



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΙΩΑΝΝΗΣ ΚΟΥΡΟΥΝΗΣ – ISTION YACHTING

Κρίσιμη η δημιουργία υποδομών για την ανάπτυξη του yachting

ΣΕΛ.24-27

ΟΙ ΕΞΙ ΤΑΣΕΙΣ
που καθορίζουν
τον τουρισμό το 2022

ΤΟ BUSINESS TRAVELLING
ανεβαίνει, μαζί του
και οι κίνδυνοι

Τα ταξίδια στη νέα εποχή

ΣΕΛ.18-21



ΟΥΚΡΑΝΙΑ

Οι χαμένες
αγορές και
οι νέες απειλές

ΣΕΛ.12-13



ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

«Βέρτιγκο»
στις ρωσικές
αερογραμμές

ΣΕΛ.14-15



ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ

Πανδημία
και τεχνολογία
αλλάζουν
τα ξενοδοχεία

ΣΕΛ.32-33



YACHTING

Κορυφαίοι
προορισμοί
για θαλάσσια
περιήγηση

ΣΕΛ.28-31



ΕΡΕΥΝΑ ΙΝΣΕΤΕ

Με ψηλό σκορ
τα ελληνικά
καταλύματα

ΣΕΛ.38-41



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Διατηρώντας την αισιοδοξία μας

Ενας μήνας συμπληρώνεται σήμερα 24 Μαρτίου από την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία και την έναρξη του πολέμου. Το σοκ και το μούδιασμα που επικρατεί είναι μεγάλο και το γεγονός αυτό φαίνεται και από το ότι δεν έχουν σοβαρές εκτιμήσεις για το μέγεθος της ζημιάς που προκαλείται από τη συνεχιζόμενη διαμάχη.

Θα μου πείτε την ώρα που κινδυνεύει η ύπαρξη μιας χώρας και διακυβεύεται η ειρήνη στην Ευρώπη και στον κόσμο είναι ώρα να περιμένουμε αναλύσεις για την εξέλιξη της οικονομίας και για το πώς θα πάει η τουριστική σεζόν; Σωστό, αλλά εν μέρει.

Η εκτίναξη του ενεργειακού κόστους, που μετά το ξέσπασμα του πολέμου επιδεινώθηκε ραγδαία, μας αφορά και εμάς. Αφορά τα κόστη των επιχειρήσεων και των νοικοκυριών. Το αυξημένο κόστος διαβίωσης και ακόμα χειρότερα ο φόβος μπορεί να λειτουργήσουν αποτρεπτικά για τα ταξίδια φέτος. Για το λόγο αυτόν ήδη πολλοί ευρωπαϊκοί φορείς έχουν προβεί σε καθησυχαστικές δηλώσεις για τα ταξίδια εντός Ευρώπης. Ζητούμενο είναι να βρεθεί και μια κοινή φόρμουλα για το θέμα της πανδημίας και να μην έχουμε τα περσινά φαινόμενα.

Την ίδια ώρα οι ανατιμήσεις σε αέριο και πετρέλαιο λειτουργούν σαν «θηλειά» για τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα που ήδη έχουν να αντιμετωπί-

σουν τις ζημιές των δύο τελευταίων ετών λόγω της πανδημίας. Πρόκειται για ένα σοβαρό πρόβλημα στο οποίο η πολιτεία καλείται να δώσει λύσεις.

Επιπλέον οι απώλειες των τουριστικών ροών από Ρωσία και Ουκρανία δημιουργούν αναταράξεις σε πολλές αγορές που πλέον όλες θα στραφούν στις αγορές της ΕΕ για προσέλκυση επισκεπτών. Αυτό σημαίνει όξυνση του ανταγωνισμού και πίεση στις τιμές και για εμάς.

Από πλευράς όγκου ωστόσο τα μηνύματα παραμένουν θετικά για την Ελλάδα. Αεροπορικές ανακοινώνουν δρομολόγια, tour operators δηλώνουν αισιόδοξοι και όλα δείχνουν πως πάμε για μια καλή ή έστω καλύτερη σεζόν φέτος.

Στη Mact Media Group θέλοντας να δώσουμε και εμείς τη δική μας ώθηση προς αυτή την κατεύθυνση διοργανώνουμε τη World Tourism Expo στα μέσα Μαΐου παρέχοντας μια σημαντική δυνατότητα συνάντησης στους επαγγελματίες του κλάδου και στην προβολή των προορισμών εντός και εκτός συνόρων.

Στο τρέχον φύλλο φιλοξενούμε, όπως πάντα, συνεντεύξεις και θέματα του τουριστικού κλάδου που ελπίζουμε να τα βρείτε ενδιαφέροντα.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ



wte

ATHENS

13-15 MAY 2022

World Tourism Expo

PERISTERI EXHIBITION CENTER

www.worldtourismexpo.gr



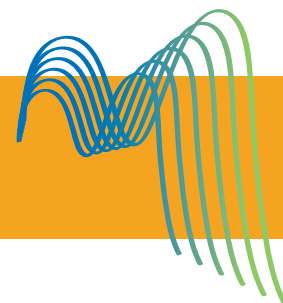
www.mact.gr



2110129575



info@mact.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

**MACT
MEDIA
GROUP**



Β. Κικίλιας: Κάνουμε την Αθήνα ελκυστικό προορισμό για τους digital nomads

«**Δ**ουλειά μου είναι να εργάζομαι καθημερινά για την μεγέθυνση του τουριστικού προϊόντος ώστε να έχουμε μια καλύτερη χρονιά για την Ελλάδα. Στο Υπουργείο Τουρισμού μελετάμε με ψυχραιμία όλα τα δεδομένα και ευελπιστούμε στο να τελειώσει αυτός ο πόλεμος», δηλώνει ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας σε συνέντευξη που παραχώρησε στο περιοδικό «Ready2 Board» του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών.

«Όμως, σε αυτή την τραγική συγκυρία, με τις απώλειες ανθρώπινων ζωών, προτάσσουμε πάνω από όλα τον ανθρωπισμό, την αλληλεγγύη και την έμπρακτη στήριξή μας. Είμαστε εδώ για να υποδεχθούμε, να φροντίσουμε και να φιλοξενήσουμε τους πρόσφυγες. Ήδη το κάνουμε και θα συνεχίσουμε ένα βήμα παραπάνω, καθώς θα τους δώσουμε τη δυνατότητα να δουλέψουν στον ξενοδοχειακό κλάδο, σε θέσεις εργασίας που δεν καλύφθηκαν από το εγχώριο δυναμικό. Τέτοιες στιγμές ειδικά, αξία δεν έχουν οι αριθμοί αλλά οι άνθρωποι. Στεκόμαστε στο πλευρό τους και τους στηρίζουμε με κάθε δυνατό τρόπο», επισημαίνει ο Υπουργός Τουρισμού.

Ο κ. Κικίλιας τονίζει ότι τα μέχρι τώρα

στοιχεία του επιτρέπουν να είναι αισιόδοξος και υπογραμμίζει τις πρωτοβουλίες και δράσεις του ελληνικού Τουρισμού για τους city break προορισμούς. «Θέσαμε συγκεκριμένους στόχους και προχωράμε σταθερά μπροστά. Η έναρξη της πετυχημένης, όπως όλοι ομολογούν, καμπάνιας μας που αγαπήθηκε πολύ για το “greekend” η οποία αφορά αρχικά την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη, ήταν ένα αποφασιστικό βήμα».

Κάνοντας ειδική αναφορά στην Αθήνα, ο κ. Κικίλιας επισημαίνει ότι έχει φτάσει πλέον σε ένα επίπεδο ωριμότητας που επιτρέπει data driven πολιτικές.

«Η πόλη μεταμορφώνεται ανοίγοντας στους επισκέπτες της το παραλιακό της μέτωπο με σημαντικές επενδύσεις και ενδυναμώνοντας το ξενοδοχειακό της δυναμικό στο κέντρο της, με άνοιγμα νέων ξενοδοχειακών μονάδων και ανακαίνιση υπαρχουσών. Παράλληλα, αποτελεί έναν ανερχόμενο ελκυστικό προορισμό για τους digital nomads και με ένα δυναμικό startup οικοσύστημα στον τομέα του τουρισμού», σημειώνει, εστιάζοντας και στον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών ως «η πρώτη εικόνα»



του επισκέπτη της Αθήνας, συμβάλλοντας καταλυτικά στην εμπειρία του.

Σύμφωνα με τον κ. Κικίλια, η επένδυση σε δημόσιες υποδομές, η αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, η προστασία του περιβάλλοντος, η ενίσχυση των δεξιοτήτων και η ενίσχυση της επιχειρηματικότητας είναι οι 5 στρατηγικοί άξονες για την ανάπτυξη του ελληνικού Τουρισμού, οι οποίοι συνάδουν σε μεγάλο βαθμό με τους άξονες του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας. Για τον λόγο αυτό εκτιμάται ότι και τα Σχέδια Δράσης που ανακοινώθηκαν πρόσφατα από τον ΣΕΤΕ συμβάλλουν στην προσπάθεια της χώρας για τη δημιουργία ενός πιο εξωστρεφούς, ανταγωνιστικού και πράσινου παραγωγικού μοντέλου.

Ερωτηθείς τέλος για την ανάπτυξη του φυσιολατρικού τουρισμού στην Ελλάδα, ο κ. Κικίλιας ανακοινώνει ότι η Κυβέρνηση προχωρά στην θέσπιση ειδικά εκπαιδευμένων ομάδων διάσωσης για τα βουνά της Πατρίδας μας, στα πρότυπα της Ελβετίας της Γαλλίας και της Ιταλίας. «Θέλουμε ο κόσμος να γνωρίζει τη φύση, να την χαίρεται με σεβασμό και, πάνω από όλα, με ασφάλεια», τονίζει.

Smotel: Το brand name των μικρών τουριστικών καταλυμάτων

Το brand name smotel ολοκλήρωσε και εγκαινιάζει η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ), με τη φιλοδοξία να δημιουργήσει μία νέα «γενιά» τουριστικών καταλυμάτων, που θα αλλάξουν τα δεδομένα στον χώρο της Φιλοξενίας.

Το smotel είναι το τελευταίο από τα τρία εγχειρήματα που η Συνομοσπονδία προήγαγε τα τελευταία χρόνια (τα άλλα δύο είναι το Καλάθι Πρωινού και ο Τουρισμός Εμπειρίας), το οποίο με την ολοκλήρωσή του θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στον μετασχηματισμό του κλάδου των μικρών τουριστικών καταλυμάτων. Ενώ, παράλληλα, θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στη διαμόρφωση του νέου, σύγχρονου μοντέλου του ελληνικού τουρισμού στη μετά-πανδημική περίοδο.

Η ανάπτυξη του smotel, συνιστά ιστο-



ρική στιγμή για τον κλάδο των μικρών τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία εισέρχονται σε μία νέα εποχή, αλλά και για τον ευρύτερο χώρο της Φιλοξενίας, αφού πρόκειται για μία νέα, αναβαθμισμένη επιλογή διαμονής. Με το νέο brand name θα μπορεί να πιστοποιείται ένα τουριστικό κατάλυμα, ανεξαρτήτως κατηγορίας και μεγέθους, υπό την προϋπόθεση ότι θα

παρέχει αναβαθμισμένες και εξειδικευμένες υπηρεσίες και παροχές προς τους πελάτες του, προάγοντας την εμπειρία της Φιλοξενίας.

Στη νέα κατηγορία τουριστικών καταλυμάτων θα μπορούν να εντάσσονται επιχειρήσεις του κλάδου, που πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Τα καταλύματα για να πιστοποιηθούν με το νέο brand name θα πρέπει να παρέχουν στους πελάτες τους αναβαθμισμένες υπηρεσίες, όπως το Καλάθι Πρωινού και οι χαμηλότερες κατηγορίες κλειδιών θα πρέπει να παρέχουν τουλάχιστον μια μορφή τουρισμού εμπειρίας.

Μιλώντας για το νέο brand name της ΣΕΤΚΕ, το οποίο, πλέον, ολοκληρώθηκε και προωθείται, ο πρόεδρος της Συνομοσπονδίας, κ. Παναγιώτης Τοκούζης, υπογραμμίζει ότι στόχος είναι η δημιουργία

ενός νέου είδους ποιοτικά αναβαθμισμένων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία θα εδραιωθούν στη μετα-covid εποχή ως η νέα πρόταση στη διαμονή.

«Αν υπάρχουν κάποιες σταθερές που παγιώνονται και στη μετα-covid εποχή, είναι η έντονη επιθυμία και διάθεση των ταξιδιωτών για νέες, αναβαθμισμένες και αυθεντικές εμπειρίες, τις οποίες τώρα μπορούν να παρέχουν τα smotel. Το νέο brand name της ΣΕΤΚΕ, το οποίο είναι πλέον γεγονός, στόχο έχει να καθιερώσει στη συνείδηση του σύγχρονου ταξιδιώτη μία διαφορετική και ποιοτική πρόταση διαμονής, αλλάζοντας την εικόνα των μικρών τουριστικών καταλυμάτων όπως τα γνωρίζαμε μέχρι σήμερα. Φιλοδοξία μας είναι αυτό το νέο μοντέλο καταλύματος να καθιερωθεί στο ελληνικό, τουριστικό γίγνεσθαι και, σύντομα, και σε ευρωπαϊκό».

Το νέο πλαίσιο ιατρικού Τουρισμού στην Ελλάδα



Ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας παραβρέθηκε και απηύθυνε χαιρετισμό στα επίσημα εγκαίνια του Γραφείου του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (Π.Ο.Υ.) στην Αθήνα για την Ποιότητα της Φροντίδας και την Ασφάλεια των Ασθενών. Η επιλογή της Ελλάδας ως έδρας του συγκεκριμένου Γραφείου του Π.Ο.Υ., αποτέλεσε μια αναγνώριση του έργου του Πρωθυπουργού Κυριάκου Μητσοτάκη, του Υπουργείου Υγείας και της ελληνικής Κυβέρνησης στη διαχείριση της πανδημίας και στην υλοποίηση πολιτικών Δημόσιας Υγείας,

όπως η επιτυχής εφαρμογή του Αντικαπινοτικού Νόμου. Ανακοινώθηκε τον Οκτώβριο του 2020 κατά την επίσκεψη του τότε Υπουργού Υγείας Βασίλη Κικίλια στην Κοπεγχάγη και τη συνάντησή του με τον Περιφερειακό Διευθυντή του Π.Ο.Υ. για την Ευρώπη Hans Kluge. Ακολούθησε η υπογραφή της συμφωνίας για το νέο Γραφείο του Π.Ο.Υ. στην Αθήνα, που πραγματοποιήθηκε από τους κ.κ. Κικίλια και Kluge στις 15 Απριλίου 2021 στο Υπουργείο Υγείας. Στην ομιλία του, ο κ. Κικίλιας τόνισε ότι η

σημερινή μέρα είναι συγκινητική και κομβική για τον ίδιο και χαρακτήρισε τα επίσημα εγκαίνια του Γραφείου του ΠΟΥ στην Αθήνα, «απόδειξη για όλα όσα πετύχαμε τα δύο τελευταία χρόνια, όλα όσα καταφέραμε να ξεπεράσουμε στη μάχη μας με την πανδημία της COVID-19». Όπως επισήμανε ο Υπουργός Τουρισμού, «αυτό το φιλόδοξο εγχείρημα ξεκίνησε πριν από ακριβώς έναν χρόνο, τον Απρίλιο του 2021, εν μέσω μιας καταστροφικής κρίσης για τη Δημόσια Υγεία, μιας ανθρωπιστικής κρίσης. Είμαι περήφανος που

βλέπω ότι οι προσπάθειές μας συνεχίζονται, μέσα από την απaráμιλλη στήριξη, αποφασιστικότητα και καθοδήγηση του Πρωθυπουργού μας Κυριάκου Μητσοτάκη». Τέλος, ο κ. Κικίλιας ανακοίνωσε ότι το Υπουργείο Τουρισμού σχεδιάζει ένα νέο πλαίσιο ιατρικού Τουρισμού στην Ελλάδα υπό την καθοδήγηση του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας. «Ένα πλαίσιο που στοχεύει να καλύψει όλες τις πτυχές του ιατρικού τουρισμού και του τουρισμού ευεξίας για όσους επισκέπτονται τη χώρα μας», υπογράμμισε ο Υπουργός Τουρισμού.

Κ. Νοτοπούλου: Πράσινη μετάβαση με δίκαιους όρους και πρόσβαση για όλους



Την ανάγκη θωράκισης του Τουρισμού απέναντι σε κάθε κρίση, την πράσινη μετάβαση με δίκαιους όρους για όλους και την αλλαγή του παραγωγικού και καταναλωτικού μοντέλου συνολικά, ανέδειξε η Τομεάρχης τουρισμού Κατερίνα Νοτοπούλου εκπροσωπώντας την Κοινοβουλευτική Ομάδα του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ ως μέλος της Επιτροπής Παραγωγής και Εμπορίου της Βουλής, σε διάσκεψη για τις Ευρωπαϊκές πολιτικές εξ ονόματος των πολιτών (Κοινή Αγροτική Πολιτική, περιφερειακά ταμεία και βιώσιμος τουρισμός στο νέο πλαίσιο της Πράσινης Συμφωνίας) που πραγματοποιήθηκε στην ΤΟΥΡ της Γαλλίας.

Η βουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ αναφέρθηκε στην πράσινη και ψηφιακή μετάβαση ως τη μόνη διέξοδο αλλά και στην αναγκαιότητα της αλλαγής του παραγωγικού μοντέλου καθώς όπως υπογράμμισε, το μοντέλο ανάπτυξης μας έφερε ως εδώ, επειδή σπαταλήσαμε τους πόρους του πλανήτη.

Στη σύσκεψη “The role of the regional funds in energy transition” με βασικό σύνθημα το “Ensuring that no one is left behind” επεσήμανε πως η πράσινη μετά-

βαση πρέπει να γίνει με δίκαιους όρους εξασφαλίζοντας για όλους την πρόσβαση στην πράσινη ενέργεια.

Για το λόγο αυτό – τόνισε- πρέπει τα χρηματοδοτικά εργαλεία να φτάσουν σε όλους τους πολίτες και τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις. Και αυτό είναι και το στόχημα για το Ταμείο Ανάκαμψης. Η πρόσφατη κρίση ενέργειας στην Ευρώπη από το 2021 έδειξε ότι η δέσμευση στο φυσικό αέριο είναι λάθος, όπως έχει δείξει και το παράδειγμα της Ελλάδας. Θέλουμε περισσότερη πράσινη ενέργεια και όχι ορυκτά καύσιμα ή πυρηνική ενέργεια που δεν είναι πράσινη, δήλωσε η Κ. Νοτοπούλου.

Στην σύσκεψη “Sustainable tourism in the context of the Green Deal” αναφέρθηκε στις πιέσεις που έχει ασκήσει η Ευρωπαϊκή Αριστερά στο Κοινοβούλιο προκειμένου ο βιώσιμος τουρισμός να μπει ψηλά στην ευρωπαϊκή ατζέντα και στην πρόταση της Έλενας Κουντουρά για τη δημιουργία ευρωπαϊκού μηχανισμού διαχείρισης κρίσεων στον τουρισμό, πρόταση που έχει ήδη υιοθετηθεί σε ψηφίσματα του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου.

Οι πρόσφατες κρίσεις και η πανδημία,

ανέδειξαν πόσο ευάλωτος είναι ο τουρισμός παγκοσμίως και πόσο σημαντικό είναι να υπάρχει ένας τέτοιος μηχανισμός για την ανθεκτικότητα και τη βιωσιμότητα του τουρισμού τόνισε.

Αναφέρθηκε στο ανθρώπινο κεφάλαιο το οποίο είναι η καρδιά του ευρωπαϊκού τουρισμού όπως είπε και υπογράμμισε την ανάγκη για καλύτερη τουριστική εκπαίδευση, ανάπτυξη δεξιοτήτων, και καλύτερα αμειβόμενες θέσεις εργασίας. Ιδιαίτερα τόνισε την ανάγκη για έναν δίκαιο και χωρίς αποκλεισμούς ψηφιακό και πράσινο μετασχηματισμό στον τουρισμό για όλους τα επόμενα χρόνια.

Η τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ με αφορμή και την ενεργειακή κρίση αλλά και την εκρηκτική αύξηση των τιμών στην Ελλάδα μίλησε για το δυσβάσταχτο κόστος μεταφορών σε περιοχές που εξαρτώνται από τον τουρισμό, υπενθυμίζοντας πως η Ευρωπαϊκή Αριστερά ζητά, η πράσινη μετάβαση να γίνει με κοινωνικά δίκαιο τρόπο ώστε να μην υπονομεύσει τις προοπτικές ανάπτυξης σε τουριστικούς προορισμούς ή περιοχές με τουριστική δυνατότητα.

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις

Μνημόνιο Συνεργασίας ΕΟΤ- ΕΒΕΑ

Παρουσία του Υπουργού Τουρισμού κ. Βασίλη Κικίλια και του Γενικού Γραμματέα του ΕΟΤ κ. Δημήτρη Φραγκάκη, πραγματοποιήθηκε χθες η συνεδρίαση του Διοικητικού Συμβουλίου του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών (ΕΒΕΑ), στο πλαίσιο του οποίου πραγματοποιήθηκε και η υπογραφή Μνημονίου Συνεργασίας με τον ΕΟΤ.

Κατά την τοποθέτησή του, ο Πρόεδρος του ΕΒΕΑ, κ. Γιάννης Μπρατάκος, τόνισε ότι ο τουρισμός έχει αποδείξει επανειλημμένα τα τελευταία χρόνια την κρίσιμη συμβολή του στην εθνική οικονομία. Είναι ο κλάδος που, ακόμα και κάτω από τις πιο δύσκολες συνθήκες, δεν έπαψε να δημιουργεί εθνικό πλούτο, θέσεις εργασίας και εισοδήματα. Σχετικά με τις νέες ανατροπές που δημιούργησαν η ρωσική εισβολή στην Ουκρανία και η εκτίναξη των τιμών στην ενέργεια και τα τρόφιμα, ο κ. Μπρατάκος είπε: «Σε μια ακόμη ταραγμένη περίοδο, η Ελλάδα όχι μόνο διατηρεί, αλλά και ενισχύει το προφίλ που έχτισε στη διάρκεια της πανδημίας. Το προφίλ μιας σύγχρονης και ασφαλούς ευρωπαϊκής χώρας.

Μιας χώρας, που επιλέγει να βρίσκεται στη σωστή πλευρά της Ιστορίας. Υποστηρίζοντας την ελευθερία, τη δημοκρατία και τη διεθνή νομιμότητα. Θεωρώ ότι η δυναμική που αναπτύχθηκε τα προηγούμενα χρόνια ως προς τις αφίξεις, δύσκολα θα αντιστραφεί, παρά τις αναταράξεις».

Αυτή η δυναμική, όμως, σε καμία περίπτωση δε δικαιολογεί εφησυχασμό. «Στόχος δεν είναι απλώς να αυξάνονται οι αφί-



ξεις, αλλά και τα έσοδα και η προστιθέμενη αξία που παράγει ο τουριστικός κλάδος. Κι αυτό θα γίνει μέσα από τη σταδιακή άμβλυνση της εποχικότητας» είπε ο κ. Μπρατάκος. Μέσα από τη χωρική επέκταση της τουριστικής δραστηριότητας, σε περισσότερες περιφέρειες και περιοχές.

Μέσα από την αύξηση της μέσης δαπάνης και της διάρκειας παραμονής κάθε επισκέπτη. «Στο επόμενο διάστημα, έχουμε την ευκαιρία να κάνουμε αρκετά βήματα σε αυτή την κατεύθυνση. Αξιοποιώντας πόρους από το Ταμείο Ανάκαμψης και το ΕΣΠΑ, μπορούν να υποστηριχθούν ποιοτικές επενδύσεις». Ενώ, η τουριστική ανάπτυξη προϋποθέτει ένα σταθερό και ξεκάθαρο ρυθμιστικό περιβάλλον, με απλούστερο πλαίσιο χωροθέτησης και αδειοδότησης τουριστικών επενδύσεων, ανέφερε ο κ. Μπρατάκος.

Πάνω από όλα, όμως, προϋποθέτει συνένωση δυνάμεων. «Συντονισμό, συνε-

ργασία και έξυπνες συμπράξεις μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων: από την κυβέρνηση και την τοπική αυτοδιοίκηση, μέχρι τις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Σε αυτή την κατεύθυνση, κάνουμε σήμερα ως ΕΒΕΑ ένα σημαντικό βήμα, υπογράφοντας μνημόνιο συνεργασίας με τον ΕΟΤ.

Θεωρώ την κοινή αυτή πρωτοβουλία ιδιαίτερα σημαντική. Και μπορώ από τώρα να δεσμευθώ ότι δε θα μείνει «στο χαρτί». Σκοπός μας είναι να γίνει πράξη, μέσα από ουσιαστικές κοινές δράσεις. Που θα προσθέσουν αξία στις επιχειρήσεις, στον τουρισμό και στην εθνική οικονομία» κατέληξε στην ομιλία του ο Πρόεδρος του ΕΒΕΑ.

Για τη συμβολή του ελληνικού Τουρισμού και την προστιθέμενη αξία του στην ελληνική οικονομία, στην ελληνική επιχειρηματικότητα και κυρίως στο εμπόριο, αναφέρθηκε ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας. «Ο Τουρισμός δεν είναι υπόθεση των λίγων, είναι υπόθεση των πολλών. Αποτελεί την ατμομηχανή της ελληνικής οικονομίας, καθώς 1 στα 4 ευρώ του ΑΕΠ της χώρας προέρχεται, έμμεσα ή άμεσα, από την τουριστική δραστηριότητα. Είναι μία από τις βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες στην Ελλάδα», επισήμανε ο κ. Κικίλιας.

Ο κ. Κικίλιας έκανε ειδική αναφορά στον εμπορικό κλάδο και στα εμπορικά καταστήματα, που βρίσκονται σε άμεση συνάρτηση με το τουριστικό προϊόν και ουσιαστικά αποτελούν το μεγαλύτερο μέρος του εμπορικού κόσμου της χώρας. «Στηρίζουμε τον ξενοδοχειακό κλάδο, αλλά και τους εκατοντάδες χιλιάδες συ-

μπολίτες μας που ασχολούνται με το εμπόριο – ειδικά τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα – την μεταποίηση, τις διάφορες υπηρεσίες που βρίσκονται σε άμεση διασύνδεση με το τουριστικό προϊόν», υπογράμμισε.

Κλείνοντας την ομιλία του, ο κ. Κικίλιας χαρακτήρισε την οικονομία του Τουρισμού, ως την λαϊκή οικονομία της Ελλάδας, η οποία επιστρέφει το μέρισμα της επιτυχίας της στη μέση ελληνική οικογένεια. «Όταν αυξάνεται το ταμείο των επιχειρήσεων, αυξάνεται και το πορτοφόλι της κάθε Ελληνίδας και του κάθε Έλληνα», είπε χαρακτηριστικά.

Από την πλευρά του, ο γενικός γραμματέας Τουρισμού κ. Δημήτρης Φραγκάκης τόνισε: «Αν κάτι κερδίσαμε τα τελευταία δύο χρόνια της πανδημίας είναι η ενότητα και η συνεργασία. Αυτή είναι η μεγάλη παρακαταθήκη για τον ελληνικό τουρισμό. Συνεργαστήκαμε όλοι μαζί, υπό εξαιρετικά αντίξοες συνθήκες, και με αυτήν την καλή και εποικοδομητική συνεργασία καταφέραμε και φέραμε τα καλά αποτελέσματα και το 2020 και το 2021.

Στο πλαίσιο της εξωστρέφειας του ΕΟΤ και της ενίσχυσης της λογικής της συνεργασίας, εμείς προχωράμε στον δρόμο της σύμπραξης με την επιχειρηματική κοινότητα. Χαίρομαι που σήμερα υλοποιούμε μια τέτοια καλή συνεργασία, με το μνημόνιο που υπογράφουμε με το ΕΒΕΑ. Ευχαριστώ τον πρόεδρο του ΕΒΕΑ Γιάννη Μπρατάκο για την εμπιστοσύνη και τον Υπουργό Τουρισμού Βασίλη Κικίλια για την στήριξη των πρωτοβουλιών μας».

«Από το Ντουμπάι, σας απευθύνουμε ανοικτή πρόσκληση για να γνωρίσετε από κοντά την Αττική, με τις μοναδικές γαστρονομικές απολαύσεις, τα εξαιρετικά αγροδιατροφικά της προϊόντα, τη ζεστή φιλοξενία, τις πρότυπες υποδομές. Η Αττική είναι η γη των ευκαιριών για τον διεθνή επισκέπτη, τον επιχειρηματία, τον επενδυτή. Ανακαλύψτε την!». Με αυτά τα λόγια υποδέχτηκε ο Περιφερειάρχης Αττικής Γιώργος Πατούλης τους επίσημους προσκεκλημένους της εκδήλωσης που πραγματοποίησε η Περιφέρεια στο Ντουμπάι στο ελληνικό περίπτερο της Expo Dubai 2020, σε συνεργασία με την Enterprise Greece.

Η Περιφέρεια Αττικής στην **Expo Dubai 2020** για την προβολή των αγροδιατροφικών προϊόντων

Δεκάδες επιχειρηματίες από το Ντουμπάι και όλο τον κόσμο, διεθνούς φήμης food bloggers και συντάκτες γαστρονομίας, αλλά και Έλληνες επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται με επιτυχία στο Εμιράτο, είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν μέσα από μια δυναμική εκδήλωση με τίτλο «Ανακαλύψτε την Αττική, τη γη των ευκαιριών» τα μοναδικά πλεονεκτήματα των αγροδιατροφικών προϊόντων της Αττικής, αλλά και τις προοπτι-

κές που ανοίγονται από την αξιοποίησή τους στον γαστρονομικό τουρισμό, τον τουρισμό υγείας και ευεξίας, την καινοτόμο επιχειρηματικότητα και τις επενδύσεις.

Την εκδήλωση, που συντόνισε η δημοσιογράφος Εύη Φραγκάκη, τίμησαν με την παρουσία τους, μεταξύ άλλων, ο Γενικός Γραμματέας Διεθνών Οικονομικών Σχέσεων και Πρόεδρος του οργανισμού Enterprise Greece Ιωάννης Σμυρλής και η

Γενική Γραμματέας Σύγχρονου Πολιτισμού του ΥΠΠΟΑ Δρ. Ελένη Δουνδουλάκη. Αμέσως μετά ακολούθησε η παράθεση επίσημου δείπνου, το οποίο τίμησε με την παρουσία της η ελληνικής καταγωγής κόρη του Σείχη του Ντουμπάι Mohammed bin Rashid Al Maktoum πριγκίπισσα Alsheikha Mahra, η οποία μοιράστηκε με τον Περιφερειάρχη Αττικής τις εμπειρίες της από την ιστορία, την φιλοξενία και τις γεύσεις της Ελλάδας.

«Στηρίζω HORECA»: Επτά φορείς της φιλοξενίας και της εστίασης ενώνουν τις δυνάμεις τους

Επτά φορείς εκπροσώπησης επιχειρήσεων και εργαζόμενων με αντικείμενο την παροχή υπηρεσιών και προϊόντων στον ευρύτερο τομέα φιλοξενίας και εστίασης (HORECA) ένωσαν τις δυνάμεις τους και συγκρότησαν τη Συμμαχία «Στηρίζω HORECA» για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη των κλάδων Φιλοξενίας και Εστίασης στην Ελλάδα. Στη Συμμαχία συμμετέχουν η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ), η Πανελλήνια Ομοσπονδία Εστιατόρων & Συναφών Επαγγελματιών (ΠΟΕΣΕ), η Ένωση Επιχειρήσεων Αλκοολούχων Ποτών (ΕΝΕΑΠ), ο Σύνδεσμος Ελλήνων Παραγωγών Αποσταγμάτων και Αλκοολούχων Ποτών (ΣΕΑΟΠ), το Σωματείο Επιχειρήσεων Εστίασης BARECA, η Ένωση Bartenders Ελλάδος και ο θεσμός Athens Bar Show.

Οι κλάδοι εστίασης και φιλοξενίας (HORECA) αποτελούν τον δυναμικότερο τομέα της ελληνικής οικονομίας. Σύμφωνα με την ανάλυση και τις εκτιμήσεις του IOBE για το 2021 – που βασίζονται στα στοιχεία των Εθνικών Λογαριασμών – αυτοί συνεισφέρουν συλλογικά Προστιθέμενη Αξία €9,8 δισ., η οποία αντιστοιχεί σε περισσότερο από 5,5% του ΑΕΠ της χώρας, ενώ οι 112.000 επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στον τομέα παράγουν περίπου 552.000 άμεσες θέσεις εργασίας, οι οποίες αντιστοιχούν στο 11,9% της απασχόλησης στην Ελλάδα. Εστίαση και φιλοξενία αποδίδουν €3,6 δισ. σε μισθούς και εισφορές, καθώς και φόρους που ανέρχονται σε € 1,181 δισ., ποσό που αντιστοιχεί στο 2,5% των φορολογικών εσόδων του κράτους. Κατά την πολυετή οικονομική κρίση, ο τομέας HORECA στήριξε αποφασιστικά την ελληνική οικονομία και την απασχόληση. Ωστόσο, σήμερα αντιμετωπίζει πρωτόγνωρους κλυδωνισμούς εξαιτίας της ενεργειακής κρίσης, του μακροχρόνιου lockdown και άλλων μέτρων για την αντιμετώπιση της πανδημίας Covid-19.

Με βασική επιδίωξη να προωθήσουν τον συστηματοποιημένο διάλογο σε εθνικό επίπεδο, οι σύμμαχοι φορείς προχώρησαν στη σύνταξη μιας Χάρτας Κοινών Θέσεων και Δεσμεύσεων για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη του ευρύτερου τομέα φιλοξενίας και εστίασης στην Ελλάδα.

Στηρίζω HORECA

Συμμαχία για τη Βιώσιμη Ανάπτυξη του τομέα
Φιλοξενίας και Εστίασης στην Ελλάδα

ΠΟΕΕΤ: «Ζητάμε τα αυτονόητα ώστε να μπορέσουμε να επιβιώσουμε»

Επιστολή προς τους υπουργούς Εργασίας, Τουρισμού και Οικονομικών απέστειλε η ΠΟΕΕΤ για τα ζητήματα παράτασης του επιδόματος ανεργίας για τους εποχικά εργαζομένους & του προγράμματος ΣΥΝ ΕΡΓΑΣΙΑ. Αναλυτικά η επιστολή:

«Με έκπληξη διαπιστώνουμε πως δεν έγινε δεκτό το αιτημά μας για παράταση του ταμείου ανεργίας στους εποχικά εργαζόμενους στον Επισιτισμό – Τουρισμό. Πρακτικά αυτό σημαίνει πως ζητάτε από τους εργαζόμενους να επιβιώσουν χωρίς εισόδημα από τον Ιανουάριο που ήταν η τελευταία δόση του ταμείου ανεργίας έως τον Μάιο – Ιούνιο που θα δούνε τον πρώτο τους μισθό.

Αντιλαμβάνεστε πως η επιβίωση μας γίνεται πολύ δύσκολη καθώς τα κύμα ακρίβειας καλπάζει ενώ η πλειοψηφία των εργαζομένων δεν θα καταφέρει να εργαστεί την περίοδο του Πάσχα μιας και ο πόλεμος στην Ουκρανία δεν επιτρέπει το άνοιγμα των περισσότερων τουριστικών μονάδων, μιας και αυτή η περίοδος απευθύνεται κυρίως σε ομόθρησκους λαούς.

Ζητάμε λοιπόν να παραταθεί το ταμείο ανεργίας ώστε να μπορέσουμε να είμαστε συνεπείς στις υποχρεώσεις μας. Σας πληροφορούμε πως ήδη έχουμε τις πρώτες διακοπές ηλεκτροδότησης μιας και δεν έχουμε εισόδημα για να πληρώσουμε τις υποχρεώσεις μας. Παράλληλα διακόπτεται από 01/04/2022 το πρόγραμμα ΣΥΝ ΕΡΓΑΣΙΑ ένα κατά γενική ομολογία άκρως επιτυχημένο πρόγραμμα που λειτουργούσε σαν “αμορτισέρ” απορροφώντας απολύσεις, αλλά και την επιβολή εκ περιτροπής εργασίας που μειώνει τους μισθούς στους εργαζόμενους 12 μήνες απασχόλησης έως και 50%. Επιπροσθέτως δεν μπορούμε να κατανοήσουμε πως γίνεται να διακόπτεται ένα πρόγραμμα στήριξης των εργαζομένων ενώ εξακολουθούν να υπάρχουν μέτρα περιορισμού δραστηριότητας των επιχειρήσεων.

Ζητάμε τα αυτονόητα ώστε να μπορέσουμε να επιβιώσουμε και να επιστρέψουμε με αξιοπρέπεια στην εργασία μας καθώς όλα δείχνουν πως πάμε σε μια πολύ καλή σαιζόν. Ειδικά η έκρηξη φτώχειας στους εργαζόμενους του κλάδου μας θα είναι γεγονός και οι συνέπειες ανεξέλεγκτες».



ΕΟΤ: Ξεκινά η νέα τουριστική καμπάνια για τα 5 νησιά του Ανατολικού Αιγαίου ύψους 2 εκ. ευρώ



Ο Υπουργός Μετανάστευσης και Ασύλου, κ. Νότης Μηταράκης, πραγματοποίησε συνάντηση με τον Γ.Γ. του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), κ. Δημήτριο Φραγκάκη.

Στο επίκεντρο της συνάντησης τέθηκε η συνέχιση της επιτυχημένης τουριστικής καμπάνιας «Greek4ForYou» η οποία και αφορούσε τα 5 νησιά του Ανατολικού Αιγαίου (Χίος, Λέσβος, Λέρος, Σάμος και Κως). Το Υπουργείο Μετανάστευσης και Ασύλου θα χρηματοδοτήσει εκ νέου με 2 εκατ. ευρώ τον ΕΟΤ για την υλοποίηση του συγκεκριμένου έργου προβολής των νησιών στην Ελλάδα και σε επιλεγμένες χώρες του εξωτερικού. Η καμπάνια θα προβάλλει τα 5 νησιά του Ανατολικού Αιγαίου για την χρονική περίοδο 2022-2023.

Η νέα τουριστική προβολή θα αναδείξει την ποικιλομορφία των ταξιδιωτικών προορισμών των νησιών και τους αρχαιολο-

γικούς χώρους, την γαστρονομική παράδοση και τα τοπικά προϊόντα, τον πολιτισμικό πλούτο και την ιδιαίτερη βιωματική τουριστική εμπειρία που προσφέρουν. Στόχος η ενίσχυση του τουριστικού τους προϊόντος, καθώς και της εικόνας τους, τόσο στην Ελλάδα, όσο και στο εξωτερικό.

Ο Υπουργός Μετανάστευσης και Ασύλου, κ. Μηταράκης, προέβη στην ακόλουθη δήλωση: «Συνεχίζουμε, σε συνεργασία με τον ΕΟΤ, ένα επιτυχημένο πρόγραμμα για την τουριστική ανάδειξη των νησιών του Ανατολικού Αιγαίου. Η Κως, η Λέρος, η Σάμος, η Χίος και η Λέσβος έχουν, πλέον, αφήσει οριστικά πίσω τους την μεταναστευτική κρίση. Πλέον, προχωράμε με στοχευμένες παρεμβάσεις στην επούλωση χρόνιων πληγών και στην ουσιαστική μείωση των επιπτώσεων της. Πρώτο βήμα η αποκατάσταση του τουριστικού προϊόντος των νησιών μας και κατ' επέκταση της εικόνας τους».

Ο Γ.Γ. του ΕΟΤ, κ. Φραγκάκης, δήλωσε: «Είχαμε μία πολύ παραγωγική συνεργασία με τον Υπουργό κ. Νότη Μηταράκη και τους συνεργάτες του. Συμφωνήσαμε να συνεχίσουμε την πολύ επιτυχημένη συνεργασία μας με την καμπάνια προβολής των πέντε ελληνικών νησιών που έχουν περάσει και ξεπεράσει πλέον την μεταναστευτική κρίση (Χίος, Σάμος, Λέσβος, Κως και Λέρος). Με χρηματοδότηση του Υπουργείου Μετανάστευσης και συνεργασία με τους τοπικούς Δήμους θα υλοποιήσουμε ένα ειδικό πρόγραμμα τουριστικής προβολής τους για το 2022 και το 2023 στο εξωτερικό αλλά και την ελληνική αγορά. Θέλω να ευχαριστήσω τον κ. Μηταράκη για την εμπιστοσύνη του στον ΕΟΤ ο οποίος πλέον διευρύνει τις δραστηριότητά του και αξιοποιεί την τεχνογνωσία του και σε άλλα πεδία που αφορούν την εικόνα της χώρας στο εξωτερικό».



Αλ.Αυλωνίτης: Η κυβέρνηση αφήνει τους εποχικά εργαζόμενους σε Επισιτισμό και Τουρισμό χωρίς επίδομα ανεργίας

«Εν μέσω πρωτοφανούς οικονομικής ακρίβειας, η κυβέρνηση αφήνει τους εποχικά εργαζόμενους σε Επισιτισμό και Τουρισμό χωρίς επίδομα ανεργίας», αναφέρει σε επιστολή του ο Αλέξανδρος Αυλωνίτης, βουλευτής Κέρκυρας και Αναπληρωτής Τομεάρχης Τουρισμού.

«Η απόφαση της κυβέρνησης να μην ανανεώσει το επίδομα ανεργίας στους εποχικά εργαζόμενους είναι ομολογία ανευθυνότητας και αναλγησίας απέναντι στο ρεαλιστικό πρόβλημα της επιβίωσης που αντιμετωπίζουν αυτοί, από τον Ιανουάριο και θα το ζουν τουλάχιστον μέχρι τον προσεχή Μάιο που εκτός απροόπτου θα αναλάβουν και πάλι εργασία.

Μέσα σε συνθήκες απόλυτης οικονομικής αδυναμίας για τους άνεργους του κλάδου που δεν έχουν άλλο εισόδημα εκτός του επιδόματος ανεργίας και την ώρα που οι πολεμικές συνθήκες στην ευρύτερη γειτονιά μας επηρεάζουν τη λειτουργία πολλών τουριστικών μονάδων στις οποίες απασχολούνται εποχικά εργαζόμενοι, είναι αδιανόητο η κυβέρνηση να κάνει πως δεν τους βλέπει.» επισημαίνει ο κ. Αυλωνίτης.

Ο Αναπληρωτής Τομεάρχης τονίζει πως «Πέρα από το ό, τι επιτρέπει τη λειτουργία της αγοράς χωρίς κανόνες με τις τιμές να κατακρημνίζουν τον οικογενειακό προϋπολογισμό, αρνείται να προστατέψει και τις κοινωνικά ευάλωτες ομάδες, όπως είναι άνεργοι και οι χαμηλόμισθοι.

Απουσιάζει κάθε έννοια κοινωνικής πρόνοιας από το λεξιλόγιο των Υπουργών του κ. Μητσοτάκη και τούτο επιβεβαιώνεται και από τη μέχρι σήμερα απροθυμία παράτασης του Προγράμματος ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ που συγκράτησε μέσα στην πανδημία τη μεταβολή των σχέσεων εργασίας μεταξύ εργαζομένων και εργοδοτών, αλλά και την καταγγελία των συμβάσεων εργασίας.

Αναμένουμε από τους κκ. Υπουργούς Κ. Χατζηδάκη, Β. Κικίλια, Χ. Σταϊκούρα και Θ. Σκυλακάκη να πάρουν πίσω την απόφαση μη παράτασης του επιδόματος ανεργίας στους εποχικά εργαζόμενους στον Επισιτισμό και τον Τουρισμό και να αναλογιστούν τις συνέπειες από τη μη συνέχιση του Προγράμματος ΣΥΝ ΕΡΓΑ-



ΣΙΑ. Κάθε άλλη εξέλιξη μας βρίσκει ανοιχτά απέναντί τους.».

Στην Έκθεση Expo Corfu 2022

Στην αναγκαιότητα στήριξης του επιχειρείν, λήψης μέτρων για την αντιμετώπιση της ακρίβειας που πλήττει τους επιχειρηματίες και ουσιαστικής προβολής και προώθησης των τοπικών προϊόντων, αναφέρθηκε ο βουλευτής Κέρκυρας του ΣΥΡΙΖΑ-Π.Σ. Αλέξανδρος Αυλωνίτης, στον χαιρετισμό του στα εγκαίνια της εμπορικής έκθεσης "Expo Corfu" που πραγματοποιείται στο χώρο του ΟΛΚΕ, στο Ν. Λιμάνι.

Ο κ. Αυλωνίτης εξέφρασε την ικανοποίησή του για τη διοργάνωση που φέρνει

στο προσκήνιο τους κερκυραίους παραγωγούς, επιχειρηματίες, τις νέες ιδέες και καινοτομίες, μετά από χρόνια απραξία, εξαιτίας της πανδημίας. Σημείωσε ότι ειδικά η προβολή του τουριστικού προϊόντος προϋποθέτει συνεργασία, ενότητα και κοινή στόχευση και τόνισε ότι θα πρέπει ως τόπος να θέσουμε προτεραιότητα την πολυεπίπεδη οργάνωση. Η κατάσταση όπως έχει διαμορφωθεί εξαιτίας της πανδημίας, της πολεμικής σύρραξης στην Ουκρανία και της ακρίβειας είναι εκρηκτική για τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους, δήλωσε και υπογράμμισε ότι χρειάζεται σύνεση και ψυχραιμία για να αντιμετωπιστούν από κοινού τα προβλήματα.

Χαρακτήρισε τα τοπικά προϊόντα και υπηρεσίες «σοβαρό συγκριτικό πλεονέκτημα στην παγκόσμια τουριστική αγορά» και στην κατεύθυνση αυτή χαιρέτισε την έκθεση ως μια πρωτοβουλία εξωστρέφειας, προβολής και ανάδειξής τους, με την ευχή την επόμενη χρονιά να έχουν εξαιρεθεί τα προβλήματα που πλήττουν τον τουρισμό και το εμπόριο. Στη συνέχεια ο βουλευτής Κέρκυρας Αλ. Αυλωνίτης επισκέφθηκε την έκθεση, ξεναγήθηκε στα περίπτερα από τους διοργανωτές κι είχε την ευκαιρία να συνομιλήσει με τους εκθέτες για τα ειδικά προβλήματα κάθε κλάδου και τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν, καθώς και για τα κερκυραϊκά προϊόντα και την πορεία τους στις αγορές.



2^o YACHTING & GASTRONOMY

VOLOS
5-6-7-8
MAY 2022



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

MACT
MEDIA
GROUP



2110129575



www.mact.gr



info@mact.gr

Ανοίγουν και τα 110 ξενοδοχεία της Πάφου μέχρι τα τέλη Μαρτίου

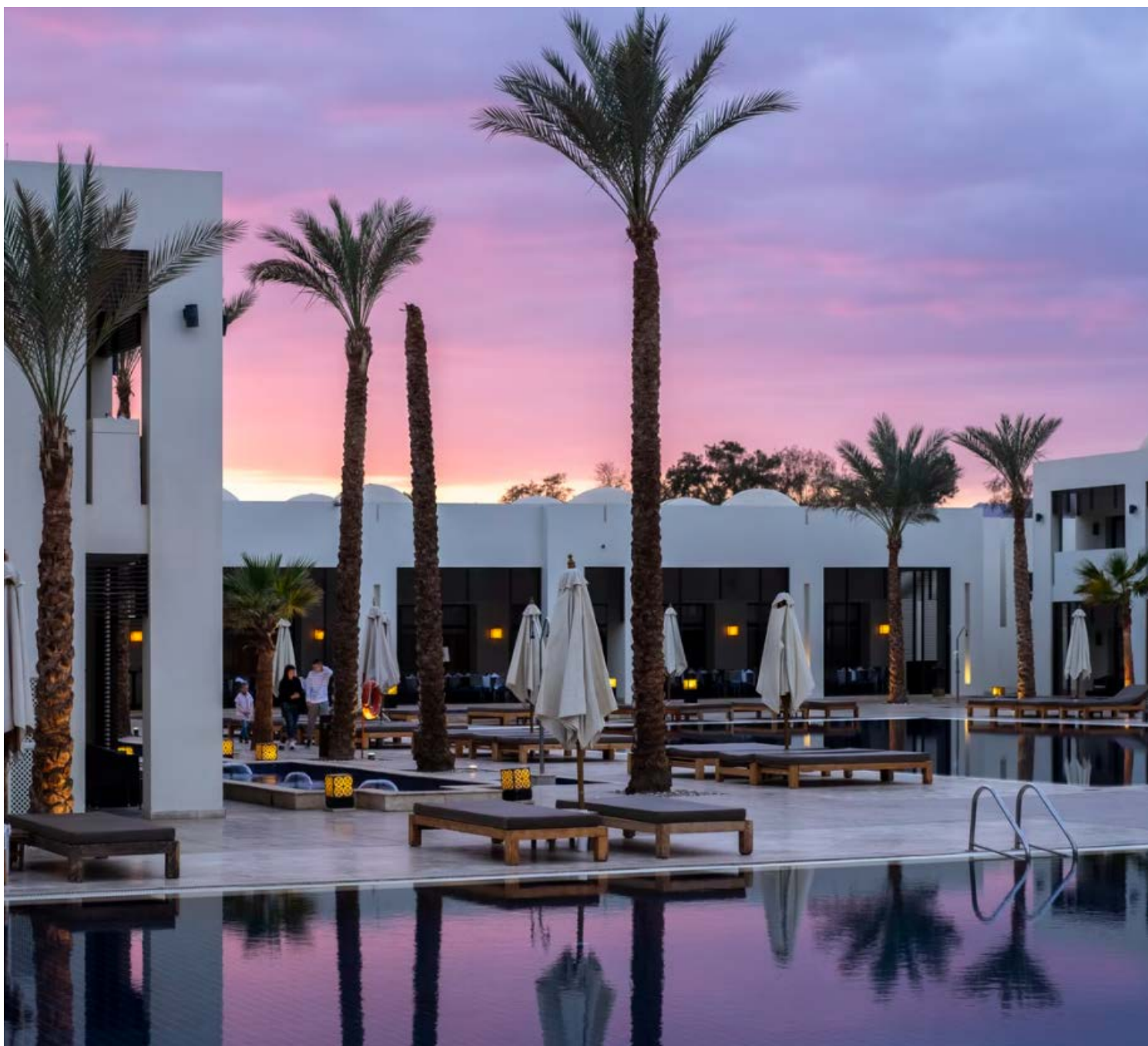
Ανοίγουν τις πύλες τους και τα 110 ξενοδοχεία της Πάφου μέχρι τα τέλη Μαρτίου. Συγκεκριμένα, με το καθολικό Πάσχα αναμένεται να ξεκινήσει η τουριστική σαιζόν στην επαρχία Πάφου, σύμφωνα με τον πρόεδρο του Συνδέσμου Ξενοδόχων Πάφου Θάνο Μιχαηλίδη, ο οποίος ανέφερε πως μέχρι τέλη Μαρτίου ανοίγουν τις πύλες τους και τα 110 ξενοδοχεία της επαρχίας Πάφου.

Σε δηλώσεις του στο ΚΥΠΕ ο Μιχαηλίδης ανέφερε πως η επισκεψιμότητα θα ξεκι-

νήσει από την δεύτερη εβδομάδα του Απριλίου, σημειώνοντας πως έχει εκδηλωθεί μεγάλο ενδιαφέρον από την Ευρώπη και συγκεκριμένα και από την Αγγλία που χαρακτηρίζεται η μεγαλύτερη αγορά της Πάφου. Ενόψει της Ουκρανικής κρίσης, ο κ Μιχαηλίδης ανέφερε πως υπάρχει μείωση στον αριθμό των κρατήσεων ωστόσο εκτίμησε πως αυτό αναμένεται να διαφοροποιηθεί το επόμενο διάστημα.

Παρατήρησε ωστόσο πως ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Πάφου δεν αναμένει να ανα-

πληρώσει το χάσμα που αφήνει πίσω της η ρωσική αγορά, αλλά σίγουρα, όπως είπε, εάν η ρωσική αγορά δεν επανεκκινήσει κάποιες από τις κρατήσεις θα μπορέσουν να ανακτηθούν αλλά όχι όλες, όπως είπε. Ο κ. Μιχαηλίδης ερωτηθείς σχετικά σημείωσε πως η ανάκτηση θα γίνει εκτός από την Αγγλία και από τις καινούργιες αγορές όπως την Γαλλία, την Πολωνία, την Ιταλία, το Βέλγιο και το Ισραήλ που μπορεί να είναι μια μικρή μεν, αλλά αρκετή καλή αγορά για την Πάφο.



ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΣΤΕΚ

**Τουρισμός:
Η Επόμενη Μέρα**Τρίτη, 29 Μαρτίου 2022 | 09:00 – 17:00
Ξενοδοχείο Hilton, Λευκωσία

Συνέδριο ΣΤΕΚ με θέμα: «Τουρισμός - Η επόμενη μέρα»

Με τον τουριστικό τομέα να βρίσκεται ενώπιον νέων προκλήσεων, οι επερχόμενες εξελίξεις είναι καθοριστικές για τον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο της Κύπρου. Ο ΣΤΕΚ αντιλαμβανόμενος τις εξελίξεις και προκλήσεις τις οποίες η Κύπρος καλείται να αντιμετωπίσει, διοργανώνει Συνέδριο με θέμα «Τουρισμός: Η Επόμενη Μέρα» την Τρίτη 29 Μαρτίου στο ξενοδοχείο Hilton Nicosia.

Στο Συνέδριο θα συμμετέχουν μεταξύ άλλων ο Υφυπουργός Τουρισμού, κ. Σάββας Περδίδης, ο Υπουργός Μεταφορών, Επικοινωνιών και Έργων, κ. Γιάννης Καρούσος, η Πρόεδρος του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, κ. Άντζελα Γκερέκου και ο Πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων κ. Γρηγόριος Τάσιος καθώς και επαγγελματίες και ακαδημαϊκοί τόσο από την Κύπρο όσο και από το εξωτερικό. Σκοπός του Συνεδρίου είναι να τεθεί επί τάπητος ο επαναπροσδιορισμός του τουριστικού μοντέλου, η συμβολή της ψηφιοποίησης και της τεχνολογίας και ο ρόλος των μεγάλων οργανωτών ταξιδιών, των αεροπορικών εταιρειών και των διαδικτυακών πλατφόρμων κρατήσεων.

Ο τουρισμός είναι ένας από τους τομείς που έχουν πληγεί περισσότερο από την πανδημία του κορωνοϊού ενώ σημαντικές θα είναι και οι συνέπειες λόγω των εξελίξεων στην Ουκρανία. Εστιάζοντας στη βιώσιμη αναδιάρθρωση και επανεκκίνηση του τουριστικού κλάδου, επιβάλλεται ο επανακαθορισμός της τουριστικής στρατηγικής με ιδιαίτερη έμφαση στον ποιοτικό τουρισμό. Σ' αυτά τα πλαίσια, προσκαλούμε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς όπως συμμετάσχουν στο Συνέδριο ώστε να ενημερωθούν για τις τελευταίες εξελίξεις από τους πλέον αρμόδιους και ταυτόχρονα να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους.

1st

Ionian Yachting Festival & Gastronomy



LEFKADA
19-22
MAY 2022



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

MACT
MEDIA
GROUP



2110129575



www.mact.gr



info@mact.gr

Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Σήμερα συμπληρώνεται ένας μήνας από τις 24 Φεβρουαρίου που ξεκίνησε η Ρωσική εισβολή στην Ουκρανία. Πόλεις έχουν ισοπεδωθεί από τους βομβαρδισμούς και περισσότεροι από 3,5 εκατομμύρια Ουκρανοί έχουν πάρει τον δρόμο της προσφυγιάς. Το δυσάρεστο είναι πως δεν φαίνεται να τελειώνει σύντομα το δράμα της Ουκρανίας. Όπως και να τελειώσει αυτή η ιστορία το πλήγμα για τη χώρα είναι τεράστιο, καθώς έχουν καταστραφεί υποδομές και παραγωγικές δυνατότητες και θα κάνει πολλά χρόνια να συνέλθει από την καταστροφή που υφίσταται και που δεν έχει σταματήσει ακόμα.

Θύμα αυτής της τραγικής κατάστασης είναι και ο τουρισμός στην Ανατολική Ευρώπη και φυσικά και στην ίδια την Ουκρανία, καθώς ήταν ένας κλάδος που γνώριζε ιδιαίτερη άνθηση τα τελευταία χρόνια. Μεταξύ του 2014 και του 2019, η Ουκρανία παρουσίασε ισχυρή αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού, με τις αφίξεις να κορυφώνονται σε περίπου 2,5 εκατομμύρια τουρίστες το 2019, προτού μειωθούν κατά 71% το 2020 λόγω της πανδημίας, σύμφωνα με τη βάση δεδομένων της GlobalData για τις τουριστικές ροές. Δώδεκα μήνες μετά, οι προβλέψεις έδειξαν θετική ανάκαμψη το 2021, με τα εισερχόμενα ταξίδια να αναμένεται να έχουν φτάσει περίπου τα 1,2 εκατομμύρια. Δυστυχώς, ο πόλεμος εκμηδένισε το ενδεχόμενο τουριστικών επισκέψεων, γεγονός που θα έχει σοβαρές επιπτώσεις συνολικότερα στον τουριστικό τομέα της ευρύτερης περιοχής.

Το πρόβλημα δεν είναι όμως μόνο τα εισερχόμενα ταξίδια στην Ουκρανία που δεν θα πραγματοποιηθούν. Η Ουκρανία ήταν στο παρελθόν μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές προέλευσης της Ευρώπης, με τον εξερχόμενο τουρισμό να αυξάνεται σταθερά μεταξύ 2009 και 2019, μια περίοδο κατά την οποία τα ταξίδια σχεδόν διπλασιάστηκαν από 4,7 εκατομμύρια σε 9,2 εκατομμύρια, σύμφωνα με την GlobalData. Προορισμοί όπως η Πολωνία και η Τουρκία θα υποστούν τώρα σημαντικές απώλειες, με την Ουκρανία να αποτελεί σημαντική αγορά προέλευσης για τους προορισμούς αυτούς. Επιπλέον, οι τουριστικές αγορές, της Ρουμανία και της Βουλγαρίας, θα νιώσουν επίσης την πίεση, καθώς οι προορισμοί αυτοί παλεύουν ενάντια σε μια δυνητικά ταραχώδη χρονιά στον τομέα του τουρισμού. Επιπλέον η Ρουμανία και η Πολωνία όχι απλά θα έχουν απώλειες από τη μείωση των τουριστικών ροών, αλλά έχουν να διαχειριστούν και τις τεράστιες προσφυγικές ροές από την Ουκρανία.

Πέρα από την Ουκρανία, πρόβλημα για



Οι χαμένες αγορές και οι νέες απειλές

Ο τουρισμός στην Ανατολική Ευρώπη έχει δεχθεί σημαντικό πλήγμα από τον συνεχιζόμενο πόλεμο στην Ουκρανία. Οι προορισμοί θα στραφούν πλέον στο σύνολό τους φέτος στις αγορές της Ευρώπης για να καλύψουν τις απώλειες που θα έχουν από Ρωσία και Ουκρανία

τον τουρισμό αποτελεί και η «φραγή» στους Ρώσους ταξιδιώτες, εξαιτίας των κυρώσεων που έχουν επιβληθεί. Ήδη γράφουμε από το προηγούμενο φύλλο τις σημαντικές απώλειες που καταγράφει η τουριστική αγορά της Τουρκίας.

Για την Ελλάδα η Ρωσία και η Ουκρανία δεν είναι οι βασικές της αγορές όσον αφορά τον τουρισμό, από την άλλη όμως δεν είναι καθόλου ευκαταφρόνητος ο αριθμός των επισκεπτών που είχε από αυτές τις δύο χώρες. Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι περιορίζονται οι πηγές άντλησης επισκεπτών ή για να το πούμε καλύτερα φέ-

τος και η Τουρκία, όπως και οι υπόλοιπες αγορές που είχαν τουριστικές ροές από τη Ρωσία, θα στραφούν στις ευρωπαϊκές αγορές. Η πληθώρα προσφοράς κλινών και τουριστικών πακέτων θα έχει σίγουρα επιπτώσεις, το πόσο μεγάλες θα είναι αυτές θα φανεί στην πορεία.

Πάντως οι τουριστικοί φορείς βλέποντας τους κινδύνους αυτούς επισημαίνουν πως η ΕΕ θα πρέπει να άρει πλέον τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς που είχε επιβάλει για την πανδημία και να επιτραπούν ελεύθερα τα ταξίδια. Η συγκεκριμένη κίνηση θεωρείται ζωτική για την ανάκαμψη

του τουριστικού κλάδου μετά τα δύο χρόνια πανδημίας.

Στο πλαίσιο αυτό η Julia Simpson, πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος του WTTC, δήλωσε πως «το WTTC υποστηρίζει πλήρως την έκκληση της IATA και της ACI Europe να τερματιστούν όλοι οι εναπομείναντες περιορισμοί που ισχύουν για τα ταξίδια εντός της ΕΕ και της ζώνης Σένγκεν».

Η πρόεδρος του WTTC σημείωσε πως «το συνονθύλευμα των περιορισμών δεν αποτρέπει καθόλου την εξάπλωση του COVID, αλλά έχει προκαλέσει σοβαρή



Η Ουκρανία ήταν στο παρελθόν μια από τις ταχύτερα αναπτυσσόμενες αγορές προέλευσης της Ευρώπης, με τον εξερχόμενο τουρισμό να αυξάνεται σταθερά μεταξύ 2009 και 2019, μια περίοδο κατά την οποία τα ταξίδια σχεδόν διπλασιάστηκαν από 4,7 εκατομμύρια σε 9,2 εκατομμύρια

ζημιά στην οικονομία, προκαλώντας απώλεια θέσεων εργασίας και το κλείσιμο επιχειρήσεων. Τις τελευταίες εβδομάδες, είδαμε οικονομίες να ανοίγουν ξανά. Είναι καιρός να καταργηθούν αυτοί οι αναποτελεσματικοί περιορισμοί και να επιτραπεί στους ανθρώπους να ταξιδεύουν ελεύθερα». Είναι σαφές πως οι συγκεκριμένες παραιτήσεις έρχονται και για να καταδείξουν την ανησυχία που υπάρχει στα ανατολικά της Ευρώπης με τον πόλεμο.

Αν συνυπολογίσουμε μόνο τα δρομολόγια που σταμάτησαν οι αεροπορικές εταιρείες προς Ρωσία και Ουκρανία, έχουμε μόνο ένα μικρό δείγμα του πόσο επιβλαυντική είναι η κατάσταση για τον ταξιδιωτικό τομέα της Ευρώπης.

Γενικότερα τα γεωπολιτικά ζητήματα οδηγούν σε σημαντική πτώση του τουρισμού, όπως έχει παρατηρηθεί σε πολλές άλλες χώρες τα τελευταία χρόνια. Ίσως το πιο αξιοσημείωτο παράδειγμα ήταν η αποτυχημένη απόπειρα πραξικοπήματος στην Τουρκία το 2016.

Ως αποτέλεσμα, ο εισερχόμενος και εξερχόμενος τουρισμός μειώθηκε κατά 28% και 13%, αντίστοιχα, σύμφωνα με την GlobalData. Ωστόσο, η τουριστική βιομηχανία μπορεί κατά καιρούς να ανακάμψει γρήγορα. Τα μέσα ενημέρωσης έθεσαν ερωτήματα σχετικά με το κατά πόσον η τουριστική βιομηχανία της Τουρκίας θα μπορούσε να επιβιώσει από αυτό

Οι τουριστικοί φορείς βλέποντας τους κινδύνους αυτούς επισημαίνουν πως η ΕΕ θα πρέπει να άρει πλέον τους ταξιδιωτικούς περιορισμούς που είχε επιβάλει για την πανδημία και να επιτραπούν ελεύθερα τα ταξίδια

το περιστατικό. Ωστόσο, μέσα σε μόλις δύο χρόνια, η χώρα είχε ήδη ξεπεράσει τα επίπεδα του 2015 όσον αφορά τον εισερχόμενο και τον εξερχόμενο τουρισμό, βλέποντας 9,4 εκατομμύρια Τούρκους ταξιδιώτες να αναχωρούν το 2017, αλλά και τη χώρα να υποδέχεται περισσότερες από 38 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις το 2018. Φυσικά, για την κατάσταση στην Ουκρανία, όλα αυτά θα εξαρτηθούν από τη σταθερότητα της περιοχής τα επόμενα χρόνια, η οποία θα αποτελέσει ζωτικό παράγοντα για την αναζωογόνηση του τουρισμού.





«Βέρτιγκο» στον ρώσικο τομέα αερομεταφορών

Γράφει η **ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΣΤΟΥΜΠΟΥ**

Τα «πάνω-κάτω», έχουν έρθει στον ρώσικο τομέα αερομεταφορών - ιδιαίτερα με τα μισθωμένα αεροσκάφη- με την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία. Η τροποποίηση στο Ρωσικό Κώδικα Αεροπορίας- που ψηφίστηκε πριν λίγες μέρες από τον πρόεδρο της Ρωσικής Ομοσπονδίας Βλαντιμίρ Πούτιν- επιτρέπει την εγγραφή ξένων αεροσκαφών στη Ρωσία, προκειμένου «να διασφαλιστεί η αδιάλειπτη λειτουργία των δραστηριοτήτων στον τομέα της πολιτικής αεροπορίας».

Αλλά οι εγχώριες αεροπορικές εταιρείες διστάζουν να χρησιμοποιήσουν αυτό το δικαίωμα προς το παρόν, φοβούμενες ότι αυτό θα διακυβεύσει περαιτέρω τους δεσμούς με διεθνείς εταίρους. Αντίθετα, ιδιωτικές ρωσικές αεροπορικές εταιρείες διαπραγματεύονται με εκμισθωτές και εκφράζουν την ετοιμότητα τους να επιστρέψουν τον στόλο.

Οι ρωσικές αεροπορικές εταιρείες- έχουν μισθώσει 515 αεροσκάφη από το εξωτερικό- ακόμα κι αν θέλουν να επιστρέψουν ξένα μισθωμένα αεροσκάφη στους εκμισθωτές, είναι απίθανο να μπορέσουν να τα βγάλουν από τη χώρα τώρα.

Η άδεια για κάθε πτήση εξωτερικού πρέπει τώρα να λαμβάνεται χωριστά και η ρυθμιστική αρχή είναι αντίθετη στον αποχωρισμό με τον στόλο. Το θέμα όμως πρέπει να λυθεί έως την Δευτέρα 28 Μαρτίου. Σύμφωνα με το Cirium, μέχρι σήμερα οι ενοικιαστές έχουν ήδη επιστρέψει 79 αεροσκάφη στους ιδιοκτήτες τους, ενώ 428 παραμένουν στη Ρωσία και τη Λευκορωσία.

Αυτό επιβεβαιώνεται από εκπροσώπους των εκμισθωτών. Έτοιμες για διάλογο με τους εκμισθωτές είναι οι ιδιωτικές αεροπορικές εταιρείες

«Οι ιδιωτικές αεροπορικές εταιρείες πιστεύουν ότι υπάρχει ζωή μετά από αυτή την κρίση. Και κάνουν ό,τι είναι δυνατόν, γνωρίζοντας ότι θα χρειαστούν ακόμα τα αεροσκάφη μας. Έκαναν εξαιρετική δουλειά προσπαθώντας να διατηρήσουν την ισορροπία και να συνεργαστούν μαζί μας

Οι ρωσικές αεροπορικές εταιρείες - έχουν μισθώσει 515 αεροσκάφη από το εξωτερικό- ακόμα κι αν θέλουν να επιστρέψουν ξένα μισθωμένα αεροσκάφη στους εκμισθωτές, είναι απίθανο να μπορέσουν να τα βγάλουν από τη χώρα τώρα



στην καλύτερη δυνατή συνεργασία», δήλωσε ο CEO της Air Lease Corporation John Plueger, σύμφωνα με το Airline Weekly.

Όπως έχει γνωστό, η Air Lease Corporation μίσθωσε 32-34 αεροσκάφη σε ρωσικούς αερομεταφορείς. Τα 14 από αυτά λειτουργούσαν από την αεροπορική εταιρεία S7, τα 11 από τη Nordwind Airlines και τα 4 από την ifly.

Νωρίτερα, η UTair ανέφερε επίσης ότι, σύμφωνα με τις απαιτήσεις των ιδιοκτητών-εκμισθωτών και των συμβάσεων που συνήψε καθώς και τη ρωσική και διεθνή νομοθεσία, μετέφερε αεροσκάφη στο ρωσικό νηολόγιο.

«Η Utair εκτελεί πτήσεις αυστηρά σύμφωνα με τη ρωσική και διεθνή νομοθεσία. Και όπως πάντα είναι στην πρακτική της να μην επιτρέπει παραβιάσεις, εξήγησε ο πρόεδρος της Utair-Pasenger Airlines» Όλεγκ Σεμένοφ.

Ξεκινήσαμε τη μεταφορά αεροσκαφών στο ρωσικό νηολόγιο πέρυσι και σήμερα ολοκληρώσαμε τη μεταφορά ολόκληρου του στόλου, συμπεριλαμβανομένων των Boeing 767 ευρείας ατράκτου μεγάλων αποστάσεων. Ο υπάρχων στόλος των 50 αεροσκαφών σε ρωσική εγγραφή είναι αρκετός για να παρέχει αδιάλειπτες αεροπορικές υπηρεσίες στους πελάτες».

Μία από τις πρώτες αεροπορικές εται-

ρείες που διέκοψε τις πτήσεις, ήταν η Royal Flight. Μετέφερε το μεγαλύτερο μέρος του στόλου της σε τουρκικά αεροδρόμια για να παραδοθεί σε εκμισθωτές, σύμφωνα με πληροφορίες.

Οι δυτικές αεροπορικές επιχειρήσεις δεν αναμένουν παρόμοιες ενέργειες από τις αεροπορικές εταιρείες του ομίλου Aeroflot (αυτές είναι η ίδια η Aeroflot, η Pobeda και η Rossiya Airlines).

Η Rossiya Airlines προς το παρόν, δεν σχολιάζει την κατάσταση. Πηγές στη ρωσική αγορά επιβεβαιώνουν επίσης τόσο το γεγονός των διαπραγματεύσεων με τους εκμισθωτές όσο και την επιθυμία μεμονωμένων αερομεταφορέων να επι-



στρέψουν τον «επικυρωμένο» στόλο στους ιδιοκτήτες.

Αυτό μπορεί να εξηγηθεί, αφενός, από το γεγονός ότι θα είναι ακόμα αδύνατο να εξυπηρετηθούν αεροσκάφη στη Ρωσία υπό τις συνθήκες των κυρώσεων και αφετέρου, από το γεγονός ότι, στο πλαίσιο της οικονομικής κρίσης, οι ειδικοί δεν αναμένουν έκρηξη στις εγχώριες μεταφορές. Έτσι, οι αεροπορικές εταιρείες θα χρειαστούν σημαντικά λιγότερη μεταφορική ικανότητα αυτή τη σεζόν.

Την ίδια στιγμή, οι ρυθμιστικές αρχές του κλάδου της Ρωσίας -το Υπουργείο Μεταφορών και η Ομοσπονδιακή Υπηρεσία Αερομεταφορών- δεν εγκρίνουν

τις κινήσεις των αεροπορικών εταιρειών να επιστρέψουν τα αεροσκάφη στους εκμισθωτές, λένε παράγοντες της αγοράς που γνωρίζουν την κατάσταση.

Άλλωστε κάτι τέτοιο θα σήμαινε απώλεια σημαντικού μέρους του εναέριου στόλου για τη χώρα. Παρά το γεγονός ότι απομένουν λίγες ημέρες μέχρι να ληφθεί η τελική απόφαση για την τύχη του στόλου χρηματοδοτικής μίσθωσης -σύμφωνα με τις οδηγίες των ιδιοκτητών, τα αεροσκάφη πρέπει να επιστραφούν έως τις 28 Μαρτίου- δεν έχει παρατηρηθεί πρόοδος στην επίλυση του ζητήματος εκ μέρους των ρωσικών αρχών μέχρι στιγμής.

Εκπρόσωποι του υπουργείου και της ομοσπονδιακής υπηρεσίας απέφυγαν να σχολιάσουν. Αλλά το Υπουργείο Μεταφορών υπενθύμισε ότι ένα από τα κύρια καθήκοντα παραμένει η επανεγγραφή αεροσκαφών στο ρωσικό μητρώο και η διασφάλιση της ασφάλειας των πτήσεων από ρωσικές εταιρείες.

Και αν αρχικά ο τρόπος με τον οποίο εξελισσόταν η κατάσταση προκάλεσε σημαντική ανησυχία στους ξένους εταίρους τότε, σύμφωνα με το Airline Weekly, με την πάροδο του χρόνου, οι φόβοι των δυτικών επιχειρήσεων από αυτή την άποψη αναγνωρίστηκαν ως υπερβολικοί.

Από τη μία πλευρά, η Ρωσία, για παρά-

Η σχετική προθεσμία λήγει στις 28 Μαρτίου και το Κρεμλίνο έχει αφήσει περιθώρια ακόμη και για εθνικοποίηση των αεροσκαφών, αλλά οι εταιρείες δείχνουν απρόθυμες για μια τέτοια εξέλιξη

δειγμα, αντιπροσωπεύει μόνο το 5% του χαρτοφυλακίου του μεγαλύτερου συνεργάτη στο leasing, της Aer Cap (152 αεροσκάφη).

«Η απώλεια ρωσικών περιουσιακών στοιχείων θα οδηγήσει την εταιρεία να διαγράψει περιουσιακά στοιχεία 2,5 δισεκατομμυρίων δολαρίων», δήλωσε ο Jamie Baker αναλυτής της JP Morgan, χαρακτηρίζοντας την αρχική αντίδραση της αγοράς «υπερβολική» και το κόστος του ιδιοκτήτη «διαχειρίσιμο».

Από την άλλη πλευρά, ένα νέο κύμα φόβων μεταξύ των εκμισθωτών προκλήθηκε από τροποποιήσεις στον Ρωσικό Κώδικα Αεροπορίας, οι οποίες χαρακτηρίστηκαν από πολλά Ρωσικά και ξένα Μέσα ως «λευκή κάρτα» από τον Βλαντιμίρ Πούτιν για την εθνικοποίηση μισθωμένων αεροσκαφών. Κάτι όμως που δεν έχει γίνει μέχρι στιγμής.

Η απουσία περαιτέρω κίνησης προς την «εθνικοποίηση» και η προθυμία των ιδιωτικών ρωσικών αερομεταφορέων να διαπραγματευτούν επέτρεψαν στους ξένους εκμισθωτές να αναπνεύσουν ευκολότερα, γράφει ο ξένος Τύπος.

«Αν η πανδημία του κορωνοϊού ήταν ένας σεισμός 8 βαθμών για εμάς, τότε πρόκειται για ένα υπόλοιπο 2,5 Ρίχτερ», είπε χαρακτηριστικά περιγράφοντας την κατάσταση ο Steven Udvar-Hazy, διευθυντών σύμβουλος της Air Lease Corporation.

Ωστόσο υπάρχουν ακόμη και «θετικές» πλευρές. Τώρα οι εκμισθωτές με ήσυχη τη συνείδηση τους μπορούν να μεταπωλούν αεροσκάφη που προορίζονταν προηγουμένως για Ρώσους πελάτες.

Ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη διαπραγματεύσεις για την αγορά αεροσκαφών από τις οικογένειες Airbus A320neo και Boeing 737 Max, που προορίζονταν αρχικά για Ρώσους αερομεταφορείς. Κάτι που απαλλάσσει τους εκμισθωτές από την ανάγκη επίλυσης του προβλήματος της νέας «απασχόλησης» των αεροσκαφών που θα απελευθερωθούν ξαφνικά.

Γεωπολιτική και τουρισμός

Η γεωπολιτική σταθερότητα μιας ευρύτερης περιοχής αποτελεί μία από τις βασικές παραμέτρους για τον τουρισμό. Είναι λοιπόν λογικό η ολοκληρωμένη ανάλυση της σημερινής κατάστασης να βοηθήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και προβλέψεων για το μέλλον και για την άσκηση μακροχρόνιων πολιτικών στον τουρισμό και όχι μόνο

Εχουμε συνηθίσει να προσεγγίζουμε τον τουρισμό, κυρίως από την οπτική του κοινωνικού φαινομένου και βεβαίως ως προς την συμβολή του στην οικονομία.

Δυστυχώς όμως για τον καθιερωμένο τρόπο σκέψης ο Τουρισμός αποτελεί ένα

πολύ πιο σύνθετο φαινόμενο και η ολοκληρωμένη μελέτη του απαιτεί την χρήση Γεωπολιτικών εργαλείων, για την πλήρη κατανόηση των σημαντικών αναταράξεων που υφίσταται, ακόμη και



Γράφει ο

**Θοδωρής
Βασιλείου**

από μικρές διεθνικές μεταβολές.

Το σημερινό μας άρθρο στοχεύει να αναδείξει την άμεση συσχέτιση του τουρισμού με γεωπολιτικά τεκταινόμενα και να παρακινήσει τους ειδικούς αναλυτές και την πανεπιστημιακή κοινότητα να παράξουν νέες μελέτες, προβλέποντας τις ενδεχόμενες εξελίξεις. Μελέτες οι οποίες θα επιτρέψουν τον κόσμο του τουρισμού να προετοιμαστεί έγκαιρα, ενόψει των θεαματικών ανακατατάξεων που έρχονται.

Φυσικά η ανάλυση που ακολουθεί, δεν φιλοδοξεί να ενδυθεί με κάποια επιστημονική εγκυρότητα, διότι αποτελεί καθαρά δημοσιογραφική προσέγγιση του γράφοντος, αφήνοντας το καθαυτό επιστημονικό πεδίο, στους καθ' ύλην αρμόδιους.

Ο Τουρισμός αποτελεί ένα είδος οικονομικής ροής στο Γεωγραφικό Χώρο η οποία πρέπει μελετάται μεθοδολογικά και μέσω της Συστημικής Γεωπολιτικής Ανάλυσης.

Η γεωπολιτική (γη + πολιτική) είναι η μελέτη των επιδράσεων της γεωγραφίας (ανθρώπινης και φυσικής) στις διεθνείς σχέσεις και στη διεθνή πολιτική.

Η γεωπολιτική ως μια θεωρία χωρικών αλληλεξαρτήσεων και ιστορικής αιτιότητας, αναλύει και συσχετίζει σταθερούς και μεταβλητούς γεωγραφικούς παράγοντες καταλήγοντας σε συμπεράσματα κατανομής της ισχύος στο διεθνή χώρο.



Η γεωπολιτική αποτελεί μια μέθοδο μελέτης της εξωτερικής πολιτικής ώστε να γίνει κατανοητή, να εξηγηθεί και τελικά να μπορεί να προβλεφθεί η συμπεριφορά των διεθνών πολιτικών δρώντων μέσα από γεωγραφικές μεταβλητές. Αυτές οι μεταβλητές περιλαμβάνουν το κλίμα/περιβάλλον, τον πολιτισμό, την τοπογραφία, τη δημογραφία, τους φυσικούς πόρους και τις εφαρμοσμένες επιστήμες της περιοχής που εξετάζεται.

Ο όρος «γεωπολιτική» σαν επιστημονικός όρος εισήχθη το 1899 από τον Σουηδό πολιτικό και πολιτικό επιστήμονα Rudolf Kjellén, μαθητή του γεωγράφου και θεωρούμενου ως πατέρα της γεωπολιτικής Friedrich Ratzel.

Ως επιστήμη, η γεωπολιτική δημιουργήθηκε στις αρχές του 20ου αιώνα και στη συνέχεια διαδόθηκε στην κεντρική Ευρώπη κατά το διάστημα του μεσοπολέμου. Η γεωπολιτική αποτελεί εργαλείο της στρατηγικής με κεντρικό σημείο την

εθνική ισχύ και τον έλεγχο μιας γεωγραφικής επικράτειας.

Κράτη που είναι ισχυρότερα στην προβολή των ικανοτήτων τους σε μεγαλύτερες αποστάσεις, αποτελούν τα κυρίαρχα κράτη σε κάθε ιστορική περίοδο μέσα στο διεθνές σύστημα. Επομένως, η γεωπολιτική υπονοεί την ύπαρξη διεθνών ανταγωνισμών και υποστηρίζει τη στρατηγική σχεδίαση σε διάφορους τομείς π.χ, το μέλλον του τουρισμού μιας περιοχής.

Η γεωπολιτική σταθερότητα μιας ευρύτερης περιοχής αποτελεί μία από τις βασικές παραμέτρους για τον τουρισμό. Είναι λοιπόν λογικό η ολοκληρωμένη ανάλυση της σημερινής κατάστασης να βοηθήσει στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων και προβλέψεων για το μέλλον και για την άσκηση μακροχρόνιων πολιτικών στον τουρισμό και όχι μόνο.

Η «γερμανική γεωπολιτική σχολή σκέψης» εκφραζόμενη κυρίως από τον Friedrich Ratzel, αναγνωρίζει την αξία

της χωρικής διάστασης, δίνοντας έμφαση στις μεταφορές (συγκοινωνίες και επικοινωνίες θα λέγαμε σήμερα) και στην προκύπτουσα έννοια της κυκλοφορίας που συντίθεται από α) τον γεωγραφικό χώρο εκκίνησης, β) τον γεωγραφικό χώρο προορισμού και γ) τη μεταξύ τους απόσταση.

Βασικό σημείο του έργου του είναι η έννοια του «ζωτικού χώρου» (lebensraum), και η άποψη ότι η αντίθεση μεταξύ χερσαίων και θαλάσσιων δυνάμεων, έχει θεμελιώδη σημασία για τις σχέσεις μεταξύ των λαών.

Χωρίς να υποτιμούμε καθόλου την μαρξιστική ερμηνεία για τα γενεσιουργά αίτια των πολέμων (ενδο-ιμπεριαλιστικοί ανταγωνισμοί του μεγάλου κεφαλαίου), θα ήταν χρήσιμο να εμπλουτίσουμε την ανάλυση μας και με τα διαθέσιμα γεωπολιτικά εργαλεία.

Υπο αυτό το πρίσμα αν θελήσουμε να εξηγήσουμε τον Ρωσο-ουκρανικό πόλε-



μο με βάση π.χ. την Γερμανική σχολή σκέψης, τότε θα αναγνωρίσουμε ως βασική αντίθεση που τον γέννησε, τον ανταγωνισμό μεταξύ των θαλάσσιων δυνάμεων (Αγγλοσαξονικός άξονας- ή αλλιώς αυτό που αποκαλούμε “Δύση”) και μίας χερσαίας υπερδύναμης, δηλαδή της Ρωσίας, για τα όρια του ζωτικού χώρου όπως τον ερμηνεύουν οι ίδιες.

Σε αυτήν την αντιπαράθεση, που την είδαμε στο παρελθόν και στην περίοδο του ψυχρού πολέμου (NATO - ΕΣΣΔ), η Ελλάδα ως κατεχοχήν και κατά παράδοση ναυτική χώρα, εντάχθηκε και παραμένει ενταγμένη στον συνασπισμό των «ναυτικών δυνάμεων».

Σήμερα, η έκβαση αυτού του πολέμου (και της αντιπαράθεσης που τον γέννησε) είναι πιθανό να οδηγήσει σε μακροχρόνια (θερμή ή ψυχρή αντιπαράθεση) των δύο αυτών αντιμαχόμενων μερών, συμπεριλαμβανομένων και των θεωρούμενων συμμάχων τους, που θα είναι πλέον υποχρεωμένοι να πάρουν καθαρή θέση εντασσόμενοι ενεργά στους αντίστοιχους συνασπισμούς.

Μετά την Ρωσική εισβολή στην Ουκρανία τίποτα πια δεν θα είναι ίδιο με το χτες.

Η Ευρώπη και κυρίως η Γερμανία αποκόπτεται άμεσα και απότομα από τον οικονομικό ομφάλιο λώρο που την συνέδεε με την Ρωσία.

Η ιδιαίτερα στενή σχέση (Οικονομική και ενεργειακή) που διατηρούσε με την Ρω-

Μετά την Ρωσική εισβολή στην Ουκρανία τίποτα πια δεν θα είναι ίδιο με το χτες.

Αν θεωρήσουμε πως τα μέτρα και αντίμετρα αντιστοίχως, που ανακοινώθηκαν από τις δύο πλευρές, ότι θα διατηρηθούν για πολλά χρόνια, τότε οι διαφαινόμενες επιπτώσεις στο παγκόσμιο τουριστικό τοπίο αρχίζουν και γίνονται προβλέψιμες και δυστυχώς δυσοίωνες

σία και με την Κίνα, της επέτρεπε (αξιοποιώντας την ηγεμονική της θέση στην Ευρώπη) να πλασάρεται στον παγκόσμιο οικονομικό σύστημα ως μια αναδυόμενη Γερμανοευρωπαϊκή υπερδύναμη.

Τώρα πλέον υποχρεώνεται να πάει αναγκαστικά με την πλευρά της Δυτικής συμμαχίας και τίθεται υπό ασφυκτικό ΝΑΤΟϊκό έλεγχο.

Σταδιακά κατά τα επόμενα χρόνια, ενδέχεται να έχουμε αντίστοιχη όξυνση των

σχέσεων και με την Κίνα, καθώς είναι ορατή πλέον η προσπάθεια του αγγλοσαξονικού άξονα να οριοθετηθεί και περιορίσει την Ρωσία, για να ασχοληθεί απερίσπαστα με την άλλη μεγάλη χερσαία υπερδύναμη, δηλαδή την Κίνα, η οποία κατά την δική τους ανάλυση αποτελεί τον κύριο αντίπαλο. Η επερχόμενη στρατιωτικοποίηση της Γερμανίας υπό τον άγρυπνο έλεγχο του ΝΑΤΟ, αναμένεται να αναδιατάξει και όλη την οικονομία της Ευρώπης.

Αν θεωρήσουμε δε πως τα μέτρα και αντίμετρα αντιστοίχως, που ανακοινώθηκαν από τις δύο πλευρές, ότι θα διατηρηθούν για πολλά χρόνια, τότε οι διαφαινόμενες επιπτώσεις στο παγκόσμιο τουριστικό τοπίο αρχίζουν και γίνονται προβλέψιμες και δυστυχώς δυσοίωνες.

Όσον αφορά την χώρα μας, οι γεωπολιτικές εξελίξεις αναμένεται να επηρεάσουν σοβαρά τον τουρισμό, άμεσα σε ό,τι αφορά στις αφίξεις από Ρωσία, Λευκορωσία και Ουκρανία, καθώς και των γειτονικών προς αυτές περιοχών λόγω της αστάθειας που θα δημιουργηθεί.

Επίσης και έμμεσα μέσω της αναμενόμενης μείωσης της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών σε όλες τις χώρες προέλευσης των τουριστών, ακόμα και τις θεωρούμενες πλούσιες χώρες του Βορρά, ως συνέπεια των αυξανόμενων τιμών της ενέργειας και την διαφαινόμενη μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος για ταξίδια.

Εισερχόμαστε λοιπόν σε μια νέα εποχή, στην εποχή του «περιχαρακωμένου τουρισμού».

Ο «δυτικός τουρισμός» (Αμερική - Ευρώπη - Αυστραλία) μετατρέπεται σε μια εν πολλοίς μικρότερη και κλειστή τουριστική αγορά. Μπορούμε εύλογα να ισχυριστούμε ότι θα απωλέσει σταδιακά μεγάλο μέρος από τις παγκόσμιες τουριστικές Ροές, υποθέτοντας ότι οι παγκόσμιες εντάσεις μεταξύ των υπερδυνάμεων δεν θα σταματήσουν σύντομα.

Ίσως μελλοντικά, μια οικονομικά αναπτυσσόμενη Ινδία που θα διαθέτει πολίτες με εισοδήματα ικανά για ταξίδια, υπό την προϋπόθεση ότι θα διατηρηθούν οι καλές σχέσεις της με την δύση - να Ισοφαρίσει αυτές τις απώλειες.

Δυστυχώς όμως -τουλάχιστον για αρκετά χρόνια- και έως ότου οι υπερδυνάμεις του πλανήτη βρουν ένα δρόμο ειρηνικής συνύπαρξης (αισιόδοξο σενάριο), το τουριστικό τοπίο θα χάσει μεγάλο μέρος από τα παγκόσμια χαρακτηριστικά του.

Και επειδή ο τουρισμός είναι ένας καθοριστικός τομέας της οικονομίας, ιδιαίτερα ευαίσθητος στις συνέπειες των κολοσσιαίων γεωπολιτικών ανακατατάξεων και των συνεπειών που αυτές επιφέρουν (αυξημένο ενεργειακό κόστος, γενική ακρίβεια, πληθωριστικά φαινόμενα, απαγορευτικές ταξιδιωτικές οδηγίες κ.λπ.), απαιτείται άμεση δραστηριοποίηση των κυβερνήσεων της Ευρώπης και της Ελλάδος, προς την κατεύθυνση της χάραξης ενός νέου οδικού χάρτη του «Ευρωπαϊκού τουρισμού», αναθεωρώντας ως μεγάλο βαθμό τα περί σύντομης πράσινης μετάβασης, ώστε να αμβλυνθούν οι αρνητικές συνέπειες που προέκυψαν μετά την Ρωσική εισβολή στην Ουκρανία και να διατυπωθούν αναλυτικά τα βήματα προς τον «καινούργιο κόσμο» που θα προκύψει, δηλαδή έναν κόσμο με διαιρεμένη δυστυχώς την Ευρώπη, που θα σκιάζεται και από την αναβίωση ενός νέου ψυχρού πολέμου.

Να ευχηθούμε αυτός ο οδικός χάρτης και οι πολιτικές που θα τον προσδιορίζουν να μην είναι βασισμένες στις κλασικές συνταγές λιτότητας.

Καθώς επίσης να ευχηθούμε ότι η στρατιωτικοποίηση της Γερμανίας και οι εξοπλιστικές δαπάνες που θα αναληφθούν από τα κράτη του δυτικού συνασπισμού, να μην φορτωθούν στα συνηθισμένα υποζύγια, δηλαδή τον απλό καθημερινό άνθρωπο, που είναι και η συντριπτική πλειοψηφία των ταξιδευτών.

Μόνο μια ευφυής στρατηγική συνδυασμένων κινήτρων για τον τουρισμό, από όλες τις κυβερνήσεις των χωρών του Δυτικού κόσμου, ίσως αποτρέψει την μετατροπή των τεράστιων τουριστικών επενδύσεων της Ευρώπης - σε άδεια κτίρια - που θα θυμίζουν την αίγλη μια παρελθούσας εποχής.

Κάθε χρόνο, εξετάζονται από ειδικούς και αναλυτές οι προβλεπόμενες τάσεις της ταξιδιωτικής βιομηχανίας που θα επηρεάσουν σημαντικά τον παγκόσμιο τουρισμό και τη φιλοξενία. Με τη σοβαρότητα της κρίσης της πανδημίας, αυτές οι αναλύσεις εστιάζουν σε κάτι πολύ περισσότερο από απλά τις ταξιδιωτικές τάσεις και μάλλον προσπαθούν να εντοπίσουν αξίες και αρχές που θα βοηθήσουν στην καθοδήγηση του τουριστικού κλάδου προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον. Από την πληροφόρηση μέσω της καινοτομίας έως τον ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο της ταξιδιωτικής εταιρείας, εδώ είναι οι βασικές ταξιδιωτικές τάσεις που αναμένουμε να δούμε το 2022.

Ας ρίξουμε μια ματιά στις βασικές ταξιδιωτικές τάσεις που θα διαμορφώσουν τον κλάδο το 2022.

1. Απαραίτητη η ύπαρξη της τεχνολογίας στα ταξίδια

Ο ρόλος της τεχνολογίας στα ταξίδια θα συνεχίσει να αυξάνεται σε σημασία κατά τη διάρκεια του 2022. Από τα ψηφιακά διαβατήρια εμβολιασμού, έως τις ταξιδιωτικές ειδοποιήσεις σε πραγματικό χρόνο, οι τεχνολογικές λύσεις θα διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στη διατήρηση της ενημέρωσης του κοινού και στην παροχή καθοδήγησης με όλες τις ταξιδιωτικές αποφάσεις.

Καθώς οι χώρες αρχίζουν να υποδέχονται ξανά τους εμβολιασμένους ταξιδιώτες, οι απαιτήσεις για δοκιμές, καραντίνες και έντυπα θα εξακολουθούν να διαφέρουν μεταξύ των προορισμών. Η παροχή σαφών και επίκαιρων διεθνών ταξιδιωτικών απαιτήσεων - καθώς και η έγκαιρη ενημέρωση σε περίπτωση αλλαγής των ταξιδιωτικών συνθηκών - θα είναι απαραίτητη για την υποστήριξη των ταξιδιωτών καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους.

Επιπλέον, η τεχνολογία ανέπαφων συναλλαγών θα συνεχίσει να διευκολύνει την ταξιδιωτική εμπειρία. Οι ταξιδιωτικές εταιρείες έχουν αγκαλιάσει καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις για να διατηρούν τους ταξιδιώτες ασφαλείς και να παρέχουν άμεση πρόσβαση σε βοήθεια και πληροφορίες. Το ανέπαφο check-in και η επιβίβαση, η δυνατότητα παραγγελίας φαγητού ή υπηρεσιών μέσω εφαρμογής ή η υποστήριξη θυρωρού μέσω Whatsapp ή chat είναι λύσεις που παρέχουν επιπλέον αίσθηση ασφάλειας στον ταξιδιώτη.

Αναμένεται επίσης να δούμε τις τεχνολογίες εικονικής πραγματικότητας να αυξάνουν τη σημασία τους, μέσω λύσεων όπως εικονικές περιηγήσεις σε σουίτες θερέτρων, καμπίνες αεροσκαφών, μουσεία και αξιοθέατα. Αυτές οι τεχνολογίες βοηθούν τους ταξιδιώτες να ερευνήσουν έναν προορισμό πιο ενδελεχώς, παρέχοντας εμπιστοσύνη στον προγραμματισμό του ταξιδιού.

6 ταξιδιωτικές τάσεις για το 2022

Οι ταξιδιωτικές απαιτήσεις, τα πρωτόκολλα υγιεινής και καθαριότητας, τα μέτρα ασφαλείας και η βιωσιμότητα θα παραμείνουν συνεχή θέματα την επόμενη χρονιά



2. Εξατομίκευση και καθοδήγηση, πιο κρίσιμες από ποτέ

Εκτός από τις ταξιδιωτικές απαιτήσεις, οι ταξιδιώτες θα αναζητούν εξειδικευμένη καθοδήγηση για κάθε πτυχή του ταξιδιού τους. Τα προηγούμενα χρόνια ο σχεδιασμός ταξιδιού μπορεί να γινόταν μέσω ιστοσελίδων ή μέσω μιας απλής περιήγησης στο διαδίκτυο.

Τώρα υπάρχουν πολύ περισσότερα που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Για παράδειγμα, πώς έχουν εξελιχθεί οι διανομές εμβολίων σε αυτόν τον προορισμό; Υπάρχουν περιοριστικά μέτρα για τα εστιατόρια ή τα θέατρα; Για πολλούς ταξιδιώτες, η δημιουργία καθημερινών δρομολογίων είναι πλέον μια πολύ πιο σύνθετη και κοπιαστική διαδικασία.

Τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι tour operators καλούνται να ανταποκριθούν σε αυτή την ανάγκη. Από τα πρωτόκολλα

υγείας ανά αξιοθέατο μέχρι τις πληροφορίες σχετικά με το πού και πότε να αποφεύγουν τον συνωστισμό, οι ταξιδιώτες θα επενδύσουν πρόσθετη προσοχή στον προγραμματισμό του ταξιδιού τους - και θα περιμένουν εξατομικευμένη υποστήριξη από τις εταιρείες με τις οποίες θα επιλέξουν να ταξιδέψουν.

Για μια ταξιδιωτική εταιρεία, αυτό μπορεί να σημαίνει επανεξέταση του ταξιδιωτικού μάρκετινγκ και των ψηφιακών στρατηγικών, ενσωμάτωση υπερτοπικού περιεχομένου προορισμών σε εφαρμογές, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδες με παροχή έγκυρων πληροφοριών για την ασφάλεια των ταξιδιωτών και των αγαπημένων τους προσώπων. Οι εταιρείες δεν είναι πλέον απλώς μια σύνδεση από το σημείο Α στο σημείο Β, αλλά μια πηγή σοφίας και υποστήριξης κατά μήκος της διαδρομής.

3. Προτιμώμενα σχέδια και εμπειρίες

Καθώς οι ταξιδιώτες σκέφτονται τα ταξίδια της επόμενης χρονιάς, οι εμπλουτισμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες βρίσκονται στην κορυφή του μυαλού τους. Πολλοί ταξιδιώτες επιθυμούν να θέλουν να επανασυνδεθούν με τα αγαπημένα τους πρόσωπα μετά τις απανωτές καραντίνες, ενώ οι διακοπές στη φύση μπορούν να προσφέρουν τόσο ξεκούραση όσο και κοινωνικά αποστασιοποιημένες εξερευνήσεις. Οι ταξιδιώτες θα αναζητήσουν «κρυφά» διαμάντια, ονειρεμένους προορισμούς και ευκαιρίες για δραστηριότητες με επίκεντρο τη φύση, όπως πεζοπορία, φωτογραφία ή καγιάκ. Πρόκειται για μια τάση που αποτελεί ευκαιρία για τους όχι και τόσο δημοφιλείς προορισμούς, ώστε να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες.



Τα επαγγελματικά ταξίδια θα επιστρέψουν σιγά-σιγά το 2022, αλλά υπάρχει ακόμη πολύς δρόμος για να δούμε την πλήρη ανάκαμψη

Όσον αφορά τα καταλύματα, η καθαριότητα και η ασφάλεια είναι απαραίτητη προϋπόθεση. Πρόσφατη έρευνα της Ευρωπαϊκής Επιτροπής Ταξιδιών αποκαλύπτει ότι πάνω από τους μισούς ερωτηθέντες που σκέφτονται να ταξιδέψουν το επόμενο έτος προτιμούν να μείνουν σε ξενοδοχεία ή ανεξάρτητα θέρετρα, παρά σε βραχυχρόνιες ενοικιάσεις και άλλα καταλύματα.

Η δυναμική ενός αξιόπιστου brand παρήκει τη βεβαιότητα ότι τα βασικά μέτρα υγείας θα είναι σε ισχύ. Σε συνδυασμό με τις παρθένες εμπειρίες της φύσης, τα στοιχεία αυτά προσθέτουν ένα επιπλέον επίπεδο υποστήριξης στο ταξίδι του ταξιδιώτη.

Έχοντας αυτό κατά νου, τα θέρετρα μπορούν να προσελκύσουν 2022 ταξιδιώτες, τονίζοντας τα πρωτόκολλα καθαρισμού, τα προγράμματα ευεξίας και τις φιλικές προς το περιβάλλον εκδρομές. Επίσης, τα ξενοδοχεία με καταλύματα εκτός θέρετρου -όπως εξοχικές κατοικίες ή βίλες- μπορούν να διαθέτουν μονάδες που παρέχουν επιπλέον χώρο και ιδιωτικότητα, μαζί με την επαγγελματική καθαριότητα και την υποστήριξη πελατών που θα περίμενε κανείς από την αγαπημένη τους μάρκα θέρετρου.

4. Βιωσιμότητα, μια συνεχής ταξιδιωτική τάση

Η βιωσιμότητα, ειδικά στον κλάδο των αερομεταφορών, είναι και θα είναι μια συνεχής τάση στα ταξίδια. Οι τουριστικές τάσεις γύρω από τα ταξίδια με χαμηλές εκπομπές άνθρακα - τις οποίες θα εξετάσουμε περαιτέρω παρακάτω - θα συνεχίσουν να εξελίσσονται, καθώς οι ταξιδιώτες παρακολουθούν με προσοχή τις περιβαλλοντικές πρωτοβουλίες των οργανισμών. Για παράδειγμα, το Google Flights παρουσιάζει πλέον εκτιμήσεις για τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα για τις περισσότερες αναζητήσεις πτήσεων - ένα σημαντικό βήμα για τον κλάδο στην παροχή στους ταξιδιώτες πληροφοριών σχετικά με τη βιωσιμότητα.

Η ταξιδιωτική κοινότητα θα αναμένει

επίσης όλο και περισσότερο διαφάνεια από τους ταξιδιωτικούς φορείς σχετικά με τις πρωτοβουλίες τους για τη βιωσιμότητα. Καθώς οι διεθνείς ταξιδιώτες συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο την κλιματική κρίση, αυξάνεται η ανησυχία για τη μείωση του αποτυπώματος του καθενός και την υπεύθυνη απόλαυση των διακοπών. Η ETC δημοσίευσε πρόσφατα το εγχειρίδιο της για την ενθάρρυνση πρακτικών βιώσιμου τουρισμού. Ακολουθούν μερικές ιδέες που αντικατοπτρίζουν τις αξίες των ταξιδιωτών:

► Σχεδόν το 70% των ταξιδιωτών αναμένουν από τη βιομηχανία να προσφέρει πιο φιλικές προς το περιβάλλον ταξιδιωτικές επιλογές.

► Το 46% των Ευρωπαίων ταξιδιωτών θεωρεί ότι η διαχείριση των αποβλήτων είναι το πιο σημαντικό περιβαλλοντικό ζήτημα.

► Το 40% των Ευρωπαίων καταναλωτών θα σταματούσε να πετάει προκειμένου να συμβάλει στον μετριασμό της κλιματικής αλλαγής.

Καθώς οι χώρες σε όλο τον κόσμο, εργάζονται για την τήρηση των δεσμεύσεών τους για τη Συμφωνία του Παρισιού και οι μεμονωμένες εταιρείες παρουσιάζουν τους δικούς τους περιβαλλοντικούς στόχους, οι ταξιδιώτες θα αναζητούν οργανισμούς που εστιάζουν στη βιωσιμότητα και την καινοτομία. Από τις πρωτοβουλίες χωρίς πλαστικά μέχρι την πρόοδο στη μείωση των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα, οι ταξιδιωτικές μάρκες πρέπει να συνδεθούν με τους ταξιδιώτες τους σε όλα αυτά τα σημεία ανησυχίας.

5. Μέτρα που επικεντρώνονται στην ασφάλεια και την υγεία

Μαζί με την προτεραιότητα στην υγεία και την ευεξία και τη λαχτάρα για σύνδεση με τη φύση, οι ταξιδιώτες θα επιδιώξουν να επενδύσουν σε μάρκες που μοιράζονται αυτές τις πεποιθήσεις. Για παράδειγμα, μια πρόσφατη μελέτη της OAG διαπίστωσε ότι το 70% των ερωτηθέντων ταξιδιωτών στις ΗΠΑ πιστεύει ότι τα διαβατήρια εμβολίων θα πρέπει να απαιτούνται για τα διεθνή

ταξίδια, ενώ το 68% ενδιαφέρεται και για τα διαβατήρια εσωτερικού.

Οι έρευνες συνεχίζουν να δείχνουν ότι οι ταξιδιώτες αισθάνονται πιο ασφαλείς όταν υπάρχουν μέτρα με επίκεντρο την υγεία σε χώρους εστίασης, λιανικού εμπορίου και τουριστικούς προορισμούς, οπότε αυτό θα συνεχίσει να αποτελεί ταξιδιωτική τάση το 2022. Οι ταξιδιωτικές εταιρείες θα πρέπει όχι μόνο να προβάλλουν τις δικές τους πρωτοβουλίες για την ασφάλεια, αλλά και τα τοπικά αξιοθέατα που κάνουν το κάτι παραπάνω για τη δημόσια υγεία. Αυτό το περιεχόμενο όχι μόνο ενημερώνει το κοινό των ταξιδιωτών, αλλά εμπνέει και ενθουσιάζει.

6. Ταξίδια «Επιστροφή στη δουλειά»

Τέλος, μια ματιά στις τάσεις των εταιρικών ταξιδιών. Πρόκειται για ένα πεδίο που παραμένει στον αέρα και πιθανότατα θα είναι ένας από τους τελευταίους τομείς που θα ανακάμψει σε διεθνή κλίμακα. Η επιστροφή στα επαγγελματικά ταξίδια θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των επιπέδων εμβολιασμού, του ανοίγματος των συνόρων και των ανασχεδιασμένων δομών του προϋπολογισμού. Καθώς πολλοί οργανισμοί έχουν ανακαλύψει την αποτελεσματικότητα της εξ αποστάσεως εργασίας, τα εκτεταμένα εταιρικά ταξίδια μπορεί να μην αποτελούν τόσο υψηλή προτεραιότητα όσο ήταν πριν από την πανδημία.

Ως εκ τούτου, μπορούμε να περιμένουμε να δούμε περισσότερη διαδικτυακή εκπαίδευση και διαδικτυακά σεμινάρια, ειδικά ή υβριδικά συνέδρια και έμφαση στα περιφερειακά ταξίδια, όταν αρχίσουν να επανέρχονται τα γεγονότα. Εν τω μεταξύ, ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί το κλίμα που επικρατεί γύρω από τα επαγγελματικά ταξίδια. Μια πρόσφατη μελέτη της PWC διαπίστωσε ότι το 75% των επαγγελματιών ταξιδιωτών δεν είναι ενθουσιασμένοι - ή αδιάφοροι - με τη σκέψη να ταξιδέψουν για δουλειά για άλλη μια φορά. Ωστόσο, οι ταξιδιωτικές εταιρείες δρομο-

λογούν πρωτοβουλίες και εκστρατείες, όπως αυτή της Iberia Airlines, για να να ενθαρρύνουν την επάνοδο των επαγγελματιών ταξιδιωτών.

Εκτός από τη σαφή και εμπειρισταωμένη αποστολή μηνυμάτων σχετικά με τις ταξιδιωτικές απαιτήσεις και τα πρωτόκολλα καθαρισμού, οι ταξιδιωτικές εταιρείες θα πρέπει να προσεγγίζουν τους εταιρικούς πελάτες με ενσυναίσθηση και υποστήριξη. Προσφορές όπως ευέλικτες ακυρώσεις, ευρύχωρα και ιδιωτικά καθίσματα στην επαγγελματική θέση και πακέτα ξενοδοχείων για απομακρυσμένη εργασία μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση των ανησυχιών και των προβληματισμών των πελατών.

Συμπεράσματα

Έπειτα από σχεδόν δύο χρόνια αβεβαιότητας, δεν μπορούμε ακόμη να είμαστε 100% σαφείς σχετικά με το πώς μοιάζει το μέλλον των ταξιδιών, αλλά μπορούμε τουλάχιστον να δούμε περισσότερο φως στον ορίζοντα. Οι ταξιδιωτικές απαιτήσεις, τα πρωτόκολλα υγιεινής και καθαριότητας, τα μέτρα ασφαλείας και η βιωσιμότητα θα παραμείνουν συνεχή θέματα το 2022. Οι ταξιδιώτες θα αρχίσουν να ονειρεύονται και πάλι τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων και ονειρεμένες διακοπές, αλλά θα εξακολουθήσει να δίνεται έμφαση στα σχέδια για υπαίθρια ταξίδια και τους κοινωνικά απομακρυσμένους προορισμούς.

Από την πλευρά της τεχνολογίας, το «ανέπαφο» θα είναι μια ενεργή τάση το επόμενο έτος και οι ταξιδιωτικές εταιρείες θα πρέπει να βρουν τρόπους να παρέχουν περισσότερη καθοδήγηση και εξατομικευμένη υποστήριξη στους πελάτες τους στο ταξίδι τους μέσω ψηφιακών και καινοτόμων εμπειριών. Τα επαγγελματικά ταξίδια θα επιστρέψουν σιγά-σιγά το 2022, αλλά υπάρχει ακόμη πολύς δρόμος για να δούμε την πλήρη ανάκαμψη -και είναι απίθανο να τη δούμε- αφού η εξ αποστάσεως εργασία και οι εικονικές συναντήσεις φαίνεται να γίνονται μέρα με τη μέρα πιο δημοφιλείς.



Οι κίνδυνοι που απειλούν τα επαγγελματικά ταξίδια

Το business travelling βρίσκεται ξανά σε άνοδο, ωστόσο οι πάροχοι υπηρεσιών ασφαλείας A3M και Safeture, επισημαίνουν ότι το 2022 οι απειλές για τους επαγγελματίες ταξιδιώτες είναι αρκετά αυξημένες σε σχέση με το παρελθόν

Γράφει η **ΣΤΑΥΡΟΥΛΑ ΣΤΟΥΜΠΟΥ**

Η πανδημία του Covid-19 και ο πόλεμος στην Ουκρανία δεν είναι οι μόνοι παράγοντες που θέτουν κινδύνους στα επαγγελματικά ταξίδια το 2022. Αυτό, αποκαλύπτει μια τρέχουσα επισκόπηση που βασίζεται στην αξιολόγηση των παρόχων υπηρεσιών ασφαλείας A3M και Safeture. Ως εκ τούτου, η διαχείριση του ταξιδιωτικού κινδύνου αποκτά μεγαλύτερη σημασία.

Μετά τα ταξίδια αναψυχής, τα εταιρικά ταξίδια είναι τώρα και πάλι σε άνοδο. Η εμπιστοσύνη επιστρέφει. Ωστόσο, οι πάροχοι υπηρεσιών ασφαλείας A3M και Safeture επισημαίνουν στην ετήσια προοπτική, τους κινδύνους που θα αντιμετωπίσουν το 2022 οι επαγγελματίες ταξιδιώτες σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Η διαχείριση του ταξιδιωτικού κινδύνου

Η διαχείριση του ταξιδιωτικού κινδύνου γίνεται όλο και πιο σημαντική. Αυτό που έγινε θέμα μόνο σε πολλές εταιρείες λόγω της συσσώρευσης ισλαμιστικών τρομοκρατικών επιθέσεων τη δεκαετία του 2010, γνωρίζει περαιτέρω αύξηση της σημασίας λόγω της κρίσης του κορωνοϊού.

Πολλές εταιρείες που προηγουμένως δεν είχαν ιδέα για καταστάσεις έκτακτης ανάγκης ή ομάδες κρίσης που τις δημιούργησαν τους μήνες της πανδημίας.

Αυτό αντικατοπτρίζεται επίσης στην έρευνα VDR Barometer. Σχεδόν οι μισές εταιρείες (46%) δήλωσαν ότι είναι «πολύ πιθανό» η εταιρεία τους να επικεντρωθεί περισσότερο στη διαχείριση ταξιδιωτικού κινδύνου. Ένα άλλο 37% θεωρεί ότι αυτό είναι «μάλλον πιθανό».

Εκτός από τον πόλεμο στην Ουκρανία, οι κοινωνικές συνέπειες της πανδημίας, που εκδηλώθηκαν με ταραχές, είναι εξίσου υψηλός κίνδυνος με την αύξηση της εγκληματικότητας ή τα ακραία καιρικά φαινόμενα, όπως οι τυφώνες και οι πλημμύρες.

Έτσι, οι εταιρείες κατατάσσουν τη διαχείριση ταξιδιωτικού κινδύνου μεταξύ των πιο σημαντικών ζητημάτων για το εγγύς μέλλον στον τομέα των επαγγελματικών ταξιδιών. Παρακάτω αναφέρονται οι κίνδυνοι που απειλούν τα επαγγελματικά ταξίδια φέτος.

Κοινωνικές αναταραχές και απεργίες

Η πανδημία έχει τροφοδοτήσει υπάρχουσες κοινωνικές συγκρούσεις και έχει βαθύνει τους κοινωνικούς διαχωρισμούς σε πολλά μέρη του κόσμου, γράφει το A3M στην ανάλυση του.

Ο πάροχος ασφαλείας υπογραμμίζει ότι σύμφωνα με ανάλυση του ΔΝΤ, οι διαμαρτυρίες φτάνουν στο αποκορύφωμά τους



24 μήνες μετά το ξέσπασμα μιας πανδημίας. Για τους ταξιδιώτες, αυτό εγκυμονεί τον κίνδυνο να εγκλωβιστούν σε βίαιες ταραχές και αντικυβερνητικές διαδηλώσεις, που προκαλούνται από ανισότητα και ανεργία.

Επιπλέον, οι απεργίες θα μπορούσαν να παραλύσουν την καθημερινότητα. Ειδικά στους τομείς της κινητικότητας και της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, που σύμφωνα με τον Covid-19 υποφέρουν από ελλείψεις προσωπικού.

Οι εργαζόμενοι θα αποκτήσουν διαπραγματευτική δύναμη και θα προσπαθούσαν να εκπληρώσουν τις απαιτήσεις τους με μεγαλύτερη πίεση.

Νέες πανδημίες

Την ίδια στιγμή, οι πάροχοι υπηρεσιών προειδοποιούν για νέες πανδημίες. Σύμφωνα με το Α3Μ, υπάρχει μεγαλύτερη από 50% πιθανότητα να εμφανιστεί μια ακόμη πιο θανατηφόρα επιδημία από τον Covid-19 τα επόμενα 25 χρόνια. Η διασπορά των ιών είναι πιο πιθανή από την επαφή μεταξύ ανθρώπων και άγριων ζώων.

Ακόμα κι αν ο Covid-19 χάσει τον χαρακτήρα της πανδημίας, «παραμένει μια από τις πολλές ενδημικές ασθένειες που δεν είναι πλέον απειλητικές για τη ζωή στις πλούσιες χώρες, αλλά εξακολουθούν να αποτελούν κίνδυνο στις φτωχότερες χώρες», προειδοποιεί ο Marcel Brandt της Safeture.

Επομένως, ο κίνδυνος μόλυνσης παρα-

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
Εκτός από τον πόλεμο στην Ουκρανία, οι κοινωνικές συνέπειες της πανδημίας, που εκδηλώθηκαν με ταραχές, είναι εξίσου υψηλός κίνδυνος με την αύξηση της εγκληματικότητας ή τα ακραία καιρικά φαινόμενα, όπως οι τυφώνες και οι πλημμύρες
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

μένει αυξημένος στα ταξίδια. Εδώ, πρέπει επίσης να ληφθεί υπόψη η καραντίνα.

Έγκλημα και βία

Η κοινωνική αναταραχή συνοδεύεται από αύξηση της εγκληματικότητας. Όπως αναφέρεται στην μελέτη, οι συμμορίες ναρκωτικών στη Νότια Αμερική για παράδειγμα έχουν στρατολογήσει πολλούς νέους υποστηρικτές μέσω lockdown και απολύσεων.

Οι αντίπαλες συμμορίες στο Μεξικό, τη

Βραζιλία και τη Χιλή, για παράδειγμα, είναι επί του παρόντος ακόμη πιο βίαιες από ό,τι πριν από την πανδημία.

Μια ματιά στις συνέπειες της επιδημίας του Έμπολα στη Δυτική Αφρική πριν από μερικά χρόνια δείχνει αύξηση 40% στη βία των πολιτών μετά την επιδημία. «Αυτό θα μπορούσε να κάνει το 2022 μια ταραγμένη χρονιά», καταλήγει η Safeture στην μελέτη.

Τρομοκρατία

Στην Αφρική και τη Μέση Ανατολή, η επιρροή των ισλαμιστικών ομάδων έχει αυξηθεί από τότε που οι Ταλιμπάν επέστρεψαν στην εξουσία στο Αφγανιστάν το 2021.

Αυτό αυξάνει τον κίνδυνο της τρομοκρατίας. Στη Δύση, οι δεξιές εξτρεμιστικές ομάδες εκμεταλλεύονται τη δυσaréσκεια πολλών πολιτών προς τις κυβερνήσεις.

Ο πόλεμος και οι επιπτώσεις του

Ο πόλεμος κατά της Ουκρανίας εμποδίζει τα επαγγελματικά ταξίδια, ειδικά σε αυτήν την περιοχή και στη Ρωσία. Αλλά τα ταξίδια ανά τον κόσμο γίνονται επίσης πιο ακριβά και περίπλοκα λόγω των μεγαλύτερων αποστάσεων πτήσης. Αυτό έρχεται τη στιγμή που περιοχές -όπως η Ιαπωνία- χαλαρώνουν τις απαιτήσεις εισόδου για επαγγελματίες ταξιδιώτες.

Το παράδειγμα των διαδηλώσεων στο Καζακστάν στις αρχές του έτους δείχνει ότι οι περιφερειακές συγκρούσεις μπορούν επίσης να φουντώσουν ξαφνικά.

Το Safeture προειδοποιεί επίσης για τον κίνδυνο πολέμου στον Λίβανο και την Αιθιοπία. Ένας άλλος κίνδυνος είναι η προσπάθεια της Κίνας για ηγεμονία, ειδικά η διεκδίκησή της στο γειτονικό κράτος της Ταϊβάν. Δεδομένου ότι η Κίνα είναι επίσης ο σημαντικότερος επιχειρηματικός προορισμός για τις γερμανικές εταιρείες μετά τις ΗΠΑ, αυτό ενέχει περαιτέρω δυνατότητες κρίσης.

Τα αυταρχικά καθεστώτα -των οποίων ο αριθμός αυξάνεται, σύμφωνα με την έκθεση- ολοένα και περισσότερο κλείνουν το Διαδίκτυο εντελώς ή εν μέρει και αρνούνται στους κατοίκους τους την ελεύθερη πρόσβαση σε πληροφορίες.

Αυτό επηρεάζει τους ταξιδιώτες άμεσα, αλλά και έμμεσα μέσω των ανυπολόγιστων αντιδράσεων των ανθρώπων στη χώρα που επισκέπτονται.

Φυσικές καταστροφές

Ήδη πέρυσι, σύμφωνα με τα στοιχεία του Α3Μ, οι απώλειες που προκαλούνται από ακραίες καιρικές συνθήκες αυξήθηκαν παγκοσμίως κατά 17% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος. Αυτό έκανε το 2021 ένα από τα πιο ακριβά χρόνια για τους ασφαλιστές.

Ταυτόχρονα, ακραίες καιρικές καταστάσεις αναμένονται όλο και περισσότερο και στο βόρειο ημισφαίριο. Ακόμη και στη Γερμανία, όπως έδειξαν οι πλημμύρες στην περιοχή του Αϊφελ (Ρηνανίας) τον Ιούλιο του 2021.

Τέσσερις τρόποι για να μετατρέψετε την επιχείρησή σας σε ένα brand

Το **branding** βελτιώνει την αναγνώριση της επιχείρησής σας, δημιουργεί εμπιστοσύνη στους πελάτες σας, υποστηρίζει διαφημιστικές προσπάθειες, δημιουργεί θόρυβο γύρω από την επιχείρησή σας και φέρνει ακόμη και μια οικονομική αξία από μόνη της

Στις σημερινές κορεσμένες αγορές, είναι εύκολο να βρείτε δεκάδες επιχειρήσεις που προσφέρουν παρόμοια προϊόντα ή υπηρεσίες με τις δικές σας. Έτσι, το ερώτημα τότε είναι, πώς να διαφοροποιή-

σεις τον εαυτό σου; Πώς να κάνεις τον εαυτό σου να ξεχωρίζει από τη θάλασσα παρόμοιων επιχειρήσεων και να οδηγείτε τους πελάτες προς εσένα,



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

και όχι προς τον ανταγωνισμό;

Η απάντηση είναι απλή - σταματήστε να είστε επιχείρηση και αρχίστε να είστε brand.

Γιατί να πρέπει να γίνετε brand;

Οι επιχειρήσεις δεν εμπνέουν αφοσίωση πελατών, οι επιχειρήσεις δεν έχουν θαυμαστές και δεν ξεκινούν τεράστιες συζητήσεις ή αγγίζουν χιλιάδες ζωές. Τα brands το κάνουν.

Όταν μιλάμε για το να είστε ένα «brand», εννοούμε την αντίληψη της επιχείρησής σας στα μάτια του κοινού. Είναι αυτό που σκέφτεται η προοπτική σας όταν ακούει το όνομα σας. Είναι όλα όσα το κοινό πιστεύει ότι γνωρίζει για την προσφορά του brand σας, από τα πραγματικά περιστατικά (ότι έρχεται σε ένα λαμπερό κόκκινο κουτί με ένα λαμπερό φιόγκο) μέχρι το συναισθηματικό (είναι ένα ρομαντικό δώρο για έναν εραστή).

Αλλά το brand σας υπάρχει μόνο στο μυαλό των πελατών σας και αυτό είναι ένα πολύ ισχυρό πράγμα. Το branding βελτιώνει την αναγνώριση της επιχείρησής σας, δημιουργεί εμπιστοσύνη στους πελάτες σας, υποστηρίζει διαφημιστικές προσπάθειες, δημιουργεί θόρυβο γύρω από την επιχείρησή σας και φέρνει ακόμη και μια οικονομική αξία από μόνη της.



Αλλά πώς μετατρέπετε την επιχείρησή σας σε brand;

Πάντα να βάζετε τον πελάτη στο κέντρο

Ο ευκολότερος τρόπος για να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη επωνυμία είναι να θέσετε τον πελάτη στο επίκεντρο των υπηρεσιών σας. Οι ευχαριστημένοι πελάτες είναι πιο πιθανό να μιλήσουν για τις εμπειρίες τους και να παραληρήσουν για την επωνυμία σας, δημιουργώντας μια θετική ταυτότητα γύρω από την επιχείρησή σας.

Εάν εστιάζετε στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών σας, παρέχοντας φανταστικά προϊόντα ή υπηρεσίες, θα

*Ο ευκολότερος τρόπος
για να δημιουργήσετε
μια επιτυχημένη επωνυμία
είναι να θέσετε
τον πελάτη στο επίκεντρο
των υπηρεσιών σας*

δημιουργήσετε μια καλή φήμη για τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας. Η καλή επωνυμία ξεκινά με καλή φήμη και καλές ιστορίες πελατών.

Όσον αφορά το μάρκετινγκ, αυτό μπορεί να σημαίνει ριζικό αναπροσανατολισμό της νοοτροπίας σας. Αναρωτηθείτε, προσελκύετε τους πελάτες σας και προσφέρετε αξία ή απλά τους προωθείτε;

Βάζετε πραγματικά τον εαυτό σας στη θέση των πελατών σας, σχεδιάζοντας τις υπηρεσίες σας για να ταιριάζει στις ανάγκες τους, μπροστά από τις δικές σας;

Όταν αρχίζετε να σκέφτεστε έτσι, κάνετε το πρώτο βήμα για την οικοδόμηση ενός brand.



Να σκέφτεστε επένδυση και όχι έξοδο για όλες αυτές τις προσπάθειες που κάνετε και τις δράσεις που στήνετε για να γίνετε ένα brand



Να είστε ορατοί
Για να μπορείτε να κάνετε τους ανθρώπους να μιλήσουν για εσάς και να μοιραστούν την ιστορία σας, πρέπει να είστε ορατοί. Αυτό δεν σημαίνει μόνο ότι έχετε μερικούς λογαριασμούς κοινωνικών μέσων ή περιστασιακά δημοσιεύετε μια διαφήμιση σε ένα περιοδικό - αυτό σημαίνει επένδυση σε πραγματικό χρόνο και προσπάθεια για την παρουσίαση της επωνυμίας σας στον κόσμο μέσω μιας σειράς καναλιών.
Σημαίνει επίσης να αλληλεπιδράτε ενεργά με το κοινό σας, όχι απλά να περιμένετε να έρθουν σε εσάς. Πρέπει επίσης να ρίξετε μια ματιά στην ποιότητα των επικοινωνιών μάρκετινγκ και να βεβαι-

ωθείτε ότι παρουσιάζει την αξία και την ποιότητα της επωνυμίας σας.
Αυτά είναι τα πάντα, από το όνομα της επιχείρησής σας μέχρι το λογότυπό σας, την ποιότητα του περιεχομένου σας και τις εικόνες που χρησιμοποιείτε.
Να είστε μοναδικοί
Όπως αναφέρθηκε, υπάρχουν εκατοντάδες άλλες επιχειρήσεις εκεί έξω που κάνουν αυτό που κάνετε. Αλλά το να είσαι διαφορετικός μπορεί να είναι ισχυρό πράγμα.
Για παράδειγμα, υπάρχουν δεκάδες εταιρείες που πωλούν παγωτό. Αλλά υπάρχει λόγος που μερικές είναι από τις μάρκες με τις μεγαλύτερες πωλήσεις.

Έχουν πάρει το χρόνο να ακονίσουν πραγματικά τους λόγους του πελάτη τους για την αγορά παγωτού και στη συνέχεια ανέπτυξαν μια μοναδική φωνή για να τους προσεγγίσουν. Σκεφτείτε λοιπόν ποια είναι η φωνή της επωνυμίας σας και αν είναι τόσο μοναδική όσο είστε.
Εάν δημιουργήσετε μια φωνή επωνυμίας που είναι πραγματικά, πραγματικά μοναδική, θα βρείτε ότι προσελκύετε πελάτες πολύ γρήγορα.
Να είστε συνεπείς και σαφείς
Οι επιτυχημένες μεγάλες μάρκες βασίζονται στη συνέπεια. Η προσέγγισή τους στο μάρκετινγκ και τις επιχειρήσεις είναι προσεκτικά μελετημένη και όλες οι

δραστηριότητές τους ακολουθούν το ίδιο σύνολο κατευθυντήριων γραμμών.
Είναι σαφείς σχετικά με το τι αντιπροσωπεύει η επιχείρησή τους και ποια είναι η φωνή τους, και αυτό ρέει μέσα από ό, τι κάνουν. Αυτή η φωνή και η προσέγγιση δεν αλλάζουν ποτέ.
Για να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη επωνυμία για την επιχείρησή σας, πρέπει να είστε σαφείς σχετικά με το ποιος είστε, τι κάνετε για τους πελάτες σας και πώς το παρουσιάζετε στον κόσμο.
Και μια τελευταία συμβουλή, να σκέφτεστε επένδυση και όχι έξοδο για όλες αυτές τις προσπάθειες που κάνετε και τις δράσεις που στήνετε για να γίνετε ένα brand.



Συνέντευξη

ΙΩΑΝΝΗΣ

ΚΟΥΡΟΥΝΗΣ*

*Ιδρυτής, CEO Istion Yachting

Κρίσιμη η δημιουργία υποδομών για το yachting

«Η επικαιροποίηση του θεσμικού πλαισίου, η αναθεώρηση των ζητημάτων cabotage, η επέκταση της ψηφιακής επανάστασης που συντελέστηκε με αφορμή την πανδημία στην χώρα, αποτελούν σημεία σταθμούς, που, με την ενεργή σύμπραξη και στήριξη του ιδιωτικού τομέα, μπορούν να καθιερώσουν την Ελλάδα ως τον δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό για το Yachting», σημειώνει ο κύριος Κουρούνης

Στη **ΔΩΡΑ ΧΡΗΣΤΟΥ**

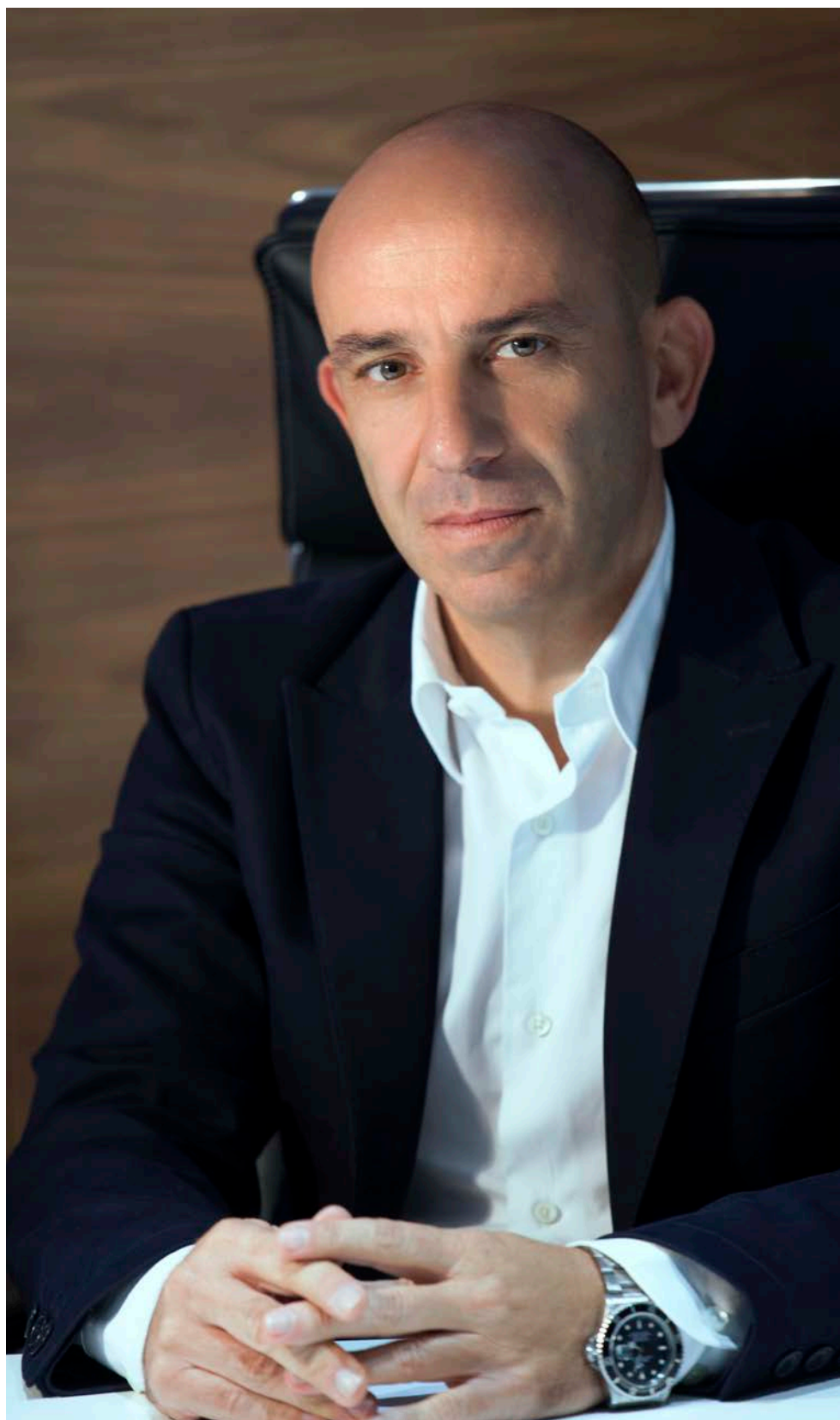
Την θετική προοπτική, αλλά και τα προβλήματα που επιζητούν επείγοντως λύσεις επισημαίνει ο ιδρυτής και CEO της Istion Yachting κύριος Ιωάννης Κουρούνης. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

Κύριε Κουρούνη είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην «itn Ελληνικός Τουρισμός».

Σας ευχαριστώ πολύ, χαρά μου!

Η εξέλιξη του Yachting σε παγκόσμιο επίπεδο τα τελευταία χρόνια είναι θεαματική, θεωρείτε πως η Ελλάδα εκμεταλλεύεται τις δυνατότητες που προσφέρονται;

Πράγματι, η ανάπτυξη του Yachting τα τελευταία έτη έχει σημειώσει άλματα, με το 2021 να ανακηρύσσεται σε χρονιά-ορόσημο ιστορικά για το Yachting. Η απογείωση των επιδόσεων του κλάδου τόσο στις πωλήσεις σκαφών όσο και στις ναυλώσεις, σκιαγραφεί λαμπρές προοπτικές για το μέλλον του κλάδου παγκοσμίως. Οι προοπτικές αυτές εγείρουν προκλήσεις και αναδεικνύουν καίρια ζητήματα σχετικά με την αξιοποίηση ευκαιριών στην Ελλάδα. Η έλλειψη οργανωμένων μαρίνων και καταφυγίων τουριστικών σκαφών σε νησιωτικούς αλλά και ηπειρωτικούς προορισμούς σε συνδυασμό με τον ιδιαίτερα περιορισμένο αριθμό θέσεων στις υπάρχουσες, αποτελεί ίσως το πλέον δομικό και κρίσιμο ζήτημα, καθώς η έλλειψη αυτή είναι, σε αρκετές περιπτώσεις, πέρα από ποσοτική, και ποιοτική στις παρεχόμενες υποδομές καθιστώντας τις υποδεέστερες ανταγωνιστικών χωρών. Επιπροσθέτως, η έλλειψη εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων για την επαγγελματική κατάρτιση πληρωμάτων σκα-



Η σύμπραξη και συνεργασία των επαγγελματιών του κλάδου με το ελληνικό κράτος, μέσω μιας Εθνικής Επιτροπής Yachting που έχουμε κατ' επανάληψη προτείνει, κρίνεται απαραίτητη

φών αναψυχής, αλλά και η έλλειψη ικανού αριθμού πληρωμάτων για την κάλυψη της ζήτησης, αποτελούν σημεία με δυνατότητες αξιοποίησης για την Ελλάδα προς την εξασφάλιση και ενίσχυση ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος. Τέλος, η κατάλληλη επικαιροποίηση του θεσμικού πλαισίου, η αναθεώρηση των ζητημάτων cabotage, η επέκταση της πρωτόγνωρης ψηφιακής επανάστασης που συντελέστηκε με αφορμή την πανδημία στην χώρα, αποτελούν σημεία σταθμούς, που, με την ενεργή σύμπραξη και στήριξη του ιδιωτικού τομέα, μπορούν να καθιερώσουν την Ελλάδα ως τον δημοφιλέστερο τουριστικό προορισμό για το Yachting.

Η πρόεδρος του ΕΟΤ σε πρόσφατη δήλωση της ανέφερε πως το yachting αποτελεί τεράστιο κεφάλαιο εθνικού πλούτου. Ως επαγγελματίας του κλάδου με μακρόχρονη δράση θεωρείτε πως το ελληνικό κράτος προσφέρει την απαραίτητη στήριξη στις επιχειρήσεις του κλάδου;

Πατροπαράδοτα θα τολμούσα να πω, η Ελλάδα διατηρεί κορυφαία θέση στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών με τους



Η παγκόσμια αυξητική τάση στην αγορά των superyachts & megayachts, τόσο στην απόκτηση όσο και στην ναύλωση αυτών, εντείνει την ανάγκη ενίσχυσης του niche αυτού στο ελληνικό yachting

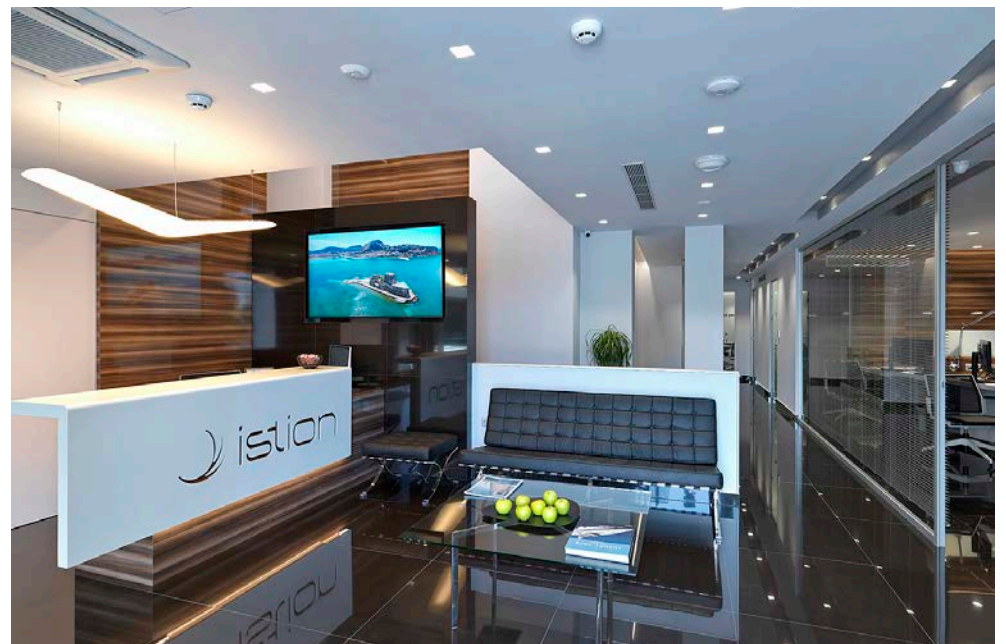
μεγαλύτερους σε πλήθος σκαφών στόλους και σε αριθμό ιδιοκτήτες σκαφών αναψυχής. Η διαρκώς αυξανόμενη δραστηριότητα της χώρας στον κλάδο, επιβεβαιώνει την πλουτοπαραγωγική του ισχύ και τονίζει την νευραλγική θέση του στην οικονομική σκηνή της χώρας. Η επίτευξη των επιχειρηματικών οραμάτων των επαγγελματιών του κλάδου συναρτάται εν πολλοίς από την επίτευξη ενός υγιούς, ανταγωνιστικού και σταθερού επιχειρηματικού πεδίου. Η επίλυση των προβλημάτων που συναντώνται με τους φορείς και τις εποπτεύουσες αρχές και αφορούν θέματα θεσμικά, νομικά, επιχειρησιακά, φορολογικά, ασφαλιστικά, αστυνόμευσης, υποδομών, γραφειοκρατίας κ.α., κρίνεται απαραίτητη για την επίτευξη νέων στόχων και την περαιτέρω ανάπτυξη. Καθώς προανέφερα, ακριβώς όπως τα άλματα που πραγματοποιήθηκαν στα θέματα ψηφιακής διακυβέρνησης, έτσι και στον τουριστικό κλάδο υπάρχει η δυνατότητα να κάνουμε την επανάσταση. Η Ελλάδα δύναται να αναδειχθεί σε κορυφαίο τουριστικό προορισμό μέσω ενός σύγχρονου πλαισίου διοίκησης και επενδύσεων από επιχειρηματίες που πιστεύουν και εργάζονται προς την κατεύθυνση δημιουργίας ενός υγιούς, σύγχρονου, καινοτόμου και ανταγωνιστικού πεδίου, σε ένα προστατευμένο φυσικό περιβάλλον, με ανάδειξη της ιστορίας και της κληρονομιάς μας, με σεβασμό στους ανθρώπους και στους φιλοξενούμενους και με υψηλή στόχευση όσον αφορά στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η σύμπραξη και συνεργασία των επαγγελματιών του κλάδου με το ελληνικό κράτος, μέσω μιας Εθνικής

Επιτροπής Yachting που έχουμε κατ' επανάληψη προτείνει, κρίνεται απαραίτητη προϋπόθεση προς αυτήν την κατεύθυνση.

Το ΤΑΙΔΕΠ έχει προχωρήσει σε μια σειρά ιδιωτικοποιήσεων πολλών Ελληνικών μαρίνων με την προοπτική ενίσχυσης των mega yachts. Κρίνετε αποτελεσματική μια τέτοια κίνηση;

Η έλλειψη λιμενικών εγκαταστάσεων στην Ελλάδα, καθώς και ενός ευέλικτου και σύγχρονου νομικού-φορολογικού πλαισίου αποτελούν σαφή τροχοπέδη στην περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου του Yachting στην Ελλάδα και την αξιοποίηση των ευκαιριών σε αυτό το κομμάτι της αγοράς. Η Ελλάδα θα πρέπει να διασφαλίσει και να αξιοποιήσει τη δυνατότητα ανάπτυξης του στόλου της στην κατηγορία των superyachts & megayachts, καθώς η «περιοχή» αυτή αποτελεί ιδιαίτερα πρόσφορο έδαφος. Η παγκόσμια αυξητική τάση στην αγορά των superyachts & megayachts, τόσο στην απόκτηση όσο και στην ναύλωση αυτών, εντείνει την ανάγκη ενίσχυσης του niche αυτού στο ελληνικό yachting, ώστε να αξιοποιηθεί η νέα αυτή δυναμική που διαμορφώνεται, με την προσέλκυση νέων τέτοιου είδους επενδύσεων στην Ελλάδα, τόσο σε υποδομές όσο και σε στόλο, αλλά και την αναθεώρηση του νομικού και θεσμικού πλαισίου, προς την κατεύθυνση της ισχυροποίησης της ανταγωνιστικής θέσης της Ελλάδας σε αυτό το τμήμα της αγοράς σε σχέση με τις γείτονες χώρες Γαλλία, Ιταλία και Κροατία.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα





Συνέχεια από την προηγούμενη σελίδα

Το yachting είναι ένας κλάδος που προσφέρει θέσεις εργασίας και προοπτικές εξέλιξης αυτήν την στιγμή;

Ο ολοένα και αυξανόμενος ρυθμός ανάπτυξης του κλάδου και η ισχυροποίηση της θέσης της Ελλάδας στην παγκόσμια κατάταξη δημοφιλών προορισμών σαφώς δημιουργούν ευκαιρίες, νέες θέσεις εργασίας στο ίδιο το Yachting αλλά και στους συναφείς, υποστηρικτικούς κλάδους, επί παραδείγματι, θέσεις για πληρώματα, προμηθευτές πρώτων υλών, chefs, οικονομολόγους, μηχανικούς, εκπαιδευτικούς και λοιπές ειδικότητες. Η προώθηση προς ρύθμιση των θεμάτων και των προκλήσεων ανάπτυξης του yachting που προανέφερα, θα δώσει τη δυνατότητα δημιουργίας νέων projects και υποδομών, όπως η ανάπτυξη νέων μαρινών, και υπηρεσιών, η δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ιδρυμάτων για πληρώματα, θα προσφέρει ευκαιρίες καριέρας και θέσεις εργασίας και η σταδιακή αύξηση της ποιότητας και ποσότητας των παρεχόμενων υπηρεσιών και του κλάδου per se, θα διαμορφώσουν ένα υγιές ανταγωνιστικό περιβάλλον εργασίας για επαγγελματίες πολλών ειδικοτήτων. Αυτό που θα έλεγα στους νέους επαγγελματίες που θέλουν να εισέλθουν στον κλάδο είναι να το πιστέψουν, να το αγαπήσουν πραγματικά, να αφιερωθούν, να το χαρούν και να το μεταδώσουν. Το yachting αποτελεί μια ονειρική δραστηριότητα αναψυχής με συνεχώς αυξανόμενη αναγνώριση και απήχηση παγκοσμίως. Η Ελλάδα αποτελεί έναν από τους ιδανικότερους προορισμούς yachting στον κόσμο. Όλοι εμείς που ασχολούμαστε με αυτό καλούμαστε να αναλάβουμε την πρόκληση να ανεβάσουμε το ελληνικό yachting στο επόμενο επίπεδο και να συμβάλουμε ώστε να καταστεί η χώρα μας πρωτοπόρος παγκοσμίως.

Η πανδημία έπληξε έντονα τον κλάδο του τουρισμού. Πως βίωσε ο δικός σας κλάδος αυτήν την συνθήκη; Τι αποκομίσατε;

Η συνθήκη της πανδημίας έχει υπάρξει αν μη τι άλλο ακραία και επηρέασε, ανεξαιρέτως, κάθε δραστηριοποιούμενο στον κλάδο μας. Στην σταδιακή προσπάθεια

Το yachting αποτελεί ονειρική δραστηριότητα αναψυχής

Η προώθηση προς ρύθμιση των θεμάτων του yachting, θα δώσει τη δυνατότητα δημιουργίας νέων projects και υποδομών, όπως η ανάπτυξη νέων μαρινών, και υπηρεσιών, η δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων και ιδρυμάτων για πληρώματα, θα προσφέρει ευκαιρίες καριέρας και θέσεις εργασίας



Δεν υπάρχει πλέον χώρος για εσωστρέφεια και άγονους ανταγωνισμούς, παρά μόνο για συμπράξεις και κοινές δράσεις, καινοτομία, ανάπτυξη και δημιουργία για την εγκαθίδρυση νέων προτύπων υψηλής ποιότητας στον κλάδο

επαναφοράς της κανονικότητας, η τουριστική αγορά έχει επικοινωνήσει σαφώς την οριστική της αλλαγή όσον αφορά στις προσδοκίες του κοινού, στις ανάγκες, στον τρόπο επιλογής προϊόντων και υπηρεσιών. Η «έκρηξη» της τουριστικής ανάπτυξης του 2021 κατέδειξε αυτήν την αλλαγή και ανέδειξε με τον πιο σαφή τρόπο την ανάγκη προσαρμογής του τουριστικού προϊόντος. Λεπτομερής αποτύπωση της κατάστασης, ενδελεχής μελέτη, τεκμηριωμένος σχεδιασμός και εφαρμογή ολικού πλάνου ανάπτυξης είναι θεμελιώδη στοιχεία για την διαμόρφωση στέρεης τροχιάς για το μέλλον. Τα όσα προανέφερα σχετικά με τις παρούσες προκλήσεις στον κλάδο, αποτελούν τα εκ των ων ουκ άνευ για την ανταπόκριση της Ελλάδας στις διαμορφωθείσες συνθήκες, την προσαρμογή της στα νέα δε-



δομένα και στο νέο περιβάλλον, και την ανάδειξή της ως κορυφαίο προορισμό, γεγονός που αποτελεί μέγιστη αλλά και κοινή προτεραιότητα. Δεν υπάρχει πλέον χώρος για εσωστρέφεια και άγονους ανταγωνισμούς, παρά μόνο για συμπράξεις και κοινές δράσεις, καινοτομία, ανάπτυξη και δημιουργία για την εγκαθίδρυση νέων προτύπων υψηλής ποιότητας στον κλάδο.

Ποιες είναι οι ανάγκες τις αγορές σήμερα; Τι ζητάει το κοινό που απευθύνεται σε εσάς;

Με τις παρούσες συνθήκες, τον πλανήτη να βρίσκεται σε μια προσπάθεια επιστροφής στην κανονικότητα από την κατάσταση της πανδημίας και ταυτόχρονα εν αναμονή των εξελίξεων των γεγονότων στην Ουκρανία, η αναψυχή είναι, για 3ο συνεχόμενο καλοκαίρι, μια ανάγκη ιδιαίτερη και πολύ σημαντική. Ελεγχόμενο περιβάλλον και αποκλειστικότητα, προορισμοί που είναι επισκέψιμοι μόνο από yacht μακριά από πολυκοσμία, όλες αυτές οι επιλογές με ανεμελιά για όλους, χωρίς να απαιτείται προηγούμενη εμπειρία, και ταυτόχρονα να ικανοποιούν τις αυξημένες απαιτήσεις για ιδιωτικότητα, ήταν τα κριτήρια που έφεραν τον κλάδο στα επόμενα του 2021. Εν έτος 2022 το κοινό απο-



Η σημερινή κατάσταση, θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με τη δέουσα ψυχραιμία εν αναμονή των εξελίξεων της ανθρωπιστικής κρίσης στην Ουκρανία

τελεί κυρίως οικογένειες και ταξιδιώτες γενικού τουρισμού που δεν είναι ιστιοπλόοι και η προσδοκώμενη από αυτούς υπηρεσία δεν είναι πλέον "ενοικιάσεις σκαφών αναψυχής" αλλά "διακοπές με σκάφος". Οι προσδοκίες των πελατών μας δεν περιορίζονται ούτε αφορούν πλέον απλώς ένα ενοικιαζόμενο σκάφος, αλλά την συνολική εμπειρία τους, από την διαδικασία της κράτησης και της οργάνωσης του ταξιδιού τους, την είσοδο τους στην χώρα, τη μετάβαση τους στον τόπο επιβίβασης, την εξυπηρέτησή τους εκεί, έως την ολι-

στική εμπειρία που αποκομίζουν επί του σκάφους. Το κοινό πλέον αναζητά εξειδικευμένες υπηρεσίες, παρεχόμενες με ειλικρίνεια και σεβασμό, ήθος, ποιότητα και αξιοπιστία σε όλο το φάσμα της εμπειρίας τους. Οι απαιτήσεις του πλέον πολύ καλά πληροφορημένου κοινού έχουν μετακινηθεί προς την κατεύθυνση μιας ολιστικής προσέγγισης, που αποζητά το νέο, το ποιοτικό, το καινοτόμο, την συνολική εμπειρία και κάλυψη των αναγκών του για αναψυχή.

Αν και η περίοδος που διανύουμε χαρακτηρίζεται από έντονη αβεβαιότητα πως εκτιμάτε την τουριστική απόδοση το '22 στο θαλάσσιο τουρισμό; Σε τι βαθμό μπορεί να επηρεάσουν τα γεγονότα που διαδραματίζονται στην Ουκρανία;

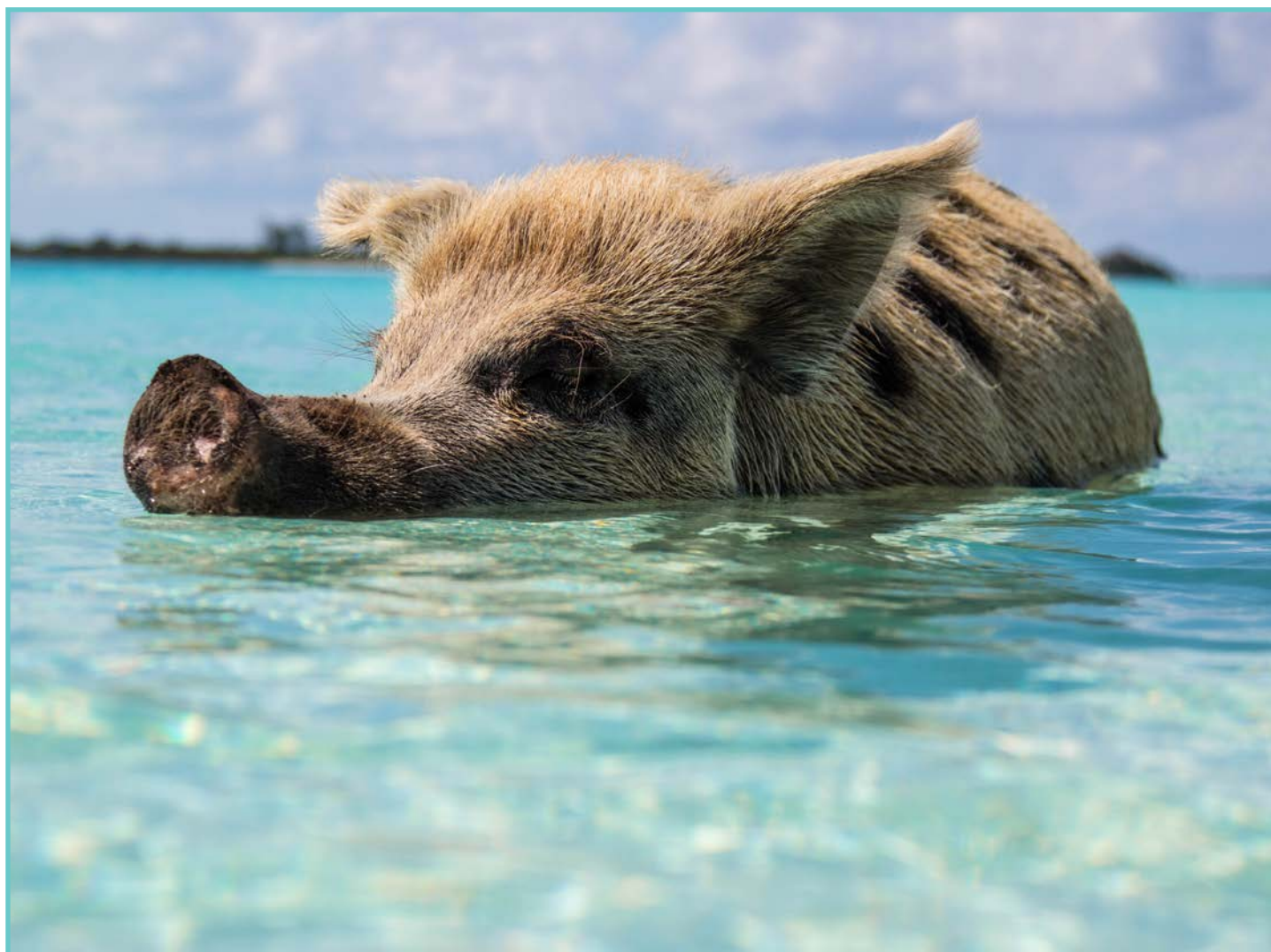
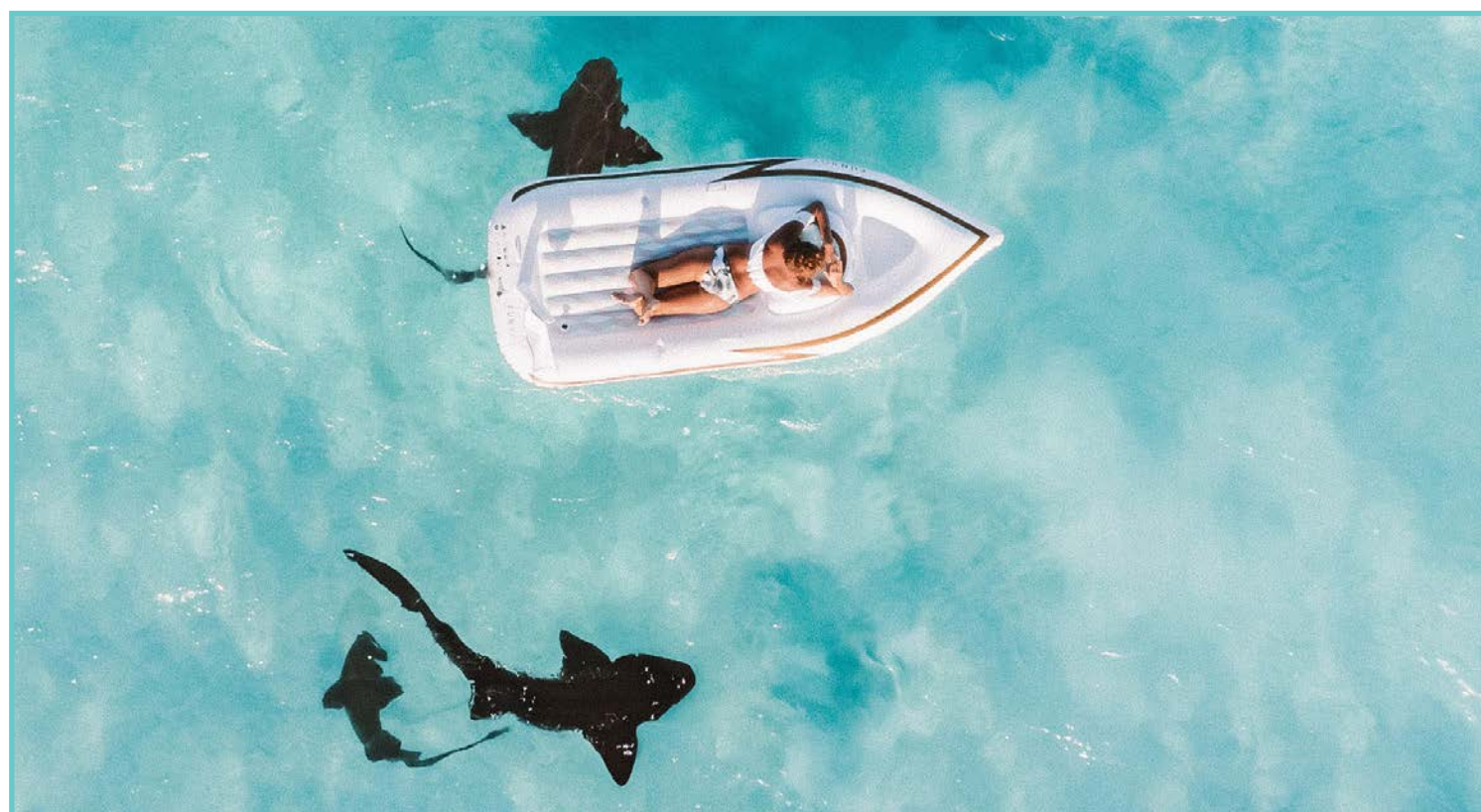
Προ της εξέλιξης των γεγονότων στην Ουκρανία, όλα τα στοιχεία έδειχναν προς ένα ακόμη άλμα του θαλάσσιου τουρισμού για το έτος 2022. Η χαλάρωση των ταξιδιωτικών περιορισμών παγκοσμίως σε συνδυασμό με τα νέα δεδομένα που προανέφερα ότι δημιουργήθηκαν στον κλάδο από την πανδημία, έπαιξε καθοριστικό ρόλο στην αυξητική τάση της αγοράς η οποία εκφράστηκε και αποτυπώθηκε με τον πολύ υψηλό αριθμό επιβεβαιωμένων

κρατήσεων ήδη από τα τέλη του 2021. Η σημερινή κατάσταση, θα πρέπει να αντιμετωπιστεί με τη δέουσα ψυχραιμία εν αναμονή των εξελίξεων της ανθρωπιστικής κρίσης στην Ουκρανία. Η μείωση των υγειονομικών πρωτοκόλλων στα ταξίδια και τις μετακινήσεις αποτελεί σίγουρα «ανακούφιση» και επιπλέον κίνητρο στην προσπάθεια αντιστάθμισης των αρνητικών συνεπειών που συνοδεύουν το Ουκρανικό ζήτημα. Παραμένουμε ψυχραιμοί, πολύ συγκεντρωμένοι στον στόχο μας για την παροχή των καλύτερων δυνατών υπηρεσιών και σαφώς τονίζουμε και την επιτακτικότητα της ανάγκης για τις αναφερθείσες βελτιώσεις στα πεδία των προκλήσεων ώστε να μπορέσει να συνεχίσει απρόσκοπτα η ανάπτυξη του ελληνικού yachting, να προωθηθεί περαιτέρω η Ελλάδα ως ο κορυφαίος τουριστικός προορισμός και να εγκαθιδρυθούν πρότυπα, με την Ελλάδα να διαμορφώνει τάσεις και μοντέλα ανάπτυξης και ικανοποίησης πελατών, ώστε να διασφαλιστεί ακόμη μεγαλύτερη χρονική επέκταση της διάρκειας της τουριστικής σεζόν στην Ελλάδα, να δημιουργηθούν νέα προϊόντα και παροχές, ώστε στο βαθμό του εφικτού να αποσοβηθεί το μεγαλύτερο δυνατό μέρος των επιπτώσεων και να διασφαλιστεί το μέλλον στον μεγαλύτερο δυνατό βαθμό.



Κορυφαίοι yachting προορισμοί για το 2022

Η διακοπές με yachting αποτελούν έναν ξεχωριστό τρόπο απόδρασης. Με την πανδημία να εξασθενεί σιγά σιγά, πολλοί ταξιδιώτες επιλέγουν να κλείσουν τις διακοπές τους για το καλοκαίρι του 2022 διαλέγοντας ένα εναλλακτικό τρόπο ψυχαγωγίας και χαλάρωσης. Οι κορυφαίοι yachting προορισμοί για το 2022 φαίνεται πως θα είναι περιοχές όπως οι ηλιόλουστες παραλίες στις Μπαχάμες, τα γραφικά νησιά της Ελλάδας, οι μαγευτικοί όρμοι της Κροατίας... Ας δούμε αναλυτικά πιο τόποι θα ξεχωρίσουν το 2022.



ΜΠΑΧΑΜΕΣ

Με το τροπικό κλίμα που επικρατεί όλο το χρόνο και εκατοντάδες αμμόδη νησιά, οι Μπαχάμες είναι πάντα ένα εξαιρετικά δημοφιλές hotspot για διακοπές με γιοτ. Ο τόπος αυτός έχει κερδίσει έδαφος καθώς πολλοί βορειοαμερικανοί ναυλωτές που προηγουμένως επέλεγαν μεσογειακούς προορισμούς όπως η Ιταλία και η Ίμπιζα πλέον επιλέγουν να μένουν πιο κοντά στο σπίτι τους και να ανακαλύψουν εκ νέου όλα όσα έχουν να προσφέρουν οι Μπαχάμες.

Υπάρχουν πάρα πολλές δραστηριότητες που μπορεί κάποιος να επιλέξει όπως κρουαζιέρα στα Exumas, να ταΐσει τα γουρούνια που κατοικούν στην παραλία Pig Beach, ψαροντούφεκο στο βυθισμένο αεροπλάνο του Πάμπλο Εσκομπάρ και να κολυμπήσει με καρχαρίες νοσοκόμες στο Compass Cay.

Όσοι επιθυμούν να ξεφύγουν από την πεπατημένη μπορούν να απολαύσετε την γαλήνη της περιοχής Cat Island και τις μεγάλες εκτάσεις με λευκή άμμο στο Long Island. Οι επαγγελματίες δύτες μπορούν ακόμη και να κάνουν μια βουτιές στο Dean's Blue Hole, μια φυσική καταβόθρα με ασύλληπτες εικόνες κάτω από την επιφάνεια της θάλασσας.



ΕΛΛΑΔΑ

Η Ελλάδα θεωρείται ένας αγαπημένος προορισμός yachting. Έχει χιλιάδες νησιά για εξερεύνηση. Διαθέτει τόσο μεγάλη ποικιλία νήσων που σιγάρα ο κάθε επισκέπτης θα βρει αυτό που του ταιριάζει και καλύπτει τις ανάγκες του. Για όσους επιλεγούν διακοπές με σκάφος με το ταίρι τους, η Σαντορίνη αποτελεί ιδανική επιλογή. Τα γαλανόλευκα κτίρια, τα εμβληματικά ηλιοβασιλέματα και τα πλακόστρωτα δρομάκια καλυμμένα με ροζ μπουκαμβίλιες δίνουν την αίσθηση μιας ρομαντικής απόδρασης. Ένας άλλος τόπος που ξεχωρίζει είναι η Μήλος. Ακριβώς νότια της Σαντορίνης, αυτό το ηφαιστειογενές νησί φημίζεται για τη σεληνιακή παραλία του Σαρακήνικου που μοιάζει πολύ με την επιφάνεια του φεγγαριού. Πολύ επισκέπτες με γιοτ που αναζητούν ηρεμία και γαλήνη επιλέγουν νησιά όπως η Αλόνησος και η Σκόπελος να προσφέρουν ένα ευπρόσδεκτο καταφύγιο από τα πλήθη. Φυσικά υπάρχει και το αντίπαλο δέος, το πανέμορφο Ιόνιο που έχει γίνει στέκι πολλών ταξιδιών στο yachting.



ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ

Με το άνοιγμα της μαρίνας Porto Montenegro, αυτός ο θύλακας της Αδριατικής του Μαυροβουνίου έχει γίνει γρήγορα ένα από τα κοσμήματα της Ανατολικής Μεσογείου. Οι θερμοκρασίες φτάνουν είναι ιδιαίτερα αυξημένες κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού και το αλπικό τοπίο αποτελεί μια αναζωογονητική αλλαγή σε σχέση με άλλα μεσογειακά hotspots. Στη στεριά, οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν την εκλεκτή γαστρονομία του Porto Montenegro, ψώνια σε πολυτελές αγορές και να πραγματοποιήσουν επισκέψεις σε πολυτελή σπα. Το Porto Montenegro έχει την δυνατότητα να φιλοξενήσει τα μεγαλύτερα σκάφη αναψυχής στον κόσμο. Εκτός ακτής, τα ζαφειρένια νερά του Μαυροβουνίου είναι γεμάτα με όμορφα νησιά που δημιουργούν υπέροχες διαδρομές – όπως την Παναγία των Βράχων και τη χερσόνησο Sveti Stefan. Αγκυροβολήστε στα γύρω νερά και απολαύστε την ηλιοθεραπεία ή το παιχνίδι με τα θαλάσσια παιχνίδια στο πιο μαγευτικό περιβάλλον.



ΚΡΟΑΤΙΑ

Η Κροατία μια χώρα πλούσια σε ιστορία, δεν στερείται γοητείας και χαρακτήρα. Από την αρχαία πέτρινη πόλη του Ντουμπρόβνικ, με τα οχυρωμένα τείχη και τη γοητευτική Παλιά Πόλη, μέχρι τις κόκκινες στέγες και το λιμάνι του Σπλιτ με τους φοίνικες, η Κροατία έχει πολλά να προσφέρει σε όσους την επισκέπτονται με γιοτ. Διαθέτει πάνω από 1.000 νησιά στη διάθεση των επισκεπτών, αυτό όχι μόνο δημιουργεί σπουδαία και ποικίλα δρομολόγια, αλλά σημαίνει επίσης ότι υπάρχουν πολλοί απομονωμένοι όρμοι και μικροί κόλποι όπου το σκάφος σας μπορεί να αγκυροβολήσει τη νύχτα, γλιτώνοντάς σας από την ταλαιπωρία της αναζήτησης μαρίνας. Ένα από τα αγαπημένα νησιά της Κροατίας είναι το Brač, το οποίο φιλοξενεί τη διάσημη παραλία Zlatni Rat σε σχήμα κέρατου. Η παραλία είναι ιδανική για πικνίκ στην παραλία, ενώ οι ήπιοι άνεμοι δημιουργούν επίσης ιδανικές συνθήκες για windsurfing.



ΝΟΡΒΗΓΙΑ

Με τα δραματικά φιόρδ και τα κοιμισμένα ψαροχώρια της, η Νορβηγία είναι το ιδανικό μέρος για όσους αναζητούν μια εντελώς διαφορετική εμπειρία στο yachting.

Η νότια Νορβηγία είναι ιδανική για τους λάτρεις του φαγητού, με το Σταβάνγκερ να φιλοξενεί παγκοσμίου φήμης διάσημα εστιατόρια, όπως το RE-NAA, το οποίο ειδικεύεται στη σκανδιναβική κουζίνα με μια ατμόσφαιρα fine dining.

Αν κάνετε κρουαζιέρα στη νότια Νορβηγία, μπορείτε να περιμένετε ήπιες θερμοκρασίες και εκπληκτικά τοπία, καθώς τα αγριολούλουδα ανθίζουν και τα κυματιστά λιβάδια δημιουργούν μια εντυπωσιακή αντίθεση ανάμεσα στις καμπίνες (hyttes) με τις κόκκινες στέγες που είναι διάσπαρτες στην ύπαιθρο.

Αν θέλετε να κάνετε κρουαζιέρα στο βορρά, περιμένετε να γίνετε μάρτυρες του απίστευτου φαινομένου που είναι γνωστό ως ήλιος του μεσονυκτίου. Οι περισσότεροι ντόπιοι περνούν πολύ χρόνο στην ύπαιθρο και σε επαφή με τη φύση - αν θέλετε να κάνετε το ίδιο, φροντίστε να επισκεφθείτε τις περιοχές Trolltunga και Kjerag, οι οποίες προσφέρουν υπέροχες πεζοπορίες στους ψηλούς λόφους του.

ΝΗΣΙΑ ΓΚΑΛΑΠΑΓΚΟΣ

Χίλια χιλιόμετρα από τις ακτές του Ισημερινού βρίσκεται η ηφαιστειακή αλυσίδα νησιών Γκαλαπάγκος. Αυτά τα νησιά αντιπροσωπεύουν έναν πραγματικά διαφορετικό τύπο διακοπών, με τα μαγευτικά τοπία τους και το φάσμα της άγριας ζωής που προκαλεί δέος. Τα Γκαλάπαγκος αποτελούν σημεία απaráμιλλης ομορφιάς. Σε πολλά από τα βουνά της περιοχής οι επισκέπτες μπορούν να ανακαλύψουν πολλά σπάνια είδη ζώων όπως ένα θαλάσσιο ιγκουάνα που είναι ενδημικό μόνο στο νησί Γκαλαπάγκος και μια γιγάντια χελώνα που είναι ενδημική στα νησιά Γκαλαπάγκος και ζει σε ένα από τα πολλά καταφύγια ζώων. Εκεί ένας επισκέπτης σε ένα πολυτελές σκάφος μπορεί να φορέσει τον καταδυτικό του εξοπλισμό και βουτήξει στα απέραντα βάθη των υδάτων των Γκαλαπάγκος όπου κολυμπάει με έναν πειθήνιο φαλινοκαρχαρία. Για τους έμπειρους δύτες, ένα ταξίδι στην Αψίδα του Δαρβίνου είναι απαραίτητο. Αυτή η φυσική βραχώδης προεξοχή είναι μια παιδική χαρά για φάλαινες και καρχαρίες, με μια ολοχρόνη συγκέντρωση σφυροκέφαλων, καρχαριών Γκαλαπάγκος, καρχαριών υφάλου, μπαρακούντα, σαλαμάνθρων, δελφινιών και κιτρινόπτερου τόνου. Μερικά ιδιαίτερα μεγάλα είδη φαλινοκαρχαριών είναι επίσης γνωστό ότι συχνάζουν σε αυτά τα νερά.





CAPE COD

Ένας φάρος σε στυλ vintage στα περίχωρα του Cape Cod και ένα μοναδικό ηλιοβασίλεμα δημιουργεί ένα μαγευτικό σκηνικό. Όλα αυτά σε μια πόλη της Νέας Αγγλίας όπου οι επισκέπτες μπορούν να εξερευνήσουν κατά την διάρκεια των διακοπών τους με yacht. Οι ακτές της Νέας Αγγλίας προσφέρουν ένα ποικίλο μείγμα πολιτισμού και γραφικής ομορφιάς. Οι φάροι περιτριγυρίζουν τις ακτές, μαζί με τις γραφικές μικρές πόλεις και τις παραλίες με λευκή άμμο που εκτείνονται για μίλια. Το Cape Cod είναι αναμφισβήτητα ένας από τους ομορφότερους προορισμούς της Νέας Αγγλίας. Φημισμένο για τις αμμώδεις ακτές του, τα λαμπερά ηλιοβασίλεμα και την αμερικανική γοητεία του, η περιοχή προσφέρει πολύ πιο χαλαρές διακοπές με τσάρτερ γιοτ και την ευκαιρία να χαλαρώσετε πραγματικά εν μέσω αδιατάρακτης ηρεμίας. Το καλοκαίρι αποτελεί επίσης τη βέλτιστη εποχή για την παρατήρηση φαλαινών, με τις φάλαινες καμπούρες να συχνάζουν στο νερό καθώς μεταναστεύουν στη Μασαχουσέτη μεταξύ Ιουνίου και Οκτωβρίου.



ΤΑΪΤΗ

Η Ταϊτή είναι γνωστή για την πανέμορφη χλωρίδα της και οι επισκέπτες μπορούν να περιμένουν να βρουν πολλούς αχαρτογράφητους χώρους γεμάτους φύση και άγρια ζωή. Συνώνυμο των καταγάλανων λιμνοθαλασσών και των παραλιών που είναι διάσπαρτες με φοίνικες, η Ταϊτή είναι το κορυφαίο κόσμημα του Νότιου Ειρηνικού. Ολόκληρη η περιοχή κρουαζιέρας της Γαλλικής Πολυνησίας αποτελεί έναν εξαιρετικό ταξιδιωτικό προορισμό κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, με ξηρό καιρό και πολλή ηλιοφάνεια. Τα νησιά αποτελούν μια όαση παρθένας φύσης. Η Ταΐα παράγει μερικές από τις καλύτερες βανίλιες της περιοχής και αντιπροσωπεύει περίπου το 80% της παραγωγής βανίλιας της Ταϊτής. Άλλα αξιοθέατα που πρέπει να δείτε περιλαμβάνουν τις φάρμες μαργαριταριών, όπου μπορείτε να δείτε ακριβώς πώς συλλέγονται τα μαργαριτάρια του αλμυρού νερού και πώς γίνονται κοσμήματα.



ΤΟΥΡΚΙΑ

Ένας άλλος τόπος που φαίνεται να ξεχωρίζει στο yachting είναι και η Τουρκία. Η Τουρκία όπως και η Κροατία, διαθέτει αμέτρητους μικρούς όρμους όπου μπορεί πολύ ευκολά να αγκυροβολήσει ένα σκάφος, γλιτώνοντάς από την ταλαιπωρία της αναζήτησης λιμανιού. Ένα παράδειγμα είναι η πανέμορφη γαλάζια λιμνοθάλασσα Ολουντενίζ. Η Τουρκική Ριβιέρα γενικά φιλοξενεί σπουδαίους κοραλλιογενείς υφάλους, συμπεριλαμβανομένου του διάσημου υφάλου Barracuda, ο οποίος είναι ένα εξαιρετικό σημείο για τους δύτες. Τέλος, το τσάι και ο καφές είναι πολύ σημαντικό μέρος της τουρκικής κουλτούρας οι επισκέπτες μπορούν να επισκεφθούν πολλά εκλεκτά καφέ στη χώρα όπου μπορούν να δοκιμάσουν τις γεύσεις της ανατολικής Μεσογείου και επίσης να απολαύσουν την εκπληκτική θέα των αερόστατων που πετούν πάνω από το κεφάλι τους.

Πανδημία και τεχνολογία αλλάζουν τα ξενοδοχεία

Ο διεθνούς φήμης αρχιτέκτονας **Jean-Michel Gathy** εξηγεί πώς θα μεταβληθούν τα πράγματα για τα ξενοδοχεία. «Να έχεις ένα εστιατόριο 500 θέσεων όπου όλοι τρώνε πρωινό σε μπουφέ; Αυτό πλέον είναι καταδικασμένο», λέει με νόημα

Το design των ξενοδοχείων κατέχει πάντα ξεχωριστή θέση. Τα τελευταία χρόνια έχουμε δει ανά τον κόσμο πολλές προτάσεις αρχιτεκτονικές που άλλες έχουν στο επίκεντρο τη βιωσιμότητα, άλλες στην πρακτικότητα, άλλες θέλουν να κερδίσουν το θαυμασμό των επισκεπτών. Γενικά πάντως το βασικό ζητούμενο ήταν η αρμονία με το περιβάλλον. Τα κτίρια να συνυπάρχουν «ειρηνικά» με τον περιβάλλοντα χώρο.

Η πανδημία ωστόσο φαίνεται πως επηρεάζει πλέον και την αρχιτεκτονική των ξενοδοχείων το 2022. Ο διάσημος σχεδιαστής Jean-Michel Gathy, που βρίσκεται πίσω από εξαιρετικά ξενοδοχεία, όπως το επερχόμενο Aman New York, σε δηλώσεις του προς ξένες ιστοσελίδες εξήγησε το πώς θα αλλάξουν, κατά τη γνώμη του, τα πράγματα για τα ξενοδοχεία φέτος.

«Να έχεις ένα εστιατόριο 500 θέσεων όπου όλοι τρώνε πρωινό σε μπουφέ; Αυτό πλέον είναι καταδικασμένο», λέει ο Jean-Michel Gathy, αρχιτέκτονας και κύριος σχεδιαστής του Denniston.

Γεγονός είναι πως αν είχε κάνει κάποιος άλλος αυτή τη δήλωση, θα μπορούσε να αντιμετωπιστεί ως γραφικός, αλλά όταν προέρχεται από τον Gathy, που

● ● ● ● ● ● ● ●
**«Είμαι σίγουρος
ότι θα μπαίνετε στο
ασανσέρ και θα λέτε
"έκτος όροφος" και
δεν θα χρειάζεται να
πατήσετε ένα κουμπί»**
● ● ● ● ● ● ● ●

θεωρείται αυθεντία στον σχεδιασμό και την αρχιτεκτονική πολυτελών ξενοδοχείων, τότε είναι κάτι που οι ενδιαφερόμενοι θα πρέπει να δώσουν τη δέουσα προσοχή.

Κατά τη διάρκεια της 35ετούς εμπειρίας του, ο γεννημένος στο Βέλγιο Gathy έχει συνεργαστεί με τις πιο γνωστές μάρκες φιλοξενίας υπερπολυτελούς επιπέδου: Cheval Blanc, Aman, Four Seasons, One&Only, Armani, Mandarin Oriental, St. Regis και πολλά άλλα brands. Το απίστευτο μάτι του για την πολυτέλεια και



το εξαιρετικό ταλέντο του, η βαθιά γνώση της ξενοδοχειακής βιομηχανίας και η αίσθηση της καινοτομίας τον έκαναν θρύλο και τον έβαλαν σε μια κατηγορία από μόνο του.

«Η φιλοξενία γίνεται όλο και πιο εξειδικευμένη. Αντί να έχεις ένα μεγάλο all-day dining μέρος, θα καταλήξεις να έχεις τρία μικρότερα εστιατόρια», εξηγεί. «Βασικά, πρόκειται για τη μείωση του μεγέθους και την αύξηση του αριθμού των χώρων». Τα μαζικά θέρετρα με χιλιάδες δωμάτια θα αντικατασταθούν από μικρότερες, πιο ιδιωτικές ιδιοκτησίες που θα προσφέρουν περισσότερες εγκαταστάσεις και θα μπορούν να φιλοξενήσουν μεγαλύτερης διάρκειας διαμονή, προβλέπει ο ίδιος.

Είναι κυρίως η πανδημία και η ανάγκη να μειωθούν οι μεγάλες συγκεντρώσεις τουριστών και να δοθεί περισσότερος χώρος για κοινωνική αποστασιοποίηση που δημιούργησε αυτή την τάση. Τα διαχωριστικά από πλεξιγκλάς που έχουν ενσωματώσει πολλά ξενοδοχεία στους χώρους υποδοχής τους θα αποτελέσουν επίσης ένα μόνιμο σχεδιαστικό χαρακτηριστικό.

Σύμφωνα με τον Gathy, η τεχνολογία θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στη

μεταμόρφωση της εμπειρίας μέσα στο δωμάτιο και στον ανεγκυστήρα φέτος. Προβλέπει ότι τα ξενοδοχεία θα αυξήσουν τον αριθμό των ανεγκυστήρων και την ταχύτητά τους, αλλά θα μειώσουν τη μέγιστη χωρητικότητά τους.

«Είμαι σίγουρος ότι θα μπαίνετε στο ασανσέρ και θα λέτε "έκτος όροφος" και δεν θα χρειάζεται να πατήσετε ένα κουμπί», προσθέτει.

Η τεχνολογία φωνητικού ελέγχου θα ενσωματωθεί επίσης στα δωμάτια για να περιορίσει την επαφή των επισκεπτών με τις επιφάνειες. Σύντομα θα μπορείτε να ρυθμίζετε τον κλιματισμό σας και να ενεργοποιείτε την τηλεόραση και το ηχοσύστημα με λίγες λέξεις. Και το ίδιο ισχύει και για το μπάνιο - εξελιγμένοι αισθητήρες θα βρίσκονται παντού.

«Θα λέτε στο ντους σας: "Θέλω 36 βαθμούς και μέτρια πίεση", και θα έχετε 36 βαθμούς και μέτρια πίεση. Θα σας πει, "το ντους σας είναι έτοιμο"», υποστηρίζει ο Gathy για τους αυτοματισμούς που θα αρχίσουν να εντάσσονται στα ξενοδοχεία. Συμπληρώνει πως αυτό δεν είναι απλώς μια μόδα ή μια τάση που θα εξαφανιστεί μια μέρα, αυτό είναι πρόοδος.

«Γιατί θα θέλατε το ντους σας να διαρκεί μισή ώρα για να αποκτήσει τη σωστή



θερμοκρασία; Και να καίγεστε επειδή είναι πολύ ζεστό ή η πίεση είναι πολύ χαμηλή. Γιατί να το κάνετε αυτό; Πιστεύω λοιπόν ότι οι άνθρωποι θα συνηθίσουν την άνεση», εξηγεί.

Και μιλώντας για άνεση, οι επώνυμες ξενοδοχειακές κατοικίες που προσφέρουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να αποκτήσουν ένα ακίνητο στο αγαπημένο τους θέρετρο υψηλών προδιαγραφών είναι επίσης εδώ για να μείνουν. Σύμφωνα με τον Gathy, όλα καταλήγουν σε ένα πράγμα: «Η ανάπτυξη της φιλοξενίας είναι μια επιχείρηση». Οι ξενοδόχοι έχουν πολύ ταχύτερη απόδοση της επένδυσης προσφέροντας επώνυμες ξενοδοχειακές κατοικίες, οπότε όλο και περισσότεροι θα χτίζουν μικρότερα ξενοδοχεία και θα αναπτύσσουν ακίνητα προς πώληση επί τόπου.

Και επειδή όλο και περισσότερες χώρες εφαρμόζουν οικολογικότερους οικοδομικούς κανονισμούς και πρότυπα, τα θέρετρα και οι αρχιτέκτονες γίνονται επίσης σταδιακά πιο φιλικόι προς το περιβάλλον στις πρακτικές και τα υλικά τους. Αλλά αυτό δεν θα γίνει σε βάρος της ποιότητας ή της αισθητικής.

«Σήμερα, οι άνθρωποι χρησιμοποιούν κεραμικά πλακάκια που μοιάζουν με ξύλο.

Μυρίζουν ακόμη και σαν ξύλο. Υπάρχουν επίσης εξαιρετικά αντίγραφα μαρμάρου», λέει. «Όλα αυτά μειώνουν τη χρήση των φυσικών πόρων, και αυτό είναι κάτι πολύ, πολύ καλό για το μέλλον».

Το πρόγραμμα του Gathy για το 2022 περιλαμβάνει το άνοιγμα τριών νέων ξενοδοχείων: το Aman New York, το οποίο θα κάνει το ντεμπούτο του τον Μάιο, το Cheval Blanc στις Σεϋχέλλες και το Jumeirah Bali. Ο ίδιος επιχειρεί να δώσει μια μικρή γεύση από το σχεδιασμό και την έμπνευση πίσω και από τα τρία θέρετρα.

«Το DNA ενός Aman Resort είναι η αίσθηση του τόπου, οπότε η αίσθηση του τόπου που εξετάσαμε για τη Νέα Υόρκη είναι η λέξη "ενέργεια". Έτσι, αυτό που προσπαθήσαμε να κάνουμε είναι να διατηρήσουμε το φυσικό DNA, αλλά το σχεδιάσαμε με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορεί να είναι ζωντανό και ζωηρό», εξηγεί.

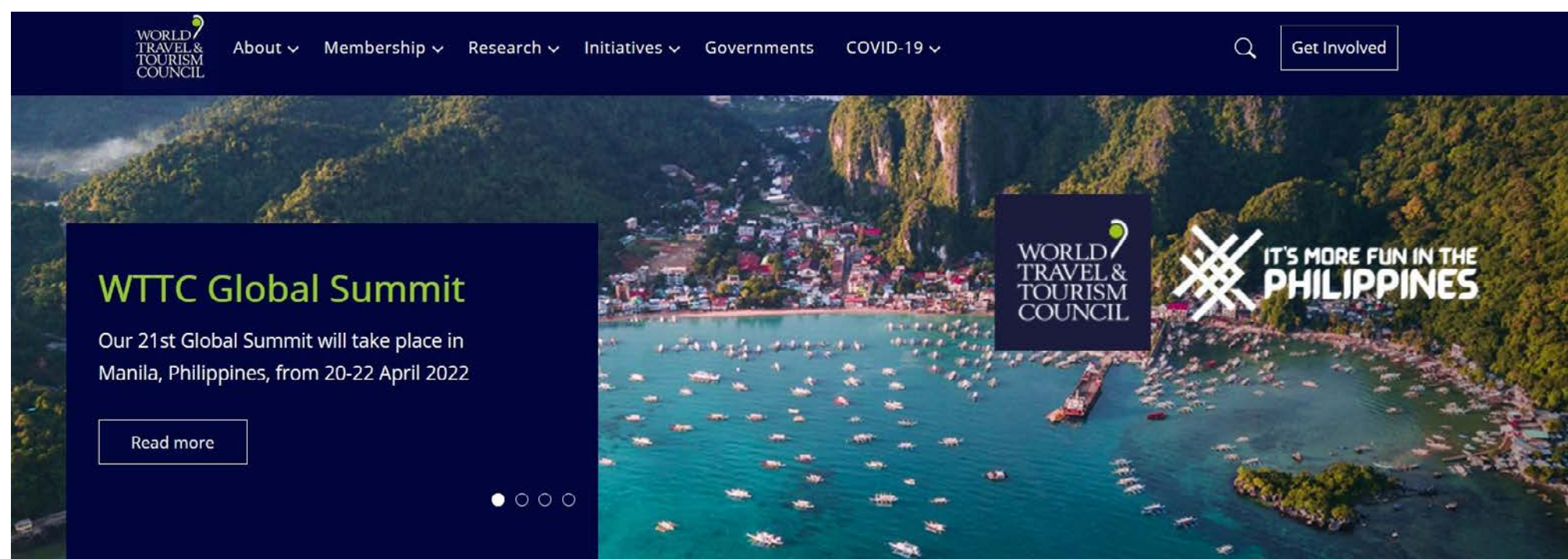
Στις Σεϋχέλλες, ο Gathy σχεδίασε μια «ιδιόρρυθμη, σύγχρονη εκδοχή της αποικιακής αρχιτεκτονικής». Στο Μπαλί, όπου ο Gathy είναι υπεύθυνος για τους επερχόμενους εσωτερικούς χώρους του Jumeirah, ενσωματώνει τις ευρωπαϊκές επιρροές, όπως ο ίδιος τις περιγράφει, σε μια «ολλανδικού-τύπου βασιλική-ιαβανέζικη» αισθητική.



WTTC Global Summit

Το μεγάλο παγκόσμιο γεγονός του Τουρισμού πλησιάζει

Το θέμα της φετινής αυτής Παγκόσμιας Διάσκεψης είναι «Re-discovering Travel», θέμα εξαιρετικά επίκαιρο μετά την καταστροφική για τον τουρισμό τελευταία διετία



Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Σήμερα θέλω να αναφερθώ στο μεγάλο παγκόσμιο γεγονός του τουρισμού (για να ακριβολογώ του ιδιωτικού-επιχειρηματικού τομέα του τουρισμού και όχι μόνο) που διοργανώνεται κάθε χρόνο από το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού (World Travel & Tourism Council). **Πρόκειται για την ετήσια** Παγκόσμια Σύνοδο Κορυφής του WTTC, στην οποία είχα τη χαρά να παρευρεθώ και να εκπροσωπήσω προβάλλοντας τη χώρα μας ως Γενικός Γραμματέας κατά τη διάρκεια της θητείας μου στο Υπουργείο Τουρισμού.

Τη φετινή χρονιά, μετά την εξαιρετικά επιτυχημένη εκδήλωση στην πόλη Κανκούν του Μεξικού πέρυσι, το Global Summit διοργανώνεται στη Μανίλα των Φιλιππίνων το τριήμερο 20-22 Απριλίου. Η Σύνοδος αυτή είναι η πιο σημαντική εκδήλωση για τον τομέα των ταξιδιών και του τουρισμού παγκοσμίως, και φέτος, όπως κάθε χρόνο, οι ηγέτες του κλάδου θα συγκεντρωθούν και πάλι με προβλεπόμενους κυβερνητικούς εκπροσώπους απ' όλο τον κόσμο, για να συνεχίσουν να ευθυγραμμίζουν τις προσπάθειες ώστε να υποστηρίξουν την ανάκαμψη του κλάδου και να προχωρήσουν μπρο-

στά προς ένα ασφαλέστερο, πιο ανθεκτικό και χωρίς αποκλεισμούς και βιώσιμο μέλλον.

Το θέμα της φετινής αυτής Παγκόσμιας Διάσκεψης είναι «Re-discovering Travel», θέμα εξαιρετικά επίκαιρο μετά την καταστροφική για τον τουρισμό τελευταία διετία, με στόχο να έρθουν κοντά οι επαγγελματίες, αλλά και υψηλόβαθμα κυβερνητικά στελέχη του τουρισμού που ασπάζονται την ίδια ενσυναίσθηση, αξίες και φιλοδοξίες για την επίλυση των πολλών κοινωνικών, περιβαλλοντικών και οικονομικών προκλήσεων.

Εκτιμάται ότι πάνω από 600 καλεσμένοι απ' όλο τον κόσμο με προσωπική πρόσκληση από το WTTC θα συμμετέχουν επιτόπου, με περισσότερους από 30.000 επισκέπτες από κάθε γωνιά της γης να παρακολουθούν διαδικτυακά, και πάνω από 100 ομιλητές διεθνούς κύρους που εκπροσωπούν την ελίτ της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας να απευθύνονται στους συμμετέχοντες και να συζητούν για την «επαν-ανακάλυψη» των ταξιδιών διεθνώς.

Με άλλη ιδιότητα, λοιπόν, θα παρευρεθώ φέτος στο μεγάλο αυτό γεγονός του παγκόσμιου τουρισμού, όπου όχι μόνο θα έχω την ευκαιρία να εργαστώ για την επιτυχή διοργάνωσή του, αλλά και να γνωρίσω, να μοιραστώ σκέψεις και να συζητήσω με ηγέτες του κλάδου και να ζήσω από κοντά τη φιλοξενία των ντόπιων διοργανωτών, οι οποίοι με παράλληλες εκδηλώσεις για τους συμμετέχοντες στοχεύουν να ενυπωσιάσουν προβάλλοντας τη χώρα τους στο διεθνές κοινό.

Η κυβέρνηση των Φιλιππίνων έχει διασφαλίσει ότι το Summit θα διεξαχθεί τηρώντας όλα τα σχετικά υγειο-

νομικά πρωτόκολλα λόγω COVID, σκοπεύοντας σε μια υψηλού επιπέδου διοργάνωση, η οποία θα δώσει το στίγμα για τον τουρισμό της χώρας, αλλά και το σύνθημα για την επανάκαμψη του τουρισμού παγκοσμίως.

Πριν κλείσω δεν μπορώ να μη μοιραστώ τη σκέψη μου για τη φιλοξενία τέτοιων μεγάλων παγκόσμιων εκδηλώσεων του τουρισμού στη χώρα μας, γιατί όχι για τη διοργάνωση ενός τέτοιου Summit στο μέλλον (που μέχρι σήμερα μάλλον ... όνειρο θερινής νυκτός παραμένει), που θα έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη στην τουριστική μας οικονομία.

Προς το παρόν, το ελάχιστο που μπορούμε να κάνουμε είναι να συμμετέχουμε ως χώρα, πράγμα που ευελπιστώ ότι η πολιτεία και ο τουριστικός ιδιωτικός μας τομέας θα το πράξει.

Με την παρουσία μου στο Summit βεβαίως και θα δώσω το στίγμα και τις προοπτικές του τουρισμού μας, θα περιμένω όμως με ανυπομονησία και την ανταπόκριση από μέρους του Υπουργείου και του ΕΟΤ.

Ήδη άλλες χώρες ανταγωνίστριές μας έχουν επιβεβαιώσει τη συμμετοχή τους, ακόμη και μικρές γειτονικές μας χώρες από τις περιοχές της αρμοδιότητάς μου στο WTTC. Εμείς, μάλλον ακόμη το σκεφτόμαστε...

* 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



BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

info@bci24news.com

Δίκτυο Αξιοθεάτων

Είναι σημαντικό για έναν προορισμό και την ορθολογική του διαχείριση η συνεχής και απρόσκοπτη λειτουργία των αξιοθεάτων και εμπειριών που σηματοδοτούν και την δική του συνεχή λειτουργία



Εναλλακτικός...
Προορισμός

Γράφει ο

**Ευάγγελος
Κυριακού**

Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών

Όταν βρίσκεσαι ως επισκέπτης-ταξιδιώτης σε ένα προορισμό προσπαθείς να κατακτήσεις ένα σημαντικό επίτευδο γνώσης αποκτώντας πρόσβασης στα διάσημα, ακουστά ή προσφάτως σημαντικά και αναδεικνύόμενα αξιοθέατα. Αυτό δεν γίνεται ούτε με ηλεκτρονικές εφαρμογές, ούτε με αυτόματο πιλότο. Οι επισκέπτες δεν έρχονται σε έναν προορισμό μόνο για να κοιμηθούν και να γευματίσουν. Έρχονται για να φιλοξενηθούν.

Χρειάζεται σημαντική προσήλωση από την διαχείριση προορισμών έτσι ώστε η ταυτότητα του προορισμού να περνά μέσα από την επισκεψιμότητα των «αξιοθεάτων». Εδώ αρχίζουν τα δύσκολα μιας και πρέπει να διευκρινισθεί τι είναι αξιοθέατο, σε ποια κατηγορία ανήκει, τι επίπεδο λειτουργίας έχει και πολλές άλλες σημαντικές πληροφορίες. Η απάντηση φυσικά είναι ότι τα πάντα μπορεί να είναι αξιοθέατα εφόσον ασκούν έλξη στους επισκέπτες και ακολουθούν τους βασικούς όρους τοποθέτησης προϊόντων ή ευγενικότερα του μάρκετινγκ. Προσοχή διότι ο περισσότερος κόσμος έχει παρανοήσει μπερδεύοντας το μάρκετινγκ με την διαφήμιση. Αξιοθέατο μπορεί να είναι ένα σημείο θέας, ένας καταρράκτης, μια λίμνη, ένα δάσος, ένας πολιτιστικός χώρος, ένα μνημείο, ένα μουσείο, αλλά και ένα οινοποιείο, ένα τυροκομείο, μια αγροτική μονάδα, ένα περίπτερο, μια στοά μαγαζιών...

Βασικό ωστόσο χαρακτηριστικό ενός «αξιοθεάτου» είναι να είναι ανοικτό, να έχει ωράριο λειτουργίας, υποδοχή, μια σειρά ιστοριών, επεξηγηματικών φωτογραφιών και το ανθρώπινο στοιχείο γενικότερα που θα δείξει, θα μιλήσει θα αλληλεπιδράσει με τον επισκέπτη. Στόχος όλες οι ανθρώπινες αισθήσεις. Όσο



λιγότερα τόσο φτωχότερα. Όσο περισσότερα τόσο πληρέστερα προκειμένου να κεντρίζουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη.

Τέλος σημαντικό στον προορισμό είναι η δικτύωση και η συμπληρωματικότητα. Το δίκτυο αξιοθεάτων είναι αναγκαίο προκειμένου να διευκολύνεται ο επισκέπτης και να αποφεύγεται η εικόνα του κανιβαλισμού. Όταν η πληροφορία τρέχει ο επισκέπτης προλαβαίνει να δει και να νιώσει τα πάντα στην ώρα τους. Αυτό σημαίνει ότι το δίκτυο φροντίζει ένα ενιαίο σύστημα λειτουργίας με ώρες, προσβασιμότητα, επίπεδο πληροφόρησης, επίπεδο εμπειρίας για όλες τις δομές. Εδώ είναι πολύ κρίσιμος ο ρόλος της τοπικής αυτοδιοίκησης για την συνεργασία των τοπικών κοινοτικών δομών αλλά και των ιδιωτικών προκειμένου ο επισκέπτης να απολαμβάνει μια σειριακής μορφής ταξιδιωτική εμπειρία στο πλαίσιο του χρόνου που είναι έτοιμος να διαθέσει. Αυτός είναι και ο λόγος

Αξιοθέατο μπορεί να είναι ένα σημείο θέας, ένας καταρράκτης, μια λίμνη, ένα δάσος, ένας πολιτιστικός χώρος, ένα μνημείο, ένα μουσείο, αλλά και ένα οινοποιείο, ένα τυροκομείο, μια αγροτική μονάδα, ένα περίπτερο, μια στοά μαγαζιών...

που τα Κέντρα Τουριστικής Πληροφόρησης είναι απαραίτητα εργαλεία στην διαχείριση των δικτύων αξιοθεάτων με σωστή έγκαιρη πληροφόρηση αλλά και ticketing!

Κάποια στιγμή ενώ γινόταν μια μεγάλη απεργία, ήρθαν επισκέπτες στο χώρο

που εργάζομαι. Μου είπαν ότι είναι κρίμα να μην συμμετέχω στην τόσο σημαντική απεργία. Τους απάντησα ευγενικά ότι επισήμως απεργώ ως συνδικαλιστής και ως σκεπτόμενος άνθρωπος αλλά οι τουριστικές δομές μας δεν κλείνουν ποτέ μιας και οι επισκέπτες που έρχονται να δουν από την άλλη άκρη του κόσμου το δίκτυο αξιοθεάτων δεν χρωστάνε τίποτα οποιασδήποτε ταλαιπωρίας.

Τα αξιοθέατα πρέπει να είναι πάντα ανοικτά, 365 μέρες το χρόνο φροντίζοντας και τον ένα μοναδικό επισκέπτη που πιθανόν να περάσει σε μια ημέρα με δύσκολες καιρικές ή άλλες συνθήκες. Είναι σημαντικό για έναν προορισμό και την ορθολογική του διαχείριση η συνεχής και απρόσκοπτη λειτουργία των αξιοθεάτων και εμπειριών που σηματοδοτούν και την δική του συνεχή λειτουργία, σηματοδοτούν στο τέλος και την συνολική επαγγελματική τοποθέτηση του Ελληνικού Τουρισμού.

Διοίκηση ολικής ποιότητας

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management - TQM) αποτελεί ένα ολοκληρωμένο διοικητικό σύστημα με στρατηγικές προοπτικές και έχει ως στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και τη συνεχή βελτίωση των επιχειρησιακών και παραγωγικών διαδικασιών μιας επιχείρησης

Η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (Total Quality Management - TQM) είναι μια φιλοσοφία διοίκησης η οποία προσβέ-
ει ότι η ποιότητα είναι ευθύνη όλων των εμπλεκόμενων μελών

και όλων των λειτουργιών μέσα σε μια επιχείρηση. Πιο συγκεκριμένα, είναι ένας τρόπος διοίκησης μιας επιχείρησης που εστιάζει στην ποιότητα, βασίζεται στη συμμετοχή όλων των μελών της και στοχεύει



Γράφει ο
**Μιχάλης
Μάρκου**

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

προς τη μακροπρόθεσμη επιτυχία μέσω της ικανοποίησης του πελάτη και στην παροχή οφελών σε όλα τα μέλη της επιχείρησης και στην κοινωνία με το μικρότερο δυνατό κόστος. Με άλλα λόγια, με την ολική ποιότητα μια επιχείρηση επιδιώκει ενεργά να εντοπίσει τις ανάγκες και τις προσδοκίες των πελατών της, να ενσωματώσει την ποιότητα στις εργασιακές διαδικασίες χρησιμοποιώντας τις γνώσεις και την πείρα του εργατικού της δυναμικού, καθώς και να βελτιώνει συνέχεια κάθε πτυχή της επιχείρησης. Βέβαια, η επιτυχής εφαρμογή της Διοίκησης Ολικής Ποιότητας προϋποθέτει την αποδοχή και τήρηση τριών σημαντικών αρχών που είναι η εστίαση στους πελάτες και στις ομάδες ενδιαφερομένων (stakeholders), η συμμετοχή και ομαδική εργασία από όλους στον οργανισμό, και η εστίαση στη διαδικασία υποστηριζόμενη από τη συνεχή βελτίωση και τη μάθηση.

Ως φιλοσοφία διοίκησης η ΔΟΠ υποστηρίζει ότι η ποιότητα είναι ευθύνη όλων των μελών και των λειτουργιών μέσα σε μια επιχείρηση, ενώ τονίζει ότι η επίτευξη του ελέγχου ποιότητας αναμένεται να συμβάλλει συνολικά στην βελτίωση και ότι είναι αυτοσκοπός κάθε επιχείρησης. Χαρακτηρίζεται ως ένα σύγχρονο «μοντέλο διοίκησης» όπου η επιτυχία του κρίνεται από τον αποτελεσματικότερο συνδυασμό όλων των παραγωγικών συντελεστών στην επιχείρηση. Είναι μια



φιλοσοφία όπου όλες οι δραστηριότητες μιας επιχείρησης, αποσκοπούν στην εκπλήρωση των προσδοκιών του πελάτη, με ταυτόχρονη ελαχιστοποίηση του κόστους, ενεργοποιώντας παράλληλα το ανθρώπινο δυναμικό.

Η ΔΟΠ προσανατολίζεται εξωτερικά στην ικανοποίηση των απαιτήσεων των πελατών, ενώ εσωτερικά στη δέσμευση της διοίκησης και στην εκπαίδευση και επιμόρφωση των εργαζομένων. Κύριος αντικειμενικός της σκοπός είναι να ενσωματώσει την έννοια της ποιότητας σε όλες τις διεργασίες της επιχείρησης και κατά συνέπεια στα παραγόμενα προϊόντα/υπηρεσίες.

Τα ποιοτικά οφέλη ως αποτέλεσμα της εφαρμογής της ΔΟΠ είναι η ευαισθητοποίηση των εργαζομένων και η συνειδητοποίηση της σημασίας της ποιότητας για την επιχείρηση, η ανάπτυξη κουλτούρας ποιότητας μέσα της και η αύξηση της υπερηφάνειας που αισθάνονται οι εργαζόμενοι από τη δουλειά τους, οι οποίοι πλέον αισθάνονται πιο σημαντικοί για την επιχείρηση. Εν συνεχεία, υπάρχει η βελτίωση της επικοινωνίας, η αύξηση της ομαδικότητας και της συνεργασίας, και τέλος η αναγνώριση του

ρόλου και της συνεισφοράς όλων των εργαζομένων.

Όσον αφορά τα ποσοτικά οφέλη, διαπιστώνεται η βελτίωση της ποιότητας των προϊόντων/υπηρεσιών, η μείωση των ελαττωματικών προϊόντων/υπηρεσιών, και η αύξηση της ικανοποίησης των πελατών. Επιπλέον, υπάρχει αύξηση των πωλήσεων, αύξηση συμμετοχής των εργαζομένων σε δραστηριότητες βελτίωσης, μείωση παραιτήσεων και απουσιών, και μείωση του κόστους κακής ποιότητας.

Γενικότερα, η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας αποτελεί ένα ολοκληρωμένο διοικητικό σύστημα με στρατηγικές προοπτικές και έχει ως στόχο την ικανοποίηση του πελάτη και τη συνεχή βελτίωση των επιχειρησιακών και παραγωγικών διαδικασιών μιας επιχείρησης. Στα πλαίσια του συστήματος της ΔΟΠ θα πρέπει να εμπλέκονται όλοι οι εργαζόμενοι, από τα ανώτερα ως τα κατώτερα διοικητικά στελέχη μιας επιχείρησης. Η βελτίωση της ποιότητας των διαδικασιών προϋποθέτει την εμπλοκή όλων, διαφορετικά αποτελεί μεμονωμένη προσπάθεια επίλυσης κάποιων προβλημάτων και η οποία αποτυγχάνει τις περισσότερες φορές.

Γίνεται αντιληπτό πλέον ότι η Διοίκηση Ολικής Ποιότητας (TQM) έχει γίνει μια κινητήρια δύναμη σε πολλές επιχειρήσεις στον επιχειρηματικό κόσμο σήμερα, μιας και η «έννοια – κλειδί» στο επιχειρηματικό «στίβο», είναι η ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών που προσφέρει μια επιχείρηση. Η ποιότητα έχει καθιερωθεί πλέον ως το βασικότερο κριτήριο καταναλωτικής και επιχειρηματικής συμπεριφοράς. Οι καταναλωτές όλο και περισσότερο ευαισθητοποιούνται στην ποιότητα και τη θεωρούν ως το σημαντικότερο κριτήριο στις επιλογές τους, οπότε και οι επιχειρήσεις συνειδητοποιούν αυτή την αλλαγή της καταναλωτικής συμπεριφοράς και σπεύδουν να προσαρμοστούν. Η ποιότητα αναγνωρίζεται πλέον ως ο δυναμικότερος παράγοντας και αποτελεί το κλειδί για τη δημιουργία ανταγωνιστικών προϊόντων και υπηρεσιών, όπως επίσης και τη δημιουργία πιστών πελατών. Έτσι, αποτελεί μονόδρομο για μια επιχείρηση που θέλει να παραμείνει ανταγωνιστική σήμερα, σε ένα τόσο ευμετάβλητο και ανταγωνιστικό περιβάλλον, η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών/προϊόντων να παραμένει πάντα υψηλή.

ΙΝΣΕΤΕ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2021

Σημαντικά καλύτερη η επίδοση της Ελλάδας

Στη χώρα μας, όπως και διεθνώς καταγράφηκε και την περασμένη σεζόν μείωση σε σχέση με το 2019, όμως οι απώλειες στην Ελλάδα ήταν πολύ χαμηλότερες σε σύγκριση με άλλους προορισμούς

Το ΙΝΣΕΤΕ δημοσίευσε στις αρχές του μήνα την «Ειδική Έκδοση - ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2021», όπου καταγράφει τα τουριστικά μεγέθη του 2021 και την ανάκαμψη της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας.

Το Ινστιτούτο τονίζει πως πρόκειται για Ειδική Έκδοση, καθώς πέρα από τα συνηθισμένα στατιστικά δεδομένα που περιλαμβάνει ένα Στατιστικό Δελτίο (στοιχεία αφίξεων & εσόδων) είναι εμπλουτισμένη με στοιχεία δραστηριότητας των ξενοδοχείων, της απασχόλησης στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης, καθώς και με μια εκτεταμένη παρουσίαση ποιοτικών δεδομένων από πλήθος πηγών (Review Pro, Booking, Tripadvisor, Google κλπ.).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην έκδοση αυτή περιλαμβάνεται για πρώτη φορά το Net Promoter Score (NPS) των ελληνικών ξενοδοχείων που βασίζεται στις αξιολογήσεις των πελατών στο διαδίκτυο. Το NPS υπολογίζει προσεγγιστικά την πρόθεση σύστασης του ξενοδοχείου σε έναν φίλο ή συνάδελφο και παρουσιάζεται για το σύνολο των ξενοδοχείων, ανά κατηγορία και ανά γεωγραφική ενότητα.

Σύμφωνα λοιπόν με τα όσα αναφέρονται στην ειδική έκδοση του ΙΝΣΕΤΕ παγκοσμίως, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά +4% το 2021 σε σχέση με το 2020, ωστόσο παρέμειναν -72% κάτω από τα επίπεδα του 2019.

Η επίδοση της Ελλάδας ήταν σημαντικά καλύτερη, με την εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μειωμένη κατά -53,1% σε σχέση με το 2019 (14,7 εκατ. αφίξεις το 2021 έναντι 31,3 εκατ. αφίξεις το 2019). Περαιτέρω, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν σημαντικά μικρότερη μείωση κατά -41,4% σε σύγκριση με το 2019 και διαμορφώθηκαν σε 10,7 δισ. ευρώ έναντι 18,2 δισ. το 2019, λόγω της αύξησης της Μέσης Κατά Κεφαλή Δαπάνης (ΜΚΔ) κατά +27% σε σχέση με το 2019. Πιο αναλυτικά το 2021, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν μείωση κατά -41,4% σε σύγκριση με το 2019 και διαμορφώθηκαν στα 10.653 εκατ. ευρώ. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην πτώση των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 κατά -29,1%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 6.895 εκατ. ευρώ, καθώς και των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών εκτός της ΕΕ-27 κατά -54,8%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 3.596 εκατ. ευρώ.

Αναλυτικότερα, οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ζώνης του ευρώ διαμορφώθηκαν στα 5.622 εκατ. ευρώ, μειωμένες κατά -27,3%, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ εμφάνισαν πτώση κατά -36,3% και διαμορφώθηκαν στα 1.272 εκατ. ευρώ. Ειδικότερα, οι εισπράξεις από τη Γερμανία μειώθηκαν κατά -19,9% και διαμορφώθηκαν στα 2.370 εκατ. ευρώ,





ενώ οι εισπράξεις από τη Γαλλία μειώθηκαν κατά -8,3% και διαμορφώθηκαν στα 999 εκατ. ευρώ.

Από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27, μείωση κατά -41,7% παρουσίασαν οι εισπράξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 1.496 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά -48,9% και διαμορφώθηκαν στα 607 εκατ. ευρώ. Οι εισπράξεις από τη Ρωσία μειώθηκαν κατά -73,4% και διαμορφώθηκαν στα 115 εκατ. ευρώ. Με βάση τα παραπάνω δεδομένα της Ερευνας Συνόρων, η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) αυξήθηκε το 2021 σε σχέση με το 2019 κατά 27% (από 564 € σε 713 €).

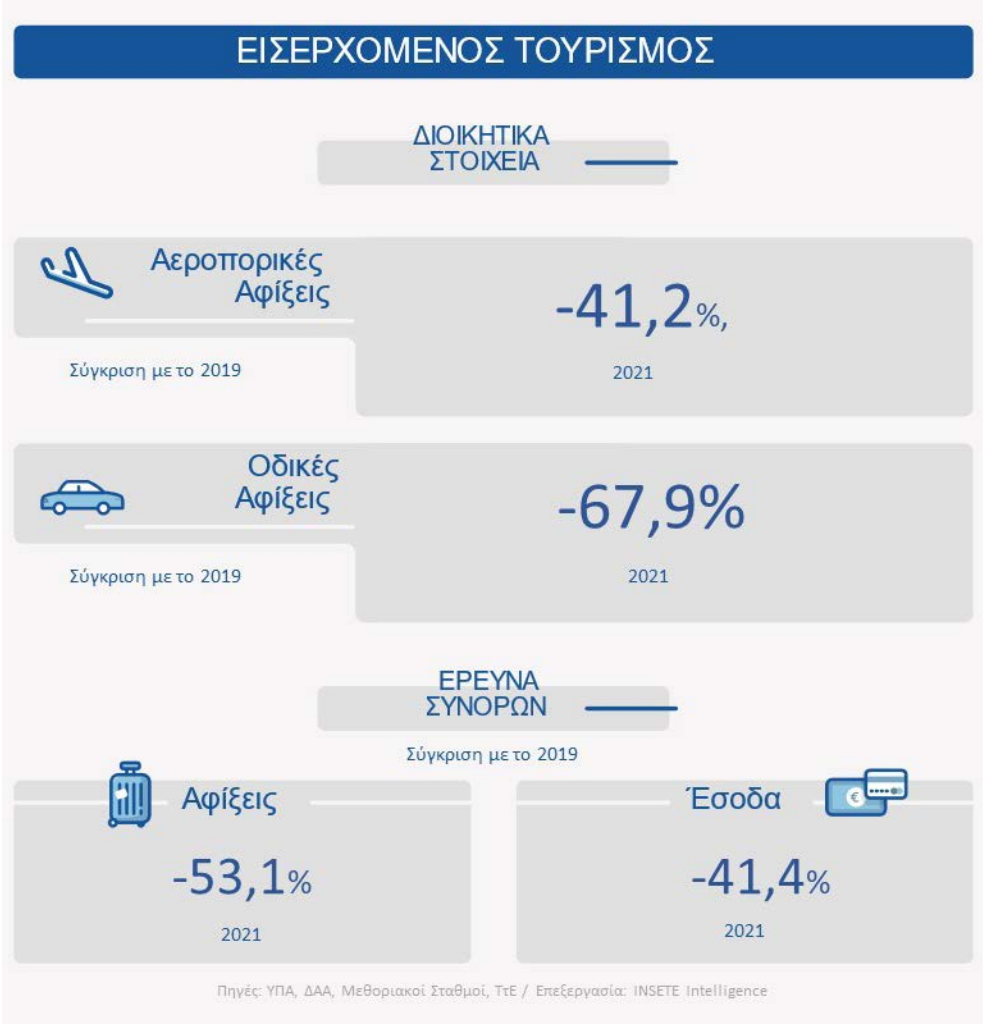
Αυτό, μεταξύ άλλων, οφείλεται σε μεταβολή του μείγματος αφίξεων υπέρ των διεθνών αεροπορικών αφίξεων που μειώθηκαν κατά -41,2% έναντι του 2019 (12,6 εκατ. το 2021 έναντι 21,5 εκατ. το 2019) και των ακτοπλοϊκών αφίξεων από Ιταλία που μειώθηκαν κατά -35% το (980 χιλ. το 2021 έναντι 1,5 εκατ. το 2019) ενώ οι οδικές αφίξεις -που έχουν την χαμηλότερη ΜΚΔ- μειώθηκαν κατά -67,9% (4,0 εκατ. το 2021 έναντι 12,3 εκατ. το 2019).

Μεταξύ των χωρών, τη μικρότερη μείωση σε σχέση με το 2019 σημείωσαν οι χώρες

Η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) αυξήθηκε το 2021 σε σχέση με το 2019 κατά 27% από 564 € σε 713 €

της Ζώνης του Ευρώ (-34% αφίξεις / -27% εισπράξεις), ακολουθούμενες από τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ (-63% / -36%) και στη συνέχεια οι χώρες εκτός ΕΕ (- 64% / -55%). Αναφορικά με τις χώρες εκτός ΕΕ σημειώνεται ότι η μείωση από Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ - που συμπεριλαμβάνονται στο top-5 των χωρών εισερχόμενου τουρισμού και με ΜΚΔ σημαντικά μεγαλύτερη από την ΜΚΔ στο σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού - ήταν σημαντικά μικρότερη από το σύνολο των χωρών εκτός ΕΕ.

Το 2021 χαρακτηρίζεται ως έτος επανεκκίνησης και ανάκαμψης για τον κλάδο



της κρουαζιέρας με 1.960 αφίξεις κρουαζιερόπλοιων (έναντι 3.979 αφίξεων το 2019) και με 1,4 εκατ. αφίξεις επισκεπτών (έναντι 5,5 εκατ. αφίξεων το 2019).

Στον εσωτερικό τουρισμό, οι αεροπορικές αφίξεις ήταν -41% σε σχέση με το 2019 και οι ακτοπλοϊκές -35%.

Αναφορικά με τον ξενοδοχειακό κλάδο, τα έσοδα των ξενοδοχείων εκτιμήθηκαν σε 5,5 δισ. € το 2021, μειωμένα κατά -34,9% σε σχέση με το 2019, όπου το σύνολο του τζίρου ήταν 8,4 δισ. €.

Επίσης, η ποιοτική αξιολόγηση των ξενοδοχείων το 2021 ήταν υψηλή (δείκτης

ικανοποίησης των ξενοδοχείων GRI 87,6% / Net Promoter Score 55) υψηλότερα από το 2019 (87,1% / 50) αντίστοιχα.

Το στοιχείο αυτό αποτελεί σημαντική παρακαταθήκη για τα ελληνικά ξενοδοχεία τα οποία μπορούν να το κεφαλαιοποιήσουν τα επόμενα έτη εδραιώνοντας περαιτέρω την Ελλάδα στον διεθνή τουρισμό.

Τέλος, στην αιχμή της τουριστικής σεζόν (Q3) του 2021, η απασχόληση στα καταλύματα και την εστίαση (445 χιλ.) υπερέβη την αντίστοιχη το 2019 (429 χιλ.).

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

To Net Promoter Score για τα ξενοδοχεία

Πολύ υψηλοί οι δείκτες ικανοποίησης για τα ελληνικά ξενοδοχεία, αν και διατηρούνται τα περιθώρια βελτίωσης

Το Net Promoter Score, ή το NPS, μετρά την εμπειρία των πελατών, που αποτελεί βασική παράμετρο που προσδιορίζει την ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Είναι μια ευρέως χρησιμοποιούμενη μέτρηση έρευνας αγοράς που συνήθως λαμβάνει τη μορφή μιας ερώτησης έρευνας, ζητώντας από τους ερωτώμενους να αξιολογήσουν την πιθανότητα να προτείνουν μια εταιρεία, ένα προϊόν ή μια υπηρεσία σε έναν φίλο ή συνάδελφο.

Οι ερωτηθέντες ομαδοποιούνται ως εξής: Απάντηση 0 - 6: Detractors: Πρόκειται για δυσαρεστημένους επισκέπτες που όχι μόνο δεν θα προτείνουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο τους αλλά το πιθανότερο είναι ότι θα το δυσφημίσουν. Η πιθανότητα δε να μοιραστούν ένα αρνητικό σχόλιο στα social media ή σε reviewing site όπως το TripAdvisor είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Απάντηση 7 - 8: Passives: Πρόκειται για τους ουδέτερους επισκέπτες που δεν είναι ούτε δυσαρεστημένοι αλλά ούτε και ενθουσιασμένοι. Αν έβρισκαν την επόμενη φορά ένα άλλο ξενοδοχείο στην περιοχή σε με καλύτερη τιμή πιθανότατα θα το επέλεγαν. Απάντηση 9 - 10: Promoters: Είναι οι επισκέπτες που αγάπησαν το ξενοδοχείο. Είναι πιθανότερο να το ξαναεπισκεφτούν και να συστήσουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο τους καθώς και να γράψουν ένα καλό σχόλιο στα social media. Το NPS προκύπτει από την αφαίρεση του ποσοστού των detractors από το ποσοστό των promoters. Το NPS μπορεί να κυμαίνεται από -100 (εάν κάθε πελάτης είναι detractor) σε 100 (εάν κάθε πελάτης είναι promoter).

Αξιολογήσεις NPS και TRIPADVISOR

Οι βαθμολογίες NPS είναι ένας ισχυρός δείκτης της ικανοποίησης των πελατών. Αλλά πώς σχετίζονται με τις μετρήσεις ικανοποίησης επισκεπτών; Το 2016, η Guestfolio εταιρεία του ομίλου CENDYN που αποτελεί ένα πάροχο λογισμικού και υπηρεσιών που βασίζεται σε cloud και



Net Promoter Score (NPS)*													
Έτος	Ιαν	Φεβ	Μαρ	Απρ	Μαι	Ιουν	Ιουλ	Αυγ	Σεπ	Οκτ	Νοε	Δεκ	Μ.Ο.
2021													
Ελλάδα	60	64	63	57	63	60	51	42	47	47	49	51	55
5*	71	70	69	67	67	66	52	44	54	54	58	61	61
4*	59	69	64	56	68	62	50	40	46	46	49	52	55
3*	54	64	61	53	57	56	49	41	42	42	41	44	50
1*-2*	46	48	49	46	59	53	50	43	43	43	47	47	48
Ανατολική Μακεδονία-Θράκη	-	-	-	-	53	49	52	48	50	46	52	57	51
Αττική	64	65	69	59	58	51	40	39	40	41	46	52	52
Βόρειο Αιγαίο	-	-	-	-	52	53	54	48	41	26	28	30	41
Δυτική Μακεδονία	-	-	-	-	-	53	53	46	53	55	53	60	53
Δωδεκάνησα	69	52	61	62	67	69	54	41	46	46	45	35	54
Ήπειρος	-	-	-	-	58	62	60	58	60	63	64	71	62
Θεσσαλία	-	52	49	49	54	51	48	44	49	45	45	46	48
Ιόνιοι Νήσοι	-	-	-	-	72	57	41	27	31	41	50	51	46
Κεντρική Μακεδονία	53	67	66	56	58	55	50	43	46	42	45	52	53
Κρήτη	62	70	71	62	71	64	52	40	47	48	52	57	58
Κυκλάδες	-	-	-	-	75	78	65	54	62	68	66	49	65
Πελοπόννησος	-	-	-	-	64	59	56	46	52	53	49	51	54
Στερεά Ελλάδα	-	-	-	-	71	61	53	43	49	51	55	49	54



αναπτύσσει ολοκληρωμένες τεχνολογικές πλατφόρμες για την οδήγηση των πωλήσεων και των επιδόσεων μάρκετινγκ στον κλάδο των ταξιδιών και της φιλοξενίας, πραγματοποίησε μελέτη 73 ξενοδοχείων και βρήκε μια ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των βαθμολογιών του TripAdvisor και του NPS.

Η μελέτη έδειξε ότι: μια πολύ ισχυρή θετική συσχέτιση (0.913) μεταξύ του NPS και της βαθμολογίας του TripAdvisor, δηλαδή και οι δύο φαινόταν να Απολογισμός 2021 51 κινούνται πολύ παρόμοια, ενώ το 83,4% της διακύμανσης των αξιολογήσεων του TripAdvisor εξηγήθηκε από το NPS.

Με βάση τα παραπάνω το INSETE, δημιουργήσε το Net Promoter Score των ελληνικών ξενοδοχείων, που βασίζεται στις αξιολογήσεις των πελατών στο διαδίκτυο, δηλαδή προσεγγίζει εμμέσως την απάντηση στην ερώτηση αν θα προτεί-

νουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο ή συνάδελφο. Το NPS παρουσιάζεται τόσο για το σύνολο των ξενοδοχείων, όσο και ανά κατηγορία αλλά και για διάφορες γεωγραφικές ενότητες. Οι πηγές προέλευσης σχολίων είναι το Booking, το Google, το TripAdvisor κ.ά.

Εάν το NPS είναι μικρότερο από 0, σημαίνει ότι η συγκεκριμένη κατηγορία ή γεωγραφική ενότητα έχει μεγαλύτερο αριθμό δυσαρεστημένων πελατών (detractors) από τους απολύτως ικανοποιημένους (promoters). Εάν η βαθμολογία είναι μεταξύ 0 και 30, σημαίνει ότι η γεωγραφική ενότητα ή κατηγορία είναι σε αρκετά καλό επίπεδο, αλλά υπάρχει περιθώριο βελτίωσης. Εάν η βαθμολογία είναι μεταξύ 30 και 70, οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι. Εάν η βαθμολογία είναι υψηλότερη από 70, οι συντριπτικά περισσότεροι από τους πελάτες είναι υποστηρικτές (promoters).

TOP-9 ΘΕΤΙΚΩΝ ΑΝΑΦΟΡΩΝ

Θέση	Θεματική Κατηγορία	Θετικές Αναφορές	Κύριο Περιεχόμενο
1	Φαγητό - Πότο	128.942	Φαγητό
2	Εγκατάσταση	75.133	Ξενοδοχείο
3	Προσωπικό	70.872	Προσωπικό
4	Εμπειρία	57.965	Τα πάντα
5	Καθαριότητα	48.466	Καθαριότητα
6	Παραλία	31.074	Θάλασσα
7	Εξυπηρέτηση	21.787	Εξυπηρέτηση
8	Διασκέδαση	19.458	Ομάδα διασκέδασης
9	Ατμόσφαιρα	17.489	Ήσυχία

Πηγή: ReviewPro - Επεξεργασία στοιχείων: INSETE Intelligence

Τα σχόλια των επισκεπτών στο Διαδίκτυο

Σημαντικά ήταν τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τα σχόλια των χρηστών στο διαδίκτυο για τις διακοπές τους στην Ελλάδα. Μπορούμε να δούμε μερικά προφανή θέματα όπως τις πηγές προέλευσης σχολίων: Booking, Google, Tripadvisor κλπ. Μπορούμε επίσης να δούμε λέξεις-κλειδιά που σηματοδοτούν τη θετική στάση των επισκεπτών: ανάλογα τον τύπο επισκέπτη όπως Couple, Family, και Solo καθώς και τη χώρα προέλευσης του επισκέπτη: English, German, France, Greek κ.ο.κ. Αλλά αυτά που σίγουρα έχουν τραβήξει την προσοχή είναι τα θετικά σχόλια για τα ξενοδοχεία και τις παροχές υπηρεσιών που συζητήθηκαν ευρέως στο διαδίκτυο το 2021 όπως το Service, Location, Room, Cleanliness και Food and Drink.

Μέσω της σημασιολογικής ανάλυσης (semantic analysis) των σχολίων προέκυψε το top-9 των κύριων θεματικών κατηγοριών που δημιουργήσαν τις περισσότερες θετικές αναφορές (mentions) που αναρτήθηκαν στο διαδίκτυο το 2021. Σημειώνεται ότι για τις κατηγορίες που εμφανίζονται στο top-9 θετικών αναφορών και στο top-16 αρνητικών αναφορών, οι θετικές είναι πολλαπλάσιες των αρνητικών. Στην πρώτη θέση με 129 χιλ. αναφορές βρέθηκε η κατηγορία φαγητού και ποτού, με τις περισσότερες θετικές αναφορές να εμπεριέχουν τη λέξη-κλειδί φαγητό. Αντιθέτως η πρώτη αρνητική κατηγορία αφορά τη φασαρία στα δωμάτια, έχοντας όμως μόλις 40.000 αναφορές, ενώ οι υπόλοιπες είναι πολύ χαμηλότερα.

Στις θετικές αναφορές ακολούθησε η κατηγορία εγκατάσταση (establishment) με 75 χιλ. αναφορές εκ των οποίων οι περισσότερες περιείχαν τη λέξη ξενοδοχείο. Πάνω από 70 χιλιάδες θετικές αναφορές προέκυψαν για τη θεματική κατηγορία του προσωπικού. Ακολού-

Το φαγητό και ποτό συγκέντρωσαν τις περισσότερες θετικές αξιολογήσεις, ενώ στη δεύτερη θέση βρέθηκαν οι εγκαταστάσεις

θησαν η κατηγορία της εμπειρίας (experience) με 58 χιλ. και η κατηγορία της καθαριότητας με 48 χιλ. αναφορές. Περίπου 31 χιλ. θετικές αναφορές προέκυψαν στην κατηγορία παραλία με τις περισσότερες αναφορές να περιέχουν τη λέξη-κλειδί θάλασσα. Ακολούθησε στην εβδόμη θέση με 22 χιλ. αναφορές η κατηγορία της εξυπηρέτησης και με 19 χιλ. αναφορές η κατηγορία διασκέδαση με κύρια λέξη αναφοράς την ομάδα διασκέδασης (animation team). Στην ένατη θέση βρέθηκε η κατηγορία της ατμόσφαιρας (ambience) και λέξη κλειδί την ησυχία με 18 χιλ. αναφορές.



Βραχυχρόνια Μίσθωση Ακινήτων

Η θετική και η αρνητική πλευρά

Αναμφίβολα, η ανάπτυξη της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων έχει θετικό αντίκτυπο στις τοπικές οικονομίες. Την ίδια ώρα όμως δημιουργεί και έντονα προβλήματα.

Η Πολιτεία και κυρίως η Τοπική Αυτοδιοίκηση καλούνται να δώσουν λύσεις



Γράφει ο
**Χρήστος
Αναστασόπουλος**
Οικονομολόγος, MSc

Περί
Τουρισμού...
ο λόγος

Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας δημιούργησε τις προϋποθέσεις ανάπτυξης της οικονομίας του διαμοιρασμού (sharing economy), η οποία συνιστά ένα οικονομικό σύστημα που λειτουργεί αποκλειστικά μέσω διαδικτύου, χρησιμοποιείται από ιδιώτες χωρίς ή με αμοιβή και βασίζεται στην κοινή χρήση αγαθών που μπορεί να χρησιμοποιούνται μερικώς. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν οι ψηφιακές πλατφόρμες που αφορούν τις υπηρεσίες φιλοξενίας (π.χ. CouchSurfing), τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων (π.χ. AirBnB) και τις υπηρεσίες μεταφοράς προσώπων (π.χ. Uber).

Εστιάζοντας στη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων, αξίζει αναφοράς το γεγονός πως η πρώτη και δημοφιλέστερη ιστοσελίδα καταχώρισης, εύρεσης και ενοικίασης καταλυμάτων είναι αυτή της AirBnB, η οποία ιδρύθηκε το 2008 στις Η.Π.Α. Ως προς τη δυναμική του φαινομένου, ενδεικτικά αναφέρεται πως, βάσει στοιχείων του 2018, μέσω της AirBnB διατίθοντο προς μίσθωση 5 εκατομμύρια ακίνητα σε 91 χώρες και 81.000 πόλεις παγκοσμίως. Στην Ελλάδα, το φαινόμενο αναπτύχθηκε με ταχύτατους ρυθμούς λίγα χρόνια πριν την πανδημία.

Αναμφίβολα, η ανάπτυξη της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων έχει θετικό αντίκτυπο στις τοπικές οικονομίες. Καταρχάς, αυξάνει τον αριθμό των επισκεπτών-ταξιδιωτών, λόγω αύξησης των δι-αθεσίμων κλινών και των προσιτών τιμών ενοικίασης. Επίσης, αυξάνει τις επενδύσεις για εκμετάλλευση ακινήτων και δημιουργεί συμπληρωματικά εισο-



δήματα για ιδιώτες/νοικοκυριά. Ενώ ταυτόχρονα, τα οικονομικά οφέλη από την παρουσία των επισκεπτών διαχέονται στην κοινωνία με δικαιότερο τρόπο έναντι εναλλακτικών επιλογών. Ιδιαίτερα για την Ελλάδα η ανάπτυξη της βραχυχρόνιας μίσθωσης στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης είχε σημαντική οικονομική επίπτωση. Ενδεικτικά αναφέρεται πως για το 2018 τα αντίστοιχα έσοδα από τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων ανήλθαν στα 1,4 δις.

Η βραχυχρόνια μίσθωση δείχνει να ταιριάζει περισσότερο στους μεμονωμένους ταξιδιώτες (individual travelers) και στους ψηφιακούς νομάδες (digital nomads) ενώ συγχρόνως «κουμπώνει» και με τον τουρισμό πόλης (citybreak).

Συνιστά οικονομική λύση για επισκέπτες με χαμηλό budget και ιδανική επιλογή για οικογένειες και για παρέες, παρέχει την ευκαιρία να βιώσει κανείς μια αυθεντική εμπειρία, διαμένοντας σε μια γειτονιά και ζώντας την καθημερινότητα των κατοίκων της, ενώ παράλληλα, ανταποκρίνεται στην απαίτηση για ιδιωτικότητα.

Όμως, υπάρχει και η αρνητική πλευρά του φαινομένου. Η συνεπαγόμενη των ψηφιακών πλατφόρμων βραχυχρόνιας μίσθωσης ύπαρξη πολλών και φθηνών καταλυμάτων, μαζί με την ανάπτυξη των χαμηλού κόστους (low cost) αεροπορικών εταιριών και του Τουρισμού Κρουαζιέρας, θεωρούνται οι κυριότεροι παράγοντες της έκτασης και της έντασης που

έχει λάβει το φαινόμενο του «Υπερτουρισμού» σε πλήθος ευρωπαϊκές πόλεις στις οποίες αναπτύσσονται κοινωνικά κινήματα, οι διαδηλώσεις των μόνιμων κατοίκων κλιμακώνονται και οι αρχές πασχίζουν να περιορίσουν το πρόβλημα. Ταυτόχρονα, σημαντική επίπτωση αποτελεί και η υποβάθμιση της εμπειρίας των ίδιων των επισκεπτών, η οποία θέτει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης των προορισμών που χαρακτηρίζονται από το φαινόμενο. Ο Υπερτουρισμός συνιστά «εχθρό» της αυθεντικής εμπειρίας που όπως καταδεικνύει πλήθος ερευνών είναι βασικό κριτήριο επιλογής προορισμού από ολοένα και περισσότερους ταξιδιώτες.

Άρρηκτα συνυφασμένο με το φαινόμενο της βραχυχρόνιας μίσθωσης είναι και το κοινωνικοοικονομικό φαινόμενο του εξευγενισμού (gentrification), που, από πολεοδομική σκοπιά, συνίσταται στην αγορά και ανακαίνιση κατοικιών και καταστημάτων σε υποβαθμισμένες αστικές γειτονιές, που βαθμιαία οδηγούν στην αναβάθμισή τους, στην επακόλουθη αύξηση της αξίας των ακινήτων και των ενοικίων και τελικά στον εκτοπισμό μόνιμων κατοίκων. Ο εξευγενισμός, σύμφωνα με τον καθηγητή Πάνο Δραγώνα «αλλάζει τη σύσταση της κοινωνίας και ανατρέπει την κοινωνική ισορροπία».

Είναι γεγονός, πως στις κοινωνικές επιπτώσεις της βραχυχρόνιας μίσθωσης συμπεριλαμβάνεται συχνά ο αποκλεισμός των μόνιμων κατοίκων από τη στέγαση είτε λόγω έλλειψης κατοικιών είτε ιδιαίτερα αυξημένων ενοικίων και η αναγκαστική μετεγκατάστασή τους σε περιοχές εκτός του κέντρου ή και εκτός της πόλης. Το πρόβλημα όπως είναι προφανές γίνεται εντονότερο στις πόλεις που αντιμετωπίζουν έτσι και αλλιώς στεγαστικό πρόβλημα όπως και σε αυτές που δέχονται υπέρμετρα αυξημένες ροές ταξιδιωτών. Στις επιπτώσεις συμπεριλαμβάνονται επίσης, ο συνωστισμός, ο θόρυβος και η αλλοίωση της φυσιογνωμίας ολόκληρων γειτονιών. Οι αρνητικές επιπτώσεις οδηγούν ενίοτε στην ανάπτυξη ενός



αξιοσημείωτου κοινωνικού φαινομένου, αυτού της «τουρισμοφοβίας».

Στην Ελλάδα, πολλές καταχωρήσεις στις ηλεκτρονικές πλατφόρμες βραχυχρόνιας μίσθωσης παρατηρούνται στην Αθήνα, στη Θεσσαλονίκη, στα Χανιά, στο Ρέθυμνο, στη Σαντορίνη κ.ά. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι περισσότερες καταχωρήσεις στην Αθήνα αφορούν ακίνητα στην Πλάκα και στο Εμπορικό Κέντρο. Προβλήματα παρουσιάστηκαν σε περιοχές όπως το Κουκάκι όπου μειώθηκαν κατακόρυφα τα διαθέσιμα ακίνητα προς μακροχρόνια ενοικίαση και αυτά προσφέρονταν σε ιδιαίτερα αυξημένες τιμές, ενώ συγχρόνως υπήρξαν διαμαρτυρίες για σημαντική αλλοίωση της φυσιογνωμίας της γειτονιάς. Σε άλλες περιοχές του κέντρου η μετατόπιση μονίμων κατοίκων επηρέασε σημαντικά ευαίσθητες κοινωνικά ομάδες, ιδιαίτερα στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης. Για τους ίδιους λόγους, διαμαρτυρίες εκφράστηκαν σε πόλεις όπως τα Χανιά αλλά και σε νησιά από αναπληρωτές καθηγητές, ιατρούς, φοιτητές αλλά και εργαζόμενους περιστασιακά στον τουριστικό τομέα που αδυνατούσαν να βρουν στέγη ή τα διαθέσιμα ακίνητα προσφέρονταν σε απαγορευτικές τιμές.

Πριν την εμφάνιση της πανδημίας, όταν δηλαδή το φαινόμενο αποκτούσε εκρηκτικές διαστάσεις, οι δημοτικές αρχές αρκετών πόλεων έλαβαν μέτρα και επέβαλλαν περιορισμούς. Οι περιορισμοί αφορούσαν είτε τον αριθμό των ακινήτων που κάθε ιδιοκτήτης μπορούσε να διαθέσει προς μίσθωση είτε τον μέγιστο αριθμό ημερών ετησίως βραχυχρόνιας μίσθωσης ενός ακινήτου. Στην κατεύθυνση αυτή, στο Βερολίνο οι ημέρες περιορίστηκαν στις 90 ετησίως. Το 2019

στη Βαρκελώνη αναστάλθηκαν όλες οι νέες άδειες βραχυχρόνιας μίσθωσης που είχαν παραχωρηθεί το προηγούμενο έτος. Συγχρόνως, το Άμστερνταμ, η Βαλένθια, η Βαρκελώνη, οι Βρυξέλες, το Βερολίνο, η Βιέννη, η Κρακοβία, το Μόναχο, το Μπορντό και το Παρίσι έστειλαν επιστολή στην Ε.Ε. ζητώντας τη λήψη μέτρων και τον περιορισμό των ψηφιακών πλατφόρμων βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Αξιοσημείωτο είναι, ότι ενώ στις περισσότερες χώρες που αντιμετωπίζουν πρόβλημα, αναλαμβάνει δράση η τοπική αυτοδιοίκηση, στη χώρα μας τα μέτρα λαμβάνονται σε κεντρικό επίπεδο. Έτσι, η ελληνική πολιτεία το 2016 προέβλεψε με νόμο ένα σύνολο ρυθμίσεων για τη βραχυχρόνια μίσθωση ακινήτων στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού. Μεταξύ άλλων, προβλέφθηκε διάρκεια μίσθωσης μικρότερη του έτους, κλιμακωτή φορολόγηση, όπως στην περίπτωση εισοδημάτων από την Ακίνητη Περιουσία, και εγγραφή στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής, που δημιουργήθηκε για αυτό το σκοπό από την ΑΑΔΕ. Παρά τη νομοθετική πρόβλεψη, σε ελέγχους των αρμοδίων αρχών προκύπτει κατά καιρούς πως πλήθος ακινήτων δεν είναι καταχωρισμένα στο μητρώο και πολλοί ιδιοκτήτες δεν δηλώνουν τα αντίστοιχα εισοδήματα προς φορολόγηση. Η δυσκολία ελέγχου ευνοεί επίσης και την ύπαρξη αδήλωτης (μαύρης) εργασίας αλλά και τη φοροδιαφυγή από κρατήσεις εκτός πλατφόρμας, στο πλαίσιο της διαπροσωπικής επαφής που αναπτύσσεται μεταξύ ιδιοκτήτη και πελάτη μετά την πρώτη «επίσημη» συνεργασία τους.

Η εκρηκτική ανάπτυξη του φαινομένου προσέελκυσε το επενδυτικό ενδιαφέρον και τα δεδομένα στην αγορά άλλαξαν άρ-

δην, με απομάκρυνση σε σημαντικό βαθμό από το πνεύμα της οικονομίας του διαμοιρασμού. σύμφωνα με το οποίο η βραχυχρόνια μίσθωση αφορούσε ένα δωμάτιο σπιτιού, μια ολόκληρη κατοικία εν τη απουσία του ιδιοκτήτη ή ένα ξεχωριστό ακίνητο. Έλληνες και ξένοι επενδυτές αγοράζουν και διαχειρίζονται ή μεταπωλούν, εν είδει επενδυτικού προϊόντος, μεγάλο αριθμό ακινήτων, ολόκληρες πολυκατοικίες μετατρέπονται σε διαμερίσματα βραχυχρόνιας μίσθωσης ενώ ακόμα και ξενοδοχειακοί όμιλοι εισχωρούν στην αγορά, λειτουργώντας παράλληλα με τα συμβατικά ξενοδοχεία και συγκροτήματα επιπλωμένων διαμερισμάτων.

Η όλη κατάσταση έχει δημιουργήσει εντάσεις με πολλούς εμπλεκόμενους και σε πολλά επίπεδα. Μόνιμοι κάτοικοι που δεν βρίσκουν στέγη ή που πρέπει να πληρώσουν υπέρογκα ποσά για ενοίκιο αλλά και δυσανεγιόμενοι από την διατάραξη της καθημερινότητάς τους εναντίον επισκεπτών και κατά παντός υπευθύνου, στη λογική «θέλουμε την πόλη μας ή την γειτονιά μας πίσω», ιδιοκτήτες διαμερισμάτων σε πολυκατοικίες εναντίον ιδιοκτητών που διέθεσαν τα ακίνητά τους για βραχυχρόνια μίσθωση, διότι αυτό αντιβαίνει στον κανονισμό της πολυκατοικίας, ξενοδόχοι και ιδιοκτήτες τουριστικών καταλυμάτων εναντίον των ιδιοκτητών «παραξενοδοχείων» που λειτουργούν υπό το μανδύα της βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Εκπρόσωποι του ξενοδοχειακού κλάδου κάνουν λόγο για αθέμιτο και ανεξέλεγκτο ανταγωνισμό, για την ύπαρξη πολλών επιχειρήσεων βραχυχρόνιας μίσθωσης που ενώ έχουν το μέγεθος ξενοδοχείου δεν έχουν τις ανάλογες φορολογικές και κανονιστικές υποχρεώσεις. Το Ξενο-

Εκπρόσωποι του ξενοδοχειακού κλάδου κάνουν λόγο για αθέμιτο και ανεξέλεγκτο ανταγωνισμό, για την ύπαρξη πολλών επιχειρήσεων βραχυχρόνιας μίσθωσης που ενώ έχουν το μέγεθος ξενοδοχείου δεν έχουν τις ανάλογες φορολογικές και κανονιστικές υποχρεώσεις

δοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.) σε συνεργασία με την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.) προτίθεται να καταθέσει σχετικό φάκελο στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και παράλληλα βρίσκεται σε διαβούλευση με την Κεντρική Ένωση Δήμων Ελλάδας ώστε οι ΟΤΑ να αναλάβουν το ρόλο που τους αναλογεί. Ενώ στο ίδιο πλαίσιο κινείται και η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (Σ.Ε.Τ.Κ.Ε.).

Είναι προφανές πως το πρόβλημα είναι πολυδιάστατο και πολύπλοκο, έγκειται σε μεγάλο βαθμό στην υπερμεγέθυνση του φαινομένου, στον μεγάλο αριθμό ακινήτων και στη χωρική τους συγκέντρωση, στον εκφυλισμό σε πρακτικό επίπεδο της φιλοσοφίας της οικονομίας του διαμοιρασμού, στην ουσιαστική απουσία αποτελεσματικών ρυθμιστικών κανόνων, στη δυσκολία ελέγχων, στην έλλειψη αξιολόγησης από θεσμούς της πολιτείας και στην αμηχανία της τοπικής αυτοδιοίκησης να αναλάβει τις ευθύνες της.

Πρόβλημα για δυνατούς λύτες. Με την κεντρική διοίκηση αλλά και την αυτοδιοίκηση να καλούνται άμεσα να δώσουν λύσεις. Λύσεις στο πλαίσιο της οικονομίας του διαμοιρασμού, της αποφυγής της υπερμεγέθυνσης και της χωρικής συγκέντρωσης, της ανάπτυξης πλέγματος προτύπων και προδιαγραφών αλλά και μηχανισμών ελέγχου, της αξιολόγησης από αρμόδιους φορείς, της ένταξης της βραχυχρόνιας μίσθωσης στην αρμοδιότητα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.). Η θέσπιση μέτρων και περιορισμών πρέπει να γίνει με γνώμονα την οριοθέτηση του φαινομένου εντός λελογισμένου πλαισίου ανάπτυξης αλλά και με εξατομικευμένη ανά τόπο προσέγγιση, ώστε να λαμβάνονται υπόψη τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του. Στόχος πρέπει να είναι η εύρεση εκείνου του σημείου ισορροπίας που να προκαλούνται μόνο οι θετικές επιπτώσεις του φαινομένου σε έναν τόπο. Και αυτή πραγματικά είναι η πρόκληση!

Κβαντική διακύμανση ψυχής

Οι **γεύσεις Ελλάδας** ταξιδεύουν σήμερα αρκετά χιλιόμετρα μακριά για να συναντήσουν τον άνθρωπο πίσω από τον μύθο. Ο ΑΙΒΑ λοιπόν θα είναι ο σημερινός μας καλεσμένος και μέσα από την αφηγηματική ροή του λόγου, θα ταξιδέψουμε στις τοιχογραφίες μεγάλης κλίμακας, στα χρώματα, στα σχήματα και φυσικά στη σύνθεση των εννοιών πίσω από τις λέξεις, τις υφές και το «γεωμετρειν» της ιδιαίτερης αυτής τέχνης



**Γεύσεις
Ελλάδας**

Γράφει η

Lena

Kyriopoulos

Journalist & Poet

Η ταυτότητά του θέλει να παραμείνει μυστική και το σεβόμαστε απολύτως. Ο ίδιος υπάρχει μέσα από τις δημιουργίες του. Έργα του, τις τοιχογραφίες μεγάλης κλίμακας με τις οποίες ασχολείται την τελευταία δεκαετία εκτενώς θα συναντήσουμε στην Κύπρο, την Κρήτη, στις Μοίρες συγκεκριμένα, στη Θεσσαλονίκη Θεσσαλονίκη, τη Σύρο, τη Νάουσα Ημαθίας και τη Αθήνα.

To Street art είναι το είδος της τέχνης που ξεκίνησε ως κοινωνικός διάλογος-αντίλογος στα μέσα της δεκαετίας του 1980 και βρίσκει μεγάλη απήχηση μέχρι και τις μέρες μας.

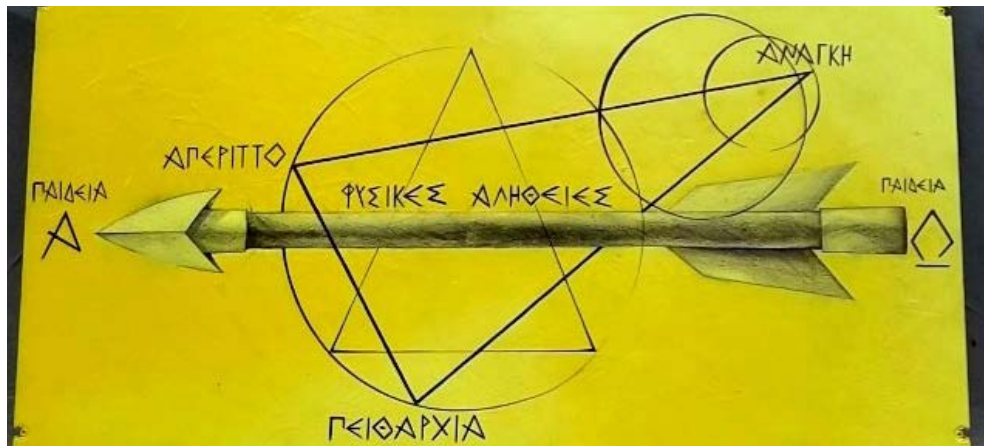
Αυτό που διαφοροποιεί τον ΑΙΒΑ, από άλλους καλλιτέχνες και ομότεχνούς του, είναι ότι εστιάζει στην ουσιαστική παιδεία του ανθρώπου. Κι αναφέρεται χαρακτηριστικά στη δυναμική των λέξεων και τον εννοιών, τόσο για το σημαίνον, όσο και για το σημαινόμενο.

Οι ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΛΕΞΕΙΣ με βάση την αποκωδικοποίηση μέσα από τα αρχαία κείμενα, ΟΝΟΜΑΤΑ που το κάθε όνομα για τους Αρχαίους Έλληνες δεν ήταν τυχαία επιλογή και προσέδιδαν ένα νόημα και μια βάση δεδομένων και αξιών για να προχωρήσει κάποιος στα ενδότερα της ζωής, μέσα από τους ΑΡΙΘΜΟΥΣ και της μαγεία της ΓΕΩΜΕΤΡΙΑΣ.

Όλα αυτά τα στοιχεία βγάζουν τα νοήματα που οι Έλληνες τα κωδικοποιούσαν με αριθμούς ή με γράμματα μιας και εκεί βρίσκεται η μνήμη που αποκτάται με την μάθηση και κόπο.

Αυτή που θα τον αφυπνίσει και θα του δείξει το δρόμο.

Πολύτιμες συνεργασίες με μεγάλους διανοητές της επιστημονικής σκηνής, όπως με τον διακεκριμένο αστροφυσικό Δημήτρη Νανόπουλο για την υλοποίηση μιας



επταώροφης πολυκατοικίας, στην οδό Μακεδονίας στον Ταύρο, με θέμα το Πολυσύμπαν τον έχουν κάνει ακόμη πιο περιζήτητο, αλλά και ακριβοθώρητο.

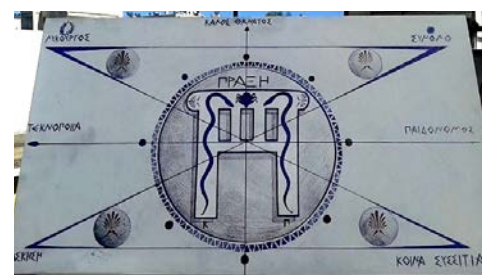
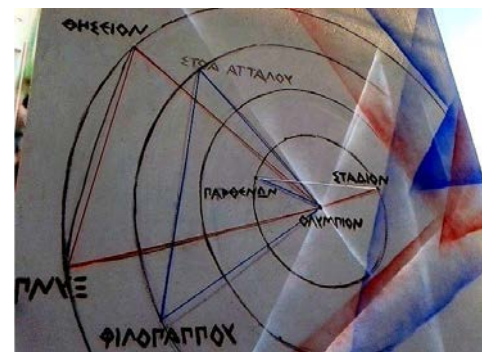
Στην συζήτηση που είχα μαζί του μου είπε χαρακτηριστικά: «Η ουσία είναι οι τοιχογραφίες, και τα νοήματα που βγάζουν. Εγώ απλά είμαι ένα εργαλείο».

Σύμφωνα με τον καθηγητή Γλωσσολογίας, Μπαμπινιώτη: Η διάκριση «σημαινόμενο - σημαίνον» πηγαιίνει πίσω στους Στωικούς, οι οποίοι - με το ζωηρό ενδιαφέρον που είχαν για τη γλώσσα - μελέτησαν τη σχέση γλώσσας - νου - κόσμου και καθιέρωσαν τη διάκριση τής λέξης ως σημείου σε σημαινόμενο και σημαίνον.

Αυτό που συνειδητοποίησα μετά από τη συζήτηση μαζί του, είναι η οικουμενικότητα της γνώσης και φυσικά η δύναμη που ενέχει μέσα της. Το εν δυνάμει και

το εν ενεργεία προκαλείται, τόσο από τα ερεθίσματα που ως τροφός δίνει η ίδια με την ιδιότητα του πομπού, μέχρι την αποκωδικοποίηση και την αξιοποίησή της από το δέκτη.

Μέσα στα μάτια αυτού του παιδιού ξεχειλίζει Ελλάδα και μία άκαυστη σπίθα για την προώθηση και την προβολή του Ελληνισμού. Ένωσα απόλυτο σεβασμό και μία συμπαντική σοφία που έρχεται από τα βάθη των αιώνων για να υπενθυμίσει το στόχο του φωτός. Η αποστολή του είναι ο διαμοιρασμός, ώστε να διαθλάται η γνώμη, η μάθηση, η παιδεία μέσα από αυτό και να μεταστοιχειώνεται σε δύναμη, για αληθινή, ειλικρινή διάθεση για μάθηση με ουσιαστική στόχευση. Ευχαριστώ πάρα πολύ τον κ. Κατσέλα Γιώργο για τη γνωριμία και έπεται καλή και δυνατή συνεργασία για την εξόρυξη αυτού του «φωτός», αυτής της



δημιουργικότητας με Ελληνοψυχία.

Ανάμεσα στα Δελφικά Παραγγέλματα

υπάρχει και το κάτωθι: «Τέχνη χρῶν»: Χρησιμοποίησε τις δυνατότητές σου. Ο ΑΙΒΑ το κάνει ήδη ως Artist statement μέσα από το δημιουργικό του έργο. Μόνο μία ιδιαίτερη προσωπικότητα με τα χαρακτηριστικά μιας ενάρετης και γενναίας στάσης ζωής, θα μπορούσε να φέρει αυτό το εικαστικό αποτέλεσμα.

Με βαθιά ψυχική φιλότιση, πραγματικά αισθάνομαι ευγνώμων που συναντήθηκαν οι δρόμοι μας!

Και μία όμορφη έκπληξη για τον υπέροχο καλλιτέχνη φωτός, Η Οικουμενική Δελφική Ένωση και ο Πρόεδρός της, κ. Πάνος Καλτσής, καλεί τον ΑΙΒΑ στους Δελφούς, για τη δημιουργία μιας υπέροχης τοιχογραφίας γεωμετρικής κλίμακας με θέμα τη σοφία πίσω από τα 147 Δελφικά Παραγγέλματα.



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

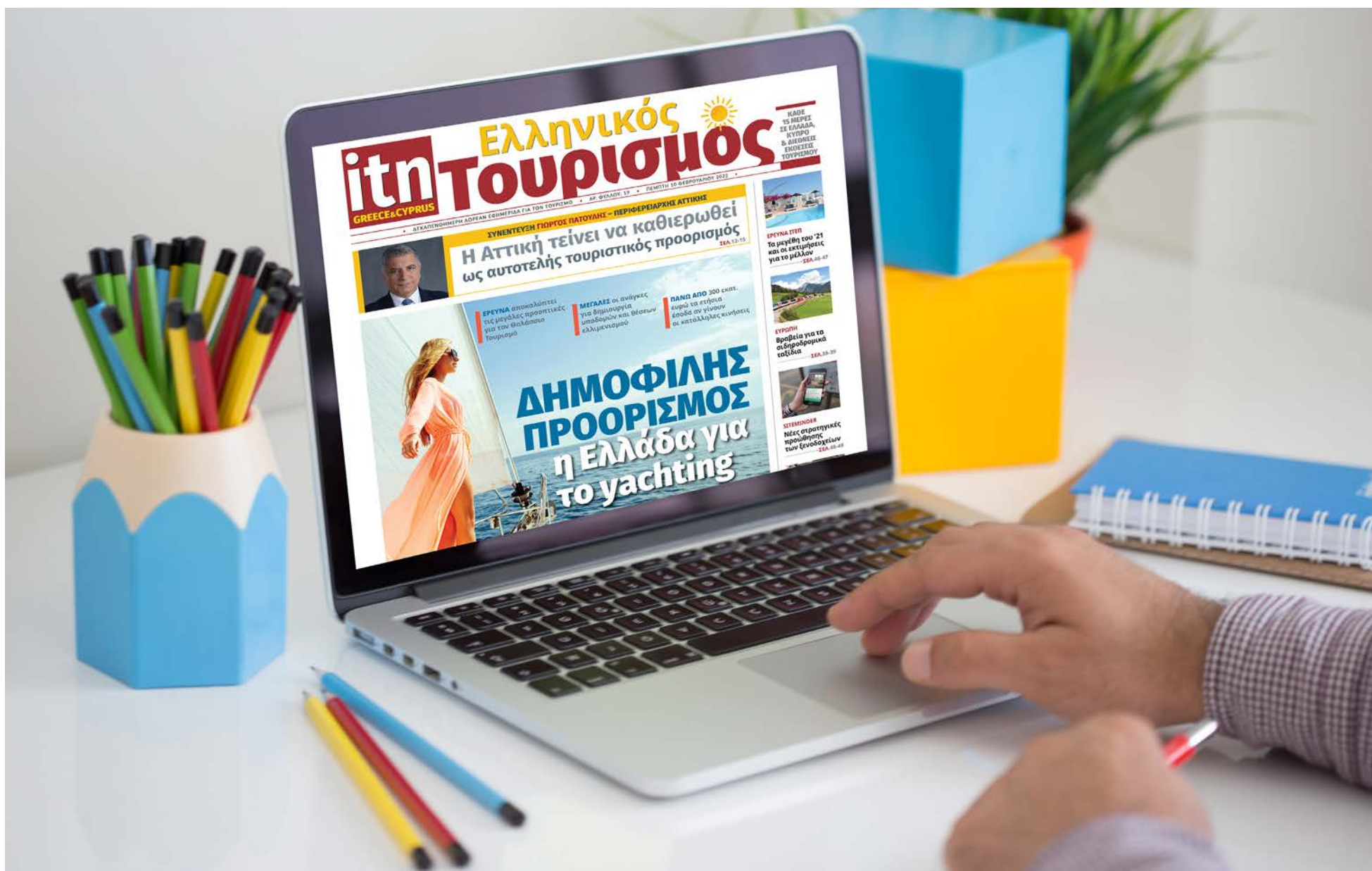
☎ 2110129575 ✉ info@mact.gr





Ελληνικός Τουρισμός

Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η **itn Ελληνικός Τουρισμός** από τον Απρίλιο του 2021 κυκλοφορεί ανελλιπώς **κάθε 15 ημέρες** και αποστέλλεται ηλεκτρονικά σε **100.000 emails** σε όλο τον κόσμο του τουρισμού, σε περιφέρειες, δήμους, σε επιχειρήσεις γαστρονομίας, οίνου και εστίασης

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε μαζί μας



2110129575



www.mact.gr



info@mact.gr