



Παρέμβαση ευρωβουλευτών και δημαρχών της ΕΕ προς Κομισιόν για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις

ΣΕΛ.14-15

ΕΜΕΙΝΑΝ ΕΚΤΟΣ
τα τουριστικά γραφεία φέτος

ΣΤΑ... ΚΑΓΚΕΛΑ ξενοδοχεία και
καταλύματα για τη συμπερίληψη
της βραχυχρόνιας μίσθωσης

ΔΙΑΜΑΡΤΥΡΙΕΣ και από ενώσεις
γονέων για την «εξαφάνιση»
των παιδιών από το πρόγραμμα

ΜΟΛΙΣ 200.000 οι δικαιούχοι
για τα voucher των 150 ευρώ.
«Βροχή» οι αιτήσεις,
με κλήρωση η τελική επιλογή

ΣΕΛ.10-13

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ...

όχι ακριβώς για όλους



ΣΙΤΕΣΑΠ

Συνάντηση
με Σ. Ζαχαράκη
για το yachting

ΣΕΛ.36-37



ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ

Τα ρεκόρ των
προορισμών
και οι χαμηλές
πτήσεις

ΣΕΛ.18-19



ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Business class
που κάνουν
τη διαφορά

ΣΕΛ.22-24



ΕΣΤΙΑΣΗ

Το φαινόμενο
«αόρατος
επισκέπτης»

ΣΕΛ.40-41



ΜΑΥΡΟΒΟΥΝΙΟ

Τουρισμός
με τιμές...
Κυανής Ακτής

ΣΕΛ.30-31



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Ανάκαμψη για όλους...

Να ξεκινήσουμε με τα καλά νέα και την μεγάλη άνοδο που καταγράφεται στην τουριστική κίνηση του Νοτίου Αιγαίου. Τα νούμερα εκεί, τουλάχιστον σε αφίζεις, δείχνουν πως θα φτάσουν ή και θα ξεπεράσουν σε κάποιες περιπτώσεις αυτά του 2019. Δεν συμβαίνει βεβαίως το ίδιο σε όλους τους προορισμούς. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να τονίσουμε πως η εικόνα στο Νότιο Αιγαίο δεν έτυχε, πέτυχε.

Η Περιφέρεια εκεί έχει ακολουθήσει πολλές καλές πρακτικές που καλό θα ήταν να τις μελετήσουν και αλλού, όχι για να τις αντιγράψουν, αλλά για να εμπνευστούν και να δομήσουν ένα συνεκτικό σχέδιο για την τουριστική ανάπτυξη στην περιοχή τους.

Συνεχίζοντας να πάμε στα όχι και τόσο ευχάριστα που είναι φυσικά το θέμα του προγράμματος «Τουρισμός για Όλους». Δεν γνωρίζουμε πώς ακριβώς σκέφτηκαν τα πράγματα στο Υπουργείο Τουρισμού. Σίγουρα κακή πρόθεση δεν είχαν. Κατάφεραν πάντως με τις επιλογές που έγιναν να δυσανεγίσουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού κλάδου, αλλά και τους ίδιους τους δικαιούχους. Καταρχάς να πούμε πως είναι απολύτως κατανοητό αν δεν υπήρχαν δημοσιονομικά περιθώρια για κάτι καλύτερο. Όλοι στην ίδια χώρα ζούμε. Αλλά αυτό

είναι άλλο και άλλο είναι να βγαίνεις και υποστηρίζεις ότι το φετινό πρόγραμμα είναι καλύτερο από πέρυσι, διότι δεν είναι.

Τα τουριστικά γραφεία έμειναν εκτός, που πέρυσι -έστω μετά κόπων και βασάνων- ήταν, η βραχυχρόνια μίσθωση παρέμεινε και τα εξαρτώμενα μέλη «εξαφανίστηκαν». Το δε ποσό που παρέχεται είναι και αυτό μικρότερο αν συνυπολογιστεί ότι δεν περιλαμβάνονται τα παιδιά στους δικαιούχους. Τελικό αποτέλεσμα είναι να έχουν προκληθεί σφοδρές αντιδράσεις από τους επαγγελματίες.

Δεν θα κουραστούμε να επαναλαμβάνουμε πως δεν ζουν όλοι οι προορισμοί από τον εισερχόμενο τουρισμό. Υπάρχουν πάρα πολλοί που στηρίζονται σχεδόν αποκλειστικά στον εσωτερικό τουρισμό. Ήδη από το προηγούμενο φύλλο της itn Ελληνικός Τουρισμός, είχαμε προειδοποιήσει για την αρνητικά δεδομένα φέτος στον εσωτερικό τουρισμό. Αλλά ως φαίνεται δεν βρήκαμε ώτα ευήκοα.

Εμείς να ευχηθούμε πάντως η σεζόν που μπήκε στην κορύφωσή της να κυλίσει ομαλά και με θετικά αποτελέσματα με ανάκαμψη για όλους και τα υπόλοιπα θα τα δούμε στην πορεία.

Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

PELION FEST 2022

1-2-3-4 ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΥ

ΠΗΛΙΟ • ΑΡΓΑΛΑΣΤΗ



PELION FEST 2022

1ST PELION FEST 2022

Το Πήλιο σε καλεί να το γευτείς
Pilio calls you to taste it

1-4 SEPTEMBER 2022
PILIO • ARGALASTI



MACT
MEDIA
GROUP



ΔΗΜΟΣ ΝΟΤΙΟΥ ΠΗΛΙΟΥ

Chef
Γαστρονομία
Προϊόντα
Τουρισμός
Πολιτισμός



Καπούνης προς Γεωργαντά: «Στηρίξτε την νησιωτικότητα!»

Με τον Υπουργό Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, κ. Γιώργο Γεωργαντά, συνομίλησε την Τρίτη ζωντανά στον «αέρα» του ΣΚΑΪ ο Πρόεδρος της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Νάξου, Δημήτρης Καπούνης.

Ο κ. Καπούνης κάλεσε, για μία ακόμη φορά, τον κ. Υπουργό να σταθεί στο πλευρό των νησιωτών παραγωγών ώστε εκείνοι να ανταπεξέλθουν στα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν, ενώ του απηύθυνε και μερικές σημαντικές ερωτήσεις. Λόγου χάρη, τον ρώτησε γιατί η επιστρεπτέα προκαταβολή στο αγροτικό ρεύμα δόθηκε τώρα και όχι από την αρχή του χρόνου αλλά και γιατί το μεταφορικό ισοδύναμο στις ζωοτροφές δεν ισχύει στις Κυκλάδες (όπως λανθασμένα δήλωσε ο κ. Υπουργός).

Η... είδηση, ωστόσο, είναι ότι, αφού ζήτησε εκ νέου από τον κ. Γεωργαντά να συναντηθούν για να του εκθέσει τα προβλήματα του αγροτοκτηνοτροφικού κόσμου του νησιού μας (κι όχι μόνο), όταν πια η σύνδεση είχε τελειώσει ο Δ. Καπούνης δέχθηκε κλήση από το γραφείο του κ. Γεωργαντά για να πραγματοποιηθεί αυτή η συνάντηση...

Παρέμβαση Νοτοπούλου - Αυλωνίτη για το ναυάγιο Ζακύνθου

Την κατάθεση των πρακτικών της Επιτροπής Πρότυπης Τουριστικής Αξιοποίησης και Προστασίας Ναυαγίου Ζακύνθου από τη σύστασή της και εντεύθεν, και σχετικών με τη λειτουργία αυτής εγγράφων ζητούν οι τουμάρχες Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ - ΠΣ Κ. Νοτοπούλου και Αλ. Αυλωνίτης.

Οι δύο βουλευτές στο κοινό τους αίτημα αναφέρουν μεταξύ άλλων:

«Η Επιτροπή Πρότυπης Τουριστικής Αξιοποίησης και Προστασίας Ναυαγίου Ζακύνθου δύναται, κατά παρέκκλιση κάθε αντίθετης διάταξης της εθνικής νομοθεσίας, να λειτουργεί ως αναθέτουσα αρχή για κάθε έργο ανάθεσης μελετών ή εργασιών για τη συντήρηση και αποφυγή του κινδύνου κατάρρευσης του ναυαγίου, για τη διάνοιξη οδών, την κατάλληλη αντιστήριξη και την ασφαλή διαμόρφωση των διόδων πρόσβασης σε αυτό.

Για το χρονικό διάστημα μέχρι την 31.10.2022 και με σκοπό τη διενέργεια των ενδεδειγμένων ενεργειών προστασίας του Ναυαγίου του προηγούμενου εδαφίου, η Επιτροπή προβαίνει σε αναθέσεις, σύμφωνα με την περ. γ' της παρ. 2 του άρθρου 32 του ν. 4412/2016 (Α' 147) κατά παρέκκλιση κάθε αντίθετης διάταξης της εθνικής νομοθεσίας, για έργα και μελέτες συντήρησης της παρ. 5, καθώς και για υπηρεσίες φύλαξης και ασφαλούς πρόσβασης της οριοθετημένης ζώνης και οδών πρόσβασης σε αυτήν.

Στην ίδια παράγραφο ορίζεται ότι οι υπηρεσίες του Υπουργείου Τουρισμού και συγκεκριμένα την Γενική Διεύθυνση Οικονομικών και Διοικητικών και την Διεύθυνση Χωρικού Σχεδιασμού και Υποδομών, θα παρέχουν «πλήρη υποστήριξη» στις λειτουργίες της Επιτροπής.

Επιπλέον, στην παράγραφο 3 του ίδιου άρθρου, αντικαθίσταται από μέλος της Επιτροπής ο υπάλληλος της Γενικής Διεύθυνσης Τουριστικής Πολιτικής ή της Διεύθυνσης Στρατηγικού Σχεδιασμού, στην συγκεκριμένη περίπτωση τη Διευθύντρια της Διεύθυνσης Τουριστικής Πολιτικής του Υπουργείου Τουρισμού, από ένα μέλος, χωρίς κάποια ιδιότητα, αρκεί που ορίζεται από τον Υπουργό Τουρισμού, και μάλιστα ασκεί καθήκοντα ως Πρόεδρος της.

Επειδή, πολλά και αμείλικτα είναι τα ερωτήματα σχετικά με την λειτουργία της Επιτροπής Πρότυπης Τουριστικής Αξιοποίησης και Προστασίας Ναυαγίου Ζακύνθου, καθώς και για την σκοπιμότητα της δυνατότητά της για απευθείας ανα-



θέσεις, κατά παρέκκλιση κάθε αντίθετης διάταξης της εθνικής νομοθεσίας.

Επειδή πληροφορηθήκαμε από τα ΜΜΕ, αλλά και αναφέρθηκε κατά τη συζήτηση του άρθρου 88 του ν. Ν. 4954/2022 (ΦΕΚ Α 136 - 09.07.2022) στη Βουλή, ότι οι απευθείας αναθέσεις για μελέτες σχετικά με τη συντήρηση του πλοίου και άλλες παρεμβάσεις στην περιοχή ανέρχονται σε ύψος 2.700.000 ευρώ (!), το δε κονδύλι, σύμφωνα με δηλώσεις του Υπουργού Τουρισμού, έχει εξασφαλιστεί από το υπ. Οικονομικών.

Επειδή, σύμφωνα με δηλώσεις του Προέδρου του ΟΑΣΠ και καθηγητή ΕΚΠΑ κ. Ευθύμιου Λέκκα, δεν έχουν ληφθεί υπόψη η άποψη τόσο η δική του όσο και δεκάδων επιστημόνων, οι οποίοι αυτή τη στιγμή εκτελούν ένα μεγάλο πρόγραμμα της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, με σκοπό τη μείωση αυτού του κινδύνου, δηλαδή του κατολισθητικού κινδύνου, και στο Ναυάγιο και σε άλλες περιοχές των Ιονίων. «Με έκπληξη» αναφέρει ο καθηγητής Λέκκας «ακούω ότι ανατίθενται μελέτες, ότι ανατίθενται έργα, χωρίς ούτε καν να ενημερωθούμε.

Σας πληροφορώ, ότι έργα και να γίνουν, ότι μελέτες και να γίνουν, με βάση τις εξελισσόμενες διαδικασίες της κλιματικής κρίσης και αυτό που βιώνουμε σε σχέση με την ευστάθεια των πρανών, τα πλημμυρικά φαινόμενα και τις κατολισθήσεις, θα είναι άκυρα. Ό,τι έργα και να γίνουν, ότι μελέτες και να ανατεθούν. Και πραγματικά το ακούω με έκπληξη αυτό. Και το

ακούω με έκπληξη, γιατί εδώ και οκτώ χρόνια ασχολούμαι με το Ναυάγιο και ανατίθενται μελέτες σε ανώνυμους μελετητές, οι οποίοι δεν έχουν την εμπειρία, δεν έχουν τα νέα στοιχεία που επιβάλλει η κλιματική κρίση και επιβάλλουν τα νέα φαινόμενα τα οποία εξελίσσονται... και πραγματικά λυπάμαι...

Αυτή τη στιγμή εξελίσσονται εδώ και τρία χρόνια στο Πρόγραμμα ΛΑΕΡΤΗΣ της Ευρωπαϊκής Ένωσης, όλα αυτά που λέτε (περί έργων και μελετών)».

Κατόπιν των ανωτέρω,

Αιτούμεθα να κατατεθούν στη Βουλή των Ελλήνων:

1 Το σύνολο των πρακτικών της Επιτροπής Πρότυπης Τουριστικής Αξιοποίησης και Προστασίας Ναυαγίου Ζακύνθου, με τα σχετικά αυτών συνοδευτικά έγγραφα, και το σύνολο τυχόν αλληλογραφίας, οποιασδήποτε μορφής, υπογεγραμμένα από όλα τα μέλη της Επιτροπής και την απερχόμενη Πρόεδρο.

2 Το σύνολο των αποφάσεων της Επιτροπής Πρότυπης Τουριστικής Αξιοποίησης και Προστασίας Ναυαγίου Ζακύνθου σχετικά με την ανάθεση έργων και μελετών σε εταιρείες και μελετητικά γραφεία.

3 Το σύνολο των έργων και μελετών που αυτή τη στιγμή υλοποιούνται από το πρόγραμμα Λαέρτης (Καινοτόμο Επιχειρησιακό Σύστημα Διαχείρισης Φυσικών Κινδύνων στη Περιφέρεια Ιονίων Νήσων) που τρέχει και στην Ζάκυνθο εδώ και χρόνια».

EOT: National Geographic Traveller Food Festival

Η ελληνική γαστρονομία εντυπωσιάζει το Λονδίνο

Η αυθεντική ελληνική κουζίνα και η ποικιλομορφία της γαστρονομίας στην Ελλάδα είχαν την τιμητική τους την περασμένη εβδομάδα στο Λονδίνο.

Περίπου 6000 Βρετανοί επισκέπτες της έκθεσης γαστρονομικού ενδιαφέροντος που διοργάνωσε 16 και 17 Ιουλίου 2022 στο Λονδίνο, το δημοφιλές βρετανικό περιοδικό National Geographic Traveller γνώρισαν τους τουριστικούς προορισμούς της χώρας μας μέσα από το πρίσμα της γαστρονομίας.

Με στόχο να γνωρίσουν τα ελληνικά τοπικά προϊόντα και τις πλούσιες γεύσεις τις Ελλάδας, η Υπηρεσία ΕΟΤ Ην. Βασιλείου & Ιρλανδίας διοργάνωσε μια εμπνευσμένη και πρωτότυπη παρουσία για την ελληνική συμμετοχή στην έκθεση, προκαλώντας πολλά θετικά σχόλια και ερωτήσεις για τους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας. Η έκθεση «National Geographic Traveller Food Festival» απευθυνόταν σε κοινό που είναι λάτρεις της γαστρονομίας και ενδιαφέρεται για πολιτισμό, ταξίδια και πολυτέλεια.

«Η Ελλάδα και ο ΕΟΤ δεν θα μπορούσαν να λείπουν από το National Geographic Traveler Food Festival που πραγματοποιήθηκε στο Λονδίνο. Η ανάδειξη και η προβολή της ελληνικής γαστρονομίας στο εξωτερικό και γενικότερα του γαστρονομικού τουρισμού είναι ένας από τους βασικούς άξονες της στρατηγικής του ΕΟΤ για την προώθηση του ελληνικού τουρισμού.

Η ενίσχυση του τουρισμού εμπειρίας αναδεικνύει το μοναδικό τουριστικό μας προϊόν και πολύ περισσότερο την αυθεντικότητα του τόπου μας. Θα ήθελα να συγχαρώ την υπηρεσία ΕΟΤ Ηνωμένου Βασιλείου και Ιρλανδίας, τους σεφ που πήραν μέρος με τις δημιουργικές συνταγές τους, καθώς κι όλους συμμετέχοντες για την επιτυχία της ελληνικής παρουσίας. Όλοι μαζί, με καλή συνεργασία, μπορούμε να πετύχουμε ακόμη περισσότερα για την ελληνική γαστρονομία» δήλωσε από την Αθήνα ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ Δημήτρης Φραγκάκης.

Δύο περίπτερα ΕΟΤ – Συμμετοχές

Για την φετινή συμμετοχή της Ελλάδας εξασφαλίστηκαν από τον ΕΟΤ, δύο περι-



πτερα καθώς και η χορηγία του «Cinnamon Theatre» (ενός από τα δύο θέατρα παρουσιάσεων masterclass της έκθεσης) όπου η Ελλάδα είχε την δυνατότητα να παρουσιάσει ελληνικές συνταγές με τοπικά προϊόντα και το κοινό να δοκιμάσει τα ελληνικά πιάτα. Τα masterclasses που παρουσιάστηκαν κατά την διάρκεια της έκθεσης πλαισιώθηκαν από τους παρακάτω συμμετέχοντες:

- **Περιφέρεια Κρήτης**, μέσω των chefs του ξενοδοχειακού ομίλου Aldemar Hotels
- **Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου** μέσω της chef Αργυρώς Μπαρμπαρίγου
- **Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου** μέσω των chefs του ξενοδοχειακού ομίλου Mitsis Hotels
- **Οργανισμός Προβολής Θεσσαλονίκης** μέσω του σεφ Γιώργου Παλησίδη & Δήμος Θεσσαλονίκης, πρωτεύουσα γαστρονομίας της UNESCO μέσω των chefs του ERGON.
- **Ειρήνη Τζώρτζογλου**, νικήτρια σεφ του Masterchef UK 2019
- **Τηλέμαχος Αργυρίου**, chef του εστι-

ατορίου Kalimera London

• **Symposio**, γαστρονομική δράση του ξενοδοχειακού ομίλου Aldemar Hotels

Κατά την διάρκεια των δύο ημερών του Φεστιβάλ, πραγματοποιήθηκαν στα Ελληνικά περίπτερα είκοσι masterclasses και συνολικά τριάντα οκτώ διαφορετικές παρουσιάσεις ελληνικών συνταγών, τοπικών προϊόντων, ελληνικών κρασιών και ποτών.

Εκτός από τα masterclasses των Ελλήνων σεφ που ταξίδεψαν από την Ελλάδα για το Φεστιβάλ, το πρόγραμμα συμπεριλάμβανε παρουσίαση vegan ελληνικών συνταγών από την influencer/plant based chef Nikki Webster, τα ελληνικά δημοφιλή εστιατόρια του Λονδίνου The Life Goddess και Ergon, με ιδιαίτερη βαρύτητα στην παρουσίαση ελληνικών μοναδικών συνταγών όπως γιουβαρλάκια, σφακιανή πίτα, τραχανά Λέσβου με ούζο και γαρίδες, Κρητικά σαλιγκάρια γιαχνί, Κερκυραϊκή παστιτσάδα κ.α.

Η γνωστή στο βρετανικό κοινό σεφ και νικήτρια του Masterchef 2019 στο Ην.

Βασιλείο, Ειρήνη Τζώρτζογλου εκτός από τα masterclasses με κριθαρώτο μελιτζάνα, έδωσε μαθήματα γευσιγνωσίας για την διαφοροποίηση του Ελληνικού παρθένου ελαιόλαδου και του ελληνικού μελιού, ενώ στο περίπτερο διαμορφωμένο ως ελληνικό deli προσφέρθηκε φέτα Δωδώνης, γίγαντες από την εταιρία ελληνικών προϊόντων Odyssey, μελεκούνια από τη Ρόδο, κρητικός ντάκος, μαστίχα Χίου, Μακεδονικός χαλβάς, μπουγάτσα Θεσσαλονίκης και ελληνικό καρπούζι.

Ταυτόχρονα με τα masterclasses μαγειρικής, στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο του μπαρ του περιπτέρου, πραγματοποιήθηκε οινογνωσία κρητικών οίνων με την υποστήριξη του Wines of Crete από τον σομελιέ Κλέαρχο Κανελλάκη, degustation τσίπουρου, παραδοσιακός ελληνικός καφές με λουκούμια Σύρου, φραπέ με τσουρέκι Θεσσαλονίκης αλλά και cocktails μαστίχας από την Axia και masterclass κοκτεϊλς από τον mixologist / Ambassador του Metaxa, Χάρη Γεράκη.

Κατά τη διάρκεια της έκθεσης, οι επισκέπτες μπορούσαν να συμμετέχουν σε διαγωνισμό με έπαθλο για δύο τυχερούς νικητές ένα ταξίδι στην Κέρκυρα ευγενική προσφορά του Tour Operator Sunvil και δωρεάν διαμονές στην Χίο, από την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου.

Στην έκθεση εκτός των εκπροσώπων της τοπικής αυτοδιοίκησης των ελληνικών προορισμών που συμμετείχαν, παρευρέθηκε και η Υφυπουργός Τουρισμού κα. Σοφία Ζαχαράκη η οποία συμμετείχε ενεργά σε όλες τις δράσεις του ελληνικού περιπτέρου, πραγματοποίησε συνεντεύξεις και συνομίλησε με πληθώρα δημοσιογράφων και influencers, προωθώντας περαιτέρω την ελληνική γαστρονομία και τον οινοτουρισμό.

Ιδιαίτερη μνεία έγινε από το κοινό και τους συνεκθέτες για το εικαστικό του περιπτέρου που φιλοτεχνήθηκε αποκλειστικά για την Ελλάδα από την καλλιτέχνη γραφίστρια Silja Goetz, προβάλλοντας την ελληνικότητα και την σύνδεσή της με την γαστρονομία. Η μεγάλη απήχηση της ελληνικής συμμετοχής στην έκθεση ήταν έκδηλη εμφανής και από την μεγάλη κάλυψη στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης των ελληνικών πιάτων από influencers που επισκέφθηκαν την έκθεση.

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις

Η Αρχιτεκτονική και το Design στο επίκεντρο του φετινού 100% Hotel Show!

Από την πρώτη διοργάνωσή του, το 100% Hotel Show ανέδειξε στην πράξη το πόσο σημαντικό ρόλο παίζουν η Αρχιτεκτονική και το Design στον χώρο της φιλοξενίας. Τα δύο αυτά απόλυτα δομικά «υλικά» ενός ξενοδοχείου, από τη μία δημιουργούν χώρους που προσελκύουν με την αισθητική και τη λειτουργικότητά τους και από την άλλη χτίζουν την ιδιαίτερη ταυτότητα των ξενοδοχείων, μια ταυτότητα που αποτελεί και ανταγωνιστικό παράγοντα επιτυχίας τους.

Το 100% Hotel Show και φέτος ρίχνει τους προβολείς του στην Αρχιτεκτονική και στο Design, εντάσσοντας και την Τέχνη στο περιεχόμενό του, με στόχο τη «συνάντηση» Ξενοδόχων, Villa Owners και Επαγγελματιών Τουρισμού, με ένα συνολικό φάσμα ιδεών και προτάσεων για τη δημιουργία μοναδικών χώρων φιλοξενίας.

Τι θα συναντήσουμε στο 100% Hotel Show 2022:

Οι αρχιτέκτονες γίνονται βασικό κομμάτι της έκθεσης

Δημιουργείται μια ευδιάκριτη, και σε προνομιακό σημείο «Architect Zone», όπου αρχιτεκτονικά γραφεία μπορούν να επιλέξουν το περίπτερό τους, ή να εμπνευστούν και να υλοποιήσουν κάποιο αρχιτεκτονικό installation. Έτσι, οι αρχιτέκτονες αποκτούν τον δικό τους, διακριτό χώρο για να συμμετάσχουν στο 100% Hotel Show, επικοινωνώντας με χιλιάδες Ξενοδόχους και Villa Owners.

Η Architect Zone βρίσκεται στο πρώτο τμήμα του εκθεσιακού χώρου, στο section «Architecture-Build-Materials».

«Out of the Box» αρχιτεκτονικές προτάσεις για ξενοδοχεία που θέλουν να ξεχωρίσουν

Το 100% Hotel Show 2022 έχει ανακοινώσει ήδη τον Διαγωνισμό Σχεδιασμού «Out of the Box... in a Box», μέσω του οποίου αναδεικνύεται η ικανότητα της αρχιτεκτονικής κοινότητας να εμπνευστεί το «unexpected». Ο διαγωνισμός αποσκοπεί στη συγκέντρωση, αξιολόγηση και εντέλει παρουσίαση αρχιτεκτονικών προτάσεων που χαρακτηρίζονται από τον απρόσμενο, αντισυμβατικό, υπερβατικό, καινοτόμο χαρακτήρα. Στοιχεία που συμβάλλουν στη διαμόρφωση ξενοδοχείων με μοναδικά χαρακτηριστικά.



Από την άλλη, ξενοδόχοι που θέλουν να ξεχωρίσουν και να εκπλήξουν, θα έρθουν σε επαφή με τις προτάσεις του διαγωνισμού και θα εμπνευστούν για να δημιουργήσουν τα δικά τους εκπληκτικά αποτελέσματα, που θα συμβάλουν στο unique «storytelling» τους.

«Art & Design Gallery»: Διασύνδεση των Ξενοδοχείων με την Τέχνη και το Design

Το 100% Hotel Show 2022 θα φιλοξενήσει για πρώτη φορά μια «Art & Design Gallery», με προτάσεις Τέχνης & Design για Ξενοδοχεία, για ενίσχυση της εμπειρίας, αλλά και της συνολικής εικόνας, πολυτελών καταλυμάτων και βιλών. Οι επισκέπτες της έκθεσης θα έχουν την ευκαιρία, μέσα από τα εκθέματα της «Art & Design Gallery», να «φανταστούν» τη μονάδα τους να ανεβαίνει πολλά επίπεδα, και στην αισθητική και στις βαθμολογίες που θα λάβουν από τους φιλοξενούμενούς τους.

Αρχιτεκτονικό design στην πράξη

Για μια ακόμη χρονιά, το 100% Hotel Show περιλαμβάνει αρχιτεκτονικές προ-

τάσεις για συγκεκριμένους ξενοδοχειακούς χώρους (Reception, Lobby, Μπάνιο), στο πλαίσιο των οποίων επιλεγμένοι αρχιτέκτονες, σε συνεργασία με εταιρείες υλικών και προϊόντων, παρουσιάζουν έτοιμους, στημένους χώρους, με ενσωματωμένες όλες τις σύγχρονες τάσεις σε ό,τι αφορά την εικόνα και το operation των χώρων αυτών.

Μέσω των προτάσεων αυτών, οι επισκέπτες της Έκθεσης θα μπορούν να αντλήσουν έμπνευση, τόσο για τη δημιουργία μοναδικών και φουτουριστικών χώρων, όσο και για τη χρήση καινοτόμων υλικών και προϊόντων.

Η γιορτή της ελληνικής ξενοδοχειακής αρχιτεκτονικής

Συνεχίζεται και φέτος, με περισσότερες από κάθε άλλη φορά συμμετοχές και ακόμη πιο αναβαθμισμένο επίπεδο, ο θεσμός των 100% Hotel Design Awards.

Η κορυφαία γιορτή της ελληνικής ξενοδοχειακής αρχιτεκτονικής, μέσω της οποίας αναδεικνύονται τα πιο εμπνευσμένα

ξενοδοχεία, αλλά και οι ταλαντούχοι αρχιτέκτονες που τα σχεδίασαν, θα έχει και φέτος την τιμητική της, τόσο με τη φιλοξενία των φιναλίστ του Διαγωνισμού, όσο και με τη λαμπερή Τελετή Απονομής των 100% Hotel Design Awards, η οποία θα σηματοδοτήσει το Vip Opening της Έκθεσης.

Δυναμική παρουσία της αρχιτεκτονικής στα workshops της έκθεσης

Τα workshops αναμφισβήτητα αποτελούν έναν από τους σημαντικότερους πυλώνες της έκθεσης, έχοντας αναδειχθεί στο δυναμικότερο εκπαιδευτικό γεγονός της ξενοδοχειακής αγοράς.

Μια ολόκληρη θεματική των φετινών workshops, με τίτλο «Hotel Architecture Summit», είναι αφιερωμένη στις τάσεις και τα νέα δεδομένα, αλλά και τις εταιρείες και τα υλικά, που σχετίζονται με την αρχιτεκτονική, τον σχεδιασμό και την ανακαίνιση/κατασκευή των ξενοδοχείων.

Οι φόρμες συμμετοχής για το 100% Hotel Show 2022 έχουν ανοίξει.

Η Norwegian Cruise Line γιορτάζει την επιστροφή στην Ευρώπη του Norwegian Escape

Η Norwegian Cruise Line (NCL), πρωτοπόρος στην παγκόσμια κρουαζιέρα με ιστορία που εδώ και 55 χρόνια αλλάζει τα δεδομένα στον κλάδο, ανακοινώνει την επιστροφή του Norwegian Escape στην Ευρώπη μετά το 2015, του πρώτου πλοίου της εξαιρετικά επιτυχημένης κατηγορίας Breakaway-Plus της εταιρείας, το οποίο ολοκλήρωσε το πρώτο του ταξίδι στην Ανατολική Μεσόγειο.

Το Norwegian Escape είναι το μεγαλύτερο πλοίο της NCL στην Ευρώπη και το πρώτο της κατηγορίας Breakaway-Plus που πλέει στα ευρωπαϊκά ύδατα για μια πλήρη σεζόν. Με homeport τη Ρώμη (Civitavecchia), προσφέρει δρομολόγια από 7 έως 11 διανυκτερεύσεων. Κάθε ταξίδι προσφέρει αξέχαστες διαδρομές σε πολλές χώρες, όπως το δρομολόγιο της 13ης Αυγούστου που θα δώσει στους επισκέπτες την ευκαιρία να εξερευνήσουν λιμάνια στην Ιταλία, την Ελλάδα, τη Μάλτα και τη Γαλλία, απολαμβάνοντας τον ήλιο της Μεσογείου.

Τα δρομολόγια του πλοίου περιλαμβάνουν επισκέψεις στα πιο δημοφιλή λιμάνια της περιοχής, συμπεριλαμβανομένων της Σαντορίνης, της Μυκόνου, της Νάπολης και του Λιβόρνο, αλλά και «κρυμμένα διαμάντια», όπως η Βαλέτα και η Μεσσήνη. Πιάνοντας πέντε έως οκτώ διαφορετικά λιμάνια για έως και 13 ώρες στο καθένα και με όχι περισσότερες από δύο συνεχείς ημέρες στη θάλασσα, οι επισκέπτες μπορούν να περάσουν τις μέρες τους εξερευνώντας αρχαία αξιοθέατα και μεσαιωνική αρχιτεκτονική, θαυμάζοντας καλλιτεχνικά αριστουργήματα ή απλώς



απολαμβάνοντας μια ποικιλία από γεύσεις της τοπικής κουζίνας.

Με το Norwegian Escape θα κάνει επίσης το ντεμπούτο της στην Ευρώπη η δημοφιλής σειρά «Γνωρίστε τον οίνοποιό» (Meet the Winemaker) της NCL, καθώς το πλοίο θα ταξιδεύει στα ελληνικά νησιά και την Ιταλία. Το δρομολόγιο της 17ης Ιουλίου θα περιλαμβάνει το Certified Angus Beef και τον αξιόλογο οίνοποιό Antonio Hidalgo, από τον οικογενειακό ισπανικό οίκο Sherry Bodegas Hidalgo La Gitana, ενώ το δρομολόγιο της 17ης Οκτωβρίου θα φιλοξενήσει τον παγκοσμίως

αναγνωρισμένο Sandro Bottega, της Bottega S.p.A.

Συνολικά οκτώ πλοία της NCL –συμπεριλαμβανομένου του Norwegian Escape– πλέουν στα ευρωπαϊκά ύδατα αυτή τη θερινή περίοδο. Ο στόλος της NCL θα επισκέπτεται περισσότερα ευρωπαϊκά λιμάνια από οποιαδήποτε άλλη εταιρεία κρουαζιέρας, προσφέροντας στους επισκέπτες περισσότερες επιλογές από ποτέ. Το Norwegian Prima, το νεότερο μέλος του στόλου της NCL και πρώτο στην πρωτοποριακή κατηγορία Prima, θα κάνει το ντεμπούτο του στα ευρωπαϊκά ύδατα φέτος.

Τα οκτώ πλοία της NCL για την ευρωπαϊκή καλοκαιρινή σεζόν κρουαζιέρας 2022 είναι τα: Norwegian Dawn, Norwegian Epic, Norwegian Escape, Norwegian Gem, Norwegian Getaway, Norwegian Jade, Norwegian Star και Norwegian Prima. Η NCL προσφέρει στους ταξιδιώτες μια εκτεταμένη γκάμα δρομολογίων αυτό το καλοκαίρι, με επιλογές που ποικίλλουν από περιηγήσεις σε αρχαία αξιοθέατα στα ελληνικά νησιά και κρουαζιέρες στα νορβηγικά φιόρδ, μέχρι βουτιές κάτω από τον ήλιο της Μεσογείου.

«Η Ευρώπη ήταν πάντα κορυφαίος προορισμός για ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο και είναι βασικός προορισμός κρουαζιέρας για την NCL», δήλωσε ο Χάρι Σόμερ, Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Norwegian Cruise Line. «Προσπαθούμε να προσφέρουμε στους νέους αλλά και στους πιστούς επισκέπτες μας ένα ευρύ φάσμα προορισμών και δρομολογίων. Είμαστε ενθουσιασμένοι που η φετινή σεζόν στην Ευρώπη είναι η πιο εκτεταμένη μέχρι σήμερα για την εταιρεία μας, με οκτώ πλοία και περισσότερα από 100 λιμάνια. Η φιλοσοφία μας «Guest First» βάζει τους επισκέπτες μας στο επίκεντρο κάθε απόφασης και εξέλιξης που παίρνουμε, γι' αυτό συνεχίζουμε να καινοτομούμε στην προσφορά προϊόντων κρουαζιέρας τα τελευταία 55 χρόνια».

Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα πλοία της Norwegian Cruise Line και τα δρομολόγια τους ή για να κάνετε κράτηση για κρουαζιέρα, επισκεφθείτε τη διεύθυνση www.ncl.com.

Συνάντηση Ένωσης Ξενοδόχων Κέρκυρας και Συνδικάτου Ξενοδοχοϋπαλλήλων Κέρκυρας

Μετά από σχετική πρόσκληση, πραγματοποιήθηκε σήμερα Τετάρτη 20 Ιουλίου 2022 συνάντηση στα γραφεία του εργατικού κέντρου μεταξύ της Ένωσης Ξενοδόχων Κέρκυρας και του Συνδικάτου Ξενοδοχοϋπαλλήλων του νησιού.

Η θέση της ΕΞΚ ήταν και παραμένει η πιστή τήρηση της υποχρεωτικής Γενικής Κλαδικής ΣΣΕ από όλα τα ξενοδοχεία και η πίεση προς τα αρμόδια όργανα του κράτους για ελέγχους παραβατικότητας. Τονίσαμε επίσης την έντονη δυσκολία που αντιμετωπίζουν επιχειρήσεις όχι μόνο στην Κέρκυρα αλλά σε όλη την Ευρώπη με την εξεύρεση προσωπικού.



Ένα πρόβλημα που έχει δημιουργήσει δυσλειτουργίες και στο επίπεδο των προσφερόμενων υπηρεσιών. Η Πανελλήνια Συλλογική Σύμβαση Εργασίας στον κλάδο λήγει στο τέλος του έτους και οφείλουμε να μπούμε σε μια δίκαια διαπραγμάτευση για όλες τις πλευρές. Αναγνωρίζοντας τις τεράστιες

δυσκολίες που έχουν ανακύψει για όλους (εργαζόμενους και εργοδότες) λόγω του πολύ υψηλού πληθωρισμού αλλά και των προηγούμενων δυο χρονιών της πανδημίας.

Σύγκλιση απόψεων υπήρξε στην έμφαση που πρέπει να δοθεί από το κράτος για την τουριστική εκπαίδευση αλλά και για την στήριξη των εργαζομένων κατά τους χειμερινούς μήνες ανεργίας. Τα αιτήματα των ξενοδοχοϋπαλλήλων του νησιού έχουν οδηγήσει το τελευταίο διάστημα σε απεργιακές κινητοποιήσεις σε διάφορες μονάδες με αποτέλεσμα να έχουν επικοινωνήσει με την

Ένωση μας μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία του εξωτερικού εκφράζοντας τον προβληματισμό τους.

Κατά την διάρκεια της συνάντησης επιστήσαμε την προσοχή στην διοίκηση του Συνδικάτου ότι παρότι αναγνωρίζουμε τα προβλήματα που υπάρχουν οφείλουμε να προστατεύσουμε τον προορισμό μας και τους πελάτες που μας επιλέγουν.

Δύναμη του ελληνικού τουρισμού είναι το αίσθημα φιλοξενίας που βγάζουν οι άνθρωποι του και πρέπει να συμβάλουμε όλοι ώστε να παραμείνει η εμπειρία των πελατών μας αυθεντική.

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις

«Peloponnese Food Stories»: Οι τοπικές ιστορίες πολιτισμού και γεύσης... σε πρώτο πλάνο

Το πιο αυθεντικό και βιωματικό αφήγημα, με φόντο την Λακωνική Γη, ξεδίπλωσε το 1ο Φεστιβάλ Γαστρονομίας «Peloponnese Food Stories» – Ιστορίες Γεύσεων, Ανθρώπων, Πολιτισμού που διοργάνωσε η Περιφέρεια Πελοποννήσου την Κυριακή 17 Ιουλίου 2022, στην Αρεόπολη Λακωνίας.

Στην παραδοσιακή πλατεία του πρώτου φεστιβαλικού σταθμού, όπου άνοιξε η αυλαία της διοργάνωσης παρευρέθηκαν μεταξύ άλλων ο περιφερειάρχης Πελοποννήσου Παναγιώτης Νίκας, ο δήμαρχος Αρεόπολης Πέτρος Ανδρεάκος, εκπρόσωποι της περιφέρειας καθώς και της τοπικής αυτοδιοίκησης. Αξίζει να σημειωθεί ότι οι Ιστορίες Γεύσεων, Ανθρώπων & Πολιτισμού θα ταξιδέψουν και σε άλλες Περιφερειακές Ενότητες με στόχο την μεγαλύτερη εξωστρέφεια και την συνεργασία.

Μέσα από μία παλέτα δράσεων, οι οποίες είχαν επίκεντρο την ιστορία, την λαογραφία, τον οικοτουρισμό και την γαστρονομία, το Food Stories έκλεψε τις εντυπώσεις, μιλώντας απευθείας στον «ουρανίσκο» του κάθε επισκέπτη. Ο γαστρονομικός πλούτος της περιοχής βρέθηκε σε πρώτο πλάνο και «μοιράστηκε» σε μία πληθώρα από συνταγές τις οποίες σχεδίασαν και ετοίμασαν διακεκριμένοι chef σε ένα εξοκλήρου διαδραστικό και ξεχωριστό live cooking στη Πλατεία Αθανάτων.



Οι τοπικοί παραγωγοί ήταν οι πρωταγωνιστές της διοργάνωσης, μιλώντας για τις πρώτες ύλες της περιοχής, για τα μικρά διαμάντια της λακωνικής γης, για τις ποικιλίες, το terroir, τις διατροφικές συνήθειες καθώς και για την τεράστια αξία της προώθησης και της ανάδειξης των τοπικών προϊόντων που παράγονται. Η σύνδεση τους επίσης με το γαστρονομικό γίνεσθαι του τόπου και με τους ανθρώπους που το εκπροσωπούν αποτελεί ένα «σύγχρονο κλειδί» το οποίο είναι απαραίτητο να αξιοποιηθεί στο μεγαλείο του.

Η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού, κα

Άννα Καλογεροπούλου κατά την έναρξη του 1ου Γαστρονομικού Φεστιβάλ Πελοποννήσου τόνισε χαρακτηριστικά: «Το «Peloponnese Food Stories» θέτει σε πρώτο πλάνο τον γαστρονομικό πλούτο ολόκληρης της Περιφέρειας. Είναι άλλωστε υποχρέωση μας να αναδείξουμε και να προωθήσουμε την λακωνική γη και τα τοπικά προϊόντα τα οποία αποτελούν τους πρεσβευτές μας».

Η κα Καλογεροπούλου συνεχίζει λέγοντας, «ότι οι μέσα από τις πρώτες ύλες εξωτερικεύεται ο πολιτισμός, η ταυτότητα και η ιστορία μας. Το 1ο Φεστιβάλ Γα-

στρονομίας της Πελοποννήσου αποτελεί έναν μεγάλο σταθμό καθώς και μία μοναδική βιωματική εμπειρία. Η 1η εκδήλωση του Food Stories ξεκίνησε από στην Αρεόπολη Ανατολικής Μάνης, έναν δυνατό τουριστικό προορισμό με εξαιρετικά μεγάλη επισκεψιμότητα».

Κλείνοντας η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού σημείωσε ότι, «στόχος μας είναι ο σχεδιασμός και η υλοποίηση δράσεων μέσα από τις οποίες συμμετέχουν όλες οι παραγωγικές δυνάμεις και εμπλέκονται ενεργά οι τοπικές κοινωνίες!»

Το «Peloponnese Food Stories» αποτέλεσε μία πραγματική «φωνή», δημιούργησε διάλογο και αλληλεπίδραση, ξεκλείδωσε γαστρονομικές μνήμες του τότε στο σήμερα και σχεδίασε ένα νέο σταθμό για την κουζίνα και τις πρώτες ύλες της Πελοποννήσου. Ένα ξεχωριστό Γαστρονομικό Φεστιβάλ το οποίο δημιούργησε ουσιαστικά μία μοναδική διαδρομή γεύσης και πολιτισμού μέσα από ιδιαίτερες διαλέξεις, παρουσιάσεις δημιουργών και χειροτεχνών της παραδοσιακής αλλά και σύγχρονης τοπικής κουζίνας, live cooking από εξαιρετικούς πρεσβευτές της Ελληνικής Γαστρονομίας, οργανωμένη έκθεση τοπικών προϊόντων, γευσιγνωσίες με «οδηγούς» τους experts και ταξίδια εξοικείωσης σε αγροκτήματα, εστιατόρια, αλυκές και σπήλαια.

«Οι άγνωστοι ήρωες της φιλοξενίας θα τιμηθούν από την Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου»

Τους ανθρώπους που έχουν αφιερώσει τη ζωή τους στην εξυπηρέτηση των επισκεπτών, τα πρόσωπα που έχουν συνδέσει τη ζωή τους με τον τουρισμό και τη φιλοξενία, εκείνους κι εκείνες που δουλεύοντας στα επί μέρους τμήματα των ξενοδοχείων γίνονται οι άγνωστοι ήρωες και οι άγνωστες ηρωίδες του τουριστικού θαύματος, αποφάσισε να τιμήσει η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου.

Με εκκίνηση την Τρίτη 19 Ιουλίου και κάθε εβδομάδα έως το τέλος της φετινής σεζόν, η διοίκηση της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου θα τιμά τους παλαιότερους εργαζόμενους και εργαζόμενες στα ξενοδοχεία του νησιού. Η τιμή θα αποδίδεται όχι στα

ανώτερα στελέχη, αλλά στο προσωπικό που στελεχώνει τα τμήματα της υποδοχής, της εστίασης, του σέρβις, της καθαριότητας, των κήπων και της συντήρησης. Τα πρόσωπα αυτά, διαχρονικά αποτελούν έναν από τους πυλώνες της φιλοξενίας και θα τιμηθούν για τη φροντίδα, την αφοσίωση και το έργο που έχουν επιτελέσει όλα αυτά τα χρόνια.

Η σχετική απόφαση ελήφθη από τη διοίκηση της Ένωσης Ξενοδόχων Ρόδου κατά τη συνεδρίαση της Τετάρτης 13 Ιουλίου 2022 και θα αποτελέσει θεσμό που θα επαναλαμβάνεται κάθε χρόνο. Για φέτος αποφασίσθηκε να τιμηθεί ο παλαιότερος εργαζόμενος ή η παλαιότερη εργαζόμενη



Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου

κάθε ξενοδοχείου – μέλους της. Μαζί με την τιμητική πλακέτα, στο τέλος της φετινής σεζόν, η Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου θα διαθέσει το χρηματικό ποσό των 10.000 ευρώ και θα το προσφέρει, με τη διαδικα-

σία της κλήρωσης, σε 10 από τους βραβευθέντες. Παράλληλα, με την βράβευση από την Ε.Ξ.Ρ, το κάθε μέλος θα έχει την δυνατότητα για τον βραβευμένο εργαζόμενο του ξενοδοχείου του, να προσθέσει και χρηματικό έπαινο.

Η απόφαση ελήφθη ομόφωνα και είναι η πρώτη από μια σειρά αποφάσεων που αφορούν τους ανθρώπους της ξενοδοχίας και του σπουδαίου έργου που επιτελούν. Παρουσιάζουν, δε, εξαιρετικό ενδιαφέρον οι ιστορίες των προσώπων αυτών, όπως θα έχουν οι ίδιοι την ευκαιρία να τις διηγηθούν ως κομμάτια της ζωής τους και των εμπειριών τους από τη δουλειά όλων αυτών των χρόνων.

Υποψηφιότητες για τα Greek Hospitality Awards 2022

Τα Greek Hospitality Awards, τα Βραβεία Θεσμός για την ελληνική φιλοξενία και τον τουρισμό, επιστρέφουν για 8η συνεχόμενη χρονιά υβριδικά στις 21 Οκτωβρίου 2022. Εξαιρετικά ευοίωνες διαφαίνονται οι προοπτικές για τον ελληνικό τουρισμό και το 2023, μετά τη θετική εικόνα του 2022 που ήδη διανύουμε: η πλειονότητα των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων βλέπει τον κύκλο εργασιών της να κινείται ανοδικά, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις αυξάνονται σε σχέση με το 2019 και η σεζόν επιμηκύνεται. Αναγνωρίζοντας πως η πανδημία του COVID-19 είχε επιφέρει καθίζηση στο ισοζύγιο των τουριστικών επιχειρήσεων την τελευταία διετία, η ενίσχυση της εικόνας των ελληνικών εταιρειών που ασχολούνται με τον τουρισμό αποτελεί παρακαταθήκη για την επικράτηση τους τόσο στο διεθνές όσο και στον εγχώριο ανταγωνισμό.

Τα Greek Hospitality Awards 2022 επιχειρούν τη φετινή χρονιά να εμπλουτίσουν περαιτέρω την πολιτική marketing που θα ακολουθήσουν οι τουριστικές επιχειρήσεις, στο πλαίσιο προσέγγισης νέας πελατείας και διατήρησης της υφιστάμενης, βραβεύοντας παράλληλα τους καλύτερους του τουριστικού κλάδου, που κρατούν το ελληνικό τουριστικό προϊόν στις πρώτες θέσεις.

Στην εκδήλωση θα απονεμηθούν συνολικά 107 κατηγορίες βραβείων σε 4 επιμέρους θεματικές ενότητες, 7 τιμητικές Διακρίσεις και 2 Κορυφαία Βραβεία.

Όσες επιχειρήσεις διαθέτουν ισχυρό όραμα μπορούν να υποβάλουν τις υποψηφιότητές τους για τα Greek Hospitality Awards 2022 μέχρι τις 19 Σεπτεμβρίου 2022 στο ethosevents.eu επιλέγοντας μεταξύ των κατηγοριών εκείνες που τις αντιπροσωπεύουν στο σύνδεσμο:

<https://ethosevents.eu/awards/grha/>



ethosevents.eu | #grha22

50 χρόνια λειτουργίας γιόρτασε ο ξενοδοχειακός Όμιλος Γ&Ε Καραμολέγκος

Τα 50 χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας του γιόρτασε την Τετάρτη 13 Ιουλίου ο ξενοδοχειακός Όμιλος Γ&Ε Καραμολέγκος σε ένα μοναδικό πάρτυ εορτασμού που πραγματοποιήθηκε στο ξενοδοχείο KAMARI BEACH – το πρώτο resort hotel στην περιοχή Καμάρι, της Σαντορίνης που άνοιξε το 1972.

Την λαμπερή βραδιά τίμησαν με την παρουσία τους σημαντικοί συνεργάτες του Ομίλου, επισκέπτες των ξενοδοχείων του και φυσικά η ιδιοκτησία της οικογένειας του πρωτοπόρου Γεώργιου Καραμολέγκου που ίδρυσε τον ξενοδοχειακό Όμιλο.

Σε δήλωσή της η CEO του Ομίλου κα. Μαργαρίτα Καραμολέγκου αναφέρει: «Σε αυτή τη μεγάλη διαδρομή των 50 χρόνων, συνδέθηκαν οι ζωές της οικογένειάς μας με αμέτρητους ανθρώπους, επισκέπτες, συνεργάτες, συγγενείς και φίλους. Πρωτοπορία, τόλμη, όνειρο, επι-



μονή, φαντασία, εργασία και η παροχή υπηρεσιών υψηλής φιλοξενίας έχουν υπάρξει τα συστατικά της επιτυχημένης

πορείας του ομίλου. Τις ίδιες αξίες συνεχίζουμε να υπηρετούμε και εμείς σήμερα, η δεύτερη και η τρίτη γενιά ξενο-

δόχων της οικογένειας Καραμολέγκου με ευγνωμοσύνη στους γονείς και τους παππούδες, με συνέπεια και θάρρος. Η σημερινή βραδιά αποτελεί ορόσημο γιατί επίσημα μετονομάζουμε τον Όμιλο σε KORD HOTELS».

Η Ιστορία

Στις 13 Ιουλίου του 1972 άνοιξε τις πόρτες του το Ξενοδοχείο KAMARI BEACH το πρώτο resort hotel στην περιοχή Καμάρι, της Σαντορίνης. Σήμερα η εταιρεία μετρά 4 ξενοδοχειακές μονάδες, διαφορετικών κατηγοριών και σε διαφορετικές τοποθεσίες, καλύπτοντας όλο το εύρος της αγοράς και προβάλλει εκλεπτυσμένη αισθητική ανεξαρτήτως κατηγορίας. Πρόκειται για τα ξενοδοχεία THE MAJESTIC HOTEL 5 αστέρων στα Φηρά, τις πολυτελείς κατοικίες XENONES FILOTERA στο Ημεροβίγλι και τα ξενοδοχεία ROSEBAY & KAMARI BEACH 4 αστέρων στο Καμάρι.

**ΦΑΚΕΛΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ**Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Πκρίνεις και παράπονα προκάλεσε το φετινό πρόγραμμα του Υπουργείου Τουρισμού «Τουρισμός για Όλους» από το σύνολο σχεδόν του τουριστικού κλάδου. Τα δύο μεγάλα «αγκάθια» του προγράμματος που έχουν προκαλέσει εύλογες διαμαρτυρίες από τους επαγγελματίες του τουρισμού, είναι ο εξοβελισμός των τουριστικών γραφείων από τη μία και η συμπερίληψη της βραχυχρόνιας μίσθωσης από την άλλη.

Παίρνοντας πρώτα το θέμα των τουριστικών γραφείων, ήδη από την περασμένη εβδομάδα επαγγελματίες τηλεφώνουσαν στην «itn Ελληνικός Τουρισμός» και μας εξέφραζαν τις διαμαρτυρίες τους για την εξαίρεσή τους από το πρόγραμμα «Τουρισμός για Όλους».

Οι πληροφορίες που μας μετέφεραν επιβεβαιώθηκαν, καθώς με την ανακοίνωση του προγράμματος διαβάσαμε πως «παρά την σχετική πρόθεση και προσπάθεια του Υπουργείου Τουρισμού, δεν κατέστη δυνατόν τα τουριστικά γραφεία να περιληφθούν στους παρόχους σε αυτή τη φάση του προγράμματος, λόγω ζητημάτων κρατικών ενισχύσεων και ενωσιακού δικαίου, τα οποία ήδη στην παλαιότερη εκδοχή του προγράμματος είχαν δημιουργήσει σημαντικά ζητήματα εξαργύρωσης και πληρωμής τόσο στους δικαιούχους, όσο και στα ίδια τα γραφεία. Εξετάζεται η δυνατότητα ενός συμπληρωματικού σκέλους του προγράμματος για τα τουριστικά γραφεία, με χαρακτηριστικά που να εξασφαλίζουν την ομαλή λειτουργία του, προς όφελος όλων».

Με την παραπάνω παράγραφο το υπουργείο ξεκαθαρίζει τη μη συμμετοχή των τουριστικών γραφείων, αφήνοντας μια «χαραμάδα» για συμμετοχή σε κάποιο μελλοντικό πρόγραμμα. Πράγματι πέρυσι είχαν δημιουργηθεί σημαντικά προβλήματα με τα τουριστικά γραφεία, αυτό μας το επιβεβαίωσαν και οι επιχειρηματίες του κλάδου, τονίζοντας πως πληρώθηκαν πρόσφατα για το περυσινό πρόγραμμα. Για το θέμα αυτό είχαμε πραγματοποιήσει εκτενές ρεπορτάζ πέρυσι στις 15 Ιουλίου στο τεύχος 7 της «itn Ελληνικός



Άφησαν εκτός τελικά τα τουριστικά γραφεία

Παρά τις περί αντιθέτου δεσμεύσεις του υπουργείου Τουρισμού, τα τουριστικά γραφεία τελικά δεν συμμετέχουν στο «Τουρισμό για Όλους», κίνηση που έχει προκαλέσει αγανάκτηση στον κλάδο

Τουρισμός» με τίτλο «Αλαλούμ στα τουριστικά γραφεία με το Τουρισμός για Όλους».

Θυμίζουμε πως πέρυσι ο κανονισμός De minimis έθεσε σοβαρά εμπόδια στη συμμετοχή των τουριστικών γραφείων. Ο κανόνας αυτός ορίζει ότι μια επιχείρηση μπορεί να λάβει μέσα σε μια τριετία, συνολικές ενισχύσεις έως 200.000 ευρώ και σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να υπερβεί αυτό το ποσό. Ο συγκεκριμένος κανόνας διέπει και το ΕΣΠΑ.

Για παράδειγμα αν μια τουριστική επιχείρηση μέσα στην τριετία έχει λάβει από το ΕΣΠΑ 100.000 ευρώ, ξέρει ότι μπορεί να εισπράξει voucher από το Τουρισμός για Όλους ή όποιο άλλο ενισχυτικό πρόγραμμα έως 100.000 ευρώ.

Το πρόβλημα που προέκυψε πέρυσι ήταν πως αφού πρώτα είχαν ενταχθεί τα του-

ριστικά γραφεία στο πρόγραμμα, κατόπιν ήρθε η οδηγία από πλευράς Υπουργείου, ότι για να αποζημιωθούν από το πρόγραμμα θα πρέπει να μην υπερβαίνουν τον κανόνα De Minimis όχι μόνο τα ίδια σαν επιχειρήσεις, αλλά και οι συνεργάτες τους. Τα τουριστικά γραφεία, δηλαδή, καλούνταν να αποδείξουν εγγράφως ότι οι όποιοι συνεργάτες τους δεν έχουν εισπράξει παραπάνω ενισχύσεις από τις προβλεπόμενες, αλλιώς χρήματα δεν θα λάμβαναν.

Παρά ωστόσο τις δυσκολίες, τις καθυστερήσεις και τα προβλήματα υπήρξαν τουριστικά γραφεία που κατάφεραν να τα υπερκεράσουν όλα αυτά και να πληρωθούν, έστω και έναν χρόνο μετά. Αυτό που δεν περίμεναν είναι πως φέτος δεν θα τους δοθεί αυτή η δυνατότητα.

«Η κυρία Ζαχαράκη είχε δεσμευθεί πως φέτος όχι μόνο θα συμμετείχαμε, αλλά θα

ήταν και πιο εύκολη η διαδικασία αποπληρωμής με την άυλη κάρτα. Αντ' αυτού τελικά μας άφησαν απ' έξω», μας έλεγε προ ημερών επιφανής επαγγελματίας στο κλάδο των τουριστικών γραφείων. «Τα τουριστικά γραφεία δεν θα δουλέψουν ούτε φέτος», συμπλήρωσε επισημαίνοντας τα ουκ ολίγα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. «Δεν μας έφτανε που χάσαμε τις αγορές της Ρωσίας και της Ουκρανίας, είναι άφαντες γενικότερα οι μακρινές αγορές, πολλές φορές και με ευθύνη δική μας (σ.σ. του κράτους). Για παράδειγμα στην Ινδία δεν έβγαιναν βίζες, λόγω προβλήματος που υπήρχε στην πρεσβεία. Έτσι χάσαμε και τους Ινδούς ταξιδιώτες. Τώρα χάνουμε και τα όποια έσοδα θα είχαμε από το Τουρισμός για Όλους».

Το συμπέρασμα είναι πως αντί να βρεθεί λύση για τα τουριστικά γραφεία και να



Είναι γεγονός πως πέρυσι η συμμετοχή των τουριστικών γραφείων συνοδεύτηκε από πολλά προβλήματα. Κάποιοι όμως επαγγελματίες τα κατάφεραν και εκπλήρωσαν τους όρους συμμετοχής. Αντί όμως να ζητηθεί η βοήθειά τους για την απλοποίηση των διαδικασιών, αποφασίστηκε η μη συμμετοχή τους στο πρόγραμμα



ξεπεραστούν τα περυσινά προβλήματα, επικράτησε ως φαίνεται η λογική «πονάει κεφάλι, κόβει κεφάλι». Συνομολογούμε πως δεν ήταν εύκολη υπόθεση. Πέρυσι πολλά τουριστικά γραφεία, όταν διαπίστωσαν την γραφειοκρατική «διαστροφή» που συνόδευε τη συμμετοχή τους στο πρόγραμμα αποχώρησαν από μόνα τους.

Το ζήτημα που προέκυψε δεν θα μπορούσε να ξεφύγει και της πολιτικής αντιπαράθεσης. Η τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ – ΠΣ Κατερίνα Νοτοπούλου, σε σχετική ανακοίνωση που εξέδωσε, κατηγορεί, μεταξύ άλλων, το υπουργείο Τουρισμού πως «ξέχασε» να καλέσει τους εκπροσώπους των τουριστικών γραφείων και να συζητήσει μαζί τους για το πώς θα αντιμετωπιστούν οι δυσκολίες που εμφανίστηκαν πέρυσι. Επιπλέον καλούσε τον υπουργό Τουρισμού Βασίλη Κικίλια να

τροποποιήσει τη σχετική απόφαση και να ενσκήψει στα προβλήματα του κλάδου.

Η παραίτηση, φυσικά, είχε μάλλον τυπικό χαρακτήρα, αφού η πλατφόρμα για το «Τουρισμός για Όλους», άνοιξε το Σάββατο 16 Ιουλίου και θα παρέμενε ανοιχτή μέχρι σήμερα 21 Ιουλίου. Κοινώς «όποιος πρόλαβε τον Κύριο είδε». Μάλιστα υπενθυμίζουμε πως το πρόγραμμα αφορά αυστηρά 200.000 δικαιούχους και στην περίπτωση κατά την οποία οι αιτήσεις που πληρούν τα κριτήρια, ξεπεράσουν αυτό τον αριθμό τα vouchers των 150 ευρώ θα μοιραστούν με ηλεκτρονική κλήρωση. Να σημειωθεί πως ήδη το Σάββατο που άνοιξε η πλατφόρμα οι αιτήσεις ξεπέρασαν τις 50.000 το πρώτο τετράωρο. Κοινώς ο αριθμός των 200.000 ήδη είχε πιαστεί ή και ξεπεραστεί από το Σαββατοκύριακο.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Διαμαρτυρίες και από τρίτεκνους - πολύτεκνους

Πυρά για τον «Τουρισμό για Όλους» εξαπέλυσαν και οι οργανώσεις των τρίτεκνων και των πολύτεκνων. Το πρόγραμμα προβλέπει voucher 200 για τα ΑΜΕΑ – και ορθώς – δεν έχει όμως ανάλογη για τις πολυπληθείς οικογένειες. Γενικώς τα παιδιά με ένα «μαγικό» τρόπο δεν υπάρχουν στο πρόγραμμα. Με κανένα, ένα ή πέντε παιδιά δεν έχει σημασία. Το voucher απευθύνεται μόνο σε όσους έχουν κωδικούς taxis και στην καλύτερη περίπτωση, αν σε μια οικογένεια και οι δύο γονείς καταφέρουν να είναι δικαιούχοι θα έχουν συνολικά 300 ευρώ.

Σε επιστολή που έστειλε η Ομοσπονδία Τρίτεκνων Ελλάδας (ΟΠΟΤΤΕ) στον πρωθυπουργό Κυρ. Μητσοτάκη αναφέρει πως «στο πρόγραμμα «τουρισμός για όλους» η έννοια της οικογένειας και των παιδιών ΔΕΝ ΥΠΑΡΧΕΙ. Τα προστατευόμενα μέλη – τα παιδιά μας δεν λαμβάνονται υπόψη. Σας έχουμε επισημάνει – αν και το γνωρίζετε αφού εσείς το σχεδιάσατε – πως χιλιάδες οικογένειες – και από τις τρίτεκνες – έχουμε μείνει εκτός Κοινωνικούς τουρισμού. Ζητήσαμε εφαρμογή στοχευμένων προγραμμάτων για τις τρίτεκνες οικογένειες που να καλύπτουν το δικαίωμα και την ανάγκη μας για διακοπές (μεταφορές, εστίαση, διαμονή). Καλούμε τον Πρωθυπουργό, την κυβέρνηση έστω και «στο και πέντε» να δείξουν την κοινωνική ευαισθησία που χρειάζεται. Στη χώρα μας που επιβάλλεται η λήψη θετικών μέτρων για το ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ είναι ανεπίτρεπτο να μας τιμωρήσετε γιατί... έχουμε παιδιά».

Μικρότερο φέτος το ποσό

Στο θέμα των εξαρτώμενων τέκνων, αναφέρεται και η Πανελλήνια Ομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων «Ο ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΗΣ», ανατρέποντας μάλιστα τους ισχυρισμούς της κυβέρνησης ότι δήθεν φέτος αύξησε το παρεχόμενο ποσό. «Τα αφορούν αποκλειστικά τον δικαιούχο και δεν αυξάνονται σε περίπτωση ύπαρξης εξαρτώμενων από αυτόν μελών, όπως ίσχυε στο περυσινό πρόγραμμα», επισημαίνουν οι ιδιοκτήτες των τουριστικών καταλυμάτων.

Σημειώνεται ότι στο αντίστοιχο πρόγραμμα πέρυσι μία τετραμελής οικογένεια για τρεις διανυκτερεύσεις λάμβανε χρηματοδότηση 480 ευρώ, δηλαδή 160 ευρώ ανά ημέρα, που σημαίνει 40 ευρώ το άτομο.

Με το σημερινό πρόγραμμα ο δικαιούχος λαμβάνει voucher 150 ευρώ για όλη την οικογένεια για τρεις διανυκτερεύσεις, δηλαδή 50 ευρώ ανά ημέρα δια τέσσερα άτομα σημαίνει 12,50 ευρώ ανά άτομο, από 40 ευρώ που ήταν που πέρυσι.

«Όπως το παρουσίασε η κ. Υφυπουργός όταν ανέφερε ότι φέτος η επιδότηση είναι 150 € αντί 120 € που ήταν πέρυσι όλοι πίστεψαν ότι το φετινό πρόγραμμα είναι πιο καλό από το περυσινό. Δυστυχώς δεν είναι έτσι», αναφέρει η σχετική ανακοίνωση της Ομοσπονδίας.

Η Ομοσπονδία ζητά από το υπουργείο Τουρισμού να προβεί στις απαραίτητες ενέργειες, ώστε να μην αποκλειστούν περαιτέρω οι οικογένειες και τα εξαρτώμενα από αυτές μέλη.



**ΦΑΚΕΛΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ**

Μέσα στους παρόχους και η βραχυχρόνια μίσθωση

Σφοδρές διαμαρτυρίες από ξενοδοχεία και καταλύματα για τη συμπερίληψη των κλινών bnb στο πρόγραμμα. «Φτιάξτε πρώτα θεσμικό πλαίσιο και μετά να τους συμπεριλάβετε», επισημαίνουν οι φορείς των επαγγελματιών

Σαν να μην έφθαναν η εξαίρεση των τουριστικών γραφείων και η ελλειμματική αντιμετώπιση των τρίτεκνων και των πολύτεκνων – και γενικότερα των οικογενειών – στο «Τουρισμός για Όλους», σφοδρές διαμαρτυρίες έχουν ξεσπάσει και από τον χώρο των ξενοδοχείων και των καταλυμάτων. Αιτία η συμπερίληψη στο πρόγραμμα της βραχυχρόνιας μίσθωσης.

Η πρώτη παρέμβαση ήρθε από τον πρόεδρο της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων Γρ. Τάσιο, ο οποίος λίγο πριν από την έναρξη του προγράμματος την Πέμπτη 14 Ιουλίου, επιτέθηκε στην κυβέρνηση για την επιλογή της να εντάξει τα bnb στο πρόγραμμα.

«Τα ξενοδοχεία μας λειτουργούν βάσει συγκεκριμένης νομοθεσίας, πρέπει να λάβουν συγκεκριμένες αδειοδοτήσεις και να πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές, για τις οποίες ελέγχονται και μάλιστα αυστηρά. Πρόκειται για υποχρεώσεις που έχουν προβλεφθεί από την Πολιτεία προκειμένου να διασφαλίζεται το επίπεδο των παρεχόμενων στους πελάτες μας υπηρεσιών, βάσει της κατηγορίας του κάθε καταλύματος.

Για την ένταξη στο πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» οι παραπάνω αδειοδοτήσεις δεν έχουν καμία απολύτως σημασία, μιας και στο συγκεκριμένο πρόγραμμα μπορεί να ενταχθεί οποιοδήποτε ακίνητο, αρκεί το φυσικό ή νομικό πρόσωπο που το εκμεταλλεύεται να διαθέτει συσκευή POS.

Με το πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» πριμοδοτούνται με χρήματα του Ελληνικού Δημοσίου οι διακοπές των Ελλήνων πολιτών σε μη αδειοδοτημένα καταλύματα, για τα οποία δεν υπάρχουν ούτε καν προδιαγραφές υγιεινής και ασφαλείας και τα οποία η Ελληνική Πολιτεία μέχρι σήμερα δήλωνε αδυναμία να ελέγξει. Πριμοδοτείται ο αθέμιτος ανταγωνισμός εις βάρος των νόμιμα αδειοδοτημένων επιχειρήσεών μας;

Αν η Ελληνική Πολιτεία επιθυμεί να εντάξει τη βραχυχρόνια μίσθωση στο τουριστικό προϊόν της χώρας, θα πρέπει προηγουμένως, αφού την ορίσει με τρόπο επαρκή και ξεκάθαρο, ώστε να αποκλείεται το ενδεχόμενο να λειτουργούν υπό τον μανδύα της βραχυχρόνιας μίσθωσης παράνομα καταλύματα, να προβλέψει και για αυτήν ένα νομοθετικό πλαίσιο με συγκεκριμένους κανόνες που να διασφαλίζουν ένα ελάχιστο επίπεδο παρεχόμενων υπηρεσιών, υγιεινής και ασφάλειας και συγκεκριμένες υποχρεώσεις (όπως ΦΠΑ, φόρο διαμονής, ασφάλιση στον ΕΦΚΑ, τέλος διαμονής παρεπιδημούντων κλπ.), ανάλογες με αυτές που ισχύουν για τις νόμιμα αδειοδοτημένες επιχειρήσεις», σημείωσε ο πρόεδρος της ΠΟΞ.

Τις δηλώσεις του κυρίου Τάσιου προσυ-



πέγραψε και η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής και Αργολοαργολικού, η οποία επισήμανε ότι «η ΕΞΑΑΑ έχει κατ' επανάληψη επισημάνει τα πολλά προβλήματα με τα οποία έχει βρεθεί αντιμέτωπη ειδικά η Αθήνα ως προορισμός, αλλά και η αθηναϊκή ξενοδοχία, επί σειρά ετών, εξ' αιτίας της ανεξέλεγκτης «άνθησης» και της προκλητικά προνομιακής μεταχείρισης των καταλυμάτων τύπου Βραχυχρόνιας Μίσθωσης (συμπεριλαμβανομένων και όσων καταλυμάτων τύπου «παραξενοδοχίας» καλύπτονται διακριτικά πίσω από αυτόν τον μη ορισμένο επαρκώς όρο).

Επί σειρά ετών «κρούουμε τον κώδωνα του κινδύνου» για την λεγόμενη «φέρουσα ικανότητα» της Αθήνας σε τουριστικές κλίκες, για την ανάγκη τήρησης του Μέτρου στην προσφορά τουριστικών κλινών, για το πλήθος των κοινωνικών προβλημάτων που έχουν προκύψει, για τον ήδη έντονο -αθέμιτο ανταγωνισμό που επικρατεί.

Επί σειρά ετών τονίζουμε την ανάγκη να εξασφαλιστεί επιτέλους ένα ξεκάθαρο θεσμικό πλαίσιο για την βραχυχρόνια μίσθωση. Η επιλογή της πολιτείας να υποστηρίξει και να ενδυναμώνει, συνεχώς και ποικιλοτρόπως, τη βραχυχρόνια μίσθωση (αντί να την οριοθετήσει και αντί να ορίσει ξεκάθαρα τις αυτονόητες και αναγκαίες προδιαγραφές για την λειτουργία της), μας προβληματίζει και μας ανησυχεί. Αναμένουμε από το Υπουργείο Τουρισμού, το Υπουργείο Οικονομικών, την Περιφέρεια, τους Δήμους και κάθε συναρμόδιο φορέα και υπηρεσία να συνεργαστούν, να αντιληφθούν εγκαίρως τα θέματα που αντιμετωπίζει ο αθηναϊκός

«Πριμοδοτείται ο αθέμιτος ανταγωνισμός εις βάρος των νόμιμα αδειοδοτημένων επιχειρήσεών μας;», το ερώτημα που έθεσε πρώτος ο πρόεδρος της ΠΟΞ Γρ. Τάσιος

Τουρισμός και η αθηναϊκή ξενοδοχία την τελευταία δεκαετία -και περισσότερο αυτής- και να εστιάσουν στην ευθύνη που τους αναλογεί αλλά και στην διεθνή εικόνα της πρωτεύουσας – καθρέφτη της χώρας που οφείλουμε όλοι να περιφρουρήσουμε».

Ανακοίνωση για το θέμα έβγαλε και η Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης η οποία αναφέρει πως για δεύτερη συνεχή χρονιά, η Πολιτεία επιτρέπει την ένταξη στο πρόγραμμα «Τουρισμός για όλους» καταλυμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης, για τα οποία δεν υπάρχει κανένα ξεκάθαρο θεσμικό πλαίσιο αναφορικά τόσο με τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους όσο και με άλλα σοβαρότατα θέματα (υγιεινή, ασφάλεια, φορολογικές υποχρεώσεις απέναντι στο

κράτος κ.α.), αλλά αυτό δυστυχώς δεν φαίνεται να απασχολεί τους αρμόδιους.

«Η χρόνια και προκλητική προνομιακή μεταχείριση από το κράτος προς τα καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης που έχει δημιουργήσει συνθήκες σημαντικότητας αθέμιτου ανταγωνισμού και στα ξενοδοχεία της περιοχής της Θεσσαλονίκης, οδηγεί σε έντονο προβληματισμό και -εν κατακλείδι- στο συμπέρασμα ότι σκοπός αυτής της μεταχείρισης είναι η ψηφοθηρία, η οποία όμως έχει και τα όριά της», τονίζει η ΕΞΘ.

Παρομοίως και η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδας κατηγορεί την κυβέρνηση για πριμοδότηση του αθέμιτου ανταγωνισμού και τονίζει ότι «για πρώτη φορά μέσω του προγράμματος «Τουρισμός για Όλους», τα 33.000 μέλη μας τιμωρούνται από το Υπουργείο Τουρισμού επειδή είναι συνεπείς, τηρούν όλες τις προδιαγραφές που έχει θεσπίσει το κράτος για τη λειτουργία τους, αγωνίζονται για να σταθούν όρθιες οι επιχειρήσεις τους μετά από την πανδημία αφού κρίθηκε σωστό -άγνωστο με ποια κριτήρια- να μπορούν και τα ακίνητα της βραχυχρόνιας μίσθωσης να επιδοτούνται από το κράτος για τον κοινωνικό τουρισμό.

Εν ολίγοις τα ακίνητα της βραχυχρόνιας μίσθωσης τα οποία δεν υπόκεινται σε κανένα νομοθετικό πλαίσιο, δεν ακολουθούν κανόνες υγιεινής και ασφάλειας, δεν επιβαρύνονται οικονομικά με υποχρεώσεις απέναντι στο κράτος σε αντίθεση με όσα ισχύουν για τα νόμιμα τουριστικά καταλύματα μέλη της ΣΕΤΚΕ, επιδοτούνται από την ελληνική πολιτεία!

Το Υπουργείο Τουρισμού εντάσσει σε ένα χρηματοδοτούμενο πρόγραμμα του Ελληνικού Δημοσίου τα ακίνητα της βραχυχρόνιας μίσθωσης επιβραβεύοντάς τα ουσιαστικά για το άναρχο περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται εις βάρος μας αλλά και εις βάρος των πελατών, καθώς τίθενται ξεκάθαρα και ζητήματα ασφαλείας, ποιότητας και υγιεινής για πολλά από αυτά ενώ εμείς λειτουργούμε σε ένα απολύτως νόμιμο και ασφαλές για τους πελάτες μας περιβάλλον».

Ουδείς αμφισβητεί πως τόσο το υπουργείο Τουρισμού, όσο και γενικά η κυβέρνηση είχε θετική πρόθεση για το «Τουρισμός για Όλους». Το πώς στο τέλος, όμως, κατάφερε να δυσχεράσει σχεδόν στο σύνολό του τον τουριστικό κλάδο και να προκαλέσει διαμαρτυρίες ακόμη και από φιλικά για το κυβερνών κόμμα ακροατήρια (βλ. τρίτεκνους – πολύτεκνους) το λες και study case.

Το «Τουρισμός για Όλους», όταν έγινε για πρώτη φορά πέρυσι είχε σαφή κεντρικό στόχο τη στήριξη του τουριστικού κλάδου και την αντιμετώπιση των απωλειών της πανδημίας. Ταυτόχρονα δινόταν η δυνατότητα σε κάποιους ανθρώπους να πάνε ολιγοήμερες διακοπές. Από τα όσα συνέβησαν φέτος φαίνεται πως κάπου χάθηκε η στοχοθεσία στο υπουργείο Τουρισμού και καλό θα ήταν, -για το μέλλον τουλάχιστον- να επανέλθει... Διότι εκ του αποτελέσματος διαπιστώνεται ότι ούτε ο τουριστικός τομέας έμεινε ικανοποιημένος, ούτε και οι πολίτες, λόγω του ότι το πρόγραμμα αγνοεί επιδεικτικά τα παιδιά και τις οικογένειες.

Επιστολή ευρωβουλευτών και δημάρχων για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις

Ζητούν από τους Επιτρόπους Μπρετόν και Βεστάγκερ να υπάρξει άμεσα νέα ευρωπαϊκή νομοθεσία που να ορίζει το ρυθμιστικό πλαίσιο για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις στην ΕΕ

Επιστολή για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις συνυπέγραψαν 75 ευρωβουλευτές, ανάμεσά τους και η πρώην υπουργός Τουρισμού Έλενα Κουντουρά, και 14 δήμαρχοι ευρωπαϊκών πόλεων. Η επιστολή απευθύνεται προς τον Επίτροπο Εσωτερικής Αγοράς Τιερί Μπρετόν και την Επίτροπο Ανταγωνισμού της ΕΕ Μαργκρέτε Βεστάγκερ. Με την επιστολή ζητούν από την Κομισιόν να θεσπίσει άμεσα νέα ευρωπαϊκή νομοθεσία που να ορίζει το ρυθμιστικό πλαίσιο για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις STHR στην Ευρωπαϊκή Ένωση, να αντιμετωπίζει την παράνομη δραστηριότητα και να παρέχει τα νομικά εργαλεία στις πόλεις να εφαρμόσουν αποτελεσματικά τους σχετικούς κανόνες.

Ευρωβουλευτές και δήμαρχοι σημειώνουν πως το νέο τοπίο που έχει διαμορφωθεί στον τομέα των βραχυχρόνιων μισθώσεων στην ΕΕ είναι ιδιαίτερα ανησυχητικό.

Όπως τονίζεται στην επιστολή, η επέκταση και η υψηλή κερδοφορία των βραχυχρόνιων μισθώσεων έχουν οδηγήσει σε μία ευρέως δεδομένη τακτική μετατροπής της μίσθωσης των κατοικιών αυτών από βραχυχρόνιας σε μακροχρόνιας. Η πλειονότητα των ακινήτων που μισθώνονται ως STHR ανήκουν πλέον σε εταιρίες και επενδυτές με μεγάλο χαρτοφυλάκιο. Η προσφορά των διαθέσιμων, οικονομικά προσιτών κατοικιών στην Ευρώπη, κυρίως στις πόλεις έχει συρρικνωθεί σημαντικά. Ενώ και η αύξηση του κόστους ζωής, των ενοικίων και των τιμών των κατοικιών ασκούν εντεινόμενη πίεση σε πολλά ευρωπαϊκά νοικοκυριά.

Οι κάτοικοι πολλών περιοχών εκφράζουν ανησυχία για τις συνθήκες διαβίωσης στις γειτονιές τους, όχι μόνο λόγω του υψηλού κόστους των τιμών ακινήτων και ενοικίων, αλλά και εξαιτίας της ηχορύπανσης, των κινδύνων για την υγεία και της αλλοίωσης της τοπικής φυσιογνωμίας της περιοχής και της τοπικής αγοράς.

Με την επιστολή οι ευρωβουλευτές και οι εκπρόσωποι των τοπικών αρχών ευρωπαϊκών πόλεων επισημαίνουν ότι η Κομισιόν είχε δεσμευτεί μέσω του Επιτρόπου Μπρετόν να φέρει νομοθετική πρόταση για τη ρύθμιση των βραχυχρόνιων



μισθώσεων. Όμως μέχρι και σήμερα δεν έχει υπάρξει σχετική παρέμβαση, και ούτε συμπεριλαμβάνεται το ζήτημα στις προτεραιότητες της Επιτροπής μέχρι το τέλος του έτους.

Ζητούν λοιπόν από την Κομισιόν να επισπεύσει και να παρουσιάσει τη νομοθετική πρόταση μέχρι το τέλος του 2022 το αργότερο, με την οποία να παραχωρεί ξεκάθαρη αρμοδιότητα στις εθνικές, περιφερειακές και τοπικές αρχές για να ρυθμίσουν τις βραχυχρόνιες μισθώσεις στο γενικό κοινό και να εισαγάγουν ρυθ-

μιστικά πλαίσια για αυτή τη δραστηριότητα, με βάση τις ιδιαίτερες ανάγκες κάθε περιοχής. Υπό αυτή την έννοια, ο όρος της εναρμόνισης των αγορών, δεν πρέπει να εμποδίζει τη διασφάλιση της στέγασης που είναι ανθρώπινο δικαίωμα, τονίζουν χαρακτηριστικά.

Για την πάταξη της παράνομης δραστηριότητας, ζητούν ένα πιο αποτελεσματικό σύστημα καταχώρησης των βραχυχρόνιων μισθώσεων ακινήτων, ώστε όλες οι πλατφόρμες να κατανοούν και να συμμορφώνονται με τους τοπικούς κανόνες

σε ολόκληρη την ΕΕ, ανεξάρτητα από το μέγεθος της πλατφόρμας. Ζητείται να δημιουργηθεί μία βάση δεδομένων με τους αριθμούς καταχώρησης των ακινήτων στην οποία θα έχουν πρόσβαση όλες οι πλατφόρμες, οι οποίες σε κάθε περίπτωση θα αναζητούν, θα ελέγχουν, και θα δημοσιοποιούν τον αριθμό καταχώρησης πριν αναρτήσουν το ακίνητο στο σύστημά τους. Προτείνεται αυτή η βάση δεδομένων να είναι προσβάσιμη για την επιβολή των τοπικών κανόνων και να δημιουργηθεί επιπλέον ένα διαδικτυακό εργαλείο της



ΕΕ για την ανταλλαγή στοιχείων μεταξύ των αρμοδίων αρχών και των πλατφορμών βραχυχρόνιων μισθώσεων.

Η παρέμβαση των ευρωβουλευτών και των δημάρχων κρίνεται εξαιρετικά σημαντική για μια σειρά από λόγους που δεν αφορούν μόνο τον τουριστικό κλάδο. Διόλου τυχαία στην παρέμβαση προς την Κομισιόν συμμετέχουν και 14 δήμαρχοι. Πολλές πόλεις σε όλη την Ευρώπη -και η Ελλάδα δεν αποτελεί εξαίρεση- υποφέρουν από τις συνέπειες του υπερτουρισμού, φαινόμενο που έχει ενταθεί εξαιτίας των βραχυχρόνιων μισθώσεων. Συμβάλουν στην άνοδο των ενοικίων, κάνουν πιο δυσχερείς τις συνθήκες διαβίωσης των μόνιμων κατοίκων, ενώ πλέον είναι σαφές πως δεν έχουμε να κάνουμε με απλή οικονομία διαμοιρασμού, όπου ένας ιδιοκτήτης επιχειρεί να έχει κάποια έσοδα.

Μεγάλες εταιρείες προχωρούν σε μαζικές αγορές ακινήτων και χάρη στο ανύπαρκτο πλαίσιο ανταγωνίζονται αθέμιτα τον επίσημο τουριστικό κλάδο, δηλαδή ξενοδοχεία και νόμιμα καταλύματα.

Από το γεγονός αυτό πηγάζουν και οι διαμαρτυρίες όλων των τουριστικών φορέων για τη συμπερίληψη της βραχυχρόνιας μίσθωσης στο πρόγραμμα «Τουρισμός για Όλους».

Πέρα από τις όποιες ενέργειες της ΕΕ, καλείται και η Ελληνική Πολιτεία να αναλάβει πρωτοβουλίες και να ορίσει το θε-

Εδώ και χρόνια
οι επαγγελματίες του
τουρισμού στην Ελλάδα
ζητούν να οριστεί
θεσμικό πλαίσιο για
τις βραχυχρόνιες
μισθώσεις που θα βάλει
«φρένο» στον αθέμιτο
ανταγωνισμό

σμικό πλαίσιο λειτουργίας για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις. Πρόκειται για ένα αίτημα που το καταθέτουν εδώ και χρόνια οι επαγγελματίες του τουρισμού και δεν έχει βρει ανταπόκριση. Το σίγουρο είναι πως τώρα που έχουμε μπει στη χρονιά των εκλογών δύσκολα αναμένεται να υπάρξει νομοθετική πρωτοβουλία από την κυβέρνηση για το θέμα. Αντιθέτως πιο πιθανό είναι να έχουμε πιο σύντομα ευρωπαϊκή οδηγία για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, η οποία θα πρέπει να ενσωματωθεί κατόπιν στην ελληνική νομοθεσία.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός στον τουρισμό

Ο κύκλος ενός ταξιδιώτη υποστηρίζεται πλέον πλήρως με τις ψηφιακές δυνατότητες. Είτε κανείς επιλέγει αεροπορικές εταιρείες, υπηρεσίες μεταφοράς εδάφους, είτε μια ποικιλία καταλυμάτων όπως ξενοδοχεία ή διαμερίσματα, η ψηφιακή τεχνολογία είναι παρούσα σε κάθε σημείο του ταξιδιού



Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Οι νέες τεχνολογίες συνεχώς αναπτύσσονται και επηρεάζουν τη ζωή μας με τρόπους που δείχνουν ότι βρισκόμαστε στην αρχή μιας Τέταρτης Βιομηχανικής Επανάστασης, μιας νέας εποχής στην οποία η ψηφιοποίηση επηρεάζει τις κοινωνίες με νέους και συχνά απρόβλεπτους τρόπους. **Ο τουρισμός ήταν ένας** από τους πρώτους τομείς που ψηφιοποίησε τις επιχειρηματικές διαδικασίες σε παγκόσμια κλίμακα, φέρνοντας στο προσκήνιο τις online κρατήσεις πτήσεων και ξενοδοχείων και άλλες ψηφιακές υπηρεσίες. Καθώς η τεχνολογία των πληροφοριών και των επικοινωνιών έγινε παγκόσμιο φαινόμενο, ο τουρισμός ήταν ένας σταθερός πρώιμος χρήστης νέων τεχνολογιών και πλατφορμών.

Τα τελευταία χρόνια, η φράση «ψηφιακός μετασχηματισμός στα ταξίδια» αναφέρεται όλο και περισσότερο. Είναι αδιαμφισβήτητο ότι ο ψηφιακός μετασχηματισμός αλλάζει το μοντέλο και τον τρόπο λειτουργίας ενός οργανισμού ή επιχείρησης με βάση τη χρήση σύγχρονων ψηφιακών τεχνολογιών για τη δημιουργία νέων ευκαιριών και αξιών.

Η ισχυρή εξάπλωση του Industry 4.0 (της 4ης βιομηχανικής επανάστασης) με την έλευση νέων τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη (AI), το διαδίκτυο των πραγμάτων – internet of things (IoT), τα μεγα-δεδομένα – big data, το blockchain, η εικονική πραγματικότητα (VR), έχει βαθύ αντίκτυπο σε ολόκληρη την κοινωνικο-οικονομική ζωή αντικαθιστώντας σταδιακά τον παραδοσιακό τρόπο λειτουργίας σε λειτουργία σε ψηφιακό περιβάλλον.

Όλες οι επιχειρήσεις και οι βιομηχανίες που μένουν έξω από αυτήν την αναπόφευκτη τάση ενδέχεται να μην επωφεληθούν από τα πλεονεκτήματά της. Και ο κλάδος των ταξιδιών και του τουρισμού δεν αποτελεί εξαίρεση. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός, ή με άλλα λόγια η προώθηση της εφαρμογής της ψηφιακής τεχνολογίας στην τουριστική ανάπτυξη είναι ένας από τους ζωτικούς παράγοντες, που αναγκάζει τους τουριστικούς προορισμούς και τις επιχειρήσεις να ενσωματώσουν τις νέες τεχνολογίες που προσφέρονται.

Οι τάσεις ψηφιοποίησης ή ψηφιακού μετασχηματισμού σε διάφορες πτυχές και κλάδους της ζωής έχουν



αναμφίβολα ασκήσει μεγάλη επιρροή στον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε τις δημοφιλείς βιομηχανίες στη ζωή μας, όπως η υγειονομική περίθαλψη, η εφοδιαστική αλυσίδα, η ασφάλιση, η μεταποίηση, κλπ. Η βιομηχανία γνώρισε τεράστιες αλλαγές λόγω όλων των ψηφιακών αλλαγών που επηρέασαν κάθε τμήμα της, μετατρέποντας την ταξιδιωτική βιομηχανία σε έναν από τους πιο ενεργούς υιοθέτες του ψηφιακού μετασχηματισμού.

Με τον ερχομό του ψηφιακού μετασχηματισμού, οι πρακτικές στον ταξιδιωτικό κλάδο έκαναν μια καινοτομία στον τρόπο με τον οποίο οι άνθρωποι αντιλαμβάνονται και αγκαλιάζουν τις πληροφορίες και τις υπηρεσίες που παρέχουν τα ταξιδιωτικά γραφεία.

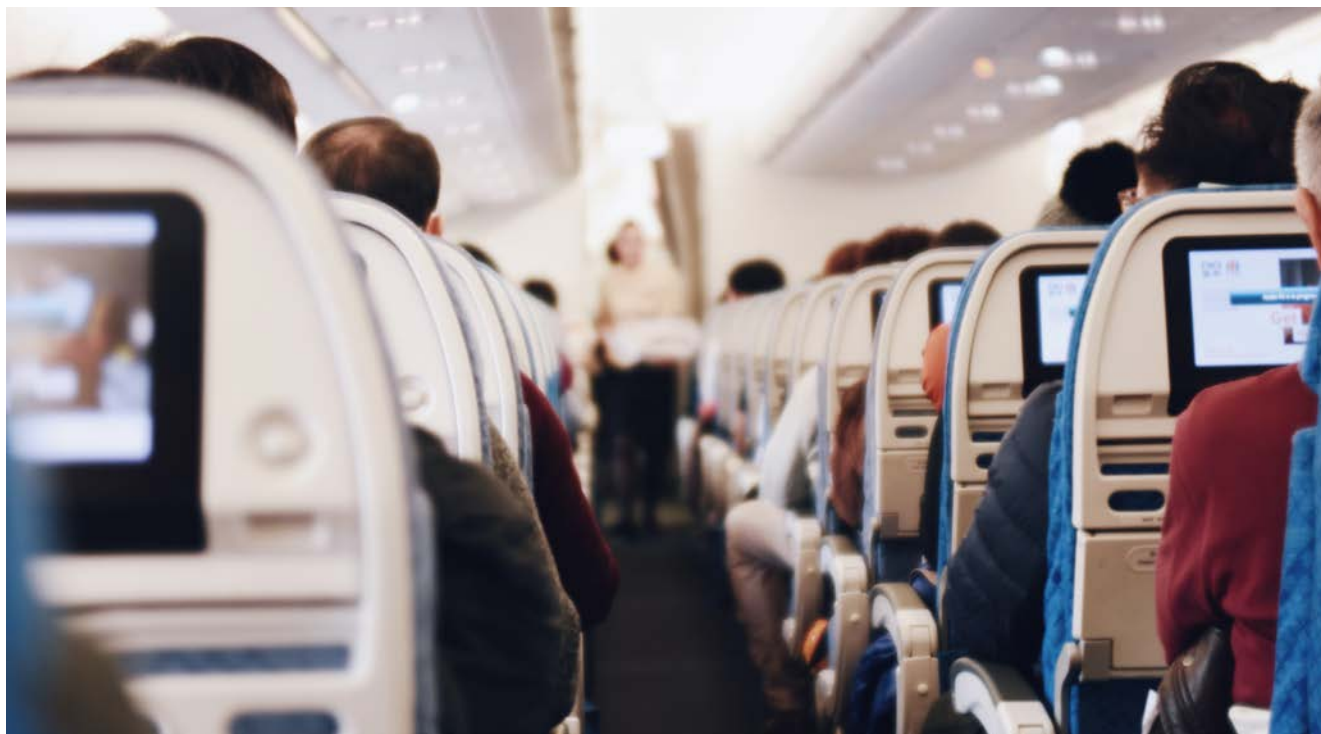
Συγκεκριμένα, η ύπαρξη και η εξάπλωση της χρήσης του Διαδικτύου, καθώς και η ανάπτυξη τουριστικού λογισμικού, έχει επιτρέψει τις εταιρείες και τους πελάτες τους να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσω μιας οθόνης. Με την υποστήριξη της διαδικασίας ψηφιοποίησης, τα ταξιδιωτικά πρακτορεία έκαναν χρήση τόσο των συναλλαγών όσο και της παροχής πληροφόρησης

σε κάθε στάδιο της αλυσίδας, επιτρέποντας στους πελάτες να ερευνήσουν διεξοδικά πριν ταξιδέψουν, να συγκρίνουν μεταξύ των τουριστικών γραφείων και να ελέγξουν σχόλια από προηγούμενους χρήστες. Σημαντικά χαρακτηριστικά που θα μπορούσαν να απαριθμηθούν είναι η κράτηση εισιτηρίων, η κράτηση καταλυμάτων ή ακόμα και η αίτηση εικονικής περιήγησης στον επιθυμητό προορισμό τους.

Για τις επιχειρήσεις, ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία στις μέρες μας δεν είναι πλέον μια προαιρετική στρατηγική, αλλά πρέπει να γίνει σταδιακά απαραίτητη πρακτική για να είναι ανταγωνιστικός και να ανταποκρίνεται στη συνεχή αύξηση των απαιτήσεων και των αναγκών των πελατών.

Γιατί πρέπει η τουριστική βιομηχανία να λάβει υπόψη τον ψηφιακό μετασχηματισμό στα ταξίδια;

Θα μπορούσατε να θυμηθείτε μια στιγμή από το τελευταίο σας ταξίδι στην πραγματικότητα; Ποια είναι η διαδικασία σας για να πάτε σε αυτές τις ξεχωριστές διακοπές; Πώς βρήκατε πού πρέπει να πάτε; Πώς σχεδιά-



σατε τις διακοπές σας; Πώς μοιραστήκατε τις στιγμές που περάσατε μετά από εκείνες τις διακοπές;

Ο τρόπος με τον οποίο οι πελάτες της ταξιδιωτικής και τουριστικής βιομηχανίας αντιλαμβάνονται και παίρνουν αποφάσεις για να πάνε διακοπές έχει αλλάξει ραγδαία με την πάροδο του χρόνου. Και ως αποτέλεσμα, τα ταξιδιωτικά γραφεία δεν μπορούν πλέον να εξαρτώνται κυρίως από την αλληλεπίδραση με τους πελάτες από όπου έχουν πρόσβαση στις πληροφορίες για τους προορισμούς. Κατά το ξέσπασμα της πανδημίας η σημασία και η ζήτηση για ριζική ψηφιακή εμπειρία έγιναν τεράστιες. Οι ιδιοκτήτες ταξιδιωτικών επιχειρήσεων εφαρμόζουν διάφορες λύσεις για να προσαρμόσουν την παρουσία τους στις ψηφιακές πλατφόρμες και να προσφέρουν εξαιρετικές ψηφιακές εμπειρίες. **Η απάντηση λοιπόν** στο συνηθισμένο ερώτημα «πώς μπορεί η ταξιδιωτική και τουριστική βιομηχανία να ανακάμψει από την πανδημία;» είναι ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να επιδείξουν την ικανότητα να χειρίζονται αποτελεσματικά και άριστα τον ψηφιακό μετασχηματισμό στον τομέα των ταξιδιών.

Η ύπαρξη και η εξάπλωση της χρήσης του Διαδικτύου, καθώς και η ανάπτυξη τουριστικού λογισμικού, έχει επιτρέψει τις εταιρείες και τους πελάτες τους να αλληλεπιδρούν μεταξύ τους μέσω μιας οθόνης

Όχι μόνο αυτό, αλλά ο ψηφιακός μετασχηματισμός στην ταξιδιωτική βιομηχανία έχει βελτιώσει σημαντικά την εμπειρία των πελατών, προσφέροντάς τους μεγαλύτερη υποστήριξη και αποτελεσματικότητα. Μπορούμε να πούμε ότι ο κύκλος ενός ταξιδιώτη υποστηρίζεται πλέον πλήρως με τις ψηφιακές δυνατότητες των παρόχων υπηρεσιών ή των πρακτορείων. Είτε κα-

νείς επιλέγει αεροπορικές εταιρείες, υπηρεσίες μεταφοράς εδάφους, είτε μια ποικιλία καταλυμάτων όπως ξενοδοχεία ή διαμερίσματα, η ψηφιακή τεχνολογία είναι παρούσα σε κάθε σημείο του ταξιδιού. Όλα τα ταξιδιωτικά γραφεία σήμερα προσπαθούν επίσης να βελτιώσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχονται στους πελάτες μέσω ψηφιακών πλατφορμών.

Οι λύσεις υψηλής τεχνολογίας που αναπτύσσονται με γρήγορους ρυθμούς διαμορφώνουν τις τάσεις του ψηφιακού μετασχηματισμού στα ταξίδια και τον τουρισμό. Η άνοδος των εφαρμογών για κινητά, η τεχνητή νοημοσύνη και τα chatbot, η σύνδεση στο internet of things (IoT), τα ταξίδια εικονικής πραγματικότητας είναι μερικές από αυτές, τις οποίες θα σας παρουσιάσω στο επόμενο φύλλο της εφημερίδας.

** Ο Γιώργος Τζιάλλας είναι Σύμβουλος Διοίκησης της DBC Diadikasia S.A., Τεχνικός Σύμβουλος Τουρισμού της Περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, πρώην Γενικός Γραμματέας στο Υπουργείο Τουρισμού*

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΡΟΕΣ

Τα ρεκόρ και οι χαμηλές πτήσεις

Σε ανέλπιστα θετικούς ρυθμούς η τουριστική κίνηση στο Νότιο Αιγαίο, που δείχνει πως θα ξεπεράσει φέτος όχι το 2019, αλλά κάθε ιστορικό προηγούμενο. Πολύ πιο άτονη η ανάκαμψη σε άλλες περιοχές

Έχουμε μπει για τα καλά στην υψηλή τουριστική περίοδο και τα στοιχεία που βλέπουν μέχρι στιγμής το φως της δημοσιότητας για την τουριστική κίνηση επιβεβαιώνουν τις εκτιμήσεις που έχουν διατυπωθεί για ανάκαμψη πολλαπλών ταχυτήτων.

Στο Νότιο Αιγαίο φαίνεται πως τα πράγματα πηγαίνουν όχι απλά καλά, αλλά σε ανέλπιστα θετικούς ρυθμούς, αφού ο φετινός Ιούλιος δείχνει πως θα αποτελέσει ιστορικό ρεκόρ για την επισκεψιμότητα στην περιοχή. Σύμφωνα με τα στοιχεία που ανακοίνωσε η Πρωτοβουλία Νοτίου Αιγαίου για τον τουρισμό και μετέδωσε το ΑΠΕ-ΜΠΕ οι διεθνείς αφίξεις κατά το πρώτο δεκαήμερο του Ιουλίου, σε Δωδεκάνησα και Κυκλάδες, εκτινάσσονται, ξεπερνώντας τη χρονιά ρεκόρ του 2019 με το ανεπανάληπτο ποσοστό αύξησης του 25% σε επίπεδο Περιφέρειας.

Με βάση τα επίσημα στοιχεία της Fraport, και τα τέσσερα διεθνή αεροδρόμια του Νοτίου Αιγαίου, Ρόδος, Κως, Μύκονος, Σαντορίνη καταγράφουν ρεκόρ τουριστικής ροής.

Η Ρόδος υπερδιπλασίασε το ποσοστό αύξησης που σημείωνε κατά τους πρώτους μήνες της σεζόν σε 18% με 173.205 επιβάτες, έναντι 146.605 το πρώτο δεκαήμερο του Ιουλίου 2019.

Κατά 13% ξεπέρασε και το νησί του Ιπποκράτη, τις επιδόσεις του 2019 για το αντίστοιχο διάστημα, προσελκύνοντας 83.667 σε μόλις δέκα ημέρες, από 73.766 τη χρονιά πριν την πανδημία.

Περνώντας στις Κυκλάδες, συγκλονιστικά είναι τα στοιχεία για τα νησιά της Μυκόνου και της Σαντορίνης. Το νησί των ανέμων επισκέφθηκαν 49.713 τουρίστες από το εξωτερικό, περισσότεροι κατά 37% για το αντίστοιχο διάστημα του 2019 (36.281).

Τέλος, έκρηξη τουριστικών ροών σημειώνεται στη Σαντορίνη, που υπερδιπλασίασε το ρεκόρ του 2019 και πέτυχε αύξηση της τάξης του 62% μέσα στον Ιούλιο με 58.071 επισκέπτες έναντι 35.799 το πρώτο δεκαήμερο του Ιουλίου για το 2019.

Το στοιχείο που επιτρέπει ακόμη μεγαλύτερη αισιοδοξία είναι πως εντείνεται δυναμικά ο ρυθμός των πτήσεων από το εξωτερικό προς τα διεθνή αεροδρόμια του Νοτίου Αιγαίου. Με 2.403 συνολικά πτήσεις μέσα μόνο στις πρώτες δέκα ημέρες του Ιουλίου, η Ρόδος υποδέχεται κατά μέσο όρο ανά ημέρα 106 αεροσκάφη, η Κως 54, η Μύκονος 35 και η Σαντορίνη 40, μένοντας προς το παρόν ανεπηρέαστες από τις καθυστερήσεις και ακυρώσεις στα διεθνή αεροδρόμια του εξωτερικού.

Με τους μήνες κορύφωσης της τουριστικής περιόδου να έπονται, οι αφίξεις στα νησιά των Κυκλάδων και Δωδεκανήσου ξεπερνούν ήδη τα 2 εκατ.-για την ακρίβεια 2.046.335- μέσω 13.006 απευθείας διεθνών πτήσεων στα 5 διεθνή αερο-



δρόμια του Νοτίου Αιγαίου μέχρι και τις 10 Ιουλίου.

Κορυφαίες αγορές

Τα ίδια περίπου μερίδια με τον Μάιο καταλαμβάνουν οι ξένες αγορές ανά προορισμό και τον Ιούνιο, με μικρές διαφορές να σημειώνονται στην αγορά της Πολωνίας, που αύξησε το μερίδιό της στη Ρόδο και της Τσεχίας που αύξησε το ποσοστό της στην Κω. Μύκονος και Σαντορίνη μοιράζονται τις ίδιες με τον προηγούμενο μήνα αγορές, με μικρές μεταξύ τους αυξομειώσεις.

Δεν είναι όμως αυτή η εικόνα σε όλους τους προορισμούς. Στον Πλαταμώνα για παράδειγμα ο αντιδήμαρχος τουρισμού δήμου Δίου-Ολύμπου, Βασίλης Βροχαρίδης μιλώντας στην ΕΡΤ3 τόνισε πως ναι μεν τα πράγματα είναι καλύτερα από πέρυσι, αλλά όχι αυτά που ανέμεναν οι επαγγελματίες της περιοχής.

«Η τουριστική κίνηση είναι πολύ καλύτερη από τις προηγούμενες δύο χρονιές, ωστόσο δεν είναι όπως περιμέναμε. Τα νούμερα του 2019 δεν τα έχουμε πιάσει και μάλλον δε θα τα πιάσουμε και αυτό για κάποιους λόγους συγκεκριμένους. Η χρονιά ξεκίνησε πολύ καλά αλλά αυτή τη στιγμή έχει κάνει μία κάμψη.

Ο τουρισμός από τα Βαλκάνια αυτή τη στιγμή είναι και λιγότερος και πιο αδύναμος οικονομικά, ο τουρισμός από τα βόρεια, που έρχεται αεροπορικά αντιμετωπίζει προβλήματα με τις πτήσεις, οι Έλληνες έχουν την οικονομική κρίση, τα καύσιμα και φέτος δε βοήθησε και ο καιρός» σημείωσε ο κύριος Βροχαρίδης.

Ακόμη πιο χαμηλές πτήσεις σημειώνει ο τουρισμός και στην Κομοτηνή, ένας προορισμός που ούτως ή άλλως θέλει «δουλειά», όπως συνομολογούν και φο-

«Η τουριστική κίνηση είναι πολύ καλύτερη από τις προηγούμενες δύο χρονιές, ωστόσο δεν είναι όπως περιμέναμε», δήλωσε ο αντιδήμαρχος τουρισμού για τον Πλαταμώνα

ρείς της πόλης. Ρεπορτάζ στην περιοχή μιλούν για την άδεια πλατεία της Κομοτηνής που κανονικά τέτοια περίοδο σφύζει από ζωή και κίνηση. Μόνο τα Σαββατοκύριακα βελτιώνεται κάπως η κατάσταση, αλλά γενικά επικρατεί η εικόνα μιας πόλης χωρίς επισκέπτες.

«Κάτι γίνεται τα Σαββατοκύριακα περισσότερο σε σχέση με τις καθημερινές» απαντούν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις τουρισμού και εστίασης

«Χρειάζεται περισσότερα ερεθίσματα ο επισκέπτης για να έρθει στην Κομοτηνή» λένε οι επαγγελματίες του χώρου της εστίασης και της αναψυχής. «Ο τόπος μας έχει πολλά να δείξει και η Κομοτηνή επίσης, πρέπει μόνο να οργανωθεί καλύτερα αυτό το πακέτο προβολής και προσέλκυσης» προσθέτουν οι τουριστικοί πράκτορες. Προβολή που έχουν αναλάβει δήμος και περιφέρεια. Βήμα – Βήμα που απαιτεί χρόνο για να φέρει τα προσδοκώμενα αποτελέσματα και υπάρχει δρόμος πολύς που πρέπει να διανυθεί.

Διεθνής Αερολιμένας Ρόδου

- Μεγάλη Βρετανία 23%
- Γερμανία 20%
- Πολωνία 7%
- Σουηδία 5%
- Φινλανδία 4%

Διεθνής Αερολιμένας Μυκόνου

- Ιταλία 26%
- Μεγάλη Βρετανία 23%
- Γαλλία 14%
- Γερμανία 9%
- Ελβετία 6%

Διεθνής Αερολιμένας Κω

- Γερμανία 32%
- Μεγάλη Βρετανία 26%
- Ολλανδία 8%
- Πολωνία 8%
- Τσεχία 4%

Διεθνής Αερολιμένας Σαντορίνης

- Μεγάλη Βρετανία 26%
- Ιταλία 22%
- Γαλλία 13%
- Γερμανία 9%

Πηγή: ΑΠΕ-ΜΠΕ



Πόσα ακόμη χρόνια πρέπει να περιμένουμε;

Αν μπορέσουμε να οικοδομήσουμε μια ταυτότητα πόλης που είναι ελκυστική, ισχυρή, με επιβλητική στοργή και με την αίσθηση του ανήκειν και της εμπιστοσύνης, αυτή η ταυτότητα θα μας βοηθήσει να λύσουμε πολλές από τις άλλες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι προορισμοί

Η έκρηξη των καλών αποτελεσμάτων προσέλευσης σε ορισμένα νησιά και ξενοδοχεία για τους πρώτους μήνες του καλοκαιριού του 2022 επισκίασε για άλλη μια φορά την επείγουσα ανάγκη να οργανωθούν οι προορισμοί μας.



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

πραγματικά αυθεντική μας κουζίνα και τα προϊόντα μας;

Πολυάριθμα σεμινάρια, webinars, άρθρα, συνεντεύξεις έχουν εισβάλει στις οθόνες μας.

Απόψεις και ιδέες που δίνονται από οποιοδήποτε είδος ατόμου σε άμεση ή έμμεση σχέση με τον τουρισμό: δικηγόροι, καθηγητές, ξενοδόχοι, ιδιοκτήτες ξενοδοχείων, εκλεγμένοι άνδρες και γυναίκες, είχαν βήμα και εξέφρασαν την γνώμη τους κοιτώντας την διεθνή αγορά από το «χωριό» τους.

Πόσοι όμως έχουν ένα ολοκληρωμένο και παγκόσμιο όραμα για τον τουρισμό, ενσωματώνοντας τα εσωτερικά και εξωτερικά ζητήματα της χώρας, ευεργετικά για κάθε επάγγελμα; Πόσοι έχουν τη γνώση και την εμπειρία στη δημιουργία ενός προορισμού, τη δημιουργία προστιθέμενης αξίας, την ανάπτυξη της ελκυστικότητας ενός τόπου;

Ίσως εδώ να είναι το πρόβλημα: όλοι έχουμε κάποιο μέρος από την αλήθεια, αλλά κανείς δεν ξέρει την πραγματική συνταγή και μέθοδο.

Η οικοδόμηση μιας διαρκούς ταυτότητας και φήμης ενός προορισμού είναι μια από τους στοιχειώδεις, αλλά συχνά μυστηριώδεις στόχους που αντιμετωπίζουν οι ηγέτες της πόλης. Ναι στους ηγέτες της πόλης και του προορισμού



αναφέρομαι γιατί από εκεί ξεκινάμε.

Ο ρόλος τους δεν είναι να διοργανώσουν μόνο πανηγύρια.

Αν μπορέσουμε να οικοδομήσουμε μια ταυτότητα πόλης που είναι ελκυστική, ισχυρή, με επιβλητική στοργή και με την αίσθηση του ανήκειν και της εμπιστοσύνης, αυτή η ταυτότητα θα μας βοηθήσει να λύσουμε πολλές από τις άλλες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι προορισμοί. Μια θετική ταυτότητα μπορεί να μας δώσει το «πλεονέκτημα της αμφιβολίας» όταν γίνονται επιλογές: μπορεί να διατηρήσει το εξωτερικό ενδιαφέρον για την πόλη μας ακόμη και όταν περνάμε δύσκολες στιγμές και να αναγκάσει τους ανθρώπους να μας βοηθήσουν ακόμη και χωρίς αποδείξεις για το

δικό τους πιθανό κέρδος.

Είμαστε όλοι παίχτες στην ίδια ομάδα, ατομική νίκη δεν υπάρχει αλλά μόνο ομαδική.

Είμαστε όλοι υπάλληλοι στην ίδια εταιρεία που λέγεται προορισμός.

Μια θετική ταυτότητα κάνει επίσης τους επενδυτές και τις επιχειρήσεις απρόθυμους να μας εγκαταλείψουν, ακόμη και όταν ο ανταγωνισμός είναι έντονος. Μια ταυτότητα προορισμού βοηθά τους ανθρώπους να αγκαλιάσουν την ψυχή της πόλης και να γίνουν φίλοι, όχι απλώς πελάτες.

Αν η οικοδόμηση της ταυτότητας μιας βιώσιμης περιοχής είναι σίγουρα ένας από τους σημαντικότερους στόχους που αντιμετωπίζουμε πολύ συχνά ως σύμ-

βουλοι, το πολιτικό κέρδος είναι επίσης παρόν. Ως δήμαρχος επιθυμείτε να σας θυμόμαστε σαν τον άνθρωπο που αναδεικνύει τον τόπο του, να δώσουμε το όνομα του σε μια πλατεία, ένα δρόμο, ένα σχολείο ή απλά να είστε μέσα σε μια λίστα αιρετών που με τον καιρό όλοι θα σας ξεχάσουν;

Πριν από 30 χρόνια πιστεύαμε ότι οι πόλεις χρειάζονταν λογότυπα και σλόγκαν για να προσελκύσουν τουρίστες. Αλλά σήμερα και εδώ και 10 χρόνια συνειδητοποιούμε ότι το περιεχόμενο ενός προορισμού είναι πιο σημαντικό και δυναμικό γιατί ακόμα και αυτό αμφισβητείται μέσω του διεθνούς ανταγωνισμού.

Για παράδειγμα, σήμερα δεν μπορούμε να ασχοληθούμε μόνο με τους τουρί-



στες που έρχονται για μερικές ημέρες. Ιδιαίτερα όταν η μεγάλη σαιζόν δεν ξεπερνάει 3 μήνες.

Σήμερα μας ενδιαφέρουν και οι φοιτητές, οι ερευνητές, οι καλλιτέχνες, οι επενδυτές, οι επιχειρηματίες, οι εργαζόμενοι στη γνώση, τα ιδρύματα, τις αθλητικές και επιχειρηματικές εκδηλώσεις, τα γυρίσματα ταινιών, φεστιβάλ, σε συνόδους κορυφής, και μια σειρά από άλλες δραστηριότητες που είναι κινητές.

Ονομάστε τους nomads ή όπως αλλιώς θέλετε. Ο στόχος είναι να τους προσελκύσουμε και να τους κρατήσουμε.

Είναι αυτός ο ρόλος ενός DMO; Απολύτως.

Οι πόλεις ανταγωνίζονται για να κερδίσουν ή να διατηρήσουν τέτοιους επισκέπτες. Δεν αρκεί για ένα προορισμό να έχει ένα εμπορικό σήμα που προσελκύει μόνο τουρίστες, οι προορισμοί πρέπει να έχουν μια ταυτότητα που φτάνει σε διαφορετικές αγορές και πελάτες και να λέει μια ενοποιητική ιστορία για την αξία που μπορεί να προσθέσει η πόλη στη δραστηριότητα που ψάχνει ο καθένας για μια κατοικία. Δεν μπορούμε να πούμε μια ιστορία στους φοιτητές και μια άλλη στους επιχειρηματίες, για παράδειγμα, επειδή οι φοιτητές μπορεί να γίνουν επιχειρηματίες και οι επιχειρη-

Δεν αρκεί για ένα προορισμό να έχει ένα εμπορικό σήμα που προσελκύει μόνο τουρίστες, οι προορισμοί πρέπει να έχουν μια ταυτότητα που φτάνει σε διαφορετικές αγορές και πελάτες

ματίες μερικές φορές επίσης σπουδάζουν. Χρειαζόμαστε μια ιστορία οργάνωσης σε πολλές αγορές, όχι μόνο μια εκστρατεία πωλήσεων σε μία από αυτές. **Έχοντας μια σαφή** ταυτότητα σημαίνει επίσης ότι ένας προορισμός μπορεί να ευθυγραμμίσει την ταυτότητά του με την ταυτότητα των άλλων γειτονικών προορισμών και να δημιουργήσει μια ισχυρή αίσθηση συμμαχίας, συμβατότητας και κοινού πεπρωμένου. Έτσι, χωρίς σαφή ταυτότητα είναι δύσκολο να κερδίσετε την μάχη και κάθε χρόνο θα ξανά ξεκινάτε από την αρχή.

Η εξαγωγή των τοπικών όπως και των βιομηχανικών προϊόντων μιας πόλης, η προσέλκυση ευρωπαϊκής χρηματοδότη-

σης και το να σας διαλέξουν για ένα γύρισμα ταινίας ή μια σύνοδο κορυφής υπόκεινται επίσης στον βασικό και πρωταρχικό νόμο της οικοδόμησης σχέσεων και στη συναισθηματική επικοινωνία που τη συνοδεύει.

Αλλά μια ταυτότητα προορισμού δεν είναι αρκετή για να πετύχει από μόνη της, είναι μόνο ένα βασικό συστατικό. Οι πόλεις πρέπει επίσης να έχουν φιλόδοξους και ικανούς πολίτες, καλές υπηρεσίες, υγιή διακυβέρνηση, αποτελεσματική διαχείριση υποδομών και πόρων και ένα καλό κλίμα για επενδύσεις. Αυτά τα πράγματα πρέπει να συνδυαστούν με σοφή στρατηγική και μια ισχυρή βάση στήριξης.

Οι πόλεις πρέπει να διαχειριστούν την αλλαγή, να προσαρμοστούν στις δυναμικές τάσεις και να διαμορφώσουν το μέλλον. Αλλά χωρίς την ταυτότητα της πόλης αυτό είναι πολύ πιο δύσκολο να γίνει, και το αποτέλεσμα είναι λιγότερο αποτελεσματικό. Το βασικό σημείο είναι αυτό, η ταυτότητα δεν είναι μόνο για να «πουλήσουμε» την πόλη μας, είναι επίσης κρίσιμο για τη διαμόρφωση και την οικοδόμηση της πόλης μας, παρέχοντας στους ηγέτες των πόλεων τον μαγνήτη που μπορεί να συνδυάσει ανθρώπους και θεσμούς μαζί σε μια κοινή

ταυτότητα και σκοπό. Αυτό που ονομάζουμε ηγεσία της πόλης είναι μια πιο πιεστική δύναμη από ό, τι οι περισσότεροι από εμάς είμαστε πρόθυμοι να πούμε. Μόνο με την αφήγηση της βαθιάς ιστορίας για το πώς οι πόλεις μπορούν να είναι οι ηγέτες του 23ου αιώνα, όπως ήταν στους προηγούμενους αιώνες, μπορούμε να ανακαλύψουμε τον μελλοντικό τους ρόλο στο να οδηγήσουν τα έθνη και τους πολίτες στα επόμενα σύνορα.

Αντιμετωπίζοντας τον διεθνή ανταγωνισμό για την προσέλκυση ανθρώπων, θέσεων εργασίας, επιχειρήσεων και άλλων, οι πόλεις καθιερώνουν στρατηγικές επωνυμίας. Αλλά για να πετύχουν πρέπει να εντοπίσουν βασικούς παράγοντες και αξίες, και ιδιαίτερα να αντιμετωπίσουν το κεντρικό ζήτημα της ταυτότητας.

Ποτέ δεν είναι όμως αργά, οι αλλαγές δεν έρχονται από πάνω αλλά δημιουργούνται από κάτω, από τους τοπικούς θεσμούς, τους επιχειρηματίες και κυρίως τους πολίτες, γιατί αυτοί οι τελευταίοι είναι ο λόγος που τα κάνουμε.

Όσο για εμάς, δημιουργοί προορισμών σε δεκάδες πόλεις της Ευρώπης, περιμένουμε και ελπίζουμε ότι ο τόπος μας θα ξανά γίνει το διαμάντι της Μεσογείου.

Το business travelling «βυθίστηκε» την περίοδο της πανδημίας, με τις καραντίνες, ενώ οι νέες μορφές επικοινωνίας που αναπτύχθηκαν μέσω διαδικτύου, καθιστούν αμφίβολη την επιστροφή των επαγγελματιών ταξιδιών στα επίπεδα που βρίσκονταν πριν από την επέλαση του κορονοϊού. Για να εξισορροπήσουν αυτή την κατάσταση οι αεροπορικές εταιρείες έχουν δημιουργήσει νέες θέσεις business class σε αεροσκάφη που πραγματικά κάνουν τη διαφορά. Από τα ξαπλωτά καθίσματα μέχρι τα γεύματα κατά τη διάρκεια της πτήσης και τις αίθουσες αναμονής των αερογραμμών, παρακάτω μπορείτε να δείτε τις καλύτερες πτήσεις business class της Ευρώπης.



Business class που κάνουν τη διαφορά!

Σε μια προσπάθεια να δώσουν ώθηση στα επαγγελματικά ταξίδια οι αεροπορικές εταιρείες της Ευρώπης παρουσιάζουν νέες παροχές και ανέσεις για να προσελκύσουν επιβάτες στη business class. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά τους



Lufthansa A350: Ανακατασκευασμένη άνεση

Ξεκινάμε με ένα από τα νεότερα προϊόντα business class στην Ευρώπη, τα καθίσματα business class της Lufthansa (LHAB) (LHA) στο A350-900.

Τα καθίσματα της business class λανσαρίστηκαν τον Απρίλιο του 2022, οπότε πρόκειται για ένα αρκετά νέο προϊόν. Τα νέα αεροσκάφη A350 της Lufthansa (LHAB) (LHA) είναι στην πραγματικότητα πρώην αεροσκάφη της Philippine Airlines που έχουν ανακατασκευαστεί.

Η καλύτερη αναβάθμιση που έκανε η Lufthansa (LHAB) (LHA) σε αυτόν τον νεοαποκτηθέντα στόλο αεροσκαφών A350 ήταν η αλλαγή της διαμόρφωσης των καθισμάτων της business class. Η τρέχουσα διαμόρφωση στα παλαιότερα αεροσκάφη είναι 2-2-2 θέσεις, πράγμα που σημαίνει ότι δεν έχουν όλοι πρόσβαση στον διάδρομο, κάτι που αποτελεί πρόβλημα τόσο για τον επιβάτη που κάθετα στο παράθυρο όσο και για τον επιβάτη που βρίσκεται στον διάδρομο δίπλα του και αποτελεί μια κοινή απογοήτευση που συναντάται σε παλαιότερες καμπίνες business class. Η Lufthansa (LHAB) (LHA) σχεδιάζει να χρησιμοποιήσει τον «νέο» στόλο A350 για να ενισχύσει τις υπερατλαντικές πτήσεις της από το Μόναχο, οπότε η νέα καμπίνα της business class έχει αναδιαμορφωθεί σε διάταξη 1-2-1, που σημαίνει ότι όλοι έχουν πρόσβαση στον διάδρομο. Η διάταξη των καθισμάτων είναι επίσης ελαφρώς κλιμακωτή, γεγονός που δίνει σε κάθε επιβάτη αυτή την επιπλέον αίσθηση ιδιωτικότητας.

Καθίσματα **British Airways** Club World

Λίγοι γνωρίζουν ότι η British Airways πρωτοστάτησε στην ιδέα των ξαπλωμένων καθισμάτων στην πρώτη θέση το 1995, ενώ τα λεγόμενα ανακλινόμενα «καθίσματα-κούνια» εισήχθησαν για την επιχειρηματική θέση το 1996. Το 1999, η British Airways εισήγαγε τα καθίσματα της επιχειρηματικής θέσης που ξαπλώνουν σε διάταξη yin-yang. Είχε καθίσματα με κατεύθυνση προς τα πίσω δίπλα σε καθίσματα με κατεύθυνση προς τα εμπρός, πράγμα που σήμαινε ότι ορισμένοι επιβάτες βρίσκονταν αντιμέτωποι κατά τη διάρκεια της πτήσης. Η διάταξη είχε στόχο να διευκολύνει την επικοινωνία για ζευγάρια ή συναδέλφους που ταξιδεύουν μαζί, ωστόσο ενοχλούσε και έφερνε σε αμηχανία αρκετούς επιβάτες. Έτσι το 2019 η British Airways άρχισε να κυκλοφορεί τη νέα Club Suite για να αντικαταστήσει τις θέσεις Club World στην business class. Είναι πιο μοντέρνες με πρόσθετες δυνατότητες, αλλά όλα τα καθί-



σματα είναι πλέον στραμμένα προς τα εμπρός, όπως και σε κάθε άλλη αεροπορική εταιρεία. Όσοι εξακολουθούν να επιθυμούν να ζήσουν την εμπειρία των yin-yang καθισμάτων της business class θα έχουν μόνο μερικούς μήνες μπροστά τους, επειδή η British Airways σχεδιάζει να αναβαθμίσει όλη την business class του στόλου της σε Club Suite μέχρι το τέλος του 2022.

Business Class της **Austrian Airlines**: Γκουρμέ εμπειρίες

Η τροφοδοσία της business class της Austrian Airlines γίνεται από την αυστριακή εταιρεία Do & Co, η οποία τροφοδοτεί και άλλες αεροπορικές εταιρείες, όπως η Turkish Airlines και η Delta.

Το 2018, η Austrian Airlines κέρδισε το βραβείο της Skytrax για την «Καλύτερη τροφοδοσία στην Business Class επί του σκάφους». Κατά τη δημιουργία του μενού της business class της αεροπορικής εταιρείας χρησιμοποιούνται εποχικά αυστριακά υλικά και πιάτα. Είναι σύνηθες να βλέπετε στο μενού βερίκοκα, Martini Gansl (χήνα του Αγίου Μαρτίνου) ή Wiener Zwiebelrostbraten (βιεννέζικο μοσχαρίσιο ψητό με κρεμμύδι). Η αεροπορική εταιρεία περνάει από σχολαστική διαδικασία ένα γεύμα για να το εγκρίνει, καθώς ειδικευμένο προσωπικό δοκιμάζει τα γεύματά της σε πραγματικές πτήσεις, ώστε να γνωρίζει πώς θα είναι η γεύση ενός πιάτου στον αέρα.

Η Austrian Airlines διαθέτει επίσης σεφ στο αεροσκά-



φος για να προετοιμάζουν γεύματα της business class, όπως αυγά και μπριζόλες, σε πραγματικό χρόνο πάνω από τα σύννεφα. Και αν αγαπάτε τον καφέ μπορείτε να επιλέξετε ανάμεσα σε 10 τυπικές αυστριακές σπεσιαλιτέ καφέ, όπως ο Einspänner, ο βιεννέζικος παγωμένος καφές ή ο Melange, από ένα ξεχωριστό μενού καφέ για τις πτήσεις μεγάλων αποστάσεων της αεροπορικής εταιρείας.

KLM business class: μοναδικά αναμνηστικά

Οι επιβάτες της KLM στην επιχειρηματική θέση είναι εγγυημένο ότι θα φύγουν από την πτήση με μια μόνιμη εντύπωση.

Η αεροπορική εταιρεία μοιράζει σε κάθε επιβάτη της business class custom-made Delft Blue Houses (αναπαραγωγές παραδοσιακών σπιτιών του Άμστερνταμ και κάθε μπλε σπίτι είναι γεμάτο με ολλανδικό τζιν.

Το καλύτερο με αυτά τα μοναδικά αναμνηστικά είναι ότι κάθε Οκτώβριο, η

KLM κυκλοφορεί ένα νέο σπίτι για τον εορτασμό της επετείου της. Ένα από τα πιο αξιοσημείωτα σπίτια που δημιούργησε η αεροπορική εταιρεία ήταν το σπίτι με τον αριθμό 47, μια μικρογραφία του σπιτιού της Άννας Φρανκ στο Prinsengracht 263 στο Άμστερνταμ.

Το 2021, η KLM δημιούργησε μια μικρογραφία του εμβληματικού κινηματογράφου Tuschinski του Άμστερνταμ με αφορμή τα 102α γενέθλια της αεροπορικής εταιρείας.



Business class Boeing 777-300 της Air France: Έρχεται τον Σεπτέμβριο

Τον Σεπτέμβριο του 2022, η Air France θα παρουσιάσει το πιο πρόσφατο προϊόν business class στο στόλο της B777-300. Η αεροπορική εταιρεία δήλωσε ότι όταν σχεδιάζε τη νέα καμπίνα, είχε στο μυαλό της τρία «F»:

- **Full Flat:** Κάθε μονάδα μεταμορφώνεται σε ένα επίπεδο κρεβάτι μήκους σχεδόν δύο μέτρων.
- **Full Access:** με διαμόρφωση 1-2-1, όλοι οι επιβάτες έχουν άμεση πρόσβαση στο διάδρομο.
- **Πλήρης ιδιωτικότητα:** Η βέλτιστη ιδιωτικότητα εξασφαλίζεται με συρόμε-

νες πόρτες και χωρίσματα.

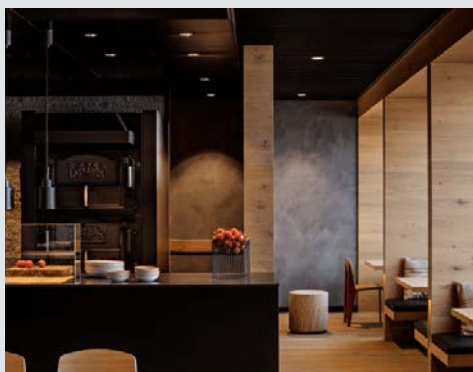
Για τα μεσαία καθίσματα, υπάρχει επίσης ένα κεντρικό πάνελ που μπορεί να ανεβοκατεβαίνει, επιτρέποντας ευελιξία σε όσους ταξιδεύουν μαζί ή μόνοι τους.

Το νέο σύστημα ψυχαγωγίας θα διαθέτει επίσης αντιθαμβωτική τηλεόραση HDTV, ακουστικά με ακύρωση θορύβου, πρίζες και άφθονο αποθηκευτικό χώρο. Το πρώτο από τα B777-300 της Air France που θα απογειωθεί με τα νέα καθίσματα business class θα πετάξει στο δρομολόγιο Παρίσι - Νέα Υόρκη.

Business Class της SWISS: Μινιμαλισμός και plane spotting

Η SWISS, ή Swiss International Air Lines, διαθέτει εννέα αίθουσες αναμονής στο αεροδρόμιο της Ζυρίχης (ZRH) και οι εσωτερικοί χώροι της είναι η επιτομή των στόχων του σπιτιού και του γραφείου! Η εταιρεία έχει ένα πολύ άνετο, αλλά μινιμαλιστικό στυλ που ευνοεί την εργασία και την αίσθηση χαλάρωσης λίγο πριν από την πτήση.

Εάν έχετε κλείσει πτήση business ή πρώτης θέσης με τη SWISS που αναχωρεί από τη Ζυρίχη, σας προτρέπουμε να φτάσετε με λίγες ώρες στη διάθεσή σας, ώστε να μπορέσετε να απολαύσετε το σαλόνι. Εργαστείτε, διαβάστε ή απλώς χαλαρώστε και απολαύστε το φαγητό. Και αν είστε μανιώδης παρατηρητής αεροπλάνων ή απλά λάτρης της αεροπορίας, μην ξεχάσετε να επισκεφθείτε τη βεράντα που βλέπει απευθείας στον διάδρομο προσγείωσης και απογείωσης. Υπάρχουν ζευγάρια κιάλια Leica σε διάφορα τμήματα της βεράντας για χρήση από τους επιβάτες.



The Loft της Virgin Atlantic: για κοινωνικές επαφές

Η Upper Class (επιχειρηματική θέση) της Virgin Atlantic σε επιλεγμένα αεροσκάφη A350 είναι γνωστή για την αυθάδεια αλλά και την αριστοκρατική της συμπεριφορά και μπορεί να σας βοηθήσει να προωθήσετε τις συνδέσεις σας ενώ πετάτε με στυλ.

Το Loft είναι ένας κοινωνικός χώρος για τους επιβάτες που μπορούν να χαλαρώσουν, να τεντώσουν τα πόδια τους, να πουν ένα ποτό ή να συζητήσουν - είτε πρόκειται για έναν ταξιδιωτικό σύμβουλο, είτε ακόμη και για έναν συνεπιβάτη που μόλις γνώρισαν.



Το αεροδρόμιο Heathrow είπε στις αεροπορικές εταιρείες να σταματήσουν να πωλούν εισιτήρια για το καλοκαίρι, όπως μετέδωσε προ ημερών το BBC. Το μεγαλύτερο αεροδρόμιο του Ηνωμένου Βασιλείου αγωνίζεται για να διαχειριστεί την αυξημένη επιβατική κίνηση. Τα ίδια προβλήματα τα αντιμετωπίζουν πολλές χώρες. Όπως είχαμε γράψει και το προηγούμενο φύλλο στη Γερμανία έχουν απευθύνει προσκλητήριο σε ξένους εργαζόμενους κυρίως από την Τουρκία για να καλύψουν τις κενές θέσεις στα αεροδρόμια της χώρας.

Στη Βρετανία το Heathrow περιορίζει τον αριθμό των επιβατών που μπορούν να αναχωρούν καθημερινά κατά τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής σε 100.000, 4.000 λιγότερους από τους προγραμματισμένους σήμερα.

Το ανώτατο όριο στον αριθμό των επιβατών θα ισχύσει από τώρα έως τις 11 Σεπτεμβρίου. Χιλιάδες ταξιδιώτες του Ηνωμένου Βασιλείου έχουν επηρεαστεί από τις αναταράξεις στις αναχωρήσεις τις τελευταίες εβδομάδες, συμπεριλαμβανομένων των ακυρώσεων της τελευταίας στιγμής.

Τα αεροδρόμια και οι αεροπορικές εταιρείες, οι οποίες μείωσαν τις θέσεις εργασίας κατά τη διάρκεια της πανδημίας, προσπαθούν τώρα να καλύψουν τις θέσεις εργασίας, καθώς η ζήτηση για διακοπές έχει επιστρέψει. Το Ηνωμένο Βασίλειο πρόκειται να εισέλθει στη βασική περίοδο καλοκαιρινών διακοπών, καθώς τα κλείνουν σχολεία για το καλοκαίρι.

Οι υπουργοί είπαν στους αερομεταφορείς να επανεξετάσουν τα σχέδιά τους μετά το χάος του Μαΐου, το οποίο αποδόθηκε στην έλλειψη προσωπικού των αεροπορικών εταιρειών και των αεροδρομίων.

Επιπλέον, τέθηκε σε εφαρμογή μια προσωρινή κυβερνητική «αμνηστία» στους κανόνες για τις χρονοθυρίδες των αεροδρομίων, η οποία επιτρέπει στις αεροπορικές εταιρείες να αλλάξουν τα καλοκαιρινά τους δρομολόγια χωρίς να αντιμετωπίσουν πιθανές κυρώσεις.

Όμως, παρά τα παραπάνω, το Heathrow δήλωσε ότι οι αεροπορικές εταιρείες εξακολουθούν να σχεδιάζουν να εκτελούν πτήσεις που μεταφέρουν περισσότερους



«Έμφραγμα» στο Heathrow

Το μεγαλύτερο αεροδρόμιο της Βρετανίας κάλεσε τις αεροπορικές εταιρείες να σταματήσουν να πωλούν εισιτήρια για τους θερινούς μήνες, καθώς αδυνατεί να ανταπεξέλθει λόγω των ελλείψεων προσωπικού

επιβάτες ημερησίως από όσους μπορούν να διεκπεραιωθούν με αποδεκτό τρόπο.

«Τις τελευταίες εβδομάδες, καθώς ο αριθμός των αναχωρούντων επιβατών ξεπερνούσε τακτικά τους 100.000 την ημέρα, έχουμε αρχίσει να βλέπουμε περιόδους κατά τις οποίες η εξυπηρέτηση πέφτει σε επίπεδο που δεν είναι αποδεκτό: μεγάλες ουρές, καθυστερήσεις για επιβάτες που χρειάζονται βοήθεια, αποσκευές που δεν ταξιδεύουν με τους επιβάτες ή φθάνουν αργά, χαμηλή ακρίβεια και ακυρώσεις της τελευταίας στιγμής», δήλωσε ο επικεφαλής του Heathrow John Holland-Kaye.

«Η εκτίμησή μας είναι ότι ο μέγιστος ημερήσιος αριθμός αναχωρούντων επιβατών που μπορούν να εξυπηρετήσουν συλλογικά οι αεροπορικές εταιρείες, οι επίγειοι χειριστές και το αεροδρόμιο κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού δεν υπερβαίνει τις 100.000. Οι τελευταίες προβλέ-

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●
**Το πλαφόν που μπήκε
από το αεροδρόμιο
είναι 100.000
αναχωρήσεις την ημέρα
έως τις 11 Σεπτεμβρίου**
● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

ψεις δείχνουν ότι, ακόμη και παρά την αμνηστία, οι ημερήσιες αναχωρήσεις κατά τη διάρκεια του καλοκαιριού θα είναι κατά μέσο όρο 104.000 θέσεις - δίνοντας ένα ημερήσιο πλεόνασμα 4.000 θέσεων. Κατά μέσο όρο, μόνο περίπου 1.500 από αυτές τις 4.000 ημερήσιες θέσεις έχουν

πωληθεί προς το παρόν στους επιβάτες, και γι' αυτό ζητάμε από τους συνεργάτες μας στις αεροπορικές εταιρείες να σταματήσουν να πωλούν εισιτήρια για το καλοκαίρι, ώστε να περιοριστούν οι επιπτώσεις στους επιβάτες».

Ο αριθμός των επιβατών του Heathrow συνέχισε να αυξάνεται, καθώς ανακάμπτει η ταξιδιωτική κίνηση μετά την πανδημία. Ωστόσο, εξακολουθούν να βρίσκονται κάτω από τα προ του κορονοϊού επίπεδα, όταν το αεροδρόμιο είχε περίπου 110.000 έως 125.000 αναχωρήσεις ημερησίως.

Ο κ. Holland-Kaye ζήτησε συγγνώμη από τους επιβάτες των οποίων τα ταξιδιωτικά σχέδια ενδέχεται να επηρεαστούν από την κίνηση αυτή. «Αλλά αυτό είναι το σωστό για να παρέχουμε ένα καλύτερο, πιο αξιόπιστο ταξίδι και να διατηρήσουμε όλους όσους εργάζονται στο αεροδρόμιο ασφαλείς».



**Thematic
Tourism
Expo
& Food Festival
LAMIA 2022**

**THEMATIC
TOURISM
EXPO
& Food Festival
20-23
OCTOBER 2022**



**MACT
MEDIA
GROUP**



211-0129575



info@mact.gr

Είμαι ηλικιωμένος... δεν είμαι ηλίθιος!

Οι ηλικιωμένοι επισκέπτες αξίζουν ένα σεβασμό και όχι τις διαρκείς «ταπεινώσεις» εξαιτίας μιας δήθεν τεχνολογικής υπεροχής, η οποία πολλές φορές υποκριτικά έρχεται να δηλώσει ότι γίνεται για την βοήθειά μας



Εναλλακτικός...
Προορισμός

Γράφει ο
**Ευάγγελος
Κυριακού**
Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών

Μία ηλικιακή ομάδα που ταξιδεύει λόγω χρόνου και οικονομικής κατάστασης είναι οι άνθρωποι της 3ης ηλικίας. Εξαιτίας και του δημογραφικού «μανιταριού» που έχει αντικαταστήσει την «κλασική πυραμίδα» το εύρος και το πλήθος της ομάδας τείνει να είναι εξαιρετικά σημαντικό. Οι άνθρωποι αυτοί αποτέλεσαν το ουσιαστικό στοιχείο ανάπτυξης μετά τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο και έτυχε να ζήσουν μια σειρά μεταβάσεων της βιομηχανικής επανάστασης. Τώρα τελευταία βρίσκονται μέσα στην δίνη της ψηφιακής επανάστασης. Το ερώτημα είναι πόσο έτοιμη ήταν αυτή η κοινωνότητα ανθρώπων να ανταπεξέλθει σε αυτή την «εξατομίκευση υπηρεσιών» όπου τα πάντα τα κάνεις μόνος από το σπίτι ή το κινητό τηλέφωνο ή το τάμπλετ; **Αυτή η ένταση ψηφιοποίησης** που εν μέρει είναι αποδεκτή ως συστατικό στοιχείο της σύγχρονης κοινωνίας και εκπαίδευσης ταυτόχρονα συνιστά και μια μορφή κακοποίησης των ηλικιωμένων. Ήδη στην Ισπανία έχει περάσει το σύνθημα «Είμαι γέρος, όχι ηλίθιος», σύμφωνα με τον Carlos San Juan ο οποίος καταγγέλλει πως η ψηφιοποίηση έχει γίνει γάγγραινα για πολλούς ηλικιωμένους οι οποίοι καθίστανται ευάλωτοι στις απάτες και γενικότερα στις συναλλαγές. Σε λίγα χρόνια θα κινδυνεύουμε όλοι περισσότερο από ψηφιακές κλοπές παρά από φυσικές. Ταυτόχρονα η απουσία ενδιαμέσων συστημάτων και συστηματικής εκπαίδευσης τους αποθαρρύνει



και τους εγκλωβίζει ενώ όσοι τολμούν, το κάνουν ως πράξη τόλμης, πολλές φορές με ένα βαθμό επικινδυνότητας σε κάθε συναλλακτική ψηφιακή πράξη. **Η διαχείριση προορισμών** πρέπει να λάβει σοβαρά υπόψη αυτή την μεταβατική περίοδο διότι οι ταχύτητες του ανθρώπινου πολιτισμού, δεν μπορεί να καταλήγουν εις βάρος της ουσιαστικής ανάπτυξής του. Ναι, οι προορισμοί και οι εταιρείες πρέπει να ψηφιοποιήσουν. Ο ψηφιακός μετασχηματισμός τους βοηθά να γίνουν πιο αποτελεσματικοί και να συλλάβουν περισσότερα στρατηγικά δεδομένα για να βελτιώσουν την προσφορά προϊόντων και υπηρεσιών τους αλλά... είναι άλλο πράγμα να προσπαθείς να μεγιστοποιήσεις την αποτελεσματικότητα και άλλο να το επιδιώξεις, με κάθε κόστος, ανεξάρτητα από το ποιος είναι μπροστά, ποιος θα μείνει πίσω και ποιος θα είναι το θύμα. **Σίγουρα ένα ψηφιακό** τηλεφωνικό κέντρο που λαμβάνει κάποιος πληροφορίες ή δηλώνει μια βλάβη ή χρειάζεται βοήθεια μπορεί εν μέρει να είναι αυτόματο, ωστόσο είναι υποκριτικό να πούμε

ότι όλοι οι ηλικιωμένοι μπορούν με σαφήνεια να πουν σε ένα «έξυπνο» κομπιούτερ το πρόβλημά τους και να δώσουν ένα τηλεφωνικό νούμερο, αριθμό τον αριθμό, προκειμένου η συσκευή αναγνώρισης να τους καταλάβει... **Οι ηλικιωμένοι επισκέπτες** αξίζουν ένα σεβασμό και όχι τις διαρκείς «ταπεινώσεις» εξαιτίας μιας δήθεν τεχνολογικής υπεροχής, η οποία πολλές φορές υποκριτικά έρχεται να δηλώσει ότι γίνεται για την βοήθειά μας. Πρόσφατα σε ταξίδι μου στην Disneyland στο Παρίσι διαπίστωσα ότι στην είσοδο του χώρου δεν υπήρχε το κλασικό γκισέ για αγορά εισιτηρίων, έστω και περισσότερο ακριβό, παρά μόνο μέσω μιας εφαρμογής στο κινητό. Η εφαρμογή, παρέπεμπε στον επίσημο δικτυακό τόπο, και η πληρωμή γινόταν με τους σχετικούς κωδικούς της τραπεζικής κάρτας. Η διαδικασία ήθελε κάποιο χρονικό διάστημα και δίπλα ακριβώς ήταν μια παρέα ηλικιωμένων οι οποίοι σχολίαζαν το γεγονός ότι τους φαινόταν απίστευτο που δεν μπορούν να μπουν στο χώρο λόγω απουσίας εκδοτηρίου. «Ας είχε ουρά, ας

περιμέναμε στον ήλιο, ας ήθελαν μόνο κάρτα και όχι μετρητά αλλά να μας βάλουν να κάνουμε όλη αυτή την διαδικασία χωρίς να λάβουν υπόψη την ηλικία μας. Αυτό παραπάει μου τόνισε μια συνταξιούχος καθηγήτρια από την Αγγλία μαζί με τις Ισπανίδες φίλες της». Το κερασάκι στην τούρτα ήρθε όταν προσπάθησα να εισέλθω στις αυτόματες πόρτες και ο σαρωτής δεν αναγνώριζε τον κωδικό QR που μόλις είχα παραλάβει μέσω ηλεκτρονικού ταχυδρομείου. Δημιούργησα μια ευμεγέθη ουρά μέχρι ένας υπάλληλος να εμφανιστεί για να του πω... «Ξέρετε το εισιτήριο το έβγαλα μόλις τώρα». «ΩΩΩ συγγνώμη», μου λέει, αλλά «πρέπει να έρθετε να το τσεκάρετε από αυτό το γραφείο, δυστυχώς το σύστημα δεν ενημερώνεται άμεσα»!

Κανένας προορισμός και κανένα αξιοθέατο όσο διάσημο και αν είναι δεν μπορεί να υποβάλλει τον επισκέπτη σε στρες της «ζώνης άνεσής» του. Υποτίθεται ότι η τουριστική «βιομηχανία» είναι γεμάτη συζητήσεις για την αποστολή της να βοηθά τους ανθρώπους και κάθε συζήτηση για την ψηφιοποίηση που αξίζει τον κόπο τονίζει τη δύναμη της τεχνολογίας για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πελατών. Σίγουροι για το παραπάνω μπορούμε να είμαστε μόνο εκ του αποτελέσματος. Και το αποτέλεσμα για τους ηλικιωμένους συμπυκνώνεται πολλές φορές στην λέξη... «βασανισμός».

Σε κάθε προορισμό, όλα αυτά λαμβάνονται σοβαρά υπόψη στο σχεδιασμό του ψηφιακού μετασχηματισμού. Ο πιο εύαλωτος χώρος είναι αυτός των τραπεζικών υπηρεσιών αλλά και γενικότερα των συναλλαγών μέσω τραπεζών, επειδή ακριβώς ο χώρος είναι και απαιτητικός αλλά και τείνει να γίνει πρακτικά υποχρεωτικός. Πώς αισθάνονται όμως οι επισκέπτες που βρίσκονται στην ηλικία του ψηφιακού μετανάστη, δηλαδή όταν γεννήθηκαν δεν είχε εφευρεθεί η τηλεόραση και πρώτη φορά μίλησαν στο τηλέφωνο μετά τα 18 τους χρόνια;



Σε έναν προορισμό η πρόκληση αυτή αφορά και άλλους τομείς όπως επίσης και τους μικρούς επιχειρηματίες οι οποίοι επίσης πρέπει να εκπαιδευτούν για να εκπαιδεύουν και να δίνουν κατανόηση στην 3η ηλικία. Η μόδα, οι μεταφορές το λιανικό εμπόριο, αν και έχουν πιο ομοιογενείς ψηφιακούς χρήστες, παραμένουν συνδεδεμένες με τα προϊόντα και τις υπηρεσίες, σε φυσική μορφή και σε ορατές απτές εγκαταστάσεις. Ωστόσο και σε αυτές ό,τι έχει σχέση με οικονομικά στοιχεία υπάρχει η επιλογή του οικονομικού επιπέδου. Αυτό δεν θα ήταν πρόβλημα αν οι ηλικιωμένοι δεν εξαρτιόταν από τις τραπεζικές υπηρεσίες. Και δεδομένου ότι το σύστημα σε κάθε προορισμό είναι πολυκαναλικό, ο επισκέπτης είναι ενεργητικό στοιχείο του προορισμού με όλα του τα στοιχεία του διαθέσιμα μέσω όλων των πιθανών καναλιών, ταυτόχρονα οι επιχειρήσεις, οι φορείς και οι τράπεζες πρέπει να αναλογιστούν ότι πολλοί από τους επισκέπτες, θέλουν, χρειάζονται και έχουν το δικαίωμα να εξυπηρετούνται αυτοπροσώπως και δια ζώσης από ανθρώπους.

Είναι σαφές ότι η ορθολογική διαχείρισης προορισμού και το σύστημα υποστήριξης επισκεπτών θα μπορούσε να λύσει μέρος του προβλήματος. Οι ηλικιωμένοι χρήστες δεν είναι υποχρεωμένοι να κατανοούν κάθε δυσνόητο όρο σχετικά με τις υπηρεσίες που χρησιμοποιούν ούτε πρέπει να είναι αναγκασμένοι να γνωρίζουν πως χρησιμοποιείται μια εφαρμογή ή ένας υπολογιστής. Οι εταιρείες πρέπει να εξηγούν τις τεχνικές λεπτομέρειες και να προσφέρουν τρόπους αλληλεπίδρασης προσαρμοσμένους στις δυνατότητες των ατόμων 3ης ηλικίας, ιδίως εκείνες που παρέχουν υπηρεσίες δημόσιου συμφέροντος, όπως, για παράδειγμα, οι τράπεζες.

Στο χώρο του τουρισμού η διαχείριση προορισμών αναλύει κάθε κοινωνική ομάδα για να αναπτύξει μια εμπορική στρατηγική για την ενοποίηση καναλιών επικοινωνίας και πωλήσεων, με στόχο την παροχή καλύτερης εμπειρίας στον επισκέπτη. Η σύνθετη πολυκαναλική ενημέρωση δημιουργεί ταχύτητες και δυνατότητες διαχείρισης δεδομένων στις επιχειρήσεις του προορισμού οι οποίες άρχισαν να τα χρησιμοποιούν υπέρ τους, δίνοντας πληροφορίες στους καταναλωτές για τα προϊόντα τους. Το πρόβλημα ωστόσο είναι ότι αυτά τα κανάλια ενεργούν ανεξάρτητα, χωρίς να γνωρίζουν τι συμβαίνει σε κάθε ένα και πώς το χρησιμοποιεί ο κάθε πελάτης.

Αυτή την στιγμή εξαπλώνεται ένας ψηφιακός διχασμός. Μια ανισότητα στην πρόσβαση στο Διαδίκτυο και στις τεχνολογίες πληροφοριών και επικοινωνιών που είναι γνωστή ως ψηφιακό χάσμα. Από την μια μεριά έχουμε τους millennial, την γενιά που αποτελείται από όλους εκείνους που ενηλικιώθηκαν στις αρχές του αιώνα, δηλαδή το έτος 2000. Πολλοί άνθρωποι αυτής της γενιάς έγραψαν το όνομά τους πρώτη φορά σε Η/Υ και έχουν τις περισσότερες ψηφιακές δεξιότητες. Αυτά τα άτομα θα αποκομίσουν τα οφέλη της ψηφιακής επανάστασης και θα είναι λιγότερο ευάλωτοι στην εξαπάτηση. Για όλους τους υπόλοιπους, πριν τους millennials, ανάλογα με το χρόνο που έχουν αφιερώσει για να προσαρμόσουν τις δεξιότητές τους υπάρχει ένας βαθμός δυσκολίας και κατανόησης στην χρήση ψηφιακών υπηρεσιών. Στην περίπτωση των ατόμων της 3ης ηλικίας ο βαθμός δυσκολίας μετατρέπεται σε βαθμό δοκιμασίας που υπόκειται ένας συνταξιούχος, όταν θα πρέπει για παράδειγμα, να κάνει κράτηση εισιτηρίου, σε έναν προορι-

σμό, υποχρεωτικά από ένα δικτυακό τόπο, σε άλλη γλώσσα, από την δική του.

Το χειρότερο από όλα είναι ότι φαίνεται ότι πολλές επιχειρήσεις και φορείς έχουν αποφασίσει συνειδητά ή μη, να αγνοήσουν τους πιο ευάλωτους χρήστες αυτούς των ηλικιωμένων. Αυτό σημαίνει ότι ο προορισμός συνειδητά ή μη, γυρνά την πλάτη στην «ασημένια οικονομία». Το 2060 ένας στους τρεις πολίτες της ΕΕ θα είναι άνω των 65 ετών και καθώς η κοινωνία γερνάει με καλύτερη ποιότητα ζωής, οι πιθανοί ηλικιωμένοι επισκέπτες αυξάνονται, με αγοραστική δύναμη, καλή υγεία και χρόνο για να απολαμβάνουν τα χρήματά τους. Δεν υπάρχει τομέας στην διαχείριση προορισμών που σέβεται τον εαυτό του που να μην προσπαθεί να πάρει ένα κομμάτι από την «ασημένια οικονομία».

Παρά το άθροισμα αυτών των χαρακτηριστικών, δεν προκαλεί έκπληξη το γεγονός ότι οι εταιρείες τρέχουν για πράγματα που μπορούν να πουλήσουν, με λάθος τρόπο. Βλέπουμε πολλές διαφημίσεις με ψύχραιμους συνταξιούχους, να λοιδороύνται από την ιδιαίτερη σχέση τους με την τεχνολογία. Είναι πραγματικά σαν να κοροιδεύεις, σαν να θεωρείς άχρηστους τους γέρους που απλώς χρειάζονται περισσότερη βοήθεια και χρόνο. Αυτό που πρέπει να αντιληφθεί γρήγορα κάθε ομάδα διαχείρισης προορισμού, είναι να γίνει ο προορισμός φιλικότερος.

Ακόμα και αυτή η ίδια η προσβασιμότητα στο διαδίκτυο μέσω συσκευών συνιστά ψηφιακή παραβίαση της αρχής της ισότιμης πρόσβασης στην κοινωνία της πληροφορίας, που δεν επηρεάζει μόνο όσους στερούνται το διαδίκτυο αλλά και όσους δεν ξέρουν πώς να το χρησιμοποιούν και η μη χρήση των σχετικών υπηρεσιών, είναι ευθύνη όλων. Δεν είναι ούτε δίκαιο

Στην περίπτωση των ατόμων της 3ης ηλικίας ο βαθμός δυσκολίας μετατρέπεται σε βαθμό δοκιμασίας που υπόκειται ένας συνταξιούχος, όταν θα πρέπει για παράδειγμα, να κάνει κράτηση εισιτηρίου, υποχρεωτικά από ένα δικτυακό τόπο, σε άλλη γλώσσα, από την δική του

ούτε ανθρώπινο. Μπορεί αρκετοί που διαβάζουν το άρθρο να μην ανησυχούν τώρα, αλλά θα πρέπει να έχουν κατά νου ότι η ψηφιοποίηση γίνεται όλο και πιο γρήγορα. Πώς θα νιώθετε αν σε λίγα χρόνια η τράπεζα, σας εξυπηρετεί αποκλειστικά μέσω ενός ψηφιακού καταστήματος που δεν θα ξέρετε πώς να χειριστείτε; Και βέβαια σε αυτή την κατηγορία δεν είναι μόνο οι ηλικιωμένοι αλλά και οι επιχειρηματίες του προορισμού. Στην Ελλάδα να σημειώσουμε ότι δεν μας αρέσει η αλλαγή και αυτός είναι ο λόγος που η ψηφιοποίηση των υπηρεσιών είναι αργή. Όσο αργή κι αν είναι όμως, η ταχύτητα αυτή, ως γρήγορη εκλαμβάνεται από κάποιες ηλικίες.

Αρκετοί ηλικιωμένοι άνω των 80 ετών δηλώνουν ξεκάθαρα. «Νιώθω σαν απομονωμένος. Νιώθω ότι δεν με θέλουν, με έχουν ξεχάσει» και συμπληρώνει «Τώρα σχεδόν όλα είναι online και δεν καταλαβαίνουμε όλοι ο ένας τον άλλον με τα μηχανήματα. Δεν μας αξίζει αυτός ο αποκλεισμός»... «Είμαι γέρος, αλλά όχι ηλίθιος».

Βασικό στοιχείο λοιπόν είναι τα συστατικά μέρη του προορισμού να εξυπηρετούν τους ηλικιωμένους χωρίς τεχνολογικά εμπόδια και με περισσότερη υπομονή και ανθρωπιά, και να διατηρούν ανοιχτά γραφεία όπου κάποιος μπορεί να σε βοηθήσει, να μην είναι όλα online». Το «γηράσκον αει διδασκόμενος» οφείλει να δείχνει κατανόηση στην ταχύτητα πρόσληψης και χρήσης των τεχνολογιών που για να είμαστε ειλικρινείς πολλές φορές δεν είναι ούτε ώριμες, ούτε πάντα διαθέσιμες. Για το καλό λοιπόν των προορισμών και το μέλλον του Ελληνικού Τουρισμού πρέπει συνειδητά να υιοθετήσουμε το γεγονός ότι οι ηλικιωμένοι υπάρχουν, είναι πολλοί και θέλουν ανταπόκριση και αξιοπρεπείς συμπεριφορές.

• THEMATIC TOURISM EXPO & FOOD FESTIVAL • ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΛΑΜΙΑΣ 20-23 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2022

Η μεγάλη γιορτή του Θεματικού Τουρισμού και της Γαστρονομίας

Κέντρο του Ελληνικού Τουρισμού θα γίνει η Λαμία με την πραγματοποίηση της Διεθνούς Έκθεσης Θεματικού Τουρισμού που συναντιέται με το Food Festival στις 20-23 Οκτωβρίου 2022 στο Εκθεσιακό Κέντρο Λαμίας.

Η Έκθεση θα αποτελέσει μοναδική ευκαιρία για την προβολή του θεματικού τουρισμού, αλλά θα δώσει και την ευκαιρία στους επαγγελματίες του κλάδου και στους παραγωγούς να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στο Ελληνικό, αλλά και το ξένο κοινό. Διοργανώνεται από τη Mact Media Group με τη συμβολή του Δήμου Λαμίας, του Επιμελητηρίου Φθιώτιδος και άλλων φορέων.

Στόχος μας, η έκθεση αυτή να εδραιωθεί σαν μία νέα αρχή για κλείσιμο μεγάλων συμφωνιών και την άμεση πώληση. Η αναγκαιότητα μίας μεγάλης διεθνούς έκθεσης Θεματικού Τουρισμού στην χώρα μας είναι μεγαλύτερη από ποτέ. Στόχος μας είναι να έχουμε εκθέτες από ελληνικούς και ξένους προορισμούς και εμπορικούς επισκέπτες και κοινό.

Στους εκθέτες περιλαμβάνονται ελληνικοί και ξένοι τουριστικοί φορείς, τοπική αυτοδιοίκηση, επιμελητήρια, μεγάλες εταιρείες που δραστηριοποιούνται στο χώρο του τουρισμού, μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, τουριστικά και ταξιδιωτικά γραφεία, εταιρείες real estate, εταιρείες τροφίμων και ποτών, φορείς που σχετίζονται με τις ειδικές μορφές τουρισμού και τον εναλλακτικό τουρισμό.

Με στόχο η Έκθεση Θεματικού Τουρισμού & Food Festival να αποτελέσει το κορυφαίο σημείο συνάντησης των επαγγελματιών του τουρισμού, η διοργανώτρια εταιρεία Mact Media Group αναλαμβάνει τον προκαθορισμό συναντήσεων εκθετών με επιλεγμένους αγοραστές από τις παραδοσιακές και αναδυόμενες τουριστικές αγορές. Τα συνέδρια που θα διεξαχθούν στην έκθεση θα προβάλουν τις παγκόσμιες τάσεις της τουριστικής αγοράς γύρω από τον Θεματικό Τουρισμό, παρέχοντας πολύτιμες πληροφορίες στους επαγγελματίες του τουρισμού.

Η Διεθνής Έκθεση Θεματικού Τουρισμού & Food Festival είναι η πρώτη έκθεση για τον εναλλακτικό τουρισμό που πραγματοποιείται στην Ελλάδα και χωρίζεται σε 2 ενότητες. Η μία θα αφορά όλες τις μορφές του Θεματικού Τουρισμού και



η δεύτερη του Food Festival θα περιλαμβάνει τη γαστρονομία και τον οίνο, τοπικά προϊόντα, τρόφιμα, ποτά, πρώτες ύλες για εστιατόρια και άλλα.

Θεματικός Τουρισμός

Οι μορφές Θεματικού Τουρισμού που θα φιλοξενηθούν στην TTE & Food Festival είναι:

1. City Break (Ανάπτυξη προορισμών City Break, Αγορές, Αρχιτεκτονική, Διασκέδαση, Εμπειρία, Εμπορικά Κέντρα, Ένταξη Πολιτιστικών Διαδρομών, Ιστορία κλπ.).

2. Αθλητικός Τουρισμός (Αθλητικές διοργανώσεις, δραστηριότητες & Event, Αλεξίπτωτο Πλαγιάς, Αναρρίχηση, Golf, Ορειβασία, Ορειβατικό Σκι, Ορεινή Ποδηλασία, Ορεινό Τρέξιμο).

3. Γεωτουρισμός (Γεωπάρκα, Σπήλαια).

4. Εκπαιδευτικός Τουρισμός (Προγράμματα Εκπαιδευτικού και Πολιτιστι-

κού χαρακτήρα, Γνωριμία με την Ελληνική Πολιτιστική Κληρονομιά).

5. Θαλάσσιος Τουρισμός (Αλιευτικός Τουρισμός, Θαλάσσια Παιχνίδια, Θαλάσσια Πάρκα, Καταδυτικός Τουρισμός, Μαρίνες, Τουρισμός Κρουαζιέρας, Σκάφη Αναψυχής).

6. Θρησκευτικός και Προσκυνηματικός Τουρισμός (Εκκλησίες, Μοναστήρια).

7. Πολιτιστικός Τουρισμός (Αρχαιολογικοί Χώροι, Μνημεία, Μουσεία, Κάστρα, Ιστορικά Μνημεία, Έθιμα και Μουσικά Δρώμενα, Πολιτιστικές εκδηλώσεις, Φεστιβάλ).

8. Συνεδριακός Τουρισμός (Εκθεσιακά Κέντρα, Συνεδριακά Κέντρα).

9. Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας (Ιαματικός Τουρισμός, Ιαματικές πηγές, Κέντρα, Ιατρικός Τουρισμός, Θαλασσοθεραπεία, Θεραπευτικά Προγράμματα, Yoga, Spa κλπ.).

10. Τουρισμός Υπαίθρου (Αγροτικός Τουρισμός Αγροτικές Δραστηριότητες που σχετίζονται με την Γεωργία, Κτηνοτροφία, Μελισσοκομία κλπ, Παρατήρηση Οικοσυστήματος) Οικοτουρισμός (Αναπτύσσεται σε οικολογικά αξιόλογες και κυρίως θεσμοθετημένης περιβαλλοντικής προστασίας περιοχές πχ περιοχές Natura).

11. Υπαίθριες Δραστηριότητες (Αναρρίχηση, Canoe Kayak, Canyoning, Ιππασία, Kayak ποταμού, Mountain Biking, Ορειβατικοί & Πεζοπορικοί Σύλλογοι, Ποδηλασία, Rafting, Ταξίδια περιπέτειας, Trekking ποταμού, Υπαίθριες Δραστηριότητες).

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

Food Festival

Το Food Festival θα αφορά την γαστρονομία της Ελλάδας, δίνοντας έμφαση στη γαστρονομία της Φθιώτιδος από την παράδοση και το σήμερα έως και το αύριο αυτής. Στόχος του φεστιβάλ είναι η ανάδειξη και η προβολή των συνταγών και προϊόντων, ιδιαίτερα από την περιοχή και θα διοργανώνεται ετήσια με απώτερο σκοπό να εξελιχθεί σε θεσμό.

Θα είναι ένα πάζλ από διάφορες εκδηλώσεις γύρω από την γαστρονομία και θα μπορούν να συμμετάσχουν σ' αυτό τόσο επιχειρήσεις και παραγωγοί της γαστρονομίας και του οίνου, όσο και τοπικοί παραγωγοί και μαγαζιά της πόλης, ο καθένας με το δικό του περίπτερο. Οι παραγωγοί καθώς και τα καταστήματα που θα επιλέξουν να συμμετάσχουν σ' αυτό, θα έχουν την ευκαιρία να εκθέσουν τα προϊόντα τους, να τα προβάλλουν, να τα διαφημίσουν, αλλά και να τα πουλήσουν στους επισκέπτες.

Μέσα από το φεστιβάλ θα δοθεί η ευκαιρία να παρουσιαστούν νέες και παραδοσιακές συνταγές, πρωτοποριακά νέα τοπικά υλικά και πολλά άλλα ενδιαφέροντα και χρήσιμα στοιχεία γύρω από τις διατροφικές τάσεις της εποχής έχοντας στο επίκεντρο τις παραδοσιακές συνταγές της Ρούμελης, αλλά και όλης της Ελλάδας.

Συγκεκριμένα το Food Festival θα περιλαμβάνει:

1. Ημερίδα γύρω από τη γαστρονομία και την τουριστική ανάπτυξη, σεμινάρια από κορυφαίους σεφ και διατροφολόγους

2. Έκθεση παραδοσιακών προϊόντων

3. Μουσικές εκδηλώσεις



4. Εκδηλώσεις με μαγειρική από γνωστούς και ντόπιους σεφ, οι οποίοι χρησιμοποιώντας τις εξαιρετικές πρώτες ύλες από την περιοχή, θα προσφέρουν απίθανες γευστικές εμπειρίες στους επισκέπτες.

5. Σύλλογοι, σχολές μαγειρικής και food bloggers θα μαγειρέψουν για το κοινό με δωρεάν δοκιμή

6. Θα πραγματοποιηθούν Master Classes για το κοινό και τα παιδιά

7. Οι παραγωγοί του τόπου θα είναι εκεί για να συνομιλήσουν με το κοινό και να προσφέρουν διάφορα τοπικά κεράσματα, όπως ελιές, μέλι, βότανα, χυλοπίτες, κρασί, τσίπουρο και παραδοσιακά γλυκά

Το Food Festival θα αποτελέσει μια μοναδική ευκαιρία για τους επαγγελματίες της περιοχής να συνδεθούν με νέους υποψήφιους συνεργάτες αλλά και να διευρύνουν το πελατειακό τους κοινό. Τέλος θα συμβάλει στην οικονομική και τουριστική ανάπτυξη του δήμου, και με αφορμή τη γαστρονομία, στην διεύρυνση της τουριστικής σεζόν έχοντας σαν αποτέλεσμα την οικονομική ανάπτυξη των κλάδων της παραγωγής τροφίμων, της εστίασης και της φιλοξενίας.

10+1 Λόγοι για να συμμετέχετε στην έκθεση TTE Food & Festival

1. Η TTE & Food Festival είναι σημαντική έκθεση που θέλει να προβάλει τον θεματικό τουρισμό από όλη την Ελλάδα, σημαντικό κομμάτι στην έκθεση έχει η

γαστρονομία με παραδοσιακά προϊόντα και ποτά οίνος – ούζο – τσίπουρο κλπ, που θα αναδείξει τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα.

2. Η TTE & Food Festival έχει στόχο την εξωστρέφεια αλλά και το ελληνικό κοινό ώστε να αναδείξει όλο τον πλούτο από όλη την Ελλάδα καθώς και μορφές τουρισμού που μπορούν να συμβάλουν στις 365 μέρες τουρισμός.

3. Την TTE & Food Festival την αγκαλιάζουν από την αρχή Υπουργεία, Φορείς του τουρισμού που έχουν δώσει την Αιγίδα σε αυτήν την σημαντική προσπάθεια

4. Στην TTE & Food Festival στόχος είναι:
α) να επισκεφθούν ξένοι αντιπρόσωποι αγοραστές, επιχειρήσεις που μπορούν να συνεργαστούν με όλες αυτές τις εταιρίες που θα βρίσκονται στην έκθεση,

β) η ανάδειξη των προϊόντων από τους παραγωγούς από όλη την Ελλάδα και

γ) να επισκεφθούν την έκθεση επισκέπτες αγοραστές θεματικού τουρισμού.

5. Στην TTE & Food Festival θα παρουσιαστούν όλες οι ενότητες του θεματικού τουρισμού

6. Στην TTE & Food Festival θα πραγματοποιηθεί παγκόσμιο συνέδριο για το θεματικό τουρισμό που θα περιλαμβάνει εξειδικευμένα workshop, καθώς και γαστρονομικές γευσιγνωσίες από διάφορες περιοχές της Ελλάδας με σημαντικούς αναγνωρισμένους μάγειρες.

7. Στην TTE & Food Festival θα γίνουν

συναντήσεις από επιχειρηματίες του κλάδου μιας και έχουν κληθεί εμπορικοί επισκέπτες από Ελλάδα και εξωτερικό, είτε από τον θεματικό τουρισμό, αλλά και την γαστρονομία και τον οίνο.

8. Την TTE & Food Festival θα την καλύψουν περισσότεροι από 100 χορηγοί επικοινωνίας από όλη την Ελλάδα και θα λειτουργήσει online TV, όπου οι επιχειρήσεις θα μπορούν να δώσουν συνεντεύξεις καθ' όλη την διάρκεια της έκθεσης. Η TTE & Food Festival ήδη έχει εξασφαλίσει δεκάδες Χορηγούς Επικοινωνίας από την Ελλάδα και το Εξωτερικό

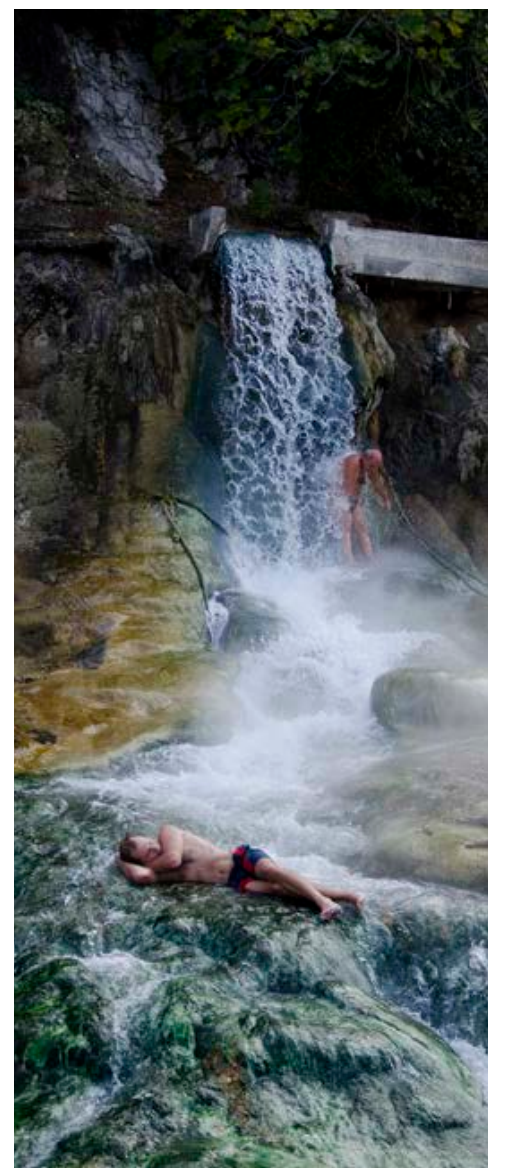
9. Στο χώρο της TTE & Food Festival θα προβάλλονται με επαγγελματικό τρόπο οι εκθέτες μέσω Internet – Οδηγό της Έκθεσης και Newsletter που αποστέλλονται σε 100.000 δυνητικούς πελάτες.

10. Την TTE & Food Festival θα επισκεφθούν δεκάδες Έλληνες και ξένοι δημοσιογράφοι και bloggers που σε ειδικά διαμορφωμένο χώρο θα μεταδίδουν όλη την ροή της έκθεσης.

11. Σημαντικό διαφημιστικό πρόγραμμα από τώρα σε MME που θα προσελκύσει χιλιάδες κόσμο στην έκθεση μας

Η TTE & Food Festival είναι ο πρώτος σημαντικός τόπος συνάντησης επαγγελματιών και κοινού για το θεματικό τουρισμό, την γαστρονομία και τον οίνο στην Λαμία.

Η συνάντηση που δεν πρέπει να λείπεται!





Τουρισμός στο Μαυροβούνιο με τιμές... Κυανής Ακτής

Με.. γενναίες αυξήσεις στις χρεώσεις απάντησαν οι επαγγελματίες του τουρισμού στο Μαυροβούνιο, για να καλύψουν τις απώλειες του πολέμου και του πληθωρισμού. Αποτέλεσμα η τουριστική κίνηση στη χώρα να βρίσκεται φέτος σε κάθετη πτώση

Σε ελεύθερη πτώση φαίνεται πως βρίσκεται η τουριστική κίνηση στο Μαυροβούνιο φέτος, κυρίως εξαιτίας των αυξήσεων στις τιμές. Ο πρωθυπουργός του Μαυροβουνίου Dritan Abazović προειδοποίησε ότι ο αριθμός των ξένων τουριστών κατά τη διάρκεια της θερινής περιόδου στη χώρα είναι μικρότερος του αναμενόμενου λόγω των σημαντικά αυξημένων τιμών στα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια, όπως αναφέρουν τοπικά δημοσιεύματα.

Ο τουρισμός αποτελεί βασικό κλάδο για την οικονομία του Μαυροβουνίου, συμβάλλοντας κατά το ένα τέταρτο περίπου στο ΑΕΠ του. Παρόλο που οι αρχές έχουν προβλέψει ότι η φετινή θερινή περίοδος μπορεί να είναι καλύτερη από εκείνη του

2019, μέχρι στιγμής ο αριθμός των επισκεπτών είναι χαμηλότερος από τον αναμενόμενο.

Ο Abazović σημείωσε ότι οι τιμές είναι ίδιες με αυτές της Κυανής Ακτής, με αποτέλεσμα να είναι μικρότερος ο αριθμός των επισκεπτών. Από την άλλη πλευρά, τα έσοδα από τον τουρισμό είναι στο αναμενόμενο επίπεδο, σημείωσε ο Abazović, πράγμα λογικό αφού τους λιγότερους επισκέπτες τους χρεώνουν πολλαπλάσια ποσά. Το ζήτημα είναι φυσικά τι είδους υπηρεσίες παρέχουν στους επισκέπτες, αν ανταποκρίνονται στις τιμές που χρεώνουν και αν θα επιστρέψουν στον Μαυροβούνιο οι επισκέπτες, ή αν θα προτιμήσουν να πάνε όντως στην Κυανή Ακτή.

Σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της

Οι Ρώσοι και οι Ουκρανοί αντιπροσωπεύουν το 20% του συνόλου των τουριστών στη χώρα, έτσι ο τομέας πλήττεται σοβαρά από τον πόλεμο στην Ουκρανία

στατιστικής υπηρεσίας, οι τιμές καταναλωτή του Μαυροβουνίου αυξήθηκαν κατά 13,5% σε ετήσια βάση τον Ιούνιο, μετά από αύξηση 11,7% σε ετήσια βάση τον Μάιο. Οι τιμές των τροφίμων και των μη αλκοολούχων αυξήθηκαν περισσότερο τον Μάιο, κατά 22,5% σε ετήσια βάση.

Ο βασικός λόγος για τις αυξήσεις είναι φυσικά ο πληθωρισμός που πλήττει τη χώρα, αλλά όπως φαίνεται και η αδυναμία του κράτους να περιορίσει τις προθέσεις κερδοσκοπίας ορισμένων επαγγελματιών, οι οποίες υποκρύπτει και την ανάγκη κάλυψης των κενών που προκάλεσε η απώλεια της Ρωσικής και της Ουκρανικής αγοράς, όπως θα δούμε παρακάτω.

Ο Mirko Stanic, μέλος της ηγεσίας του Σοσιαλδημοκρατικού Κόμματος του Μαυ-



ροβουνίου (SDP), σχολίασε σε τοπική ιστοσελίδα ότι η κυβέρνηση πρέπει να λάβει επείγοντως μέτρα για την προσέλκυση τουριστών και ότι η εκστρατεία του εθνικού τουριστικού οργανισμού ξεκίνησε αργά και πραγματοποιήθηκε με χαμηλότερο προϋπολογισμό.

Το Δημοκρατικό Κόμμα των Σοσιαλιστών (DPS) κατηγόρησε την κυβέρνηση ότι ευθύνεται για την ασθενέστερη από την αναμενόμενη τουριστική περίοδο.

Εκτός από τις υψηλές τιμές, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προειδοποίησε στις εαρινές οικονομικές προβλέψεις της που δημοσιεύθηκαν στις 16 Μαΐου ότι η οικονομία του Μαυροβουνίου θα επιβραδύνει σημαντικά την ανάπτυξή της το 2022, στο 3,8% από 12,4% πριν από ένα χρόνο, κα-

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προειδοποίησε ότι η οικονομία του Μαυροβουνίου θα επιβραδύνει σημαντικά την ανάπτυξή της το 2022, στο 3,8% από 12,4% πριν από ένα χρόνο

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

θώς η τουριστική δραστηριότητα στη χώρα θα επηρεαστεί αρνητικά από τον πόλεμο της Ρωσίας στην Ουκρανία.

Το 2021, μια ισχυρή αναζωογόνηση του τουρισμού ώθησε προς τα πάνω την οικονομία του Μαυροβουνίου, αλλά αυτό αναμένεται να επιβραδυνθεί το 2022. Η εκτίναξη των τιμών της ενέργειας και των τροφίμων θα συμπαρασύρει επίσης την οικονομική ανάπτυξη, σημειώνει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Καθώς οι Ρώσοι και οι Ουκρανοί αντιπροσωπεύουν το 20% του συνόλου των τουριστών στη χώρα, ο τομέας πλήττεται σοβαρά από τον πόλεμο στην Ουκρανία. «Ειδικά ο τουρισμός αναμένεται να έχει χειρότερες επιδόσεις το 2022 από ό,τι αναμενόταν προηγουμένως και να μειώσει τις εξαγωγές υπηρεσιών,

ενώ η δημοσιονομική τόνωση θα στηρίξει την ιδιωτική κατανάλωση ιδιαίτερα το 2022, πριν η ώθηση εξαντληθεί το 2023», σημειώνει η Κομισιόν.

Συμπερασματικά η τουριστική αγορά του Μαυροβουνίου ήρθε αντιμέτωπη με έντονες πληθωριστικές πιέσεις, ιδίως στις τροφοδοσίες από το εξωτερικό, έχασε το ένα πέμπτο των επισκεπτών από τον πόλεμο και το κράτος εφάρμοσε μία φτωχή καμπάνια για την προσέλκυση επισκεπτών. Σαν απάντηση στο αρνητικό πακέτο οι επαγγελματίες προχώρησαν σε υπέρογκες αυξήσεις των τιμών για να καλύψουν τη χασούρα και πλέον η χώρα βρίσκεται αντιμέτωπη με σφοδρή επιβράδυνση, ενόψει ενός δύσκολου κατά γενική ομολογία χειμώνα.

Καταδυτικός τουρισμός

Η μαγεία ενός τρισδιάστατου κόσμου

Οι καταδύσεις αναψυχής αποτελούν μια δραστηριότητα η οποία πέρα από τη ψυχαγωγία προσφέρει φυσική αλλά και πνευματική άσκηση, ποικίλες γνώσεις, αλλά και την ευεργετική ευεξία και ψυχική ηρεμία που προκύπτει από το συνδυασμό της φυσικής δραστηριότητας και του υγρού στοιχείου

Εμείς οι άνθρωποι, είμαστε τρισδιάστατα όντα και ζούμε σε ένα τουλάχιστον τρισδιάστατο (χωρικά) σύμπαν. Στην καθημερινότητα μας όμως, κινούμαστε βασικά σε δύο διαστάσεις (σε ένα επίπεδο χώρο).

Δηλαδή όταν περπατάμε και όταν οδηγούμε ένα αυτοκίνητο συμπεριφερόμαστε ως διςδιάστατα

όντα και αυτό συμβαίνει σχεδόν στο 99% του χρόνου της ζωής μας.

Υπάρχουν βέβαια και κάποιες ελάχιστες στιγμές, όπου αξιοποιούμε τον τρισδιάστατο χώρο (κίνηση με

αεροπλάνο η υποβρύχιο, κάθετη ανάβαση σε βουνά, χρήση ασανσέρ κ.α.

Δηλαδή αξιοποιούμε με απαράδεκτο τρόπο την τρισδιάστατη μας οντότητα ζώντας στην πράξη σε δύο διαστάσεις.

Μία από τις εξαιρέσεις της καθημερινότητάς μας - πραγματικά απολαυστική - που βιώνουμε μια τρισδιάστατη εμπειρία, είναι η κατάδυση στο υγρό στοιχείο, το οποίο αποτελεί και το μεγαλύτερο μέρος της επιφάνειας του πλανήτη μας.

Κυρίες και κύριοι, πάψτε να είστε υπολειτουργούσες οντότητες και επιδιώξτε παντοιοτρόπως να βιώσετε μια υπέροχη τρισδιάστατη καταδυτική εμπειρία.

Ο καταδυτικός τουρισμός είναι ειδική μορφή τουρισμού, η οποία περιλαμβάνει υποβρύχια περιήγηση σε κάθε υδάτινη περιοχή, συμπεριλαμβανομένων των θαλασσών, των προστατευμένων υποθαλάσσιων χώρων, των καταδυτικών πάρκων και των επισκέψιμων ενάλιων αρχαιολογικών χώρων, ναυαγίων νεότερων ή μεγαλύτερων των 50 ετών από τη βύθισή τους (μνημεία) και των ελεύθερων τεχνητών υποβρύχιων αξιοθέατων.

Οι υδάτινες περιοχές επιλέγονται από τους επισκέπτες-τουρίστες, που συνδυάζουν τις διακοπές τους με ατομικές ή οργανωμένες καταδύσεις με συγκεκρι-

μένο εξοπλισμό και τεχνικές, καθώς και με την εκμάθηση ή την καθοδήγηση κατάδυσης ή με την περιήγηση επιφάνειας με μάσκα και αναπνευστήρα (snorkelling) με σκοπό την εξερεύνηση του υποβρύχιου βυθού και την υποθαλάσσια γεωμορφολογία του για λόγους αναψυχής, άσκησης και απόκτησης γνώσεων και εμπειριών.

Οι καταδύσεις αναψυχής αποτελούν μια δραστηριότητα η οποία πέρα από τη ψυχαγωγία προσφέρει στους ενασχολούμενους και πρόσθετα οφέλη, όπως φυσική αλλά και πνευματική άσκηση, ποικίλες γνώσεις (περιβαλλοντικές, φυσικές κ.α.) αλλά και την ευεργετική ευεξία και ψυχική ηρεμία που προκύπτει από το συνδυασμό της φυσικής δραστηριότητας και του υγρού στοιχείου.

Η γεωγραφική μορφολογία της Ελλάδας ευνοεί ιδιαίτερα την ενασχόληση με τις καταδύσεις ειδικά, σε αντιπαράθεση με άλλες χώρες, ώστε πολλοί από τους αλλοδαπούς επισκέπτες επιλέγουν να εντάσσουν την ερασιτεχνική κατάδυση στο πλαίσιο των διακοπών τους, εκμεταλλευόμενοι τα γεωφυσικά χαρακτηριστικά που δεν διαθέτουν οι χώρες προέλευσής τους.

Σε έξι εκατομμύρια δύτες υπολογίζονται διεθνώς οι λάτρεις του καταδυτικού τουρισμού, ενώ 25 εκατομμύρια ενδιαφέρονται για την εξερεύνηση του βυθού, με μάσκα και αναπνευστήρα, το λεγόμενο snorkelling. Η μέση ηλικία του κοινού που αναζητά αυτόν τον νέο εναλλακτικό τουρισμό υπολογίζεται μεταξύ 33 και 55 ετών, το δε όφελος από τη συγκεκριμένη ποιοτική μορφή τουρισμού ανέρχεται σε 1,5 δισ. ευρώ σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σε ότι αφορά τον καταδυτικό τουρισμό στην Ελλάδα, δραστηριοποιούνται περίπου 280 καταδυτικά κέντρα με περισσότερες από 300 βάσεις πανελλαδικά, απασχολώντας πάνω από 2.000 εργαζόμενους.

Σύμφωνα με όλα αυτά γίνεται εύκολα αντιληπτό ότι ο συγκεκριμένος τομέας τουρισμού αποτελεί μια ιδιαίτερα σημαντική πηγή εσόδων για την τουριστική





βιομηχανία. Ο καταδυτικός τουρισμός έχει τεράστιες προοπτικές ανάπτυξης για τη χώρα μας.

Υπάρχει σημαντικός πλούτος στους βυθούς των ελληνικών θαλασσών ο οποίος αποτελεί αντικείμενο για εξερεύνηση από τους ερασιτέχνες δύτες. Περισσότερα από 1500 ναυάγια διαφόρων εποχών μπορεί κάποιος να εξερευνήσει στους ελληνικούς βυθούς αλλά και πολλές βυθισμένες πολιτείες από τα προϊστορικά χρόνια. Στη Μεσσηνία, στην Αλόνησσο και στον Παγασητικό υπάρχουν αρκετά καταδυτικά κέντρα αλλά ο μεγαλύτερος αριθμός καταδυτικών κέντρων και κέντρων εκπαίδευσης βρίσκεται στην Κρήτη, στην Κέρκυρα και στον Πειραιά. Στην Κρήτη υπάρχουν 38 τεχνητοί ύφαλοι με πλοία που βυθίστηκαν. Αποτελεί έναν παράδεισο την καρδιά της Μεσογείου περιτριγυρισμένο από κρυστάλλινα νερά.

Όπως υπάρχουν αρχαιολογικοί χώροι στη στεριά έτσι ακριβώς υπάρχουν και στις ελληνικές θάλασσες. Σημαντικοί αρχαιολογικοί χώροι αποτελούμενοι από βυθισμένες πόλεις, παράκτιου οικισμού, πύργους, ναυάγια πλοίων και αρχαία λιμάνια.

Στην Κρήτη και συγκεκριμένα στο Ηράκλειο στα νησιά Δία, Ψείρα, Κάβο Σίδερο, στον Όρμο της Αγίας Πελαγίας και σε πολλά άλλα μέρη, από έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί από ειδική ομάδα στην οποία συμμετείχαν και Έλληνες αρχαιολόγοι του Ινστιτούτου Ενάλιων Αρχαιολογικών Ερευνών (Ι. ΕΝ. Α.Ε.),

Περισσότερα από 1500 ναυάγια διαφόρων εποχών μπορεί κάποιος να εξερευνήσει στους ελληνικούς βυθούς αλλά και πολλές βυθισμένες πολιτείες από τα προϊστορικά χρόνια

έχουν ανακαλυφθεί σημαντικά ευρήματα από την αρχαιότητα έως τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο. Αρχαία ναυάγια, βενετσιάνικες άγκυρες, η ναυαρχίδα «La Therese» του γαλλικού στόλου η οποία βυθίστηκε πριν 344 χρόνια, ναυάγια από βυθισμένα πολεμικά αεροσκάφη του Β' Παγκοσμίου Πολέμου και πολλά άλλα ιστορικά ναυάγια.

Οι ελληνικοί βυθοί επομένως έχουν σημαντικό ενδιαφέρον για τους λάτρεις του υγρού στοιχείου οι οποίοι μπορούν να διαπιστώσουν την ομορφιά της υποθαλάσσιας ζωής κάτω από της παραλίες. Με τις φιάλες οξυγόνου και τον ειδικό εξοπλισμό που φορούν μπορούν να βουτήξουν και να εξερευνήσουν τον υποβρύχιο βυθό με τους ζώντες οργανισμούς και την υποθαλάσσια γεωμορφολογία του. Να εξερευνήσουν τα βυθισμένα στοιχεία του πολιτισμού μας, υπόλοιπα αρχαίων πολιτισμών, πολεμικά πλοία και κουφάρια πολεμικών αε-

ροπλάνων που έχουν μείνει στο βυθό από τον Β' ΠΠ.

Η αξιοποίηση των «υποβρύχιων καταδυτικών πάρκων» μπορεί να δώσει μια σημαντική ευκαιρία για την ανάπτυξη καινοτόμων δραστηριοτήτων καταδυτικού τουρισμού.

Η υποβρύχια περιηγήσεις σε προστατευμένους υποθαλάσσιους χώρους με ειδικά υποθαλάσσια αξιοθέατα και ειδικές ξεναγήσεις για τις υποβρύχιες μοναδικότητες, μπορούν να αποτελέσουν πόλους έλξης και παράλληλα να ενισχύσουν την προσπάθεια για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου καθώς οι καταδύσεις μπορούν να γίνονται σε 12 μηνιαία βάση.

Ένα υποβρύχιο καταδυτικό πάρκο αποτελεί μια μικρής έκτασης θαλάσσιας περιοχής και απαγορεύεται σε αυτή κάθε είδους αλιεία. Επιτρέπεται μόνο η ελεγχόμενη δραστηριότητα των καταδύσεων αναψυχής. Ένα επιτυχημένο καταδυτικό πάρκο υπάρχει στα νησιά Medes της Ισπανίας το οποίο δέχεται 1500 δύτες ημερησίως και αποτελεί το δημοφιλέστερο διεθνές καταδυτικό προορισμό.

Η χώρα μας έχει όλες τις δυνατότητες για να αναδειχθεί ως ο πρώτος καταδυτικός προορισμός στην ανατολική Μεσόγειο και η θέση αυτή της ανήκει δικαιωματικά εξαιτίας του πλούσιου υποθαλάσσιου περιβάλλοντος που διαθέτει. **Αναπτύσσοντας μια καινοτομία** στις δράσεις αυτές μπορεί να αξιοποιηθεί η δυνατότητα που υπάρχει στην Ελλάδα για την δημιουργία μοναδικού ενδιαφέροντος

υποβρύχιων αρχαιολογικών πάρκων αλλά και υποβρύχιων μουσείων. Σε αρκετές ελληνικές περιοχές υπάρχουν ενάλια αρχαιολογικά ευρήματα σε μικρά κυρίως βάθη τα οποία μπορούν να αποτελέσουν την βάση για την υλοποίηση της συγκεκριμένης ιδέας.

Ευκαιρίες χρηματοδότησης δίνονται σε επενδυτές για την ανάπτυξη επιχειρηματικών δραστηριοτήτων στον καταδυτικό τουρισμό από το νέο πρόγραμμα του ΕΣΠΑ για την ενίσχυση της ίδρυσης και λειτουργίας νέων τουριστικών μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Η συγκεκριμένη δράση είναι ένα σημαντικό επενδυτικό κίνητρο το οποίο δίνει ιδιαίτερη έμφαση σε δραστηριότητες σχετικά με τις ειδικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού στις οποίες ανήκει και ο καταδυτικός τουρισμός.

Μπορούν να δημιουργηθούν τουριστικά γραφεία τα οποία θα προβάλουν τον υποβρύχιο πλούτο της χώρας μας και παράλληλα να οργανώνουν συντονισμένες δραστηριότητες καταδύσεων αναψυχής στα υποβρύχια καταδυτικά πάρκα.

Αλλά για ολοκληρώσουμε το θέμα του καταδυτικού τουρισμού, πρέπει να αναφερθούμε και στην αδιαμφισβήτητη θετική επίδραση της κατάδυσης στην υγεία μας

Η ενασχόληση με τις καταδύσεις έχει τις εξής επιδράσεις στη υγεία:

■ Ενδυναμώνει το αναπνευστικό σύστημα

Το στοιχείο-κλειδί για μια επιτυχημένη κατάδυση είναι η αναπνοή. Οι αργές και βαθιές αναπνοές που χρειάζεται να παίρνει σταθερά ο δύτες, αποτελούν μια εξαιρετική άσκηση για τους πνεύμονες, επιφέροντας γενικώς μια ηρεμία στον οργανισμό και διεγείροντας παράλληλα το λεμφικό σύστημα. Επιπλέον, η ρυθμισμένη αναπνοή που απαιτεί το συγκεκριμένο σπορ φέρεται να λειτουργεί βοηθητικά και σε υπάρχουσες παθήσεις, όπως το άσθμα.

■ Μειώνει την αρτηριακή πίεση

Όταν κανείς πρωτοβουτάει για κατάδυση, είναι πιθανό να εμφανίσει κάπως υψηλή αρτηριακή πίεση – κάτι για το οποίο μπορεί να ευθύνεται η έξαψη της στιγμής, η αδρεναλίνη, ακόμα και η χαμηλή θερμοκρασία του νερού. Όταν το σώμα μας βυθίζεται σε κρύο νερό, τα περιφερικά αγγεία μας τείνουν να συστέλλονται προκειμένου να διατηρήσουν τη θερμοκρασία των εσωτερικών μας οργάνων, προκαλώντας έτσι μια πρόσκαιρη αύξηση της πίεσης. Ωστόσο, μόλις το σώμα εγκλιματιστεί, οι καρδιακοί παλμοί ελαττώνονται και η αρτηριακή πίεση πέφτει.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➔



■ Γυμνάζει όλους τους μυς του σώματος

Όσο κανείς πραγματοποιεί μια κατάδυση, το νερό προκαλεί αντίσταση στους μυς -χωρίς καν να υπολογίζουμε την εκγύμναση των μυών από την κολύμβηση στην επιφάνεια της θάλασσας ή τις βουτιές από τη βάρκα. Στην πραγματικότητα, λοιπόν, οι μύες μας δου-



Γράφει ο
Θοδωρής
Βασιλείου

λεύουν συνεχώς. Όσο πιο πολύ καταδύεται κανείς και κολυμπά στη θάλασσα, τόσο περισσότερο επιμηκύνονται και «χτίζονται» οι μύες, εξασφαλίζοντάς μας μεγαλύτερη αντοχή, αλλά και ευλυγισία. Οι καταδύσεις δεν γυμνάζουν μόνο τα πόδια, αλλά και το κορμί μας, συμβάλλοντας στη διαμόρφωση μιας καλής στάσης σώματος και στην καθημερινότητά μας.

■ Ενεργοποιεί τον μεταβολισμό

Μελέτη που δημοσιεύθηκε το 1996 στην επιθεώρηση Medicine & Science in Sports & Swimming έδειξε ότι και μόνο το να βουτήξει κανείς για κατάδυση φορώντας μια φιάλη οξυγόνου, αυξάνει

Όταν κανείς πρωτοβουτάει για κατάδυση, είναι πιθανό να εμφανίσει κάπως υψηλή αρτηριακή πίεση -κάτι για το οποίο μπορεί να ευθύνεται η έξαψη της στιγμής, η αδρεναλίνη, ακόμα και η χαμηλή θερμοκρασία του νερού

κατά 25% την κατανάλωση ενέργειας, σε σχέση με τη συμβατική κολύμβηση στην επιφάνεια της θάλασσας. Η δε χρήση στολής καταδύσεων είναι δυνατόν να αυξήσει κατά επιπλέον 25% την κατανάλωση ενέργειας. Εξαιτίας του ελεγχόμενου αζώτου που αναπνύσεται στο σώμα μας κατά τη διάρκεια της κατάδυσης, ο μεταβολισμός αυξάνεται και οι θερμίδες καίγονται ευκολότερα και γρηγορότερα.

■ Μας φέρνει σε επαφή με την ευεργετική δράση του νερού
Η επαφή με το νερό λειτουργεί γενικώς

ευεργετικά στον οργανισμό, καθώς μας γυρίζει πίσω, δημιουργώντας μας την αίσθηση ότι βρισκόμαστε μέσα στη μήτρα της μητέρας μας. Το γεγονός αυτό ευνοεί την πρόκληση ενός αισθήματος ασφάλειας και ευφορίας.

Παράλληλα, ευρισκόμενοι μέσα σε αλμυρό νερό για μεγάλο χρονικό διάστημα, τείνουμε να νιώθουμε πιο αφυδατωμένοι. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τελειώνοντας την κατάδυση να πίνουμε ακόμα περισσότερα υγρά, ανεφοδιάζοντας έτσι τα κύτταρά μας. Με λίγα λόγια, λαμβάνουμε όλα τα οφέλη που μπορούμε να εισπράξουμε από το νερό εξωτερικά και εσωτερικά.

■ Βοηθά στην αντιμετώπιση του στρες

Από μια κατάδυση μπορεί να επηρεαστεί και το αυτόνομο νευρικό μας σύστημα, το οποίο περιλαμβάνει το συμπαθητικό και το παρασυμπαθητικό σύστημα. Ενώ το συμπαθητικό σύστημα ελέγχει την αντίδραση μάχης ή φυγής του σώματος, το παρασυμπαθητικό σύστημα ελέγχει τις λειτουργίες εξοικονόμησης ενέργειας του σώματος. Στα υγιή άτομα, οι καταδύσεις γενικώς αυξάνουν τις επιδράσεις του παρασυμπαθητικού συστήματος, το οποίο βοηθά το σώμα να... κατεβάσει ταχύτητα. Χάνουμε την συνήθη αίσθηση του χρόνου και λέμε

αντίο στα προβλήματα. Επιπλέον, η κολύμβηση που απαιτείται σε μια κατάδυση, η επαφή με πολύχρωμα ψάρια, αλλά και η περιπλάνηση στον πανέμορφο κόσμο του βυθού, μαζί με την ευεργετική σιωπή που τον χαρακτηρίζει, μεταδίδει αυτόματα μια γενικότερη ηρεμία, η οποία μας κάνει να... αναδυθούμε στην επιφάνεια απόλυτα χαλαροί και αναγεννημένοι.

Μετά από όλα αυτά οφείλουμε όλοι να επανεξετάσουμε την σχέση μας με το υγρό στοιχείο, διότι δίπλα μας υπάρχει ένας θαυμαστός, τρισδιάστατος και πολύχρωμος κόσμος, που περιμένει να μας υποδεχτεί.

Πηγές

- TravelDailyNews
- Γιώργος Παπαδημητράκης
- Δρ. Λούης Χατζηιωάννου
- Κυριακάκης Ιωάννης (Διπλωματική Εργασία)
- Μαρία Λυσάνδρου, δημοσιογράφος Υγείας
- <https://aquaworld.com.mx/en/health-benefits-scuba-diving/>
- <https://www.diversalertnetwork.org/health/heart/how-diving-affects-health>
- <https://www.deeperblue.com/top-10-health-benefits-of-scuba-diving/>
- <http://www.repren.gr>

1^ο

ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ

ΣΥΝΕΔΡΙΟ

YACHTING

1-2 ΝΟΕΜΒΡΙΟΥ

2022



ΟΡΓΑΝΩΣΗ
MACT
MEDIA
GROUP



www.internationalyachtingconference.com



info@mact.gr



211-0129575



Τετ α τετ Ζαχαράκη με τον ΣΙΤΕΣΑΠ

Συζήτηση εφ' όλης της ύλης είχε η Υφυπουργός Τουρισμού με τους εκπροσώπους των ιδιοκτητών σκαφών άνευ πληρώματος. Προβολή, μαρίνες και τουριστική εκπαίδευση γύρω από τον θαλάσσιο τουρισμό τα κυρίαρχα ζητήματα που τέθηκαν στο τραπέζι

Συνάντηση είχαν την Τρίτη 19 Ιουλίου, εκπρόσωποι του Συνδέσμου Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Άνευ Πληρώματος - ΣΙΤΕΣΑΠ με την Υφυπουργό Τουρισμού κυρία Σοφία Ζαχαράκη και συνεργάτες της, στο Υπουργείο Τουρισμού.

Οι εκπρόσωποι του ΣΙΤΕΣΑΠ εξήγησαν τους προβληματισμούς τους και υπέβαλαν προτάσεις, σε τρεις ενότητες:

- Για την τουριστική προβολή της δραστηριότητας του yachting,

- για ορισμένα λειτουργικά θέματα και
- τις ανάγκες σε λιμενικές υποδομές.

Σχετικά με την τουριστική προβολή, ο πρόεδρος του ΣΙΤΕΣΑΠ κ. Πάρις Λουτριώτης, έθεσε στην κυρία υφυπουργό τρία συγκεκριμένα αιτήματα:

- το αίτημα της προβολής της δραστηριότητας του yachting, όχι μόνον στην περιοχή των Αθηνών, αλλά και στις άλλες περιοχές της Ελλάδος, ώστε να φαίνεται η γεωγραφική διεύρυνση της δραστηριότητας και σε άλλες περιοχές,

- το αίτημα της συμμετοχής της Ελλάδος σε διεθνείς εκθέσεις θαλάσσιου τουρισμού και yachting, και ειδικότερα υπέβαλε την πρόταση σε πρώτη φάση να συμμετέχει ο ΕΟΤ στην μεγάλη ναυτική έκθεση LONDON BOAT SHOW (το επόμενο θα πραγματοποιηθεί τον Σεπτέμβριο 2022 στο Southampton), στο οποίο επί πολλά χρόνια πρωτεύουσα συμμετοχή και προβολή των περιοχών της έχει η Τουρκία, και

- ζήτησε στην στρατηγική προβολής του ΕΟΤ να περιληφθεί και στοχευμένη προβολή για το yachting, είτε με την προετοιμασία ειδικών τουριστικών σποτς, είτε με μικρά βίντεο, που να δείχνουν τις διάφορες διαστάσεις της εμπειρίας του πελάτη του yachting.

Η κυρία Ζαχαράκη, αφού επισήμανε τις ιδιαίτερες ενέργειες που έχουν γίνει και για την υποστήριξη του θαλάσσιου τουρισμού, και του yachting, ειδικότερα, επεσήμανε το ενδιαφέρον του Υπουργείου Τουρισμού και της κυβέρνησης, για την προώθηση αυτής της τουριστικής δραστηριότητας, που αναδεικνύει τη νησιωτική γεωμορφολογία της Ελλάδος, αλλά



Στην φωτο (από αριστερά): κ. Κατσάνεβας, κ. Γκατζιώνης, κ. Δεληκάρης, Πρόεδρος ΣΙΤΕΣΑΠ κ. Λουτριώτης, Υφυπουργός κα Ζαχαράκη, κ. Γεωργίου, κα Προύντζου, κ. Σφαέλλος, κ. Πετρέας

και την ανταγωνιστική της θέση στην Ανατολική Μεσόγειο.

Η Υφυπουργός άκουσε με προσοχή τις προτάσεις προβολής, ζήτησε συγκεκριμένες διευκρινίσεις και σημείωσε ότι θα τις συζητήσει στο πλαίσιο της διαμορφούμενης στρατηγικής τουριστικής προβολής για την επόμενη περίοδο, ενώ συμφώνησε για την εξέταση της δυνατότητας συμμετοχής της Ελλάδος στο LONDON BOAT SHOW.

Στη συνέχεια εξηγήθηκε από τα μέλη της αντιπροσωπείας του ΣΙΤΕΣΑΠ το θέμα της ανάγκης να υπάρχει ένας καθορισμένος μειωμένος συντελεστής ΦΠΑ, ανταγωνιστικός σε σχέση με αυτόν που έχουν οι γειτονικές χώρες, για να είναι η δραστηριότητα σε παρόμοια οικονομικά επί-

πεδα, που να μην υπερβαίνουν τους προβολογισμούς των πελατών, όταν γίνεται σύγκριση με άλλες γειτονικές χώρες (επισημαίνεται ότι η Τουρκία, έχει συντελεστή ΜΗΔΕΝ ΦΠΑ).

Στα θέματα λειτουργίας των επιχειρήσεων του κλάδου, σημαντικό θέμα είναι και η επιμόρφωση, κατάρτιση και επανακατάρτιση, των στελεχών και των πληρωμάτων που ασχολούνται στον κλάδο, και των βοηθητικών υπηρεσιών. Με την ευκαιρία της ανακοίνωσης του ειδικού προγράμματος κατάρτισης ανέργων και εργαζομένων που έκανε η Υφυπουργός προσφάτως, ο ΣΙΤΕΣΑΠ υπέβαλε το αίτημα, το επόμενο πρόγραμμα να περιλάβει και ειδικότητες που σχετίζονται με τον θαλάσσιο τουρισμό και κυρίως με τα θέ-

ματα της λειτουργίας του επαγγελματικού τουριστικού σκάφους και της «τουριστικής εξυπηρέτησης» των πελατών του.

Στο θέμα της εκπαίδευσης και προγράμματος «διά βίου μάθησης» η Υφυπουργός κα. Ζαχαράκη, δήλωσε ότι αναγνωρίζει την σημασία για τα στελέχη του κλάδου, αλλά σημείωσε ότι δεν μπορεί να επικαλύψει τις αρμοδιότητες για την ναυτική εκπαίδευση που είναι αρμοδιότητα του Υπουργείου Ναυτιλίας, αλλά συμφώνησε να εξεταστεί στην επόμενη περίοδο, η περίπτωση ειδικών προγραμμάτων για τον κλάδο του yachting.

Η τρίτη ενότητα αφορούσε στις λιμενικές υποδομές, όπου ο ΣΙΤΕΣΑΠ επανέλαβε το, από ετών, αίτημα που έχει υποβάλει στους διάφορους υπουργούς τουρισμού,



Οι εκπρόσωποι του ΣΙΤΕΣΑΠ επεσήμαναν την ανάγκη, τώρα που διαμορφώνεται το Χωροταξικό του Τουρισμού, να περιληφθούν προβλέψεις για χώρους, τόσο χερσαίους όσο και θαλάσσιους, ώστε να εξυπηρετούνται τα σκάφη σε όλη την επικράτεια

για να χωροθετηθεί μία επαγγελματική Μαρίνα στην Αττική, για να καλύψει τις ανάγκες βάσεις θέσεων ελλιμενισμού των πολλών σκαφών που δραστηριοποιούνται, επισημαίνοντας ότι από την Αττική ξεκινάνε σχεδόν οι μισές ναυλώσεις της Ελλάδος.

Αναφέρθηκε επίσης, από τον ΣΙΤΕΣΑΠ, πρόταση για κάλυψη αναγκών προσωρινής θέσης ελλιμενισμού για τα διερχόμενα σκάφη. Προτάθηκε, σε διάφορες περιοχές της Ελλάδος, να γίνει μία συνεργασία με τα συναρμόδια υπουργεία, ώστε να επιτραπεί στα «αλιευτικά αγκυροβόλια», ο προσωρινός ελλιμενισμός διερχομένων σκαφών που χρειάζεται να κάνουν μία διανυκτέρευση – στάση, στη διάρκεια της συνηθισμένης εβδομαδιαίας ναύλωσης.

Τέλος, οι εκπρόσωποι του ΣΙΤΕΣΑΠ επεσήμαναν την ανάγκη, τώρα που διαμορφώνεται το Χωροταξικό του Τουρισμού, να περιληφθούν προβλέψεις για χώρους, τόσο χερσαίους όσο και θαλάσσιους, ώστε να μπορούν να εξυπηρετούνται σε όλη την επικράτεια, και για βάση λειτουργίας, αλλά και για τα διακινούμενα σκάφη, διότι βασικό πρόβλημα για αυτά είναι η

ανεύρεση αγκυροβολίου, για μία νύχτα στην διάρκεια της θαλάσσιας διαδρομής που κάνουν οι ναυλωτές των σκαφών.

Η Υφυπουργός επεσήμανε τις εξειδικευμένες αρμοδιότητες για τα θέματα τουριστικών λιμένων, και υπέδειξε στα αρμόδια υπηρεσιακά στελέχη να συνεργαστούν με τον ΣΙΤΕΣΑΠ για να υποβληθούν και εξεταστούν συγκεκριμένες προτάσεις.

Ο πρόεδρος του ΣΙΤΕΣΑΠ κ. Λουτριώτης ευχαρίστησε ιδιαίτερα την υφυπουργό κα. Σοφία Ζαχαράκη, διότι η παρούσα κυβέρνηση ιδίως τους τελευταίους μήνες, έχει θετικά αντιμετωπίσει τους προβληματισμούς των επιχειρηματιών του επαγγελματικού τουριστικού σκάφους, και κατά την περίοδο της πανδημίας και στην περίοδο τώρα, της επανάκαμψης, και παρά το ότι δεν είναι όλα τα θέματα διευθετημένα. Όμως, επεσήμανε ότι και ο πρόσφατος ψηφισθείς νόμος του Υπουργείου Ναυτιλίας, και οι διατάξεις που περιλαμβάνονται σε αυτόν από το Υπουργείο Τουρισμού, καθώς και άλλες ανακοινώσεις επικείμενων νομοσχεδίων, δείχνουν ότι η κυβέρνηση αντιμετωπίζει θετικά την λειτουργία του κλάδου και τις ανάγκες των επαγγελματιών.

Στη συνάντηση συμμετείχαν από πλευράς του ΣΙΤΕΣΑΠ ο Πρόεδρος κ. Πάρις Λουτριώτης, το μέλος Δ.Σ. και Έφορος Δημοσίων Σχέσεων κ. Δημήτρης Δελιγκάρης, ο Οικονομικός Σύμβουλος κ. Άγγελος Σφαέλλος και ο Επιστημονικός Σύμβουλος κ. Χρήστος Πετρέας.

Από πλευράς Υπουργείου Τουρισμού, στην συνάντηση, την υφυπουργό κυρία Σοφία Ζαχαράκη πλαισίωσαν, οι νομικοί της σύμβουλοι κ. Γιάννης Γεωργίου και κ. Κωνσταντίνος Κατσανέβας και τα υπηρεσιακά στελέχη Κα Ελίνα Προύντζου και κ. Γκατζιώνης Δημήτριος.

Επειδή τα θέματα είναι αρκετά και εκκρεμούν και άλλα που τέθηκαν ακροθιγώς και χρειάζονται περαιτέρω επεξεργασία, τονίστηκε από την πλευρά της πολιτικής ηγεσίας όσο και από την πλευρά υπηρεσιακών παραγόντων του Υπουργείου Τουρισμού, η ανάγκη να υπάρξει νέα συνάντηση της πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου Τουρισμού με τον ΣΙΤΕΣΑΠ.

Σε λειτουργία η πλατφόρμα e-NEPA για τα σκάφη αναψυχής

Σε παραγωγική λειτουργία βρίσκεται η ψηφιακή υπηρεσία για την ίδρυση Ναυτιλιακής Εταιρείας Πλοίων Αναψυχής e-N.E.Π.Α., (<https://nepa.gov.gr/>), διευκολύνοντας τους ενδιαφερομένους και απλουστεύοντας τις διοικητικές διαδικασίες αναφορικά με το yachting στη χώρα μας.

Με Κοινή Υπουργική Απόφαση (Κ.Υ.Α) των Υπουργών Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής Γιάννη Πλακιωτάκη και Επικρατείας και Ψηφιακής Διακυβέρνησης Κυριάκου Πιερρακάκη καθορίζονται οι όροι και ο τρόπος λειτουργίας της εν λόγω εφαρμογής.

Η ψηφιακή διαδικασία ίδρυσης Ν.Ε.Π.Α. είναι εξαιρετικά απλή και εντάσσεται στο πλαίσιο Προγραμματικής Συμφωνίας που είχε υπογραφεί από τους δύο Υπουργούς στο πλαίσιο του Εθνικού Προγράμματος Απλούστευσης Διαδικασιών.

Η υπηρεσία είναι προσβάσιμη για όλους τους πολίτες, ενώ έχει υπάρξει ιδιαίτερη μέριμνα ώστε με εύκολο τρόπο, μέσω αυθεντικοποίησης των φυσικών και νομικών προσώπων με τη χρήση των αντίστοιχων κωδικών - διαπιστευτηρίων της Γενικής Γραμματείας Πληροφοριακών Συστημάτων Δημόσιας Διοίκησης (Γ.Γ.Π.Σ.Δ.Δ) του

Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης (taxisnet), να πραγματοποιούνται οι καταχωρίσεις των καταστατικών σύστασης Ν.Ε.Π.Α., των πρακτικών Διοικητικού Συμβουλίου και Γενικής Συνέλευσης και η λήψη αντιγράφων τους, καθώς και η υποβολή αιτημάτων έκδοσης των σχετικών βεβαιώσεων όπως και η έκδοση αυτών.

Στο πλαίσιο αυτό η εφαρμογή έχει τη δυνατότητα να αντλεί και να ανταλλάσσει στοιχεία μέσω διασύνδεσης με τρίτα συστήματα, όπως είναι το Γενικό Εμπορικό Μητρώο (Γ.Ε.Μ.Η.), το Φορολογικό Μητρώο της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων, το Ηλεκτρονικό Παράβολο, η υπηρεσία Αυθεντικοποίησης Χρηστών με τη χρήση διαπιστευτηρίων TAXISnet, το Μητρώο Πλοίων της Ανεξάρτητης Αρχής Δημοσίων Εσόδων καθώς και την Ενιαία Ψηφιακή Πύλη της Δημόσιας Διοίκησης (ΕΨΠ-gov.gr) και τη Θυρίδα Πολίτη του Υπουργείου Ψηφιακής Διακυβέρνησης.

Τέλος, συμφωνήθηκε να προωθηθούν όλες οι αναγκαίες διαδικασίες προκειμένου στη νέα υπηρεσία να συμπεριληφθεί, το συντομότερο δυνατόν, το σύνολο των ήδη καταχωρισμένων εταιρειών στο Μητρώο ΝΕΠΑ.



Η Πρωτότυπη Αναβίωση ενός Παλιού Νερόμυλου

Μια μοναδική ανακατασκευή ενός χώρου με μεγάλη ιστορία, που έχει μετατραπεί σε ειδυλλιακό τόπο προσέλκυσης επισκεπτών στους Μύλους της Κυπαρισσίας



Γράφει ο
**Χρήστος
Αναστασόπουλος**
Οικονομολόγος, MSc

Περί
Τουρισμού...
ο λόγος

Είχα ακούσει για τον «Παλιό Νερόμυλο», στον οικισμό των Μύλων, πολύ κοντά στην Κυπαρισσία, αλλά όχι λεπτομέρειες. Περιέργως, δεν επιδίωξα να διαβάσω κάτι ή να δω φωτογραφίες όπως συνηθίζω προτού επισκεφθώ έναν χώρο. Καλύτερα! Έτσι, μου αποκαλύφθηκε, μου «συστήθηκε» σιγά σιγά, βήμα βήμα. Εντυπωσιάστηκα από την εξωτερική όψη του κτιρίου, του οποίου «φώναζε» από μακριά η ποιότητα της ανακατασκευής του. Αφού το βλέμμα μου χάιδεψε προσεκτικά κάθε πτυχή της, πέρασα στο εσωτερικό. Ο ήχος του νερού που έτρεχε με δύναμη και γύριζε τη φτερωτή που ενεργοποιούσε τη μυλόπετρα τράβηξε αμέσως την προσοχή μου και στράφηκα προς το αριστερό μισό του ισόγειου. Αφού χάζεψα για λίγο το θέαμα αλλά και τα εργαλεία και τα παλιά αντικείμενα που βρίσκονταν στο χώρο, κινήθηκα προς την άλλη πλευρά που λειτουργεί ως πωλητήριο με λίγα αναμνηστικά και προϊόντα της τοπικής γαστρονομίας, όμορφα τακτοποιημένα. Ανθρώπινη παρουσία δεν είχα αισθανθεί ακόμα, όταν άκουσα από τον πάνω όροφο ομιλίες. Ανέβηκα γρήγορα την ξύλινη σκάλα για να βρεθώ σε έναν καλαίσθητο χώρο, μισής έκτασης από το ισόγειο, που λειτουργεί ως καφενείο. Ευγενέστατες και χαμογελαστές κυρίες με καλωσόρισαν. Και οι εκπλήξεις συνεχίστηκαν. Βγήκα στην αυλή, μετά από παραίνεση έκανα και μια σύντομη περιήγηση στο κτήμα και πραγματικά εντυπωσιάστηκα. Ο χρόνος μου όμως ήταν λίγος. Ήπια ένα τσίπουρο σε ένα σκιερό σημείο, είπα πως θα ξαναπάω να συναντήσω τον μυλωνά, αποφασισμένος πως όλο αυτό θα είχε και συνέχεια, και έφυγα.



Το άλλο πρωί με βρήκε καθισμένο σε ένα δροσερό σημείο στην αυλή να απολαμβάνω το φημισμένο πρωινό του καφενείου, όταν με πλησίασε ο μυλωνάς και διαχειριστής του χώρου, ο Νάσος Σμέρδης. Η σύντομη πρώτη συνάντηση μαζί του ήταν καταλυτική. Αποφάσισα οριστικά πως θα αφιερώσω ένα άρθρο μου στον «Παλιό Νερόμυλο». Το απόγευμα της ίδιας ημέρας με το σημειωματάριό μου υπό μάλης περνούσα για τρίτη φορά την πύλη του μύλου. Αυτά που ακολουθούν είναι αποτέλεσμα σύνθεσης των όσων μου είπε ο μυλωνάς, όσων διάβασα και όσων βίωσα ο ίδιος. **Κάνοντας μια βουτιά στο παρελθόν,** ο νερόμυλος του Μαυρογένη ή του Κασαπρόκου, όπως ήταν το παρατσούκλι

του, κτίστηκε και λειτούργησε για πρώτη φορά πριν το 1850, χωρίς να είναι βέβαιο το πότε ακριβώς. Αποτελεί έναν από τους δέκα νερόμυλους, ο τελευταίος στη σειρά, που λειτουργούσαν χρησιμοποιώντας το ίδιο νερό που κατέβαινε με ορμή από ψηλά στο λόφο, από το χωριό Βρύσες. Ήταν ο τελευταίος που άντεξε στο χρόνο, λειτουργώντας έως το 1974 όταν ο Δήμος Κυπαρισσίας για να εξασφαλίσει επάρκεια ύδρευσης «πήρε» το νερό αφού αποζημίωσε τον μυλωνά. Στη διάρκεια της γερμανικής κατοχής λόγω δυσκολίας πρόσβασης στο χωριό, ελλείψει δρόμου, ο μύλος έγινε στέκι των αντιστασιακών. Στις 19 Δεκεμβρίου του 1943 μάλιστα η περιοχή βομβαρδίστηκε περίπου επί δύομιση

ώρες λόγω της πληροφορίας πως επρόκειτο να συνεδριάσουν οι αντάρτες εκεί. Μετά την απελευθέρωση ο νερόμυλος αποτέλεσε αρχηγείο των ανταρτών του ΕΑΜ-ΕΛΑΣ. Μέχρι το 1945, ο νερόμυλος λειτουργούσε και ως ταβέρνα ενώ μετά τον πόλεμο και ως το 1974 λειτούργησε ως καφενεδάκι και μικρομακάλικο. Όπως θυμούνται οι παλαιότεροι, εκεί σταματούσαν οι περαστικοί και οι στρατοκόποι της εποχής ενώ λένε με καμάρι πως έρχονταν το ξημέρωμα οι ξενύχτηδες από την Κυπαρισσία για να ακούσουν τα αηδόνια στη ρεματιά.

Το περιβάλλον του νερόμυλου είναι πραγματικά ειδυλλιακό. Βρίσκεται πλάι σε μια πανέμορφη ρεματιά, ενώ επάνω από αυτόν προβάλλει ένας εντυπωσιακός λόφος με πυκνή λόγω των πολλών πηγών βλάστηση. Ακολουθώντας το μονοπάτι της ρεματιάς από τον νερόμυλο προς τα πάνω, προς το χωριό Βρύσες, μπορεί να θαυμάσει κανείς την υπέροχη φύση, να χαρεί το τρεχούμενο νερό αλλά και τους υπόλοιπους νερόμυλους που περιμένουν καρτερικά τη δική τους αναβίωση.

Η οικογένεια Ιμριζιάδη, γνωστή για το ενδιαφέρον της για τη διαφύλαξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς του τόπου, αγόρασε τον μύλο και το κτήμα το 2005. Μετά την ολοκλήρωση της σχετικής μελέτης, το έργο αναστήλωσης έτυχε χρηματοδότησης από το πρόγραμμα LEADER, στο πλαίσιο αναβίωσης παλιών επαγγελμάτων, και στη συνέχεια ο μύλος ανακηρύχθηκε διατηρητέο μνημείο, ως δείγμα κτιρίου της προβιομηχανικής περιόδου, από το Κεντρικό Συμβούλιο Νεώτερων Μνημείων του Υπουργείου Πολιτισμού το 2012. Η ανακατασκευή του παλιού κτίσματος έγινε με απόλυτο σεβασμό, τηρήθηκαν οι παραδοσιακές τεχνικές, σε όλες τους τις λεπτομέρειες, χρησιμοποιήθηκαν παλιά υλικά και σε κάθε περίπτωση γνώμονας των παρεμβάσεων ήταν η αυθεντικότητα. Συντηρήθηκε ο παλιός μεταλλικός μηχανισμός του μύλου, κατασκευασμένος μεταξύ του 1900 και του 1915, ανακατασκευάστηκαν πλήρως τα ξύλινα μέρη του ενώ διατηρήθηκαν οι παλιές μυλόπετρες που



προέρχονται από ένα λατομείο της Μήλου που βυθίστηκε το 1956. Το 2015, το πανευρωπαϊκό δίκτυο μύλων κατέγραψε στην Ελλάδα περίπου 3.000 ανεμόμυλους και νερόμυλους. Από τους ελάχιστους σε λειτουργία τέσσερις ή πέντε βρίσκονται στην Πελοπόννησο.

Στον περιβάλλοντα χώρο, έκτασης δύο στρεμμάτων, δημιουργήθηκαν μικρές αυλές και λιακωτά, υπαίθριοι και σκεπαστοί χώροι, πέτρινες σκάλες και ξύλινες γεφυρούλες. Ανανεώθηκαν οι καλαμιώνες, τα δέντρα έτυχαν περιποίησης, δημιουργήθηκαν νεροδιαδρομές και μικροί καταρράκτες. Στο κτήμα, με το παρθένο από φάρμακα και λιπάσματα έδαφος, συναντά κανείς βραγιές με βότανα και μυριστικά όπως μέντα, δεντρολίβανο, λουίζα, λεμονοθύμαρο, δυόσμο και ρίγανη. Συναντά ένα μικρό μπουστάκι και αρκετά δέντρα, πολλά εκ των οποίων είναι οπωροφόρα όπως πορτοκαλιές, νεραντζιές, μανταρινιές, μουσμουλιές, συκιές, ροδιές, κυδωνιές, βανίλιες και βερικοκιές. Δυο κατασκευές τραβάνε σίγουρα το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Στο όριο του κτήματος με τη ρεματιά υπάρχει μια παράξενη κατασκευή με το επίσης παράξενο όνομα: «Ξενοδοχείο Εντόμων»! Έμαθα πως συνηθίζεται στις βορειοευρωπαϊκές χώρες και αποσκοπεί στο να δημιουργήσει ευνοϊκό περιβάλλον στα έντομα, που τόσο είναι απαραίτητα στην επικονίαση των φυτών. Η κατασκευή αποτελείται από ένα περίβλημα από καλάμια και εντός του πλαισίου που σχηματίζεται βρίσκονται κορμοί δέντρων και κεραμικά με μικρές οπές αλλά και πορώδεις πέτρες. Η άλλη παράξενη κατασκευή είναι ένα ηλιακό ξηραντήριο βοτάνων

Ο νερόμυλος είναι λειτουργικός, αλέθει σιτάρι και παράγει σε ετήσια βάση δύο τόνους αλεύρι που χρησιμοποιείται για τα τηγανόψωμα, για το ψωμί και τις χειροποίητες πίτες που προσφέρονται στο καφενείο αλλά και για τα παξιμάδια, τα κουλουράκια και τα σπιτικά ζυμαρικά που πωλούνται στο μαγαζάκι

που αποτελείται από ένα ξύλινο κουτί που κλείνει αεροστεγώς με μια γυάλινη επιφάνεια, ένα σκοτεινό κουτί που έχει ράφια όπου τοποθετούνται τα βότανα προς ξήρανση και έναν σωλήνα που τα ενώνει. Ο θερμός αέρας που παράγεται στο κουτί με τη γυάλινη επιφάνεια με φυσικό τρόπο κινείται μέσω του σωλήνα αναζητώντας διέξοδο προς τα πάνω και έτσι διατρέχει όλα τα ράφια όπου βρίσκονται τα βότανα ξηραίνοντάς τα. **Τρεις βασικές δραστηριότητες** συνυπάρχουν στο χώρο, γεγονός που συνιστά πρωτοτυπία. Ο νερόμυλος καταρχάς, είναι λειτουργικός, αλέθει σιτάρι και παράγει σε ετήσια βάση δύο τόνους αλεύρι που χρησιμοποιείται για τα τηγανόψωμα, για το ψωμί και τις χειροποίη-

ητες πίτες που προσφέρονται στο καφενείο αλλά και για τα παξιμάδια, τα κουλουράκια και τα σπιτικά ζυμαρικά που πωλούνται στο μαγαζάκι. Εκεί, μαζί με λίγα αναμνηστικά του μύλου πωλούνται πλήθος γαστρονομικά προϊόντα. Κάποια καλλιεργούνται, παρασκευάζονται ή συλλέγονται από τους ανθρώπους του «Παλιού Νερόμυλου» ενώ τα υπόλοιπα προέρχονται από επιλεγμένους μικρούς τοπικούς παραγωγούς. Το παραδοσιακό καφενείο, εκτός του ελληνικού καφέ, των γλυκών του κουταλιού και του υποβρυχίου, προσφέρει, μεταξύ άλλων, ροφήματα βοτάνων, ούζο, τσίπουρο και ένα πλήρες πρωινό με πλήθος από τοπικά προϊόντα.

Σημαντικός είναι ο αντίκτυπος του «Παλιού Νερόμυλου» και στα πολιτιστικά δρώμενα της περιοχής. Αναμενόμενο, δεδομένου πως ο μυλωνάς μας είναι και κιθαρίστας. Σε μια γωνιά του κτήματος υπάρχει μια υπερυψωμένη εξέδρα, εν είδει πάγκου, και μπροστά της τοποθετούνται καθίσματα ανάμεσα σε δυο σειρές δέντρων. Ο Νάσος αναφέρθηκε σε ένα πραγματικά εντυπωσιακό πλήθος εκδηλώσεων αλλά όταν ζήτησα να ξεχωρίσει δυο τρεις για να τις αναφέρω στο παρόν δεν θέλησε να το κάνει γιατί η καθεμιά άγγιξε την ψυχή του με έναν ιδιαίτερο τρόπο. Ελπίζοντας να με συγχωρέσει, αναφέρω ενδεικτικά από αυτές που άκουσα: το αφιέρωμα στον Νίκο Γκάτσο με ερμηνεύτρια την σοπράνο Claudia Delmer, τη συναυλία του συγκροτήματος «Encardia» με μουσική και τραγούδια από τα ελληνόφωνα χωριά της Κάτω Ιταλίας, και τη διαδραστική παράσταση «Η Μυλωνού» από τη θεατρική ομάδα «Μικρός Νότος». Οι δε

μουσικές που ακούγονται καθημερινά στο χώρο είναι έργα επιλεγμένων ελληνικών μουσικοσυνθετών.

Στο παρελθόν δεν έλειψαν και οι γευσιγνωσίες. Από το 2013 έως και το 2019 πραγματοποιούνταν γευσιγνωσίες οίνων στον εξωτερικό χώρο με συμμετοχή αρκετών οινοποιείων ενώ για ένα διάστημα κάθε δεύτερη Τετάρτη παρουσιάζοταν στο εσωτερικό του κτιρίου ένα διαφορετικό κάθε φορά οινοποιείο της περιοχής.

Επίσης, όπως ήταν φυσικό, ο νερόμυλος έχει ενταχθεί στην περιβαλλοντική εκπαίδευση του Υπουργείου Παιδείας με αποτέλεσμα να το επισκέπτονται ογδόντα με εκατό σχολεία κάθε χρόνο.

Σε κάθε πτυχή κάθε δραστηριότητας η φιλοσοφία της ολιστικής προσέγγισης είναι φανερή, ο σεβασμός στο αυθεντικό, στην παράδοση, στη φύση, στον άνθρωπο είναι κάτι παραπάνω από φανερό. Σε καθετί αντανακλάται η φιλοσοφία των ιδιοκτητών του μύλου όσο και του μυλωνά και διαχειριστή του.

Λίγο μετά από όταν ο ήλιος έδυσε, χάθηκε στη θάλασσα και ο ορίζοντας βάφτηκε κόκκινος, όπως συνηθίζεται στα μέρη που αγναντεύουν τον Κυπαρισσιακό Κόλπο, με ξεπροβόδισε ο Νάσος, για τον οποίο ο τίτλος του μυλωνά είναι τίτλος τιμής, με την ευχή της γρήγορης αντάμωσης. Ευγενικός, ζεστός, εγκάρδιος άνθρωπος, ευαίσθητος με τους ανθρώπους, με τη φύση και τα πλάσματά της. **Κλείνω με την ευχή** να πραγματοποιηθεί η εξαιρετική ιδέα του να αναβιώσουν και οι υπόλοιποι εννέα νερόμυλοι, να δημιουργηθεί ένα πάρκο νερόμυλων που θα προσδώσει στην περιοχή ακόμα μεγαλύτερη δυναμική.

Όταν ο ιστορικός του μέλλοντος ασχοληθεί με την πανδημία θα φτάσει και στο πώς ο κλάδος των εστιατορίων επιβίωσε από αυτή την κατάσταση. Οι εφαρμογές παράδοσης φαγητού θα αναδειχθούν ως ένας από τους ήρωες αυτής της ιστορίας. Το delivery γενικά, οι εφαρμογές παράδοσης και η υπηρεσία take-away ήταν τα εργαλεία που αποτέλεσαν σανίδα σωτηρίας για ουκ ολίγες επιχειρήσεις εστίασης. Αντιπροσώπευαν περισσότερο από το 80% όλων των συναλλαγών σε εστιατόρια κατά τη διάρκεια εκείνων των ημερών.

Τώρα που οι καραντίνες τελείωσαν, τα εστιατόρια είναι ανοιχτά για το κοινό και οι πιο επαχθείς περιορισμοί COVID έχουν αρθεί. Από τον καιρό εκείνο πάντως επισημαίνουμε πως ορισμένες συνήθειες που ήρθαν με την πανδημία θα εδραιωθούν. Οι καταναλωτές ανακάλυψαν την ευκολία παραγγελίας μέσω των εφαρμογών στο κινητό, στον υπολογιστή ή στο tablet τους - και πολλοί πλέον δεν επιθυμούν να αποχωριστούν αυτή τη δυνατότητα στον πολυάσχολο τρόπο ζωής τους και συχνά χρησιμοποιούν μια υπηρεσία παράδοσης ως μία από τις επιλογές τους για γεύμα.

Αυτά είναι καλά νέα για τους ιδιοκτήτες εστιατορίων και τις αλυσίδες franchise, οι οποίοι μπορούν τώρα να συνεχίσουν να έχουν μια ακόμη ροή εσόδων για τις επιχειρήσεις τους. Εφαρμογές όπως το efood και το Wolt και άλλες που προκύπτουν στην πορεία μπορούν να εισάγουν πολλούς νέους ανθρώπους στο εστιατόριο και να αυξήσουν την πελατεία των ήδη υπαρχόντων πελατών. Πρόκειται για μια προφανή win-win περίπτωση για όλα τα μέρη.

Η σκληρή πραγματικότητα

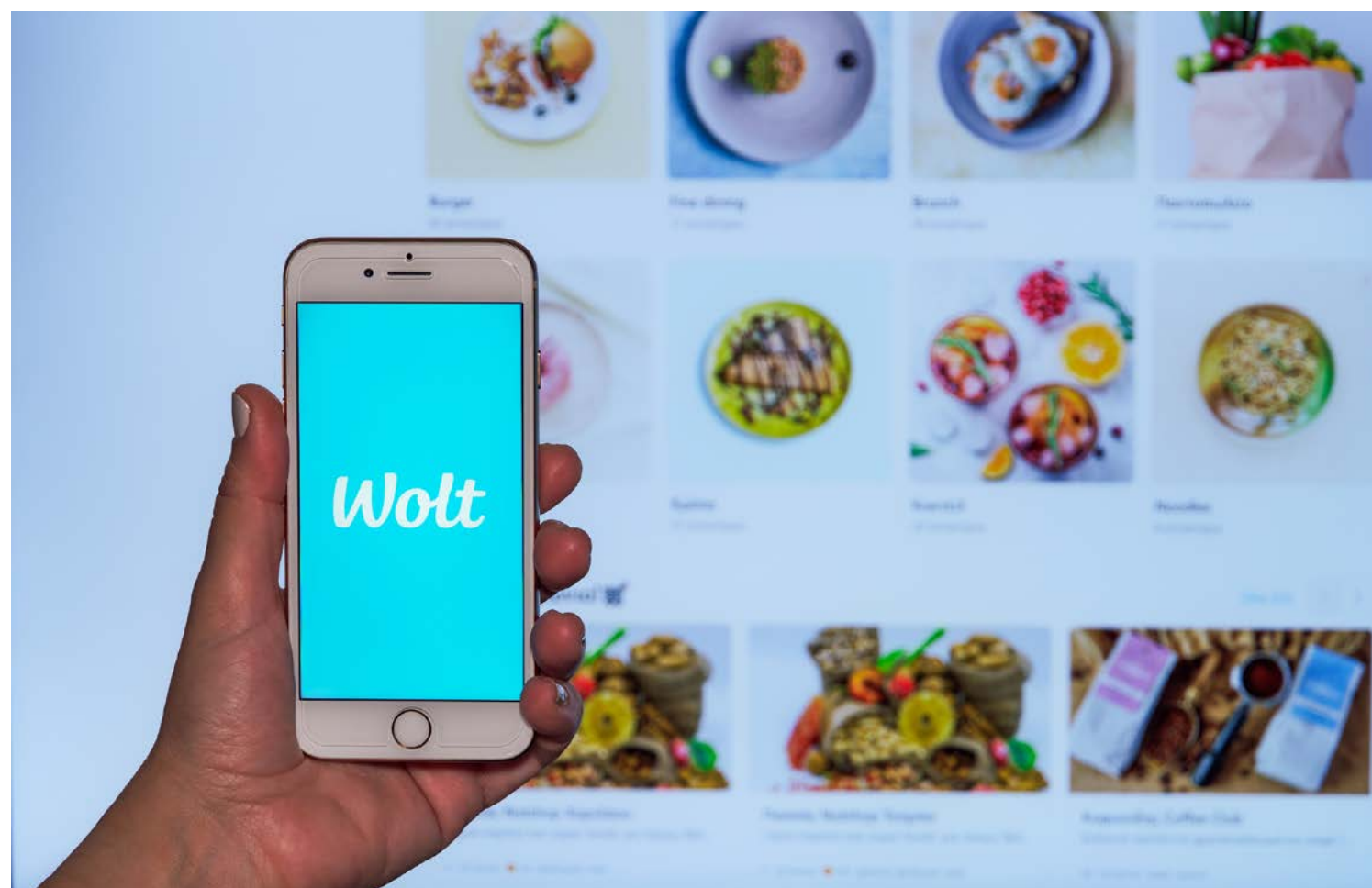
Για πολλούς ιδιοκτήτες εστιατορίων, είναι πρόκληση σήμερα να προσαρμόσουν τις επιχειρήσεις τους στους παρόχους υπηρεσιών παράδοσης, τώρα που οι επιχειρήσεις τους είναι ανοιχτές για το κοινό και τα τραπέζια τους είναι και πάλι γεμάτα. Γι' αυτούς, οι οδηγοί διανομής σημαίνουν περισσότερη δουλειά, με λιγότερο κέρδος και με μεγάλο κίνδυνο για την εμπειρία του πελάτη, καθώς το εστιατόριο χάνει κάθε έλεγχο της συναλλαγής μόλις το γεύμα φύγει από την τοποθεσία του.

Με λίγα λόγια, ο όγκος των παραδόσεων και ταυτόχρονης εξυπηρέτησης των πελατών στο κατάστημα αλλάζει πραγματικά τον τρόπο με τον οποίο μια ομάδα πρέπει να διαχειρίζεται ένα εστιατόριο.

Έτσι, με αυτό κατά νου, παραθέτουμε παρακάτω μερικές συμβουλές ειδικών για μια επιτυχή προσαρμογή στον νέο κόσμο των παρόχων υπηρεσιών παράδοσης.

Ο... «Αόρατος επισκέπτης»

Το φαινόμενο δεν είναι μόνο ελληνικό και στο εξωτερικό έχει αρχίσει να εμφανίζεται ο όρος «αόρατος επισκέπτης», για



Το φαινόμενο «αόρατος επισκέπτης»

Με τα εστιατόρια να λειτουργούν πλέον πλήρως, πολλές επιχειρήσεις αντιμετωπίζουν προβλήματα στο να καλύψουν τις παραγγελίες παράδοση που δέχονται μέσω των ψηφιακών εφαρμογών και ταυτόχρονα να εξυπηρετήσουν όπως πρέπει τους πελάτες εντός του καταστήματος. Τι πρέπει να προσέξετε και ποιες λύσεις υπάρχουν

τους πελάτες εστιατορίων που τους εξυπηρετούμε μέσω του delivery, αλλά δεν τους βλέπουμε. Στο εστιατόριο οι πελάτες μπορεί να νομίζουν ότι διανύετε μια ήσυχη περίοδο ή να αναρωτιούνται γιατί η παραγγελία τους αργεί περισσότερο από το συνηθισμένο, χωρίς να γνωρίζουν ότι, στην κουζίνα, το προσωπικό εργάζεται για να εκπληρώσει έναν «αόρατο» όγκο παραγγελιών παράδοσης που μόλις έφτασαν μέσω μιας εφαρμογής υπηρεσιών εστίασης.

Στον σημερινό εικονικό κόσμο, οι απροσδόκητες παραγγελίες έρχονται μέσω μιας εφαρμογής, γεγονός που μπορεί να κάνει την πρόβλεψη των πωλήσεων πολύ δύσκολη. Ο «αόρατος επισκέπτης» επηρεά-

ζει τη στελέχωση, την παραγγελία φαγητού, την απογραφή και την προετοιμασία του φαγητού για την ημέρα. Αν δεν είστε οργανωμένοι, οι δραστηριότητές σας μπορεί να υπερβούν γρήγορα τα όρια που είχατε θέσει. Αυτός είναι ο λόγος για τον οποίο πολλά εστιατόρια φτάνουν να περιορίζουν τον αριθμό των παραγγελιών που δέχονται μέσω των applications.

Αυτό, ωστόσο, μπορεί να είναι μόνο ένα προσωρινό μέτρο. Διότι αν περιορίσετε μόνιμα τις παραγγελίες σας, χάνετε ουσιαστικά χρήματα από το τραπέζι. Πάρτε το ως σημάδι ότι πρέπει να διαχειριστείτε καλύτερα τον όγκο των νέων αόρατων επισκεπτών σας. Είναι σημαντικό να πα-

ρακολουθείτε και να υπολογίζετε την κίνηση «Αόρατων επισκεπτών», ώστε να μπορείτε να ελέγχετε καλύτερα την κατανομή των πόρων. Ξεκινήστε να κρατάτε σημειώσεις ώστε να αποκτήσετε μια αίσθηση για τους νέους, πελάτες σας.

Οι οδηγοί παράδοσης

Οι οδηγοί πολλές φορές αντιμετωπίζονται σαν εργαζόμενοι δεύτερης κατηγορίας σε διάφορα καταστήματα εστίασης. Στους ιδιοκτήτες μπορεί να μην αρέσει κάποιος να έρχεται, κόβει την ουρά και απαιτεί την παραγγελία του μόνο και μόνο για να φύγει. Δυστυχώς, αυτός δεν είναι τρόπος για να κερδίσετε τους οδηγούς που



σετε πιο απρόσκοπτα την παρουσία τους στο εστιατόριό σας στις διαδικασίες λειτουργίας σας. Αυτό θα κάνει τις συναλλαγές σας πιο ομαλές για όλους σας. Σταματήστε να βλέπετε τους οδηγούς ως αναγκαίο κακό - και αρχίστε να βρίσκετε τρόπους να τους αγκαλιάζετε όπως θα κάνατε με κάθε πελάτη που πληρώνει.

Επιλογές αυτοματοποίησης

Πρόσφατα, εφαρμόστηκε σε εστιατόρια ένα νέο σύστημα «έξυπνου κουτιού» που σχεδιάστηκε ειδικά για τους παρόχους υπηρεσιών παράδοσης. Το σύστημα αυτό, το οποίο έχει εγκατασταθεί από μια ξεχωριστή πλαϊνή είσοδο, επιτρέπει στους οδηγούς να εισέρχονται διακριτικά στο εστιατόριο και, αντί να περιμένουν το προσωπικό του πάγκου ή της κουζίνας για να χειριστεί την παραγγελία τους, απλώς περπατούν προς ένα lock-box που περιέχει ήδη τη φρεσκοφτιαγμένη παραγγελία τους. Έχουν ειδοποιηθεί από την εφαρμογή όταν η παραγγελία τους τους περιμένει και τους δίνεται ένας τετραψήφιος κωδικός για να ανοίξουν το συγκεκριμένο «ντουλάπι».

Πρόκειται για ένα σύστημα που επιτρέπει να κάνουμε την εμπειρία της υπηρεσίας παράδοσης ταχύτερη, πιο ανέπαφη και αποτελεσματική για τις κουζίνες, το προσωπικό και τους οδηγούς της εφαρμογής.

Οι εφαρμογές παράδοσης ήρθαν για να μείνουν. Για να τις ενσωματώσει με επιτυχία η επιχείρησή σας στις δραστηριότητές σας, θα πρέπει να διερευνήσετε ποιες επιλογές είναι διαθέσιμες για εσάς και τη συγκεκριμένη περίπτωσή σας (και τον προϋπολογισμό σας), ώστε όλα αυτά να αποτελέσουν θετικό μέρος της συνολικής προσφοράς υπηρεσιών σας. Μπορεί να γίνει. Μερικές φορές χρειάζεται απλώς να δείτε την κατάσταση με έναν νέο και ευφάνταστο τρόπο.



φέρνουν έσοδα, και δεν είναι καλή οπτική ούτε για τους πελάτες σας που τρώνε στο εστιατόριο εκείνη τη στιγμή.

Γι' αυτό είναι σημαντικό να παραμείνετε επικεντρωμένοι τόσο στην εμπειρία των πελατών όσο και στην εμπειρία των οδηγών παράδοσης. Να θυμάστε, οι οδηγοί είναι οι καλεσμένοι σας - επιλέγουν να παραλάβουν παραγγελίες που προέρχονται από την τοποθεσία σας. Χωρίς αυτούς, δεν θα πάρετε πολλές παραγγελίες.

Η τεχνολογία είναι ο καλύτερος φίλος σας όταν πρόκειται να εξυπηρετήσετε τους οδηγούς των υπηρεσιών διανομής σας. Υπάρχουν πολλές επιλογές, αλλά προσπαθήστε να ενσωματώσετε ένα σύστημα

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Στον σημερινό εικονικό κόσμο, οι απροσδόκητες παραγγελίες έρχονται μέσω μιας εφαρμογής, γεγονός που μπορεί να κάνει την πρόβλεψη των πωλήσεων πολύ δύσκολη

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

υπολογιστών ενδιάμεσου λογισμικού, ώστε οι παραγγελίες να μπορούν να παρακολουθούνται σε όλα τα συστήματα. Εξετάστε το ενδεχόμενο να προσθέσετε υπηρεσίες γεωγραφικής σήμανσης και εντοπισμού θέσης και χρησιμοποιήστε εργαλεία που καθιστούν την παρακολούθηση και τη διαχείριση των πληρωμών πιο απρόσκοπτη. Σίγουρα, πρόκειται για μια επένδυση. Αλλά θα υπάρξει αξιοπρεπής απόδοση της επένδυσης αν δημιουργήσετε ένα αποτελεσματικό σύστημα για το χειρισμό των οδηγών παράδοσης τρίτων.

Μόλις αρχίσετε να αντιμετωπίζετε τους οδηγούς ως πολύτιμα μέρη της επιχείρησής, θα βρείτε τρόπους για να ενσωματώ-

Take Aphrodite home

Πως ο διεθνής θεσμός των Καλλιστείων GS Hellas 2022 υπηρετεί τον πολιτισμό



Γεύσεις
Ελλάδας

Γράφει η

Lena

Kyropoulos

Journalist & Poet

Είχα την ευκαιρία να γνωρίσω από κοντά τις υποψήφιες και υποψήφιους των φετινών Διεθνών καλλιστείων GS

HELLAS 2022 και να περάσω αρκετό χρόνο μαζί τους, ώστε να αντιληφθώ την ιδιαίτερη διαδρομή τους. Παρατηρώντας και καταγράφοντας γεγονότα, συνειδητοποίησα όλο το φάσμα της διαδικασίας. Τα GS HELLAS 2022 αποτελεί μία συλλογική προσπάθεια με υψηλό στρατηγικό σχεδιασμό.

Πίσω από κάθε εστεμμένο ή εστεμμένη αναδεικνύεται η Ελλάδα και οι πολιτιστικοί της θησαυροί. Η ομορφιά υπηρετεί τον πολιτισμό, συνδυάζοντας νιάτα, δεξιότητες και ένα έμφυχο μωσαϊκό προσωπικοτήτων. Από την Αρχοντική Σύρο και την Κορίνα Τσοπέη, στη μεγαλοπρεπή και ιστορική πόλη της Ρόδου, από τη Βάρκιζα και την πανέμορφη Αθήνα, στο νησί των Ανέμων, τη κοσμική Μύκονο και από εκεί στην ωραία Μήλο, που με το σήμα κατατεθέν της, την πανέμορφη Αφροδίτη της Μήλου, αναδεικνύει το κάλλος και την ιστορική αλήθεια, διεκδικώντας ιστορική ευταξία, ώστε να επιστρέψει εκεί που ανήκει.

Μία επένδυση μεγάλου κόστους, αλλά και ασύλληπτης ηθικής αξίας που είναι άρρηκτα συνυφασμένη με τη μόδα, το στυλ και φυσικά τον Ελληνικό Πολιτισμό. Η Πολιτιστική Διπλωματία λαμβάνει χώρα μέσω των πρεσβευτών και των πρεσβειρών ομορφιάς, ισχυροποιώντας των εξωστρεφή χαρακτήρα της Ελλάδας στα πέρατα του κόσμου.

Ζωντανό παράδειγμα, η Πολωνία, όπου διεξήχθη και ο Παγκόσμιος Διαγωνισμός Ομορφιάς, όπου η ελληνική συμμετοχή ξεπέρασε τις προσδοκίες και όσον αφορά τους άντρες ο Λεωνίδας Αμφιλόχιος βγήκε 3ος ομορφότερος άντρας στον πλανήτη! Μεγάλη εντύπωση έκανε και η Ελίζα Μπίσια, παρόλο που δεν πήρε κάποιο τίτλο.



Συγχαρητήρια και να συνεχίσει τον υπέροχο και άξιο αγώνα που εδώ και μία δεκαετία έχουν αφιερώσει με όλες τους τις δυνάμεις ο Πρόεδρος του GS HELLAS κ. Γιώργος Κούβαρης και όλη η ομάδα των συνεργατών του.

«Η ομορφιά είναι Θείο χάρισμα, η διαχείριση της Ταλέντο. Μέσα από τα ΕΘΝΙΚΑ ΚΑΛΛΙΣΤΕΙΑ GS HELLAS επεκτείνεται σε Πολιτισμός, αφού για εμάς Πολιτισμός είναι η δημιουργία προτύπων, ανώτερα από την βιολογική μας υπόσταση, που ταξιδεύουν διεθνώς, οριοθετώντας ΝΕΑ ΔΕΔΟΜΕΝΑ ΟΜΟΡΦΙΑΣ.

Θέλουμε και επιδιώκουμε ως ΟΡΑΜΑ, μία Ομορφιά αυτόφωτη, κυρίαρχη και παράδειγμα προς θαυμασμό, η οποία θα εναρμονίζεται με το εσωτερικό της πνεύμα», σημείωσε ο κύριος Κούβαρης.





BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

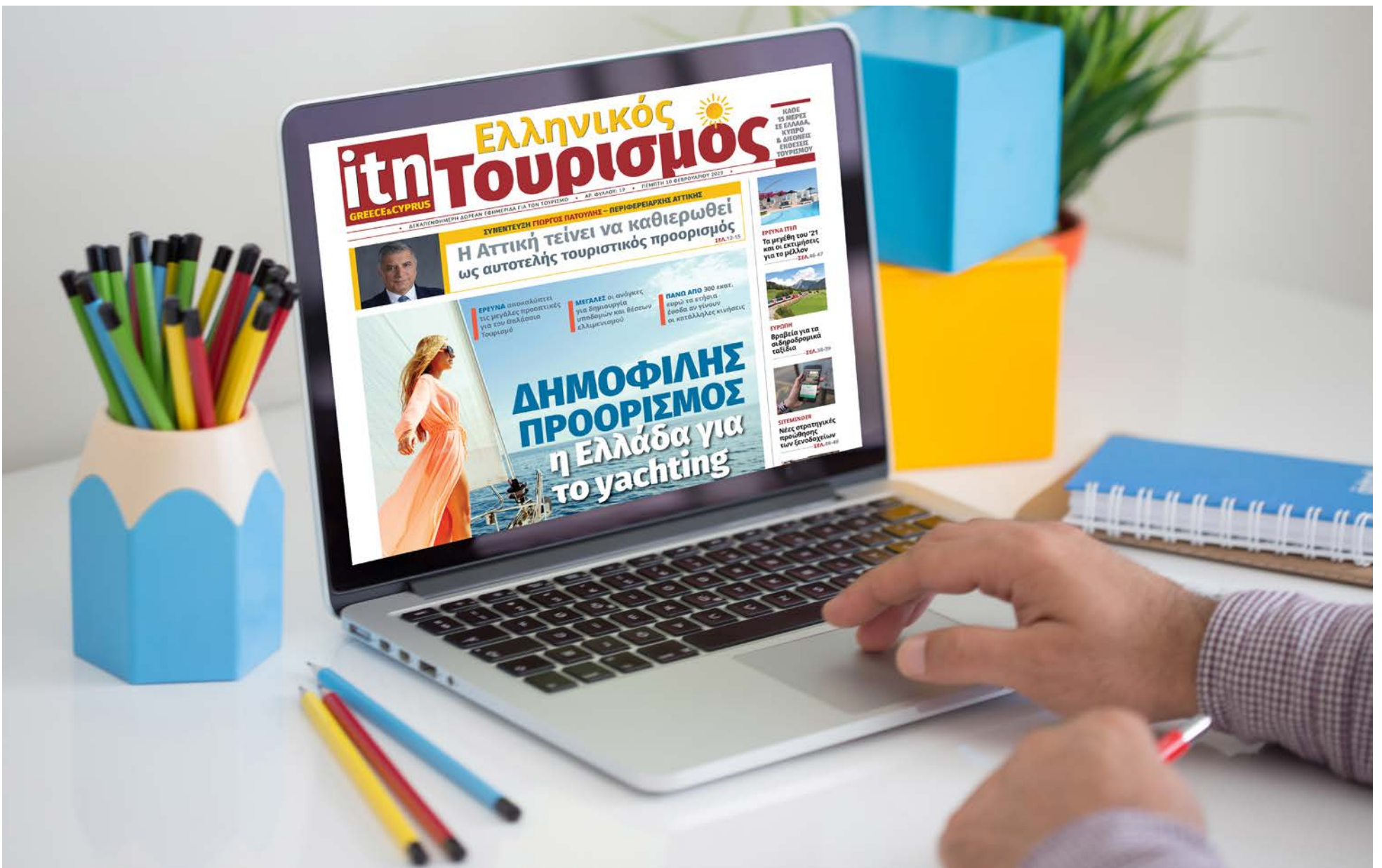
info@bci24news.com



itn
GREECE&CYPRUS

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 και σε χιλιάδες ομογενείς

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε μαζί μας



2110129575



www.mact.gr



info@mact.gr