



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΑΡΟΥΣΑ ΠΑΠΠΟΥ – ΟΛΥΜΠΙΑΝ SNOWBOARDER

Ο Χιονοδρομικός είναι η απόλυτη μορφή Αθλητικού Τουρισμού

ΣΕΛ.16-19



ΕΡΕΥΝΑ

Οι κρατήσεις και τα μερίδια ξενοδοχείων και AirBnB

ΣΕΛ.32-33



ΠΑΝΔΗΜΙΑ

Οι προοπτικές για τα ταξίδια εν μέσω της «Ο»

ΣΕΛ.36-37



ΚΕΡΚΥΡΑ

Το μεγάλο opening στο yachting

ΣΕΛ.22-23



HILTON

Με την πλάτη στον τοίχο οι εργαζόμενοι

ΣΕΛ.46-47



ΕΚΘΕΣΗ

Σε εγρήγορση για την World Tourism Expo

ΣΕΛ.34-35

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

για... λίγους

«ΤΡΙΚΥΜΙΑ» για τον Αναπτυξιακό Νόμο που έχει κατατεθεί και συζητείται στη Βουλή

ΕΚΤΟΣ ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΕΩΝ ένα μεγάλο μέρος των τουριστικών επιχειρήσεων

ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΕΣ από τους τουριστικούς φορείς, τι είπαν στην ακρόαση φορέων

ΟΙ ΕΠΙΣΤΟΛΕΣ του ΣΕΤΕ και της ΣΕΤΚΕ που ζητούν «αλλαγή πορείας»

ΣΕΛ.10-11



ΕΡΕΥΝΑ ΙΝΣΕΤΕ

Οι άξονες του τουρισμού και τα «ισχυρά» χαρτιά

ΣΕΛ.26-29



Ο ΚΑΚΟΣ ΜΑΣ Ο ΚΑΙΡΟΣ...

Με την «Ελπίδα» γίναμε... είδηση στο εξωτερικό

ΣΕΛ.12-13



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Ο χιονιάς που τα παρέσυρε όλα...

Στιγμές απείρου κάλλους, ή καλύτερα ψύχους ζήσαμε τα τελευταία 24ωρα στην πρωτεύουσα. Όχι σε κάποια απομακρυσμένη περιοχή, όχι σε κάποιο κακοτράχαλο βουνό ή σε κάποιο μικρό νησί, αλλά μέσα στις πιο ανεπτυγμένες περιοχές -υποτίθεται- της χώρας. Είδαμε ανθρώπους να εγκαταλείπονται για ώρες στην τύχη τους στον πιο σύγχρονο αυτοκινητόδρομο που διαθέτουμε. Είδαμε και βιώσαμε πολύωρες διακοπές ρεύματος σε χιλιάδες νοικοκυριά εν μέσω παγωνιάς και σφοδρής κακοκαιρίας.

Οι ιθύνοντες λένε τώρα και πάλι πως θα υπάρξει σχεδιασμός, θα δημιουργηθούν επιτροπές, θα... Τα ίδια ακούσαμε και το καλοκαίρι με τις φωτιές. Τα ίδια είχαμε ακούσει και πέρυσι με τη Μήδεια. «Η σφοδρότητα των φαινομένων», «το χιόνι ήταν πρωτόγνωρο» κλπ. Φέτος όμως υπήρχε και η περυσινή εμπειρία. Υπήρχαν και οι προειδοποιήσεις των μετεωρολόγων. Τι έπραξαν για να μην ξανασυμβούν τα ίδια; Τα όσα ζήσαμε δείχνουν πως τίποτα. Είναι κάτι περισσότερο από προφανές ότι η κλιματική αλλαγή δεν έχει γίνει «κτήμα» του ελληνικού κράτους. Ίσως κάποιοι θεωρούν πως έχουμε να κάνουμε με ένα παροδικό φαινόμενο, ένα τυχαίο γεγονός που δεν θα μας απασχολήσει ξανά στο μέλλον. Οι εξελίξεις τους διαψεύδουν, αλλά μυαλό δε φαίνεται να βάζουν.

Το πρωτεύον είναι φυσικά οι αδιανόητες καταστάσεις που έζησαν χιλιάδες άνθρωποι χάρη στην παραδειγματική ανοργανωσιά και την έλλειψη μηχανισμών από πλευράς κράτους. Εμάς όμως δεν μπορεί παρά να μας απασχολεί και η δυσάρεστη εικόνα που βγάζει προς τα έξω η χώρα και τον κλονισμό εμπιστοσύνης που προκαλεί στους εν δυνάμει επισκέπτες. Το ΙΝΣΕΤΕ και κατ' επέκταση ο ΣΕΤΕ ζητεί τη δημιουργία μηχανισμών στους προορισμούς για τη διαχείριση κρίσεων, όπως τα ακραία καιρικά φαινόμενα. Μένει να δούμε αν οι επισημάνσεις θα εισακουστούν.

Μένει ακόμη να δούμε πώς νοείται η ανάπτυξη στη χώρα. Διότι ο Αναπτυξιακός Νόμος που κατατέθηκε στη Βουλή αφήνει εκτός χρηματοδοτήσεων ένα μεγάλο μέρος, αν όχι το μεγαλύτερο των τουριστικών επιχειρήσεων.

Με όλες τις δυσκολίες που έφερε η «Ελπίδα», που μόνο ελπίδα δεν ήταν, η itn Ελληνικός Τουρισμός παρέμεινε πιστή στο ραντεβού με τους αναγνώστες της στη προσπάθεια της ενημέρωσης για όλες τις εξελίξεις στον τουριστικό κλάδο και ελπίζουμε να βρείτε την ύλη της διαφωτιστική και ενδιαφέρουσα.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



wte

ATHENS

1-3 APRIL 2022

World Tourism Expo

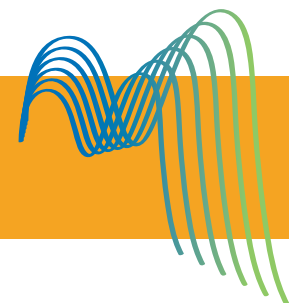
PERISTERI EXHIBITION CENTER

www.worldtourismexpo.gr

 www.mact.gr

 2110129575

 info@mact.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
MACT
MEDIA
GROUP



ΞΕΕ: Βαρύ το αποτύπωμα της πανδημίας στα οικονομικά μεγέθη των ξενοδοχείων

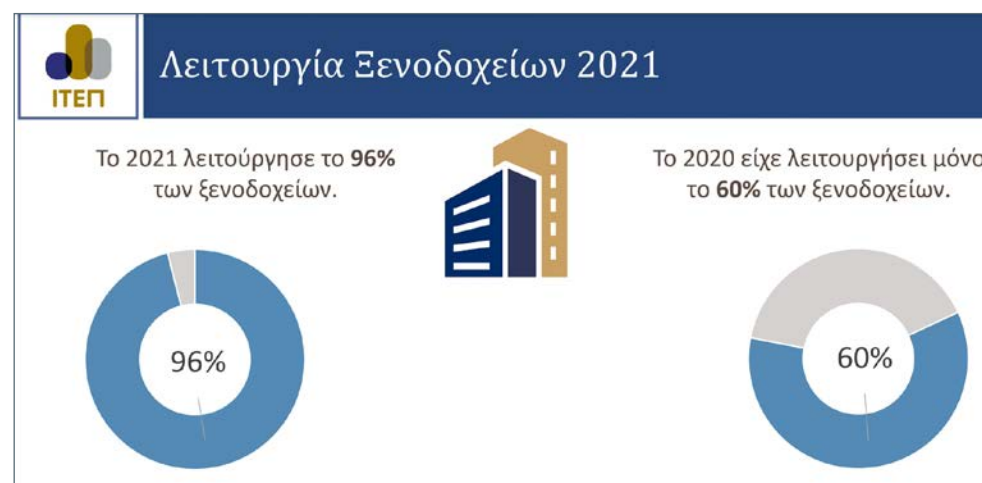
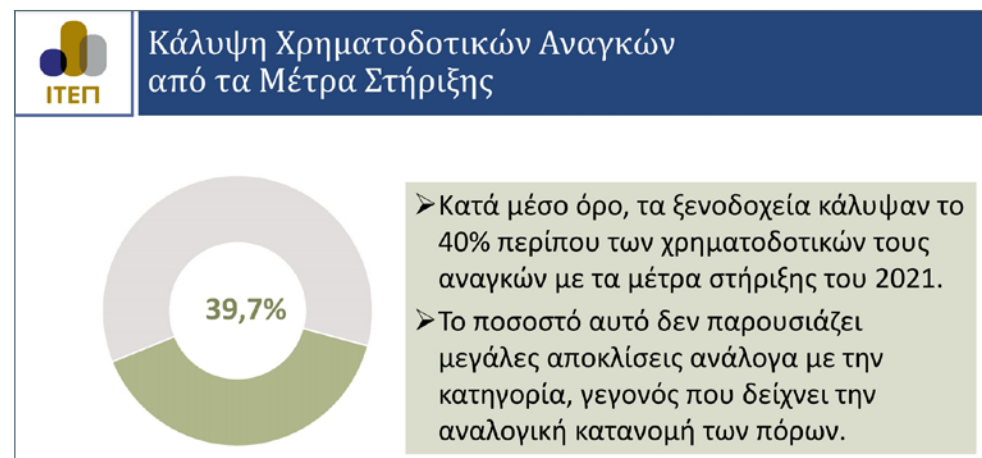
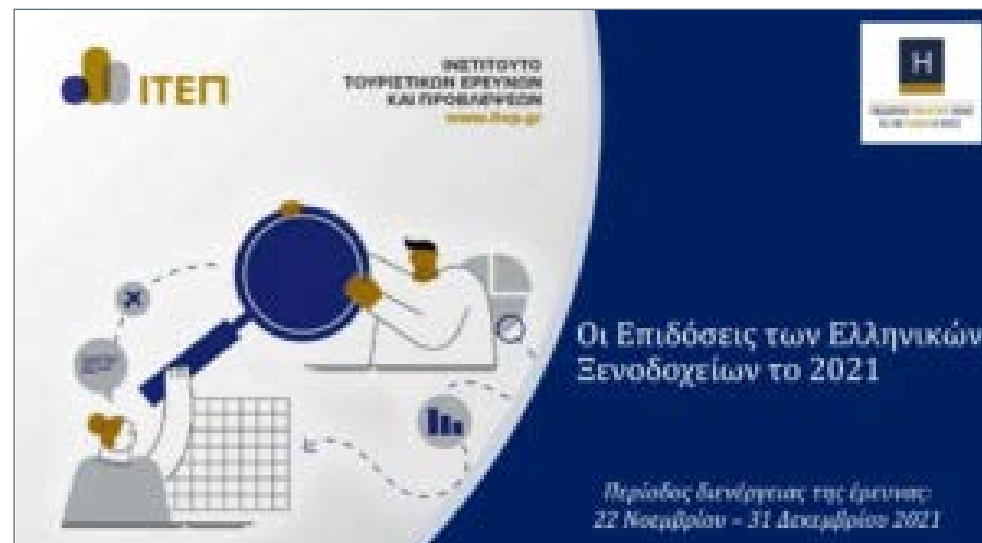
Το αποτύπωμα της πανδημίας στα βασικά οικονομικά μεγέθη των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, καταγράφει η ετήσια έρευνα του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων, με τίτλο : «Οι επιδόσεις των ελληνικών ξενοδοχείων το 2021». Η έρευνα διενεργήθηκε για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος κατά το διάστημα 22 Νοεμβρίου- 31 Δεκεμβρίου 2021, είχε ως δείγμα 1.122 ξενοδοχειακές επιχειρήσεις και παρουσιάστηκε σήμερα σε διαδικτυακή Συνέντευξη Τύπου.

Ειδικότερα, διαπιστώνεται ότι το 2021 λειτούργησε το 96% των ελληνικών ξενοδοχείων, με μέση πληρότητα 68% τον Αύγουστο και μέση τιμή του δίκλινου δωματίου τα 120 ευρώ τον ίδιο μήνα. Τρία στα τέσσερα ξενοδοχεία ανοίξαν μεταξύ Μαΐου και Ιουλίου, ενώ ο συνολικός τζίρος τους ανήλθε σε 5,48 δις ευρώ, δηλαδή 35% χαμηλότερος από τον αντίστοιχο τζίρο του 2019. Σημειώνεται πως τα ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας παρουσιάζουν μεσοσταθμική μείωση του τζίρου κατά 57% σε σχέση με το ίδιο έτος αναφοράς, σκιαγραφώντας το έντονο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν.

Επιπλέον η έρευνα αναδεικνύει πως παρά τη σημαντική μείωση των βασικών μεγεθών τους, τα ελληνικά ξενοδοχεία συνεχίζουν σταθερά την προσφορά τους στην ελληνική οικονομία και κοινωνία. Συγκεκριμένα, κατάφεραν να συγκρατήσουν την απασχόληση – προφανώς και με την βοήθεια των κρατικών εργαλειών – η οποία καταγράφει ποσοστιαία μείωση μόλις 6%. Ταυτόχρονα, οι επενδύσεις σε ανακαινίσεις υφισταμένων μονάδων ανήλθαν στα 830 εκατ. ευρώ, μειωμένες μόνον κατά 16% έναντι του 2019, δείχνοντας και πάλι την ισχυρή επενδυτική στρατηγική του κλάδου προς την ποιοτική αναβάθμιση αλλά και τα έντονα πολλαπλασιαστικά οφέλη του τζίρου των ξενοδοχείων στην ελληνική οικονομία.

Ταμειακά διαθέσιμα, προκαταβολές & συμβόλαια 2022

Την ίδια ώρα, το 2021, τα ξενοδοχεία εισέπραξαν κατά μέσο όρο 79% λιγότερες προκαταβολές σε σχέση με το 2019, γεγονός που αντιστοιχεί σε έλλειμμα 590 εκατ. ευρώ. Λαμβάνοντας υπόψη μάλιστα



πως υπολείπονται προς επιστροφή από τα voucher 50 εκατ. ευρώ, το έλλειμμα στα ταμειακά διαθέσιμα των ξενοδοχείων, διαμορφώνεται στα 640 εκατ. ευρώ. Το έλλειμμα αυτό αφορά σε μεγάλο ποσοστό τα ξενοδοχεία τύπου resort. Επιπλέον, σύμφωνα με την έρευνα το 36% των ξενοδόχων έχει υπογράψει συμβόλαια για

το 2022. Εξ αυτών, το 70% με τιμές ίδιες με αυτές του 2021, το 25% με τιμές αυξημένες κατά μέσο όρο 7,1% και το 6% με τιμές μειωμένες κατά μέσο όρο 17,8%. Ταυτόχρονα, εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι μόλις το 9,2% (924 επιχειρήσεις) των ξενοδοχείων έχει υπογράψει συμβόλαια τύπου Commitment για το 2022,

υπογραμμίζοντας την αστάθεια που παρατηρείται στις τάσεις των κρατήσεων.

Χειμερινό Ξενοδοχειακό Παρατηρητήριο

Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης τύπου παρουσιάστηκε και η Εβδομαδιαία Έρευνα του Χειμερινού Ξενοδοχειακού Παρατηρητηρίου του ΙΤΕΠ για τις Επιδόσεις των Ξενοδοχείων, για τις μονάδες Συνεχούς Λειτουργίας κατά την περίοδο 29/11/21- 09/01/22.

Στην έρευνα καταγράφεται πως τα ορεινά ξενοδοχεία άνοιξαν σε ποσοστό 97% την περίοδο των εορτών, ενώ κατά την ίδια περίοδο τα αστικά ξενοδοχεία ήταν ανοιχτά σε ποσοστό 77% (1 στα 4 ήταν κλειστά). Επιπλέον, τις εβδομάδες των εορτών, τα ορεινά ξενοδοχεία εμφάνισαν πληρότητες που άγγιξαν το 60%. Αντίστοιχα τα ξενοδοχεία πόλης λειτούργησαν με εξαιρετικά χαμηλές πληρότητες, μόλις στο 33% τον Νοέμβριο και συνεχή πτώση, φτάνοντας στο 20% τον Ιανουάριο του 2022. Σημειώνεται πως τα ξενοδοχεία αυτά (ορεινά – αστικά) είναι και αυτά τα οποία καλούνται να λειτουργήσουν εν μέσω του τρέχοντος πανδημικού κύματος, αντιμετωπίζοντας παράλληλα αυξημένα κόστη λειτουργίας, με το κόστος ενέργειας και πρώτων υλών να έχουν πολλαπλασιαστεί σε συνδυασμό με πολύ χαμηλές τιμές πώλησης δωματίων (62 ευρώ κατά μέσο όρο τις εβδομάδες των εορτών).

Ο Πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος κ. Αλέξανδρος Βασιλικός σχολιάζοντας τα ευρήματα των μελετών του ΙΤΕΠ, σε δήλωσή του τονίζει:

«Στο κατώφλι μιας ακόμη χρονιάς αβεβαιότητας, με την πανδημία να βρίσκεται σε εξέλιξη, παρουσιάσαμε σήμερα την ετήσια έρευνα του ΙΤΕΠ για την κατάσταση των ελληνικών ξενοδοχείων μέσα στις συνθήκες της συγκυρίας. Τα ευρήματα είναι σαφή. Τα ελληνικά ξενοδοχεία, παρά το βαρύ αποτύπωμα της πανδημίας, συνεχίζουν την προσφορά τους στην απασχόληση, στις επενδύσεις, στα δημόσια έσοδα και την περιφερειακή ανάπτυξη. Τα βασικά οικονομικά μεγέθη που αποτυπώνονται στην έρευνα καταδεικνύουν την ανάγκη για συνέχιση της κρατικής στήριξης, με στοχευμένα πλέον μέτρα για τη βελτίωση της ρευστότητας και τη στήριξη της απασχόλησης».

Αλλάζει το κύριο κριτήριο για την ελευθερία διακίνησης στην Ε.Ε.



Το καθεστώς εμβολιασμού, τεστ ή νόσησης ενός ταξιδιώτη θα είναι πλέον το κύριο κριτήριο για την ελευθερία διακίνησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση εν μέσω της πανδημίας COVID-19, και όχι πλέον η χώρα από την οποία ταξιδεύει, συμφώνησαν την Τρίτη οι αρμόδιοι Υπουργοί της ΕΕ στο πλαίσιο του Συμβουλίου Γενικών Υποθέσεων στις Βρυξέλλες, σε συνέχεια της πρότασης της Κομισιόν που είχε υποβληθεί τον Νοέμβριο για απλοποίηση των κανόνων.

Επίσης, η σύσταση αναφέρει πως ο χάρτης του Ευρωπαϊκού Κέντρου Πρόληψης και Ελέγχου Νόσων (ECDC) θα πρέπει να βασίζεται στο εξής όχι μόνο στο ποσοστό κοινοποίησης κρουσμάτων τις τελευταίες 14 ημέρες και το ποσοστό των τεστ, αλλά και την εμβολιαστική κάλυψη.

Ακόμα, η νέα σύσταση ενισχύει το φρένο έκτακτης ανάγκης για την αντιμετώπιση της εμφάνισης νέων μεταλλάξεων, με την Κομισιόν να μπορεί να εισηγηθεί συντονισμένους περιορισμούς ταξιδιών για περιοχές υψηλού ρίσκου.

Σύμφωνα με την επικαιροποιημένη σύσταση του Συμβουλίου, τα μέτρα για αντιμετώπιση της πανδημίας θα πρέπει να εφαρμόζονται λαμβάνοντας υπόψη την κατάσταση του κάθε ατόμου αντί της κατάστασης σε περιφερειακό επίπεδο. Μόνη εξαίρεση σε αυτόν τον κανόνα θα είναι τα ταξίδια από περιοχές όπου ο ιός κυκλοφορεί σε πολύ υψηλά επίπεδα.

Αυτό σημαίνει πως καθοριστικός παράγοντας όσον αφορά το κατά πόσο ένα άτομο θα υπόκειται σε περιορισμούς στην ελεύθερη διακίνηση, θα είναι η κατάσταση εμβολιασμού, τεστ ή ανάρρωσης ενός ταξιδιώτη κατά του COVID-19, όπως καταγράφεται σε έγκυρο ψηφιακό πιστοποιητικό COVID-19 της ΕΕ.

Η σύσταση τίθεται σε ισχύ την 1η Φεβρουαρίου, ταυτόχρονα με την κατ' εξουσιοδότηση πράξη η οποία ορίζει την μέγιστη περίοδο ισχύος του πιστοποιητικού για σκοπούς ταξιδιών στις 270 ημέρες (εννέα μήνες).

Ειδικότερα, βάσει της σύστασης το πιστοποιητικό εμβολιασμού ισχύει εφόσον ο ταξιδιώτης:

- έχει εμβολιαστεί με την τελευταία δόση του εμβολιαστικού σχήματος ή ενισχυτική δόση τουλάχιστον 14 ημέρες προηγουμένως αλλά όχι πέραν των 270 ημερών (τα κράτη μέλη μπορούν να αποδέχονται και εμβολιασμό με σκευάσματα που εγκρίθηκαν από τις εθνικές αρχές ή τον ΠΟΥ)
- έχει αρνητικό PCR τεστ το οποίο πραγματοποιήθηκε εντός 72 ωρών πριν το ταξίδι, ή τεστ αντιγόνου (rapid test) το οποίο πραγματοποιήθηκε 24 ώρες πριν το ταξίδι ή
- έχει πιστοποιητικό νόσησης και ανάρρωσης το οποίο ισχύει μέχρι και 180 ημέρες (έξι μήνες) μετά το πρώτο θετικό τεστ.

Όπως σημειώνεται, ένα κράτος μέλος

μπορεί να ζητήσει από άτομα που δεν φέρουν ψηφιακό πιστοποιητικό να προχωρήσουν σε τεστ πριν ή τουλάχιστον 24 ώρες μετά την άφιξή τους, με εξαίρεση όσους ταξιδεύουν για απαραίτητες υπηρεσίες ή ανάγκη, όσοι μετακινούνται διασυνοριακά και τα παιδιά κάτω των 12 ετών θα πρέπει να εξαιρούνται από αυτήν την απαίτηση.

Όσον αφορά τους χάρτες του ECDC, τα κράτη μέλη καλούνται να εφαρμόζουν μέτρα για τα άτομα που ταξιδεύουν από και προς περιοχές που βρίσκονται στην κατηγορία «βαθύ κόκκινο» (όπου ο ιός εξαπλώνεται με ταχύτερους ρυθμούς), να αποθαρρύνουν τα μη αναγκαία ταξίδια και να ζητούν από όσους δεν έχουν πιστοποιητικό να πραγματοποιούν τεστ πριν την αναχώρησή τους και να μουν σε καραντίνα κατά την άφιξή τους. Ορισμένες εξαιρέσεις από αυτά τα μέτρα θα πρέπει να ισχύουν για όσους ταξιδεύουν για απαραίτητες υπηρεσίες ή ανάγκη, όσοι μετακινούνται

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Το καθεστώς εμβολιασμού, τεστ ή νόσησης ενός ταξιδιώτη θα είναι πλέον το κύριο κριτήριο για την ελευθερία διακίνησης στην Ευρωπαϊκή Ένωση

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

διασυνοριακά και παιδιά κάτω των 12 ετών. Τέλος, όσον αφορά το φρένο έκτακτης ανάγκης για την αντιμετώπιση της εμφάνισης νέων μεταλλάξεων που προκαλούν ανησυχία ή ενδιαφέρον, όταν ένα κράτος μέλος επιβάλλει περιορισμούς ως απάντηση στην εμφάνιση μιας νέας παραλλαγής το Συμβούλιο, σε στενή συνεργασία με την Επιτροπή και με την υποστήριξη του ECDC, θα πρέπει να επανεξετάσει την κατάσταση.

Ταυτόχρονα η Επιτροπή, βάσει της τακτικής αξιολόγησης νέων αποδεικτικών στοιχείων για παραλλαγές, θα μπορεί επίσης να προτείνει συζήτηση στο πλαίσιο του Συμβουλίου. Κατά τη διάρκεια της συζήτησης η Κομισιόν θα έχει τη δυνατότητα να προτείνει στο Συμβούλιο να συμφωνήσει σε μια συντονισμένη προσέγγιση όσον αφορά τα ταξίδια από τις επηρεαζόμενες περιοχές. Η κατάσταση θα επανεξετάζεται τακτικά.



Β. Κικίλιας: Ο Τουρισμός επιστρέφει το μέρισμά του στη μέση ελληνική οικογένεια

Σε συνέντευξη που παραχώρησε ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας στον Real FM και στον δημοσιογράφο Μάνο Νιφλή προχώρησε σε δηλώσεις για το μέλλον του τουρισμού στην Ελλάδα το 2022.

Ο υπουργός τουρισμού ανέφερε χαρακτηριστικά «Αν συνυπολογίσει κανείς ότι το 25% των εσόδων της χώρας προέρχονται άμεσα ή έμμεσα από το τουριστικό μας προϊόν, καταλαβαίνει πόσες εκατοντάδες χιλιάδες Έλληνες ασχολούνται με τον Τουρισμό – καλοκαιρινό, χειμερινό και θεματικό – και πόσο πραγματικά αξίζει τον κόπο όλοι να βοηθήσουμε και να στηρίξουμε. Ο Τουρισμός επιστρέφει το μέρισμά του στη μέση ελληνική οικογένεια. Για αυτό και η προσπάθεια είναι οριζόντια. Έχει να κάνει και με όλες τις συναρμοδιότητες που πηγάζουν από τα Υπουργεία Ανάπτυξης, Περιβάλλοντος, Εσωτερικών. Και νομίζω ότι είναι απαίτηση πλέον, γιατί η πρόβλεψη για τα έσοδα του 2022 πατάει ακριβώς πάνω στην απόδοση που θα έχει ο τουρισμός στη χώρα μας. Θα κάνουμε μια κοινή, ολοκληρωμένη και δυνατή προσπάθεια όλοι μαζί.

Ο κ. Κικίλιας μίλησε και για τις προκλήσεις για το 2022 αλλά και για την ψήφο εμπιστοσύνης από την ΤUI προς την Ελλάδα. «Το 2021 έχουμε ξεπεράσει σε έσοδα τα 10,4 δις, όταν οι προβλέψεις ήταν 5-6 δις ευρώ. Και οι προκλήσεις οι οποίες δοκιμάστηκαν από την «Ομικρον» για κάποιες εβδομάδες, είναι σε πολύ υψηλά επίπεδα. Όταν, για παράδειγμα, ο μεγαλύτερος



ταξιδιωτικός πράκτορας και το μεγαλύτερο κομμάτι της αγοράς που είναι η ΤUI, δίνει ψήφο εμπιστοσύνης στην Ελλάδα και εν προκειμένω και στη Ρόδο, και εγκαινιάζει μαζί μας την προσπάθεια να μετατραπεί το νησί σε βιώσιμο τουριστικό προορισμό, αλλά και ο CEO της αναγγέλλει ότι από 1,5 εκατομμύριο επισκέπτες το 2021, η ΤUI θα φέρει το 2022 στην Ελλάδα 3 εκατομμύρια επισκέπτες, καταλαβαίνετε τι δυναμική δημιουργείται.»

Τέλος με ιδιαίτερη αισιοδοξία ο υπουργός Τουρισμού ανέφερε πως η Ελλάδα θα κόψει πρώτη το νήμα κάνοντάς πρωταθλητισμό φέτος στον τουρισμό «Η Ελλάδα θα κάνει πρωταθλητισμό φέτος στον Τουρισμό. Για τον ταξιδιώτη εξακολουθεί να είναι το νούμερο ένα προαπαιτούμενο η ασφάλεια. Και με βάση τον τρόπο με τον οποίο χειριστήκαμε στην αρχή ειδικά και στη συνέχεια την υγειονομική κρίση, δημιουργήσαμε ένα rebranding της χώρας

στο εξωτερικό. Με τα υγειονομικά πρωτόκολλά μας, με τον επαγγελματισμό και τη σοβαρότητα που λειτουργήσαμε και στο Υπουργείο Υγείας, αλλά και με τον ξενοδοχειακό κλάδο και τον κλάδο των μεταφορών, ευελπιστούμε ότι θα είμαστε αυτοί οι οποίοι θα κόψουμε πρώτοι το νήμα.»

Στη Ρόδο για την εκδήλωση της ΤUI

Παράλληλα Ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας επισκέφθηκε τη Ρόδο, όπου συμμετείχε στην εκδήλωση της ίδρυσης του Co-Lab του Ομίλου ΤUI στη Ρόδο, του πρώτου εργαστηρίου συνεργασίας για τον επωφελή πράσινο και ψηφιακό μετασχηματισμό της αλυσίδας των υπηρεσιών που συνδέονται με τον τουρισμό και αφορά στην ανάπτυξη πολιτικών και προγραμμάτων που θα διασφαλίσουν τον βιώσιμο τουρισμό.

Στην εκδήλωση συμμετείχαν επίσης, ο Διευθύνων Σύμβουλος του ΤUI Group, Fritz

Joussen, ο Περιφερειάρχης Ν. Αιγαίου Γιώργος Χατζημάρκος και ο Δήμαρχος Ρόδου Αντώνης Καμπουράκης. Στην ομιλία του, ο Υπουργός Τουρισμού ευχαρίστησε την ΤUI για την επιλογή της Ρόδου και εξέφρασε την στήριξη της Κυβέρνησης στην Περιφέρεια Ν. Αιγαίου για την υλοποίηση κρίσιμων έργων υποδομής, όπως η διαχείριση υδάτινων πόρων, η διαχείριση αποβλήτων, το κυκλοφοριακό κ.α..

Όπως επισήμανε, στόχος όλων είναι να γίνει η Ρόδος υπόδειγμα βιώσιμου τουριστικού προορισμού που θα αντιγράψει όλος ο κόσμος, καθώς η βιωσιμότητα του προορισμού θα αποτελεί νούμερο 1 τάση για τον ταξιδιώτη για τα επόμενα πολλά χρόνια.

Ο κ. Κικίλιας τόνισε ότι το νησί θα είναι έτοιμο να υποδεχτεί φέτος τους επισκέπτες του νωρίτερα από κάθε άλλη φορά και όλοι – Περιφέρεια, Δήμος, ξενοδοχεία, εμπορικά καταστήματα, καταστήματα εστίασης – προετοιμάζονται για αυτό τον σκοπό. «Το χειμώνα χτίζονται οι πρωταθλητές του καλοκαιριού», σημείωσε χαρακτηριστικά.

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε επίσης στον στόχο της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. «Δεν χρειάζεται ένας μεγάλος tour operator, όπως η ΤUI, για να γεμίσει η Ρόδος τον Ιούνιο, τον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Θέλουμε να σχεδιάσουμε μαζί τους μήνες Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο και μετά Σεπτέμβριο, Οκτώβριο, Νοέμβριο και Δεκέμβριο», τόνισε ο κ. Κικίλιας, ενώ απευθυνόμενος στον κ. Joussen είπε ότι «αναμένουμε από εσάς καλές τιμές και καλές προσφορές προς τους ξενοδόχους μας».

Συνεργασία ΕΟΤ - Πολεμικού Μουσείου: Για πρώτη φορά στην Ελλάδα προβάλλεται ο στρατιωτικός τουρισμός

Με στόχο την προώθηση του στρατιωτικού τουρισμού από τον ΕΟΤ, ο Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ κ. Δημήτρης Φραγκάκης, επισκέφτηκε το Πολεμικό Μουσείο και συναντήθηκε με τον Πρόεδρο Δ.Σ. κ. Αναστάσιο Λιάσκο, τον Α' Αντιπρόεδρο, Αντιστράτηγο κ. Νικόλαο Χιονή και τον αρμόδιο για το θέμα Ειδικό Σύμβουλο του Πολεμικού Μουσείου κ. Χρήστο Πετρέα.

Η συνάντηση έγινε στο πλαίσιο των κατευθύνσεων που θέτει το σχετικό μνημόνιο συνεργασίας των υπουργείων Εθνικής Άμυνας, Πολιτισμού- Αθλητισμού και Τουρισμού για την ανάδειξη και στην χώ-

ρα μας, ενός σχετικά νέου είδους τουρισμού, αλλά με ραγδαία ανάπτυξη στο εξωτερικό.

Αφού διερευνήθηκαν οι δυνατότητες σύμπραξης των δύο φορέων για την ενίσχυση της προβολής τουριστικών μνημείων στρατιωτικού ενδιαφέροντος, συμφωνήθηκε να συμπεριληφθούν 27 Πολεμικά Μουσεία και στρατιωτικά μνημεία της χώρας στην επίσημη ιστοσελίδα του ΕΟΤ (<https://www.visitgreece.gr/>), όπως και η προβολή αυτών στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, που ο ΕΟΤ συμμετέχει κάθε χρόνο. Επίσης συμφωνήθηκε να δημιουργηθεί διαδραστικός

χάρτης με τα μουσεία στην εφαρμογή του ΕΟΤ για τις κινητές συσκευές (<https://visitgreeceapp.com/>), και ο ΕΟΤ να διοργανώσει δημοσιογραφικές αποστολές από το εξωτερικό προς συγκεκριμένες περιοχές της χώρας που διαθέτουν πλούσια στρατιωτική ιστορία και μουσεία.

Όπως διαπιστώθηκε και στην συνάντηση, η Ελλάδα διαθέτει πλήθος στρατιωτικών αξιοθέατων σε ολόκληρη την επικράτεια όπως μουσεία, συλλογές κινητών μνημείων και κειμηλίων, ακίνητα μνημεία και εγκαταστάσεις, καθώς και τοποθεσίες σε ολόκληρη τη επικράτεια, όπου έχουν λά-



βει χώρα σημαντικά για την Ελληνική Ιστορία πολεμικά γεγονότα (μάχες, ναυμαχίες, συρράξεις, κ.λπ).

Η συνάντηση ολοκληρώθηκε με την δέσμευση να συνεχιστεί η συνεργασία του ΕΟΤ με το Πολεμικό Μουσείο για την περαιτέρω ανάδειξη των μνημείων αυτών.

Thessaloniki Convention Bureau: Επιστρέφει 8-10 Μαΐου 2022

Το **CONNECT Tourism & Travel Event Thessaloniki**, η επιτυχημένη διοργάνωση του Thessaloniki Convention Bureau για την προβολή της Θεσσαλονίκης και της ευρύτερης περιοχής στην παγκόσμια τουριστική και συνεδριακή αγορά, που πραγματοποιήθηκε διαδικτυακά το 2021, επιστρέφει με φυσική παρουσία στις 8 - 10 Μαΐου 2022. Πρωταρχικός στόχος του **CONNECT Tourism & Travel Event Thessaloniki** είναι η δυναμική παρουσίαση και προώθηση του προορισμού και η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας των τουριστικών επιχειρήσεων της Κεντρικής Μακεδονίας. Κατά τη διάρκεια του **CONNECT Tourism & Travel Event Thessaloniki** επιλεγμένοι εκπρόσωποι διεθνών τουριστικών επιχειρήσεων (hosted buyers), θα επισκεφθούν τη Θεσσαλονίκη και θα συναντηθούν, σε προκαθορισμένα ραντεβού, με επαγγελματίες (suppliers) που δραστηριοποιούνται στη Θεσσαλονίκη και την Κεντρική Μακεδονία. Παράλληλα, θα έχουν την ευ-



καιρία να γνωρίσουν την πόλη της Θεσσαλονίκης που θα τους φιλοξενήσει, αλλά και τη γύρω περιοχή συμμετέχοντας σε ειδικά σχεδιασμένα fam trips που θα ακολουθήσουν. Εστιασμένο αποκλειστικά στον προορισμό, το **CONNECT** δίνει τη δυνατότητα στις επιχειρήσεις της περιοχής να συναντήσουν κορυφαίους επαγγελματίες της διεθνούς τουριστικής αγοράς και να αναπτύξουν νέες συνεργασίες. Οι επιχειρηματικές συναντήσεις θα πραγματοποιηθούν σε δύο ημέρες, ενώ παράλληλα θα φιλοξενηθούν παρουσιάσεις προορισμών και θα δοθούν ευκαιρίες για networking στη διάρκεια ενός ενδιαφερό-

ντος κοινωνικού προγράμματος. Σύμφωνα με τον Γιάννη Ασλάνη, Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου, «Σχεδιάζουμε, για δεύτερη συνεχή χρονιά το **CONNECT** - ένα διεθνές, υψηλών προδιαγραφών event προβολής και προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος, με στόχο τη στήριξη όχι μόνο των μελών μας αλλά και των τουριστικών

επιχειρήσεων της περιοχής συνολικά. Το event είναι αυστηρά επικεντρωμένο στην ανάδειξη των συγκεκριμένων προορισμών, τη Θεσσαλονίκη και την Κεντρική Μακεδονία και βασική μας επιδίωξη είναι να αναπτυχθούν νέες συνεργασίες που να ανταποκρίνονται στις διαφοροποιημένες ανάγκες της αγοράς. Το **CONNECT Tourism & Travel Event Thessaloniki** πραγματοποιήθηκε το 2021 διαδικτυακά και 8-10 Μαΐου 2022 περιμένουμε με χαρά να φιλοξενησουμε στην περιοχή μας τους εκπροσώπους της διεθνούς τουριστικής αγοράς και να τους ξεναγήσουμε στον προορισμό.»

Γ. ΠΛΑΚΙΩΤΑΚΗΣ:

27 εκατ. ευρώ για λιμενικές υποδομές και ακτοπλοϊκές συνδέσεις στην Περιφερειακή ενότητα Σάμου

Ο Υπουργός Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής κ.

Γιάννης Πλακιωτάκης επισκέφθηκε τη Σάμο, όπου και συμμετείχε σε ευρεία σύσκεψη στην Περιφερειακή ενότητα Σάμου. «Είχαμε μια ιδιαιτέρως παραγωγική συζήτηση με τον Αντιπεριφερειάρχη και τους Δημάρχους της Περιφερειακής Ενότητας Σάμου», δήλωσε ο κ. Πλακιωτάκης και συνέχισε: «Το Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, έχει - για πρώτη φορά στη ιστορία του - έντονη αναπτυξιακή παρέμβαση. Στην περιφερειακή ενότητα Σάμου έχουν εξασφαλιστεί πόροι για την ωρίμανση και υλοποίηση κρίσιμων και σημαντικών λιμενικών έργων και υποδομών για τη Σάμο, τους Φούρνους, την Ικαρία και τη Θύμαινα, ύψους 13 εκατ. Ευρώ». «Επιπλέον», πρόσθεσε, «για πρώτη φορά έχουν δεσμευθεί πόροι της ΕΕ ύψους 14 εκατ. Ευρώ ετησίως για επτά ενδονησιωτικές γραμμές της περιφερειακής ενότητας της Σάμου. Σε όλα αυτά, που βεβαίως συνεχίζονται, προστίθεται το 2022 και η ένταξη έργων στο πρόγραμμα Νέαρχος, το βασικό χρηματοδοτικό εργαλείο της εθνικής στρατηγικής μας για τη νησιωτικότητα».



«Ως νησιώτης ο ίδιος», είπε κλείνοντας ο κ. Πλακιωτάκης, «γνωρίζω καλά τις ιδιαιτερότητες της ζωής σε ένα νησί και την τεράστια εθνική και κοινωνική σημασία της ενίσχυσης της νησιωτικής Ελλάδας. Για την κυβέρνηση του Κυριάκου Μητσοτάκη, η ανάπτυξη των νησιών και η βελτίωση της ποιότητας της ζωής των νησιωτών μας, ήταν, είναι και θα συνεχίσει να είναι βασική προτεραιότητα».

Στη σύσκεψη συμμετείχαν, ο Βουλευτής ΝΔ Σάμου, Χριστόδουλος Στεφανάδης, ο Αντιπεριφερειάρχης ΠΕ Σάμου κ. Βασίλης Πανουράκης, ο Γενικός Γραμματέας Αιγαίου και Νησιωτικής Πολιτικής κ. Μανώλης Κουτουλάκης, ο Δήμαρχος Ανατολικής Σάμου, Γεώργιος Στάντζος, ο Δήμαρχος Δυτικής Σάμου, Αλέξανδρος Λυμπέρης, η Πρόεδρος ΔΛΤ Σάμου, Μαρία Κονδύλη - Πανουράκη και η Σουλτάνα Ανδρέαδου, Αντιπεριφερειάρχης για θέματα ανάπτυξης και προώθησης προϊόντων του Β. Αιγαίου.

Σοφία Ζαχαράκη: 17 εκατ. ευρώ για προβολή - προώθηση του γαστρο-αγροτουρισμού

Με γοργούς ρυθμούς προχωρά η σύνδεση του αγροδιατροφικού κλάδου και της ελληνικής παραγωγής με τον κλάδο της φιλοξενίας και το υπουργείο Τουρισμού επενδύει στρατηγικά στην προοπτική αυτή. Η υφυπουργός Τουρισμού Σοφία Ζαχαράκη, αρμόδια μεταξύ άλλων για θέματα των ειδικών μορφών τουρισμού, όσο και επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στον πρωτογενή κλάδο της οικονομίας καθιστούν σαφές πως πρόκειται για μια αδήριτη ανάγκη που θα διαφοροποιήσει το ελληνικό τουριστικό προϊόν από τον ανταγωνισμό.



κλάδου και της ελληνικής παραγωγής με τον κλάδο της φιλοξενίας, όπως υπογραμμίζει η Σοφία Ζαχαράκη. Συγκεκριμένα, στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος βρίσκονται οι μονάδες παραγωγής με το υπουργείο να ενθαρρύνει και να προωθεί συστηματικά την εξωστρέφειά τους: με τον νέο νόμο του υπουργείου Τουρισμού θεσπίστηκε για πρώτη φορά Ειδικό Σήμα Επισκέψιμης Μονάδας για τρεις νέες κατηγορίες παραγωγικών κλάδων. Έτσι, μετά τα Επισκέψιμα Οινοποιεία ακολουθούν Επισκέψιμα Ζυθοποιεία, Τυροκομεία και Ελαιοτριβεία, αναφέρει η υφυπουργός Τουρισμού. Στο σημείο αυτό οι άμεσα εμπλεκόμενοι αυτής της προσπάθειας, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται από τη μια άκρη της Ελλάδας έως την άλλη, μόνον ως θετικό αντιλαμβάνονται το γεγονός ότι περιοχές που δεν είναι στην πρώτη γραμμή της επισκεψιμότητας θα

μπορέσουν να προσελκύσουν επισκέπτες, με όχημα τα ελληνικά προϊόντα.

Στο σημείο αυτό η υφυπουργός Τουρισμού επισημαίνει πως ιδιαίτερο είναι το βάρος στην αξιοποίηση των κονδυλίων που θα λάβει η χώρα μας μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Περισσότερα από 17 εκατ. ευρώ θα διατεθούν για την υλοποίηση δράσεων προβολής και προώθησης του ειδικού δικτύου γαστρο-αγροτουρισμού που αναπτύσσει το υπουργείο και στο οποίο θα μπορούν να συμμετάσχουν μονάδες παραγωγής, οι οποίες φέρουν το Ειδικό Σήμα Επισκεψιμότητας.

«Το έργο αυτό έρχεται να συμπληρώσει και να υποστηρίξει με τον καλύτερο τρόπο την αντίστοιχη πρωτοβουλία του υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, μέσω της οποίας θα χρηματοδοτηθούν έργα αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού υποδομών των ελληνικών παραγωγικών μονάδων. Αυτό επισφραγίζει και το πρόσφατο μνημόνιο συνεργασίας που υπογράψαμε με τα υπουργεία Περιβάλλοντος και Ενέργειας, Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, και τον ΟΦΥ-ΠΕΚΑ για την προστασία και προώθηση των προϊόντων και υπηρεσιών που παράγονται ή παρέχονται αντιστοίχως σε προστατευόμενες περιοχές του δικτύου Natura 2000», αναφέρει.

ΠΗΓΗ: ΑΠΕ-ΜΠΕ

ΚΥΠΡΟΣ-ΥΦΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ:

Τα δώδεκα σχέδια επιχορηγήσεων για το 2022



ΥΦΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΚΥΠΡΙΑΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ



Το Υφυπουργείο Τουρισμού ανακοινώνει την διαδικτυακή παρουσίαση 12 Σχεδίων Επιχορηγήσεων που θα λειτουργήσουν για το 2022, στο πλαίσιο της υλοποίησης της Εθνικής Στρατηγικής Τουρισμού 2020-2030. Τα Σχέδια αφορούν την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού, τον εμπλουτισμό των υποδομών και την ενθάρρυνση της χρήσης ψηφιακής τεχνολογίας στον τουρισμό.

Η παρουσίαση θα γίνει στην ελληνική γλώσσα, την Παρασκευή 28 Ιανουαρίου 2022, στις 10:00 π.μ. μέσω της σελίδας του Υφυπουργείου Τουρισμού στο Facebook. Θα διαρκέσει περίπου 45 λεπτά και αφορά ιδιαίτερα δήμους, κοινότητες, ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικά καταλύματα, κέντρα αναψυχής, πανεπιστημιακά ιδρύματα, ΜΚΟ, εμπλεκόμενους φορείς/παροχείς ειδικών μορφών τουρισμού, διοργανωτές αθλητικών εκδηλώσεων, διοργανωτές εκδηλώσεων προώθησης τοπικών προϊόντων και οινογαστρονομίας, παροχείς υπηρεσιών καταδύσεων αναψυχής, εκπροσώπους εταιρειών κρουαζιέρων στην Κύπρο, καλλιτέχνες και άλλους.

Βασικοί στόχοι των Σχεδίων είναι:

- Η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της χώρας.
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Η αναβάθμιση ή/και δημιουργία των υποδομών που αφορούν στις ειδικές μορφές τουρισμού.
- Η προσέλκυση επισκεπτών, Κύπριων και ξένων στις περιοχές της υπαίθρου, των ορεινών και ακριτικών περιοχών.
- Η στήριξη των επιχειρήσεων / προσώπων που δραστηριοποιούνται στη χειροτεχνία και την οινογαστρονομία.
- Η προβολή και ανάδειξη της κυπριακής χειροτεχνίας και οινογαστρονομίας ως μέρος της αυθεντικότητας του προορισμού.

Τα Σχέδια είναι τα εξής:

- 1) Σχέδιο Επιχορήγησης Επισκέψιμων Εργαστηρίων Χειροτεχνίας και Οινογαστρονομίας μέσω του Προγράμματος Ενίσχυσης Ήσσονος Σημασίας (DE MINIMIS).
- 2) Σχέδιο Επιχορήγησης Υφυπουργείου Τουρισμού για Ενθάρρυνση Έργων για την Ποιοτική και Αισθητική Αναβάθμιση των Παραλιών (2020 - 2022).
- 3) Σχέδιο επιχορήγησης Εκδηλώσεων που αφορούν Οινογαστρονομία και Τοπικά



Προϊόντα μέσω Προγράμματος Ενίσχυσης (DE MINIMIS).

- 4) Σχέδιο επιχορήγησης για τη διοργάνωση διεθνών αθλητικών εκδηλώσεων στην Κύπρο (DE MINIMIS).
- 5) Σχέδιο επιχορήγησης ξένων αθλητικών ομάδων, ομίλων, συνδέσμων, και ομοσπονδιών για προπόνηση και προετοιμασία στην Κύπρο, στα πλαίσια των κανονισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ενισχύσεις ήσσονος σημασίας (DE MINIMIS).
- 6) Σχέδιο επιχορήγησης για την πιστοποίηση

ησ παροχών υπηρεσιών καταδύσεων αναψυχής στην Κύπρο (2021 - 2022).

- 7) Σχέδιο επιχορήγησης για την οργάνωση ταξιδίων εξοικείωσης για τις ειδικές μορφές τουρισμού στην Κύπρο.
- 8) Σχέδιο Επιχορήγησης για τη δημιουργία, αναβάθμιση υποδομών / εγκαταστάσεων με στόχο την αναβάθμιση του προσφερόμενου προϊόντος που αφορά στις ειδικές μορφές τουρισμού.
- 9) Σχέδιο Επιχορήγησης για την οργάνωση συνεδρίων / συναντήσεων στην Κύπρο.
- 10) Σχέδιο Επιχορήγησης για την οργάνωση

ναση ταξιδίων / κινήτρων στην Κύπρο.

- 11) Σχέδιο Επιχορήγησης για τη ψηφιακή μετάβαση των παροχών ειδικών μορφών τουρισμού.
 - 12) Σχέδιο επιχορήγησης για τη φιλοξενία κρουαζιερόπλοιων στην Κύπρο, στα πλαίσια των κανονισμών της Ευρωπαϊκής Ένωσης για τις ενισχύσεις ήσσονος σημασίας (DE MINIMIS).
- Σημειώνεται ότι το κάθε Σχέδιο θα παρουσιαστεί ξεχωριστά, με στόχο να επεξηγηθεί αναλυτικά στο ενδιαφερόμενο κοινό.

ΠΗΓΗ: Υφυπουργείο Τουρισμού Κύπρου



30 Athens Yachting Festival

7-8-9-10
ΑΠΡΙΛΙΟΥ 2022

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



MACT
MEDIA
GROUP

Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Σφοδρές αντιδράσεις προκάλεσε ο Αναπτυξιακός Νόμος που κατέθεσε στη Βουλή η κυβέρνηση. Σχεδόν στο σύνολό τους οι εργοδοτικές οργανώσεις, εκτός από τον ΣΕΒ, διαμαρτυρήθηκαν για τον αποκλεισμό των μικρομεσαίων επιχειρήσεων από τα χρηματοδοτικά εργαλεία και μάλιστα σε μια στιγμή που οι περισσότερες επιχειρήσεις βιώνουν τραγικές απώλειες από την πανδημία και ταυτόχρονα βρίσκονται αντιμέτωπες και με την εκτίναξη του ενεργειακού κόστους.

«Ο νέος Αναπτυξιακός Νόμος δεν κρύβει αυτό που είναι, ήτοι ένας μηχανισμός ενίσχυσης μεγάλων επενδυτικών σχεδίων που θα επιτείνει τη συγκεντροποίηση σε πολλούς κλάδους, θα τροφοδοτήσει νέες στρεβλώσεις σε επίπεδο επιμέρους αγορών δημιουργώντας αθέμιτα εμπόδια σε επίπεδο υγιούς ανταγωνισμού ως συνέπεια της έλλειψης ίσων όρων αντιμετώπισης και άνισης πρόσβασης σε πηγές χρηματοδότησης, αποκλείοντας ουσιαστικά, άλλη μια φορά, πολλές μικρές επιχειρήσεις από άλλο ένα χρηματοδοτικό εργαλείο», σημειώνει η ΓΣΕΒΕΕ στο υπόμνημα που κατέθεσε για τον Αναπτυξιακό Νόμο.

Σοβαρές ενστάσεις υπάρχουν και από τους φορείς του τουρισμού. Στην ακρόαση φορέων η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων τόνισε ότι αποκλείονται από τις χρηματοδοτήσεις οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις και τα μικρά ξενοδοχεία.

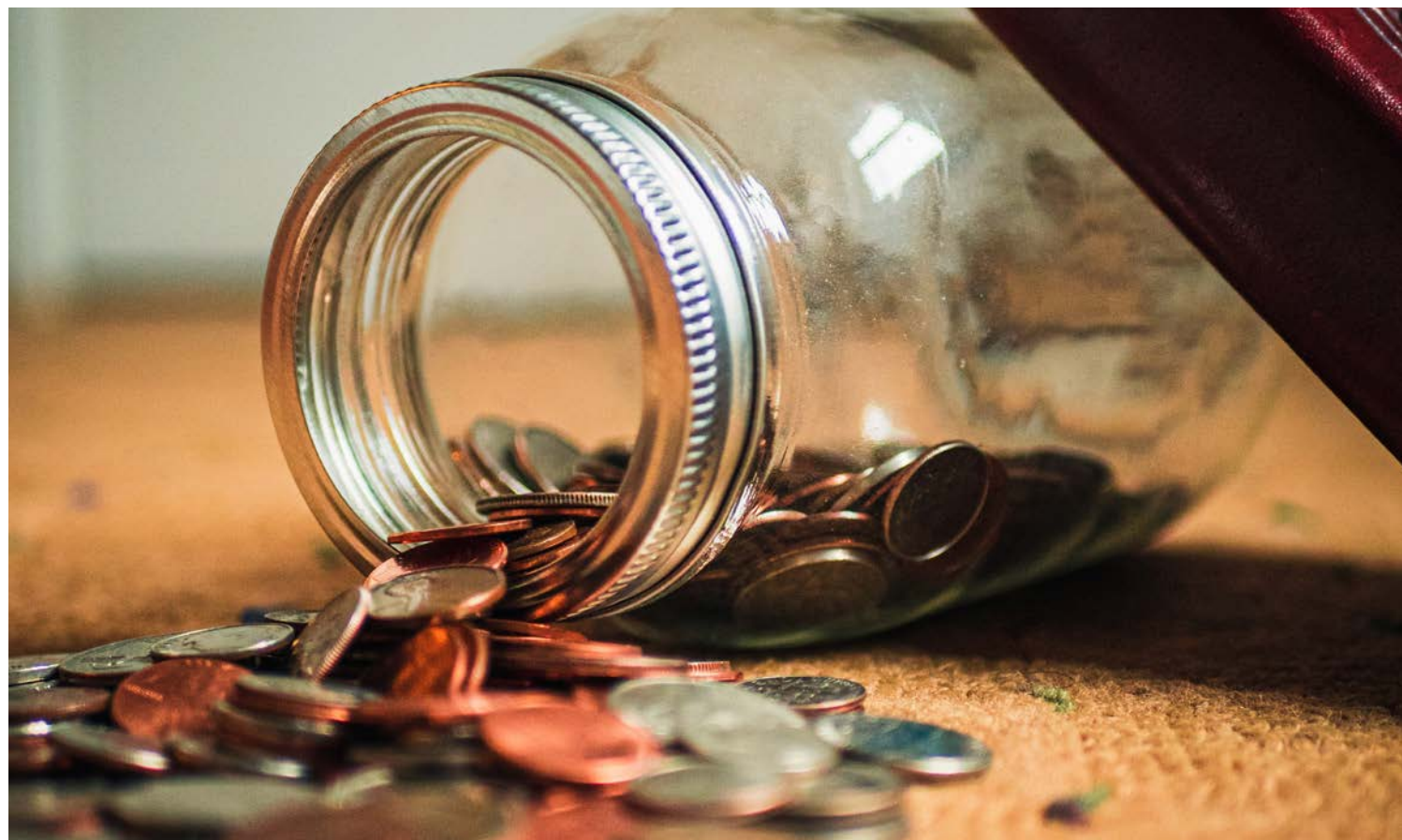
Επιστολή για το θέμα αυτό έστειλε και ο ΣΕΤΕ, η οποία παρατίθεται ολόκληρη στη συνέχεια του ρεπορτάζ, όπως επίσης και η ανακοίνωση που εξέδωσε η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος, με τον πρόεδρο της ΣΕΤΚΕ κύριο Τοκούζη να δηλώνει κατά την ακρόαση φορέων στη Βουλή πλήρως απογοητευμένος από τους σχεδιασμούς της κυβέρνησης.

Όπως έχει ήδη γίνει γνωστό το νομοσχέδιο που κατέθεσε το υπουργείο Ανάπτυξης προβλέπει παροχή ενισχύσεων για ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων τεσσάρων τουλάχιστον αστέρων με το ύψος των επιχορηγήσεων να καθορίζεται ανάλογα με το μέγεθος της δαπάνης.

Προβλέπει και ενισχύσεις ξενοδοχείων που είναι ή θέλουν να αναβαθμιστούν σε 3 αστέρων, αλλά μόνο για αυτά που είναι εντός παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων.

Ποιοι μένουν εκτός

Μένουν εκτός κάθε χρηματοδότησης τα ξενοδοχεία 1 και 2 αστέρων και η συντριπτική πλειονότητα των τουριστικών



Αναπτυξιακός νόμος για ολίγους και... εκλεκτούς

Έντονες αντιδράσεις προκάλεσε ο Αναπτυξιακός Νόμος που κατέθεσε στη Βουλή η κυβέρνηση. Παρέχει χρηματοδοτικά εργαλεία μόνο για ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων ή που θέλουν να αναβαθμιστούν σε αυτές τις κατηγορίες. Α λα καρτ και οι χρηματοδοτήσεις στις θεματικές μορφές τουρισμού

καταλυμάτων, εξ' ου και οι έντονες διαμαρτυρίες της ΣΕΤΚΕ.

Αντιστοίχως και στις θεματικές, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, δεν τις περιλαμβάνει όλες.

Συγκεκριμένα προβλέπει χρηματοδότηση επενδυτικών σχεδίων που αφορούν σε εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, όπως συνεδριακά κέντρα, γήπεδα γκολφ, τουριστικούς λιμένες, χιονοδρομικά κέντρα, θεματικά πάρκα, εγκαταστάσεις ιαματικού τουρισμού (μονάδες ιαματικής θεραπείας, κέντρα ιαματικού τουρισμού θερμαλισμού, κέντρα θαλασσοθεραπείας, κέντρα αναζωογόνησης

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
Σοβαρές ενστάσεις υπάρχουν και από τους φορείς του τουρισμού. Στην ακρόαση φορέων η ΠΟΞ τόνισε ότι αποκλείονται από τις χρηματοδοτήσεις οι μικρές τουριστικές επιχειρήσεις και τα μικρά ξενοδοχεία
 ● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

spa), κέντρα προπονητικού αθλητικού τουρισμού, ορειβατικά καταφύγια, αυτοκινητοδρόμια, αγροτουρισμού ή οινοτουρισμού ή γεωτουρισμού ή πολυλειτουργικών αγροκτημάτων και τέλος τουριστικών καταλυμάτων στην ύπαιθρο τύπου Glamping.

Με μια πρώτη ανάγνωση είναι προφανές πως ολόκληροι κλάδοι εναλλακτικού τουρισμού έχουν μείνει εκτός, όπως το yachting, ενώ αντίθετα υπάρχει πρόβλεψη για τις μαρίνες. Χρηματοδοτείται -και ορθά- η δομή που έχει ανάγκη το yachting, αλλά όχι οι επαγγελματίες που έχουν μάλιστα υποστεί σημαντική βλάβη από την

ΣΕΤΚΕ

Πλήρης ο αποκλεισμός των μη κύριων τουριστικών καταλυμάτων

Ακόμη πιο αιχμηρή ήταν η ανακοίνωση της Συνομοσπονδίας Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ), η οποία κατηγορεί ευθέως την κυβέρνηση ότι έχει αφήσει εκτός χρηματοδοτήσεων τον κλάδο από τα μέτρα στήριξης που εφαρμόστηκαν για την πανδημία και τώρα αφήνει τα τουριστικά καταλύματα έξω και από τον Αναπτυξιακό Νόμο. Υπενθυμίζουμε πως στα μέτρα που έχουν ήδη εφαρμοστεί υπήρχαν ρήτρες, όπως η απασχόληση προσωπικού, που πολλά από τα καταλύματα δεν πληρούσαν, αφού συνήθως πρόκειται για μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις.

«Παρά τις διαβεβαιώσεις του Υπουργού Ανάπτυξης και Επενδύσεων, κ. Άδωνι Γεωργιάδη στη Σ.Ε.Τ.Κ.Ε. για την ένταξη των καταλυμάτων του κλάδου σε αναπτυξιακά προγράμματα, είναι πλέον γεγονός ότι δεν συμπεριλαμβάνονται στο σχέδιο νόμου «Αναπτυξιακός Νόμος - Ελλάδα Ισχυρή Ανάπτυξη» που κατατέθηκε στη Βουλή.

Οι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις τουριστικών καταλυμάτων που αποτελούν

την ραχοκοκαλιά της τοπικής οικονομίας, μέχρι και σήμερα δεν έχουν επωφεληθεί ούτε από προγράμματα ενίσχυσης και εκσυγχρονισμού, αλλά ούτε και από τα μέτρα στήριξης που εφαρμόσε η Κυβέρνηση για την αντιμετώπιση των αρνητικών συνεπειών της πανδημίας, αφού ανέκαθεν υπήρχαν όροι και προϋποθέσεις που τις απέκλειαν.

Και ενώ οι επιχειρηματίες τουριστικών καταλυμάτων περίμεναν το νέο αναπτυξιακό νόμο ως «σανίδα σωτηρίας», ο αποκλεισμός των επιχειρήσεων τους για ακόμη μια φορά, συντελεί στη στασιμότητα της ανταγωνιστικότητας τους και στον οικονομικό μαρασμό τους. Η Σ.Ε.Τ.Κ.Ε. καλεί τον Υπουργό να τηρήσει τη δέσμευση του και να εντάξει τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα στο νέο αναπτυξιακό νόμο πριν την ψήφιση του, αφού πρόκειται για τη μοναδική ευκαιρία αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών τους ώστε να ανταπεξέλθουν στον υψηλό ανταγωνισμό της τουριστικής αγοράς», καταλήγει η Συνομοσπονδία.



πανδημία. Όπως επίσης για παράδειγμα δεν υπάρχει πρόβλεψη για τα μονοπάτια και τον περιηγητικό τουρισμό, ή τις δραστηριότητες στη φύση. Επίσης και στα κάμπινγκ χρηματοδοτεί δράσεις μόνο εφόσον προτίθενται να αναβαθμιστούν σε glamping δηλαδή στην παροχή κατασκηνωτικών υπηρεσιών πολυτελείας.

Γίνεται σαφές από τα παραπάνω πως ο σχεδιασμός της κυβέρνησης επικεντρώνεται στο premium κομμάτι του τουρισμού. Στο πώς δηλαδή θα δημιουργηθούν υποδομές που θα προσελκύσουν επισκέπτες υψηλότερων εισοδημάτων. Σε αυτή την περίπτωση βέβαια είναι απορίας άξιο για-

τί έχει εξαιρεθεί το yachting από τον Αναπτυξιακό, αλλά την απάντηση μπορεί να τη δώσει μόνο το υπουργείο Ανάπτυξης.

Οι τουριστικοί φορείς από την πλευρά τους πολύ σωστά σημειώνουν πως ο τουρισμός στην Ελλάδα δεν αφορά μόνο τις δομές πολυτελείας. Βέβαια οι ίδιοι έχουν κάνει συχνά λόγο κατά το παρελθόν για την προσέλκυση πιο ποιοτικού τουριστικού κοινού.

Από αυτή όμως τη γενική πρόθεση μέχρι να μείνει εκτός στήριξης και χρηματοδοτήσεων η πλειονότητα των τουριστικών επιχειρήσεων στην Ελλάδα υπάρχει μια απόσταση...

Τη διεύρυνση των επιλέξιμων επιχειρήσεων ζήτησε ο ΣΕΤΕ

Για το θέμα του Αναπτυξιακού Νόμου και τα όσα δεν περιλαμβάνει απέστειλε επιστολή ο ΣΕΤΕ στον αναπληρωτή υπουργό Ανάπτυξης και Επενδύσεων Νίκο Παπαθανάση, όπου τονίζεται ότι θα πρέπει να διευρυνθούν οι κατηγορίες των επιλέξιμων προς χρηματοδότηση επιχειρήσεων και επίσης ότι οι ανάγκες του σήμερα δεν έχουν καμία σχέση με τα όσα ίσχυαν το 2019. Ο ΣΕΤΕ σημειώνει επιπλέον ότι τα αστέρια σε μια τουριστική επιχείρηση δεν αποτελούν πάντα επιλογή του ιδιοκτήτη ή του διαχειριστή, αλλά υπάρχουν και αντικειμενικοί παράγοντες που δεν επιτρέπουν εκ των πραγμάτων την αναβάθμιση μιας τουριστικής μονάδας σε τριών ή τεσσάρων αστέρων. Αναλυτικά η επιστολή του ΣΕΤΕ αναφέρει μεταξύ άλλων τα εξής:

«Οι ανάγκες του έτους 2008, που τα τουριστικά έσοδα ανέρχονταν περίπου στο ήμισυ των εσόδων του έτους 2019, καμία σχέση δεν έχουν με τις ανάγκες και τις απαιτήσεις του σήμερα.

Για τον λόγο αυτό στο στάδιο της διαβούλευσης του νέου αναπτυξιακού νόμου είχαμε ζητήσει τη διεύρυνση των κατηγοριών των επιλέξιμων προς χρηματοδότηση επιχειρήσεων με τη συμπερίληψη και των υπολοίπων τουριστικών επιχειρήσεων (επιχειρήσεις ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων - διαμερισμάτων, επιχειρήσεις ταξιδιωτικών γραφείων, επιχειρήσεις τουριστικών λεωφορείων, επιχειρήσεις επίγειας εξυπηρέτησης αεροσκαφών, επαγγελματικά σκάφη αναψυχής, κλπ.) και των ειδικών τουριστικών εγκαταστάσεων.

Από την ανάγνωση του σχεδίου νόμου που κατατέθηκε τελικά στη Βουλή διαπιστώσαμε πως η πρότασή μας αυτή δεν έγινε δεκτή.

Αντίθετα, μάλιστα, αποκλείονται από τον νέο αναπτυξιακό νόμο και τουριστικές επιχειρήσεις που με βάση το μέχρι σήμερα (και για πολλά χρόνια) ισχύον καθεστώς είχαν δικαίωμα ένταξης και συγκεκριμένα οι ξενοδοχειακές μονάδες κατηγορίας τριών (3) αστέρων.

Η κατάταξη ενός τουριστικού καταλύματος σε ανώτερη κατηγορία δεν είναι ζήτημα οικονομικής μόνο φύσεως ή επιχειρηματικής αποκλειστικά και μόνο επιλογής. Σε πολλές περιπτώσεις ένα ξενοδοχείο για αντικειμενικούς λόγους (εξάντληση συντελεστή δόμησης, πολεοδομικοί περιορισμοί, μορφή κτιρίου κλπ.) δεν μπορεί να καλύψει τις τεχνικές προδιαγραφές (διαστάσεις δωματίων, επιφάνειες κοινοχρήστων χώρων κλπ.) υψηλότερης κατηγορίας. Πόσο μάλλον της κατηγορίας των τεσσάρων (4) αστέ-



«Η κατάταξη ενός τουριστικού καταλύματος σε ανώτερη κατηγορία δεν είναι ζήτημα οικονομικής μόνο φύσεως ή επιχειρηματικής αποκλειστικά και μόνο επιλογής»

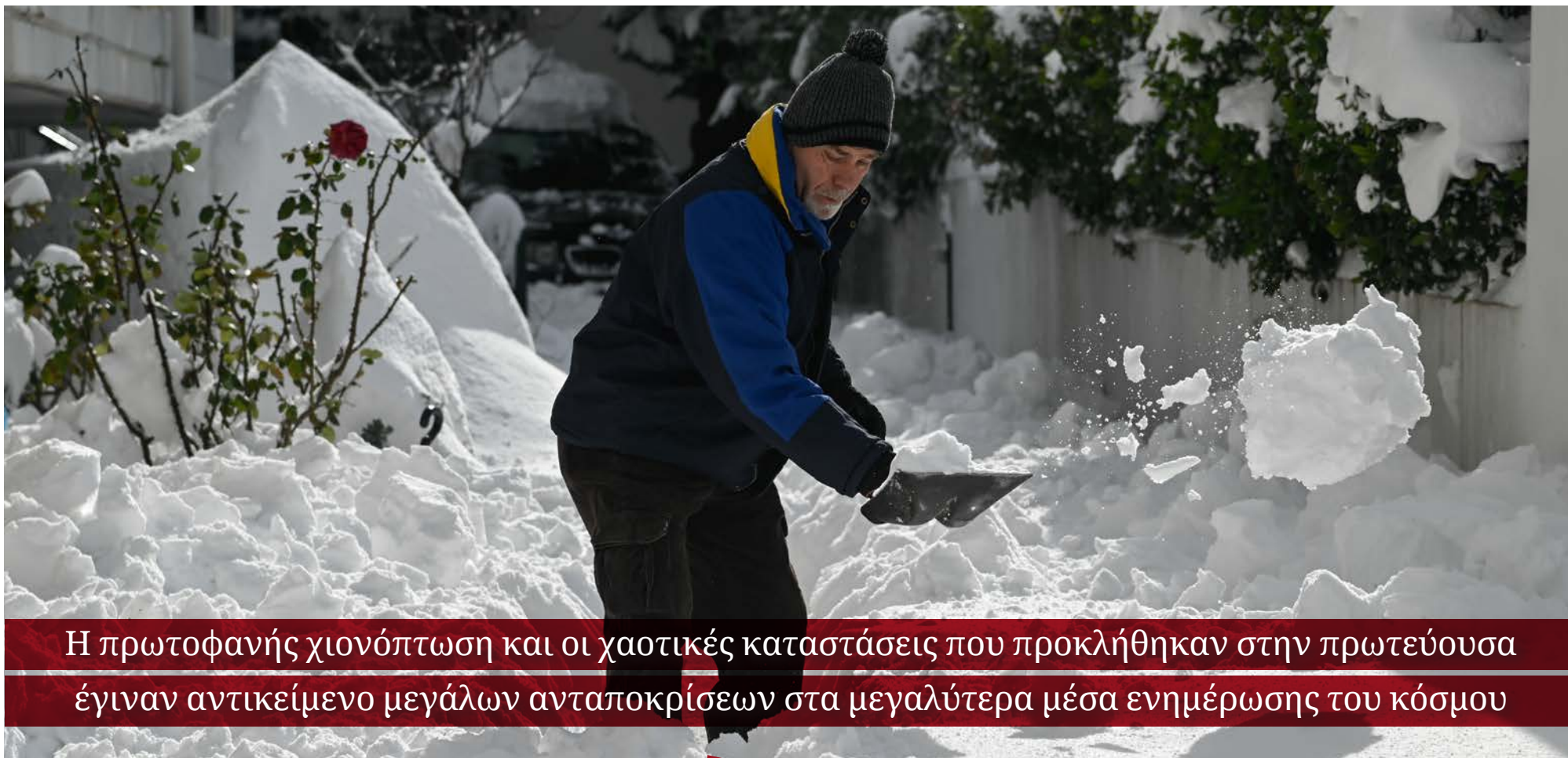


ρων, όπως απαιτείται με τη προωθούμενη διάταξη.

Δίνοντας δικαίωμα ένταξης στον αναπτυξιακό νόμο μόνο στα ξενοδοχεία που ανήκουν ή αναβαθμίζονται στη κατηγορία των τεσσάρων (4) αστέρων μένει εκτός αυτού το 70% περίπου του ξενοδοχειακού δυναμικού της χώρας, επιχειρήσεις που έχουν και τη μεγαλύτερη ανάγκη να βοηθηθούν για να μπορέσουν εκσυγχρονίσουν τις εγκαταστάσεις τους.

Ο τουριστικός τομέας έχει ανάγκη και τα ξενοδοχεία 1,2 και 3 αστέρων, όπως έχει ανάγκη τα ξενοδοχεία υψηλότερων κατηγοριών. Έχει ανάγκη από επιχειρήσεις ενοικιαζομένων επιπλωμένων δωματίων - διαμερισμάτων, επιχειρήσεις ταξιδιωτικών γραφείων, επιχειρήσεις τουριστικών λεωφορείων, επιχειρήσεις επίγειας εξυπηρέτησης αεροσκαφών επαγγελματικά σκάφη αναψυχής, ειδικές τουριστικές εγκαταστάσεις. Στις επιχειρήσεις αυτές στηρίχθηκε μέχρι σήμερα η επιτυχία του Ελληνικού Τουρισμού.

Η παροχή σε αυτές, της δυνατότητας να εκσυγχρονίσουν τις εγκαταστάσεις και να βελτιώσουν τις υπηρεσίες τους αποτελεί αναγκαία προϋπόθεση αφενός μεν, για να επιβιώσουν στον ολοένα αυξανόμενο διεθνή ανταγωνισμό και αφετέρου δε, για να αναβαθμίσουμε περαιτέρω το τουριστικό μας προϊόν», καταλήγει ο ΣΕΤΕ.



Η πρωτοφανής χιονόπτωση και οι χαοτικές καταστάσεις που προκλήθηκαν στην πρωτεύουσα έγιναν αντικείμενο μεγάλων ανταποκρίσεων στα μεγαλύτερα μέσα ενημέρωσης του κόσμου

Με την «**Ελπίδα**» γίναμε...

είδηση στο εξωτερικό

Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Η πρωτοφανής ένταση της κακοκαιρίας, οι χιλιάδες εγκλωβισμένοι οδηγοί στην Αττική Οδό, το απόλυτο χάος που προκλήθηκε στην πρωτεύουσα, αλλά και το σπάνιο φαινόμενο των χιονοπτώσεων στα νησιά έστρεψε το ενδιαφέρον των διεθνών μέσων ενημέρωσης στη χώρα μας που κάλυψαν με αναλυτικά ρεπορτάζ τα όσα συνέβησαν, ενώ τα περισσότερα ΜΜΕ έκαναν αναφορά και στα ανάλογα καταστάσεις που βίωσε η Τουρκία, όπου έκλεισε το αεροδρόμιο της Κωνσταντινούπολης εξαιτίας του χιονιού και χιλιάδες επιβάτες εγκλωβίστηκαν εντός των χώρων του αεροδρομίου.

Στον εγκλωβισμό των οδηγών στην Αττική Οδό και στις διακοπές ηλεκτροδότησης εστίασε το BBC, ενώ το Reuters επι-

σημαίνει ότι ανάλογα φαινόμενα χτυπούν την Ελλάδα και ειδικά την πρωτεύουσα για δεύτερη συνεχή χρονιά. Οι New York Times και ο Guardian μετέδωσαν πιο «ζωντανή» εικόνα με δηλώσεις από εγκλωβισμένους οδηγούς και την οργή και απόγνωση που βίωσαν. Εικόνες καθόλου κολακευτικές που έκαναν και τον γύρο του κόσμου.

Στις περισσότερες περιπτώσεις αναγνωρίζεται η ένταση του φαινομένου. Το CNN ειδικότερα τονίζει ότι στην Αθήνα από το 2000 έχει χιονίσει όλες και όλες έξι φορές με τις δύο να είναι έντονες και να έχουν συμβεί τα δύο τελευταία χρόνια. «Η Αθήνα έχει δει μόνο έξι χιονοπτώσεις από το 2000, και ενώ συνήθως έχει μέση ετήσια χιονόπτωση 1,3 εκατοστά, η Ελπίδα έχει ήδη φέρει περίπου 8 εκατοστά, τα περισσότερα από τον Φεβρουάριο του 2021, όταν έπεσαν 10 εκατοστά. Τα νησιά Μύκονος και Σαντορίνη γνώρισαν επίσης σπάνιες χιονοπτώσεις», αναφέρει το αμερικανικό μέσο.

«Ο ακανόνιστος χειμώνας έρχεται μετά από ένα καλοκαίρι υψηλών θερμοκρασιών και πυρκαγιών στην Ελλάδα, το οποίο οι επιστήμονες συνέδεσαν με την κλιματική κρίση. Η καταιγίδα της Δευτέρας προκάλεσε επίσης ένα σπάνιο «snownado», ένα χωνί που μοιάζει με ανεμοστρόβιλο και ταξιδεύει πάνω από ένα χιονισμένο τοπίο, αφού ένας υδροστρόβιλος κινήθηκε προς τη στεριά, στροβιλίζοντας το χιόνι γύρω από τη βάση του ανεμοστρόβιλου», τονίζει παρακάτω το CNN αναδεικνύοντας το ζήτημα της κλιματικής αλλαγής που μάλλον ο κρατικός μηχανισμός αδυνατεί να κατανοήσει.

Περισσότερο αναλυτικό ρεπορτάζ είχαν οι New York Times οι οποίοι ανέφεραν και το πινγκ πονγκ ευθυνών μεταξύ της κυβέρνησης και της διαχείρισης της Αττικής Οδού για τις απαράδεκτες καταστάσεις που επικράτησαν στον μεγαλύτερο και πιο οργανωμένο υποτίθεται αυτοκινητόδρομο της πρωτεύουσας. «Η κυβέρνηση και η ιδιωτική εταιρεία που

διαχειρίζεται την περιφερειακή οδό της Αθήνας εμφανίστηκαν να ανταλλάσσουν κατηγορίες για το ποιος ευθύνεται για το χάος. Η κυβέρνηση δήλωσε ότι θα επιβληθούν πρόστιμα και ότι η εταιρεία θα δώσει σε κάθε πληγέντα οδηγό 2.000 ευρώ.

Η εταιρεία συμφώνησε να πληρώσει, αλλά ένας εκπρόσωπος, ο Φάνης Παπαδημητρίου, απέρριψε τους επικριτές που είπαν ότι η εταιρεία θα έπρεπε να είχε κλείσει τον δρόμο νωρίτερα, λέγοντας σε τηλεοπτική συνέντευξη ότι μια ιδιωτική εταιρεία δεν μπορεί να λάβει αυτή την απόφαση.

Η ελληνική τηλεόραση μετέδωσε επίσης απευθείας τηλεφωνικές συνομιλίες με απογοητευμένους αυτοκινητιστές, μεταξύ των οποίων και ένας 75χρονος άνδρας που μίλησε με το ιδιωτικό κανάλι Skaί το πρωί της Τρίτης. Ο άνδρας έδωσε το όνομά του ως Χρήστος και απηύθυνε έκκληση για βοήθεια, λέγοντας ότι είχε εγκλωβιστεί για 20 ώρες στον περιφερειακό

Η κλιματική αλλαγή και οι επιπτώσεις της στον Τουρισμό

«Κλιματική αλλαγή» (climate change) ορίζεται ειδικότερα ως η μεταβολή στο κλίμα που οφείλεται άμεσα ή έμμεσα σε ανθρώπινες δραστηριότητες, διακρίνοντας τον όρο από την «κλιματική μεταβολή» που έχει φυσικά αίτια



Γράφει η
Σοφία Σωτηρίου*

Ακραία καιρικά φαινόμενα μονοπωλούν τελευταία χρόνια τα δελτία ειδήσεων: πλημμύρες στη Γερμανία, στην Ινδία, στην Κίνα, καύσωνες στις ΗΠΑ και στον Καναδά. Η χώρα μας το καλοκαίρι του 2021 βίωσε καύσωνα μεγάλης διάρκειας και έντασης κάνοντας τους μετεωρολόγους να μιλούν ήδη για «ιστορικό καύσωνα» και για φαινόμενο από τα πλέον έντονα και ισχυρά μέσα στην προηγούμενη 35ετία.

Σε γενικές γραμμές, στη νότια και κεντρική Ευρώπη παρατηρούνται συχνότερα κύματα καύσωνα, δασικές πυρκαγιές και ξηρασίες. Η περιοχή της Μεσογείου γίνεται όλο και πιο ξηρή, καθιστώντας την ακόμη πιο ευάλωτη στην ξηρασία και τις πυρκαγιές. Η Βόρεια Ευρώπη γίνεται σημαντικά πιο υγρή και οι χειμερινές πλημμύρες μπορεί να γίνουν συχνές.

Η κλιματική αλλαγή είναι πλέον ορατή παγκοσμίως με αδιαμφισβήτητα σημαντικές επιπτώσεις στην υγεία των ανθρώπων, στο περιβάλλον, στα οικοσυστήματα, στην παγκόσμια οικονομία. Οι θερμοκρασίες αυξάνονται, οι παγετώνες και το χιόνι λιώνουν, η άνοδος της στάθμης της θάλασσας ανεβαίνει. Οι προβλέψεις δείχνουν ότι οι επιπτώσεις αυτές αναμένεται να ενταθούν τις επόμενες δεκαετίες.

Παράλληλα, οι αστικές περιοχές, όπου ζουν σήμερα 4 στους 5 Ευρωπαίους, είναι εκτεθειμένες σε κύματα καύσωνα, πλημμύρες ή άνοδο της στάθμης της θάλασσας, αλλά συχνά δεν είναι επαρκώς εξοπλισμένες για την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή.

Τι σημαίνει όμως ο πολυσυζητημένος όρος «κλιματική αλλαγή»;

Γενικά αναφέρεται στην μεταβολή του παγκόσμιου κλίματος στη διάρκεια του



χρόνου είτε αυτό έχει να κάνει με φυσικές μεταβολές είτε με ανθρωπογενείς δραστηριότητες. Όμως, στη Σύμβαση-Πλαίσιο των Ηνωμένων Εθνών για τις Κλιματικές Μεταβολές (UNFCCC), η «κλιματική αλλαγή» (climate change) ορίζεται ειδικότερα ως η μεταβολή στο κλίμα που οφείλεται άμεσα ή έμμεσα σε ανθρώπινες δραστηριότητες, διακρίνοντας τον όρο από την «κλιματική μεταβολή» που έχει φυσικά αίτια.

Σύμφωνα με πρόσφατη έκθεση της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Κλιματική Αλλαγή (IPCC), η υπερθέρμανση του πλανήτη προκαλεί αυξημένες και, σε ορισμένες περιπτώσεις, μη αναστρέψιμες αλλαγές στις βροχοπτώσεις, τους ωκεανούς και τους ανέμους σε όλες τις περιοχές του κόσμου. Η αύξηση της θερμοκρασίας κατά 2°C θα έχει σοβαρότατες επιπτώσεις για τη φύση και τους ανθρώπους. Η αναφορά στους 2°C

γίνεται, διότι με την υιοθέτηση της Συμφωνίας των Παρισίων για το κλίμα (2016), η διεθνής κοινότητα έχει δεσμευτεί με τον μακροπρόθεσμο στόχο της διατήρησης της παγκόσμιας αύξησης της θερμοκρασίας κάτω από 2°C, σε σύγκριση με τα προβιομηχανικά επίπεδα και τη συνέχιση των καταβαλλόμενων προσπαθειών ώστε να μην υπερβεί η αύξηση τους 1,5°C, προκειμένου να αποφευχθούν οι καταστροφικές συνέπειες της κλιματικής αλλαγής. Η Συμφωνία έχει υπογραφεί από 194 χώρες και από την ΕΕ.

Μελέτες έχουν δείξει, ότι οι υψηλές θερμοκρασίες σε συνδυασμό με τη ρύπανση της ατμόσφαιρας θα έχει πολλαπλές συνέπειες στην υγεία των ανθρώπων προκαλώντας αύξηση των καρδιαγγειακών, πνευμονολογικών ασθενειών αλλά και θανάτων. Ακόμα και η εμφάνιση επιδημιών από βακτήρια και ιούς όπως

ο SARS-CoV-2 έχει σχετιστεί με την απορρύθμιση στο κλίμα.

Σε κάθε περίπτωση, η κλιματική αλλαγή όπως βλέπουμε, δεν θα πρέπει να προσδιορίζεται ως απλά ένα περιβαλλοντικό πρόβλημα, διότι σχετίζεται πρωτίστως με το πολυτιμότερο αγαθό του ανθρώπου την υγεία καθώς και με το αναπτυξιακό μοντέλο μιας χώρας ή περιοχής διότι παραγωγικοί τομείς όπως η γεωργία, η δασοκομία, η ενέργεια, ο τουρισμός πλήττονται σε μεγάλο βαθμό.

Μέχρι τώρα η χώρα μας με τα νησιά, τη θάλασσα, τα βουνά, τα αρχαιολογικά μνημεία, το ευχάριστο κλίμα αποτελεί ιδανικό καλοκαιρινό ταξιδιωτικό προορισμό. Αυτό πιθανό να αλλάξει τις επόμενες δεκαετίες καθώς η κλιματική αποσταθεροποίηση θα επηρεάσει περισσότερο τη Μεσόγειο, είτε με την άνοδο της θερμοκρασίας (αναμένουμε τη μεγαλύτερη ετήσια αύξηση θερμοκρασίας σε



σχέση με το παγκόσμιο επίπεδο), είτε με την άνοδο της στάθμης της θάλασσας ,φαινόμενα τα οποία τελικώς θα τροποποιήσουν τις επιλογές των τουριστών. Κατά τη θερινή τουριστική περίοδο η αύξηση της θερμοκρασίας και η συχνότερη εμφάνιση καυσώνων θα αυξήσει τη θερμική δυσφορία των επισκεπτών και την αδυναμία πραγματοποίησης κάποιων τουριστικών δραστηριοτήτων, ωθώντας τους τελικά σε ψυχρότερες περιοχές ή χώρες. Παρόλα αυτά μια θετική εξέλιξη που μπορεί να υπάρξει είναι η επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν και η αύξηση της τουριστικής κίνησης κατά τους φθινοπωρινούς ή /και ανοιξιάτικους μήνες.

Προσπαθώντας να συγκεντρώσουμε τις πιο σημαντικές και άμεσες επιπτώσεις στον τουριστικό τομέα αυτές αφορούν:

- **διαφοροποίηση** ή /και επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου
- **δημιουργία** νέων προορισμών

- **επίδραση** σε κρίσιμους φυσικούς πόρους (έλλειψη νερού)
 - **περιβαλλοντικούς κινδύνους** πχ. διάβρωση ακτών, φωτιές , πλημμύρες
 - **αλλοίωση τοπίων** και διατάραξη βιοποικιλότητας
 - **δημιουργία νέων** μορφών τουρισμού
- Η προώθηση νέων** μορφών εναλλακτικού τουρισμού όπως ιαματικός, αθλητικός, θρησκευτικός, γευσιγνωσίας ,πολιτιστικός ,οινο-αγρο τουρισμός συμβάλλει στην οικονομική ανάπτυξη μιας τουριστικής χώρας, διευρύνει τις δυνατότητες της συγκεκριμένης περιοχής, προάγει την προστασία του περιβάλλοντος «εκπαιδύοντας» τους πολίτες μιας χώρας σε φιλο - περιβαλλοντικές συμπεριφορές και σε κάθε περίπτωση αποτελεί μια από τις αποτελεσματικές λύσεις στην πρόκληση της κλιματικής αλλαγής. Η χώρα μας έχει την δυνατότητα για την ανάπτυξη πολλών μορφών

εναλλακτικού τουρισμού καθώς διαθέτει τις προϋποθέσεις αλλά και το αντίστοιχο τουριστικό προϊόν που μπορεί να προωθήσει κάθε φορά όπως φυσικό περιβάλλον, πολιτισμό, τοπικά προϊόντα κλπ. και να δώσει «ζωή» σε απομακρυσμένα περιοχές βιώνοντας κάθε φορά μοναδικές εμπειρίες ο επισκέπτης. **Είναι γεγονός βέβαια**, ότι οι απειλές της κλιματικής αλλαγής στον τουρισμό είναι πολυδιάστατες και εξαρτώνται από τις τοπικές κλιματολογικές συνθήκες(θερμοκρασία, αέρας, υγρασία), το φυσικό περιβάλλον, τη γεωγραφική θέση καθώς και το επίπεδο ανάπτυξης της τουριστικής περιοχής. Η «έξυπνη προσαρμογή» στην κλιματική αποσταθεροποίηση, λαμβάνοντας υπόψη τις ιδιαιτερότητες, τα προβλήματα του κάθε τόπου και προτείνοντας προσαρμοσμένες, μοναδικές λύσεις κάθε φορά θα αποτελέσει την κύρια πρόκληση στο μέλλον.

Είναι επιτακτική ανάγκη ο τουριστικός τομέας να ανταποκριθεί στις επιταγές των μελλοντικών κλιματολογικών συνθηκών, να διατηρηθεί σε ανταγωνιστικό επίπεδο, παρέχοντας υψηλό τουριστικό προϊόν και να μπορέσει ν' αναπτυχθεί περαιτέρω με βιώσιμο τρόπο αφήνοντας χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα. Ας ελπίσουμε ότι η κλιματική αλλαγή θα αποτελέσει αφορμή για τουρισμό 12 μήνες τον χρόνο και ποιοτική περιβαλλοντική ανάπτυξη στη χώρα μας.

** Η Σοφία Σωτηρίου είναι Υπεύθυνη Διαχείρισης Εθνικών & Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων - Ειδίκευση στη Πολιτική του Περιβάλλοντος, της Ενέργειας & του Βιώσιμου Τουρισμού. Επιστημονική Συνεργάτιδα του Ιδρύματος Διεθνών & Νομικών Μελετών του καθ. Κρίστη. E-mail: sofiana2@yahoo.com*



Συνέντευξη

ΜΑΡΟΥΣΑ**ΠΑΠΠΟΥ***

**Olympian του Snowboard
στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες
του Ναγκάνο της Ιαπωνίας*

Ο Χιονοδρομικός είναι η απόλυτη μορφή Αθλητικού Τουρισμού

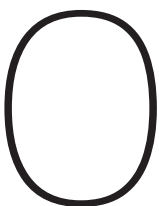
«Οι σχολές σκι παράγουν χιονοδρόμους, δηλαδή τους πελάτες των χιονοδρομικών κέντρων.

Αυτό είναι κάτι που το αναγνωρίζουν όλοι οι φορείς και όλες οι εταιρίες εκμετάλλευσης χιονοδρομικών κέντρων στο εξωτερικό, ως εκ τούτου συνεργάζονται άρτια προς όφελος των επισκεπτών.

Δυστυχώς δεν μπορώ να επιβεβαιώσω, ότι το ίδιο συμβαίνει πάντοτε στην Ελλάδα»...



Στον

ΓΙΑΝΝΗ ΣΤΑΘΟΠΟΥΛΟ

φετινός έντονος χιονιάς σε όλη την Αττική και τα νησιά των Κυκλάδων είναι μία ακόμη ένδειξη, ότι στο εξής θα πρέπει να είμαστε προετοιμασμένοι

και στα αστικά κέντρα για την διαχείριση καιρικών φαινομένων, που είναι περισσότερο συνήθη στις ορεινές περιοχές. Αποτελεί δε, μία καλή αφορμή να ασχοληθούμε με τον Χιονοδρομικό Τουρισμό.

Η itn Ελληνικός Τουρισμός λοιπόν συζητάει με την κα Μαρούσα Πάππου, Olympian του Snowboard στους Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του Ναγκάνο της Ιαπωνίας και επί 25ετία επαγγελματία στο Κλάδο του Ελληνικού Χιονοδρομικού Τουρισμού.

- Κυρία Πάππου, τί είναι ο Χιονοδρομικός Τουρισμός;

Ο χιονοδρομικός τουρισμός είναι η εναλλακτική μορφή τουρισμού, όπου η κύρια δραστηριότητα των τουριστών είναι οι χιονοδρομίες ή αλλιώς τα χιονοδρομικά αθλήματα και η ενασχόληση με το σύνολο των δραστηριοτήτων που διενεργούνται κατά τη χειμερινή περίοδο. Ο Χιονοδρομικός τουρισμός απευθύνεται σε όλες τις ηλικίες και όλα τα target group. Είτε αυτούς που αναζητούν οικογενειακά πακέτα, είτε στο νέο κοινό και κυρίως σε κοινό που διαθέτει μέσο εισόδημα και άνω και ξοδεύει αρκετά για τη διαμονή και διατροφή του.

- Άρα θα μπορούσαμε να πούμε, ότι ο Χιονοδρομικός Τουρισμός είναι μία μορφή Αθλητικού Τουρισμού. Σωστά;



Φυσικά και πρόκειται για την απόλυτη μορφή Αθλητικού Τουρισμού. Ο Χιονοδρομικός Τουρισμός είναι κατά βάση Τουρισμός Ψυχαγωγίας, που συνδυάζει σπορ και ευεξία, τον Χειμερινό Τουρισμό (διακοπές σε χειμερινούς προορισμούς), τον Ορεινό Τουρισμό (εκδρομές σε βουνά), τον Φυσιολατρικό Τουρισμό (όπου προάγεται η αγάπη για την φύση και την οικολογία), Γαστρονομικό τουρισμό όπου ο επισκέπτης γεύεται τη παράδοση του τόπου που επισκέπτεται. Στην Ελλάδα μπο-

ρεί άνετα να συνδυαστεί με Αρχαιολογικό τουρισμό αλλά και Εκκλησιαστικό τουρισμό ανάλογα με την εθνικότητα και τα ενδιαφέροντα των επισκεπτών. Από την στιγμή όμως που στον Χιονοδρομικό Τουρισμό, το βασικό στοιχείο που το συνθέτουν είναι τα Χιονοδρομικά Αθλήματα, τότε ναι, μπορούμε να τον συγκαταλέξουμε πρωτίστως στην κατηγορία του Αθλητικού Τουρισμού, πόσο μάλλον όταν διεξάγονται Διεθνείς Χιονοδρομικοί Αγώνες όπως οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες

που ξεκινούν σε μία εβδομάδα και όπου οι Χιονοδρομίες αποτελούν το μεγαλύτερο κομμάτι τους.

- Ποια είναι λοιπόν τα Χιονοδρομικά Αθλήματα, που συνθέτουν το πάζλ του Χιονοδρομικού Τουρισμού;

Τα αθλήματα που συγκαταλέγονται στον Χιονοδρομικό Τουρισμό είναι το αλπικό σκι και snowboard καθώς και τα ίδια αθλήματα στις κατηγορίες freestyle και freeride ή αλλιώς εκτός πίστας.

Βλέπουμε πολύ συχνά σε όλα τα χιονοδρομικά κέντρα και τις πίστες της χώρας μας σκιέρ που ανεβαίνουν με εξοπλισμό του Ορειβατικού σκι προκειμένου να γευτούν την εμπειρία της ήσυχης επαφής με τη φύση, αλλά και του σκι αντοχής που στη χώρα μας έχει μικρή τουριστική ζήτηση όπως και το τέλεμαρκ.

Είναι αθλήματα που μπορούν όλοι να μάθουν ακόμη και σε μεγάλη ηλικία και να εξασκήσουν μέχρι τα βαθιά γεράματα. Οι ακαδημίες και τα μαθήματα για παιδιά ξεκινούν σε πολύ μικρή ηλικία από 4 ετών και η εκμάθηση είναι απόλυτα ασφαλής, αρκεί ο επίδοξος χιονοδρόμος να επιλέξει έναν εξειδικευμένο διπλωματούχο δάσκαλο χιονοδρομίας σε όποιο από τα σπορ επιλέξει, για να είναι ευχάριστη και ασφαλής όλη αυτή η εμπειρία

- Ας πάμε λοιπόν να αξιολογήσουμε έναν από τους βασικούς παράγοντες σύνθεσης ενός τουριστικού προϊόντος. Τις εγκαταστάσεις! Εν προκειμένω τα Χιονοδρομικά Κέντρα όπως σημειώσατε κι εσείς,

Τα Χιονοδρομικά Κέντρα είναι οι χώροι που διαθέτουν την κατάλληλη χιονοδρομική και τουριστική υποδομή, ώστε να υποδέχονται τους τουρίστες χιονοδρόμους-αθλητές, οι οποίοι αποτελούν την



πελατεία του Χιονοδρομικού Τουρισμού. Η ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Τουρισμού όπως προαναφέραμε προϋποθέτει άρτια-οργανωμένα χιονοδρομικά κέντρα και κατάλληλες πίστες για όλους τους λάτρεις του χιονιού. Στη χώρα μας λειτουργούν περίπου 20 χιονοδρομικά κέντρα με μέσο όρο τις 5 πίστες κατά τη διάρκεια της χιονοδρομικής περιόδου συγκεντρώνουν ικανοποιητικό αριθμό επισκεπτών. Ωστόσο, αν θέλουμε να θέσουμε τις προδιαγραφές για τα ενδεδειγμένα Χιονοδρομικά Κέντρα μπορώ να σας το συνοψίσω στο ακόλουθο: «Τα Χιονοδρομικά Κέντρα η Θέρετρα Χιονοδρομίας πρέπει να ακολουθούν τα διεθνή πρότυπα και ποιοτικά στάνταρτς των χωρών όπου παραδοσιακά αναπτύσσεται αυτού του είδους τουρισμός και θα πρέπει να έχουν ως στόχο την αξιοποίηση περιοχών με υποδομές και φυσικό περιβάλλον κατάλληλο για την προσέλκυση τουριστών οι οποίοι επιθυμούν αυτό τον τύπο αθλητικής δραστηριότητας, σε συνδυασμό με άλλες δραστηριότητες σε ορεινούς όγκους. Στην Ελλάδα η διαχείριση των Χιονοδρομικών Κέντρων πραγματοποιείται από Κρατικούς (Ε.Ο.Τ., Γενική Γραμματεία Αθλητισμού), Ιδιωτικούς (ορειβατικοί σύλλογοι, αναπτυξιακές δημοτικές επιχειρήσεις) και ημικρατικούς φορείς. Το πιο άρτια οργανωμένο Χιονοδρομικό Κέντρο στην Ελλάδα είναι το Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού, με διαφορά από τα υπόλοιπα σε αριθμό πιστών και αναβατήρων (17) αλλά και υπερσύγχρονων εγκαταστάσεων. Ακολουθεί το Χ.Κ. Βασιλίτσα (7 αναβατήρες), το Χ.Κ. Καλαβρύτων (8 αναβατήρες), το Χ.Κ. Καιμακτοαλάν (6 αναβατήρες).

- Το θέαμα των λευκών τοπιών από το χιόνι είναι για εσάς το πλέον γνώριμο. Έχοντας μία «θητεία» 25 ετών στο Χιονοδρομικό Τουρισμό, θα ήθε-



Με αυτή τη πολιτική η Τουριστική Χιονοδρομία δεν μπορεί να πάει μακριά. Από πλευράς οργάνωσης, δύσκολα θα μπορέσει να φτάσει το επίπεδο του εξωτερικού και να προσελκύσει πακέτα από το εξωτερικό

λα να μας αναφέρετε πώς οι σχολές σκι συνδράμουν στη διαμόρφωση του Χιονοδρομικού Τουριστικού προϊόντος.

Η ανάπτυξη των σχολών σκι και των αθλημάτων του χιονιού ανά το κόσμο έφερε την ανάγκη των χιονοδρόμων να πάνε ψηλότερα να αναζητήσουν νέες πίστες και διαφορετικές κλίσεις και προκλήσεις. Έτσι δημιουργήθηκαν σταδιακά τα Χιονοδρομικά Κέντρα. Είναι δύο έννοιες αλληλένδετες. Το ένα δεν μπορεί να λειτουργήσει εάν δεν υπάρχει το άλλο. Οι σχολές σκι παράγουν χιονοδρόμους, δηλαδή τους πελάτες των χιονοδρομικών κέντρων. Αυτό είναι κάτι που το αναγνωρίζουν όλοι οι φορείς και όλες οι εταιρίες εκμετάλλευσης χιονοδρομικών κέντρων στο εξωτερικό, ως εκ τούτου συνεργάζονται άρτια προς όφελος των επισκεπτών. Δυστυχώς δεν μπορώ να επιβεβαιώσω, ότι το ίδιο συμβαίνει πάντοτε στην Ελλάδα.

Στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού,

τα τελευταία χρόνια οι σχολές σκι αντιμετωπίζονται από τις διοικήσεις, ως εταιρίες περιστασιακής «αρπαχτής» και όχι ως συνεργάτες που παράγουν μελλοντικούς πελάτες.

Για παράδειγμα η σχολή σκι «Πάππος-Μπαλντούμης» που δραστηριοποιείται στο Χιονοδρομικό Κέντρο Παρνασσού επί 45 συναπτά έτη, διδάσκοντας 3 γενιές χιλιάδων σκιέρ και χιονοδρόμων, αναδεικνύοντας παράλληλα Πρωταθλητές με Ολυμπιακές συμμετοχές και Παγκόσμιες επιτυχίες, είναι υποχρεωμένη κάθε χρόνο να συμμετέχει με διαφορετικούς όρους σε ετήσιους διαγωνισμούς για την διεκδίκηση μιας θέσης λειτουργίας του γραφείου της, χωρίς κάποια πρόβλεψη για το σταθερό πελατολόγιο της, που αν μη τι άλλο ανεβαίνει αυτό το βουνό, επειδή εκεί έμαθε σκι και snowboard. Κάθε χρόνο λοιπόν οι όροι αλλάζουν ανάλογα με τις «ιδέες» κάποιων διευθυντών που περιστασιακά αναλαμβάνουν την διοίκηση, κάθε χρόνο με αβεβαιότητα και κάθε χρόνο με μειωμένες παροχές αλλά και αυξημένο κόμιστρο, εδώ και 45 χρόνια. Την ίδια κατάσταση αντιμετωπίζουν και οι υπόλοιπες εταιρίες-σχολές σκι που δραστηριοποιούνται στον Παρνασσό. Όμως δεν θα πρέπει να παραγνωρίζουμε, η 45χρονη συνεχής και αδιάκοπη παρουσία μίας εταιρείας-ski school στον εν λόγω τόπο, πιστοποιεί ότι αυτή έχει περάσει με επιτυχία τις εξετάσεις της στο κοινό και συνιστά μια σταθερά μεγαλύτερη ακόμη κι από τη διεύθυνση του ίδιου του Χιονοδρομικού Κέντρου! Η ανασφάλεια που όμως αντιμετωπίζει τα τελευταία χρόνια, μοιραία της στερεί τη δυνατότητα να πουλήσει οργανωμένα πακέτα σε Τουρίστες Χιονοδρόμους, που θα ήθελαν να επισκεφτούν την Ελλάδα για Χιονοδρομία. Φυσικά με αυτή τη πολιτική η Τουριστική Χιονοδρομία δεν μπορεί να πάει μακριά. Από πλευράς οργάνωσης, δύσκολα θα

μπορέσει να φτάσει το επίπεδο του εξωτερικού και να προσελκύσει πακέτα από το εξωτερικό, όπως βλέπουμε να γίνεται για παράδειγμα στη γειτονική Βουλγαρία. Αξίζει να σημειωθεί, ότι δεκαετία του 80 οι ιδρυτές της προαναφερθείσας Σχολής Σκι, Δημήτρης Πάππος και Τηλέμαχος Μπαλντούμης, έφεραν για χιονοδρομία και αρχαιολογικό τουρισμό γκρουπ Ολλανδών για εβδομαδιαίες διακοπές, στον άξονα Ιτέα (θάλασσα)- Δελφοί (ιστορία)-Παρνασσός (χιονοδρομία), σε ένα πρόγραμμα με περίπου 500 άτομα την εβδομάδα (για την εποχή τεράστιο νούμερο), γεμίζοντας παράλληλα τα Ξενοδοχεία και τα Εστιατόρια της -όχι ιδιαίτερα αναπτυγμένης τότε- Αράχωβας με Ολλανδούς!!! Το συμπέρασμα λοιπόν είναι ότι απαιτείται όραμα, οργάνωση με μακροπρόθεσμους στόχους και αगाστή συνεργασία όλων των φορέων που συνθέτουν τον Χιονοδρομικό Τουρισμό.

- Παρόλο αυτά, δεν είναι λίγοι εκείνοι που ισχυρίζονται ο Χιονοδρομικός Τουρισμός αφορά κυρίως άτομα με υψηλό εισόδημα αλλά και άτομα τα οποία ανήκουν σε ορειβατικούς συλλόγους που δεν κάνουν πρωταθλητισμό αλλά με την βοήθεια των συλλόγων τους ξεπερνούν το υψηλό κόστος, που δημιουργούνται από την ενοικίαση του εξοπλισμού, τα μαθήματα, τις διαμονές κλπ. Τι λέτε εσείς γι αυτό; Είναι όντως για λίγους ο Χιονοδρομικός Τουρισμός;

Ο χιονοδρομικός τουρισμός κοστίζει δεν μπορούμε να πούμε ότι απευθύνεται στις λαϊκές μάζες και θα ήταν λάθος να δημιουργήσουμε τέτοια ψευδαίσθηση. Οι Ορειβατικοί Σύλλογοι ουδεμία σχέση έχουν με τη τουριστική χιονοδρομία. Οι Χιονοδρομικοί αθλητικοί σύλλογοι προσπαθούν να παράγουν αθλητές δεν είναι η λύση για φθηνή χιονοδρομία και δεν θα μπορούσε ποτέ μια ολόκληρη οικογένεια να ενταχθεί στα προγράμματα ενός χιονοδρομικού συλλόγου. Δεν πρέπει να συγχέουμε αυτό που γίνεται στους συλλόγους με τη δουλειά που γίνεται στις σχολές σκι. Οι εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον χώρο προσφέρουν ανάλογα οικονομικότερα πακέτα μαθημάτων και ενοικίασης όπως και οικονομικότερες προτάσεις διαμονής. Όμως το κόστος του εισιτηρίου αναβατήρων είναι ένα ανελαστικό έξοδο και δυστυχώς βλέπουμε κάθε χρόνο να αυξάνεται. Υπάρχουν όμως ευκαιρίες όπως το World Snow Day και το πρόγραμμα SnowKidz της Παγκόσμιας Ομοσπονδίας του σκι FIS σε συνεργασία με τα Χιονοδρομικά Κέντρα και σχολές σκι που προσφέρουν μέρες εκπαιδευτικές έως και δωρεάν για παιδιά για να γνωρίσουν τα αθλήματα

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα



Δεν έχουν γίνει βήματα για το απαραίτητο τεχνητό χιόνι

«Είναι γεγονός ότι στα Βαλκάνια δημιουργήθηκαν σύγχρονα χιονοδρομικά κέντρα στα πρότυπα των Άλπεων με στόχο να προσελκύσουν ξένους τουρίστες με πακέτα εβδομαδιαία. Στην Ελλάδα η προσέγγιση ως τώρα αφορά τους Έλληνες του Σαββατοκύριακου»

Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

- Θεωρείτε ότι είναι άλλα θέματα που πρέπει να ληφθούν υπ' όψιν αναφορικά με τα Χιονοδρομικά Κέντρα; Για παράδειγμα στο Χιονοδρομικό Κέντρο του Παρνασσού, το ελικοδρόμιο χρησιμοποιείται για parking αυτοκινήτων τις ημέρες της μεγάλης επισκεψιμότητας. Ακόμη, η Ελλάδα όπως αναφέρατε κι εσείς έχει 18 Κέντρα, όπου υπάρχουν 41 SkiLifts και ελάχιστες ξενοδοχειακές κλίνες στους χώρους των πιστών. Από την άλλη, η γειτονική Βουλγαρία με μόλις 4 Χιονοδρομικά Κέντρα έχει 41 SkiLifts και 2800 κλίνες στους χώρους των πιστών, ενώ η Ρουμανία με 7 Κέντρα έχει 41 skilifts και 7200 κλίνες στις πίστες. Τι λέτε;

Όταν ο αείμνηστος πατέρας μου επανασχεδίασε τα parking και δημιούργησε τους χώρους που γνωρίζετε σήμερα στα Κελλάρια Παρνασσού, είχε θίξει το πρόβλημα με το ελικοδρόμιο. Από τότε πέρασαν 20 χρόνια, τα ελικοπτερα πια προσγειώνονται εύκολα ακόμη και σε ταράτσες, αλλά δυστυχώς για το θέμα των χιλιάδων αυτοκινήτων και τη διαχείριση τους στον Παρνασσό χρειάζονται φρέσκες ιδέες από μυαλά που δεν θα διστάσουν να πάρουν τολμηρές αποφάσεις. Είναι γεγονός ότι στα Βαλκάνια δημιουργήθηκαν σύγχρονα χιονοδρομικά κέντρα στα πρότυπα των Άλπεων με στόχο να προσελκύσουν ξένους τουρίστες με πακέτα εβδομαδιαία. Στην Ελλάδα η προσέγγιση ως τώρα αφορά τους Έλληνες του Σαββατοκύριακου. Μεμονωμένες προσπάθειες για τουριστικά πακέτα από το εξωτερικό έχουν γίνει από ιδιωτικές εταιρείες, αλλά για να ευδοκιμήσει μια τέτοια επιχειρηματική προσπάθεια θα πρέπει τα Χιονοδρομικά Κέντρα να απο-



τελέσουν αξιόπιστοι συνεργάτες με υψηλή παροχή υπηρεσιών, υψηλότερη από ότι σήμερα και τότε ίσως αρχίσουμε να γινόμαστε πιο ελκυστικός προορισμός. Οι κλίνες στους χώρους των πιστών στην Ελλάδα υπάρχουν μόνο στο Σέλι και στα 3-5 πηγάδια, κάποιες λίγες ίσως κοντά στις πίστες της Βασιλίτσας, αλλά στα υπόλοιπα μεγάλα χιονοδρομικά είναι αρκετά δύσκολο να δημιουργηθούν καθώς πρόκειται για εθνικούς δρυμούς και το μέχρι τώρα νομικό πλαίσιο είναι αρκετά αυστηρό. Τα ελληνικά χωριά που φιλοξενούν τους επισκέπτες είναι ακούντως γραφικά και τίποτα δεν συγκρίνεται με την ελληνική διασκέδαση, αλλά αυτό που «πνίγει» πλέον του Χιονοδρομικούς προορισμούς είναι τα χιλιάδες αυτοκίνητα κάθε Σαββατοκύριακο. Από πλευράς πιστών τα μεγάλα Χιονοδρομικά μας Κέντρα δεν έχουν να ζηλέψουν τα Βαλκάνια. Υπάρχει πεδίο για όλες τις τεχνικές επιλογές και κυρίως

υπέροχο τοπίο! Σαν τουριστικό προϊόν η ελληνική πρόταση είναι διαφορετική από τα ευρωπαϊκά πρότυπα όμως είναι μέσα στο σπίτι μας λίγες ώρες με το αυτοκίνητο και πολύ καλή οικογενειακή διέξοδος. Μπορείς ακόμη και ημερήσια εκδρομή να κάνεις, να ξεκλέβεις λίγες ώρες από της δουλειά σου και να κάνεις το αγαπημένο σου σπορ στη φύση. Υπάρχουν πολλές ευρωπαϊκές χώρες και βορεινές μάλιστα, που δεν δίνεται αυτή τη δυνατότητα στους κατοίκους μεγάλων πόλεων. Εδώ μπορούμε να κάνουμε σκι κ snowboard πολύ συχνά, ακόμη και ως κάτοικοι πρωτεύουσας 5.5 εκ. κατοίκων, κάθε εβδομάδα για διάστημα 3 με 4 μηνών το χρόνο σε φιλικές πίστες για εκμάθηση, με τον ελληνικό ήλιο και θέα τη θάλασσα.

- **Κυρία Πάππου, βασίζομενη στη μεγάλη εμπειρία σας στο Χιονοδρομικό Τουρισμό και με δεδομένη την**

περιορισμένη διάρκεια της χιονοδρομικής σεζόν ποιες πιστεύετε ότι πρέπει να είναι οι κινήσεις ως προς την περαιτέρω ανάπτυξη του, ειδικά από την στιγμή που το υπουργείο τουρισμού σε μία προσπάθεια για ακόμη καλύτερα αποτελέσματα σε οικονομικό και αναπτυξιακό επίπεδο, δίνει έμφαση στην ανάπτυξη του χειμερινού τουρισμού και την 12μηνη τουριστική περίοδο;

Το μέγα θέμα παγκοσμίως είναι η διασφάλιση χιονιού για τη χειμερινή περίοδο. Φέτος σταθήκαμε τυχεροί, αλλά γεγονός είναι ότι ο πλανήτης αλλάζει και στην Ευρώπη και τα υπόλοιπα Βαλκάνια κυριαρχεί το τεχνητό χιόνι. Στην Ελλάδα δεν έχουν γίνει ακόμη τα βήματα για το απαραίτητο τεχνητό χιόνι. Τώρα πλέον υπάρχει η τεχνολογία για να το υποστηρίξει γιατί παλαιότερα υπήρχαν αντικειμενικά προβλήματα σε κάποια βουνά και ήταν ένα εξαιρετικά δύσκολο project! Ελπίζω ότι στα πλάνα του Υπουργείου Τουρισμού θα είναι και η διεκδίκηση κάποιου πακέτου χρηματοδότησης για ένα τέτοιο έργο στο μεγαλύτερο Χιονοδρομικό Κέντρο της Ελλάδας όπου τα τελευταία χρόνια έγινε και μια τεράστια επένδυση σε υπερσύγχρονους αναβατήρες. Ας μη φτάσουμε να τους κοιτάμε αδρανείς, να σαπίζουν τα επόμενα χρόνια. Γενικότερα πιστεύω ότι όλα τα Χιονοδρομικά μας κέντρα θα ήταν καλό να λαμβάνουν υπ' όψιν περισσότερο και τις τοπικές κοινωνίες και τις επιχειρήσεις που υπάρχουν γύρω από αυτά, ώστε να συμπράττουν και να σχεδιάζουν μια κοινή πολιτική ανάπτυξης με μακροχρόνιο ορίζοντα. Γιατί άπαντες έχουν ανάγκη τον αλλήλους και τα επιχειρηματικά πλάνα δεν νοείται να σχεδιάζονται μόνο σε ετήσια βάση. Για εμένα προσωπικά, εκτός από τα καλά lift και τα πολυτελή ξενοδοχεία των Βαλκανίων, προέχει η γύρω περιοχή να εμπνέ-



Οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες συνέβαλαν τα μέγιστα στην ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Τουρισμού παγκοσμίως. Και φυσικά αποτελούν την ύψιστη τιμή για τον κάθε αθλητή η συμμετοχή τους σε αυτούς

ει για οικογενειακό τουρισμό. Η Ελλάδα γύρω από κάθε χιονοδρομικό της κέντρο έχει μια ανεκτίμητη πολιτιστική ομορφιά, θάλασσα, καταπληκτική κουζίνα, ενδιαφέροντες ανθρώπους με υψηλό μορφωτικό και πολιτιστικό επίπεδο! Με την κατάλληλη οργάνωση και σχεδιασμό, πιστεύω ότι ο μέσος Εγχώριος και Διεθνής Χιονοδρόμος θα επιλέξει Ελλάδα, όταν το συνδυάσει και με πολιτιστική μας κληρονομιά.

- Κυρία Πάππου, είστε από οικογένεια που παράγει Ολυμπιανούς! Τόσο εσείς, όσο και ο πατέρας σας Δημήτρης Πάππος (Ολυμπιακοί αγώνες Ίνσμπρουκ 1964, Γκρενόνπλ 1968-αλπικό σκι) και ο αδερφός σας Σέργιος Πάππος (Ολυμπιακοί Αγώνες Αλπερτβίλ 1992-Αλπικό σκι, Ναγκάνο 1998-Αλπικό snowboard), είστε Ολυμπιανούς Χιονοδρομικών Αθλημάτων. Όπως σημειώσατε νωρίτερα, φέτος διεξάγονται στο Πεκίνο οι Χειμερινοί Αγώνες του 2022.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι οι πρώτοι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες, έλαβαν χώρα στο Σαμονί της νότιας Γαλλίας το 1924. Οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν φιλοξενηθεί σε τρεις ηπείρους και δώδεκα χώρες. Η Ελλάδα εκπροσωπήθηκε σε όλους αυτούς τους Ολυμπιακούς αγώνες αδιάλειπτα και μάλιστα με αθλητές Χιονοδρομίας.

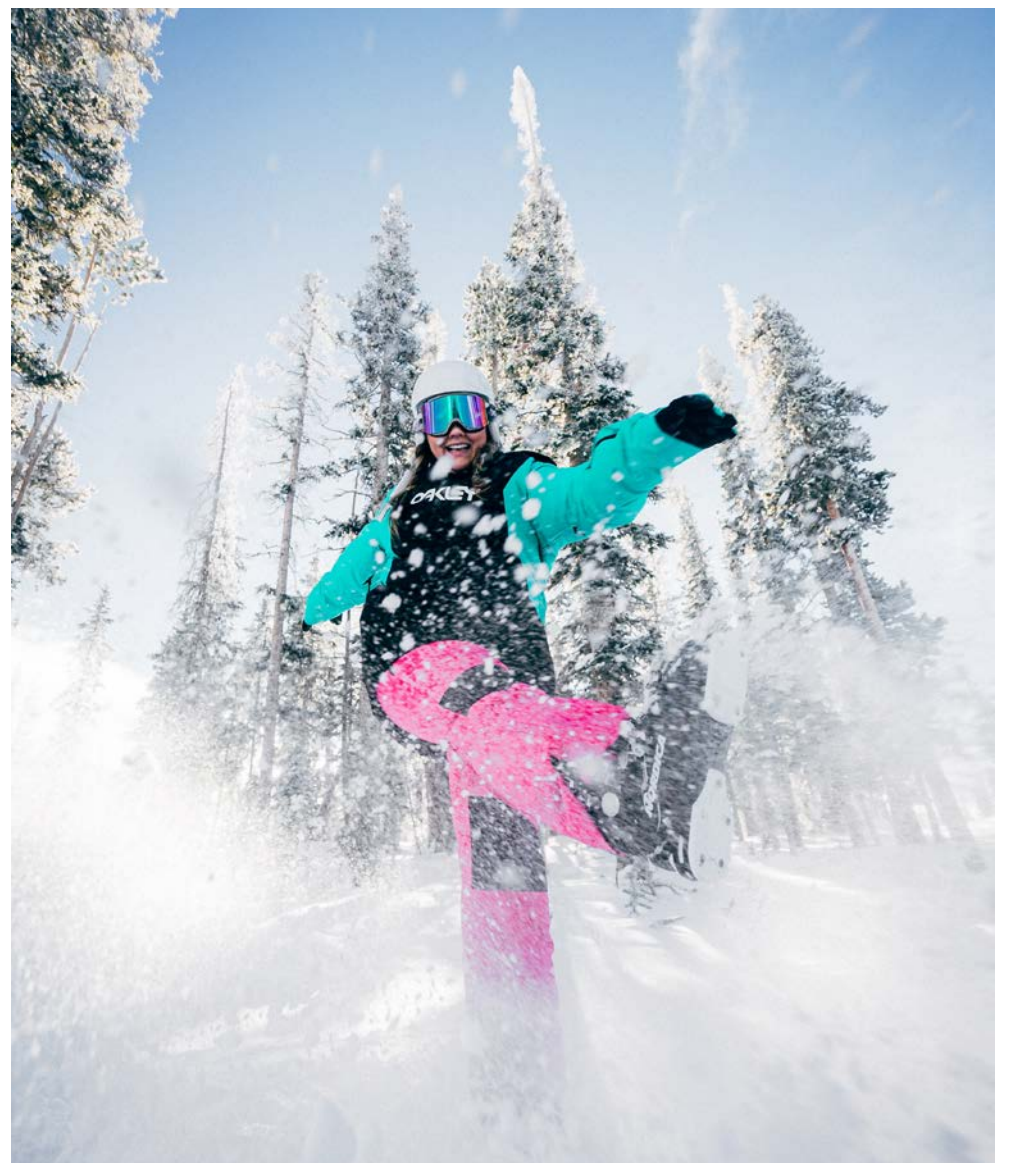
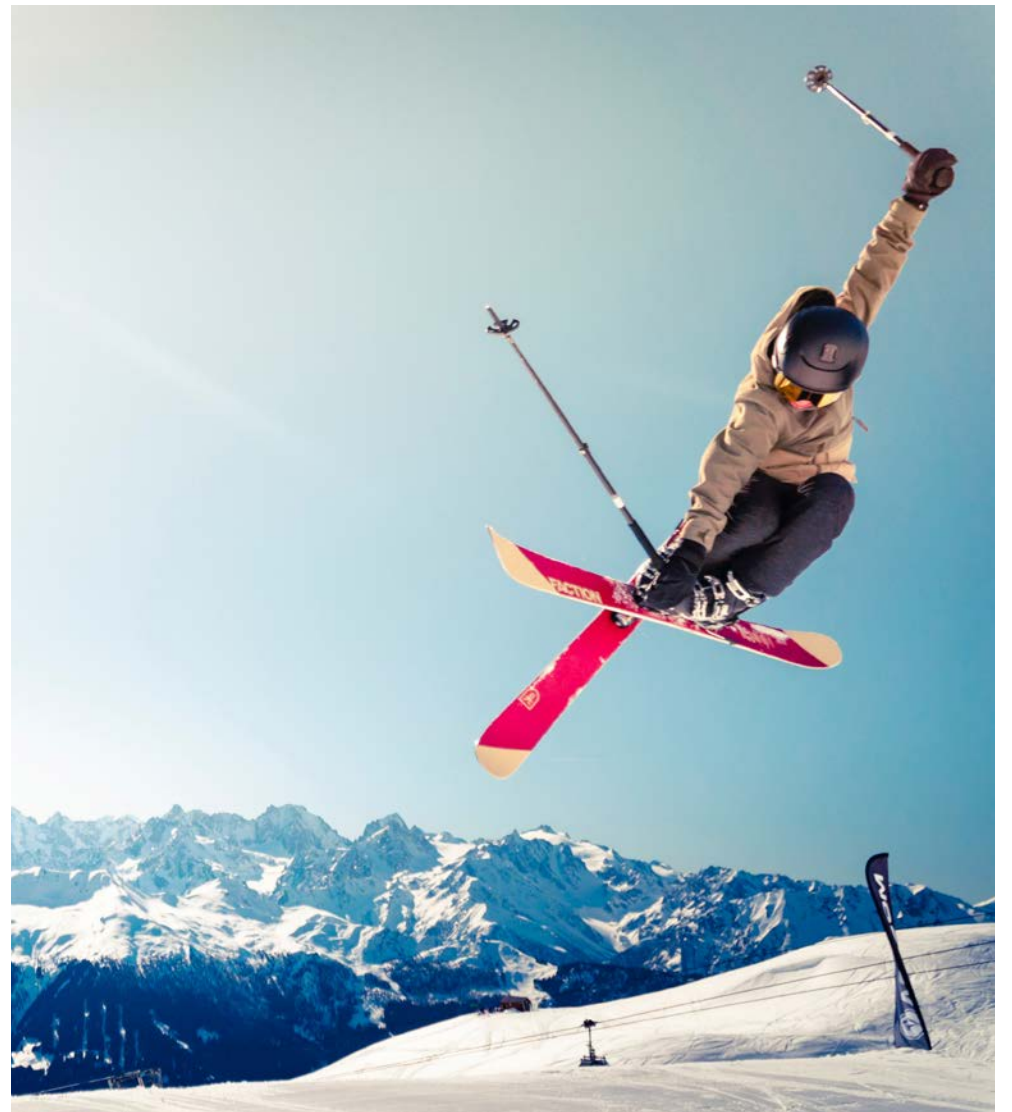
Έχουν διοργανωθεί τέσσερις φορές στις ΗΠΑ (1932, 1960, 1980, και 2002), τρεις φορές στη Γαλλία (1924, 1968, και 1992) και δύο φορές το καθένα στην Αυστρία (1964 και 1976), τον Καναδά (1988 και 2010), την Ιαπωνία (1972 και 1998), την Ιταλία (1956 και 2006), την Νορβηγία (1952 και 1994) και την Ελβετία (1928 και 1948). Επίσης, οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες έχουν λάβει χώρα μια φορά στη Γερμανία (1936), τη Γιουγκοσλαβία (1984), τη Ρωσία (2014) και τη Κορέα (2018).

Όπως αντιλαμβάνεστε από όλα τα παραπάνω, οι Χειμερινοί Ολυμπιακοί Αγώνες συνέβαλαν τα μέγιστα στην ανάπτυξη του Χιονοδρομικού Τουρισμού παγκοσμίως. Και φυσικά αποτελούν την ύψιστη τιμή για τον κάθε αθλητή η συμμετοχή τους σε αυτούς.

Εννοείται ότι εγώ δεν αποτελώ εξαίρεση σε αυτόν τον κανόνα και η συμμετοχή μου στους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1998 αποτελούν εμπειρία ζωής.

Στους φετινούς Χειμερινούς Ολυμπιακούς Αγώνες του Πεκίνο, η Ελληνική Ομάδα αποτελείται από τους Γιάννη Αντωνίου και Μαρία Ελένη Τσιόβολου στα αλπικά Αγωνίσματα, Μαρία Ντάνου, Απόστολο Αγγέλη και Νεφέλη Τίτα στους δρόμους αντοχής.

Θα ήθελα κύριε Σταθόπουλε, μέσα από τις σελίδες του ITN News να ενώσουμε τις θετικές μας ενέργειες μαζί εκείνων των αναγνώστών σας και να τις στείλουμε στους αθλητές μας, που η αλήθεια είναι ότι δεν έχουν την προβολή που τους αξίζει.



Τι φέρνουν τα ταξίδια το 2022 και μετά

Η νέα πραγματικότητα φέρνει μαζί της συναρπαστικές ευκαιρίες για καινοτομία και προσαρμογή. Επιπλέον, οι ταξιδιώτες πιθανότατα θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για να μειώσουν την έκθεσή τους στον COVID



Επινύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Παρόλο που ο τουρισμός αναμφίβολα έχει δεχθεί τεράστιο πλήγμα κατά τη διάρκεια της πανδημίας του κορωνοϊού, υπάρχουν ακόμα πολλοί άνθρωποι που ταξιδεύουν. Καθώς ο κόσμος σταδιακά ανακάμπτει από τον COVID-19 και τα σύνορα αρχίζουν σιγά σιγά να ανοίγουν, οι ειδικοί προβλέπουν ότι όλο και περισσότεροι άνθρωποι θα αρχίσουν να ταξιδεύουν καθώς προχωρά η χρονιά. **Βέβαια, τα ταξίδια** δεν θα είναι ποτέ ξανά τα ίδια – τουλάχιστον για το άμεσο μέλλον. Με τις αλλαγές στους κανόνες που διέπουν πλέον τα ταξίδια, την ευαισθητοποίηση για την υγεία και τις μόνιμες επιπτώσεις μιας παγκόσμιας πανδημίας στους ταξιδιώτες, οι τουριστικοί πράκτορες θα πρέπει να αναπροσαρμόσουν τη στρατηγική και τα εργαλεία τους για να ανακτήσουν το πελατολόγιό τους.

Αυτή η νέα πραγματικότητα φέρνει μαζί της συναρπαστικές ευκαιρίες για καινοτομία και προσαρμογή. Επιπλέον, οι ταξιδιώτες πιθανότατα θα είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν περισσότερα για να μειώσουν την έκθεσή τους στον COVID.

Τι μπορούμε λοιπόν να περιμένουμε για τα ταξίδια από το 2022 και μετά;

Κοινωνικά αποστασιοποιημένα ταξίδια

Πριν από τον COVID-19, η προοπτική να εξερευνηθούν οι τουρίστες μια πολυσύχναστη πόλη ήταν συναρπαστική και ενθαρρυντική. Δυστυχώς, ως αποτέλεσμα της πανδημίας, οι περισσότεροι ταξιδιώτες έχουν πλέον ταλαιπωρηθεί από την προοπτική να βρεθούν σε πολυσύχναστες πόλεις, ή σε city break προορισμούς.

Ως εκ τούτου, οι τουριστικοί πράκτορες πρέπει να γίνουν δημιουργικοί για να επαναφέρουν τους τουρίστες. Πρέπει να σχεδιάσουν νέα τουριστικά πακέτα, νέα δρομολόγια που θα αποφεύγουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς και τις πολυσύχναστες περιοχές, καθώς οι πελάτες θα περιμένουν μια πιο μελετημένη και προσωπική ταξιδιωτική εμπειρία.

Οι περιηγήσεις των τουριστών θα χρειαστεί να επικεντρωθούν σε πιο απομακρυσμένες περιοχές ή να επικεντρωθούν σε πιο εξειδικευμένες δραστηριότητες,



όπως περιηγήσεις με ποδήλατο, περιηγήσεις παρατήρησης πουλιών, πεζοπορία και άλλες δραστηριότητες στη φύση, όπου οι ταξιδιώτες είναι λιγότερο πιθανό να έρθουν σε επαφή με πολλούς ανθρώπους.

Λεπτομερής και έγκαιρη ανταλλαγή πληροφοριών

Δυστυχώς, η πλήρης έξοδος από την πανδημία προς το παρόν αποκλείεται, και οι ταξιδιώτες πρέπει να ενημερώνονται συνεχώς για τις πιο πρόσφατες ταξιδιωτικές οδηγίες.

Οι ταξιδιωτικοί πράκτορες που είναι σε θέση να παρέ-

χουν έγκαιρες και έγκυρες πληροφορίες θα είναι στο μυαλό των ταξιδιωτών και, ως εκ τούτου, είναι πιο πιθανό να κάνουν την επιλογή τους με βάση την πιο σωστή πληροφόρηση.

Λιγότερα ομαδικά ταξίδια

Οι ταξιδιωτικές εταιρείες με έμφαση στα ομαδικά ταξίδια θα πρέπει να προσαρμόσουν τις επιχειρηματικές τους δραστηριότητες στα νέα δεδομένα για να εξασφαλίσουν ασφαλή και επιτυχημένα ταξίδια. Μια επιλογή είναι να μετατοπίσουν το επιχειρηματικό τους μοντέλο σε ένα πιο ευέλικτο, το οποίο να περιλαμβάνει



νει ταξίδια χωρίς συνοδούς ή πιο ευέλικτη σύνθεση στη δομή των ταξιδιωτικών πακέτων.

Τα ομαδικά ταξίδια μπορεί πλέον να προσφέρονται μόνο σε ομάδες τουριστών που ήδη γνωρίζουν και εμπιστεύονται ο ένας τον άλλον και έχουν τακτική αλληλεπίδραση.

Αλλαγή στις προσδοκίες των μεταφορών

Αντί να επιλέγουν μειωμένες τιμές μεταφοράς, οι ταξιδιώτες είναι πιο πιθανό να επιλέξουν μεταφορές που έχουν αυστηρά πρότυπα υγιεινής, πιο ασφαλή αεροπορικά ταξίδια με αυστηρά πρωτόκολλα και ιδιωτικά μέσα μεταφοράς κατά την άφιξη στον προορισμό τους ή επιλογές business class.

Αλλαγή στη δημοτικότητα των προορισμών

Δημοφιλείς ταξιδιωτικοί προορισμοί μπορεί να γίνουν αυτοί που διαχειρίζονται με επιτυχία την πανδημία του κορωνοϊού. Ποιες προφυλάξεις υπάρχουν; Πόσο καλά χειρίστηκαν το αρχικό ξέσπασμα; Εάν οι απαντήσεις σε αυτές τις ερωτήσεις είναι θετικές, οι ταξιδιώτες μπορεί να είναι πιο διατεθειμένοι να επιλέξουν αυτούς τους προορισμούς.

Δημοφιλή τα «ταξίδια επανένωσης» (reunion travel)

Δεδομένου ότι τόσο πολλοί άνθρωποι δεν μπόρεσαν να δουν τα αγαπημένα τους πρόσωπα κατά τη διάρκεια της πανδημίας, όταν έρθει η κατάλληλη στιγμή, οι ταξιδιώτες θα θελήσουν να απευθυνθούν στις υπηρεσίες ενός τουριστικού γραφείου για να συντονίσουν τη «διαδικασία της επανένωσης», με την παροχή υπηρεσιών ταξιδιού, μεταφοράς και διαμονής από και προς τον προορισμό της «επανένωσης».

Οι τουριστικοί πράκτορες πρέπει να γίνουν δημιουργικοί για να επαναφέρουν τους τουρίστες. Πρέπει να σχεδιάσουν νέα τουριστικά πακέτα, νέα δρομολόγια που θα αποφεύγουν τα μέσα μαζικής μεταφοράς και τις πολυσύχναστες περιοχές

Η επιρροή των social media στους ταξιδιώτες

Οι σύγχρονοι ταξιδιώτες δεν βασίζονται πλέον σε παραδοσιακές μεθόδους, όπως βιβλία, χάρτες, τουριστικούς οδηγούς, αλλά αναζητούν τη γνώμη άλλων τουριστών για να αποφασίσουν αν θα ετοιμάσουν τις βαλίτσες τους για τον ένα ή τον άλλο προορισμό.

Η συντριπτική πλειονότητα των νέων σε ηλικία ταξιδιωτών κάνουν κράτηση για τις διακοπές τους με βάση προτάσεις που βρίσκουν στο Facebook, το Twitter, το Trip Advisor, ή το Instagram, βάσει σχολίων από άτομα που θεωρούν έγκυρη την άποψή τους.

Δεν επηρεάζονται βέβαια μόνο οι πολύ νέοι, αλλά ένα σημαντικό ποσοστό μεταξύ 30% και 40% των τουριστών παραδέχονται ότι άλλαξαν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια αφού διάβασαν αρνητικά σχόλια.

Σύμφωνα με έρευνα του διεθνούς ομίλου Antevenio, μία από τις απαντήσεις των επιχειρήσεων σε αυτή την αυξανόμενη επιρροή των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στον τουρισμό είναι αναμφίβολα να «ακολουθήσουν

την τάση» εκμεταλλευόμενοι τα hashtags, που μοιράζονται πληροφορίες και κάνουν τους τουρίστες να διαφημίζονται καλά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.

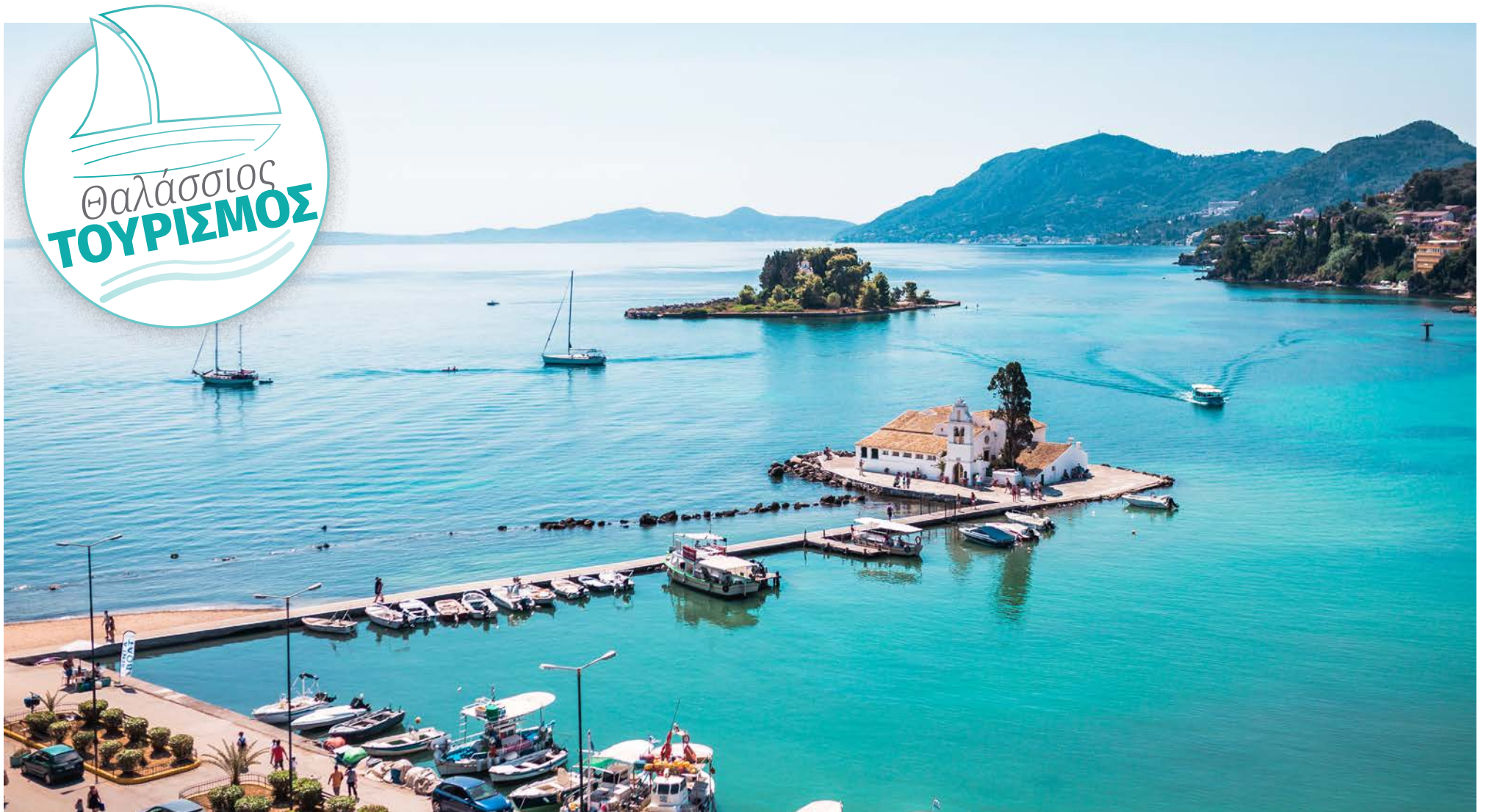
Οι τουρίστες αγοράζουν στο διαδίκτυο, πολύ συχνότερα απ' ό,τι στο παρελθόν, ταξίδια, κάνουν κράτηση σε ξενοδοχεία, ακόμη και σε εστιατόρια. Σχεδόν το 80% πλέον στρέφεται στις κύριες διαδικτυακές υπηρεσίες (δηλαδή OTAs (Online Travel Agents) Booking, Expedia και άλλες), ενώ μόνο το 20% χρησιμοποιεί παραδοσιακά κανάλια ή απευθύνεται σε ταξιδιωτικά γραφεία.

Η σημασία της χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης

Τι μπορούν, λοιπόν, να κάνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι οργανισμοί για να επικοινωνήσουν με επιτυχία σ' αυτή τη, με νέους όρους και υπό διαφορετικές συνθήκες, επανεκκίνηση των ταξιδιών και του τουρισμού; Αξιοποίηση βεβαίως του δυναμικού των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και παρακολούθηση αναφορών, την εισαγωγή εικόνων και τη δημιουργία ελκυστικού περιεχομένου που προωθεί την αλληλεπίδραση.

Με πολύ ενδιαφέρον, είναι αλήθεια, περιμένουμε όλοι μας, ταξιδιώτες και επαγγελματίες του τουρισμού, τους επόμενους μήνες, την ερχόμενη τουριστική σεζόν, σε ένα βεβαίως άγνωστο, αλλά αρκετά αισιόδοξο 2022 για τα ταξίδια στην Ελλάδα και διεθνώς.

** 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*



Γράφει η **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

Αναμφίβολα η Κέρκυρα είναι ένας από τους top προορισμούς διακοπών. Κάθε χρόνο δέχεται χιλιάδες επισκέπτες από την Ελλάδα, αλλά και από το εξωτερικό. Διαθέτει πανέμορφα φυσικά τοπία, έντονη πολιτιστική κληρονομιά επιπλέον φημίζεται και για την ιδιαίτερη γαστρονομία της. Έχοντας, λοιπόν, εδραιώσει την τουριστική της αξία εδώ και χρόνια, είναι έτοιμη για ένα μεγάλο άνοιγμα στο θαλάσσιο τουρισμό, συγκεκριμένα στο yachting.

Το Ταμείο Αξιοποίησης Ιδιωτικής Περιουσίας του Δημοσίου (ΤΑΙΠΕΔ) σχεδιάζει εδώ και καιρό την προκήρυξη διεθνούς διαγωνιστικής διαδικασίας για την επιλογή κατάλληλου επενδυτή/υπο-παραχωρησιούχου για τη χρηματοδότηση, ανάπτυξη, λειτουργία, συντήρηση και μακροπρόθεσμη εκμετάλλευση της μαρίνας μεγάλων σκαφών τύπου mega-yacht στην Κέρκυρα, η οποία αναμένεται να διεξαχθεί μέσα στο 2022.

Το Σχέδιο Ανάπτυξης -Master Plan- του Λιμένα Κέρκυρας περιλαμβάνει την ανάπτυξη μιας μη αξιοποιημένης μαρίνας μεγάλων σκαφών τύπου mega-yacht, αντικαθιστώντας τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις επισκευής και συντήρησης μικρών σκαφών.

Η θέση του τουριστικού λιμένα βρίσκεται

Κέρκυρα: Το μεγάλο opening στο yachting

Το Σχέδιο Ανάπτυξης -Master Plan- του Λιμένα Κέρκυρας περιλαμβάνει την ανάπτυξη μιας μη αξιοποιημένης μαρίνας μεγάλων σκαφών τύπου mega-yacht, αντικαθιστώντας τις υφιστάμενες εγκαταστάσεις επισκευής και συντήρησης μικρών σκαφών

στο δυτικό άκρο του λιμένα Κέρκυρας (περιοχή «Κεφαλομάντουκο»), στη δυτική πλευρά του προσηνεμου μώλου κοντά στο νέο επιβατικό σταθμό. Ειδικότερα, προβλέπεται λιμενολεκάνη ορθογωνικού σχήματος διαστάσεων 390X320 μ., με την είσοδο στη λιμενολεκάνη να διαμορφώνεται στα βορειοδυτικά ενώ το στόμιο έχει ελεύθερο πλάτος 140μ. Περιλαμβάνεται επίσης κύκλος ελιγμών διαμέτρου περίπου 200 μ.

Επιπλέον υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για τον Λιμένα Λευκίμμης που βρίσκεται στη Νότια Κέρκυρα σε απόσταση 43χλμ. από την πόλη της Κέρκυρας και εξυπηρετεί την ακτοπλοϊκή σύνδεση της Νότιας Κέρκυρας με την Ηγουμενίτσα.

Στην ευρύτερη περιοχή του Ιονίου Πελάγους δεν υπάρχουν πολλές μικρές μαρίνες, στις οποίες μεγάλα σκάφη θα ήταν σε θέση να αγκυροβολήσουν με αποτέλεσμα να μην υπάρχει ανταγωνισμός. Επομένως αναμένεται υψηλή εκμετάλλευση των θέσεων ελλιμενισμού στις Μαρίνες του νησιού εξαρχής. Η Μαρίνα της Κέρκυρας ξεχωρίζει με την εξαιρετική γεωγραφική θέση αφού βρίσκεται δίπλα σε πόλη με πολλά τουριστικά αξιοθέατα, σε μικρή απόσταση από διεθνές αεροδρόμιο - απόσταση τριών χιλιομέτρων, και επιπλέον βρίσκεται, από πλευράς ναυσιπλοΐας, σε μια ιδιαίτερα ενδιαφέρουσα περιοχή - τις ακτές του Ιονίου Πελάγους. Πολύ σημαντικό αποτελεί το γεγονός πως πρό-

κειται για μια «γέφυρα» μεταξύ των ελληνικών και των λοιπών μεσογειακών προορισμών - διασυνδεδεμένη με εθνικά και διεθνή λιμάνια και περιοχές μεγάλης ζήτησης, συμπεριλαμβανομένου του Ιονίου, της Ελλάδας, του Μαυροβουνίου, της Κροατίας, της Νότιας Ιταλίας και της Μέσης Ανατολής.

Η τοπική κοινωνία

Με ένα έργο σαν και αυτό είναι σίγουρο πως θα υπάρξει οικονομική ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας. Αναμένεται να δημιουργηθούν εγκαταστάσεις πρατηρίων καυσίμων και υπηρεσίες συντήρησης σε μικρή κλίμακα. Ακίνητα όπως ξενοδοχεία, εστιατόρια, καταστήματα εντός των εγκα-



ταστάσεων, τα οποία είναι απολύτως απαραίτητα για το επιχειρηματικό μοντέλο. Υπάρχουν και άλλες εγκαταστάσεις αναψυχής/αθλητισμού που προσφέρονται να βρίσκονται σε αυτό το έργο ή και σε κοντινή απόσταση. Επιπλέον σημαντικός στόχος θα είναι και εγγύτητα στο διεθνές αεροδρόμιο, με αποκλειστικούς τρόπους μεταφοράς (ιδιωτικά τζετ, ελικόπτερα). Εκτός από τις παραπάνω αναφορές, θέσεις εργασίας θα δημιουργηθούν λόγω της ζήτησης για 24/7 εξυπηρέτηση και την ανάγκη ενός πολύγλωσσου προσωπικού.

Αν μη τι άλλο, πρόκειται για ένα μεγαλεπήβολο σχέδιο με πολλούς θετικούς άξονες όμως είναι ακόμα νωρίς για συμπεράσματα, καθώς η τοπική κοινωνία της Κερκύρας φαίνεται να επεξεργάζεται τις συνθήκες με τις οποίες θα προχωρήσουν τα έργα για τις μαρίνες.

Συγκεκριμένα ο Βουλευτής Κέρκυρας του Κινήματος Αλλαγής, Δημήτρης Μπιάγκης, κατέθεσε τις ενστάσεις του για το προτεινόμενο έργο στο λιμάνι της Λευκίμμης. «Κοινή πεποίθηση όλων των φορέων της περιοχής είναι η αναγκαιότητα αναβάθμισης και βελτίωσης των υποδομών και υπηρεσιών του λιμένα της Λευκίμμης...», αναφέρει στην επιστολή του ο Βουλευτής και συνεχίζει: «...με την προϋπόθεση όμως ότι θα εξυπηρετούνται επαρκώς οι αναπτυξιακές προοπτικές του τόπου και κυρίως η απρόσκοπτη λειτουργία των πλοίων της ακτοπλοΐας, του θαλάσσιου τουρισμού

Υπάρχει έντονο ενδιαφέρον για τον Λιμένα Λευκίμμης που βρίσκεται στη Νότια Κέρκυρα σε απόσταση 43χλμ. από την πόλη της Κέρκυρας και εξυπηρετεί την ακτοπλοϊκή σύνδεση της Νότιας Κέρκυρας με την Ηγουμενίτσα

και της αλιείας και εν γένει θα διασφαλίζεται η κοινωνική, οικονομική και εδαφική συνοχή, τόσο της περιοχής της νότιας Κέρκυρας όσο και ολόκληρης της νήσου». Ο κ. Μπιάγκης τονίζει πως «Η Γενική Γραμματεία Λιμένων του Υπουργείου Ναυτιλίας & Νησιωτικής Πολιτικής οφείλει να λάβει υπόψη τις εύλογες ανησυχίες αλλά και στοιχειοθετημένες προτάσεις της περιφερειακής διοίκησης, της τοπικής κοι-



ωνίας και των επαγγελματιών και οικονομικών φορέων της νότιας Κέρκυρας. Μόνο έτσι θα διασφαλίσουμε την ευημερία, την ανάπτυξη και το δημόσιο συμφέρον στην περιοχή».

Πέρα από τα προφανή οφέλη που μπορεί να προφέρει η δημιουργία mega-yacht μαρινών, πρέπει να τεθούν τα εξής ερωτήματα: Υπό ποιες συνθήκες θα «παραχωθούν», αυτοί οι δημόσιοι και «ελεύθεροι»

μέχρι τώρα χώροι; Ποιος θα είναι ο ρόλος της πολιτείας; Μήπως κινδυνεύουμε να δημιουργήσουμε ένα τουριστικό περιβάλλον που θα απευθύνεται μονό σε μια πολύ συγκεκριμένη κατηγορία τουριστών αποξενώνοντας έτσι την τοπική κοινωνία; Σίγουρα ο τουρισμός είναι το δυνατό χαρτί της Ελλάδας, αλλά η ανάπτυξή του οφείλει να γίνεται με σταθερά βήματα με στόχο μια συνολική ενίσχυση του τόπου.

Μότο... Τουρισμός

Ο μοτοσικλετιστής είναι ο αρχέγονος ταξιδιώτης προσκυνητής πάνω σε ένα άλογο με δύο ρόδες αντί για τέσσερα πόδια. Είναι πολλές φορές αυτός που θα ανακαλύψει πρώτος έναν προορισμό, ένα μικρό χωριό, μια διαδρομή στο βουνό, σε ένα ξεχασμένο δρομάκι



**Εναλλακτικός...
Προορισμός**

Γράφει ο

Ευάγγελος

Κυριακού

Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών

Όταν ήμουν μικρός στην πλατεία της πόλης που μεγάλωσα συνάντησα 12 μοτοσικλετιστές. Ήταν μια παρέα γερμανών ταξιδευτών που έκανε το γύρο της Ελλάδας. Ήταν σαν θεοί, πανύψηλοι και ξανθοί. Πλησιάσαμε με τους φίλους μου τις μηχανές και θαύμασα από κοντά τα πολλά άλογα. Μάλιστα τους δώσαμε και ονόματα. Το αρχηγό τον ονομάσαμε Δία ενώ τον πιο άγριο Άρη. Υπήρχαν και κοπέλες. Την πιο όμορφη την ονομάσαμε Αφροδίτη. Σε όλες τις ερωτήσεις μας οι ταξιδευτές ήταν ευγενικοί παρά την ανεμοδαρμένη όψη τους ενώ και οι ίδιοι ήθελαν να μάθουν όσο το δυνατό περισσότερο μπορούσαν για το μέρος όπου θα διανυκτέρευαν. Ρώτησαν για τα ξενοδοχεία, που τρώνε οι ντόπιοι, ποια είναι τα πιο ωραία σημεία με θέα, πώς θα πάνε στον αρχαιολογικό χώρο και πού είναι το πιο κοντινό ποτάμι να βάλουν τα πόδια τους μέσα στο νερό... Ξαφνικά ένοιωσα σαν ένας μικρός πρεσβευτής της πόλης μου όταν ένας μοτοσικλετιστής με την σύντροφό του μου χάρισαν ένα αυτοκόλλητο της ομάδας με την φωτογραφία της γερμανικής πόλης απ' όπου προέρχονταν. Χαιρετηθήκαμε με ένα «κόλλα πέντε»...

Λίγο αργότερα αποφάσισα να τους στείλω ένα γράμμα ζητώντας να μου στείλουν φωτογραφίες από τα σημεία της πόλης μου. Με έκπληξη έλαβα μετά από δύο μήνες ένα φάκελο όπου είχε όχι μόνο φωτογραφίες αλλά και δύο περιοδικά που είχαν δημοσιεύσει το ταξιδιωτικό τους άρθρο. Με την ίδια έκπληξη διαπίστωσα ότι πολλές από τις πληροφορίες που τους είχαμε δώσει είχαν δημοσιευτεί παρακινώντας κι άλλους επισκέ-



πτες να έρθουν να δουν την πόλη και την περιοχή. Αμέσως είπα μέσα μου ότι και εγώ όταν μεγαλώσω θα κάνω το ίδιο ακριβώς. Και σαν μοτοσικλετιστής και σαν οικοδεσπότης. Είναι αυτή η γλυκιά ανάγκη της παρακίνησης να ζήσεις αυτή την παράξενη γεννήτρια συναισθημάτων. Διότι η μοτοσικλέτα είναι αυτό ακριβώς. Σε φέρνει σε άμεση επαφή με τις εικόνες, τις μυρωδιές του προορισμού ενεργοποιώντας όλες τις ανθρώπινες αισθήσεις.

Κάπως έτσι ξεκίνησε η καριέρα μου στον άλλο τουρισμό, τον «εναλλακτικό». Είναι ο αυθεντικός τουρισμός που

θέλει αυθεντικούς οικοδεσπότες, αυθεντικούς ταξιδευτές. Αγαπημένο παιχνίδι η γεωγραφία, τα παιχνίδια προσανατολισμού, το camping και φυσικά η τοπική ιστορία και η ταυτότητα του κάθε προορισμού προς εξερεύνηση. Οι μοτοσικλετιστές είναι ενεργοί ταξιδευτές και ζουν τον προορισμό. Κυλούν πολλά χιλιόμετρα κάτω από τις ρόδες τους. Συναντούν πολλούς τυχαίους ανθρώπους της κάθε τοπικής κοινότητας και συνομιλούν παίρνοντας γνώσεις και μοιράζονται συναισθήματα από έναν απλό χαιρετισμό σε ένα τσομπάνη έως ατέλειωτες συνομιλίες μέσα στα καφενεία με

σοφούς γεροντάδες. Αναζητούν ακριβώς αυτή την αρχέγονη έκφανση φιλοξενίας που ενυπάρχει μέσα μας ασυνείδητα και αναδημιουργούν τις ιστορίες που ακούν συμμετέχοντας και συγκρίνοντας τις με παρόμοιες ιστορίες που έχουν ακούσει συνδέοντας τόπους και προορισμούς.

Ο μοτοσικλετιστής είναι ο αρχέγονος ταξιδιώτης προσκυνητής πάνω σε ένα άλογο με δύο ρόδες αντί για τέσσερα πόδια. Είναι πολλές φορές αυτός που θα ανακαλύψει πρώτος έναν προορισμό, ένα μικρό χωριό, μια διαδρομή στο βουνό, σε ένα ξεχασμένο δρομάκι. Πάνω στο άλογό του με την στολή φαντάζει σαν Δον Κιχώτης ή σαν τον Σάντσο Πάντσα ανάλογα με το πώς έχει κτίσει την κορμιοστασιά του. Η ουσία είναι μία, κυνηγά εμπειρίες και πρωτίστως καλές πληροφορίες.

Οι μοτοσικλετιστές είναι πλέον οργανωμένοι και ταξιδεύουν πολλές φορές σε μικρές ομάδες. Τα ταξίδια γίνονται κυρίως σε άγνωστους στο πολύ κόσμο προορισμούς. Μπορούν να συμβάλλουν αποφασιστικά στο restart πολλών προορισμών την περίοδο που διανύουμε. Μαζί με άλλους παράξενους ταξιδιώτες που αυτή την περίοδο οι προορισμοί οφείλουν να υποδεχτούν και να καταλάβουν ότι κάθε τους λέξη μπορεί να πυροδοτήσει θετικές αντιδράσεις στην κοινότητα των ταξιδιωτών που είναι έτοιμη να εκδράμει με κάθε ευκαιρία.

Κάθε επισκέπτης είναι μοναδικός και ο οικοδεσπότης οφείλει να τον αντιμετωπίζει ως κάτι μοναδικό. Αυτός θα φέρει και τους υπόλοιπους διευρύνοντας τον θετικό κύκλο ανάδρασης σε επίπεδο προορισμού. Αυτό σημαίνει ότι κάθε κάτοικος στον προορισμό μπορεί να γίνει πρεσβευτής και επί της ουσίας να βοηθήσει την τοπική κοινότητα στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη η βάση της οποίας είναι το προϊόν και η υπηρεσία προστιθέμενης αξίας. Ο διάβολος κρύβεται στις λεπτομέρειες ας τις δούμε και ας διορθώσουμε την εικόνα, διορθώνοντας ταυτόχρονα τους εαυτούς μας, τον προορισμό μας έτσι ώστε όλα μαζί να δουλεύουν σαν μια καλά ρυθμισμένη... μηχανή!

BCI media

BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

info@bci24news.com

Οι άξονες για την τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας

Το **ΙΝΣΕΤΕ** δημοσίευσε μελέτη που δείχνει τον δρόμο που πρέπει να ακολουθήσει ο ελληνικός τουρισμός έως το 2030. Καταγράφει τις διεθνείς τάσεις και τους άξονες για την τουριστική ανάπτυξη, ωστόσο ο δρόμος για την υλοποίηση των δράσεων μόνο εύκολος δεν είναι

Επιμέλεια:

ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ



Στα μέσα Δεκεμβρίου το Ινστιτούτο του ΣΕΤΕ έδωσε στη δημοσιότητα μελέτη για την πορεία του ελληνικού τουρισμού μέχρι το τέλος της δεκαετίας το 2030 σημειώνοντας πως είναι απαραίτητη προϋπόθεση πλέον να υπάρξει ένα ολοκληρωμένο και μεθοδικό σχέδιο για την τουριστική ανάπτυξη που θα έχει στο επίκεντρο την βιωσιμότητα και θα λαμβάνει υπόψη τους διαθέσιμους πόρους, τους στόχους που τίθενται και τις αναδυόμενες τάσεις.

Η μελέτη με τίτλο «Ελληνικός Τουρισμός 2030 – Σχέδια Δράσης» εκπονήθηκε από την κοινοπραξία εταιρειών Deloitte – Remaco για λογαριασμό του ΙΝΣΕΤΕ και περιέχει πολλά, σημαντικά και ενδιαφέροντα στοιχεία. Καθώς θεωρούμε πως ούτως ή άλλως οι περισσότεροι αναγνώστες της «itn Ελληνικός Τουρισμός» έχουν δει την συγκεκριμένη μελέτη, η οποία σαφώς δείχνει τον δρόμο για το πώς πρέπει να εξελιχθεί η τουριστική ανάπτυξη στην Ελλάδα, θα επιχειρήσουμε να προσεγγίσουμε και να παρουσιάσουμε τα ευρήματα της μελέτης, λέγοντας όσο μπορούμε τα πράγματα με το όνομά τους, αναγνωρίζοντας πάντα το στοιχείο της υποκειμενικότητας που έχει μια τέτοια προσπάθεια.

Οι **πέντε άξονες** που προτείνονται για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού είναι:

- Η βελτίωση και ανάπτυξη των δημοσίων -κυρίως- υποδομών.

- Η αναβάθμιση, καινοτομία και προώθηση του τουριστικού προϊόντος.

- Η ψηφιακή αναβάθμιση και ο μετασχηματισμός του τουριστικού οικοσυστήματος.

- Η προστασία του περιβάλλοντος και η αειφορία.

- Η ενίσχυση των δεξιοτήτων και η ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας.

Ο πρώτος άξονας καταδεικνύει την ανάγκη δημόσιων επενδύσεων. Ο σχεδιασμός των επενδυτικών σχεδίων δεν μπορεί να εξαντλείται στις ανάγκες αποκλειστικά του τουρισμού, αλλά στην εξυπηρέτηση συνολικά των αναγκών των τοπικών κοινωνιών και οικονομιών, λαμβάνοντας υπόψη πάντα και το θέμα της βιωσιμότητας, που ούτως ή άλλως είναι βασικό ζήτημα για τον τουρισμό. Ο εκσυγχρονισμός των λιμανιών, η δημιουργία ή η επέκταση μαρινών, η ανάπτυξη του οδικού δικτύου, η ενίσχυση των μεταφορών είναι ζητήματα που τον πρώτο λόγο, ως προς τον σχεδιασμό τουλάχιστον θα πρέπει να τον έχει το κράτος και ως κράτος δεν νοείται μόνο η κεντρική διοίκηση, αλλά και η Τοπική Αυτοδιοίκηση. Μάλιστα οι ΟΤΑ καλούνται να έχουν σημαντικό ρόλο στον σχεδιασμό, αφού το κρίσιμο στοιχείο εδώ είναι ο συγκερασμός των αναγκών και προσδοκιών που υπάρχουν σε μια περιοχή με όρους

αειφορίας, πράγμα που σημαίνει σεβασμός του περιβάλλοντος, της τοπικής κοινωνίας και του πολιτισμού της.

Με βάση τα παραπάνω οι άξονες όπως προσδιορίζονται στη μελέτη δεν είναι αυτόνομοι, αλλά αλληλεξαρτώμενοι σε μεγάλο βαθμό. Η επισήμανση πως αυτό είναι και αυτονόητο, ιδίως στη χώρα μας, δεν συνίσταται, γιατί το σημαντικό που πρέπει αντιληπτό είναι πως θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα και κατά το δυνατόν παράλληλα σε αυτούς τους άξονες για να υπάρξουν τα προσδοκώμενα αποτελέσματα.

Τα οποία αποτελέσματα είναι όπως τονίζουν οι ερευνητές της μελέτης του ΙΝΣΕΤΕ η αντιμετώπιση της εποχικότητας, η καλύτερη γεωγραφική κατανομή της τουριστικής ζήτησης και η αύξηση της μέσης δαπάνης και της διάρκειας παραμονής των επισκεπτών.

Στο πρώτο τμήμα της μελέτης αναφέρονται τα megatrends που διαμορφώνουν τις εξελίξεις σε παγκόσμιο επίπεδο και ως εκ τούτου επηρεάζουν και τον ελληνικό τουρισμό. Αυτά είναι:

- Ο ψηφιακός μετασχηματισμός
- Η βιώσιμη ανάπτυξη και αειφορία
- Ο υπερτουρισμός
- Η οικονομία διαμοιρασμού
- Οι κοινωνικές και δημογραφικές αλλαγές
- Οι αναδυόμενοι προορισμοί

- Η ασφάλεια και διαχείριση κρίσεων
- Η πανδημία

Πιάνοντας τα ζητήματα που προαναφέρονται με τη σειρά, καταρχάς διαπιστώνουμε πως υπάρχει ταύτιση σε κάποιο βαθμό με τους άξονες ανάπτυξης, ιδίως στα ζητήματα ψηφιοποίησης και βιωσιμότητας. Η Ελλάδα έχει από τις χαμηλότερες επιδόσεις στον ψηφιακό μετασχηματισμό ανάμεσα στις ανεπτυγμένες χώρες. Η πανδημία ομολογουμένως επιτάχυνε τις εξελίξεις, ωστόσο έχουμε δρόμο ακόμη να διανύσουμε για να φτάσουμε σε ικανοποιητικό επίπεδο. Εδώ και χρόνια οι νέες τεχνολογίες αποτελούν πλέον κομμάτι αναπόσπαστο του τουρισμού και ήδη οι περισσότερες τουριστικές επιχειρήσεις έχουν ενσωματώσει ψηφιακά εργαλεία στη λειτουργία τους για να βελτιώσουν την ανταγωνιστικότητά τους. Οι ταξιδιώτες χρησιμοποιούν σχεδόν αποκλειστικά το διαδίκτυο για να αναζητήσουν ιδέες, προτάσεις και τελικά να κλείσουν τις διακοπές τους. Ως εκ τούτου η ψηφιακή παρουσία προορισμών, επιχειρήσεων και λοιπών υπηρεσιών κρίνονται εκ των ων ουκ άνευ.

Ακολουθεί το τεράστιο θέμα της βιωσιμότητας. Η βιωσιμότητα αφορά το περιβάλλον, την οικονομία, την κοινωνία και τον πολιτισμό και το πώς μπορούν να εξελίσσονται σε αρμονία. Πρόκειται για έναν στόχο που άπαντες συμφωνούν πως πρέπει



να επιτευχθεί, δεδομένης και της κλιματικής αλλαγής και της αύξησης των κινδύνων για φυσικές καταστροφές, που όλο και συχνότερα βιώνουμε στη χώρα μας. Στην πράξη όμως οι δυσκολίες και οι αντιφάσεις δεν είναι καθόλου λίγες.

Ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι τα αιολικά πάρκα. Οι ανεμογεννήτριες παράγουν πράσινη ενέργεια και θεωρούνται ορθά μέρος της λύσης για τα περιβαλλοντικά ζητήματα. Την ίδια ώρα όμως ο τρόπος με τον οποίο επιχειρείται η ανάπτυξη των βιομηχανικών αιολικών πάρκων στην Ελλάδα, προκαλεί αντιδράσεις σε πολλές περιοχές, καθώς δημιουργούνται βιομηχανικές δομές, ακόμη και μέσα σε παρθένα οικοσυστήματα, σε περιοχές Natura, σε τοποθεσίες που επιτυγχάνεται από τη μία η παραγωγή ηλεκτρικού ρεύματος με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, αλλά από την άλλη πλήττεται το φυσικό τοπίο και συνεπακόλουθα και η δυνατότητα τουριστικής ανάπτυξης των περιοχών.

Το επόμενο θέμα που συνδέεται άμεσα με την βιωσιμότητα είναι ο υπερτουρισμός. Βιωσιμότητα και υπερτουρισμός δεν πάνε μαζί. Είδαμε πρόσφατα την Βενετία να λαμβάνει δραστικά μέτρα για την αντιμετώπιση του υπερτουρισμού. Είδαμε όμως ταυτόχρονα και τον τουριστικό κλάδο της Βενετίας να διαμαρτύρεται για τα μέτρα

που ελήφθησαν. Θα πρέπει όμως να γίνει κατανοητό πως σε βάθος χρόνου ο υπερτουρισμός δεν εξυπηρετεί κανέναν, πέρα από ορισμένους που ενδιαφέρονται για βραχυπρόθεσμα κέρδη. Ένας προορισμός που δέχεται επισκέπτες πάνω από τη φέρουσα ικανότητα που έχει και το κάνει αυτό για μεγάλο διάστημα δεν θα έχει καλή κατάληξη. Θυμίζουμε μόνο τις εικόνες με τη σπασμένη αποχέτευση φέτος στη Μύκονο, αποτέλεσμα της υπερδόμησης στην περιοχή. Όταν οι μετακινήσεις γίνονται αδύνατες, όταν οι διακοπές γίνονται ταλαιπωρία από τον συνωστισμό, όταν περιμένεις πόση ώρα για να μεταβείς κάπου, να φας, να εξυπηρετηθείς, όταν και η τοπική κοινωνία ταλαιπωρείται από την όλη κατάσταση, δημιουργείται αρνητικό κλίμα, κακή ατμόσφαιρα και σταδιακά ο προορισμός χάνει και τους επισκέπτες και την αίγλη του.

Στη μελέτη τονίζεται πως τρόποι αντιμετώπισης του υπερτουρισμού αποτελούν η στοχευμένη προβολή και προώθηση λιγότερο επιβαρυσμένων ή αναδυόμενων προορισμών, η επιβολή ειδικών φόρων και προστίμων για την αποτροπή του φαινομένου και τη συγκέντρωση εσόδων για την αντιμετώπιση του, καθώς και ειδικά μέτρα μείωσης της κυκλοφορίας και ρύθμισης της προσφοράς καταλυμάτων και των δραστηριοτήτων σε δημοφιλείς περιοχές.

Ενδεικτικά μέτρα πρόληψης / αντιμετώπισης φαινομένου υπερτουρισμού



Η ανάγκη δημόσιων επενδύσεων, η βιωσιμότητα, η αντιμετώπιση της εποχικότητας, αλλά και του υπερτουρισμού είναι από τα βασικά θέματα που θίγονται στη μελέτη

Επίσης αναδεικνύεται και το ζήτημα της οικονομίας διαμοιρασμού. Οι πλατφόρμες BnB αποτελούν πια μια πραγματικότητα στον τουριστικό κλάδο. Στο παρελθόν προκάλεσαν και προκαλούν εντάσεις μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων και όχι άδικα πολλές φορές. Τα καταλύματα που διατίθενται μέσω αυτών των ψηφιακών δικτύων θα πρέπει να ενταχθούν στις κλίκες και οι ιδιοκτήτες και διαχειριστές τους να έχουν τα ίδια δικαιώματα, αλλά και τις ίδιες υποχρεώσεις με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις. Οι μελετητές σημειώνουν πως για τη σωστή αξιολόγηση της συμμετοχής των συγκεκριμένων πλατφορμών στον τουριστικό κλάδο, εκτιμάται ότι πρέπει να αναπτυχθούν τα απαραίτητα εργαλεία συγκέντρωσης και καταγραφής στατιστικών στοιχείων σχετικά με αυτές.

Ένας ακόμη παράγοντας που πρέπει να δοθεί προσοχή είναι οι κοινωνικές και δημογραφικές αλλαγές. Ο πληθυσμός αυξάνεται και χάρη στα επιτεύγματα της ιατρικής αυξάνεται και ο όγκος των ανθρώπων στην 3η ηλικία, αλλά και η δυνατότητά τους να ταξιδεύουν. Το γεγονός αυτό επιφέρει αλλαγές στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών και ανεβάζει τη ζήτηση για εξατομικευμένες υπηρεσίες.

Από την άλλη πλευρά και λόγω της πανδημίας υπάρχουν πολλοί αναδυόμενοι προορισμοί. Περιοχές που δεν προσέλκυ-

αν παραδοσιακά τουρισμό έχουν αρχίσει να παρουσιάζουν ζήτηση και αυξημένες αφίξεις, με κύρια αιτία όχι τόσο την υγειονομική ασφάλεια, αλλά την αποφυγή του υπερτουρισμού που αναφέρθηκε νωρίτερα. Έτσι εκτιμάται πως οι δευτερεύοντες και εναλλακτικοί προορισμοί μπορούν να βρεθούν στο προσκήνιο, εάν δώσουν έμφαση στην στοχευμένη προβολή και προώθηση, ώστε να κεφαλαιοποιήσουν οφέλη από την συγκεκριμένη τάση και να εδραιωθούν στο διεθνή ταξιδιωτική αγορά.

Οι προορισμοί όμως σήμερα βρίσκονται αντιμετώπι και με προκλήσεις. Πολλές φορές εξαιρετικά δυσάρεστες, όπως η καταστροφική πυρκαγιά που αντιμετώπισε η Βόρεια Εύβοια το καλοκαίρι που μας πέρασε. Στη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ υπογραμμίζεται πως οι προορισμοί θα πρέπει διαθέτουν επιχειρησιακή ετοιμότητα και μηχανισμούς για την διαχείριση κρίσεων και την αντιμετώπιση φυσικών καταστροφών. Ο ρόλος της Τοπικής Αυτοδιοίκησης σε επίπεδο Περιφερειών και Δήμων είναι καίριος για τη δημιουργία αυτών των μηχανισμών.

Τέλος υπάρχει η πανδημία η οποία «γονάτισε» τον διεθνή ταξιδιωτικό κλάδο και μετέβαλε άρδην τις ταξιδιωτικές συνήθειες. Οι επιστήμονες προειδοποιούν εδώ και καιρό πως η βλάβη που έχει προκληθεί στο περιβάλλον θα επιτείνει αυτά τα φαινόμενα στο μέλλον. Η επόμενη πανδημία ενός νέου ιού είναι απλά θέμα χρόνου. Σαν αποτέλεσμα προορισμοί και τουριστικές επιχειρήσεις καλούνται να προσαρμοστούν σε αυτή τη νέα πραγματικότητα και να υιοθετήσουν τρόπους λειτουργίας που θα εμπνέουν ασφάλεια στους επισκέπτες και θα παρέχουν υγειονομική προστασία, όχι μόνο στους τουρίστες, αλλά και στο προσωπικό, δημιουργώντας έτσι «ασπίδα» για το σύνολο του πληθυσμού στον προορισμό. Στη μελέτη τονίζεται πως απαιτούνται πρωτοβουλίες για την πληροφόρηση του κλάδου καθώς και σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με στόχο τη δημιουργία και εφαρμογή αποτελεσματικών πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Τα ισχυρά «χαρτιά» της Ελλάδας

Το ΙΝΣΕΤΕ παρουσιάζει τα 5 κύρια και τα 7 συμπληρωματικά προϊόντα του ελληνικού τουρισμού και τις ευκαιρίες ανάπτυξης ανά αγορά - στόχο

Στο δεύτερο μέρος της μελέτης του ΙΝΣΕΤΕ με τίτλο «Ελληνικός Τουρισμός 2030 - Σχέδια Δράσης» γίνεται η καταγραφή των κύριων και συμπληρωματικών προϊόντων του τουρισμού στην Ελλάδα και οι δυνατότητες που υπάρχουν για την περαιτέρω διεύρυνση σε εδραιωμένες αγορές, αλλά και για την ανάπτυξη νέων αγορών στην μετα-Covid περίοδο.

Η Ελλάδα είναι ο τρίτος δημοφιλέστερος προορισμός παγκοσμίως στο προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα» και είναι μακράν το πιο δυνατό προϊόν της. Το 2019, το 22% των ταξιδιών με διανυκτέρευση διεθνώς ήταν για Ήλιο και Θάλασσα, με τις κατηγορίες City Break και Πολιτιστικός Τουρισμός να ακολουθούν με ποσοστά 16% και 10% αντίστοιχα. Στο «Ήλιος και Θάλασσα» η χώρα μας κατέχει μερίδιο 7,4%, όμως στο City Break και στον Πολιτιστικό τουρισμό τα μερίδια είναι σημαντικά μικρότερα. Το γεγονός αυτό δείχνει πως δεν έχει αξιοποιηθεί τουριστικά ο Ελληνικός Πολιτισμός, η Ιστορία, η τεράστια κληρονομιά που διαθέτουμε και οι ευθύνες για αυτό βαραινουν αποκλειστικά εμάς τους ίδιους.

Το ΙΝΣΕΤΕ σημειώνει πως η ανάπτυξη του Πολιτιστικού τουρισμού αποτελεί μια μεγάλη ευκαιρία που μπορεί να συμβάλει και σε μεγάλο βαθμό στην ένταξη των σπουδαίων μνημείων στη σύγχρονη οικονομική και κοινωνική ζωή.

Συνολικά πέρα από το «Ήλιος και Θάλασσα» τα υπόλοιπα τέσσερα κύρια κομμάτια του ελληνικού τουριστικού προϊόντος είναι ο Θαλάσσιος Τουρισμός (yachting και κρουαζιέρα, ο Πολιτιστικός Τουρισμός, το City Break και το MICE που γνώριζε

μεγάλη ανάπτυξη στην Ελλάδα προ πανδημίας. Ένα σημαντικό εύρημα είναι πως οι αγορές που βρίσκονται στο ΤΟΠ 10 διεθνώς γύρω από αυτές τις μορφές τουρισμού είναι αγορές στις οποίες ο ελληνικός τουριστικός κλάδος έχει μεγάλη διεύρυνση όπως της Γερμανίας, της Βρετανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας, της Ολλανδίας, της Ρωσίας και των ΗΠΑ). Επίσης διαφαίνονται πολλές δυνατότητες σε νέες αγορές και ειδικότερα της Κίνας, του Καναδά και της Νότιας Κορέας οι οποίες διαθέτουν ταξιδιωτικό κοινό που στοχεύει στις παραπάνω μορφές τουρισμού.

Συγκεκριμένα θα μπορούσε στην επόμενη περίοδο και εφόσον ξεπεραστούν τα προβλήματα με την πανδημία και τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς να υπάρξει στόχευση για το Ήλιο και Θάλασσα στη ρωσική αγορά, για τον Πολιτιστικό Τουρισμό στη Γερμανία και στη γαλλική αγορά για το MICE, ενώ θα πρέπει να υπάρξει προώθηση προορισμών και προϊόντων και στις νέες αγορές που προαναφέρθηκαν.

Ειδικότερα, σε ότι αφορά στην ανάλυση των κύριων τουριστικών προϊόντων, το διάστημα 2015-2019 σε παγκόσμιο επίπεδο, αξίζει να σημειωθεί ότι:

Το Ήλιος και Θάλασσα παρουσιάζει την υψηλότερη ζήτηση παγκοσμίως με υψηλό ρυθμό ανάπτυξης (226 εκατ. ταξίδια το 2019 | 9,4% ανά έτος μεταξύ 2015-2019), ενώ οι ταξιδιώτες απαιτούν ολοένα και περισσότερες μοναδικές εμπειρίες που συνδυάζουν πολλαπλά τουριστικά προϊόντα με έμφαση στη βιωσιμότητα.

Ο Θαλάσσιος Τουρισμός φαίνεται να καταγράφει τον χαμηλότερο ρυθμό ανάπτυξης (34 εκατ. ταξίδια το 2019 | 6,2% ρυθμό ανάπτυξης ανά έτος) σε σχέση με



τα υπόλοιπα προϊόντα, ενώ την ίδια στιγμή οι βασικοί ανταγωνιστικοί προορισμοί στη Μεσόγειο (Ισπανία, Τουρκία, Κροατία, Γαλλία, Πορτογαλία) εστιάζουν στη δημιουργία νέων και αναβάθμιση υφιστάμενων υποδομών. Ένα εκτεταμένο δίκτυο ακτογραμμών, η ύπαρξη σημαντικού αριθμού νησιών, ένα καλά ανεπτυγμένο δίκτυο παραθαλάσσιων πόλεων και οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν βασικές προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του και στην κατεύθυνση αυτή, η Ελλάδα έχει σημαντικές δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης.

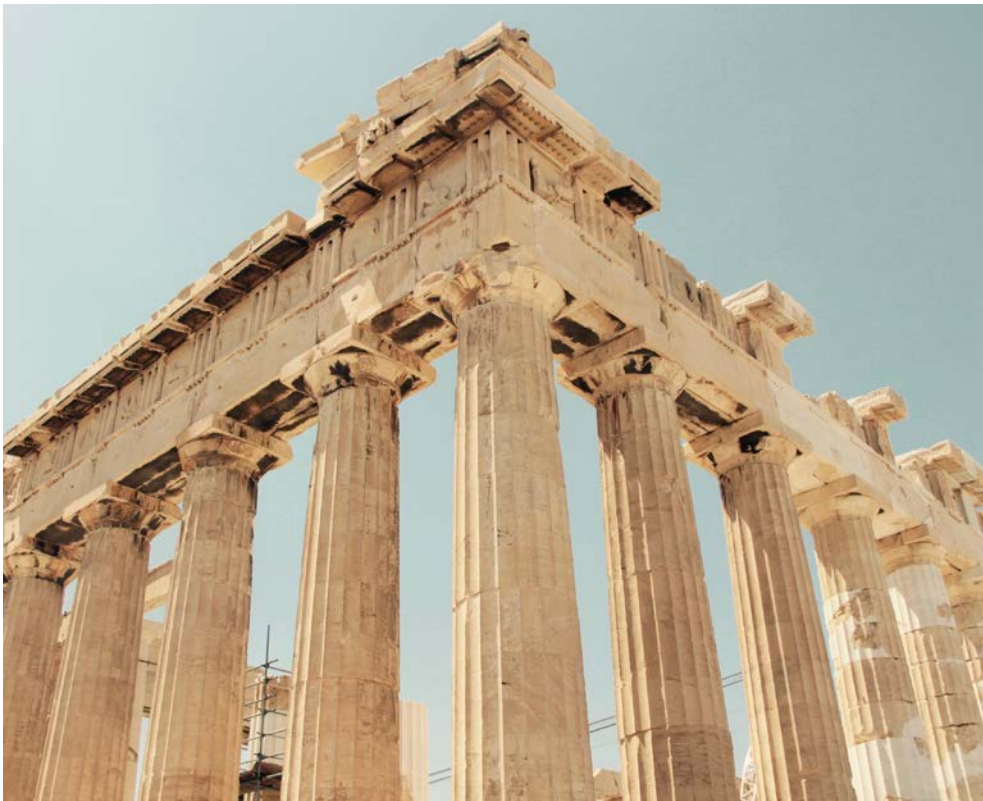
Το City Break εμφάνισε τον ταχύτερο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης (165 εκατ. ταξίδια το 2019 | 11,6% ανάπτυξη ανά έτος). Η προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα, το υψηλό επίπεδο δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών και η ύπαρξη μεγάλου εύρους και υψηλού επιπέδου δραστηριοτήτων και εμπειριών, συγκαταλέγονται

στους κύριους παράγοντες ανάπτυξης των City Break προορισμών.

Το MICE αποτελεί ένα τουριστικό προϊόν με σταθερή ανάπτυξη (89 εκατ. ταξίδια το 2019 | 7,4% ρυθμό ανάπτυξης ανά έτος), ωστόσο οι επιπτώσεις της πανδημίας και οι τεχνολογικές εξελίξεις οδηγούν τις επιχειρήσεις του κλάδου στον επανασχεδιασμό των προϊόντων και των στρατηγικών τους.

Ο Πολιτιστικός Τουρισμός παρουσίασε, με εξαίρεση το 2016, συνεχή άνοδο (108 εκατ. ταξίδια το 2019 | 6,3% ρυθμό ανάπτυξης ανά έτος), ενώ προκύπτει ευκαιρία αξιοποίησης για τη χώρα, καθώς οι ταξιδιώτες απαιτούν αυθεντικές και προσωπικοποιημένες εμπειρίες για να βιώσουν την τοπική κουλτούρα και την πολιτιστική παράδοση.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι συμπληρωματικές μορφές τουρισμού που κατά την μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ, μπορούν



να γνωρίσουν ανάπτυξη στη χώρα. Αυτές είναι:

- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Τουρισμός Ευεξίας
- Αθλητικός Τουρισμός
- Τουρισμός τρίτης ηλικίας
- Επίσκεψη σε συγγενείς και φίλους

Οι δύο πρώτες κατηγορίες μπορεί να πει κανείς πως αλληλοδιαπλέκονται ή μπορούν να μπουν κάτω από τον όρο Τουρισμός Υπαίθρου που καλύπτει το σύνολο των δραστηριοτήτων στη φύση. Όπως σωστά επισημαίνεται με την ευαισθησία για περιβαλλοντικά ζητήματα να αυξάνεται και με την πανδημία, πολλοί ταξιδιώτες αναζητούν νέες εμπειρίες με εξορμήσεις στη φύση. Η τάση αυτή βοηθάει στην ανάπτυξη τουριστικών προορισμών και στην ηπειρωτική χώρα και ιδιαίτερα στον Ορεινό Όγκο. Επίσης η

ανάπτυξη του Τουρισμού Υπαίθρου μπορεί να δώσει ώθηση και στον εσωτερικό τουρισμό που έτσι και αλλιώς αυτή τη στιγμή αποτελεί την «κύρια δεξαμενή» επισκεπτών. Σημαντικό είναι για αυτούς τις νέες δραστηριότητες και τους ανερχόμενους προορισμούς να υπάρξει μια ολοκληρωμένη στρατηγική που θα δώσει βάρος στη βιωσιμότητα και την φέρουσα ικανότητα.

Μελέτη και Οινοτουρισμός

Ο Γαστρονομικός Τουρισμός, στον οποίο υποθέτουμε πως η μελέτη εντάσσει και τον Οινοτουρισμό, αποτελεί πράγματι πεδίο δόξης λαμπρό. Θεωρούμε ωστόσο πως κακώς δεν έγινε ξεχωριστή αναφορά στον Οινοτουρισμό, διότι ο οινικός κλάδος στην Ελλάδα έχει καταβάλει σημαντικές προσπάθειες με τους Δρόμους του Κρασιού για την προσέλκυση επισκεπτών. Η ελληνική γαστρονομία κερδίζει έδαφος



Η Ελλάδα είναι ο τρίτος δημοφιλέστερος προορισμός παγκοσμίως στο προϊόν «Ήλιος και Θάλασσα» και είναι μακράν το πιο δυνατό σημείο της

τα τελευταία χρόνια. Την ίδια ώρα οι πλέον δημοφιλείς προορισμοί όπως το Νότιο Αιγαίο και η Κρήτη έχουν δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στον γαστρονομικό τουρισμό, εντάσσοντας και προωθώντας τις γευστικές απολαύσεις στο τουριστικό τους προϊόν. Το βασικό εδώ είναι η πρώτη ύλη, τα τοπικά προϊόντα και το πάγιο θέμα της διασύνδεσης των παραγωγών με τον τουρισμό, ένα θέμα που μας έχει απασχολήσει επανειλημμένα στην 11η Ελληνικός Τουρισμός.

Ο Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας με τους ιαματικούς πόρους που διαθέτει η χώρα είναι επίσης μια μορφή τουρισμού που δεν έχει αναπτυχθεί όσο θα έπρεπε. Είναι μια μορφή τουρισμού που έχει ενταχθεί και στον Αναπτυξιακό Νόμο, ωστόσο οι μέχρι στιγμής κινήσεις της κυβέρνησης δεν έχουν φέρει τα θεμιτά αποτελέσματα.

Η ΙΠΕ ΑΕ που επιχείρησε να δημιουργήσει ο πρώην υπουργός Τουρισμού Χάρης Θεοχάρης συνάντησε πολλές αντιστάσεις στους Δήμους που δεν είδαν με καλό μάτι την παραχώρηση της εκμετάλλευσης των ιαματικών τους πηγών σε ένα τρίτο φορέα, χωρίς να διασφαλίζονται τα οφέλη για την περιοχή τους.

Γεγονός είναι όμως ότι οι περισσότερες ιαματικές πηγές αυτή τη στιγμή είναι αναξιοποίητες με χειρότερο παράδειγμα τις πηγές στις Θερμοπύλες, όπου η εικόνα που επικρατεί είναι πραγματικά δυσφήμιση για τη χώρα. Το σίγουρο είναι ότι στον όποιο σχεδιασμό πρέπει να έχουν λόγο οι ΟΤΑ, οι οποίοι είναι πλέον και αρμόδιοι για να αναπτύξουν Οργανισμούς Διαχείρισης Προορισμών.

Στον Αθλητικό Τουρισμό έχουμε ήδη πολλά καλά παραδείγματα στη χώρα που προσελκύουν αθλητές διεθνούς κλάσης, όπως στην Μεσσηνία, στη Σαντορίνη, στην Ιστιαία κα Ο Αθλητικός Τουρισμός στη χώρα που γέννησε τους Ολυμπιακούς Αγώνες μπορεί να γνωρίσει τη δική του αίγλη και να κατακτήσει μεγαλύτερα μερίδια.

Τέλος όπως αναφέρθηκε και στο πρώτο δισέλιδο για την παρουσίαση της έρευνας ο πληθυσμός των ανθρώπων στην Τρίτη Ηλικία αυξάνεται και ο τουριστικός κλάδος καλείται να προσφέρει προσωποποιημένες εμπειρίες για να καλύψει τις ανάγκες αυτού του κοινού που σε πολλές περιπτώσεις έχει ιδιαίτερες και αυξημένες απαιτήσεις σε σύγκριση με άλλους ταξιδιώτες.

Ανεμογεννήτριες **vs** Τουρισμού

Η δημιουργία αιολικών πάρκων δεν περιορίζεται στην εγκατάσταση ανεμογεννητριών αλλά συνεπάγεται και μεγάλης κλίμακας έργα που απαιτούνται που προκαλούν σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση, επιφέρουν οπτική και ακουστική όχληση και δημιουργούν εικόνα εργοταξίου και βιομηχανικής περιοχής



Γράφει ο
Χρήστος
Αναστασόπουλος
Οικονομολόγος, MSc

Περί
Τουρισμού...
ο λόγος

Εντονες συζητήσεις και αντιδράσεις προκαλεί τα τελευταία χρόνια ο ολοένα και αυξανόμενος αριθμός αιολικών πάρκων που δημιουργούνται στη χώρα μας. Η προβληματική που αναπτύσσεται αφορά, πέρα από την ίδια την αξία των ανεμογεννητριών (Α/Γ) ως Ανανεώσιμη Πηγή Ενέργειας (ΑΠΕ), τις σε πολλά επίπεδα αρνητικές επιπτώσεις που επιφέρει η εγκατάσταση και η λειτουργία τους και ιδιαίτερα σε τουριστικούς προορισμούς.

Σε συνέντευξή του στην «Κ», πριν λίγα χρόνια, ο πρόεδρος της Ελληνικής Επιστημονικής Ένωσης Αιολικής Ενέργειας (ΕΛΕΤΑΕΝ) με αφορμή τις έντονες αντιδράσεις που είχαν προκληθεί στην Πάρο δήλωσε πως αυτές οφείλονταν στην έλλειψη ενημέρωσης και παραπληροφόρησης, κάνοντας μάλιστα λόγο ακόμα και για σκοταδισμό. Οι αντιδράσεις όμως στην Ελλάδα δεν αποτελούν μια τοπική ιδιαιτερότητα, μια αντίσταση στο καινούργιο. Στη Γερμανία οι αντιδράσεις των τοπικών κοινωνιών στην εγκατάσταση Α/Γ έχουν οδηγήσει σε κατακόρυφη πτώση την πώλησή τους ενώ στη Νορβηγία για τον ίδιο λόγο η κυβέρνηση εγκατέλειψε τον εθνικό σχεδιασμό για την αιολική ενέργεια. Στην Πολωνία απαγορεύθηκε η τοποθέτηση Α/Γ σε απόσταση μικρότερη των δύο χιλιομέτρων από κτίρια ή δάση, στην Κροατία βάσει νομοθεσίας για την εγκατάσταση ζητείται υποχρεωτικά η γνώμη των περιβαλλοντικών οργανώσεων ενώ στις Η.Π.Α. αντιμετωπίζουν το πρόβλημα της αποκαθίλωσής των Α/Γ που



έχουν ολοκληρώσει τον κύκλο ζωής τους (πηγή: Πελεβάνη, 2020).

Η διαχείριση του ζητήματος της ανάπτυξης των αιολικών πάρκων από την πολιτεία έχει δεχτεί έντονες επικρίσεις. Σε πλήθος δημοσιευμάτων γίνεται λόγος για έλλειψη χωροταξικού σχεδιασμού, προσχηματική διαβούλευση, η οποία έγινε μάλιστα μέσα στην περίοδο των περιορισμών της πανδημίας, έλλειψη πραγματικής διαβούλευσης με την επιστημονική κοινότητα, τους φορείς αλλά και τις τοπικές κοινωνίες, παράκαμψη της τοπικής αυτοδιοίκησης, αλόγιστη παραχώρηση αδειών, fast track διαδικασίες, εξυπηρέτηση επιχειρηματικών συμφερόντων και εκπτώσεις στη διαδικασία περιβαλλοντικής αδειοδότησης. Ενώ ιδιαίτερη σημασία έχει η έκφραση ανησυχίας από οργανώσεις όπως η Greenpeace, η WWF αλλά και η Ελληνική Ορνιθολογική Εταιρεία.

Σημαντικό επιχείρημα κατά των Α/Γ

αποτελεί το γεγονός πως η ενέργεια που παράγουν είναι ασταθής και διακοπτόμενη και δεδομένου πως δεν υπάρχει τρόπος αποθήκευσής της, το σύστημα χρειάζεται πάντα διαθέσιμες εφεδρείες (φορτίο βάσης) από άλλη πηγή όπως ο άνθρακας και ο λιγνίτης. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τη μη ανάλογη με την παραγωγή αιολικής ενέργειας μείωση του διοξειδίου του άνθρακα, όπως αποδεικνύει και η διεθνής εμπειρία σε χώρες με σχετική παράδοση. Επίσης, εκφράζεται προβληματισμός σχετικά με την περιβαλλοντική επιβάρυνση που προκαλείται κατά την κατασκευή και τη μεταφορά τους αλλά και βάσιμη ανησυχία για το τι μέλλει γενέσθαι όταν θα έρθει η ώρα της απόσυρσής τους, μετά τη φυσική τους απαξίωση, μετά δηλαδή από 20 ή 25 χρόνια. Αμφισβητείται ακόμα και το εάν η αιολική ενέργεια είναι τελικά ανανεώσιμη. Αμφισβήτηση η οποία αποκτά ιδιαίτερη αξία όταν εκ-

φράζεται από οργανισμούς όπως η Εθνική Ακαδημία Επιστημών των ΗΠΑ σύμφωνα με την οποία (2004), «...η αιολική ενέργεια είναι ανανεώσιμος πόρος, αλλά ο ρυθμός ανανέωσής του είναι πεπερασμένος και από ορισμένες απόψεις, συγκριτικά μικρός...» μάλιστα, σύμφωνα με τον ίδιο οργανισμό «η μεγάλης κλίμακας χρήση της αιολικής ενέργειας μπορεί να μεταβάλει το τοπικό και παγκόσμιο κλίμα, αφαιρώντας κινητική ενέργεια ...», θέτοντας ζήτημα συμβολής της βιομηχανικής κλίμακας παραγωγής αιολικής ενέργειας στην κλιματική κρίση. Το οξύμωρο είναι πως η κλιματική κρίση χρησιμοποιείται από τους υποστηρικτές της αιολικής ενέργειας ως λόγος ανάπτυξής της.

Η δημιουργία αιολικών πάρκων -η οποία σημειωτέον δεν περιορίζεται στην εγκατάσταση ανεμογεννητριών αλλά συνεπάγεται και μεγάλης κλίμακας έργα που απαιτούνται, όπως διάνοιξη δρόμων,



ισοπέδωση κορυφογραμμών, αποψίλωση δασών, δημιουργία υποσταθμών και γραμμών μεταφοράς – προκαλεί σημαντική περιβαλλοντική επιβάρυνση, επιφέρει οπτική και ακουστική όχληση και δημιουργεί εικόνα εργοταξίου και βιομηχανικής περιοχής. Ιδιαίτερα αρνητικό περιβαλλοντικό αντίκτυπο επιφέρει η δημιουργία τους σε δάση, σε σημαντικές περιοχές χλωρίδας & πανίδας, σε προστατευόμενες περιοχές Natura 2000 και σε περιοχές σπάνιας βιοποικιλότητας, Σύμφωνα με την έκθεση της «Διακυβερνητικής Πλατφόρμας Επιστήμης και Πολιτικής για την Βιοποικιλότητα και τις Υπηρεσίες Οικοσυστημάτων» (2019) υπό την αιγίδα του ΟΗΕ (IPBES), η διάνοιξη νέων δρόμων και η αλλαγή χρήσης γης που προκαλεί η εγκατάσταση βιομηχανικής κλίμακας αιολικών πάρκων μέσα σε φυσικά οικοσυστήματα συνιστά παγκοσμίως τη μεγαλύτερη περιβαλλοντική απειλή. Ενώ, στην ίδια κατεύθυνση κινείται και η έρευνα η οποία χρηματοδοτήθηκε από το Υπουργείο Περιβάλλοντος της χώρας μας και πραγματοποιήθηκε το 2020 από το Πανεπιστήμιο Ιωαννίνων. Στα πορίσματα της έρευνας γίνεται λόγος για τον κίνδυνο από τις αλόγιστες εγκρίσεις έργων ΑΠΕ τα οποία συνεπάγονται τη διάνοιξη δρόμων και την κατάτμηση και την αλλαγή χρήσης γης που οδηγούν νομοτελειακά σε απώλεια βιοποικιλότητας.

Δεδομένης της σημασίας του Τουρισμού για τη χώρα μας το ζήτημα της χωροθέτησης των Α/Γ αποκτά ιδιαίτερη σημασία. Οργανώσεις, σύλλογοι, φορείς, κάτοικοι και ο επιχειρηματικός κόσμος σε τουριστικούς προορισμούς, όπως η Άνδρος, η Νάξος, η Πάρος, η Τή-

Φορείς, κάτοικοι και ο επιχειρηματικός κόσμος σε τουριστικούς προορισμούς, όπως η Άνδρος, η Νάξος, η Πάρος, η Τήνος, η Μύκονος, η Ικαρία, η Ιεράπετρα, η ορεινή Κορινθία και το Μαίναλο στην Αρκαδία έχουν κατά καιρούς αντιτεθεί στη δημιουργία αιολικών πάρκων

νος, η Μύκονος, η Ικαρία, η Ιεράπετρα, η ορεινή Κορινθία και το Μαίναλο στην Αρκαδία έχουν κατά καιρούς αντιτεθεί στη δημιουργία αιολικών πάρκων, έχουν διαδηλώσει, έχουν στείλει επιστολές διαμαρτυρίας στη Ρυθμιστική Αρχή Ενέργειας (ΡΑΕ) και έχουν προσφύγει στο ΣτΕ ζητώντας την ανάκληση σχετικών αδειών.

Σε μελέτη του Ινστιτούτου Οικονομικής και Πολιτιστικής Γεωγραφίας του Πανεπιστημίου Leibniz του Αννόβερου (2015) αναφέρεται πως «σύμφωνα με τα θεωρητικά επιχειρήματα και τα υπάρχοντα εμπειρικά στοιχεία για τη Γερμανία, διαπιστώνεται ότι η κατασκευή ανεμογεννητριών έχει αρνητικές συνέπειες στον τουρισμό... σύμφωνα με τα αποτελέσματα, υπάρχει σύγκρουση

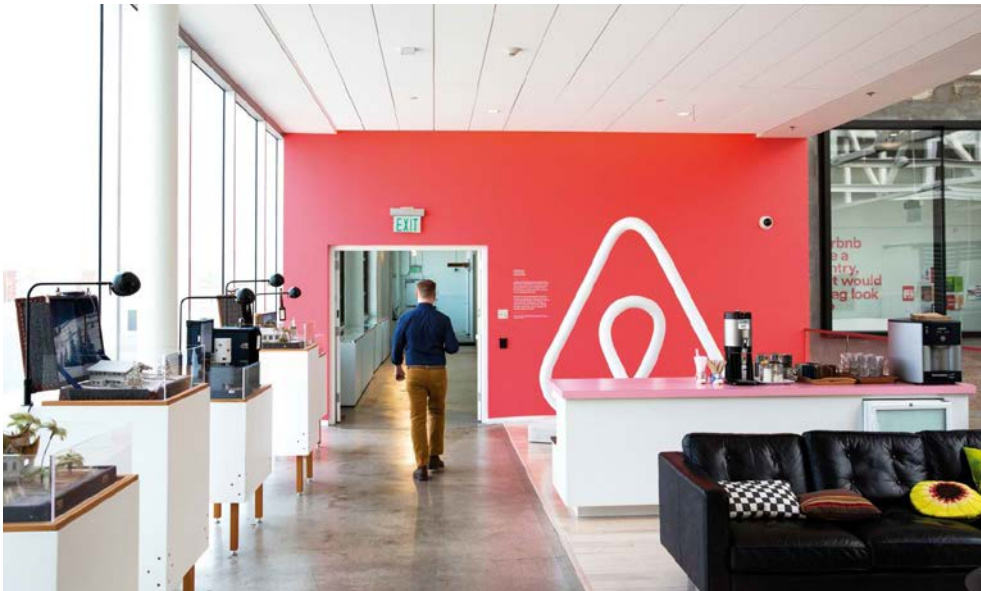
στην ταυτόχρονη ανάπτυξη και των δύο βιομηχανιών». Στη Σκωτία το 2008 πραγματοποιήθηκε έρευνα από το Glasgow Caledonian University για λογαριασμό της τοπικής κυβέρνησης με στόχο την αξιολόγηση της επίπτωσης της εγκατάστασης Α/Γ στον Τουρισμό. Βάσει των πορισμάτων της, ως απαραίτητες προϋποθέσεις για τη διατήρηση της ελκυστικότητας ενός προορισμού είναι: **α)** ο περιορισμένος αριθμός εγκαταστάσεων, **β)** η συγκέντρωση των Α/Γ σε λίγα σημεία, **γ)** η αποφυγή συνεχούς οπτικής επαφής και **δ)** οι μηδενικές παρεμβάσεις σε εμβληματικές περιοχές υψηλής αναγνωρισιμότητας. Στα συμπεράσματα της έρευνας επισημαίνεται πως αν ισχύσουν οι προϋποθέσεις αυτές, η επίπτωση θα είναι σχετικά μικρή με το πλεονέκτημα πάντως να παραμένει υπέρ των περιοχών στις οποίες δεν υπάρχει αντίστοιχη παρέμβαση. Στα πορίσματα μελέτης σχετικά με την οπτική όχληση από Α/Γ στη νότια Αυστραλία (2006) συγκαταλέγεται και το ότι τα αιολικά πάρκα έχουν αρνητική οπτική επίπτωση σε τοπία που είχαν βαθμολογηθεί ως υψηλής ή μέτριας ποιότητας πριν την εγκατάσταση ενώ έχουν θετική επίπτωση όπου έγιναν σε τοπία χαμηλής ποιότητας.

Τα αιολικά πάρκα απειλούν τα φυσικά οικοσυστήματα και τη βιοποικιλότητα, επιδρούν αρνητικά στην αισθητική, αλλοιώνουν το φυσικό, αγροτικό και οικιστικό τοπίο, πλήττουν την αυθεντικότητά και τη μοναδικότητά του. Επιπρόσθετα η ηχητική όχληση που συνεπάγεται η λειτουργία τους λειτουργεί αποτρεπτικά για τον επισκέπτη που επιζητεί την ηρεμία που προσφέρει η φύση. Όμως,

το τοπίο, το οικοσύστημα, η χλωρίδα και η πανίδα, τα δάση, τα μονοπάτια, οι προστατευόμενες περιοχές ακόμα και η ηρεμία που προσφέρει η φύση συνιστούν πτυχές του τουριστικού προϊόντος ενός τόπου και συστατικά στοιχεία της ταυτότητάς του. Ως εκ τούτου, η ανάπτυξη των αιολικών πάρκων απαξιώνοντας το τουριστικό προϊόν ενός τόπου επιφέρει πλήγμα στην οικονομία του, θέτει σε κίνδυνο υπάρχουσες επενδύσεις, απειλεί την απασχόληση και υπονομεύει την αειφόρα τουριστική του ανάπτυξη. Στο αντεπιχείρημα της δημιουργίας θέσεων εργασίας που συνεπάγεται η λειτουργία τους η απάντηση είναι πως η επίπτωση στη χώρα μας είναι ελάχιστη λόγω του ότι εισάγει και δεν κατασκευάζει Α/Γ όπως η Δανία και η Γερμανία και ως εκ τούτου αυτές περιορίζονται σε όσες λίγες απαιτούνται για την εγκατάσταση και τη λειτουργία τους με τις δεύτερες να είναι ελάχιστες λόγω πλήρους αυτοματοποίησης.

Από τα παραπάνω προκύπτει αβίαστα το συμπέρασμα πως αξιολογώντας με όρους κόστους – οφέλους τη χρήση ανεμογεννητριών για την παραγωγή ενέργειας δεν συνιστά συμφέρουσα επιλογή. Στην κατεύθυνση της πράσινης μετάβασης προτείνεται, μετά από ανάλογη αξιολόγηση η αξιοποίηση εναλλακτικών μορφών ΑΠΕ όπως η ηλιακή, η κυματική, η γεωθερμία, η τηλεθέρμανση από θερμοπηγές και η παραγόμενη από την υδατόπτωση ενέργεια. Στην κατεύθυνση μείωσης της περιβαλλοντικής επιβάρυνσης που επιφέρει η ενέργεια πρέπει, παράλληλα με τη χρήση ΑΠΕ, να εφαρμοστούν πολιτικές μείωσης της υπερκατανάλωσης ενέργειας που χαρακτηρίζει τη σύγχρονη εποχή.

Αν παρόλα αυτά συνεχίσει να αποτελεί η παραγωγή αιολικής ενέργειας επιλογή, αν μη τι άλλο πρέπει να απαγορευθεί πλήρως η ανάπτυξη των αιολικών πάρκων σε τουριστικούς προορισμούς, όπως συμβαίνει στη Δανία, ή σε εν δυνάμει τουριστικούς προορισμούς καθώς και σε σημαντικές περιοχές χλωρίδας & πανίδας, σε προστατευόμενες περιοχές Natura 2000 και σε περιοχές σπάνιας βιοποικιλότητας. Δέον είναι να ενθαρρυνθεί η δημιουργία ενεργειακών κοινοτήτων, να αποφεύγονται οι μεγάλοι μεγέθους Α/Γ και τα βιομηχανικής κλίμακας αιολικά πάρκα, να τύχει εφαρμογής η δημιουργία πλωτών αιολικών πάρκων στη θάλασσα και να επιλέγονται ως τοπιοι εγκατάστασης, όταν πληρούνται οι υπόλοιπες προϋποθέσεις, πυκνά οδικά δίκτυα. Σε κάθε περίπτωση απαιτείται ουσιαστικός διάλογος, διαβούλευση, συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών και της αυτοδιοίκησης. Απαιτείται τουριστική συνείδηση και αειφορικός τρόπος σκέψης και δράσης.



μετατροπής με τα οποία συνδέονται ή οι στρατηγικές μετα-αναζήτησης τους».

Πρόσθετα κανάλια

Η ανάλυση διαπιστώνει επίσης ότι ορισμένοι χονδρέμποροι συνεχίζουν να έχουν καλές επιδόσεις.

Με τη Hotelbeds να είναι μεταξύ των κορυφαίων 12 σε καθέναν από τους 21 προορισμούς. Και μία από τις δύο επωνυμίες των WebBeds-Sunhotels και Destinations of the World να περιλαμβάνονται σε εννέα αγορές.

Τα παγκόσμια συστήματα διανομής παρουσίασαν επίσης ισχύ. Ανεβαίνοντας δύο ή περισσότερες θέσεις σε επτά αγορές, όπως η Ασία, ο Καναδάς, το Μεξικό και η Ολλανδία.

Αυτό το SiteMinder το αποδίδει εν μέρει στην αυξημένη συνάφεια των ταξιδιωτικών πρακτόρων «λόγω των συνεχώς μεταβαλλόμενων κανόνων και περιορισμών».

Τι μπορούν λοιπόν να μάθουν τα ξενοδοχεία από την ανάλυση; Το SiteMinder συμβουλεύει τα ξενοδοχεία να διευρύνουν την απήχηση τους χρησιμοποιώντας τοπικά κανάλια που μπορούν να προσελκύσουν το αυξανόμενο εγχώριο ταξιδιωτικό κοινό.

Καθώς και να αυξήσουν τις άμεσες κρατήσεις δημιουργώντας κίνητρα που προσελκύουν ταξιδιώτες στον ιστότοπο και στη συνέχεια να δημιουργήσουν, μια απλή διαδικασία κράτησης.

Τα ξενοδοχεία μπορούν πλέον να χρησιμοποιούν τις πιο σχετικές τεχνολογικές

Οι άμεσες κρατήσεις είναι πλέον ένας από τους δύο κορυφαίους παράγοντες εσόδων σε 12 από τις 21 αγορές που αναλύθηκαν

λύσεις, για άμεσες κρατήσεις. Αυτές, προσφέρουν υψηλές αποδόσεις και ανταποκρίνονται στις προσδοκίες των επισκεπτών τους.

Οι λύσεις ελαχιστοποιούν τις τριβές σε κάθε στάδιο της κράτησης του ταξιδιού. Και φέρνουν αποτελεσματικότητα, χωρίς να ανησυχούν οι ξενοδόχοι για το πώς θα ενσωματωθούν με τα υπάρχοντα συστήματά τους.

Κάθε ξενοδόχος πρέπει να εφαρμόζει στρατηγικές πωλήσεις που λειτουργούν καλύτερα για τη δική του αγορά-στόχο καθώς και για τον τοπικό προορισμό του, επισημαίνει η SiteMinder.

Τελικά, εναπόκειται στον χειριστή ή τον διευθυντή του ξενοδοχείου να δημιουργήσει μια προσαρμοσμένη πολιτική που θα οδηγήσει τις περισσότερες πωλήσεις δωματίων στη δική του ιδιοκτησία.

Στρατηγική απευθείας πωλήσεων ξενοδοχείων

Οι απευθείας κρατήσεις είναι οι ιδανικές κρατήσεις για τους ξενοδόχους, επειδή αποφέρουν πιο πολλά έσοδα. Δεν υπάρχουν πράκτορες ή άλλοι συνεργάτες διανομής στους οποίους πρέπει να καταβάλλεται προμήθεια όταν ένας επισκέπτης κάνει κράτηση online.

Προκειμένου να εφαρμοστεί μια στρατηγική απευθείας για κρατήσεις, οι διαχειριστές θα πρέπει να επενδύσουν σε ένα διαδικτυακό σύστημα κρατήσεων που να συγχρονίζεται με τους υπάρχοντες ιστότοπους και το σύστημα διαχείρισης τους.

Οι ιστότοποι των ξενοδοχείων θα πρέπει να έχουν καλή απόδοση. Για να διευκολυνθεί η διαδικασία άμεσης κράτησης, είναι σημαντικό οι ξενοδόχοι να επενδύσουν σε μια αποτελεσματική και γρήγορη μηχανή κρατήσεων στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου.

Οι ξενοδόχοι θα πρέπει επίσης να χρησιμοποιούν στρατηγικές τιμολόγησης που κάνουν τις άμεσες κρατήσεις ελκυστικές για τους καταναλωτές. Οι πάροχοι επιβάλλεται να δώσουν προτεραιότητα στη στρατηγική τους στα κοινωνικά δίκτυα όταν εστιάζουν στην αύξηση των απευθείας κρατήσεων.

Αυτές οι καμπάνιες είναι ο πιο συνηθισμένος τρόπος για να προσελκύσετε απευθείας κρατήσεις. Θα πρέπει να τονίζουν ότι, με την κράτηση στην ιστοσελίδα του ξενοδοχείου, οι ταξιδιώτες λαμβάνουν την καλύτερη τιμή. Και παράλληλα να επισημαίνονται τα οφέλη της άμεσης κράτησης, όπως η ευκολία της και η καλύτερη εμπειρία του επισκέπτη.

Οι σύγχρονοι ταξιδιώτες επικεντρώνονται στην αμεσότητα. Η εμπειρία κράτησης πρέπει να είναι απρόσκοπτη και γρήγορη. Κανείς δεν θέλει να ξοδέψει περισσότερα από λίγα λεπτά για το θέμα αυτό. Επίσης, βεβαιωθείτε ότι παρέχετε διαφορετικές μεθόδους πληρωμής για να διασφαλίσετε ότι οι χρήστες έχουν πολλές επιλογές.

Σε εγρήγορση για την **World Tourism Expo**

Σε σειρά παρουσιάσεων της wte έχει προχωρήσει το τελευταίο διάστημα η Mact Media Group προκειμένου να ενημερώσει τους ενδιαφερόμενους για το μεγάλο event του τουρισμού που έρχεται στις 1 με 3 Απριλίου στο Εκθεσιακό Κέντρο Περιστερίου

Στην παρουσίαση της μεγάλης διεθνούς τουριστικής έκθεσης World Tourism Expo έχει προχωρήσει το τελευταίο διάστημα η Mact Media Group, σε μια προσπάθεια να γνωστοποιήσει στους ενδιαφερόμενους φορείς και τις επιχειρήσεις λεπτομέρειες για το μεγάλο event του τουρισμού που έρχεται στις 1 με 3 Απριλίου στο Εκθεσιακό Κέντρο Περιστερίου.

Τις παρουσιάσεις της WTE που έχουν γίνει μέχρι στιγμής έχουν παρακολουθήσει εκπρόσωποι της Τοπικής Αυτοδιοίκησης από όλη την Ελλάδα, τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικοί οργανισμοί ξένων χωρών. Σε μία από αυτές ο Γενικός Διευθυντής της Mact Media Group Γιώργος Καραχρήστος, συνεπικουρούμενος από τον αρχισυντάκτη της itn Ελληνικός Τουρισμός Γιάννη Αποστολόπουλο μίλησε για το φιλόδοξο εγχείρημα της WTE, τους στόχους που έχουν τεθεί, τα οφέλη που μπορούν να έχουν οι εκθέτες, ενώ εξέφρασε την πίστη πως η έκθεση θα «ριζώσει» και θα αποτελέσει θεσμό τα επόμενα χρόνια.

Συγκεκριμένα ο κύριος Καραχρήστος τόνισε πως «στη wte ενώνουν τις δυνάμεις τους ελληνικοί και ξένοι τουριστικοί προορισμοί, τα νησιά της Ελλάδας, ο Θεματικός Τουρισμός, η Γαστρονομία, ο Οίνος. Όλοι συναντώνται στη μεγάλη διεθνή τουριστική έκθεση της Αθήνας που θα διεξαχθεί στις 1 με 3 Απριλίου στο Εκθεσιακό Κέντρο Περιστερίου».

Ο ίδιος υπογράμμισε πως ο Θεματικός Τουρισμός θα έχει κεντρικό ρόλο στη WTE, καθώς θα παρουσιαστούν όλες οι μορφές εναλλακτικού τουρισμού που

παρέχει η χώρα ανά την επικράτεια και οι δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης, ένα θέμα που και η πρόσφατη έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ για τα επόμενα βήματα του τουριστικού δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα. Η wte έχει στόχο να δώσει βήμα στους τουριστικούς προορισμούς ώστε να προβάλλουν τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, με στόχο την ενίσχυση της τουριστικής κίνησης στην περιοχή τους και την ανάπτυξη των τοπικών οικονομιών. Οι μορφές θεματικού τουρισμού που θα φιλοξενηθούν είναι:

- 1. City Break** (Ανάπτυξη προορισμών City Break, Αγορές, Αρχιτεκτονική, Διασκέδαση, Εμπειρία, Εμπορικά Κέντρα, Ένταξη Πολιτιστικών Διαδρομών, Ιστορία κλπ.)
- 2. Αθλητικός Τουρισμός** (Αθλητικές διοργανώσεις, δραστηριότητες & Event, Αλεξίπτωτο Πλαγιάς, Αναρρίχηση, Golf, Ορειβάσια, Ορειβατικό Σκι, Ορεινή Ποδηλασία, Ορεινό Τρέξιμο)
- 3. Γαστρονομικός Τουρισμός** (Γεύσεις, Ζυθοποιίες, Προϊόντα Βιολογικής Κάνναβης, Προϊόντα Vegetarian και Vegan, Παραδοσιακά Εστιατόρια, Παραδοσιακά Προϊόντα, Ποτοποιίες, Τοπικοί Συνεταρισμοί)
- 4. Γεωτουρισμός** (Γεωπάρκα, Σπήλαια)
- 5. Εκπαιδευτικός Τουρισμός** (Προγράμματα Εκπαιδευτικού και Πολιτιστικού χαρακτήρα, Γνωριμία με την Ελληνική Πολιτιστική Κληρονομιά)
- 6. Θαλάσσιος Τουρισμός** (Αλιευτικός Τουρισμός, Θαλάσσια Παιχνίδια, Θαλάσσια Πάρκα, Καταδυτικός Τουρισμός, Μαρίνες, Τουρισμός Κρουαζιέρας, Σκάφη Αναψυχής)
- 7. Θρησκευτικός και Προσκυνηματικός Τουρισμός** (Εκκλησίες, Μοναστήρια)

World Tourism Expo
wte
ATHENS 1-3 APRIL 2022
PERISTERI EXHIBITION CENTER

**ΔΙΕΘΝΕΣ
FORUM
ΓΙΑ ΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ**

www.worldtourismexpo.gr info@mact.gr 211-0129575 MACT MEDIA GROUP

World Tourism Expo
wte
ATHENS 1-3 APRIL 2022
PERISTERI EXHIBITION CENTER

**Παρουσίαση προορισμών
σε επαγγελματίες τουρισμού & κοινό**

www.worldtourismexpo.gr info@mact.gr 211-0129575 MACT MEDIA GROUP

- 8. Οινοτουρισμός** (Δρόμοι Κρασιού, Κτήματα, Οινοποιεία)
- 9. Πολιτιστικός Τουρισμός** (Αρχαιολογικοί Χώροι, Μνημεία, Μουσεία, Κάστρα, Ιστορικά Μνημεία, Έθιμα και Μουσικά Δρώμενα, Πολιτιστικές εκδηλώσεις, Φεστιβάλ)
- 10. Συνεδριακός Τουρισμός** (Εκθεσιακά Κέντρα, Συνεδριακά Κέντρα)
- 11. Τουρισμός Υγείας** και Ευεξίας (Ιαματικός Τουρισμός, Ιαματικές πηγές, Κέντρα, Ιατρικός Τουρισμός, Θαλασσοθεραπεία, Θεραπευτικά Προγράμματα, Yoga, Spa κλπ.)
- 12. Τουρισμός Υπαίθρου** (Αγροτικός Τουρισμός Αγροτικές Δραστηριότητες που σχετίζονται με την Γεωργία, Κτηνοτροφία, Μελισσοκομία κλπ., Παρατήρηση Οικοσυστήματος) Οικοτουρισμός (Αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και κυρίως θερμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας περιοχές πχ. περιοχές Natura)
- 13. Υπαίθριες Δραστηριότητες** (Αναρρίχηση, Canoe Kayak, Canyoning, Ιππασία,

Kayak ποταμού, Mountain Biking, Ορειβατικοί & Πεζοπορικοί Σύλλογοι, Ποδηλασία, Rafting, Ταξίδια περιπέτειας, Trekking ποταμού, Υπαίθριες Δραστηριότητες)

14. Χειμερινός Τουρισμός & Χιονοδρομικός Τουρισμός (Σκι, Χειμερινά Σπορ, Χιονοδρομικά Κέντρα)

Να τονιστεί πως το City Break, ο Θαλάσσιος Τουρισμός και ο Πολιτιστικός συμπεριλαμβάνονται στα κύρια προϊόντα του ελληνικού τουρισμού που ωστόσο δεν έχουν καταφέρει να κερδίσουν τα ανάλογα μερίδια αγοράς.

Η έκθεση θα είναι χωρισμένη σε τέσσερα section, όπου στο πρώτο θα βρίσκονται οι προορισμοί με φορείς και επιχειρήσεις, στο δεύτερο οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού, στο τρίτο η Γαστρονομία και στο τέταρτο ο Οίνος και τα αποστάγματα.

«Θέλουμε να φέρουμε σε επαφή τον τουρισμό με τα τοπικά προϊόντα που υπάρχουν ανά τη χώρα, αλλά να τα συ-



Οι προοπτικές για τα ταξίδια εν μέσω της Omicron

Η απρόσμενη αύξηση των ακυρώσεων πτήσεων στις διακοπές των Χριστουγέννων συνεχίζεται και το 2022 ως κάτι περισσότερο από ένα εποχιακό γεγονός, με κύρια αιτία την εξάπλωση της νέας παραλλαγής του κορονοϊού, όπως δείχνει έρευνα από το **FinanceBuzz**

Γράφει η **ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΣΤΟΥΜΠΟΥ**

Οι ταξιδιώτες ανησυχούν εξίσου μήπως η παραλλαγή Omicron διαταράξει τα ταξιδιωτικά τους σχέδια ή θα δυσκολεύει τα ταξίδια όπως και για την παραλλαγή Delta.

Αυτό αποκαλύπτει μια νέα έρευνα που ακολούθησε το συναίσθημα των ταξιδιωτών καθ' όλη τη διάρκεια της πανδημίας COVID-19 η οποία διεξήχθη από το FinanceBuzz.

Και το 2022 ο COVID-19 είναι στον «αέρα». Οι αυξήσεις στα πρόσφατα κρούσματα εξακολουθούν να δυσχεραίνουν τα ταξιδιωτικά σχέδια, με τις αεροπορικές εταιρείες να ακυρώνουν πτήσεις, κυρίως λόγω έλλειψης μελών πληρώματος.

Η απρόσμενη αύξηση των ακυρώσεων πτήσεων στις διακοπές (χιλιάδες πτήσεις ακυρώθηκαν παγκοσμίως την παραμονή των Χριστουγέννων και την Πρωτοχρονιά) συνεχίζεται και το 2022 ως κάτι περισσότερο από ένα εποχιακό γεγονός. Και ποιος φταίει; Η Omicron, η τελευταία παραλλαγή του κορονοϊού που σαρώνει σε ολόκληρο τον κόσμο.

Η ανησυχία δεν είναι αβάσιμη, καθώς η νέα παραλλαγή κατέληξε να διαταράξει τα ταξίδια περισσότερο από την Delta. Αυτό διαπιστώνεται από τον τεράστιο αριθμό ακυρώσεων πτήσεων προς διαφορετικούς προορισμούς.

Όπως η Ισπανία και το Χονγκ Κονγκ που επιβάλλουν αυστηρότερες απαιτήσεις εισόδου στις διεθνείς αφίξεις και ακόμη και επιβολή ταξιδιωτικών απαγορεύσεων σε χώρες στη Νότια Αφρική, όπου εντοπίστηκε για πρώτη φορά η παραλλαγή.

Το FinanceBuzz διεξήγαγε τρεις έρευνες σε Αμερικανούς στις 12 Μαΐου 2020, στις 5 Αυγούστου 2021 (ενώ η παραλλαγή Delta ήταν το κυρίαρχο στέλεχος) και στις 12 Ιανουαρίου 2022 (ενώ η παραλλαγή Omicron ήταν το κυρίαρχο στέλεχος).

Στόχος της ήταν να εντοπίσει την αλλαγή στο συναίσθημα των ταξιδιωτών, τις τάσεις, τους φόβους και τις ανησυχίες γύρω από τον COVID-19.

Η παραλλαγή Omicron έχει παρόμοια ποσοστά ανησυχίας με την παραλλαγή Delta, όταν πρόκειται για αλλαγή ή ακύρωση ταξιδιωτικών σχεδίων.

Αυτόν τον Ιανουάριο, διαπιστώθηκε ότι περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες (51%) δηλώνουν ότι έχουν ήδη ακυρώσει ή άλλαξαν σχέδια λόγω της Omicron. Ποσοστό κοντά στο 57% σε σχέση με την Delta.

Το 31% ακύρωσε τα σχέδιά του οριστικά. Αυτό το ποσοστό ήταν ακόμα χαμηλότερο τόσο από το αρχικό ξέσπασμα του COVID-19 όσο και από την παραλλαγή Delta, όταν το 43% και το 35% των ερωτηθέντων αντίστοιχα ανέφεραν ότι ακύρωσαν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια.



Από αυτούς που δήλωσαν ότι είχαν ήδη ακυρώσει ή άλλαξαν σχέδια ταξιδιού (ή περίμεναν να το κάνουν), σχεδόν 1 στους 3 ακύρωσαν ένα οδικό ταξίδι (34%), ακύρωσαν μια κράτηση ξενοδοχείου (32%) ή άλλαξαν τον ταξιδιωτικό προορισμό τους (31%).

Η μεγαλύτερη ανησυχία για τα διεθνή ταξίδια

Η μεγαλύτερη ανησυχία των ταξιδιωτών με τα διεθνή ταξίδια εξακολουθεί να είναι να μην αρρωστήσουν ενώ βρίσκονται στο εξωτερικό. Σχεδόν οι μισοί αναφέρουν ως φόβο το ότι θα πρέπει να τεθούν σε καραντίνα σε άλλη χώρα (41%). Άλλες ανησυχίες για διεθνή ταξίδια περιλαμβάνουν το να κολλήσουν COVID-19 ενώ βρίσκονται στο εξωτερικό και να χρειαστούν ιατρική φροντίδα (34%).

Καθώς και η πιθανότητα ακυρώσεων πτήσεων που θα μπορούσε να καταστρέψει τα ταξιδιωτικά τους σχέδια (34%).

Στις ΗΠΑ η ομοσπονδιακή εντολή μάσκας απαιτεί από τους ταξιδιώτες να τις φορούν στα αεροδρόμια και στα αεροπλάνα. Αλλά αυτό δεν έχει πάει καλά με όλους. Ο αριθμός των απειθαρχων επιβατών που αγωνίζονται ενάντια στις μάσκες έχει αυξηθεί δραματικά.

Ωστόσο, σχεδόν οι μισοί ταξιδιώτες (47%) δήλωσαν ότι θα ήταν «λιγότερο πι-

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Η αύξηση των ταξιδιωτών που αποφάσισαν να περιμένουν και να δουν τι φέρνει το μέλλον της πανδημίας θα μπορούσε να είναι μια ανοδική τάση στο μέλλον, εάν η πανδημία δεν υποχωρήσει φέτος

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

θανό» να πετάξουν εάν λήξει η εντολή της υποχρεωτικής μάσκας.

Το 31% των ερωτηθέντων είτε πως θα ήταν «πολύ λιγότερο πιθανό» να πετάξουν. Αυτή είναι μια αύξηση 8 μονάδων στις «πολύ λιγότερες πιθανότητες» να πετάξουν σε σύγκριση με την απάντηση 23% τον Αύγουστο του 2021, όταν έγινε η ίδια ερώτηση. Όταν ρωτήθηκαν οι ταξιδιώτες εάν έλαβαν υπόψη τους κανόνες κάλυψης και υγειονομικής ασφάλειας από την παν-

δημία μιας συγκεκριμένης περιοχής στην επιλογή προορισμού διακοπών, το 63% είπε ναι. Ποσοστό μειωμένο από το 69% που είπε το ίδιο κατά τη διάρκεια της αύξησης της Delta.

Τι αλλάζει στον προγραμματισμό ταξιδιού

Ο προγραμματισμός ταξιδιού είναι επίσης λίγο διαφορετικός τώρα από ό,τι στο παρελθόν, ακόμη και σε σύγκριση με τις δύο τελευταίες αυξήσεις.

Ενώ οι οριστικές ακυρώσεις είναι λιγότερο συχνές κατά τη διάρκεια της έκρηξης της Omicron, το ένα τέταρτο όλων των ερωτηθέντων ανέφεραν ότι δεν σχεδίαζαν ποτέ κανένα ταξίδι. Ποσοστό αυξημένο κατά 7% από πέρυσι και 1% υψηλότερο ακόμη και από τον Μάιο του 2020, στην αρχή της πανδημίας.

Περίπου το 20% των ερωτηθέντων είπε επίσης ότι δεν θα σκεφτόταν να ταξιδέψει διεθνώς αυτή τη στιγμή. Καθώς τα ταξίδια παραμένουν απρόβλεπτα, οι ταξιδιώτες λαμβάνουν προφυλάξεις.

Όσοι σχεδιάζουν ταξίδια κλίνουν προς επιλογές κράτησης με δυνατότητα επιστροφής χρημάτων (39%), περιμένουν περισσότερο χρόνο για να κάνουν κράτηση για ταξίδια (35%) και είναι πιο πιθανό να αγοράσουν ένα πρόγραμμα ταξιδιωτικής ασφάλισης (25%).

Στην αρχή της πανδημίας, υπήρχαν ελάχιστα συμβόλαια ταξιδιωτικής ασφάλισης που κάλυπταν καταστάσεις που σχετίζονται με τον κορωνοϊό, όπως καραντίνες και άλλα θέματα. Τώρα, μπορούν να αγοράσουν ταξιδιωτική ασφάλιση που περιλαμβάνει κάλυψη για τον COVID-19 (μπορεί να φέρει την ένδειξη «κάλυψη επιδημίας» ή κάτι παρόμοιο).

Το ποσοστό των Αμερικανών που σχεδιάζουν ταξίδια τους επόμενους έξι μήνες έχει αυξηθεί στο 91%. Πρόκειται για μια μεγάλη πλειοψηφία λόγω της μείωσης του αριθμού των κρουσμάτων σε ορισμένες πολιτείες.

Το ένα τρίτο των ερωτηθέντων στην έρευνα λέει ότι η πανδημία θα επηρεάσει σε μεγάλο βαθμό την απόφασή τους να ταξιδέψουν τους επόμενους έξι μήνες. Ποσοστό ένα τρίτο λιγότερο από το ταξιδιωτικό συναίσθημα του Απριλίου του 2020.

Οι τάσεις

Η προσοχή και η προσαρμοστικότητα φαίνεται να είναι οι τάσεις σε όλη την πανδημία. Ωστόσο η αύξηση των ταξιδιωτών που αποφάσισαν να περιμένουν και να δουν τι φέρνει το μέλλον της πανδημίας θα μπορούσε να είναι μια ανοδική τάση στο μέλλον, εάν η πανδημία δεν υποχωρήσει φέτος.

Όταν η φαντασία συναντά την πραγματικότητα

Το Metaverse είναι ένα σύμπαν μετά το πραγματικό, είναι ένα μετασύμπαν. Είναι ένα ψηφιακό δίκτυο εικονικών κόσμων όπου θα ζούμε και θα αλληλεπιδρούμε με άλλους όπως στην πραγματική ζωή

Κάτι υπέροχο και παράξενο γεννιέται στα επιστημονικά εργαστήρια των γιγάντων της ψηφιακής τεχνολογίας σε όλο τον πλανήτη.

Οι μεγαλύτερες εταιρείες τεχνολογίας -και όχι μόνο- προετοιμάζονται ήδη για την είσοδό τους στο



Γράφει ο

**Θοδωρής
Βασιλείου**

metaverse σε μια νέα ψηφιακή διάσταση που είναι βγαλμένη από ταινίες επιστημονικές φαντασίας.

Αν ακούσατε αυτή τη λέξη σε σχέση με τις πρό-

σφατες ανακοινώσεις της Facebook, τότε έχετε καταλάβει πως είναι κάτι που αφορά την online ζωή μας, και πως επίσης υπάρχει ενδιαφέρον από κάποιους να το εκμεταλλευτούν διαφημιστικά.

Αν όμως, το ένστικτό σας λέει ότι έχει να κάνει με το Matrix, τότε και πάλι βρίσκεστε στη σωστή κατεύθυνση.

Το Metaverse είναι ένα σύμπαν μετά το πραγματικό, είναι ένα μετασύμπαν. Είναι ένα ψηφιακό δίκτυο εικονικών κόσμων όπου θα ζούμε και θα αλληλεπιδρούμε με άλλους όπως στην πραγματική ζωή, αλλά δεν είναι απλά ένα βιντεοπαιχνίδι ή ένας ψηφιακός κόσμος. Πρόκειται για τον συγκερασμό όλων των ψηφιακών μας κόσμων σε μια εικονική διάσταση, όπου έχουμε πρόσβαση χάρη στις τεχνολογίες του Internet, της εικονικής και επαυξημένης πραγματικότητας (που πλέον έχουν ωριμάσει), αλλά και των social media, των κρυπτονομισμάτων και του blockchain που επιτρέπουν να δημιουργηθεί αυτή η «άλλη» πραγματικότητα.

Το Metaverse, όπως και οι περισσότεροι εικονικοί κόσμοι, είναι ένας τόπος (place), τον οποίο μπορούμε να επισκεφτούμε, στον οποίο απολαμβάνουμε κάποιες δραστηριότητες και από τον οποίο μπορούμε στη συνέχεια να αποχωρήσουμε και να επιστρέψουμε στον πραγματικό κόσμο. Δεν πρόκειται για εξομοί-



ωση, γιατί δεν είναι απαραίτητο να μιμείται τον πραγματικό κόσμο. Δεν είναι υπηρεσία, δεν είναι ένα μέσο, δεν είναι ένα παιχνίδι. Το Metaverse δεν είναι εξέλιξη της εικονικής πραγματικότητας.

Η είσοδος σε αυτό δεν γίνεται με έξοδο από τον πραγματικό κόσμο και την προέκταση των αισθήσεων μέσω οπτικών, ακουστικών και απτικών πληροφοριών όπως στην εικονική πραγματικότητα, ωστόσο, χάρη σε αυτή, ο συμμετέχων έχει την ευκαιρία να βιώσει κόσμους που δεν υπήρξαν ή δεν θα υπάρξουν ποτέ, που βελτιώνουν και επαυξάνουν τον πραγματικό του κόσμο.

«Είναι ένα μέλλον πέρα από οποιαδήποτε εταιρεία. Είναι ένα μέλλον που θα χτιστεί απ' όλους μας», δήλωσε ο Zuckerberg, σε μια προσπάθεια να δείξει πως το όραμά του ξεπερνά την ίδια του την εταιρεία και ωφελεί το κοινό μας μέλλον. Δεν είναι ο μόνος που στρέφει τις προσπάθειες της εταιρείας του προς

τα εκεί. Και η Microsoft επιδίδεται στην προσπάθεια να δημιουργήσει ένα Metaverse για επιχειρήσεις, έχοντας ήδη πολύτιμη εμπειρία από έναν επιχειρηματικό κόσμο που συνέχισε να λειτουργεί online στην διετή περίοδο συρρίκνωσης των φυσικών παρουσιών μας λόγω του CoViD-19.

Χάρη και σε δικό της λογισμικό έγιναν εφικτές επιχειρηματικές επικοινωνίες και συνεργασίες.

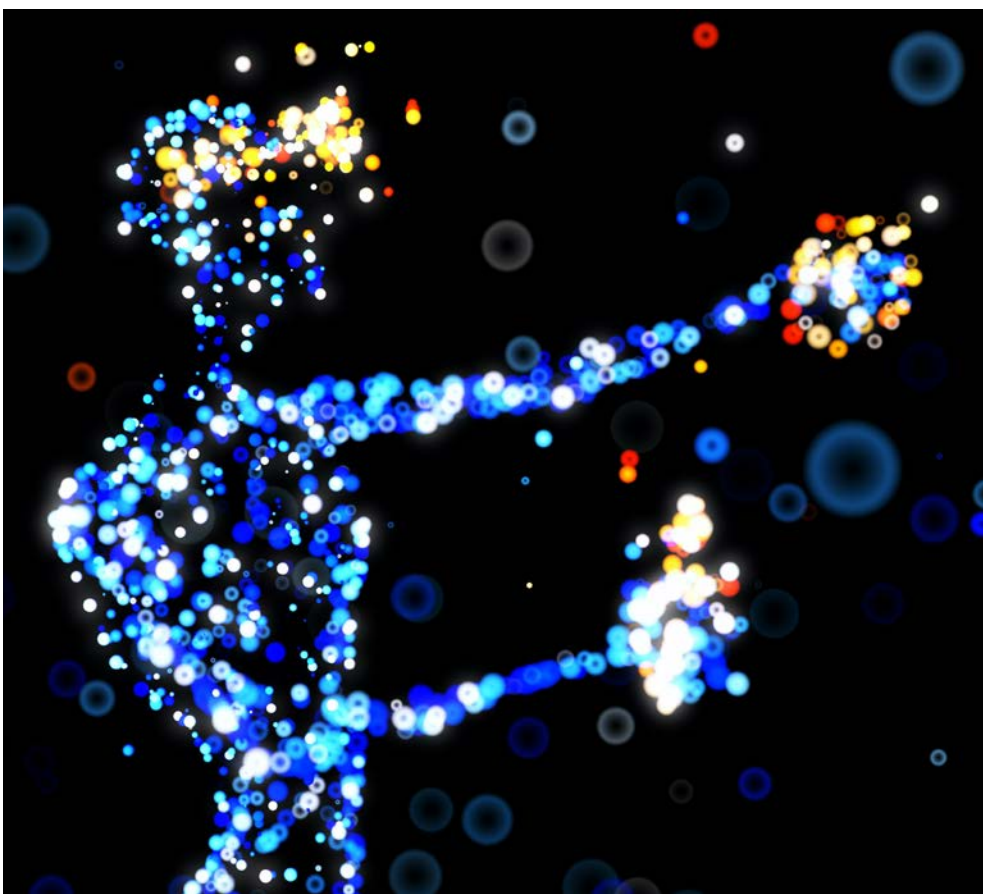
Ο ρόλος του Blockchain και των κρυπτονομισμάτων

Η αλήθεια είναι πως η νέα αυτή κατάσταση δεν θα γίνει ευκολότερα κατανοητή σε πολλούς, ειδικά από τη στιγμή που τεχνολογίες όπως το Blockchain και τα cryptocurrencies μπλέκονται στην υπόθεση. Η συμβολή τους είναι καιρία στο Metaverse, καθώς επιτρέπουν να δημιουργηθεί ένα πλαίσιο οικονομίας σε έναν κόσμο όπου δεν υπάρχουν κανόνες

και αρχές (τράπεζες ή κρατικοί φορείς που να τους διαφυλάσσουν). Με τη χρήση κρυπτονομισμάτων, οι ψηφιακές συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιούνται χωρίς να πρέπει να συνδέονται με προσωπικούς τραπεζικούς λογαριασμούς, ενώ χάρη στο Blockchain είναι δυνατό να διατηρηθεί μια τάξη, ώστε να δημιουργείται ένα αποκεντρωμένο αρχείο, όπου βρίσκονται οι αποδείξεις κάθε συναλλαγής.

Χάρη στα NFTs, εταιρείες και δημιουργοί διαθέτουν αγαθά που υπάρχουν και μπορούν να αποκτηθούν μόνο ψηφιακά. Ήδη μεγάλες εταιρείες έχουν αρχίσει να μπαίνουν στο Metaverse, κυρίως αυτές που είχαν πειραματιστεί και με άλλους ψηφιακούς κόσμους, όπως το Minecraft και το Fortnite. Μέχρι τα μέσα του 2021 η αξία των συναλλαγών NFTs είχε ξεπεράσει τα 2,5 δισεκατομμύρια δολάρια.

Το NFT ορίζεται χοντρικά ως ένα ψηφιακό περιουσιακό στοιχείο που διασφαλί-



ζεται η μοναδικότητα του (φωτογραφία, βίντεο, ήχος GIF, κείμενο, σχεδόν οτιδήποτε μπορεί να αποθηκευτεί και να αποθηκευτεί σε ψηφιακή μορφή). Στην ουσία είναι ένα πιστοποιητικό σε ηλεκτρονική μορφή που αποδεικνύει την αυθεντικότητα του ηλεκτρονικού αντικειμένου. Είτε αυτό είναι ένα τραγούδι, ένα έργο video-art, ένα meme, μία φάση από αγώνα μπάσκετ, μία συλλεκτική ή μη κάρτα, και πάει λέγοντας...

Τον όρο Metaverse τον οφείλουμε, όπως και πολλές άλλες λέξεις, έννοιες, ιδέες και - ενίοτε δυστοπικές - προβλέψεις για το μέλλον, στη λογοτεχνία επιστημονικής φαντασίας των '80s και '90s, και πιο συγκεκριμένα στο αγαπημένο για τους φανατικούς της τεχνολογίας είδος του κυβερνοπάνκ (cyberpunk). Την εποχή που ο προσωπικός υπολογιστής είχε ήδη μπει στα περισσότερα σπίτια, τα πιο ζωηρά μυαλά άρχισαν να φαντάζονται κόσμους όπου άνθρωπος και τεχνολογία

Με τη χρήση κρυπτονομισμάτων, οι ψηφιακές συναλλαγές μπορούν να πραγματοποιούνται χωρίς να πρέπει να συνδέονται με προσωπικούς τραπεζικούς λογαριασμούς, ενώ χάρη στο Blockchain είναι δυνατό να διατηρηθεί μια τάξη

θα βρίσκονταν είτε σε μια διαρκή διαμάχη είτε θα χάνονταν η μία έννοια μέσα στην άλλη.

Στο μυθιστόρημα Snow Crash (1992) του Neal Stephenson συναντάμε για πρώτη

φορά τη λέξη Metaverse. Χρησιμοποιείται για να περιγράψει έναν παράλληλο κόσμο, όπου οι άνθρωποι αλληλεπιδρούν μεταξύ τους καθώς και με τεχνητές οντότητες δημιουργημένες από υπολογιστή, σε έναν τρισδιάστατο εικονικό κόσμο, με τη μορφή avatars.

«Το Metaverse δεν έχει πλήκτρο on/off, είναι ένας κόσμος που συνεχίζει να υπάρχει και να λειτουργεί διαρκώς, ακόμη κι όταν εμείς δεν είμαστε συνδεδεμένοι σε αυτόν.»

Η βασική διαφορά του Metaverse από αυτό που μέχρι σήμερα αντιλαμβανόμαστε ως εικονικό κόσμο είναι πως "διασταυρώνεται" σε πολύ μεγαλύτερο βαθμό με την πραγματική, υλική διάσταση της ζωής μας.

Ή για να το πούμε με πιο απλά λόγια «είναι ένα μαγικό Zoom meeting με όλα τα παιγνιώδη χαρακτηριστικά του Animal Crossing» (Το Animal Crossing είναι ένα δωρεάν παιχνίδι κοινωνικής προσμοί-

ωσης για κινητά του έτους 2017).

Και το ερώτημα που δημιουργείται είναι: **Αυτό θα είναι** το μέλλον μας ή μήπως είναι άλλη μια μόδα που θα περάσει;

Ο ιδρυτής της Facebook ποντάρει στο πρώτο ενδεχόμενο. Τόσο πολύ μάλιστα, που αποφάσισε πως η εταιρεία του πρέπει να αλλάξει όνομα για να προετοιμαστεί για τη νέα εποχή του Metaverse. Τους τελευταίους μήνες η εταιρεία του παρουσίασε μια έκδοση εικονικών αιθουσών συνεδριάσεων (Horizon Workrooms), ανακοίνωσε τη συνεργασία με τη Ray-Ban για την παραγωγή γυαλιών ηλίου επαυξημένης πραγματικότητας, και τέλος αποκάλυψε ότι πλέον αλλάζει το όνομά της σε Meta και θα ενισχύσει το ανθρώπινο δυναμικό της στην Ευρώπη με 10.000 επιπλέον εργαζόμενους, με σκοπό την ανάπτυξη του Metaverse.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Metaverse και τουρισμός

Ο λόγος για τις τάσεις που διαμορφώνονται από τις προτιμήσεις των τουριστών και φυσικά από τις πρωτοπόρες τουριστικές επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται σχεδόν άμεσα, επενδύοντας στην τεχνολογική υποδομή



Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

Η εωρήστε όσα είπαμε μέχρι τώρα σαν μία μακροσκελή εισαγωγή με πολλούς ορισμούς για ευκολότερη κατανόηση.

Και ως επιστρέφουμε στον κόσμο του τουρισμού προκειμένου να δούμε αν θα ενσωματώσει και πό-

σο γρήγορα θα το κάνει αυτό, την εισαγωγή δηλαδή αυτών των τεχνολογιών του metaverse στον πραγματικό κόσμο των ανθρωπινων διακοπών ή και στην προβολή και προσέλκυση των τουριστών.

Δεν θα κάνουμε καμία μελλοντολογική πρόβλεψη.

Θα εξερευνήσουμε μόνο ήδη υπάρχουσες τεχνολογίες και την ταχύτητα ενσωμάτωσής τους στο τουριστικό σύστημα

και έτσι θα μπορέσουμε να αντλήσουμε συμπεράσματα για το μέλλον.

Ο λόγος λοιπόν για τις τάσεις που διαμορφώνονται από τις προτιμήσεις των τουριστών και φυσικά από τις πρωτοπόρες τουριστικές επιχειρήσεις που ανταποκρίνονται σχεδόν άμεσα, επενδύοντας στην τεχνολογική υποδομή που καθιστά εφικτές αυτές τις τάσεις.

• **Οι ανέπαφες τεχνολογίες**, θα είναι κυρίαρχες για τα ξενοδοχεία το 2022 **Αναμένεται να αυξηθεί** ο ρόλος της τεχνολογίας στα ταξίδια. Από τα ψηφιακά διαβατήρια εμβολίων έως τις ταξιδιωτικές ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο, οι τεχνολογικές λύσεις θα διαδραματίσουν κεντρικό ρόλο στην ενημέρωση του κοινού και στην παροχή καθοδήγησης σε όλες τις ταξιδιωτικές αποφάσεις. Οι ταξιδιωτικές εταιρείες έχουν υιοθετήσει καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις για να κρατούν τους ταξιδιώτες ασφαλείς και να παρέχουν άμεση πρόσβαση σε βοήθεια και πληροφορίες. Το ανέπα-

φο check-in και επιβίβαση, η δυνατότητα παραγγελίας φαγητού ή υπηρεσιών μέσω εφαρμογής ή η υποστήριξη θυρωρού μέσω Whatsapp ή συνομιλίας είναι όλες οι λύσεις που παρέχουν επιπλέον ηρεμία σε έναν ταξιδιώτη.

Η Hyatt κυκλοφόρησε πρόσφατα μια εμπειρία ψηφιακού κλειδιού σε iPhone και Apple Watch για να ξεκλειδώνει τα δωμάτια του ξενοδοχείου πιο άνετα.

• **Εξατομικευμένη**, συνεχής, διαδραστική, πληροφόρηση από την αρχή έως το τέλος του ταξιδιού

Οι ταξιδιώτες θα αναζητούν καθοδήγηση από ειδικούς για κάθε πτυχή του ταξιδιού τους. Ενώ τα προηγούμενα χρόνια ο προγραμματισμός του ταξιδιού μπορεί να γινόταν μέσω ιστοτόπων κριτικών ή ελαφριάς περιήγησης στον ιστό, τώρα υπάρχουν ανάγκες για πολύπλευρη ενημέρωση. Για παράδειγμα, πώς προχώρησαν οι διανομές εμβολίων σε αυτόν τον προορισμό; Υπάρχουν εντολές για εστιατόρια ή θέατρα; Για

πολλούς ταξιδιώτες, η δημιουργία ημερήσιων δρομολογίων είναι πλέον μια πολύ πιο σύνθετη και δυσεπίλυτη διαδικασία.

Οι ταξιδιωτικές εταιρείες μπορούν να ανταποκριθούν σε αυτήν την ανάγκη. Από τα πρωτόκολλα υγείας ανά αξιοθέατο έως τις πληροφορίες σχετικά με το πού και πότε να αποφεύγουν τα πλήθη, οι ταξιδιώτες θα επενδύσουν διαμέσου της επιλογής στην επιπλέον φροντίδα στον προγραμματισμό του ταξιδιού τους και θα περιμένουν εξατομικευμένη υποστήριξη από τα ταξιδιωτικά πρακτορεία και τα καταλύματα στα οποία διαμένουν κατά την διάρκεια του ταξιδιού τους.

• **Αναμένουμε επίσης** να δούμε τις τεχνολογίες AR/VR να αυξάνουν τη σημασία τους

Εφαρμογές όπως οι εικονικές περιηγήσεις σε σουίτες θέρετρου, καμπίνες αεροσκαφών, μουσεία και αξιοθέατα, θα βοηθούν τους ταξιδιώτες να ερευνήσουν



έναν προορισμό πιο διεξοδικά, παρέχοντας εμπιστοσύνη στον προγραμματισμό του ταξιδιού.

Για μια ταξιδιωτική εταιρεία, αυτό μπορεί να μοιάζει με επανεξέταση ταξιδιωτικού μάρκετινγκ και ψηφιακών στρατηγικών, ενσωμάτωση περιεχομένου υπερτοπικού προορισμού σε εφαρμογές, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιστότοπους και παροχή έγκυρων πληροφοριών για την ασφάλεια των ταξιδιωτών και των αγαπημένων τους. Οι εταιρείες τουρισμού δεν παρέχουν πλέον απλώς μια προταση διαδρομής από το σημείο Α στο σημείο Β, αλλά καθίσταται βιβλιοθήκες γνώσης, σοφίας και υποστήριξης σε όλη την πορεία.

Έτσι οι επισκέπτες θα μπορούν να οραματιστούν τη διαμονή χάρη στην εικονική πραγματικότητα.

Όλο και περισσότερο, τα ξενοδοχεία και τα θέρετρα θα χρησιμοποιούν VR για να δημιουργήσουν εικονικές περιηγήσεις στις σουίτες και τις ανέσεις τους, όπως αυτό το παράδειγμα του ξενοδοχείου Atlantis του Ντουμπάι (σχετικός σύνδεσμος <https://youtu.be/qAySitA9fYU>).

Εκτός από το να ζωντανεύουν την αισθητική ενός ξενοδοχείου, αυτές οι τεχνολογίες μπορούν επίσης να παρέχουν εμπιστοσύνη στις κρατήσεις.

Θα πρέπει να καθιστούν διαθέσιμες πληροφορίες π.χ. εάν υπάρχουν μονοπάτια πεζοπορίας ή άλλοι υπαίθριοι χώροι για κοινωνικά αποστασιοποιημένες δραστηριότητες.

Είναι πλέον αναγκαία η ενσωμάτωση AR/VR περιεχομένου στην προβολή ενός ξενοδοχείου βοηθηθεί ένας ταξιδιώτης να οπτικοποιήσει και να χαρτογραφήσει τις διακοπές του.

Αυτό φυσικά και θα αυξήσει την πιθανότητα μιας κράτησης.

• ed-ventures

Πρόκειται για το συνδυασμό εκπαίδευσης και διακοπών για τα μικρότερα μέλη

Θα μπορούσαμε να πούμε πως το Metaverse είναι το επόμενο στάδιο του mobile Internet, το οποίο δεν θα το χρησιμοποιούμε απλά μέσω των συσκευών μας, αλλά θα βιώνουμε εμπειρίες μέσα σε αυτό

της οικογένειας. Ενώ οι ενήλικες μπορεί να χρειαστεί να εργαστούν από απόσταση ή να παρακολουθήσουν εικονικές διασκέψεις και συναντήσεις, τα παιδιά τους μπορεί να κάνουν εργαστήρια και να μαθαίνουν παίζοντας. Θα είναι μια νέα τάση για τα επόμενα χρόνια και τα ξενοδοχεία πρέπει να ετοιμαστούν τεχνολογικά ώστε να το προσφέρουν.

• Τηλεργασία και διακοπές

Η τηλεργασία παραμένει μια σταθερή τάση συνδυασμού εργασίας και διακοπών. Ήρθε για να μείνει και επιβάλλει προσαρμογές στον τύπο και τις παροχές φιλοξενίας.

Η Hyatt π.χ. είναι μια σημαντική φίρμα που αγκαλιάζει αυτόν τον νέο τρόπο ταξιδιού. Το πρόγραμμα Work from Hyatt τους προσφέρει διάφορα πακέτα για απομακρυσμένους εργαζόμενους, από ημερήσιες κάρτες έως παρατεταμένες διαμονές. Οι εργαζόμενοι μπορούν να κάνουν κράτηση για ένα δωμάτιο στο Hyatt ως γραφείο για την ημέρα, μαζί με εκπλώσεις για φαγητό και πρόσβαση σε ανέσεις. Το μακροπρόθεσμο πρόγραμμα της Hyatt είναι για διαμονές 29+ διανυκτερεύσεων και περιλαμβάνει υποστήριξη πληροφορικής και πρόσβαση στην

αίθουσα συνεδριάσεων του ξενοδοχείου. Και φυσικά, δυνατό wifi!

• Διαφήμιση

Ένας γενναίος νέος διαφημιστικός κόσμος γεννιέται. Ο Zuckerberg δεν είναι ο μόνος που πιστεύει πως το Metaverse θα είναι ο νέος καμβάς για τις διαφημίσεις μετά τα social media, έστω κι αν κανείς άλλος δεν επενδύει αυτή τη στιγμή σε αυτό 10 δισεκατομμύρια δολάρια, όπως ο ίδιος και η εταιρεία του. Όμως, όταν μία ψηφιακή τσάντα Gucci πωλείται για πάνω από 4.000 δολάρια στο Roblox (Διαδικτυακή πλατφόρμα εικονικού κόσμου, το Roblox έχει πάνω από 100 εκατομμύρια ενεργούς χρήστες μηνιαίως), είναι φανερό πως κάτι συμβαίνει εδώ. Μπορεί αυτή τη στιγμή να παραξενεύετε διαβάζοντας κάτι τέτοιο, αλλά το Metaverse στοχεύει ακριβώς σε αυτό το κοινό που δεν χρησιμοποιεί το Facebook, δηλαδή την επονομαζόμενη Gen Z, τη γενιά που είναι εξαιρετικά δύσκολο να προσελκύσει η βιομηχανία της διαφήμισης μέσω παραδοσιακών καναλιών. Σύμφωνα με μια έρευνα της Wunderman Thompson, 65% των millennials και 64% των Gen Z προτιμούν να ψωνίζουν online απ' ότι σε φυσικά καταστήματα (54% και 52% αντίστοιχα).

Το 2019 η Nike είχε αποκτήσει δίπλωμα ευρεσιτεχνίας για ένα ψηφιακό sneaker που θα μπορούσε να πουληθεί με τη βοήθεια του Blockchain. Είναι από τις πρώτες εταιρείες που θα μπορούν να πουλήσουν ψηφιακά αγαθά στο Metaverse της Meta. Φανταστείτε λοιπόν για την αξία ενός ψηφιακού κλειδιού πασπαρτού που θα ανοίγει δωμάτια σε ξενοδοχεία στο metaverse και ο κάτοχος του θα έχει ειδικές εκπλώσεις και στον πραγματικό κόσμο.

Τι μπορεί τελικά να μας προσφέρει το Metaverse;

Η εύκολη και προφανής απάντηση είναι μια βελτίωση της καθημερινότητας. Σε

ένα επόμενο επίπεδο, θα μπορούσαμε να πούμε πως είναι το επόμενο στάδιο του mobile Internet, το οποίο δεν θα το χρησιμοποιούμε απλά μέσω των συσκευών μας, αλλά θα βιώνουμε εμπειρίες μέσα σε αυτό. Θα είναι επίσης ένα νέο πεδίο για εξερεύνηση στην εκπαίδευση, την έρευνα, την ψυχαγωγία αλλά και στις επιχειρήσεις και τον τουρισμό, που θα ανοίξει νέους ορίζοντες για πειραματισμό, αύξηση αποτελεσματικότητας, παραγωγικότητας και κερδοφορίας. Επιπλέον, θα είναι ένας συμπεριληπτικός κόσμος, όπου οι περιορισμοί του φυσικού μας σώματος δεν θα γίνονται εμπόδια (αρκεί, φυσικά, να υπάρχει πρόσβαση στην τεχνολογία...).

Και, ποιος ξέρει, ίσως το Metaverse να αποτελέσει τελικά την αναβίωση της δημόσιας σφαίρας όπως την περιέγραψε ο γερμανός φιλόσοφος Jürgen Habermas, όπου ενεργοί πολίτες ανταλλάσσουν απόψεις απαλλαγμένοι από ονόματα και γεωγραφικά σύνορα – προϋποθέσεις για τη δημιουργία ανώτερων μορφών ύπαρξης και κοινωνικής οργάνωσης.

Δυστυχώς έως τώρα, σε κάθε ιστορία επιστημονικής φαντασίας όπου περιγράφονται εικονικοί κόσμοι, η διαβίωση είναι ζοφερή και εφιαλτική.

Ας ελπίσουμε ότι το Metaverse θα έρθει στη ζωή μας πολύ συντομότερα και θα είναι πολύ καλύτερο από τα δυστοπικά σενάρια που φαντάστηκε κάθε δημιουργικό μυαλό της λογοτεχνίας και της επιστήμης μέχρι σήμερα.

Και πως δεν θα είναι ένα μέσο απόδρασης από τον πραγματικό κόσμο, αλλά μια καλύτερη εμπειρία της πραγματικότητας.

Πηγές:

- unwtο
- Smartvel
- forbes
- 2045.gr
- Βικιπαίδεια

Πειθώ: Μια σπουδαία επικοινωνιακή δεξιότητα

Η πειθώ θεωρείται μια από τις σημαντικότερες δεξιότητες που μπορεί κάποιος στέλεχος να κατέχει και να την χρησιμοποιεί προκειμένου να επιτυγχάνει τους στόχους του σχεδόν σε όλους τους τομείς της ζωής του

Στην επικοινωνία με τους άλλους ανθρώπους συχνά προσπαθούμε να μεταδώσουμε πληροφορίες, να ερμηνεύσουμε ένα φαινόμενο/γεγονός, να αναλύσουμε μια έννοια, να υποστηρίξουμε μια



Γράφει ο

**Μιχάλης
Μάρκου**

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

άποψη και τελικά, ορισμένες φορές, να πείσουμε το δέκτη ότι οι απόψεις μας είναι οι σωστές, ώστε να τις υιοθετήσει ή και να ενεργήσει σύμφωνα με αυτές. Ο όρος «πειθώ» περιγράφει τη λογική ικανό-

τητα να θεμελιώνουμε τις απόψεις μας, ώστε να επηρεάζουμε τη συμπεριφορά των άλλων σύμφωνα με τις επιδιώξεις μας. Είναι η προσπάθεια να διαμορφώσουμε, να ενισχύσουμε ή να αλλάξουμε τα συναισθήματα, τις σκέψεις και τη συμπεριφορά ενός ανθρώπου ή μιας κοινωνικής ομάδας σχετικά με ένα θέμα, ένα πρόσωπο, ένα αντικείμενο ή μια δραστηριότητα.

Η πειθώ είναι μια κρίσιμη δεξιότητα που συμβάλλει στη διάκριση του ατόμου στον επαγγελματικό και κοινωνικό του περιβάλλον ενώ μπορεί να οδηγήσει σε πετυχημένες συμφωνίες, να αυξήσει τις πωλήσεις, να προωθήσει ιδέες, να κινητοποιήσει ανθρώπους και να καλλιεργήσει αλλαγές. Η πειθώ είναι μια καλλιεργήσιμη δεξιότητα που συνδέεται με τη δυναμική του ανθρώπινου λόγου και τη ρητορική. Ως εκ τούτου, βασικός παράγοντας στη διαδικασία της πειθούς είναι η ικανότητα ενός προσώπου να χρησιμοποιεί κατάλληλα τον λόγο (γραπτό ή προφορικό) και αποτελεσματικά την επικοινωνία.

Οι συνηθέστεροι τρόποι πειθούς είναι: η επίκληση στη λογική, η επίκληση στο συναίσθημα, η επίκληση στην αυθεντία και η επίκληση στο ήθος του δέκτη ή του πομπού. Πιο συγκεκριμένα, με την επίκληση στη λογική επιχειρείται να



προβληματιστεί ο δέκτης, να πεισθεί λογικά, ούτως ώστε να κινητοποιηθεί να αναλάβει δράση ή να αλλάξει τρόπο ζωής. Και αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση επιχειρημάτων ή/και τεκμηρίων. Με την επίκληση στο συναίσθημα επιχειρείται να ευαισθητοποιηθεί ο δέκτης για το θέμα που τίθεται, να βιώσει συναισθήματα ενοχής, ντροπής, φόβου, δυσπιστίας, απογοήτευσης/χαράς, ικανοποίησης, θάρρους, εμπιστοσύνης, ενθουσιασμού, κτλ., ούτως ώστε να ανησυχήσει, να προβληματιστεί και να κινητοποιηθεί. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση συγκινησιακού μεταφορικού λόγου στην περιγραφή ή την αφήγηση. Μπορεί επίσης να χρησιμοποιηθεί το ρητορικό ερώτημα, το οποίο κεντρίζει το συναισθηματικό κόσμο του δέκτη. Με την επίκληση

στην αυθεντία επιχειρείται να τεκμηριωθεί η αξιοπιστία των απόψεων του πομπού, να ενισχυθεί η επιχειρηματολογία του, να φωτιστεί ένα δυσερμήνευτο ζήτημα μέσα από τη σοφία μιας προσωπικότητας ή μιας καταξιωμένης κοινωνικής ομάδας (π.χ. επιστημονική αυθεντία) ή ακόμη και μέσα από τη λαϊκή σοφία. Με την επίκληση στο ήθος του πομπού επιχειρείται να κερδηθεί η εμπιστοσύνη στο πρόσωπο του πομπού, ώστε οι θέσεις/εισηγήσεις του να γίνουν αποδεκτές. Αυτό επιτυγχάνεται με λανθάνοντα αξιολογικό χαρακτηρισμό, ώστε ο πομπός να ταυτιστεί με ένα θετικό πρότυπο συμπεριφοράς και να αποκτήσει κύρος. Με την επίκληση στο ήθος του δέκτη επιχειρείται να αισθανθεί ο δέκτης την ευθύνη απέναντι σε

όσα του προβάλλονται και να αποδεχτεί τις απόψεις/εισηγήσεις του πομπού. Αυτό επιτυγχάνεται με άμεσο ή έμμεσο (λανθάνοντα) αξιολογικό χαρακτηρισμό, ο οποίος ανάγει το δέκτη σε ξεχωριστή προσωπικότητα, ηθικά και κοινωνικά αποδεκτή, ώστε να τον ταυτίσει με ένα θετικό πρότυπο συμπεριφοράς και να τον ωθήσει να προσπαθήσει να το αποδείξει με τη στάση του. Τέλος, με την επίθεση στο ήθος του αντιπάλου επιχειρείται να αντικρουστούν τα αντίθετα επιχειρήματα που (τυχόν) προβάλλονται, με την καταρράκωση του κύρους αυτού που τα αντιπροσωπεύει.

Ειδικότερα, η πειθώ, ως λογικός τρόπος επικοινωνίας, σχετίζεται τόσο με τη σκέψη όσο και με την έκφραση και επικαλείται τη λογική και το συναίσθημα.



Το πρώτο και βασικό στοιχείο ενός στελέχους με πειθώ είναι η δημιουργία σύνδεσης του πομπού με τον συνομιλητή του. Ο σεβασμός και η συμπάθεια χαμηλώνουν τις άμυνες του συνομιλητή-δέκτη και τον καθιστούν πιο δεκτικό σε προτάσεις ή απόψεις του ομιλητή-πομπού. Ο «πειστικός άνθρωπος» δε διαφωνεί, παρά μόνο με αποδείξεις προσπαθεί να αλλάξει τις πεποιθήσεις ενός άλλου ανθρώπου. Τέλος, ο ομιλητής για να επιτύχει την πειθώ πέρα από την εκφορά ενός άρτιου λόγου θα πρέπει να συμπεριλάβει στην ομιλία του και τις κατάλληλες κινήσεις προσδίδοντας έτσι «χρώμα» στον λόγο του, τονίζοντας τα σημαντικά του σημεία. Για να αλλάξει η άποψη κάποιου, χρειάζεται ο πομπός να καλλιεργήσει το αίσθημα της ενσυναίσθησης, ώστε να αναπτυχθεί η ισότητα και να ελαττωθεί η άμυνα του δέκτη. Με αυτόν τον τρόπο, δίνεται η ευκαιρία ανάδειξης της ικανότητας της πειθούς, ώστε να επιτευχθούν οι επιδιώξεις του πομπού.

O Cialdini (1984) ανέφερε για πρώτη φορά τις «6 Βασικές Αρχές της Πειθούς», που συμβάλλουν στον επηρεασμό της συμπεριφοράς των άλλων ανθρώπων σύμφωνα με τις επιδιώξεις μας. Οι αρχές αυτές είναι: 1) η αρχή της ανταπόδοσης/αμοιβαιότητας, 2) η αρχή της σπανιότητας, 3) η αρχή της αυθεντίας, 4) η αρχή της συνέπειας, 5) η αρ-

Οι συνηθέστεροι τρόποι πειθούς είναι: η επίκληση στη λογική, η επίκληση στο συναίσθημα, η επίκληση στην αυθεντία και η επίκληση στο ήθος του δέκτη ή του πομπού

χή της συμπάθειας/ελκυστικότητας και 6) η αρχή της ομοφωνίας ή της κοινωνικής αποδοχής. Η 1η αρχή (αμοιβαιότητα) αναφέρεται στην δυναμική της ανταπόδοσης, η οποία λειτουργεί σε πολλαπλά επίπεδα. Οι άνθρωποι γενικότερα έχουν την ανάγκη να ανταποδώσουν κάτι σε κάποιον που τους παρείχε ένα προϊόν, μια υπηρεσία ή μια πληροφορία. Όταν προηγείται επομένως κάτι θετικό, είναι πιο πιθανό κάποιος να επηρεαστεί, να αισθανθεί ευνοια ή την ανάγκη να ευχαριστήσει τον δότη. Η 2η αρχή (σπανιότητα), αναφέρεται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι έχουν την τάση να ζητούν περισσότερο προϊόντα/υπηρεσίες που πιστεύουν ότι είναι σε έλλειψη ή είναι σπάνια. Με βάζοντας αυτή την αρχή, για να ενισχυθεί το

ενδιαφέρον για ένα προϊόν ή μία υπηρεσία, ίσως χρειάζεται να επισημανθεί η μείωση της διαθεσιμότητας τους ή τουλάχιστον να προκύψει μία αίσθηση έλλειψης τους. Είναι πιο πιθανό, για παράδειγμα, να προβεί κάποιος σε αγορά, εάν ενημερωθεί ότι το συγκεκριμένο προϊόν είναι το «τελευταίο κομμάτι» ή ότι θα παραμείνει διαθέσιμο σε τιμή προσφοράς για μικρό χρονικό διάστημα. Η 3η αρχή (αυθεντία) αναφέρεται στο γεγονός ότι οι άνθρωποι επηρεάζονται πιο εύκολα από έναν αξιόπιστο ειδικό σε ένα συγκεκριμένο θέμα. Αυτό συμβαίνει εν μέρει επειδή η εξουσία και η αξιοπιστία κρίνονται ως τα βασικά δομικά στοιχεία της εμπιστοσύνης. Γι' αυτό και πρόσωπα αναφοράς (αυθεντίες) γίνονται συνήθως το επίκεντρο σε μεγάλες καμπάνιες, όπως έχει γίνει σε πολλές χώρες, με την πρόσφατη υγειονομική πανδημία (covid 19). Η 4η αρχή (συνέπεια) αναφέρεται στο ότι οι άνθρωποι προσπαθούν να είναι συνεπείς με τους εαυτούς τους, τις πεποιθήσεις και τις συμπεριφορές τους. Αν κάποιος για παράδειγμα θεωρεί τον εαυτό του συνεργάσιμο, είναι πιο πιθανό να ενεργήσει σε συνέπεια με αυτήν την ταυτότητα ρόλου στο μέλλον. Στον εργασιακό χώρο αυτό σημαίνει ότι μπορεί κάποιος να πείσει πιο εύκολα έναν συνάδελφό του να του κάνει μια μεγάλη εξυπηρέτηση, όταν σε πρότερο χρό-

νο τον έχει πείσει να κάνει μικρότερα πράγματα για εκείνον. Η 5η αρχή (συμπάθειας/ελκυστικότητας) σημαίνει ότι οι άνθρωποι είναι πολύ πιο πιθανό να επηρεαστούν και να πειστούν από εκείνους που τους μοιάζουν, είναι φιλόφρονες ή συνεργάζονται καλά μαζί τους. Σχετίζεται με το γεγονός ότι οι πιο ελκυστικοί άνθρωποι έχουν φυσικά μεγαλύτερη ικανότητα πειθούς και συνδέονται ασυνείδητα με άλλες θετικές αξίες όπως η ειλικρίνεια και η επιτυχία. Τέλος, η 6η αρχή (ομοφωνίας/κοινωνική αποδοχή), αναφέρεται στο ότι οι άνθρωποι τείνουν να κάνουν επιλογές που φαίνονται δημοφιλείς και σε συνάφεια με τους κανόνες των κοινωνικών ομάδων. Αυτή η αρχή δηλώνει ότι οι άνθρωποι τείνουν να ενταχθούν στην πλειοψηφία. Εάν πολλοί πιστεύουν ότι κάτι είναι σωστό, οι άλλοι θα τείνουν να πιστεύουν το ίδιο. Και αντίστροφα. Εάν η πλειοψηφία πιστεύει ότι κάτι είναι λάθος, προοδευτικά πολλοί περισσότεροι θα το θεωρούν ότι είναι.

En κατακλείδι, η τέχνη της πειθούς, από την αρχαιότητα έως και σήμερα, λειτουργεί ως μέσο ισχυρό για την επίτευξη ενός στόχου ή την αντιμετώπιση μιας κατάστασης. Η πειθώ θεωρείται μια από τις σημαντικότερες δεξιότητες που μπορεί κάποιος στέλεχος να κατέχει και να την χρησιμοποιεί προκειμένου να επιτυγχάνει τους στόχους του σχεδόν σε όλους τους τομείς της ζωής του. Σύμφωνα με τον Αριστοτέλη, η τέχνη της πειθούς μπορεί να διδαχθεί. Συνεπώς, μέσω της σωστής εκπαίδευσης και εξάσκησης, τα στελέχη μπορούν να βελτιώσουν τις τεχνικές πειθούς που χρησιμοποιούν και να μεγαλώσουν την επιρροή τους. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα, να μπορούν να επικοινωνούν (γραφτά και προφορικά) πειστικά τις θέσεις τους, να μπορούν να πουλάνε αποτελεσματικότερα, να κάνουν συμφερότερες αγορές, να μπορούν να διαπραγματεύονται αποτελεσματικότερα, να προωθούν τις ιδέες τους, και να υλοποιούν τις αλλαγές που υποστηρίζουν. Επιπλέον, θα μπορούν να κάνουν τους άλλους να υιοθετήσουν τη ίδια γνώμη με τη δική τους, θα προωθούν τη συνεργατική επίλυση διαφορών, ενώ θα ενθαρρύνουν τους συνομιλητές τους να αναλάβουν δράση χωρίς εξαναγκασμούς και απειλές. Επιπλέον, οι προτάσεις, οι υποδείξεις, και οι παρουσιάσεις τους θα μπορούν να επηρεάζουν συμπεριφορές άλλων ατόμων σε επαγγελματικό και προσωπικό επίπεδο. Η τέχνη της πειθούς είναι μια ικανότητα που προσδίδει στον κάτοχό της δύναμη να επηρεάζει, να επιβάλλει και να προωθεί τις επιδιώξεις του και αποτελεί ένα εξαιρετικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα σε όποιον το κατέχει.



Όσο η ανθρωπότητα υπάρχει, η μουσική θα είναι μέρος της



Γεύσεις
Ελλάδας

Συνέντευξη στην

Lena

Kyriopoulos

Journalist & Poet

Ο κάθε άνθρωπος σήμερα, έχει πολλές δυνατότητες να έχει την μουσική κοντά του. Αλλά και σε περιόδους όπου η πρόσβαση σε αυτόν τον ήχο ήταν δύσκολη, οι άνθρωποι αναζητούσαν κάθε τρόπο να έρθουν κοντά σε αυτό το θείο δώρο που μέσω της ακοής δημιουργεί υπερβατικά συναισθήματα

Γνώρισα το Μιχαήλ Άγγελο Νιάρχο κατά τη διάρκεια μιας πολιτιστικής εκδήλωσης στο παλιό κτήριο της Βουλής. Με συγκλόνησε ο τρόπος που κρατούσε την κιθάρα. Όταν συναντηθήκαμε διαζώσης, συνειδητοποίησα ότι οι μουσικοί είναι άκρως ξεχωριστά όντα για τη «συναισθηματική πανοπλία» που φέρουν και μας προσφέρουν απλόχερα! Πανέμορφος στην όψη, απόλυτα δοσμένος στη «Μω»... την αρχαία λέξη, όπου ξεπροβάλλει ανά τους αιώνες η μουσική, η μούσα, η μύηση. Θα κάνουμε ένα λεκτικό περίπατο και είμαι σίγουρη ότι θα μας απασχολήσει ιδιαίτερα έντονα στο μέλλον, γιατί πολύ απλά του ανήκει!

- Καλησπέρα Άγγελε και καλώς ήρθες στις γεύσεις Ελλάδας! Γιατί είναι σημαντική η μουσική γενικότερα καθ' όλη τη διαδρομή της ανθρωπότητας;

Καλησπέρα Λένα και σε ευχαριστώ για το λεκτικό περίπατο. Η ιστορία έχει καταγράψει αμέτρητες στιγμές όπου η μουσική έχει παίξει καθοριστικό ρόλο στη ζωή μας. Ο κάθε άνθρωπος σήμερα, έχει πολλές δυνατότητες να έχει την μουσική κοντά του. Αλλά και σε περιόδους όπου η πρόσβαση σε αυτόν τον ήχο ήταν δύσκολη, οι άνθρωποι αναζητούσαν κάθε τρόπο να έρθουν κοντά σε αυτό το θείο δώρο που μέσω της ακοής δημιουργεί υπερβατικά συναισθήματα. Όσο η ανθρωπότητα υπάρχει, η μουσική θα είναι ένα σημαντικό μέρος της.

- Η μουσική είναι μία συμπαντική νομοτέλεια, αφού προϋπάρχει της ανθρώπινης φύσης. Πες μας πώς ένιωσες, όταν πρωτάγγιξες την κιθάρα... θα μπορούσε ο κορμός μίας κιθάρας να αποτελεί το σώμα μίας γυναικείας ύπαρξης;

Το ανδρικό ένστικτο σίγουρα μπορεί να



συνδέεται με τις καμπύλες της κιθάρας που σε ένα μεγάλο βαθμό παραπέμπουν στη γυναικεία ύπαρξη, όπως και η θέση της στα χέρια μου.

Προσωπικά, 5 ετών ένιωσα την ανάγκη της «αγκαλιάς», στη θέση του μουσικού οργάνου στη ζωή μου. Αυτός ο παράγοντας έπαιξε καθοριστικό ρόλο. Έτσι παράτησα το πιάνο και ζήτησα την κιθάρα. Αργότερα, μέσα από την εφηβεία και την ενηλικίωση, αυτή η σχέση άρχισε να αποκτά περαιτέρω διαστάσεις. Παρά ταύτα, η γυναίκα έχει μια πολύ ξεχωριστή και

ισχυρή θέση στη ζωή μου, όπου καμία κιθάρα δεν μπορεί να την υποκαταστήσει.

- Πώς νιώθεις που από τη Δευτέρα «ξαναπιάνεις» εργασία; Που από τη Δευτέρα θα βγουν και πάλι οι άνθρωποι να ακούσουν μουσική;

Δεν έχει καμία αξία το συγκεκριμένο θέμα για μένα, το θεωρώ ευτελές. Ήμουν, είμαι και θα είμαι σταθερός στην καλλιτεχνική μου δραστηριότητα. Ε ok, μεταξύ σοβαρού και αστείου, αν γίνει επιστράτευση, δύ-

σκολο να μιλάμε τότε για κιθάρες και μουσική...

- Από τι εμπνέεσαι γενικά και από τι ειδικά; Τι μπορεί να είναι ερωτεύσιμο στα ώττα ενός μουσικού;

Εικόνες καθημερινότητας. Φύση, έρωτας, κάποιο συνταρακτικό γεγονός κ.λπ. είναι πολλά για μένα. Κακώς κατά τη γνώμη μου, κάποιοι εγκλωβίζονται σε ένα μόνο θέμα έμπνευσης (κοινωνικά, πολιτικά, ερωτική «προδοσία» κ.λπ. απέχω προσω-



Flamenco και Classic Rock, λόγω κιθάρας, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στη σχέση μου με τη μουσική

πικά από τέτοιες πηγές έμπνευσης). Ανά περίπτωση, μπορεί η έμπνευση να φέρει μπροστά ήχους που δεν μπορούν να περιγράψουν τα λόγια.

- Αν ήταν να γράφεις μουσική για μία αποστολή στο διάστημα τι είδους μελωδικές συντεταγμένες ψυχής θα επέλεγες;

Το είδος που μπορεί να δίνει εκφάνσεις γήινων εικόνων, όπως προαναφέρθηκα και παραπάνω. Δεν μπορώ να το ορίσω στην παρούσα φάση. Μου έδωσες ωραία ιδέα παρεμπιπτόντως.

- Έχεις κάνει μία συλλογή από έναν σπάνιο συνδυασμό ελληνικής, ισπανικής κιθάρας και τζαζ μουσικής επιρροής. Πού χρωστάς τη συγκεκριμένη έμπνευση;

Στα ακούσματα που έχω από το οικογενειακό περιβάλλον μου στα παιδικά μου χρόνια.

- Αν είχες τη ευκαιρία να συναντήσεις έναν μουσικοσυνθέτη που δε βρίσκεται πλέον εν ζωή από τις σπουδαίες μουσικές προσωπικότητες, ποιον θα ήθελες να συναντήσεις και τι θα του έλεγες;

Τον Igor Stravinsky. Θα του ζητούσα με «θράσος» να μου αφιερώσει ένα κονσέρτο για σόλο κιθάρα και συμφωνική ορχήστρα.

- Ποιο είδος μουσικής ρέει μέσα σου σαν οξυγόνο; Ως Δάσκαλος τι βλέπεις ότι αλλάζει προς το καλύτερο ως προς τη μουσική εκπαίδευση στη χώρα μας;

Flamenco και Classic Rock, λόγω κιθάρας, έπαιξαν καθοριστικό ρόλο στη σχέση μου με τη μουσική. Στο δεύτερο σκέλος της ερώτησης δεν έχω καμία απάντηση. Η γνήσια μύηση στη μουσική δεν έχει καμία σχέση με τη μουσική εκπαίδευση, την οποία πλέον απεχθάνομαι.

- Τώρα ιδιαίτερα μετά τις πρώτες φάσεις του εγκλεισμού και μετά τους τόσους μήνες επαγγελματικής «απραξίας», πώς πιστεύεις ότι θα αντιδράσουν οι μουσικοί το επόμενο διάστημα; Υπομονετικά ή θα αντισταθούν δημιουργικά;

Ξεκινώντας, δηλώνω ευθαρσώς ότι σιχαίνομαι όλο αυτό το κίνημα του Support Art Workers και όλων των συνδικάτων που συνδέονται με αυτό. Κατέστρεψε την υπερφάνεια των πραγματικών καλλιτεχνών και τους κατέταξε στην αυτολύπηση και τη φτηνή ζητιανιά. Οι καλλιτέχνες επιβίωσαν σε πολύ πιο σκληρές συνθήκες στην ιστορία και άφησαν αριστουργήματα. Αυτά όλα σήμερα είναι άκρως εξεφτελιστικά στα μάτια μου. Δεν ξέρω και δε με ενδιαφέρει τι κάνουν οι «μουσικοί», με ενδιαφέρει τι κάνω εγώ. Έχω πολύ ψηλά τον ρόλο της μουσικής στη ζωή μου, για να ασχολούμαι με μικρότητες τέτοιου είδους.

- Γιατί δεν μπορείς να ζήσεις χωρίς μουσική;

Γιατί ξέρω πλέον ότι γεννήθηκα μουσικός. Μάλλον δεν θα μπορούσε να είναι αλλιώς...



Ποιος είναι ο Μιχαήλ Άγγελος Νιάρχος

Ο Μιχαήλ Άγγελος Νιάρχος γεννήθηκε στην Αθήνα το 1989. Ξεκίνησε τις σπουδές του στην κιθάρα, σε ηλικία έξι ετών και τις ολοκλήρωσε στην τάξη του Κώστα Κοτσιώλη, το 2009.

Έχει διακριθεί σε διεθνείς διαγωνισμούς κιθάρας. (Κορυφαία διάκριση: 1ο Βραβείο - Διεθνής Διαγωνισμός Κιθάρας Νάξου 2009) Από το 2004, εμφανίζεται ως σολίστ, σε Φεστιβάλ και Θέατρα σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό (Φεστιβάλ Αθηνών - Ωδείο Ηρώδου Αττικού & Μέγαρο Μουσικής Αθηνών, Μέγαρο Μουσικής «Παρνασσός», Θέατρο «Παλλάς», Domus Art Festival-Νάξος, Summer Island Music Festival-Σάμος, Prayner Konservatorium-Βιέννη, Κρατική Όπερα Σμύρνης, Κρατική Όπερα Σαμψούντας).

Έχει συνεργαστεί με ορχήστρες και καλλιτέχνες όπως: Κρατική Ορχήστρα Θεσσαλονίκης, 2013 (στο «Concerto no.1, op. 99» του Mario Castelnuovo-Tedesco) «Sinfonietta» Ορχήστρα Αθη-

νών, 2018 (σε έργα του Μίκη Θεοδωράκη)Κουιντέτο εγχόρδων, Φεστιβάλ Αθηνών 2018 (στην πρώτη παγκόσμια πρεμιέρα των έργων «Affection» & «No answer» του Βασίλη Ρακόπουλου) Από το 2016 συνεργάστηκε με τον Μίκη Θεοδωράκη, ενορχηστρώνοντας έργα του συνθέτη για κλασική κιθάρα. Το 2017, κυκλοφόρησε το άλμπουμ του «Influencias», που περιλαμβάνει έργα από την κλασική, latin, flamenco & ελληνική μουσική.την ίδια χρονιά, ενορχήστρωσε το «Επιτάφιο» του Μίκη Θεοδωράκη και του Γιάννη Ρίτσου, για σόλο κιθάρα. Η διασκευή κυκλοφόρησε το 2018, ως βιβλίο-cd, από τις εκδόσεις ΙΑΝΟΣ.

Από το 2007 μέχρι σήμερα, διδάσκει, ως καθηγητής κιθάρας, σε Μουσικά Σχολεία, Ωδεία και Μουσικά Φεστιβάλ, σε όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό. Είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης Καθηγητών Κιθάρας EGTA - Hellas και μέλος της καλλιτεχνικής διεύθυνσης στο Διεθνές Φεστιβάλ Κιθάρας Βόλου.

Με την πλάτη στον τοίχο οι εργαζόμενοι του «Hilton»



Η προθεσμία που είχε δώσει η διοίκηση για την συμμετοχή στο πρόγραμμα εθελουσίας αποχώρησης εξέπνευσε, χωρίς να υπάρξει καμία πρόοδος με τα αιτήματα των 350 εργαζομένων που δεν επιθυμούν να χάσουν τη δουλειά τους

Χωρίς αποτέλεσμα για τα αιτήματα των 350 εργαζομένων του «Hilton» εξέπνευσε την Πέμπτη 27 Ιανουαρίου η προθεσμία που είχε δώσει η διοίκηση της Ιονικής Ξενοδοχειακής Α.Ε., η οποία τους καλούσε και τους καλεί να υπογράψουν πρόγραμμα εθελουσίας αποχώρησης με επιπλέον αποζημίωση, χωρίς να τους παρέχεται εναλλακτική επιλογή. Το σωματείο του ξενοδοχείου απέρριψε το αίτημα της διοίκησης και βρήκε μεγάλο κύμα συμπαράστασης και αλληλεγγύης από τα σωματεία του τουριστικού κλάδου. Προχώρησε σε τέσσερις απεργίες με επιτυχία, όπως τονίζουν οι συνδικαλιστές, ωστόσο δεν προέκυψαν τα επιθυμητά αποτελέσματα.

Αυτή τη στιγμή οι πληροφορίες θέλουν όλο και περισσότερους εργαζομένους να υπογράφουν τελικά την εθελουσία έξοδό τους, αφού έχουν βρεθεί με την πλάτη στον τοίχο. Είχαν προηγηθεί συναντήσεις εκπροσώπων της διοίκησης με την επιτροπή εργαζομένων χωρίς να βρεθεί κοι-

νός τόπος συνεννόησης, ενώ εκκρεμούσε και μία συνάντηση με τον διευθύνοντα σύμβουλο της Ιονικής Αχιλλέα Κωνσταντακόπουλο. «Χείρα βοηθείας» δεν βρήκαν οι εργαζόμενοι ούτε στο υπουργείο Εργασίας αφού η γενική γραμματέας κυρία Άννα Στρατινάκη τους ξεκαθάρισε ότι ««δεν μπορεί η κυβέρνηση να παρέμβει στην επιχειρηματικότητα».

Υπενθυμίζουμε πως το «Hilton» ανακοίνωσε στις 11 Ιανουαρίου πως θα σταματήσει να λειτουργεί για 3 χρόνια, ώστε να προχωρήσει σε εργασίες ανακαίνισης και θα ξαναοίξει το 2024. Η διοίκηση του ξενοδοχείου έδωσε 15 ημέρες διορία στους εργαζόμενους για να συναινέσουν στο πρόγραμμα εθελουσίας, προσθέτοντας επιπλέον δύο ημέρες λόγω της πρόσφατης κακοκαιρίας. Το πρόγραμμα προβλέπει παροχή του 120% της νόμιμης αποζημίωσης συν μόνους ανάλογα με τα χρόνια προϋπηρεσίας, την οικογενειακή κατάσταση και άλλα κριτήρια.

Η Ιονική υπογραμμίζει ότι το πρόγραμμα εθελουσίας είναι «πολύ ισορροπημένο» με τελικό κόστος που ανέρχεται περίπου στο 170% του κόστους της νόμιμης αποζημίωσης και υπολογίζεται στα 10,5 εκατομμύρια ευρώ. Η διοίκηση της εταιρείας επισημαίνει επίσης πως όταν επαναλειτούργησει το ξενοδοχείο θα απασχολήσει γύρω στα 600 άτομα συνολικά, αλλά θα είναι μικρότερης δυναμικότητας και θα υπάρξουν και πολλές συνεργασίες με τρίτες επιχειρήσεις, όπως εστιατόρια και καταστήματα και ως εκ τούτου δεν θα μπορούν να υποχρεωθούν σε επαναπρόσληψη του υπάρχοντος προσωπικού.

Σε επικοινωνία που είχε η «itn Ελληνικός Τουρισμός» με τον πρόεδρο των εργαζομένων του «Hilton» και γραμματέα της ΠΟΕΕΤ Δημήτρη Κουτούκη μας επισήμανε ότι οι περισσότεροι εργαζόμενοι του ξενοδοχείου έχουν πολλά χρόνια προϋπηρεσία και πολλοί δεν θα είναι εύκολο να βγουν τώρα ξανά στην αγορά εργασίας

ας με τους εργαζόμενους που βρίσκονται στις ηλικίες 45-55 ετών να αντιμετωπίζουν το μεγαλύτερο πρόβλημα.

Η ΠΟΕΕΤ από την πρώτη στιγμή που έγιναν γνωστές οι προθέσεις της εταιρείας στάθηκε στο πλευρό των εργαζομένων, όπως και το Συνδικάτο της Αττικής. Παράλληλα τη στήριξη τους εξέφρασαν οι εργαζόμενοι της Μεγάλης Βρετανίας και του King George, εργαζόμενοι στα ξενοδοχεία της Κέρκυρας κα. Το κρίσιμο ερώτημα που τέθηκε είναι ως πότε οι όποιες επενδύσεις στη χώρα μας θα συνοδεύονται με μαζικές απολύσεις και με ένα κράτος το οποίο «νίπτει τα χείρας του» γιατί δεν θέλει να επεμβαίνει σε ζητήματα του ιδιωτικού τομέα. Έτσι όμως οι εργαζόμενοι μένουν απροστάτευτοι στις διαθέσεις των επιχειρήσεων.

Το ακόμα πιο αντιφατικό είναι πως γενικά στον τουριστικό κλάδο υπάρχει μια συνεχής συζήτηση για τη δυσκολία ανεύρεσης επαγγελματιών, προσωπικού που



μπορεί να ανταποκριθεί με επάρκεια σε ξενοδοχεία πολλών αστέρων ειδικά. Συμπεριφορές όπως οι παραπάνω δεν βοηθούν στη συγκράτηση προσωπικού. Ήδη με την πανδημία υπολογίζεται πως 140.000 εργαζόμενοι «κούνησαν το μαντήλι» στον ξενοδοχειακό κλάδο και μετατοπίστηκαν σε άλλες επαγγελματικές δραστηριότητες. Στο «Hilton» η πλειονότητα των εργαζομένων είχε πολλά προϋπηρεσίας και εμπειρίας, σε ένα ξενοδοχείο ιδιαίτερων απαιτήσεων. Είναι απορίας άξιον πως η διοίκηση δεν επιδιώκει να διασφαλίσει ένα μέρος τουλάχιστον των εργαζομένων για την επαναλειτουργία του και επιδιώκει να τους «ξεφορτωθεί» στο σύνολό τους...

Διαδήλωση εργατικών σωματείων το Σάββατο στο Σύνταγμα

Το Συνδικάτο Εργαζομένων Επισιτισμού Τουρισμού Αττικής και τα παραρτήματα του, τα επιχειρησιακά σωματεία του κλάδου, διαδηλώνουν μαζί με τα υπόλοιπα εργατικά σωματεία της Αττικής, του δημοσίου και ιδιωτικού τομέα το Σάββατο στο Σύνταγμα στις 11:30, διαμαρτυρόμενοι για τις συνθήκες που προέκυψαν με τον χιονιά, αλλά και για την ελλιπή διαχείριση της πανδημίας και την ακρίβεια που εξανεμίζει τα εισοδήματα των εργαζομένων. Αναλυτικά στην ανακοίνωση του συνδικάτου για τη διαδήλωση του Σαββάτου αναφέρονται τα εξής:

«Θα ενώσουμε τη φωνή μας με τους εργαζόμενους και τους φορείς της Πάτρας, που με μηχανοκίνητη πορεία θα κατευθυνθούν στην Αθήνα την ίδια μέρα, διεκδικώντας άμεσα μέτρα προστασίας της Υγείας, υποδομές, εργατικά δικαιώματα.

Δεν πάει άλλο με αυτή τη κατάσταση που βιώνουμε. Ο χιονιάς έφερε για άλλη μια φορά εικόνες χάους στην Αττική. Εκατοντάδες εργαζόμενοι του κλάδου μας βρεθήκαμε για άλλη μια φορά αντιμέτωποι με απειλές από τους εργοδότες ώστε να πάμε στη δουλειά κάτω από αυτές τις επικίνδυνες συνθήκες. Άλλοι εγκλωβι-

στήκαμε μέσα στους χώρους δουλειάς για ώρες, καλούμενοι ταυτόχρονα να κάνουμε υπερωρίες, μέχρι και διπλοβάρδιες. Άλλοι κοιμηθήκαμε μέσα στους χώρους δουλειάς και μείναμε μέχρι και 36 ώρες εκτός από τα σπίτια μας. Πολλά σπίτια συναδέλφων έμειναν χωρίς ρεύμα, συγγενείς μας αποκλείστηκαν στους αυτοκινητόδρομους και άλλοι παραμένουν μολυσμένοι από την πανδημία περιμένοντας να ανοίξει κρεβάτι ΜΕΘ.

Όλες τις προηγούμενες μέρες πριν το χιονιά, αντιμετωπίζουμε τις εκατοντάδες απολύσεις, τις μειώσεις μισθών, την τε-

ράστια ακρίβεια στο ρεύμα, στο φυσικό αέριο και το πετρέλαιο και τα βασικά καταναλωτικά προϊόντα και την ανεξέλεγκτη κατάσταση με την πανδημία.

Ο κρατικός μηχανισμός με ευθύνη της σημερινής κυβέρνησης και όλων των προηγούμενων, λειτουργεί σε όλους τους τομείς με γνώμονα τα κέρδη των μεγαλοεπιχειρηματιών, στην απαράδεκτη λογική «κόστους- οφέλους». Για αυτό και δεν έχουν γίνει τα απαραίτητα έργα υποδομής, για αυτό και δεν υπάρχουν καν τα αναγκαία βασικά μέσα για τη πολιτική προστασία. Για να εξυπηρετηθούν πάντα

οι επενδύσεις που είναι κερδοφόρες για τους εργολάβους, τους κατασκευαστές, συνολικά τους επιχειρηματικούς ομίλους. Παίζουν τη ζωή μας κορόνα γράμματα με μόνη έγνοια τους τα κέρδη.

Τώρα η οργή μας πρέπει να γίνει δύναμη οργάνωσης και διεκδίκησης. Τώρα είναι η στιγμή ώστε να απαιτήσουμε να μπει στο επίκεντρο η προστασία της ζωής όλων μας και των οικογενειών μας.

Απαιτούμε:

- Να διασφαλιστούν τώρα όλες οι θέσεις εργασίας η Υγεία και το εισόδημα των εργαζομένων του κλάδου.
- Να καταβληθούν στο ακέραιο τα μεροκάματα των ημερών που κηρύχθηκαν ως αργία, για τους εργαζόμενους που δεν μπόρεσαν να πάνε στην εργασία τους.
- Να απαγορευτεί η διανομή με μηχανάκι στις ακραίες καιρικές συνθήκες και να διασφαλιστούν όλα τα αναγκαία μέσα ατομικής προστασίας των διανομών.
- Άμεσα μέτρα κι έργα προστασίας του λαού από όλες τις φυσικές καταστροφές, με επαρκή κρατική χρηματοδότηση μέσα από ένα ολοκληρωμένο σχεδιασμό.
- Προμήθεια μηχανημάτων και δημιουργία αναγκαίων υποδομών, με ευθύνη της κυβέρνησης, για την προστασία του λαού. Μαζικές προσλήψεις μόνιμου προσωπικού σε αντίστοιχες δομές για να μπορεί να δίνεται με επάρκεια η μάχη για την προστασία της ζωής των πολιτών. Σε αυτή την κατεύθυνση να δοθεί άμεσα έκτακτη χρηματοδότηση και στους δήμους.
- Να καταργηθούν τα διόδια και να εξασφαλιστούν σύγχρονα μέσα και υποδομές με ευθύνη της κυβέρνησης σε όλους τους οδικούς άξονες.
- Μείωση της τιμής του ρεύματος κατά 50% και κατάργηση των χαρατσιών για τα εργατικά και λαϊκά νοικοκυριά. Καμία διακοπή ρεύματος σε λαϊκές κατοικίες και σε μικρές επιχειρήσεις», καταλήγει η ανακοίνωση – κάλεσμα για τη διαδήλωση του Σαββάτου.

Διαμαρτυρίες για απόλυση στο Καζίνο Ρίο

Έντονες διαμαρτυρίες έχει προκαλέσει η απόλυση του προέδρου του Συνδικάτου Επισιτισμού - Τουρισμού - Ξενοδοχείων Αχαΐας και ταμιά της Διοίκησης του Εργατικού Κέντρου που εργάζεται στο Καζίνο του Ρίο.

Το σωματείο τονίζουν πως η ανάπτυξη που υπόσχονται η κυβέρνηση και τα κόμματα που στηρίζουν τους επιχειρηματικούς ομίλους προϋποθέτει απολύσεις και απλήρωτη εργασία. «Ο συνάδελφος είναι που είναι πρωτοπόρος στην οργάνωση αγώνων των εργαζομένων στο Καζίνο που βιώνουν την απληρωσιά, την εργοδοτική ασυδοσία και τρομοκρατία, αποτελεί για χρόνια στόχο των εργοδοτών και των ανθρώπων της μέσα στο Καζίνο.

Είναι ο συνάδελφος που μαζί με άλλους πρωτοπόρους εργαζόμενους μπήκε μπροστά για να ζωντανέψει το εργατικό κίνημα στον κλάδο μας στην Πάτρα και συνέβαλε στην αλλαγή του συσχετισμού των δυνάμεων στο Εργατικό Κέντρο Πάτρας. Κάθε σωματείο του κλάδου σε όλη τη χώρα, κάθε τίμιος συνδικαλιστής, και συνολικά οι εργαζόμενοι πρέπει όχι μόνο να καταδικάσουμε την απόλυση, αλλά και να δώσουμε από κοινού τη μάχη να ανακληθεί. Ο αγώνας μας ενάντια στις απολύσεις που πέφτουν βροχή σε όλη τη χώρα πρέπει τώρα να κλιμακωθεί», καταλήγει το σωματείο.





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

