itn GREECE&CYPRUS

Ελληνικός Τουρισμός

ΚΑΘΕ ΜΗΝΑ ΣΕ ΕΛΛΑΔΑ, ΚΥΠΡΟ & ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

• ΜΗΝΙΑΙΑ ΔΩΡΕΑΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ • ΑΡ. ΦΥΛΛΟΥ: 33 • ΤΡΙΤΗ 4 ΟΚΤΩΒΡΙΟΥ 2022 •

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΝΟΤΟΠΟΥΛΟΥ – ΤΟΜΕΑΡΧΗΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ

Νομοθετικό πλαίσιο για τη βραχυχρόνια μίσθωση

ΣΕΛ.20-21

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΣΕΖΟΝ
ΣΕΛ.22-27

Ψηλά οι κρατήσεις για τριήμερα και γιορτές

Το αντιφατικό σκηνικό που θα κρίνει τη σεζόν

Ελλιπής η αντιμετώπιση της ενεργειακής ακρίβειας

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΝΑΝΟΣ
Πρόκληση η προσέλκυση ξένων τουριστών

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΣΩΚΡΑΤΗΣ ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗΣ
Ολική επαναφορά το 2023 για τον Ορεινό Όγκο

Σε θέση εκκίνησης οι χειμερινοί προορισμοί

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΠΑΡΙΣ ΛΟΥΤΡΙΩΤΗΣ
Είμαστε αισιόδοξοι για την επόμενη σεζόν
ΣΕΛ.46-47

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΦΩΤΗΣ ΚΟΤΤΗΣ
Οι τουριστικές ροές φέτος είναι υψηλές
ΣΕΛ.42-43

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΕΡΙΦΗΣ
Η τεχνολογία έχει μπει στην ημερήσια ατζέντα
ΣΕΛ.68

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
ΓΙΩΡΓΟΣ ΧΟΤΖΟΓΛΟΥ
Δεν καλύφθηκαν οι κενές θέσεις εργασίας
ΣΕΛ.60-61

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
Η τεχνητή νοημοσύνη στην υπηρεσία της εστίασης
ΣΕΛ.64-67

Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της «itn Ελληνικός Τουρισμός»

Μπαίνοντας στη νέα εποχή

Την περασμένη εβδομάδα ήταν η Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού η πρώτη θα πρέπει να πούμε σε συνθήκες κανονικότητας μετά το σοκ που προκάλεσε η πανδημία στον κλάδο του τουρισμού και φυσικά όχι μόνο. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού μας κάλεσε να ξανασκεφτούμε τον Τουρισμό. Πώς θέλουμε να είναι, τι στόχους να έχει; Η πανδημία είναι σαφές πως επιτάχυνε τις εξελίξεις και ενίσχυσε τάσεις στην ταξιδιωτική βιομηχανία που ήδη υπήρχαν.

Η βιωσιμότητα καταγράφεται ομόφωνα ως το πλέον βασικό χαρακτηριστικό που πρέπει να έχει ο Τουρισμός σήμερα. Βιωσιμότητα σημαίνει διατήρηση του περιβάλλοντος, τουριστικές ροές σε αρμονία με την τοπική κοινωνία που δεν εξαντλούν τους πόρους μιας περιοχής, πρακτικές αειφορίας από τις τουριστικές επιχειρήσεις και από τους τοπικούς φορείς. Είναι τα στοιχεία αυτά που μπορούν να οδηγήσουν τον τουριστικό κλάδο της χώρας στο αύριο με σιγουριά και ασφάλεια.

Οδηγό σε αυτή την προσπάθεια μπορούν να αποτελέσουν οι χειμερινοί προορισμοί που καταβάλλουν σημαντικές προσπάθειες για να ενταχθούν στον διεθνή τουριστικό «χάρτη» ξεπερνώντας το στερεοτυπικό μοντέλο διακοπών στην Ελλάδα. Οι κρατήσεις είναι σε υψηλά επίπεδα για τα τριήμερα και τις γιορτές, όμως το θέμα είναι τι τουριστική κίνηση θα υπάρξει την υπόλοιπη χειμερινή περίοδο.

Κατά τα λοιπά η θερινή σεζόν κλείνει σε θετικούς ρυθμούς με επιχειρηματίες και φορείς, πάντως να κρατούν επιφυλάξεις για το «ταμείο» στο τέλος της χρονιάς. Αυτό διότι ναι μεν υπήρξε αθρόα εισροή επισκεπτών, αλλά με τιμές και πακέτα του 2019 που δεν ανταποκρίνονται στις ανάγκες και απαιτήσεις του 2022 και κανείς δεν γνωρίζει σε τι ποσοστό θα καλυφθούν και οι απώλειες των δύο περασμένων ετών.

Επίσης «θολό» είναι το τοπίο και για την επόμενη θερινή σεζόν την οποία θα επηρεάσουν οι γενικότερες διεθνείς γεωπολιτικές και οικονομικές εξελίξεις. Δεν μπορούμε παρά να ευχηθούμε να έχουμε έναν ήπιο χειμώνα με τις λιγότερες δυνατόν αναταράξεις κάθε είδους.

Το παρόν τεύχος της itn Ελληνικός Τουρισμός είναι το πρώτο που εκδίδουμε σε μηνιαία βάση με πλουσιότερη ύλη και με «βαθύτερη» προσέγγιση στις εξελίξεις που αφορούν τον κλάδο. Ελπίζουμε το αποτέλεσμα να ικανοποιήσει και τους πιο απαιτητικούς αναγνώστες.

Καλή ανάγνωση

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

itn Ελληνικός Τουρισμός
ΑΡΙΘΜΟΣ ΦΥΛΛΟΥ: 33

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ:
MACT MEDIA GROUP
ΕΚΔΟΤΗΣ - ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ:
ΓΙΩΡΓΟΣ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟΣ
ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΚΤΗΣ:
ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ

ΣΥΝΤΑΞΗ:
ΣΥΝΤΑΚΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ITN NEWS
ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΟΥΝ:
ΧΡΗΣΤΟΣ ΑΝΑΣΤΑΣΟΠΟΥΛΟΣ, ΘΟΔΩΡΗΣ ΒΑΣΙΛΕΙΟΥ, ΕΥΑΓΓΕΛΟΣ ΚΥΡΙΑΚΟΥ, LENA KYROPOULOS, ΜΙΧΑΛΗΣ ΜΑΡΚΟΥ, ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΑΛΗΣΙΔΗΣ, ΘΟΔΩΡΗΣ ΣΔΡΟΥΛΙΑΣ, ΓΙΩΡΓΟΣ ΤΖΙΑΛΛΑΣ, ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΙΔΗΣ

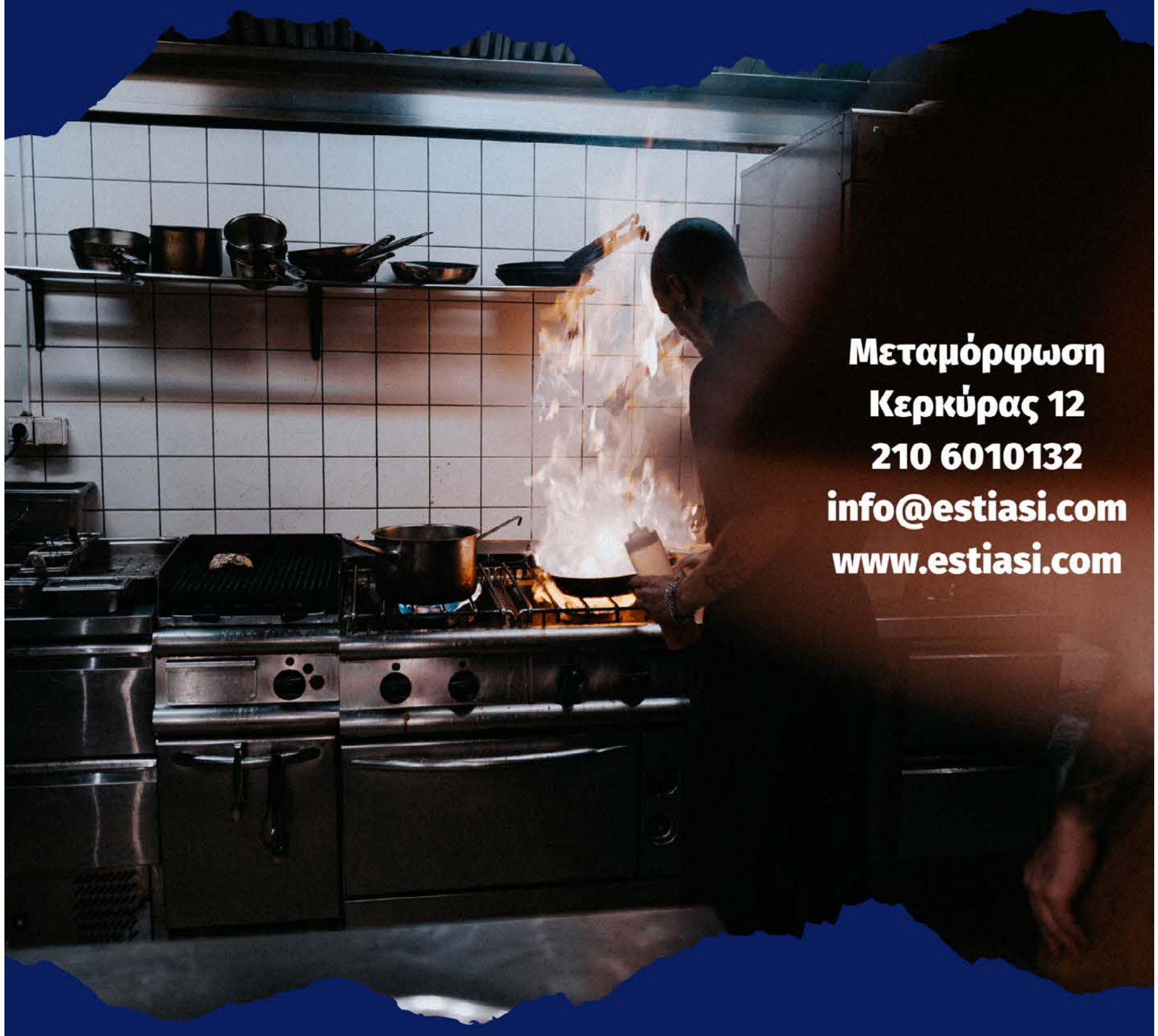
ART DIRECTOR:
ΔΩΡΑ ΤΣΑΦΟΥ
ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑΚΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ:
ΣΤΑΜΑΤΙΝΑ ΗΛΙΟΥ

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

ΔΙΑΝΕΜΕΤΑΙ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΚΑΘΕ ΜΗΝΑ ΜΕΣΩ ΤΗΣ **MACT MEDIA GROUP** ΚΑΙ ΣΤΗΝ ΟΜΟΓΕΝΕΙΑ ΣΕ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΤΗΝ **BCI MEDIA INC**

ΑΠΑΓΟΡΕΥΕΤΑΙ Η ΑΝΑΔΗΜΟΣΙΕΥΣΗ, ΑΝΑΠΑΡΑΓΩΓΗ, ΟΛΙΚΗ, Ή ΜΕΡΙΚΗ ΤΟΥ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟΥ, ΧΩΡΙΣ ΤΗΝ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΗ ΑΔΕΙΑ ΤΟΥ ΕΚΔΟΤΗ

Η μεγαλύτερη εταιρεία εξοπλισμού μαζικής εστίασης



Μεταμόρφωση
Κερκύρας 12
210 6010132
info@estiasi.com
www.estiasi.com

ESTIASH® ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

ΑΝΟΙΧΤΑ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΑ

10-11.09
2022

ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΕΝΩΣΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΩΝ

ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

Ταξίδια εξοικείωσης ΕΟΤ Ρουμανίας Γερμανίας σε Κάρπαθο & Κεφαλονιά

Με τις καλύτερες εντυπώσεις από την Κάρπαθο και την Κεφαλονιά και την εξαιρετική φιλοξενία που προσέφεραν οι κάτοικοι των δύο νησιών μας σε Αιγαίο και Ιόνιο, αναχώρησαν για Ρουμανία και Γερμανία οι φιλοξενούμενοί μας, δημοσιογράφοι/bloggers και τουριστικοί πράκτορες που μετείχαν στα δύο ταξίδια εξοικείωσης, που οργάνωσαν οι υπηρεσίες Εξωτερικού ΕΟΤ Ρουμανίας και Γερμανίας 23- 26 Σεπτεμβρίου.

Αναλυτικότερα:

■ **Το press trip στην Κάρπαθο** οργανώθηκε με στόχο την περαιτέρω ανάδειξη ενός λιγότερο γνωστού προορισμού στο ρουμάνικο κοινό και στέφθηκε που με απόλυτη επιτυχία. Οι καταξιωμένοι δημοσιογράφοι (CezarDumitru-ImperatorTravelκαιEduardTone-Tuktuk.ro) ξεναγήθηκαν σε όλο σχεδόν το νησί. Κατέγραψαν τις πανέμορφες παραλίες, γεύτηκαν την αυθεντική γαστρονομία και επισκέφθηκαν την μοναδική Όλυμπο καθώς και άλλα χωριά της Καρπάθου.

Τα αναλυτικά άρθρα των δύο δημοσιογράφων καθώς και οι αναρτήσεις τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης απευθύνονται στο ευρύ κοινό των μεμονωμένων-ανεξάρτητων ταξιδιωτών, οι οποίοι αποτελούν την μεγάλη πλειοψηφία του τουριστικού ρεύματος προς την χώρα μας (πάνω από 80%),πολλοί από τους οποίους θέλουν να γνωρίσουν νέους νησιωτικούς προορισμούς στην Ελλάδα.

Απευθύνονται επίσης και στους tour operators της Ρουμανίας, οι οποίοι θα λάβουν ολοκληρωμένη πληροφόρηση από τους έγκριτους ρουμάνους δημοσιογράφους αλλά και από την Υπηρεσία Εξωτερικού ΕΟΤ Ρουμανίας ώστε να δημιουργηθούν οι προϋποθέσεις για συνεργασίες με τις τουριστικές επιχειρήσεις της Καρπάθου.

Οι δύο δημοσιογράφοι έμειναν με τις καλύτερες εντυπώσεις από την Κάρπαθο και την εξαιρετική φιλοξενία που προσέφεραν οι τοπικοί επαγγελματίες τουρισμού, τους οποίους ο ΕΟΤ ευχαριστεί θερμά για την υποστήριξη του ταξιδιού.

■ **Το Fam trip σε Κεφαλονιά** οργανώθηκε σε συνεργασία με την αεροπορική εταιρεία Condor και την Ένωση Ξενοδόχων Κεφαλονιάς-Ιθάκης με συμμετέχοντες επαγγελματίες του τουρισμού (εξειδικευμένοι Tour Operators καθώς και πλατφόρμα προώθησης προορισμών και επιχειρήσεων και εταιρεία διοργάνωσης αθλητικών εκδηλώσεων/προπονήσεων ομάδων). Οι εντυπώσεις που αποκόμισαν από την εικόνα του νησιού ήταν άριστες.

Συγκεκριμένα ενθουσιάστηκαν από το ποικιλόμορφο φυσικό περιβάλλον με κυρίαρχο στοιχείο την πλούσια χλωρίδα και πανίδα του ορεινού όγκου του Αίνου, αλλά και από τις εντυπωσιακές παραλίες κατά μήκος της ακτογραμμής, προσβάσιμες από ξηρά και θάλασσα, από τα σκορπισμένα γραφικά χωριά αλλά και το ρομαντικό Αργοστόλι με την χαρακτηριστική του γέφυρα, το λιμάνι με τα σκάφη αλλά και τις ήμερες χελώνες που προσεγγίζουν τα ψαροκάικα, τον πλατύ πεζόδρομο γεμάτο καταστήματα και εστιατόρια, τις πολυσύχναστες πλατείες, έως και από την παραγωγή και γευσιγνωσία ποιοτικού κρασιού και ελαιολάδου καθώς και τοπικών χαρακτηριστικών συνταγών.

Κατά την εκδήλωση στο Δημοτικό Θέατρο Αργοστολίου οι συνεργάτες (Condor, Υπηρεσία Ε.Ο.Τ Γερμανίας, Δήμος Κεφαλονιάς) έκαναν επιμέρους παρουσιάσεις, ενώ κατόπιν ακολούθησαν κατ' ιδίαν συζητήσεις μεταξύ των φιλοξενούμενων Γερμανών και των τοπικών επαγγελματιών του Τουρισμού.

Οι συζητήσεις ήταν ιδιαίτερα εποικοδομητικές καθ' ότι, σύμφωνα με τα πρώτα ενθαρρυντικά σχόλια υπήρξαν επιμέρους συνεννοήσεις με τις τοπικές επιχειρήσεις με σκοπό τη διαμόρφωση συγκεκριμένων πακέτων προς ένταξη του προορισμού στα άμεσα προγράμματά τους.

Συζητήθηκε συγκεκριμένα η δημιουργία προγράμματος περιηγήσεων μονοπατιών, ποδηλατικών διαδρομών, σε σύνδεση με γαστρονομία και επισκέψεις σε οινοποιεία/ελαιουργεία της περιοχής, διερεύνηση για συνεργασία για διοργάνωση γάμων στο νησί, ένταξη της Κεφαλονιάς σε πρόγραμμα island hopping στα Ιόνια Νησιά στην αρχή και στο τέλος της τουριστικής περιόδου, ήτοι Οκτώβριο/Νοέμβριο και Απρίλιο/Μάιο, που απευθύνεται σε ομάδα-στόχο ηλικιακά 60+, (κατόπιν ωστόσο διασφάλισης θαλάσσιας σύνδεσης μεταξύ των νησιών) και τέλος διερεύνηση για επιλογή της Κεφαλονιάς ως προορισμού προπονήσεων μικρών ομάδων διαφόρων αθλημάτων, αξιοποιώντας αθλητικές και λοιπές εγκαταστάσεις στο νησί.

Ο ΕΟΤ ευχαριστεί τις τοπικές τουριστικές και λοιπές επιχειρήσεις που στήριξαν έμπρακτα τη φιλοξενία της ομάδας, και τους συνεργάτες κα Sonia Stamatidou, εκπρόσωπο της αεροπορικής εταιρείας Condor για την επιμέλεια των άψογων πτήσεων και την παρουσίαση της εταιρείας στο workshop –αναμένεται ενδεχόμενη ένταξη μιας επιπλέον απ΄ ευθείας πτήσης από αεροδρόμιο της Γερμανίας για την Κεφαλονιά το 2023, τον κο Ίωνα Λιναρδάτο εκπρόσωπο του Δήμου για την παρουσίαση του τουριστικού προϊόντος του νησιού και κυρίως τον Πρόεδρο της Ένωσης Ξενοδόχων Κεφαλονιάς/Ιθάκης, κ. Γεράσιμο Τιμοθεάτο, χωρίς τη βοήθεια του οποίου δεν θα μπορούσε να υλοποιηθεί το ανωτέρω ταξίδι.

Και τα δύο ταξίδια εξοικείωσης ήταν προσαρμοσμένα πλήρως στους στόχους του Ε.Ο.Τ. για διεύρυνση της τουριστικής περιόδου με επιλεγμένους συμμετέχοντες σε εξειδικευμένο προϊόν εναλλακτικών μορφών τουρισμού.

Το ψηφιακό μέσο του τουρισμού ταξιδεύει σε όλο το κόσμο

www.mact.gr info@mact.gr 211-0129575

MACT MEDIA GROUP

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

WTM: Η σύνοδος κορυφής των Υπ. Τουρισμού καλεί τον κλάδο σε ολική επανεξέταση

Στις 8 Νοεμβρίου, οι ηγέτες του τουρισμού από όλο τον κόσμο θα συγκληθούν εκ νέου, ώστε να εξετάσουν τους τρόπους επανασχεδιασμού του μέλλοντος του κλάδου και της οικονομικής του ανάπτυξης, καθώς ο πλανήτης αντιμετωπίζει την κλιματική κρίση.

Ειδικότερα, στη μεγαλύτερη ετήσια συγκέντρωση υπουργών τουρισμού στον κόσμο, η οποία θα πραγματοποιηθεί στο Λονδίνο, στο πλαίσιο της World Travel Market, θα συμμετέχουν υπουργοί, προϊστάμενοι του κλάδου, εκπρόσωποι της νεολαίας και εμπειρογνώμονες, σε μία εφ' όλης της ύλης συζήτηση με τίτλο Rethinking Tourism.

Η Σύνοδος Κορυφής του 2022 θα παράσχει ένα επίκαιρο φόρουμ για τον Π.Ο.Τ., το Παγκόσμιο Συμβούλιο Ταξιδιών και Τουρισμού και τους υπουργούς της κυβέρνησης που εκπροσωπούν κάθε περιοχή σε όλο τον κόσμο, για να ενωθούν με τους ηγέτες του τουρισμού από τον ιδιωτικό τομέα και να μοιραστούν ιδέες, να διαμορφώσουν μελλοντικές πολιτικές και να υποστηρίξουν την ανάκαμψη του κλάδου.

Μεταξύ άλλων, οι εκπρόσωποι του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, θα θίξουν ζητήματα όπως η κλιματική αλλαγή, οι συνέπειες της πανδημίας, η έλλειψη προσωπικού, οι θέσεις εργασίας, η βιωσιμότητα, ο τουρισμός χωρίς αποκλεισμούς και άλλες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κλάδος, καθώς και ευκαιρίες που μπορεί να προσφέρει στις χώρες και στις κοινότητες.

Τέλος, η σύνοδος κορυφής θα προσφέρει μια ευκαιρία σε νέες φωνές με φρέσκες ιδέες να προσφέρουν τεχνολογικές λύσεις και να δείξουν τον δρόμο σε καινοτόμες προοπτικές.

Ομιλία Γ. Βερνίκου στο Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο

Ο κος Γιώργος Βερνίκος, Επίτιμος Πρόεδρος της Ένωσης Πλοιοκτητών Ελληνικών Σκαφών Τουρισμού και Γεν. Γραμματέας του ΣΕΤΕ είχε την τιμή να είναι καλεσμένος της Επιτροπής Μεταφορών και Τουρισμού του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου στις Βρυξέλλες την 26η Σεπτεμβρίου 2022 , προκειμένου να ενημερώσει για θέματα, κυρίως θαλάσσιου τουρισμού και ν' απαντήσει σε σχετικές ερωτήσεις Ευρωβουλευτών.

Τα κύρια σημεία της ομιλίας του κου Βερνίκου ήταν τα εξής:

Η τουριστική ανάκαμψη το 2ο και 3ο τρίμηνο του 2021 στη Νότια Ευρώπη είναι ο κύριος λόγος που θα κρατήσει την Ευρωζώνη, έστω και οριακά, σε θετικούς ρυθμούς ανάπτυξης. Ο τουρισμός αποτελεί φωτεινό σημείο για την ευρωπαϊκή οικονομία. Ιδιαίτερα για την Ελλάδα ο τουρισμός αποτελεί στρατηγικής σημασίας δραστηριότητα και βασικό πυλώνα ανάπτυξης, δημιουργίας εισοδήματος και απασχόλησης, με κατεύθυνση ένα καινοτόμο και ποιοτικό αναπτυξιακό μοντέλο στραμμένο προς την ολιστική βιώσιμη και αειφόρο ανάπτυξη.

Η Γαλάζια Οικονομία–Blue Economy αντιπροσωπεύει το 15% της συνολικής απασχόλησης στην Ελλάδα (570.000 θέσεις εργασίας) και συμβάλει στο 5,1% της ακαθάριστης προστιθέμενης αξίας.

Η Ελλάδα είναι από τους δημοφιλέστερους προορισμούς στον κόσμο για τα σκάφη αναψυχής. Στην Ελλάδα εκτιμάται ότι υπάρχουν 170.000 σκάφη αναψυχής όλων των μεγεθών και απ' αυτά τα επαγγελματικά σκάφη ανέρχονται σε 6.500.

Περίπου 200 με 300 ελληνικά επαγγελματικά σκάφη θα προστίθενται κάθε χρόνο στον ελληνικό στόλο.

Τα σκάφη προς ναύλωση θεωρήθηκαν -ιδιαίτερα στη διάρκεια της πανδημίας- ασφαλής τρόπος διακοπών. Μόνο τα ιστιοπλοϊκά σκάφη που ναυλώνονται στην Ανατολική Μεσόγειο υπολογίζονται πάνω από 10.000, μ' ένα τζίρο της τάξης των 2 δις ευρώ.

Προτεραιότητες στο yachting

Η ανάγκη εκσυγχρονισμού του πλαισίου του θαλάσσιου τουρισμού, με άξονα πάντα τη βιώσιμη ανάπτυξη, την πράσινη και ψηφιακή μετάβαση της οικονομίας και τον εμπλουτισμό του θαλάσσιου τουρισμού, καθώς και τον περιορισμό των παράνομων ναυλώσεων και των αθέμιτων απαιτήσεων συμφερόντων που έχουν συνηθίσει στην παρανομία.

Στην Ευρώπη -και ιδιαίτερα στη Μεσόγειο- απαιτείται μεγάλο χρονικό διάστημα για τη χωροθέτηση και υλοποίηση μαρινών, λόγων περιβαλλοντικών περιορισμών και αντιδράσεων των τοπικών κοινωνιών. Είναι απαραίτητη η λειτουργία έξυπνων και ευέλικτων ρυθμίσεων για την ενθάρρυνση και προώθηση ελαφρών και πλωτών στοιχείων για δημιουργία θέσεων ελλιμενισμού, με άμεση λειτουργία.

Το επόμενο χρονικό διάστημα υπάρχει σημαντική αύξηση της ζήτησης για ναύλωση επαγγελματικών σκαφών, που αποτελούν βασικό στοιχείο περιήγησης και επικοινωνίας μεταξύ παράκτιων και νησιωτικών προορισμών. Είναι σημαντικό ν\ αναπτυχθούν στρατηγικές μαρίνες που ν\ αποτελούν εφαλτήριο ανάπτυξης του θαλάσσιου τουρισμού και ιδιαίτερα των επαγγελματικών σκαφών με πλήρη προσφορά υπηρεσιών.

Η Ευρωπαϊκή Ένωση πρέπει να ενθαρρύνει τις επενδύσεις της πράσινης και περιβαλλοντικής ανάπτυξης, μεταξύ των οποίων είναι η ηλεκτροκίνηση των σκαφών, το ηλεκτρικό δίκτυο υποστήριξης στις μαρίνες και τους Δήμους και η διαχείριση των αποβλήτων.

Καλεσμένοι στην ακρόαση του Κοινοβουλίου ήταν ο Γενικός Διευθυντής του European Boating Indurstry κος Philip Easthill και ο κος Roberto Perocchio, εξειδικευμένος σε θέματα παράκτιας και παραποτάμιας ναυσιπλοΐας. Τη συζήτηση συντόνισε η Ευρωβουλευτής κα Karima Delli. Μπορείτε να παρακολουθήσετε την πλήρη συνεδρίαση της Επιτροπής στο link https://Inkd.in/dJKbkzMe

Τουρισμός Υγείας: Μια εξελισσόμενη μορφή τουρισμού

Με ιδιαίτερα χρήσιμα συμπεράσματα ολοκληρώθηκε την Κυριακή 2 Οκτωβρίου 2022 η συνεδρία για τον Τουρισμό Υγείας, στα πλαίσια του Forum Υγείας 1-3 Οκτωβρίου, που διοργανώθηκε από τον Ιατρικό Σύλλογο Πατρών σε συνεργασία με την Εφημερίδα «Σύμβουλος Επιχειρήσεων» και πραγματοποιήθηκε στην Πάτρα με την συμμετοχή επιστημονικών και επαγγελματικών φορέων των τομέων υγείας και τουρισμού.

Εξετάστηκαν οι προϋποθέσεις ανάπτυξης τουρισμού υγείας στις Περιφέρειες Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδας, μεταξύ των οποίων οι νέες τάσεις που έχουν διαμορφωθεί μετά την πανδημία στους ταξιδιώτες υγείας, οι καθοριστικοί παράγοντες ενίσχυσης του τουρισμού υγείας από πλευράς ζήτησης και προσφοράς, οι παράγοντες που συμβάλλουν στη μείωση του κόστους σε ανταγωνιστικούς προορισμούς για τουρισμό υγείας, η ανάπτυξη του κατάλληλου θεσμικού πλαισίου κυρίως στο τμήμα του Ιατρικού Τουρισμού τόσο σε διεθνές όσο και σε ελληνικό περιβάλλον και η διασφάλιση ποιότητας και πιστοποίησης υπηρεσιών υγείας μια φιλοξενίας.

Download
SAFE WATER SPORTS
ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ & ΝΗΣΙΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ
ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Θαλάσσια σπορ
3.000+ παραλίες
Ημερόπλοια
Μαρίνες
Κέντρα Υγείας
Κανόνες ασφάλειας
Διατίθεται σε
SAFE WATER SPORTS
Be informed, Inspect, Be careful, Enjoy!
Under the auspices of
HELLENIC REPUBLIC Ministry of Tourism
HELLENIC REPUBLIC Ministry of Maritime Affairs & Insular Policy
Αρρολαύστε
τις διακοπές σας
στην Ελλάδα & στην Κύπρο
Available on the App Store
Get it on Google play
www.safewatersports.com

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

Τσιτλακίδης: «Υπάρχει και μια άλλη Ελλάδα»

Μια μεγάλη προσπάθεια έχει ξεκινήσει τα τελευταία χρόνια, για την ανάδειξη των ορεινών, ημιορεινών περιοχών της Ελλάδας ως τουριστικοί προορισμοί, με τη δημιουργία της Ομάδας Ορεινών και Ημιορεινών Περιοχών, πρωτεργάτες της οποίας είναι ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Πιερίας και μέλος Δ.Σ της Π.Ο.Ξ κ. Ηρακλής Τσιτλακίδης και το μέλος του Δ.Σ της Π.Ο.Ξ. και Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Δράμας κ. Άγγελος Καλλίας.

Πρόκειται για μια συντονισμένη προσπάθεια, που περιλαμβάνει προορισμούς από όλη την Επικράτεια που βρίσκονται σε ορεινές και ημιορεινές περιοχές. Σκοπός, να αναδειχθούν οι περιοχές αυτές, μαζί με την υπόλοιπη Ελλάδα που όλοι γνωρίζουν στο εξωτερικό, δηλαδή την Ελλάδα του «ήλιος και θάλασσα».

«Αναδεικνύουμε την άλλη Ελλάδα των ορεινών και ημιορεινών περιοχών», επισημαίνει ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Πιερίας κ. Τσιτλακίδης και προσθέτει πως η Πιερία έχει ένα μοναδικό προνόμιο. Συνδέει τον ήλιο, τη θάλασσα και τα βουνά αρμονικά, με ναυαρχίδα φυσικά τον Όλυμπο και τα Πιέρια.

Το ενεργειακό κόστος

Η Ομάδα των Ορεινών και Ημιορεινών Περιοχών έχει καταγράψει και αναδείξει τα τελευταία χρόνια τα προβλήματα και τις προοπτικές που μπορεί να έχει ο ορεινός τουρισμός στη χώρα μας. Πρώτο στη λίστα των ξενοδοχείων που βρίσκονται στις περιοχές αυτές, είναι το ενεργειακό κόστος και η ενεργειακή αναβάθμιση των ξενοδοχείων του ορεινού όγκου, που θα εξασφαλίσουν μακροπρόθεσμα τη μείωση του κόστους.

«Είναι διαφορετικά στο υψόμετρο της θάλασσας και στο υψόμετρο στον Άγιο Δημήτριο ή το Ελατοχώρι. Σε αυτές τις περιοχές το πετρέλαιο θέρμανσης χρειάζεται ακόμη και μέσα στο καλοκαίρι. Αν θέλουμε την επιμήκυνση τη τουριστικής περιόδου θα πρέπει να δοθεί η δυνατότητα σε αυτές τις επιχειρήσεις μέσω ενεργειακού συμψηφισμού να εξορθολογήσουν το ενεργειακό κόστος λειτουργίας τους, μέσω του net metering» υπογραμμίζει ο κ. Τσιτλακίδης

Ο εναλλακτικός τουρισμός στην Πιερία

Υπάρχουν μια σειρά παραγόντων που βοηθούν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου που είναι το ζητούμενο. Για παράδειγμα η Ομάδα είχε ζητήσει πέρυσι την επιμήκυνση των προγραμμάτων Κοινωνικού Τουρισμού έως και τη χειμερινή περίοδο. Μέχρι τότε όλα αυτά τα προγράμματα έληγαν περίπου στα τέλη Σεπτεμβρίου. Η πρόταση υλοποιήθηκε και μεταφράστηκε σε αφίξεις και διανυκτερεύσεις. Επίσης ζητούμενο είναι η ενσωμάτωση των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στο τουριστικό προϊόν της περιοχής.

«Η Πιερία έχει συνοδούς βουνού, οδηγούς βουνού, γαστρονομία, Προσκυνηματικό τουρισμό, αρχαιολογικούς χώρους, τα ορειβατικά καταφύγια και κυρίως έχει τον Όλυμπο, το Ελατοχώρι, το χιονοδρομικό του Ελατοχωρίου, που είναι τα βαριά ονόματα της περιοχής τα οποία ενσωματώνεται στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Μπορούμε να επιμηκύνουμε την τουριστική μας περίοδο και εκτός των 4 – 5 μηνών της καλοκαιρινής περιόδου» τονίζει χαρακτηριστικά ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Πιερίας. Άλλωστε όπως σημειώνει, έχουμε τις υποδομές αλλά τις χρησιμοποιούμε μόνο την καλοκαιρινή περίοδο.

Η πρόταση της Ομάδας για το Ελατοχώρι

Η Ομάδα των «Ορεινών» έχει καταθέσει πρόταση για το Ελατοχώρι. Συγκεκριμένα ζητά μέσα από ειδικά προγράμματα με τη συνεργασία του Υπουργείου Παιδείας, και των διευθύνσεων της Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης να γίνονται στοχευμένες εκδρομές για να έλθουν οι μαθητές σε επαφή με τις ειδικές μορφές τουρισμού. Έτσι, κατά τη διάρκεια της χιονόπτωσης το χιονοδρομικό κέντρο Ελατοχωρίου λειτουργεί για σκι, αλλά την υπόλοιπη περίοδο θα μπορούσε να λειτουργεί ως βιωματικό πάρκο με δημοτικά σχολεία τα οποία θα το επισκέπτονται, θα γίνονται συμμέτοχοι της οποιαδήποτε δράσης εναλλακτικού τουρισμού δημιουργώντας με αυτό τον τρόπο, μια διαφορετική αγορά.

«Ενσωματώνοντας εναλλακτικές μορφές τουρισμού και αμβλύνοντας το κόστος λειτουργίας των επιχειρήσεων ώστε να επιμηκύνουν την περίοδο της λειτουργίας τους, δημιουργούμε το απαραίτητο περιβάλλον ώστε να δημιουργηθεί επισκεψιμότητα», αναφέρει ο κ. Τσιτλακίδης.

Στο πλαίσιο αυτό, υπήρξαν συναντήσεις της Ομάδας με το Υπουργείο Παιδείας και το Υπουργείο Τουρισμού, ώστε να εξεταστεί το ενδεχόμενο να δημιουργηθούν τα τριήμερα στα οποία θα μπορέσει η εκπαιδευτική κοινότητα να συμμετέχει σε αυτή τη βιωματική εμπειρία των εναλλακτικών μορφών τουρισμού στους κατά τόπους προορισμούς. Όλα αυτά βέβαια, σε αγαστή συνεργασία και συμπαράσταση με τους εκπαιδευτικούς λειτουργούς, με άμβλυνση όλων των αντικινήτρων που υπάρχουν σήμερα.

«Οι κρασάδες μας»

Σημαίνουσα θέση στην προσπάθεια ανάδειξης των ορεινών και ημιορεινών περιοχών και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου στην Πιερία, έχουν όπως τονίζει χαρακτηριστικά ο Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων τα οινοποιεία, οι οποίοι πλέον κάνουν μια εξαιρετική δουλειά στο κομμάτι της οινογνωσίας παράλληλα με τις εξαιρετικές γαστρονομικές μας υποδομές.

Οι συνεργασίες και το αφήγημα της Πιερίας

«Ο τουρισμός είναι συνέργειες. Αυτό σημαίνει ότι κανένας μόνος του δεν μπορεί να δημιουργήσει αυτό το οποίο θέλουμε να έχει η περιοχή», τονίζει χαρακτηριστικά ο κ. Τσιτλακίδης, επισημαίνοντας ότι το ζητούμενο είναι να αποφασίσουμε ποιο θέλουμε να είναι το αφήγημα της Πιερίας. Ενός νομού που υφίσταται τουριστικά τα τελευταία 50 χρόνια αλλά μέχρι σήμερα δεν συνδέσαμε την περιοχή με το μήνυμα στο υποσυνείδητο του ταξιδιώτη. «Όταν λέμε Σαντορίνη μας έρχεται συνειρμικά το ρομάντζο, όταν λέμε Μύκονος η ψυχαγωγία, όταν λέμε Olympus Riviera δεν έχουμε διευκρινίσει τι έρχεται, ή το τι πρέπει να έρχεται στο υποσυνείδητο του επισκέπτη.

Είναι ένα μεγάλο στοίχημα, να δημιουργηθεί αυτό που ονομάζουμε αφήγημα της περιοχής . Και επίσης να ενσωματώσουμε όλα τα «περιουσιακά» μας στοιχεία και σίγουρα μεταξύ αυτών τον Όλυμπο και τα Πιέρια. Η Πιερία διαθέτει όλα αυτά τα στοιχεία, τα οποία πρέπει, με σεβασμό στην αειφορία ,να μας δημιουργήσουνε πρόσθετη επισκεψιμότητα για όλο τον χρόνο και όχι μόνο να εμπλουτίζουν την εμπειρία», καταλήγει ο κ. Τσιτλακίδης.

BCI media

BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK

BCI 24

NEWS NETWORK

www.bci24news.com

info@bci24news.com

Συγχαρητήρια Επιστολή Πρόεδρου ΤΟΠ για το TBEX Europe 2023

Ως υψίστης σημασίας και σημαντική διεθνή επιτυχία θεωρούμε την ανάθεση διοργάνωσης του TBEX Europe 2023 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, εφόσον συνιστά μια από τις μεγαλύτερες συναντήσεις παγκοσμίως που προσελκύει το ενδιαφέρον, μεγάλων ονομάτων της ταξιδιωτικής αγοράς, από online travel media, travel bloggers, δημιουργούς περιεχομένου, αλλά και στελέχη Οργανισμών Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμών, διαμορφώνοντας και επαναπροσδιορίζοντας τους κλάδους της τουριστικής βιομηχανίας.
Το mega συνέδριο που θα διοργανωθεί από την Περιφέρεια Πελοποννήσου που υπέβαλε την υποψηφιότητα της και διεκδίκησε την ανάθεση, με την συνεργασία και συμβουλευτική υποστήριξη της MINDHAUS, εταιρεία τουριστικού μάρκετινγκ και μέλος της V+O Greece θα δώσει την ευκαιρία σε περισσότερους από 350 έμπειρους επαγγελματίες της τουριστικής αγοράς, από όλον τον κόσμο, να συναντηθούν από τις 8 έως τις 12 Μαΐου 2023 στην Περιφέρεια Πελοποννήσου, για να συνδεθούν, να ενημερωθούν για τις τελευταίες τάσεις, στρατηγικές και τακτικές της τουριστικής αγοράς, αλλά και για να προβάλλουν την ομορφιά και τις μοναδικές εμπειρίες της Πελοποννήσου.
Το πρόγραμμα του συνεδρίου περιλαμβάνει συναντήσεις, εκπαιδευτικά προγράμματα, παρουσιάσεις από κορυφαίους επαγγελματίες του κλάδου, ενώ συμπληρώνεται από απολαυστικές βραδιές δικτύωσης για τους συμμετέχοντες καθώς και από ταξίδια εξοικείωσης σε όλη την Πελοπόννησο.
Θεωρούμε ότι τέτοιου βεληνεκούς και ποιότητας διοργανώσεις θα πρέπει να διεξάγονται σε διαρκή βάση στην Πελοπόννησο καθιστώντας την διεθνές επίκεντρο ενδιαφέροντος της τουριστικής βιομηχανίας. Συγχαίρουμε την Περιφέρεια Πελοποννήσου, τον Περιφερειάρχη Πελοποννήσου κ. Νίκα , την αρμόδια Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού κα Καλογεροπούλου και την δυναμική ομάδα τουρισμού που στελεχώνει αυτή την προσπάθεια και μεταφέρουμε την πρόθεσή μας να συμβάλλουμε με κάθε μέσο και τρόπο στην επιτυχή διοργάνωση της εν λόγω εκδήλωσης και την ενίσχυση του τουριστικού προϊόντος της Πελοποννήσου»

Η Αττική αναδείχθηκε «Europe's Leading Sustainable Tourism Destination 2022» στα World Travel Awards

Κορυφαίος προορισμός αειφόρου τουρισμού της Ευρώπης για το 2022, αναδείχθηκε η Περιφέρεια Αττικής στον καταξιωμένο διεθνή τουριστικό θεσμό World Travel Awards, κερδίζοντας επάξια την 1η θέση ανάμεσα σε κορυφαίους προορισμούς διεθνούς εμβέλειας όπως το Baden-Württemberg, το Ντουμπρόβνικ, το Εδιμβούργο, το Funchal, το Pembrokeshire και το Αλγκάρβε. Πρόκειται για ένα βραβείο που προτάσσει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα ενός τόπου, που τον καθιστούν ελκυστικό για διακοπές, όλες τις εποχές του χρόνου, και ταυτόχρονα υπηρετεί τις αρχές της αειφορίας. Η ανάδειξη της Αττικής ως κορυφαίου προορισμού αειφόρου τουρισμού, στηρίχθηκε σε τρεις βασικούς πυλώνες:

Στον πολιτιστικό πλούτο και τη φυσική ομορφιά της Περιφέρειας (μεγάλη ακτογραμμή με μαγευτικές – βραβευμένες με Γαλάζια Σημαία – παραλίες, ορεινά δάση εξαιρετικής φυσικής ομορφιάς, πεδιάδες με φημισμένους αμπελώνες και επισκέψιμα οινοποιεία, ειδυλλιακά νησιά κ.α.)

Στις σύγχρονες υποδομές της (βραβευμένο ως προς την ασφάλεια και εξυπηρέτηση Διεθνές Αεροδρόμιο, τον Πειραιά – ένα από τα κορυφαία λιμάνια της Ευρώπης, εντυπωσιακές μαρίνες σκαφών αναψυχής, πληθώρα καταλυμάτων και υπηρεσιών εστίασης, ψυχαγωγίας κ.α.)

Στο ολοκληρωμένο σχέδιο που έχει συστήσει η Περιφέρεια Αττικής προκειμένου να καταστεί η πρώτη «Πράσινη» Περιφέρεια της χώρας. Το σχέδιο αυτό περιλαμβάνει:

- Τη δημιουργία νέων, φιλικών προς το περιβάλλον μονάδων διαχείρισης αποβλήτων, που θα λειτουργούν ως ολοκληρωμένα Πάρκα Κυκλικής Οικονομίας
- Την ενίσχυση της ανακύκλωσης μέσω της προμήθειας εξοπλισμού που θα διανεμηθεί δωρεάν στους δήμους της Αττικής
- Τη χωριστή συλλογή βιοαποβλήτων και την κατασκευή διαδημοτικών μονάδων διαχείρισής τους σε όλη την Αττική, με παράλληλη δωρεάν διανομή εξοπλισμού στους δήμους της Αττικής
- Τη διαμόρφωση ενός επικαιροποιημένου master plan για την αντιπλημμυρική προστασία

- Την ενημέρωση – επικαιροποίηση των περιβαλλοντολογικών μελετών
- Τη διαμόρφωση ενός σύγχρονου μοντέλου πολιτικής προστασίας
- Την υποψηφιότητα της Περιφέρειας Αττικής ως «Europe's Leading Sustainable Tourism Destination 2022», επιμελήθηκε ο Αναπτυξιακός Οργανισμός «Νέα Μητροπολιτική Αττική», που εξειδικεύεται στον στρατηγικό σχεδιασμό και την ανάπτυξη σημαντικών δράσεων και έργων τοπικής αυτοδιοίκησης.

Για την ανακήρυξη της Αττικής ως κορυφαίος προορισμός αειφόρου τουρισμού της Ευρώπης για το 2022, ο Περιφερειάρχης Αττικής κ. Γιώργος Πατούλης δήλωσε:

«Οι διαδοχικές διακρίσεις της Αττικής στα World Travel Awards, τον μεγαλύτερο θεσμό της τουριστικής βιομηχανίας, καταδεικνύουν ότι η μεθοδική δουλειά που γίνεται στην Περιφέρεια Αττικής, με στόχο την ανάδειξη των συγκριτικών της πλεονεκτημάτων αλλά και την ενίσχυση της εξωστρέφειας της, έχει αποτελέσματα και αποδίδει καρπούς.

Αποτελεί βαθιά μου πεποίθηση πως ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους βασικότερους πυλώνες της οικονομίας μας και σ' αυτό το πλαίσιο η επένδυση στο τουριστικό προϊόν της Αττικής μας, παραμένει ψηλά στην ατζέντα των προτεραιοτήτων μας».

Ολοκληρώθηκε με μεγάλη επιτυχία και συγκίνηση το Agios Nikolaos On SUP 2022!

Με μεγάλη επιτυχία και πολλές συμμετοχές πραγματοποιήθηκε το Agios Nikolaos on SUP 2022, το Σαββατοκύριακο 24 & 25 Σεπτεμβρίου στον Άγιο Νικόλαο Κρήτης. Η μεγαλύτερη αθλητική εκδήλωση – θεσμός στην Ελλάδα, το κύρος και η απήχηση της οποίας επιβεβαιώνεται κάθε χρόνο από την παρουσία σπουδαίων αθλητών της κοινότητας του SUP. Πιστοί στο ραντεβού τους με τον Άγιο Νικόλαο και το Agios Nikolaos On SUP, οι κορυφαίοι αθλητές Bruno Hasulyo από την Ουγγαρία και η Amandine Chazot με τον Boris Jinvresse από τη Γαλλία. Για πρώτη φορά στη διοργάνωση από την Πολωνία η Apanasewicz Marta και ο Majdan Mikołaj καθώς και ο Ισραηλινός Machlev Liran.
Φυσικά, πολλοί και καταξιωμένοι αθλητές και αθλήτριες από την Ελλάδα έδωσαν το παρόν. Τη διοργάνωση στήριξαν με την παρουσία και τη συμμετοχή τους και οι σύλλογοι SUP της Κρήτης με τους μικρούς αθλητές να κλέβουν φυσικά την παράσταση, επιβεβαιώνοντας ότι το μέλλον του αθλήματος τους ανήκει (ο Αθλητικός Σύλλογος Sup-surf Ηρακλείου συνδιοργανωτής με τον Ναυτικό Αθλητικό Σύλλογο Αγ. Νικολάου, Ναυτικός Όμιλος Σητείας (Ν.Ο.Σ.), Α.Σ Αποκόρωνας, Ναυτικός Όμιλος Χανίων (Ν.Ο.Χ.), Α.Σ Χανίων).

GK FORCES

ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Επιστρώματα

Παπλώματα

Παπλωματοθήκες

Κουβέρτες-Κουβερλί

Σεντόνια

Μαξιλάρια

Μπουρνούζια

Πετσέτες

Ταπέτα

Κεντημένη Πετσέτα

Γ. Καραϊσκάκη 33, Νέα Χαλκηδόνα · τ.211 012 94 93 · www.gkforces.gr

Ο γύρος των... ΕΙΔΗΣΕΩΝ σε λέξεις

FIX Hellas και ΑΚΤΟ ενώνουν ξανά τις δυνάμεις τους

Με στόχο τη στήριξη της νέας γενιάς σπουδαστών, ολοκληρώθηκε με επιτυχία ακόμη μία συνεργασία της FIX Hellas και ΑΚΤΟ ενώνουν ξανά τις δυνάμεις τους με τον ΑΚΤΟ, στο πλαίσιο της ευρύτερης συνεργασίας που διατηρεί η Ολυμπιακή Ζυθοποιία με τον εκπαιδευτικό όμιλο.

Οι φοιτητές του μεγαλύτερου εκπαιδευτικού ομίλου Τέχνης, Design & Media στην Ελλάδα κλήθηκαν να φιλοτεχνήσουν τα δύο μικρά κτίρια που βρίσκονται στο πάρκο Περιβολάκι, αντλώντας έμπνευση από τη γειτονιά στο Κουκάκι, και την πλούσια καλλιτεχνική παράδοση της χώρας μας, με έναυσμα το ιστορικό ζυθοποιείο της FIX στη Λεωφ. Συγγρού, χώρο στον οποίο στεγάζεται πλέον το ΕΜΣΤ. Με αυτόν τον τρόπο και αυτό το πάρκο απέκτησε μια ιδιαίτερη καλλιτεχνική πινελιά, προσδίδοντας χρώμα σε μία από τις πιο πυκνοδομημένες αλλά και δημοφιλείς περιοχές της Αθήνας.

Η FIX Hellas, στο πλαίσιο του εντατικού της προγράμματος για πιο πράσινες και καθαρές γειτονιές, εστίασε φέτος στο Κουκάκι, ακόμη μια γειτονιά που συνδέεται στρατηγικά με την ιστορία της, αποτελώντας παράλληλα πόλο έλξης μικρών και μεγάλων, που σφύζει από ζωή! Η γειτονιά αυτή, αποκτά πλέον ένα σύγχρονο διαδραστικό αστικό πάρκο και έναν πολύτιμο για τους πολίτες δημόσιο χώρο, που αποτελεί τον κατάλληλο προορισμό για περίπατο, άθληση, χαλάρωση και ψυχαγωγία.

Το πάρκο «Περιβολάκι Εθνικής Αντίστασης» είναι το δεύτερο πάρκο που αναμορφώνεται από τον Δήμο Αθηναίων, με την υποστήριξη της Ολυμπιακή Ζυθοποιίας και της FIX Hellas, καθώς προηγήθηκε πέρσι η ριζική ανανέωση του πάρκου ΦΙΞ στα Πατήσια.

ΠΟΕΕΤ: Απόλυση στο SOFITEL του Ομίλου Μήτση με εμπλοκή του πρώην προέδρου του σωματείου

«Το «θαύμα» του τουρισμού φέτος στην χώρα μας δεν έχει προηγούμενο για εμάς τους εργαζόμενους! Πως αλλιώς να ερμηνεύσουμε την απόλυση συναδέλφου στο ξενοδοχείο "SOFITEL" στην περιοχή του αεροδρομίου του ομίλου ΜΗΤΣΗ», τονίζει σε ανακοίνωσή της η ΠΟΕΕΤ.

Αιτία η μη συγκατάθεση της υπαλλήλου να αλλάξει πόστο και από το εστιατόριο του ξενοδοχείου να πάει στο room service!

«Εντυπωσιακό είναι πως την έγγραφη επιστολή προειδοποίησης προς την εργαζόμενη την υπογράφει ο προ μηνών πρόεδρος του επιχειρησιακού Σωματείου και νυν διευθυντής του τμήματος "room service".

Ζητούμε από την Διοίκηση του ξενοδοχείου να πάρει πίσω την απόλυση της συναδέλφου και μέσα από διάλογο να βρεθεί λύση.

Ξεκαθαρίζουμε πως η Ομοσπονδία θα εξαντλήσει κάθε νομικό και συνδικαλιστικό τρόπο ώστε η εργαζόμενη να επιστρέψει στην εργασία της», καταλήγει η Ομοσπονδία.

TRAVEL HD CHANNEL

Η ΕΛΛΑΔΑ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Το κανάλι του τουρισμού σύντομα στις οθόνες σας

Συνεργασία της MACT MEDIA GROUP *με την* BCI media

MACT MEDIA GROUP

211-0129575

info@mact.gr

Αιτήσεις για δωρεάν σπουδές στον Τουρισμό

Ζαχαράκη: «Δεύτερη ευκαιρία για δωρεάν σπουδές, στους ειδικούς του Τουρισμού»

Με απόφαση της Υφυπουργού Τουρισμού αρμόδιας για την Τουριστική Εκπαίδευση, Σοφίας Ζαχαράκη, ανακοινώνεται η δυνατότητα ηλεκτρονικής υποβολής αιτήσεων -για δεύτερη φορά- για την εισαγωγή στα δημόσια Ινστιτούτα Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΙΕΚ) Τουρισμού, για το ακαδημαϊκό έτος 2022-2023.

Η υποβολή των αιτήσεων γίνεται αποκλειστικά μέσω του ειδικού συνδέσμου στην ιστοσελίδα www.mintour.edu.gr, από τη Δευτέρα 03 Οκτωβρίου 2022 έως και την Παρασκευή 07 Οκτωβρίου 2022.

Οι αιτήσεις αφορούν και τα οκτώ δημόσια ΙΕΚ Τουρισμού σε Ανάβυσσο Αττικής, Περαία Θεσσαλονίκης, Ηράκλειο Κρήτης, Κέρκυρα, Ρόδο, Άργος, Γαλαξίδι και Αλεξανδρούπολη, σε όλες τις ειδικότητες: α) στέλεχος μονάδων φιλοξενίας, β) τεχνικός μαγειρικής τέχνης – αρχιμάγειρας (chef), γ) τεχνικός αρτοποιός – ζαχαροπλαστικής, δ) στέλεχος διοίκησης και οικονομίας στον τομέα του τουρισμού.

Υπενθυμίζεται ότι, με απόφαση της Υφυπουργού Τουρισμού, το πρόγραμμα σπουδών έχει διευρυνθεί -για πρώτη φορά φέτος- και με δύο νέες πειραματικές ειδικότητες κατάρτισης στο ΙΕΚ Θεσσαλονίκης: α) για στελέχη επιχειρήσεων φιλοξενίας, με εξειδίκευση στον τομέα διοίκησης δωματίων και β) για στελέχη ταξιδιωτικών και τουριστικών επιχειρήσεων. Τα δύο νέα αυτά τμήματα προσφέρουν ένα διαφορετικό μοντέλο επαγγελματικής κατάρτισης, σε συνεργασία με την Ένωση Τουριστικών Γραφείων Μακεδονίας-Θράκης (ΕΤΓΜΘ), το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ), καθώς και το Γραφείο Προσέλκυσης Συνεδρίων και Επισκεπτών Μητροπολιτικής Περιοχής Θεσσαλονίκης Thessaloniki Convention Bureau (TCB).

Δικαίωμα αίτησης στα δημόσια ΙΕΚ Τουρισμού έχουν όλοι όσοι είναι κάτοχοι απολυτηρίου Γενικού, Τεχνικού ή Επαγγελματικού Λυκείου, ανεξαρτήτως ηλικίας. Δεκτοί έπειτα από επιλογή γίνονται: α) Έλληνες υπήκοοι και β) υπήκοοι κρατών μελών της Ε.Ε. και υπήκοοι τρίτων χωρών (χωρών εκτός κρατών – μελών της Ε.Ε.), οι οποίοι διαμένουν νόμιμα στη χώρα και διαθέτουν καλή γνώση της ελληνικής γλώσσας (επίπεδο Β2).

Σημειώνεται, τέλος, ότι οι παρεχόμενες ειδικότητες στα οκτώ δημόσια ΙΕΚ Τουρισμού της χώρας κατανέμονται ως εξής:

ΙΕΚ Τουρισμού Αττικής (με έδρα την Ανάβυσσο): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef), Τεχνικός Αρτοποιός-Ζαχαροπλαστικής, Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα του Τουρισμού.

ΙΕΚ Τουρισμού Κρήτης (με έδρα το Ηράκλειο): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef), Τεχνικός Αρτοποιός- Ζαχαροπλαστικής.

ΙΕΚ Τουρισμού Νοτίου Αιγαίου (με έδρα τη Ρόδο): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef),Τεχνικός Αρτοποιός-Ζαχαροπλαστικής.

ΙΕΚ Τουρισμού Μακεδονίας (με έδρα τη Θεσσαλονίκη): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef), Τεχνικός Αρτοποιός- Ζαχαροπλαστικής, Στέλεχος Ταξιδιωτικών και Τουριστικών Επιχειρήσεων (νέα, πειραματική ειδικότητα), Στέλεχος Επιχειρήσεων Φιλοξενίας με εξειδίκευση στον τομέα Διοίκησης Δωματίων (νέα, πειραματική ειδικότητα).

ΙΕΚ Τουρισμού Πελοποννήσου (με έδρα το Άργος): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef), Στέλεχος Διοίκησης και Οικονομίας στον τομέα του Τουρισμού.

ΙΕΚ Τουρισμού Στερεάς Ελλάδας (με έδρα το Γαλαξίδι): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef).

ΙΕΚ Τουρισμού Θράκης (με έδρα την Αλεξανδρούπολη): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef).

ΙΕΚ Τουρισμού Ιονίων Νήσων (με έδρα την Κέρκυρα): Στέλεχος Μονάδων Φιλοξενίας, Τεχνικός Μαγειρικής Τέχνης – Αρχιμάγειρας (chef).

Η Υφυπουργός Τουρισμού αρμόδια για την Τουριστική Εκπαίδευση, Σοφία Ζαχαράκη, δήλωσε:

«Το Υπουργείο Τουρισμού προσφέρει σήμερα μία δεύτερη ευκαιρία για σπουδές στους ειδικούς του Τουρισμού, δηλαδή στα Δημόσια ΙΕΚ μας.

Στα μέσα Σεπτεμβρίου, ανακοινώσαμε την επανίδρυση των Δημόσιων ΙΕΚ του Υπουργείου Τουρισμού σε νέα ΙΕΚ Τουρισμού με περιφερειακό χαρακτήρα. Και δεν σταματάμε εδώ. Έπειτα από 14 ολόκληρα χρόνια, προχωράμε στην εφαρμογή -για πρώτη φορά φέτος- ενός νέου σύγχρονου κανονισμού σπουδών, ενώ -επίσης, για πρώτη φορά φέτος- έπειτα από 11 ολόκληρα χρόνια, εκσυγχρονίσαμε την πρακτική άσκηση των σπουδαστών μας με νέους όρους, προσθέτοντας μάλιστα νέες επιχειρήσεις οι οποίες συμμετέχουν στο πρόγραμμα.

Παράλληλα, πιστοί στη δέσμευση του Πρωθυπουργού, Κυριάκου Μητσοτάκη, χορηγούμε για πρώτη φορά -αρχής γενομένης από τη φετινή ακαδημαϊκή χρονιά- στεγαστικό επίδομα ύψους 1.500 ευρώ (2.000 ευρώ για όσους συγκατοικούν) σε όλους τους σπουδαστές των ΙΕΚ μας, ενώ προχωράμε τόσο σε προγραμματισμένες προσλήψεις προσωπικού, όσο και στον εκσυγχρονισμό του παρεχόμενου προγράμματος σπουδών με νέες πειραματικές ειδικότητες».

ANODOS
consulting

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΩΝ

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ

ΣΥΜΒΟΥΛΕΥΤΙΚΗ ΤΡΑΠΕΖΙΚΗ

Η φιλοσοφία μας στηρίζεται στους εξής Πυλώνες:

Συνέπεια **Εργατικότητα** **Επιστημονική Προσέγγιση**
Πραγματικό Ενδιαφέρον για την επιτυχία του πελάτη

Αντικειμενικός σκοπός της εταιρείας είναι να παρέχει υψηλής ποιότητας υπηρεσίες και στοχεύει στην αειφόρο ανάπτυξη των δραστηριοτήτων της

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Αγίας Αναστασίας & Λαέρτου - Philippos Business Center,
Τ.Θ. 8602 • Τ.Κ. 55535, Πυλαία Θεσσαλονίκης

2313-037716

www.anodos-group.gr

info@anodos-group.gr

ΑΘΗΝΑ

Δημητρίου Γούναρη 96 & Κηφισίας Τ.Κ. 15125 Μαρούσι

210-2200583

+30 6972336064

Τροπολογίες για τον τουρισμό στον προϋπολογισμό της ΕΕ

Υιοθετήθηκαν οι τροπολογίες που κατέθεσε η Έλενα Κουντουρά για τη στήριξη του τουρισμού και των μεταφορών στη γνωμοδότηση της Επιτροπής TRAN για τον προϋπολογισμό του 2023

Σημαντικές τροπολογίες που κατάρτισε η Ευρωβουλευτής Έλενα Κουντουρά και αφορούν στην ανάγκη επαρκούς στήριξης του τουρισμού και των μεταφορών, ιδιαίτερα των εργαζομένων και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων στους κλάδους αυτούς, υιοθετήθηκαν στη γνωμοδότηση της Επιτροπής Μεταφορών και Τουρισμού TRAN για τον προϋπολογισμό της ΕΕ για το 2023.

Οι τροπολογίες της Ευρωβουλευτή, συντονίστριας της LEFT στην Επιτροπή TRAN, εγκρίθηκαν στη γνωμοδότηση της TRAN που υπερψηφίστηκε σε ειδική συνεδρίαση στο Στρασβούργο και αφορούν μεταξύ άλλων στην ανάγκη να υποστηριχθούν επαρκώς οι κλάδοι των μεταφορών και του τουρισμού στα εθνικά σχέδια ανάκαμψης και ανθεκτικότητας των κρατών-μελών με την αντίστοιχη ενίσχυση από τα ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά προγράμματα. Ιδιαίτερο βάρος πρέπει να δοθεί στην κοινωνική διάσταση, για τη στήριξη των εργαζομένων στους κλάδους αυτούς.

Συγκεκριμένα οι πέντε βασικές τροπολογίες της Έλενας Κουντουρά που εγκρίθηκαν είναι:

1. Η κοινωνική διάσταση, όπως η δίκαια, προσιτή και δίκαιη κινητικότητα και οι εργασιακές συνθήκες στον τομέα των μεταφορών δεν καλύπτεται επαρκώς στα εθνικά σχέδια ανάκαμψης και ανθεκτικότητας των κρατών-μελών. Ζητείται από την Επιτροπή και τα κράτη-μέλη να συμπεριλάβουν τις κοινωνικές πτυχές ως οριζόντια προτεραιότητα για τα διάφορα μέτρα στον τομέα των μεταφορών.

2. Ο τουρισμός είναι σημαντική οικονομική δραστηριότητα στην ΕΕ με ευρύ αντίκτυπο στην οικονομική ανάπτυξη, την απασχόληση και την κοινωνική πρόοδο. Όμως, το μεγάλο εύρος των χρηματοδοτικών προγραμμάτων από τον Ευρωπαϊκό προϋπολογισμό και το Next Generation EU αποτελεί ένα δύσκολο σύστημα, πρώτα από όλα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις.

3. Το ποσοστό των διαθέσιμων για τη στήριξη του τουρισμού χρηματοδοτήσεων σε πολλά εθνικά σχέδια ανάκαμψης και ανθεκτικότητας, δεν αρκεί για να καλύψει τις πραγματικές ανάγκες του κλάδου, μετά από δύο χρόνια πανδημίας και το γεγονός ότι σε ορισμένες περιπτώσεις, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις είναι ευρέως αποκλεισμένες από το σχεδιασμό των εθνικών σχεδίων για επωφελή στήριξη από τον μηχανισμό ανάκαμψης και ανθεκτικότητας RRF. Ζητείται από τα κράτη μέλη να διασφαλίσουν ότι τα εθνικά τους σχέδια δίνουν την κατάλληλη ώθηση ανάκαμψης στον τουριστικό τομέα, με βάση τις ανάγκες των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, που αποτελούν το 90% του συνόλου των επιχειρήσεων στον κλάδο.

4. Ο τουρισμός είναι βασικός τομέας για την οικονομία της ΕΕ κα επιταχυντής της ανάπτυξης για πολλούς ακόμη τομείς, συμβάλλοντας άμεσα και έμμεσα σε περισσότερο από το 10% του ΑεγχΠ της ΕΕ και 11% της απασχόλησης. Έχει σημαντικό ρόλο στην ανταγωνιστικότητα, απασχόληση και την κοινωνική ευημερία, ειδικά σε περιοχές που εξαρτώνται σημαντικά από τον τουρισμό, και συμβάλλει στην εδαφική συνοχή. Για να διατηρήσει το σημαντικό του ρόλο στην Ευρωπαϊκή Πράσινη Συμφωνία, απαιτείται πιο βιώσιμος τουρισμός, διασφαλίζοντας σταθερές θέσεις εργασίας και αξιοπρεπείς συνθήκες εργασίας.

5. Τα σοβαρά προβλήματα στα ταξίδια σε πολλά αεροδρόμια στην ΕΕ, συμπεριλαμβανομένων χιλιάδων ακυρώσεων πτήσεων, απολεσθέντων αποσκευών, σοβαρών καθυστερήσεων κ.α. οφείλονται κυρίως στη σημαντική έλλειψη προσωπικού στον κλάδο.

PATERAKIS PHOTO

photo — video creations est.1952

τρεις γενιές φωτογράφων

Φωτορεπορτάζ

φωτογράφηση - βιντεοσκόπηση

πολιτικών γεγονότων - συνεδρίων

εκθέσεων - τουριστικών γκρούπ

πορτρέτα - λήψεις με Drone

Με τα πιό σύγχρονα μηχανήματα

Νάξου 80 Αγ.Ι.Ρέντης τ.κ. 18233

paterakisphoto@gmail.com

info@paterakisphoto.gr

τ. 2104812 591 κ. 694436 7773

Three Generations of photography

www.paterakisphoto.gr

Συνέντευξη
ΚΑΤΕΡΙΝΑ ΝΟΤΟΠΟΥΛΟΥ*

*Βουλευτής Α' Θεσσαλονίκης, Τομεάρχης Τουρισμού ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ

Νομοθετικό πλαίσιο για τη βραχυχρόνια μίσθωση

«Ο ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ έχει καταθέσει πολύ συγκεκριμένες προτάσεις για τη στεγαστική πολιτική και τον εξορθολογισμό των βραχυχρόνιων μισθώσεων», σημειώνει η κυρία Νοτοπούλου. Τονίζει πως η σεζόν πήγε καλά, δεδομένων των συνθηκών, αλλά η πραγματικότητα απέχει από τους πανηγυρισμούς της κυβέρνησης

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

Για τις πιέσεις στην κερδοφορία των ξενοδοχείων, το ενεργειακό κόστος, την ανάγκη θέσπισης κανόνων στη βραχυχρόνια μίσθωση και άλλα σημαντικά ζητήματα μας μίλησε η βουλευτής Α' Θεσσαλονίκης και Τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ Κατερίνα Νοτοπούλου.

- Κυρία Νοτοπούλου είναι χαρά μας που σας έχουμε ξανά κοντά μας στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Είχαμε μιλήσει και τον Ιούνιο στις αρχές της σεζόν, τώρα η θερινή τουριστική περίοδος οδεύει στην ολοκλήρωσή της. Πώς βλέπετε τα αποτελέσματα, ποια είναι η δική σας εικόνα;

Η σεζόν πήγε καλά, σαφώς καλύτερα από τις δυο προηγούμενες που η χώρα ήταν ουσιαστικά κλειστή. Η πραγματικότητα όμως απέχει πολύ από το success story του Υπουργού Τουρισμού. Η όποια κερδοφορία υπάρχει καταρρέει υπό το βάρος του ενεργειακού κόστους και του πληθωρισμού. Οι τιμές έχουν εκτιναχθεί, το τοπίο το χειμώνα προδιαγράφεται θολό και δύσκολο.
Οι ξενοδόχοι αγωνιούν και σε αυτή την αγωνία η απάντηση του Υπουργού Τουρισμού είναι απαξίωση, εμπαιγμός και απειλές! Όπως αυτές σε συνάντησή του με ξενοδόχους στο πλαίσιο της ΔΕΘ όπου, θυμωμένος από την πραγματικότητα που καταθέτουν οι άνθρωποι του τουρισμού, προέβη σε μια άνευ προηγουμένου επίθεση εναντίον τους, αφού του χαλάνε το αφήγημα περί success story στον Τουρισμό. Το έχουμε επισημάνει πολλές φορές. Οι δυο ή τρεις μήνες αυξημένης τουριστικής κίνησης στους δημοφιλείς προορισμούς δεν είναι αρκετοί για την πλήρη επανάκαμψη του κλάδου. Ο χειμώνας θα είναι δύσκολος και έρχεται σε συνέχεια του περασμένου χειμώνα που έφερε ήδη τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις αντιμέτωπες με μεγάλες αυξήσεις σε λειτουργικά έξοδα. Αυτό σε συνδυασμό με τη χαμηλή κίνηση κυρίως στην ηπειρωτική χώρα και στα ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας μας προβληματίζει ιδιαίτερα για το επόμενο διάστημα και σε κάθε περίπτωση μας εμποδίζει από το να πανηγυρίσουμε όπως η κυβέρνηση.

- Το καλοκαίρι υπήρξαν πολλά προβλήματα από την έλλειψη προσωπικού στον τουριστικό κλάδο, αλλά και πολλές καταγγελίες για κακές συνθήκες εργασίας και χαμηλές αμοιβές. Ποια είναι η θέση σας σε αυτό το ζήτημα;

Ο τουρισμός είναι κεντρικός πυλώνας της ελληνικής οικονομίας και επιδρά άμεσα στην απασχόληση. Στο ΣΥΡΙΖΑ – Προοδευτική συμμαχία τα εργασιακά αποτελούν προτεραιότητα. Οι ικανοποιητικές συνθήκες εργασίας και η αποφυγή της εργασιακής εξουθένωσης, η ανάπτυξη των δεξιοτήτων των εκπαιδευόμενων, η ικανοποιητική αμοιβή σε συνδυασμό με την αναγνώριση της εργασίας του εργαζόμενου και η εξασφάλιση της μονιμότητας της απασχόλησης στον τουρισμό, βελτιώνει την ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών και τη σχέση εργαζόμενου με τουρίστα. Οι εργαζόμενοι στον τουρισμό είναι βασικοί πυλώνες του τουριστικού μας προϊόντος και τους οφείλουμε πολλά. Με την άνοδο των ενοικίων και της υπερεκμετάλλευσης, με το άναρχο τοπίο στις βραχυχρόνιες μισθώσεις, οι συνθήκες διαβίωσης των εργαζομένων κυρίως σε δημοφιλείς προορισμούς ήταν ανεπίτρεπτες. Ναι στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων με παράλληλη όμως ευημερία των εργαζομένων σε αυτές. Και αυτή είναι η βασική μας διαφορά με την κυβέρνηση της ΝΔ. Που επέλεξε την πανδημία για να ξηλώσει με τον νόμο Χατζηδάκη το 8ωρο, να νομιμοποιήσει την απλήρωτη εργασία και να ιδιωτικοποιήσει την επικουρική ασφάλιση.
Εμείς έχουμε συμπεριλάβει στις προγραμματικές μας θέσεις για τα εργασιακά την αύξηση του κατώτατου μισθού στα 800 ευρώ, την δοκιμαστική εκκίνηση του 35ωρου χωρίς μείωση μισθού, την επαναδύσταση του ΣΕΠΕ και την επαναφορά των συλλογικών συμβάσεων, καθώς και την επαναφορά τριετιών προκειμένου να διασφαλιστεί ένα σταθερό πλαίσιο δικαιοσύνης και ασφάλειας για τους εργαζόμενους.

- Μεγάλη συζήτηση γίνεται για τη βραχυχρόνια μίσθωση και τις επιπτώσεις που έχει όχι μόνο στις υπόλοιπες τουριστικές επιχειρήσεις,

Οι ξενοδόχοι αγωνιούν και σε αυτή την αγωνία η απάντηση του Υπουργού Τουρισμού είναι απαξίωση, εμπαιγμός και απειλές! Όπως αυτές σε συνάντησή του με ξενοδόχους στο πλαίσιο της ΔΕΘ όπου, θυμωμένος από την πραγματικότητα που καταθέτουν οι άνθρωποι του τουρισμού, προέβη σε μια άνευ προηγουμένου επίθεση εναντίον τους, αφού του χαλάνε το αφήγημα περί success story στον Τουρισμό

αλλά και στα ενοίκια για τους μόνιμους κατοίκους των μεγάλων πόλεων. Μήπως πρέπει τέλος αυτή η κατάσταση; Υπάρχει σχεδιασμός από την πλευρά σας;

Η κυβέρνηση παρακολουθεί αδρανής την έκρηξη των ενοικίων και επιχαίρει για την ανεξέλεγκτη κατάσταση στην αγορά της βραχυχρόνιας μίσθωσης την ώρα που οι πολίτες υποφέρουν και δεν μπορούν πλέον να βγάλουν ούτε το δεκαπενθήμερο. Ο ΣΥΡΙΖΑ-ΠΣ έχει καταθέσει πολύ συγκεκριμένες προτάσεις για τη στεγαστική πολιτική και τον εξορθολογισμό των βραχυχρόνιων μισθώσεων. Με ένα σύγχρονο νομοθετικό πλαίσιο που προβλέπει, την απαγόρευση δραστηριοτήτων airbnb στα νομικά πρόσωπα, για λόγους δημοσίου συμφέροντος, την απελευθέρωση της δραστηριότητας του Airbnb μόνο για τα φυσικά πρόσωπα και έως 3 ακίνητα ανά ιδιοκτήτη και διαχειριστή. Τη θέσπιση φορολογικών ελαφρύνσεων για τη μικτή μίσθωση, δηλαδή 8-9 μήνες ως κατοικία ή φοιτητική κατοικία και 3 – 4 μήνες ως airbnb, φορολογικά και οικονομικά κίνητρα.

- Οι χειμερινοί προορισμοί έχουν περάσει τα πάνδεινα τα τελευταία χρόνια με την πανδημία. Φέτος δείχνει να υπάρχει μια επιστροφή στην κανονικότητα από υγειονομικής πλευράς, διότι υπάρχει η ενεργειακή κρίση, ο πληθωρισμός και η ακρίβεια. Τι πρέπει να γίνει για να τονωθεί η τουριστική κίνηση στον Ορεινό Όγκο;

Οι δυο προηγούμενες χρονιές ήταν εξαιρετικά δύσκολες για τον χειμερινό τουρισμό: τα καταλύματα στον ορεινό όγκο, με ελάχιστα έσοδα έμειναν να παλεύουν με υπέρογκα λειτουργικά κόστη και συσσωρευμένα χρέη εξαιτίας αυτής αδιαφορίας της κυβέρνησης. Σήμερα, προέχει η επιβίωση των επιχειρήσεων χειμερινού τουρισμού. Τα ξενοδοχεία στον ορεινό όγκο ή στον ημιορεινό είναι στην πλειοψηφία τους μικρομεσαίες και οικογενειακές επιχειρήσεις. Απαιτείται ένα σημαντικό δίχτυ προστασίας τους και γενναίας στήριξής τους από την Πολιτεία αλλά και ενίσχυσής τους για δωδεκάμηνη λειτουργία. Ταυτόχρονα όμως απαιτείται στοχευμένη στρατηγική για την ανάδειξη του χειμερινού τουρισμού του τουρισμού εμπειρίας που συνδυάζει μορφές ορειβατικού τουρισμού, χειμερινών σπορ, ιαματικού, ποδηλατικού, περιπατητικού, γαστρονομικού τουρισμού, κοκ. Ο χειμερινός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει κυρίαρχο τουριστικό μας προϊόν όχι απαραίτητα συνυφασμένο μόνο με τον χιονοδρομικό τουρισμό αλλά με πλήθος άλλων δραστηριοτήτων. Αυτό φυσικά απαιτεί υποδομές, τουριστική εκπαίδευση και την κατάλληλη προβολή ώστε να αναδείξουμε όλες τις ομορφιές του τόπου μας γιατί σε αυτό το κομμάτι είμαστε πολύ πίσω. Χαρακτηριστικό, οι πολύ χαμηλές πληρότητες στους χειμερινούς προορισμούς την περασμένη χρονιά. Εξωφρενικό παράδειγμα πως δεν λειτουργεί το χιονοδρομικό κέντρο στο Φαλακρό ενώ ταυτόχρονα δεν έχει αναδειχθεί η οροσειρά. Όμως η Ανατολική Μακεδονία Θράκη είναι ένας τόπος απαράμιλλης φυσικής ομορφιάς. Σημαντικό ρόλο μπορούν να παίξουν οι συνέργειες σε τοπικό επίπεδο για την ανάδειξη του προορισμού αλλά και η αξιοποίηση του Ταμείου Ανάκαμψης και του ΕΣΠΑ στην κατεύθυνση αυτή. Ο χειμερινός τουρισμός είναι το μεγάλο στοίχημα για την Ελλάδα και μαζί μπορούμε να το κερδίσουμε

Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Σε θέση εκκίνησης οι χειμερινοί προορισμοί

Όλα δείχνουν πως φέτος η σεζόν θα είναι πολύ καλύτερη για τον Ορεινό Όγκο που πάντως έχει να αντιμετωπίσει το αυξημένο κόστος ενέργειας και των ανατιμήσεων

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΣΕΖΟΝ

Έπειτα από δύο πολύ δύσκολες χρονιές για τους χειμερινούς προορισμούς τα πράγματα φαίνονται φέτος περισσότερα αισιόδοξα, παρά τις μεγάλες δυσκολίες που προκαλεί το κόστος της ενέργειας, των καυσίμων και των προμηθειών.

Παράγοντες της αγοράς και της τοπικής αυτοδιοίκησης με τους οποίους συνομίλησε η «itn Ελληνικός Τουρισμός» τονίζουν πως η χειμερινή σεζόν του 2023 θα είναι σαφώς καλύτερη συγκριτικά με τα έτη της πανδημίας και τις καραντίνες. Ήταν η περίοδος που ουσιαστικά δεν λειτούργησαν οι προορισμοί του Ορεινού Όγκου. Τα μηνύματα είναι ήδη ενθαρρυντικά, καθώς πολλοί ορεινοί προορισμοί κατάφεραν να έχουν κόσμο και το καλοκαίρι, ενώ αυξημένες είναι οι κρατήσεις σε πολλές περιοχές για το τριήμερο της 28ης Οκτωβρίου.

Ωστόσο, όπως και στους δημοφιλείς προορισμούς του καλοκαιριού παρόμοια και στον Ορεινό Όγκο το ταμείο θα γίνει στο τέλος της σεζόν. Η επιφύλαξη αυτή εκφράζεται από όλους τους επαγγελματίες και φορείς, καθώς οι επιχειρήσεις και οι περιοχές συνολικά έχουν να αντιμετωπίσουν τις κατά πολύ αυξημένες τιμές ενέργειας και υλικών. Τις επόμενες ημέρες θα πραγματοποιηθεί στο Πήλιο η συνεδρίαση των ορεινών δήμων της ΚΕΔΕ, όπου θα συζητηθούν δράσεις και προτάσεις για την αντιμετώπιση της κατάστασης. «Ένα από τα θέματα που θα θέσουμε στην συνεδρίαση της επιτροπής, είναι ότι θα πρέπει να υπάρξει γενναία πρόβλεψη στο επίδομα θέρμανσης και στην διεύρυνση των πολιτών και των επαγγελματιών που το δικαιούνται», σημειώνει στη συνέντευξη που μας παραχώρησε και ακολουθεί στις επόμενες σελίδες ο Δήμαρχος Ανωγείων Σωκράτης Κεφαλογιάννης.

Το στοιχείο που προκαλεί προβληματισμό είναι πως αν και είμαστε ήδη στις αρχές Οκτωβρίου το θέμα δεν φαίνεται να έχει απασχολήσει κεντρικά την πολιτεία, σύμφωνα με τα όσα μας μετέφεραν οι τοπικοί φορείς. Ελπίδα όλων είναι να έχουμε έναν σχετικά ήπιο χειμώνα κάτι με το οποίο δεν συνηγορούν πάντως οι μέχρι στιγμής μετεωρολογικές προβλέψεις που δείχνουν έναν μάλλον «βαρύ» χειμώνα.

Σημαντικό είναι επίσης ότι πολλοί ορεινοί προορισμοί επενδύουν στον θεματικό τουρισμό. Έχοντας αντιληφθεί την ανάγκη των ταξιδιωτών για μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες προχωρούν στην ανάπτυξη πολλών μορφών τουρισμού, όπως ο ποδηλατικός, ορειβατικός, περιηγητικός κλπ. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στη γαστρονομία και στα τοπικά προϊόντα που δίνουν προστιθέμενη αξία στην εμπειρία του επισκέπτη.

Διακηρυγμένος στόχος για τους ορεινούς προορισμούς είναι να καταφέρουν να έχουν τουριστική κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους και όχι μόνο τους χειμερινούς μήνες. Για τον στόχο αυτό χρειάζεται μια εθνική στρατηγική ανάπτυξης των ορεινών περιοχών που αυτή τη στιγμή απλά δεν υφίσταται. Πρωτοβουλίες λαμβάνονται πολλές και σημαντικές σε κάθε περιοχή, αλλά δεν υπάρχει ένας κεντρικός σχεδιασμός που να ωθήσει επισκέπτες από το εξωτερικό να επισκεφθούν την Ελλάδα και σε άλλες περιόδους πέρα από το καλοκαίρι. Ένας τρόπος που συζητείται και προτείνεται είναι η ώθηση που θα μπορούσε να δοθεί σε συνεργασία με τους tour operators, ώστε οι θερινοί επισκέπτες να μεταβαίνουν και σε ορεινές περιοχές της χώρας, προκειμένου να έρθουν σε μια έστω και σύντομη επαφή με τις τοποθεσίες, να δουν τις ομορφιές και τα αξιοθέατα.

Οι χειμερινοί προορισμοί βρίσκονται ενώπιων δύο αντικρουόμενων δυναμικών, όπου κανείς δεν μπορεί να εκτιμήσει με ασφάλεια προς τα πού θα κλίνει η «ζυγαριά»

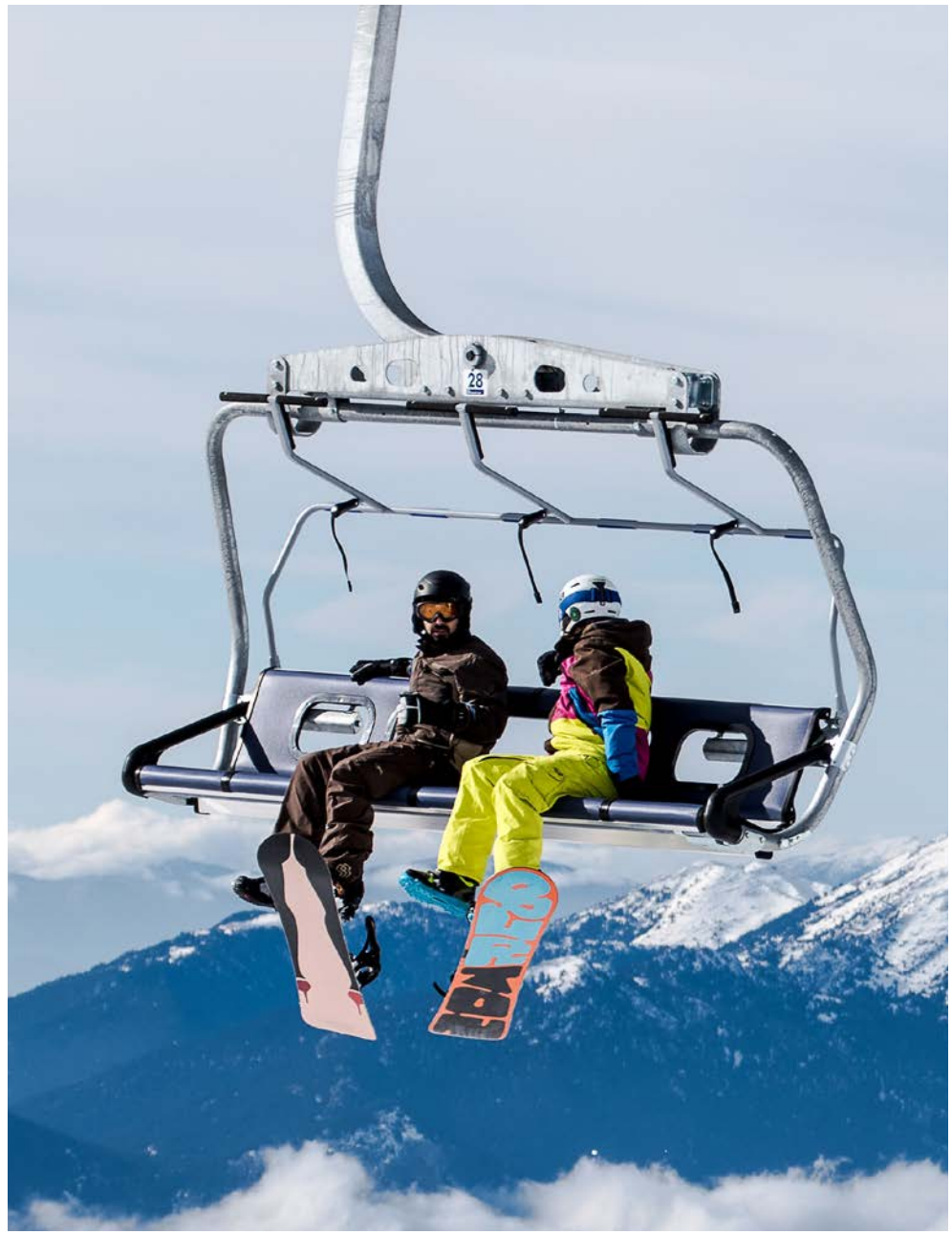
Επιστρέφοντας στις άμεσες εξελίξεις οι χειμερινοί προορισμοί βρίσκονται ενώπιων δύο αντικρουόμενων δυναμικών, όπου κανείς δεν μπορεί να εκτιμήσει με ασφάλεια προς τα πού θα κλίνει η «ζυγαριά».

Από τη μία πλευρά υπάρχει μεγάλη διάθεση για ταξίδια, εκδρομές και εξορμή-

σεις μετά την πολύπλευρη ταλαιπωρία της πανδημίας. Οι άνθρωποι θέλουν να ταξιδέψουν, να ξεφύγουν, να βιώσουν νέες εμπειρίες, να κερδίσουν νέες παραστάσεις μετά τον υποχρεωτικό εγκλεισμό που πέρασαν στην προσπάθεια να περιοριστεί η μετάδοση του κορονοϊού που κόστισε εκατομμύρια ζωές σε όλο τον πλανήτη. Η τάση αυτή επιβεβαιώθηκε και το καλοκαίρι με τους αριθμούς ρεκόρ αφίξεων που είχαμε σε πολλές περιοχές.

Από την άλλη υπάρχει το δυσχερές γεωπολιτικό και οικονομικό περιβάλλον που δημιουργεί φόβο και ανησυχία. Οι συνεχείς επισημάνσεις για τον δύσκολο χειμώνα που έχουμε μπροστά μας δημιουργούν αρνητική ψυχολογία και δυστυχώς πέραν της ψυχολογίας είναι μάλλον βέβαιο πως θα επηρεαστούν αρνητικά με το κόστος ενέργειας και τα εισοδήματα των περισσότερων νοικοκυριών, μια συνθήκη που θα «απαγορεύσει» στην ουσία την επιλογή χειμερινών εξορμήσεων για αρκετό κόσμο. Το πόσο μεγάλο και διαχειρίσιμο θα είναι το πλήγμα θα φανεί στην πορεία και ουδείς μπορεί να προεξοφλήσει το αποτέλεσμα.

Τα μέχρι στιγμής στοιχεία πάντως, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα είναι ενθαρρυντικά και όλα δείχνουν πως το 2023 θα είναι μια πολύ καλύτερα χρονιά για τον Ορεινό Όγκο.



Συνέντευξη

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΝΑΝΟΣ*

*Δήμαρχος Λίμνης Πλαστήρα

«Η μεγάλη μας πρόκληση είναι η προσέλκυση ξένων τουριστών»

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΣΕΖΟΝ

«Τα τελευταία χρόνια κάνουμε προσπάθειες να ανοιχτούμε στην εξωτερική αγορά, κυρίως μέσω της διασύνδεσης με τα Μετέωρα, ωστόσο απομένει αρκετός δρόμος ακόμα», τονίζει ο κύριος Νάνος, ενώ κρούει «καμπανάκι» για το ενεργειακό κόστος

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

Τις μεγάλες προσπάθειες για την ανάπτυξη του τουρισμού στη λίμνη Πλαστήρα και την προσέλκυση επισκεπτών από το εξωτερικό, αλλά και τα ζητήματα που αντιμετωπίζουν οι προορισμοί του Ορεινού Όγκου, περιγράφει ο δήμαρχος της Λίμνης Πλαστήρα κύριος Παναγιώτης Νάνος.

- Κύριε δήμαρχε είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Να ξεκινήσουμε με τη σεζόν που έχουμε μπροστά μας για τους χειμερινούς προορισμούς. Τα προηγούμενα χρόνια ήταν πολύ δύσκολα και οι προορισμοί του χειμώνα βίωσαν τις μεγαλύτερες απώλειες. Φέτος πώς είναι τα πράγματα;

Ευχαριστώ για την πρόσκληση και για την χαρά της επικοινωνίας. Η λίμνη Πλαστήρα είναι δημοφιλής ορεινός προορισμός, ωστόσο εξαντλεί την δυναμική του απευθυνόμενος στην εσωτερική τουριστική αγορά από την οποία και συντηρείται. Τα τελευταία χρόνια κάνουμε προσπάθειες να ανοιχτούμε στην εξωτερική αγορά, κυρίως μέσω της διασύνδεσης με τα Μετέωρα, ωστόσο απομένει αρκετός δρόμος ακόμα. Για το λόγο αυτό η λίμνη Πλαστήρα βίωσε την δεκαετή κρίση των μνημονίων και της μείωσης των εισοδημάτων του Έλληνα όσο καμία άλλη περιοχή. Μετά ήλθε ο κορονοϊός, είχαμε και τις φυσικές καταστροφές με τον «Ιανό», αντιλαμβάνεστε τα προβλήματα. Ειδικότερα φέτος τα πράγματα θα είναι πολύ δύσκολα, καθώς το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας και της θέρμανσης προβληματίζουν όλους μας, προπάντων τους επιχειρηματίες.

- Υπάρχει σχεδιασμός για την ενίσχυση του Ορεινού Όγκου; Γνωρίζουμε πως το κόστος θέρμανσης θα είναι ιδιαίτερα αυξημένο, έχετε καταθέσει προτάσεις για αυτό το θέμα;

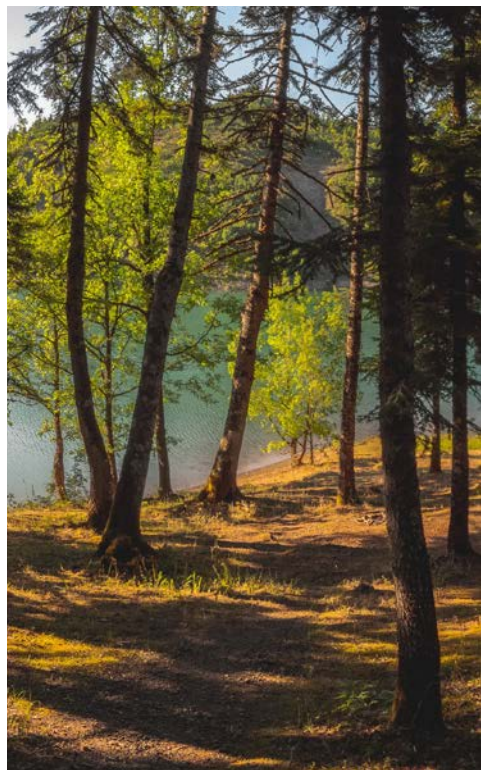
Όχι δεν ισχύει κάτι ιδιαίτερο, γι' αυτό το θέμα ζητήσαμε από τα υπουργεία Οικονομικών και Ανάπτυξης να εξετάσουν κάποια ρύθμιση, τόσο για τα θέματα της ενέργειας, όσο και κάποιες διευκολύνσεις στις δανειακές τους υποχρεώσεις.

- Μήπως είναι καιρός να συνδεθούν οι επισκέψεις στους ορεινούς προορισμούς με τους επισκέπτες του καλοκαιριού; Θα μπορούσαν για παράδειγμα να υπάρξουν κάποια ιδιαίτερα ταξιδιωτικά πακέτα σε συνεργασία με τους tour operators;

Αυτό είναι μια καλή ιδέα, ωστόσο εκτιμώ ότι το θέμα της ανάπτυξης του Ορεινού Τουρισμού πρέπει να αποτελέσει κεντρική πολιτική επιλογή. Οι περισσότεροι ορεινοί προορισμοί μπορούν να μετατραπούν σε πραγματική τουριστική βιομηχανία των 4 εποχών και όλων των ημερών, όπως είναι το δικό μας σύνθημα για την λίμνη Πλαστήρα. Υπάρχουν ορεινοί προορισμοί που μπορούν να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο της χώρας, να συνεισφέρουν στην αύξηση της παραμονής των επισκεπτών και την τόνωση της αγοράς. Ωστόσο αυτό απαιτεί επανασχεδιασμό πολιτικών και η υφυπουργός τουρισμού κ. Ζαχαράκη κάνει σημαντικά πράγματα για το σκοπό αυτό.

- Στην περιοχή σας κάνετε μια σημαντική προσπάθεια για την προώθηση θεματικών μορφών τουρισμού, όπως τον ποδηλατικό τουρισμό. Θέλετε να μας μιλήσετε για αυτό;

Πράγματι ο ποδηλατικός τουρισμός είναι μία από τις επιλογές μας και είμαστε στην φάση επέκτασης των παραλίμνιων ποδηλατόδρομων. Στόχος μας είναι να ολοκληρώσουμε έναν ολοκληρωμένο εσωτερικό ποδηλατόδρομο 80 περίπου χιλιομέτρων περιμετρικά της λίμνης Πλαστήρα και να τον αποδώσουμε στους επισκέπτες. Ωστόσο, θα μου επιτρέψετε, υπάρχουν και άλλα είδη εναλλακτικού τουρισμού που είναι αναπτυγμένα στην λίμνη Πλαστήρα, όπως η πεζοπορία, η ορειβασία, η ιππασία, τα υδροποδήλατα, η κολύμβηση, ή ακόμα και πιο δυναμικά σπορ, όπως το ορειβατικό ποδήλατο και το ορειβατικό σκι το χειμώνα, ή το τρέξιμο περιμετρικά της λίμνης. Μία άλλη κατηγορία είναι ο προπονητικός αθλητικός τουρισμός, διότι έχουμε γήπεδα για τις ακαδημίες ποδοσφαίρου, φέτος είχαμε 700 νέα παιδιά ομάδων από όλη τη χώρα και 200 παιδιά στην πανελλήνια συνάντηση ΤΑΕΚΒΟΝΤΟ. Οργανώσαμε για πρώτη φορά τρίαθλο, ενώ στην πλαζ



Λαμπερού είχαμε τον διάπλου της λίμνης και άλλες δράσεις.

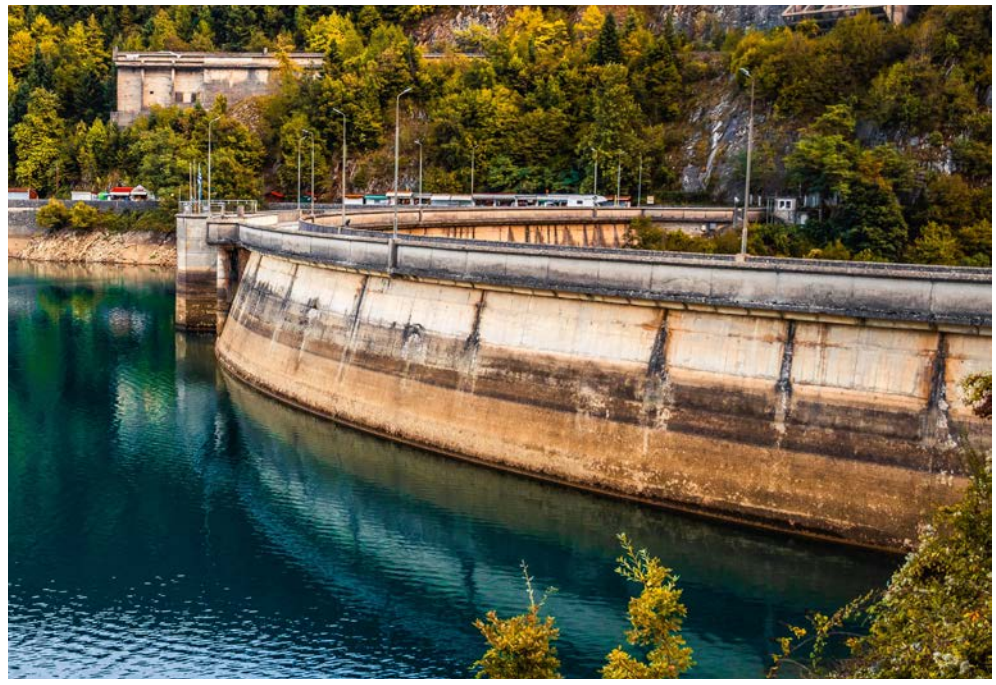
- Πρωτοβουλίες έχετε πάρει και για τα ζητήματα της βιωσιμότητας, ένα κομμάτι κρίσιμο για τον τουρισμό και όχι μόνο. Ποιες είναι αυτές;

Ναι, έχουμε πάρει πρωτοβουλίες για την βελτίωση του τουριστικού προϊόντος και την προσέλκυση ξένων τουριστών. Για παράδειγμα σε δύο χρόνια ανοίξαμε τον Βοτανικό Κήπο Νεοχωρίου, το Μουσείο Οίνου και Αμπέλου στο Μεσενικόλα, ανακαινίσαμε το Δημοτικό Μουσείο Ιστορίας «Νικόλαος Πλαστήρας». Δημιουργούμε νέους χώρους που δεν υπάρχουν στη χώρα, όπως το Υπαίθριο Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης, το οποίο εντάξαμε στο πρόγραμμα «Ελλάδα 1821-2021». Επίσης δημιουργούμε την πρώτη παιδική χαρά της χώρας στην ύπαιθρο για παιδιά ΑμεΑ και στοχεύουμε να κάνουμε την λίμνη φιλική στα άτομα με αναπηρία. Λειτουργούμε τις Θερινές Ακαδημίες και φιλοξενούμε κάθε χρόνο φοιτητές. Αναβαθμίσαμε τις υποδομές μας, διευρύνουμε τις πολιτιστικές εκδηλώσεις πέρα από το καλοκαίρι. Στόχος μας είναι η προσέλκυση νέων τουριστών, η ανάπτυξη του θεματικού τουρισμού, η αύξηση των διανυκτερεύσεων. Η μεγάλη μας πρόκληση είναι η προσέλκυση ξένων τουριστών.

- Μεγάλο ζητούμενο ήταν και παραμένει η διασύνδεση του τουρισμού με την τοπική παραγωγική βάση. Η προώθηση των τοπικών προϊόντων στους επισκέπτες. Υπάρχουν δράσεις προς αυτή την κατεύθυνση;

Έχετε απόλυτο δίκιο! Δυστυχώς οι τοπικοί παραγωγοί δεν διαθέτουν τα αγαθά τους στους τουρίστες, διότι όλοι προσπαθούν να περιορίσουν το κόστος. Από την άλλοι ούτε οι ίδιοι οι παραγωγοί είναι σε θέση να προσφέρουν τα τοπικά τους προϊόντα συσκευασμένα, με όρους σύγχρονης αγοράς, προβολής και διαφήμισης. Τα ντόπια προϊόντα ενώ είναι ποιοτικά καλύτερα από κάθε άλλη πηγή, εν τούτοις το χύμα κρασί και τσίπουρο δεν είναι ελκυστικό. Εμείς ως δημοτική αρχή πήραμε πρωτοβουλίες και δημιουργήσαμε το Συμβούλιο Δευτερογενούς Τομέα και προσπαθούμε να ενθαρρύνουμε τους παραγωγούς να περάσουν οι ίδιοι στην τυποποίηση και διάθεση προϊόντων αγροδιατροφικού τομέα, με αξία. Επίσης φέτος για πρώτη φορά ως Δήμος θα συμμετέχουμε στην εμποροβιοτεχνική έκθεση της Καρδίτσας, δίνοντας την ευκαιρία στους παραγωγούς να εκθέσουν χωρίς κόστος τα προϊόντα τους.

Είμαστε στην φάση επέκτασης των παραλίμνιων ποδηλατόδρομων. Στόχος μας είναι να ολοκληρώσουμε έναν ποδηλατόδρομο 80 περίπου χιλιομέτρων περιμετρικά της λίμνης Πλαστήρα και να τον αποδώσουμε στους επισκέπτες



- Ο χειμώνας που έχουμε μπροστά μας θα είναι δύσκολος. Ποια τα ζητήματα που καλείστε σαν δήμος να αντιμετωπίσετε, ενόψει της χειμερινής περιόδου;

Το σημαντικότερο όλων είναι το ενεργειακό κόστος, τόσο σε ηλεκτρικό ρεύμα, όσο και σε πετρέλαιο. Τα ακριβά καύσιμα θα έχουν επίπτωση στο κόστος του αποχιονισμού. Για εμάς ως τουριστικός δήμος η διατήρηση ανοιχτού οδικού δικτύου είναι μεγάλη προτεραιότητα, λόγω του ότι είμαστε δημοφιλής χειμερινός προορισμός. Ας ελπίσουμε ότι θα έχουμε τον άριστο συνδυασμό, χειμώνα ήπιο, χιόνια μόνο στα ορεινά… και χωρίς covid!

- Δήμαρχος, διακεκριμένος επιστήμονας και συγγραφέας. Πόσο εύκολα συνδυάζονται οι ιδιότητες αυτές;

Έχετε δίκιο, δεν είναι εύκολη υπόθεση, πόσο μάλλον όταν η καθημερινότητα και τα προβλήματα… κόβουν την διάθεση για πνευματική δημιουργία. Ωστόσο κάθε άνθρωπος έχει την προσωπική του ταυτότητα, το λόγο του, το ήθος του. Προσωπικά αντιλαμβάνομαι την θητεία μου ως δήμαρχος ως καθήκον και ευθύνη και όχι ως επάγγελμα. Πιστεύω ότι δύο θητείες είναι αρκετές για ένα δήμαρχο.

- Να κλείσουμε με το νέο σας βιβλίο «Αγία Θάλασσα», να μας πείτε δύο λόγια γι' αυτό.

Πρόκειται για ένα ιδιαίτερο έργο, σπονδυλωτή αφήγηση μέσα από 111 διηγήματα της μικρής φόρμας, ακριβώς για να είναι περισσότερο ενδιαφέρον. Πρόκειται για ερωτικό μυθιστόρημα με βαθύτερο θέμα την Αυτογνωσία και ξεχωρίζει για την ποιητική γραφή. Έχει γρήγορη αφήγηση, έχει ανατροπές. Περισσότερα στο βιβλίο. Σας ευχαριστώ.

Συνέντευξη
ΣΩΚΡΑΤΗΣ ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗΣ*
*Δήμαρχος Ανωγείων

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΣΕΖΟΝ

Ολική επαναφορά τον χειμώνα του 2023

«Ο περυσινός χειμώνας ήταν πολύ καλός. Είδαμε κόσμο που αναζητούσε εμπειρίες μακριά από τα συνηθισμένα», λέει ο Δήμαρχος Ανωγείων και σημειώνει πως επείγει η χάραξη Εθνικής Πολιτικής για τις Ορεινές Περιοχές της Ελλάδας

Στον
ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ

Για τις θετικές προοπτικές που υπάρχουν φέτος τον χειμώνα, αλλά και για τις σοβαρές δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι ορεινές περιοχές μας μίλησε, μεταξύ άλλων, ο Δήμαρχος Ανωγείων Σωκράτης Κεφαλογιάννης.

- Κύριε Κεφαλογιάννη είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Οι προορισμοί του Ορεινού Όγκου έχουν υποφέρει τα τελευταία χρόνια με την πανδημία. Φέτος τα πράγματα από υγειονομικής πλευράς είναι καλύτερα. Ποια βλέπετε τη χειμερινή σεζόν του 2023;

Να σας ευχαριστήσω εγώ καταρχήν για την φιλοξενία και το ενδιαφέρον σας για την ορεινή Ελλάδα. Η πανδημία δημιούργησε μια νέα συνθήκη για όλο τον κόσμο. Ήταν δεδομένο ότι θα επηρεαζόταν και το τουριστικό προϊόν.
Κοινή είναι πλέον η διαπίστωση ότι μεγάλο ποσοστό του κόσμου αναζητά, χειμώνα – καλοκαίρι, εκδρομές, η καλύτερα θα έλεγα, εμπειρίες στα βουνά και γενικότερα έξω στο ύπαιθρο και το περιβάλλον.
Ο περυσινός χειμώνας ήταν πολύ καλός. Πάρα πολύς κόσμος επέλεξε εξορμήσεις και δραστηριότητες στην φύση και στο βουνό.
Στην περιοχή μας είδαμε κόσμο που αναζητούσε την εμπειρία μακριά από τα συνηθισμένα.
Αναμένουμε λοιπόν ο χειμώνας του 2023 να καταγραφεί ως έτος ολικής επαναφοράς με νέα δεδομένα ως συνέχεια μιας επιτυχημένης καλοκαιρινής περιόδου.
Μας κάνουν επιφυλακτικούς ωστόσο τα νέα δεδομένα και η ακρίβεια, που θα καθορίσουν πως θα ανταποκριθεί ο Έλληνας που αποτελεί και το 90% του χειμερινού τουρισμού.

- Είχατε πρόσφατα συνάντηση στο Μέτσοβο για τον Ορεινό Όγκο. Πήρατε κάποιες αποφάσεις;

Το 10ο Συνέδριο του ΕΜΠ και του ΜΕΚΔΕ-ΕΜΠ που πραγματοποιήθηκε στο Μέτσοβο, συμβάλλει με τον προβληματισμό όλων μας στην ανάδειξη νέων δυνατοτήτων και δράσεων που μπορούν να συνδράμουν στην αναγεννητική προσπάθεια των ορεινών και απομονωμένων περιοχών της χώρας.
Σε επίπεδο σχεδιασμού, είναι δεδομένη η ανάγκη εντοπισμού και χάραξης Εθνικής Πολιτικής για τις Ορεινές Περιοχές της Ελλάδας στα πρότυπα άλλων χωρικών πολιτικών (βλ. αγροτική, νησιωτική, αστική). Όντως έχουμε καθυστερήσει πολύ στην διαμόρφωση και εφαρμογή θεσμοθετημένων σχεδίων για την ορεινή Ελλάδα.
Σήμερα έχουμε εκφρασμένη την κυβερνητική βούληση με την δημόσια παρουσίαση πρότασης ενός «Σχεδίου για μικρούς Ορεινούς Δήμους και Ορεινές περιοχές». Στις 7 Οκτωβρίου στο Δήμο Ν. Πηλίου, θα πραγματοποιηθούν οι εργασίες της Επιτροπής Ορεινών Περιοχών της ΚΕΔΕ της οποίας έχω την τιμή να είμαι Πρόεδρος, όπου θα είναι μια ευκαιρία για έναν ανοιχτό διάλογο που θα εμπλουτίσει αυτό το σχεδιασμό και θα διαμορφώσει ένα ρεαλιστικό οραματικό σύγχρονο και αποτελεσματικό Νόμο.
Είναι σημαντικό που Κυβέρνηση, αυτοδιοίκηση και επιστημονική κοινότητα «συναντώνται» για την επίτευξη αυτού το οραματικού σχεδιασμού.

- Ξενοδοχεία και καταλύματα στα Ανώγεια και σε όλους τους χειμερινούς προορισμούς, καλούνται να διαχειριστούν το εξαιρετικά αυξημένο κόστος θέρμανσης και λειτουργίας γενικότερα. Σαν ΚΕΔΕ, αλλά και στον δήμο σας έχετε πάρει πρωτοβουλίες για το θέμα αυτό;

Σε μια συνηθισμένη χρονιά, για μία ορεινή περιοχή εκτός του ότι το καύσιμο που απαιτείται για την θέρμανση είναι 2,5 φορές από την πόλη, υπάρχει και περίπου ένα 8% πάνω στην τιμή πώλησης από τα πρατήρια. Διπλά δύσκολη η χρονιά φέτος λοιπόν.
Στο σύνολο της η ΚΕΔΕ έχει λάβει πρωτοβουλίες για να μπορέσουν οι Δήμοι να ανταποκριθούν σε αυτές τις συνθήκες.
Σημαντική και η αλλαγή στην κλίμακα για το επίδομα θέρμανσης στις ορεινές περιοχές που βασίστηκε στις μετρήσεις της ΕΜΥ.
Ωστόσο θεωρούμε, και είναι ένα από τα θέματα που θα θέσουμε στην συνεδρίαση της επιτροπής, ότι θα πρέπει να υπάρξει γενναία πρόβλεψη στο επίδομα θέρμανσης και στην διεύρυνση των πολιτών και των επαγγελματιών που το δικαιούνται.

- Η Ελλάδα είναι δημοφιλής προορισμός για το καλοκαίρι, αλλά οι ορεινές τοποθεσίες της δεν έχουν καταφέρει προς το παρόν να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες από το εξωτερικό. Θα βοηθούσε πιστεύετε ένα πρόγραμμα διασύνδεσης, σε συνεργασία με τουριστικά γραφεία και tour operators, για την προσέλκυση των τουριστών του καλοκαιριού σε ορεινές περιοχές;

Ούτως η άλλως η διασύνδεση αυτή απαιτείται για να μπορέσουμε να έχουμε αυτές τις ροές προς την ορεινή Ελλάδα την περίοδο που ο τουρισμός στην χώρα μας από το εξωτερικό είναι δεδομένος και πολυπληθής.
Ωστόσο είναι σίγουρο ότι αυτό δεν μπορεί να γίνει με τις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για τον μαζικό τουρισμό των παραθαλάσσιων περιοχών. Είναι λάθος η

«Σε μια συνηθισμένη χρονιά, για μία ορεινή περιοχή εκτός του ότι το καύσιμο που απαιτείται για την θέρμανση είναι 2,5 φορές περισσότερο από την πόλη, υπάρχει και περίπου ένα 8% πάνω στην τιμή πώλησης από τα πρατήρια. Διπλά δύσκολη η χρονιά φέτος λοιπόν»

πρακτική αυτή, ή αν θέλετε η ορεινή Ελλάδα δεν προσφέρεται για αυτό το μοντέλο ανάπτυξης.
Πιστεύω ότι θα πρέπει να δώσουμε περισσότερο βάρος στην εκπαίδευση νέων σε επαγγέλματα βουνού, όπως είναι οι συνοδοί βουνού ή τα κέντρα πληροφόρησης-ενημέρωσης για τους ορεινού όγκους, τα γραφεία εναλλακτικού τουρισμού, υπάρχουν άνθρωποι που έχουν εμπειρία καθώς στελέχωσαν χρόνια τα ΚΠΕ και έχουν ήδη χαρτογραφήσει διαδρομές με βιωματικές δράσεις και εργαστήρια-προγράμματα περιβαλλοντικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος. Υπάρχει το παράδειγμα της Κύπρου, όπου τα ΚΠΕ παραμένουν ανοιχτά όλο το χρόνο με προσωπικό εκ περιτροπής γιατί έχει συνεργαστεί το υπουργείο παιδείας με το υπουργείο τουρισμού. Βήματα λοιπόν, ώστε να αποκτήσουμε τον επαγγελματισμό που απαιτείται και ώστε το προϊόν που θα προτείνουμε να μην είναι ένας ακόμα προορισμός αλλά μια Εμπειρία.

- Οι θεματικές μορφές τουρισμού μπορούν να τονώσουν την κίνηση στους χειμερινούς προορισμούς. Γίνονται προσπάθειες προς αυτή την κατεύθυνση;

Ορεινές περιοχές σε χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης είναι παραγωγικοί τόποι, τόποι προορισμού για εκατομμύρια κατοίκους των μεγάλων αστικών κέντρων που αποζητούν στα βουνά, στη φύση και στον αέρα τους λίγες μέρες χαλάρωσης και αναζωογόνησης.
Στην χώρα μας με πρωτοβουλίες τοπικών κοινωνιών, ενέργειες της Τοπικής Αυτοδιοίκησης με την υποστήριξη και άλλων φορέων έχουν γίνει περιστασιακά και αποσπασματικά κάποιες πολύ πετυχημένες πρωτοβουλίες. Το αποτέλεσμα αυτών των πρωτοβουλιών δικαιώνει τους εμπνευστές τους και μας δείχνει τον δρόμο.
Ωστόσο θα πρέπει η πολιτεία να δώσει τα κίνητρα για να ασχοληθούν όλο και περισσότεροι νέοι στην ανάδειξη των πλούσιων θεματικών ενοτήτων που μπορούν να σχεδιαστούν και να προσφέρουν μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες.
Μια τέτοια πρωτοβουλία έχει αρχίσει να σχεδιάζεται στην περιοχή μου με την μοναδική αξιοποίηση μιας σπουδαίας επιστημονικής δραστηριότητας που υπάρχει στα βουνά μας όπως είναι το Αστεροσκοπείο του Σκίνακα.
Πρόσφατα υπεγράφη η σύμβαση για την κατασκευή του «Αστεροσχολείου» σε υψόμετρο 1800μ στον Σκίνακα στον Ψηλορείτη. Ένα κτίριο πολλαπλών χρήσεων στο Αστεροσκοπείο του Σκίνακα στην Κρήτη με στόχο την ενδυνάμωση δράσεων εκπαίδευσης, προβολής, πολιτισμού, και θεματικού τουρισμού και για την ανάπτυξη δράσεων αστρο-τουρισμού, με στόχο την προσέλκυση υψηλής ποιότητας τουρισμού στην περιοχή των Ανωγείων.

- Ο φετινός χειμώνας αναμένεται δύσκολο από πολλές απόψεις. Ποια είναι τα μεγαλύτερα ζητήματα που καλείται να αντιμετωπίσει η Τοπική Αυτοδιοίκηση και ειδικότερα ο δήμος σας;

Από το 2007 που ασχολούμαι, μέσω της θέσης του Δημάρχου Ανωγείων, με την αυτοδιοίκηση συνεχώς οι προκλήσεις, οι ανατροπές και οι δυσκολίες μεγάλες. Η τοπική αυτοδιοίκηση έχει δείξει μοναδικά αντανακλαστικά ώστε να μπαίνει στην πρώτη γραμμή αντιμετώπισης της κάθε δυσκολίας. Από τα χρόνια της βίαιης δημοσιονομικής προσαρμογής μέχρι και την πανδημία αλλά και την ενεργειακή κρίση οι Δήμοι δεν έχουν την πολυτέλεια να εγκαταλείψουν.
Στέκουν στο μετερίζι, όρθιοι για να βοηθήσουν τους πολίτες να ξεπεράσουν την όποια δυσκολία αντιμετωπίζουν.
Τα νέα αλλά συνάμα και διαχρονικά ζητήματα που καλείται να αντιμετωπίσει ο Δήμος μου και κάθε ορεινός Δήμος δεν είναι άλλα από την διατήρηση της ύπαρξης της ζωής στα βουνά της Ελλάδας. Της ύπαρξης δηλαδή του ανθρώπου στις ορεινές κοινότητες μας. Και αυτό πρέπει να γίνει με όρους εδαφικής ισότητας και εδαφικής δικαιοσύνης, διότι αυτοί που επιλέγουν την ορεινή διαβίωση « φυλάγουν Θερμοπύλες» για το περιβαλλοντικό, πολιτιστικό και ιστορικό απόθεμα της Ελλάδας.

Προσδοκίες φέτος για τον εκπαιδευτικό τουρισμό

Τα δύο τελευταία χρόνια η πανδημία έβγαλε εκτός κάδρου τις εκπαιδευτικές εκδρομές και δεν ήταν λίγοι οι προορισμοί που βίωσαν μεγάλες απώλειες μόνο από το γεγονός αυτό. Φέτος τα πράγματα δείχνουν να επιστρέφουν στην κανονικότητα και πολλές περιοχές ετοιμάζονται να υποδεχθούν τους μαθητές

Η θερινή τουριστική σεζόν οδεύει προς το τέλος της και πλέον οι προορισμοί προετοιμάζονται για τις «ανάσες» τουριστικής κίνησης της χειμερινής περιόδου, σημαντικό μέρος των οποίων είναι και οι εκπαιδευτικές/μαθητικές εκδρομές.

Τα δύο τελευταία χρόνια η πανδημία έβγαλε εκτός κάδρου τις εκπαιδευτικές εκδρομές και δεν ήταν λίγοι οι προορισμοί που βίωσαν μεγάλες απώλειες μόνο από το γεγονός αυτό. Ταυτόχρονα, όπως έχει τονιστεί και από εκπαιδευτικούς, τα παιδιά δύο τάξεων έχουν στερηθεί αυτό το πολύτιμο για την εκπαιδευτική διαδικασία γεγονός.

Οι εκδρομές ξεκίνησαν να γίνονται από πέρυσι τον Φεβρουάριο, ωστόσο φέτος είναι που τα πράγματα δείχνουν να επιστρέφουν στην κανονικότητα και τα σχολεία μπορούν να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν τις εκδρομές χωρίς να περιμένουν εξελίξεις στο μέτωπο της πανδημίας.

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός μπορεί να οριστεί ως: «η τουριστική δραστηριότητα που πραγματοποιείται από άτομα που κάνουν μία εκδρομή είτε μονοήμερη είτε με διανυκτέρευση και η εκπαίδευση και η μάθηση αποτελεί πρωταρχικό ή δευτερεύον μέρος του ταξιδιού».

Στην ελληνική βιβλιογραφία συναντάται ο όρος «μαθησιακός τουρισμός» και ορίζεται ως ο τουρισμός που αναφέρεται στη μάθηση.

Συγκεκριμένα είναι κάθε μορφή τουρισμού που έχει σαν τουριστικό προϊόν τη μάθηση ή που η τουριστική πελατεία της έχει θεσμική σχέση με την μάθηση. Βασικός σκοπός είναι εκμάθηση (επαγγελματική κατάρτιση του ταξιδιώτη, απόκτηση ειδικών γνώσεων, απόκτηση νέων εμπειριών).

Αποτελεί μία μορφή τουρισμού όπου τα άτομα έχουν σαν κύριο σκοπό την εκπαίδευση και την παρακολούθηση πολιτιστικών ή μορφωτικών εκδηλώσεων. Πολλά τουριστικά μέρη τα οποία έχουν αναπτύξει αυτή τη μορφή τουρισμού συνδυάζουν την πολιτιστική παράδοση και τα αξιοθέατα με παράλληλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες (εκμάθηση γλώσσας, σεμινάρια οικονομικού και επιχειρηματικού ενδιαφέροντος κ.τ.λ.). Έτσι οι τουρίστες έχουν την δυνατότητα να συνδυάσουν την εκπαίδευση με ψυχαγωγικές και λοιπές μορφωτικές δραστηριότητες (επισκέψεις ιστορικών μνημείων και αρχαιολογικών χώρων, θεατρικές παραστάσεις κ.τ.λ.).

Ο εκπαιδευτικός τουρισμός χωρίζεται σε δύο κατηγορίες:

■ **Σχολικούς περίπατους.** Είναι η οργανωμένη από το σχολείο ομαδική μετάβαση μαθητών σε τόπους που βρίσκονται σε μικρή απόσταση από τη σχολική μονάδα. Η μετάβαση αυτή γίνεται πεζή ή με χρήση μεταφορικού μέσου, εντός του διδακτικού ωραρίου. Οι περίπατοι πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια του ωραρίου λειτουργίας των σχολείων, δεν υπερβαίνουν τους πέντε (5) συνολικά σε όλη τη διάρκεια του διδακτικού έτους και δεν πραγματοποιούνται περισσότεροι του ενός (1) μέσα στον ίδιο μήνα.

■ **Εκπαιδευτικές εκδρομές.** Επιλέγονται περιοχές με ιδιαίτερη εκπαιδευτική αξία (πολιτιστική, αρχαιολογική, ιστορική, οικολογική), ενώ κρίνεται απαραίτητη η προηγούμενη ενημέρωση και παροχή πληροφοριών στους μαθητές σχετικά με τον τόπο τον οποίο πρόκειται να επισκεφθούν, ώστε να εξασφαλίζεται η απόκτηση όσο το δυνατόν πιο πλούσιων εμπειριών.

Από επιστημονικές έρευνες που έχουν γίνει προκύπτει ότι υπάρχει πρόθεση για την στήριξη και την ανάπτυξη του εκπαιδευτικού τουριστικού προϊόντος. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθώς σε μια περίοδο κατά την οποία η ελληνική οικονομία βρίσκεται σε ύφεση, ο τουρισμός μπορεί να συμβάλλει στην

ενίσχυση της συνολικής ανταγωνιστικότητας και στην τόνωση της οικονομικής δραστηριότητας της χώρας.

Οι εκπαιδευτικοί θεωρούν ότι το κύριο πλεονέκτημα της επιλογής εκπαιδευτικών εκδρομών μπορεί να είναι η ευαισθητοποίηση των μαθητών για το περιβάλλον. Οι μαθητές που συμμετέχουν σε σχολικές εκδρομές αποκτούν μια πιο θετική άποψη για το θέμα. Οι εκδρομές αυξάνουν το ενδιαφέρον, τη γνώση και το κίνητρο των μαθητών. Σύμφωνα με μελέτες όταν οι μαθητές κατά τη διάρκεια της σχολικής τους ζωής συμμετέχουν ενεργά και αποκτούν πρακτική και θεωρητική εμπειρία σε ότι έχει να κάνει με περιβαλλοντικά θέματα τότε υπάρχουν μεγαλύτερες πιθανότητες σε όλη την υπόλοιπη ζωή τους να ενδιαφέρονται και συνεχίσουν να μαθαίνουν για τη προστασία του περιβάλλοντος.

Ένα βασικό θετικό στοιχείο του εκπαιδευτικού τουρισμού είναι πως τονώνει την τουριστική κίνηση σε πολλές περιοχές κατά τη χαμηλή τουριστική περίοδο

Επιπλέον, οι πλειοψηφία των εκπαιδευτικών δηλώνει ότι είναι ικανοποιημένοι από τη συνεργασία τους με τους τοπικούς φορείς.

Δεν είναι καθόλου λίγοι οι προορισμοί στην Ελλάδα που αντλούν σημαντικά έσοδα από τον εκπαιδευτικό τουρισμό. Ένα βασικό θετικό στοιχείο είναι πως τονώνει την τουριστική κίνηση σε πολλές περιοχές στη χαμηλή τουριστική περίοδο. Επίσης καίριο είναι πως θέτει τις βάσεις για τη δημιουργία νέου ταξιδιωτικού κοινού στους προορισμούς. Η θετική εμπειρία των μαθητών σε αυτή την τρυφερή ηλικία είναι σχεδόν βέβαιο πως θα τους ωθήσει να επισκεφθούν τον προορισμό και στην ενήλικη ζωή τους.

Με τα μέτρα για την αντιμετώπιση της πανδημίας να βρίσκονται πλέον πίσω μας, όπως φαίνεται, είναι λογικό να δημιουργούνται προσδοκίες φέτος για την αναθέρμανση του εκπαιδευτικού τουρισμού και την τουριστική αναζωογόνηση πολλών περιοχών της χώρας.

Προορισμός της νέας εποχής

ΑΦΙΕΡΩΜΑ ΚΥΘΝΟΣ

Η Κύθνος είναι ένα όμορφο και γραφικό νησί των Κυκλάδων μια ανάσα δίπλα από την Αττική, αφού μπορείς να φθάσει κανείς στο νησί μέσα σε 2 ώρες από το λιμάνι του Λαυρίου.

Η Κύθνος (ή Θερμιά) χαρακτηρίζεται ως νησί απλότητας και φιλοξενίας. Θερμιά αποκαλούν το νησί οι μόνιμοι κάτοικοί του και είναι μια ονομασία που συναντάμε από τον 12ο μ.Χ. αιώνα και οφείλεται στα θερμά ιαματικά λουτρά του που λειτουργούν ακόμα και σήμερα προσφέροντας βοήθεια σε πολλούς ασθενείς και άλλους ενδιαφερόμενους που τα επισκέπτονται. Οι πρώτοι κάτοικοι της Κύθνου αναφέρονται ως αρχαίοι Δρύοπες που είχαν βασιλιά τους τον Κύθνο, στον οποίο οφείλει την ονομασία του το νησί. Η Κύθνος ονομαζόταν επίσης και Δρυοπίς ή Οφιούσα, ενώ κατά τον Μεσαίωνα ήταν γνωστή ως Θήραμνα. Από το 1143 μ.Χ. ο Νείλος Δοξαπατρής την αναφέρει με το όνομα Θερμιά, από τις θερμές πηγές που υπάρχουν στο νησί. Αργότερα οι Τούρκοι την αποκάλεσαν «Χαμάμ Αντασί» (=νήσος Λουτρά). Μια ακόμα ονομασία της προσέδωσαν οι Ιταλοί που την αποκαλούσαν «Φέρμινα».

Στους αρχαίους χρόνους στη Κύθνο είχε ιδρυθεί μια ακμάζουσα ιωνική αποικία από τους Κέστορα και Κέλυφο. Λόγω της γεωγραφικής της θέσης η Κύθνος έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αρχαία εποχή. Κατά τους Ρωμαϊκούς χρόνους όπως και τα άλλα νησιά των Κυκλάδων, χρησιμοποιήθηκε ως τόπος εξορίας και ως ορμητήριο πειρατών. Έγινε ιδιαίτερα γνωστή και λόγω του τρομερού πειρατή Νέρων. Η νεότερη ιστορία της Κύθνου έχει σημαδευθεί από τα αντικαθεστωτικά γεγονότα του 1862, γνωστά ως «Κυθνιακά», όταν επαναστάτες κατά του βασιλιά Όθωνα κατέπλευσαν στο λιμανάκι της Αγίας Ειρήνης, στα Λουτρά. Εκεί, παγιδεύτηκαν από ισχυρές κυβερνητικές δυνάμεις, το κίνημα απέτυχε και οι τρεις πρωταγωνιστές του (Λεωτσάκος, Μωραϊτίνης και Σκαρβέλης) εκτελέστηκαν επί τόπου.

Η Κύθνος είναι ένα από τα πιο κοντινά νησιά στην Αττική απέχει 56 ναυτικά μίλια από το λιμάνι του Πειραιά, μια απόσταση που με τα σύγχρονα πλοία που προσεγγίζουν το νησί καλύπτεται μέσα σε 2 ώρες και 40 λεπτά. Από το λιμάνι του Λαυρίου η απόσταση καλύπτεται μέσα σε 2 ώρες. Στο βόρειο μέρος του βρίσκονται ο Μέριχας, το λιμάνι του νησιού, η Χώρα (ή Μεσαριά), η πρωτεύουσα, τα Λουτρά και η Δρυοπίδα. Το νότιο μέρος της Κύθνου είναι σχεδόν ακατοίκητο, με μόνες εξαιρέσεις την περιοχή της Παναγίας Κανάλας, όπου και το ξακουστό μοναστήρι (με το μοναδικό πευκοδάσος του νησιού), και τον μικρό κόλπο του Αγίου Δημητρίου.

Το νησί ξεχωρίζει για τις χρυσές αμμουδιές, τις δαντελωτές ακρογιαλιές, τα κυκλαδίτικα μονοπάτια, στους κατάλευκους οικισμούς, τα πανέμορφα χωριά Χώρα και

Η ιδιαίτερη παραλία της Κολώνας

Ο Μέριχας

Δρυοπίδα και τις μοναδικές της παραλίες που δημιουργούν έναν επίγειο παράδεισο.

Μία επίσκεψη στις παραλίες του νησιού

Οι παραλίες της Κύθνου είναι ένας ανεξερεύνητος παράδεισος με γραφικούς κολπίσκους, όρμους με πεντακάθαρα νερά και φυσική σκιά που σχηματίζουν τα αλμυρίκια. Η πιο διάσημη παραλία του νησιού είναι η Κολώνα. Μια λωρίδα άμμου χωρίζει τη θάλασσα στη μέση σε δυο αμμουδιές στην ίδια παραλία τόσο θεαματικά. Είναι οι μόνες οργανωμένες παραλίες του νησιού είναι οι Επισκοπή και την Απόκρουση. Είναι πιο πολυσύχναστες και έχουν ψιλή άμμο. Η Αγίας Ειρήνης, ο Άγιος Σώστης, οι όρμοι των Λευκών και η παραλία των Φλαμπουριών είναι κάποιες από τις παραλίες που ξεχωρίζουν. Και φυσικά ο κόλπος των Λουτρών με τις ευεργετικές ιδιότητες των Ιαματικών Πηγών που καταλήγουν στη θάλασσα.

Γαστρονομία

Μια μοναδική γευστική εμπειρία περιμένει τον επισκέπτη της Κύθνου. Παραδοσιακές συνταγές και φρέσκα ντόπια προϊόντα με θεά το απέραντο γαλάζιο. Η Κύθνος ξεχωρίζει για τα τυροκομικά προϊόντα της, την φέτα, την κοπανιστή και το τρίμμα όπως και για τα λουκάνικα και τα παξιμάδια και βεβαίως το θερμιώτικο μέλι που έχει πολύ μεγάλη περιεκτικότητα σε θυμάρι και θεωρείται από τα καλύτερα στον κόσμο! Ως γλύκισμα προτιμώνται τα γλυκά του κουταλιού, καθώς και το παστέλι, ειδικά στους γάμους. Πιο γνωστά πιάτα είναι οι θερμιώτικες πίτες όπως η κουκουλόπιτα, το Πιταρό το οποίο είναι μικρό πιτάκι με σχήμα μισοφέγγαρο, με βάση πάλι το τρίμμα, τα ταραχτά και η στραπατσάδα της Κύθνου.

Τα μέρη που αξίζει να επισκεφθείς

■ ΜΕΡΙΧΑΣ

Το λιμάνι του Μέριχα είναι η πρώτη επαφή που θα έχει με την Κύθνο ο επισκέπτης του νησιού. Ο Μέριχας είναι ένα από τα φυσικά και απάνεμα λιμάνια της Κύθνου και φιλοξενεί στην σύγχρονη αποβάθρα του τα πλοία που καταφθάνουν από το λιμάνι του Πειραιά ή το λιμάνι του Λαυρίου με προορισμό την Κύθνο. Έχει έντονη τουριστική κίνηση κατά τη θερινή σεζόν αποτελεί το μοναδικό λιμάνι των πλοίων που εκτελούν τα βασικά δρομολόγια άφιξης προς το νησί. Διαθέτει αρκετά ξενοδοχεία, ξενώνες και ενοικιαζόμενα δωμάτια.

■ ΧΩΡΑ ΚΥΘΝΟΥ (ΜΕΣΑΡΙΑ)

Πρωτεύουσα της Κύθνου η Χώρα (ή Μεσσαριά), η οποία απέχει μόλις 8 χλμ. από το Μέριχα. Χτίστηκε τον 17ο αιώνα στην άκρη ενός οροπεδίου. Είναι αναμφισβήτητα ο ομορφότερος οικισμός του νησιού. Έχει έντονο γραφικο κυκλαδίτικο χαρακτήρα που γοητεύει και συνεπαίρνει. Ο επισκέπτης της Μεσσαριάς θα περπατήσει στα γραφικά καλντερίμια, τις αναρίθμητες εκκλησίες, τα ασβεστωμένα πέτρινα σπιτάκια με τις κεραμοσκεπές και τα παράθυρα με τα κυκλαδίτικα χρώματα.Οι παραδοσιακοί ανεμόμυλοι σφραγίζουν τη γραφική εικόνα της περιοχής. Στην ευρύτερη περιοχή υπάρχουν εγκαταστάσεις αξιοποίησης ηλιακής και αιολικής ενέργειας για την παραγωγή ηλεκτρικής από την οποία τροφοδοτείται ολόκληρο το νησί.

■ ΔΡΥΟΠΙΔΑ

Η Δρυοπίδα είναι από τους σπουδαιότερους οικισμούς της Κύθνου. Το Χωριό - Δρυοπίδα είναι το μοναδικό στο νησί που δεν είναι ορατό από τη θάλασσα αφού βρίσκεται σε ένα απάνεμο μέρος μεταξύ δύο λόφων που το προφυλάσσουν από τους αέρηδες και σε μέσο υψόμετρο τα 146 μέτρα. Αρχιτεκτονικά η Δρυοπίδα συγκεντρώνει ιδιαίτερο ενδιαφέρον γιατί αν και είναι ένα παραδοσιακό χωριό των Κυκλάδων, τα κτίσματά του ξεφεύγουν από την κυκλαδική αρχιτεκτονική. Διώροφα κτίρια με κεραμίδι, τα περισσότερα του Χωριού, συνθέτουν μια ξεχωριστή και μοναδική εικόνα για Κυκλάδες.

Σημεία ενδιαφέροντος

■ ΤΟ ΚΑΣΤΡΟ ΤΗΣ ΩΡΙΑΣ

Το Κάστρο Κατακεφάλου ή Κάστρο της Ωριάς βρίσκεται στο βόρειο τμήμα του νησιού, κοντά στη Χώρα. Ήταν η μεσαιωνική πρωτεύουσα του νησιού από τον 7ο αιώνα μ.Χ. μέχρι το 16ο αιώνα. Η ονομασία του κατά το Μεσαίωνα ήταν Κάστρο της Θερμιάς.

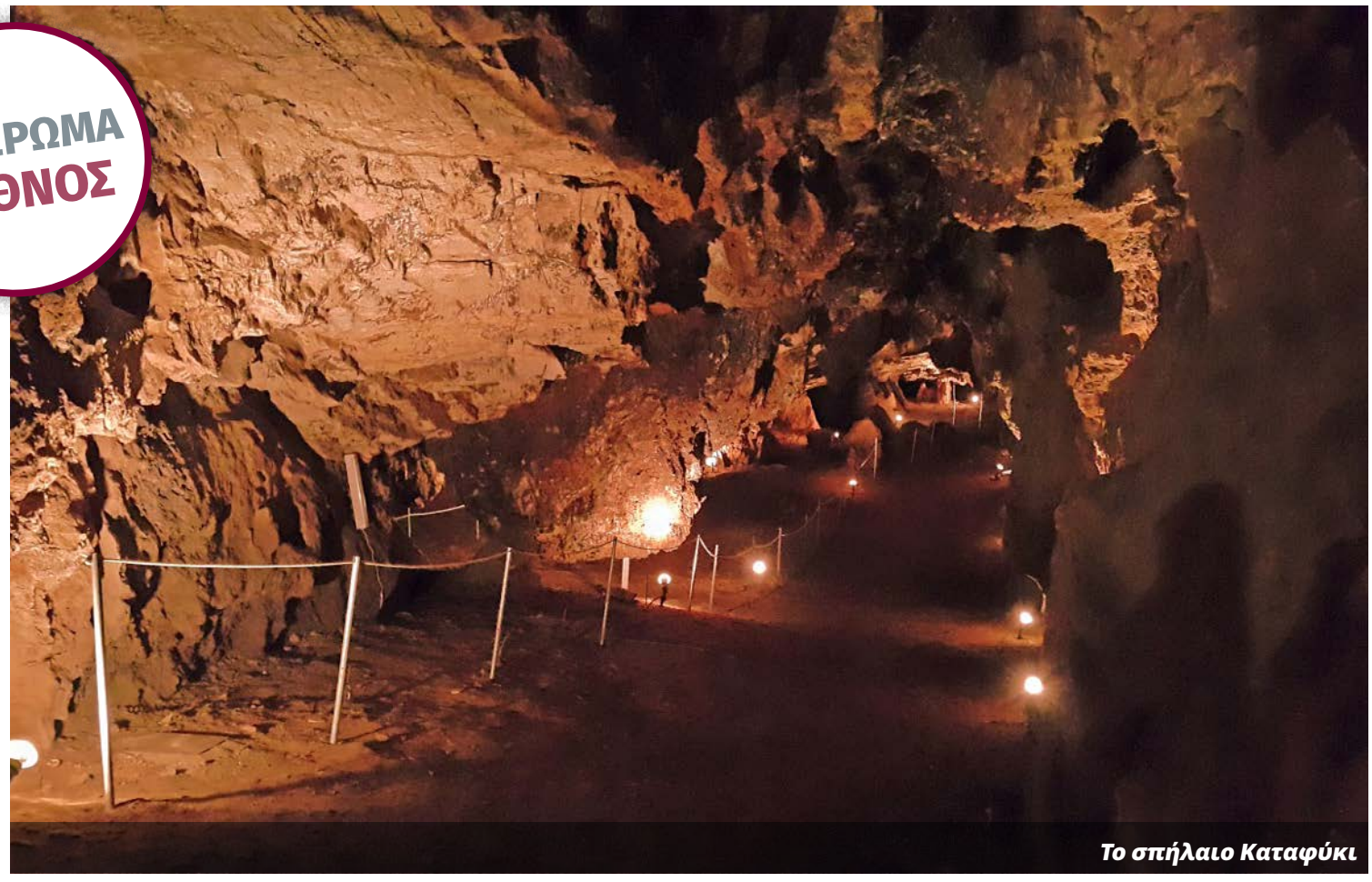
■ ΒΡΥΟΚΑΣΤΡΟ ΚΥΘΝΟΥ

Το Βρυόκαστρο βρίσκεται στη ΒΔ πλευρά του νησιού ανάμεσα στον κόλπο του Μέριχα και του όρμου της Απόκρουσης.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➡

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
ΚΥΘΝΟΣ

Η αρχαία πόλη ονομαζόταν Κύθνος, από όπου προκύπτει και η σημερινή ονομασία του νησιού. Σύμφωνα με τα ευρήματα φαίνεται να έχει κατοικηθεί μεταξύ του 10ου αιώνα π.Χ. και του 7ου αιώνα π.Χ., οπότε και εγκαταλείφθηκε από τους κατοίκους της, οι οποίοι μετακινήθηκαν στο Κάστρο της Ωριάς.


Το σπήλαιο Καταφύκι

■ ΤΟ ΣΠΗΛΑΙΟ ΚΑΤΑΦΥΚΙ

Το σπήλαιο Καταφύκι είναι ένα από τα σημαντικότερα και πλέον εντυπωσιακά αξιοθέατα του νησιού, που συνδυάζει με μοναδικό τρόπο το φυσικό και το ανθρωπογενές στοιχείο. Βρίσκεται στο κέντρο του νησιού, στο νότιο άκρο του παραδοσιακού οικισμού της Δρυοπίδας, στη θέση Φυρές. Πρόκειται για έναν υπόγειο χώρο, σε υψόμετρο 190 μέτρων από το επίπεδο της θάλασσας, ο οποίος συγκροτείται από μεγάλο φυσικό σπήλαιο, αλλά και τεχνητές στοές μεταλλείου. Ο επισκέπτης μπορεί να φτάσει ως εκεί εύκολα, μέσα από τα γραφικά σοκάκια της Δρυοπίδας.

■ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΗΣ ΚΥΘΝΟΥ

Το Λαογραφικό Μουσείο Χώρας Κύθνου φιλοξενεί μια λαογραφική συλλογή αντικειμένων, που εκτίθενται σε μια παραδοσιακή οικία στην «Πιάτσα» της Χώρας Κύθνου, στην οποία θα ανακαλύψετε τους πνευματικούς θησαυρούς της Κύθνου και θα συναντήσετε τη ζωντανή παράδοση της.Το Λαογραφικό Μουσείο Δρυοπίδας κυρίως φιλοξενούνται αγροτικά εργαλεία, οι παραδοσιακές στολές του ξωτάρη και της ξωτάρισσας, ο εξοπλισμός του κελιού, η «κρεβαταριά» και τα υφαντά. Απεικονίζεται με αυθεντικότητα ένα παραδοσιακό Θερμιώτικο σπίτι (κουζίνα, σάλα, υπνοδωμάτιο), ενώ στους τοίχους του φιλοξενούνται γκραβούρες της Κύθνου. Το Εκκλησιαστικό & Βυζαντινό μουσείο του νησιού φιλοξενείται σε ένα ειδικά διαμορφωμένο χώρο στην εκκλησία του Αγίου Γεωργίου στη Δρυοπίδα και δημιουργήθηκε με πρωτοβουλία του πατέρα Κωνσταντίνου Γονίδη. Στο μουσείο υπάρχουν αρκετά εκκλησιαστικά εκθέματα βυζαντινής εποχής και αρκετές εικόνες που άντεξαν στο πέρασμα του χρόνου.

Γραφικό εκκλησάκι στη χώρα της Κύθνου

■ ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Αδιαμφισβήτητα η Κύθνος είναι ο κατάλληλος προορισμός για να αναδείξει τον θρησκευτικό τουρισμό στη χώρα μας. Η θρησκευτική παράδοση αποτελεί βασικό λαογραφικό στοιχείο του νησιού. Η Κύθνος διαθέτει μεγάλη εκκλησιαστική κληρονομιά, χαρακτηριστικές είναι οι εικόνες του κυκλαδίτικου τοπίου με τα λευκά ξωκλήσια στους λόφους και στις ακρογιάλιες, τις μεγαλοπρεπείς βυζαντινές εκκλησίες και τα παλιά μοναστήρια. Εκτός από τις εκκλησίες που βρίσκονται μέσα στα δύο χωριά, υπάρχουν γύρω στα 130 ξωκλήσια δείγματα της θρησκευτικής πίστης των ανθρώπων του παλιού καιρού. Πέρα από τον ιστορικό, θρησκευτικό και κοινωνικό τους ρόλο, τα ξωκλήσια, οι εκκλησίες και τα μοναστήρια υμνούν και την απλή μα συνάμα υψηλή λαϊκή αρχιτεκτονική μιας άλλης εποχής. Κάποιες από τις πιο σημαντικές εκκλησίες και μοναστήρια στη Κύθνο είναι:

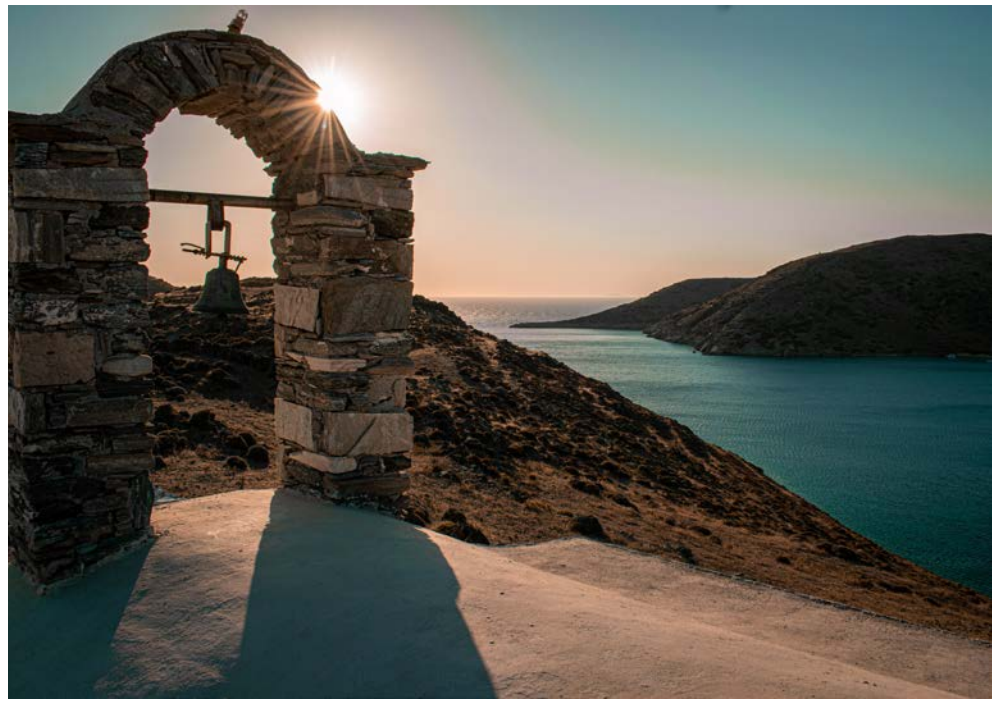
Η Παναγία η Κανάλα η οποία είναι η σπουδαιότερη εκκλησία της Κύθνου η οποία συγκαταλέγεται στους πιο δημοφιλείς χώρους προσκυνήματος σε όλο το νομό Κυκλάδων. Η Παναγία η Φλαμπουριανή στολίδι του οικισμού θεωρείται από τα σημαντικά αξιοθέατα του θρησκευτικού τουρισμού. Η Παναγία του Νίκους μία από τις πιο όμορφες εκκλησίες του νησιού. Η Παναγία η Στρατηλάτισσα, το Μοναστήρι του Αι-Γιώργη στον Κατακέφαλο, το Μοναστήρι της Παναγιάς του Νίκους και το Μοναστήρι του Πρόδρομου.

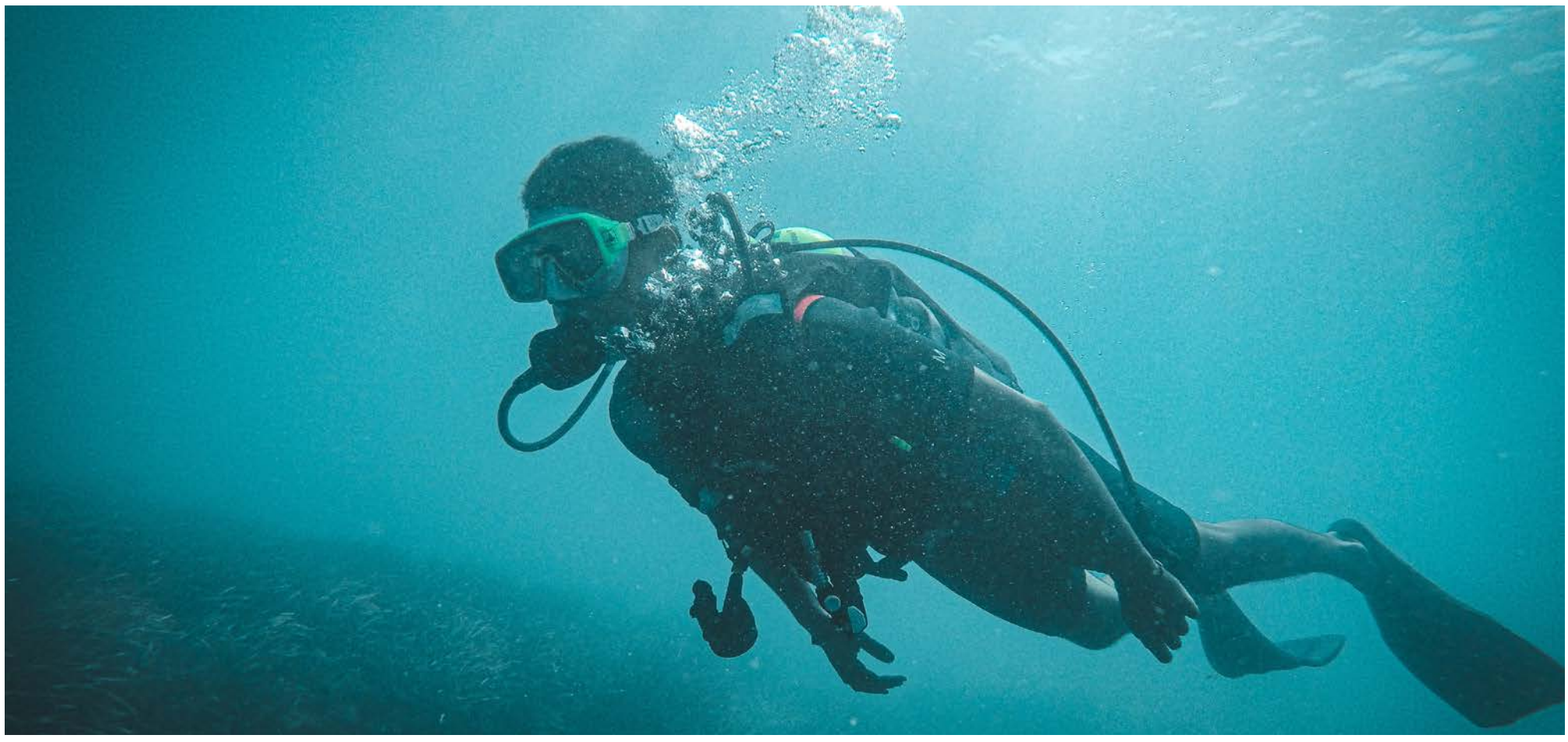
■ ΠΑΝΗΓΥΡΙΑ

Ένα άλλο έντονο στοιχείο λαϊκής παράδοσης είναι τα πανηγύρια. Τα πανηγύρια είναι μια από τις σημαντικές εκδηλώσεις στη ζωής των Θερμιωτών. Ξεκινούν από το απόγευμα της προηγούμενης ημέρας, κρατάνε όλη τη νύχτα και συνεχίζονται και την επόμενη μέρα. Ο κόσμος διασκεδάζει και τραγουδά με τις «ζίες» συνδυασμό ντόπιων οργανοπαικτών βιολιού και λαούτου που αποτελούν μια πλήρη ορχήστρα! Αξίζει να προσέξει κάποιος και τον ιδιαίτερο τρόπο με τον οποίο χορεύουν τον περίφημο «Θερμιώτικο μπάλο». Με κινήσεις αέρινες, σε απόλυτο συντονισμό με τη μελωδία των οργάνων, αναδεικνύονται οι χορευτικές ικανότητες των κατοίκων της Κύθνου.

Σημαντικότερα πανηγύρια θεωρούνται αυτά που γίνονται προς τιμήν της Παναγίας τον Δεκαπενταύγουστο (Παναγία Νίκους, Παναγία Στρατολάτισσα, Παναγία Κανάλα) και στις 8 Σεπτεμβρίου στην Παναγία την Φλαμπουριανή. Επίσης ονομαστά είναι και τα πανηγύρια των Αγίων Αποστόλων στην Δρυοπίδα και της Αγίας Τριάδας στη Χώρα, όπου γιορτάζουν αντί-

Τα ιαματικά λουτρά της Κύθνου





στοιχα οι μητροπόλεις των δυο χωριών.

■ ΓΑΜΟΙ ΣΤΗΝ ΚΥΘΝΟ

Μια νέα μορφή τουρισμού αναπτύσσεται στο νησί των δυτικών Κυκλάδων, καθώς πολλά είναι τα ζευγάρια που επιλέγουν να πραγματοποιήσουν τον γάμο τους στην Κύθνο. Η θέα από το άπλετο γαλάζιο του Αιγαίου Πελάγους, τα γραφικά λευκά σπιτάκια και η γαλήνια ατμόσφαιρα δημιουργούν ένα ειδυλλιακό τοπίο για μια αξέχαστη εμπειρία.

Εναλλακτικές δραστηριότητες

■ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑ

Στη Κύθνο υπάρχει ένα πλούσιο δίκτυο πεζοπορικών διαδρομών, οι οποίες ποικίλλουν σε βαθμό δυσκολίας λόγω του ανάγλυφου του εδάφους. Το νησί διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά που την καθιστούν μοναδική για μια τέτοια εμπειρία γραφικοί οικισμοί, μοναδικές παραλίες, ιαματικές πηγές, αρχαιολογικοί χώροι, βυζαντινά μνημεία, σπήλαιο, παρθένο τοπίο, ξωκλήσια, ανεμόμυλοι, κρήνες και αγροτικά κτίσματα με πέτρινα αλώνια, είναι μερικά από τα στοιχεία που θα συναντήσετε κατά την πεζοπορία σας. Ιδανικές εποχές για πεζοπορία είναι το φθινόπωρο και η άνοιξη.

■ ΚΑΤΑΔΥΤΙΚΟΣ & ΘΑΛΑΣΣΙΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Η Κύθνος είναι ένα νησί το οποίο ενδείκνυται για καταδυτικές εξορμήσεις. Όποιος επιθυμεί να εξερευνήσει τον βυθό και την θάλασσα του νησιού, θα απολαύσει βιωματικά την Αιγαιοπελαγίτικη ομορφιά.

Υπάρχει καταδυτική ομάδα που δραστηριοποιείται στην περιοχή των Λουτρών οργανώνει καταδυτικές εκδρομές και αποδράσεις. Επιπλέον, για τους λάτρεις του ψαρέματος διαθέτει νερά πλούσια σε αλιεύματα.

■ ΙΑΜΑΤΙΚΕΣ ΠΗΓΕΣ

Στο νησί υπάρχουν ζεστές ιαματικές πηγές, οι οποίες βρίσκονται στον γραφικό όρμο Λουτρά, στην βορειοανατολική πλευρά του νησιού. Τα Λουτρά που τα τελευταία χρόνια έχουν αξιοποιηθεί τουριστικά, φιλοξενούν τις μοναδικές ιαματικές πηγές των Κυκλάδων. Πρόκειται για δύο θερμές πηγές. Η μία, των Αγίων Αναργύρων, είναι αλατούχα και βρίσκεται μέσα στο υδροθεραπευτήριο που λειτουργεί εδώ και πολλά χρόνια προσελκύοντας μεγάλο αριθμό επισκεπτών.

Η δεύτερη, η επονομαζόμενη πηγή του Κάκαβου, βρίσκεται σε απόσταση 50 μ. από την πρώτη, περιέχει ιωδιούχο, βρωμιούχο και χλωριούχο νάτριο και η θερμοκρασία της φτάνει τους 52 βαθμούς Κελσίου. Έχει αποδειχθεί ότι τα νερά των πηγών ενδείκνυται για τη θεραπεία ρευματικών, αρθριτικών και γυναικολογικών παθήσεων.

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία το 2023

Οι μέρες των «βαρετών» αλυσίδων ξενοδοχείων φαίνεται ότι πλησιάζουν στο τέλος τους. Θα αντικατασταθούν από ξενοδοχεία που δεν είναι μόνο αισθητικά ευχάριστα, μοναδικά και αυθεντικά, αλλά θα λαμβάνουν υπόψη και την επόμενη γενιά επισκεπτών

Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Πώς θα είναι η επόμενη μέρα στα ξενοδοχεία; Γι' αυτό το θέμα θα σας παρουσιάσω σήμερα μερικές σκέψεις μου για τη χρονιά που έρχεται. Οι μέρες των «βαρετών» αλυσίδων ξενοδοχείων φαίνεται ότι πλησιάζουν στο τέλος τους, ανεξάρτητα από το πόσο προσκολλώνται σε αυτές οι βετεράνοι του κλάδου.

Η αλλαγή φρουράς έχει ήδη ξεκινήσει. Τελικά, θα αντικατασταθούν από ξενοδοχεία που δεν είναι μόνο αισθητικά ευχάριστα, μοναδικά και αυθεντικά, αλλά θα λαμβάνουν υπόψη και την επόμενη γενιά επισκεπτών.

Οι ιδιοκτήτες ξενοδοχείων δεν θα βρίσκουν πλέον επιτυχία στο να προσφέρουν μια μέση, συνηθισμένη εμπειρία διαμονής, π.χ. «σύγχρονη» τέχνη, γκρι χρώμα παντού, εστιατόριο/μπαρ στο λόμπι, μοντέρνα έπιπλα, αίθουσα «ευεξίας», playlist μουσικής και ένα ποτό ως κέρασμα καλωσορίσματος.

Αντίθετα, οι πραγματικά μοναδικές, προσαρμοσμένες εμπειρίες θα γίνουν ο κανόνας. Καθώς εξετάζουμε τις τάσεις σχεδιασμού στη φιλοξενία για το 2023, βλέπουμε μια στροφή από τα παραδοσιακά πολυτελή ξενοδοχεία σε πιο βιώσιμες και προσιτές επιλογές. Η εμπειρία του επισκέπτη θα είναι πιο εξατομικευμένη από ποτέ. Θα δούμε τη «στοχαστική» σχεδίαση να ξεπερνά τη σχεδίαση «πολυτελείας» όλο και περισσότερο.

Αυτά λοιπόν που φαίνεται ότι διαμορφώνουν το μέλλον του σχεδιασμού ξενοδοχείων για το 2023 και μετά, στρέφονται γύρω από την αυθεντική εμπειρία, τη φιλοξενία, την προσφορά δραστηριοτήτων στη φύση, την ενσωμάτωση του επισκέπτη στην τοπική κοινωνία, τη γαστρονομία, την αειφορία και φυσικά τις νέες τεχνολογίες.

Προσαρμοστική Φιλοξενία

Τα ξενοδοχεία υιοθετούν μια «προσαρμοστική» προσέγγιση στον προγραμματισμό, η οποία περιλαμβάνει την προσφορά διαφορετικών τύπων εμπειριών ανάλογα με το τις επιθυμίες των πελατών και το διαθέσιμο χρόνο τους.

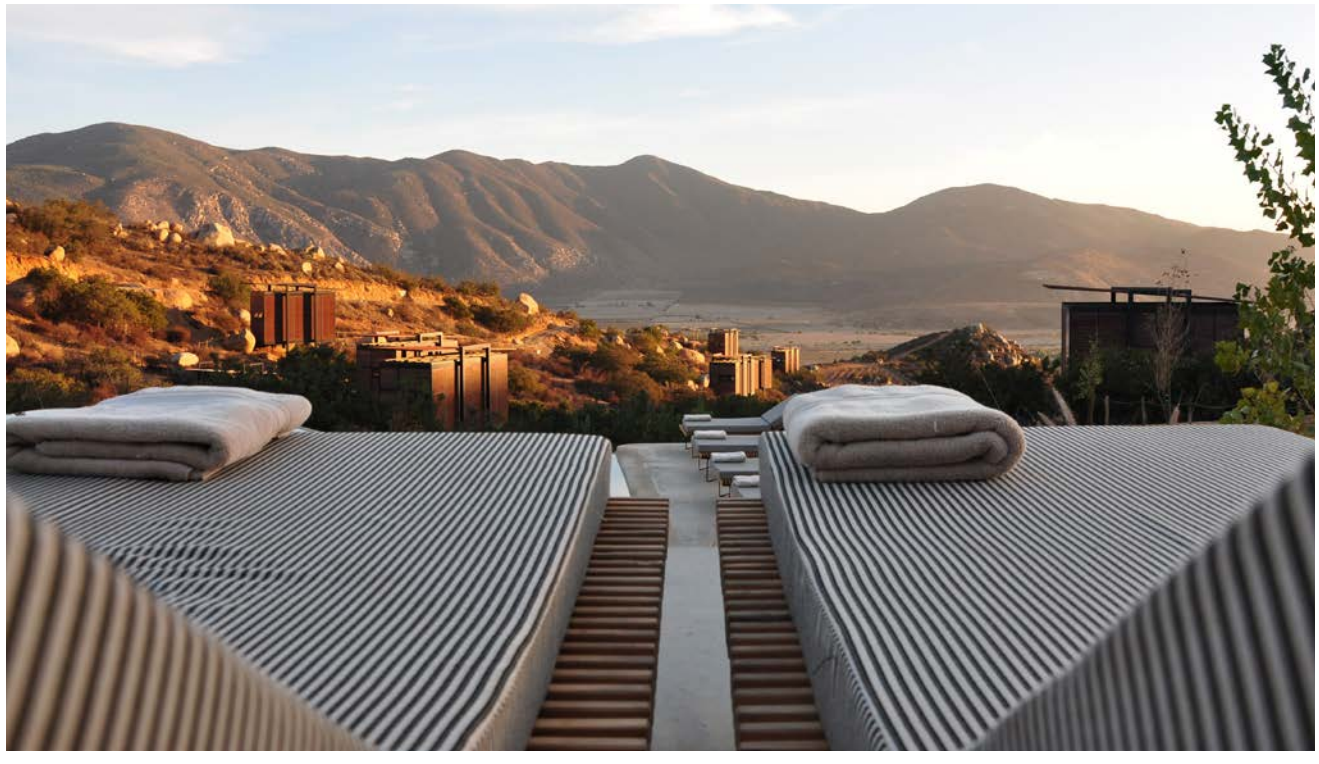
Καθώς γινόμαστε πιο κινητικοί και ανεξάρτητοι, θέλουμε προγράμματα ξενοδοχείων που μας επιτρέπουν να κάνουμε περισσότερα με τους δικούς μας όρους - από την κράτηση των δικών μας δωματίων μέχρι την επιλογή των δικών μας δραστηριοτήτων. Αυτή η τάση θα συνεχιστεί το 2023 με τα ξενοδοχεία να προσφέρουν περισσότερα προγράμματα ή δραστηριότητες που μπορούν να προσαρμοστούν σε διαφορετικές ηλικιακές ομάδες και ενδιαφέροντα (π.χ. μαθήματα μαγειρικής για οικογένειες). Ο στόχος είναι να κάνει κάθε επισκέπτη να αισθάνεται ότι παίρνει ακριβώς αυτό που χρειάζεται χωρίς να χρειάζεται να το ζητήσει.

Ενσωμάτωση στην τοπική κοινότητα

Τα επόμενα χρόνια, οι τάσεις του σχεδιασμού ξενοδοχείων θα επικεντρωθούν στη δημιουργία εμπειριών που δεν είναι μόνο αξέχαστες, αλλά και στο τοπικό επίπεδο. Τα ξενοδοχεία θα γίνουν πιο local και θα μεταμορφώσουν το περιβάλλον τους σε εμπειρία. Αυτό σημαίνει ότι τα ξενοδοχεία θα δημιουργήσουν μια αίσθηση του τόπου αξιοποιώντας την τοπική κουλτούρα και την κοινότητα για να δημιουργήσουν μια ξεχωριστή ταυτότητα.

Αυθεντικές εμπειρίες

Η νέα γενιά ταξιδιωτών αναζητά αυθεντικές εμπειρίες και κοινωνική δέσμευση, πράγμα που σημαίνει ότι θέλει να περάσει χρόνο σε μέρη που συνδέονται με τα ενδιαφέροντα και τις επιθυμίες τους. Για παράδειγμα, ένας ταξιδιώτης μπορεί να θέλει να επισκεφτεί έναν προορισμό επειδή έχει οικογένεια εκεί ή επειδή έχει σχέση με την περιοχή μέσω των χόμπι ή των ενδιαφερόντων του. Θέλουν επίσης αυθεντικές εμπειρίες όπως η αλληλεπίδραση με τους ντόπιους, η κατανάλωση φαγητού τοπικής προέλευσης και η συμμετοχή σε τοπικές εκδηλώσεις. Θέλουν να δώσουν νόημα στην



ταξιδιωτική τους εμπειρία συνδέοντας με ανθρώπους που ζουν σε αυτές τις περιοχές και κάνοντας πράγματα που τους κάνουν να νιώθουν οι ίδιοι ντόπιοι.

Η φύση γίνεται πολυτέλεια

Μια νέα τάση στον ξενοδοχειακό σχεδιασμό έχει εμφανιστεί: ξενοδοχεία σχεδιασμένα με έμφαση στην εστίαση σε εξωτερικούς χώρους. Η τάση των ξενοδοχείων σε εξωτερικούς χώρους κερδίζει δυναμική καθώς τα ξενοδοχεία σχεδιάζονται επίσης γύρω από υπαίθριες δραστηριότητες όπως πεζοπορία, ποδηλασία και άλλα.
Η τάση ξεκίνησε με τα boutique ξενοδοχεία που επικεντρώθηκαν στα ταξίδια στην ύπαιθρο και στην περιπέτεια, αλλά τώρα έχει επεκταθεί σε μεγαλύτερες αλυσίδες ξενοδοχείων που θέλουν να προσελκύσουν ένα ευρύτερο φάσμα ταξιδιωτών που αναζητούν μοναδικές εμπειρίες.

Εκτός από το να προσφέρουν στους επισκέπτες πρόσβαση στη φύση, τα ξενοδοχεία προσθέτουν χώρους πρασίνου, όπως π.χ. κήπους και βεράντες στον τελευταίο όροφο στις ιδιοκτησίες τους. Η σύγκλιση των εσωτερικών και εξωτερικών ανέσεων θα συνεχίσει να είναι μια τάση στον σχεδιασμό των ξενοδοχείων, καθώς οι ταξιδιώτες αναζητούν εμπειρίες που τους φέρνουν κοντά στη φύση.

Κοινωνικοί χώροι και αίσθηση του «ανήκειν»

Η ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλάζει. Και δεν είναι μόνο επειδή τώρα οι τουρίστες μπορούν να κάνουν κράτηση δωματίου από το τηλέφωνό τους ή να βρουν κατάλυμα σε μια ψηφιακή πλατφόρμα. Αλλάζει και ο τρόπος που ταξιδεύουμε. Τα ξενοδοχεία αρχίζουν να λαμβάνουν το μήνυμα ότι οι επισκέπτες θέλουν κάτι περισσότερο από ένα δωμάτιο, θέλουν μια εμπειρία.

Γι' αυτό πολλά ξενοδοχεία αρχίζουν να σχεδιάζουν τους χώρους τους έχοντας αυτό κατά νου. Τα ξενοδοχεία θα συνεχίσουν να εγκαταλείπουν τα παραδοσιακά λόμπι check-in για περισσότερους κοινόχρηστους, κοινωνικούς χώρους, ακόμη και εξωτερικούς.
Η δημιουργία της αίσθησης του ανήκειν και της κοινότητας ήταν πάντα μια από τις μεγαλύτερες προκλήσεις της φιλοξενίας, αλλά τώρα έχει γίνει και μια από τις μεγαλύτερες ευκαιρίες της. Τα ξενοδοχεία μετατρέπουν τις ουρές στην υποδοχή σε χώρους αναμονής όπου οι επισκέπτες μπορούν να χαλαρώσουν όσο περιμένουν, ή δημιουργούν χώρους όπου οι άνθρωποι μπορούν να συγκεντρωθούν πριν βγουν έξω για δείπνο ή ποτό.

Ταξίδια φιλικά προς την οικογένεια

Το μέλλον της φιλοξενίας έχει να κάνει με την οικογένεια. Περισσότερο από ποτέ, βλέπουμε όλο και περισσότερες οικογένειες να ταξιδεύουν μαζί είτε πρόκειται για διακοπές, είτε για επαγγελματικό ταξίδι, και αυτή η τάση θα συνεχίσει να αυξάνεται. Τα καταλύματα θα πρέπει να είναι σχεδιασμένα για ταξιδιώτες μεικτών ηλικιών: δωμάτια με κουκέτες, κρεβάτια σε σοφίτα και ευέλικτη επίπλωση επιτρέπουν στις οικογένειες να μένουν μαζί ενώ ταξιδεύουν.
Εστιατόρια φιλικά για παιδιά με είδη μενού κατάλληλων για την ηλικία (mocktails!) και δραστηριότητες είναι διαθέσιμα στις εγκαταστάσεις σε πολλά life-style ξενοδοχεία που επιτρέπουν στους γονείς να απολαμβάνουν το γεύμα τους χωρίς τα παιδιά (ή το αντίστροφο).

Βοηθώντας τους επισκέπτες να αποσυνδέσουν την πρίζα

Σε έναν κόσμο όπου η τεχνολογία έχει ριζώσει τόσο πολύ στην καθημερινή μας ζωή, δεν είναι περίεργο που τα ξενοδοχεία προσπαθούν να παρέχουν στους επισκέπτες έναν τρόπο να αποσυνδέουν τις ηλεκτρονικές συσκευές τους.
Στην πραγματικότητα, πολλά ξενοδοχεία διευκολύνουν τους επισκέπτες να αποσυνδέονται από τις συσκευές τους παρέχοντάς τους κάτι άλλο διασκεδαστικό ή αποσπώντας την προσοχή τους.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➡

Επωνύμως

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Αυτό περιλαμβάνει την προσφορά ήσυχων δωματίων με αιώρες για τους επισκέπτες που θέλουν να ξεφύγουν από το θόρυβο και τις περισπασμούς της καθημερινότητάς τους. Άλλα ξενοδοχεία προσθέτουν επιπλέον ήσυχες ζώνες, όπως βιβλιοθήκες, αίθουσες διαλογισμού, χώρους συνεργασίας, ακόμη και χώρους για έναν γρήγορο ύπνο, όπου οι επισκέπτες μπορούν να κάνουν ένα γρήγορο διάλειμμα από τη φασαρία.

Η αλλαγή στην εστίαση

Οι γαστρονομικές τάσεις των ξενοδοχείων αλλάζουν και εξελίσσονται γρήγορα. Το τελευταίο χτύπημα στον κλασικό μπουφέ με continental breakfast δόθηκε από την πανδημία. Περισσότεροι άνθρωποι γνωρίζουν τα οφέλη για την υγεία από την τοπική και βιώσιμη διατροφή και οι άνθρωποι βασίζονται στο φαγητό ως τρόπο σύνδεσης με τους άλλους. Οι ξενοδόχοι ανταποκρίνονται προσφέροντας τοπικά εδέσματα και κρασιά, craft μπίρες, βιολογικά προϊόντα και πολλές επιλογές για όλους τους τύπους ταξιδιωτών. Επειδή πολλοί άνθρωποι περιμένουν επιλογές μενού που καλύπτουν τις διατροφικές τους ανάγκες, τα ξενοδοχεία εισάγουν επίσης επιλογές μενού για vegan, χορτοφαγικά, χωρίς γλουτένη, χωρίς γαλακτοκομικά και παρόμοια.

Μεγάλα βήματα προς την αειφορία

Καθώς ο κόσμος αποκτά μεγαλύτερη συνείδηση για το περιβάλλον, τα ξενοδοχεία θα κάνουν ένα μεγάλο βήμα για να είναι 100% βιώσιμα. Η ξενοδοχειακή βιομηχανία άργησε να αγκαλιάσει τη βιωσιμότητα, αλλά βλέπουμε μια στροφή προς τον φιλικό προς το περιβάλλον σχεδιασμό.

Τα ξενοδοχεία αρχίζουν να χρησιμοποιούν και να ενσωματώνουν τοπικά προϊόντα και υλικά στα δωμάτια και τα εστιατόριά τους. Οι επισκέπτες εκτιμούν την αυθεντικότητα - θέλουν να γνωρίζουν ότι τα καταλύματά τους είναι κατασκευασμένα με τοπικά υλικά και όχι μόνο προϊόντα μαζικής παραγωγής από π.χ. την Κίνα ή την Ινδία.

Τα ξενοδοχεία δίνουν επίσης μεγαλύτερη προσοχή στην κατανάλωση ενέργειας. Τα τελευταία χρόνια η βιομηχανία έχει κάνει μεγάλα βήματα προς τη μείωση του αποτυπώματος άνθρακα μέσω πρωτοβουλιών, όπως π.χ. ο φωτισμός LED και οι ηλιακοί συλλέκτες.

Νέες τεχνολογίες

Οι ξενοδόχοι αναγκάστηκαν να προσαρμοστούν στις νέες τεχνολογίες και στην ταχέως μεταβαλλόμενη νοοτροπία των καταναλωτών. Ο τομέας της φιλοξενίας αναγκάστηκε να προσαρμοστεί σε έναν μεταβαλλόμενο κόσμο και στις αναδυόμενες αγορές, γεγονός που έχει δημιουργήσει μια νέα γενιά ταξιδιωτών με διαφορετικές προσδοκίες.

Αυτό οδήγησε πολλά ξενοδοχεία να υιοθετήσουν τεχνολογία που κάνει την εμπειρία των επισκεπτών πιο απρόσκοπτη και βολική. Αυτές οι τεχνολογικές εξελίξεις θα συνεχίσουν να διαμορφώνουν το μέλλον των ξενοδοχείων στον τρόπο ζωής σε όλο τον κόσμο.

Οι ταξιδιώτες το 2023 περιμένουν πολλά από τα ξενοδοχεία. Τα ξενοδοχεία θα πρέπει να δουλέψουν σκληρά για να παραμείνουν ελκυστικά, καλύπτοντας παράλληλα τις ανάγκες των επισκεπτών με μια πιο παραδοσιακή εμπειρία ξενοδοχείου.

Το μέλλον του σχεδιασμού ξενοδοχείων θα γίνει πιο εξατομικευμένο, προσαρμοσμένο στις νέες συνθήκες και προκλήσεις. Θα είναι ένα δυναμικό περιβάλλον που θα αντιδρά στις προσωπικότητες και τις ανάγκες των επισκεπτών, ενώ παράλληλα θα χτίζει σχέσεις με την κοινότητα για να δώσει στους επισκέπτες μεγαλύτερη αίσθηση ότι ανήκουν στην περιοχή που επισκέπτονται.

Τα ξενοδοχεία που δίνουν έμφαση σε αυτούς τους τομείς τώρα, θα είναι πιο έτοιμα να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις της νέας εποχής.

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

LAFKAS BREWERY

Πράμα δύσκολο να κλείσεις τα Χανιά σε ένα μπουκάλι.
Εμείς εδώ στην οικογενειακή **ζυθοποιία Λαύκας**
προσπαθούμε να κάνουμε ακριβώς αυτό με την παραγωγή
τοπικής, φρέσκιας, αφιλτράριστης μπύρας.

Στο επισκέψιμο ζυθοποιείο μας στα Χανιά εδώ
και περισσότερα από 4 χρόνια παράγουμε τις μπύρες
«Λευκά Όρη» *και* ***«Χανιώτισσα»****.*

Μπύρες φτιαγμένες με μεράκι σε περιορισμένη ποσότητα,
πάντα φρέσκιες, διαθέσιμες τόσο στην Κρήτη,
όσο και στην Αθήνα και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Αν σας βγάλει ο δρόμος στα Χανιά,
θα χαρούμε να σας ξεναγήσουμε στο ζυθοποιείο μας
και να γευθούμε παρέα τις μπύρες μας

Leoforos Kazantzaki 102, 73131, Chania
(+30)6945430402 / (+30)6946710018
@lafkasbrewery
https://lafkasbrewery.com/
www.facebook.com/lafkasbrewery/
lafkasbrewery@gmail.com

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ & ΟΙΝΟΣ

Τρύγος μετ' εμποδίων

Συγκρατημένη πλέον η αισιοδοξία για τον φετινό τρύγο αφενός λόγω των διεθνών συνθηκών και αφετέρου λόγω του καιρού και διαχρονικών παθογενειών που ταλαιπωρούν τον κλάδο, όπως τονίζει η Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων

Τα θετικά στοιχεία, αλλά και τα προβλήματα που παρουσιάζει ο φετινός τρύγος επισημαίνει σε μακροσκελή ανακοίνωση που εξέδωσε η Κεντρική Συνεταιριστική Ένωση Αμπελοοινικών Προϊόντων (ΚΕΟΣΟΕ).

Όπως λέει η ένωση η αρχική αισιοδοξία για το φετινό κρασί είναι πλέον συγκρατημένη, πρώτον γιατί συντελείται μέσα στο δυστοπικό περιβάλλον των διεθνών συνθηκών, αλλά και με τον καιρό να έχει προκαλέσει αρκετές ζημιές στο δρόμο προς την είσοδο στον τρυγητό των μεγάλων αμπελουργικών. Παράλληλα καταγγέλλει τις γνωστές πρακτικές με την είσοδο στην οινοποιία ποικιλιών που πωλούνται σε χαμηλότερη τιμή και οδηγούν σε πτώση τις τιμές συνολικά. «Άραγε κράτος υπάρχει;», διερωτάται η ΚΕΟΣΟΕ και επισημαίνει πως εξαιτίας της κατάστασης αυτής κάθε χρόνο μειώνονται οι αμπελώνες στη χώρα.

Όσο αφορά τον φετινό τρύγο η εικόνα διακρίνεται από τη λογική ανομοιογένεια, που υπάρχει κάθε χρόνο στις διάφορες αμπελουργικές ζώνες, πλέον όμως οι βροχοπτώσεις των αρχών Σεπτεμβρίου επηρεάζουν τις αμπελουργικές περιοχές με διαφορετικό τρόπο, ανάλογα με την χρονική απόσταση έναρξης του τρυγητού.

Προς τα μέσα του Σεπτεμβρίου που είχε σχεδόν ολοκληρωθεί η συγκομιδή του Μοσχάτου και της Μαυροδάφνης στην Αχαΐα, η περιοχή ήταν από τις λίγες που δεν παρατηρήθηκαν βροχοπτώσεις των αρχών Σεπτεμβρίου, αλλά και από τις λίγες που δεν μπαίνουν στον κοινό παρονομαστή των κανονικών σε όγκο συγκομιδών σταφυλιών, αφού ο βοτρύτης και το ωίδιο, επηρέασαν αρκετά νωρίς τον όγκο του Ροδίτη, που εκτιμάται ότι φέτος θα είναι μειωμένος από 30% έως 40%. Να σημειωθεί πως μειωμένος είναι ο όγκος παραγωγής φέτος σε όλες τις χώρες της Ευρώπης που παράγουν κρασί

Στο διπλανό νομό στην Κορινθία και ειδικότερα στη Νεμέα το τελευταίο δεκαήμερο του Αυγούστου, αναμενόταν μια μέτρια σε όγκο χρονιά για το Αγιωργήτι-

Η ΚΕΟΣΟΕ επισημαίνει τη δυστοκία εξεύρεσης εργατικών χεριών για τον τρύγο, το κόστος καυσίμων και της ενέργειας στα ύψη και των υλικών συσκευασίας (κυρίως φιάλες) για τα οινοποιεία κατά πολύ ακριβότερα και δυσεύρετα

κο, χωρίς ασθένειες, εικόνα που αρχίζει να δημιουργεί μικρές επιφυλάξεις μετά τις τελευταίες βροχοπτώσεις για τα βαρικά και υπερποτισμένα αμπέλια που παρουσιάζουν φαινόμενα σήψης, σε μικρή όμως έκταση.

Για άλλη μια χρονιά οι επιτραπέζιες και οι ποικιλίες σταφιδοποιίας του νομού, δοκιμάστηκαν αρχικά από την εσωτερική υποκατανάλωση, την εξαγωγική αδυναμία και τέλος από τις καιρικές συνθήκες που οδήγησαν σε απόγνωση τους συγκεκριμένους αμπελουργούς.

Τότε ήταν που άρχισαν οι υστερόβουλες φήμες (οι οποίες συνεχίζουν μέχρι και σήμερα) ότι το υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, θα επιτρέψει την είσοδό τους στον τομέα της οινοποιίας. «Τι είχες Γιάννη, τι είχα πάντα». Με υψηλές στρεμματικές ενισχύσεις, οι ποικιλίες αυτές που απαγορεύεται να οινοποιηθούν, όδευσαν προς «χυμοποίηση» με 0,12 € έως 0,15 € / kg, για να καταλήξουν τελικά στο ποτήρι του καταναλωτή και γιατί όχι του τουρίστα του καλοκαιριού, με τιμές συσκευασμένων προϊόντων, που επ' ουδενί μπορεί να ανταγωνισθεί το οινοστάφυλο. Υπό αυτές τις συνθήκες ενώ ο τρύγος του Ροδίτη ξεκίνησε στην τιμή 0,27 €/kg, με τις φήμες περί νομιμοποίησης οινοποίησης της Σουλτανίνας, διαπραγματεύονταν την επόμενη, στα 0,20 €/kg. Κακές πρακτικές, αδυσώπητος και αθέμιτος ανταγωνισμός στην αγορά και ΟΛΟΙ γνώστες, αλλά παρατηρητές.

Αυτές οι πρακτικές μαζί με άλλες γνωστές, ευθύνονται για το ότι στην κατηγορία των κρασιών μαζικής κατανάλωσης, παρατηρούνται εντυπωσιακά χαμηλές τιμές συσκευασμένων προϊόντων (ασκοί 20 lt πωλούνται στην τιμή των 10 €, ή φιάλες PET του 1,5 lt στην τιμή του 1,10 €), καθηλώνοντας κάθε χρόνο τις τιμές των οινοσταφύλων σε επίπεδο που δημιουργούν ζημιές στις αμπελουργικές εκμεταλλεύσεις των μεγάλων σε έκταση ζωνών της χώρας και ωθούν τους αμπελουργούς στην εγκατάλειψη της καλλιέργειας.

Το μόνο αισιόδοξο είναι ότι πλέον υπάρχουν τα ψηφιακά δεδομένα και οι ηλεκτρονικές διασταυρώσεις, είναι προ των πυλών.

Παρόμοια κατάσταση και στο Ηράκλειο Κρήτης. Η κατεστραμμένη παραγωγή σουλτανίνας εξαιτίας ευδεμίδας και όξινης σήψης και πρωτοφανών βροχοπτώσεων, ασκεί αφόρητες πιέσεις στα οινοποιεία. Μόνο η Βοιωτία διασώζεται μέχρι στιγμής από τις μεγάλες αμπελουργικές ζώνες, αλλά οι καραμπόλες από τις υπόλοιπες περιοχές δεν θα την αφήσουν ανεπηρέαστη.

Βορειότερα η περιοχή της Θεσσαλίας, βαθμιαία επηρεασμένη από συνεχείς βροχοπτώσεις και χαλαζοπτώσεων στο Δαμάσι, μεταβάλλει την αμπελουργική εικόνα από το καλύτερο προς το χειρότερο.

Η αναμονή για μια πληθωρική παραγωγή μετατρέπεται σε φόβο σήψης, εάν οι καιρικές συνθήκες παραμείνουν βροχερές. Η σήψη λειτουργεί σαν οικονομικός μοχλός φθηνής αγοράς, που πιέζει και τις τιμές της υγιούς παραγωγής προς τα κάτω.

Στη βόρεια Ελλάδα που τα πράγματα είναι πιο νοικοκυρεμένα, η μόνη περιοχή που ακολουθεί τους μακροοικονομικούς κανόνες και αμείβει τις προσπάθειες των αμπελουργών, το Αμύνταιο, αναμένει μικρότερη παραγωγή λόγω χαλαζοπτώσεων.

Στη Νάουσα αναμένουν καλή παραγωγή σε όγκο και ποιότητα, επιτρέποντος του καιρού βέβαια, γιατί ο τρύγος του Ξυνόμαυρου θα ξεκινήσει τέλος Σεπτεμβρίου, αρχές Οκτωβρίου.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➡

ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ & ΟΙΝΟΣ

Ιδιαίτερα καλή και χωρίς προβλήματα ασθενειών αναμένεται και η παραγωγή της Αττικής με την κυρίαρχη ποικιλία το Σαββατιανό, να παρουσιάζει ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά στον απόηχο των ευνοϊκών καιρικών συνθηκών. Ανησυχία επικρατεί στις τάξεις των αμπελουργών για το εάν οι τιμές που θα ανακοινωθούν, από τους μεγάλους παίκτες του εμπορίου, θα καλύψουν το αυξημένο κόστος καλλιέργειας.

Όψιμη παραγωγή στα νησιά του Αιγαίου με την Σάμο να ολοκληρώνει τον τρυγητό χωρίς προβλήματα σε ποσότητα (παρόμοια με την περσυνή) και ασθένειες. Οι τιμές στη Σάμο έχουν ανοδική τάση και μάλιστα ο συνεταιρισμός επιδοτεί το κόστος των μεταφορικών.

Και η Σαντορίνη ολοκληρώνει τον όψιμο τρυγητό, αναμένοντας μια αύξηση μετά από χρόνια της τάξης του 20% - 25%, όμως οι πρωτοφανείς βροχοπτώσεις για το νησί το τελευταίο δεκαήμερο του Αυγούστου επιμήκυναν την τεχνολογική ωρίμαση των σταφυλιών και επηρέασαν προς τα κάτω τον αρχικά εκτιμώμενο όγκο οινοπαραγωγής.

Παρόμοια εικόνα και στη Ρόδο με αύξηση του όγκου παραγωγής κατά 10%, κανονική ωρίμαση των σταφυλιών χωρίς ασθένειες, αλλά με συγκρατημένη αισιοδοξία λόγω γενικότερων συνθήκων αγοράς.

Και στα νησιά του Ιονίου, η παραγωγή για τη Ζάκυνθο αναμένεται αυξημένη, με καλή ωρίμαση των σταφυλιών και αυξητικές τάσεις τιμών.

Μεγάλη οινικά χρονιά, είναι η φετινή για την Κεφαλονιά που ολοκληρώνει τον τρύγο ως τον ποιοτικότερο της 10ετίας, αποτέλεσμα των άριστων κλιματολογικών συνθηκών χωρίς παγετούς, χαλαζοπτώσεις και βροχοπτώσεις (σπάνιο φαινόμενο για την Δ. Ελλάδα).

Γενικότερα στην παραπάνω εικόνα, θα πρέπει να προστεθεί η δυστοκία εξεύρεσης εργατικών χεριών για τον τρύγο, με τα ημερομίσθια να κινούνται πλέον στα 50 € έναντι 35 € την περσινή χρονιά, το κόστος καυσίμων και της ενέργειας στα ύψη και των υλικών συσκευασίας (κυρίως φιάλες) για τα οινοποιεία κατά πολύ ακριβότερα και δυσεύρετα.

Ιδιαίτερα καλή αναμένεται και η παραγωγή της Αττικής με την κυρίαρχη ποικιλία το Σαββατιανό, να παρουσιάζει ιδιαίτερα ποιοτικά χαρακτηριστικά

«Με φόντο την αρνητική σύνοδο των παραμέτρων της διεθνούς συγκυρίας, οι «εθνικές» αδυναμίες φέτος έχουν πάρει ιδιαίτερη διάσταση, με πρωτοφανείς τακτικισμούς, που σχετίζονται με τον ακήρυχτο πόλεμο των εμπόρων, που προκειμένου να κατεβάσουν τις τιμές στις μεγάλες αμπελουργικές ζώνες, έχουν στήσει μηχανισμούς παραπληροφόρησης και διακίνησης παράνομης σταφυλικής παραγωγής, για να οδηγήσουν τελικά τους αμπελουργούς των σταφυλιών οινοποιήσιμων ποικιλιών, γονατιστούς στην πόρτα τους», καταλήγει η ΚΕΟΣΟΕ και καλεί την πολιτεία να λάβει μέτρα για να προστατεύσει την οινοπαραγωγή της χώρας.

ΝΙΚΟΛΟΥ

NIKOLOU WINERY

www.nikolouwinery.gr

Συνέντευξη

ΦΩΤΗΣ ΚΟΤΤΗΣ*

**Πρόεδρος Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Ιονίων Νήσων και του Επιμελητηρίου Ζακύνθου*

«Οι τουριστικές ροές φέτος είναι υψηλές»

«Οι επιχειρήσεις ανέπνευσαν και λειτούργησαν μετά δύο χρόνια πανδημίας πλησιάζοντας τα ρεκόρ του 2019», σημειώνει ο κύριος Κόττης συμπληρώνοντας ωστόσο πως το ταμείο θα γίνει στο τέλος της χρονιάς

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

«Ανάσα» έδωσαν οι υψηλές πληρότητες φέτος σε Ζάκυνθος και Ιόνιο γενικότερα, ωστόσο οι εισπράξεις δεν είναι ανάλογες για μια σειρά λόγων, τονίζει ο κύριος Κόττης. Αναφέρεται σε μέτρα που πρέπει να ληφθούν για τη στήριξη των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τον χειμώνα, αλλά και στις σημαντικές πρωτοβουλίες που υλοποιούνται στη Ζάκυνθο για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

- Κύριε Κόττη είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Να ξεκινήσουμε με την τουριστική σεζόν. Πώς πήγαν φέτος τα πράγματα στη Ζάκυνθο και στο Ιόνιο γενικότερα;

Χαίρομαι ιδιαίτερα γιατί εκτιμώ την ποιότητα περιεχομένου της εκδόσεως σας. Φέτος δεν μπορούμε παρά να είμαστε ευχαριστημένοι από μια εξαιρετική χρονιά, ειδικά για τη Ζάκυνθο. Με πληρότητες και σύνθεση αγορών για την αναγκαία επαναφορά των τουριστικών ροών και της ψυχικής δύναμης που μας δίνουν για το μέλλον του προορισμού μας. Οι τουριστικές ροές στο νησί μας φέτος ήταν και είναι υψηλές. Οι επιχειρήσεις ανέπνευσαν και λειτούργησαν μετά δύο χρόνια πανδημίας πλησιάζοντας τα ρεκόρ του 2019. Ευπρόσδεκτα τα ρεκόρ, ειδικά μέσα σε μια πολύ δύσκολη οικονομική και γεωπολιτική συγκυρία. Η διάρκεια της επιτυχίας όμως, αλλά και η μεγαλύτερη διάχυση του τουριστικού εισοδήματος, προϋποθέτουν στρατηγική και διαμόρφωση πολιτικών.

- Είδαμε προσπάθειες και από ξένους tour operators για τη διεύρυνση της τουριστικής σεζόν. Εσείς βλέπετε κάτι τέτοιο στο Ιόνιο; Συνεχίζουν να υπάρχουν επισκέπτες και κρατήσεις για το επόμενο διάστημα;

Τα δύο χρόνια την πανδημίας οδήγησαν στην ευρύτερη διαφοροποίηση και διεκδίκηση νέων αγορών. Αυτό πρέπει να αξιοποιηθεί και ο προορισμός δουλεύει στην διεύρυνση της αγοράς. Ο Σεπτέμβρης ήταν εξαιρετικός στα επίπεδα του 2019 με 170 χιλ αφίξεις. Ο Οκτώβριος πηγαίνει καλά στις κρατήσεις, αλλά αυτό μεταφράζεται σε πληρότητες στα μεγάλα ξενοδοχεία και δεν διαχέεται σε όλα τα καταλύματα.

- Ποιες είναι οι εκτιμήσεις για τις τουριστικές εισπράξεις; Το ρωτάμε γιατί μπορεί να είδαμε υψηλά νούμερα στις αφίξεις, αλλά βλέπουμε και εκτίναξη του λειτουργικού κόστους, λόγω πληθωρισμού και ενέργειας. Θα υπάρξει θετικό ισοζύγιο;

Οι εισπράξεις από την άλλη μεριά δεν ανταποκρίνονται στις επιτυχημένες πληρότητες. Αυτό οφείλεται όχι μόνο στις τεράστιες αυξήσεις του λειτουργικού κόστους, αλλά και στην αδυναμία διαφοροποίησης των παλιών συμβολαίων εντός της πανδημίας. Το ταμείο στο τέλος της χρονιάς.

- Η δραματική αύξηση στην τιμή του ηλεκτρικού ρεύματος αποτελεί μεγάλο πλήγμα για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, ιδίως του τουρισμού που έχουν και συσσωρευμένες απώλειες από την πανδημία. Έχετε καταθέσει προτάσεις για την αντιμετώπιση της κατάστασης;

> *Ο Οκτώβριος πηγαίνει καλά στις κρατήσεις, αλλά αυτό μεταφράζεται σε πληρότητες στα μεγάλα ξενοδοχεία και δεν διαχέεται σε όλα τα καταλύματα*

Μπαίνουμε σε μια παράξενη περίοδο για τις επιχειρήσεις και την κοινωνία. Μετά από μια καλή τουριστική περίοδο και επάνοδο μερικής κανονικότητας για το επιχειρείν, έχουμε μια επερχόμενη ενεργειακή μερική ασφυξία, η οποία εκτιμώ θα έχει διάρκεια, γιατί ως Ευρώπη δεν έχουμε δυνατές άμεσες λύσεις.
Ταυτόχρονα υπάρχουν σωρευμένες υποχρεώσεις για τις επιχειρήσεις, αυξημένα λειτουργικά κόστη, κούραση στα στελέχη, οικονομολόγους, λογιστές, επιχειρηματίες, εργαζόμενους που λειτούργησαν στα όρια τους.
Αναμένονται στρατηγικές κινήσεις αποσυμφόρησης όλων για το καλό επιχειρήσεων, εργαζομένων, κοινωνίας, χώρας και ολόκληρης της Ευρώπης.
Εμείς έχουμε καταθέσει τις προτάσεις μας ως επιχειρηματικός κόσμος. Θέσπιση 120 δόσεων για το σύνολο των οφειλών, Μείωση του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας σε βασικά αγαθά από το 13% στο 6%, Επιβολή πλαφόν στην τιμή της ενέργειας, Μείωση του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης στα καύσιμα.

- Ένα βασικό «όπλο» για την αντιμετώπιση της εποχικότητας είναι ο θε-

Εμείς έχουμε καταθέσει τις προτάσεις μας ως επιχειρηματικός κόσμος. Θέσπιση 120 δόσεων για το σύνολο των οφειλών, Μείωση του Φόρου Προστιθέμενης Αξίας σε βασικά αγαθά από το 13% στο 6%, Επιβολή πλαφόν στην τιμή της ενέργειας, Μείωση του Ειδικού Φόρου Κατανάλωσης στα καύσιμα

ματικός τουρισμός. Ποιες μορφές θεματικού τουρισμού γνωρίζουν ανάπτυξη στη Ζάκυνθο;

Ο θαλάσσιος και ναυταθλητικός στα βόρεια, ο περιβαντολλογικός και καταδυτικός στα νότια στην περιοχή του θαλασσίου πάρκου. Κυριαρχεί όμως ο μαζικός τουρισμός και οι προσπάθειες μας ως Επιμελητήριο είναι να διευρύνουμε οργανωμένα τις αναγκαίες θεματικές που μπορεί το νησί, όπως ο περιπατητικός και γαστρονομικός τουρισμός. Δημιουργήσαμε την Επιτροπή Τουρισμού του Επιμελητηρίου σε συνεργασία με τους συλλόγους Ξενοδόχων για τον σχεδιασμό της επόμενης δεκαετίας.

- Είναι επίσης κρίσιμη η διασύνδεση του τουρισμού με την τοπική παραγωγή. Έχουν γίνει βήματα προς αυτή την κατεύθυνση;

Συνεχίζοντας τα παραπάνω απαραίτητο στοιχείο υπεραξίας ενός τόπου και ψηλά στην ατζέντα μας η διασύνδεση με την τοπική παραγωγή. Τα τοπικά προϊόντα και το φαγητό συνδέεται με την ύπαιθρο και τους παραγωγούς και ότι αξίζει τον τομέα αυτόν να τον αναδείξουμε τουριστικά.
Αυτό θα κάνουμε ξεκινώντας σε συνεργασία με την Αγροδιατροφική Ιονίων Νήσων, ένα οργανωμένο Τοπικό Σύμφωνο Ποιότητας στα νησιά του Ιονίου αξιοποιώντας τα προϊόντα μας και ενθαρρύνοντας και οργανώνοντας τις επιχειρήσεις μας και τους παραγωγούς μας.
Ήδη δημιουργήσαμε στο Επιμελητήριο Ζακύνθου Τμήμα Αγροδιατροφής, Γαστρονομίας και Τοπικών Προϊόντων με εκλεκτούς συμμετέχοντες.
Ήδη εντάξαμε γαστρονομικά μονοπάτια στο έργο του Επιμελητηρίου που υλοποιείται ION49, και θα ενταχθούν και στο KnowZante που θα δημοπρατηθεί. Υποστηρίζουμε συνέργειες Ζακυνθινών οινοποιείων και παραγωγών. Χρηματοδοτούμε μελέτη ελαιολάδου ως εργαλείο ταυτοποίησης και μεθοδολογίας. Τρέχουμε 3 διατοπικά προγράμματα, Ελλήνων Γεύσεις, Πριμαρόλια, Νήσων Περίπλους, σε συνεργασία με την Αναπτυξιακή μας Δίκτυο Συνεργασίας Ζακύνθου. Συνεργαζόμαστε με Πανεπιστήμια και Υπουργεία οργανώνοντας μεθοδολογίες.
Επίσης συνεργαζόμαστε με εξειδικευμένους επαγγελματίες του χώρου και διευρύνουμε τις συνεργασίες και τις ομάδες εργασίας. Το λάδι, το κρασί και η σταφίδα ξεκίνησαν και συνεχίζουμε με νεροκρέμμυδο, χοιρομέρι, μαντολάτο και παστέλι. Εμείς δεν λέμε να εντάξουμε τον πρωτογενή και την γαστρονομία μας στον Τουρισμό, εμείς το πράττουμε!

- Να κλείσουμε με το θέμα του Ναυαγίου. Έχει γίνει πολύ ντόρος με τους σχεδιασμούς για την Ναυάγιο Ζάκυνθος ΑΕ. Ποια είναι η κατάσταση σήμερα;

Ο φορέας διαχείρισης αλλά και η σημερινή επιτροπή της οποίας είμαστε μέλη αποτελεί αναγκαία συνθήκη λειτουργίας του Ναυαγίου. Οι διαχρονικές προσπάθειες μας οδήγησαν στο παραπάνω. Τα επόμενα μέτρα της επιτροπής, να προστατεύσει το περιβάλλον, να αποφύγει τον κίνδυνο κατάρρευσης του ναυαγίου, να καθορίσει ασφαλείς δρόμους πρόσβασης, να προστατεύσει τους επισκέπτες. Η επόμενη σαιζόν οφείλουμε να έχουμε υλοποιήσει όλες τις παρεμβάσεις.
Ο ελληνικός τουρισμός και ειδικά στο νησί μας, δεν μπορεί και δεν πρέπει να συνεχίσει να αναπτύσσεται «στον αυτόματο πιλότο», ειδικά τώρα που βιώνουμε ένα μείγμα ευνοϊκών συγκυριών για τη χώρα μας, μαζί με μια πολύ δύσκολη διεθνή γεωπολιτική και χρηματοοικονομική συγκυρία. Παρόν και μέλλον είναι γεμάτα προκλήσεις. Και οι προκλήσεις για να αντιμετωπιστούν θέλουν όραμα, σχέδιο και σύμπνοια στην εφαρμογή του.

Κάνοντας τη διαφορά στο διαδίκτυο

Τέσσερις νέες τάσεις στους ΟΤΑ που εμφανίστηκαν φέτος, μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση των κρατήσεων και των εσόδων

Τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία (ΟΤΑs) έχουν γίνει ένα κομβικό κομμάτι της βιομηχανίας φιλοξενίας, επηρεάζοντας τον τρόπο με τον οποίο τα ξενοδοχεία και τα καταλύματα προωθούνται στο διαδίκτυο όταν οι ταξιδιώτες κάνουν την έρευνά τους. Προβλέπεται ότι, κατά μέσο όρο, οι ταξιδιώτες πραγματοποιούν 25 επισκέψεις σε ιστότοπους προτού κάνουν κράτηση.

Ως εκ τούτου, τα καταλύματα πρέπει να ενισχύσουν την προβολή τους σε όλο το διαδίκτυο στους ΟΤΑ, στους ιστότοπους μετα-αναζήτησης, στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στον απευθείας ιστότοπό τους, ώστε να προσελκύσουν όσο το δυνατόν περισσότερους δυνητικούς επισκέπτες.

Ενώ οι ΟΤΑ έχουν εξελιχθεί από την εισαγωγή τους τη δεκαετία του 1990, η πανδημία επιτάχυνε την αλλαγή σε όλα τα κανάλια, παρέχοντας νέες και συναρπαστικές ευκαιρίες για τα καταλύματα να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες και να αυξήσουν τα έσοδά τους.

Τέσσερις νέες τάσεις στους ΟΤΑ που εμφανίστηκαν φέτος, μπορούν να βοηθήσουν στην αύξηση των κρατήσεων και των εσόδων. Για να επωφεληθούν από αυτές οι τουριστικές επιχειρήσεις οφείλουν να αναπτύξουν μια μοναδική και συγκεκριμένη στρατηγική στο διαδίκτυο.

1. Εισαγωγή των σημάτων βιωσιμότητας

Η πρώτη τάση των ΟΤΑ είναι η βιωσιμότητα. Η βιωσιμότητα αποτελεί μια αυξανόμενη τάση σε όλους τους κλάδους και οι καταναλωτές αναμένουν από τις επιχειρήσεις όλων των μορφών και μεγεθών να προσαρμόσουν τις πρακτικές τους ώστε να γίνουν πιο φιλικές στο περιβάλλον. Το 61% των ταξιδιωτών παγκοσμίως δήλωσε ότι η πανδημία τους έκανε να θέλουν να ταξιδεύουν πιο βιώσιμα, ενώ το 73% είναι πιο πιθανό να επιλέξουν καταλύματα που έχουν εφαρμόσει πρακτικές βιωσιμότητας.

Ενώ πολλά ξενοδοχεία έχουν αναλάβει να εφαρμόσουν πρακτικές βιωσιμότητας, όπως η μείωση των πλαστικών μιας χρήσης ή η χρήση ενεργειακά αποδοτικού φωτισμού, είναι συχνά δύσκολο να το προωθήσουν στους ταξιδιώτες. Η Booking.com διαπίστωσε ότι το 41% των ταξιδιωτών δεν γνώριζε πώς να βρει βιώσιμες ταξιδιωτικές επιλογές, οπότε εφάρμοσε «σήματα βιωσιμότητας» για να βοηθήσει τα καταλύματα να προωθήσουν τις προσπάθειές τους. Τα ακίνητα που είναι καταχωρημένα στην Booking.com μπορούν να επιλέξουν από περισσότερες από 32 πρακτικές αειφορίας που έχουν επαληθευτεί από ανεξάρτητες προσπάθειες αειφορίας για να προσελκύσουν πιο οικολογικά συνειδητοποιημένους ταξιδιώτες και να κερδίσουν την κίνηση από παρόμοια ξενοδοχεία που δεν εφαρμόζουν ανάλογα μέτρα αειφορίας.

2. Αυξημένες επιλογές για μακροχρόνιες διαμονές

Με την αύξηση της εξ αποστάσεως εργασίας, οι ταξιδιώτες έχουν μεγαλύτερη ευελιξία να κάνουν κρατήσεις μεγαλύτερης διάρκειας που συνδυάζουν επαγγελματικές δραστηριότητες και αναψυχή. Αυτό παρέχει μια εξαιρετική ευκαιρία για τους ξενοδόχους να προσελκύσουν επισκέπτες με μεγαλύτερης διάρκειας διαμονή, πιο κερδοφόρους από τους επισκέπτες βραχείας διαμονής, λόγω του χαμηλότερου κόστους που σχετίζεται με τη διατήρηση των δωματίων γεμάτα σε σχέση με τη συνεχή απόκτηση νέων πελατών και την καθημερινή εξυπηρέτηση των δωματίων. Η έκθεση κερδών της Airbnb για το γ' τρίμηνο έδειξε ότι οι μακροχρόνιες διαμονές τουλάχιστον 28 ημερών είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη διάρκεια ταξιδιού, αυξημένη κατά 14% σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Ανταποκρινόμενοι στην αύξηση των «workcations» (σ.σ. από το work και το vacation), οι ΟΤΑ έχουν προσαρμόσει τις προσφορές τους για να ανταποκριθούν στην αυξανόμενη ζήτηση.

Για παράδειγμα, το Agoda Long Stay στην Ισπανία είναι ένα πρόγραμμα που προσφέρει στους ταξιδιώτες μειωμένες τιμές χωρίς συμβόλαιο για διαμονή μεγαλύτερη των 30 ημερών. Οι επιχειρήσεις φιλοξενίας που συμμετέχουν σε αυτό το πρόγραμμα έχουν εγγυημένη ελάχιστη μηνιαία διαμονή ανά επισκέπτη και μπορούν να επωφεληθούν από την τάση της μακροχρόνιας διαμονής.

3. Τα εγχώρια ταξίδια αναψυχής εκτοξεύονται στα ύψη

Μια άλλη τάση των ΟΤΑ είναι ότι τα εγχώρια ταξίδια αναψυχής σημειώνουν αλματώδη άνοδο. Τα επαγγελματικά ταξίδια δέχθηκαν πλήγμα κατά τη διάρκεια της πανδημίας και δεν αναμένεται να ανακάμψουν τουλάχιστον μέχρι το 2024 ή το 2025, αν ανακάμψουν ποτέ μετά την

Η διαχείριση πολλαπλών συνδέσεων σε ΟΤΑ χωρίς διαχειριστή καναλιών μπορεί να είναι εξαιρετικά χρονοβόρα και συχνά οδηγεί σε υπερκρατήσεις και ως εκ τούτου και σε δυσαρεστημένους πελάτες

διαπιστωμένη λειτουργική και πολύ φθηνότερη λύση των ψηφιακών συναντήσεων. Ωστόσο, τα εγχώρια ταξίδια αναψυχής έχουν φτάσει σε ιστορικά υψηλά επίπεδα. Μόνο εντός των ΗΠΑ πραγματοποιήθηκαν 1,4 δισεκατομμύρια εγχώρια ταξίδια και το 75% όλων των ταξιδιωτικών δαπανών στο Ηνωμένο Βασίλειο προήλθε από τον εγχώριο τουρισμό.

Πολλοί από αυτούς τους εγχώριους τουρίστες ήταν απομακρυσμένοι εργαζόμενοι που αναζητούσαν μια αλλαγή σκηνικού κοντά στο σπίτι τους. Τα ξενοδοχεία που θέλουν να επωφεληθούν από τα εγχώρια ταξίδια πρέπει να επενδύσουν στις κατάλληλες ανέσεις, όπως wifi υψηλής ταχύτητας, γραφεία, χώρους εργασίας και πολλά άλλα για να προσελκύσουν τοπικούς και εγχώριους απομακρυσμένους εργαζόμενους.

Επιπλέον, θα πρέπει να αναφέρονται σε περιφερειακούς ΟΤΑ για να προσελκύσουν ταξιδιώτες από άλλες περιοχές που αναζητούν μια γρήγορη απόδραση.

4. Οι μοναδικές ταξιδιωτικές εμπειρίες προηγούνται στη δημοτικότητα

Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι οι ταξιδιώτες σήμερα αναζητούν μια μοναδική ταξιδιωτική εμπειρία. Οι ΟΤΑ έχουν προσαρμόσει τις πλατφόρμες τους για να ανταποκριθούν σε αυτή τη μετατόπιση των προσδοκιών, εισάγοντας νέες κατηγορίες, όπως μικροσκοπικά σπίτια, σπηλιές, κάστρα, yurts και πολλά άλλα. Το πρώτο τρίμηνο του 2022, οι διανυκτερεύσεις που έκλεισε η Airbnb για καλοκαιρινά ταξίδια σε μοναδικούς τύπους ακινήτων αυξήθηκαν κατά πάνω από 80%.

Οι ιδιοκτησίες πρέπει να επανεξετάσουν τις μοναδικές προσφορές τους και τον τρόπο με τον οποίο τις προωθούν στο διαδίκτυο για να καταχωρηθούν σε διάφορες κατηγορίες στους ΟΤΑ (και να προσφέρουν ανάλογα κατά την άφιξη ενός επισκέπτη). Οι OTAs επενδύουν σε ειδικές ιδιοκτησίες καθώς εργάζονται για τον επανασχεδιασμό των εγκαταστάσεών τους.

Πώς να δημιουργήσετε το βέλτιστο μίγμα καναλιών ΟΤΑ

Εκατοντάδες ΟΤΑ υπάρχουν σήμερα στο διαδίκτυο, γεγονός που καθιστά δύσκολο για τους ιδιοκτήτες ή τις διοικήσεις να κατανοήσουν ποια κανάλια είναι τα καλύτερα για την επιχείρηση. Διαφορετικοί ΟΤΑ απευθύνονται σε διαφορετικούς τύπους ξενοδοχείων και κοινό, και τα ξενοδοχεία πρέπει πρώτα να κατανοήσουν τη μοναδική τους θέση στην αγορά πριν συνδεθούν.

Ενώ το βέλτιστο μείγμα καναλιών θα διαφέρει για κάθε επιχείρηση, υπάρχουν μερικοί κατευθυντήριοι παράγοντες που βοηθούν στη διαμόρφωση στρατηγικής. Οι ειδικοί του κλάδου συνιστούν τη σύνδεση σε τουλάχιστον έξι κανάλια και τη διαφοροποίηση αυτών των καναλιών ώστε να περιλαμβάνουν παγκόσμιους, περιφερειακούς και εξειδικευμένους ΟΤΑ.

Οι παγκόσμιοι ΟΤΑ, όπως η Expedia και η Booking.com, προσελκύουν εκατοντάδες εκατομμύρια επισκέπτες κάθε μήνα και είναι ζωτικής σημασίας για την αύξηση της επισκεψιμότητας και της ορατότητας. Οι περιφερειακοί ΟΤΑ προσελκύουν επισκέπτες από συγκεκριμένες εγχώριες ή διεθνείς αγορές. Οι εξειδικευμένοι ΟΤΑ στοχεύουν σε συγκεκριμένα κοινά και συχνά αποτελούν το πιο προσοδοφόρο τμήμα των ΟΤΑ για τα ακίνητα που ταιριάζουν στο συγκεκριμένο εξειδικευμένο προφίλ.

Η δραστηριοποίηση σε διάφορους ΟΤΑ συμβάλλει στην αύξηση της προβολής και της οικειότητας ενός καταλύματος μεταξύ των ταξιδιωτών που αναζητούν ένα ταξίδι, αυξάνοντας την πιθανότητα απόκτησης μιας κράτησης (είτε απευθείας στον ιστότοπό τους είτε έμμεσα μέσω ενός ΟΤΑ).

Χρήση διαχειριστή καναλιών

Υπάρχουν πολλοί ΟΤΑ που μπορείτε να χρησιμοποιήσετε προς όφελός σας. Με τη σωστή στρατηγική διαχείρισης καναλιών και το κατάλληλο λογισμικό, μπορείτε εύκολα να συνδεθείτε και να διαχειριστείτε έξι ή περισσότερους ΟΤΑ και να προσαρμόσετε τα προφίλ σας, ώστε να ανταποκρίνονται στις μεταβαλλόμενες τάσεις του κλάδου.

Η διαχείριση πολλαπλών συνδέσεων σε ΟΤΑ χωρίς διαχειριστή καναλιών μπορεί να είναι εξαιρετικά χρονοβόρα και συχνά οδηγεί σε υπερκρατήσεις και ως εκ τούτου και σε δυσαρεστημένους πελάτες. Ένας διαχειριστής καναλιών μπορεί να σας βοηθήσει να συνδεθείτε εύκολα με τις ψηφιακές πλατφόρμες και να ενημερώσετε την απογραφή των δωματίων σας, καθώς και τις τιμές σε πραγματικό χρόνο, καθώς συμβαίνουν αλλαγές στα δεδομένα με κρατήσεις ή ακυρώσεις.

Είτε αρέσουν είτε όχι, τα διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία (ΟΤΑ) είναι απαραίτητα για κάθε στρατηγική ξενοδοχείων. Η υιοθέτηση των σωστών OTAs ως μέρος της στρατηγικής διανομής μπορεί επίσης να βοηθήσει στην προώθηση άμεσων κρατήσεων μέσω του «φαινομένου της διαφημιστικής πινακίδας», αν γίνει σωστά.

Εν κατακλείδι δημιουργώντας ένα ολοκληρωμένο μείγμα καναλιών που περιλαμβάνει διάφορους ΟΤΑ ξενοδοχεία και καταλύματα διασφαλίζουν ότι θα προσεγγίσουν το κοινό-στόχο και θα εξασφαλίσουν μια σταθερή ροή κρατήσεων.

Συνέντευξη

ΠΑΡΙΣ ΛΟΥΤΡΙΩΤΗΣ*

*Πρόεδρος Συνδέσμου Ιδιοκτητών Τουριστικών Επαγγελματικών Σκαφών Ανευ Πληρώματος – Σ.Ι.Τ.Ε.Σ.Α.Π.

Είμαστε αισιόδοξοι για το 2023

«Η φετινή τουριστική περίοδος ήταν καλύτερη, αλλά εκτιμούμε ότι μέχρι τώρα είμαστε σε επίπεδο 75% του 2019», λέει ο κύριος Λουτριώτης για το yachting και επισημαίνει τα σοβαρά ζητήματα που ακόμη δεν έχουν επιλυθεί και αποτελούν τροχοπέδη για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

«Η αύξηση του κόστους παροχής της υπηρεσίας η οποία επηρεάζεται και από την αύξηση του κόστους των καυσίμων θα μας αναγκάσει να αυξήσουμε την τιμή στις επόμενες περιόδους και αυτό θα επιδράσει στην ανταγωνιστική μας θέση»

Σε θετικούς ρυθμούς κινήθηκε φέτος η αγορά του yachting, όπως τονίζει ο πρόεδρος του ΣΙΤΕΣΑΠ Πάρις Λουτριώτης, ωστόσο συμπληρώνει πως θα χρειαστούν χρόνια για να εξισορροπηθούν οι απώλειες των περασμένων ετών. Παράλληλα επισημαίνει τα προβλήματα που εμποδίζουν την περαιτέρω ανάπτυξη του τουρισμού θαλάσσιας περιήγησης.

- Κύριε Λουτριώτη είναι χαρά μας που σας έχουμε ξανά κοντά μας στην «itn Ελληνικός Τουρισμός». Πείτε μας καταρχάς πώς πήγε φέτος η σεζόν;

Η φετινή τουριστική περίοδος ήταν καλύτερη, αλλά εκτιμούμε ότι μέχρι τώρα είμαστε σε επίπεδο 75% του 2019. Αυτό σημαίνει ότι συνολικά στα τρία έτη 2020 - 2021 - 2022 δεν έχουμε αντιστοίχιση δραστηριότητας επιπέδου 2019 και χρειάζονται ακόμη μερικά χρόνια για να μπορέσουμε να ισορροπήσουμε τις απώλειες των προηγούμενων ετών.
Δυστυχώς από τις αρχές Οκτωβρίου βλέπουμε μία μείωση στη ζήτηση και έτσι παρά την αισιοδοξία μας δεν νομίζω ότι τελικά το 2022 θα είναι στα επίπεδα του 2019, στον δικό μας κλάδο. Είμαστε όμως αισιόδοξοι ότι θα βελτιωθούν τα πράγματα στο 2023.

- Ποιες είναι οι προοπτικές που διαγράφονται πλέον για τον θαλάσσιο τουρισμό και ειδικότερα για τον τομέα της θαλάσσιας περιήγησης στην Ελλάδα; Ποια είναι τα βήματα που πρέπει να γίνουν;

Οι προοπτικές για τον θαλάσσιο τουρισμό και ειδικότερα για το επαγγελματικό τουριστικό σκάφος ήταν και παραμένουν θετικές με το δεδομένο ότι υπάρχει αυξημένη ζήτηση, ότι είναι μία μορφή τουρισμού που παρέχει ασφάλεια υγείας, όπως πέρυσι, και στην περίοδο της πανδημίας γιατί ήταν μικρές οι ομάδες που συνταξιδεύουν, και γιατί υπάρχουν σκάφη τα οποία μπορούν να ναυλωθούν με κόστος αντίστοιχο με τη διαμονή σε ένα καλό ξενοδοχείο.
Επίσης γνωρίζουμε ότι έχουν γίνει αρκετές παραγγελίες νέων σκαφών και περιμένουμε σημαντική αύξηση του επαγγελματικού στόλου στα επόμενα χρόνια.
Ευελπιστούμε ότι θα επανέλθουν και οι πελατειακές αγορές που έχουμε χάσει λόγω των διεθνών εξελίξεων.
Είναι προφανές ότι ακόμα χρειαζόμαστε αρκετές παρεμβάσεις και βελτίωσης, τόσο για τις λιμενικές δομές όσο και στο λειτουργικό πλαίσιο της δραστηριότητας.
Χρειάζεται καλύτερη προβολή και διαφήμιση της Ελλάδας και των περιοχών της ως προορισμού γιώτινγκ, χρειάζεται ακόμη να βελτιωθούν λειτουργικές εκκρεμότητες, εδώ όμως οφείλω να επισημάνω τα θετικά αποτελέσματα από τον νόμο που ψηφίστηκε τον Απρίλιο 2022, με ενέργειες από το Υπουργείο Ναυτιλίας και ευχαριστούμε και τον Υπουργό κ. Πλακιωτάκη για τις παρεμβάσεις αυτές.
Γενικότερα, χρειάζεται μία σημαντική αύξηση θέσεων ελλιμενισμού τόσο στην Αττική όσο και στις υπόλοιπες περιοχές που δραστηριοποιούνται τα σκάφη στην Ελλάδα, χρειάζεται ορθολογική τιμολόγηση των υπηρεσιών που παρέχονται στους χώρους ελλιμενισμού, χρειάζεται να προστεθούν και νέες λιμενικές υποδομές όλων των ειδών, δηλαδή να κατασκευαστούν μαρίνες, αγκυροβόλια, καταφύγια, προκειμένου να εξυπηρετηθεί ο αυξανόμενος αριθμός του στόλου, που περιλαμβάνει βέβαια εκτός από τα επαγγελματικά σκάφη και ιδιωτικά σκάφη.

- Ο πληθωρισμός και το κόστος καυσίμων προφανώς έχει επηρεάσει και τον κλάδο των σκαφών. Πώς αντιμετωπίζετε την κατάσταση;

Δυστυχώς η αύξηση του κόστους παροχής της υπηρεσίας η οποία επηρεάζεται και από την αύξηση του κόστους των καυσίμων και ιδιαίτερα της ενέργειας που έχει συμπαρασύρει και αύξηση διαφόρων υπηρεσιών, θα μας αναγκάσει να αυξήσουμε την τιμή στις επόμενες περιόδους και αυτό θα επιδράσει στην ανταγωνιστική μας θέση.

Όπως είναι γνωστό έχουμε ανταγωνιστές όπου τα κόστη, για διαφόρους λόγους, είναι πολύ χαμηλότερα και έχουν τη δυνατότητα να προσφέρουν παρόμοιες υπηρεσίες με μικρότερο τιμολόγιο.
Παράλληλα αντιμετωπίζουμε τους τελευταίους μήνες αυξήσεις στα τέλη ελλιμενισμού και χρεώσεις για τις άλλες υπηρεσίες σε διάφορες περιοχές της χώρας, και δη σε επίπεδα που σε μερικές περιπτώσεις θεωρούμε ότι δεν είναι ορθολογικά. Έχουμε ήδη κάνει αρκετές παρεμβάσεις και αναμένουμε να δούμε πώς θα εξελιχθεί η κατάσταση αυτή.

- Ποια είναι τα υπόλοιπα προβλήματα που αντιμετωπίζετε σαν κλάδος;

Γενικότερα ο κλάδος χρειάζεται εκτός από θέσεις ελλιμενισμού και ενέργειες προβολής, ακόμη περαιτέρω βελτίωση του οικονομικού πλαισίου λειτουργίας, ανάπτυξη των δυνατοτήτων αύξησης του δυναμικού των πληρωμάτων και των στελεχών των επιχειρήσεων, περισσότερη συνεργασία με τα αρμόδια Υπουργεία και την Αυτοδιοίκηση, συμπλήρωση νομοθετικών ρυθμίσεων, και άλλα.
Όπως έχετε ακούσει υπάρχει ιδιαίτερα αγαστή συνεργασία και με τους άλλους φορείς του κλάδου και προσπαθούμε μαζί να βελτιώσουμε γενικότερα τις συνθήκες λειτουργίας και υποστήριξης των επιχειρήσεων και των επαγγελματιών.

«Είναι απαραίτητο στην Αττική να δημιουργηθούν άλλοι χώροι και νέες λιμενικές δομές, γιατί οι υφιστάμενες είναι ήδη γεμάτες»

- Έχει εξομαλυνθεί η κατάσταση στη μαρίνα Αλίμου;

Για τον Άλιμο η κατάσταση δεν πρόκειται ιδιαίτερα να εξομαλυνθεί ουσιαστικά, αφού στους όρους του αρχικού διαγωνισμού δεν προβλέφθηκε λύση για τον ελλιμενισμό των επαγγελματικών σκαφών. Και, παρά τις δικές μας επισημάνσεις και προτάσεις προς την πολιτική ηγεσία πολλές φορές από το 2018, δεν υπήρξε πραγματική ανταπόκριση.
Είναι απαραίτητο στην Αττική να δημιουργηθούν άλλοι χώροι και νέες λιμενικές δομές, γιατί οι υφιστάμενες είναι ήδη γεμάτες.
Έχουμε ήδη από πέρυσι ουσιαστικά, κάνει σχετικές επαφές και συναντήσεις για ενέργειες αντιμετώπισης του προβλήματος του ελλιμενισμού, με την υποστήριξη του Υπουργού Ναυτιλίας, εντάξαμε και την δυνατότητα τοποθέτησης πλωτών προβλητών, προκειμένου προσωρινά να μπορούν να εξυπηρετηθούν τα επαγγελματικά σκάφη.
Ελπίζουμε ότι η Πολιτεία και η Τοπική Αυτοδιοίκηση θα αντιληφθούν το πρόβλημα και θα συνδράμουν στην επίλυσή του.

Άπειρες οι δυνατότητες για την ανάπτυξη Τουρισμού Ευεξίας

Η ευρωπαϊκή εμπειρία και οι αναξιοποίητοι φυσικοί και ιστορικοί πόροι που υπάρχουν σε αφθονία σε κάθε γωνιά της ελληνικής γης

Γράφει ο
Θοδωρής Βασιλείου

Στο προηγούμενο άρθρο μιλήσαμε για τον τουρισμό υγείας. Σήμερα θα αναπτύξουμε περισσότερο το θέμα του τουρισμού ευεξίας, ο οποίος αποτελεί υποκατηγορία του τουρισμού υγείας.

Η λέξη ευεξία συντίθεται απο εῦ (ευ-) + ἔχω(ἐξ) + ια (ίάομαι = γιατρεύω, θεραπεύω κάποιον). Με την ευρύτερη έννοια ευεξία έχει αυτός που διαθέτει καλή υγεία. Ευεξία δηλαδή είναι η κατάσταση κατά την οποία το σώμα, το μυαλό και η ψυχική υγεία βρίσκονται σε αρμονία.

Συνεπώς ο τουρισμός ευεξίας είναι ο τουρισμός που προσφέρει στον επισκέπτη όλα τα διαθέσιμα μέσα για την επίτευξη - διατήρηση της καλής υγείας.

Στις δραστηριότητες της ευεξίας συμπεριλαμβάνονται η αυτοβελτίωση, οι θεραπείες φυσικής κατάστασης, η κοσμετική, η υγιεινή διατροφή, η χαλάρωση, η απαλλαγή από το στρες, ο Βελονισμός, η Χειροπρακτική & χειρομάλαξη, η Κινέζικη & εναλλακτική ιατρική, ο Διαλογισμός & η Yoga, η Υδροθεραπεία -Σάουνα - χαμάμ, Πιλάτες - σωματική άσκηση, η διακοπή του καπνίσματος η απελευθέρωση από την καθημερινότητα, η πνευματική δραστηριότητα/μάθηση, η εναρμόνιση με την φύση, η ανάπτυξη της κοινωνικότητας κ.α.

Ο τουρισμός ευεξίας είναι θεμελιωδώς διαφορετικός από τον τουρισμό υγείας, και η πιο χαρακτηριστική διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι στην ευεξία χρησιμοποιούνται διάφορες υπηρεσίες από επισκέπτες, με δική τους βούληση, οι περισσότερες των οποίων δεν χρηματοδοτούνται από την κοινωνική ασφάλιση.

Είκοσι χώρες αντιπροσωπεύουν το 85 τοις εκατό των παγκόσμιων δαπανών για τον τουρισμό ευεξίας (στοιχεία 2012). Μόνο οι πέντε κορυφαίες χώρες (Ηνωμένες Πολιτείες, Γερμανία, Ιαπωνία, Γαλλία, Αυστρία) αντιπροσωπεύουν περισσότερο από το ήμισυ της αγοράς (59 τοις εκατό των δαπανών).

Η Ευρώπη είναι η περιοχή με τον μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιών ευεξίας παγκοσμίως, ενώ η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία αποτελούν τους κορυφαίους μεσογειακούς προορισμούς.

Με βάση το Global Wellness Institute, ο Τουρισμός Ευεξίας αποτελεί ένα είδος ταξιδιού, το οποίο σχετίζεται με την επιδίωξη διατήρησης ή ενίσχυσης της προσωπικής ευημερίας.

Οι τουρίστες ευεξίας διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες: τους πρωτογενείς τουρίστες ευεξίας (primary wellness tourists), που έχουν ως βασικό και αποκλειστικό λόγο / κίνητρο του ταξιδιού τους και της επιλογής του προορισμού την ευεξία, και τους δευτερογενείς τουρίστες ευεξίας (secondary wellness tourists) που θέλουν να διατηρήσουν την ευεξία τους ή να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες ευεξίας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (89% των ταξιδιών ευεξίας και 86% της τουριστικής δαπάνης ευεξίας).

Η ταχεία ανάπτυξη του Τουρισμού Ευεξίας σε όλο τον κόσμο υποκινείται από την αυξανόμενη μεσαία τάξη, την αυξανόμενη επιθυμία των καταναλωτών να υιοθετήσουν έναν τρόπο ζωής με ευεξία και το αυξανόμενο ενδιαφέρον για τα βιωματικά ταξίδια.

Καθώς όλο και περισσότεροι καταναλωτές ενσωματώνουν την ευεξία στον τρόπο ζωής τους, αυξάνονται και οι ευκαιρίες για τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών/προϊόντων να ενσωματώσουν την ευεξία στην πρόταση αξίας τους προς τον τουρίστα, για να διαφοροποιήσουν τα προϊόντα/υπηρεσίες που παρέχουν.

Ο κλάδος του Τουρισμού Ευεξίας στην

Ευρώπη συνεχίζει να εκμεταλλεύεται τους ιστορικούς του πόρους και ταυτόχρονα να αναβαθμίζει τις εγκαταστάσεις, τις υποδομές (σπα, ιαματικά λουτρά, ξενοδοχεία ευεξίας, health resorts) και τις υπηρεσίες του, καθώς κυβερνήσεις, προορισμοί και τουριστικές επιχειρήσεις στρέφονται σε αυτή τη μορφή τουρισμού για τη διαφοροποίηση των προϊόντων, τη μείωση της εποχικότητας, τον περιορισμό του υπερτουρισμού και την ανάπτυξη των τοπικών κοινοτήτων.

Ο Τουρισμός Ευεξίας στην Κεντρική, Ανατολική και Νότια Ευρώπη συνδέεται στενά με τις ιαματικές πηγές/λουτρά.

Πολλές από αυτές τις εγκαταστάσεις βρίσκονται υπό ανακαίνιση και εκμοντερνίζονται με ιδιωτικά κεφάλαια, ώστε να προσελκύσουν τουρίστες ευεξίας νεαρής ηλικίας που θα ξοδέψουν περισσότερο σε πρόσθετες υπηρεσίες.

Ανάπτυξη επίσης παρουσιάζουν οι εμπειρίες που συνδυάζουν την ευεξία με τοπικές παραδόσεις και έθιμα, την κοινότητα, την διασκέδαση και την ψυχαγωγία μέσα σε ένα συγκεκριμένο πολιτιστικό πλαίσιο..

Ορισμένα ξενοδοχειακά brand υιοθετούν χαρακτηριστικά ευεξίας, όπως π.χ. εξοπλισμό άσκησης στο δωμάτιο και ειδικά κρεβάτια και φωτισμό βελτίωσης του ύπνου, ορισμένα αεροδρόμια προσφέρουν χώρους γυμναστικής και σπα, μουσεία φιλοξενούν μαθήματα γιόγκα και διαλογισμού μέσα στις εκθέσεις τους, ενώ τα καταστήματα δώρων διαθέτουν τοπικά προϊόντα ευεξίας προς πώληση.

Ο τουρισμός ευεξίας είναι θεμελιωδώς διαφορετικός από τον τουρισμό υγείας και η πιο χαρακτηριστική διαφορά έγκειται στο γεγονός ότι στην ευεξία χρησιμοποιούνται διάφορες υπηρεσίες από επισκέπτες, με δική τους βούληση, οι περισσότερες των οποίων δεν χρηματοδοτούνται από την κοινωνική ασφάλιση

Ο Ελβετικός Οργανισμός Τουρισμού (Switzerland Tourism) έχει αναπτύξει σε συνεργασία με ξενοδόχους, προορισμούς και ταξιδιωτικά πρακτορεία ένα ολοκληρωμένο προϊόν "Τουρισμού Ευεξίας", που αξιοποιεί πλήρως τα χαρακτηριστικά του φυσικού περιβάλλοντος της χώρας (π.χ. θερμές πηγές, ποτάμια, λίμνες).

Στην Ισπανία αντίστοιχα έχει αναπτυχθεί μια αλυσίδα ιαματικών πηγών που περιλαμβάνει 9 ιαματικά λουτρά και 12 ξενοδοχειακές μονάδες σε 7 ισπανικές περιφέρειες και στοχεύει στην αναβίωση, ανάπτυξη και ανάδειξη του θερμαλιστικού τουρισμού της χώρας. Στο επίκεντρο είναι οι ιαματικές πηγές και τα θερμά λουτρά που διαθέτουν διαφορετικά χαρακτηριστικά και θεραπευτικές ιδιότητες και είναι χαρακτηρισμένα ως «Δημόσια Αγαθά» για πάνω από 100 χρόνια. Κάθε εγκατάσταση προσφέρει προγράμματα ευεξίας, χαλάρωσης και ομορφιάς (π.χ. μασάζ, καθαρισμούς προσώπου) που έχουν σχεδιαστεί από μία ομάδα ειδικών γιατρών με ειδίκευση στην θερμική υδρολογία, παρέχονται από εξειδικευμένο και έμπειρο προσωπικό και συνδυάζουν τις θεραπευτικές ιδιότητες του νερού με τις νεότερες ιατρικές εξελίξεις στον τομέα. Σε ορισμένες από τις θερμές πηγές υπάρχουν εστιατόρια που προσφέρουν είτε παραδοσιακή τοπική γαστρονομία, είτε μενού από οργανικά προϊόντα.

Στην Ιταλία ο Οργανισμός Τουρισμού του Νότιου Τυρόλο (Μπολτζάνο) προωθεί ένα ολοκληρωμένο προϊόν Τουρισμού Ευεξίας που αποτελείται από θερμές πηγές, ιαματικά λουτρά, εσωτερικές πισίνες και παραδοσιακές θεραπείες ευεξίας κοντά στο φυσικό περιβάλλον των Δολομιτικών Άλπεων, καθώς και δύο ενώσεις / brands τοπικών ξενοδοχείων ευεξίας, τα Belvita και Vitalpina Hotels.

Αυτές οι μονάδες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην παροχή ενός ολοκληρωμένου πακέτου υπηρεσιών ευεξίας, θεραπείας με τοπικά προϊόντα, παραδοσιακής γαστρονομίας και εσωτερικών και υπαίθριων δραστηριοτήτων υψηλής ποιότητας, ιαματικών πηγών και της φυσικής υγείας (fitness)

Αξιολογούνται με 4 σφραγίδες ποιότητας, Family, Active, Romantic - You & Me and Premium Spa.

Βασικό concept της περιοχής είναι η αυθεντική και πλήρης εμπειρία του τρόπου ζωής των Άλπεων, με υπαίθρια άσκηση, επαφή με τη φύση, ενδοσκόπηση και ενδιαφέρον για την τοπική κουλτούρα μέσα από την παροχή 3 πεζοπορικών ξεναγήσεων την εβδομάδα, 3 διαφορετικών αθλητικών δραστηριοτήτων στη φύση, πληροφοριών, υπηρεσιών μεταφοράς και δωρεάν εξοπλισμού, υγιεινή και περιβαλλοντικά εστιασμένη διατροφή βασισμένη σε τοπικές συνταγές, εποχικά και βιολογικά υλικά και προϊόντα από τοπικούς παραγωγούς, φούρνους και γαλακτοπαραγωγούς, καθώς και χορτοφαγικό μενού, 20 τοπικά κρασιά και 5 αποστάγματα, δωρεάν πρόσβαση σε πισίνα και σε μία τουλάχιστον φινλανδική σάουνα και χαμάμ, παροχή μιας τουλάχιστον αίθουσας μασάζ με καταρτισμένο προσωπικό και 3 τουλάχιστον διαφορετικά είδη μασάζ και θεραπείας βασισμένα σε τοπικά προϊόντα και βότανα.

Όλα αυτά που αναφέρθηκαν πιο πριν, αποτελούν την πεμπτουσία του τουρισμού ευεξίας και ευτυχώς για τον Ελληνικό τουρισμό, υπάρχουν (αναξιοποίητα) σε αφθονία σε κάθε γωνιά της Ελληνικής γης.

Να μη λησμονούμε ότι η αγνή διατροφή και ευεξία που παρέχει η Ελληνική φύση, σύμφωνα με τον μύθο, εξέθρεψε και τον πατέρα των Θεών Δία, που με την βοήθεια της Αμάλθειας Νύμφης, μεγάλωσε τον μικρό Δία με μέλι και γάλα.

Δηλαδή με απλά λόγια αυτό που μας διδάσκει ο μύθος, είναι ότι η Ελληνική γη παράγει θεϊκές τροφές που μπορούν να ενσωματωθούν στο πακέτο υπηρεσιών ευεξίας.

Κατά συνέπεια, πρωτίστως πρέπει να συνειδητοποιήσουμε τις άπειρες δυνατότητες της χώρα μας για ανάπτυξη του τουρισμού ευεξίας, να θεσπίσουμε ένα ευνοϊκό θεσμικό πλαίσιο κανόνων αλλά και κινήτρων, που θα κινητοποιούν τους επαγγελματίες του κλάδου, την τοπική κοινωνία και τους εργαζόμενους, υπό την εποπτεία των φορέων ολοκληρωμένης διαχείρισης προορισμού, ώστε σταδιακά να αναδειχθούν οι τεράστιες δυνατότητες της χώρας μας σε αυτό το ταχέως αναπτυσσόμενο διεθνώς είδος τουρισμού.

Πηγές

1) wikipedia
2) Ινστιτούτο ΣΕΤΕ- μελετη «DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ και «REMACO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ»
3) sciencedirect.com

Σταθερή ανάκαμψη στη διεθνή τουριστική κίνηση

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού δημοσίευσε στοιχεία τα οποία δείχνουν ότι ο τουριστικό τομέας παγκοσμίως έφθασε στο 60% το διάστημα Ιανουαρίου - Ιουλίου 2022, της προ πανδημίας περιόδου

Σύμφωνα με το τελευταίο Παγκόσμιο Βαρόμετρο Τουρισμού του UNWTO, οι διεθνείς τουριστικές αφίξεις σχεδόν τριπλασιάστηκαν από τον Ιανουάριο έως τον Ιούλιο του 2022 (+172%) σε σύγκριση με την ίδια περίοδο του 2021. Αυτό σημαίνει ότι ο τομέας ανέκτησε σχεδόν το 60% των προ της πανδημίας επιπέδων. Η σταθερή ανάκαμψη αντικατοπτρίζει την ισχυρή ανεκπλήρωτη ζήτηση για διεθνή ταξίδια, καθώς και τη χαλάρωση ή την άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών μέχρι σήμερα (86 χώρες δεν είχαν περιορισμούς που σχετίζονται με το COVID-19 στις 19 Σεπτεμβρίου 2022).

Ο Γενικός Γραμματέας του UNWTO Zurab Pololikashvili δήλωσε: «Ο τουρισμός συνεχίζει να ανακάμπτει σταθερά, ωστόσο παραμένουν αρκετές προκλήσεις, από γεωπολιτικές έως οικονομικές. Ο τομέας επαναφέρει την ελπίδα και τις ευκαιρίες για τους ανθρώπους παντού. Τώρα είναι επίσης η ώρα να επανεξετάσουμε τον τουρισμό, πού πηγαίνει και πώς επηρεάζει τους ανθρώπους και τον πλανήτη».

Εκτιμάται ότι 474 εκατομμύρια τουρίστες ταξίδεψαν διεθνώς κατά τη διάρκεια της περιόδου, σε σύγκριση με τα 175 εκατομμύρια τους ίδιους μήνες του 2021. Εκτιμάται ότι τον Ιούνιο και τον Ιούλιο του 2022 καταγράφηκαν συνολικά 207 εκατομμύρια διεθνείς αφίξεις, αριθμός υπερδιπλάσιος από τον αντίστοιχο περσινό. Οι μήνες αυτοί αντιπροσωπεύουν το 44% των συνολικών αφίξεων που καταγράφηκαν τους πρώτους επτά μήνες του 2022. Η Ευρώπη υποδέχθηκε 309 εκατομμύρια από αυτές τις αφίξεις, αντιπροσωπεύοντας το 65% του συνόλου.

Η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή ηγούνται της ανάκαμψης

Η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή παρουσίασαν την ταχύτερη ανάκαμψη την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, με τις αφίξεις να φτάνουν το 74% και το 76% των επιπέδων του 2019 αντίστοιχα. Η Ευρώπη υποδέχθηκε σχεδόν τριπλάσιες διεθνείς αφίξεις σε σχέση με τους πρώτους επτά μήνες του 2021 (+190%), με τα αποτελέσματα να ενισχύονται από την ισχυρή ενδοπεριφερειακή ζήτηση και τα ταξίδια από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Η περιοχή σημείωσε ιδιαίτερα ισχυρές επιδόσεις τον Ιούνιο (-21% σε σχέση με το 2019) και τον Ιούλιο (-16%), αντανακλώντας μια πολυάσχολη καλοκαιρινή περίοδο. Οι αφίξεις σκαρφάλωσαν στο 85% περίπου των επιπέδων του 2019 τον Ιούλιο. Η άρση των ταξιδιωτικών περιορισμών σε μεγάλο αριθμό προορισμών τροφοδότησε επίσης αυτά τα αποτελέσματα (44 χώρες στην Ευρώπη δεν είχαν περιορισμούς που σχετίζονται με το COVID-19 από τις 19 Σεπτεμβρίου 2022).

Στη Μέση Ανατολή οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν σχεδόν τέσσερις φορές σε

Η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή παρουσίασαν την ταχύτερη ανάκαμψη την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, με τις αφίξεις να φτάνουν το 74% και το 76% των επιπέδων του 2019 αντίστοιχα

ετήσια βάση την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022 (+287%). Οι αφίξεις ξεπέρασαν τα προ της πανδημίας επίπεδα τον Ιούλιο (+3%), ενισχυμένες από τα εξαιρετικά αποτελέσματα που σημείωσε η Σαουδική Αραβία (+121%) μετά το προσκύνημα Χατζ. Η Αμερική (+103%) και η Αφρική (+171%) κατέγραψαν επίσης ισχυρή αύξηση τον Ιανουάριο-Ιούλιο 2022 σε σύγκριση με το 2021, φθάνοντας το 65% και το 60% των επιπέδων του 2019 αντίστοιχα. Η Ασία και ο Ειρηνικός (+165%) είδαν τις αφίξεις να υπερδιπλασιάζονται τους πρώτους επτά μήνες του 2022, αν και παρέμειναν 86% κάτω από τα επίπεδα του 2019, καθώς ορισμένα σύνορα παρέμειναν κλειστά για μη απαραίτητα ταξίδια.

Υποπεριφέρειες και προορισμοί

Αρκετές υποπεριοχές έφτασαν στο 70% έως 85% των προ της πανδημίας αφίξεων την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022. Η Νότια Μεσογειακή Ευρώπη (-15% σε σχέση με το 2019), η Καραϊβική (-18%) και η Κεντρική Αμερική (-20%) παρουσίασαν την ταχύτερη ανάκαμψη προς τα επίπεδα του 2019. Η Δυτική Ευρώπη (-26%) και η Βόρεια Ευρώπη (-27%) σημείωσαν επίσης ισχυρά αποτελέσματα. Τον Ιούλιο οι αφίξεις πλησίασαν τα προ της πανδημίας επίπεδα στην Καραϊβική (-5%), τη Νότια και Μεσογειακή Ευρώπη (-6%) και την Κεντρική Αμερική (-8%).

Μεταξύ των προορισμών που ανέφεραν στοιχεία για τις διεθνείς αφίξεις τους πρώτους πέντε έως επτά μήνες του 2022, αυτοί που ξεπέρασαν τα προ της πανδημίας επίπεδα ήταν: οι Αμερικανικές Παρθένοι Νήσοι (+32% σε σχέση με το 2019), η Αλβανία (+19%), ο Άγιος Μαρτίνος (+15%), η Αιθιοπία και η Ονδούρα (και οι δύο +13%), η Ανδόρα (+10%), το Πουέρτο Ρίκο (+7%), τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και η Δομινικανή Δημοκρατία (και οι δύο +3%), ο Άγιος Μαρίνος και το Ελ Σαλβαδόρ (και οι δύο +1%) και το Κουρασάο (0%).

Μεταξύ των προορισμών που ανέφεραν στοιχεία για τις εισπράξεις από τον διεθνή τουρισμό τους πρώτους πέντε έως επτά μήνες του 2022, η Σερβία (+73%), το Σουδάν (+64%), η Ρουμανία (+43%), η Αλβανία (+32%), η Βόρεια Μακεδονία (+24%), το Πακιστάν (+18%), η Τουρκία, το Μπαγκλαντές και η Λετονία (όλα +12%), το Μεξικό και η Πορτογαλία (και τα δύο +8%), η Κένυα (+5%) και η Κολομβία (+2%) ξεπέρασαν τα προ της πανδημίας επίπεδα την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022.

Αυξάνονται οι δαπάνες για τον τουρισμό, αλλά και οι προκλήσεις

Η συνεχιζόμενη ανάκαμψη μπορεί επίσης να φανεί στις δαπάνες εξερχόμενου τουρισμού από τις κύριες αγορές προέλευσης. Οι δαπάνες από τη Γαλλία σκαρφάλωσαν στο -12% τον Ιανουάριο-Ιούλιο 2022 σε σύγκριση με το 2019, ενώ οι δαπάνες από τη Γερμανία αυξήθηκαν στο -14%. Οι δαπάνες για τον διεθνή τουρισμό διαμορφώθηκαν στο -23% στην Ιταλία και στο -26% στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Στιβαρές επιδόσεις καταγράφηκαν και στη διεθνή επιβατική αεροπορική κίνηση, με αύξηση 234% τον Ιανουάριο-Ιούλιο 2022 (45% κάτω από τα επίπεδα του 2019) και ανάκαμψη περίπου 70% των προ της πανδημίας επιπέδων κίνησης τον Ιούλιο, σύμφωνα με την IATA.

Η ισχυρότερη από την αναμενόμενη ζήτηση δημιούργησε επίσης σημαντικές επιχειρησιακές προκλήσεις και προκλήσεις όσον αφορά το εργατικό δυναμικό στις τουριστικές επιχειρήσεις και τις υποδομές, ιδίως στα αεροδρόμια. Επιπλέον, η οικονομική κατάσταση, η οποία επιδεινώνεται από την επιθετικότητα της Ρωσικής Ομοσπονδίας κατά της Ουκρανίας, αποτελεί σημαντικό καθοδικό κίνδυνο. Ο συνδυασμός της αύξησης των επιτοκίων σε όλες τις μεγάλες οικονομίες, της αύξησης των τιμών της ενέργειας και των τροφίμων και των αυξανόμενων προοπτικών μιας παγκόσμιας ύφεσης, όπως υποδεικνύει η Παγκόσμια Τράπεζα, αποτελούν σημαντικές απειλές για την ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού κατά το υπόλοιπο του 2022 και του 2023. Η πιθανή επιβράδυνση μπορεί να φανεί στον τελευταίο δείκτη εμπιστοσύνης του UNWTO, ο οποίος αντανακλά μια πιο επιφυλακτική προοπτική, καθώς και στις τάσεις των κρατήσεων που δείχνουν σημάδια βραδύτερης ανάπτυξης.

Συγκρατημένη αισιοδοξία

Σε μια κλίμακα από το 0 έως το 200, η Ομάδα Εμπειρογνωμόνων του UNWTO για τον Τουρισμό βαθμολόγησε την περίοδο Μαΐου-Αυγούστου 2022 με βαθμό 125, που αντιστοιχεί στις αισιόδοξες προσδοκίες που είχε εκφράσει η Ομάδα στην έρευνα του Μαΐου για την ίδια 4μηνη περίοδο (124).

Οι προοπτικές για το υπόλοιπο του έτους είναι συγκρατημένα αισιόδοξες. Αν και αναμένονται επιδόσεις άνω του μέσου όρου, οι εμπειρογνώμονες του τουρισμού βαθμολόγησαν την περίοδο Σεπτεμβρίου-Δεκεμβρίου 2022 με βαθμολογία 111, κάτω από τη βαθμολογία 125 των προηγούμενων τεσσάρων μηνών, γεγονός που δείχνει μια υποβάθμιση των επιπέδων εμπιστοσύνης. Σχεδόν οι μισοί εμπειρογνώμονες (47%) βλέπουν θετικές προοπτικές για την περίοδο Σεπτεμβρίου-Δεκεμβρίου 2022, ενώ το 24% δεν αναμένει ιδιαίτερη μεταβολή και το 28% θεωρεί ότι θα μπορούσε να είναι χειρότερα. Οι εμπειρογνώμονες εμφανίζονται επίσης σίγουροι για το 2023, καθώς το 65% βλέπει καλύτερες επιδόσεις στον τουρισμό σε σχέση με το 2022.

Το αβέβαιο οικονομικό περιβάλλον φαίνεται ωστόσο να έχει ανατρέψει τις προοπτικές επιστροφής στα προ της πανδημίας επίπεδα στο εγγύς μέλλον. Περίπου το 61% των εμπειρογνωμόνων βλέπει τώρα πιθανή επιστροφή των διεθνών αφίξεων στα επίπεδα του 2019 το 2024 ή αργότερα, ενώ εκείνοι που υποδεικνύουν επιστροφή στα προ της πανδημίας επίπεδα το 2023 έχει μειωθεί (27%) σε σύγκριση με την έρευνα του Μαΐου (48%). Σύμφωνα με τους εμπειρογνώμονες, το οικονομικό περιβάλλον εξακολουθεί να είναι ο κύριος παράγοντας που επιβαρύνει την ανάκαμψη του διεθνούς τουρισμού. Η αύξηση του πληθωρισμού και η εκτίναξη των τιμών του πετρελαίου έχει ως αποτέλεσμα την αύξηση του κόστους μεταφοράς και διαμονής, ενώ παράλληλα θέτει υπό πίεση την αγοραστική δύναμη και τις αποταμιεύσεις των καταναλωτών.

Tour Operators

Επεκτείνει τις πτήσεις για την Ελλάδα η Jet2

Νέα δρομολόγια και έναρξη των πτήσεων από τον Απρίλιο σε Ρόδο και Χαλκιδική ανακοίνωσε ο όμιλος Jet2, ενώ η Αθήνα γίνεται προορισμός όλο τον χρόνο. Συναντήσεις του διευθύνοντα σύμβουλου Steve Heapy στη χώρα μας την περασμένη εβδομάδα

Η Jet2.com και η Jet2holidays συνέχισαν να ενισχύουν τη θέση τους ως η κορυφαία αεροπορική εταιρεία και ταξιδιωτικός πράκτορας του Ηνωμένου Βασιλείου για την Ελλάδα, επεκτείνοντας ακόμη περισσότερο το πρόγραμμά τους για το 2023 - χάρη στην προσθήκη νέων δρομολογίων και διευρυμένων περιόδων.

Έπειτα από το εξαιρετικά επιτυχημένο Καλοκαίρι του 2022 - κατά το οποίο οι εταιρείες λειτούργησαν το μεγαλύτερο πρόγραμμα που είχαν ποτέ για την Ελλάδα χωρίς να προβούν σε καμία ακύρωση - η Jet2.com και η Jet2holidays έθεσαν προς πώληση ένα ακόμη μεγαλύτερο πρόγραμμα Καλοκαιριού για το 23.

Αυτό το νέο μεγάλο πρόγραμμα περιλαμβάνει:

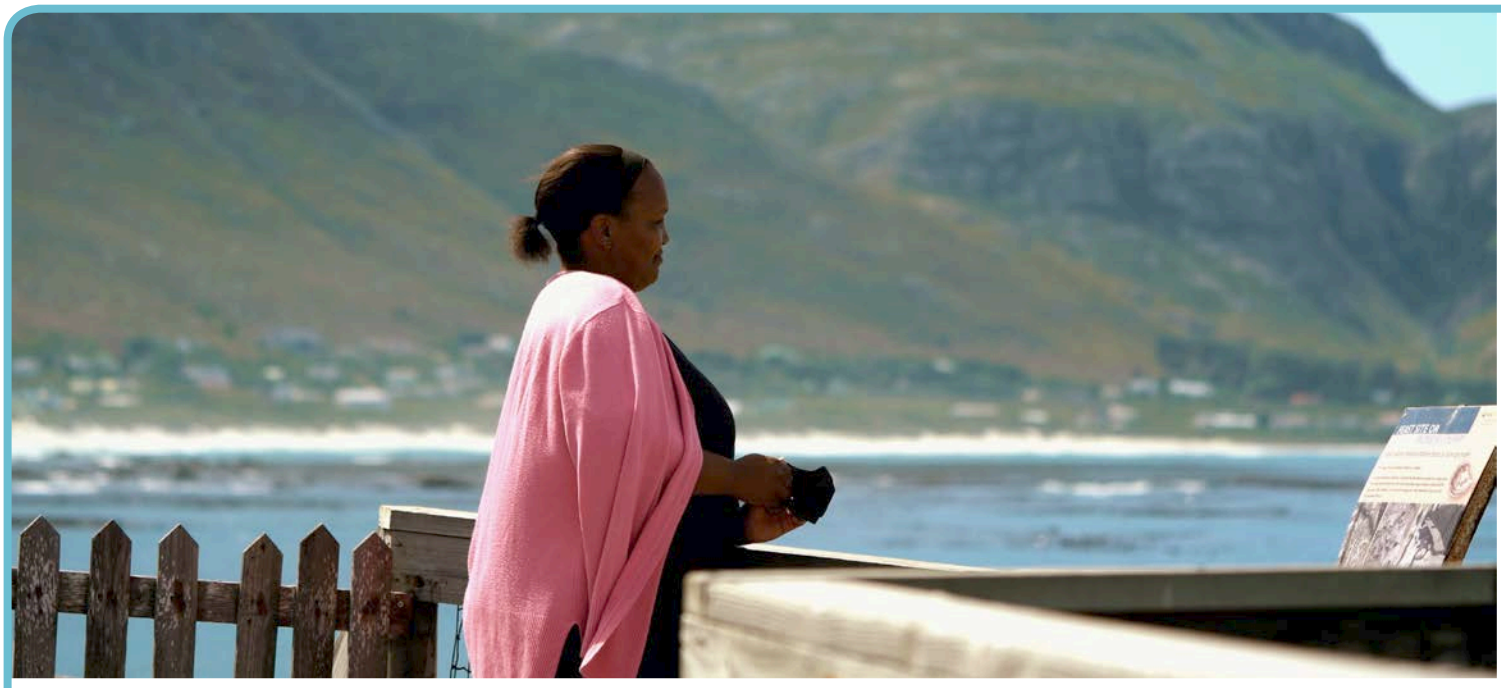
- 15 διαθέσιμους προορισμούς, συμπεριλαμβανομένων τριών ολοκαίνουργιων δρομολογίων (Μπρίστολ-Χανιά, East Midlands-Σαντορίνη και Λονδίνο Stansted-Αθήνα)
- Αύξηση της χωρητικότητας το καλοκαίρι 23 με 1,3 εκατομμύρια θέσεις για άφιξη προς πώληση
- Η Αθήνα γίνεται προορισμός όλο το χρόνο
- Επέκταση των εποχών, συμπεριλαμβανομένων των πασχαλινών πτήσεων που προστίθενται στη Ρόδο και τη Χαλκιδική. Η εταιρεία θα ξεκινήσει πτήσεις προς τη Ρόδο από τις 2 Απριλίου και μέχρι το Νοέμβριο, καθώς και την προσθήκη πτήσεων προς τη Χαλκιδική από την 1η Απριλίου 2023.
- Αυξημένη συχνότητα προς προορισμούς όπως η Κέρκυρα, η Ρόδος και η Σκιάθος.

Στο επίκεντρο των συναντήσεων του Steve Heapy με τουριστικούς φορείς και επιχειρήσεις βρέθηκε η στρατηγική Net Zero της Jet2, η οποία θέλει την εταιρεία να θέτει τη βιωσιμότητα σε κάθε στάδιο του ταξιδιού - στο έδαφος, στο θέρετρο και στον αέρα

Ο Steve Heapy, Διευθύνων Σύμβουλος της Jet2.com και της Jet2holidays, βρέθηκε στην Ελλάδα την περασμένη εβδομάδα για να συναντηθεί με ξενοδόχους, εκπροσώπους του κλάδου και της κυβέρνησης για να αναλύσει αυτά τα σχέδια ανάπτυξης, καθώς και τη συνεχή δέσμευση της Jet2 στην Ελλάδα. Επισκέφθηκε την Κέρκυρα, τη Ζάκυνθο, τα Χανιά, το Ηράκλειο, τη Ρόδο και την Κω με βασικό στόχο, όπως τονίζει η εταιρεία την ανάπτυξη μακροχρόνιων συνεργασίων με ξενοδόχους και γενικότερα την τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα.

Στις συναντήσεις που είχε ανέδειξε τη βραβευμένη εξυπηρέτηση πελατών της Jet2.com και της Jet2holidays, η οποία έχει οδηγήσει τις εταιρείες να κερδίσουν πολλαπλά βραβεία, όπως το Which? Travel Brand of the Year, καθώς και μια προσέγγιση συνεργασίας που προβλέπει ότι η Jet2 επενδύει στο μάρκετινγκ τόσο του δικού της εμπορικού σήματος όσο και των εμπορικών σημάτων των ξενοδόχων.

Στο επίκεντρο των συζητήσεων βρέ-



Σχεδιάστηκε για να βοηθήσει 415 ταξιδιωτικές και τουριστικές επιχειρήσεις στην Αίγυπτο, το Μεξικό, την Κένυα, τη Νότια Αφρική και την Τυνησία να ξεπεράσουν την πανδημία

Πρόγραμμα στήριξης τουριστικών **επιχειρήσεων από την TUI**

Πρόγραμμα ανάκαμψης του τουρισμού ανακοίνωσε η TUI για να στηρίξει συγκεκριμένες τουριστικές επιχειρήσεις σε διάφορους προορισμούς στον κόσμο που έχουν πληγεί από την πανδημία. Πρόκειται για ένα πρόγραμμα κατάρτισης, καθοδήγησης και οικονομικής υποστήριξης που ξεκίνησε από το Ίδρυμα TUI Care Foundation και το enpact. Σχεδιάστηκε για να βοηθήσει 415 ταξιδιωτικές και τουριστικές επιχειρήσεις στην Αίγυπτο, το Μεξικό, την Κένυα, τη Νότια Αφρική και την Τυνησία να ξεπεράσουν την πανδημία και να γίνουν ανθεκτικές, βιώσιμες τουριστικές επιχειρήσεις. Πάνω από 100 στελέχη του Ομίλου TUI συνέβαλαν στο πρόγραμμα, είτε καθοδηγώντας τις συμμετέχουσες επιχειρήσεις είτε παρέχοντας εργαστήρια εμπειρογνωμόνων στο πλαίσιο του εκπαιδευτικού του σκέλους.

Μία από τις περιοχές που ενισχύθηκαν είναι το καταφύγιο Stony Point Reserve στον κόλπο Betty´s Bay. Είναι διάσημο για την αποικία αναπαραγωγής των απειλούμενων αφρικανικών πιγκουίνων και είναι το μεγαλύτερο του είδους του στον κόσμο.

Σε αυτή τη μοναδική γωνιά της Νότιας Αφρικής, υπάρχει επίσης ένα εστιατόριο το οποίο διαχειρίζονται μέλη της τοπικής κοινότητας Mooiuitsig, μια μικρή ομάδα μόλις 42 νοικοκυριών.

Δεν πρόκειται για ένα οποιοδήποτε παραθαλάσσιο εστιατόριο, αλλά για ένα εστιατόριο που επενδύει στην κοινότητα, προσλαμβάνοντας τοπικό προσωπικό και προσφέροντας συνεδρίες υποστήριξης για τα παιδιά και σε τοπικούς φορείς, όπως το κοινοτικό νηπιαγωγείο. Το εστιατόριο εμπλέκει επίσης τους ηγέτες της κοινότητας σε τακτικές συνεδρίες ανατροφοδότησης για την ανταλλαγή γνώσεων και τη συλλογική εργασία για την ανάπτυξή του.

Το On the Edge είναι μία μόνο από τις 80 μικρές τουριστικές επιχειρήσεις που επικεντρώνονται στον κοινωνικό ή περιβαλλοντικό αντίκτυπο και αποτελούν τη νοτιοαφρικανική ομάδα του προγράμματος ανάκαμψης του τουρισμού.

Η πρωτοβουλία, η οποία υλοποιήθηκε από την enpact και το TUI Care Foundation, προσέφερε στις επιχειρήσεις την ευκαιρία να λάβουν μηνιαία οικονομική στήριξη, διαδικτυακά μαθήματα και έναν ατομικό μέντορα.

θηκε επίσης η στρατηγική Net Zero της Jet2, η οποία θέλει την εταιρεία να θέτει τη βιωσιμότητα σε κάθε στάδιο του ταξιδιού - στο έδαφος, στο θέρετρο και στον αέρα.

Ο Steve Heapy, Διευθύνων Σύμβουλος της Jet2.com και της Jet2holidays, δήλωσε: «Η Jet2holidays θα είναι η πρώτη εταιρεία που θα έχει την ευκαιρία να μιλήσει για το θέμα: Ως η κορυφαία αεροπορική εταιρεία και ταξιδιωτικός πράκτορας του Ηνωμένου Βασιλείου για την Ελλάδα, ανταποκριθήκαμε στη συνεχιζόμενη ζήτηση για ελληνικές διακοπές από τους παραθεριστές του Ηνωμένου Βασιλείου, παρέχοντάς τους τις επιλογές διακοπών που επιθυμούν και αυξάνοντας ακόμη περισσότερο το πρόγραμμά μας για την Ελλάδα. Συνεχίσαμε να επενδύουμε σε μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα και οι φανταστικές συνεργασίες που έχουμε συνάψει είναι κεντρικές για τη συνεχή επιτυχία μας. Ανυπομονώ να συναντήσω σημερινούς και μελλοντικούς συνεργάτες και να τους πω τα πάντα για την βραβευμένη επιχείρησή μας, για το πώς έχουμε επεκταθεί πάρα πολύ στην Ελλάδα και πώς είμαστε εδώ για να μείνουμε, χτίζοντας μακροπρόθεσμες συνεργασίες καθώς πετυχαίνουμε».

Η Ελένη Σκαρβέλη, Διευθύντρια του ΕΟΤ Ηνωμένου Βασιλείου και Ιρλανδίας, δήλωσε: «Μετά από μια επιτυχημένη καλοκαιρινή περίοδο 2022, είμαστε πολύ χαρούμενοι που η ζήτηση για ελληνικές διακοπές από τους Βρετανούς παραθεριστές συνεχίζει να αυξάνεται. Είναι μια εκπληκτική δυναμική που η Jet2.com και η Jet2holidays ξεκινούν την καλοκαιρινή περίοδο 2023 από τον Απρίλιο στην ηλιόλουστη Χαλκιδική και την κοσμοπολίτικη Ρόδο. Οι ταξιδιώτες θα έχουν πλέον ένα ευρύτερο φάσμα επιλογών για ελληνικές προσφορές».

Λογοτεχνία & Τουρισμός

Ένας προορισμός που σέβεται τον εαυτό του δίνει σε μικρές δόσεις στον επισκέπτη, τη λογοτεχνική διάσταση που είχε διαβάσει κάποια στιγμή και τώρα συναντά μπροστά του...

Εναλλακτικός... Προορισμός

Γράφει ο
Ευάγγελος Κυριακού
Ειδικός Διαχείρισης Προορισμών

Κάποτε ο Νίκος Καζαντζάκης επισκεπτόμενος ένα μεγάλο δάσκαλο τσαγιού της Άπω Ανατολής αφού δοκίμασε το εξαιρετικό τσάι απολαμβάνοντας την ιεροτελεστία της παρασκευής του έκανε μια ερώτηση: «Πες μου δάσκαλε ποιο είναι το μυστικό για να φτιάξεις ένα καλό τσάι;» «Πολύ απλό» είπε ο δάσκαλος. «Αρκεί να ξέρεις να βράζεις σωστά το νερό» συμπλήρωσε. «Μα αυτό το ξέρουν όλοι» είπε ο Έλληνας συγγραφέας. Και τότε ο μεγάλος φιλόσοφος, δάσκαλος του τσαγιού είπε: «Αυτό το ξέρουν όλοι, το θέμα είναι πόσοι το εφαρμόζουν».

Τουρισμός λοιπόν σημαίνει προορισμός και προορισμός σημαίνει τον προσέχουμε όλοι τόσο στο υλικό σκέλος όσο και στην αϋλη πλευρά του. Αναμφισβήτητα το να διατηρείται ένας προορισμός σε φόρμα αφορά όλους. Την τοπική αυτοδιοίκηση, τους πολίτες, την επιχειρηματική κοινότητα, τους πολιτιστικούς και περιβαλλοντικούς φορείς του τόπου. Η φροντίδα για την ποιότητα ζωής των πολιτών και της ποιότητας εμπειρίας των επισκεπτών πρέπει να είναι συνεχής. Ωστόσο τουρισμός σημαίνει μετακίνηση από τον τόπο προέλευσης στον τόπο προορισμού για κάποιο λόγο ή μάλλον για πολλούς λόγους. Κάποιοι λόγοι μπορεί να είναι κρυμμένοι βαθιά μέσα στο υποσυνείδητό μας.

Τουρισμός δεν σημαίνει μόνο Ξενοδοχείο, Εστιατόριο... Αυτά είναι τα βασικά εργαλεία που χρησιμοποιεί ο επισκέπτης προκειμένου να ζήσει έναν προορισμό. Στην διαχείριση προορισμών πρέπει να ψάχνουμε βαθύτερα τους λόγους που διαμορφώνουν, τις αιτίες που χτίζουν χρόνο με το χρόνο την επιθυμία των επισκεπτών να βρεθούν σε έναν προορισμό, να δουν το ίδιο φως, να περπατήσουν τα ίδια σκαλοπάτια, να ζήσουν εκεί που έζησαν οι ήρωες των παιδικών τους χρόνων, να βιώσουν να αναπνεύσουν τον ίδιο ευωδιαστό αέρα... να πιούν το ίδιο νερό!

Ελλάδα είναι πολιτισμός. Και ως άθροισμα προορισμών η χώρα έχει μια τεράστια πολιτιστική παραγωγή. Ως χώρα έχουμε την τάση κάθε τόπος να παράγει έναν Λογοτέχνη, ένα Ποιητή, έναν καλλιτέχνη... Σύγχρονοι λογοτέχνες με παγκόσμιο ανάστημα όπως ο Νίκος Καζαντζάκης από την Κρήτη, ο Μενέλαος Λουντέμης από την Έδεσσα και τον Εξαπλάτανο, ο Παπαδιαμάντης στην Σκιάθο, Ο Διονύσιος Σολωμός στην Ζάκυνθο, ο Γιάννης Ρίτσος στην Μονεμβασιά και την Θεσσαλονίκη, Ο Οδυσσέας Ελύτης, ο Γιώργος Σεφέρης, ο Στρατής Μυριβήλης, ο Κώστας Καρυωτάκης, όλοι συνδέουν τόπους και δημιουργίες. Αυτό φυσικά γίνεται από τα αρχαία χρόνια με τους αρχαίους κλασσικούς μέχρι σήμερα. Ο νεότερος Μάρκος Μέσκος συνδέθηκε με την φύση του Καιμάκτσαλαν και την πρόσφατη ιστορία, αλλά και ο Βασίλης Παπάς με τις ιστορίες στο φρύδι της πόλης των νερών βάζουν πιο βαθιά τον θέμα της Ελλάδας των Βαλκανίων.

Όλα αυτά έχουν διαμορφώσει και διαμορφώνουν γενεές γενεών στην Ελλάδα και τον κόσμο συνδέοντας ιστορίες της ζωής των δημιουργών, της σκέψης και της διανόησής τους δημιουργώντας ένα είδος νέων «προσκυνητών» που θέλουν να ακολουθήσουν τα βήματά τους. Συνειδητά ή όχι όλοι μας, άλλος λιγότερο, άλλος περισσότερο έχουμε βρεθεί να διαβάζουμε τους μεγάλους Έλληνες συγγραφείς ή συγγραφείς που ήρθαν και έγραψαν για την Ελλάδα. Αυτό που συνειδητά στην διαχείριση προορισμών οφείλουμε να κάνουμε είναι να μην θεωρήσουμε ότι η δύναμη αυτών των κειμένων είναι περιττή ή λιγότερης αξίας από οποιοδήποτε φυσικό ορατό μνημείο. Τα κείμενα αυτά έχουν αυτή την δύναμη της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς και ταυτόχρονα λειτουργούν

Τα αόρατα ίχνη των λογοτεχνών, δίνουν με τον δικό τους τρόπο αξία στον σύγχρονο, σύνθετο, πολυεπίπεδο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας

όπως το κρασί που παλιώνει αργά στην κάβα. Σταδιακά γίνεται πολύτιμο και μόλις συναντήσει το αέρα αναπνέει μαζί με τον γευσιγνώστη. Αυτό ακριβώς συμβαίνει όταν ένας προορισμός που σέβεται τον εαυτό του δίνει σε μικρές δόσεις στον επισκέπτη, τη λογοτεχνική διάσταση που είχε διαβάσει κάποια στιγμή και τώρα συναντά μπροστά του…

Ειδικά στον χώρο της ποίησης μπορεί κάποιος ώρες να αναλύει ένα ποίημα, το οποίο μπορεί να αποτελεί το αποτέλεσμα έρευνας ενός ολόκληρου project το οποίο έχει καθίσει αναπαυτικά σε μια κρυφή γωνία του μυαλού μας και όταν βρεθεί στο κατάλληλο περιβάλλον, όπως ο χώρος αναφοράς σε έναν προορισμό ή στον γενέθλιο τόπο ή στον αγαπημένο τόπο του συγγραφέα/ποιητή, αυτό να γίνεται πολυθρόνα vip στην πρώτη σειρά επισήμων … αποκλειστικά για τον ταξιδευτή που εκείνη την στιγμή ταυτίζεται με το είδωλο στον χώρο και τον χρόνο.

Ένας μαγικός κόσμος συναισθημάτων ξεδιπλώνεται ενεργοποιούμενος από την πηγή έμπνευσης και μεταφράζεται σε έκρηξη τουριστικών αναζητήσεων, που στόχο έχουν τη διαμόρφωση και βιωματική παρακολούθηση μιας λογοτεχνικής διαδρομής που έστω και προσωρινά ακολουθούν και καλύπτουν πνευματικά, συναισθηματικά ή προσκυνηματικά την εσωτερική ανάγκη του ανθρώπου, να συνδέσει τον πραγματικό κόσμο με τον κόσμο της φαντασίας του. Αυτό στην διαχείριση προορισμών είναι πολύ σημαντικό να εξυπηρετηθεί. Να συνδεθεί δηλαδή η ανάγκη του ταξιδευτή να ζει σε δύο διαφορετικούς κόσμους. Από τη μία, στον «πραγματικό κόσμο» με μια σύνθεση εμπειριών την οποία την αντιλαμβάνεται μέσω των αισθήσεων και από την άλλη η διασύνδεση με ένα αλληλένδετο σύμπλεγμα φαντασίας που έχει δημιουργηθεί από τις ονειροπολήσεις και τις ιστορίες που δημιούργησε η ανάγνωση σε έναν διαφορετικό χρόνο. Παρόλο που αυτοί οι δύο κόσμοι είναι χωρισμένοι ο ένας από τον άλλον, ο ταξιδιώτης έχει την τάση να αναδημιουργεί την ιστορία φέρνοντας σε αλληλεπίδραση δύο στοιχεία: την ασυνήθιστη για τον ίδιο ως επισκέπτη καθημερινότητα του πολίτη, με ένα τρόπο όπου το αξιοπερίεργο και το άγνωστο γίνεται συνηθισμένο και μέρος πλέον της εμπειρίας του ταξιδιώτη. Είναι γνωστές οι φράσεις «Πήγα και το είδα», «ήμουν και εγώ εκεί», «πέρασα από το ίδιο σημείο»…

Κάθε τόπος και σήμερα ακόμη παράγει πολιτισμό και αυτό γίνεται διαχρονικά. Ο Ελληνικός Τουρισμός οφείλει να διαστασιολογήσει αυτήν την υπεραξία που παράγεται από κάθε σειρά λέξεων και φράσεων που ωστόσο έχουν ένα απίστευτο ειδικό βάρος επίδρασης. Το πέρασμα αυτό δεν είναι απλό, δεν είναι όμως και σύνθετο, ωστόσο παραμένει πάντα επίκαιρο και δυναμικό, ικανό όχι μόνο να προσελκύσει αλλά και δημιουργήσει την ψυχολογική πληρότητα αφήνοντας ανεξίτηλες εμπειρίες στους επισκέπτες. Τα αόρατα ίχνη αυτών των δημιουργών, δίνουν με τον δικό τους τρόπο αξία στον σύγχρονο, σύνθετο, πολυεπίπεδο τουριστικό προϊόν της Ελλάδας για κάθε πόλη, κάθε χωριό, κάθε τόπο. Είναι μπροστά μας και ενώ το ξέρουμε, το ερώτημα παραμένει πόσοι το χρησιμοποιούμε …

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
ΑΣΤΥΠΑΛΑΙΑ

Η «πεταλούδα» του Αιγαίου

Νησί με πλούσια ιστορία και παράδοση. Στην Αστυπάλαια αναδεικνύεται ιδιαίτερα η κυκλαδίτικη αρχιτεκτονική, η ελληνική γαστρονομία και αποτελεί ιδανικό τόπο για ήσυχες διακοπές, αφού επενδύει στον εναλλακτικό τουρισμό

Η Αστυπάλαια (ή Αστροπαλιά και Αστυπάλια) είναι νησί του Αιγαίου και ανήκε στον Νομό Δωδεκανήσου, γεωγραφικά και πολιτισμικά όμως βρίσκεται στο μεταίχμιο ανάμεσα στα Δωδεκάνησα και στις Κυκλάδες. Οι κάτοικοί της λέγονται Αστυπαλίτες ή Αστροπαλίτες. Λέγεται πως το νησί ονομάστηκε (άστυ + παλαιός) που σημαίνει «παλιά πόλη» από τους Δωριείς κατοίκους του, οι οποίοι βρήκαν στην περιοχή ίχνη παλαιότερου οικισμού των Φοινίκων. Το νησί απέκτησε και άλλα ονόματα, όπως "Πύρρα" (για το ερυθρό χρώμα της γής), "Πυλαία", "Θεών Τράπεζα" και "Ιχθυόεσσα". Κατά την μυθολογία, η Αστυπάλαια και η Ευρώπη ήταν κόρες του Φοίνικος και της Περιμήδης. Από την ένωση της Αστυπάλαιας με τον Ποσειδώνα γεννήθηκε ο Αργοναύτης Αγγαίος και ο βασιλιάς της Κω, Ευρύπυλος. Το νησί πρωτοκατοικήθηκε στα Προϊστορικά χρόνια. Μεταξύ των κατοίκων του αναφέρονται οι Κάρες, οι οποίοι την ονόμασαν Πύρρα για το κόκκινο χρώμα της, και οι Μινωίτες. Την Ελληνιστική Εποχή υπήρξε λιμάνι-σταθμός των Πτολεμαίων της Αιγύπτου. Ανέπτυξε μεγάλη ναυτική δραστηριότητα και έγινε γνωστή χάρη στα πλούσια αλιεύματα («ιχθυόεσσα») και τα άφθονα γεωργικά προϊόντα της. Για τα πολλά και μυροβόλα λουλούδια της και για τους καρπούς της οι αρχαίοι την αποκαλούσαν «Θεών Τράπεζα». Την περίοδο της Ρωμαιοκρατίας τα λιμάνια του νησιού χρησιμοποιήθηκαν ως ορμητήρια κατά των πειρατών με αποτέλεσμα οι Ρωμαίοι παραχώρησαν στους κατοίκους πολλά προνόμια.

Στους Βυζαντινούς χρόνους η έξαρση της πειρατείας άλλαξε την οικιστική δομή του νησιού, με την παρακμή των παράλιων οικισμών, τη μετακίνηση των πληθυσμών στο εσωτερικό και την ανέγερση κάστρων για προστασία. Μετά το 1204 περιήλθε στους Βενετούς και κυρίως στην οικογένεια Quirini – με εξαίρεση ένα μικρό διάστημα κατά το οποίο ανήκε στη Βυζαντινή Αυτοκρατορία (1269-1310). Οι Quirini έμειναν κύριοι του νησιού μέχρι το 1537, όταν κατακτήθηκε από τους Τούρκους. Όπως όλα τα Δωδεκάνησα παρέμεινε στους Τούρκους έως το 1912 στη συνέχεια πέρασε στους Ιταλούς, Γερμανούς και Βρετανούς για να ενωθεί με την Ελλάδα το 1948.

Σήμερα η Αστυπάλαια έχει αναδειχθεί σε έναν ανερχόμενο τουριστικό προορισμό. Ιδιαίτερα δημοφιλής σε οικογένειες και ζευγάρια που θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους σε ένα ήρεμο και φιλόξενο περιβάλλον. Αγαπημένος προορισμός και για άτομα που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό. Ας δούμε όμως το νησί κατά περιοχές.

Χώρα και Πέρα Γιαλός

Η Χώρα είναι η πρωτεύουσα και λιμάνι του νησιού, ένας από τους ομορφότερους οικισμούς του Αιγαίου, είναι χτισμένη σε βράχο που εισχωρεί στη θάλασσα, σχηματίζοντας δύο όρμους. Στην κορυφή της δεσπόζει το κάστρο μέσα από το οποίο ξεπροβάλλουν οι κατάλευκοι τρούλοι της Ευαγγελίστριας και του Αγίου Γεωργίου. Γύρω από το κάστρο απλώνονται τα γραφικά κατάλευκα σπίτια με μπλε παράθυρα και τα ξύλινα κάγκελα στα μπαλκόνια.

Δύσκολα ξεχωρίζει κάποιος τον Πέρα Γιαλό από τη Χώρα αφού βρίσκεται στα πόδια της Χώρας. Τα λευκά σπιτάκια που

διαθέτουν και οι δύο περιοχές έχουν σμίξει μαζί με εκείνα που στέκουν γύρω από το Κάστρο και την κεντρική πλατεία μπροστά από τους Μύλους! Ο Γιαλός είναι το παραδοσιακό λιμάνι της Αστυπάλαιας, μέχρι πρότινος, και το κύριο πριν δημιουργηθεί το νέο στον Άγιο Ανδρέα. Στον λιμάνι αράζουν ακόμα σκάφη που έρχονται από τα κοντινά νησιά (εδώ δένει και το πλοίο της τοπικής γραμμής από τη Κάλυμνο) αλλά και ιστιοφόρα στην μικρή μαρίνα που δημιουργήθηκε τα τελευταία χρόνια για τον σκοπό αυτό. Στον Πέρα Γιαλός υπάρχει μια ωραία και καθαρή παραλία με τα αρμυρίκια, προφυλαγμένη από τον καιρό, καφετέριες και μεζεδοπωλεία.

Η Αστυπάλαια είναι ιδιαίτερα δημοφιλής σε οικογένειες και ζευγάρια που θέλουν να περάσουν τις διακοπές τους σε ένα ήρεμο και φιλόξενο περιβάλλον. Αγαπημένος προορισμός και για άτομα που επιλέγουν τον εναλλακτικό τουρισμό

Αξίζει να δείτε

■ Το βενετσιάνικο κάστρο των Γκουερίνι, του 13ου αι. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει ο τρόπος οικοδόμησης των μικρών, τριώροφων κυρίως, σπιτιών και ειδικά όσων βρίσκονται στον εξωτερικό περίβολο του κάστρου, οι εξωτερικοί τοίχοι των οποίων δημιουργούν ένα τείχος με μικρά παράθυρα για πολεμίστρες. Μέσα στο κάστρο υπάρχουν δύο κατάλευκες εκκλησίες με πέτρινα περίτεχνα καμπαναριά: η Παναγία Ευαγγελίστρια (1853), στο εσωτερικό της οποίας υπάρχει η κτητορική επιγραφή του 1413 και οι θυρεοί των Γκουερίνι, και ο Άγιος Γεώργιος (1790).

■ Την Παναγία Πορταΐτισσα, του 18ου αι., κάτω από το κάστρο. Είναι μια από τις ομορφότερες εκκλησίες στα Δωδεκάνησα, με ξυλόγλυπτο επίχρυσο εικονοστάσι. Δίπλα, λειτουργεί ενδιαφέρον Εκκλησιαστικό Μουσείο.

■ Την Ναρκίσσειο Δημοτική Βιβλιοθήκη, η οποία συστεγάζει την αρχαιολογική συλλογή του νησιού.

■ Το Αρχαιολογικό Μουσείο στον Πέρα Γιαλό, που φιλοξενεί ευρήματα από όλο το νησί, κυρίως της προϊστορικής περιόδου, όταν η Αστυπάλαια είχε ακμάσει.

■ Τους οκτώ ανεμόμυλους που βρίσκονται πάνω από τη Σκάλα, στη Χώρα. Ανήκουν στην κατηγορία του ξετροχάρη μύλου, του οποίου η σκεπή γυρίζει ανάλογα με την κατεύθυνση του ανέμου.

■ Την Κυλίντρα, το όριο της Χώρας προς τη νότια μεριά, όπου βρέθηκε το μοναδικό στον κόσμο βρεφικό νεκροταφείο. Χώρος ιερός, από τα γεωμετρικά χρόνια μέχρι την ελληνιστική εποχή.

■ Την Μεγάλη Παναγιά, με θαυμάσιο βοτσαλωτό δάπεδο στον περίβολο.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➡

■ Την Παναγιά Φλεβαριώτισσα, 6 χλμ. ΒΔ της Χώρας. Μέρος της εκκλησίας είναι κτισμένο σε σπηλιά. Αξιόλογο είναι το ξυλόγλυπτο τέμπλο.

■ Τη Μονή του Αγίου Ιωάννη του Μακρύ (12 χλμ. Δ). Χτισμένη σε επιβλητικό τοπίο, ανάμεσα σε δύο απότομες πλαγιές, με θέα στο πέλαγος και μοναδικό ηλιοβασίλεμα.

■ Το κάστρο του Αϊ-Γιάννη, απέναντι την ομώνυμη μονή.

Ανάληψη (παλιά ονομασία Μαλτεζάνα ή Μαρτιζάνα)

Υπάρχει ένα ακόμη χωριό που ονομάζεται Ανάληψη (παλιά ονομασία Μαλτεζάνα ή Μαρτιζάνα) και απέχει δέκα χλμ. από τη Χώρα. Εκεί βρίσκεται και το αεροδρόμιο του νησιού. Πρόκειται για θέρετρο με τη μεγαλύτερη τουριστική κίνηση στο νησί. Η περιοχή ονομάστηκε Μαλτεζάνα από τους Μαλτέζους πειρατές που είχαν ως ορμητήριό τους το νησί. Επισκεφτείτε την παραλία του Σχοινόντα , τα ουζερί και τις ταβέρνες με τα φρέσκα ψάρια και τοπικούς μεζέδες. Αποτελεί ιδανικό τόπο διακοπών για οικογένειες με παιδιά και δίνει πολλές επιλογές διαμονής με αρκετά καταλύματα και ξενοδοχεία για όσους επιθυμούν ήσυχες και παραδοσιακές Ελληνικές διακοπές.

Αξίζει να δείτε

■ Τα λουτρά του Ταλαρά, με τα ελληνιστικά ψηφιδωτά, μοναδικά στον ελλαδικό χώρο, με χρώματα γαλαζωπά και κεραμιδιά, καθώς και ενδιαφέρουσα σύνθεση με θέμα τις εποχές του χρόνου και τα σύμβολα του ζωδιακού κύκλου

■ Το μνημείο του Γάλλου ναυάρχου Μπιγκότ, ηγέτη του αγώνα κατά των πειρατών στις αρχές του 19ου αι.

■ Τα λείψανα παλαιοχριστιανικής βασιλικής (5ου αι.), με τα αξιόλογα ψηφιδωτά. Πάνω έχει χτιστεί το εκκλησάκι της Αγίας Βαρβάρας, με ιωνικό κιονόκρανο.

■ Την Ανάληψη, το παλαιότερο εκκλησάκι του οικισμού.

Λιβάδι

Παραθαλάσσιος οικισμός που βρίσκεται σε πολύ μικρή απόσταση από τη Χώρα. Κατοικείται κυρίως τους καλοκαιρινούς μήνες. Είναι το πιο εύφορο σημείο του νησιού καθώς διαθέτει περιβόλια με μανταρινιές, πορτοκαλιές, αμπέλια και σπίτια πνιγμένα στα λουλούδια που συνθέτουν ένα πανέμορφο σκηνικό δίπλα στην όμορφη παραλία. Απέχει 2 χλμ. ΝΔ από τη Χώρα. Στην περιοχή έχει τουριστική κίνηση αφού υπάρχουν αρκετά ξενοδοχεία, καταλύματα και ενοικιαζόμενα δωμάτια. Στη περιοχή υπάρχει μια μεγάλη αμμουδιά με οργανωμένη παραλία και πεντακάθαρα νερά, επίσης πολλά μαγαζιά εστίασης και μαγαζιά για νυχτερινές εξόδους.

Αξίζει να δείτε

■ Το σπήλαιο του Νέγρου, στις Βάτσες (6 χλμ. ΝΔ). Η πρόσβαση γίνεται από τη Χώρα με καΐκι, ενώ προσφέρονται και οργανωμένες ξεναγήσεις.

■ Στον λόφο του Αγίου Βασιλείου, όπου βρίσκονται λείψανα παλαιοχριστιανικής βασιλικής.

Βαθύ

Το μικρότερο και πιο απομακρυσμένο σημείο του νησιού, που θυμίζει λιμνοθάλασσα, λόγω του κλειστού όρμου που βρίσκεται και που περιορίζει την είσοδο της Θάλασσας. Με δύο οικισμούς, το Έξω Βαθύ, που είναι πιο κοντά στην είσοδο του όρμου και διαθέτει μια μικρή σκάλα για να δένουν τα καΐκια, και το Μέσα Βαθύ, που είναι το εσωτερικό μέρος του κόλπου, με καλλιέργειες όπως χωράφια, λίγα δέντρα και αμπέλια. Στο λιμανάκι του που είναι φυσικά προστατευμένο από τον καιρό, το καλύτερο σημείο ξεκούρασης του νησιού, θα αντικρύσετε αρκετές ψαρόβαρκες και σκάφη. Διαθέτει φυσική ομορφιά άγριου τοπίου και ένα τελείως διαφορετικό ανάγλυφο σε σχέση με ότι έχετε δει στο υπόλοιπο νησί που αξίζει να το δείτε.Απέχει 21 χλμ. ΒΑ από τη Χώρα.

Αξίζει να δείτε

■ Τη λιμνοθάλασσα Χαμένη Λίμνη, στη ΒΑ πλευρά της Αστυπάλαιας.

■ Τα λείψανα μινωικού οικισμού και πύργου, στην είσοδο του όρμου.

■ Το σπήλαιο του Δράκου, με εντυπωσιακούς σταλακτίτες και σταλαγμίτες, όπου η πρόσβαση γίνεται με καΐκι ή περπατώντας.

■ Την Παναγιά Πουλαριανή, στο δρόμο προς το Βαθύ, σε βράχο που σχηματίζει την Παναγία με το βρέφος στην αγκαλιά της.

Γαστρονομία

Νησί με μεγάλη παράδοση στην κτηνοτροφία και ιδιαίτερα στην εκτροφή κατσικιών. Οι επισκέπτες της Αστυπάλαιας θα έχουν την μοναδική ευκαιρία να δοκιμάσουν τις τοπικές γαστρονομικές απολαύσεις με αγνές πρώτες ύλες και ευφάνταστες συνταγές. Το παραδοσιακό φαγητό του νησιού είναι ο «λαμπριανός».

Πρόκειται για κατσίκι γεμιστό με ρύζι, συκωτάκια και πολλά μπαχαρικά που σιγοψήνεται στο φούρνο και πρωταγωνιστεί σε κάθε γλέντι και κάθε πανηγύρι. Κάθε γεύμα συνοδεύεται από ντολμαδάκια με αμπελόφυλλα, ενώ αν σας δοθεί η ευκαιρία δοκιμάστε κολοκυθοανθούς, κεφτεδάκια αλλά και ραντιστά (φακές με κομμάτια ζύμης), χταποδοκεφτέδες και κακαβιά.

Αριστουργηματικά γλυκά από παραδοσιακές συνταγές της γιαγιάς με αυτοφυή αρωματικά βότανα. Δίπλες τριαντάφυλλα, πουγκιά με μέλι, ξεροτήγανα, λαμπρόπιτεςκαι διάφορα γλυκά του κουταλιού. Τα γνωστά κιτρινοκούλουρα (με γάλα, αγνό βούτυρο, σαφράν και μπαχάρια) δεν λείπουν από κανένα σπίτι, όπως και τα παξιμάδια με θυμάρι και βότανα. Η Αστυπάλαια είναι γνωστή επίσης για το θυμαρίσιο μέλι, τα τοπικά τυριά και τα φρέσκα ψάρια και θαλασσινά που προσφέρει απλόχερα το Αιγαίο.

Εναλλακτικός τουρισμός

Όλο και περισσότεροι επισκέπτες επιλέγουν την Αστυπάλαια για τις εναλλακτικές δραστηριότητες που προσφέρει. Κολύμπι στις παραλίες Άγιος Κωνσταντίνος, Βάτσες, Πλάκες, Καμινάκια, Άγιος Γιάννης, Πάνορμος, Παχιά Άμμος, Πέρα Γιαλός και Λιβάδια. Εκδρομή με καΐκι για μπάνιο στις ερημικές παραλίες, στα κοντινά νησάκια Κουτσομύτι και Σύρνα. Εξερεύνηση σπηλαίων. Αναρρίχηση στο πεδίο «Φτερά», με 20 διαδρομές. Ορειβασία, Mountain bike, Πεζοπορία, Ψαροντούφεκο, καταδύσεις μέχρι και κάμπινγκ στη Χώρα.

Το «πράσινο» νησί του Αιγαίου

Η Αστυπάλαια στοχεύει να γίνει ένα από τα πιο οικολογικά νησιά του Αιγαίου. Από το γεγονός πως είναι smoke free μέχρι το πρόσφατο εγχείρημα να μετατρέψει τα βενζινοκίνητα αυτοκίνητα του νησιού σε ηλεκτρικά. Έχει αποφασίσει να επενδύσει σε εναλλακτικές μορφές ενεργείας και να εγκαταστήσει γύρω στις 70 ανεμογεννήτριες. Σίγουρα με την μόλυνση του περιβάλλοντος και τα οικολογικά προβλήματα στον πλανήτη η απόφαση για εναλλαγή από ηλεκτρική ενέργεια σε αιολική είναι επιθυμητή, ωστόσο υπάρχουν και προβληματισμοί για το έργο, καθώς μια μερίδα κατοίκων διερωτάται αν μπορεί ένα νησί μόλις 96.000χλμ. να υποστηρίξει ανεμογεννήτριες 180 μέτρων και ισχύος 110,4 MW. Σε μια τριήμερη εκδήλωση ο πρωθυπουργός Κυριάκος Μητσοτάκης έκανε την παρουσίαση του πρωτοποριακού περιβαλλοντικού προγράμματος που θα μετατρέψει το νησί σε «πράσινο», στην οποία όμως δεν υπήρξε αναφορά σε τυχόν οικολογικές, οικονομικές, αλλά και κοινωνικές συνέπειες του έργου.

Η Αστυπάλαια είναι ένας τόπος παράδοσης με την οικονομία να στηρίζεται στα τοπικά προϊόντα της αλλά και στον εναλλακτικό τουρισμό που προσφέρει. Η τοπική κοινωνία εύλογα εκδηλώνει την ανησυχία της.

Συνέντευξη

ΓΙΩΡΓΟΣ ΧΟΤΖΟΓΛΟΥ*

*Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Εργαζομένων Επισιτισμού – Τουρισμού (ΠΟΕΕΤ)

Δεν καλύφθηκαν οι κενές θέσεις εργασίας στον τουρισμό

«Αν δεν δοθούν κίνητρα φοβάμαι πως του χρόνου θα έχουμε διπλάσιες κενές θέσεις», σημειώνει ο κύριος Χότζογλου και εξηγεί τους λόγους φυγής του προσωπικού από τον τουριστικό κλάδο

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

Για τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι εργαζόμενοι στον τομέα του τουρισμού μας μίλησε ο πρόεδρος της ΠΟΕΕΤ Γ. Χότζογλου, επισημαίνοντας πως αν δεν δοθούν κίνητρα τη σεζόν του 2023 υπάρχει ο κίνδυνος να διπλασιαστούν οι θέσεις εργασίας που δεν θα καλύπτονται. Αναλυτικά η συνέντευξη του κυρίου Χότζογλου έχει ως εξής:

- Κύριε Χότζογλου είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Τα προβλήματα που παρουσιάστηκαν φέτος με την έλλειψη προσωπικού στον τουριστικό κλάδο, απασχόλησαν την ευρύτερη επικαιρότητα, ενώ δεν έλειψαν και οι καταγγελίες για τις συνθήκες εργασίας και τις χαμηλές απολαβές. Τώρα που η θερινή σεζόν οδεύει στο κλείσιμο ποια είναι η εικόνα; Καλύφθηκαν τα κενά; Υπάρχει προοπτική για καλύτερες αποδοχές;

Έτσι ακριβώς, όπως τα περιγράψατε είναι η κατάσταση την φετινή σεζόν, όχι δυστυχώς δεν καλύφθηκαν τα κενά και πολύ φοβάμαι πως αν δεν δοθούν κίνητρα, του χρόνου θα έχουμε τις διπλάσιες κενές θέσεις.
Στο δεύτερο σκέλος της ερώτησης σας απαντώ πως ΝΑΙ υπάρχει η προοπτική μέσω της νέας κλαδικής συλλογικής σύμβασης που θα υπογράψουμε με τους εργοδότες.

- Ποιες είναι οι βαθύτερες αιτίες πίσω από τη μεγάλη φυγή προσωπικού που παρατηρείται στον τουρισμό, σύμφωνα με τη δική σας εκτίμηση;

Τρεις είναι κυρίως οι αιτίες που οδήγησαν σε φυγή τους συναδέλφους από τον κλάδο:
■ Ο εμπαιγμός της Κυβέρνησης με τα 534€, αφού πληρωνόμασταν κάθε 45-50 ημέρες. Έτσι δεν μπορεί να συντηρηθεί οικογένεια.
■ Η εργοδοτική παραβατικότητα που φέτος χτύπησε κόκκινο με ατελείωτα ωράρια και απλήρωτες αποδοχές, καταστρατήγηση τόσο των κλαδικών συμβάσεων όσο και της εργατικής νομοθεσίας και
■ Η εγκατάλειψη από το κράτος των εποχικά εργαζόμενων μιας και το επίδομα ανεργίας παραμένει στους 3 μήνες. Αυτό είναι αποτρεπτικό στο να είναι κάποιος εποχικά εργαζόμενος αφού δεν μπορεί να επιβιώσει τους χειμερινούς μήνες.

> *Ο φετινός χειμώνας κατά γενική ομολογία προβλέπεται να είναι πιο δύσκολος από ποτέ. Αυτόν τον χειμώνα λοιπόν οι εποχικά εργαζόμενοι καλούνται να επιβιώσουν με μόλις 1.736€, δηλαδή 3 μήνες επίδομα ανεργίας και το δώρο Χριστουγέννων*

Ο χειμώνας που έρχεται είναι δύσκολος και οι περισσότεροι εργαζόμενοι του τουρισμού απασχολούνται εποχικά. Ποια είναι τα προβλήματα που καλούνται να αντιμετωπίσουν φέτος;

Πράγματι ο φετινός χειμώνας κατά γενική ομολογία προβλέπεται να είναι πιο δύσκολος από ποτέ. Αυτόν τον χειμώνα λοιπόν οι εποχικά εργαζόμενοι καλούνται να επιβιώσουν με μόλις 1.736€, δηλαδή 3 μήνες επίδομα ανεργίας και το δώρο Χριστουγέννων. Αυτό πρακτικά είναι αδύνατον και πλέον είμαστε αντιμέτωποι με το φάσμα της φτώχειας. Αντιλαμβάνεστε

Επιχειρήσεις αλλάζουν χέρια μέσα σε μια νύχτα και πάντα στη μέση είναι οι εργαζόμενοι. Χρειάζεται βελτίωση στο νομοθετικό πλαίσιο ώστε όταν υπάρχει αλλαγή ιδιοκτησιακού καθεστώτος οι εργαζόμενοι να προστατεύονται

πως στην καλύτερη περίπτωση η επιδότηση τελειώνει τον Ιανουάριο και στην χειρότερη τον Δεκέμβριο με αποτέλεσμα μέχρι τον επόμενο Μάιο να μένουμε χωρίς εισόδημα.
Δεν αντιλαμβάνομαι πως γίνεται να έχουμε βγει από τα μνημόνια και ακόμα να έχουμε μνημονικούς νόμους.

Τελευταία είδαμε και απολύσεις συνδικαλιστών στα ξενοδοχεία. Υπάρχει κάποια εξέλιξη με αυτό;

Απόλυση συνδικαλιστών δυστυχώς προβλέπεται πλέον με τον Νόμο Χατζηδάκη για οικονομοτεχνικούς λόγους.
Αυτό συνέβη και στο Hilton όπου η επιχείρηση έκλεισε για ανακαίνιση, το σύνολο του προσωπικού έκανε χρήση της εθελουσίας που έδινε η επιχείρηση με αποτέλεσμα συνάδελφοι συνδικαλιστές να βρίσκονται στον αέρα. Σίγουρα θα εξαντλήσουμε κάθε νομικό και συνδικαλιστικό μέσο για να δικαιωθούν οι συνάδελφοι.

Παρατηρούμε τελευταία πολλές πωλήσεις ξενοδοχείων σε ξένους επενδυτικούς ομίλους; Σας προβληματίζει αυτό;

Είναι μια κατάσταση που την βιώνουμε τα τελευταία χρόνια, επιχειρήσεις αλλάζουν χέρια μέσα σε μια νύχτα και πάντα στη μέση είναι οι εργαζόμενοι. Χρειάζεται βελτίωση στο νομοθετικό πλαίσιο ώστε όταν υπάρχει αλλαγή ιδιοκτησιακού καθεστώτος οι εργαζόμενοι να προστατεύονται. Όταν μια επιχείρηση είναι «ζωντανή» τότε η αγοροπωλησία θα πρέπει να διασφαλίζει και τις υφιστάμενες θέσεις εργασίας.

Υπερτουρισμός: Πώς οι προορισμοί αντιμετωπίζουν τη μάζα των επισκεπτών

Η διατήρηση του οικοσυστήματος των επισκεπτών, η ρύθμιση των ροών πέρα από τα οφέλη στο περιβάλλον και στις τοπικές κοινωνίες, επιτρέπει και τη μετάβαση από τον ποσοτικό στον ποιοτικό τουρισμό

Γράφει ο
Δημήτρης Τριανταφυλλίδης
CEO Meliortempus Development Ltd

Είναι ο τουρισμός μετά τον covid τόσο διαφορετικός από αυτό που γνωρίζαμε πριν; Η απάντηση σε αυτό το ερώτημα πρέπει να είναι ειδική, διότι αν και ο βιώσιμος τουρισμός βρίσκεται στο προσκήνιο τα τελευταία χρόνια και είναι όλο και πιο δημοφιλής, ο υπερτουρισμός δεν έχει εξαφανιστεί. Πολλές περιοχές έχουν δει σημαντικές κορυφές στον αριθμό των επισκεπτών κατά την τελευταία σεζόν.

Για το λόγο αυτό, ορισμένες περιφέρειες αποφάσισαν να αναλάβουν διάφορες πρωτοβουλίες για την καλύτερη κατανομή των τουριστικών ροών στο χώρο και το χρόνο. Στόχος είναι να βρεθούν λύσεις στις περιστασιακές αυξήσεις του αριθμού των επισκεπτών και όχι να σταματήσει η δραστηριότητα που συμβάλλει σημαντικά και αντιπροσωπεύει μεγάλο μέρος του τοπικού και εθνικού εισοδήματος.

Προς το yield management των τουριστικών χώρων;

Ενώ πολλοί προορισμοί επιλέγουν να εφαρμόσουν ημερήσιες ποσοστώσεις επισκεπτών για τη ρύθμιση των τουριστικών ροών, άλλοι αποφασίζουν να χρησιμοποιήσουν το yield management για το σκοπό αυτό. Ενώ το yield management είναι γνωστό ως εμπορική πρακτική που συνίσταται σε διαφορετικές τιμές ανάλογα με τη συμπεριφορά της ζήτησης των καταναλωτών, που χρησιμοποιείται κυρίως στον ξενοδοχειακό τομέα, μπορεί να χρησιμοποιηθεί διαφορετικά. Για παράδειγμα, οι προορισμοί εισάγουν φόρους και άλλα πακέτα για τον έλεγχο του αριθμού των επισκεπτών, ειδικά κατά τις περιόδους αιχμής.

Από την 1η Αυγούστου, οι επισκέπτες που επιθυμούν να δουν τις γιγάντιες σαύρες στο νησί Κομόντο της Ινδονησίας καλούνται να πληρώσουν το ισοδύναμο των 250 ευρώ αντί των προηγούμενων 10 ευρώ.

Ο τουριστικός φόρος κερδίζει επίσης δημοτικότητα σε πολλές δικαιοδοσίες, όπως η Βενετία, η οποία σύντομα θα επιβάλει τουριστικό φόρο 3 έως 10 ευρώ στους ημερήσιους επισκέπτες της. Στόχος της πόλης είναι να περιορίσει τον αριθμό των καθημερινών επισκεπτών, των οποίων οι μετακινήσεις αποδυναμώνουν τη λιμνοθάλασσα, στον απόηχο της απαγόρευσης των μεγάλων κρουαζιερόπλοιων και των καταστημάτων με σουβενίρ.

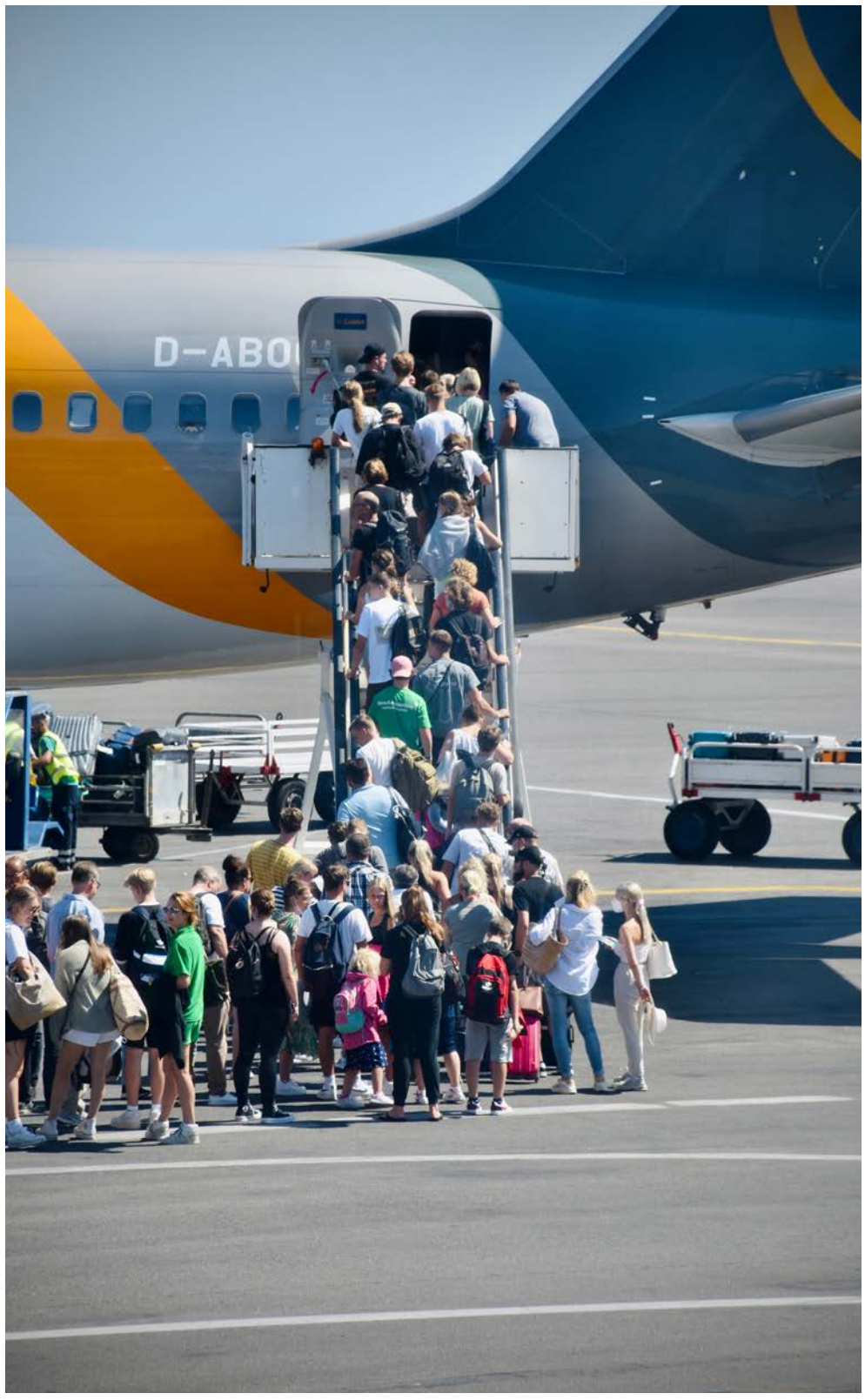
Μακροπρόθεσμα, στόχος είναι η δημιουργία εμπειριών υψηλής αξίας για τους επισκέπτες και καλά αμειβόμενων, επαγγελματικών θέσεων εργασίας για τους εργαζόμενους.

Ενώ αυτή η στρατηγική επιτρέπει τη διατήρηση του οικοσυστήματος των προορισμών ρυθμίζοντας τις ροές επισκεπτών, επιτρέπει επίσης τη μετάβαση από τον ποσοτικό τουρισμό στον ποιοτικό τουρισμό. Στο παρελθόν, η εστίαση ήταν στην αύξηση του αριθμού των επισκεπτών, περισσότεροι επισκέπτες σήμαιναν περισσότερη επιτυχία, αλλά σήμερα αυτό δεν συμβαίνει απαραίτητα.

Εκτός από το ότι έχει υψηλότερο εισόδημα, αυτή η πελατεία που είναι πρόθυμη να πληρώσει περισσότερα αναμένεται να έχει και άλλα ευεργετικά χαρακτηριστικά για τους προορισμούς που επισκέπτεται. Αυτοί οι επισκέπτες είναι πιο πιθανό να κατανείμουν τα χρήματα και το χρόνο τους σε διάφορους πολιτιστικούς προορισμούς και να είναι πιο προσεκτικοί στις περιβαλλοντικές τους επιπτώσεις. Για τους προορισμούς, μια στρατηγική που βασίζεται στην ποιότητα επιτυγχάνει τρία πράγματα: τον μετριασμό του τουρισμού, τη διασφάλιση της βιωσιμότητας και τη συμπερίληψη της κοινότητας. Για να γίνει αυτό, είναι απαραίτητο να αυξηθεί τουλάχιστον λίγο η τιμή πρόσβασης σε έναν προορισμό.

Προώθηση περισσότερων κρυφών προορισμών

Τι θα γινόταν αν η λύση για τον υπερτουρισμό σε ορισμένους μεγάλους προορισμούς εξαρτιόταν απλώς από την



προώθηση πολύ πιο εμπιστευτικών γειτονικών περιοχών; Μια τέτοια προσέγγιση θα επέτρεπε την καλύτερη ανακατανομή των τουριστικών ροών σε μια περιοχή, προσφέροντας παράλληλα μια καλύτερη εμπειρία στους επισκέπτες που δεν θα πατούσαν πλέον ο ένας στα πόδια του άλλου. Ορισμένοι προορισμοί υλοποιούν ήδη πρωτοβουλίες προς αυτή την κατεύθυνση, οι οποίες ομαδοποιούνται με τον όρο υποτουρισμός, σε αντίθεση με τον υπερτουρισμό.

Τα τελευταία χρόνια, ο υποτουρισμός κερδίζει έδαφος καθώς οι παράγοντες του τουρισμού έχουν διπλασιάσει τις προσπάθειές τους για την προώθηση των περιουσιακών στοιχείων λιγότερο δημοφιλών ή λιγότερο γνωστών τουριστικών προορισμών. Το κεντρικό μήνυμα είναι να παρουσιαστούν ως εναλλακτική λύση σε προορισμούς με μέγιστο αριθμό επισκεπτών κατά τη διάρκεια συγκεκριμένων περιόδων. Οι τουρίστες καλούνται έτσι να ξεφύγουν από την πεπατημένη.

Ο στόχος είναι τώρα να εστιάσουμε τη στρατηγική μας στις τουριστικές δαπάνες, ιδίως ενθαρρύνοντάς τους να παρατείνουν τη διαμονή τους. Και για να παρατείνουμε τη διαμονή, πρέπει να δημιουργήσουμε εμπειρίες, δραστηριότητες που θα ενθαρρύνουν τους τουρίστες να μείνουν περισσότερο

Ο στόχος είναι τώρα να εστιάσουμε τη στρατηγική μας στις τουριστικές δαπάνες, ιδίως ενθαρρύνοντάς τους να παρατείνουν τη διαμονή τους. Και για να παρατείνουμε τη διαμονή, πρέπει να δημιουργήσουμε εμπειρίες, δραστηριότητες που θα ενθαρρύνουν τους τουρίστες να μείνουν περισσότερο.

Υπάρχουν πολλές σκέψεις για τον τουρισμό του μέλλοντος και πολλές συζητήσεις. Αν και δεν έχουν αποφασιστεί ακόμη όλες οι διαδρομές, είναι αυτονόητο ότι η βιωσιμότητα θα είναι ένας από τους ιδρυτικούς πυλώνες της. Και βιωσιμότητα σημαίνει προστασία του περιβάλλοντος και συνεκτίμηση της περιοχής. Ο υπερβολικός τουρισμός δεν θα αποτελεί πλέον ζήτημα ενόψει των πολυάριθμων πρωτοβουλιών που αναπτύσσονται από προορισμούς σε όλο τον κόσμο για τον καλύτερο έλεγχο της ρύθμισης των τουριστικών ροών. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση πρέπει επίσης να προέρχεται από τους ίδιους τους τουρίστες και όχι μόνο να στηρίζεται στους ώμους των παραγόντων του τομέα. Η πανδημία ήταν το απαραίτητο έναυσμα για έναν ορισμένο αριθμό ανθρώπων και ενόψει της τρέχουσας οικολογικής αφύπνισης, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι ο υπερτουρισμός αργά ή γρήγορα θα αποτελέσει παρελθόν.

Η τεχνητή νοημοσύνη στην υπηρεσία της εστίασης

Μπορεί στο απώτερο μέλλον να μας σερβίρουν, ή και να παρασκευάζουν τα γεύματα ρομπότ. Είναι μια πιθανή εξέλιξη που δεν αφορά το σήμερα. Αφορά όμως τις επιχειρήσεις εστίασης ότι υφίσταται ήδη τεχνολογία που βοηθάει στον ανταγωνισμό, την βελτίωση της εμπειρίας των πελατών, περιορίζει τα λάθη και συμβάλει καταλυτικά στον έλεγχο του κόστους

Την περασμένη εβδομάδα ο Elon Musk παρουσίασε το ανθρωποειδές ρομπότ που σχεδιάζει να κατασκευάσει μαζικά η Tesla, προκειμένου να κάνει τις δουλειές που «είναι βαρετές για τους ανθρώπους», όπως είπε χαρακτηριστικά. Με αφορμή το γεγονός αυτό παρουσιάζουμε πόσο έχει προχωρήσει η τεχνολογία, τι δυνατότητες δίνει σήμερα στις επιχειρήσεις εστίασης και τι υπόσχεται για το μέλλον του κλάδου.

Ας φανταστούμε το εξής: Κάθεστε στο αγαπημένο σας εστιατόριο και έχετε κάνει μια παραγγελία σε ένα tablet στο τραπέζι σας. Μετά από λίγα δευτερόλεπτα από την τοποθέτηση της παραγγελίας, εμφανίζεται μια ειδοποίηση στην εφαρμογή μηνυμάτων σας.

«Η παραγγελία σας ετοιμάζεται από τον Chef Bot 19 και θα παραδοθεί στο τραπέζι σας σε περίπου 19 λεπτά. Για να λάβετε μια απόδειξη για την παραγγελία σας, απαντήστε με χαιρετισμό. Ελπίζουμε να απολαύσετε τη γευστική σας εμπειρία μαζί μας».

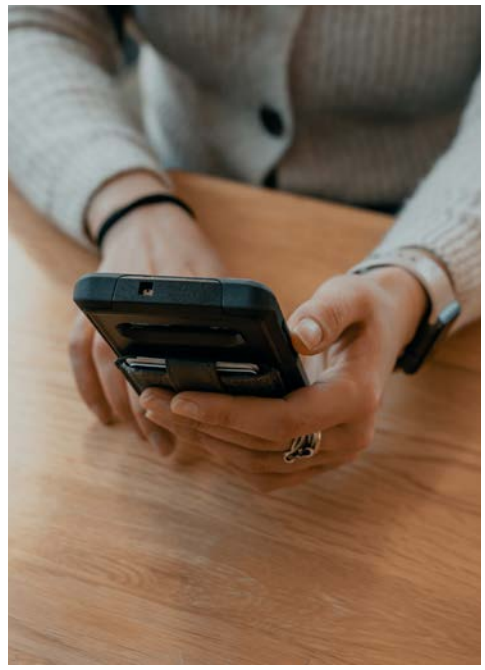
Ακούγεται σαν κάτι που βγήκε από ταινία επιστημονικής φαντασίας, αλλά είναι ένα ρεαλιστικό μελλοντικό σενάριο. Ρομπότ βασισμένα στην τεχνητή νοημοσύνη μαγειρεύουν το φαγητό σας και παραδίδουν τα γεύματα στην ώρα τους, χωρίς να χάνουν ούτε λεπτό. Οι ειδικοί του χώρου εκτιμούν πως μια τέτοια εξέλιξη είναι δυνατόν να βρίσκεται μια δεκαετία μπροστά από εμάς, αλλά οι πιο σκεπτικιστές δίνουν μεγαλύτερα περιθώρια χρόνου. Παρόλα αυτά στη σημερινή περίοδο συνεχίζουμε να βλέπουμε την άνοδο της τεχνητής νοημοσύνης στα εστιατόρια για κάποιο επίπεδο μαγειρέματος. Ήδη άλλωστε υπάρχουν και οι φούρνοι τεχνητής νοημοσύνης που προσφέρουν και ταχύτητα, και ακρίβεια και εξοικονόμηση υλικών και ενέργειας.

Ωστόσο, οι σεφ, οι σερβιτόροι και το λοιπό προσωπικό δεν χρειάζεται να ανησυχούν ακόμη για το ενδεχόμενο να χάσουν τη δουλειά τους από έναν μάγειρα – ρομπότ ή μια αυτοματοποιημένη διαδικασία παράδοσης φαγητού, αν και, όπως είπαμε, δεν μπορούμε να απορρίψουμε εντελώς αυτό το σενάριο για το απώτερο μέλλον. Προς το παρόν όμως, τα εστιατόρια χρησιμοποιούν την AI (Artificial Intelligence - Τεχνητή Νοημοσύνη) και την ML (Machine Learnig - Μηχανική Μάθηση) για τον εξορθολογισμό των λειτουργιών και τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών, χωρίς να παύει η ανάγκη για ανθρώπινο δυναμικό.

Τι είναι τα AI και ML;

Το AI και το ML είναι λέξεις-κλειδιά και συχνά ακούγονται απρόσιτες για έναν μέσο επιχειρηματία εστίασης. Αλλά οι μικρότερες επιχειρήσεις μπορούν να εφαρμόσουν την AI για να κάνουν μικρές αλλαγές που επηρεάζουν την επιχείρησή τους. Προτού μάθουμε περισσότερα γι' αυτό, ας δούμε σύντομα, με απλά λόγια και απτά παραδείγματα τι είναι το AI (Τεχνητή Νοημοσύνη) και το ML (Μηχανική Μάθηση).

Το AI είναι ένα πρόγραμμα που αναπτύ-



Τα εστιατόρια χρησιμοποιούν την Τεχνητή Νοημοσύνη και την Μηχανική Μάθηση για τον εξορθολογισμό των λειτουργιών και τη βελτίωση της εξυπηρέτησης των πελατών, χωρίς να παύει η ανάγκη για ανθρώπινο δυναμικό

χθηκε από ανθρώπους για να ανταποκρίνεται σε ένα σύνολο οδηγιών σε συγκεκριμένα περιβάλλοντα. Τα προγράμματα τεχνητής νοημοσύνης συνυπολογίζουν διάφορες μεταβλητές, όπως τα ανθρώπινα μοτίβα απόκρισης, τα σενάρια, τις τοποθεσίες, τις γλώσσες και πολλά άλλα, για να αποδώσουν αυτό που αναμένεται από αυτά.

Η ενασχόληση με την AI μπορεί να γίνει κατανοητή μέσω των βιντεοπαιχνιδιών. Για παράδειγμα, ορισμένα από τα πιο δημοφιλή παιχνίδια ρόλων σας επιτρέπουν να ελέγχετε πλήρως τον χαρακτήρα σας και σας δίνουν διάφορες επιλογές διαλόγου για να επιλέξετε. Με τη σειρά τους, οι αποφάσεις σας επηρεάζουν τον τρόπο με τον οποίο εξελίσσεται η ιστορία κατά τη διάρκεια του παιχνιδιού σας, οδηγώντας συχνά σε πολύ διαφορετικά τελικά αποτελέσματα για διαφορετικούς παίκτες.

Από την άλλη πλευρά, η μηχανική μάθηση (ML) είναι ένα υποσύνολο της τεχνητής νοημοσύνης και παρέχει ένα νέο σύνολο ενεργειών και εισόδων αναλύοντας δεδομένα που συλλέγονται από τους χρήστες. Για παράδειγμα, ο λογαριασμός σας Netflix σας στέλνει συστάσεις με βάση το περιεχόμενο που έχετε δει στο παρελθόν και συνεχίζετε να λαμβάνετε περισσότερες προτάσεις που σας ενδιαφέρουν όταν συνεχίζετε να χρησιμοποιείτε την υπηρεσία για μεγάλο χρονικό διάστημα. Εν ολίγοις, το ML μαθαίνει από την ανθρώπινη συμπεριφορά και τις αντιδράσεις για να παράγει στοχευμένες απαντήσεις ή προτάσεις για κάθε χρήστη.

Ας ξεκινήσουμε με το γιατί

Η τεχνητή νοημοσύνη στον κλάδο της εστίασης μπορεί να βοηθήσει τους εστιάτορες και τις αλυσίδες παρέχοντας μια… «πιατέλα» με χαρακτηριστικά που θα τους βοηθήσουν να εξορθολογίσουν τις επιχειρήσεις τους. Καλό είναι τα εστιατόρια να παρακολουθήσουν, τουλάχιστον, στο συγκεκριμένο τομέα. Τη σύσταση επιβεβαιώνει το γεγονός πως πρόσφατες τεχνολογικές εξελίξεις, οι κινητές συσκευές και η πανδημία άλλαξαν τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να λειτουργούν τα εστιατόρια.

Ανταγωνισμός: Η πανδημία επηρέασε σημαντικά τον κλάδο των εστιατορίων και της φιλοξενίας. Τα τοπικά υγειονομικά λουκέτα και οι περιορισμοί προκάλεσαν χάος στις αλυσίδες εφοδιασμού τροφίμων, στο προσωπικό, στη ζήτηση των πελατών και στις παραγγελίες από απόσταση. Πολλά εστιατόρια δεν ήταν καλά προετοιμασμένα να ανταγωνιστούν ή και να ενταχθούν στις πλατφόρμες παράδοσης φαγητού. Αυτές οι υπηρεσίες απέκτησαν σημαντικό μερίδιο αγοράς τα τελευταία δύο χρόνια και «ψαλίδισαν» τα περιθώρια κέρδους των εστιατορίων. Η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να βοηθήσει τα εστιατόρια στη βελτιστοποίηση του τρόπου διαχείρισης και λειτουργίας των μενού για την αύξηση των περιθωρίων κέρδους.

Βελτίωση της εμπειρίας των πελατών: Οι επαναλαμβανόμενοι πελάτες αποτελούν τη ραχοκοκαλιά μιας επιχείρησης εστιατορίου. Η τεχνητή νοημοσύνη στα εστιατόρια σας επιτρέπει να παρέχετε καλύτερες εμπειρίες στους πελάτες σας αυξάνοντας τις ευκαιρίες δέσμευσης. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε μια AI για να προσφέρετε ειδικές προσφορές μέσω προγραμμάτων επιβράβευσης για να ενθαρρύνετε τους πιστούς πελάτες να επισκέπτονται την επιχείρησή σας συχνότερα. Τα εστιατόρια που μπορούν να διασφαλίσουν το brand, μπορούν να διατηρήσουν το περιθώριο κέρδους και να μην παραδοθούν στις υπηρεσίες παράδοσης φαγητού.

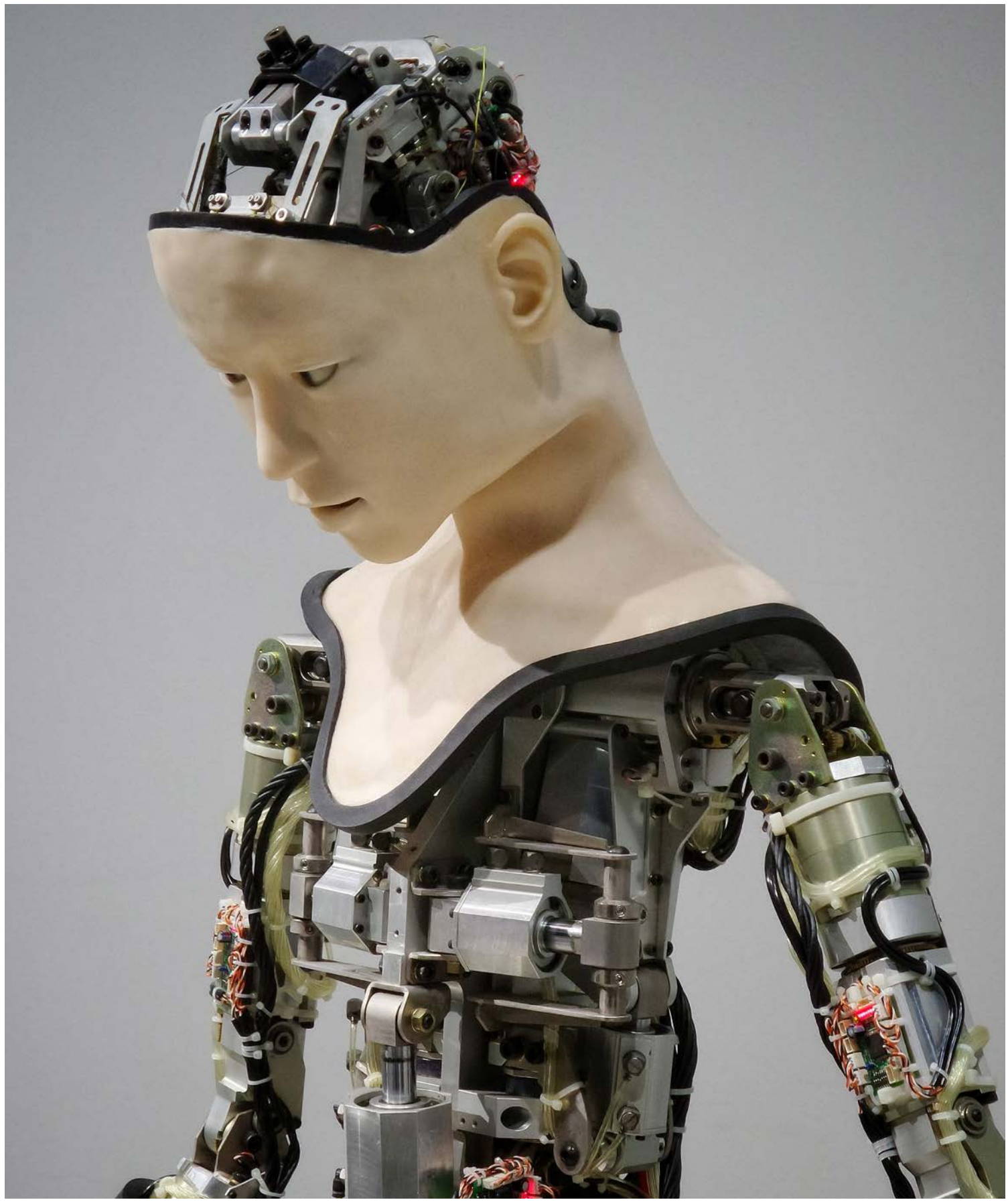
Μετριασμός των σφαλμάτων: Η παραγγελία φαγητού μέσω tablet ή κινητών συσκευών μειώνει τα λάθη που δημιουργούνται με τη χρήση χειρόγραφων εισιτηρίων. Ορισμένα συνηθισμένα λάθη, όπως η θερμοκρασία της μπριζόλας, αφαιρούνται πλήρως από τη διαδικασία παραγγελίας.

Έλεγχος του κόστους: Με τις αυτοματοποιημένες κρατήσεις τραπεζιών για τη λήψη παραγγελιών σε κινητές συσκευές, η τεχνητή νοημοσύνη στα εστιατόρια μπορεί να βοηθήσει τους ιδιοκτήτες να εξοικονομήσουν χρήματα από την πρόσληψη περισσότερου προσωπικού. Τα εστιατόρια μπορούν να λειτουργούν με λιγότερο προσωπικό και λιγότερα γενικά έξοδα. Αυτό είναι σημαντικό δεδομένου ότι το προσωπικό είναι δύσκολο να αποκτηθεί και να διατηρηθεί.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα

Πώς και πόσο αυξάνεται ο ρόλος της τεχνολογίας στα εστιατόρια

Ψηφιακά εργαλεία μπορούν να βελτιώσουν τόσο την ποιότητα της εξυπηρέτησης, όσο και στη λειτουργική διαχείριση της επιχείρησης



Ο κλάδος της εστίασης έχει βιώσει μια σημαντική αλλαγή παραδείγματος την τελευταία δεκαετία. Παράλληλα με την παροχή εξαιρετικών γευμάτων, τα εστιατόρια προσπαθούν να προσφέρουν ευχάριστες εμπειρίες στους πελάτες τους, ώστε να τους ενθαρρύνουν να τα επισκεφθούν ξανά.

Στο εξωτερικό έχουμε δει τεχνάσματα μάρκετινγκ για την προσέλκυση πελατείας με τη χρήση υψηλής τεχνολογίας. Για παράδειγμα το franchise CallBurger στην Καλιφόρνια των ΗΠΑ παρουσιάζει ένα ρομπότ που αναποδογυρίζει μπιφτέκια με το όνομα Flippy ή η Dominos χρησιμοποιεί drones για να παραδίδει πίτσες στη Νέα Ζηλανδία.

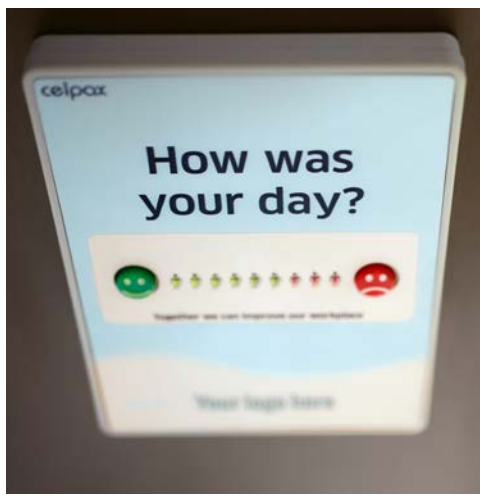
Αυτές οι εταιρείες έχουν τεράστια οικονομική επιφάνεια που τους δίνει τη δυνατότητα να διαθέσουν μεγάλα ποσά σε τέτοια τεχνάσματα. Μπορεί ένα μικρότερο εστιατόριο να το ανταγωνιστεί τέτοιες πρακτικές; Προφανώς και όχι, αλλά η τεχνητή νοημοσύνη στα εστιατόρια δεν έχει να κάνει μόνο με φανταχτερά τεχνάσματα ή εντυπωσιακές τεχνολογίες. Σήμερα, η τεχνητή νοημοσύνη είναι προσιτή σε όλους και υπάρχουν φθηνότεροι και χαμηλότερης «έντασης» τρόποι για να τη χρησιμοποιήσετε προς όφελός σας.

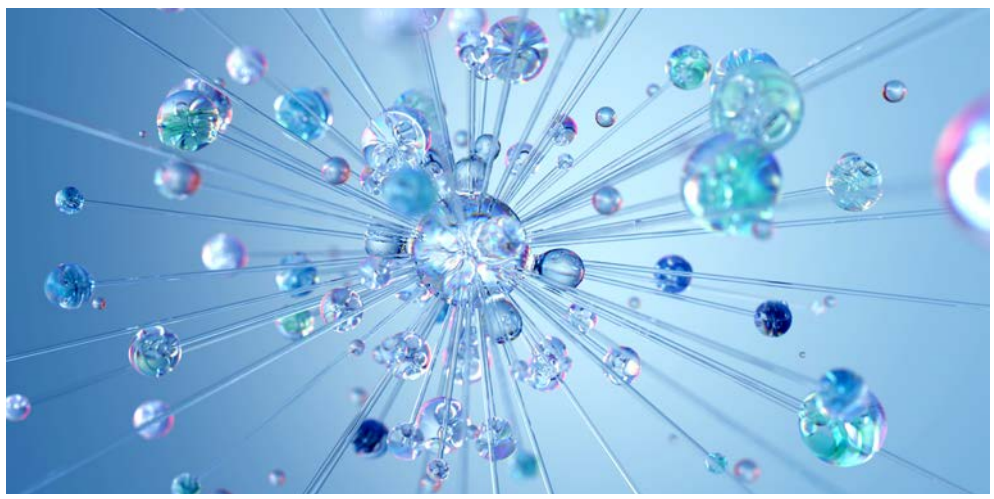
Ο ρόλος της AI στην άμεση εξυπηρέτηση

■ **Βοηθοί AI:** Η συνομιλητική AI μπορεί να βοηθήσει τους πελάτες στην επικοινωνία με τα συστήματα του εστιατορίου για την κράτηση τραπεζιού, την προσθήκη ενός επισκέπτη σε λίστα αναμονής, την παραγγελία γεύματος ή ακόμη και την απάντηση σε κοινές ερωτήσεις όπως «έχετε και vegan φαγητό;».

■ **Φωνητική παραγγελία:** Πολλοί χρήστες προτιμούν να χρησιμοποιούν τη φωνητική αναζήτηση για την αναζήτηση κοντινών εστιατορίων. Το Amazon Alex, το Siri και το Google Home είναι μερικές συσκευές που αξιοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για να βοηθήσουν τους χρήστες να παραγγείλουν online με φωνητική αναζήτηση. Η φωνητική παραγγελία επιτρέπει στους πελάτες να κάνουν παραγγελίες χωρίς οθόνες αφής.

■ **Εξατομικευμένες εμπειρίες πελατών:** Στα εστιατόρια, η AI μπορεί να αποθηκεύσει χιλιάδες gigabytes δεδομένων και να προσφέρει προσαρμοσμένες επι-





Από την παραγγελία και το μάρκετινγκ μέχρι τη στελέχωση και τις γνώσεις, η τεχνητή νοημοσύνη βοηθά τους ιδιοκτήτες εστιατορίων να διοικούν τις επιχειρήσεις τους πιο αποδοτικά και αποτελεσματικά

λογές φαγητού στους πελάτες με βάση τις προηγούμενες παραγγελίες τους. Για παράδειγμα, το KFC διαθέτει ακόμη και τεχνολογία αναγνώρισης προσώπου για να εξυπηρετεί τους επαναλαμβανόμενους πελάτες. Τώρα αυτού του είδους η τεχνολογία δεν είναι προσβάσιμη σε όλους, αλλά τα εστιατόρια μπορούν πάντα να χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη για να στοχεύουν το ψηφιακό μάρκετινγκ του μενού τους.

Ο ρόλος της AI στα «πίσω δωμάτια»

■ **Διαχείριση αποθεμάτων:** Η ενσωμάτωση της απογραφής με τα συστήματα POS είναι μια ουσιαστική ικανότητα AI που χρειάζεται κάθε εστιατόριο. Οι ιδιοκτήτες εστιατορίων μπορούν να παρακολουθούν τα δεδομένα αγοράς αποθεμάτων, τα οποία μπορούν να τους βοηθήσουν να αγοράζουν συστατικά πιο αποτελεσματικά. Επιπλέον, τους βοηθά να διασφαλίσουν ότι περιορίζουν τη σπατάλη και ότι το κόστος των τροφίμων παραμένει υπό έλεγχο.

■ **Αυτοματοποιημένο μάρκετινγκ:** Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, οι ιδιοκτήτες εστιατορίων χρειάζονται ένα αξιόπιστο σχέδιο ψηφιακού μάρκετινγκ για να παραμείνουν ένα βήμα μπροστά από τον ανταγωνισμό. Η τεχνητή νοημοσύνη σήμερα τους επιτρέπει να δημιουργούν καλύτερες στρατηγικές μάρκετινγκ, να μεγιστοποιούν τα ποσοστά κλικ και να εκτελούν αποτελεσματικές εκστρατείες στόχευσης για να φέρνουν περισσότερους ανθρώπους στο εστιατόριο. Επιπλέον, όταν γίνεται σωστά, η τεχνητή νοημοσύνη μπορεί να τους βοηθήσει να κάνουν upsell σε τακτικούς πελάτες, χρησιμοποιώντας μια ποικιλία προωθητικών ενεργειών προσαρμοσμένων στις προτιμήσεις τους.

■ **Πρόσληψη και διαχείριση προσωπικού:** Η στελέχωση με προσωπικό αποτελεί σημαντική πρόκληση για κάθε επιχείρηση τροφίμων και ποτών. Η AI μπορεί να βοηθήσει στην πρόσληψη, την εκπαίδευση και τη στελέχωση για τη βελτιστοποίηση του αριθμού των μελών του προσωπικού που απαιτούνται κατά τη διάρκεια κάθε βάρδιας.

■ **Τυποποιημένες διαδικασίες λειτουργίας:** Η τεχνητή νοημοσύνη και η αυτοματοποίηση βοηθούν το προσωπικό να βρει ανωμαλίες μέσα στις τυποποιημένες διαδικασίες λειτουργίας. Τα εστιατόρια χρησιμοποιούν την τεχνητή νοημοσύνη και την επεξεργασία φυσικής γλώσσας (NLP) για να μειώσουν τις ανάγκες εκπαίδευσης των χρηστών για διαδικασίες στο back of house, όπως οι έλεγχοι εξοπλισμού και θερμοκρασίας τροφίμων.

■ **Ακριβείς πληροφορίες βάσει δεδομένων:** Μεγάλες αλυσίδες εστίασης, όπως η McDonald's χρησιμοποιούν τεχνολογία AI για την πρόβλεψη των παραγγελιών τους. Μελετούν ιστορικά δεδομένα σχετικά με το τι παραγγέλνουν περισσότερο οι πελάτες για να προβλέψουν ποια είδη μενού θα παραγγελθούν περισσότερο κατά τις ώρες αιχμής. Αυτή η τεχνολογία μειώνει τον χρόνο που δαπανάται για την προετοιμασία των παραγγελιών και μπορούν να εξυπηρετούν περισσότερους πελάτες στον ίδιο χρόνο.

Όπως μπορείτε να δείτε, η τεχνητή νοημοσύνη παίζει ολοένα και πιο σημαντικό ρόλο στα εστιατόρια - τόσο στο μπροστινό όσο και στο πίσω μέρος του καταστήματος. Από την παραγγελία και το μάρκετινγκ μέχρι τη στελέχωση και τις γνώσεις, η τεχνητή νοημοσύνη βοηθά τους ιδιοκτήτες εστιατορίων να διοικούν τις επιχειρήσεις τους πιο αποδοτικά και αποτελεσματικά και είναι μια εξέλιξη που ουδείς δικαιούται να την αγνοήσει, είτε «μικρός», είτε «μεγάλος».

Συνέντευξη

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΣΕΡΙΦΗΣ*

**CEO Nelios Hotel Digital Marketing Agency - Digital Tourism Expert - Startups Mentor - Public Speaker*

Η τεχνολογία έχει μπει στην ημερήσια ατζέντα

Τα τεχνολογικά εργαλεία οδηγούν στην αισθητή βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη, αλλά και στην ενίσχυση της προβολής της τουριστική επιχείρησης, υπογραμμίζει ο κύριος Σερίφης

Στον **ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ**

Για τη συνεισφορά της τεχνολογίας στον τουρισμό και για τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν για τις επιχειρήσεις συνομιλήσαμε με τον κύριο Δημήτρη Σερίφη ιδρυτή και CEO της Nelios Hotel Digital Marketing Agency.

- Κύριε Σερίφη είναι χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Η τεχνολογία έχει μπει για τα καλά στη ζωή μας και έχει επιφέρει και συνεχίζει να επιφέρει τεκτονικές αλλαγές σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους. Από αυτό -και εσείς το γνωρίζετε καλύτερα- δεν αποτελεί εξαίρεση ο τουριστικός κλάδος. Σε ποιο επίπεδο τεχνολογικά βρίσκεται σήμερα π ελληνικός τουριστικός τομέας;

Η τεχνολογική εξέλιξη του κλάδου είναι εμφανής. Σαφέστατα έχουμε ακόμα πολύ δρόμο μπροστά μας, όμως το σημαντικό είναι ότι η τεχνολογία έχει μπει περισσότερο από ποτέ στην ημερήσια ατζέντα του κλάδου. Βλέπουμε μεγαλύτερη εξοικείωση των στελεχών με τις νέες τεχνολογίες, καλύτερη κατανόηση της υπεραξίας που μπορεί να προσδώσει η τεχνολογία σε έναν τουριστικό οργανισμό και αυτό ακριβώς είναι το κλειδί για τον συνολικό μετασχηματισμό του τουριστικού τομέα.

- Η τεχνολογική αναβάθμιση αφορά όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις; Θα πρέπει όλοι να δώσουν την ίδια έμφαση σε αυτό το κομμάτι; Ακόμα και οι μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις;

Απολύτως για όλες, ίσως για τις μικρότερες είναι σημαντικότερο λόγω περιορισμένων πόρων σε ανθρώπινο δυναμικό. Η τεχνολογία δίνει λύσεις που συμβάλλουν ουσιαστικά στην αυτοματοποίηση, διαχείριση και έλεγχο των καθημερινών διαδικασιών μιας επιχείρησης. Πρακτικά χρησιμοποιώντας τεχνολογικά εργαλεία αναβαθμίζονται σχεδόν όλες οι διαδικασίες τόσο ως προς τον χρόνο ολοκλήρωσής τους, όσο και ως προς τη διασφάλιση της ποιότητάς τους, στοιχεία που οδηγούν στην αναβάθμιση της ίδιας της υπηρεσίας. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα την αισθητή βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη αλλά και την ενίσχυση της προβολής της επιχείρησης.

> *Το CapsuleT αποτελεί τον πυρήνα μιας κοινότητας, η οποία είμαι βέβαιος πως θα προσφέρει σπουδαία πράγματα στην τεχνολογική εξέλιξη του κλάδου*

- Συμμετέχετε στο CapsuleT σαν μέντορας των startup επιχειρήσεων. Πώς εξελίσσεται αυτή η προσπάθεια;

Είναι πραγματικά εντυπωσιακό να βλέπεις νέους ανθρώπους, να έχουν τόση ενέργεια και δημιουργικότητα για να καλύψουν ανάγκες του κλάδου, ακόμα και στις περιπτώσεις που δεν έχουν καμία προηγούμενη εμπειρία με τον τουρισμό. Δεν είναι τυχαίο ότι το CapsuleT διανύει ήδη τον 5ο κύκλο του, με τον κλάδο μας να το έχει αγκαλιάσει, ενώ παράλληλα έχει αποσπάσει διεθνή αναγνώριση. Το πιο σημαντικό όμως από όλα, είναι ότι έχει κερδίσει την εμπιστοσύνη των startups δεδομένου ότι δέχεται 30-40 αιτήσεις ένταξης στο πρόγραμμα, σε κάθε κύκλο. Το CapsuleT αποτελεί τον πυρήνα μιας κοινότητας, η οποία είμαι βέβαιος πως θα προσφέρει σπουδαία πράγματα στην τεχνολογική εξέλιξη του κλάδου.

- Ξενοδοχεία και καταλύματα αντιμετώπισαν την πανδημία και τώρα τον πληθωρισμό και το ενεργειακό κόστος. Η τεχνολογία μπορεί να σταθεί αρωγός για την αντιμετώπιση αυτών των προβλημάτων;

Όπως είπα και πριν η τεχνολογία συμβάλλει καθοριστικά στη βελτίωση εσωτερικών διαδικασιών, την διασφάλιση της ποιότητας των υπηρεσιών, στην πιο στοχευμένη προβολή, στην καλύτερη κατανομή πωλήσεων και πολλά άλλα. Όλα αυτά πρακτικά σημαίνουν για τον ξενοδόχο αύξηση της παραγωγικότητας της ομάδας που ισοδυναμεί με προσέλκυση πιο κερδοφόρων κρατήσεων και κατά συνέπεια αύξηση του ADR, αφού πλέον θα είναι σε θέση να διασφαλίσει ποιοτικές υπηρεσίες και να βελτιώσει τη φήμη του καταλύματος. Όλο αυτό το πακέτο που στηρίζεται στην τεχνολογία, βοηθάει ουσιαστικά στη βιωσιμότητα μιας επιχείρησης ώστε να είναι σε θέση να απορροφήσει περισσότερους κραδασμούς οποιασδήποτε δυσχερούς συγκυρίας.

Thematic Tourism Expo
& Food Festival
LAMIA 2022

THEMATIC TOURISM EXPO
& Food Festival

8-11
DECEMBER 2022

ΜΕ ΤΗΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ

ΔΗΜΟΣ ΛΑΜΙΕΩΝ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΣΤΕΡΕΑΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΦΘΙΩΤΙΔΑΣ

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Σ.Ε.Τ.Κ.Ε
ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΟΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ
MACT MEDIA GROUP

ΜΕΛΟΣ
SETE

211-0129575
info@mact.gr

«Καμπανάκι» για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις

Έντονος προβληματισμός από τους φορείς των ελεύθερων επαγγελματιών και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων για την αποτελεσματικότητα των μέτρων που εξαγγέλθηκαν στη ΔΕΘ. Πολλά και τα θεσμικά προβλήματα που αντιμετωπίζουν

Τον έντονο προβληματισμό τους για την μέχρι σήμερα αντιμετώπιση από την Κυβέρνηση των οικονομικών και θεσμικών ζητημάτων που απασχολούν τους κλάδους των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και των ελευθέρων επιστημόνων-επαγγελματιών, εξέφρασαν σε κοινή Συνέντευξη Τύπου που παραχώρησαν στις 27 Σεπτεμβρίου οι πρόεδροι της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Ελλάδος, του Επαγγελματικό Επιμελητήριο Αθηνών, της Ολομέλειας Προέδρων των Δικηγορικών Συλλόγων Ελλάδος, της Συντονιστικής Επιτροπής Συμβολαιογραφικών Συλλόγων Ελλάδος και της Ομοσπονδίας Δικαστικών Επιμελητών Ελλάδος.

Στη συνέντευξη τύπου που πραγματοποιήθηκε στο Αμφιθέατρο της ΓΣΕΒΕΕ (Αριστοτέλους 46, Αθήνα) οι πρόεδροι των φορέων επεσήμαναν τα σημαντικά προβλήματα των κλάδων τους ζητώντας την άμεση επίλυση τους. Μεταξύ άλλων:

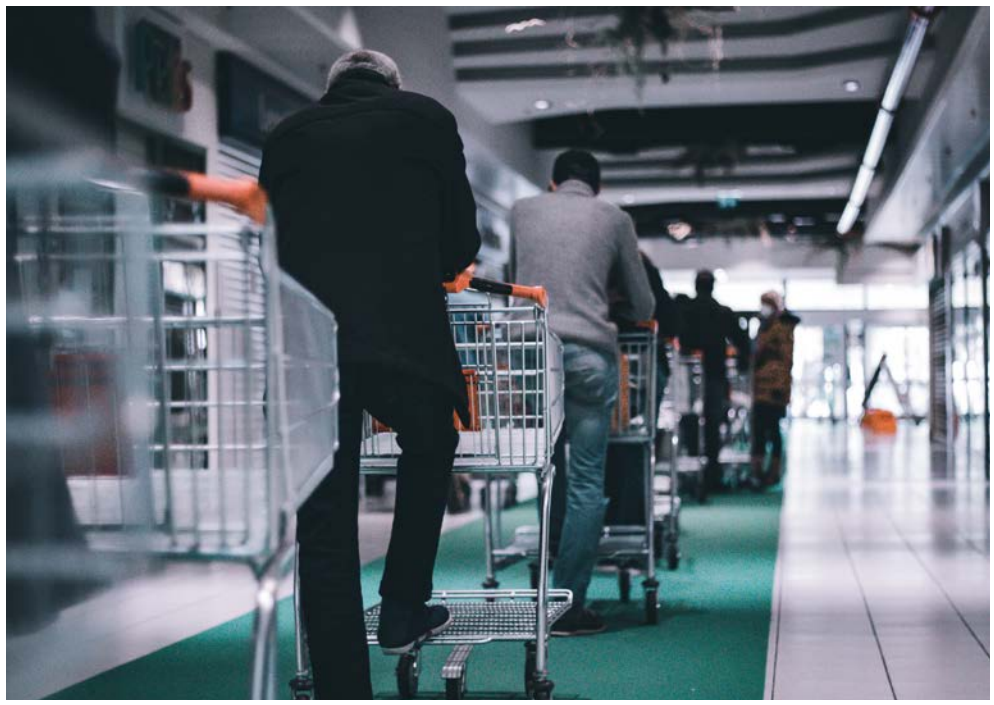
Ο πρόεδρος της Γενικής Συνομοσπονδίας Επαγγελματιών Βιοτεχνών και Εμπόρων Ελλάδας (ΓΣΕΒΕΕ) κ. Γιώργος Καββαθάς τόνισε ότι «είναι εμφανής η εστίαση των μέτρων που ανακοινώθηκαν στη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης από την Κυβέρνηση στην βραχυπρόθεσμη και πιθανότατα προσωρινή ενίσχυση των εισοδημάτων και των επιπτώσεων της ακρίβειας, αλλά είναι ένα ερώτημα πόσο έγκαιρα ελήφθησαν και πόσο επαρκή θα είναι. Ένα σημαντικό τμήμα της ελληνικής οικονομίας βρίσκεται εκτός της κύριας κυβερνητικής στόχευσης σχετικά με την καταπολέμηση των επιπτώσεων της ακρίβειας και αυτό το τμήμα είναι οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις.

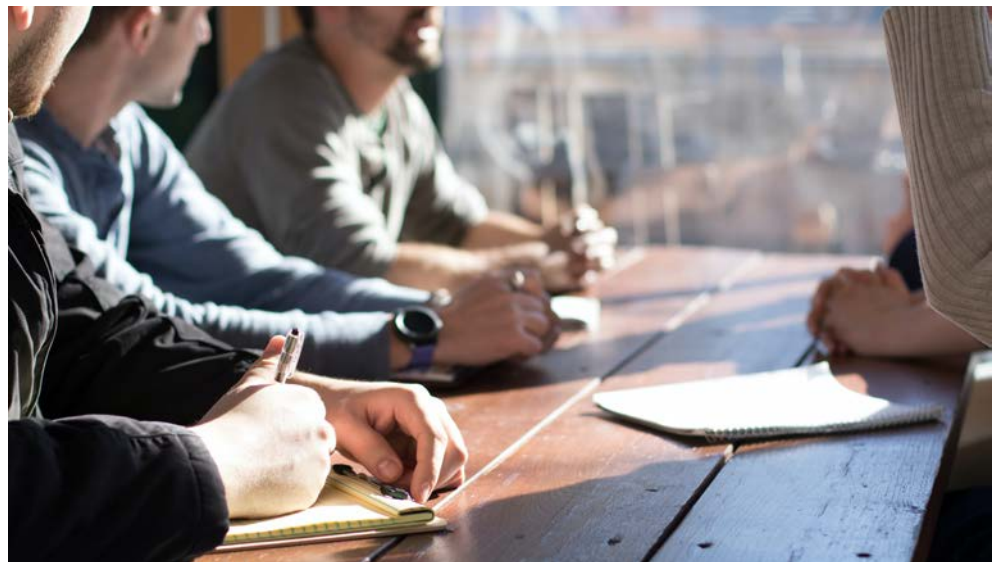
Τα κυβερνητικά μέτρα κινήθηκαν σε προεκλογικούς ρυθμούς με ένα σημαντικό μέρος των εξαγγελιών να έχει επιδοματικό χαρακτήρα, ενώ στη συντριπτική τους πλειονότητα δεν τόλμησαν δομικού χαρακτήρα παρεμβάσεις. Κάθε παρέμβαση ενίσχυσης των εισοδημάτων, έμμεση ή άμεση είναι καλοδεχούμενη, ιδίως όταν αυτή η ενίσχυση κατευθύνεται σε κατηγορίες συμπολιτών μας με υψηλή οριακή ροπή προς κατανάλωση, όπως είναι οι χαμηλό-συνταξιούχοι και τα ευάλωτα νοικοκυριά. Ζητούμενο ωστόσο είναι κατά πόσο αυτά τα χρήματα θα «πέσουν» στην αγορά για να ανακόψουν την υφεσιακή τροχιά στην οποία έχουμε εισέλθει και δεν θα χρησιμοποιηθούν για να καλύψουν κυρίως μέρος της εξελισσόμενης κρίσης ιδιωτικού χρέους προς τράπεζες, παρόχους ενέργειας, αλλά και προς το ίδιο το Δημόσιο. Δυστυχώς οι κυβερνητικές εξαγγελίες δεν άγγιξαν πολύ κρίσιμα θέματα της αγοράς όπως η ρύθμιση χρέους προς τον ιδιωτικό τομέα, το Δημόσιο και τις τράπεζες ή η ενίσχυση της ρευστότητας ή τα αυξανόμενα λειτουργικά κόστη και κόστη πρώτων υλών των επιχειρήσεων».

Ο πρόεδρος του Επαγγελματικού Επιμελητηρίου (ΕΕΑ) κ. Ιωάννης Χατζηθεοδοσίου υπογράμμισε ότι «αν δεν υπάρξουν εδώ και τώρα μέτρα πραγματικής στήριξης των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, αυτός ο χειμώνας θα είναι ο τελευταίος για πολλές από αυτές. Τα μέτρα αυτά θα πρέπει να έχουν διττή στόχευση. Από τη μία στη μείωση των τιμών και της ενέργειας και γενικότερα προϊόντων και υπηρεσιών και παράλληλα στην ενίσχυση των επιχειρήσεων μας ώστε επιβιώνοντας σήμερα, να έχουν προοπτικές ανάπτυξης αύριο. Αναφέρω συνοπτικά ποια είναι τα μέτρα που κατά τη γνώμη μας πρέπει να εφαρμοστούν άμεσα:

- Να επιβληθεί πλαφόν στην τιμή της ενέργειας,
- Να μειωθεί ο Ειδικός Φόρος Κατανάλωσης στα καύσιμα,
- Να μειωθεί ο ΦΠΑ σε βασικά αγαθά από το 13% στο 6%,
- Να θεσπιστούν 120 δόσεις για το σύνολο των οφειλών, ώστε να αποφευχθεί ένα μαζικό κύμα χρεοκοπιών για τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις.

Πολύ σημαντική σχετικά με το «αύριο» των μικρομεσαίων επιχειρήσεων, είναι η κατεύθυνση των πόρων του ΕΣΠΑ και του





Ταμείου Ανάκαμψης και προς αυτές, οι οποίες μέχρι και αυτή την στιγμή παραμένουν αποκλεισμένες από το τραπεζικό μας σύστημα. Όσο δεν ενισχύεται η ρευστότητα της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας, τόσο αυξάνονται οι κίνδυνοι για αυτήν. Σε καμία οικονομία του κόσμου δεν μπορεί να «ανθίσει» η επιχειρηματική δραστηριότητα με επιχειρήσεις που βρίσκονται μακριά από χρηματοδοτικά εργαλεία», υπογράμμισε ο Πρόεδρος του Ε.Ε.Α. ενώ ιδιαίτερη αναφορά έκανε για τον κίνδυνο των αυξημένων εισφορών από τις αρχές του 2023 και για το μεγάλο κοινωνικό πρόβλημα που «ακουμπά» και τους μικρομεσαίους σχετικά με την μη καταβολή συντάξεων αν υπάρχει οφειλή του δικαιούχου πάνω από 20.000 ευρώ.

Ο πρόεδρος της Ολομέλειας Προέδρων των Δικηγορικών Συλλόγων Ελλάδος, Δημήτρης Βερβεσός (πρόεδρος ΔΣΑ) επισήμανε πως: «ελεύθεροι επαγγελματίες οι επιστήμονες και οι μικρομεσαίοι σε οικονομικό διωγμό. Βρίσκονται ανάμεσα στη Σκύλα της ακρίβειας και του πληθωρισμού και τη Χάρυβδη του δραματικού περιορισμού των εισοδημάτων τους. Αγνοήθηκαν πλήρως από τον Πρωθυπουργό στις εξαγγελίες της ΔΕΘ. Έγιναν 300.000 λιγότερες δικηγορικές πράξεις το 2020 σε σύγκριση με το 2019, 100.000 λιγότερες το 2021 και ήδη μέχρι 30/9 υπολείπονται κατά 460.000 το 2022». Παράλληλα ζήτησε:

- Αναστολή αύξησης ασφαλιστικών εισφορών για το 2023,
- Κατάργηση ή άλλως αναλογική μείωση του τέλους επιτηδεύματος,
- Εφαρμογή της μνημονιακής δέσμευσης για απαλλαγή του ΦΠΑ ως τις 25 χιλιάδες ευρώ,
- Χορήγηση κινήτρων σε νέους επαγγελματίες , μέσω ΕΣΠΑ για δημιουργία ατομικών επιχειρήσεων ή εταιρειών,
- Επιβολή πιστοποιητικού βαρών στις εμπράγματες δίκες,
- Χορήγηση επιδόματος μητρότητας σε ελεύθερους επαγγελματίες μέσω του κανονισμού παροχών του ΕΦΚΑ.

Ο πρόεδρος της Συντονιστικής Επιτροπής Συμβολαιογραφικών Συλλόγων Ελλάδος (ΣΣΕΑΠΑΔ) κ. Γεώργιος Ρούσκας επισήμανε,

- Ως προς τις ασφαλιστικές εισφορές, ότι θα πρέπει να επανεξεταστεί από την Κυβέρνηση η αύξησή τους από 01.01.2023 κατά 10% σύμφωνα με τον ασφαλιστικό νόμο «Βρούτση» λόγω τιμαριθμικής προσαρμογής καθώς ήδη αρκετοί ασφαλισμένοι αδυνατούν να εκπληρώσουν τις υπάρχουσες ασφαλιστικές υποχρεώσεις τους.
- Ως προς τους φορολογικούς συντελεστές, ότι θα πρέπει τουλάχιστον να εξισωθούν με αυτές των επιχειρήσεων. Δεν μπορεί οι επιχειρήσεις να έχουν ευνοϊκότερους συντελεστές.
- Ως προς τους πλειστηριασμούς, ότι θα πρέπει, επιτέλους, η Πολιτεία να θεσπίσει κριτήρια για τον ορισμό της πρώτης κατοικίας καθώς και για τον ακριβή ορισμό της «ευαλωτότητας» του οφειλέτη.
- Ως προς το τέλος επιτηδεύματος, ότι πρόκειται για φόρο που πρέπει να καταργηθεί καθώς επιβάλλεται ανεξαρτήτως εισοδήματος και φοροδοτικής ικανότητας.

Ως προς την ψηφιοποίηση, ότι ο Έλληνας Συμβολαιογράφος στο πλαίσιο της ηλεκτρονικής διακυβέρνησης έχει επωμιστεί το βάρος πλήθους εργασιών και αρμοδιοτήτων του Ελληνικού Δημοσίου που δεν αρνείται να εκτελέσει. Εν τούτοις το Ελληνικό Δημόσιο δεν έχει φροντίσει να οργανώσει τις Υπηρεσίες του με αποτέλεσμα να δυσχεραίνεται ο συμβολαιογράφος στην άσκηση του λειτουργήματός του. Παράδειγμα επί αυτού αποτελεί το Κτηματολόγιο, στο οποίο ενώ έγιναν βήματα προόδου προς την ψηφιοποίηση των υπηρεσιών του, εντούτοις, κυρίως, η υποστελέχωση των Υπηρεσιών του Φορέα και των Κτηματολογικών Γραφείων ανατρέπει τα θετικά αποτελέσματα της ψηφιοποίησης, προκαλεί καθυστερήσεις στους χρόνους ολοκλήρωσης της συναλλαγής, δημιουργεί προβλήματα στην δανειοδότηση των ενδιαφερομένων και κατ' επέκταση στην ίδια την συναλλαγή και επιτείνει την ταλαιπωρία των συναλλασσόμενων.

Από την Ομοσπονδία Δικαστικών Επιμελητών Ελλάδος, η γεν. γραμματέας κυρία Βουζούκη εκπροσωπώντας τον πρόεδρο κ. Νικόλαο Γιάννη ζήτησε :

- Την κατάργηση του τέλους επιτηδεύματος,
- Την ένταξη σε προγράμματα ΕΣΠΑ για δημιουργία και αναβάθμιση Ατομικών επιχειρήσεων και Αστικών Εταιρειών,
- Την αναστολή αύξησης των ασφαλιστικών εισφορών,
- Την θέσπιση επιδόματος μητρότητας σε ελεύθερους επαγγελματίες,
- Τη θέσπιση 120 δόσεων για φορολογικές και ασφαλιστικές οφειλές,
- Την αύξηση των αμοιβών των δικαστικών επιμελητών.

Το στοίχημα της βιωσιμότητας

Η εν εξελίξει αλλαγή του μοντέλου της τουριστικής μας ανάπτυξης συνάδει με τους όρους του **αειφόρου τουρισμού;**

Περί Τουρισμού... ο λόγος

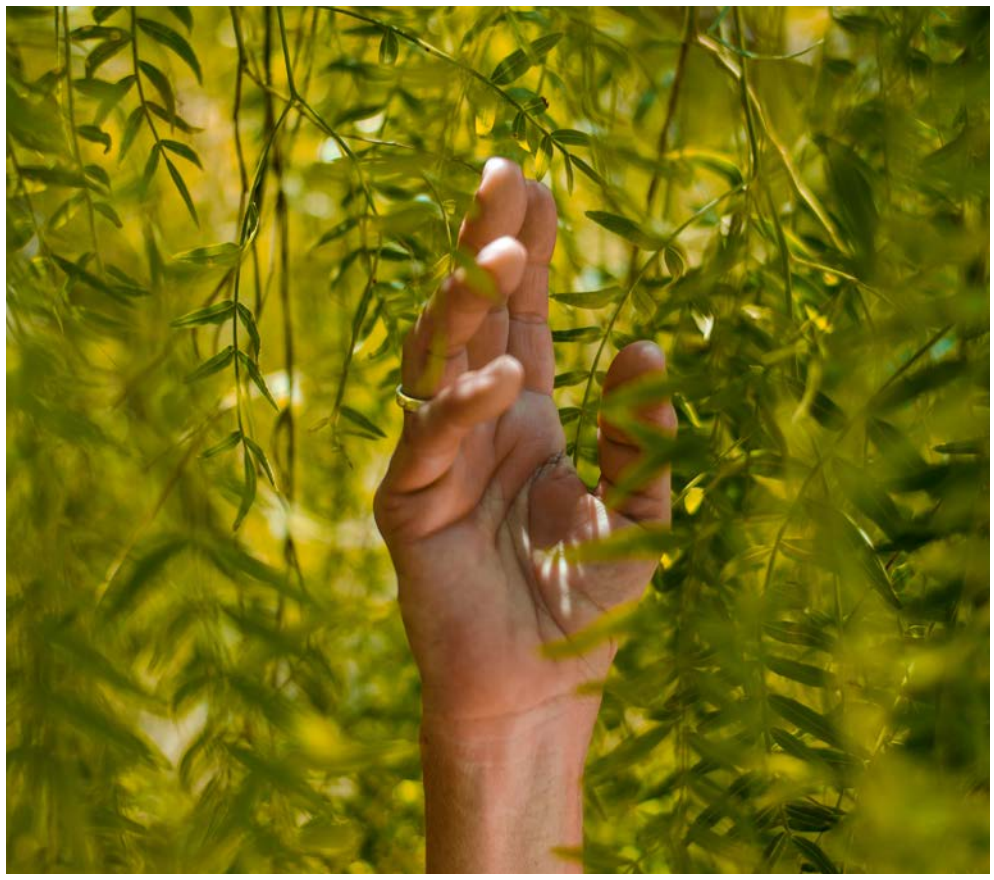
Γράφει ο
Χρήστος Αναστασόπουλος
Οικονομολόγος, MSc

Αν και τυγχάνει συχνής αναφοράς, η έννοια του αειφόρου τουρισμού προκαλεί σύγχυση τόσο ως προς τον ορισμό όσο και ως προς το περιεχόμενό της. Σύμφωνα με τη συνήθη λανθασμένη προσέγγισή του, αφορά μόνο ζητήματα που άπτονται του περιβάλλοντος και της προστασίας του. Στην πραγματικότητα όμως, ο αειφόρος ή βιώσιμος τουρισμός (sustainable tourism) είναι πολυδιάστατη έννοια. Είναι, σύμφωνα με τον UNWTO, «ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη του τις υφιστάμενες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επισκεπτών, του κλάδου και των κοινοτήτων στους προορισμούς υποδοχής».

Το υφιστάμενο μοντέλο του τουρισμού αλλάζει τα τελευταία χρόνια με ρυθμό που επιταχύνθηκε λόγω της πανδημίας. Νέες μορφές τουρισμού αναπτύσσονται, όπως ο τουρισμός πόλεων (city break), ο ασημένιος τουρισμός (silver tourism) και αυτός που αφορά τους ψηφιακούς νομάδες (digital nomads), διαμορφώνοντας ένα διαφορετικό περιβάλλον. Παράλληλα, κάποιες από τις υφιστάμενες μορφές, όπως αυτή του Τουρισμού Κρουαζιέρας, επεκτείνονται. Δυστυχώς όμως, το μοντέλο δεν αλλάζει ριζικά, δεν λαμβάνει τα επιθυμητά χαρακτηριστικά ώστε να ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του αειφόρου τουρισμού, έτσι όπως αυτός ορίστηκε παραπάνω. Η εμπειρία από το παρελθόν, οι παθογένειες και οι αρνητικές επιπτώσεις του μαζικού τουρισμού καθώς και τα διδάγματα της πανδημίας, δεν φαίνεται να οδηγούν σε μια διαφορετική φιλοσοφία, σε μια διαφορετική προσέγγιση της τουριστικής ανάπτυξης. Αναδύεται ένα μοντέλο στο οποίο συνυπάρχει ο μαζικός τουρισμός - όπως τον γνωρίζουμε, αλλά σε περιορισμένη έκταση σε σχέση με το παρελθόν - με άλλες μορφές τουρισμού που μοιράζονται ορισμένα κοινά χαρακτηριστικά μαζί του αλλά και που διαφοροποιούνται από αυτόν. Ένα νέο μοντέλο που, σε έναν βαθμό, διορθώνει ορισμένες παθογένειες του παλιού αλλά και που ταυτόχρονα προκαλεί καινούργιες.

Η επιλογή του all inclusive τουρισμού και των ταξιδιών σε group υποχωρεί μεν - τόσο ως αποτέλεσμα της πανδημίας όσο και της αλλαγής της νοοτροπίας των ταξιδιωτών - αλλά παραμένει ακόμη δημοφιλής σε επισκέπτες με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά. Ταυτόχρονα, η υψηλή διαθεσιμότητα πτήσεων χαμηλού κόστους, η λειτουργία σιδηροδρομικών δικτύων υψηλής ταχύτητας, η ανάπτυξη της οικονομίας του διαμοιρασμού, ιδιαίτερα το σκέλος της που αφορά τη βραχυχρόνια μίσθωση και η ανάπτυξη του διαδικτύου, μέσω του οποίου αντλούνται στοιχεία για τους προορισμούς, τη μετάβαση, τη διαμονή και πλήθος άλλων πληροφοριών, δίνουν τη δυνατότητα σε πλήθος μεμονωμένων επισκεπτών να διαμορφώνουν οι ίδιοι το ταξίδι τους και να του προσδίδουν τα χαρακτηριστικά που επιθυμούν. Αναμφίβολα, η εξέλιξη αυτή έχει κάποιες θετικές επιπτώσεις. Όπως στην περίπτωση της ανάπτυξης της βραχυχρόνιας μίσθωσης ακινήτων που έχει θετικό αντίκτυπο στις τοπικές οικονομίες επειδή αυξάνει τον αριθμό των επισκεπτών, αυξάνει τις επενδύσεις για εκμετάλλευση ακινήτων, δημιουργεί συμπληρωματικά εισοδήματα για ιδιώτες – νοικοκυριά και επειδή τα προκύπτοντα οικονομικά οφέλη διαχέονται στην κοινωνία με δικαιότερο τρόπο έναντι εναλλακτικών επιλογών.

Παρόλα αυτά, η εξέλιξη αυτή, υπό συνθήκες, οδηγεί και πάλι σε έναν τουρισμό που προσιδιάζει σε αυτόν του μαζικού, έναν τουρισμό που συχνά χαρακτηρίζεται από την ύπαρξη μεγάλου αριθμού επισκεπτών σε περιορισμένο χώρο και χρόνο, με όσα συνεπάγεται αυτό. Η συνεπαγόμενη των ψηφιακών πλατφόρμων βραχυχρόνιας μίσθωσης ύπαρξη πολλών και φθηνών καταλυμάτων μαζί με την ανάπτυξη των χαμηλού κόστους αεροπορικών εταιριών και του Τουρισμού Κρουαζιέρας, θεωρούνται οι κυριότεροι παράγοντες της έκτασης και της έντασης που έχει λάβει το φαινόμενο του «Υπερτουρισμού» σε πλήθος ευρωπαϊκές πόλεις στις οποίες αναπτύσσονται κοινωνικά κινήματα, οι διαδη-



λώσεις των μόνιμων κατοίκων κλιμακώνονται και οι αρχές πασχίζουν να περιορίσουν το πρόβλημα. Στις περιβαλλοντικές επιπτώσεις που προκαλεί, συγκαταλέγονται η υπερβολική χρήση των φυσικών πόρων, η κατακόρυφη και πολλές φορές μη διαχειρίσιμη αύξηση των απορριμμάτων, η αύξηση της δόμησης εις βάρος του φυσικού περιβάλλοντος και η διατάραξη των οικοσυστημάτων των πληττόμενων περιοχών. Ενώ, μεταξύ των κοινωνικών επιπτώσεων συμπεριλαμβάνονται η δυσκολία εύρεσης μόνιμης κατοικίας, οι σημαντικές αυξήσεις στα ενοίκια και στις τιμές αγαθών και υπηρεσιών, ο συνωστισμός, ο θόρυβος και η αλλοίωση ολόκληρων γειτονιών που έχουν ως απόρροια τη μετεγκατάσταση κατοίκων σε περιοχές εκτός του κέντρου ή και εκτός της πόλης και την ανάπτυξη ενός αξιοσημείωτου κοινωνικού φαινομένου, αυτού της «τουρισμοφοβίας». Ενώ, σημαντική επίπτωση αποτελεί και η υποβάθμιση της εμπειρίας των ίδιων των επισκεπτών, η οποία θέτει σε κίνδυνο τη βιωσιμότητα της τουριστικής ανάπτυξης των προορισμών που χαρακτηρίζονται από το φαινόμενο, «σπρώχνοντάς» τους στο τελευταίο και ανεπιθύμητο στάδιο του κύκλου ζωής τους, αυτού της παρακμής. Ο Υπερτουρισμός συνιστά «εχθρό» της αυθεντικής εμπειρίας που, όπως καταδεικνύει πλήθος ερευνών, είναι βασικό κριτήριο επιλογής προορισμού από ολοένα και περισσότερους ταξιδιώτες.

Όσα αναφέρθηκαν παραπάνω ισχύουν λίγο πολύ και στη χώρα μας. Ο μαζικός τουρισμός στην γνωστή του μορφή συνεχίζει να υφίσταται έστω και «ψαλιδισμένος». Πόλεις που καθίστανται δημοφιλείς city break προορισμοί αρχίζουν, λόγω έλλειψης οριοθέτησης, να μαστίζονται από αυξημένες ροές επισκεπτών με επακόλουθο την υπέρβαση της τουριστικής φέρουσας ικανότητάς τους και την εμφάνιση τελικά του φαινομένου τον υπερτουρισμού. Η επέκταση του φαινομένου της βραχυχρόνιας μίσθωσης επεκτείνεται με γοργούς ρυθμούς και υφίστανται ήδη αστικά κέντρα, όπως η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη, τα Χανιά, η Καλαμάτα αλλά και νησιωτικές περιοχές, όπου οι αρνητικές επιπτώσεις του ιδιαίτερα στο στεγαστικό επίπεδο είναι φανερές. Με την έλλειψη διαμερισμάτων για μακροχρόνια ενοικίαση και υπέρογκες τιμές ενοικίασης, σε όσα διατίθενται, έρχονται αντιμέτωποι μόνιμοι κάτοικοι αυτών των προορισμών αλλά και φοιτητές, ιατροί, εκπαιδευτικοί και περιστασιακοί εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα. Από την άλλη μεριά, η ανάπτυξη του Τουρισμού Κρουαζιέρας, αυτής της ακραίας εκδοχής μαζικού τουρισμού, της διευρυμένης all inclusive λογικής, προκαλεί σημαντικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις και επιπτώσεις στην υγεία, όπως καταδεικνύουν έρευνες (όπως αυτές στην Κέρκυρα και στον Πειραιά), καθώς και σημαντική υπέρβαση της Τουριστικής Φέρουσας Ικανότητας (ΤΦΙ) προορισμών, με χαρακτηριστικό παράδειγμα το νησί της Σαντορίνης. Με όρους κόστους - οφέλους, συνυπολογίζοντας το γεγονός πως οι επισκέπτες δαπανούν ελάχιστα στους προορισμούς, όλες τις προαναφερόμενες επιπτώσεις, αλλά και τις δαπάνες όπως αυτές που απαιτούνται για υποδομές στα λιμάνια, το αποτέλεσμα δεν είναι θετικό. Παράλληλα, σε ορισμένα νησιά των Κυκλάδων, με αντιπροσωπευτικότερη περίπτωση αυτή της Μυκόνου, αναπτύσσεται ένας ιδιότυπος τουρισμός για λίγους, που αφορά επισκέπτες με ιδιαίτερα υψηλή οικονομική δυνατότητα, εξέλιξη που πέρα των άλλων συνεπειών οδηγεί σε αποκλεισμό τη συντριπτική πλειοψηφία των Ελλήνων. Επίσης, η επέκταση της τουριστικής δραστηριότητας στο χώρο και στο χρόνο παραμένει στο επίπεδο των προγραμματικών δηλώσεων και προθέσεων. Η τουριστική δραστηριότητα συνεχίζει να ασκείται λίγους μήνες το χρόνο και σε μικρό μόνο μέρος της επικράτειας, παρά τις τεράστιες δυνατότητες της χώρας μας και στα δύο επίπεδα. Ενώ, οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού που προσιδιάζουν στη φιλοσοφία και στις πρακτικές του αειφόρου τουρισμού, αναπτύσσονται μεν, με σημαντικό πλέον αριθμό εξαιρετικών πρακτικών, αλλά όχι με οργανωμένο τρόπο, τον ρυθμό ανάπτυξης, στην έκταση και στον βαθμό που απαιτείται.

Ο σχεδιασμός ενός μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης με επίκεντρο τον άνθρωπο και την αειφορία, η εφαρμογή του οποίου θα έχει αποτέλεσμα μια ήπια, βιώσιμη, πράσινη και δίκαιη ανάπτυξη παραμένουν ζητούμενα!

Επιστρέφοντας στην αρχή του κειμένου, όπου αναφέρθηκε ο ορισμός του αειφόρου τουρισμού, από όσα προαναφέρθηκαν γίνεται αντιληπτό πως η εξέλιξη της τουριστικής μας ανάπτυξης δεν ανταποκρίνεται στις επιταγές του. Στην κατεύθυνση ανταπόκρισης απαιτούνται, μεταξύ άλλων,: α) η υιοθέτηση διαφορετικής φιλοσοφίας και αξιακού πλαισίου β) η διαμόρφωση κατάλληλης κουλτούρας, με την απόκτηση τουριστικής συνείδησης τόσο από τους ιθύνοντες, τους επαγγελματίες και τους κατοίκους του προορισμού όσο και, στην ιδανική περίπτωση, από τους ίδιους τους επισκέπτες, γ) ο στρατηγικός τρόπος σκέψης και δράσης που, υπό προϋποθέσεις και σε έναν βαθμό, διασφαλίζεται με τη σύσταση ενός Οργανισμού Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού (DMMO) και δ) η χρήση στη χάραξη τουριστικής πολιτικής του εργαλείου της Φέρουσας Ικανότητας, η οποία, σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού, είναι ο μέγιστος αριθμός ατόμων που μπορούν να επισκεφθούν ταυτόχρονα έναν τουριστικό προορισμό, χωρίς να προκαλείται καταστροφική επίπτωση στο φυσικό, οικονομικό και κοινωνικοπολιτιστικό περιβάλλον καθώς και μείωση της ικανοποίησης των επισκεπτών.

Εν κατακλείδι, ο σχεδιασμός ενός μοντέλου τουριστικής ανάπτυξης με επίκεντρο τον άνθρωπο και την αειφορία, η εφαρμογή του οποίου θα έχει αποτέλεσμα μια ήπια, βιώσιμη, πράσινη και δίκαιη ανάπτυξη παραμένουν ζητούμενα!

ΑΕΡΟ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Σύμφωνα με σχετική ανακοίνωση εγκρίθηκε το λιμάνι των Ψαρών όπου μπορούν τα υδροπλάνα να προβούν σε πτητική λειτουργία. Η εταιρεία Υδατοδρόμια Χίου Ψαρών Οινουσσών, θυγατρική της Hellenic Seaplanes βρίσκεται στα τελικά στάδια για την έναρξη κατασκευής των υποδομών στα παραπάνω νησιά με συνεννόηση με το λιμενικό ταμείο της Χίου Ψαρών και Οινουσσών, τους δημάρχους των νησιών, κ. Κάρμαντζη, κ. Βρατσάνο, κ. Δανιήλ και τον Περιφερειάρχη Β. Αιγαίου, κ. Κώστα Μουτζούρη.

Με τη λήψη της έγκρισης για το λιμένα Ψαρών έγινε η αρχή ώστε να ενισχυθεί αποφασιστικά το επιχειρησιακό περιβάλλον των υδροπλάνων στο Βόρειο Αιγαίο.

Χορηγήθηκε επίσης η άδεια ίδρυσης του υδατοδρομίου Κυλλήνης με κοινή Υπουργική Απόφαση του Υφυπουργού Υποδομών και Μεταφορών, αρμόδιου για τις Μεταφορές κ. Μιχάλη Παπαδόπουλου, του Υπουργού Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής κ. Ιωάννη Πλακιωτάκη και του Υφυπουργού Οικονομικών κ. Απόστολου Βεσυρόπουλου.

Αναφορικά με το αδειοδοτημένο πλέον υδατοδρόμιο Κυλλήνης ο Υφυπουργός Μεταφορών και Υποδομών, κ. Παπαδόπουλος δήλωσε: «Η περιοχή της Δυτικής Πελοποννήσου αποκτά σήμερα τις προϋποθέσεις για τη δημιουργία μιας επιπλέον υποδομής, η οποία θα επιτρέψει τη λειτουργία ενός ακόμη νέου μεταφορικού μέσου στο λιμάνι της Κυλλήνης. Μαζί με την Καλαμάτα, την Κέρκυρα και τους Παξούς, αλλά και την Πάτρα, αναπτύσσεται σταθερά ένα δίκτυο που μπορεί να υποστηρίξει τις πτήσεις υδροπλάνων στην ευρύτερη περιοχή, η οποία γνωρίζει αλματώδη τουριστική ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια».

Ο Δήμαρχος Ψαρών κ. Βρατσάνος μετά την έγκριση του υδάτινου πεδίου αναφερόμενος στο θέμα δήλωσε: «Είμαστε πολύ χαρούμενοι για την έγκριση του Υδάτινου Πεδίου στα Ψαρά το πρώτο στο Βόρειο Αιγαίο, η οποία είναι μια εξαιρετικά ευέλικτη λύση εξυπηρέτησης πτήσεων υδροπλάνων για τους κατοίκους αλλά και επισκέπτες του νησιού. Η εταιρεία «Υδατο-

Ο Υφυπουργός Μεταφορών και Υποδομών, κ. Μιχάλης Παπαδόπουλος

Ο Δήμαρχος του δήμου Ανδραβίδας -Κυλλήνης, κ. Γιάννης Λέντζας

Ο Δήμαρχος Ψαρών κ. Κώστας Βρατσάνος

Ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Hellenic Seaplanes, κ. Νικόλας Χαραλάμπους

δρόμια Χίου Ψαρών & Οινουσσών», φορέας Διαχείρισης του υδατοδρομίου, ανέλαβε τη πρωτοβουλία να προχωρήσει στην διαδικασία έγκρισης υδάτινου πεδίου και είναι σε στενή συνεργασία με τον Δήμο μας και το Λιμενικό ταμείο για την ανάπτυξη του υδατοδρομίου το αμέσως επόμενο διάστημα.»

Ο Δήμαρχος του δήμου Ανδραβίδας-Κυλλήνης, κ. Γιάννης Λέντζας μετά την ανακοίνωση της άδειας υδατοδρομίου ανέφερε χαρακτηριστικά: «Είχαμε την χαρά να λάβουμε την αδειοδότηση του υδατοδρομίου της Κυλλήνης την προηγούμενη εβδομάδα. Δημοτική αρχή και Hellenic Seaplanes μπαίνουμε στις συζητήσεις για τα τεχνικά θέματα που αφορούν την ομαλή λειτουργία του υδατοδρομίου όπως και τα μετέπειτα βήματα που πρέπει να γίνουν, ώστε να έρθει η καινούρια μορφή συγκοινωνίας, τα υδροπλάνα, που με τη σειρά τους θα φέρουν τουριστική και οικονομική ανάπτυξη στην ευρύτερη περιοχή. Υπάρχει η πρόθεση επιτάχυνσης των διαδικασιών τόσο από τη Δημοτική Αρχή όσο και από την ίδια την Κυβέρνηση ώστε να εξασφαλίσουμε την λειτουργία του υδατοδρομίου της Κυλλήνης με τη νέα σεζόν. Σκοπός μας είναι η Κυλλήνη να γίνει σημείο αναφοράς για τη Δυτική Ελλάδα και την Πελοπόννησο και η λειτουργία του υδατοδρομίου να αποτελέσει πυλώνα ανάπτυξης της ευρύτερης περιοχής».

Στα Ψαρά επιτρέπεται να πραγματοποιούνται καθημερινά μέχρι έξι ζεύγη πτήσεων ανά αεροπορική εταιρεία υδροπλάνων. Η Κυλλήνη με το στρατηγικής σημασίας λιμάνι της θα παίξει ρόλο κλειδί για την διασύνδεση με τα υδατοδρόμια Επτανήσων και Δυτικής Ελλάδας, αλλά μπορεί παράλληλα να παρέχει νέα τουριστικά προϊόντα

Με τις νέες εξελίξεις ο Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της Hellenic Seaplanes, κ. Νικόλας Χαραλάμπους ανέφερε: «Σήμερα το δίκτυο υδατοδρομίων έχει μεγαλώσει καλωσορίζοντας τα Ψαρά και την Κυλλήνη. Στα Ψαρά ως εγκεκριμένο Υδάτινο Πεδίο επιτρέπεται, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία, να πραγματοποιούνται καθημερινά μέχρι έξι ζεύγη πτήσεων (προσθαλάσσωση - αποθαλάσσωση) ανά αεροπορική εταιρεία υδροπλάνων. Επιπλέον, των έξι ζευγών πτήσεων, επιτρέπονται οι πτήσεις γενικής αεροπορίας, οι πτήσεις για αεροδιακομιδή, πυρόσβεση, έρευνα και διάσωση, καθώς και οι περιπτώσεις έκτακτης ανάγκης. Τα Ψαρά είναι ένα νησί με ιστορία και πολλές προοπτικές αναφορικά με την αναβάθμιση της τουριστικής του ταυτότητας. Η έγκριση του υδάτινου πεδίου στα Ψαρά θα μπορούσαμε να πούμε ότι “ανοίγει το χορό” και για τα υπόλοιπα νησιά του Βορείου Αιγαίου ώστε να αποκτήσουν υδάτινο πεδίο ή υδατοδρόμιο. Στον αντίποδα η Κυλλήνη με το στρατηγικής σημασίας λιμάνι της θα παίξει ρόλο κλειδί για την διασύνδεση με τα υδατοδρόμια Επτανήσων και Δυτικής Ελλάδας αλλά μπορεί παράλληλα να παρέχει νέα τουριστικά προϊόντα όπου πλέον στηρίζεται πολύ η χώρα μας, όπως ο τουρισμός κρουαζιέρας και ο συνδυασμός του με τις περιηγητικές πτήσεις των υδροπλάνων».

Οι θετικές εξελίξεις για το υδατοδρόμιο της Κυλλήνης και τα Ψαρά έρχονται να προστεθούν στα αισιόδοξα νέα που ανακοινώθηκαν κατά την περίοδο του Αυγούστου και αφορούσαν το Πόρτο Χέλι και την Ερμιονίδα καθώς αναμένονται νέες ανακοινώσεις αδειοδότησης και λειτουργίας υδατοδρομίων της Hellenic Seaplanes σε Πελοπόννησο, Κυκλάδες, και Εύβοια, αλλά και την προετοιμασία συμμετοχής της εταιρείας σε νέους διαγωνισμούς.

Πανηγύρι επιστήμης στο Φεστιβάλ Γρίφων Καστελλόριζου

Γρίφους, βιωματικά εργαστήρια, επιστημονικές δράσεις, μαθηματικά τρυκ, Stand up Science για παιδιά και όχι μόνο ήταν μερικές από τα όσα υπέροχα συνέβησαν στο Φεστιβάλ, το οποίο έρχεται στην Πάτρα τον Οκτώβριο και στην Αθήνα τον Δεκέμβριο

Η επέρασε κάθε προσδοκία η επιτυχία του 2ου Φεστιβάλ Γρίφων Καστελλόριζου, που διοργανώθηκε για δεύτερη χρονιά, από τις 22 μέχρι τις 25 Σεπτεμβρίου. Το μοναδικό Φεστιβάλ Γρίφων Καστελλόριζου/Παιγνίδια Επιστήμης, κέντρισε το ενδιαφέρον των μαθητών του νησιού, μαθητών από τη Ρόδο αλλά και των εκπαιδευτικών και επισκεπτών του νησιού. Τις μέρες του Φεστιβάλ ο Καστελλόριζο έζησε ένα πραγματικό πανηγύρι επιστήμης.

Τι είδαμε στο Φεστιβάλ Γρίφων:

Γρίφους, βιωματικά εργαστήρια, επιστημονικές δράσεις, μαθηματικά τρυκ, Stand up Science για παιδιά και όχι μόνο, εκθέσεις απτικών γρίφων, κινηματογραφικά/μουσικά εργαστήρια, αγώνες γρίφων και εκπαιδευτικά προγράμματα που συνδύασαν την Τέχνη και την Επιστήμη.

Ακόμη, ξεναγήσεις στο Μουσείο Γρίφων, πεζοπορία, αστροπαρατήρηση, ηλιοπαρατήρηση, φαντάσματα που... βγήκαν στους δρόμους, παραμύθια, χορευτικά, και μια εξαιρετική συναυλία με την Σουζάνα και την Ελένη Βουγιουκλή

Μεγάλη προσφορά στο νησί ήταν η πρωτοβουλία της οργανωτικής επιτροπής του Φεστιβάλ Γρίφων για την εγκατάσταση αυτόματου εξωτερικού απινιδωτή και η σειρά μαθημάτων διάσωσης και πρώτων βοηθειών, με την πιστοποίηση κατοίκων του νησιού, στο πλαίσιο του προγράμματος Kids Save Lives, με την υποστήριξη της Vioryl.

Μοναδικοί συνοδοιπόροι της οργανωτικής επιτροπής ήταν οι 70 και πλέον ακαδημαϊκοί, ερευνητές, επιστήμονες, εκπαιδευτικοί και καλλιτέχνες που δούλεψαν και παρουσίασαν δράσεις ειδικά προσαρμοσμένες στο πνεύμα των Γρίφων και της κατανόησης της γνώσης μέσα από παιγνίδια.

Η οργάνωση πραγματοποιήθηκε από την ΕΝ.Ι.Γ.ΜΑ (Ένωση Ιδεών, Γρίφων, Μαθηματικών), όπου το πλέον σημαντικό στοιχείο δράσης της αποτελεί το Μουσείο Γρίφων Μεγίστης, σε συνεργασία με την Περιφέρεια Ν. Αιγαίου και τον Δήμο Με-

γίστης. Πολύτιμοι αρωγοί ήταν τα Υπουργεία Ανάπτυξης/ Γενική Γραμματεία Έρευνας & Καινοτομίας, Εθνικής Άμυνας, Πολιτισμού & Αθλητισμού, Ναυτιλίας & Νησιωτικής Πολιτικής, που το έθεσαν υπό την αιγίδα τους το Φεστιβάλ, ενώ η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Καινοτομίας και το υπουργείο Εθνικής Άμυνας το υποστήριξαν και οικονομικά.

«Οφείλουμε να εκφράσουμε ευχαριστίες από καρδιάς και στους ιδιώτες χορηγούς, που στήριξαν τη μεγάλη αυτή εθελοντική προσπάθεια, δείχνοντας αγάπη και εμπιστοσύνη. Αντίστοιχη υποστήριξη υπήρξε και από τον μεγάλο αριθμό των ΜΜΕ/χορηγών με σειρά ανακοινώσεων, συνεντεύξεων και προβολών», ανέφεραν οι διοργανωτές.

Κι επειδή από το Καστελλόριζο πνέει ούριος άνεμος, το Φεστιβάλ Γρίφων αποβιβάζεται στην Πάτρα (21-23/10) και στη συνέχεια στην Αθήνα (16-18/12). Και παράλληλα αρχίζουν οι προετοιμασίες για το 3ο Φεστιβάλ Γρίφων.

Βρετανικά μέσα με αφορμή τον θάνατο της Ελισσάβετ Β' σημειώνουν πως τα τελευταία χρόνια τα βασιλικά hotspots αποτελούν τεράστια πηγή πλούτου για τον τουρισμό της χώρας

Η Ελισάβετ, το παλάτι & ο βρετανικός τουρισμός

Το τελευταίο διάστημα κυριάρχησε σαν είδηση στα μέσα ενημέρωσης η είδηση του θανάτου της βασίλισσας Ελισσάβετ και της κηδείας που ακολούθησε, η οποία αποτέλεσε τηλεοπτική υπερπαραγωγή. Το θέμα απασχόλησε εκτενώς τα ελληνικά ΜΜΕ, ίσως παραπάνω από όσο θα έπρεπε.

Το θέμα έφερε ξανά στην επιφάνεια και τις συζητήσεις για τις εναπομείνασες μοναρχίες στην Ευρώπη. Το κόστος που ενέχουν για τους φορολογούμενους κλπ. Στην Ελλάδα πολλές φορές τείνουμε να αγνοούμε τις ιστορικές παραδόσεις άλλων λαών και εξάγουμε συμπεράσματα ωσάν να αποτελεί το ζήτημα δικό μας πρόβλημα, πράγμα που δεν συμβαίνει. Πέραν αυτού όμως και μέσα στη Βρετανία δεν έχουν λείψει οι συζητήσεις για το πόσο ακριβή είναι η συντήρηση της βασιλικής οικογένειας. Φαίνεται όμως πως τα πράγματα έχουν και μια άλλη οπτική.

Ο βασιλικός οίκος της Βρετανίας είναι ο πλέον δημοφιλής ανά τον κόσμο και είναι σαφές πως έχει αποκτήσει και χαρακτηριστικά τουριστικού αξιοθέατου.

Όπως αναφέρουν βρετανικά μέσα ενημέρωσης τα βασιλικά hotspots αποτελούν τεράστια πηγή πλούτου για τον τουρισμό του Ηνωμένου Βασιλείου και έχουν αυξηθεί με τα χρόνια με εξαίρεση την περίοδο της πανδημίας, προφανώς.

Κατά το οικονομικό έτος 2019-20, τα έσοδα από την είσοδο με εισιτήριο στα βασιλικά κτήματα αυξήθηκαν σε σχέση με το προηγούμενο έτος, σύμφωνα με τη βρετανική στατιστική υπηρεσία.

Τα έσοδα από την είσοδο διαμορφώθηκαν σε 49,9 εκατομμύρια λίρες (84,8 εκατομμύρια ευρώ) το 2019-20, αυξημένα από 48,4 εκατομμύρια λίρες (82,3 εκατομμύρια ευρώ) το οικονομικό έτος 2018-19. Πρόκειται για μια τεράστια αύξηση σε σχέση με την τελευταία δεκαετία, με τη βασιλική περιουσία να αποφέρει 23,3 εκατ. στερλίνες (39,6 εκατ. ευρώ) το οικονομικό έτος 2009-10, λιγότερο από το μισό του εισοδήματος του 2019-20.

Αλλά αυτό είναι μόνο ένα μέρος της συνεισφοράς της βασιλικής οικογένειας. Σε ένα χρόνο, οι πωλήσεις που πραγματοποιούνται στα καταστήματα δώρων από τη βασιλική συλλογή έφεραν 19,98 εκατομμύρια λίρες (33,95 εκατομμύρια δολάρια). Τα εν λόγω ορόσημα πωλούν αναμνηστικά, μπιχλιμπίδια, καλάθια και άλλα μικροαντικείμενα που σχετίζονται με τη βασιλική οικογένεια.

Ο Οίκος του Ουίνδσορ εκτιμάται ότι αξίζει 19 δισεκατομμύρια λίρες και αποφέρει εκατοντάδες εκατομμύρια για τη βρετανική οικονομία κάθε χρόνο, ενώ το Frogmore House και το Κάστρο του Ουίνδσορ πωλούν περίπου 426.000 εισιτήρια μεταξύ Απριλίου 2021 και Μαρτίου 2022. Από την Κυριακή έως την Παρασκευή, το εισιτήριο για έναν ενήλικα κοστίζει 26,50 στερλίνες (45 ευρώ).

Το Crown Estate περιλαμβάνει την Regent Street στο Λονδίνο, το Windsor Great Park και τον ιππόδρομο Ascot Racecourse. Του ανήκει επίσης περισσότερο από το ήμισυ της ακτογραμμής της Βρετανίας και περίπου 1.960.000 στρέμματα γεωργικής γης και δασών.

Ο μέσος όρος της βασιλικής συντήρησης ετησίως κοστίζει στους φορολογούμενους του Ηνωμένου Βασιλείου περίπου 500 εκατομμύρια λίρες, αλλά το Brand Finance εκτιμά ότι η μοναρχία συνεισφέρει 2,5 δισεκατομμύρια λίρες στη βρετανική οικονομία κατά την ίδια περίοδο.

Τα Ανάκτορα του Μπάκιγχαμ χρησιμεύουν ως κατοικία των ηγεμόνων του Ηνωμένου Βασιλείου από το 1837 και εξακολουθούν να αποτελούν τη διοικητική έδρα του εκάστοτε μονάρχη.

Τα παραπάνω διόλου ευκαταφρόνητα νούμερα κάνουν σαφείς τους λόγους γιατί ο θεσμός της μοναρχίας καλά κρατεί στη Βρετανία, αν και δεν γίνεται σαφές από τις αναφορές των Βρετανών τι ποσοστό από τα παραπάνω ποσά καταλήγει στα δημόσια ταμεία και αν τελικά το ισοζύγιο είναι υπέρ του βρετανικού κράτους ή της βασιλικής οικογένειας. Δεν παύει, ωστόσο, να αποτελεί έναν ιστορικό θεσμό για τη Γηραιά Αλβιόνα και έτσι δείχνει να τον αντιμετωπίζει στο μεγαλύτερο κομμάτι της η βρετανική κοινωνία.

Ο μέσος όρος της βασιλικής συντήρησης ετησίως κοστίζει στους φορολογούμενους του Ηνωμένου Βασιλείου περίπου 500 εκατομμύρια λίρες, αλλά το Brand Finance εκτιμά ότι η μοναρχία συνεισφέρει 2,5 δισεκατομμύρια λίρες στη βρετανική οικονομία

Εταιρική φήμη και η σημασία της στη σύγχρονη εποχή

Χτίζεται σταδιακά μέσα στον χρόνο, μπορεί όμως να καταστραφεί πολύ εύκολα. Η μη αναγνώριση της αξίας της, από μια επιχείρηση, είναι ένα από τα σημαντικότερα λάθη που μπορεί να κάνει

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

Σε ένα ιδιαίτερα ανταγωνιστικό, απρόβλεπτο και μεταβαλλόμενο περιβάλλον και σε μια περίοδο που η εμπιστοσύνη του κοινού προς τις επιχειρήσεις ολοένα κλονίζεται και περισσότερο, η φήμη μιας επιχείρησης παίζει σημαντικό ρόλο και αποτελεί σημαντικό συντελεστή της εταιρικής στρατηγικής της και της συνολικής ευημερίας της. Η εταιρική φήμη αντιπροσωπεύει ένα άυλο περιουσιακό στοιχείο που κατέχει μια επιχείρηση και διαμορφώνεται με την πάροδο του χρόνου. Η φήμη που έχει μια επιχείρηση στο κοινό είναι σημαντική υπόθεση και καθορίζεται από λογικούς αλλά και από συναισθηματικούς παράγοντες. Παράγοντες όπως, η κοινωνική εικόνα, η ποιότητα του εργασιακού περιβάλλοντος, η προβολή από τα ΜΜΕ, οι σχέσεις με τους προμηθευτές, η ποιότητα των παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών, η δημόσια εικόνα των ιδιοκτητών, η εξυπηρέτηση πελατών, το διεθνές κύρος, το ιστορικό παρελθόν, κτλ. μπορούν να διαμορφώσουν την «εικόνα» που έχει το κοινό για μια επιχείρηση.

Στην πραγματικότητα, η εταιρική φήμη εδραιώνεται μέσω της αντίληψης και των σχολίων που εκφράζονται από την κοινή γνώμη. Η εταιρική φήμη έχει καθιερωθεί ως ένα σημαντικό περιουσιακό στοιχείο μιας επιχείρησης που μπορεί να συνεισφέρει θετικά στην επιτυχημένη πορεία της και να αποτελέσει παράγοντα δημιουργίας συγκριτικού πλεονεκτήματος. Η εταιρική φήμη συνδέεται με χαρακτηριστικά όπως η θέληση, η εκτίμηση, το κύρος, η ευελιξία, ο δυναμισμός και συμβάλει στη δημιουργία αξίας για την επιχείρηση. Υπάρχουν εργαλεία μέτρησης της εταιρικής φήμης μιας επιχείρησης και αξιολογούνται, σε θέματα όπως η ποιότητα των προϊόντων/υπηρεσιών τους, η καινοτομία, η αξία και η αξιοπιστία των προϊόντων/υπηρεσιών τους, η αντίληψη που έχουν οι άλλοι για την κερδοφορία τους, τις προοπτικές ανάπτυξης τους, τους κινδύνους που υπάρχουν, την ηγεσία τους και το όραμά τους, τη ποιότητα του προσωπικού τους, την ποιότητα των χώρων εργασίας και την κοινωνική ευθύνη που επιδεικνύουν προς τους εργαζομένους, προς την κοινότητα και το περιβάλλον, κα. Μάλιστα, σε αρκετές περιπτώσεις, η εταιρική φήμη θεωρείται το σημαντικότερο μέτρο αποτίμησης της επιτυχίας μιας επιχείρησης απ' ότι η χρηματιστηριακή της πορεία (τιμή μετοχής), η κερδοφορία της και η απόδοση των επενδύσεων της.

Η εταιρική φήμη χτίζεται σταδιακά μέσα στον χρόνο, μπορεί όμως να καταστραφεί πολύ εύκολα. Η μη αναγνώριση της αξίας της, από μια επιχείρηση, είναι ένα από τα σημαντικότερα λάθη που μπορεί να κάνει. Μια φήμη που χάνεται, δύσκολα μπορεί να ξανακερδηθεί. Σύμφωνα με τον Warren Buffet «χρειάζονται 20 χρόνια να κτίσεις τη φήμη σου και μόλις 5' λεπτά για να την καταστρέψεις». Στην σημερινή εποχή, με την ψηφιακή επανάσταση και τις δυνατότητες που προσφέρει η τεχνολογία και τα κοινωνικά δίκτυα (social media), οι επιχειρήσεις πρέπει να βρίσκονται σε εγρήγορση και σε ανοικτή και σταθερή επικοινωνία με τους καταναλωτές, το κοινό, και τους stakeholders γενικότερα. Οι επιχειρήσεις επαναπροσδιορίζουν τι σημαίνει εταιρική φήμη και εξελίσσονται, έχοντας κατανοήσει ότι η σύνδεσή τους με την καθημερινότητα των προαναφερθέντων ομάδων είναι αυτή που θα κάνει τη διαφορά. Η ικανότητά τους να ακούν και να ανταποκρίνονται με

> *Οι επιχειρήσεις πρέπει να βρίσκονται σε εγρήγορση και σε ανοικτή και σταθερή επικοινωνία με τους καταναλωτές, το κοινό, και τους stakeholders γενικότερα*

ακεραιότητα είναι καθοριστική για τη βιωσιμότητά τους.

Οι επιχειρήσεις προκειμένου να διαχειριστούν αποτελεσματικά την φήμη τους θα πρέπει να αναπτύξουν ένα πρόγραμμα διαχείρισης της φήμης τους, που συνήθως αποτελείται από 6 στάδια. Αυτά είναι: α) η αναγνώριση/εκτίμηση της παρούσας κατάστασης (εκτίμηση της παρούσας κατάστασης ως προς τη φήμη της επιχείρησης), β) η ανάπτυξη της επιθυμητής στρατηγικής (δημιουργία μιας στρατηγικής φήμης που θα υποστηρίξει τη τοποθέτηση της επιχείρησης στο μυαλό των ενδιαφερομένων ομάδων), γ) η ευθυγράμμιση (να ευθυγραμμιστεί η φήμη που έχει τώρα μια επιχείρηση με τη φήμη που έχει επιλέγει προς εφαρμογή), δ) η εφαρμογή της στρατηγικής (στο στάδιο αυτό θα πρέπει να αναπτυχθούν και να εφαρμοστούν προγράμματα που θα επιταχύνουν τις προσπάθειες δημιουργίας της επιθυμητής φήμης σε όλες τις ομάδες των ενδιαφερομένων), ε) η προστασία της φήμης (διασφάλιση της εταιρικής φήμης από πιθανή καταστροφή) και στ) η αξιολόγηση – μέτρηση (αξιολόγηση παρελθοντικής κατάστασης με την τωρινή).

Μέσα από ένα ορθά υλοποιημένο πρόγραμμα διαχείρισης φήμης, μια επιχείρηση προετοιμάζεται καταλληλότερα, αναθέτοντας ρόλους στην κατάλληλη ομάδα διοίκησης που θα είναι υπεύθυνη για τη διαχείριση της φήμης της. Επίσης, διατηρείται μια θετική φήμη/άποψη στην αγορά εργασίας, την αγορά καταναλωτών, την αγορά των επενδυτών και για τους stakeholders γενικότερα, συμβάλλοντας στην ενίσχυση και το χτίσιμο ενός καλού ονόματος της επιχείρησης. Τέλος, καθορίζονται αποδεκτές πρακτικές, πολιτικές, πρότυπα και κανόνες ώστε να γίνει πιο εύκολη η διαχείριση παρόμοιων καταστάσεων στο μέλλον όπου η εταιρική φήμη θα κλονιστεί πιθανόν ξανά (π.χ. κρίσεις).

Ολοκληρώνοντας, η φήμη είναι βασικό συστατικό για την επιτυχημένη πορεία των επιχειρήσεων στο σημερινό απρόβλεπτο μακρο-περιβάλλον. Το καταναλωτικό κοινό στηρίζεται στη φήμη των επιχειρήσεων, προκειμένου να πάρει αποφάσεις (πχ. επενδυτικές αποφάσεις, να κάνει επιλογές καριέρας ή να επιλέξει προϊόντα ή υπηρεσίες για αγορά, κοκ). Η καλή εταιρική φήμη βοηθάει τις επιχειρήσεις να δημιουργήσουν υψηλότερες χρηματοοικονομικές αποδόσεις, να προσελκύσουν αξιόλογο στελεχιακό δυναμικό, να επιβάλλουν υψηλότερες χρεώσεις στα προϊόντα/υπηρεσίες τους, να προσελκύσουν περισσότερους επενδυτές, να διευκολύνουν ισχυρές συμμαχίες, να αυξήσουν τις πωλήσεις, να ανταπεξέλθουν σε κρίσεις, να μειώσουν τα κόστη παραγωγής, κ.α.

Τα τελευταία χρόνια η ισχύς και η σημαντικότητα της εταιρικής φήμης έχει αναδειχθεί σε μείζον θέμα τόσο σε επιστημονικό όσο και σε επίπεδο επαγγελματικής πρακτικής. Η καλή φήμη είναι ένα άυλο αγαθό που δεν εξαγοράζεται αλλά χτίζεται με σταθερές αξίες, όπως το εργασιακό περιβάλλον, τα προϊόντα και οι υπηρεσίες, η αξιοπιστία, η κοινωνική υπευθυνότητα, η οικονομική ευρωστία καθώς και το όραμα και η ηγεσία. Η εταιρική φήμη αποτελεί μια υπεραξία και είναι άρρηκτα συνδεμένη με την έννοια της «αειφόρου ανάπτυξης» και του «ευ επιχειρείν», η οποία εξελίσσεται μαζί με την επιχείρηση και προσαρμόζεται στις νέες απαιτήσεις της κάθε εποχής.

Τα υγιεινά σνακ για εσάς και τα παιδιά σας

Αν κανείς επιλέξει τα σωστά σνακ, θα έχει οφέλη τόσο στην υγεία όσο και στην ενέργειά του. Πώς μπορείτε να επιλέξετε το κατάλληλο για τις δικές σας καθημερινές ανάγκες!

Γράφει ο
Γιάννης Χρύσου
Κλινικός Διαιτολόγος & Διατροφολόγος

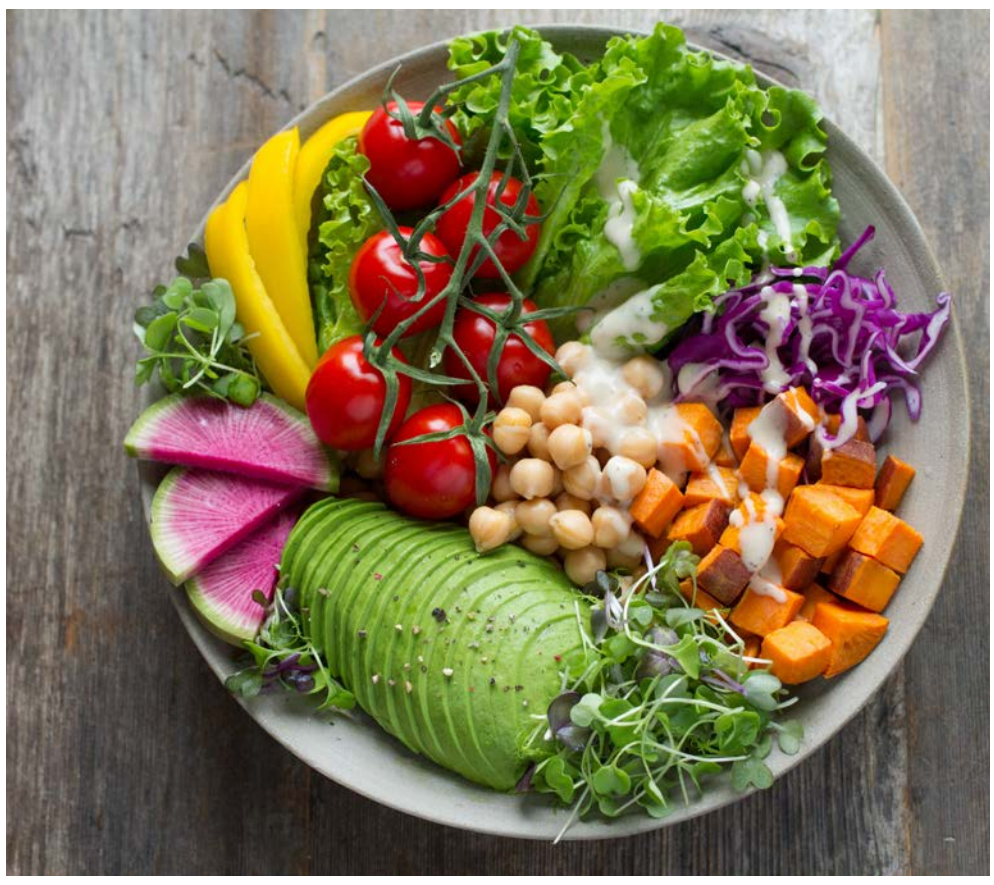
Η σωστή επιλογή μικρογευμάτων (σνακ) στο πλαίσιο ενός ισορροπημένου σχεδίου διατροφής συμβάλει στην αύξηση της πρόσληψης θρεπτικών συστατικών, τη διατήρηση των επιπέδων ενέργειας κατά τη διάρκεια της ημέρας, τον περιορισμό του αισθήματος έντονης πείνας και την κάλυψη των ιδιαίτερων θρεπτικών αναγκών του κάθε ατόμου μετά από άσκηση. Παράλληλα, επιτρέπει την ομαλοποίηση των επιπέδων γλυκόζης και ινσουλίνης στον οργανισμό, κάτι το οποίο είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τη διατήρηση της υγείας μας.

Ποιο είναι, όμως, το ιδανικό σνακ;

Το ιδανικό σνακ σίγουρα δεν είναι για όλους το ίδιο και δεν υπάρχει μόνο μια σωστή επιλογή, καθώς οι ανάγκες του κάθε οργανισμού είναι διαφορετικές. Το μόνο σίγουρο, όμως, είναι ότι αν κανείς επιλέξει τα σωστά σνακ, θα έχει οφέλη τόσο στην υγεία όσο και στην ενέργειά του. Αυτά είναι, λοιπόν, τα καλύτερα σνακ για να επιλέξετε το κατάλληλο για τις δικές σας καθημερινές ανάγκες!

Προτιμήστε τα λιγότερο επεξεργασμένα τρόφιμα

Δε χρειάζεται να αγχώνεστε για να κάνετε τις πιο «υγιεινές» επιλογές. Μπορείτε να επιλέγετε τρόφιμα που είναι λιγότερο επεξεργασμένα, όπως τα δημητριακά ολικής άλεσης αντί για τα επεξεργασμένα, τα παραδοσιακά γιαούρτια αντί για τα επιδόρπια με γλυκαντικά, τα κομμάτια κοτόπουλου αντί για τα αλλαντικά γαλοπούλας που περιέχουν περισσότερο αλάτι και άλλα πρόσθετα, τα φρέσκα φρούτα αντί για τους έτοιμους χυμούς.



Το μυστικό είναι να μην περιμένετε να πεινάσετε. Παρατηρήστε τη ροή της ημέρας σας, εντοπίστε πότε συνήθως νιώθετε πείνα και προσθέστε λίγο νωρίτερα τα σνακ της επιλογής σας

Προγραμματίστε τον χρόνο κατανάλωσης

Το μυστικό είναι να μην περιμένετε να πεινάσετε. Παρατηρήστε τη ροή της ημέρας σας, εντοπίστε πότε συνήθως νιώθετε πείνα και προσθέστε λίγο νωρίτερα τα σνακ της επιλογής σας. Έτσι, θα μπορείτε να ελέγξετε την ποσότητα των σνακ που τρώτε και θα αποφεύγετε την υπερκατανάλωση, ενώ παράλληλα θα ρυθμίζετε τις ώρες των σνακ ανάλογα με το πρόγραμμά σας την κάθε μέρα.

Προσθέστε στο γεύμα σας πρωτεΐνη και υγιεινά λιπαρά

Η προσθήκη πρωτεΐνης στα σνακ προκαλεί μεγαλύτερο κορεσμό ενώ τα υγιεινά λιπαρά είναι θρεπτικά συστατικά που συχνά λείπουν από τη διατροφή μας. Μία από τις καλύτερες επιλογές είναι το ταχίνι. Το ταχίνι είναι 100% αλεσμένο σουσάμι, που είναι πλούσιο σε ω-3 λιπαρά ενώ περιέχει πρωτεΐνη φυτικής προέλευσης και φυτοσυστατικά με ισχυρή αντιοξειδωτική δράση. Είναι ένα πραγματικά υγιεινό τρόφιμο με εξαιρετική γεύση, που μπορεί κάλλιστα να αντικαταστήσει ακόμα και το γλυκό, αφού τα λιπαρά που περιέχει παράγουν άμεσα το αίσθημα κορεσμού. Εναλλακτικά, μπορείτε να καταναλώσετε ανάλατους ξηρούς καρπούς.

Σνακ όπως χυμοί και αναψυκτικά προκαλούν απότομη αύξηση των επιπέδων γλυκόζης αίματος και δε βοηθούν στο αίσθημα του κορεσμού. Το καλύτερο θα ήταν να συνοδεύετε την κατανάλωση των σνακ σας με νερό

Μην προτιμάτε σνακ σε υγρή μορφή

Σνακ όπως χυμοί και αναψυκτικά προκαλούν απότομη αύξηση των επιπέδων γλυκόζης αίματος και δε βοηθούν στο αίσθημα του κορεσμού. Το καλύτερο θα ήταν να συνοδεύετε την κατανάλωση των σνακ σας με νερό, καθώς ενισχύει το αίσθημα της πληρότητας και βοηθά στην καλή λειτουργία του οργανισμού.

Και μην ξεχνάτε να απολαμβάνετε το σνακ σας

Η ενσυνείδητη κατανάλωση μικρών ή κυρίως γευμάτων, καθορίζει το επίπεδο της ικανοποίησης και απόλαυσης που λαμβάνουμε από αυτά, κάτι το οποίο επηρεάζει την ποσότητα που καταναλώνουμε και τον χρόνο που θα μεσολαβήσει μέχρι το επόμενο γεύμα. Δημιουργήστε, λοιπόν, τον απαραίτητο χώρο και χρόνο για τα σνακ σας. Δώστε τους την αξία που τους αναλογεί και σίγουρα, θα έχετε τα αποτελέσματα που επιθυμείτε.

ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Διεθνής έκθεση Ακινήτων και Επενδύσεων (EXPO REAL)	04 - 06 Οκτωβρίου 2022	Μόναχο
TTG TRAVEL EXPERIENCE	12 - 14 Οκτωβρίου 2022	Ιταλία
QUALITY TRAVEL FAIR	21 - 23 Οκτωβρίου 2022	Δανία
IMEX America	11 - 13 Οκτωβρίου 2022	Η.Π.Α
WTM	7 - 9 Νοεμβρίου 2022	Ηνωμ. Βασίλειο
INTERNATIONAL TRAVEL SHOW TT WARSAW	24 - 26 Νοεμβρίου 2022	Πολωνία
Bitesp – Borsa Internazionale del Turismo Esperienziale	23 - 25 Νοεμβρίου 2022	Online
IBTM WORLD	29 Νοεμβ - 1 Δεκεμβρίου 2022	Ισπανία
ILTM	5 - 8 Δεκεμβρίου 2022	Γαλλία

YACHTING

MONACO YACHT SHOW	28 Σεπτ - 1 Οκτωβρίου 2022	Μονακό
Tuzla Boat Show	1 - 9 Οκτωβρίου 2022	Κωνσταντινούπολη - Τουρκία
Salon Nautico International de Barcelona	12 - 16 Οκτωβρίου 2022	Μπαρτσελόνα - Ισπανία
Biograd Boat Show	26 - 30 Οκτωβρίου 2022	Κροατία
Fort Lauderdale Boat Show	26 - 30 Οκτωβρίου 2022	Φλόριντα - Η.Π.Α
Boatica	28 - 30 Οκτωβρίου 2022	Cape Town - Νότια Αφρική
Valencia Boat Show	28 Οκτ - 1 Νοεμβρίου 2022	Βαλένθια - Ισπανία
Abu Dhabi International Boat Show	24 - 27 Νοεμβρίου 2022	Άμπου Ντάμπι - Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα
Nautic – Salon Nautique Paris	3 - 11 Δεκεμβρίου 2022	Παρίσι - Γαλλία
Antigua Charter Yacht Show	4 - 9 Δεκεμβρίου 2022	Καραϊβική
Salon Du Tourisme Et Loisirs Nature	Οκτώβριος 2022	Le Chorus, Parc des expositions - Γαλλία
Wind And Water Boat Show - Katowice	Οκτώβριος 2022	Katowice International Fair - Πολωνία
Nautic Show Montenegro	19 Οκτωβρίου 2022	Budva Adriatic Fair - Μαυροβούνιο
Brussels Boat Show	20 Οκτωβρίου 2022	Βρυξέλλες Brussels Exhibition Centre - Βέλγιο
Le Mille Sabords Du Crouesty	29 Οκτωβρίου 2022	Arzon Port du Crouesty - Γαλλία
Warsaw Yacht Salon	4 Νοεμβρίου 2022	Ptak Warsaw Expo - Πολωνία
Geneva Boat Show - Salon Nautique Du Léman	11 Νοεμβρίου 2022	Γενεύη Palexpo - Ελβετία
Metstradethe METSTRADE	15 Νοεμβρίου 2022	Άμστερνταμ RAI International Exhibition & Congress Centre - Ολλανδία
Boot & Fun Berlin	24 Νοεμβρίου 2022	Βερολίνο Messegelände Berlin - Γερμανία
Poland Boat Show	25 Νοεμβρίου2022	Lodz Expo Lodz - Πολωνία
Nautic - Salon Nautique De Paris	3 Δεκεμβρίου 2022	Παρίσι Paris Expo Porte de Versailles - Γαλλία
Masters Expo	8 Δεκεμβρίου 2022	Άμστερνταμ RAI International Exhibition & Congress Centre - Ολλανδία
Eurasia Boat Show	17 Δεκεμβρίου 2022	IstanbulExpo Center / Istanbul Fuar Merkezi / CNR Expo - Τουρκία

ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ

Thematic Tourism Expo & Food Festival	20 - 23 Οκτωβρίου 2022	Εκθεσιακό Κέντρο Λαμίας

ΧΡΗΣΙΜΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ

ΕΟΤ	210 8707 000	ΞΕΕ	213 2169 900	ΣΕΤΚΕ	210 6422 418	FedHATTA	210 9223 522
Υπουργείο Τουρισμού	210 3736 001	ΣΕΤΕ	210 3217 165	ΠΟΞ	210 3312 535-6		

ΕΝΗΜΕΡΩΘΕΙΤΕ για τα ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΝΕΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ μέσα από το site του itnnews.gr και την σελίδα μας στο facebook @itnnews.gr

ITN

NEWS

International Tourism News

Believe.

Γεννήθηκες για να πετύχεις! Απλά... Πίστεψέ το!!!

ΣΤΟ ΙΕΚ ΑΛΦΑ ΣΗΜΕΡΑ... ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑΣ ΑΥΡΙΟ!

Διοίκηση & Οικονομία | Ναυτιλιακά | Τουριστικά | Μαγειρική | Ζαχαροπλαστική | Αισθητική - Μακιγιάζ | Κομμωτική | Σχέδιο Μόδας | Καλλιτεχνικά Επαγγέλματα | Φυσικοθεραπεία | Εργοθεραπεία | Νοσηλευτική | Φαρμακείο | Διαιτολογία | Παιδαγωγικά | Προπονητική | Μηχανολογία | Πληροφορική - Δίκτυα | Γραφιστική | Διακόσμηση | Δημοσιογραφία | Ηχοληψία - Μουσική Τεχνολογία | Security | Ηλεκτρολογία - Αυτοματισμός

Η ΠΡΩΤΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΧΙΛΙΑΔΩΝ ΕΠΙΤΥΧΗΜΕΝΩΝ ΑΠΟΦΟΙΤΩΝ

4.000 ΔΙΚΤΥΟ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ Γραφείο Εργασίας & Πρακτικής Άσκησης

140 ΔΩΡΕΑΝ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ EDUCATION FESTIVAL

95 ΕΙΔΙΚΟΤΗΤΕΣ Διαβατήριο για την Αγορά Εργασίας

QUALITY LICENCE SCHEME
ABC Awards & Certa Awards
Βρετανική Πιστοποίηση Ποιότητας Σπουδών

Ισχυρό Κρατικό Πτυχίο • Αναβολή Στράτευσης

www.iekalfa.gr | Find us on

ΑΘΗΝΑ: Πατησίων 31, τ: 210 5279500 • ΠΕΙΡΑΙΑΣ: Φίλωνος 39, τ: 210 4120714
ΓΛΥΦΑΔΑ: Λ. Βουλιαγμένης 57, τ: 210 9640117
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Βαλαωρίτου 9, τ: 2310 552406

ΙΕΚ ΑΛΦΑ
Σύμβολο Επαγγελματικής Επιτυχίας