cabernet Sauvignon, Chardonnay, Cabernet Franc, Grenache Rouge, Grenache Blanc, Merlot και Tempranillo ενώ δραστηριοποιούνται αρκετά οινοποιεία με κάποια από αυτά να είναι επισκέψιμα. Έχουν θεσπιστεί οι Προστατευόμενες Γεωγραφικές Ενδείξεις (Π.Γ.Ε.) Μεσσηνίας, Τριφυλίας και Πυλίας ενώ έχουν ξεκινήσει οι διαδικασίες αναγνώρισης οίνου Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης (Π.Ο.Π.) για την ποικιλία φιλέρι.

Παράδοση αποτελεί και η παραγωγή αλκοολούχων ποτών με αρκετές ποτοποιίες να συνεχίζουν να παράγουν ούζο, ρακή, λικέρ και αποστάγματα. Εξέχουσα θέση ανάμεσά τους καταλαμβάνει η παλαιότερη ελληνική βιομηχανία ποτού που ιδρύθηκε το 1850 στην Καλαμάτα, πολυβραβευμένη, με μεγάλη γκάμα οινοπνευματωδών, που πέρα από το ούζο,

*Η καλλιέργεια
της αμπέλου και
η παραγωγή κρασιού
έχουν παρουσία
στην περιοχή πάνω
από 3.000 χρόνια*

τη ρακή και τη μαστίχα περιλαμβάνει Brandies, Vodka, Bitters, Liqueurs και Gin και με σημαντική εξαγωγική δραστηριότητα.

Στο πλαίσιο της ανάδειξης, της προβολής και της προώθησης των τοπικών προϊόντων και της τοπικής κουζίνας αλλά και της ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού στην περιοχή έχουν στο παρελθόν αναληφθεί σημαντικές πρωτοβουλίες και έχουν υλοποιηθεί σημαντικές δράσεις, ενδεικτική αναφορά στις οποίες γίνεται στη συνέχεια.

Σχετικές δράσεις έχουν υλοποιηθεί κατά καιρούς από το μη κερδοσκοπικό πολιτιστικό ίδρυμα «Δρόμοι της Ελιάς» που συστάθηκε το 1999 με πρωτοβουλία του Επιμελητηρίου Μεσσηνίας. Επισημαίνεται, πως το 2003, ανακηρύχθηκε ως η δεύτερη Πολιτιστική Διαδρομή στον κόσμο από την Unesco ενώ το 2005 το Συμβούλιο της Ευρώπης την ανακήρυξε «Μεγάλη Ευρωπαϊκή Πολιτιστική Διαδρομή».

Μετά την ένταξη της Μεσογειακής Διατροφής, το 2010, στον Αντιπροσωπευτικό Κατάλογο της Unesco για την Προστασία της Αυλής Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας, η Κορώνη, συνδυάζοντας το τρίπτυχο: τοπικά προϊόντα διατροφής, παράδοση και ιστορία ανακηρύχθηκε Εμβληματική Κοινότητα και εκπρόσωπος της Ελλάδας στη διεθνή αυτή πρωτοβουλία στην οποία αρχικά συμμετείχαν εκτός της χώρας μας η Ιταλία, η Ισπανία και το Μαρόκο. Στο πλαί-

σιο αυτό, ο Δήμος Πύλου – Νέστορος σε συνεργασία με το «Μανιατάκειο Ίδρυμα» διοργάνωσε στην Κορώνη, από το 2014 έως και το 2018, Φεστιβάλ Μεσογειακής Διατροφής.

Το 2013 ήταν έτος γαστρονομίας για τη Μεσσηνία. Η συνεργασία της Ένωσης Ξενοδόχων Μεσσηνίας, του Επιμελητηρίου Μεσσηνίας, συλλογικών φορέων και τοπικών επιχειρήσεων απέφερε σημαντικά αποτελέσματα στην κατεύθυνση ανάδειξης της τοπικής γαστρονομίας μεταξύ των οποίων ξεχωριστή θέση κατέχει η δράση προώθησης του «Μεσσηνιακού πρωινού».

Από το 2013 έως και το 2019 το Ίδρυμα «Καπετάν Βασίλη & Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου» σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Μεσσηνίας, το Ίνστιτούτο Ελληνικού Διατροφικού Πολιτισμού και Γαστρονομίας, το Σχολείο Τουρισμού Καλαμάτας και το Εργαστήριο Γευσιγνώσας Ελαιολάδου του ΤΕΙ Πελοποννήσου διοργάνωσε τα «Σεμινάρια Μεσσηνιακής Γαστρονομίας» με την παρουσία διακεκριμένων σεφ και μεγάλου αριθμού συμμετεχόντων.

Πριν λίγα χρόνια δημιουργήθηκε μετά από συνεργασία επαγγελματιών του ευρύτερου χώρου της γαστρονομίας, του αγροτικού τομέα, της μεταποίησης, της εστίασης και της φιλοξενίας, η Γαστρονομική Κοινότητα Καλαμάτας, η οποία αποτελεί μέλος του προγράμματος Gastronomy and Wine Tourism in Greece.

Σημαντικός επίσης είναι ο ρόλος των Τμημάτων Γεωπονίας και Επιστήμης και Τεχνολογίας Τροφίμων του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου που λειτουργούν στην Καλαμάτα. Ειδικής αναφοράς αξίζει τόσο το «Εργαστήριο Γευσιγνώσας Ελαιολάδου Καλαμάτας», διαπιστευμένο με το σύστημα ποιότητας ISO/IEC 17025 από το Ε.ΣΥ.Δ. και αναγνωρισμένο από το Διεθνές Συμβούλιο Ελαιοκομίας, όσο και το «Εργαστήριο Τροφοθεραπευτικών Προϊόντων (Nutraceuticals) και Λειτουργικών Τροφίμων», ένα εθνικής εμ-

βέλειας εργαστήριο με δικαιοδοσία γνωμοδότησης, πιστοποίησης προϊόντων και αναλύσεων, στόχος του οποίου είναι η στήριξη των τοπικών προϊόντων με τη μετατροπή τους σε τροφοφάρμακα, συμπληρώματα διατροφής και προϊόντα κοσμητολογίας.

Επιπρόσθετα, στη θεματολογία των εκπαιδευτικών δράσεων – σεμιναρίων του «Σχολείου Τουρισμού Καλαμάτας», μιας μη κερδοσκοπικής πρωτοβουλίας, τα θέματα που άπτονται της γαστρονομίας έχουν κυρίαρχη θέση.

Επίσης, τον δικό τους θετικό ρόλο διαδραματίζουν οι αφιερωμένες σε τοπικά προϊόντα γιορτές, όπως αυτές της χοντροκατσαρής ντομάτας και του κρεμμυδιού στη Μεταμόρφωση, της πατάτας στην Αλαγονία, του σύκου στον Πολύλοφο και της αγκινάρας στη Μικρομάνη, αλλά και φεστιβάλ, όπως αυτό του ελαιόλαδου και της επιτραπέζιας ελιάς στην Καλαμάτα.

Όπως είναι φανερό, οι προοπτικές ανάπτυξης του γαστρονομικού τουρισμού για τη Μεσσηνία διαγράφονται εξαιρετικές. Μπορεί υπό προϋποθέσεις να καταστεί κορυφαίος γαστρονομικός προορισμός. Διαθέτει έναν ανεξάντλητο και ανεξερεύνητο γαστρονομικό πλούτο, πληθώρα εξαιρετικών προϊόντων, μεγάλη ποικιλία συνταγών, ένα διατροφικό πρότυπο οι αρχές του οποίου ταυτίζονται αδιαμφισβήτητα με αυτές της Μεσογειακής Διατροφής και ενεργοποιημένες δυνάμεις στην κατεύθυνση αυτή. Απαραίτητες προϋποθέσεις όμως αποτελούν η ευρύτερη συνειδητοποίηση της δυναμικής τόσο του γαστρονομικού τουρισμού όσο και της τοπικής γαστρονομίας, η ενιαία στρατηγική, ο συντονισμός της δράσης όλων των εμπλεκόμενων μερών και η ενίσχυση των μεταξύ τους συνεργειών καθώς και η απόκτηση γαστρονομικής κουλτούρας και η ανάπτυξη «γαστρονομικού πατριωτισμού» Στα «πρέπει», συγκαταλέγονται επίσης, η συστηματική έρευνα και η ανάδειξη του γαστρονομικού πλούτου κάθε ξεχωριστής περιοχής της Μεσσηνίας, η αναγνώριση και άλλων τοπικών προϊόντων ως Π.Ο.Π. ή Π.Γ.Ε., η δημιουργία του χαρτοφυλακίου του γαστρονομικού προϊόντος και η ενιαιοποίησή του υπό ένα ισχυρό brand name, όπως το «Μεσσηνιακή Γαστρονομία», η προσφορά ολιστικής εμπειρίας στον επισκέπτη, με τη διοργάνωση εκδηλώσεων, σεμιναρίων, επιδείξεων μαγειρικής, ξεναγήσεων και με τη συμμετοχή του σε δραστηριότητες ή η ενίσχυση της προσφοράς αυτής όπου ήδη υφίσταται, η κατάλληλη προβολή και προώθηση, με ισχυρή παρουσία στο διαδίκτυο και με προσθήκη στο μίγμα Marketing της τόσο ταιριαστής στην περίπτωση αφηγηματικής τεχνικής (storytelling).

**ΜΗΝΑΣ
ΒΙΝΤΙΑΔΗΣ***

*Δημοσιογράφος και Συγγραφέας

**Γεύσεις
Ελλάδας**

Συνέντευξη στην

Lena**Kyriopoulos**

Journalist & Poet

Ο γητευτής της Κάσου

«Θα έπρεπε να λέμε Κάσος και να ξέρουν όλοι ότι είναι ένα από τα πιο ηρωικά νησιά της Ελλάδας!», λέει ο Μηνάς Βιντιάδης και περιγράφει με τον δικό του μοναδικό τρόπο την ιστορία, τις εικόνες και τα βιώματα από το νησί

Γνώρισα το Μηνά κατά τη διάρκεια ενός Webinar που διοργάνωσε για τα 200 χρόνια από την Επανάσταση Ο Ελληνοαυστριακός Σύλλογος Herphaestus Wien, μαζί με το Δήμο της Ηρωικής Νήσου Κάσου, καθώς και την Ένωση των Ευρωπαίων Δημοσιογράφων. Αυτό που συνειδητοποίησα, κατά την ενδελεχή δημοσιογραφική μου έρευνα, είναι ότι ελάχιστα γνωρίζουμε ως Έλληνες την προσφορά και τον αγώνα που έδωσαν οι Κασιώτες Καπεταναίοι κατά την Ελληνική Επανάσταση. Η ακριτική Κάσος, η «Καπετάνισσα των Δωδεκανήσων», συμμετείχε στην Επανάσταση του 1821 με όλες της τις δυνάμεις: οι Κασιώτες έδωσαν στον επαναστατικό στόλο όλα σχεδόν τα πλοία τους και οι ίδιοι ρίχτηκαν με θάρρος στον Αγώνα. Στον παρακάτω σύνδεσμο μπορείτε να παρακολουθήσετε το Webinar:

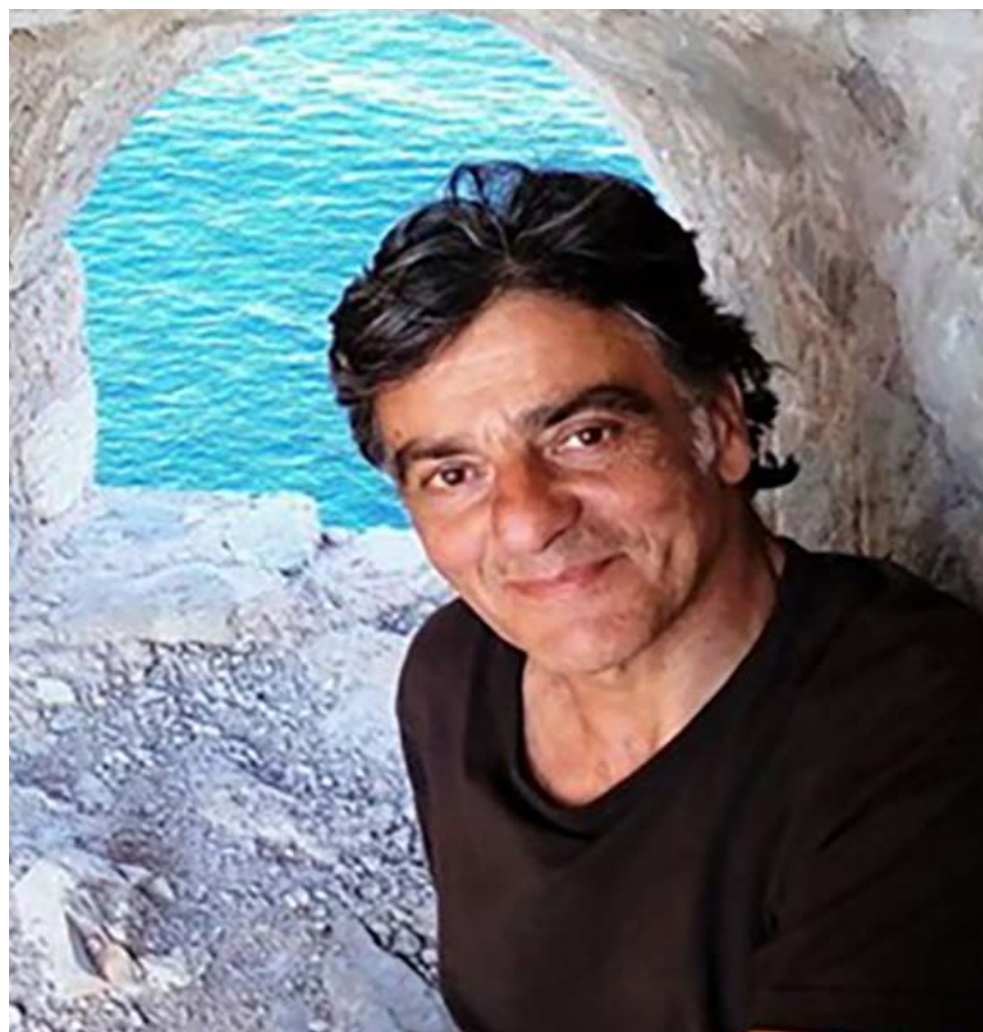
<https://www.youtube.com/watch?v=ESWGSfwiohQ>

- Καλησπέρα Μηνά και σε ευχαριστώ! Θα σου πω μία λέξη και θέλω να μας σεργιανίσεις στα βήματά της...η λέξη είναι ένα πανέμορφο νησί που λέγεται Κάσος.

Καλησπέρα Λενάκι και ευχαριστώ για την επικοινωνιακή ευκαιρία. Πρώτα πρώτα όταν ακούω τη φράση ηρωική νήσος Κάσος εκνευρίζομαι, γιατί αναγκάζομαστε να λέμε ηρωική, λες και πρέπει να το λέμε αυτό, η Βουλή να το αποφασίζει και εμείς να το βροντοφωνάζουμε, ενώ θα έπρεπε να λέμε Κάσος και να ξέρουν όλοι ότι είναι ένα από τα πιο ηρωικά νησιά της Ελλάδας!

- Ποιο είναι το πρώτο πράγμα που σου έρχεται στο μυαλό;

Ένα από τα πρώτα πράγματα που μου έρχεται στο μυαλό μου, είναι το κοιμητήριο



του νησιού μου. Μοιάζει σαν να περνάς μέσα από μία μισάνοιχτη πόρτα και εκεί μέσα να ακούς τους ψιθύρους της ίδιας της ιστορίας. Ύστερα έρχεται στο μυαλό μου μία λύρα να κουρδίζει, ένα λαούτο και τα δάχτυλα του λαουτιέρη επάνω στις χορδές σαν ακούγεται στο βάθος η φωνή του αγαπημένου μου φίλου, του Μιχάλη του Καραγιαννάκη, που δεν υπάρχει πια, καθώς τραγουδά ένα υπέροχο Κασιώτικο παραδοσιακό σκοπό που λέγεται πάθος... Το επόμενο που μου έρχεται στο μυαλό είναι ο αέρας να φυσά και να λέει στα αυτιά μου εκείνη την ώρα: «Είμαι ο θεός της

μοναξιάς» και ταυτόχρονα να ακούγεται η θάλασσα λέγοντάς μου: «είμαι εγώ εδώ για εσένα...». Η φύση, οι ελιές, γεμάτες ήλιο και μεράκι από χέρια που μοχθούν, οι μέλισσες να βουίζουν, τα χωράφια τα οργωμένα, άνθρωποι με ρυτίδες στο πρόσωπο, όλα αυτά ακόμη και ένα παιδί που προσπαθεί να μάθει γράμματα. Όλα αυτά είναι η Κάσος, μαζί με τα παιδικά μου χρόνια... μαζί τώρα με τα χρόνια της ενηλικίωσης, της ωριμότητας, με αυτή την ανθρωπιά στο καλημέρα, στο καληνύχτα. Η γειτονίσσα που θα έρθει ξαφνικά και θα σου φέρει δύο αυγά για να

σου πει καλημέρα. Οι άνθρωποι που συναντιούνται και χαμογελούν. Όταν ήρθα στην Αθήνα όλοι με κοίταζαν έκπληκτοι που έλεγα καλημέρα και μάλιστα πολλές φορές, καλημέρα θείε, έτσι λέμε στο νησί μου. Αυτή είναι η Κάσος... Ένα παραπονεμένο παιδί στην άκρη του χάρτη που κανένας δεν το παίζει, αλλά όταν το παίζει...είναι αυτό τελικά που κερδίζει τις εντυπώσεις.

- Ηθοποιός σημαίνει φως; Ο εγκλεισμός τελικά μας έκανε περισσότερο εσωστρεφείς; Πώς λειτουργήσε σε εσάς τους ανθρώπους της τέχνης;

Η ίδια η ζωή είναι φως, πόσο μάλλον τα πλάσματά της. Νομίζω ότι ο κορωνοϊός αιφνιδίασε τους δημιουργούς, ή και τους ανθρώπους που κάνουν πραγματικότητα μία δημιουργία, τους ηθοποιούς, τους τεχνικούς. Αιφνιδιάστηκαν όμως και οι θεατές, αυτοί που βλέπουν μία παράσταση ή πάνε σε μία έκθεση ζωγραφικής ή σε μία συναυλία. Το διαδίκτυο βέβαια βοήθησε στο να αποκαταστήσει την επικοινωνία, την ψυχαγωγία και την επιμόρφωση. Άλλο βέβαια αυτή η αίσθηση του να μπαίνεις στην αίθουσα του θεάτρου (να απλώνεις το χέρι) να κάνεις έτσι και είναι σαν να αγγίζεις τον ηθοποιό.

- Ήρθαμε τελικά όλοι λίγο πολύ αντιμέτωποι με τις πιο ενδόμυχες σκέψεις; Εσένα σε άλλαξε;

Προσωπικά έγινα πιο παραγωγικός, έμαθα να μάχομαι απέναντι στην κατάθλιψη, σε αυτή τη φρενίτιδα της ψηφιακής μοναξιάς. Θέλω να νιώθω αυτή τη σχέση δημιουργού δραματουργού, τις εντάσεις, τα χρώματα, τις παύσεις Όλα είναι μεγάλοι δάσκαλοι φωτός που για να φτάσεις όμως εκεί πρέπει να περάσεις από όλα τα σκοτάδια και τους δαίμονες της ψυχής σου. Βγήκα λίγο πιο κερδισμένος από αυτή την



Το 2024 θα είναι η χρονιά της Κάσου... Θέλω το δίκιο μου, το κομμάτι της ιστορίας που μας αναλογεί. Θα γίνουν συμπόσια, παραστάσεις, ημερίδες. Θα δοθούν βιβλία και θα μάθει ο κόσμος όλες τις αθέατες πτυχές του αγώνα των ανθρώπων της Κάσου



ιστορία μπορώ να πω και είχα την ευτυχία να ζήσω στο νησί μου, στον τόπο μου, στη λατρεμένη μου Κάσο, εκεί που ο χρόνος κυλάει σε τρεχούμενο νερό, καθαίριος και ζωντανός. Εκεί τα πράγματα είναι πολύ καλύτερα.

...σε γαλάζιον ατλάζι θάλασσας το καράβι μας ιστορημένο και μεις πάνω του συλλογιζόμαστε, συλλογισμένοι για πιο πέρα, πιο μακριά με τη σκέψη του ξύλου που δέχτηκε την πρώτη σπίθα της καρδιάς μας.

- Πάμε και στους 7 Κασιώτες Καπεταναίους; Οι άγνωστοι ήρωες του 1821;

Το έργο ήταν μία υπόσχεση δικιά μου απέναντι στον ίδιο μου τον εαυτό, στους ανθρώπους μου και στο νησί μου. Όταν παίζεις θέατρο και κάπου δίπλα σου υπάρχει μία μεγάλη φωτιά, όπως αυτή της Εύβοιας, οφείλεις και ως αδικημένος να στέλνεις ένα μήνυμα στους αδικούντες, ακόμη και αν αφορμή είναι ένα μικρό νησί που θα δώσει δύναμη να δυναμώσει η φλόγα της ανθρωπιάς.

Υπάρχει όμως ένα ερώτημα. Η καθημερινότητα στην οποία βρισκόμασταν πριν ήταν τελικά η καθημερινότητα που μας ταίριαζε αληθινά; Ήταν τελικά ή μας έβαλαν σε μία διαδικασία να σκεφτούμε τι αξία έχει το δευτερόλεπτο, το λεπτό, η ώρα, ή ακόμη και οι γονείς μας και επειδή εγώ τους έχω χάσει, ας στρέψουμε το βλέμμα μας, Στον παππού και τη γιαγιά σε αυτούς που δουλεύουν όταν οι άλλοι ξεκουράζονται...σε όλους αυτούς τους αφανείς που μοχθούν για μία ήρεμη συλλογικότητα.

Το 2024 θα είναι η χρονιά της Κάσου...

Θέλω το δίκιο μου, το κομμάτι της ιστορίας που μας αναλογεί. Θα γίνουν συμπόσια, παραστάσεις, ημερίδες. Θα δοθούν βιβλία και θα μάθει ο κόσμος όλες τις αθέατες πτυχές του αγώνα των ανθρώπων της Κάσου.

Θα δείτε την ιστορία μας, Θα αναγνωρίσετε τι κάναμε, αλλά η Κάσος του χτες θέλουμε να δικαιωθεί, ώστε να δικαιωθεί και η Κάσος του σήμερα και του αύριο. Να μη νιώθουμε ότι είμαστε έρμαιοι των συμπτώσεων, αλλά αγωνιστές στη φαρέτρα της ελευθερίας. Σας περιμένουμε στην Κάσο!

Καθυστερήσεις στο ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ, αγωνία για τα επιδόματα

Τον κίνδυνο να μείνουν χιλιάδες εργαζόμενοι χωρίς κανένα εισόδημα τα Χριστούγεννα επισημαίνει με ανακοίνωσή της η Πανελλήνια Ομοσπονδία Εργαζομένων Επισιτισμού Τουρισμού, καθώς φαίνεται πως έχει βρεθεί ακόμα λύση για τις μονομερείς αναστολές και για τον τρόπο υπολογισμού των ενσήμων από την περασμένη περίοδο, παρά τις ιδιαίτερες συνθήκες που δημιουργήσε η πανδημία.

«Δεν ξέρουμε πως αλλιώς να περιγράψουμε την κατάσταση που βιώνουμε εμείς οι εργαζόμενοι του κλάδου Επισιτισμού – Τουρισμού. Η Κυβέρνηση μας εγκατέλειψε κυριολεκτικά στο έλεος του θεού!», αναφέρει η ΠΟΕΕΤ τονίζοντας στη συνέχεια πως το πρόγραμμα ΣΥΝ – ΕΡΓΑΣΙΑ του Οκτωβρίου θα πληρωθεί στους δικαιούχους αύριο 26 Νοεμβρίου...

Αναφερόμενη στα ένσημα από μονομερείς αναστολές σύμβασης του 2020, η ΠΟΕΕΤ υπογραμμίζει ότι «παρά τις δεσμεύσεις του Υπουργείου Εργασίας για εμφάνιση τους στις 16 Νοεμβρίου, δυστυχώς ακόμα το πρόβλημα υφίσταται κανονικά, με αποτέλεσμα να εκπνέουν οι προθεσμίες για την αίτηση των επιδομάτων του ΟΑΕΔ. Φυσικά για εμφάνιση των ενσήμων από μονομερείς αναστολές του 2021 ούτε λόγος».

Η Ομοσπονδία καταγγέλλει πως αποτέλεσμα όλης αυτής της κατάστασης θα είναι, όσοι εργαζόμενοι είναι δικαιούχοι επιδομάτων να μην προλάβουν να τα πάρουν άμεσα και να κινδυνεύουν να κάνουν γιορτές χωρίς εισόδημα.

«Παράλληλα εξακολουθεί η Κυβέρνηση να αρνείται την οικονομική στήριξη στους εποχικά εργαζόμενους στην εστίαση, αλλά και σε αυτούς που θα έβγαιναν πρώτη φορά φέτος ταμείο ανεργίας, αφού εξακολουθεί να απαιτεί τουλάχιστον 85 περσινά ένσημα(!) την ώρα που πέρυσι δεν δούλεψε κανένας μας. Η απαξίωση των υπηρεσιών του ΕΦΚΑ συνεχίζεται με την απίστευτη υποστολέχωση. Χαρακτηριστικά σας αναφέρουμε πως οι αναρρωτικές άδειες των ξενοδοχοϋπαλλήλων πληρώνονται με 12μηνη καθυστέρηση από τις υπηρεσίες του πρώην ΤΑΞΥ αφού οι υπάλληλοι που μας εξυπηρετούσαν μετακινούνται σε άλλες υπηρεσίες.

Όσα λοιπόν ακουστούν στη σημερινό Συνέδριο για τον Τουρισμό περί αύξησης του κύκλου εργασιών του κλάδου μας, εμείς τα νοιώσαμε στο πετσί μας φέτος το καλοκαίρι», καταλήγει η ανακοίνωση της ΠΟΕΕΤ.

Χιλιάδες εργαζόμενοι του επισιτισμού τουρισμού κινδυνεύουν να μείνουν χωρίς κανένα εισόδημα την περίοδο των γιορτών.

Αύριο θα πληρωθούν οι δικαιούχοι του ΣΥΝ-ΕΡΓΑΣΙΑ για τον... Οκτώβριο



Τροπολογία για τη στήριξη των εργαζόμενων στον Επισιτισμό-Τουρισμό από βουλευτές του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ

Λύση στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι του κλάδου επισιτισμού- τουρισμού, οι οποίοι βρίσκονται σε απόγνωση και οικονομική εξαθλίωση, επιχειρούν με τροπολογίες που κατέθεσαν στο σχέδιο νόμου του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης & Τροφίμων «Μέτρα διευκόλυνσης και εκσυγχρονισμού της ίδρυσης και λειτουργίας κτηνοτροφικών εγκαταστάσεων, διατάξεις για τη διενέργεια ελέγχων και την επιβολή κυρώσεων και άλλες επείγουσες ρυθμίσεις του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων», η Βουλευτής Α Θεσσαλονίκης και Τομεάρχης Τουρισμού ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία Νοτοπούλου Κατερίνα, η Βουλευτής Β1 Βορείου Τομέα Αθηνών και Τομεάρχης Εργασίας ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία Ξενογιαννακοπούλου Μαριλίζα, ο Βουλευτής Δωδεκανήσου και Τομεάρχης Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής ΣΥΡΙΖΑ- Προοδευτική Συμμαχία, Σαντορινιός Νεκτάριος και ο Βουλευτής Ηρακλείου ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία Βαρδάκης Σωκράτης.

Η υγειονομική κρίση εξαιτίας της πανδημίας του κορονοϊού και η εκτεταμένη και πρωτοφανής αναστολή των οικονομικών λειτουργιών έχει εκτεταμένες οικονομικές και κοινωνικές συνέπειες και πλήττει ιδιαίτερα τον τομέα της εργασίας, αλλάζοντας τα δεδομένα και δυσκολεύοντας τη ζωή των εργαζόμενων. Η απώλεια των θέσεων εργασίας καθώς και η μείωση του εργάσιμου χρόνου πλήττει και τους εργαζόμενους στους τομείς του τουρισμού και επισιτισμού, σε σημείο ώστε οι εποχιακά εργαζόμενοι να αντιμετωπίζουν πρόβλημα επιβίωσης. Προκειμένου να αποφευχθεί κάθε ενδεχόμενο αδυναμίας λήψης της τακτικής επιδότησης ανεργίας από τους εποχιακά εργαζόμενους που τόσο πολύ την έχουν ανάγκη, οι βουλευτές προτείνουν μέσω τροπολογίας, την προσμέτρηση των ενσήμων των μονομερών αναστολών των ετών 2020 και 2021, για την επιδότηση ανεργίας εργαζομένων σε τουριστικά και επισιτιστικά επαγγέλματα. Οι βουλευτές στηλιτεύουν επιπλέον το γεγονός, ότι η

κυβέρνηση για δεύτερη χρονιά δεν μείωσε για τους απασχολούμενους σε τουριστικά και επισιτιστικά επαγγέλματα που θα πάρουν για φέτος πρώτη φορά επιδότηση ανεργίας δυσκολεύοντας ακόμα περισσότερο τη ζωή τους. Με δεύτερη τροπολογία τους, προτείνουν κατ' εξαίρεση για το 2021, πέραν των 50 ημερών εργασίας, να έχουν πραγματοποιήσει και ανά 50 ημερομίσθια κατ' έτος, στα αμέσως προηγούμενα από την έναρξη της επιδότησης 2 έτη, συμπεριλαμβανομένων και των ενσήμων μονομερών αναστολών των ετών 2020 και 2021. Οι ανωτέρω προτάσεις -τροπολογίες καλύπτουν την ανάγκη άμεσης και κατεπείγουσας νομοθέτησης, με προσθήκη αυτών στο κατατεθέν νομοσχέδιο του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, επιλύουν προβλήματα διαβίωσης μεγάλου αριθμού εργαζομένων και διευκολύνουν την για πρώτη φορά επιδότηση ανεργίας με τη μείωση των απαιτούμενων ενσήμων.

MACT MEDIA GROUP

DMO · Χτίζουμε Νέους Προορισμούς

Αναβαθμίζουμε την εμπειρία

MACT MEDIA GROUP



2110129575



info@mact.gr



Destination
Management
Organizations



MACT
MEDIA
GROUP



MACT EXPO CENTER

Η ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΣΤΗ ΜΕΤΑ-COVID ΕΠΟΧΗ ΓΙΑ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑ

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

Μπορεί να φιλοξενήσει
50.000 επισκέπτες
ανά ημέρα

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

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

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

☎ 2110129575 ✉ info@mact.gr

