



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΓΙΩΡΓΟΣ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΣ – CEO XENIA RESORTS & VILLAS

Το πρόβλημα με την έλλειψη προσωπικού ήρθε για να μείνει...

ΣΕΛ.24-25



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ
Ι. ΒΑΡΔΑΚΑΣΤΑΝΗΣ

Έχουμε ακόμα δρόμο για τον προσβάσιμο τουρισμό

ΣΕΛ.40-41



ΤΑΣΕΙΣ

Οι κρατήσεις στη μετα Covid εποχή

ΣΕΛ.58-59



ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Λύσεις για το κόστος του «πλαστικού» χρήματος

ΣΕΛ.32-33



ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

Η κλιματική αλλαγή απειλεί και τα ταξίδια

ΣΕΛ.44-47



ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Πληθαίνουν οι δράσεις για την ελληνική κουζίνα

ΣΕΛ.50-55



Έρευνες στο πλαίσιο της έκθεσης στο Λονδίνο πιστοποιούν τα διεθνή χαρακτηριστικά του προβλήματος

Με ποιους τρόπους οι τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να προσελκύσουν νέους εργαζόμενους

Ανησυχία και για τις συνέπειες που θα έχει στην ταξιδιωτική κίνηση η εκτίναξη του κόστους ζωής στην Ευρώπη

ΣΕΛ.18-20

«Καμπανάκι» από την WTΜ για τους εργαζόμενους



ΑΦΙΕΡΩΜΑ

Στρατηγικές κινήσεις για την εξοικονόμηση ενέργειας

ΣΕΛ.26-29



ΕΚΘΕΣΗ ΤΤΕ

Τα θετικά στοιχεία για τον τουρισμό & τα σενάρια

ΣΕΛ.22-23



Γιώργος Καραχρήστος
Εκδότης της
«itn Ελληνικός Τουρισμός»

Η απειλή της έλλειψης προσωπικού

Η World Travel Market ξεκίνησε χθες στο Λονδίνο και από τα πρώτα πράγματα που πιστοποιήθηκαν με την έναρξη της Διεθνούς Τουριστικής Έκθεσης ήταν η ανεπάρκεια του προσωπικού στον κλάδο της φιλοξενίας. Το φαινόμενο δεν είναι μόνο ελληνικό και αυτό πλέον βεβαιώνεται και από τις έρευνες στο εξωτερικό, ωστόσο δεν μπορούμε να μην κάνουμε κάποιες επισημάνσεις.

Διαβάζοντας το ρεπορτάζ που φιλοξενούμε στις επόμενες σελίδες της εφημερίδας θα δούμε ότι οι επιχειρήσεις έξω παρέχουν σημαντικά κίνητρα και παροχές για να προσελκύσουν εργαζόμενους και να διατηρήσουν το ήδη υπάρχον δυναμικό τους. Για να μην είμαστε άδικοι, αυτό είναι κάτι που συμβαίνει και εδώ. Με ξενοδόχους που έχουμε συνομιλήσει μας είπαν πως δεν αντιμετώπισαν αυτό το πρόβλημα, όχι τουλάχιστον στο βαθμό που το αντιμετώπισαν άλλα ξενοδοχεία.

Ο λόγος; Φρόντισαν να παρέχουν ικανοποιητικές αμοιβές, αλλά και καλές συνθήκες εργασίας και κυρίως καλές συνθήκες διαμονής. Κάτι ανάλογο βλέπουμε και στις απαντήσεις των διοικήσεων και στο

εξωτερικό. Πέρα από τους μισθούς, δηλώνουν πως δίνουν στο προσωπικό επιπλέον άδεια, παρέχουν ευκαιρίες κατάρτισης και εξέλιξης, δωρεάν φαγητό και διαμονή, ταξίδια και άλλα. Παρόλα αυτά και στη Βρετανία η πλειονότητα των επιχειρήσεων αναγνωρίζει πως ένα μεγάλο πρόβλημα του κλάδου είναι οι μη ικανοποιητικές αμοιβές. Το γεγονός αυτό αποτυπώνεται και σε έρευνα στο εργατικό δυναμικό όπου το 60% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι «δεν βλέπει την ταξιδιωτική βιομηχανία ως ελκυστική βιομηχανία για να εργαστεί κανείς».

Στη Βρετανία όμως ο τουρισμός δεν είναι το Α και το Ω στην οικονομία της όπως στην Ελλάδα. Το πρόβλημα έλλειψης προσωπικού δείχνει πως θα συνεχιστεί και μπορεί να προκαλέσει μεγάλη ζημιά εν καιρώ στο τουριστικό προϊόν της χώρας. Εμείς δεν είμαστε εδώ για να κάνουμε υποδείξεις στις τουριστικές επιχειρήσεις στο πώς θα διαχειριστούν το προσωπικό τους. Οφείλουμε όμως να καταγράψουμε τις καλές πρακτικές εντός και εκτός συνόρων, να συμμετέχουμε και να δυναμώνουμε τον διάλογο για την αντιμετώπιση του προβλήματος.

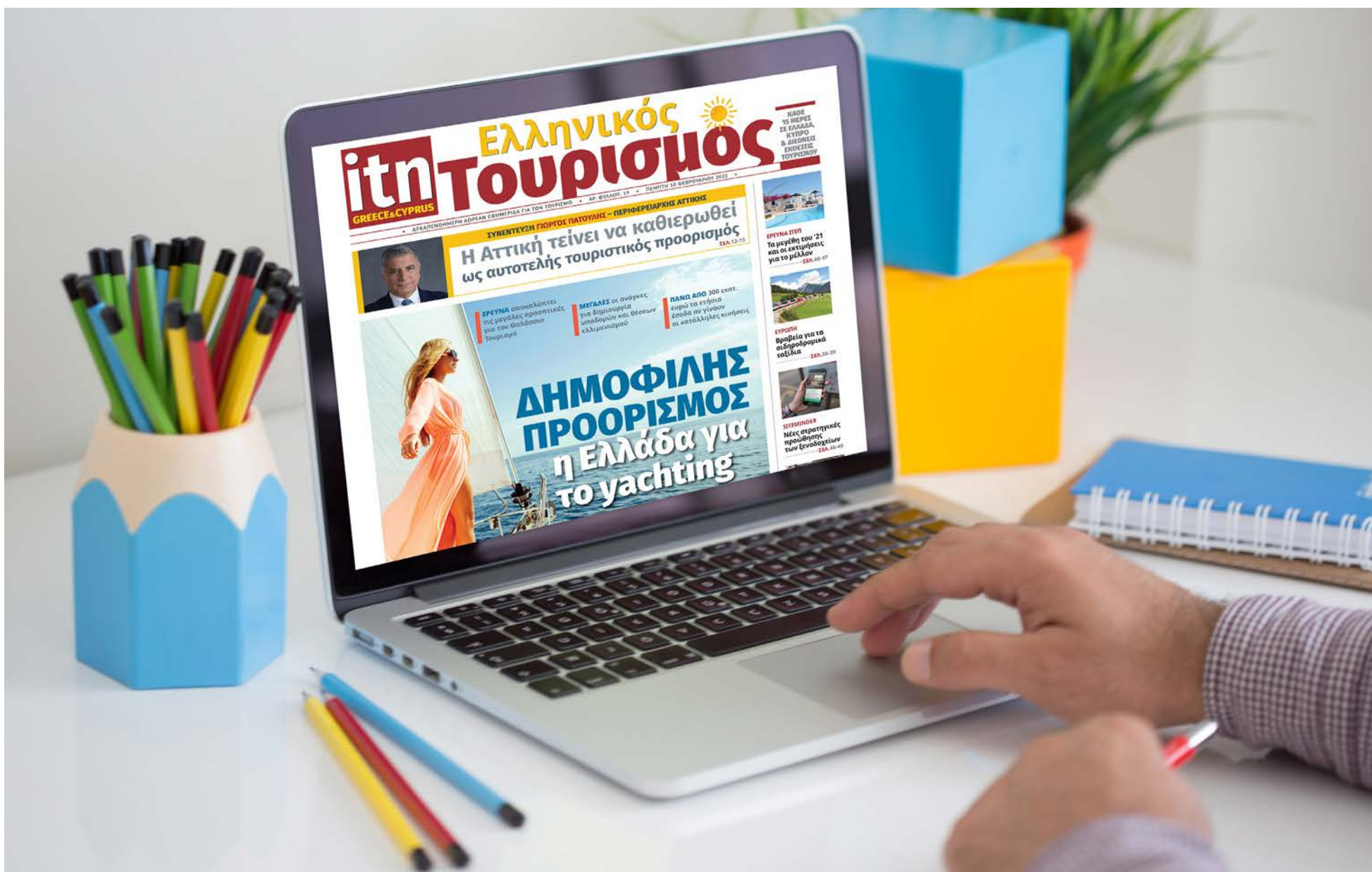
Καλή ανάγνωση!

ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ

itn Ελληνικός Τουρισμός

GREECE&CYPRUS

Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΕΙΤΕ ΣΤΗΝ ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

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

Για περισσότερες πληροφορίες επικοινωνήστε μαζί μας

 2110129575

 www.mact.gr

 info@mact.gr



ΑΝΟΙΧΤΑ ΖΥΘΟΠΟΙΕΙΑ

10-11.09
2022





ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΕΝΩΣΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΩΝ



ΟΛΥΜΠΙΑΚΗ
ΖΥΘΟΠΟΙΙΑ Α.Ε.

Ο γύρος των...
ΕΙΔΗΣΕΩΝ
σε λέξεις

Βασίλης Κικίλιας από Λονδίνο-WTM: Από τη συνεργασία μας με τη Google έχουν εκπαιδευτεί πάνω από 2.000 ξενοδόχοι

Στο Λονδίνο βρίσκεται ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας, όπου σήμερα άνοιξε τις πύλες της διεθνούς Έκθεση Τουρισμού World Travel Market (WTM).

Το πρωί, ο κ. Κικίλιας σε συνέντευξη που παραχώρησε στην ενημερωτική εκπομπή Breakfast show του βρετανικού τηλεοπτικού δικτύου SKY News, ανακοίνωσε ότι το 2022- μέχρι στιγμής- έχουν επισκεφτεί την Ελλάδα 3 πάνω από εκατομμύρια Βρετανοί, ενώ οι μέχρι τώρα συμφωνίες και συζητήσεις με τους παράγοντες της αγοράς δείχνουν επέκταση των πτήσεων προς την Ελλάδα, μέχρι και τα τέλη Νοεμβρίου.

«Η Ελλάδα είναι ένας υπέροχος προορισμός ακόμα για Σαββατοκύριακο αυτούς τους μήνες», ανέφερε, δηλώνοντας ότι η καμπάνια του ΕΟΤ «Greekend» που πέρσι έγινε viral θα αποτελέσει και φέτος μέσο για την προβολή της χώρας.

Ο Υπουργός Τουρισμού περιηγήθηκε στα ελληνικά περίπτερα της Έκθεσης και στη συνέχεια πραγματοποίησε συνάντηση εργασίας με τους επικεφαλής του Ομίλου TUI. Κατά την διάρκεια της συνάντησης ανακοινώθηκε η αύξηση των διαθέ-



σιμων αεροπορικών θέσεων προς την Ελλάδα για το 2023 και το άνοιγμα σε νέες αγορές με περισσότερους προορισμούς.

Το απόγευμα, ο Β. Κικίλιας παραχώρησε

συνέντευξη τύπου με θέμα «Βιωσιμότητα, το μέλλον του Τουρισμού» με τη συμμετοχή του CEO της TUI Group Sebastian Ebel, της Director Of Industry Relations του Συνδέσμου Βρετανικών Ταξιδιωτικών

Γραφείων (ABTA) Susan Deer, του Περιφερειάρχη Νοτίου Αιγαίου Γιώργου Χατζημάρκου, της CEO της CommonSeas Jo Royle και του ταξιδιωτικού συγγραφέα και digital nomad Kash Bhattacharya.

Ο κ. Κικίλιας τόνισε ότι για το 2023 οι στόχοι δεν περιορίζονται στην αύξηση των εσόδων και της μέσης δαπάνης αλλά στην υλοποίηση του στόχου της βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης. Μάλιστα ο ίδιος επισήμανε πως «η συνεργασία μας με την Google για την επιτάχυνση του πράσινου και βιώσιμου μετασχηματισμού του τουριστικού κλάδου της Ελλάδας, έχει ήδη φέρει απτά αποτελέσματα με περισσότερους από 2000 ξενοδόχους να εκπαιδεύονται σε βιώσιμες πρακτικές και 500 ξενοδοχεία που λαμβάνουν τη σχετική διαπίστευση σε λιγότερο από 6 μήνες από τότε που ξεκινήσαμε το πρόγραμμα».

Αναφορικά με τις υποδομές, υπογράμμισε ότι το Υπουργείο έχει ήδη προτεραιοποιήσει μια σειρά έργων που θα προχωρήσουν με fast track διαδικασίες και τα οποία έχουν να κάνουν με τη διαχείριση υδάτινων πόρων, τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, τη διαχείριση απορριμμάτων, το birth allocation.

Ελλάδα και ΕΟΤ μεγάλοι νικητές στα αμερικανικά τουριστικά **Travvy Awards 2022**

Τέσσερις κορυφαίες διακρίσεις απέσπασε η Ελλάδα και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού στα Travvy Awards 2022, που θεωρούνται ως ένας από τους εγκυρότερους θεσμούς της τουριστικής βιομηχανίας των ΗΠΑ. Συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατέλαβε την 1η θέση (Gold) στις κατηγορίες:

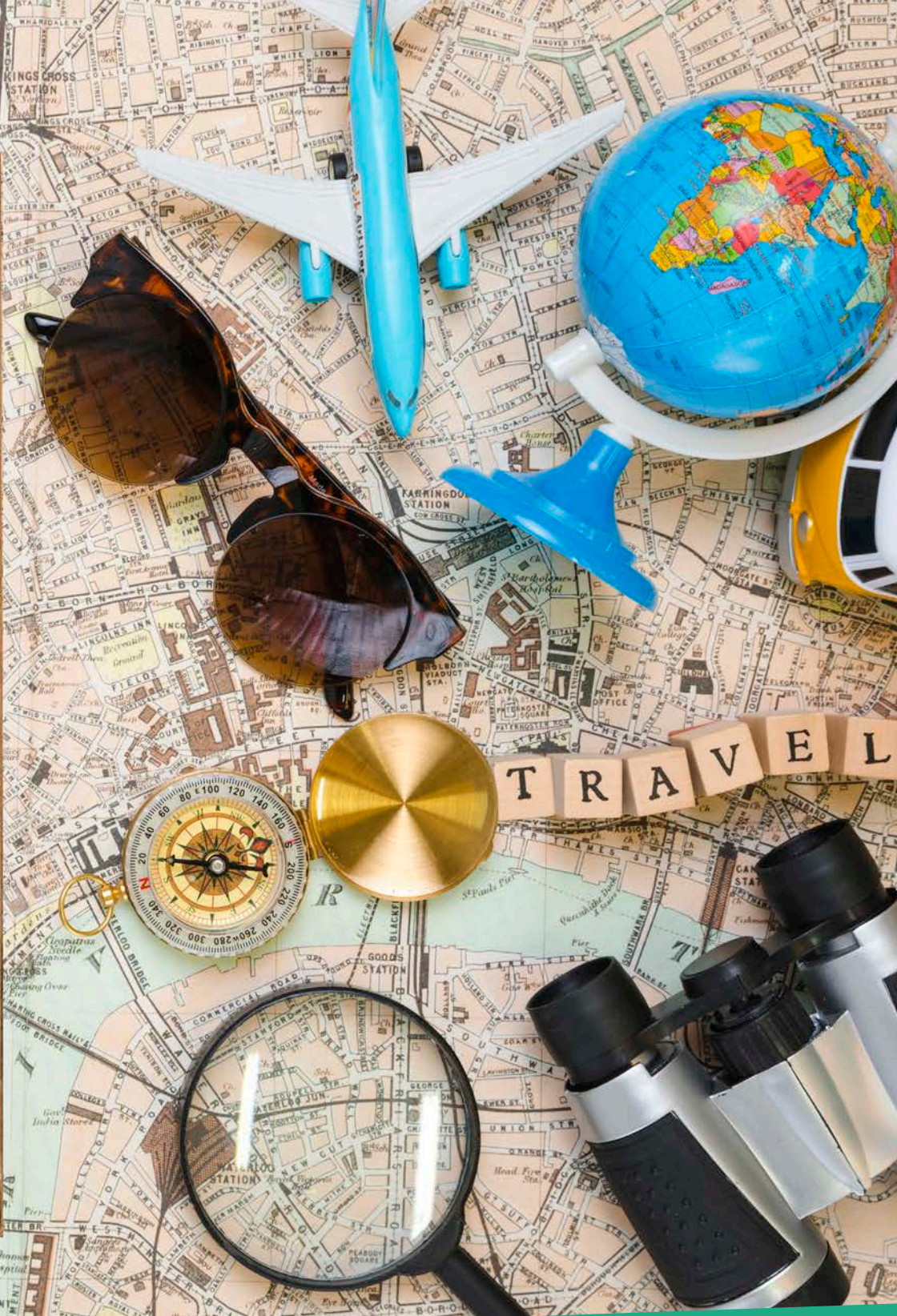
- Καλύτερος Προορισμός στην Ευρώπη (Best Destination Europe)
 - Καλύτερος Προορισμός στην Μεσόγειο (Best Destination Mediterranean), και
 - Καλύτερος Ευρωπαϊκός Προορισμός Κρουαζιέρας (Best Cruise Destination – Europe)
- Με τη σειρά του, ο ΕΟΤ αναδείχθηκε ως ο 2ος (Silver) Καλύτερος Οργανισμός Τουρισμού στην Ευρώπη (Best Tourism Board – Europe).

Τα Travvy Awards αναγνωρίζουν κάθε χρόνο την αριστεία στον τουριστικό τομέα, επιβραβεύοντας τουρι-

στικές επιχειρήσεις, τουριστικά προϊόντα, εθνικούς οργανισμούς τουρισμού και προορισμούς σε όλον κόσμο για τα εξαιρετικά επιτεύγματά τους. Στη σχετική ψηφοφορία για την ανάδειξη των νικητών στις επιμέρους κατηγορίες (αεροπορικές εταιρείες, προορισμοί, ξενοδοχεία και θέρετρα, εταιρείες κρουαζιέρας, τουριστικοί πράκτορες, ταξιδιωτικά γραφεία κ.ά.) συμμετέχουν χιλιάδες στελέχη της τουριστικής αγοράς, που με τις επιλογές τους αναδεικνύουν αυτούς που καινοτομούν και ταυτόχρονα προσφέρουν υπηρεσίες υψηλών προδιαγραφών στους επισκέπτες και τους πελάτες τους. Η τελετή απονομής της φετινής 8ης διοργάνωσης των βραβείων πραγματοποιήθηκε στις 3 Νοεμβρίου στο Hilton Fort Lauderdale Marina της Φλόριντα, ενώ τα ελληνικά βραβεία παρέλαβε ο προϊστάμενος της Υπηρεσίας ΕΟΤ ΗΠΑ & Καναδά, Κωνσταντίνος Χαροκόπος, ο οποίος δήλωσε: «Αποτελεί μεγάλη τιμή να βραβευόμα-



στε από τα Travvy Awards, καθώς οι διακρίσεις αυτές προέρχονται από αυτούς που γνωρίζουν καλύτερα: τους ανθρώπους του τουριστικού κλάδου». Τα Travvy Awards διοργανώνουν το site TravelPulse.com και το περιοδικό AGENTatHOME του ομίλου Northstar Travel Group, με τους νικητές να παρουσιάζονται αναλυτικά στην online και έντυπη έκδοσή τους, αντίστοιχα.



Το ψηφιακό μέσο του τουρισμού
ταξιδεύει σε όλο το κόσμο

Η Έλενα Κουντουρά ομιλήτρια στην Παγκόσμια Σύνοδο για τις Τουριστικές Επενδύσεις ITIC 2022 στην WTM

Η Ευρωβουλευτής του ΣΥΡΙΖΑ-Προοδευτική Συμμαχία Έλενα Κουντουρά θα συμμετάσχει ως ομιλήτρια στην ετήσια σύνοδο για τις τουριστικές επενδύσεις "ITIC Global Tourism Investment Summit", στο πλαίσιο της κορυφαίας διεθνούς τουριστικής έκθεσης του Λονδίνου, World Travel Market - WTM 2022.

Πρόκειται για ένα από τα πλέον καταξιωμένα ετήσια τουριστικά επενδυτικά γεγονότα, με τη συμμετοχή υπουργών, εκπροσώπων φορέων άσκησης πολιτικής, επικεφαλής οργανισμών και ηγετών της παγκόσμιας τουριστικής και ταξιδιωτικής βιομηχανίας.

Κεντρικό θέμα της Συνόδου, που θα πραγματοποιηθεί στις 8 και 9 Νοεμβρίου, είναι η επανεξέταση των επενδύσεων στον τουρισμό υπό το πρίσμα της βιωσιμότητας και της ανθεκτικότητας.

Οι συζητήσεις και παρουσιάσεις θα επικεντρωθούν στις προοπτικές στον τομέα των ταξιδιών και τουρισμού για το 2023, τις αλλαγές στις ταξιδιωτικές και καταναλωτικές συνήθειες, τις νέες τάσεις στη βιωσιμότητα καθώς και στην ανάγκη κινήτρων και πολιτικών ενθάρρυνσης νέων επενδύσεων στον τουριστικό τομέα.

Η Ευρωβουλευτής θα είναι ομιλήτρια στην κεντρική εκδήλωση «Insight Stage» με θέμα τις αναδυόμενες τάσεις στη βιωσιμότητα κατά την περίοδο ανάκαμψης του τουριστικού και ταξιδιωτικού τομέα, την Τρίτη 8 Νοεμβρίου, στο εκθεσιακό κέντρο WTM Excel.

Επίσης έχει προσκληθεί και θα συμμετάσχει ως ομιλήτρια στο Υπουργικό Πάνελ



για τις Επενδύσεις, Investment Ministerial Panel, την Τετάρτη 9 Νοεμβρίου, με ατζέντα συζήτησης την προσέλκυση επενδύσεων μέσα από κίνητρα και πολιτικές για την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών προορισμών.

Η διοργάνωση πραγματοποιείται σε συνεργασία με τη Διεθνή Τουριστική Έκθεση WTM από τον διεθνή φορέα ITIC- International Tourism & Investment Conference, όπου πρόεδρος είναι ο Πρεσβευτής του Παγκόσμιου Συμβου-

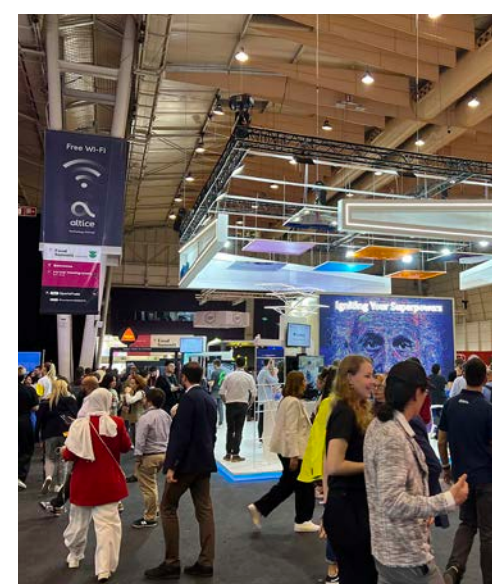
λίου Ταξιδιών και Τουρισμού WTTC και πρώην Γενικός Γραμματέας του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών UNWTO, Δρ. Taleb Rifai και Διευθύνων Σύμβουλος ο Ibrahim Ayoub.

Συμμετοχή της Περιφέρειας Αττικής στη Web Summit 2022 στη Λισαβόνα

Για ακόμα μια χρονιά συμμετείχε το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης για λογαριασμό της Περιφέρειας Αττικής, σε συνεργασία με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Αθηνών, στη διεθνή διοργάνωση Web Summit 2022, που πραγματοποιήθηκε φέτος στη Λισαβόνα, 1 με 4 Νοεμβρίου. Στόχος της συμμετοχής στη μεγάλη διεθνή έκθεση, η ανάπτυξη και εμβάθυνση της συνεργασίας σε τομείς που σχετίζονται με την καινοτομία και την τεχνολογία. Πρόκειται για μια από τις σημαντικότερες διεθνείς συναντήσεις στον χώρο της επιχειρηματικότητας, του οικοσυστήματος καινοτομίας και τεχνολογίας, η οποία διοργανώνεται για πέμπτη χρονιά και συγκεντρώνει συμμετοχές από τις σημαντικότε-

ρες εταιρείες, πλήθος από νεοφυείς επιχειρήσεις, έμπειρους επαγγελματίες ως ομιλητές αλλά και φορείς από όλο τον κόσμο. Η Περιφέρεια Αττικής, έχοντας ως προτεραιότητα την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας αλλά και της εξωστρέφειας των επιχειρήσεων της στον τομέα της καινοτομίας και της τεχνολογίας, δίνει δυναμικό "παρών" στο διεθνές αυτό φεστιβάλ καινοτομίας, παράλληλα και στο Women in Tech, που αφορά στην ενδυνάμωση των γυναικών στην αναλογία των φύλων και στην προώθηση των ευκαιριών βελτίωσης, μέσω του Περιφερειακού Ταμείου Ανάπτυξης και του ΕΒΕΑ, στο πλαίσιο της μόνιμης συνεργασίας. Την Περιφέρεια Αττικής και το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυ-

ξης εκπροσώπησαν η Αντιπεριφερειάρχης Ψηφιακής Διακυβέρνησης Μαρία Κουρή και ο Διευθυντής του Περιφερειακού Ταμείου Ανάπτυξης Αττικής Σωτήρης Νικολαρόπουλος. Ο Περιφερειάρχης Αττικής Γιώργος Πατούλης, αναφερόμενος στις πρωτοβουλίες και δράσεις που υλοποιεί η Περιφέρεια Αττικής για την ανάπτυξη και προβολή των startups της Αττικής, ανέφερε ότι, η καινοτομία και η τεχνολογία αποτελούν ανατίρρητα σημαντικούς πυλώνες για το οικοσύστημα καινοτομίας και επιχειρηματικότητας της Αττικής, την καινοτομία και τελικά την ανάπτυξη της δυναμικής της ελληνικής οικονομίας, που συσχετίζονται με το επιχειρείν των νέων ανθρώπων.



Download



ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ &
ΝΗΣΙΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ

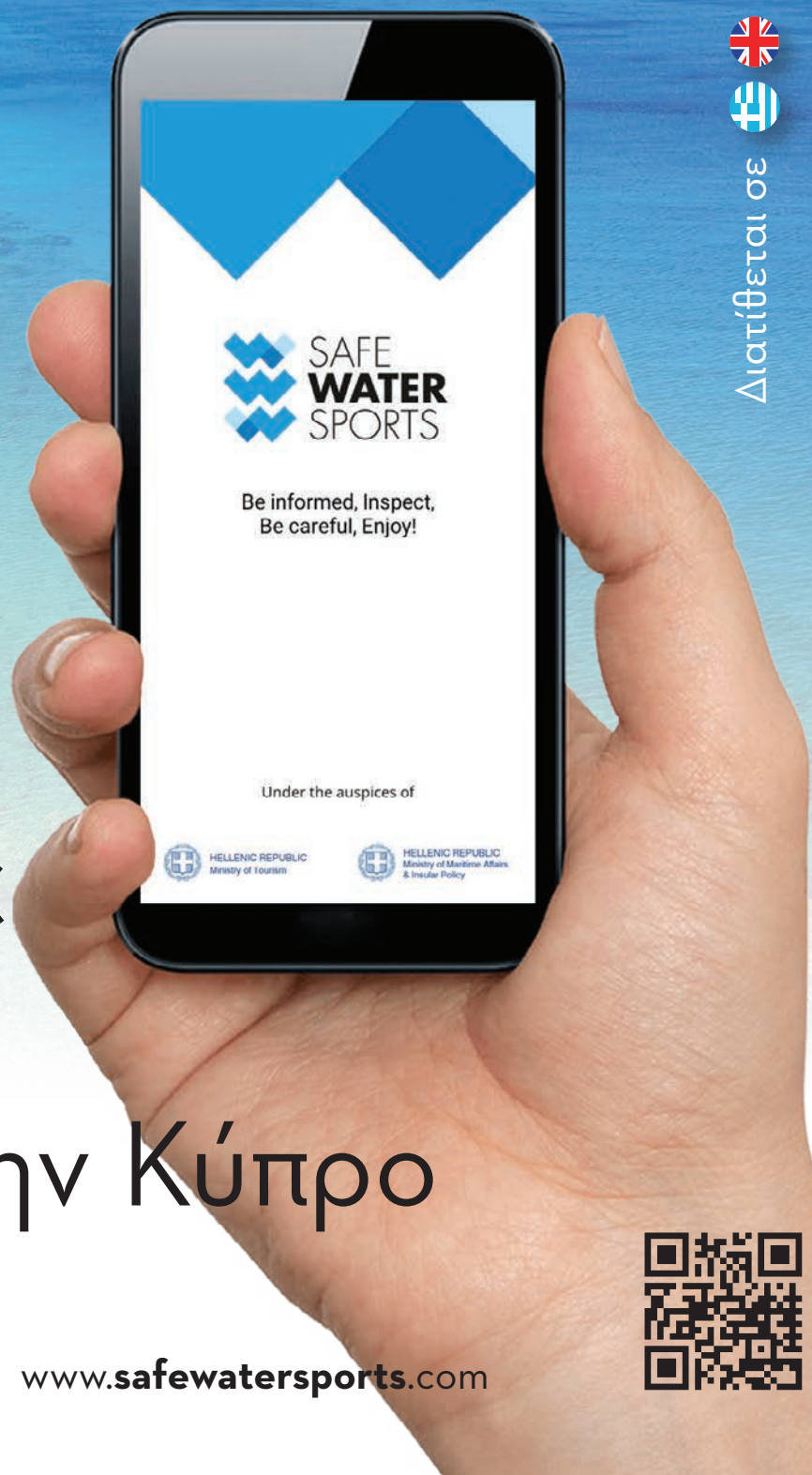


ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

- ▶ Θαλάσσια σπορ
- ▶ 3.000+ παραλίες
- ▶ Ημερόπλοια
- ▶ Μαρίνες
- ▶ Κέντρα Υγείας
- ▶ Κανόνες ασφάλειας

App

ρολαύστε
τις διακοπές σας
στην Ελλάδα & στην Κύπρο



Διατίθεται σε



www.safewatersports.com



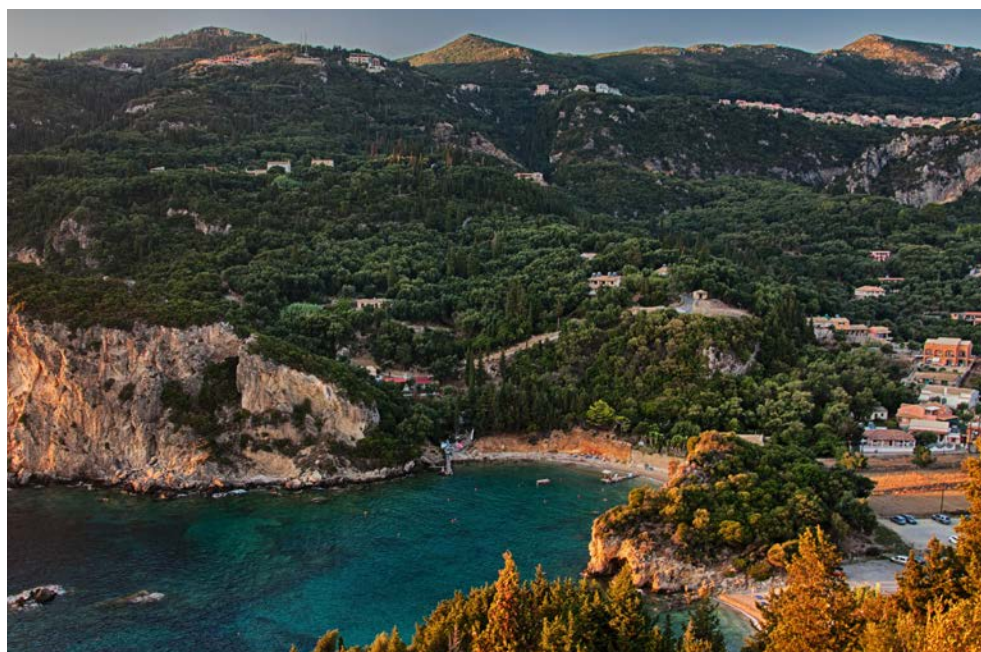


Συνάντηση της Fraport Greece με τους τουριστικούς φορείς της Κέρκυρας

Την Τετάρτη 26 Οκτωβρίου 2022 πραγματοποιήθηκε στην πόλη της Κέρκυρας, συνάντηση και ανοικτή συζήτηση στελεχών της Fraport Greece με εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης, καθώς και των Επαγγελματικών και Εμπορικών Σωματίων του νομού Κέρκυρας και της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων, όπως και εκπροσώπων των τοπικών μέσων ενημέρωσης. Η συνάντηση, πρωτοβουλία της Fraport Greece, ορίστηκε στο πλαίσιο των τακτικών συναντήσεων της εταιρείας διαχείρισης του αεροδρομίου Κέρκυρας «Ιωάννης Καποδίστριας» με τους τοπικούς φορείς και τους συνεργάτες της. Αντικείμενο της συνάντησης ήταν η λειτουργία, η πορεία και η εξέλιξη του αεροδρομίου Κέρκυρας, η βιώσιμη ανάπτυξή του, όσο και η συμβολή του στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

Κατά τη διάρκεια της ανοικτής συζήτησης, τα θέματα που κυρίως απασχόλησαν τους συμμετέχοντες ήταν η αναδιάταξη των εξωτερικών χώρων του αεροδρομίου ώστε να εξυπηρετούν ακόμη καλύτερα την αυξημένη τουριστική κίνηση και τους επαγγελματίες που εκτελούν μεταφορικό έργο, ο συντονισμός φορέων, δημοτικής αρχής και Fraport Greece για την επόμενη καλοκαιρινή σεζόν, όπως και ιδέες για την ψηφιακή μετάβαση υπηρεσιών προς τους επισκέπτες.

Συγκεκριμένα ο κ. Alexander Zinell, CEO της Fraport Greece, μεταξύ άλλων σημείωσε στο χαιρετισμό του: «Το αερο-



δρόμιο της Κέρκυρας, κατάφερε να φιγουράρει φέτος ανάμεσα στα αεροδρόμια με τη μεγαλύτερη αύξηση επισκεπτών στην Ελλάδα. Μία επιτυχία που μας δίνει μεγάλη ικανοποίηση, όμως και την ευθύνη να συμμετέχουμε μαζί με τους τοπικούς φορείς στο σχεδιασμό για το μέλλον του τουρισμού στο νησί, με όρους βιωσιμότητας και σεβασμού στο τόπο. Ενώ χαιρετίζουμε την αύξηση των επισκεπτών στην Κέρκυρα, γνωρίζουμε καλά ότι η ανάκαμψη αυτή δοκιμάζει τα όρια των υφιστάμενων δημόσιων υποδομών. Απαιτούνται επειγόντως περισσότερες επενδύσεις

προκειμένου τα υπάρχοντα δίκτυα (όπως δρόμοι, δίκτυο ηλεκτρισμού, νερού και αποχέτευσης, διαχείριση απορριμμάτων) να ανταποκριθούν στην αυξημένη ζήτηση. Η υποστήριξη της βιώσιμης ανάπτυξης και της κοινωνικά υπεύθυνης συμπεριφοράς είναι βασικές αρχές της Fraport Greece».

Ο κ. Γιώργος Βήλος, Γενικός Διευθυντής Ανάπτυξης της Fraport Greece, παρουσίασε στους παρευρισκόμενους φορείς την εξέλιξη της επιβατικής κίνησης την περίοδο 2017-2022, εστιάζοντας στην εξαιρετική πορεία του αεροδρομίου της Κέρκυ-

ρας «Ιωάννης Καποδίστριας» κατά τη φετινή χρονιά ως αποτέλεσμα τόσο των νέων και αναβαθμισμένων υποδομών όσο και των συνεχών προσπαθειών που γίνονται στον τομέα της προσέλκυσης νέων δρομολογίων και αεροπορικών εταιριών. Επιπλέον, υπογράμμισε την καθοριστική σημασία που έχει η γόνιμη και ουσιαστική συνεργασία μεταξύ όλων των τοπικών φορέων στον τομέα του τουρισμού προκειμένου να διατηρηθεί και να ενισχυθεί ακόμη περισσότερο η ελκυστικότητα της Κέρκυρας, δεδομένου του έντονου ανταγωνισμού που υπάρχει μεταξύ των διαφόρων προορισμών της ευρύτερης περιοχής της Μεσογείου. Τέλος, ιδιαίτερη αναφορά έγινε στην συνολική αναβάθμιση της ταξιδιωτικής εμπειρίας στο αεροδρόμιο της Κέρκυρας ως αποτέλεσμα των νέων και ποιοτικών εμπορικών υπηρεσιών που είναι πλέον διαθέσιμες στο επιβατικό κοινό.

Ο κ. Παναγιώτης Σπυράτος, Γενικός Διευθυντής Επιχειρησιακών Λειτουργιών της Fraport Greece, αναφέρθηκε στην επιχειρησιακή ετοιμότητα του αεροδρομίου σε θέματα ασφάλειας, ποιότητας και ταχύτητας εξυπηρέτησης των επιβατών, κάνοντας ιδιαίτερη μνεία στη φετινή τουριστική σεζόν, κατά την διάρκεια της οποίας, η επιβατική κίνηση ήταν υψηλή, ενώ ανακοίνωσε τα νέα έργα αναβάθμισης που θα λάβουν χώρα σε βάθος δυο ετών και αφορούν τη συνολική ανακατασκευή του διαδρόμου.

«Ψαλιδίζουν» τις χειμερινές διακοπές οι Γερμανοί

Λιγότεροι Γερμανοί αναμένεται να πάνε αυτόν τον χειμώνα σε χιονοδρομικά κέντρα ή άλλες περιοχές δημοφιλείς για χειμερινές διακοπές, καθώς οι περισσότεροι προσπαθούν να εξοικονομήσουν χρήματα εν μέσω της αύξησης του κόστους, σύμφωνα με δημοσκόπηση που πραγματοποιήθηκε στη Γερμανία.

Σχεδόν οι μισοί από τους ανθρώπους στη Γερμανία που συνήθως κάνουν χειμερινές διακοπές πρόκειται τώρα είτε να παραλείψουν ένα ταξίδι φέτος, είτε να βρουν μια φθηνότερη επιλογή καθώς οι τιμές αυξάνο-

νται, σύμφωνα με την έρευνα της YouGov. Περίπου το 23% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι θα μειώσει τα σχέδια διακοπών του, ενώ το 26% θα τα ακυρώσει εντελώς. Μόνο το ένα τέταρτο δεν σκοπεύει να κάνει καμία αλλαγή στα σχέδιά του, ανέφερε η δημοσκόπηση που διενεργήθηκε για λογαριασμό του βαυαρικού κατασκευαστή αθλητικών ειδών Schöffel.

Όσον αφορά τις ιδέες για τη μείωση του κόστους, οι ερωτηθέντες πρότειναν συντομότερες διακοπές, μείωση των δραστηριοτήτων τους στο σκι ή ταξίδια σε μέ-

ρη πιο κοντά στο σπίτι. Περαιτέρω τομείς για εξοικονόμηση χρημάτων περιλάμβαναν το να μην τρώνε τόσο συχνά σε εστιατόρια και να βγαίνουν λιγότερο έξω. Στην έρευνα συμμετείχαν 2.041 άτομα από τις 19 έως τις 21 Σεπτεμβρίου. Οι τιμές της ενέργειας φτάνουν σε επίπεδα ρεκόρ στην Ευρώπη λόγω του πολέμου στην Ουκρανία. Ο υψηλός πληθωρισμός αναμένεται να οδηγήσει τη γερμανική οικονομία σε ύφεση τα επόμενα τρίμηνα. Τον Σεπτέμβριο, ο ετήσιος πληθωρισμός έφτασε το 10%.



BCI media

BROADCAST CANADIAN & INTERNATIONAL TV NETWORK



www.bci24news.com

info@bci24news.com

Συνεργασία της ΠΟΞ με το ΠΑΔΑ για την ενδυνάμωση των ξενοδοχείων

Συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Δυτικής Αττικής εγκαινιάσε στα τέλη της περασμένης εβδομάδας η Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων, σε ειδική τελετή που πραγματοποιήθηκε στο συνεδριακό κέντρο «Περικλής Λύτρας» της Πανεπιστημιούπολης Άλσους Αιγάλεω, παρουσία μελών του Δ.Σ. της ΠΟΞ, καθηγητών και φοιτητών του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού της Σχολής Διοικητικών, Οικονομικών και Κοινωνικών Επιστημών του ΠΑ.Δ.Α. Ο Πρόεδρος της ΠΟΞ κ. Γρηγόρης Τάσιος και ο Πρύτανης του Πανεπιστημίου, Καθηγητής κ. Παναγιώτης Ε. Καλδής υπέγραψαν μνημόνιο συνεργασίας με στόχο την ενδυνάμωση της σχέσης μεταξύ των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και της ακαδημαϊκής κοινότητας, προωθώντας την επιχειρηματικότητα στο εκπαιδευτικό περιβάλλον και την αξιοποίηση της τεχνογνωσίας και εμπειρίας του κλάδου, ως γέφυρα που ενώνει την προσφορά και τη ζήτηση στην αγορά εργασίας, προς όφελος των φοιτητών, αλλά και των επιχειρήσεων.

Στο διάλογο που ακολούθησε με φοιτητρίες και φοιτητές, ο κ. Τάσιος αναφέρθηκε στις δεξιότητες που λείπουν από την αγορά εργασίας και στις κενές θέσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο. «Όσο και αν σας φαίνεται περίεργο, λείπουν δεξιότητες σε όλες τις θέσεις του οργανογράμματος όσον αφορά το προσωπικό των μονάδων. Από μια απλή καμαριέρα μέχρι ένα υψηλόβαθμο στέλεχος που μπορεί να είναι διευθυντής σε ξενοδοχείο ή προϊστάμε-



νος σε ένα τμήμα. Χρειάζονται οι δεξιότητες, χρειάζονται οι ξένες γλώσσες, χρειάζονται άνθρωποι που να αγαπούν αυτό που κάνουν και να υποστηρίζουν τον τίτλο «Ελληνική Φιλοξενία». Πιστεύω ότι το επόμενο χρονικό διάστημα θα έχουμε τη δυνατότητα και να βρεθούμε μαζί από κοινού και σε άλλους χώρους, αλλά και να συμβάλουμε και εμείς στις επόμενες κινήσεις που θα γίνουν, μέσω της πρακτικής άσκησης των φοιτητών σε όλους

τους προορισμούς της χώρας. Αν αναλογιστούμε ότι κάναμε το πρώτο βήμα στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση και στην ευέλικτη ζώνη της Β' και Γ' Δημοτικού, μέσω της συνεργασίας του ΞΕΕ με τα υπουργεία Παιδείας και Τουρισμού στο καινοτόμο εκπαιδευτικό πρόγραμμα «Φιλοξενία ΜΟΥ» και, τώρα το δεύτερο βήμα στην τριτοβάθμια εκπαίδευση με τη σημερινή μας υπογραφή, έχουμε όλα τα εχέγγυα για να εξελιχθούν όλα καλύτερα στην αγορά εργασίας στον κλάδο μας. Για εμάς αποτελεί μεγάλη τιμή, η εμπιστοσύνη που δείχνει στην Ομοσπονδία μας η Διοίκηση του Πανεπιστημίου», δήλωσε μεταξύ άλλων ο Πρόεδρος της ΠΟΞ.

«Μέσα από αυτή τη διαδικασία προσπαθούμε να παρακολουθήσουμε όσο γίνεται πιο συστηματικά τις ανάγκες της αγοράς εργασίας, να καταγράψουμε μεθοδικά όσο γίνεται τα πεδία στα οποία θεωρούμε ότι απαιτούνται κάποιες ιδιαίτερες παρεμβάσεις και πρωτοβουλίες και μάλιστα, θα λέγαμε κυρίως, κατόπιν του μεγάλου ελλείματος που διαπιστώσαμε το τελευταίο διάστημα στο κομμάτι του τουρισμού όσον αφορά τους απασχολούμενους, αλλά κυρίως της αντιστοίχισης δεξιοτήτων στη χώρα μας, η οποία δυστυχώς κατατάσσεται τελευταία στον αντίστοιχο ευρωπαϊκό δείκτη» σημείωσε από την πλευρά του ο Επίκουρος Καθηγητής του Τμήματος Διοίκησης Τουρισμού του ΠΑ.Δ.Α. και Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Αρκαδίας κ. Κωνσταντίνος Μαρινάκος.

Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας διοργανώνει συνάντηση επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών με Σουηδούς αγοραστές

Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας στο πλαίσιο της στήριξης της εξαγωγικής προσπάθειας των επιχειρήσεων τροφίμων και ποτών του τόπου μας διοργανώνει στη Θεσσαλονίκη, από τις 28 μέχρι τις 30 Νοεμβρίου του 2022, επιχειρηματική συνάντηση με Σουηδούς αγοραστές. Σκοπός της επιχειρηματικής συνάντησης, που θα πραγματοποιηθεί σε συνεργασία με την εταιρεία RECO EXPORTS στο ξενοδοχείο «Πόρτο Παλλάς» στη Θεσσαλονίκη, είναι η δικτύωση επιχειρήσεων της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας με τα κανάλια διανομής τροφίμων και ποτών της Σουηδίας, λαμβάνοντας υπόψη τη διαφορετική κουλτούρα των Σουηδών αγοραστών και εμπόρων, ιδιαίτερα στους παρακάτω άξονες:

1. «χτίσιμο» εμπιστοσύνης,
2. σταθερή και μακροχρόνια συνεργασία,
3. αυστηρή τήρηση των προδιαγραφών,
4. δυνατότητα τροφοδοσίας ικανών ποσοτήτων,
5. σύντομο χρόνο παράδοσης

Η πρόσκληση απευθύνεται σε επιχειρήσεις ικανές να ανταπεξέλθουν στις προκλήσεις της αγοράς της Σκανδιναβίας και οι οποίες επιθυμούν να ενημερωθούν για τους τρόπους διείσδυσης σε αυτήν, τον τρόπο λειτουργίας των συνεταιριστικών αλυσίδων, τον τρόπο σκέψης και τις αγοραστικές συνήθειες των Σκανδιναβών καταναλωτών.

Οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις θα έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν και να συζητήσουν με κάθε έναν από τους επαγγελματίες επισκέπτες, να τους παρουσιάσουν τα προϊόντα τους και να δημιουργήσουν τις συνθήκες για συνεργασίες.

Οι κατηγορίες που εμφανίζουν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον και οι οποίες αναφέρονται τόσο σε συμβατικά όσο και σε βιολογικά προϊόντα, είναι οι παρακάτω:

- Ελαιόλαδο
- Ελιές και προϊόντα ελιάς (πάστες, κ.α.)
- Τυροκομικά
- Μέλι, μαρμελάδες και αλείμματα
- Ζαχαρώδη

- Σνακ
- Dips
- Ξηροί καρποί
- Χυμοί και Αναψυκτικά
- Vegan προϊόντα

Οι επιχειρήσεις που θα συμμετάσχουν στη δράση, θα έχουν τη δυνατότητα να παρευρεθούν στην εκδήλωση γνωριμίας και δικτύωσης με τους Σουηδούς αγοραστές το απόγευμα της Δευτέρας 28/11 και σε εξατομικευμένες B2B συναντήσεις μαζί τους το απόγευμα της Τρίτης 29/11/2022. Οι Σουηδοί αγοραστές θα εκπροσωπούν τις εταιρείες Gustatus AB, ICA Supermarket, Kandyz AB, Ekologiska Säljbolaget AB, Food Collective AB, Ostspecialisten AB και Bustamante AB ενώ θα παρευρεθεί και ο εκδότης του Σουηδικού κλαδικού περιοδικού τροφίμων και ποτών Butikstrender το οποίο θα αρθρογραφήσει για την επιχειρηματική επίσκεψη προβάλλοντας τα προϊόντα της Περιφέρειας σε όλο το συνδρομητικό κοινό του.



Οι δηλώσεις συμμετοχής θα πρέπει να αποστέλλονται συμπληρωμένες και υπογεγραμμένες στα **e-mail:**

g.karali@pkm.gov.gr ή **dao@pkm.gov.gr**

Για οποιαδήποτε πληροφορία ή διευκρίνιση για την πρωτοβουλία της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, καθώς και για άλλες δράσεις εξωστρέφειας και υποστήριξης του Τμήματος Προβολής Αγροτικών Προϊόντων μπορείτε να επικοινωνείτε στα τηλέφωνα 2313330350 (Γλυκερία Καραλή), 2313330391 (Τσαμπαλή Χαρίκλεια) και 2313330052 (Μαρία Ελευθεριάδου).

GK
FORCES



**ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΜΕΝΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ
ΕΙΔΗ ΠΡΟΣΤΑΣΙΑΣ ΕΡΓΑΖΟΜΕΝΩΝ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ**



Επιστρώματα



Παπλώματα



Παπλωματοθήκες



Κουβέρτες-Κουβερλί



Σεντόνια



Μαξιλάρια



Μπουνούζια



Πετσέτες



Ταπέτα



Κεντημένη Πετσέτα

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



Τα υψηλότερα λειτουργικά κέρδη εξαμήνου καταγράφει ο όμιλος Singapore Airlines

Ο Όμιλος Singapore Airlines σημείωσε ρεκόρ λειτουργικών κερδών το πρώτο εξάμηνο και το δεύτερο τρίμηνο του οικονομικού έτους 2022/23, καθώς η ζήτηση για αεροπορικά ταξίδια αυξήθηκε κατακόρυφα όταν η Σιγκαπούρη άνοιξε ξανά τις πύλες της σε όλους τους εμβολιασμένους ταξιδιώτες τον Απρίλιο του 2022 και οι συννοριακοί περιορισμοί χαλάρωσαν σε πολλές βασικές αγορές.

Η Singapore Airlines και η Scoot μετέφεραν 11,4 εκατομμύρια επιβάτες κατά τη διάρκεια των έξι μηνών έως τις 30 Σεπτεμβρίου 2022, δηλαδή αύξηση κατά 13 φορές σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Η επιβατική κίνηση και οι συντελεστές πληρότητας ήταν ισχυροί σε όλες τις κατηγορίες καμπίνας και τις περιοχές δρομολογίων, εκτός από την Ανατολική Ασία, όπου οι συννοριακοί περιορισμοί παρέμειναν σε μεγάλο βαθμό σε ισχύ κατά τη διάρκεια του εξαμήνου. Η επιβατική ικανότητα του Ομίλου αυξήθηκε κατά μέσο όρο στο 68% των προ της πανδημίας επιπέδων κατά το δεύτερο τρίμηνο του οικονομικού έτους 2022/23.

Ο Όμιλος κατέγραψε λειτουργικά κέρδη ύψους 1.234 εκατ. δολαρίων, βελτιωμένα κατά 1.854 εκατ. δολάρια σε σχέση με τις



ζημίες ύψους 620 εκατ. δολαρίων ένα χρόνο πριν.

Καθώς προετοιμάζεται για το μέλλον, ο Όμιλος συνεχίζει να επενδύει στο ανθρώπινο δυναμικό του. Η Singapore Airlines και η Scoot σχεδιάζουν να προσλάβουν συνολικά περίπου 3.000 άτομα πλήρωμα καμπίνας μέχρι το τέλος του οικονομικού

έτους. Και οι δύο αεροπορικές εταιρείες έχουν επίσης ξαναρχίσει την πρόσληψη δόκιμων πιλότων.

Τέλος, όπως ανακοίνωσε η Singapore Airlines στις 13 Οκτωβρίου 2022, βρίσκεται σε συζητήσεις με τον όμιλο Tata για τη διεύρυνση της υφιστάμενης συνεργασίας τους, η οποία μπορεί να περιλαμβάνει μια

πιθανή συγχώνευση της Vistara και της Air India. Αυτό αποτελεί βασικό μέρος της στρατηγικής πολλαπλών κόμβων της Singapore Airlines, η οποία επιτρέπει στον Όμιλο να συμμετέχει άμεσα στην ανάπτυξη μιας από τις μεγαλύτερες αεροπορικές αγορές στον κόσμο, η οποία πλαισιώνει τον ισχυρό κόμβο της Σιγκαπούρης.

Η Καλαμάτα αποκτά υδατοδρόμιο με ανάδοχο την Hellenic Seaplanes

Ο κύβος ερρίφθη για το υδατοδρόμιο της Καλαμάτας καθώς το project που θα φέρει τα υδροπλάνα στην πρωτεύουσα της Μεσσηνίας καταλήγει στα χέρια της Hellenic Seaplanes! Η απόφαση πάρθηκε με την λήξη της διαγωνιστικής διαδικασίας που διεξήγαγε το Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Καλαμάτας, επιλέγοντας την εταιρεία ως ανάδοχο για την έκδοση της άδειας λειτουργίας, διαχείρισης καθώς και της κατασκευής του υδατοδρομίου. Οι εξελίξεις αυτές φέρνουν και πάλι στο προσκήνιο το υδατοδρόμιο της Καλαμάτας, ενώ κρίνονται ιδανικές για τη Hellenic Seaplanes, η οποία πριν την ανάληψη της δημιουργίας των εγκαταστάσεων του έργου, είχε ολοκληρώσει επιτυχώς και την έκδοση της άδειας ίδρυσής του, με την απόφαση να ανακοινώνεται τον προηγούμενο Μάρτιο.

Η υλοποίηση του υδατοδρομίου της Καλαμάτας είναι αποτέλεσμα της κοινής επιμονής και του οράματος τόσο της δημοτικής όσο και της λιμενικής αρχής της πόλης. Η προσπάθεια για δημιουργία υδατοδρομίου είχε ξεκινήσει επί δημαρχίας του κ. Νίκα, σημερινού Περιφερειάρχη Πελοποννήσου και συνεχίστηκε από τον νυν δήμαρχο κ. Βασιλόπουλο καθώς και σύσσωμη την διοίκηση και το προσωπικό του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου Καλαμάτας και τον κ. Αντώνοπουλο (Πρόεδρο Δ.Λ.Τ) που πίστεψαν στο όραμα και στη δυναμική των υδροπλάνων αλλά και τις προοπτικές που θα φέρει το υδατοδρόμιο στην νότια Πελοπόννησο.

Με την οριστικοποίηση της συμφωνίας για την ανάληψη του υδατοδρομίου, η Hellenic Seaplanes θα ξεκινήσει άμεσα να «τρέχει» τις διαδικασίες που αφορούν τον



τεχνικό φάκελο έκδοσης της άδειας λειτουργίας του ενώ παράλληλα θα προχωρά την κατασκευή των χερσαίων και υδάτινων εγκαταστάσεων στο λιμάνι. Αμετάκλητος στόχος είναι σύντομα το υδατοδρόμιο να είναι άκρως αξιοποιήσιμο και να ενταχθεί στο δίκτυο υδατοδρομίων της Hellenic Seaplanes αλλά και της Πελοποννήσου.

TRAVEL^{HD}

CHANNEL

Η ΕΛΛΑΔΑ ΤΑΞΙΔΕΥΕΙ ΣΤΟΝ ΚΟΣΜΟ

Το κανάλι του τουρισμού σύντομα στις οθόνες σας



Συνεργασία της  **MACT MEDIA GROUP** με την 

 211-0129575

 info@mact.gr

MACT
MEDIA
GROUP

Στο Παγκόσμιο Κύπελλο Μαγειρικής Villeroyet Boch του Λουξεμβούργου η Culinary Team Greece



Η Ένωση Επαγγελματιών Μαγειρικής Ελλάδας - Culinary Professionals Greece θα συμμετέχει στο Παγκόσμιο Κύπελλο Μαγειρικής Villeroyet Boch στο Λουξεμβούργο, που διοργανώνεται κάθε τέσσερα χρόνια και θα διεξαχθεί 26-30 Νοεμβρίου του 2022, στο Luxexpo The Box. Η σπουδαία αυτή διεθνής γαστρονομική διοργάνωση αποτελεί κορυφαίο θεσμό για τον κλάδο της γαστρονομίας παγκοσμίως, καθώς συμμετέχουν περισσότερες από 100 επιλεγμένες ομάδες chef από 55 χώρες από όλο τον κόσμο.

Σε 24.700 τ.μ. εκθεσιακού χώρου θα παραβρεθούν 8.000 επαγγελματίες μαγειρικής και 150 δημοσιογράφοι από όλο τον κόσμο, ενώ το κοινό θα έχει τη δυνατότητα να γευθεί τα διαγωνιζόμενα πιάτα, σε ένα χώρο 900 θέσεων.

Οι διαγωνιζόμενοι θα προβάλλουν τη γαστρονομική τους κουλτούρα σε συνάρτηση με τις νέες γαστρονομικές τάσεις και υγιεινές διατροφικές πρακτικές. Η ομάδα

της Ένωσης Culinary Team Greece θα πρέπει να σχεδιάσει, να οργανώσει και να πραγματοποιήσει ένα ελληνικό γεύμα με θέμα "Η Γαστρονομική μας παράδοση και πολιτισμός στο σήμερα", παρουσιάζοντας παραδοσιακές συνταγές εμπνευσμένες από τη Μακεδονική Κουζίνα με σύγχρονες τεχνικές μαγειρικής. Η αποστολή της Ένωσης θα επιδιώξει να παρουσιάσει ένα πρωτότυπο γεύμα, αναδεικνύοντας τις τοπικές γεύσεις και τα προϊόντα, προβάλλοντας παράλληλα τη σύγχρονη γαστρονομική κουλτούρα της χώρας μας παγκοσμίως.

Η Ένωση Επαγγελματιών Μαγειρικής Ελλάδας, με την ομάδα της Culinary Team Greece, κατέκτησε το 2020 το χάλκινο μετάλλιο στους Ολυμπιακούς Αγώνες Μαγειρικής στη Στουτγάρδη. Στόχος μας είναι να φέρουμε άλλη μία διάκριση για τη χώρα μας.

Η συμμετοχή της Ένωσης πραγματοποιείται σε συνδιοργάνωση με την Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και υπό την Αιγίδα του ΕΟΤ.

Η ANEK LINES στην TTG Travel Experience 2022

Η ANEK LINES ήταν παρούσα στη διεθνή τουριστική έκθεση TTG Travel Experience 2022, στην μεγαλύτερη και πιο σημαντική επαγγελματική έκθεση της Ιταλίας, που διεξήχθη, από τις 12 έως τις 14 Οκτωβρίου, στο Rimini, το παραθαλάσσιο θέρετρο της «Αδριατικής Ριβιέρας». Στην έκθεση του Ρίμινι που μετράει σχεδόν έξι δεκαετίες εμπειρίας στο χώρο του τουρισμού, η προσέλευση επαγγελματιών και επισκεπτών φέτος ήταν εντυπωσιακή, σημειώνοντας αύξηση κατά 25% σε σχέση με την περυσινή χρονιά!

Σε ένα μοντέρνο, λειτουργικό και φιλόξενο περίπτερο, η ANEK LINES, υποδέχτηκε για μία ακόμα χρονιά, tour operators, travel agents, εκπροσώπους τουριστικών φορέων και επιχειρήσεων τουρισμού, ξενοδόχους, οικονομικούς παράγοντες κλπ.

Τα στελέχη της ANEK ενημέρωσαν τους επισκέπτες της έκθεσης για τους δημοφιλείς ελληνικούς νησιωτικούς προορισμούς που εξυπηρετούν τα πλοία της εταιρείας, τις ελκυστικές οικονομικές προσφορές - για τους επιβάτες άνω των 60, τους νέους, τις οικογένειες και τις παρέες, τα μέλη της Anek Smart - και τις υψηλού επιπέδου παρεχόμενες υπηρεσίες εν πλω, που προσφέρει η εταιρεία όχι μόνον την καλοκαιρινή περίοδο, αλλά ολόκληρο το χρόνο.





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

Διεθνές πρόβλημα η έλλειψη προσωπικού στον Τουρισμό

Γράφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Το παγκόσμιο ταξιδιωτικό και τουριστικό γεγονός World Travel Market London άνοιξε επίσημα χθες τις πόρτες του για να υποδεχτεί τα μεγαλύτερα ονόματα της βιομηχανίας από κάθε ταξιδιωτικό τομέα για να συνδεθούν και να δικτυωθούν μεταξύ τους και να βρουν νέους τρόπους ανάπτυξης και εξέλιξης των επιχειρήσεών τους.

Την έκθεση επισκέφθηκε ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας, ενώ δυναμική είναι, όπως κάθε χρόνο, η παρουσία του ελληνικού περιπτέρου του ΕΟΤ. Ο υπουργός Τουρισμού σε συνέντευξή του στο SkyNews μίλησε για τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και την καμπάνια που έχει οργανώσει η Ελλάδα για το 2023 με θέμα ένα βιώσιμο τουριστικό μοντέλο, φιλικό στο περιβάλλον και με χαμηλές εκπομπές άνθρακα.

Αναφέρθηκε επίσης στην πρωτοβουλία 'eco islands', δηλ. νησιά με ενεργειακή αυτονομία από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, κάνοντας ειδική μνεία στη Σύμη, την Χάλκη και την Αστυπάλαια που εντάχθηκαν πέρσι στην πρωτοβουλία αυτή και στην προσπάθεια να επεκταθεί το πρόγραμμα και σε ξενοδοχεία, συγκροτήματα, καθαρές παραλίες και καθαρές πόλεις. Τόνισε ότι φέτος επισκέφθηκαν την Ελλάδα πάνω από 3 εκατομμύρια Βρετανοί τουρίστες και επετεύχθη η επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασαν οι έρευνες που είδαν το φως της δημοσιότητας με την έναρξη της WTM. Ανάμεσα σε πολλά στοιχεία που δημοσιεύθηκαν ξεχωρίσαμε το γεγονός πως η πανδημία δεν φαίνεται να ανησυχεί πλέον τον κλάδο, αλλά και πως το πρόβλημα της εύρεσης προσωπικού δεν είναι αποκλειστικά ελληνικό φαινόμενο.

Η πλειονότητα των υπευθύνων λήψης αποφάσεων που συμμετείχαν στην έκθεση WTM Industry Report 2022 πιστεύει ότι τα ταξίδια είναι ένας ελκυστικός τομέας για να εργαστεί κανείς - αλλά ο κλάδος δυσκολεύεται επί του παρόντος να προσλάβει προσωπικό.

Όταν ρωτήθηκαν: «Θεωρείτε τον ταξιδιωτικό κλάδο ελκυστικό για να εργαστεί-

Έρευνα της WTM δείχνει ότι η δυσκολία στην εύρεση εργαζομένων στον τουριστικό κλάδο είναι διεθνής. Ποια είναι τα αίτια και τα κίνητρα που δίνουν οι τουριστικές επιχειρήσεις για να προσελκύσουν νέους εργαζόμενους



τε;», επτά στους 10 (70,5%) απάντησαν «ναι», ενώ το 14% απάντησε «ίσως». Περίπου ένας στους οκτώ (13%) πιστεύει το αντίθετο, αν και σχεδόν όλοι όσοι απάντησαν «όχι» περιόρισαν την απάντησή τους λέγοντας ότι δεν είναι ελκυστικός κλάδος για να εργαστεί κανείς «προς το παρόν».

Η έκθεση βασίζεται σε έρευνα που διεξήχθη μεταξύ των ανώτερων αγοραστών, εκθετών και επισκεπτών της WTM London.

Όταν ρωτήθηκαν: «Ποιο είναι το μεγαλύτερο πρόβλημά σας στην προσέλκυση ταλέντων;» τα στελέχη του κλάδου μοιράστηκαν εξίσου στις μη ανταγωνιστικές αμοιβές (22%) και στην έλλειψη κατάλληλων υποψηφίων (22%).

Η φήμη του κλάδου (14%) και οι κυβερνητικοί κανονισμοί, οι μεταναστευτικοί

κανόνες και το Brexit για τη Βρετανία (11%) είναι το τρίτο και τέταρτο μεγαλύτερο πρόβλημα που αντιμετωπίζουν οι εργοδότες στην προσέλκυση νέων εργαζομένων.

Ένας στους 10 εργοδότες ταξιδιωτικών επιχειρήσεων (10%) δηλώνει ότι το μεγαλύτερο πρόβλημα είναι η απώλεια προσωπικού σε άλλους κλάδους, ενώ ένα άλλο 10% δήλωσε ότι τα ταξίδια ανταγωνίζονται άλλους κλάδους όταν πρόκειται να προσλάβουν υποψηφίους.

Οι ώρες εργασίας και οι χρόνοι εκπαίδευσης θεωρούνται επίσης ως τα μεγαλύτερα προβλήματα στην προσέλκυση προσωπικού, από το 6% και το 2% των ερωτηθέντων αντίστοιχα.

Όταν ρωτήθηκαν: «Πώς αντιμετωπίζετε το ζήτημα των ταλέντων;», το 27% προ-

σφέρει ευέλικτη εργασία για να προσελκύσει περισσότερο προσωπικό- το 24% προσφέρει περισσότερα κίνητρα- το 17% είναι πιο ανοιχτό στην πρόσληψη ατόμων εκτός του κλάδου- το 14% καταβάλλει υψηλότερους μισθούς- το 11% προσφέρει μεγαλύτερες προοπτικές σταδιοδρομίας και το 2% προσφέρει περισσότερα δικαιώματα διακοπών.

Σε μια προσπάθεια να διατηρήσουν το υπάρχον προσωπικό, το 45% των ταξιδιωτικών επιχειρήσεων έχει ήδη αρχίσει να προσφέρει καλύτερες συνθήκες, ενώ ένα επιπλέον 22% ετοιμάζεται να προσφέρει σύντομα καλύτερες συνθήκες/κίνητρα και ένα άλλο 17% σκέφτεται να το πράξει.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➔

ΠΑΤΕΡΑΚΙΣ PHOTO
photo - video creations est.1952
τρεις γενιές φωτογράφων

Φωτορεπορτάζ

φωτογράφιση - βιντεοσκόπηση

πολιτικών γεγονότων - συνεδρίων

εκθέσεων - τουριστικών γκρούπ

πορτρέτα - λήψεις με Drone

Με τα πιο 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



Μόνο μία στις 10 επιχειρήσεις δήλωσε ότι δεν προτίθεται να προσφέρει βελτιωμένους όρους/κίνητρα ως μέσο διατήρησης του προσωπικού, ενώ οι υπόλοιποι δεν είναι σίγουροι προς το παρόν. Όταν ρωτήθηκαν: «Τι είδους συνθήκες/παροχές προσφέρετε;» το 57% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι προσφέρει ευκαιρίες κατάρτισης και εξέλιξης προκειμένου να προσπαθήσει να κρατήσει το υπάρχον προσωπικό- το 48,5% προσφέρει ευέλικτη εργασία- το 38% προσφέρει αύξηση μισθού, ενώ το 37% προσφέρει «βελτιωμένες παροχές».

Άλλοι τρόποι με τους οποίους οι εταιρείες ελπίζουν να διατηρήσουν το προσωπικό τους είναι η προσφορά δωρεάν φαγητού (προσφέρεται από το 21% των ερωτηθέντων)- δωρεάν ταξίδια (20%)- εκπτώσεις

(16%)- και εκπαιδευτική άδεια (3%). Στον πάτο του καταλόγου βρίσκεται η δωρεάν ή επιτόπια φροντίδα παιδιών - που προσφέρεται μόλις από το 1% των ερωτηθέντων.

Παράλληλα από την πλευρά του εργατικού δυναμικού σε μια ξεχωριστή έρευνα της WTM London, που διεξήχθη μεταξύ 2.000 μελών του κοινού σε όλο το Ηνωμένο Βασίλειο, το 60% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι «δεν βλέπει την ταξιδιωτική βιομηχανία ως ελκυστική βιομηχανία για να εργαστεί κανείς», ενώ μόνο το 29% δήλωσε ότι το βλέπει.

Η εκτίναξη του κόστους ζωής σε όλο τον κόσμο αποτελεί μακράν τη μεγαλύτερη απειλή για τις ταξιδιωτικές επιχειρήσεις το 2023, σύμφωνα με έρευνα της WTM London.

Ανησυχία για την εκτίναξη του κόστους ζωής

Σε δημοσκόπηση που διενεργήθηκε σε επαγγελματίες του ταξιδιωτικού κλάδου στο πλαίσιο της WTM ρωτήθηκαν: «Ποια είναι η γνώμη σας για το ταξίδι; ΤΙ είναι πιο πιθανό να επηρεάσει αρνητικά την επιχείρησή σας το 2023;» σχεδόν οι μισοί (44,8%) ανέφεραν το «κόστος ζωής γενικά».

Η τιμή της βενζίνης αναφέρθηκε από το 13,4%, ενώ οι τιμές της ενέργειας αποτέλεσαν πηγή ανησυχίας για έναν στους δέκα ερωτηθέντες (9,6%).

Στο σύνολό τους, το κόστος διαβίωσης συν τις τιμές της βενζίνης και της ενέργειας, οι απαντήσεις αυτές αντιστοιχούσαν σε περισσότερα από τα δύο τρίτα των ερωτηθέντων (67,8%).

Ο πόλεμος στην Ουκρανία αναφέρθηκε από λίγο περισσότερο από έναν στους δέκα (11,9%), ενώ άλλα ζητήματα αναφέρθηκαν από μικρότερα ποσοστά των ερωτηθέντων - αυξημένα ποσοστά Covid (5,4%), το χάος του 2022 στα αεροδρόμια (4,2%), η κλιματική αλλαγή (2,3%), το Brexit (1,9%) και οι ενισχυμένοι συνοριακοί έλεγχοι (1,1%).

Η έρευνα αντανάκλα τις προειδοποιήσεις του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού σχετικά με την παγκόσμια ανάκαμψη του κλάδου που κινδυνεύει από τους οικονομικούς αντίθετους ανέμους.

Τον Σεπτέμβριο, το WTTC επεσήμανε τις προκλήσεις στους υπουργούς Τουρισμού της G20, λέγοντας ότι η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα είναι απαραίτητη σήμερα περισσότερο από ποτέ.

Η Julia Simpson, πρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος του WTTC, επέμεινε στο μήνυμα, λέγοντας ότι η αύξηση

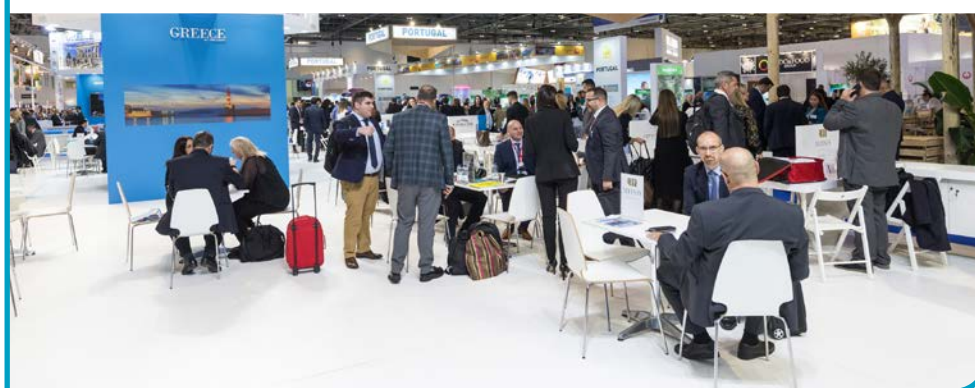
Φόβοι ότι η ακρίβεια και η ενεργειακή κρίση στην Ευρώπη θα επηρεάσει σημαντικά την ταξιδιωτική κίνηση του 2023

των τιμών της ενέργειας, το κόστος ζωής, οι ελλείψεις εργατικού δυναμικού, οι περιορισμοί στον εναέριο χώρο και η κλιματική αλλαγή «απειλούν όλα την πλήρη ανάκαμψη του κλάδου μας».

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, η κυβέρνηση δεσμεύτηκε να περιορίσει τους ενεργειακούς λογαριασμούς για τους καταναλωτές και τις επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια του χειμώνα, αλλά οι φόβοι για δύσκολους οικονομικούς καιρούς παρέμειναν, καθώς η ύφεση διαφαινόταν σε όλη την Ευρώπη, μετά την εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία και τη συμπίεση των προμηθειών φυσικού αερίου.

Η στερλίνα έπεσε σε χαμηλό ρεκόρ στον απόηχο του μίνι προϋπολογισμού του Ηνωμένου Βασιλείου και του πακέτου φορολογικών περικοπών - επιδεινώνοντας τις ανησυχίες για το κόστος ζωής και κάνοντας τις δαπάνες στο εξωτερικό πιο ακριβές για τους Βρετανούς.

Στην εμπορική έρευνα της WTM London ρωτήθηκαν 210 επαγγελματίες της ταξιδιωτικής βιομηχανίας από όλο τον κόσμο. Η έρευνα για τους καταναλωτές είχε 2.000 ερωτηθέντες.





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 φρέσκοιες, 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

Θετικά τα στοιχεία της ΤτΕ για τον τουρισμό

Οι τουριστικές αφίξεις και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις για το πρώτο τετράμηνο του 2022 έφθασαν το 73% και 87% αντίστοιχα των μεγεθών του 2019, επισημαίνει η Τράπεζα της Ελλάδος στην ετήσια έκθεσή της

Τα θετικά στοιχεία για τις επιδόσεις του τουρισμού φέτος αποτυπώνονται στην ετήσια Έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ). Σύμφωνα με τα όσα αναφέρονται στην Έκθεση για τις υπηρεσίες του τουρισμού, οι αφίξεις μη κατοίκων και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις για το πρώτο τετράμηνο του 2022 έφθασαν το 73% και 87% αντίστοιχα των μεγεθών του 2019. Την ίδια περίοδο οι αφίξεις επιβατών εξωτερικού σε όλα τα αεροδρόμια της χώρας έφθασαν τα 2,4 εκατομμύρια, εξακολουθούν όμως να υπολείπονται κατά 24% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τετράμηνο του 2019.

Επιπλέον, στα περιφερειακά αεροδρόμια της χώρας η αύξηση της επιβατικής κίνησης εξωτερικού ήταν εντονότερη από ό,τι στο σύνολο των αεροδρομίων της χώρας. Η ΤτΕ τονίζει ωστόσο πως η θετική δυναμική του τουρισμού στην Ελλάδα δεν αποκλείεται να επηρεαστεί από τον πόλεμο στην Ουκρανία και τις επιπτώσεις του στην παγκόσμια οικονομία.

Ειδικότερα η τάση αποκατάστασης της δυναμικής του 2019 στην εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση γίνεται εμφανής ήδη με τη σημαντική αύξηση των αφίξεων και των ταξιδιωτικών εισπράξεων. Συγκεκριμένα, οι αφίξεις ανήλθαν στο 73,0% του επιπέδου του 2019, ενώ οι εισπράξεις στο 86,6%. Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι αυξή-

θηκε κατά 17,1% το πρώτο τετράμηνο και βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, υπερβαίνοντας και τα επίπεδα του 2019. Η ΕΕ παραμένει η κύρια πηγή ταξιδιωτών, αν και ήδη από το πρώτο τετράμηνο διαφαίνεται μία δυναμική στους ταξιδιώτες από χώρες εκτός ΕΕ και κυρίως από τις ΗΠΑ, με ρυθμό αύξησης μεγαλύτερο από εκείνον των ταξιδιωτών από χώρες της ΕΕ. Επίσης, τα έσοδα από τις κρουαζιέρες αποκαθίστανται από το πρώτο τετράμηνο και οι εισπράξεις φθάνουν το 58,0% του 2019.

Η Τράπεζα της Ελλάδος εστιάζει και στους κινδύνους για την τουριστική κίνηση από τούδε και στο εξής. Συγκεκριμένα, αναφέρει πως η μείωση της αγοραστικής δύναμης των καταναλωτών λόγω του αυξανόμενου πληθωρισμού στις κυριότερες χώρες προέλευσης θα μπορούσε να οδηγήσει σε επιβράδυνση των αφίξεων τουριστών και των ταξιδιωτικών εισπράξεων. Ωστόσο, οι επιπτώσεις αυτές ενδέχεται να αντισταθμιστούν από τις συσσωρευμένες αποταμιεύσεις των νοικοκυριών κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Παράλληλα εκτιμάται ότι η επίπτωση από την μείωση των Ρώσων και Ουκρανών τουριστών αναμένεται να είναι περιορισμένη, δεδομένου του χαμηλού μεριδίου των αφίξεων αυτών στην Ελλάδα.

Η αγορά εργασίας

Η τάση βελτίωσης της αγοράς εργασίας

συνεχίζεται και το 2022, καθώς το α' τρίμηνο ο αριθμός των απασχολούμενων αυξήθηκε κατά 11,6% έναντι της αντίστοιχης περιόδου το 2021, εξέλιξη που οφείλεται στην ανάπτυξη της ελληνικής οικονομίας και σε μεγάλο βαθμό σε επιδράσεις βάσης, δεδομένου ότι το α' τρίμηνο του 2021 η απασχόληση είχε υποχωρήσει κατά 5,9%. Για το σύνολο του 2022 η αύξηση της απασχόλησης αναμένεται να επιταχυνθεί, με κύριο μοχλό τον τουριστικό κλάδο.

Όσον αφορά τους επιμέρους κλάδους οικονομικής δραστηριότητας, η μεγαλύτερη αύξηση παρουσιάστηκε στις δραστηριότητες σχετικές με τον τουρισμό. Τέλος, οι προσλήψεις πλήρους απασχόλησης ανήλθαν στο 57,6% του συνόλου, ενώ οι προσλήψεις μερικής και εκ περιτροπής απασχόλησης στο 42,4% (έναντι 63,1% και 36,9% αντίστοιχα το πρώτο τετράμηνο του 2021). Ο αριθμός των απασχολούμενων ανά τομέα οικονομικής δραστηριότητας σύμφωνα με τα στοιχεία της Έρευνας Εργατικού Δυναμικού (ΕΕΔ) της ΕΛΣΤΑΤ αυξήθηκε στον πρωτογενή και στο δευτερογενή τομέα (2,1% και 11,3% αντίστοιχα) το α' τρίμηνο του 2022 έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2021, ενώ στον τριτογενή τομέα αυξήθηκε κατά 13,0%. Σε κλαδικό επίπεδο η αύξηση της απασχόλησης την ίδια περίοδο προήλθε κυρίως από την αύξηση του αριθμού των απασχο-

λουμένων στη μεταποίηση (11,2%), στις κατασκευές (9,5%), στο χονδρικό και λιανικό εμπόριο (13,0%), στην εκπαίδευση (9,3%) και, κυρίως, στις σχετικές με τον τουρισμό δραστηριότητες (67,3%) (βλ. Διάγραμμα IV.10).

Ο κίνδυνος από μια παράταση του πολέμου ή επιδείνωση της κατάστασης στην Ουκρανία και μια σημαντική αύξηση του ενεργειακού κόστους, που θα επηρέαζε την παγκόσμια οικονομική δραστηριότητα και την τουριστική κίνηση, θα είχε αρνητικές επιπτώσεις στην εγχώρια αγορά εργασίας. Παράλληλα, η επίμονα υψηλή ανεργία των τελευταίων ετών, παρά τη διαχρονική υποχώρηση του ποσοστού ανεργίας, έχει επιτείνει το πρόβλημα της αναντιστοιχίας μεταξύ των ζητούμενων και των προσφερόμενων θέσεων εργασίας, καθώς σημαντικό τμήμα του εργατικού δυναμικού έχει χάσει μέρος των δεξιοτήτων του. Επίσης, παράγοντες όπως η γήρανση του πληθυσμού, η συνταξιοδότηση των εργαζομένων και η μετανάστευση εργατικού δυναμικού κατά τα χρόνια της κρίσης έχουν οδηγήσει σε ελλείψεις εργαζομένων χαμηλής και υψηλής εξειδίκευσης. Εντονότερο είναι το πρόβλημα στον κλάδο του τουρισμού, όπου ο εποχικός χαρακτήρας της δραστηριότητας οδήγησε σε έξοδο των εργαζομένων προς κλάδους με μεγαλύτερη





Η μέση δαπάνη ανά ταξίδι αυξήθηκε κατά 17,1% το πρώτο τετράμηνο και βρίσκεται σε υψηλά επίπεδα, υπερβαίνοντας και τα επίπεδα του 2019

ζήτηση όπως το λιανικό εμπόριο. Για την άμβλυνση των αδυναμιών, απαραίτητη είναι η αναβάθμιση της τεχνικής εκπαίδευσης και η ενίσχυση της διαρκούς επιμόρφωσης του εργατικού δυναμικού με στόχο την απόκτηση των προσόντων και των δεξιοτήτων που συμβάλλουν στην ένταξη και την παραμονή στην αγορά εργασίας.

Η αύξηση της απασχόλησης και η συμμετοχή στην αγορά εργασίας προϋποθέτουν την ενίσχυση της ζήτησης σε κλάδους και εργασίες με υψηλή προστιθέμενη αξία, την προσέλκυση ξένων άμεσων επενδύσεων και την τόνωση της εξωστρέ-

φειας της ελληνικής οικονομίας. Η υλοποίηση του Εθνικού Σχεδίου Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας «Ελλάδα 2.0» θα ενισχύσει την ανάπτυξη και τις επενδύσεις και θα βοηθήσει στη διατήρηση και δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, σημειώνει η ΤτΕ.

Τα σενάρια

Συνολικά για την οικονομία στο καλό σενάριο το 2023 ο ρυθμός ανάπτυξης αναμένεται να επιταχυνθεί στο 4,1%, ενώ σχετικά υψηλός εκτιμάται ότι θα είναι και το 2024 (3,6%), υπό την προϋπόθεση ότι η γεωπολιτική κρίση, θα αποκλιμακωθεί σύντομα, έως το τέλος του 2022, και ότι θα μειωθούν οι τιμές της ενέργειας.

Στο αρνητικό και δυσμενές σενάριο εκτιμάται ότι ο ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας θα είναι 1,8% το 2022, 0,3% το 2023 και 4,9% το 2024. Αυτές οι εκτιμήσεις βασίζονται σε υποθέσεις δυσμενών εξελίξεων σχετικά με τον πόλεμο στην Ουκρανία. Ειδικότερα, αυτό το σενάριο υποθέτει συνέχιση των πολεμικών συγκρούσεων έως και το 2023, αλλά και διατήρηση των γεωπολιτικών αναταράξεων έως και το 2024. Επιπλέον, υποθέτει πλήρη διακοπή των εισαγωγών φυσικού αερίου και πετρελαίου από τη Ρωσία, χωρίς άμεση αντικατάσταση από άλλους προμηθευτές.



Στα ύψη το κόστος ενέργειας και τροφίμων

Ο ενεργειακός πληθωρισμός βρίσκεται σε συνεχή ανοδική πορεία από το Μάρτιο του 2021 και κατά το διαθέσιμο πεντάμηνο του 2022 καταγράφει κατά μέσο όρο ετήσιο ρυθμό 50,8%. Η εντυπωσιακή αύξηση του ενεργειακού πληθωρισμού αποδίδεται στις διεθνείς τιμές του πετρελαίου, αλλά κατά τους τελευταίους μήνες οι αυξήσεις αυτές συνδέονται κατά κύριο λόγο με το ηλεκτρικό ρεύμα (μέσος ετήσιος ρυθμός πενταμήνου 2022: 75,3%) και το φυσικό αέριο (μέσος ετήσιος ρυθμός πενταμήνου 2022: 119,4%). Επιπλέον, το πετρέλαιο θέρμανσης αυξήθηκε κατά 53,2% το διάστημα Ιανουαρίου-Μαΐου 2022 και τα καύσιμα αυτοκινήτων κατά 28,6% (βλ. Διάγραμμα IV.13). Σταθερά ανοδική παραμένει και η πορεία του πληθωρισμού των ειδών διατροφής. Το 2021 ο μέσος ετήσιος ρυθμός μεταβολής των τιμών των διατροφικών αγαθών ήταν 1,2%, ενώ κατά το διαθέσιμο πρώτο πεντάμηνο του 2022 ο μέσος ρυθμός τους έχει ανέλθει στο 7,2%. Τα μεν μη επεξεργασμένα είδη διατροφής κινούνται με μέσο ετήσιο ρυθμό 10,2% κατά το διάστημα Ιανουαρίου-Μαΐου 2022 (από 2,2% το 2021), τα δε επεξεργασμένα είδη διατροφής καταγράφουν μέσο ρυθμό 5,9% (από 0,7% το 2021). Ο πληθωρισμός των ειδών διατροφής βρίσκεται σε αδιάλειπτη ανοδική πορεία από τον Ιούνιο του 2021. Κατά το διαθέσιμο

πρώτο πεντάμηνο του 2022 σημαντικές αυξήσεις καταγράφουν οι υποδείκτες «ψωμί και δημητριακά» (8,2% από 0,7% το 2021), «κρέατα» (8,4% από 1,3%), «γαλακτοκομικά και αυγά» (8,9% από 0,6%), «έλαια και λίπη» (19,1% από 6,5%), «φρούτα» (8,2% από -1,2%), «λαχανικά» (12,9% από 2,3%) και «μη αλκοολούχα ποτά» (3,8% από -0,3%). Ο αριθμός των απασχολούμενων εκτιμάται ότι θα αυξηθεί την περίοδο 2022-2024. Η καταγραφή υψηλών ρυθμών οικονομικής ανάπτυξης, τα μέτρα που έχουν τεθεί σε εφαρμογή με σκοπό τη στήριξη της απασχόλησης και των εισοδημάτων, αλλά και η συνέχιση των διαρθρωτικών μεταρρυθμίσεων, θα συνδράμουν στην αποκλιμάκωση της ανεργίας. Ο πληθωρισμός, βάσει του εναρμονισμένου δείκτη τιμών καταναλωτή, αναμένεται να διαμορφωθεί σε υψηλό επίπεδο το 2022, κυρίως λόγω της ανοδικής πορείας των ενεργειακών αγαθών, αλλά και των ανατιμήσεων στα είδη διατροφής, ενώ θα αποκλιμακωθεί το 2023 και περαιτέρω το 2024, κυρίως λόγω της αναμενόμενης αποκλιμάκωσης των τιμών της ενέργειας. Ο πυρήνας του πληθωρισμού θα είναι και αυτός υψηλός το 2022 και, παρότι θα αποκλιμακωθεί το 2023 και το 2024, θα παραμείνει σχετικά υψηλός, λόγω της ενσωμάτωσης των έντονων πληθωριστικών πιέσεων του 2022 στον πυρήνα.



Υψηλές πληρότητες, πρόβλημα με το προσωπικό

«Είναι ένα πρόβλημα που ήρθε για να μείνει», τονίζει για την έλλειψη προσωπικού ο κύριος Παπαδόπουλος. Περιγράφει τα μεγάλα βήματα που έχει κάνει ο όμιλος Xenia Resorts & Villas στο θέμα της βιωσιμότητας, αλλά και τις επενδύσεις που βρίσκονται σε εξέλιξη

Στον
ΓΙΑΝΝΗ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟ

Η σεζόν ήταν καλή, αλλά ο κλάδος αντιμετώπισε πρόβλημα με την επάρκεια προσωπικού, τονίζει ο CEO του ομίλου Xenia Resorts & Villas Γιώργος Παπαδόπουλος. Παράλληλα σημειώνει τις επενδύσεις που έχουν γίνει στα ξενοδοχεία του ομίλου και για τα νέα καταλύματα που ετοιμάζονται να λειτουργήσουν το επόμενο διάστημα.

- Κύριε Παπαδόπουλε, χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Η φετινή σεζόν πήγε πολύ καλά από πλευράς αφίξεων. Έχετε εμπειρία 25 και πλέον ετών στον κλάδο στην Ελλάδα και το εξωτερικό. Ποια είναι η εικόνα που έχετε για την τελευταία σεζόν και ποιες είναι οι προσδοκίες σας για την επόμενη τουριστική περίοδο;

Ευχαριστώ για την πρόσκληση, με τιμά ιδιαίτερα. Πράγματι, ήταν μία καλή σεζόν, στα επίπεδα του 2019. Άνοιξαν όλα τα ξενοδοχεία με υψηλές πληρότητες αλλά και με τις αντίστοιχες τιμές.

Το πρόβλημα που αντιμετώπισαν όλες οι επιχειρήσεις του κλάδου ήταν εκείνο της επάρκειας και της διαθεσιμότητας προσωπικού. Αυτό είναι ένα πρόβλημα που ήρθε για να μείνει. Ο βασικός λόγος είναι η μειωμένη εποχικότητα του επαγγελματιών του κλάδου, οι συνθήκες εργασίας (συμπεριλαμβανομένης της ποιότητας διαμονής του προσωπικού) και η έλλειψη χειμερινής τουριστικής περιόδου (ουσιαστικά η έλλειψη χειμερινών τουριστικών προορισμών) που αναγκάζουν το ποιοτικό προσωπικό της χώρας να αναζητήσει εργασία σε άλλες χώρες ή ακόμη και σε άλλους κλάδους. Αποτέλεσμα θα είναι η αύξηση του κόστους του προσωπικού η οποία, σε συνδυασμό με την αύξηση του κόστους της ενέργειας αλλά και των προϊόντων λειτουργίας λόγω του πληθωρι-



σμού, θα πλήξουν το ελληνικό τουριστικό προϊόν σημαντικά συγκριτικά με άλλους προορισμούς που δεν αντιμετωπίζουν τα ίδια προβλήματα.

Ο ελληνικός τουρισμός την καλοκαιρινή περίοδο έχει σταθερή πορεία εδώ και πολλά χρόνια. Εκείνο που επηρεάζεται από τέτοιες συγκυρίες είναι η διάρκεια της ζήτησης και, συγκεκριμένα στην Ελλάδα οδηγηθήκαμε σε μείωση της τουριστικής περιόδου, η οποία σε πολλές περιοχές είναι έως και 4 μήνες.

- Η βιωσιμότητα θεωρείται σημείο κλειδί για το τουριστικό μοντέλο του μέλλοντος. Ποια είναι τα βήματα που έχετε κάνει στον όμιλό σας προς αυτή την κατεύθυνση;

Κάθε κατάλυμα έχει ιδιαιτερότητες τις οποίες πρέπει να μελετήσει κάποιος έτσι ώστε να διαμορφώσει ισορροπίες σε όλους τους τομείς, οι οποίες θα φέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Έχουμε επενδύσει στη τεχνολογία, στο προσωπικό και στη διαχείριση των δωματίων έτσι ώστε να εξουδετερώσουμε το βασικό πρόβλημα του προϊόντος της διαμονής. Και αυτό ήταν η πρώτη λέξη που μάθαμε στο πανεπιστήμιο του Λονδίνου όπου σπούδασα: «perishability» (φθαρτό προϊόν). Η διανυκτέρευση που δεν πουλήθηκε, δεν μπορεί να πουληθεί την επόμενη ημέρα διότι η επόμενη ημέρα είναι ένα άλλο νέο προϊόν. Υπάρχουν κόστη, τα οποία δεν υπολογίζονται πάντα από τους ξενοδόχους. Όπως αυτό της εκπαίδευσης και εγκλιματισμού των νεοπροσληθέντων. Είναι απαραίτητη, για τη βιωσιμότητα ενός καταλύματος, η καθημερινή και σωστή διαχείριση των δωματίων προκειμένου να επιτευχθούν υψηλές πληρότητες στην σωστή τιμή, αλλά και σταθερότητα στο συνεργαζόμενο προσωπικό έτσι ώστε οι επισκέπτες να απολαμβάνουν ποιοτικές υπηρεσίες από την πρώτη κιόλας ημέρα λειτουργίας του ξενοδοχείου. Τέλος, η χρήση της τεχνολογίας με συνεχείς ενημερώσεις και βελτιώσεις σε όλα τα τμήματα είναι εξίσου σημαντική. Έτσι, το οικονομι-



κό-λογιστικό σκέλος έρχεται, ουσιαστικά, να επιβεβαιώσει ότι τα παραπάνω έγιναν σωστά.

- Ποια είναι τα μελλοντικά σας σχέδια; Γνωρίζουμε πως ετοιμάζετε νέα ξενοδοχεία. Θέλετε να μας μιλήσετε γ' αυτό;

Ασχολούμαστε με τη διαχείριση των ιδιόκτητων επιχειρήσεών μας αλλά και με επιλεγμένα ξενοδοχεία στα οποία προσφέρουμε συμβουλευτικές υπηρεσίες πωλήσεων, marketing, διαχείρισης κρατήσεων αλλά και λειτουργικές διαδικασίες. Θα επεκταθούμε επιλεγμένα ως σύμ-



«Υπάρχουν κόστη, τα οποία δεν υπολογίζονται πάντα από τους ξενοδόχους. Όπως αυτό της εκπαίδευσης και εγκλιματισμού των νεοπροσληφθέντων»

βουλοι τουριστικών καταλυμάτων σε συγκεκριμένους προορισμούς και επιχειρήσεις το επόμενο διάστημα, κάτι που έχω κάνει στο παρελθόν, όπου διαχειριζόμουν με την ομάδα μου τις πωλήσεις και κρατήσεις 16 ξενοδοχείων, συνολικά 4750 δωματίων 4 και 5 αστέρων.

Το πορτφόλιο με ιδιόκτητα καταλύματα θα εμπλουτιστεί παράλληλα, στην παρούσα φάση στο παραθαλάσσιο θέρετρο της Αμαρύνθου στην Εύβοια, σε απόσταση 1 ώρας από την Αθήνα, όπου επίσης βρίσκεται και λειτουργεί η επιχείρησή μας Porto Enia Boutique Hotel. Εκεί έχουμε αγοράσει το πρώην αστυνομικό τμήμα της περιοχής στην παραθαλάσσια κεντρική

πλατεία, το οποίο ήδη ανακατασκευάζουμε, με στόχο να γίνει ένα boutique κατάλυμα πόλης αλλά και θέρετρο, με πολυτελείς σουίτες, ενδεχομένως για 12μηνη διάρκεια. Στην ίδια περιοχή, έχει ολοκληρωθεί η αγορά 2 γειτονικών παραθαλάσσιων οικοπέδων στο κέντρο της πόλης, τα οποία ενοποιήθηκαν και σχεδιάσαμε κατάλυμα 25 παραθαλάσσιων πολυτελών σουιτών με ιδιωτικές πισίνες και θέα τον νότιο ευβοϊκό κόλπο, με κοινόχρηστους χώρους και παροχές 5 αστέρων. Η ιδιαιτερότητα του συγκεκριμένου project είναι πως τοποθετήσαμε πισίνες στους 2 ορόφους, κάτι που θα προσφέρει μία εξαιρετική εμπειρία στους διαμένοντες.

Στρατηγικές κινήσεις για την εξοικονόμηση ενέργειας

Με την ενεργειακή κρίση να μαίνεται και το μέλλον να παραμένει αβέβαιο, επείγουν οι αποφάσεις στις τουριστικές επιχειρήσεις για τον περιορισμό της ενεργειακής δαπάνης. Ποιες λύσεις υπάρχουν

Η τουριστική σεζόν φέτος είχε θετικά αποτελέσματα, ωστόσο όλοι οι φορείς επισημαίνουν ότι τα κέρδη «ψαλιδίστηκαν» εξαιτίας της αύξησης του κόστους της ενέργειας και του πληθωρισμού. Το δυσάρεστο είναι πως η ενεργειακή κρίση συνεχίζει να είναι παρούσα και δεν λείπουν οι εκτιμήσεις για το πόσο μπορεί να επιδεινωθεί η κατάσταση, αναλόγως των εξελίξεων στο μέτωπο του πολέμου στην Ουκρανία. Στην έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος (βλ. σχετικό ρεπορτάζ) επισημαίνεται πως ο πόλεμος και οι κινήσεις της Ρωσίας θα κρίνουν πόσο «βαριές» θα είναι οι συνέπειες της ενεργειακής κρίσης στην Ευρώπη.

Το μέλλον είναι αβέβαιο, οπότε αυτό που χρειάζεται μια τουριστική επιχείρηση στη παρούσα φάση είναι να εξετάσει με ποιους τρόπους μπορεί να περιορίσει το κόστος της ενέργειας που καταναλώνει.

Η αποστολή αυτή δεν είναι εύκολη σε ξενοδοχεία και καταλύματα, καθώς μπορεί να επιθυμούμε τον περιορισμό της κατανάλωσης, αλλά αυτό σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να σημαίνει και εκπτώσεις στην ποιότητα και στο επίπεδο άνεσης που παρέχεται στους επισκέπτες. Είναι γεγονός πως τα ξενοδοχεία θεωρούνται και είναι εξαιρετικά ενεργοβόρες επιχειρήσεις. Με δεδομένη την κατάσταση που επικρατεί σήμερα οι κινήσεις για τον εξορθολογισμό έστω και τον περιορισμό της κατανάλωσης είναι κάτι παραπάνω από αναγκαίες.

Την ίδια ώρα με τον περιορισμό του ενεργειακού αποτυπώματος οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να ενισχύσουν και την «πράσινη» πλευρά τους και να γίνει η λειτουργία τους φιλικότερη προς το περιβάλλον. Αυτό με τη σειρά του μπορεί να αποφέρει θετική προβολή στο ταξιδιωτικό κοινό εντός και εκτός συνόρων.

Δεν μπορούμε να παραγνωρίσουμε το γεγονός πως το κόστος για μια ενεργειακή αναβάθμιση στις περισσότερες περιπτώσεις δεν είναι ευκαταφρόνητο, αλλά οι αποδόσεις που θα προσφέρει είναι σίγουρες και υπό τις παρούσες συνθήκες είναι μάλλον αναγκαίο.

Το καλό είναι πως δεν χρειάζεται να γίνουν όλες οι ενέργειες κατευθείαν, αντιθέτως υπάρχουν πολλές δυνατότητες για μια σταδιακή ενεργειακή αναβάθμιση των τουριστικών επιχειρήσεων.

Παρακάτω παρουσιάζουμε τα βήματα που μπορούν να γίνουν προς αυτή την κατεύθυνση, τα οποία επίσης δεν είναι απαραίτητα να ακολουθηθούν με τη σειρά που τα προβάλλουμε. Θα πρέπει να πούμε πάντως πως η σειρά επιλέχθηκε με βάση τα όσα προτείνουν οι ειδικοί, όμως ο κάθε επιχειρηματίας και η κάθε διοίκηση γνωρίζει σαφώς καλύτερα σε ποιον τομέα θα πρέπει να δοθεί προτεραιότητα και σε ποιον όχι.

Τα καλά νέα είναι πως αυτή τη στιγμή υπάρχουν στην αγορά ουκ ολίγες επιχειρήσεις που προτείνουν λύσεις για την ενεργειακή αναβάθμιση τουριστικών επιχειρήσεων. Τα ακόμη καλύτερα νέα θα είναι αν μέσω του «Ελλάδα 2.0», δηλαδή

ΑΦΙΕΡΩΜΑ:
ΕΝΕΡΓΕΙΑ



μέσω των κονδυλίων του Ταμείου Ανάκαμψης και του ΕΣΠΑ υπάρχουν προγράμματα για τον «πράσινο» μετασχηματισμό των επιχειρήσεων. Οι επιχειρήσεις που θα ενταχθούν στα συγκεκριμένα προγράμματα, όχι μόνο θα έχουν τα οφέλη που προαναφέρθηκαν, αλλά θα τους επιστραφεί και ένα σημαντικό μέρος των πόρων που δαπανήθηκαν για την επένδυση, μειώνοντας δραστικά τον χρόνο απόσβεσης.

Επίσης σε συλλογικό επίπεδο οι ενώσεις των επαγγελματιών θα ήταν χρήσιμο να εξετάσουν και την επιλογή των ενεργειακών κοινοτήτων.

Θερμομόνωση - στεγανοποίηση

Η θερμομόνωση είναι κομβικής σημασίας για την ενεργειακή αναβάθμιση ενός κτιρίου. Στις περισσότερες περιπτώσεις είναι μια δαπανηρή διαδικασία, αλλά τα οφέλη που προσφέρει είναι μεγάλα. Αυτό συμβαίνει γιατί με την εξωτερική μόνωση

τον χειμώνα απαιτείται λιγότερη ενέργεια για να θερμανθεί το κτίριο, ενώ παράλληλα παρέχει προστασία από την υγρασία. Αντίστοιχα το καλοκαίρι η εξοικονόμηση φθάνει έως και το 65% αναλόγως της τοποθεσίας, τον προσανατολισμό του κτιρίου και την περιοχή.

Η στεγανοποίηση (υγραμόνωση) διαφέρει από την θερμομόνωση. Βασικός στόχος της στεγανοποίησης είναι η απαλλαγή του κτιρίου από προβλήματα υγρασίας και μούχλας. Εργασίες στεγανοποίησης γίνονται συνήθως στα σημεία του κτιρίου που η μούχλα κάνει την εμφάνισή της, τα οποία παράλληλα παρουσιάζουν υψηλές θερμοκρασίες το καλοκαίρι και χαμηλές το χειμώνα.

Η στεγανοποίηση μπορεί να γίνει σε εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους. Δεν πρέπει να μας διαφεύγει πως συνήθως το πρόβλημα ξεκινάει από έξω με νερά που διεισδύουν στους τοίχους και τελικά εκτονώνονται σε εσωτερικούς χώρους.



Φωτισμός

Στον τομέα του φωτισμού, μέσα από απλά μέτρα εξοικονόμησης μπορεί να επιτευχθεί μείωση της κατανάλωσης έως και 30%. Τα σημαντικότερα από τα μέτρα αυτά είναι:

- Αντικατάσταση των λαμπτήρων πυρακτώσεως με φθορισμού ή ακόμα καλύτερα με ηλεκτρονικούς λαμπτήρες χαμηλής κατανάλωσης LED.

- Σε περιπτώσεις ύπαρξης παλαιών λαμπτήρων φθορισμού αυτοί θα πρέπει να αντικατασταθούν από νέους μεγαλύτερης απόδοσης.

- Εκμετάλλευση σε όσο το δυνατόν μεγαλύτερο βαθμό του εξωτερικού φωτισμού.

- Χρήση ροοστατών στα φωτιστικά έτσι ώστε να ρυθμίζεται το επίπεδο φωτεινότητας του χώρου και να αποφεύγεται η σπατάλη σε περιπτώσεις αυξημένου εξωτερικού φωτισμού ή όταν είναι επιθυμητό χαμηλότερο επίπεδο φωτισμού.



Με τον περιορισμό του ενεργειακού αποτυπώματος οι τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν να ενισχύσουν και την «πράσινη» πλευρά τους και να γίνει η λειτουργία τους φιλικότερη προς το περιβάλλον



- Χρήση καρτών (key card) για τον έλεγχο του φωτισμού (ή/και κλιματισμού).

Υπάρχει η δυνατότητα και για πιο ολοκληρωμένα συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας φωτισμού, με τα οποία μπορούν να ληφθούν περισσότερα μέτρα. Για παράδειγμα με χρήση απλών αισθητήρων παρουσίας στο χώρο, χρονοδιακοπών και αυτόματου συστήματος ρύθμισης φωτεινότητας με αισθητήρες μέτρησης φωτός (εσωτερικά και εξωτερικά) μπορεί να επιτευχθεί μείωση της κατανάλωσης ενέργειας για φωτισμό σε επίπεδα άνω του 50%.

Ενεργειακά κουφώματα

Τα ενεργειακά κουφώματα επιτελούν σε ένα τουριστικό κατάλυμα διπλό ρόλο. Διασφαλίζουν τη διατήρηση της θερμοκρασίας στο δωμάτιο σε επιθυμητό επίπεδο, χειμώνα και καλοκαίρι με χαμηλότερη κατανάλωση ενέργειας και παράλληλα παρέχουν και ηχομόνωση, προσφέ-

ροντας στιγμές ηρεμίας και χαλάρωσης στους επισκέπτες, ακόμα και αν το ξενοδοχείο ή το κατάλυμα βρίσκεται σε περιοχή με αυξημένη ηχορύπανση.

Επιπλέον τα ενεργειακά κουφώματα αυξάνουν σημαντικά και το επίπεδο ασφάλειας του κτιρίου. Τέλος να σημειωθεί πως τα ενεργειακά κουφώματα έχουν μεγάλη αντοχή και ανθεκτικότητα και χαμηλότερο κόστος συντήρησης συγκρινόμενα με άλλες λύσεις.

Ζεστό νερό

Δωμάτια ξενοδοχείου χωρίς ζεστό νερό, απλά δεν υπάρχουν. Η παροχή ζεστού νερού στα δωμάτια καταλαμβάνει σημαντικό ποσοστό από τη συνολική κατανάλωση ενέργειας του ξενοδοχείου. Οι λύσεις για τη μείωση του κόστους και με χαμηλότερο περιβαλλοντικό αποτύπωμα είναι:

- Τοποθέτηση ηλιοθερμικών συστημάτων που συνδυάζουν ηλιακούς συλλέκτες και αντλίες θερμότητας.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➔

**ΑΦΙΕΡΩΜΑ:
ΕΝΕΡΓΕΙΑ**

■ Ρύθμιση του λέβητα στο χαμηλότερο επιτρεπόμενο επίπεδο.

■ Οι θερμοστάτες στα δωμάτια παρέχουν αυτονομία θέρμανσης και παράλληλα μπορούν να μειώσουν την κατανάλωση ενέργειας έως και 20%.

■ Απομόνωση των δικτύων ύδρευσης που δεν χρησιμοποιούνται για μεγάλο διάστημα.

■ Αν υπάρχει η δυνατότητα σύνδεσης με φυσικό αέριο, είναι χρήσιμο να εξεταστεί η πιθανότητα αντικατάστασης του λέβητα. Σε μεγάλες μονάδες υπάρχει και η λύση εγκατάστασης συστήματος συμπαραγωγής ηλεκτρισμού και θερμότητας, εφόσον όμως έχει προηγηθεί εμπειριστωμένη μελέτη που να διαπιστώνει την ύπαρξη οφέλους μακροπρόθεσμα, καθώς πρόκειται για επένδυση μεγάλου κόστους.

Από τα παραπάνω το πιο ουσιαστικό μέτρο είναι τα ηλιοθερμικά συστήματα, τα οποία μάλιστα μπορούν να τοποθετηθούν σταδιακά.

Κλιματισμός - Ψύξη

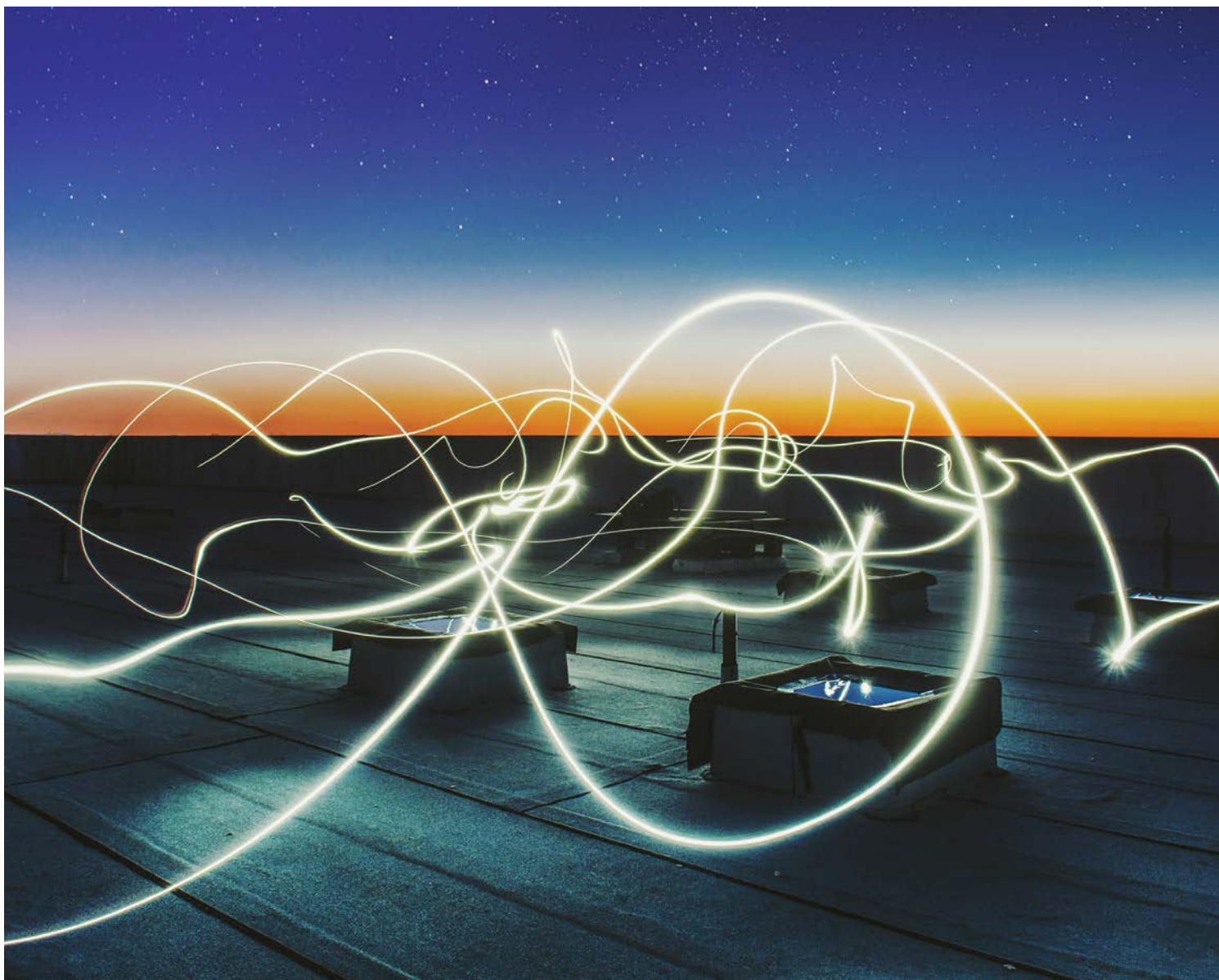
Ο κλιματισμός απορροφά μεγάλες ποσότητες ηλεκτρικής ενέργειας και σαν αποτέλεσμα κατέχει μεγάλο μέρος της ενεργειακής κατανάλωσης ενός κτιρίου. Είναι σημαντικό να περιορίζεται η χρήση του κλιματισμού στους χώρους που χρησιμοποιούνται, ενώ μαζί με την σωστή ρύθμιση λειτουργίας μπορεί να υπάρξει μείωση της κατανάλωσης έως και 30%

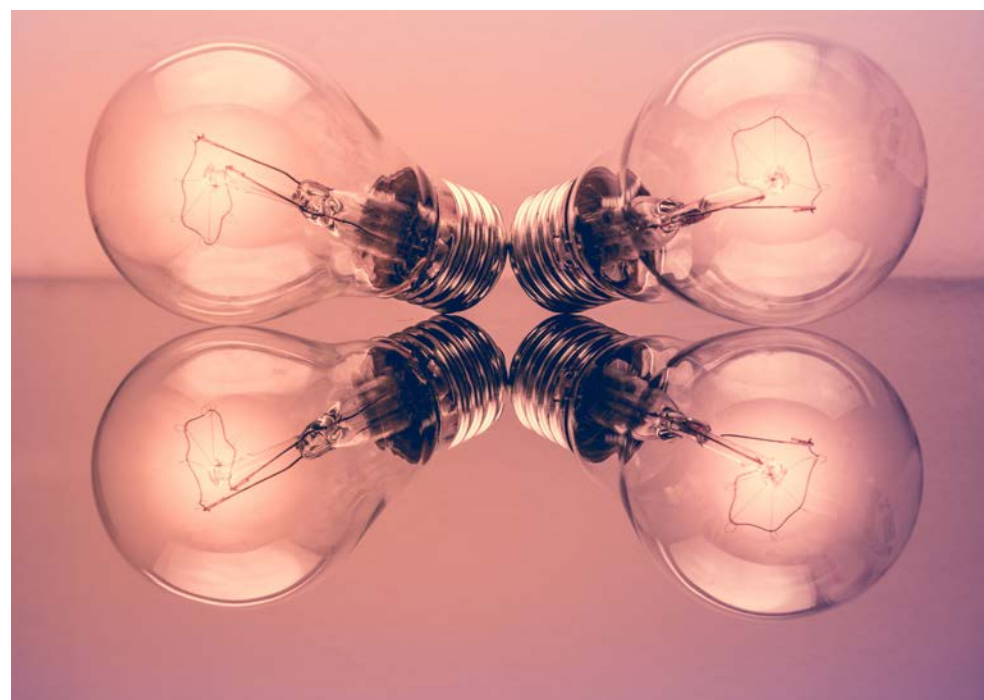
Σε περίπτωση που τα μηχανήματα κλιματισμού είναι παλιά θα πρέπει να εξεταστεί το ενδεχόμενο αντικατάστασης με σύγχρονα μηχανήματα που είναι λιγότερο ενεργοβόρα. Στις μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ισχύει και εδώ η λύση συστήματος συμπαραγωγής ηλεκτρισμού με τις ίδιες προϋποθέσεις.

Αντλίες θερμότητας

Εξαιρετικά διαδεδομένες στο εξωτερικό, στην Ελλάδα ακόμη η χρήση τους δεν είναι τόσο διαδεδομένη ούτε σε επιχειρήσεις, ούτε και στις κατοικίες, ωστόσο τα τελευταία χρόνια, ιδιαίτερα μετά το ξέσπασμα της δημοσιονομικής κρίσης και τα όσα αυτή επέφερε στην ελληνική οικονομία, γίνονται όλο και περισσότερες τοποθετήσεις. Παρέχουν δυνατότητες θέρμανσης και ψύξης και λειτουργούν με ένα μικρό ποσοστό, αναλογικά με άλλες λύσεις, ηλεκτρικής ενέργειας. Αποτέλεσμα είναι η μεγάλη μείωση του κόστους λειτουργίας.

Ειδικότερα με τις αντλίες θερμότητας το κόστος θέρμανσης μπορεί να μειωθεί από 50% έως 80%. Το ποσοστό μείωσης εξαρτάται και από άλλες ενέργειες που έχουν ή δεν έχουν γίνει στο κτίριο, όπως η θερμομόνωση και η στεγανοποίηση που προαναφέρθηκαν. Οι αντλίες θερμότητας λειτουργούν αντλώντας αέρα από το περιβάλλον για να αποδώσουν θερμότητα





σε εσωτερικούς χώρους και για το λόγο αυτό κατατάσσονται στις ανανεώσιμες πηγές θερμότητας, παρά το γεγονός ότι χρειάζονται ηλεκτρισμό για να δουλέψουν.

Δεν έχουν ιδιαίτερες απαιτήσεις για την εγκατάσταση και το κόστος συντήρησης είναι χαμηλό, αφού δεν χρησιμοποιούν καυστήρα. Επίσης με εύκολο τρόπο μπορούν να αντικαταστήσουν τα υπάρχοντα συστήματα θέρμανσης.

Εγκατάσταση φωτοβολταϊκών

Ξενοδοχεία και καταλύματα μπορούν να εξοικονομήσουν μεγάλα ποσά με την εγκατάσταση φωτοβολταϊκών συστημάτων που θα τα τροφοδοτούν απευθείας με ηλεκτρικό ρεύμα. Το net metering, η αυτοπαραγωγή ρεύματος με συμψηφισμό κατανάλωσης-παραγωγής ρεύματος μειώνει δραστικά το κόστος της ηλεκτρικής ενέργειας. Τα φωτοβολταϊκά συστήματα μπορούν να συνδυαστούν και με μικρές ανεμογεννήτριες για ακόμη μεγαλύτερες αποδόσεις ενέργειας και τις νυχτερινές

ώρες. Στις περιπτώσεις εγκατάστασης τέτοιων συστημάτων εφόσον η παραγωγή είναι ίση με την κατανάλωση στη ΔΕΗ καταβάλλεται μόνο το πάγιο και οι λοιπές χρεώσεις.

Αν η κατανάλωση υπερβαίνει την παραγωγή η επιχείρηση πληρώνει το κόστος για την επιπλέον ενέργεια που χρησιμοποιεί. Ακόμη και σε αυτή την περίπτωση η περιστολή του κόστους ενέργειας είναι σημαντική. Σημειώνεται πως στην περίπτωση που η παραγωγή υπερβαίνει την κατανάλωση το επιπλέον ηλεκτρικό ρεύμα διοχετεύεται στο δίκτυο χωρίς να αποζημιώνεται.

Το κόστος εγκατάστασης ενός τέτοιου συστήματος δεν είναι ευκαταφρόνητο και οπωσδήποτε χρειάζεται μελέτη ειδικών προτού ληφθεί μια τέτοια απόφαση. Τα στοιχεία που θα δείξει η μελέτη θα αποτελέσουν οδηγό για το αν πρέπει να γίνει ή όχι η επένδυση. Βασικό ρόλο σε αυτό παίζει ο χρόνος απόσβεσης, σε σχέση με το προσδόκιμο λειτουργίας του συστήμα-

τος και του οφέλους που αναμένεται να προκύψει.

Συστήματα διαχείρισης ενέργειας κτιρίων

Τα νέα συστήματα διαχείρισης ενέργειας κτιρίων BEMS (Building Energy Management Systems) που υπάρχουν στην αγορά, είναι εξελιγμένα και μπορεί να προσφέρουν εξοικονόμηση ενέργειας έως και 20%. Με τα συστήματα αυτά, που απευθύνονται κυρίως σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, ο χρήστης έχει πλήθος επιλογών για την παρακολούθηση, καταγραφή και έλεγχο της ενεργειακής κατανάλωσης. Ορισμένες από τις δυνατότητες των συστημάτων αυτών είναι:

- Έλεγχος μέγιστης ηλεκτρικής ζήτησης.
- Χρονικά προγραμματισμένες εντολές.
- Έλεγχος του κύκλου λειτουργίας και ρύθμιση έντασης συσκευών.
- Βέλτιστος χρόνος ενάρξεως και στάσεως εγκαταστάσεων του κτιρίου.

■ Συλλογή δεδομένων και απόκριση σε πραγματικό χρόνο. Βάσεις δεδομένων μετρήσεων (θερμιδόμετρα, θερμοκρασίες, Παροχές ζεστού νερού, ώρες λειτουργίας και κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας).

■ Επίβλεψη συστήματος & τηλεπαρακολούθηση. Κεντρικός Έλεγχος για τον έλεγχο και την ενεργειακή διαχείριση όλων των ενεργειακών υποσυστημάτων.

■ Γραφική απεικόνιση.

Για όλα τα παραπάνω θα ήταν σκόπιμο μια επιχείρηση να στραφεί σε ειδικούς προκειμένου να γίνει ενεργειακή μελέτη στις εγκαταστάσεις, από την οποία μπορεί να προκύψουν οι καλύτερες λύσεις, να σχεδιαστεί η ενεργειακή αναβάθμιση ολιστικά και να τεθούν οι προτεραιότητες που υπάρχουν, ανάλογα και με το budget που επιθυμεί να διαθέσει μια επιχείρηση. Σημαντικό είναι να επαναλάβουμε ξανά, να δοθεί προσοχή στα προγράμματα του ΕΣΠΑ και του Ταμείου Ανάκαμψης μέσω των οποίων μπορεί να επιτευχθεί απόσβεση της επένδυσης σε ταχύτερους ρυθμούς.

Αυξήσεις τιμών στα ταξίδια το 2023

Οι τιμές των εκδηλώσεων αναμένεται να ανέβουν ιδιαίτερα φέτος, ενώ οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων και των ξενοδοχείων αυξάνονται επίσης, λόγω της ανόδου των τιμών των καυσίμων, των ελλείψεων προσωπικού και των πληθωριστικών πιέσεων στο κόστος των πρώτων υλών



Επινύμωσ

Γράφει ο
Γιώργος Τζιάλλας*

Οι τιμές των πτήσεων, των ξενοδοχείων, των χερσαίων μεταφορών και των εκδηλώσεων και επαγγελματικών συναντήσεων σε παγκόσμιο επίπεδο θα συνεχίσουν να αυξάνονται σημαντικά τους υπόλοιπους μήνες του 2022 και καθ' όλη τη διάρκεια του 2023, σύμφωνα με έκθεση από το CWT (μια από τις μεγαλύτερες παγκοσμίως εταιρεία travel management) και το Global Business Travel Association.

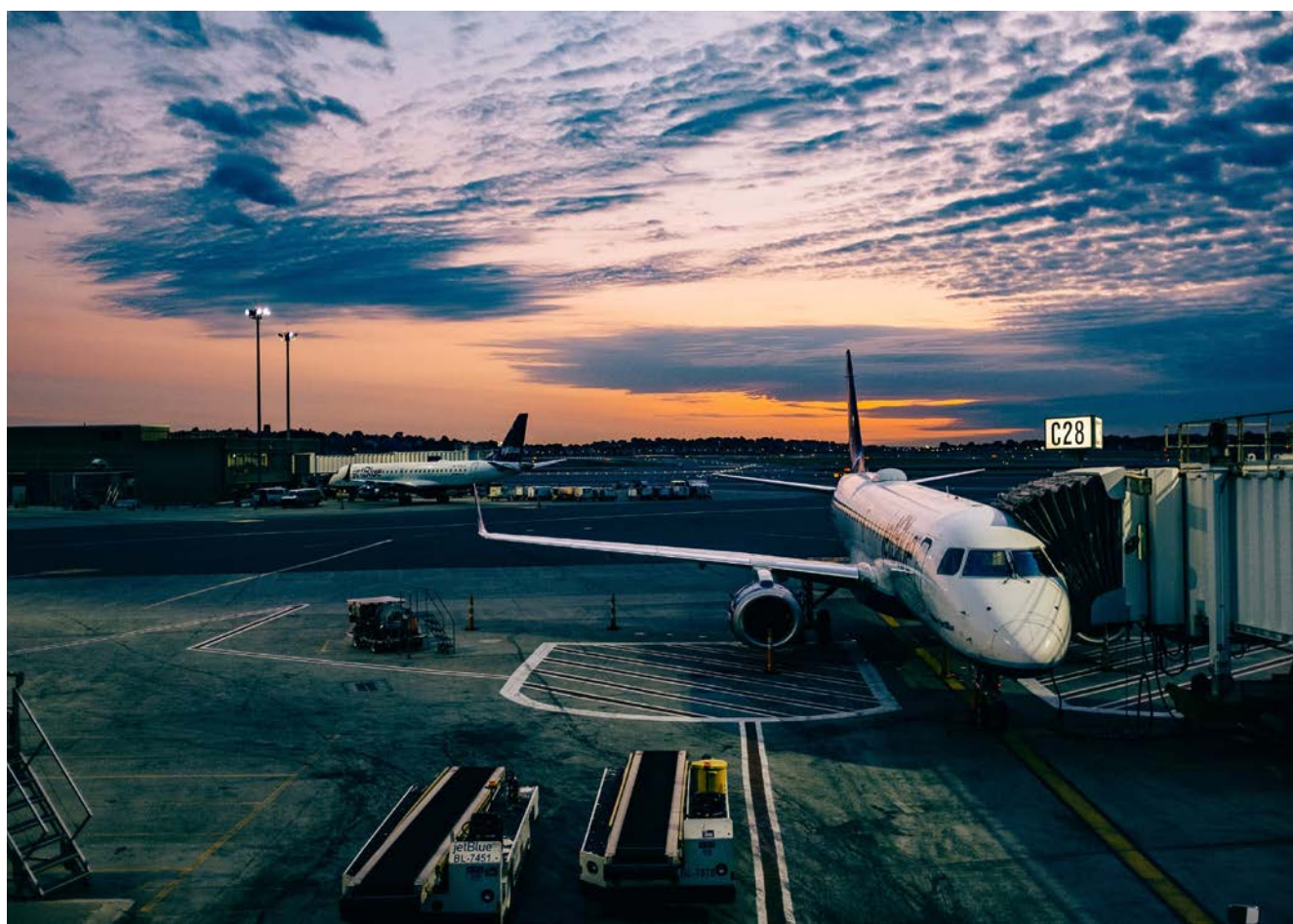
Οι τιμές των εκδηλώσεων αναμένεται να ανέβουν ιδιαίτερα φέτος, ενώ οι τιμές των αεροπορικών εισιτηρίων και των ξενοδοχείων αυξάνονται επίσης, λόγω της ανόδου των τιμών των καυσίμων, των ελλείψεων προσωπικού και των πληθωριστικών πιέσεων στο κόστος των πρώτων υλών.

Σύμφωνα με το Global Business Travel Forecast για το 2023, οι τιμές θα συνεχίσουν να αυξάνονται το επόμενο έτος, καθώς η ζήτηση για επαγγελματικά ταξίδια και συναντήσεις επανήλθε, αλλά όχι με τόσο δραματικό ρυθμό.

Οι ελλείψεις εργατικού δυναμικού στον κλάδο των ταξιδιών και της φιλοξενίας, οι αυξανόμενες τιμές των πρώτων υλών και η μεγαλύτερη ευαισθητοποίηση για υπεύθυνα ταξίδια έχουν όλα αντίκτυπο στις υπηρεσίες, αλλά η προβλεπόμενη τιμολόγηση των σχετικών υπηρεσιών είναι, συνολικά, αντίστοιχη με το 2019.

Η έκθεση αναφέρει ότι οι κύριες δυνάμεις που ασκούν πίεση στην οικονομία και στον κλάδο των επαγγελματικών ταξιδιών είναι η εισβολή της Ρωσίας στην Ουκρανία, άλλες γεωπολιτικές αβεβαιότητες, πληθωριστικές πιέσεις και ο κίνδυνος περαιτέρω εστιών Covid που θα μπορούσαν να περιορίσουν τα επαγγελματικά ταξίδια.

Υπογραμμίζεται επίσης ότι το αυξανόμενο ενδιαφέρον για πιο πράσινες ταξιδιωτικές επιλογές, καθώς και η εκτίμηση του ανθρακικού αποτυπώματος και των περιβαλλοντικών επιπτώσεων των μετακινήσεων, αποτελούν ευκαιρία για την ταξιδιωτική βιομηχανία να βοηθήσει ενεργά στην υπεύθυνη λήψη αποφάσεων για το μέλλον των ταξιδιών.



Συναντήσεις και επαγγελματικές εκδηλώσεις

Το κόστος ανά συμμετέχοντα για συναντήσεις και εκδηλώσεις το 2022 αναμένεται να είναι περίπου 25% υψηλότερο από το 2019 και προβλέπεται να αυξηθεί κατά 7% περαιτέρω το 2023. Εκτός από τη μειωμένη ζήτηση, οι εταιρικές εκδηλώσεις ανταγωνίζονται τώρα πολλά άλλα είδη εκδηλώσεων που ακυρώθηκαν το 2020.

Η ζήτηση τροφοδοτείται επίσης από την επιστροφή στην «κανονική» και όχι πλέον απομακρυσμένη εργασία, πράγμα που σημαίνει ότι οι εταιρείες διατηρούν πάλι χώρους συναντήσεων και σχεδιάζουν πάλι επιχειρηματικές συναντήσεις και εκδηλώσεις, καθώς το προσωπικό τους επιστρέφει στο γραφείο με φυσική παρουσία.

Σε αυτή την αλλαγή στα προ πανδημίας επίπεδα συμβάλλουν επίσης οι μικρότεροι χρόνοι σχεδιασμού και οργάνωσης για εκδηλώσεις, που κυμαίνονται από έναν έως τρεις μήνες έναντι έξι έως δώδεκα μηνών προηγουμένως, που επιπλέον υπογραμμίζεται από τη

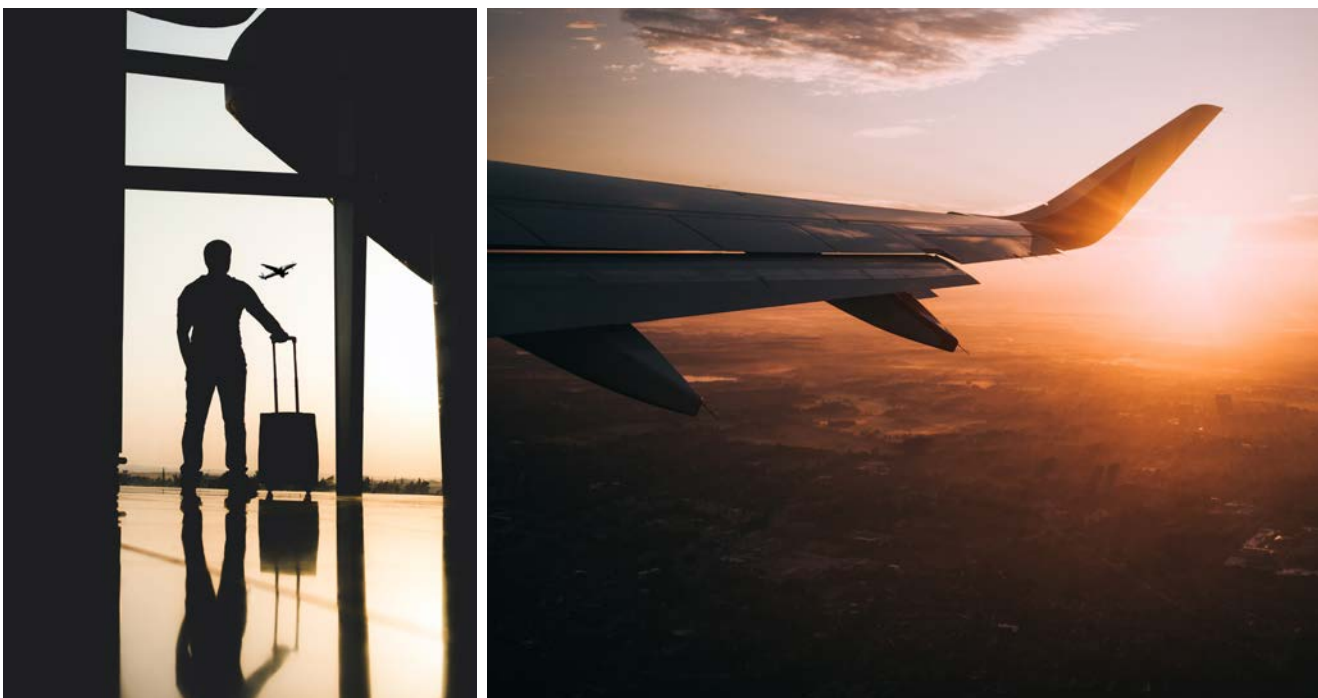
βεβαιότητα των εταιρειών ότι η κατάσταση που αντιμετώπισαν κατά τη διάρκεια της διατίτας του covid-19 φαίνεται ότι αλλάζει γρήγορα.

Αεροπορικά εισιτήρια

Οι αεροπορικοί ναύλοι αναμένεται να είναι τελικά αυξημένοι κατά 48,5% το 2022 σε σύγκριση με το 2021, αλλά ακόμη και με αυτήν την απότομη αύξηση των τιμών οι τιμές αναμένεται να παραμείνουν λίγο κάτω από τα προ πανδημίας επίπεδα μέχρι το τέλος του έτους, αναμένεται όμως να αυξηθούν κατά 8,4% το 2023.

Τα εισιτήρια της κατηγορίας premium αποτελούσαν πάνω από το 7% όλων των εισιτηρίων που αγοράστηκαν το 2019. Το μερίδιο των εισιτηρίων της κατηγορίας premium μειώθηκε στο 6,5% το 2020 και στο 4,5% το 2021, αλλά άρχισε να αυξάνεται πάλι το 2022. Κατά το πρώτο εξάμηνο του έτους, τα εισιτήρια premium αποτελούσαν το 6,2% του συνόλου των εισιτηρίων που αγοράστηκαν.

Η έκθεση αναφέρει ότι μετά από δύο χρόνια με ελάχι-



στες έως μηδενικές δαπάνες, οι ταξιδιώτες επαγγελματιών ταξιδιών είναι πιθανό να είναι πρόθυμοι να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα για εισιτήρια, ειδικά καθώς η διαθεσιμότητα μειώνεται λόγω ελλείψεων εργατικού δυναμικού.

Τιμές ξενοδοχείων

Οι τιμές των ξενοδοχείων μειώθηκαν κατά 13,3% το 2020 σε σχέση με το 2019 και επιπλέον 9,5% το 2021, ωστόσο αναμένεται ότι θα αυξηθούν κατά 18,5% μέχρι το τέλος του 2022 και θα ακολουθήσει αύξηση 8,2% το 2023.

Οι τιμές των ξενοδοχείων έχουν ήδη ξεπεράσει τα επίπεδα του 2019 σε ορισμένες περιοχές όπως η Ευρώπη, η Μέση Ανατολή, η Αφρική και η Βόρεια Αμερική, αναμένεται δε αυτό να γίνει και σε παγκόσμιο επίπεδο έως το 2023.

Οι τιμές των ξενοδοχείων, καθώς προχωρούμε προς το τέλος του έτους, έχουν αυξηθεί απότομα σε κάποια μέρη του κόσμου, όπως στη Βόρεια Αμερική (22%), υπάρ-

χει δε η πρόβλεψη για αύξηση πάνω από 30% σε όλη την Ευρώπη, τη Μέση Ανατολή και την Αφρική – λόγω της επιταχυνόμενης ανάκαμψης σε συνδυασμό με συνεχείς περιορισμούς χωρητικότητας.

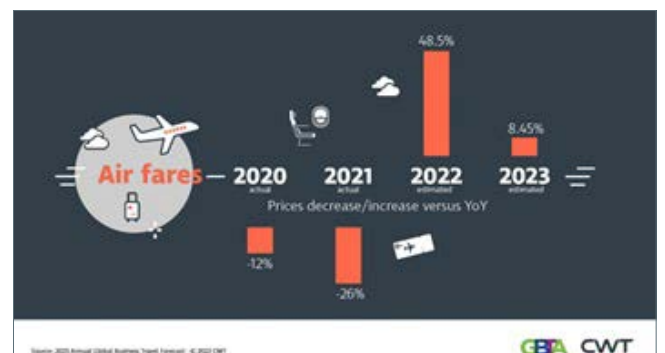
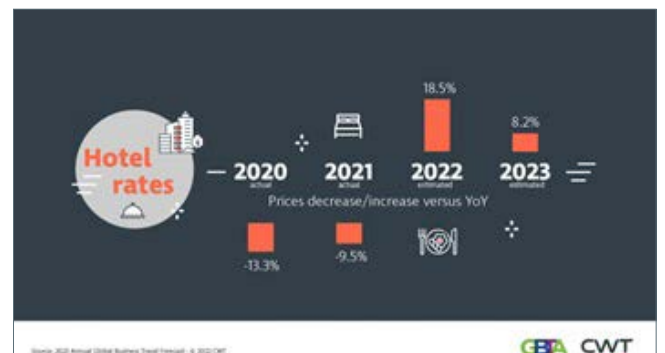
Οι αυξήσεις των τιμών των ξενοδοχείων οφείλονταν αρχικά στα αυξημένα ταξίδια αναψυχής το 2021, αλλά τα ομαδικά ταξίδια για εταιρικές συναντήσεις και εκδηλώσεις βελτιώνονται και τα παροδικά επαγγελματικά ταξίδια αποκτούν επίσης αυξητικό ρυθμό, επιδρώντας περαιτέρω στις μέσες ημερήσιες τιμές ξενοδοχείων.

Οδικές μεταφορές

Οι παγκόσμιες τιμές ενοικίασης αυτοκινήτων μειώθηκαν κατά 2,5% το 2020 από το 2019, πριν αυξηθούν κατά 5,1% το 2021. Οι τιμές αναμένεται να αυξηθούν κατά 7,3% το 2022, φθάνοντας σε νέα υψηλά επίπεδα και να αυξηθούν περαιτέρω κατά 6,8% το 2023.

Ο κλάδος των οχημάτων παραμένει περιορισμένος στη χωρητικότητα και οι εταιρείες ενοικίασης που μείωσαν τα μεγέθη του στόλου στον απόηχο της πανδημίας

Οι τιμές των ξενοδοχείων μειώθηκαν κατά 13,3% το 2020 σε σχέση με το 2019 και επιπλέον 9,5% το 2021, ωστόσο αναμένεται ότι θα αυξηθούν κατά 18,5% μέχρι το τέλος του 2022 και θα ακολουθήσει αύξηση 8,2% το 2023



ας δεν έχουν ακόμη ανακάμψει πλήρως - εν μέρει λόγω των ελλείψεων εξαρτημάτων και των διαταραχών της αλυσίδας εφοδιασμού που μείωσαν την παγκόσμια παραγωγή αυτοκινήτων.

Τα γραφεία ενοικίασης έχουν επιστρέψει στην αγορά μεταχειρισμένων οχημάτων για να αυξήσουν τα μεγέθη του στόλου και διατηρούν τα οχήματά τους περισσότερο. Ορισμένες εταιρείες αγοράζουν επίσης οχήματα από αυτοκινητοβιομηχανίες εκτός των ιστορικά υποστηριζόμενων εμπορικών σημάτων τους.

Οι εκτοξευόμενες τιμές, οι ελλείψεις οχημάτων και η ανάγκη για ορατότητα στις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα από πόρτα σε πόρτα ωθούν τους διαχειριστές εταιρικών ταξιδιών να συνυπολογίσουν τις χερσαίες μεταφορές στον πλήρη προγραμματισμό του ταξιδιού από την αρχή.

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

Τα τελευταία χρόνια η χρήση του «πλαστικού» χρήματος κερδίζει όλο και περισσότερο έδαφος. Οι πληρωμές με πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες αποτελεί ευκολία για τους καταναλωτές, την ίδια ώρα όμως αυτή η μορφή πληρωμής αποτελεί σημαντικό παράγοντα κόστους για τις επιχειρήσεις. Στην πραγματικότητα, τα έξοδα επεξεργασίας πιστωτικών καρτών κατατάσσονται ως το τρίτο υψηλότερο κόστος επιχειρηματικής δραστηριότητας μετά το κόστος των τροφίμων και της εργασίας στα καταστήματα εστίασης. Καθώς οι τουριστικές επιχειρήσεις προσπαθούν να ανακάμψουν από τον αντίκτυπο της πανδημίας, οι διατραπεζικές προμήθειες ή οι προμήθειες «swipe» συνεχίζουν να περιορίζουν την ικανότητά τους να αναπτυχθούν και να ευδοκιμήσουν. Παρόλο που αυτές οι χρεώσεις μπορεί να αποτελέσουν ανασταλτικό παράγοντα ανάπτυξης, το καινοτόμο λογισμικό, οι υπηρεσίες και οι λύσεις επεξεργασίας πιστωτικών-χρεωστικών καρτών μπορούν να συμβάλουν στην προώθηση της ανάπτυξης και να μετριάσουν τον αντίκτυπο των αυξανόμενων διατραπεζικών χρεώσεων.

Η αποδοχή καρτών αποτελεί ουσιαστικό μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας σήμερα, καθώς όλο και περισσότεροι καταναλωτές μετακινούνται προς μορφές πληρωμών χωρίς μετρητά. Σύμφωνα με τα στοιχεία που δημοσίευσε η Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, με κάρτα πραγματοποιήθηκε το 70% των αγορών και πληρωμών στην Ελλάδα το 2021 (σε αριθμό συναλλαγών), καταγράφοντας μάλιστα τη δεύτερη μεγαλύτερη ετήσια αύξηση (+6,2%) σε επίπεδο ευρωζώνης, μετά τη Λιθουανία (+8%).

Η πρώτη «έκρηξη» πληρωμών με πλαστικό χρήμα παρατηρήθηκε μετά τον νόμο του 2016 που υποχρέωσε όλους τους εμπόρους και λοιπά σημεία συναλλαγών να αποδέχονται χρεωστική ή πιστωτική κάρτα, πέραν των μετρητών. Η δεύτερη σημαντική ώθηση δόθηκε στη διάρκεια της πανδημίας Covid-19 και, ιδίως, στις ανέπαφες συναλλαγές για τις οποίες μάλιστα το όριο αυξήθηκε στα 50 ευρώ από 25 ειδικά για τον λόγο αυτό.

Η στροφή στο πλαστικό χρήμα και τις ηλεκτρονικές συναλλαγές δεν είναι, πάντως, ελληνικό φαινόμενο. Οι συναλλαγές με άλλα μέσα πληρωμών πλην των μετρητών αυξήθηκαν 12,5% στην ευρωζώνη το περασμένο έτος σε 114,2 δισ. συναλλαγές και κατά 18,6% σε όρους αξίας σε 197 δισ. ευρώ. Η έκδοση καρτών αυξήθηκε κατά 4,6% σε 637,3 εκατ., γεγονός που σημαίνει ότι σε κάθε πολίτη στην ευρωζώνη αντιστοιχούν σχεδόν δύο κάρτες (1,9).

Παρομοίως στην άλλη πλευρά του Ατλαντικού έρευνα της PYMNTS έδειξε ότι σε 3.250 καταναλωτές στις ΗΠΑ, το 33% αυτών των καταναλωτών χρησιμοποίη-



Το κόστος του «πλαστικού» χρήματος και οι λύσεις

Οι πληρωμές με κάρτες κερδίζουν όλο και περισσότερο έδαφος.

Το κόστος για τις επιχειρήσεις εξαιτίας των διατραπεζικών χρεώσεων

και προμηθειών δεν είναι καθόλου αμελητέο. Πόσο αναγκαία

είναι η συνεργασία με εταιρείες επεξεργασίας πληρωμών

σαν πιστωτική κάρτα για την πιο πρόσφατη αγορά φαγητού σε εστιατόριο. Η έρευνα αυτή, από την έκδοση Μαρτίου της έκθεσης για τις πληρωμές στην ψηφιακή οικονομία, «Going Digital to Pay for Travel and Restaurant Dining», διαπίστωσε επίσης ότι οι πιστωτικές κάρτες αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μερίδιο των δαπανών για τρόφιμα, καθώς οι καταναλωτές χρησιμοποίησαν πιστωτικές κάρτες για να αγοράσουν περίπου 29,8 δισεκατομμύρια δολάρια σε είδη διατροφής τον Φεβρουάριο.

Επίσης η έκθεση «Diary of Consumer Payment Choice» της Federal Reserve Bank of San Francisco αποκάλυψε επίσης

ότι οι καταναλωτές συνέχισαν να χρησιμοποιούν πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες για τις περισσότερες πληρωμές τους, αντιπροσωπεύοντας το 57% των συνολικών πληρωμών το 2021, έναντι 55% το 2020 και 54% το 2019.

Καθώς όλο και περισσότεροι καταναλωτές χρησιμοποιούν πιστωτικές κάρτες για να πληρώσουν για διαμονή και φαγητό, τα τέλη χρήσης συνεχίζουν να αυξάνονται, τρώγοντας τα λεπτά περιθώρια κέρδους, τα οποία κατά μέσο όρο είναι περίπου τρία έως πέντε τοις εκατό στον τουριστικό κλάδο. Οι πρόσφατες αυξήσεις των τελών των πιστωτικών καρτών ψαλιδίζουν επίσης τα κέρδη των επιχειρή-

σεων. Τον Απρίλιο, η Visa και η Mastercard αύξησαν τα τέλη συναλλαγών, τα οποία εκτιμάται ότι θα κοστίσουν στους ιδιοκτήτες επιχειρήσεων στις ΗΠΑ επιπλέον 1,2 δισεκατομμύρια δολάρια σε τέλη.

Τα τέλη επεξεργασίας πιστωτικών καρτών έχουν υπερδιπλασιαστεί την τελευταία δεκαετία. Οι αυξανόμενες χρεώσεις πιστωτικών καρτών σε συνδυασμό με τα ολοένα και πιο λεπτά περιθώρια κέρδους και τον γενικό πληθωρισμό καθιστούν δύσκολη τη διατήρηση της λειτουργίας πολλών επιχειρήσεων. Για να βοηθήσουν στην ανάκτηση του κόστους αποδοχής καρτών, ορισμένες επιχειρήσεις αυξάνουν τις τιμές.



Κάθε επιχείρηση έχει μοναδικές ανάγκες επεξεργασίας πληρωμών και οι ενιαίες λύσεις μπορούν να οδηγήσουν σε υπερπληρωμή για υπηρεσίες και τεχνολογία που δεν είναι επιθυμητές ή και δεν χρησιμοποιούνται



Παρόλο που οι επιχειρήσεις δεν έχουν κανέναν έλεγχο επί των διατραπεζικών προμηθειών που ορίζουν οι εταιρείες καρτών, όπως η Visa και η Mastercard, μπορούν να μειώσουν το κόστος και να βελτιώσουν το τελικό αποτέλεσμα επιλέγοντας μια εταιρεία επεξεργασίας πληρωμών που προσαρμόζει τις εμπορικές υπηρεσίες στις ανάγκες κάθε πελάτη και συνεχίζει να ελέγχει τις υπηρεσίες αυτές για να διασφαλίσει ότι αυξάνονται ή μειώνονται ανάλογα με τις ανάγκες. Κάθε επιχείρηση έχει μοναδικές ανάγκες επεξεργασίας πληρωμών και οι ενιαίες λύσεις μπορούν να οδηγήσουν σε υπερπληρωμή για υπηρεσίες και τεχνολογία που δεν εί-

ναι επιθυμητές ή και δεν χρησιμοποιούνται. Μια εξατομικευμένη προσέγγιση διασφαλίζει ότι αυτό δεν θα συμβεί.

Η συνεργασία με μια εταιρεία επεξεργασίας πληρωμών που παρέχει υπηρεσίες σχεδιασμένες να εισάγουν αποτελεσματικότητα στις λειτουργίες είναι ένας άλλος τρόπος με τον οποίο οι επιχειρήσεις μπορούν να μειώσουν το κόστος τους. Ένα σύστημα σημείου πώλησης (POS) που συνδυάζει την επεξεργασία πληρωμών με το λογισμικό διαχείρισης της επιχείρησης μπορεί να συμβάλει στην ομαλότερη και αποτελεσματικότερη λειτουργία της. Χρησιμοποιώντας αυτή την τεχνολογία μπορούν να δέχονται πληρωμές, να ορ-

γανώνουν τα αποθέματα, να διαχειρίζονται το προσωπικό και να αυξάνουν την πελατειακή τους βάση.

Η νέα τάση

Στις πληρωμές χωρίς μετρητά προστίθενται και νέες επιλογές που επηρεάζουν το μέλλον των συναλλαγών, όχι μόνο στη χώρα μας αλλά συνολικά στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Οι άμεσες πληρωμές κερδίζουν έδαφος, καθώς διασφαλίζουν φθηνότερες, ευκολότερες, ασφαλέστερες και φιλικότερες προς το περιβάλλον συναλλαγές, όχι μόνο για τις αγορές και τις μεταφορές χρημάτων σε τρίτους, αλλά και για την εξόφληση των υποχρεώσεων προς το Δημόσιο.

Ήδη έχουμε δει άυλες πιστωτικές κάρτες μέσω smartphone και το σύστημα IRIS που επιτρέπει την άμεση μεταφορά χρημάτων μεταξύ λογαριασμών διαφορετικών τραπεζών και μάλιστα χωρίς IBAN.

Από τα παραπάνω προκύπτει πως η παραδοσιακή μέθοδος πληρωμής με μετρητά θα οδεύει σε όλο και μεγαλύτερη συρρίκνωση, αν μάλιστα λάβουμε υπόψιν και τα αντικίνητρα που χρησιμοποιεί η πολιτεία για τον περιορισμό της φοροδιαφυγής.

Καταληκτικά η αναζήτηση λύσεων για τον μετριασμό του κόστους διαχείρισης καρτών είναι κάτι παραπάνω από αναγκαία.



Συνεδριάζοντας στη Μαδρίτη, το Διεθνές Δίκτυο Παρατηρητηρίων Αειφόρου Τουρισμού (INSTO) του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) υποδέχθηκε τις απόψεις περισσότερων από 150 εμπειρογνομώνων, με έμφαση σε βασικά θέματα, όπως η στροφή προς μια κυκλική οικονομία και η μείωση των αποβλήτων τροφίμων σε ολόκληρο τον τομέα.

Το παγκόσμιο δίκτυο παρατηρητηρίων INSTO πρωτοπορεί και υλοποιεί, σε αρκετές περιπτώσεις για πρώτη φορά, καταλυτικές δραστηριότητες που έχουν σχεδιαστεί για να βοηθήσουν τον τουριστικό τομέα να εφαρμόσει τη βιώσιμη ανάπτυξη σε επίπεδο προορισμού. Οι δραστηριότητες βασίζονται στην αρχή της συμμετοχής, μια προσέγγιση που περιλαμβάνει όλους τους ενδιαφερόμενους φορείς με στόχο να εξασφαλίσουν τουριστική ανάπτυξη ανθεκτική στον χρόνο και χωρίς αποκλεισμούς.

«Για να διασφαλιστεί ο βιώσιμος μετασχηματισμός του τουριστικού τομέα, η ανάπτυξή του πρέπει να θεωρηθεί ως μέσο για την επίτευξη της συνολικής ευημερίας μιας τοπικής κοινότητας και του περιβάλλοντος και όχι ως αυτοσκοπός. Τα Παρατηρητήρια αποτελούν ένα εξαι-

Παρατηρητήρια καθοδηγούν τη στροφή προς τον βιώσιμο τουρισμό

Σε διεθνή συνάντηση του ΠΟΤ προορισμοί σε όλο τον κόσμο παρουσίασαν σημαντική πρόοδο στον τομέα του βιώσιμου τουρισμού, με έγκυρα στοιχεία και αναλύσεις που χρησιμεύουν ως βασικά εργαλεία για τον μετασχηματισμό του κλάδου

ρετικό εργαλείο για την καθοδήγηση και τη συνοδεία αυτής της αλλαγής και διασφαλίζουν τη λήψη αποφάσεων βάσει στοιχείων», δήλωσε μετά τη συνάντηση ο Γενικός Γραμματέας του ΠΟΤ Zurab Pololikashvili.

Βιώσιμη παραγωγή και κατανάλωση

Στην Παγκόσμια Συνάντηση INSTO, οι προορισμοί επικεντρώθηκαν στο πώς μια έγκαιρη και τεκμηριωμένη προσέγγιση συμβάλλει στην τόνωση των διαδικασιών κυκλικής οικονομίας που έχουν ως απο-

τέλεσμα την αποδοτικότερη χρήση πόρων όπως το νερό και η ενέργεια. Επιπλέον, επισημάνθηκαν οι προκλήσεις στην περιβαλλοντική και κοινωνική διάσταση και η ανάγκη για δείκτες που επιτρέπουν τη συγκρισιμότητα μεταξύ των προορισμών.



Ένα άλλο θέμα ήταν η διαθεσιμότητα δεδομένων από μια αυξανόμενη ποικιλία πηγών δεδομένων, γεγονός που καθιστά όλο και πιο δύσκολη την επεξεργασία τους σε χρήσιμες πληροφορίες που απαιτούνται για μια τεκμηριωμένη διαδικασία λήψης αποφάσεων και χάραξης πολιτικής. Συμφωνήθηκε ότι όλα αυτά τα θέματα θα εξεταστούν στο δίκτυο INSTO μέσω διαδικτυακών σεμιναρίων και τεχνικών συζητήσεων.

Το δίκτυο συνεχίζει να αναπτύσσεται

Στο πλαίσιο της συνάντησης, το Κέντρο Τουριστικής Οικονομίας της Πολιτείας

του Σάο Πάολο στη Βραζιλία και το Σύστημα Πληροφοριών Τουρισμού της Μπισκάι στην Ισπανία καλωσορίστηκαν επίσημα ως νέα μέλη του Δικτύου. Και οι δύο προορισμοί έχουν βασίσει τη δέσμευσή τους για βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη σε συμμετοχικές προσεγγίσεις, παραγωγή στοιχείων και διαφάνεια, και οι τρεις αυτές σημαντικές προϋποθέσεις για την ένταξη στο δίκτυο.

Η συνάντηση ήταν επίσης μια ευκαιρία να παρουσιαστούν τα πέντε μέλη που έχουν ενταχθεί από το 2021: Η Μαγιόρκα, η Βαρκελώνη και η Μάλαγα από την Ισπανία, το Γιούκον από τον Καναδά και η Μπογκοτά στην Κολομβία.

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
Το χαρούπι
στην Κρήτη

Ένας ανεκμετάλλευτος διατροφικός θησαυρός

Στο διήμερο συμπόσιο 9 και 10 Οκτωβρίου έγινε το άλμα από το όραμα στην υλοποίηση του. Αντήχησε σε ολόκληρη την Κρήτη ο ήχος από την επαναλειτουργία των μηχανημάτων του παλιού χαρουπόμυλου στο πανέμορφο παραλιακό χωριό Πάνορμο που είχε να λειτουργήσει τον εξοπλισμό του από το 1966

Οι μούσες σύμφωνα με την Ελληνική μυθολογία ήταν θεότητες που προστάτευαν την λογοτεχνία, την επιστήμη και τις τέχνες. Κατα καιρούς ανα την ιστορία, ο όρος μούσα χρησιμοποιήθηκε για να δηλώσει την γυναικεία φιγούρα που ενέπνευσε κάποιους σπουδαίους δημιουργούς στο καλλιτεχνικό τους έργο.



Γράφει ο
Θοδωρής
Βασιλείου

Μούσες σε ατομικό επίπεδο δεν έπαψαν να υπάρχουν ποτέ, όμως οι μούσες που εμπνέουν ένα ολόκληρο συλλογικό υποκείμενο, είναι ένα σπάνιο και ιδιαίτερα αξιόλογο φαινόμενο. Η Κορίνα Μηλιαράκη αποτελεί μια τέτοια σπάνια περίπτωση. Ιδρύτρια της «Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου Επιμενίδης», με σπουδαίο πολιτιστικό έργο τις τελευταίες δεκαετίες, δεν ξεστράτισε ποτέ από τους αρχικούς της οραματικούς στόχους. Στο διήμερο συμπόσιο 9 και 10 Οκτωβρίου έγινε το άλμα από το όραμα στην υλοποίηση του. Αντήχησε σε ολόκληρη την Κρήτη ο ήχος από την επαναλειτουργία των μηχανημάτων του παλιού χαρουπόμυλου (που αποτελεί την έδρα του πολιτιστικού φορέα «Επιμενίδης»).

Ο χαρουπόμυλος στο πανέμορφο παραλιακό χωριό Πάνορμο είχε να λειτουργήσει τον εξοπλισμό του από το 1966 και παρέμενε ένα βουβό μνημείο της ξεχασμένης βιομηχανικής μας κληρονομιάς. Σήμερα ανοίγεται πλέον ο δρόμος για την Μουσειακή και όχι μόνο αξιοποίηση του.

Έπειτα από ένα πολυετή δρόμο ευαισθητοποίησης του κοινού και των κέντρων λήψης αποφάσεων, με μεγάλο αριθμό ενεργειών και εκδηλώσεων, φθάσαμε στο Διήμερο Συμπόσιο Χαρουπιού 9-10 Οκτωβρίου.

Το συμπόσιο διοργάνωσε η Πολιτιστική

Διοργάνωση:
Πολιτιστική Εταιρεία Πανόρμου
ΕΠΙΜΕΝΙΔΗΣ
το Χαρούπι
της Κρήτης

Συνδιοργάνωση:
MACC
Μεσογειακό Κέντρο
Ικανοτήτων Αγροδιατροφής
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ
REGION OF CRETE

Χορηγοί:
Δήμος
Μυλοποτάμου
idili VILLA APOSPERITIS
LYGARIES VILLA KYNTHIA
Χορηγός επικοινωνίας: όμιλος CRETA
CRETA 24.gr

Υποστήριξη:
Α.Κ.Ε.Α. ΧΑΛΚΙΔΟΣΚΗΣ
ΑΥΡΑΡΑΚΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ
Μαθιουδάκης

**ΣΥΜΠΟΣΙΟ
ΧΑΡΟΥΠΙΟΥ
2022**

ΧΑΡΟΥΠΟΜΥΛΟΣ ΠΑΝΟΡΜΟΥ

- Παγκόσμια πρώτη "ανάγνωση" DNA Χαρουπιάς
- Επαναλειτουργία μηχανημάτων Χαρουπόμυλου
- Περίπετρα διάθεσης προϊόντων χαρουπιού
- Παρασκευή εδεσμάτων από χαρούπι
- Εκπαιδευτικές δράσεις
- Συναυλία "Ρεμπέτικα Κρήτης"

Εταιρεία Επιμενίδης σε συνδιοργάνωση με την Περιφέρεια Κρήτης και το Μεσογειακό Κέντρο Ικανοτήτων Αγροδιατροφής (MACC) με στόχο την προβολή του προϊόντος και την περαιτέρω ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από το χαρούπι.

Στην εκδήλωση έγιναν σημαντικές επιστημονικές ανακοινώσεις εκπροσώπων των συνεργαζόμενων φορέων και Πανεπιστημιακών Ιδρυμάτων.

Παρουσιάστηκε η μελέτη του γονιδιώματος του χαρουπιού της Κρήτης, ανοίγοντας τον δρόμο για την κατοχύρωση της κρητικής ποικιλίας. Αναδείχθηκαν επίσης όλες τις πτυχές της χρήσης του χαρουπιού λεπτομερώς, καθώς και η αδιαμφισβήτητη διατροφική του αξία.

Όπως μας επισήμανε η κ. Κορίνα Μηλιαράκη, «τώρα ανακαλύπτουμε το χαρούπι, αφού τα προηγούμενα χρόνια εξαγόταν μόνο ο σπόρος του και ο υπόλοιπος καρπός χρησιμοποιούνταν ως ζωοτροφή. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι αποτελεί, το τρόφιμο που έσωσε την

Κρήτη (και άλλες περιοχές) από τον λιμό κατά τη διάρκεια του Β' Παγκοσμίου Πολέμου, λειτουργώντας ως υποκατάστατο των σιτηρών.

Σήμερα, ωστόσο, επανέρχεται στο προσκήνιο λόγω της αναγνώρισης της υψηλής του διατροφικής αξίας. Έχουμε ξεκινήσει μια σειρά δράσεων για την αποκατάσταση της αξίας της χαρουπιάς και την ανάδειξη της διατροφικής της αξίας που είναι τόσο σημαντική ώστε να συμβάλει καθοριστικά σε μια άλλου τύπου ανάπτυξη.

Συνδέεται άρρηκτα με τον πρωτογενή τομέα και τον διατροφικό μας πολιτισμό. Μέσα από την προσπάθειά μας έχουμε φέρει σε επαφή διαφορετικές κοινωνικές ομάδες, καλλιεργητές, μεταποιητές, επιστήμονες, ερευνητές, ανθρώπους του πολιτισμού, για να αναδείξουμε αυτόν τον διατροφικό θησαυρό που έχουμε σήμερα».

Σημαντική παρουσία στο Συμπόσιο αποτέλεσε η κ. Σταυρούλα Φωτοπούλου, διευθύντρια της Νεότερης Πολιτιστικής

Κληρονομιάς του υπουργείου Πολιτισμού που παρακολούθησε με ιδιαίτερο ενδιαφέρον τις εργασίες του συμποσίου για το χαρούπι, αναφέρθηκε στη σημασία της ένταξης του χαρουπιού στην άυλη πολιτιστική κληρονομιά της unesco επισημαίνοντας ότι είναι ιδιαίτερα αξιόλογο το γεγονός πως υπάρχουν παραγωγοί που ασχολούνται με το προϊόν και είναι αποφασισμένοι να μεταφέρουν την τεχνογνωσία τους και στις επόμενες γενιές.

Αλλά ας μάθουμε λίγα περισσότερα για το χαρούπι.

Ο κύριος Χάρης Κατερινόπουλος χημικός, καθηγητής του τμήματος Χημείας στο Πανεπιστήμιο Κρήτης μας ενημερώνει ότι «πρόσφατα δεδομένα αναφέρουν ότι ο καρπός της χαρουπιάς είναι μείγμα πρωτογενών και δευτερογενών μεταβολιτών, με χαρακτηριστική παρουσία σακχάρων και ινών. Η σακχαρόζη είναι ο κύριος υδατάνθρακας ακολουθούμενη από φρουκτόζη και γλυκόζη. Η κύρια κυκλιτόλη είναι η D-pinitol



αλλά υπάρχουν και ίχνη από μυο-ινοσιτόλη, D-(+)-χειρο-ινοσιτόλη, ονονιτόλη, σεκουοϊτόλη, και βορνεσιτόλη.

Τα φαινολικά, κυρίως παράγωγα βενζοϊκού και κινναμικού οξέος, είναι η πιο άφθονη κατηγορία πολυφαινολών με κύριους εκπροσώπους το γαλλικό οξύ και το γαλλικό μεθυλεστέρα. Οι καρποί είναι ιδιαίτερα πλούσιοι σε φλαβονόλες όπως η κερσετίνη, η μυρικετίνη, η κεμπφερόλη και γλυκοσιδικά παράγωγά τους. Περιέχουν επίσης τανίνες και μείγμα 17 αμινοξέων με τα ασπαρτικό, ασπαραγίνη, αλανίνη, γλουταμικό, λευκίνη και βαλίνη να αποτελούν το 57% της περιεκτικότητας των λοβών που αποτελούν επίσης εξαιρετική δεξαμενή καλίου και ασβεστίου».

Αλλά η ιστορία του χαρουπιού πηγαίνει πολύ πίσω στον χρόνο. Σύμφωνα με την κυρία Μαριάννα Καβρουλάκη, πειραματική αρχαιολόγο και ιστορικό διατροφής, «οι πληθυσμοί και οι εμπορικές συναλλαγές που έφτασαν στη Μεσοποταμία από την Ν. Αραβία και το Κέρας της

Το συμπόσιο διοργάνωσε η Πολιτιστική Εταιρεία Επιμενίδης σε συνδιοργάνωση με την Περιφέρεια Κρήτης και το Μεσογειακό Κέντρο Ικανοτήτων Αγροδιατροφής (MACC) με στόχο την προβολή του προϊόντος και την περαιτέρω ευαισθητοποίηση του κοινού γύρω από το χαρούπι. «Ψυχή» του εγχειρήματος η Κορίνα Μηλιαράκη

Αφρικής, έφεραν μαζί τους χαρούπια, καταρχάς, ως ζωοτροφή αλλά επεξέτειναν τη χρήση τους και ως ανθρώπινη τροφή. Η συμπερίληψη τους στη μεγάλη λίστα τροφίμων -νεκρικών προσφορών προς ένα αξιωματούχο της 5ης Δυναστείας (2494-2345 π.Χ.) και ένα αλκοολούχο ποτό με βάση το χαρούπι (Ραργι Anastasi 1205 π.Χ.) είναι δηλωτικά αυτού του είδους χρήσεων του καρπού, στην αρχαία Αίγυπτο.

Σύμφωνα με τις γραπτές μαρτυρίες, στον ελληνορωμαϊκό κόσμο το χαρούπι ήταν κυρίως τροφή ζώων ή είχε φαρμακευτική χρήση. Ο Διοσκουρίδης (10-90 μ.Χ.) απέδωσε στον καρπό φαρμακευτικές ιδιότητες.

Η πρώτη γνωστή συνταγή με χαρούπι βρίσκεται σε Βαβυλωνιακή πινακίδα η οποία χρονολογείται περίπου στα 1700 π.Χ. και αποτελεί την αρχαιότερη μέχρι σήμερα συλλογή συνταγών. Κρέας μαγειρεύεται με κρεμμύδια ασκαλώνια, χαρούπια, πράσα και σκόρδο.

Οι αρχαίοι Έλληνες, και οι Βυζαντινοί

μπορεί να μην είχαν εντάξει το χαρούπι στη διατροφή τους, όμως στις ισλαμικές συνταγές του 14ου αι. κατέχει περίοπτη θέση το βυζαντινό murri, προϊόν ζύμωσης κριθαριού ή σιταριού μαζί με πολλά άλλα υλικά, μεταξύ των οποίων και το χαρούπι.

Το χαρουπόμελο, προϊόν αργής συμπύκνωσης, είναι αυτό που αναδείχθηκε σαν ένα από τα πιο δημοφιλή αναψυκτικά της ανατολικής Μεσογείου. Στην Κρήτη έγινε γνωστό ως χαρουμπία και σερβριζόταν πάνω σε χιόνι. Ένα σερμπέτι δηλαδή, κατά τα πρότυπα των οθωμανικών.

Η γεύση του χαρουπιού υπαινίσσεται μέλι, καραμέλα και σοκολάτα, και χρησιμοποιήθηκε φυσικά ως υποκατάστατο αυτών. Τα χαρούπια καταναλώνονται στην ανθρώπινη διατροφή:

- **ως χαρουπάλευρο**
- **ως σιρόπι από χαρούπια** (χαρουπόμελο)
- **ως πικνωτικό κόμμι χαρουπιού** πρόσθετο τροφίμων, που παράγεται αποκλειστικά από το σπόρο του χαρουπιού».

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➔

ΑΦΙΕΡΩΜΑ
Το χαρούπι
στην Κρήτη

Φάρμακο, αλλά και απάντηση στην κλιματική αλλαγή

Έρευνες δείχνουν ότι η κατανάλωση προϊόντων χαρούπιού μπορεί να έχει εξαιρετικά ευεργετικές ιδιότητες για τον ανθρώπινο οργανισμό. Παράλληλα είναι ένα δέντρο που αντέχει την ξηρασία και την ρύπανση των πόλεων

εν είναι μόνο διατροφική η αξία του χαρούπιου όπως μας διαβεβαιώνει ο κ. Χάρης Πρατσίνης χημικός ερευνητής ΕΚΕΦΕ ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ. «Το χαρούπι αλλά και τα φύλλα και ο φλοιός της χαρουπιάς, μπορούν να έχουν πολλαπλές φαρμακευτικές χρήσεις, όπως μαρτυρούν στοιχεία της παραδοσιακής ιατρικής από όλες τις μεσογειακές και αραβικές χώρες (Ελλάδα, Κύπρος, Ιταλία, Ισπανία, Μαρόκο, Τυνησία, Λίβανος, Ιορδανία, Ισραήλ,



Γράφει ο
Θοδωρής
Βασιλείου

Τουρκία, Ιράκ, Ιράν).

Η σύγχρονη επιστήμη έχει αρχίσει να συγκεντρώνει πειραματικά δεδομένα, κυρίως από μελέτες σε πειραματόζωα, που φαίνεται να υποστηρίζουν αυτές τις χρήσεις. Για παράδειγμα, η αντιοξειδωτική δράση εκχυλισμάτων από το χαρούπι και το φλοιό της χαρουπιάς οδηγεί σε ελάττωση του οξειδωτικού φορτίου σε διάφορους ιστούς του οργανισμού. Ιδιαίτερα όσον αφορά το πεπτικό σύστημα, τα εκχυλίσματα του χαρούπιου φαίνεται να διαθέτουν και αντιφλεγμονώδεις ιδιότητες, ενώ το κόμμι (κόλλα) από τον καρπό αναστέλλει τη βρεφική γαστροοισοφαγική παλινδρόμηση.

Πολύ σημαντικές είναι και οι αντιδιαβητικές ιδιότητες των εκχυλισμάτων του φυτού, καθώς δρουν σε ένζυμα-κλειδιά για την έναρξη του διαβήτη τύπου-II και βελτιώνουν τους δείκτες απορρόφησης και ανοχής γλυκόζης σε διαβητικά πειραματόζωα. Οι πλούσιες σε πολυφαινόλες φυτικές ίνες του χαρούπιου φαίνεται να επιδρούν ευεργετικά και στο ήπαρ των κουνελιών αναστέλλοντας τη δυσλιπιδαιμία που προκαλείται από διατροφή πλούσια σε χοληστερόλη.

Όλες οι παραπάνω πληροφορίες, καθώς και δεδομένα για πιθανές αγχολυτικές και αντικαταθλιπτικές ιδιότητες



Το χαρούπι τα επόμενα χρόνια και όσο επιβεβαιώνονται από την επιστημονική τεκμηρίωση οι απίστευτες ιδιότητές του, τόσο θα υιοθετείται και θα διευρύνεται η χρήση του σε ολόκληρο τον κόσμο

των προϊόντων της χαρουπιάς, θα απαιτήσουν περαιτέρω ερευνητική προσπάθεια για την οριστική επιβεβαίωσή τους, καθώς και για την ανίχνευση των ευεργετικών συστατικών του χαρούπιου και τη διαλεύκανση των μοριακών μηχανισμών που κινητοποιούνται».

Όσον αφορά την συσχέτιση του χαρούπιου με τις χρόνιες παθήσεις, η κυρία Ανδριάννα Καλιώρα διαιτολόγος-διατροφολόγος, καθηγήτρια στο Χαροκόπειο Πανεπιστήμιο μας ενημερώνει ότι «σε πειραματικές μελέτες τα χαρούπια έχουν φανεί να ρυθμίζουν την υπέρταση ως αποτέλεσμα της βελτιωμένης ενδοθηλιακής λειτουργίας, της βελτιωμένης ελαστικότητας της αορτής και της βελτίωσης στη ροή του αίματος. Έχει επίσης βρεθεί ότι μειώνουν σημαντικά τη φλεγμονή και το οξειδωτικό στρες.

Η ευαισθησία στην ινσουλίνη ως απόκριση στη θεραπεία με χαρούπι βελτιώνεται τόσο σε πειραματόζωα όσο και σε ανθρώπους. Επίσης, το χαρούπι είναι αποτελεσματικό στη μείωση της ολικής χοληστερόλης, της LDL χοληστερόλης και των τριγλυκεριδίων. Είναι κοινώς αποδεκτό ότι τα οφέλη των χαρουπιών στην υγεία του ανθρώπου συνδέονται κυρίως με την υψηλή περιεκτικότητά τους σε φυτικές ίνες και με την παρουσία πολλών και διαφόρων φαινολικών ενώσεων, ενώ περιέχουν πρωτεΐνες, ορισμένα σάκχαρα και μικρή ποσότητα



λίπους. Όσον αφορά τις φυτικές ίνες στο χαρούπι, αυτές είναι ως επί το πλείστον αδιάλυτες, αλλά περιέχονται και διαλυτές σε μικρότερη ποσότητα. Οι αδιάλυτες ίνες χαρουπιού αποτελούνται κυρίως από κυτταρίνη και ημικυτταρίνη, στις οποίες ανήκουν οι ξυλάνες, μαννάνες και γλυκάνες. Επειδή δεν αφομοιώνονται καθόλου, οι αδιάλυτες φυτικές ίνες δεν αποτελούν πηγή θερμίδων, αλλά βοηθούν στη μείωση της πρόσληψης θερμίδων, στη διατήρηση ενός φυσιολογικού σωματικού βάρους αλλά και στη μείωση του κινδύνου ανάπτυξης διαφόρων μορφών καρκίνου. Οι διαλυτές ίνες επίσης μειώνουν το σάκχαρο και ρυθμίζουν τα επίπεδα της χοληστερόλης στο αίμα. Επιπλέον, οι διαλυτές ίνες θεωρούνται ισχυροί ρυθμιστές της σύστασης του εντερικού μας μικροβιόκοσμου και μέσω αυτής της δράσης βελτιώνουν την υγεία και τον μεταβολισμό μας. Ως εκ τούτου, εικάζεται ότι συμβάλλουν στις θετικές επιδράσεις του χαρουπιού στη διαχείριση μεταβολικών διαταραχών και στην πρόληψη του διαβήτη και της παχυσαρκίας.

Σήμερα που η διατροφή μας βασίζεται σε επεξεργασμένους υδατάνθρακες, λευκό ψωμί, ζυμαρικά, ζάχαρη, τα χαρούπια, πλούσια σε φυτικές ίνες και φαινολικές ενώσεις, μπορεί να βοηθήσουν στη βελτίωση του μεταβολικού προφίλ μας και συνεπακόλουθα στη μεί-

ωση του κινδύνου ανάπτυξης καρδιαγγειακής νόσου και διαφόρων μορφών καρκίνου».

Δεν σταματούν, όμως, εδώ οι χρήσεις του χαρουπιού. Επί αυτού του θέματος ο κύριος Κρίτων Καλαντίδης Βιοτεχνολόγος φυτών, καθηγητής του τμήματος βιολογίας του πανεπιστημίου Κρήτης, έχει πολλά να μας πει. «Οικονομικά η πιο σημαντική χρήση του χαρουπιού αυτή τη στιγμή (και τώρα της χαρουπιιάς στο σύνολό της), είναι αυτή του κόμματος των χαρουπιών (Locust-Bean Gum, LBG). Το κόμμα του χαρουπιού, είναι ένας πηκτικός παράγοντας που χρησιμοποιείται στη βιομηχανία τροφίμων. Το κόμμα χαρουπιών χρησιμοποιείται ως πηκτικό και σταθεροποιητής για την αντικατάσταση του λίπους σε προϊόντα χαμηλών θερμίδων ή ως υποκατάστατο της γλουτένης.

Η χαρουπιιά καλλιεργείται ευρέως στη βιομηχανία φυτωρίων κηπευτικών ως καλλωπιστικό φυτό για μεσογειακά κλίματα και άλλες εύκρατες περιοχές σε όλο τον κόσμο, όντας ιδιαίτερα δημοφιλές στη Μεσόγειο αλλά και στην Καλιφόρνια και την Αυστραλία. Η Χαρουπιιά είναι πολύ ανθεκτική στην ξηρασία, εφόσον δεν καλλιεργηθεί με σκοπό τη συγκομιδή καρπών, μπορεί να χρησιμοποιηθεί στη σχεδίαση τοπίου ξηροφυτικών κήπων αλλά και σε πάρκα, όπως επίσης σε δασώσεις ιδίως ξηροφυτικών

περιοχών. Καθώς δε αντέχει στην ατμοσφαιρική ρύπανση των πόλεων γίνεται όλο και δημοφιλέστερη για την χρήση της στο αστικό τοπίο, όπως σε πλατείες, πεζοδρόμια κ.α.

Τέλος οι χαρουπιές παρέχουν επίσης ξύλο που χρησιμοποιείται για την κατασκευή σκευών και κάρβουνου βραδείας καύσης και εκχυλίζεται για να αποδώσει έναν παράγοντα βαφής υφασμάτων».

Ας κρατήσουμε την παρατήρηση σχετικά με την ανθεκτικότητα της χαρουπιιάς στην ξηρασία. Με δεδομένη την έλλευση του φαινομένου της ερημοποίησης λόγω της κλιματικής αλλαγής, είναι απαραίτητη η στρόφη σε νέες πιο ανθεκτικές καλλιέργειες όπως το χαρούπι, που αντέχουν σε άνυδρες συνθήκες και μπορούν να αποτελέσουν απάντηση στην αντιμετώπιση της μείωσης της βροχόπτωσης, αποτελώντας ταυτόχρονα μια εναλλακτική καλλιέργεια με μηδενικό κόστος φροντίδας και υψηλό εισόδημα για τον παραγωγό.

Αν έπετα από όλα αυτά, έχετε εντυπωσιαστεί και σκέφτεστε να εντάξετε τα προϊόντα χαρουπιού στο καθημερινό σας διατολόγιο, τότε σίγουρα έχετε μια λαμπρή ιδέα.

Το χαρούπι τα επόμενα χρόνια και όσο επιβεβαιώνονται από την επιστημονική τεκμηρίωση οι απίστευτες ιδιότητές του, τόσο θα υιοθετείται και θα διευρύνεται η χρήση του σε ολόκληρο τον κόσμο.

Σήμερα που έχουμε προ των πυλών μια παγκόσμια διατροφική και ενεργειακή κρίση, ενδέχεται το χαρούπι να μας σώσει για άλλη μια φορά, καθιστάμενο μέρος μιας συνολικής αναδιάρθρωσης του παραγωγικού τομέα της χώρας μας.

Έχω αναφέρει σε πολλά μου άρθρα τον τελευταίο καιρό για την αξία της κινητοποίησης των τοπικών κοινωνιών και της αυτοδιαχείρισης των ζητημάτων ανάπτυξης.

Σήμερα καταλήγω στην σκέψη ότι εκτός από την αξία των συλλογικότητων για την βέλτιστη διαχείριση της τοπικής οικονομίας και του πολιτισμού,

ΤΟ ΧΑΡΟΥΠΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ



- Ένταξη της Αγροδιατροφικής παράδοσης του χαρουπιού της Κρήτης στον εθνικό κατάλογο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς από το Υπουργείο Πολιτισμού.
- Δημιουργία του φορέα "Το χαρούπι της Κρήτης".
- Δημιουργία της ηλεκτρονικής πλατφόρμας "Το χαρούπι της Κρήτης".
- Δράσεις για την προστασία, ανάδειξη και αξιοποίηση της χαρουπιιάς, ως υπερτροφής.



- The publication of the "agro-food tradition of carob in Crete", as a part of the national list of the cultural intangible heritage, by the Ministry of Culture.
- Establishment of the "Carob of Crete" institution.
- Actions for the protection, promotion, and exploitation of carob trees and their products.

www.epimenides.gr
www.carobofcrete.gr
fb:thecarobofcrete

είναι απαραίτητη και η ηγεσία μιας οραματικής προσωπικότητας που δεν χάνει με τίποτα την κεντρική ιδέα και κινητοποιεί γη και ουρανό για την υλοποίηση ενός στόχου.

Η Κορίνα Μηλιαράκη, μαζί με όλους τους συντελεστές αυτής της σπουδαίας αναπτυξιακής και ταυτόχρονα πολιτισμικής επιτυχίας, σας ευχαριστούμε εκ βάθους καρδιάς, γιατί μας εμπνέετε ώστε να γίνουμε καλύτεροι και αποφασιστικότεροι, ο καθένας μας στον τόπο του, διότι καμία ανάπτυξη δεν είναι εφικτή, αν δεν περικλείει μέσα της την ιδέα της συλλογικής δράσης και το τοπικό στοιχείο.



Έχουμε ακόμα δρόμο για τον προσβάσιμο τουρισμό

*Πρόεδρος Εθνικής Συνομοσπονδίας Ατόμων με Αναπηρία, European Disability Forum, International Disability Alliance, αντιπρόεδρος ομάδας Β' Ευρωπαϊκής Οικονομικής & Κοινωνικής Επιτροπής

«Ο τουρισμός στην Ελλάδα δεν είναι φιλικός στα άτομα με αναπηρία, καθώς στις διαδρομές τους συναντούν πολλά εμπόδια. Πρέπει όμως να επισημάνουμε ότι έχουν γίνει και γίνονται πολλά βήματα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια», τονίζει ο πρόεδρος της ΕΣΑμεΑ

Στον **ΓΙΑΝΝΗ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟ**

Για τα σοβαρά προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι άνθρωποι με αναπηρίες στην προσπάθειά τους να κάνουν και αυτοί διακοπές, όπως όλοι, αλλά και για τις ευκαιρίες που ανοίγονται στον τουριστικό κλάδο με την δημιουργία των απαραίτητων υποδομών μας μίλησε ο πρόεδρος της ΕΣΑμεΑ Ιωάννης Βαρδακαστάνης.

- Κύριε Βαρδακαστάνη είναι τιμή και χαρά μας που σας φιλοξενούμε στην itn Ελληνικός Τουρισμός. Να ξεκινήσουμε με τη γενική εικόνα. Πόσο προσβάσιμος είναι ο τουρισμός στην Ελλάδα για τα άτομα με αναπηρίες;

Είναι και δική μου χαρά η σημερινή συνέντευξη, σας ευχαριστώ πολύ. Θα ήθελα να σας αναφέρω ότι προσβάσιμος τουρισμός σημαίνει ότι ο καθένας μπορεί να απολαύσει κάθε κρίκο της τουριστικής αλυσίδας. Με τον όρο «αλυσίδα» εννοούμε όλα τα βήματα για να πάει κάποιος από το σημείο α στο β και να είναι όλα προσβάσιμα. Δηλαδή, δεν αρκεί να είναι το ξενοδοχείο ή η παραλία προσβάσιμα, ή ο αρχαιολογικός χώρος. Πρέπει να είναι και το αεροδρόμιο ή το λιμάνι, η διαδρομή μέχρι το ξενοδοχείο, το ίδιο το ξενοδοχείο, η διαδρομή μέχρι την παραλία, η ίδια η παραλία κλπ. Με αυτή την έννοια ο τουρισμός στην Ελλάδα δεν είναι φιλικός στα άτομα με αναπηρία, καθώς στις διαδρομές τους συναντούν πολλά εμπόδια. Πρέπει όμως να επισημάνουμε ότι έχουν γίνει και γίνονται πολλά βήματα σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια τόσο από την ιδιωτική πρωτοβουλία όσο και από την Πολιτεία.

- Τον Ιούλιο καταθέσατε μια σειρά αιτημάτων για το πρόγραμμα «Του-



ρισμός για Όλους». Υπήρξε ανταπόκριση από το Υπουργείο Τουρισμού;

Με το Υπουργείο υπογράφηκε Μνημόνιο Συνεργασίας με συγκεκριμένες προβλέψεις/δράσεις (Μνημόνιο). Οι δράσεις, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν την κατάρτιση των εμπλεκόμενων στον τουριστικό τομέα σχετικά με τις ανάγκες της αγοράς του Προσβάσιμου Τουρισμού, την προώθηση δράσεων εκπαίδευσης ατόμων με αναπηρία, τη βελτίωση της προσβασιμότητας υποδομών και υπηρεσιών, την καθιέρωση διεθνούς forum για τον Τουρισμό για Όλους/Προσβάσιμο Τουρισμό, που θα

υλοποιείται ανά έτος σε διαφορετικό σημείο της χώρας.

Στόχος των δράσεων είναι η καθιέρωση διαρκούς θεσμικής διαβούλευσης του υπουργείου και των εποπτευόμενων από αυτό φορέων με το εθνικό αναπηρικό κίνημα, ώστε να γίνουν οι αναγκαίες παρεμβάσεις και η Ελλάδα να γίνει προσβάσιμη σε όλους τους επισκέπτες της. Εδώ θα ήθελα να τονίσω ότι ο Προσβάσιμος Τουρισμός, ο Τουρισμός για Όλους, πρέπει να γίνει αναπτυξιακή προτεραιότητα στον τομέα του Τουρισμού στην Ελλάδα. Έχει δικαιοματικό χαρακτήρα και ταυτόχρονα έχει εμπροσθοβαρή αναπτ-



«Ο Προσβάσιμος Τουρισμός, ο Τουρισμός για Όλους, πρέπει να γίνει αναπτυξιακή προτεραιότητα στον τομέα του Τουρισμού στην Ελλάδα»

ξιακό χαρακτήρα. Θεωρούμε ότι το Πρωτόκολλο Συνεργασίας που υπεγράφη με τον Υπουργό Τουρισμού κ. Κικίλια, μπορεί να θέσει τις βάσεις για μία διαφορετική πολιτική στον τομέα του Τουρισμού, που να αντιμετωπίζει τα άτομα με αναπηρία και χρόνιες παθήσεις επί ίσοις όροις με όλους τους πολίτες, είτε ως επισκέπτες, είτε ως εργαζόμενους.

Παράλληλα με το υπουργείο υπάρχει συνεργασία και σε νομοθετικό επίπεδο.

- Έχουμε δει να δημιουργούνται υποδομές σε παραλίες για τους ανθρώπους με κινητικά προβλήματα. Ωστόσο δεν δείχνουν να βρίσκουν πολλούς μιμητές. Πόσο προσβάσιμες είναι οι παραλίες για τα ΑμεΑ και τι μπορούν να κάνουν οι δήμοι ή και ιδιώτες γι' αυτό; Είναι μόνο θέμα βούλησης ή υπάρχουν και άλλοι λόγοι που εμποδίζουν την ανάπτυξη ανάλογων υποδομών σε περισσότερες πλαζ;

Η προσβασιμότητα των παραλιών είναι



αρμοδιότητα των δήμων. Πολλοί δήμοι έχουν ήδη δουλέψει πάνω στην πρόσβαση στη θάλασσα ατόμων με κινητικά προβλήματα. Ήδη το ΕΣΠΑ την προηγούμενη περίοδο χρηματοδότησε τέτοιες παρεμβάσεις, κάτι που θα συνεχιστεί και στη νέα περίοδο. Θεωρούμε λοιπόν ότι είναι θέμα βούλησης αλλά και κατά πόσο οι Δήμοι έχουν κατανοήσει ότι ο προσβάσιμος τουρισμός είναι ατού για την περιοχή τους, ότι έχει αναπτυξιακό χαρακτήρα. Η ΕΣΑμεΑ μέσω των τοπικών συλλόγων και ομοσπονδιών της συνεργάζεται ή προσπαθεί να συνεργαστεί με κάθε Δήμο της χώρας ώστε να καταστήσει το τουριστικό προϊόν κάθε περιοχής προσβάσιμο και φιλικό προς όλους.

- Ποιοι είναι οι προορισμοί στην Ελλάδα που είναι οι πιο «φιλικοί» για τους ανθρώπους με αναπηρίες;

Δυστυχώς δεν υπάρχουν ακόμη στοιχεία. Η μέχρι σήμερα καταγραφή, με σχετική δήλωση των επιχειρηματιών, έχει αποδειχθεί αναξιόπιστη, κλονίζοντας την εμπιστοσύνη των δυνητικών επισκεπτών του Προσβάσιμου Τουρισμού. Χρειάζεται η αξιοποίηση του υφιστάμενου Ελληνικού Σήματος Προσβασιμότητας (ιδιοκτησίας ΕΛΟΤ και Ε.Σ.Α.μεΑ.) για την πιστοποίηση της προσβασιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων βάσει του εθνικού προτύπου ΕΛΟΤ 1439 «Οργανισμός φιλικός σε πολίτες με αναπηρία - Απαιτήσεις και συστάσεις» και της σχετικής Τεχνικής Προδιαγραφής ΕΛΟΤ 1449. Η διαδικασία απονομής του Σήματος αυτού ακολουθεί τις διεθνώς εφαρμοζόμενες διαδικασίες απονομής σημάτων, με έντονη όμως παρουσία εκπαιδευμένων ατόμων με αναπηρία ως εμπειρογνομόνων ή/και επιθεωρητών προσβασιμότητας.

Ταυτόχρονα, η ΕΣΑμεΑ έχει δουλέψει με κάποιες πόλεις π.χ. με το Ρέθυμνο για τη

βελτίωση της προσβασιμότητας βασικών υποδομών της πόλης (οδηγός Αγία Νάπα-Ρέθυμνο), ενώ στο παρελθόν είχε φτιάξει και έναν ολοκληρωμένο τουριστικό οδηγό, ο οποίος όμως πλέον δεν ισχύει, καθώς χρειάζεται συνεχή επικαιροποίηση. Εδώ και χρόνια η ΕΣΑμεΑ διεκδικεί να επικαιροποιείται αυτός ο οδηγός κάθε χρόνο, ώστε όλα τα άτομα με αναπηρία που θέλουν να επισκεφτούν τη χώρα μας από το εξωτερικό αλλά και οι συμπολίτες μας με αναπηρία που θέλουν να απολαύσουν τις διακοπές τους στην Ελλάδα, να γνωρίζουν εκ των προτέρων πώς και πού μπορούν να κινηθούν.

- Καταληκτικά ποια είναι τα βήματα που πρέπει να γίνουν στην Ελλάδα για να έχουμε έναν πραγματικά προσβάσιμο και συμπεριληπτικό τουρισμό;

Πρέπει επιτέλους να δημιουργηθεί ένα συντονισμένο πρόγραμμα όλων των Υπουργείων (Περιβάλλοντος, Μεταφορών, Τουρισμού, Πολιτισμού, Υγείας κ.λπ.) που εμπλέκονται στο αντικείμενο, σε συνεργασία με το αναπηρικό κίνημα για τη διασφάλιση προσβάσιμης αλυσίδας. Ας μην ξεχνάμε ότι στο Εθνικό Σχέδιο Δράσης (ΕΣΔ) για τα δικαιώματα των ατόμων με αναπηρία υπάρχει ο Στόχος 30. Ο Στόχος 30 μεταξύ άλλων αναφέρει με χρονοδιαγράμματα δράσεις που πρέπει να γίνουν προς αυτή την κατεύθυνση, ή που έπρεπε να έχουν ήδη γίνει... Όπως σε πολλά πράγματα στην Ελλάδα, ενώ έχουμε το κατάλληλο νομοθετικό πλαίσιο, για το οποίο βέβαια το αναπηρικό κίνημα αγωνίστηκε να ψηφισθεί, πάσχουμε όμως πολύ στο κομμάτι της υλοποίησης.

Από το 2019 ήδη, η Ε.Σ.Α.μεΑ. είχε καταθέσει στο Υπουργείο Τουρισμού πρόταση για την ανάπτυξη και υλοποίηση εμβληματικής πρωτοβουλίας υπό το Υπουργείο



Τουρισμού, με θέμα «Ελλάδα προσβάσιμη σε όλους τους επισκέπτες της». Στόχος η διασφάλιση της πρόσβασης των ατόμων με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα σε όλη την τουριστική αλυσίδα, όπως αυτή περιγράφεται στις Συστάσεις του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού. Για την υλοποίηση της παραπάνω πρωτοβουλίας, είχε επισημανθεί η ανάγκη ανάπτυξης συνεργειών του Υπουργείου Τουρισμού με την Ε.Σ.Α.μεΑ., καθώς και με το Υπουργείο Πολιτισμού για την πρόσβαση σε αρχαιολογικούς χώρους/μουσεία/μνημεία κ.λπ., το Υπουργείο Περιβάλλοντος για τη διασφάλιση προσβάσιμων χώρων πρασίνου και φυσικού κάλλους, τα Υπουργεία Υποδομών/Μεταφορών και Ναυτιλίας για τη διασφάλιση προσβάσιμων μεταφορικών μέσων στους προαναφερόμενους χώρους, το Υπουργείο Ανάπτυξης για τη διασφάλιση προσβάσιμων εμπορικών χώρων, το Υπουργείο Υγείας για τη διασφάλιση προσβάσιμων δωματίων και λοιπών κτιριακών εξυπηρετήσεων και υπηρεσιών σε κάθε

κλινική στο πλαίσιο ανάπτυξης του ιατρικού τουρισμού καθώς και τη διασφάλιση προσβάσιμων καταστημάτων υγειονομικού ενδιαφέροντος, το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης για τη διασφάλιση της ψηφιακής προσβασιμότητας στο πλαίσιο βελτίωσης της πληροφόρησης των ενδιαφερομένων με αναπηρία κ.λπ. Όλοι οι παραπάνω χώροι και μέσα θα πρέπει να ικανοποιούν συμφωνημένες προδιαγραφές προσβασιμότητας υποδομών και υπηρεσιών (συμβατικών και ψηφιακών), να έχουν πιστοποιηθεί μέσω ενιαίων διαδικασιών και να διαθέτουν εκπαιδευμένο προσωπικό αλλά και αξιόπιστο εθνικό σήμα προσβασιμότητας (βλ. Ελληνικό Σήμα Προσβασιμότητας). Αρχή μπορεί να γίνει με τη δημιουργία πιλοτικής προσβάσιμης τουριστικής αλυσίδας, που θα περιλαμβάνει επιλεγμένα σημεία/υπηρεσίες από όλους τους παραπάνω τομείς και η οποία θα προβληθεί με προσβάσιμους τρόπους στο ελληνικό και διεθνές κοινό ενώ συνεχώς θα εμπλουτίζεται και θα επεκτείνεται.



Η Διεθνής Ένωση Αεροπορικών Μεταφορών (IATA) ανακοίνωσε τα αποτελέσματα της Παγκόσμιας Έρευνας Επιβατών (GPS) του 2022, σύμφωνα με τα οποία οι ταξιδιώτες επικεντρώνονται στην απλούστευση και την ευκολία των ταξιδιών τους μετά την κρίση που προκάλεσε η πανδημία.

«Τα ταξίδια κατά τη διάρκεια της COVID-19 ήταν πολύπλοκα, δυσκίνητα και χρονοβόρα λόγω των κυβερνητικά επιβαλλόμενων ταξιδιωτικών απαιτήσεων. Μετά την πανδημία, οι επιβάτες επιθυμούν βελτιωμένη ευκολία καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Η ψηφιοποίηση και η χρήση βιομετρικών στοιχείων για την επιτάχυνση του ταξιδιού είναι το κλειδί», δήλωσε ο Nick Carreen, Ανώτερος Αντιπρόεδρος της IATA για τις Επιχειρήσεις, την Ασφάλεια και την Προστασία.

Προγραμματισμός και κράτηση

Οι επιβάτες επιθυμούν ευκολία όταν σχεδιάζουν το ταξίδι τους και όταν επιλέγουν από πού θα αναχωρήσουν. Προτιμούν να πετούν από ένα αεροδρόμιο κοντά στο σπίτι τους, να έχουν όλες τις επιλογές κράτησης και τις υπηρεσίες διαθέσιμες σε ένα μόνο μέρος, να πληρώνουν με τη μέθοδο πληρωμής που προτιμούν και να αντισταθμίζουν εύκολα τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα.

► Η γειτνίαση με το αεροδρόμιο ήταν

Κλειδί η τεχνολογία για τις πτήσεις στη μετα-Covid εποχή

Έρευνα της IATA δείχνει πως μετά την κρίση που προκάλεσε η πανδημία και την ταλαιπωρία που επέφερε στα αεροπορικά ταξίδια οι επιβάτες επιθυμούν διακαώς την ευκολία σε όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους

η κύρια προτεραιότητα των επιβατών κατά την επιλογή του τόπου από τον οποίο θα πετάξουν (75%). Αυτό ήταν πιο σημαντικό από την τιμή του εισιτηρίου (39%).

► Οι ταξιδιώτες ήταν ικανοποιημένοι που μπορούσαν να πληρώσουν με τη μέθοδο πληρωμής της προτίμησής τους, η οποία ήταν διαθέσιμη για το 82% των ταξιδιωτών. Η πρόσβαση σε πληροφορίες προγραμματισμού και κρατήσεων σε ένα ενιαίο σημείο χαρακτηρίστηκε ως κορυφαία προτεραιότητα.

► Το 18% των επιβατών δήλωσε ότι αντισταθμίζει τις εκπομπές διοξειδίου του άνθρακα, ενώ ο κύριος λόγος που ανέφεραν όσοι δεν το έκαναν ήταν ότι δεν γνώριζαν τη δυνατότητα αυτή (36%).

«Οι σημερινοί ταξιδιώτες αναμένουν την ίδια διαδικτυακή εμπειρία που λαμβάνουν από μεγάλα καταστήματα λιανικής πώλησης όπως το Amazon. Το λιανικό εμπόριο των αεροπορικών εταιρειών οδηγεί την ανταπόκριση σε αυτές τις ανάγκες. Επιτρέπει στις αεροπορικές εταιρείες να

παρουσιάσουν την πλήρη προσφορά τους στους ταξιδιώτες. Και αυτό δίνει στον επιβάτη τον έλεγχο της ταξιδιωτικής του εμπειρίας με τη δυνατότητα να επιλέξει τις ταξιδιωτικές επιλογές που επιθυμεί με βολικές επιλογές πληρωμής», δήλωσε ο Muhammad Albakri, Senior Vice President Financial Settlement and Distribution Services της IATA.

Διευκόλυνση ταξιδιών

Οι περισσότεροι ταξιδιώτες είναι πρό-



θυμοι να μοιραστούν τις πληροφορίες τους για τη μετακίνησή τους με στόχο μια πιο εύκολη διεκπεραίωση.

► Το 37% των ταξιδιωτών δήλωσε ότι έχει αποθαρρυνθεί από το να ταξιδέψει σε συγκεκριμένο προορισμό λόγω των απαιτήσεων που υπάρχουν. Η πολυπλοκότητα της διαδικασίας επισημάνθηκε ως ο κύριος αποτρεπτικός παράγοντας από το 65% των ταξιδιωτών, το 12% ανέφερε το κόστος και το 8% το χρόνο.

► Στις περιπτώσεις που απαιτείται θεώρηση, το 66% των ταξιδιωτών επιθυμεί να αποκτήσει θεώρηση ηλεκτρονικά πριν από το ταξίδι, το 20% προτιμά να πάει στο προξενείο ή την πρεσβεία και το 14% στο αεροδρόμιο.

► Το 83% των ταξιδιωτών δήλωσαν ότι θα μοιράζονταν τις πληροφορίες τους για το ταξίδι τους για να επιταχύνουν τη διαδικασία άφιξης στο αεροδρόμιο. Αν και το ποσοστό αυτό είναι υψηλό, είναι ελαφρώς μειωμένο σε σχέση με το 88% που καταγράφηκε το 2021.

«Οι ταξιδιώτες μας είπαν ότι τα εμπόδια στα ταξίδια παραμένουν. Οι χώρες με πολύπλοκες διαδικασίες έκδοσης βίζας χάνουν τα οικονομικά οφέλη που φέρνουν αυτοί οι ταξιδιώτες. Όπου οι χώρες έχουν καταργήσει τις απαιτήσεις θεώρησης, ο τουρισμός και οι οικονομίες των ταξιδιών έχουν αναπτυχθεί. Και για τις χώρες που απαιτούν από ορισμένες κατηγορίες ταξιδιωτών να αποκτήσουν βίζα, η αξιοποίηση

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Χώρες που έχουν πολύπλοκες διαδικασίες βίζας χάνουν σήμερα ακόμη περισσότερους τουρίστες σε σύγκριση με το παρελθόν

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

της προθυμίας των ταξιδιωτών να χρησιμοποιούν ηλεκτρονικές διαδικασίες και να μοιράζονται πληροφορίες εκ των προτέρων θα ήταν μια λύση που θα κέρδιζαν όλοι», δήλωσε ο Careen.

Διαδικασίες αεροδρομίου

Οι επιβάτες είναι πρόθυμοι να επωφεληθούν από την τεχνολογία και τις επανασχεδιασμένες διαδικασίες για να βελτιώσουν την ευκολία της εμπειρίας τους στο αεροδρόμιο και να διαχειριστούν τις αποσκευές τους.

► Οι επιβάτες είναι πρόθυμοι να ολοκληρώσουν στοιχεία επεξεργασίας εκτός αεροδρομίου. Το 44% των ταξιδιωτών προσδιόρισε το check-in ως την κορυφαία επιλογή τους για επεξεργασία εκτός αε-

ροδρομίου. Οι διαδικασίες του ταξιδιού ήταν η δεύτερη πιο δημοφιλής «κορυφαία επιλογή» σε ποσοστό 32%, ακολουθούμενη από τις αποσκευές. Και το 93% των επιβατών ενδιαφέρεται για ένα ειδικό πρόγραμμα για έμπιστους ταξιδιώτες (έλεγχος ιστορικού) για την επιτάχυνση του ελέγχου ασφαλείας.

► Οι επιβάτες ενδιαφέρονται για περισσότερες επιλογές στη διαχείριση των αποσκευών. Το 67% θα ενδιαφερόταν για παραλαβή και παράδοση στο σπίτι και το 73% για επιλογές απομακρυσμένου check-in. Το 80% των επιβατών δήλωσαν ότι θα ήταν πιο πιθανό να παραδώσουν μια αποσκευή εάν μπορούσαν να την παρακολουθούν καθ' όλη τη διάρκεια του ταξιδιού. Και το 50% δήλωσε ότι έχει χρησιμοποιήσει ή θα ενδιαφερόταν να χρησιμοποιήσει ηλεκτρονική ετικέτα αποσκευών.

► Οι επιβάτες βλέπουν την αξία της βιομετρικής ταυτοποίησης. Το 75% των επιβατών επιθυμούν να χρησιμοποιούν βιομετρικά δεδομένα αντί για διαβατήρια και κάρτες επιβίβασης. Πάνω από το ένα τρίτο έχει ήδη βιώσει τη χρήση βιομετρικής ταυτοποίησης στα ταξίδια του, με ποσοστό ικανοποίησης 88%. Όμως, η προστασία των δεδομένων παραμένει ανησυχία για τους μισούς περίπου ταξιδιώτες.

«Οι επιβάτες βλέπουν σαφώς την τεχνολογία ως κλειδί για τη βελτίωση της ευκολίας των διαδικασιών των αεροδρομίων. Θέλουν να φτάνουν στο αεροδρόμιο έτοι-

μοι να πετάξουν, να περνούν από το αεροδρόμιο και στα δύο άκρα του ταξιδιού τους πιο γρήγορα χρησιμοποιώντας βιομετρικά στοιχεία και να γνωρίζουν ανά πάσα στιγμή πού βρίσκονται οι αποσκευές τους. Η τεχνολογία υπάρχει για να υποστηρίξει αυτή την ιδανική εμπειρία. Χρειαζόμαστε όμως συνεργασία σε όλη την αλυσίδα αξίας και με τις κυβερνήσεις για να το πραγματοποιήσουμε. Και πρέπει να διαβεβαιώσουμε συνεχώς τους επιβάτες ότι τα δεδομένα που απαιτούνται για την υποστήριξη μιας τέτοιας εμπειρίας θα φυλάσσονται με ασφάλεια», δήλωσε ο Careen.

Ο κλάδος είναι έτοιμος να τροφοδοτήσει τις διαδικασίες των αεροδρομίων με βιομετρικά στοιχεία μέσω της πρωτοβουλίας One ID της IATA. Η πανδημία βοήθησε τις κυβερνήσεις να κατανοήσουν τη δυνατότητα των επιβατών να μοιράζονται τις ταξιδιωτικές τους πληροφορίες μαζί τους άμεσα και πριν από το ταξίδι και τη δύναμη των βιομετρικών διαδικασιών για τη βελτίωση των διαδικασιών ασφαλείας και διευκόλυνσης και την αποτελεσματικότερη χρήση των πόρων. Η διάδοση των ηλεκτρονικών πυλών στα αεροδρόμια αποδεικνύει την αποτελεσματικότητα που μπορεί να επιτευχθεί. Προτεραιότητα αποτελεί η υποστήριξη των προτύπων OneID με κανονιστική ρύθμιση, ώστε να επιτραπεί η χρήση τους για τη δημιουργία μιας απρόσκοπτης εμπειρίας σε όλα τα μέρη του ταξιδιού των επιβατών.

Μια εξαιρετικά ενδιαφέρουσα μελέτη δημοσίευσε ο Δρ. Άγγελος Σωτηρόπουλος φυσικός μεταπτυχιακό στην Περιβαλλοντική Φυσική και Διδακτορικό στη Χημεία με τίτλο «ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ & ΚΛΙΜΑΤΙΚΗ ΑΛΛΑΓΗ Οικονομικές επιπτώσεις – Βαθμός ετοιμότητας – Προτάσεις πολιτικής για την ενίσχυση της κλιματικής ανθεκτικότητας». Η μελέτη δημοσιεύθηκε στο πλαίσιο ευρύτερης έρευνας που πραγματοποιεί το Ινστιτούτο ΕΝΑ και η συγκεκριμένη αφορά τις επιπτώσεις ή καλύτερα τους σοβαρούς κινδύνους που ελλοχεύουν για τον τουρισμό εξαιτίας της κλιματικής αλλαγής.

Το πρώτο δυσάρεστο γεγονός που αναγράφεται στη μελέτη είναι πως η κλιματική αλλαγή «τρέχει» με πιο γρήγορους ρυθμούς απ' ό,τι αρχικά είχε εκτιμηθεί. «Η πλέον πρόσφατη 6η Έκθεση αξιολόγησης της Διακυβερνητικής Επιτροπής για την Αλλαγή του Κλίματος (Intergovernmental Panel for Climate Change – IPCC) του Οργανισμού Ηνωμένων Εθνών (ΟΗΕ) έρχεται να πιστοποιήσει ότι η κλιματική αλλαγή όχι μόνο βρίσκεται σε πλήρη εξέλιξη, αλλά και ότι οι πρόσφατες προβολές του κλίματος για το μέλλον από το σύνολο των διεθνών Οργανισμών θα πρέπει να επικαιροποιηθούν, καθώς, το φαινόμενο δείχνει να επιταχύνεται ή δεν είχε εκτιμηθεί ορθά έως τώρα η ταχύτητα εξέλιξής του», αναφέρει χαρακτηριστικά ο κύριος Σωτηρόπουλος και τονίζει δεδομένων των συνθηκών η προετοιμασία για το «χειρότερο πιθανό σενάριο» είναι αναγκαία και πρέπει να κατευθύνει τις τομεακές πολιτικές.

Μία σημαντική επισήμανση που γίνεται είναι πως σε διεθνές επίπεδο έχει γίνει και γίνεται μια μεγάλη προσπάθεια από χρηματοδοτική άποψη στον μετριασμό του φαινομένου της κλιματικής αλλαγής και λιγότερο στην προσαρμογή σε αυτό.

«Λαμβάνοντας υπόψιν παράγοντες όπως:

- ▶ τις επιπτώσεις της πανδημίας του κορονοϊού,
- ▶ τη συνεχιζόμενη και εντεινόμενη παγκόσμια κοινωνικοοικονομική κρίση,
- ▶ τον εν εξελίξει πόλεμο στην Ουκρανία και την κρίση στον ενεργειακό τομέα,
- ▶ τη συνεχιζόμενη «παγκόσμια ασυνεννοησία» επί της κρισιμότητας της διαχείρισης της κλιματικής αλλαγής σε παγκόσμιο επίπεδο και ιδιαίτερα σε επίπεδο G8 και

▶ το υψηλό δημόσιο χρέος σε παγκόσμιο επίπεδο, γίνεται κατανοητό ότι διαμορφώνεται σήμερα ένα δύσκολο διαχειρίσιμο, σχεδόν «εκρηκτικό», μείγμα αλληλοτροφοδοτούμενων κρισιακών συνθηκών.

Η Ελλάδα ως μεσογειακή χώρα αναμένεται να πληγεί εντονότερα από τις τρέχουσες αλλά και μελλοντικές επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής, καθώς η Μεσό-



γειος αποτελεί περιοχή υψηλής τρωτότητας σύμφωνα πάλι με την πλειονότητα σχεδόν της διεθνούς βιβλιογραφίας (Giorgi, 2006; IPCC, 2013; Füssel et al, 2017; Tuel & Eltahir, 2020), η οποία υπογραμμίζει τον σχετικό κίνδυνο την τελευταία τουλάχιστον 20ετία. Το γεγονός αυτό -σε συνδυασμό με τις παραπάνω αναφερόμενες πολλαπλές απειλές/κρίσεις- αναμένεται να προκαλέσει πλήθος επιπτώσεων σε οικονομικό, κοινωνικό και περιβαλλοντικό επίπεδο. Το περιβάλλον αποτελεί αναπόσπαστο μέρος της οικονομίας και της κοινωνίας, συνεπώς ένα υγιές και ισορροπημένο περιβάλλον συνιστά προϋπόθεση για την ευημερία», υπογραμμίζεται.

Στη μελέτη επισημαίνεται με στοιχεία η μεγάλη συμβολή του τουρισμού στην οικονομία και στο ΑΕΠ της χώρας. Ταυτόχρονα όμως τονίζεται πως έχει υψηλή χωρική και εποχική συγκέντρωση. Κοινώς αφορά κυρίως πέντε περιφέρειες της χώρας και το τρίμηνο Ιουλίου – Σεπτεμβρίου.

«Αναφορικά με την υπάρχουσα κατάσταση προσαρμογής των τουριστικών καταλυμάτων που αποτελούν την «καρδιά» του ελληνικού τουρισμού, σύμφωνα

με στοιχεία του ευρωπαϊκού έργου 'Hotels4Climate'12, εκτιμάται ότι τα 10.782 ξενοδοχεία στην επικράτεια παράγουν 3.849.556 τόνους CO2-εg/έτος, που αποτελεί περίπου το 3.6% των συνολικών εκπομπών σε επίπεδο χώρας.

Σύμφωνα με την «Έκθεση μακροπρόθεσμης στρατηγικής για την κινητοποίηση επενδύσεων για την ανακαίνιση και μετατροπή του εθνικού κτιριακού αποθέματος, αποτελούμενου από κατοικίες και εμπορικά κτίρια, δημόσια και ιδιωτικά, σε υψηλής ενεργειακής απόδοσης, απαλλαγμένο από ανθρακούχες εκπομπές έως το 2050» του Υπουργείου Περιβάλλοντος και Ενέργειας, τα ξενοδοχεία και τα εστιατόρια αποτελούν το 0,5% περίπου του κτιριακού αποθέματος της χώρας, με το 76% αυτών να έχει κατασκευαστεί πριν από το 2000 και το 49% περίπου να έχει κατασκευαστεί πριν από το 1980. Το 78% των ξενοδοχείων και εστιατορίων βρίσκονται στις Α και Β κλιματικές ζώνες της χώρας σε σύνολο τεσσάρων κλιματικών ζωνών οι οποίες αποτελούν τις θερμές κλιματικά ζώνες.

Τονίζεται ότι το σύνολο σχεδόν των νησιών της χώρας και το μεγαλύτερο μέρος

των ακτογραμμών της βρίσκονται στις 2 αυτές ζώνες.

Από το σύνολο των ξενοδοχείων της χώρας σύμφωνα με τα στοιχεία του INSETE υπολογίζεται ότι μόνο περί τα 532 ξενοδοχεία έχουν βραβευτεί με το εθελοντικό σήμα Green Key, Travelife και το EMAS16.

Από τα παραπάνω διαφαίνεται ο χαμηλός βαθμός προσαρμογής των τουριστικών καταλυμάτων, τόσο από ενεργειακή άποψη και εν μέσω μάλιστα παγκόσμιας ενεργειακής κρίσης, όσο και στον τομέα της περιβαλλοντικής διαχείρισης εν γένει».

Παρά λοιπόν τα όσα λέγονται και γράφονται για τη βιωσιμότητα και τις μεγάλες προσπάθειες που έχουν γίνει από κάποια ξενοδοχεία, συνολικά ο κλάδος έχει πολύ δρόμο ακόμη για να ισχυριστεί ότι έχει κερδίσει το «στοίχημα» της αειφορίας.

Ας δούμε τους άμεσους κινδύνους από το κλίμα. «Σύμφωνα με τη σύνθεση των βασικών συμπερασμάτων τα οποία προέκυψαν από τις μελέτες της Επιτροπής Μελέτης Επιπτώσεων Κλιματικής Αλλαγής (ΕΜΕΚΑ) της Τράπεζας της Ελλάδος (ΤτΕ) (ΕΜΕΚΑ 2011, 2014) και της διαΝΕΟσις (2017) οι κύριες επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής οι οποίες σχετίζονται με τον



Απαιτείται εθνική στρατηγική

Κρίσιμη η ύπαρξη κεντρικού σχεδιασμού για τη προώθηση των δράσεων αντιμετώπισης της κλιματικής αλλαγής και τη διασφάλιση της ροής των χρηματοδοτήσεων. Από ποια «κανάλια» μπορούν να αντληθούν κονδύλια

Στη μελέτη του Δρ. Αγγελου Σωτηρόπουλο επισημαίνεται ότι σε σχέση με την ανάγκη προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή «ο ελληνικός τουρισμός κινείται προς την αντίθετη κατεύθυνση με την επαναφορά του το 2022 στο επί δεκαετίες άναρχο και μαζικό πρότυπο ανάπτυξης, ενώ, οι δημόσιες τουριστικές πολιτικές έως σήμερα είχαν ως στόχο τη βραχυπρόθεσμη μεγιστοποίηση των εσόδων -και ήδη για το 2022 διαφαίνεται να καταγράφονται αυξημένα επίπεδα εσόδων που πλησιάζουν σε ιστορικά υψηλά- εις βάρος της περιβαλλοντικής και κοινωνικής βιωσιμότητάς του».

Για να αντιστραφεί αυτή η κατάσταση χρειάζεται ένας κεντρικός σχεδιασμός που θα προωθεί και θα συντονίζει τις δράσεις που απαιτούνται, αλλά και θα διασφαλίζει τη ροή των σχετικών χρηματοδοτήσεων. Επίσης τονίζεται ότι όχι μόνο σε ελληνικό, αλλά και σε ευρωπαϊκό επίπεδο δεν υπάρχει ξεκάθαρο νομοθετικό πλαίσιο για τον τουρισμό, όπως συμβαίνει σε άλλους τομείς. «Ο ευρωπαϊκός τουρισμός διέπεται από ένα ευρωπαϊκό πλέγμα Οδηγιών που αφορούν στην περιβαλλοντική αδειοδότηση των τουριστικών επιχειρήσεων και υποδομών, στον χωροταξικό σχεδιασμό, στην ασφάλιση, στην ασφάλεια τροφίμων και στις Οδηγίες που ορίζουν τη χωροθέτηση στον αστικό ιστό. Σε ευρωπαϊκό επίπεδο, ο τουρισμός, μεταξύ άλλων, αναφέρεται ως τομέας πρωτότητας ο οποίος απαιτεί δράσεις αύξησης της ανθεκτικότητάς του στην κλιματική αλλαγή».

Στην μελέτη επισημαίνεται ότι τον Απρίλιο του 2022 «παρουσιάστηκαν σχέδια δράσης για τον ελληνικό τουρισμό με ορίζοντα το 2030 από το ΙΝΣΕΤΕ, τα οποία εστιάζουν μεταξύ άλλων στην καταγραφή των απαιτούμενων έργων που αφορούν στην προστασία ενάντια στην κλιματική αλλαγή, στον σχεδιασμό γρήγορων δράσεων προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή -κυρίως φυσικών λύσεων (πχ δεντροφυτεύσεις, προστασία βιοποικιλότητας), στην καταγραφή των αναγκών ανά προορισμό σε θέματα υδάτινων πόρων και διαχείρισης λυμάτων βάσει επισκεψιμότητας και στην βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης των τουριστικών κτιρίων. Ωστόσο τα εν λόγω σχέδια δεν παρουσιάζουν άμεση διασύνδεση με την υλοποίηση της ΕΣΠΚΑ υπό το πρίσμα του γενικότερου συντονισμού, ενώ η διαδικασία καταγραφής των αναγκών υποδεικνύει την απουσία σχεδιασμού για την προσαρμογή του τομέα όλο το προηγούμενο χρονικό διάστημα. Επιπλέον μέσα από το πλέγμα των δράσεων που αναφέρονται, διαφαίνεται η μονομερής προσπάθεια αύξησης του αριθμού επισκεπτών, η οποία δεν θα πρέπει να είναι το κύριο ζητούμενο υπό το πρίσμα των υπαρχόντων πολλαπλών έντο-





νων προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο τομέας. Η περαιτέρω αύξηση των αφίξεων αναμένεται να ενισχύσει στις ανάγκες για νερό και ενέργεια, αλλά και τη διαδικασία υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος και των ήδη επιβαρυσμένων περιβαλλοντικά τουριστικών προορισμών λόγω υπερτουρισμού. Μια εναλλακτική στρατηγική ανάπτυξης του τουρισμού θα πρέπει να εστιάζει ενδεικτικά:

- στη μείωση του ενεργειακού κόστους μέσα από τις δράσεις μετριασμού και προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή,

- στην αύξηση των εσόδων ανά τουρίστα μέσω της ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού υψηλής προστιθέμενης αξίας, τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος και τη βελτίωση της ποιότητας των τουριστικών εμπειριών και υπηρεσιών που λαμβάνουν οι επισκέπτες,

- την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την καλύτερη γεωγραφική κατανομή των τουριστών με στόχο τη δραστητική μείωση των πιέσεων που δέχονται οι τουριστικοί προορισμοί υψηλής επισκεψιμότητας».

Η λέξη που επιλέγεται από τον μελετητή «ενδεικτικά» είναι σημαντική, καθώς ουσιαστικά εμμέσως δηλώνει ότι καταθέτει κάποιες προτάσεις, όντας ωστόσο μη ειδικός πάνω στα θέματα του τουρισμού. Ο βασικός σκοπός της μελέτης είναι να επισημάνει πως αν δεν ληφθούν μέτρα,

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

«Η περαιτέρω αύξηση των αφίξεων αναμένεται να ενισχύσει στις ανάγκες για νερό και ενέργεια, αλλά και τη διαδικασία υποβάθμισης του φυσικού περιβάλλοντος και των ήδη επιβαρυσμένων περιβαλλοντικά τουριστικών προορισμών λόγω υπερτουρισμού»

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

οι εξελίξεις θα είναι καταστροφικές για το τουριστικό προϊόν της χώρας. Ιδίως όταν συζητάμε για το «Ηλιος και Θάλασσα» που παραμένει το «ισχυρό» χαρτί του ελληνικού τουρισμού.

Η έρευνα παρουσιάζει και τις χρηματοδοτικές δυνατότητες όπου αναγράφεται πως «έχουν καταγραφεί τουλάχιστον επτά

πηγές χρηματοδότησης από τις οποίες διατίθενται πόροι για μέτρα και δράσεις άμεσης ή έμμεσης συσχέτισης με την προσαρμογή του τουρισμού στην κλιματική αλλαγή.

- Το επιχειρησιακό πρόγραμμα «Περιβάλλον – Ενέργεια – Κλιματική Αλλαγή 2021-2027» αναμένεται να χρηματοδοτήσει δράσεις που σχετίζονται με την ενεργειακή αναβάθμιση δημόσιων και ιδιωτικών κτιρίων, κατοικιών και υποδομών επιχειρήσεων, τη βελτίωση της ενημέρωσης, την αύξηση της ικανότητας παρακολούθησης των σχετικών παραμέτρων, την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των υποδομών, την αποτελεσματικότερη προστασία πληθυσμού και οικοσυστημάτων και τη βιώσιμη διαχείριση υδάτων. Οι δράσεις αυτές αναμένεται να συμβάλουν στην υλοποίηση των δράσεων και μέτρων της ΕΣΠΚΑ αναφορικά με τον τομέα του τουρισμού.

- Το επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα, Επιχειρηματικότητα και Καινοτομία» (ΕΠΑνΕΚ) χρηματοδοτεί δράσεις αναφορικά με τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου και τη διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος που σχετίζονται με την υλοποίηση της ΕΣΠΚΑ μέσω χρηματοδοτικών δράσεων:

- Δράση 03-6c-3.5-01: Συνδρομή στη βελτίωση δημόσιων υποδομών που συμβάλουν στην αξιοποίηση του φυσικού και

πολιτιστικού αποθέματος της χώρας και στην ανάπτυξη του τουρισμού (τμηματοποιημένα έργα τομέων τουρισμού και πολιτισμού)

- Δράση 03-6c-3.5-10: Πιλοτική Δράση ενίσχυσης του θρησκευτικού τουρισμού.

- Ο Αναπτυξιακός Νόμος 4399/16 χρηματοδοτεί μέτρα εκσυγχρονισμού των τουριστικών υποδομών, καθώς και ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού που παρουσιάζουν συνάφεια με την εξοικονόμηση και αποδοτική χρήση ενέργειας και νερού στις τουριστικές μονάδες που αναφέρονται στην ΕΣΠΚΑ.

- Το Εθνικό Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας «Ελλάδα 2.0» χρηματοδοτεί την ενεργειακή αναβάθμιση του κτιριακού αποθέματος της χώρας, συμπεριλαμβανομένων των τουριστικών μονάδων.

- Η Ελληνική Αναπτυξιακή Τράπεζα αποτελεί εν δυνάμει εργαλείο χρηματοδότησης της προσαρμογής του τουρισμού στην κλιματική αλλαγή, καθώς, μέρος των ιδρυτικών σκοπών της είναι «Η προώθηση επενδυτικών προγραμμάτων και έργων με περιβαλλοντικές και αναπτυξιακές διαστάσεις, με στρατηγικό στόχο την άμβλυνση των συνεπειών και την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή για την επίτευξη συνθηκών βιώσιμης και δίκαιης ανάπτυξης».

- Το επενδυτικό πρόγραμμα για έργα πράσινης ενέργειας και αστικών υποδομών, από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων και την Εθνική Τράπεζα της Ελλάδος, το οποίο χρηματοδοτεί την ενεργειακή αναβάθμιση κτιρίων, συμπεριλαμβανομένων επιχειρήσεων στον τομέα του τουρισμού, έρχεται σε πλήρη ευθυγράμμιση με την ΕΣΠΚΑ.

- Οι εμπορικές τράπεζες παρέχουν δάνεια για την χρηματοδότηση εργασιών και εξοπλισμού ενεργειακής αναβάθμισης επαγγελματικών και εμπορικών χώρων όπως προβλέπεται στην ΕΣΠΚΑ, και χρηματοδοτούν έργα ενεργειακής αναβάθμισης ξενοδοχείων και τουριστικών καταλυμάτων στο πλαίσιο των πράσινων επενδύσεων.

Αυτό που απουσιάζει σήμερα από τα ανωτέρω χρηματοδοτικά εργαλεία είναι ο στρατηγικός σχεδιασμός και κεντρικός συντονισμός προκειμένου να διασφαλίζεται η κατάλληλη ποιοτικά και ποσοτικά ροή χρηματοδοτήσεων με βάση τις ανάγκες του τουρισμού, δηλαδή των επιμέρους περιοχών, επιχειρήσεων και υποτομέων που το απαρτίζουν».

Τέλος στα συμπεράσματα τονίζεται η ανάγκη διαμόρφωσης εθνικής στρατηγικής για τον τουρισμό με ευρύτερες συναινέσεις και με προεξάρχοντα ρόλο της Πολιτείας. Επισημαίνεται πως έχουν γίνει σημαντικά βήματα από μεμονωμένες τουριστικές επιχειρήσεις για τη βιωσιμότητα, αλλά αυτές, ενώ απαιτούνται, δεν αρκούν για μια συνολική απάντηση στο πρόβλημα...

Και οι Τουρίστες ψηφίζουν...

Οι επισκέπτες σχολιάζουν κάθε μέρα, κάθε λεπτό, κάθε στιγμή και μάλιστα πολλές φορές, λόγω του αργού ψηφιακού μετασχηματισμού στην χώρα και του υψηλού ψηφιακού αναλφαβητισμού, αυτό γίνεται αντιληπτό παρά όταν είναι πάρα πολύ αργά



Εναλλακτικός... Προορισμός

Γράφει ο

**Ευάγγελος
Κυριακού**

Ειδικός Διαχείρισης
Προορισμών

Κάθε 4 χρόνια στην χώρα μας οι πολίτες ψηφίζουν τους εκπροσώπους τους στην τοπική αυτοδιοίκηση σύμφωνα με τις αρχές της δυτικού τύπου δημοκρατίας. Ο Τουρισμός πλέον σε πολλές περιοχές της χώρας αποτελεί ένα ιδιαίτερο κεφάλαιο όλων των υποψηφίων δημάρχων, υποψηφίων δημοτικών συμβούλων, υποψηφίων περιφερειάρχων και υποψηφίων περιφερειακών συμβούλων. Το ίδιο ακριβώς γίνεται και σε εθνικό επίπεδο. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ο προορισμός και η διαχείρισή του οφείλει να ακολουθεί το διοικητικό σύστημα της χώρας, προκειμένου οι αποφάσεις που λαμβάνονται να μπαίνουν σε εφαρμογή και να βρίσκουν την χρυσή τομή στις ανάγκες των πολιτών και τις ανάγκες των επισκεπτών. Εδώ βρίσκεται και η ανάγκη τμηματοποίησης των οργανισμών διαχείρισης και προώθησης προορισμών σε τοπικό, περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη δεν αφορά μόνο δράσεις για την οικονομική μεγέθυνση, αλλά και μια σειρά ενεργειών που στοχεύουν στην περιβαλλοντική, πολιτιστική και κοινωνική αναβάθμιση. Κάθε προορισμός που σέβεται τον εαυτό του οφείλει να σέβεται την ποιότητα ζωής των πολιτών του όπως επίσης και την ποιότητα εμπειρίας των επισκεπτών του. Η διαδικασία αυτή είναι διαρκής χρειάζεται συγκροτημένο σχέδιο, πολλούς φορείς στο τραπέζι της συζήτησης, δημόσιους και ιδιωτικούς προκει-



μένου η κατεύθυνση που έχει επιλεγεί να υλοποιείται με σαφείς δράσεις και σε τακτά χρονικά διαστήματα να υφίσταται ανατροφοδότηση.

Αυτοί που δεν εκπροσωπούνται πολλές φορές σε όλες αυτές τις συζητήσεις είναι οι Τουρίστες. Αραγε τι θα έλεγαν αν είχαν ένα συλλογικό όργανο να μιλήσουν; Είναι δυνατόν κάτι τέτοιο; Μπορούν να ψηφίσουν οι τουρίστες; Κι αν ναι γιατί και πως ψηφίζουν;

Οι τουρίστες πλέον με βάση διεθνείς έρευνες έχουν την τάση να αισθάνονται προσωρινό κάτοικοι. Αν λάβουμε υπό-

ψη τα στοιχεία του παγκόσμιου οργανισμού τουρισμού ότι τα 2/3 των παγκόσμιων τουριστών κινούνται μόνοι τους αντιλαμβανόμαστε, όλοι την επόμενη ημέρα για τις πόλεις και τις περιοχές που δέχονται επισκέπτες. Αυτός είναι και ο κύριος λόγος ανάπτυξης της βραχυχρόνιας μίσθωσης και όχι μόνο. Οι ανάγκες και οι αριθμοί των επισκεπτών μεταβάλλονται.

Είναι σαφές ότι σε εθνικό επίπεδο θα πρέπει να προβάλλονται οι προορισμοί με τους λιγότερους αριθμητικά επισκέπτες για την επίτευξη διασποράς τους,

διότι υπάρχει ο κίνδυνος του υπερτουρισμού στους γνωστούς προορισμούς με τις γνωστές επιπτώσεις. Αφενός της υποβάθμισης του περιβάλλοντος και των υποδομών που επιβαρύνουν στο τέλος τους πολίτες και την ποιότητα ζωής τους, στο όνομα της οικονομικής μόνο μεγέθυνσης αφετέρου της επερχόμενης τουρισμοφοβίας. Επιπλέον τα προβλήματα που δημιουργούνται, εύκολα μπορούν να αμαυρώσουν την εικόνα των προορισμών. Θυμόμαστε ίσως όλοι τι έγινε όταν αγωγός λυμάτων έσκασε σε γνωστό νησί, όπως και το τι έγινε όταν



αγωγός νερού σταμάτησε να λειτουργεί και μια μεγάλη πόλη έμεινε χωρίς νερό για 5 μέρες...

Οι τουρίστες ψηφίζουν. Και όχι απλώς ψηφίζουν αλλά ψηφίζουν και σχολιάζουν κάθε μέρα, κάθε λεπτό, κάθε στιγμή και μάλιστα πολλές φορές λόγω του αργού ψηφιακού μετασχηματισμού στην χώρα και του υψηλού ψηφιακού αναλφαριθμητισμού αυτό γίνεται αντιληπτό παρά όταν είναι πάρα πολύ αργά.

Οι τουρίστες ως προσωρινοί κάτοικοι, ζουν, κινούνται, καταναλώνουν και αυτοί ως προσωρινοί κάτοικοι χρειάζο-

νται υπηρεσίες και μάλιστα γρήγορα. Το λιγότερο που οφείλει ένας προορισμός είναι να τους λαμβάνει υπόψη και να τους πληροφορεί γρήγορα και κατάλληλα. Οι δομές των φυσικών κέντρων τουριστικής πληροφόρησης είναι το λιγότερο που οφείλουν οι προορισμοί στους επισκέπτες ενώ η εκπαίδευση των πολιτών στην διαχείριση αυτού του νέου προφίλ επισκεπτών ως προσωρινών κατοίκων χρειάζεται αν μη τι άλλο συνειδητοποίηση. Είμαστε έτοιμοι ως οικοδεσπότες; Ξέρουμε να φιλοξενούμε;

Κάποια στιγμή βρέθηκα με την οικογένειά μου στην όμορφη Αδριανούπολη, στο σημερινό Edirne. Εκεί προτίμησα να πάω σε ένα ξενοδοχειακό κατάλυμα με βαθμολογία 9,9 και πάνω από χίλια σχόλια. Όταν βρέθηκα εκεί το κτίριο δεν ήταν ιδιαίτερα εντυπωσιακό ωστόσο ο υπερήλικας ιδιοκτήτης μου έκανε ένα εξαιρετικό καλωσόρισμα με ιδιαίτερες πληροφορίες για πολλά μέρη της πόλης που αν και είχα επισκεφθεί ξανά δεν γνώριζα. Ωστόσο δεν ήταν αρκετά για το 9,9. Μπαίνοντας στο δωμάτιο τον ρώτησα που είναι το WC. Είναι μου

Δεν αρκεί να έχουμε ένα πραγματικά εξαιρετικό προορισμό και εξαιρετικές υπηρεσίες αλλά πρέπει να ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους με όμορφο τρόπο να γράψουν κάτι καλό για εμάς

λέει έξω από το δωμάτιο στο διάδρομο και είναι κοινόχρηστο. Σοκάρομαι και συνεχίζοντας μου λέει μην ανησυχείς θα είστε μόνο εσείς και κανείς άλλος. Αρχισα πραγματικά να απορώ για το 9,9. Τις επόμενες ημέρες ο άνθρωπος μας έφτιαχνε ένα εξαιρετικό πρωινό και πάντα ήταν γλυκομίλητος και έτοιμος να απαντήσει και στην πιο δύσκολη ερώτηση ενώ τα πάντα έλαμπαν από μια συνεχή καθαριότητα. Το 9,9 ωστόσο ήταν μακριά. Την τελευταία ημέρα κατέβηκα πιο νωρίς στο πρωινό και του ζήτησα μια συνταγή τοπική πρωινού να μου κάνει η οποία πραγματικά με εντυπωσίασε για την απλότητα και την γεύση της. Λίγο πριν τακτοποιήσω τα οικονομικά με ρώτησε, «Περάσατε ωραία; Σας έλειψε τίποτε; Ηταν ενδιαφέροντα αυτά που σας είπα και σας έστειλα να δείτε;» Ναι του απαντώ ήταν όλα τέλεια. «Σε παρακαλώ» μου λέει ο παππούς «αν σου άρεσαν όλα γράψε κάτι καλό για εμάς, έχω καταλάβει ότι αυτό φέρνει και άλλους ανθρώπους στην πόλη μου που τόσο αγαπώ». Αυτό ήταν. «Νάτο λέω το 9,9».

Δεν αρκεί λοιπόν να έχουμε ένα πραγματικά εξαιρετικό προορισμό και εξαιρετικές υπηρεσίες αλλά πρέπει να ενθαρρύνουμε τους ανθρώπους με όμορφο τρόπο να γράψουν κάτι καλό για εμάς. Στην ουσία λοιπόν οι επισκέπτες ψηφίζουν και όλοι εμείς διαβάζουμε ότι έχουμε γράψει και επηρεαζόμαστε ενώ ταυτόχρονα γινόμαστε ολοένα και πιο έξυπνοι καταλαβαίνοντας ποιος είναι ο κακεντρεχής και δύστροπος αλλά και ποιος είναι υποκριτικά καλός.

Αν θέλουμε ο προορισμός στο οποίο δρούμε να έχει προσανατολισμό στην βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη πρέπει να υπολογίζουμε τόσο την γνώμη των πολιτών αλλά και την πολύτιμη γνώμη των επισκεπτών για να τους χρησιμοποιούμε αμφοτέρους ως πρεσβευτές και ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στην διαμόρφωση προστιθέμενης αξίας των επί μέρους προορισμών της χώρας και συνολικά του Ελληνικού Τουρισμού.



Μεγάλη κινητικότητα για την ελληνική γαστρονομία υπήρξε το τελευταίο διάστημα με σημαντικές εκδηλώσεις που διοργανώθηκαν σε όλη την Ελλάδα. Το γεγονός πέρα από ευχάριστο δείχνει πως έχει γίνει πλέον συνείδηση σε πολλές περιοχές το πόσο βασική είναι η προώθηση και ανάδειξη της τοπικής γαστρονομίας και όχι μόνο για το τουριστικό μάρκετινγκ μιας περιοχής.

Τα οφέλη από την προώθηση της τοπικής γαστρονομίας είναι πολλαπλά. Αποτελεί ένα από τα κύρια βήματα για τη διασύνδεση του τουριστικού προϊόντος με τα τοπικά προϊόντα και γενικότερα την τοπική οικονομία. Η διαδικασία αυτή αναβαθμίζει την ποιότητα του τουριστικού προϊόντος μιας περιοχής, χαρίζοντας ιδιαίτερες και υψηλής ποιότητας γευστικές εμπειρίες στους επισκέπτες, ενώ βάζει την περιοχή στον «χάρτη» του γαστρονομικού τουρισμού, ο οποίος δεν «δεσμεύεται» από τους καλοκαιρινούς μήνες και ενισχύει την εξωστρέφεια των ελληνικών προϊόντων.

Πρόσφατα σε συνέντευξή του ο πρόεδρος της ΠΟΞ Γρ. Τάσιος τόνισε ότι «ο τουρισμός είναι ομαδικό άθλημα». Το θέμα της γαστρονομίας αναδεικνύει ακριβώς αυτή τη διάσταση. Όσον αφορά τις εκδηλώσεις υπάρχουν αυτές που διοργανώνονται εδώ και πολλά χρόνια και είναι ευχάριστο πως βρήκαν μιμητές και σε άλλες περιοχές με εκδηλώσεις που εμφανίστηκαν για πρώτη φορά φέτος.

Στη Σίφνο

Να ξεκινήσουμε τη διαδρομή μας στα γαστρονομικά events με το Φεστιβάλ Κυκλαδίτικης Γαστρονομίας το οποίο αριθμεί ήδη 14 χρόνια ζωής και έχει καταφέρει να συμβάλει καταλυτικά στο θέμα της προώθησης της ελληνικής γαστρονομίας.

Ύστερα από δύο χρόνια αναγκαστικής αδράνειας λόγω πανδημίας, ο Πολιτιστικός Σύλλογος Σίφνου, διοργάνωσε και

Πληθαίνουν οι δράσεις για την ελληνική κουζίνα

Σημαντικές δράσεις πραγματοποιήθηκαν τους τελευταίους μήνες σε όλη την Ελλάδα για την προβολή της τοπικής γαστρονομίας και την προώθηση των ελληνικών προϊόντων στο εγχώριο και διεθνές κοινό



της τηλεόρασης, Χρήστος Νέζος και η δημοσιογράφος Ελένη Λαζάρου, απονεμήθηκαν και τα βραβεία Naxian Excellence Awards by EAS Naxos τα οποία ψήφισε η νεοσύστατη επιτροπή αποτελούμενη από ανθρώπους των γραμμάτων και των τεχνών με επικεφαλής τον καθηγητή του Γεωπονικού Πανεπιστημίου, Γιάννη Πολίτη.

Στην Πελοπόννησο

Την παρθενική του εμφάνιση έκανε φέτος το Peloponnese Food Stories | Ιστορίες γεύσεων, ανθρώπων, πολιτισμού. Η Περιφέρεια Πελοποννήσου διοργάνωσε για πρώτη φορά φέτος σειρά δράσεων, που ευχόμαστε να έχουν συνέχεια, με επίκεντρο μια εμβληματική τοποθεσία σε κάθε περιφερειακή ενότητα, φιλοδοξώντας να προσφέρει μία ξεχωριστή γαστρονομική εμπειρία.

Στόχος των δράσεων ήταν η ανάδειξη και προβολή του γαστρονομικού πλούτου της κάθε περιοχής και της θέσης που οι εν λόγω προορισμοί καταλαμβάνουν διαχρονικά στο γαστρονομικό χάρτη της Ελλάδος.

Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να παρακολουθήσουν, μαθήματα μαγειρικής και παρασκευής ντόπιων συνταγών που καταναλώνονταν επί τόπου, βραδιές γευσιγνωσίας και οινογνωσίας με οδηγούς

τοπικούς σεφ αλλά και μουσικές εκδηλώσεις, επισκέψεις και εκδρομές σε τοπικούς παραγωγούς. Παράλληλα διοργανώθηκαν δράσεις για το ευ ζην, αγορές και εκθέσεις τοπικών & βιολογικών προϊόντων και βέβαια κεράσματα και αναπάντεχες εκπλήξεις.

Η πρώτη εκδήλωση πραγματοποιήθηκε στην Αρεόπολη Λακωνίας, την Κυριακή 17 Ιουλίου σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Λακωνίας, την Ένωση Ξενοδόχων Λακωνίας, το Δήμο Ανατολικής Μάνης και τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου.

Στην παραδοσιακή πλατεία του πρώτου φεστιβαλικού σταθμού στην Αρεόπολη, το Food Stories έκλεψε τις εντυπώσεις, μιλώντας απευθείας στον «ουρανίσκο» του κάθε επισκέπτη.

Ο γαστρονομικός πλούτος της περιοχής βρέθηκε σε πρώτο πλάνο και «μοιράστηκε» σε μία πληθώρα από συνταγές τις οποίες σχεδίασαν και ετοίμασαν διακεκριμένοι chef σε ένα εξολοκλήρου διαδραστικό και ξεχωριστό live cooking στη Πλατεία Αθανάτων.

Οι τοπικοί παραγωγοί ήταν οι πρωταγωνιστές της διοργάνωσης, μιλώντας για τις πρώτες ύλες της περιοχής, για τα μικρά διαμάντια της λακωνικής γης, για τις ποικιλίες, το terroir, τις διατροφικές συνήθειες καθώς και για την τεράστια αξία της

προώθησης και της ανάδειξης των τοπικών προϊόντων που παράγονται.

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

Επειτα από την επιτυχημένη εκδήλωση στη Λακωνία και στην Αρεόπολη, το Peloponnese Food Stories συνεχίστηκε με δεύτερη στάση την Μεσσηνία και συγκεκριμένα την Κορώνη που αποτελεί την εμβληματική κοινότητα της UNESCO για την μεσογειακή διατροφή. Η εκδήλωση πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 7 Αυγούστου.

Η κεντρική ατζέντα του Food Stories περιλάμβανε έκθεση τοπικών προϊόντων, μαγειρικές επιδείξεις, γευσιγνωσία εξαιρετικού παρθένου ελαιόλαδου και οίνου, βιωματικές δραστηριότητες για τα παιδιά καθώς και μουσική εν πλω.

Η εκδήλωση συνδιοργανώθηκε από την Περιφέρεια Πελοποννήσου, τον Δήμο Πύλου – Νέστορος, το Επιμελητήριο Μεσσηνίας, την Ένωση Ξενοδόχων Μεσσηνίας,

τον Σύλλογο Επαγγελματιών Κορώνης, τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου και με την υποστήριξη του Ιδρύματος «Καπετάν Βασίλη και Κάρμεν Κωνσταντακόπουλου» και του Μανιατάκειου Ιδρύματος.

Με εξαιρετική δυναμική πραγματοποιήθηκε στο Παράλιο Άστρος της Αρκαδίας, η 3η στάση του Peloponnese Food Stories στις 26 Αυγούστου. Πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με το Δήμο Βόρειας Κυνουρίας, το Επιμελητήριο Αρκαδίας, την Ένωση Ξενοδόχων Ανατολικής Αρκαδίας και τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου.

Η Αρκαδική Γη η οποία αποτελεί έναν πραγματικό θεματοφύλακα της γαστρονομίας βρέθηκε στο επίκεντρο με τα τοπικά προϊόντα να μεταφέρουν την πιο γευστική εμπειρία. Δεκατέσσερις αντιπροσωπευτικές επιχειρήσεις του τόπου, παρουσίασαν ξεχωριστά αγροδιατροφικά προϊόντα, όπως μέλι, εξαιρετικό παρθένο ελαιόλαδο, ελιές, τρούφα, κρασί και τοπικά τυριά με τους επισκέπτες να ανακαλύπτουν τους γαστρονομικούς θησαυρούς του προορισμού.

Το Peloponnese Food Stories αποβιβάστηκε κατόπιν στην Αργολίδα και συγκεκριμένα στο λιμάνι του Τολού, την Παρασκευή 16 Σεπτεμβρίου.

Οι δραστηριότητες περιλάμβαναν με-



ταξύ άλλων, έκθεση τοπικών προϊόντων, μαγειρικές επιδείξεις, γευσιγνωσία και βιωματικές δραστηριότητες για παιδιά.

Η εκδήλωση συνδιοργανώθηκε από την Περιφέρεια Πελοποννήσου, τον Δήμο Ναυπλιέων, το Επιμελητήριο Αργολίδας, τον Σύλλογο Επαγγελματιών Τολού και τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου, με την υποστήριξη των Ενώσεων Ξενοδόχων Ναυπλίου και Ξενοδόχων Αργούς - Μυκηνών.

Στα εμβληματικά Τρίκαλα Κορινθίας, στις 23 Οκτωβρίου, ολοκληρώνει το γαστρονομικό «ταξίδι» του για φέτος, το Peloponnese Food Stories | Ιστορίες γεύσεων, ανθρώπων, πολιτισμού, στον πέμπτο κατά σειρά σταθμό του μετά την Αρεόπολη Λακωνίας, την Κορώνη Μεσσηνίας, το Παράλιο Άστρος Αρκαδίας και το Τολό Αργολίδας.

Οι δραστηριότητες του 1ου γαστρονομικού φεστιβάλ θα ξεκινήσουν στις 12 το μεσημέρι και θα περιλαμβάνουν έκθεση τοπικών προϊόντων, μαγειρικές επιδείξεις και γευσιγνωσία.

Σημειώνεται ότι η εκδήλωση πραγματοποιείται σε συνεργασία με το Επιμελητήριο Κορινθίας, τον δήμο Ξυλοκάστρου - Ευρωστίνης, την Ένωση Ξενοδόχων Κορινθίας, τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου και τη στήριξη του Συλλόγου Ξενοδόχων δήμου Ξυλοκάστρου - Ευρωστίνης Κορινθίας.

Μέσα από την αυθεντική, αυτή, εμπειρία γεύσης, το 1ο Φεστιβάλ Γαστρονομίας, σύστησε στο ευρύ κοινό τον γαστρονομικό πλούτο της κάθε περιοχής, θέτοντας σε πρώτο πλάνο την ιστορία, τις τοπικές

γεύσεις, τη λαογραφία, τον πολιτισμό και τον οικοτουρισμό.

Το Peloponnese Food Stories αποτέλεσε μία πραγματική «φωνή», δημιουργήσε διάλογο και αλληλεπίδραση, ξεκλείδωσε γαστρονομικές μνήμες του τότε στο σήμερα και σχεδίασε ένα νέο σταθμό για την κουζίνα και τις πρώτες ύλες της Πελοποννήσου.

Ένα ξεχωριστό Γαστρονομικό Φεστιβάλ το οποίο δημιούργησε ουσιαστικά μία μοναδική διαδρομή γεύσης και πολιτισμού μέσα από ιδιαίτερες διαλέξεις, παρουσιάσεις δημιουργών και χειροτεχνών της παραδοσιακής αλλά και σύγχρονης τοπικής κουζίνας, live cooking από εξαιρετους πρεσβευτές της Ελληνικής Γαστρονομίας, οργανωμένη έκθεση τοπικών προϊόντων, γευσιγνωσίες με «οδηγούς» τους experts και ταξίδι εξοικείωσης σε αγροκτήματα, εστιατόρια, αλυκές και σπήλαια.

Να τονίσουμε πόσο μεγάλη σημασία είχε για την επιτυχία του εγχειρήματος ο κεντρικός ρόλος που είχε η Τοπική Αυτοδιοίκηση σε όλες τις βαθμίδες, η οποία ανέλαβε την πρωτοβουλία και έβαλε στο «παιχνίδι» Επιμελητήρια και Ενώσεις τουριστικών επιχειρήσεων. Η συνέργεια δηλαδή που αποτελεί το κείμενο βήμα για μια επιτυχημένη προσπάθεια.

Στο Πήλιο

Με στόχο την ανάδειξη και προώθηση της πηλιορείτικης γαστρονομίας και των τοπικών παραγωγών, διοργανώθηκε το Σαββατοκύριακο 1 και 2 Οκτωβρίου στην περιοχή της Πορταριάς το 3ο Γαστρονομικό Φεστιβάλ Πηλίου υπό την αιγίδα του ΕΟΤ. Πραγματοποιήθηκε στις εγκαταστάσεις της πρώτης πιστοποιημένης αγροτουριστικής μονάδας στην Θεσσαλία «Φάρμα Καραϊσκού», που συνεργάστηκε στην διοργάνωση με τον φορέα πολιτισμού της Ιεράς Μητρόπολης Δημητριάδος και Αλμυρού «Μαγνήτων Κιβωτός».

Για δύο μέρες, η «Φάρμα Καραϊσκού» μεταμορφώθηκε σε ανοιχτή αγορά μικρών παραγωγών, δίνοντας τη δυνατότητα στους επισκέπτες να γνωρίσουν από κοντά μια ευρεία γκάμα τοπικών προϊόντων, να μάθουν τα μυστικά της τοπικής κουζίνας, να συμμετάσχουν σε βραδιές γευσιγνωσίας και οινογνωσίας, να παρακολουθήσουν μουσικές εκδηλώσεις και να λάβουν μέρος σε υπαίθριες δραστηριότητες.

Όπως και τις δύο προηγούμενες χρονιές, από τους χώρους του φεστιβάλ πέρασαν συνολικά περισσότεροι από 5.000 επισκέπτες. Οι διοργανωτές επιδιώκουν την καθιέρωση του φεστιβάλ ως σημαντικού θεσμού, προκειμένου να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο ο οικοτουριστικός - γαστρονομικός τουρισμός της περιοχής και να προβληθεί περαιτέρω τόσο το Πήλιο όσο και η ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλίας.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ➔

OCTOBER 1-2 2022
3rd
PELION
Gastronomy
FESTIVAL

- Υπαίθρια έκθεση προϊόντων
- Γαστρονομικές εμπειρίες
- Γευσιγνωσίες
- Οινογνωσίες
- Αγορά προϊόντων
- Υπαίθριες δραστηριότητες

ΥΠΟ ΤΗΝ ΑΙΓΙΔΑ
GREECE ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
www.visitgreece.gr

KARAIKOS FARM

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΗΛΙΟΥ
ΑΓΡΙΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΠΕΡΙΟΧΗ ΠΗΛΙΟΥ
ΑΓΡΙΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

#KARAIKOSFARM Portaria, Pelion WWW.PELIONGASTRONOMY.GR

**Στην Κρήτη**

Στις 25 Οκτωβρίου και πάλι υπό την αιγίδα του ΕΟΤ πραγματοποιήθηκε στο Πολιτιστικό Συνεδριακό Κέντρο Ηρακλείου Κρήτης η τελετή απονομής των Cretan Taste Awards 2022. Η διοργάνωση αποσκοπεί στην επιβράβευση των καλύτερων εστιατορίων κρητικής κουζίνας, επιχειρήσεων που προσφέρουν αυθεντικά προϊόντα του νησιού, καθώς και πρωτοβουλιών που συμβάλλουν στη διατήρηση και την προβολή της τοπικής γαστρονομικής ταυτότητας και παράδοσης.

Τα βραβεία χωρίζονται σε 6 ενότητες (χώροι εστίασης, χώροι, δράσεις & φορείς, παραγωγοί, προϊόντα και ποτά) με επιμέρους υποκατηγορίες βραβείων σε κάθε ενότητα. Η επιτροπή αξιολόγησης, με πρόεδρο την Ομότιμη Ερευνήτρια και τέως Διευθύντρια του Κέντρου Ερεύνης της Ελληνικής Λαογραφίας της Ακαδημίας Αθηνών, Κατερίνα Πολυμέρου-Καμηλάκη, συγκροτείται από σημαίνοντες εκπροσώπους της πανεπιστημιακής κοινότητας, των επιχειρήσεων εστίασης και των επαγγελματικών φορέων του νησιού, κορυφαίους Έλληνες και ξένους chef και sommelier, καθώς και έγκριτους δημοσιογράφους γαστρονομίας.

Στη Λέσβο

Το ELIA Lesvos Confest πραγματοποιήθηκε από τις 23 έως τις 25 Σεπτεμβρίου στο Δημοτικό Θέατρο Μυτιλήνης. Αποτελεί μια καινοτόμα μορφή πολυθεματικής εκδήλωσης, που συνδυάζει την επιστημονική διάσταση ενός συνεδρίου με τον πολιτιστικό χαρακτήρα ενός φεστιβάλ, αλλά και ενός θεματικού event για τον ελαιoturισμό. Οι δύο πρώτες ημέρες ήταν αφιερωμένες σε επιστημονικό συνέδριο σχετικά με την ελιά, αναφορικά με την τεχνολογία, το περιβάλλον, την υγεία, τις σύγχρονες τάσεις καλλιέργειας και το μάρκετινγκ, με τη συμμετοχή κορυφαίων Ελλήνων και ξένων επιστημόνων και σε συνεργασία με εξειδικευμένα ινστιτούτα, πανεπιστήμια και φορείς απ' όλο τον κόσμο.

Η τρίτη ημέρα επικεντρώθηκε στις γαστροτουριστικές εμπειρίες ελαιoturισμού που έχει τη δυνατότητα να προσφέρει το νησί και σε αυτήν θα συμμετάσχουν



εκπρόσωποι τουριστικών γραφείων από την Ελλάδα και το εξωτερικό, καθώς και food influencers.

Στον Πειραιά

Το Piraeus Taste Festival διοργανώθηκε επίσης 23-25 Σεπτεμβρίου σε διάφορες περιοχές της πόλης (Μικρολίμανο, Πασαλιμάνι, Πλατεία Αλεξάνδρας, όρμος Αφροδίτης, Πειραιϊκή), με κεντρικό άξονα την προβολή της γαστρονομικής ταυτότητας της πόλης και την ανάδειξη του Πειραιά ως διεθνούς τουριστικού προορισμού. Στη διάρκεια του φεστιβάλ πραγματοποιήθηκαν στοχευμένες δράσεις γύρω από τη γαστρονομία της πόλης, όπου οι κάτοικοι του Πειραιά και των γύρω πόλεων, καθώς και οι τουρίστες, δοκίμασαν την τοπική κουζίνα, γεύτηκαν τις δημιουργίες γνωστών σεφ

και παρακολούθησαν παράλληλες πολιτιστικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις (συναυλίες, υπαίθριες προβολές κ.ά.).

Στην Ελασσόνα

Τις ίδιες ημερομηνίες τέλος πραγματοποιήθηκε και η Πανελλήνια Γιορτή «Φέτα και Γαστρονομία 2022» στην Ελασσόνα, μία από τις σημαντικότερες γαλακτοπαραγωγικές περιοχές της χώρας με δυναμική παρουσία στο χώρο της αιγοπροβατοτροφίας και τυροκομίας. Στη φετινή Πανελλήνια Γιορτή συμμετείχαν εκπρόσωποι φορέων του Δημόσιου Τομέα, της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και της Ευρωπαϊκής Ένωσης, αντιπροσωπευτές πρεσβειών, παραγωγοί γάλακτος και φέτας, ελληνικές και διεθνείς επιχειρήσεις εξοπλισμού, συσκευασίας και τεχνολογίας στον τομέα

της παραγωγής και διάθεσης φέτας, ερευνητικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα, καθώς και τουριστικές επιχειρήσεις.

Ένας από τους κυριότερους σκοπούς της διοργάνωσης είναι να αποκτήσει πανελλήνια εμβέλεια και να συμβάλει στην ανάδειξη και προβολή στην εσωτερική, ευρωπαϊκή και παγκόσμια αγορά αυτού του τόσο σημαντικού και εκλεκτού παραδοσιακού γαστρονομικού προϊόντος της χώρας μας.

Ευχή και ελπίδα μας είναι όσο περνάει ο καιρός να έχουμε να απαριθμούμε όλο και περισσότερες εκδηλώσεις για την ελληνική γαστρονομία. Η ελληνική κουζίνα δικαιούται να αξιώνει μια υψηλή θέση στο διεθνές στερέωμα και βασικό γι' αυτό είναι τα εξαιρετικά προϊόντα που παράγει η χώρα.

Τα προϊόντα της Μακεδονίας σε Διεθνή Έκθεση στην Ισπανία

Σε μια άλλη πρωτοβουλία για την προώθηση των ελληνικών προϊόντων η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης Κεντρικής Μακεδονίας, συμμετείχαν για τρίτη φορά στη Διεθνή Έκθεση Φρούτων και Λαχανικών FRUIT ATTRACTION 2022, που πραγματοποιήθηκε στο εκθεσιακό κέντρο IFEMA-FERIA de MADRID, στην Ισπανία.

Η FRUIT ATTRACTION αποτελεί ένα από τα κορυφαία γεγονότα του παγκόσμιου τομέα των οπωροκηπευτικών. Η έκθεση καλύπτει κάθε τμήμα των επιχειρήσεων που παρέχουν φρέσκα προϊόντα (φρούτα και λαχανικά), οι συμμετέχοντες προέρχονται από όλες τις αγορές του κόσμου και προσφέρει πλήρη επισκόπηση της αγοράς για όλα τα προϊόντα και τις υπηρεσίες του κλάδου σε κάθε επίπεδο.

Η φετινή διοργάνωση φιλοξένησε το Innovation Hub, όπου συγκεντρώθηκαν όλες οι σύγχρονες υπηρεσίες, προϊόντα και ποικιλίες φρούτων και λαχανικών

που «πρωταγωνιστούν» στις μεγαλύτερες ξένες αγορές, το Enorganic Market, αφιερωμένο στα βιολογικά φρούτα και λαχανικά, την ενότητα Smart Agro με επίκεντρο την εφαρμογή νέων τεχνολογιών και τη συνδεσιμότητα, με στόχο την ενίσχυση της παραγωγικότητας των εξαγωγών φρούτων και λαχανικών, την ενότητα Nuts Hub, το Biotech Attraction, που αφορά στην έρευνα και στην τεχνολογική ανάπτυξη στη γονιδιωματική των φυτών και το Startup's Hub, που αναδεικνύει τις νεοσύστατες εταιρείες, που αποτελούν τα κυρίαρχα στοιχεία της ποικιλομορφίας του περιεχομένου της έκθεσης.

Το περίπτερο της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας επισκέφτηκε μεταξύ άλλων ο Σύμβουλος Οικονομικών και Εμπορικών Υποθέσεων Α' επικεφαλής Γραφείου ΟΕΥ στην Ελληνική Πρεσβεία στη Μαδρίτη Παντελής Γκάσιος, ο οποίος είχε την ευκαιρία να συνομιλήσει με τους επιχειρηματίες της Κεντρικής Μα-

κεδονίας και να τους ενημερώσει με στοιχεία για τα φρούτα και τα λαχανικά στην αγορά της Ισπανίας, που αποτελεί έναν από τους σημαντικότερους παραγωγούς παγκοσμίως.

Επίσης το περίπτερο επισκέφθηκαν τα μέλη του δικτύου A.R.E.F.L.H, της Ένωσης Ευρωπαϊκών Περιφερειών Οπωροκηπευτικών και Λαχανικών, ο κ. Jean-Louis Moulon Vice-president, President of the College of Producers και η κ. Pauline Panegos Secretary General και συζήτησαν για θέματα του δικτύου και για τον συντονισμό των επόμενων δράσεων. Τα μέλη του δικτύου αναγνωρίζοντας την εξέχουσα θέση που κατέχει η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας στον τομέα των φρούτων και των λαχανικών πρότειναν η επόμενη Γενική Συνέλευση του δικτύου A.R.E.F.L.H, με τη συνδιοργάνωση της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, να διεξαχθεί στη Θεσσαλονίκη το Μάρτιο του 2024.

Επίσης το περίπτερο επισκέφτηκε πλή-

θος επιχειρηματιών και εμπορικών επισκεπτών που είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά τα εξαιρετικά προϊόντα της περιφέρειας να πραγματοποιήσουν B2B συναντήσεις και να συνάψουν εμπορικές συμφωνίες.

Όπως τόνισε ο Τομεάρχης Καινοτομίας και Εξωστρέφειας της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας Σωτήρης Μπάτος, «η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συμμετείχε με μεγάλη επιτυχία για τρίτη φορά στην έκθεση FRUIT ATTRACTION 2022 στη Μαδρίτη. Στόχος μας είναι να στηρίξουμε τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στο χώρο της παραγωγής των φρούτων στην Κεντρική Μακεδονία, και να προωθήσουμε έτσι ένα από τα κύρια εξαγωγικά προϊόντα της Περιφέρειάς μας στις διεθνείς αγορές. Με τη σταθερή και διαχρονική παρουσία μας στην έκθεση FRUIT ATTRACTION στοχεύουμε στην αύξηση της εξωστρέφειας, στην εύρεση νέων αγορών και στη σύναψη νέων και επιτυχών συνεργασιών».



Προσελκύοντας ψηφιακούς νομάδες Το παράδειγμα της Κόστα Ρίκα



Η χώρα της Κεντρικής Αμερικής έγινε η τελευταία που έβγαλε ειδική βίζα για ψηφιακούς νομάδες. Τον τελευταίο μήνα ανάλογες κινήσεις έχουν κάνει το Μπαλί, η Πορτογαλία και η Μαλαισία

Οι ψηφιακοί νομάδες έρχονται όλο και περισσότερο χώρο στην επικαιρότητα όσον αφορά τις εξελίξεις για τον τουρισμό. Είναι σίγουρο πως δεν έχουμε να κάνουμε πλέον με μια παροδική τάση, αλλά -ιδιαίτερα μετά την πανδημία- με ένα φαινόμενο που θα ενισχύεται συνεχώς όσο θα περνάει ο καιρός.

Η σύγχρονη τεχνολογία δίνει πλέον τη δυνατότητα σε πολλούς εργαζόμενους να ζουν και να εκτελούν τα επαγγελματικά τους καθήκοντα σε όποια περιοχή επιθυμούν.

Για τον λόγο αυτό ήδη βλέπουμε όλο και περισσότερους προορισμούς να παρέχουν βίζες ειδικά για ψηφιακούς νομάδες. Ορισμένοι μάλιστα τις χρησιμοποιούν ως ευκαιρία για να ανακαλύψουν στρατηγικές μάρκετινγκ που θα πείσουν τους τουρίστες να γίνουν ψηφιακοί νομάδες

και να παραμείνουν στην περιοχή περισσότερο.

Όπως αναφέρει σε σχετικό του δημοσίευμα το Skift η Κόστα Ρίκα έγινε η τελευταία χώρα που ξεκίνησε καμπάνια προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων, όταν διέθεσε βίζες ειδικά για αυτόν τον σκοπό τον περασμένο Ιούλιο.

Σύμφωνα με το πρόγραμμα που εκπόνησε η χώρα της Κεντρικής Αμερικής, οι κάτοχοι βίζας ψηφιακού νομάδα μπορούν να μείνουν έως τρεις μήνες και στη συνέχεια να παρατείνουν τη διαμονή τους έως και δύο χρόνια, σύμφωνα με τον υπουργό Τουρισμού της Κόστα Ρίκα William Rodríguez. Μπορούν επίσης να ανοίξουν τραπεζικό λογαριασμό σε τοπικό επίπεδο, θα απαλλάσσονται από τους φόρους εισοδήματος, θα χρησιμοποιούν την άδεια οδήγησης της χώρας καταγωγής τους και δεν θα πληρώνουν φόρους

εισαγωγής για υπολογιστές και άλλο εξοπλισμό απομακρυσμένης εργασίας.

Ο τρόπος ζωής των ψηφιακών νομάδων, που κάποτε αποτελούσε μόδα, σύμφωνα με τον οποίο οι απομακρυσμένοι εργαζόμενοι εγκαθίστανται οπουδήποτε στον κόσμο για να ζουν και να εργάζονται, αναγνωρίζεται πλέον επίσημα από τις κυβερνήσεις και τις τουριστικές αρχές. Πέρα από την Κόστα Ρίκα μόνο τον τελευταίο μήνα, το Μπαλί, η Πορτογαλία και η Μαλαισία εισήγαγαν ψηφιακές βίζες για νομάδες.

Σε αυτό το πρώιμο στάδιο, οι κυβερνήσεις δεν γνωρίζουν συγκεκριμένα ποιος γίνεται ψηφιακός νομάδας, σύμφωνα με τη Μέγκαν Μπέντον, διευθύντρια του διεθνούς προγράμματος στο Migration Policy Institute, ένα ανεξάρτητο think tank. «Είναι αρκετά μπερδεμένο το πόσο λίγα γνωρίζουν οι χώρες για το προφίλ

των ψηφιακών νομάδων τους», δήλωσε.

Μόλις πρόσφατα κυβερνήσεις όπως αυτή της Κόστα Ρίκα αναγνώρισαν επίσημα τους ψηφιακούς νομάδες. «Γνωρίζουμε ότι ο ψηφιακός νομάδας δεν εμφανίστηκε αυθόρμητα μετά την πανδημία», δήλωσε η διευθύντρια μάρκετινγκ του Οργανισμού Τουρισμού της Κόστα Ρίκα Carolina Trejos. «Υπήρχε ήδη. Απλά δεν το αναγνωρίζαμε».

Οι χώρες προσπαθούν να καταλάβουν αν το κυρίαρχο προφίλ του ψηφιακού νομάδα είναι ο παροδικός απομακρυσμένος εργαζόμενος που πηγαίνει σε χώρες με τις καλύτερες οικονομικές προσφορές ή ο τουρίστας που ερωτεύτηκε τον προορισμό μετά από μια επίσκεψη, επέλεξε να μείνει και να εργαστεί εκεί μακροπρόθεσμα, σύμφωνα με τον Benton. Μετά την πανδημία, ο πρώτος έχει επικρατήσει περισσότερο. Αυτό είναι ένα σημαντικό



στοιχείο που θα πρέπει να το λάβουν σοβαρά υπόψη οι αρμόδιοι στην ελληνική Πολιτεία, όταν θα αποφασίσουν -σύντομα ελπίζουμε- να χαράξουν στρατηγική προσέλκυσης ψηφιακών νομάδων και στην Ελλάδα. Προσπάθειες έχουν γίνει αλλά είναι μεμονωμένες και χωρίς συνέχεια.

Στην Κόστα Ρίκα πάντως οι αξιωματούχοι του τουρισμού υποψιάζονται ότι οι επαναλαμβανόμενοι τουρίστες γίνονται κάτοχοι βίζας ψηφιακού νομάδα. «Δεν έχουμε ακόμη αριθμούς, αλλά υποψιαζόμαστε ότι η κύρια αγορά για εμάς για τους ψηφιακούς νομάδες είναι αυτοί που έχουν ήδη επισκεφθεί την Κόστα Ρίκα», δήλωσε η Carolina Trejos του Οργανισμού Τουρισμού της Κόστα Ρίκα.

Πριν από την πανδημία, οι τουρίστες επισκέπτονταν συχνά την Κόστα Ρίκα ως έναν από τους πολλούς προορισμούς σε ένα δρομολόγιο με πολλούς σταθμούς στη

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Οι καλύτερες οικονομικές προσφορές φαίνεται να είναι ο κύριος λόγος για την επιλογή τοποθεσίας από τους ψηφιακούς νομάδες

● ● ● ● ● ● ● ● ● ●

Λατινική Αμερική. Οι τουρίστες τώρα μένουν στην Κόστα Ρίκα για μεγάλα χρονικά διαστήματα (14 ημέρες κατά μέσο όρο), κάνουν επαναλαμβανόμενες επισκέψεις και εξερευνούν περισσότερο τη χώρα και τις κοινότητες, σύμφωνα με τον υπουργό Rodríguez.

Οι αξιωματούχοι του τουρισμού της Κόστα Ρίκα επιθυμούν ψηφιακούς νομάδες με παρόμοια νοοτροπία. «Ποντάρουμε στο ίδιο προφίλ για να έρθουν στην Κόστα Ρίκα», δήλωσε η Trejos του Οργανισμού Τουρισμού της Κόστα Ρίκα.

Πρέπει επίσης να έχουν χαρτζιλίκι για να ξοδέψουν. Οι αιτούντες πρέπει να προσκομίσουν απόδειξη μηνιαίου εισοδήματος ύψους 3.000 δολαρίων. Εάν ο αιτών έχει οικογένεια, πρέπει να έχει εισόδημα 4.000 δολάρια το μήνα.

Με τη δημιουργία μιας ξεχωριστής κατηγορίας βίζας για τους ψηφιακούς νομά-

δες, ο προορισμός μπορεί να συλλέξει δεδομένα για να βελτιώσει τις στρατηγικές μάρκετινγκ του. «Ποιο είναι το επάγγελμά σας; Για ποιο λόγο εργάζεστε; Μπορούμε να γνωρίζουμε από ποια πολιτεία έρχεστε; Σε ποιον κλάδο απασχολείστε;», δήλωσε η Trejos. «Μόλις έχουμε λίγες περισσότερες πληροφορίες, μπορούμε να είμαστε πιο συγκεκριμένοι για το πώς μπορούμε να το προωθήσουμε».

Ο στόχος για την κυβέρνηση της Κόστα Ρίκα είναι ξεκάθαρος. Η χώρα των 5 εκατομμυρίων κατοίκων θέλει ένα κομμάτι του τμήματος των απομακρυσμένων εργαζομένων στις ΗΠΑ. «Η έρευνά μας λέει ότι υπάρχουν 3 εκατομμύρια άνθρωποι που εργάζονται στις ΗΠΑ από το σπίτι», δήλωσε ο υπουργός Rodríguez. «Αν μπορούσαμε να έχουμε το μισό του 1% από αυτό, έχουμε τελειώσει. Στοχεύουμε σε αυτόν τον αριθμό».

Η πανδημία άλλαξε & τις συνήθειες στις κρατήσεις

Η συμπεριφορά των επισκεπτών στις κρατήσεις έχει αλλάξει και τα μέχρι πρότινος καθιερωμένα ταξιδιωτικά πρότυπα έχουν αντικατασταθεί από νέα, πολλές φορές άγνωστα. Αυτό μπορεί να προκαλεί μια ανησυχία, όμως τα πράγματα δεν τόσο άσχημα όσο φαίνονται... Αντιθέτως παρουσιάζονται σημαντικές νέες ευκαιρίες για τα έσοδα των ξενοδοχείων

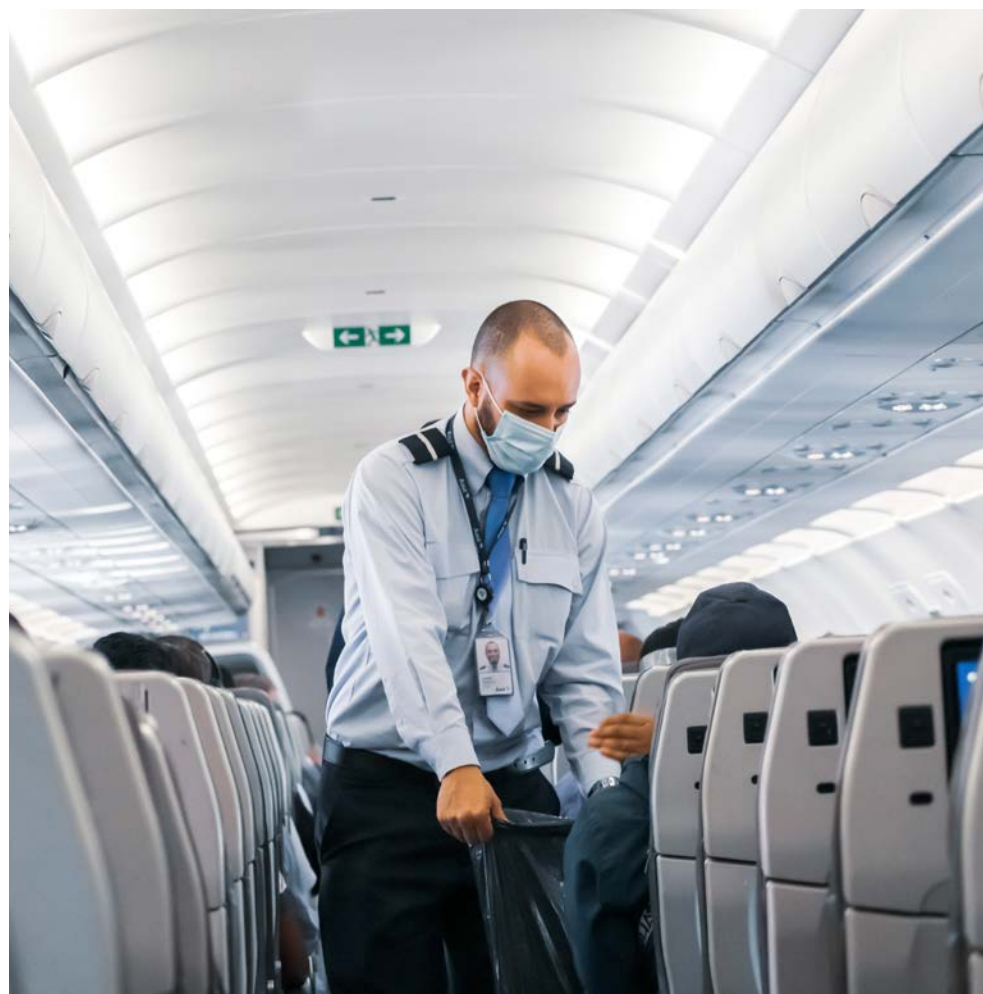
Η πιο δύσκολη περίοδος που έχει αντιμετωπίσει μέχρι σήμερα ο παγκόσμιος κλάδος της φιλοξενίας έχει επιτέλους τελειώσει στις περισσότερες περιοχές. Τα λουκέτα και οι ταξιδιωτικοί περιορισμοί ανήκουν σε μεγάλο βαθμό στο παρελθόν και οι άνθρωποι μπορούν να ταξιδεύουν και πάλι με άνεση γεγονός που οδήγησε και σε ρεκόρ αφίξεων σε αρκετούς προορισμούς στη χώρα μας φέτος. Όμως, η πανδημία έχει αφήσει το στίγμα της. Οι καιροί έχουν αλλάξει, το ίδιο και η συμπεριφορά των επισκεπτών όσον αφορά τις κρατήσεις.

Την ώρα που η ανάκαμψη βρίσκεται σε εξέλιξη σε πολλές τουριστικές αγορές, τα πράγματα δεν επιστρέφουν στο παρελθόν. Η συμπεριφορά των επισκεπτών στις κρατήσεις έχει αλλάξει και τα μέχρι πρότινος καθιερωμένα ταξιδιωτικά πρότυπα έχουν αντικατασταθεί από νέα, πολλές φορές άγνωστα. Εκ πρώτης όψεως, αυτό ακούγεται σαν μια τεράστια νέα πρόκληση, ενδεχομένως να προκαλεί και ανησυχία. Αν κοιτάξουμε όμως λίγο βαθύτερα η κατάσταση απαιτεί μεν εγρήγορση και προσοχή, αλλά έχει και πολλά θετικά στοιχεία.

Ας δούμε ποιες είναι οι αλλαγές που καταγράφονται σύμφωνα με έρευνες στη συμπεριφορά των ταξιδιωτών στις κρατήσεις μετά την πανδημία.

Μεταβαλλόμενες εποχικές τάσεις

Πολλές αγορές συνήθιζαν να λειτουργούν μέχρι το 2019 με βάση τις εποχές υψηλής και χαμηλής ζήτησης. Χωρίς να έχει πάψει να υπάρχει η ζήτηση για το ελληνικό καλοκαίρι -όπως το διαπιστώσαμε άλλωστε- σήμερα, πολλοί επισκέπτες είναι όλο και περισσότερο πρόθυμοι να ταξιδέψουν σε περιόδους εκτός αιχμής. Αυτό περιλαμβάνει περιόδους πριν ή μετά τις παραδοσιακές περιόδους υψηλής ζήτησης και τις ιστορικά χαμηλής ζήτησης ημέρες εντός της εβδομάδας. Η έκθεση Vrbo Trend Report 2022 αποκαλύπτει ότι



η πλατφόρμα ενοικίασης διαμερισμάτων κατέγραψε αύξηση 33% σε ετήσια βάση στις επικαιροποιημένες αναζητήσεις. Αυτό δείχνει ότι οι άνθρωποι έχουν γίνει πιο ευέλικτοι όσον αφορά τη χρονική στιγμή του ταξιδιού τους.

Αυτό δημιουργεί ευκαιρίες για τα ξενοδοχεία ώστε να ενισχύσουν την πληρότητα και τα έσοδά τους κατά τη διάρκεια της χαμηλής περιόδου. Χρησιμοποιήστε προσφορές με παροχές ή προνομιακές τιμές για τις ημέρες και τα διαστήματα πριν ή μετά την υψηλή περίοδο ώστε να προσελκύσετε τους πιο ευέλικτους ταξιδιώτες του σήμερα.

Μακρά διαμονή και digital nomads

Η ιδέα της απομακρυσμένης εργασίας ή των ταξιδιών bleisure δεν είναι καινούργια, αλλά η πανδημία τη βοήθησε να γίνει mainstream. Η έκθεση 2022 Travel Trends Report της Expedia είδε το 56% των ερωτηθέντων να δηλώνουν ότι θέλουν να κάνουν σύντομα ένα ταξίδι bleisure.

Η έκθεση τάσεων 2022 της Vrbo το επιβεβαιώνει αυτό, αφού διαπίστωσε ότι το 44% των οικογενειών δήλωσε ότι είναι πιο πιθανό να εργαστεί εξ αποστάσεως στο μέλλον. Η πλατφόρμα αναφέρει επίσης αύξηση της ζήτησης κατά 68% για

διαμονή 21 έως 30 ημερών. Αυτό δείχνει ότι οι παρατεταμένες διαμονές είναι πιθανό να παραμείνουν δημοφιλείς.

Όλα αυτά είναι καλά νέα για τα ξενοδοχεία με εγκαταστάσεις συνεργασίας, υπηρεσίες και πακέτα που απευθύνονται σε απομακρυσμένους εργαζόμενους. Σκεφτείτε πώς το κατάλυμά σας θα μπορούσε να προσελκύσει αυτό το νέο τμήμα επισκεπτών για να επωφεληθείτε πλήρως από αυτή τη διαρκή τάση.

Ταξίδια ζωής

Τώρα που τα ταξίδια μεγάλων αποστάσεων είναι επιτέλους εφικτά, οι ταξιδιώτες είναι έτοιμοι να ξοδέψουν χρήματα για το ταξίδι της ζωής τους. Για πολλούς, ήρθε η ώρα να αναπληρώσουν τις εμπειρίες που νιώθουν ότι έχασαν.

Σύμφωνα με έρευνα της Accor, το 80% των κατοίκων του Ηνωμένου Βασιλείου ήθελαν να ταξιδέψουν το 2022 και σχεδίαζαν να ξοδέψουν 39% περισσότερα χρήματα γι' αυτό απ' ό,τι το 2019. Το ίδιο συμβαίνει και στις Ηνωμένες Πολιτείες. Τα στοιχεία δείχνουν ότι το 68% των Αμερικανών επιθυμούσαν να κάνουν ένα μεγάλο ταξίδι σε προορισμούς στην Ευρώπη και την Ασία φέτος. Η κατάσταση είναι παρόμοια και σε άλλες μεγάλες αγορές προέλευσης. Αυτό σας επιτρέπει να αυξήσετε το ADR σας και να προωθήσετε απευθείας κρατήσεις με προσφορές γεμάτες αξία αποκλειστικά στον ιστότοπο του ξενοδοχείου σας.

Ψηφιοποίηση και εξατομίκευση

Καθώς η τεχνολογία γίνεται όλο και πιο παρούσα στη ζωή των ανθρώπων, αυτό δημιουργεί ψηφιακές προσδοκίες των πελατών, γεγονός που ασκεί μια ορισμένη πίεση στα ξενοδοχεία. Για παράδειγμα, οι επισκέπτες συνεχίζουν να απαιτούν υψηλότερο επίπεδο ψηφιοποίησης και γρήγορες απαντήσεις, ανεξάρτητα από το μέσο που χρησιμοποιούν για να ζητή-



Χωρίς να έχει πάψει η ζήτηση για τη high season, καταγράφονται μια αυξητική τάση σε επισκέπτες που επιθυμούν να ταξιδέψουν εκτός της περιόδου αιχμής



σουν πληροφορίες. Οι επισκέπτες αναζητούν επίσης ένα ορισμένο επίπεδο εξατομίκευσης προτού αξιολογήσουν την υπηρεσία ως καλή. Θέλουν να αισθάνονται μοναδικοί και να έχουν μια πολύτιμη εμπειρία. Αυτό μπορεί να δημιουργήσει μια πρόκληση για τα ξενοδοχεία, καθώς πολλά από αυτά είναι υποστελεχωμένα και η εξατομίκευση των υπηρεσιών απαιτεί αυξημένη προσπάθεια.

Πώς να αξιοποιήσετε την τεχνολογία

Παρακάτω θα βρείτε συμβουλές σχετικά με το πώς να χρησιμοποιήσετε την

τεχνολογία για να επωφεληθείτε από τις τρέχουσες τάσεις.

► **Κατανοήστε από πού προέρχεται η ζήτηση:** πρώτα, διερευνήστε ποιες αγορές προέλευσης αναζητούν τον προορισμό σας. Αυτό μπορεί να είναι διαφορετικό από τις προ-πανδημίας εποχές, γι' αυτό κάντε την έρευνά σας. Υπάρχουν εργαλεία που αποκάλυπτουν την πρόθεση κρατήσεων πριν από την έναρξη των κρατήσεων και σας επιτρέπει να αντιδράσετε εγκαίρως. Για παράδειγμα, μπορείτε να στοχεύετε γεωγραφικά τις πολλά υποσχόμενες αγορές με σχετικές διαφημίσεις και να προσαρμόσετε την τιμολόγησή σας ώστε να αντικατο-

πρίξει τα υψηλότερα επίπεδα ζήτησης.

► **Αποφύγετε τις εκπτώσεις:** η ζήτηση υπάρχει, το ίδιο και η προθυμία πληρωμής. Στις περισσότερες περιπτώσεις, οι εκπτώσεις θα σήμαιναν ότι αφήνετε χρήματα στο τραπέζι. Αν δεν είστε σίγουροι, χρησιμοποιήστε ένα αυτοματοποιημένο RMS που λαμβάνει υπόψη του όλους τους βασικούς παράγοντες. Με αυτόν τον τρόπο, θα προσφέρετε τη βέλτιστη τιμή ανά πάσα στιγμή, ακόμη και αν τα πρότυπα ζήτησης είναι σημαντικά διαφορετικά από πριν.

► **Δοκιμάστε νέες, ευέλικτες τεχνικές τιμολόγησης:** Ένα σύγχρονο RMS μπορεί να σας επιτρέψει να δημιουργήσετε πιο

ρευστές και ακόμη και ανεξάρτητες ιεραρχίες τιμολόγησης για τους τύπους δωματίων σας. Ορίστε ελάχιστες και μέγιστες τιμές για ημερομηνίες που γνωρίζετε ότι θα παρουσιάσουν εξαιρετική ζήτηση ή τιμολογήστε στρατηγικά μια κατηγορία δωματίων για να δημιουργήσετε μεγαλύτερη ζήτηση για μια άλλη.

► **Επικεντρωθείτε στην ποιότητα αντί στην ποσότητα:** προσελκύοντας ελαφρώς λιγότερους επισκέπτες με υψηλότερες τιμές, είναι ευκολότερο να παρέχετε τις υπηρεσίες που δικαιολογούν τις τιμές σας παρά την έλλειψη προσωπικού.

► **Προσφέρετε πρόσθετη αξία:** κατά τη διάρκεια της πανδημίας, πολλά ξενοδοχεία μείωσαν τις τιμές τους και οι ταξιδιώτες συνήθισαν να βλέπουν αυτές τις μειωμένες τιμές. Προσθέστε αξία σε κάθε κράτηση και κάντε τις υψηλότερες τιμές σας εύλογες, προσφέροντας παροχές που εκτιμούν οι άνθρωποι. Αυτό θα μπορούσε να είναι μια δωρεάν μεταφορά από το αεροδρόμιο, πρωινό ή ένα σύντομο μασάζ ποδιών. Κάντε αυτά τα προνόμια αποκλειστικά για όσους κάνουν απευθείας κρατήσεις για να αυξήσετε τις άμεσες κρατήσεις και να εξοικονομήσετε προμήθειες.

► **Βελτιστοποιήστε τις ροές εργασίας με προηγμένες λύσεις ψηφιακής επικοινωνίας:** αυτό μπορεί να σας εξοικονομήσει χρόνο και πόρους, ενώ σας επιτρέπει να προσφέρετε σε όλους τους επισκέπτες εξατομικευμένη εξυπηρέτηση. Με τα κατάλληλα εργαλεία, μπορείτε να συλλέγετε δεδομένα πελατών για να παρακολουθείτε το ιστορικό και τις προτιμήσεις τους, να προγραμματίζετε επικοινωνίες σε τμηματοποιημένες ομάδες, να αυτοματοποιείτε τις απαντήσεις μετά τις ώρες γραφείου και πολλά άλλα. Με αυτόν τον τρόπο, χρησιμοποιείτε τα δεδομένα σας για να βελτιστοποιήσετε τις σχέσεις σας με τους επισκέπτες, να προσαρμόσετε τις αλληλεπιδράσεις, να δημιουργήσετε αξία και να αυξήσετε τις κρατήσεις σας.

Τέσσερις τρόποι για να μετατρέψετε την επιχείρησή σας σε ένα brand

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

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

πώς να διαφοροποιήσεις τον εαυτό σου; Πώς να κάνεις τον εαυτό σου να ξεχωρίζει από τη θάλασσα παρόμοιων επιχειρήσεων και να οδηγείτε τους πελάτες προς εσάς, και όχι προς τον ανταγωνισμό;



Γράφει ο

Δημήτρης

Τριανταφυλλίδης

Business Strategist

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

Γιατί να πρέπει να γίνετε brand;

Οι επιχειρήσεις δεν εμπνέουν αφοσίωση πελατών, οι επιχειρήσεις δεν έχουν θαυμαστές και δεν ξεκινούν τεράστιες συζητήσεις ή αγγίζουν χιλιάδες ζωές. Τα brands το κάνουν. Όταν μιλάμε για το να είστε ένα «brand», εννοούμε την αντίληψη της επιχείρησής σας στα μάτια του κοινού. Είναι αυτό που σκέφτεται όταν ακούει το όνομα σας. Είναι όλα όσα το κοινό πιστεύει ότι γνωρίζει για την προσφορά του brand σας, από τα πραγματικά περιστατικά (ότι έρχεται σε ένα λαμπερό κόκκινο κουτί με ένα λαμπερό φλόγγο) μέχρι το συναισθηματικό (είναι ένα ρομαντικό δώρο για έναν εραστή).

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

Αλλά πώς μετατρέπετε την επιχείρησή σας σε brand;



Πάντα να βάζετε τον πελάτη στο κέντρο

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

Εάν εστιάζετε στην ικανοποίηση των αναγκών των πελατών σας, παρέχοντας υψηλής ποιότητας προϊόντα ή υπηρεσίες, θα δημιουργήσετε μια καλή φήμη για τον εαυτό σας και την επιχείρησή σας. Η καλή επωνυμία ξεκινά με καλή φήμη και καλές ιστορίες πελατών. Όσον αφορά το μάρκετινγκ, αυτό μπορεί να ση-

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

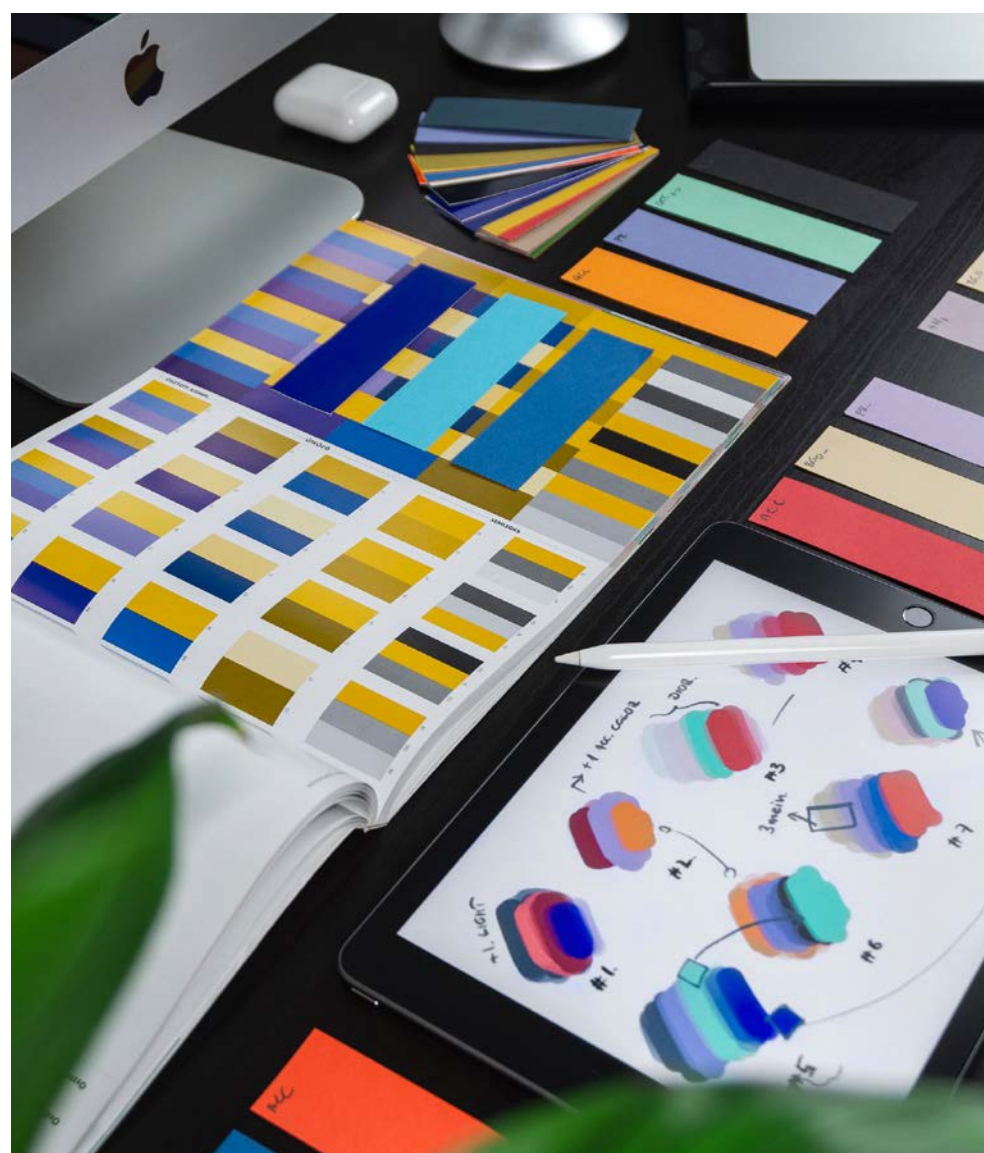
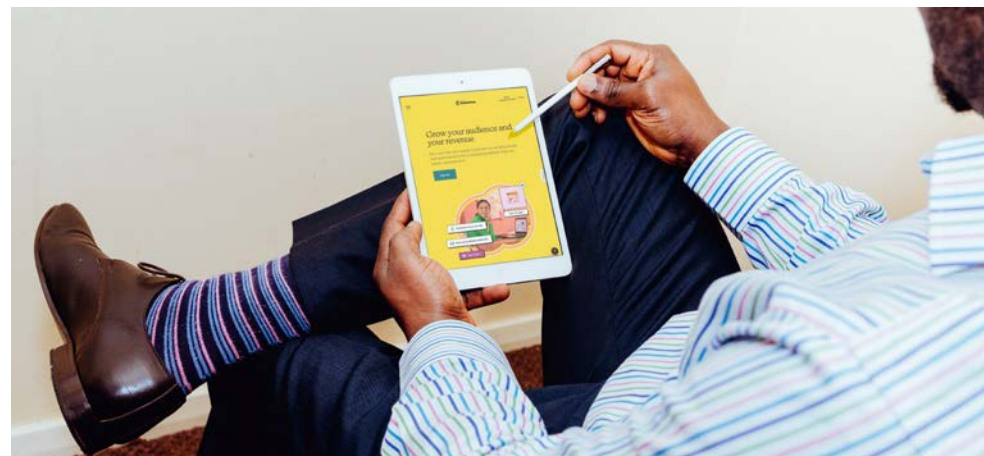
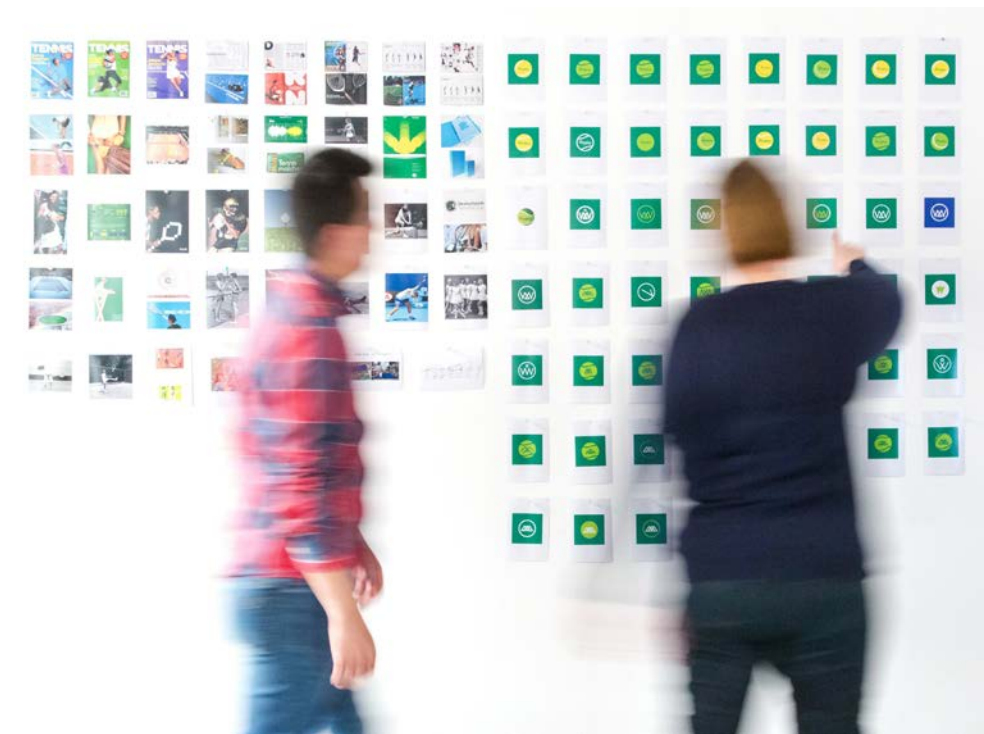
μείνει ριζικό αναπροσανατολισμό της νοοτροπίας σας. Αναρωτηθείτε, προσελκύετε τους πελάτες σας και προσφέρετε αξία ή απλά τους προωθείτε;

Βάζετε πραγματικά τον εαυτό σας στη θέση των πελατών σας, σχεδιάζοντας

τις υπηρεσίες σας για να ταιριάζει στις ανάγκες τους, μπροστά από τις δικές σας; Όταν αρχίζετε να σκέφτεστε έτσι, κάνετε το πρώτο βήμα για την οικοδόμηση ενός brand.

Να είστε ορατοί

Για να μπορέσετε να κάνετε τους ανθρώπους να μιλήσουν για εσάς και να μοιραστούν την ιστορία σας, πρέπει να είστε ορατοί. Αυτό δεν σημαίνει μόνο ότι έχετε μερικούς λογαριασμούς κοινωνικών μέσων ή περιστασιακά δημοσιεύετε μια διαφήμιση σε ένα περιοδικό - αυτό σημαίνει επένδυση σε πραγματικό χρόνο και προσπάθεια για την παρουσίαση της επωνυμίας σας στον κόσμο μέσω μιας σειράς καναλιών.



Σημαίνει επίσης να αλληλεπιδράτε ενεργά με το κοινό σας, όχι απλά να περιμένετε να έρθουν σε εσάς. Πρέπει επίσης να ρίξετε μια ματιά στην ποιότητα των επικοινωνιών μάρκετινγκ και να βεβαιωθείτε ότι παρουσιάζει την αξία και την ποιότητα της επωνυμίας σας.

Αυτά είναι τα πάντα, από το όνομα της επιχείρησής σας μέχρι το λογότυπό σας, την ποιότητα του περιεχομένου σας και τις εικόνες που χρησιμοποιείτε.

Να είστε μοναδικοί

Όπως αναφέρθηκε, υπάρχουν εκατοντάδες άλλες επιχειρήσεις εκεί έξω που κάνουν αυτό που κάνετε. Αλλά το να είσαι διαφορετικός μπορεί να είναι ισχυρό πράγμα. Για παράδειγμα, υπάρχουν δε-

*Οι επιτυχημένες μεγάλες
μάρκες βασίζονται
στη συνέπεια. Είναι
σαφείς σχετικά με το
τι αντιπροσωπεύει
η επιχείρησή τους και
ποια είναι η φωνή τους,
και αυτό ρέει μέσα
από ό,τι κάνουν*

κάδες εταιρείες που πωλούν παγωτό. Αλλά υπάρχει λόγος που μερικές είναι από τις μάρκες με τις μεγαλύτερες πωλήσεις. **Έχουν πάρει το χρόνο** να ακονίσουν πραγματικά τους λόγους του πελάτη τους για την αγορά παγωτού και στη συνέχεια ανέπτυξαν μια μοναδική φωνή για να τους προσεγγίσουν. Σκεφτείτε λοιπόν ποια είναι η φωνή της επωνυμίας σας και αν είναι τόσο μοναδική όσο είστε. Εάν δημιουργήσετε μια φωνή επωνυμίας που είναι πραγματικά, πραγματικά μοναδική, θα βρείτε ότι προσελκύετε πελάτες πολύ γρήγορα.

Να είστε συνεπείς και σαφείς

Οι επιτυχημένες μεγάλες μάρκες βασίζονται στη συνέπεια. Η προσέγγισή τους

στο μάρκετινγκ και τις επιχειρήσεις είναι προσεκτικά μελετημένη και όλες οι δραστηριότητές τους ακολουθούν το ίδιο σύνολο κατευθυντήριων γραμμών. **Είναι σαφείς σχετικά** με το τι αντιπροσωπεύει η επιχείρησή τους και ποια είναι η φωνή τους, και αυτό ρέει μέσα από ό,τι κάνουν. Αυτή η φωνή και η προσέγγιση δεν αλλάζουν ποτέ. Για να δημιουργήσετε μια επιτυχημένη επωνυμία για την επιχείρησή σας, πρέπει να είστε σαφείς σχετικά με το ποιος είστε, τι κάνετε για τους πελάτες σας και πώς το παρουσιάζετε στον κόσμο.

Και μια τελευταία συμβουλή, να σκεφτείτε επένδυση και όχι έξοδο για όλες αυτές τις προσπάθειες που κάνετε και τις δράσεις που στήνετε για να γίνετε ένα brand.

Η σπατάλη τροφίμων & οι «πράσινες» λύσεις

Υπολογίζεται πως κάθε εστιατόριο στον κόσμο παράγει ετησίως από **25.000 έως 75.000 τόνους οργανικών αποβλήτων**, ανάμεσά τους και τρόφιμα που δεν καταναλώθηκαν. Ποιες είναι οι λύσεις που μπορούν να εξοικονομήσουν χρήματα για τα εστιατόρια

Η σπατάλη τροφίμων και ταυτόχρονα τα απορρίμματα που παράγονται από τα εστιατόρια και τα ξενοδοχεία αποτελούν εδώ και χρόνια ένα δαπανηρό και περιβαλλοντικά επιβλαβές πρόβλημα. Τώρα, υπάρχουν λύσεις για να αλλάξει αυτό, οι οποίες μετατρέπουν τα περισσευούμενα τρόφιμα σε έναν πόρο που δεν ωφελεί μόνο το περιβάλλον, αλλά και τις ίδιες τις επιχειρήσεις. Τα αποτελέσματα της Κλιματικής Αλλαγής είναι ήδη ορατά και ο στόχος της βιωσιμότητας είναι μονόδρομος για τα εστιατόρια, που οφείλουν ούτως ή άλλως να υιοθετήσουν λύσεις διαχείρισης οργανικών αποβλήτων. Τώρα το ερώτημα είναι, ποιες είναι αυτές οι λύσεις και πώς μπορούν τα εστιατόρια να τις εφαρμόσουν στην πράξη και κυρίως γιατί δεν το πράττουν.

Επί του παρόντος, υπολογίζεται σε διεθνές επίπεδο πως ο κλάδος των εστιατορίων παράγει πολλά οργανικά απόβλητα, με κάθε εστιατόριο να παράγει κατά μέσο όρο 25.000 έως 75.000 κιλά αποβλήτων ετησίως. Τεράστιες ποσότητες τροφίμων πετιούνται, συσσωρεύοντας μια αστρονομική ποσότητα ρυπογόνων αποβλήτων, τα οποία ως επί το πλείστον παραμένουν ανεπεξέργαστα και δημιουργούν κολοσσιαία περιβαλλοντική ζημιά. Η παραγωγή και η κατανάλωση τροφίμων αποτελούν σήμερα πάνω από το 30% των διεθνών εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου και το οικολογικό αποτύπωμα του παγκόσμιου συστήματος τροφίμων αναμένεται να επεκταθεί σημαντικά τις επόμενες δεκα-

ετίες μετά την αύξηση του παγκόσμιου πληθυσμού, ο οποίος αναμένεται να φτάσει τα 10 δισεκατομμύρια μέχρι το 2050.

Το πρόβλημα επιδεινώνεται, αλλά ταυτόχρονα παρατηρείται αύξηση της περιβαλλοντικής ευαισθητοποίησης, η οποία ενθαρρύνει τη βιομηχανία τροφίμων να υιοθετήσει «πράσινες» πρακτικές προκειμένου να μειώσει την κλίμακα της ρύπανσης. Η Συμμαχία για τη Μείωση των Αποβλήτων Τροφίμων ανέφερε σε έκθεσή της ότι μόνο το 14,3% των τροφίμων που περισσεύουν ανακυκλώνεται, το 1,4% δωρίζεται και το υπόλοιπο 84,3% απορρίπτεται.

Οι χώροι υγειονομικής ταφής είναι το πιο συνηθισμένο σημείο ανάπαυσης για τα οργανικά απόβλητα που παράγονται από τα εστιατόρια. Όταν τα οργανικά απόβλητα αποσυντίθενται στους χώρους υγειονομικής ταφής, παράγουν με φυσικό τρόπο ένα αέριο που ονομάζεται μεθάνιο. Ένα αέριο του θερμοκηπίου με 80 φορές μεγαλύτερη θερμοκρατική δύναμη από το διοξείδιο του άνθρακα. Σε μια εποχή ταχείας αστικοποίησης και αύξησης του πληθυσμού, η διαχείριση των αποβλήτων είναι κρίσιμη για βιώσιμες, υγιείς και χωρίς αποκλεισμούς πόλεις. Αν δεν ληφθούν μέτρα, ο κόσμος θα βρεθεί σε μια επικίνδυνη πορεία με πολύ περισσότερα απόβλητα και συντριπτική ρύπανση. Η ώρα να δράσουμε είναι τώρα.

Τι μπορούμε να κάνουμε

Η επεξεργασία αποβλήτων εστιατορίων



προσφέρει πλέον διάφορες καινοτόμες λύσεις, τις οποίες κάθε εστιατόριο μπορεί να υιοθετήσει χωρίς πολύ κόπο. Αυτές οι πράσινες λύσεις δεν βοηθούν μόνο το περιβάλλον, αλλά και το ίδιο το εστιατόριο - στη μείωση των πόρων, στις έξυπνες αγορές πρώτων υλών και στην υιοθέτηση πιο αποδοτικών πρακτικών εργασίας. Όλα αυτά μεταφράζονται επίσης σε εξοικονόμηση χρημάτων - και αυτό από μόνο του αποτελεί ισχυρό κίνητρο για τους ιδιοκτήτες εστιατορίων που δεν έχουν πάρει ακόμη αποφάσεις προς μια «πράσινη» διαχείριση των τροφίμων.

Η εκπαίδευση του κλάδου της εστίασης σχετικά με την κυκλική οικονομία θα πρέπει να αποτελέσει σημείο εκκίνησης για την εφαρμογή αυτών των λύσεων. Η κυ-

κλική οικονομία είναι ένα μοντέλο παραγωγής και κατανάλωσης που περιλαμβάνει την επαναχρησιμοποίηση ή την ανακύκλωση των υλικών στον πληρέστερο κύκλο ζωής τους. Όσον αφορά τα απόβλητα τροφίμων, η διαδικασία επιμήκυνσης του κύκλου ζωής τους συνήθως συνίσταται στην επεξεργασία των αποβλήτων τροφίμων για τη δημιουργία ενέργειας, και σε ορισμένες μορφές ακόμη και λιπασμάτων. Ένας από τους στόχους της κυκλικής οικονομίας είναι η μείωση των αποβλήτων στο ελάχιστο.

Για να ενθαρρυνθεί η χρήση «πράσινων» λύσεων, θα πρέπει να εφαρμοστούν στα εστιατόρια οι στόχοι ESG (περιβαλλοντικοί, κοινωνικοί και διακυβέρνησης). Η ανάληψη δράσης για την πραγματοποίη-



ση αλλαγών για την επίτευξη αυτών των στόχων θα δημιουργήσει μια καίρια αλλαγή για τον κλάδο της εστίασης. Μια κίνηση προς αυτή την κατεύθυνση θα περιλάμβανε την αλλαγή του τρόπου με τον οποίο τα εστιατόρια χειρίζονται τα απορρίμματα τροφίμων, και τώρα που οι παραδόσεις γίνονται όλο και πιο συχνές, και τα πλαστικά απορρίμματα.

Φανταστείτε ότι αντί να πετιούνται και να δημιουργούν ρύπανση, κάθε εστιατόριο θα μπορούσε να μετατρέψει τα απορρίμματα τροφίμων σε «πράσινη» ενέργεια και στη συνέχεια να τα χρησιμοποιεί. Αυτό είναι απολύτως εφικτό με την εφαρμογή μεθόδων αναερόβιας χώνευσης, μιας διαδικασίας μέσω της οποίας τα βακτήρια διασπούν την οργανική ύλη απουσία οξυγόνου. Η διαδικασία παράγει βιοαέριο, μια καθαρή ενέργεια. Αξιοποιώντας την αναερόβια χώνευση, τα εστιατόρια μπορούν να πάρουν τα απόβλητα των τροφίμων τους και να παράγουν ενέργεια, η οποία όχι μόνο μειώνει τη ζημιά στο περιβάλλον, αλλά και τους εξοικονομεί χρήματα από τους λογαριασμούς ενέργειας κάτι που είναι και εξαιρετικά επείγον και επίκαιρο.

Το παράδειγμα των ΗΠΑ

Στις ΗΠΑ και συγκεκριμένα στην Καλιφόρνια, υπήρξε μια προσπάθεια για τη διαχείριση των οργανικών αποβλήτων της εστίασης. Η νέα νομοθεσία επέβαλε, αλλά και παρείχε κίνητρα για την υποχρεωτική συλλογή οργανικών αποβλήτων

Η επεξεργασία αποβλήτων εστιατορίων προσφέρει πλέον διάφορες καινοτόμες λύσεις, τις οποίες κάθε εστιατόριο μπορεί να υιοθετήσει χωρίς πολύ κόπο

στους κατοίκους και τις επιχειρήσεις. Σύμφωνα με εταιρείες ανακύκλωσης, «οι επιχειρήσεις υποχρεούνται να εγγραφούν και να συμμετάσχουν στην υπηρεσία συλλογής οργανικών απορριμμάτων στην περιοχή της δικαιοδοσίας τους. Ή να μεταφέρουν τα οργανικά απόβλητα με δική τους πρωτοβουλία σε συγκεκριμένη εγκατάσταση κομποστοποίησης, κοινωτικό πρόγραμμα κομποστοποίησης ή άλλη δραστηριότητα ή πρόγραμμα συλλογής».

Οι επιχειρήσεις εστίασης στην Καλιφόρνια είναι επίσης υποχρεωμένες να διαθέτουν κάδους συλλογής οργανικών αποβλήτων για τους πελάτες των επιχειρήσεών τους, καθώς και σαφώς επισήμασμένους κάδους με χρώματα ή ετικέτες για την



εσωτερική συλλογή αποβλήτων. Οι επιχειρήσεις που παράγουν οργανικά απόβλητα πρέπει επίσης να παρέχουν ετήσια εκπαίδευση στους υπαλλήλους, τους εργολάβους, τους ενοικιαστές και τους πελάτες σχετικά με τον τρόπο ορθής διανομής των αποβλήτων τους στους κατάλληλους κάδους, καθώς και να παρέχουν επαρκή αριθμό, μέγεθος και θέση των κάδων για τους υπαλλήλους, τους ενοικιαστές, τους εργολάβους και τους πελάτες σε πρόσβαση.

Ακόμη και αυτές οι οδηγίες στην Καλιφόρνια, δεν είναι τέλειες, καθώς οι πτυχές της συλλογής δεν είναι επίσης τόσο φιλικές προς το περιβάλλον.

Παρόλα αυτά όμως η ανταπόκριση των εστιατορίων ήταν από αδιάφορη έως

εχθρική, παρά τα διαπιστωμένα οικονομικά οφέλη που μπορούν να προκύψουν.

Κάτι ανάλογο δεν έχει συμβεί ακόμη στην Ελλάδα, αν και έχει τεθεί επισταμένως το πρόβλημα της σπατάλης τροφίμων. Το σίγουρο είναι πως θα πρέπει να υπάρξει μια κεντρική πολιτική απόφαση γύρω από το θέμα. Το ακόμα πιο σίγουρο είναι πως θα έχει όφελος για τα οικονομικά των επιχειρήσεων εστίασης και επίσης πως ο κλάδος δεν θα πρέπει να περιμένει την όποια πρωτοβουλία από την πολιτεία. Θα πρέπει να δράσει, να καταθέσει προτάσεις και να αφομοιώσει κατόπιν τις «πράσινες» πρακτικές που και δαπάνες θα εξοικονομήσουν και το μάρκετινγκ θα βοηθήσουν και φυσικά θα έχουν σημαντικό όφελος για το περιβάλλον.

Η σημασία των Key Performance Indicators σε μια επιχείρηση

Τα οφέλη από τη χρήση των δεικτών KPI εστιάζουν κυρίως στην αύξηση της αποδοτικότητας, της παραγωγικότητας και της κερδοφορίας μιας επιχείρησης

Τα τελευταία χρόνια υπάρχει μία έντονη κίνηση των επιχειρήσεων για τη μέτρηση των επιδόσεων τους και της βιωσιμότητάς τους με τη βοήθεια βασικών δεικτών. Οι Καίριοι Δείκτες Απόδοσης ή

αλλιώς Key Performance Indicators (KPI) είναι εργαλεία επιμέτρησης επιδόσεων συγκεκριμένων δραστηριοτήτων μιας επιχείρησης αναφορικά με την επίτευξη ποσοτικών, στρα-



Γράφει ο
Μιχάλης
Μάρκου

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

τηγικών και επιχειρησιακών στόχων που έχουν τεθεί. Οι δείκτες αξιολόγησης της απόδοσης (Key Performance Indicators – KPIs) αποτελούν σημαντικά εργαλεία μέτρησης της απόδοσης των διαδικασιών μιας επιχείρησης.

Ο ρόλος των KPIs στη διαδικασία στρατηγικού σχεδιασμού πηγάζει από την πεποίθηση ότι τα KPIs παρέχουν μετρήσιμα και αντικειμενικά πρότυπα με τα οποία οι επιχειρήσεις μπορούν να παρακολουθήσουν την πρόοδο και την υλοποίηση των αλλαγών. Οι επιχειρήσεις βασίζονται σε αυτά τα KPIs για να τους βοηθήσουν να πάρουν πιο αντικειμενικές και επιστημονικές αποφάσεις στο σχεδιασμό των επιχειρησιακών στόχων τους, μειώνοντας έτσι την πιθανότητα ανθρώπινου λάθους.

Οι δείκτες KPI's χρησιμοποιούνται από τις επιχειρήσεις για: α) την αξιολόγηση της επιτυχίας τους σε σχέση με τους στόχους που έχουν θέσει, β) την προετοιμασία και το σχεδιασμό για την επίτευξη των τελικών στόχων, γ) τον προσδιορισμό του επιπέδου που βρίσκονται, δ) τη παρακολούθηση της καλύτερης απόδοσης και τον καθορισμό σε πραγματικό χρόνο των θεμάτων που χρειάζονται βελτίωση, ε) την υψηλότερη απόδοση των εργαζόμενων αφού έχουν καλύτερη αίσθηση των επιπέδων παραγωγής και τείνουν να καταβάλουν μεγαλύ-

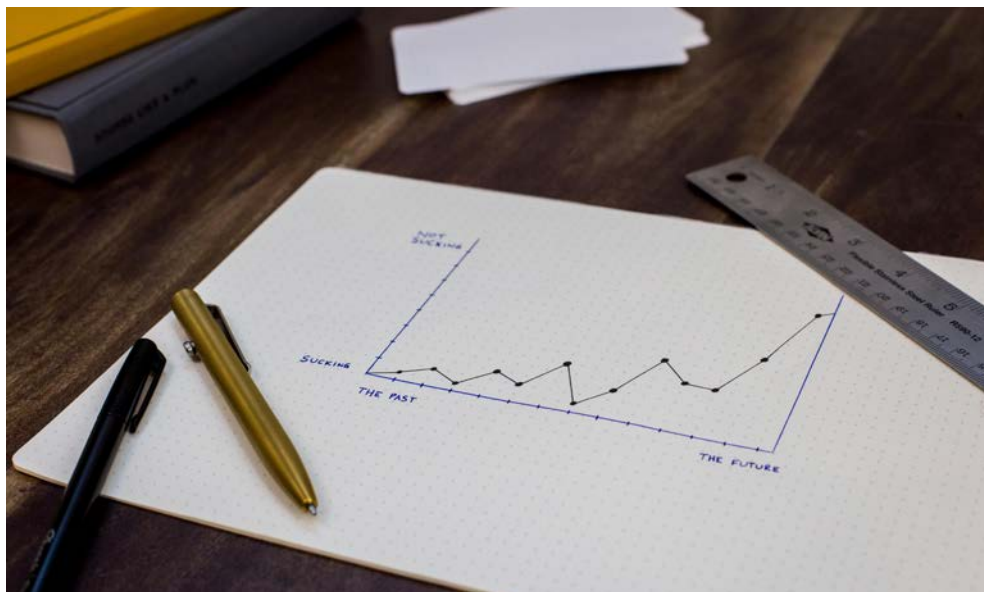


τερη προσπάθεια, στ) την παροχή στα ενδιαφερόμενα μέρη (Διευθυντικά στελέχη, εργαζόμενοι, μέτοχοι, κτλ.) πληροφοριών ως προς τις λειτουργίες & τις αποδόσεις που έχουν και αν είναι σε καλό δρόμο σύμφωνα με τις προβλέψεις τους, και ζ) να γίνεται πιο εύκολη η σύγκριση μεταξύ ανταγωνιστικών ή συνεργαζόμενων επιχειρήσεων.

Τα KPIs διακρίνονται σε ποσοτικούς & ποιοτικούς δείκτες (quantitative & qualitative indicators), σε δείκτες επιδόσεων (future-oriented indicators) και αποτελεσμάτων (past-oriented), σε οδηγούς δείκτες και δείκτες υστέρησης (lead and lag indicators) και σε χρημα-

Οδηγούν στον εντοπισμό των πιθανών βελτιώσεων της αποδοτικότητας των επιμέρους τομέων και στη συνέχεια βοηθούν μια επιχείρηση να μετρήσει την πρόοδο της προς τους επιχειρησιακούς της στόχους

τουοικονομικούς δείκτες (financial indicators). Προκειμένου τα KPIs να συμβάλουν στην τακτική αξιολόγηση των επιδόσεων μιας επιχείρησης, θα πρέπει να ορίζονται με τρόπο κατανοητό, ουσιαστικό και μετρήσιμο. Για αυτό και οι Καίριοι Δείκτες Απόδοσης (KPIs) όταν θέτονται από μια επιχείρηση θα πρέπει να ακολουθούν τα κριτήρια SMART που σημαίνει ότι θα πρέπει να είναι Specific (συγκεκριμένοι), Measurable (μετρήσιμοι), Achievable (επιτεύξιμοι), Relevant (σχετικοί) και Time bound (με χρονικό όριο), ενώ κατά τη διαμόρφωσή τους θα πρέπει να απαντούν ξεκάθαρα τα ερωτήματα τι,



πόσο, ποιος, πού και πότε. Τα τελευταία χρόνια, το κριτήριο SMART έγινε SMARTER με την προσθήκη των λέξεων Evaluate (Αξιολόγηση) και Reevaluate (Αξιολόγηση Ξανά). Αυτά τα δυο βήματα είναι πολύ σημαντικά καθώς εξασφαλίζουν τη συνεχή αξιολόγηση των Βασικών Δεικτών Απόδοσης και εξασφαλίζουν ένα καλύτερο αποτέλεσμα.

Τα οφέλη από τη χρήση των δεικτών KPI εστιάζουν κυρίως στην αύξηση της αποδοτικότητας, της παραγωγικότητας και της κερδοφορίας μιας επιχείρησης, καθώς τα στελέχη πλέον έχουν στη διάθεσή τους μετρήσιμα στοιχεία, μέσω των οποίων μπορούν να διαχειριστούν και κατ'

επέκταση να βελτιώσουν τις υφιστάμενες διαδικασίες. Ωστόσο, τα στελέχη θα πρέπει να είναι προσεκτικά στην επιλογή των κατάλληλων δεικτών καθώς επίσης, θα πρέπει να δώσουν ιδιαίτερη έμφαση, αφενός στη μεθοδολογία υπολογισμού των δεικτών και αφετέρου στις μεθόδους άντλησης των πρωτογενών δεδομένων. Η αξιοπιστία των πρωτογενών δεδομένων αποτελεί ένα θέμα μείζονος σημασίας για την εξαγωγή ορθών συμπερασμάτων, ενώ εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το μηχανογραφικό εξοπλισμό, τα πληροφοριακά συστήματα, το επίπεδο τήρησης των διαδικασιών καθώς επίσης και το σύστημα αναφορών (reporting) που χρησι-

μοποιείται από την εκάστοτε επιχείρηση. **Τα KPIs είναι σημαντικά** και απαραίτητα για τη διοίκηση της απόδοσης καθώς σκοπός τους είναι η παροχή μετρήσεων επιτυχίας (ή αποτυχίας) και όχι οι μετρήσεις μη απαραίτητων ενεργειών και διαδικασιών. Οδηγούν στον εντοπισμό των πιθανών βελτιώσεων της αποδοτικότητας των επιμέρους τομέων και στη συνέχεια βοηθούν μια επιχείρηση για να μετρήσει την πρόοδο της προς τους επιχειρησιακούς της στόχους. Ο επιχειρηματικός στόχος είναι ποσοτικοποιημένος, μετρήσιμος αλλά και προσανατολισμένος στο αποτέλεσμα. Γενικότερα, η εφαρμογή των επιχειρηματικών δει-

κτών είναι μία αρκετά απαιτητική διαδικασία και χρειάζεται να γίνεται σωστή χρήση των κατάλληλων τύπων και στοιχείων. Επιπλέον, η ερμηνεία των αποτελεσμάτων πρέπει να γίνεται με πολύ μεγάλη προσοχή και υπευθυνότητα καθώς και να το αναλαμβάνουν κατάλληλα καταρτισμένα στελέχη της επιχείρησης. Εάν δεν δοθεί η απαραίτητη σημασία στην διαδικασία, τα αποτελέσματα μπορεί να οδηγήσουν σε εσφαλμένα ή ακόμη και αντίθετα συμπεράσματα. Σε κάθε περίπτωση, τα KPIs αν εφαρμοστούν σωστά, θα βοηθήσουν στην βελτίωση της απόδοσης μιας επιχείρησης, μακροπρόθεσμα.

Υιοθεσία μαστιχόδεντρων στη Χίο

Θερμή ανταπόκριση έχει βρει στο εξωτερικό το project «Υιοθετήστε Ένα Μαστιχόδεντρο», μέσω του οποίου διαδίδεται η μαστίχα και κατ' επέκταση η Χίος στο διεθνές κοινό, ενώ αναπτύσσεται και μια ιδιαίτερη μορφή αγροτουρισμού. Τι μας είπε η δημιουργός του project Λένια Ζυγλάκη

Γραφει ο **ΓΙΑΝΝΗΣ ΑΠΟΣΤΟΛΟΠΟΥΛΟΣ**

Ένα πρωτοποριακό project βρίσκεται σε εξέλιξη τα τελευταία χρόνια στη Χίο το οποίο έτυχε θερμής υποδοχής από πολλές πλευρές του πλανήτη. Ο λόγος για την διαδικασία υιοθεσίας μαστιχόδεντρων. Ιθύνων νους πίσω από την επιτυχημένη προσπάθεια η κυρία Λένια Ζυγλάκη, η οποία το 2018 έκανε το μεγάλο βήμα και από σχεδιάστρια Αρχιτεκτονικής και τρισδιάστατης απεικόνισης, επέστρεψε στα πατρίδα εδάφη της για να αφοσιωθεί στην καλλιέργεια μαστίχας και ελιάς στη Χίο.

«Αποφάσισα να ασχοληθώ με τον πρωτογενή τομέα. Καθώς βρισκόμουν στα κτήματα οραματιζόμενος πως θα μπορούσα να μοιραστώ με τον κόσμο τη δύναμη αυτού του μοναδικού μαστιχόδεντρου που υπήρχε πριν από μένα και θα συνεχίσει να υπάρχει», μας λέει η κυρία Ζυγλάκη.

«Έτσι δημιουργήθηκε το project «Υιοθετήστε Ένα Μαστιχόδεντρο» με σκοπό να προβάλλει, να συγκινήσει, να ενημερώσει, να συνδέσει όλο τον κόσμο έξω από τα όρια της Ελλάδας, την μοναδικότητα του μαστιχόδεντρου, την καλλιέργειά του για την παραγωγή της μαστίχας, που είναι μια δύσκολη και επίπονη διαδικασία. Να προσθέσω ότι η καλλιέργεια ανήκει στον κατάλογο άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς της ανθρωπότητας της Unesco.

Η καλλιέργεια της μαστίχας είναι η κουλτούρα μας που περνάει από γενιά σε γενιά, τα μαστιχόδεντρα μας κάθε χρόνο τα φροντίζουμε, για να τα κεντήσουμε κι εκείνα μας προσφέρουν το πολύτιμο δάκρυ. Κάθε δέντρο κεντιέται περίπου 100 φορές κάθε καλοκαίρι που είναι η περίοδος του κέντους. Τον χειμώνα η ίδια η ρητίνη-μαστίχα κλείνει τις πληγές του δέντρου, μέχρι να έρθει η επόμενη σεζόν για να ξαναρχίσει το κέντος».

Η πρωτοβουλία της Λένιας Ζυγλάκη έπιασε τόπο και άνθρωποι από διάφορες χώρες έχουν υιοθετήσει μαστιχόδεντρα. Το σημαντικό είναι πως στους ανάδοχους δίνεται η δυνατότητα να προγραμματίσουν την επίσκεψη στο δέντρο που έχουν υιοθετήσει και μάλιστα όλες τις εποχές του χρόνου.

Οι ανάδοχοι εκτός από το να επισκεφτούν το δέντρο τους, μπορούν να συμμετέχουν σε κάποιες από τις εργασίες, όπως σκούπισμα του τραπεζιού, ασπροσωμάτισμα, κέντος. Τους δίνεται η δυνατότητα να περιηγηθούν στην περιοχή, ενώ τους παρέχονται εφόσον το επιθυμούν και βιωματικά πακέτα διαμονής στο νησί. Φέτος το καλοκαίρι ήρθαν adopters από Αμερική, Γαλλία, Ολλανδία, Αυστρία, για να δουν τα δέντρα τους. Έτσι πέρα από τη διάδοση της μαστίχας και της καλλιέργειας των μαστιχόδεντρων στο διεθνές κοινό, έχει δημιουργηθεί μέσω του «Υιοθετήστε Ένα Μαστιχόδεντρο» μια ιδιαί-

τερη μορφή αγροτουρισμού στην Χίο.

Ένα μεγάλο αβαντάζ του προγράμματος είναι πως η διαδικασία της υιοθεσίας είναι εξαιρετικά απλή. Ο ενδιαφερόμενος δεν έχει παρά να επισκεφθεί τη σελίδα <https://www.adoptchiostrees.gr>, και με μερικά απλά βήματα προχωράει στην υιοθεσία.

Η υιοθεσία μπορεί να γίνει για τον εαυτό μας ή για δώρο. Μάλιστα η κυρία Ζυγλάκη σημειώνει πως έχουν σταλεί πολλά δώρα από μια χώρα σε άλλη από ανθρώπους που είτε είναι συγγενείς, φίλοι ή έχουν κάποια σχέση. Φέρνει ως παράδειγμα ένα πρόσφατο παράδειγμα με ένα συγκινητικό email που έλαβε από τη Μάλαγα, όπου κατέφθασε το πακέτο υιοθεσίας ως δώρο για επέτειο γάμου. «Ήταν υπέροχο, ανοίγοντας τον φάκελο που μύρισε αμέσως το χαρακτηριστικό άρωμα της Μαστίχας! Λατρεύω το πιστοποιητικό, το ξύλινο κουτί με το λογότυπό σας, τα μαργαριτάρια Mastiha, την τσίχλα Mastiha,



και ιδιαίτερα λατρεύω το κλαδί του δέντρου Mastiha με τα φύλλα! Στην επέτειό μας, ο σύζυγός μου ήταν πολύ έκπληκτος και χαρούμενος με τις φωτογραφίες της «δικής μας» υιοθετημένης μαστίχας στη Χίο», αναγραφόταν στο email.

«Γιατί να υιοθετήσετε ένα δέντρο Μαστίχας Χίου; Για να σφυρηλατήσετε έναν δεσμό και να δημιουργήσετε ρίζες που θα σας συνδέσουν με ένα μοναδικό προϊόν που επιβιώνει μόνο σε ένα μέρος σε ολόκληρο τον κόσμο. Θα σας προσφερθεί το δώρο του πολύτιμου θεραπευτικού «δάκρυ» της Νότιας Χίου. Η μαστίχα της Χίου! Για την ενίσχυση της καλλιέργειας της Μαστίχας. Μιας παραδοσιακής καλλιέργειας, η οποία έχει συμπεριληφθεί από την UNESCO στον κατάλογο της Άυλης Πολιτιστικής Κληρονομιάς της Ανθρωπότητας. Υιοθετήστε μια μαστίχα Χίου και μπείτε σε έναν κόσμο γεμάτο άρωμα, γεύσεις, αλλά και σκληρή δουλειά», καταλήγει η κυρία Ζυγλάκη.



60 χρόνια πορείας για την Ένωση Ευρωπαίων Δημοσιογράφων

Στην Ερέτρια φιλοξενήθηκε το συνέδριο της Ένωσης Ευρωπαίων Δημοσιογράφων που φέτος έκλεισε εξήντα χρόνια παρουσίας. Στο «τιμόνι» της Ένωσης επανεξελέγη η Ισαία Τσαουσίδου

Η Ένωση Ευρωπαίων Δημοσιογράφων γιόρτασε τα 60 χρόνια συνεχούς μάχιμης πορείας της για την ανεξαρτησία και ελευθερία του Τύπου. Την εκδήλωση στήριξαν και τα 5 Επιχειρηματικά Επιμελητήρια της Στερεάς Ελλάδας, καθώς αυτοδιοικητικοί φορείς, αλλά και οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις της περιοχής.



Γράφει η

Lena

Kyropoulos

Journalist & Poet

Τα ΜΜΕ που εκπροσωπήθηκαν στο συνέδριο ήταν: White House Chronicle, Bbc, Rte Radio And Tv, Al Jazeera, Daily Mail, Il Giornale Europeo, Tve: Spanish Tv, Cope Radio, Vocento Newspapers, Ap Television News, Kanal D – Tv, Osservatorio Balcani E Caucaso, Irish News, Irish Tv, Slovak Tv/Radio, Poland Tv/Radio, Portugal Tv/Radio, Radio Romania, Romanian Broadcasting, Radio Trinitas, Free Europe Romania, Hetq Armenia, Nordic Communications Corporation, Bnr Bulgaria, Studio Ard Vienna, Verbum Press Italy, Paese Italia Press, Thoibao Berlin, Saor Iriseoir Rnag, Dfa Media, Carousel Internet Publishing, Politis Cyprus, Kanal Sim Tv, Deutsche Welle, Institute For Mass Media, Atalayar Spain, Halkin Sesi Daily.

Τους επίσημους χαιρετισμούς άδραξε πρώτο το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο με την Αντιπρόεδρο της Ε.Ε. και Επίτροπο Αξιών και Διαφάνειας να ανοίγει το συνέδριο, με βιντεομήνυμα, παραδίδοντας τη λεκτική σκυτάλη στην Ευρωβουλευτή κ. Άννα Μισέλ Ασημακοπούλου. Στη συνέχεια η Περιφέρεια της Στερεάς Ελλάδας με τον Περιφερειάρχη κ. Φάνη Σπανό, ο Δήμαρχος της Ερέτριας κ. Γιάννης Δημητρόπουλος και ο Διευθύνων Σύμβουλος Επιχειρηματικού Πάρκου Οινοφύτων Ασωπού και ΓΓ ΣΒΣΕ κ. Ανδρέας Λουκάτος, μοιράστηκαν το κοινό όραμα μία εξωστρεφούς στρατηγικής ανάπτυξης, ώστε η αειφόρος ανάπτυξη



στο βιομηχανικό και τουριστικό κλάδο να σέβεται πάνω από όλα τον άνθρωπο και να λειτουργεί ολιστικά απέναντι στον πλανήτη και ιδιαίτερα στο πλαίσιο της ενημέρωσης της κυκλικής οικονομίας. Ο Γιώργος Μαυραγάνης, Γενικός Διευθυντής στο τιμόνι του Ομίλου της Elval Halcor, τόνισε emphaticά τον πρωταγωνιστικό ρόλο που καλείται να έχει η Ελλάδα στη νέα ενεργειακή εποχή για το παγκόσμιο επιχειρείν. Τώρα πρέπει να γίνουν οι κατάλληλες διεργασίες και συμμαχίες, ώστε μέσω ορθών πρακτικών αξιοποίησης δυναμικών κονδυλίων στο χώρο των Α.Π.Ε. η Ελλάδα να πρωτοστατήσει με όλο το Know-how τον υλικοτεχνικό της εξοπλισμό και το έμπυχο παραγωγικό της κεφάλαιο. Το χαρμόσυνο νέο για την Ελληνική πλευρά ήταν η επανεκλογή της κας Ισαίας Τσαουσίδου στη θέση της προέδρου, για τα επόμενα 2 χρόνια στο International Board.

Το νέο Διεθνές Διοικητικό Συμβούλιο διαμορφώθηκε ως εξής:

AEJ Int. Board 2022-2024

- **President:** Isaiia Tsaousidou - Greece
- **Vice-Presidents:** Javier Arribas - Spain, Tibor Macak - Slovakia and Guiseppe Jacobini - Italy
- **Secretary-General:** Edward Steen-Austria
- **Treasurer:** Pat Humphreys - UK
- **Representative for Brussels:** Gian Paolo Arcado - France
- **Representative for Freedom of the Press and Disinformation:** Kyriakos Pieridis - Cyprus

Ένα πλήθος αξιόλογων ομιλητών, όπως (ο Γιώργος Σιμόπουλος Διευθυντής STAR TV Κεντρικής Ελλάδας) συνόψισαν τις εισηγήσεις τους, στη σωστή ενημέρωση και σε κάθε αποφυγή της υβριδικής ενημέρωσης, που εξυπηρετεί σκοτεινούς σκοπούς και συμφέροντα. Ο Σπύρος Λάτσας, δημοσιογράφος και μέλος του Δ.Σ. της ΕΕΔΑΔ τόνισε τον ρόλο των τοπικών ΜΜΕ και πόσο σημαντική είναι η συμβολή του στην ενημέρωση και ορθή πληροφόρηση των τοπικών κοινωνιών.

Η Σοφία Νικολάου, Πρώην Γενικός

Γραμματέας Αντί-εγκληματικής πολιτικής του Υπουργείου Προστασίας του Πολίτη αναφέρθηκε εκτενώς στο ήθος της δημοσιογραφικής απεύθυνσης και τα όρια ανάμεσα σε ενημέρωση και συκοφαντία.

Τις εντυπώσεις κέρδισαν τόσο οι μαθητές του 1ου Πρότυπου Λυκείου Χαλκίδας όσο και οι μαθητές του Λυκείου Αυλωναρίου, που ως πρεσβευτές του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου, στο πλαίσιο του προγράμματος (EPAS) δημιούργησαν όλα τα εχέγγυα να πρωτοστατούν σε δυνατές δράσεις και εκδηλώσεις της Ε.Ε. Μοιράστηκαν με το κοινό το γενικό αποτύπωμα που τους άφησε αυτή η εμπειρία τους, αλλά και το πόσο εμπνεύστηκαν, ώστε να συνεχίσουν την ενεργή συμμετοχή τους.

Η δημοσιογράφος Έφη Ντίνη, μέλος του Δ.Σ. του ελληνικού τμήματος και υπεύθυνη για την όλη διοργάνωση στην Στερεά Ελλάδα συντόνισε το πρώτο πάνελ και υπήρξε η ψυχή του συνεδρίου.

Το δεύτερο πάνελ του συνεδρίου ασχο-



λήθηκε με τον πόλεμο στην Ουκρανία, τα ΜΜΕ και την παραπληροφόρηση. Η Υφυπουργός Μετανάστευσης Σοφία Βούλτσιφη και δημοσιογράφος αναφέρθηκε στη σκόπιμη προπαγάνδα, ιδίως κατά καιρό πολέμου και πως αυτή λειτουργεί συνεπικουρικά για να διαστρεβλώσει την αλήθεια. Η λεγόμενη κυρίαρχη άποψη κρύβει πολλές εκπλήξεις και οι δημοσιογράφοι πρέπει να είναι ανά πάσα στιγμή έτοιμοι να διασταυρώσουν τα γεγονότα, μέσα από την πληθώρα των εργαλείων fact checking που τους προσφέρονται απλόχερα.

Ο Δρ. Παναγιώτης Σφαέλος, Γενικός Γραμματέας του Ελληνικού Τμήματος ΑΕJ που συντόνισε και το πάνελ, μίλησε για τον πόλεμο στην Ουκρανία και τον κρίσιμο ρόλο των ΜΜΕ στην παροχή ακριβών πληροφοριών και την καταπολέμηση των ψευδών ειδήσεων. Ο ρόλος των μέσων ενημέρωσης, ειδικά σε συνθήκες πολέμου, είναι να διεξάγουν έρευνα με κριτική και ενδελεχή έλεγχο, καθώς αυτές οι αποφάσεις έχουν τεράστιο αντίκτυπο στις λεπτές ισορροπίες των διεθνών σχέσεων. Οι δημοσιογράφοι έχουν καθήκον να παρέχουν πληροφορίες που βοηθούν το κοινό να κατανοήσει τι συμβαίνει και να ασχοληθεί με όσο το δυνατόν περισσότερες πτυχές της κάθε είδησης, προκειμένου να αποφευχθούν οι ψευδείς ειδήσεις. Τα νέα πρέπει να επαληθεύονται και να διασταυρώνονται για να ενημερώνεται ο κόσμος με ακρίβεια και αντικειμενικότητα.

Ο Llewellyn King, διάσημος δημοσιογράφος, ιδρυτής και παραγωγός του

*Τα ζητήματα
ελευθερίας του Τύπου
και ο πόλεμος
στην Ουκρανία,
κυριάρχησαν στα πάνελ
του συνεδρίου*

«White House Chronicle» στο PBS, αρθρογράφος στο Inside Sources Syndicate, Forbes, κεντρικός σχολιαστής στο Sirius XM Radio μίλησε για την ενεργειακή κρίση ως αποτέλεσμα του πολέμου στην Ουκρανία.

Ο Khoa Le, δημοσιογράφος από το Βιετνάμ και ιδρυτής της ειδησεογραφικής ιστοσελίδας www.thoibao.de και ο Tibor Macac, δημοσιογράφος RTVS και Αντιπρόεδρος ΑΕJ μίλησαν για τις χρήσεις και καταχρήσεις των ψηφιακών τεχνολογιών.

Στη συνέχεια, ο βραβευμένος φωτορεπόρτερ και πρόεδρος της Ένωσης Φωτοειδησεογράφων, Βασίλης Κουτρομάνος μίλησε για την Μαριούπολη της Ουκρανίας όπου έχει κάνει αμέτρητες αποστολές. Αναφέρθηκε στον μακράινο Ελληνισμό της περιοχής και τις διώξεις που υπέστησαν οι Έλληνες. Μοιράστηκε με τους συναδέλφους του τις εμπειρίες του και τις εντυπώσεις του και τόνισε ότι ο πόλεμος επέφερε πολλά δεινά στην Ουκρανία. Επίσης, μίλησε

για την έκθεση του με τις φωτογραφίες από την Ουκρανία με τίτλο: «Η Ειρηνική Μαριούπολη των Ελλήνων», η οποία φιλοξενήθηκε στο χώρο του συνεδρίου και εντυπωσίασε Έλληνες και ξένους δημοσιογράφους. Δεν παρέλειψε να αναφερθεί στην δημιουργία της σχολικής βιβλιοθήκης στο χωριό Σαρτανά της Μαριούπολης, που έγινε με δική του πρωτοβουλία.

Η Δημοσιογράφος Λένα Κυρόπουλος παρουσίασε ένα ντοκιμαντέρ που ετοιμάζεται για την Ουκρανία και θα προβληθεί από το NETFLIX, μία παραγωγή της Ontime Productions, και άλλες πλατφόρμες. Η δημοσιογράφος Βιβή Τσιντσινή με την υποστήριξη του Δήμου Αλμυρού, προσέφεραν την τοπική εφημερίδα, καθώς και μία πλειάδα παραδοσιακών προϊόντων από την περιοχή του Αλμυρού.

Το τελευταίο πάνελ που συντόνισε η δημοσιογράφος του STAR ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ, Λένα Παρασκευά, ήταν αφιερωμένο στην Ελευθερία του Τύπου.

Ο Κυριάκος Πεπιδής δημοσιογράφος και εκπρόσωπος για θέματα ελευθερίας του τύπου της ΑΕJ και ο Hasan Kahvecioglu τουρκοκύπριος δημοσιογράφος μίλησαν για την τρέχουσα κατάσταση στο Κυπριακό και τον αντίκτυπο στην ειρήνη και τη σταθερότητα στην περιοχή και τον ρόλο των ΜΜΕ. Οι ομιλητές αναφέρθηκαν στις απειλές και η απαγόρευση εισόδου στην Τουρκία των δημοσιογράφων από τον Ερντογάν. Η Esra Aygin και η Κατερίνα Γεννάρη μίλησαν για τη δικοινοτική σχέση των

δημοσιογράφων στην Κύπρο. Όπως τόνισαν, τα ΜΜΕ στα κατεχόμενα ελέγχονται πλήρως από την Τουρκία. Ο Sami Ozulu και ο Λουκιανός Λυρίτσας μίλησαν για τις προκλήσεις στην ελευθερία των μέσων ενημέρωσης και τον πλουραλισμό στην Κύπρο.

Η Irina Nedeva, δημοσιογράφος και πρόεδρος του Βουλγαρικού Τμήματος ΑΕJ, Εμπειρογνώμονας Ψευδών Ειδήσεων και παρουσιάστρια στο Βουλγαρικό Ραδιόφωνο τοποθετήθηκε για την ελευθερία των μέσων ενημέρωσης στην Ευρώπη.

Ο Edward Steen, Γενικός Γραμματέας ΑΕJ παρουσίασε την έρευνα που θέλει να κάνει η Ένωση Ευρωπαίων Δημοσιογράφων για το σκάνδαλο των «χρυσών διαβατηρίων» στην Ευρώπη.

Το συνέδριο τέλειωσε με τον επίτιμο Διεθνή Πρόεδρο της ΑΕJ, Otmar Lahodynsky ο οποίος αναφέρθηκε στα επιτεύγματα της ΑΕJ τα τελευταία 60 χρόνια. Τόνισε την ανάγκη ανανέωσης της Ένωσης με την έγγραφη νέων δημοσιογράφων σε όλα τα τμήματα.

Τέλος ο Άγγλος Δημοσιογράφος Kevin d'Arcy παρουσίασε το βιβλίο του The hidden world of media και τόνισε ότι τα αξιόπιστα μέσα ενημέρωσης είναι απαραίτητα για την αποτελεσματική συμμετοχή των ανθρώπων στην κοινωνία.

Κατά τη διάρκεια των εργασιών του συνεδρίου βραβεύτηκαν με τιμητικές πλακέτες όλοι όσοι συνέβαλαν στην επιτυχή έκβαση του συνεδρίου αλλά και εν γένει στην επιτυχή πορεία της Ένωσης Ευρωπαίων Δημοσιογράφων.

ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ

— ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ —

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
Caravan	20 - 22 Ιανουαρίου 2023	 Ελσίνκι - Φινλανδία
SITNantes - Salon International Tourisme & Loisirs	20 - 22 Ιανουαρίου 2023	 Ναντ - Γαλλία
Tourisma & Caravaning	6 - 8 Ιανουαρίου 2023	 Μαγδεμβούργο - Γερμανία
MCE North & West Europe	29 - 31 Ιανουαρίου 2023	 Ντίσελντορφ - Γερμανία
MCE Central & Eastern Europe	29 - 31 Ιανουαρίου 2023	 Βουδαπέστη - Ουγγαρία
International Fair Of Tourism	18 - 22 Ιανουαρίου 2023	 Βελιγράδι - Σερβία
Toronto International Boat Show	20 - 29 Ιανουαρίου 2023	 Τορόντο - Καναδάς



— YACHTING —

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
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 Νοεμβρίου 2022	 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

☎ ΧΡΗΣΙΜΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ

ΕΟΤ	210 8707 000	ΕΕΕ	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		



ΝΙΚΟΛΟΥ
NIKOLOU WINERY



www.nikolouwinery.gr

- ✓ Δημιουργία
- ✓ Πρωτοπορία
- ✓ Εξέλιξη



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 5279600 • ΠΕΙΡΑΙΑΣ: Φίλωνος 39, τ: 210 4120714
ΓΛΥΦΑΔΑ: Λ. Βουλιαγμένης 57, τ: 210 9640117
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: Βαλαωρίτου 9, τ: 2310 552406

**ΙΕΚ
ΑΛΦΑ**
Σύμβολο Επαγγελματικής Επιτυχίας