

GREEK Hospitality News

ΤΕΥΧΟΣ 1 | ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2022

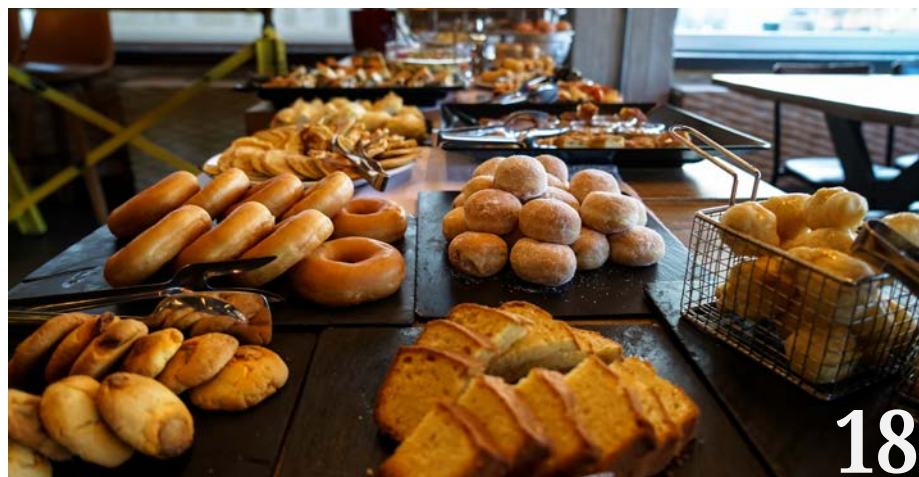
20
ΧΡΟΝΙΑ

ΕΚΠΡΟΣΩΠΟΥΜΕ
ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΟΥΜΕ
ΕΝΙΣΧΥΟΥΜΕ
τον τουρισμό
στην Ελλάδα

Με τη δύναμη που
μας δίνουν τα μέλη μας
και με την εμπειρία χρόνων
στον χώρο του Τουρισμού,
η **Σ.Ε.Τ.Κ.Ε.**
εκπροσωπεί θεσμικά,
δυναμικά και υπεύθυνα
τους Έλληνες
Επιχειρηματίες
Τουριστικών
Καταλυμάτων



Οι δράσεις που κάνουν τη διαφορά



18



4 Editorial

18 Καλάθι Πρωινού

Χαρίζοντας γευστικές εμπειρίες στους επισκέπτες

20 SMOTEL

Το σήμα της νέας εποχής για τα καταλύματα

22 Τουρισμός Εμπειρίας

Η δυναμική απάντηση στην εποχικότητα

26 Συνέντευξη Κων. Πρώμος

Μεικτά τα μηνύματα για τη φετινή σεζόν

28 Τουρισμός και Οικονομία

Αγωνία σε Ελλάδα και Ευρώπη



22

32 Έρευνα INΣΕΤΕ

Σημαντικά καλύτερη η επίδοση της Ελλάδας

36 Trends

Έξι ταξιδιωτικές τάσεις για το 2022

42 Αφιέρωμα Ήπειρος

Ένας προορισμός με χίλια πρόσωπα



26



36



42



**MACT
MEDIA
GROUP**

Λ. Συγγρού 72 11742
2110129575
www.mact.gr • info@mact.gr

ΕΚΔΟΤΗΣ

Γεώργιος Καραχρήστος

ΑΡΧΙΣΥΝΤΑΞΙΑ

Γιάννης Αποστολόπουλος

ART DIRECTOR

Δώρα Τσάφου

ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ

Ευθύμιος Κυριακόπουλος

ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ

Διονυσίου Αιγινήτου 7, Ιλίσια,
ΤΚ 115 28, Αθήνα

Tel: 0030-210 – 6422418

Fax: 0030-210 – 6429725

www.setke.gr • info@setke.gr



THEANO X BLEECKER



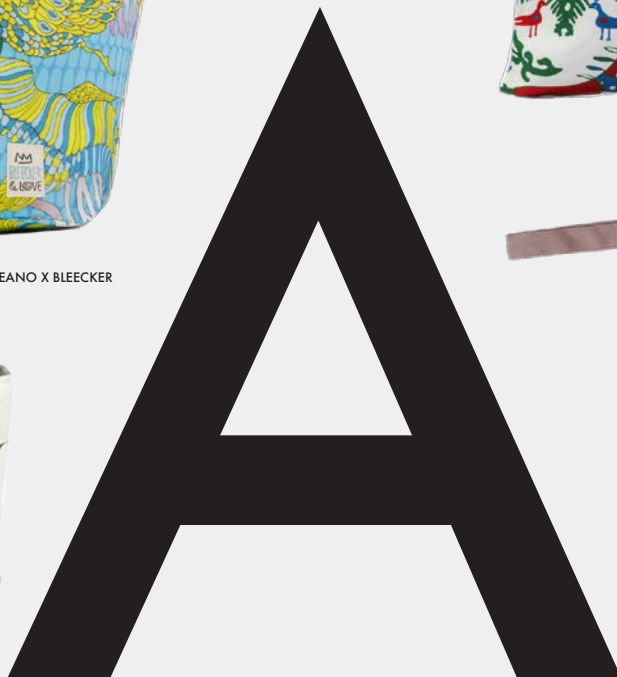
THE BEANKI MUSEUM



HOME COLLECTION
B&E GOULANDRIS FOUNDATION



FOUR SEASONS HOTELS



success story

Marking its 15th year of existence, with more than 200 selling points, Bleecker & Love is the leader of accessories in Greece. Apart from being a wholesaler brand, we are especially proud of our custom made collaborations with important Museums; The B&E Goulandris Foundation, The Benaki Museum, Paradox Museums and the Museum of Cycladic Art. Amazing Hotels that trusted us : Four Seasons, YES Hotels - member of Design Hotels, Blue Palace Luxury Collection Resort & Spa, Sofitel, Kanava Hotels & Resorts, Domes Resorts. Corporate sector; MAC Cosmetics, Wella, Visa, Pantene, Original Senses, Celestyal Cruises. For Bleecker & Love every new collaboration is a challenging creative endeavour!



HOME COLLECTION A.R. PENCK
B&E GOULANDRIS FOUNDATION



BLEECKER & LOVE
WWW.BLEECKERANDLOVE.COM

ΠΑΝΑΓΙΩΤΗΣ ΤΟΚΟΥΖΗΣ | ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΕΤΚΕ

Μία νέα αρχή...

Ο τουρισμός τα τελευταία χρόνια περνάει μία από τις δύσκολες φάσεις της ιστορίας, την χειρότερη για την ακρίβεια εδώ και πολλές δεκαετίες. Από τη μία η πανδημία του κορονοϊού, έχει φέρει στα όριά τους πολλά τουριστικά καταλύματα. Από την άλλη οι δυσάρεστες εξελίξεις με τον πόλεμο στην Ουκρανία και την ακρίβεια έρχονται να δημιουργήσουν ένα ακόμη πιο δύσκολο περιβάλλον για την τουριστική κίνηση.

Η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδας έχει βρεθεί από την πρώτη στιγμή και παραμένει στο πλευρό των επαγγελματιών και με παρεμβάσεις της προσπάθησε κατά το δυνατόν να βοηθήσει στην αντιμετώπιση των συνεπειών της πανδημίας και τώρα της οικονομικής κρίσης που είναι μπροστά μας. Έχει φροντίσει να ενημερώνει έγκυρα και έγκαιρα τα μέλη και τους συνεργάτες της για τα μέτρα που λαμβάνονται, ενώ διατήρησε ανοιχτό δίαυλο επικοινωνίας με τις επιχειρήσεις, ώστε να μεταφέρει απόψεις και προτάσεις στους ιθύνοντες για την στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων.

Οι μικρές επιχειρήσεις έχουν στην παρούσα φάση το πλεονέκτημα. Γιατί μπορούν να παρέχουν υπηρεσίες με μεγαλύτερη ασφάλεια. Σήμερα όπως διαπιστώνουμε και από πληθώρα δημοσιευμάτων και ερευνών οι ταξιδιώτες έχουν ψηλά στα κριτήρια το ζήτημα της υγιεινομικής ασφάλειας και αναζητούν καταλύματα που θα τους επιτρέψουν να κάνουν διακοπές χωρίς το άγχος της πανδημίας.

Πέρα από αυτό όμως είναι βέβαιο πως και μετά το πέρας της πανδημίας τίποτα πια δεν θα είναι το ίδιο στον τουριστικό κλάδο και όχι μόνο. Οι ταξιδιωτικές τάσεις ούτως ή άλλως βρίσκονταν σε δυναμική φάση εξέλιξης και πριν από την επέλαση του κορονοϊού.

Για τον λόγο η ΣΕΤΚΕ τα τελευταία χρόνια έχει αναλάβει σημαντικές πρωτοβουλίες για την αναβάθμιση των τουριστικών καταλυμάτων, με το «Καλάθι Πρωινού», τον «Τουρισμό Εμπειρίας» και τώρα το «Smotel». Οι πιστοποιήσεις αυτές στοχεύουν να βάλουν τα τουριστικά καταλύματα στη νέα εποχή,



δίνοντάς τους τη δυνατότητα να παρέχουν στους επισκέπτες τους μοναδικές εμπειρίες, υψηλής ποιότητας που θα βοηθήσουν να ξεχωρίσει η χώρα μας στον ανταγωνισμό.

Η ΣΕΤΚΕ σε συνεργασία με την Mact Media Group αποφάσισε να προχωρήσει στην δημιουργία του Greek Hospitality News με στόχο την άμεση και καλύτερη ενημέρωση των επαγγελματιών, προκειμένου να ενημερώνονται πληρέστερα για τις δράσεις της ΣΕΤΚΕ, τις διεθνείς ταξιδιωτικές τάσεις, τις αλλαγές στη νομοθεσία και για και τις κινήσεις που πρέπει να κάνουμε ώστε να έχει ο τουρισμός στη χώρα μας τη θέση που του αξίζει.

Ευελπιστούμε πως το Greek Hospitality News θα αποτελέσει έναν σημαντικό δίαυλο επικοινωνίας των τουριστικών επιχειρήσεων της Συνομοσπονδίας μας, μέσα από τον οποίο θα μπορέσουμε να ανταλλάξουμε θέσεις, απόψεις, ιδέες, ώστε να γίνουμε όλοι καλύτεροι.

Καλή ανάγνωση!

TheSuperdrinks

Η νέα τάση στα φυσικά αναψυκτικά

Τα αναψυκτικά του σήμερα είναι φυσικά, έχουν χαμηλό θερμιδικό δείκτη και περιέχουν superfoods. Με μία λέξη είναι τα **Superdrinks**.

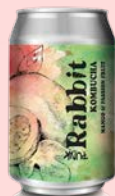
Μέχρι σήμερα είχαμε συνηθίσει τα superfoods να αποτελούνται από φρούτα και καρπούς... αν σας λέγαμε όμως πως το next thing παγκοσμίως στο well being είναι ένας ζυμομύκητας μαζί με υπερτροφές σε πόσιμη μορφή; Η εταιρεία ΑΝΑΦΙΣ Μ.ΕΠΕ, μια εταιρεία-φάρμακός που μελετά τις σύγχρονες τάσεις του wellness, μας συστήνει μέσω των **TheSuperdrinks** -που αποτελούν τη νέα τάση των φυσικών αναψυκτικών με όφελος υγείας- την kombucha (προφέρεται κομπούτσα ή κομπούχα). Το αποτέλεσμα της φυσικής ζύμωσης του μύκητα σε λευκό και μαύρο τσάι σε συνδυασμό με υπερτροφές όπως *ginger*, *acerola*, *acai berry*, *κουρκουμά* γίνεται η νέα μας υγιεινή εμμονή. Αυτό το πλούσιο σε προβιοτικά μείγμα διατηρεί την καλή υγεία του γαστρεντερικού συστήματος και δίνει στον οργανισμό μας βιταμίνες, ιχνοστοιχεία και αντιοξειδωτικά. Διαλέξτε την kombucha που σας αρέσει από τα παρακάτω brands -**Vigo Kombucha**, η οποία κυκλοφορεί σε τρεις διαφορετικές εκδοχές (ελαφριάς ζύμωσης 2 ημερών, χωρίς ζάχαρη, μακράς ζύμωσης 10 ημερών και wellness shots με υπερσυμπυκνωμένα συστατικά που αποτελούν φυσικά boosters), **Laesk Kombucha** (kombucha χωρίς παστερίωση με πατρίδα τη Δανία, 100% οργανικά συστατικά και με 1 δισ. προβιοτικά), **Punk Rabbit** (η 1η kombucha που εμπορεύεται αποκλειστικά για την Ελλάδα σε ένα μικρό παραδοσιακό ζυθοποιείο της Λετονίας και κυκλοφορεί σε 5 φανταστικές γεύσεις με ελάχιστες θερμίδες. Ανάμεσά τους και δύο καινούργιες, μοναδικές αυτήν τη στιγμή στην Ελλάδα, η *Coffee χωρίς ζάχαρη* και η *Hard Kombucha με αλκοόλ 5% και γεύση guava*)- και απολαύστε την παγωμένη.

Κι αν είσατε fan του matcha tea, υπάρχει το **YOKO Bio Matcha Tea**. Πρόκειται για ένα βραβευμένο προϊόν, με ακατέργαστη καστανή ζάχαρη και νερό πηγής, έτοιμο να το πιείτε στο ποτήρι. Κι αν δεν χορταίνετε να δοκιμάζετε νέα πράγματα, τότε πείτε ναι στα φυσικά αναψυκτικά **Cucumis**, που διατίθενται σε δύο ξεχωριστές γεύσεις, λεβάντα με μια δόση περγαμόντο και αγγούρι με μια δόση βασιλικό. Εμείς τα πίνουμε σκέτα ή φτιάχνουμε ακόμα και κοκτέιλ με αυτά.

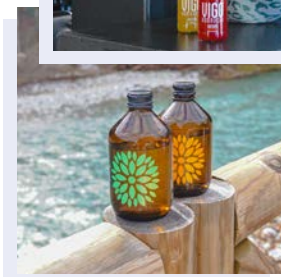
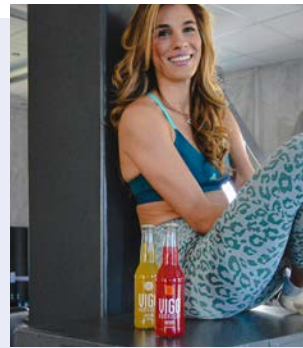
Και μια και είπαμε κοκτέιλ, τη μοναδική αφιλτράριστη lager μπίρα **Noam** με 5,2% αλκοόλ την έχετε δοκιμάσει; Μια ελαφριά, δροσιστική μπίρα με ξεχωριστή γεύση, που χαρακτηρίζεται από τις λουλουδένιες γεύσεις του λυκίσκου και ένα υπέροχο vintage αισθητικής μπουκάλι.

Ας ξεδιψάσουμε όμως λίγο. Και όχι με ένα οποιοδήποτε φυσικό μεταλλικό νερό, αλλά με το **Sant Aniol**, που παράγεται στην ηφαιστειογενή περιοχή La Garrotxa της Ιβηρικής χερσονήσου σε πηγή βάθους 150 μέτρων και κυκλοφορεί σε φυσικό και ανθρακούχο νερό, σε premium ξεχωριστές συσκευασίες που απεικονίζουν στον πάτο του μπουκαλιού την ηφαιστειακή λάβα.

••Στην υγεία των **TheSuperdrinks**.



THESUPERDRINKS



Στόχος μας ο τουρισμός 12 μήνες τον χρόνο

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η αύξηση της διάρκειας παραμονής και της μέσης δαπάνης των τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας, αποτελεί τον μείζονα στόχο για το ελληνικό Τουρισμό.

Στο Υπουργείο Τουρισμού έχουμε τη βούληση και την αποφασιστικότητα να χτίσουμε πάνω στα θετικά και να δημιουργήσουμε νέες αποδοτικότερες συνθήκες ανάπτυξης.

Να αναδείξουμε και αξιοποιήσουμε τον ανεξάντλητο πλούτο που διαθέτουμε ως χώρα και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που μας καθιέρωσαν ως μια πρωταγωνίστρια χώρα στον παγκόσμιο Τουρισμό.

Σκοπός μας είναι να ενισχύσουμε το τουριστικό μας προϊόν και να κατανείμουμε σε μεγαλύτερη χρονική περίοδο τις αφίξεις επισκεπτών σε περισσότερους προορισμούς στη χώρα μας.

Στόχος μας, να διαμορφώσουμε συνθήκες για τουρισμό 12 μήνες το χρόνο. Για την επίτευξη του, εργαζόμαστε με όραμα και στρατηγικό σχέδιο για καλύτερη κατανομή των εκατομμυρίων τουριστών που επισκέπτονται τη χώρα μας, όλες τις εποχές του χρόνου και την ανάδειξη νέων προορισμών που θα αθροισθούν στους ήδη υπάρχοντες και θα εμπλουτίσουν και θα αναβαθμίσουν το τουριστικό μας προϊόν.



Στην ομαδική αυτή προσπάθεια με όλους τους τουριστικούς φορείς, η συντονισμένη προβολή των δράσεων που αποφασίζουμε και υλοποιούμε, μεγιστοποιεί τα επιδιωκόμενα οφέλη.

Μια τέτοια προβολή θεωρώ ότι εξυπηρετεί και το ψηφιακό περιοδικό

Greek Hospitality News, που όπως όλα τα ηλεκτρονικά και έντυπα μέσα που αναδεικνύουν τις δράσεις και τους στόχους μας, εκτιμώ ότι θα συμβάλλει με τη λειτουργία του στη γενικότερη προσπάθεια για την περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού Τουρισμού.

LET'S... GET TOGETHER

ME TA BLUETOOTH SPEAKERS

ΤΗΣ M A R L E Y!

Elegant design και unique ήχος που ξεχωρίζει!



EM-JA006-SBA

- Eco-friendly υλικά κατασκευής
- 8 ώρες αυτονομία
- Ενσωματωμένο μικρόφωνο για ατελείωτη επικοινωνία



EM-JA013-SB

- Compact design
- 10 ώρες αυτονομία
- USB port για δυνατότητα μουσικής αναπαραγωγής

Η M A R L E Y από την πρώτη ημέρα λειτουργίας της επενδύει στην Πράσινη Τεχνολογία.



Recycled paper



Organic cotton



Hemp fiber



Bamboo



Recyclable metal



REWIND™ fabric



Regrid™



Recycled plastic

SALAS HEADPHONES,
Άγγελου Κιούση 8,
Κορωπί 19400,
salasheadphones.gr

Προχωράμε μπροστά παρά τις δυσμενείς συγκυρίες!

Με την ιδιότητά μου, ως Πρόεδρος του ΕΟΤ, χαιρετίζω το πρώτο φύλλο του ψηφιακού περιοδικού GREEK HOSPITALITY NEWS.

Ένα νέο μέσο, από έμπειρους ανθρώπους στον τουρισμό. Μια νέα φωνή, που θα εκφράσει και θα ενισχύσει περαιτέρω τη μεγάλη μας οικογένεια.

Ο ΕΟΤ, πάντα πλάι στο τουριστικό επιχειρείν και στον κόσμο της εργασίας, θα συνεχίσει να προβάλλει διεθνώς τη χώρα ως έναν προορισμό:

- ασφαλή από κάθε άποψη
- με υψηλά ποιοτικά χαρακτηριστικά
- με τεράστιο πλούτο αυθεντικών εμπειριών
- εξίσου μαγευτικό, κάθε εποχή του χρόνου.

Σε αυτά τα πλαίσια, φέτος υλοποιήσαμε για πρώτη φορά καμπάνια χειμερινού τουρισμού και τουρισμού πόλεων (city break).

Στόχος, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και φυσικά η ενίσχυση των επιχειρήσεων, ειδικά των 12μηνων λειτουργίας, που επλήγησαν ιδιαίτερα από την πανδημία.

Το 2021, δημιουργήθηκε, για πρώτη φορά, ειδική εφαρμογή για κινητά (VISIT AP), η οποία εκτός από πολυεργαλείο πληροφοριών για τον ταξιδιώτη, αποτελεί μέσο δωρεάν προβολής και προώθησης όλων των επαγγελματιών του τουρισμού.



Παρά τις εξαιρετικά δυσμενείς συγκυρίες, μια παγκόσμια υγειονομική κρίση και έναν πόλεμο στην ευρωπαϊκή ήπειρο, είμαι πεπεισμένη πως ο κόσμος του ελληνικού τουρισμού

θα συνεχίσει να επιδεικνύει την ίδια ανθεκτικότητα, την ίδια ευελιξία, την ίδια δύναμη για να προχωρήσουμε μπροστά, στην επόμενη μέρα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς.



wte

ATHENS

13-15 MAY 2022

World Tourism Expo

PERISTERI EXHIBITION CENTER

www.worldtourismexpo.gr



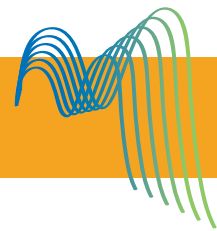
www.mact.gr



2110129575



info@mact.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

**MACT
MEDIA
GROUP**

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΦΡΑΓΚΑΚΗΣ | ΓΓ ΕΟΤ

Πυλώνας της ελληνικής φιλοξενίας τα μικρά καταλύματα

Με μεγάλη χαρά καλωσορίζω το Greek Hospitality News, το ψηφιακό περιοδικό της Συνομοσπονδίας

Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδας (ΣΕΤΚΕ).

Η Ελλάδα θεωρείται ένας από κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς στον κόσμο και υποδέχεται κάθε χρόνο εκατομμύρια επισκέπτες από όλες τις γωνιές του πλανήτη. Τα μικρά και μεσαία τουριστικά καταλύματα, οι μικρομεσαίες επιχειρήσεις που λειτουργούν συνήθως τα μέλη μιας οικογένειας, αποτελούν κεντρικό πυλώνα της ελληνικής φιλοξενίας. Βρίσκονται απ' άκρη σε άκρη σε όλη

τη χώρα και μέσα από τις υπηρεσίες που προσφέρουν στον επισκέπτη συμβάλλουν στην ενίσχυση του τουριστικού μας προϊόντος. Οι Έλληνες επιχειρηματίες τουριστικών καταλυμάτων ενισχύουν, ανάμεσα στα άλλα, την αυθεντικότητα του ελληνικού τουρισμού, ενώ η άμεση προσωπική επαφή με τους επισκέπτες ενισχύει την ιδιαίτερη ταυτότητά μας.

Η Ελλάδα προσφέρει ένα τουριστικό προϊόν που συνεχώς εξελίσσεται, διαφοροποιείται, εκσυγχρονίζεται και προσφέρει νέες εμπειρίες στον ταξιδιώτη. Τα τουριστικά καταλύματα έχουν παίξει και συνεχίζουν να παίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτήν την εξέλιξη και το γεγονός ότι είμαστε ένας από τους κορυφαίους προορισμούς στον κόσμο οφείλεται σε μεγάλο ποσοστό και στο δικό τους έργο. Αυτά τα δύο εξαιρετικά δύσκολα χρόνια της πανδημίας η ελληνική κυβέρνηση βοήθησε ουσιαστικά επιχειρηματίες και εργαζόμενους και στον τουριστικό στον κλάδο, με ένα συνολικό πακέτο στήριξης που έφτασε τα 43 δισεκατομμύρια ευρώ, δίνοντάς τους τη δυνατότητα να παραμείνουν όρθιοι στην πρωτόγνωρη κατάσταση που ζήσαμε όλοι μας. Αντίστοιχη στήριξη προσφέρει και στο υψηλό ενεργειακό κόστος, το οποίο οφείλεται σε εξωτερικούς παράγοντες.



Έχουμε μπροστά μας μια νέα τουριστική σεζόν και παρά τις σκιές του πολέμου που ζούμε τις τελευταίες εβδομάδες, παραμένω αισιόδοξος για την φετινή πορεία του τουρισμού. Πιστεύω ότι το καράβι του ελληνικού τουρισμού θα καταφέρει και αυτή τη φορά να αντιμετωπίσει άλλη μία τρικυμία.

Εύχομαι το Greek Hospitality News να γίνει ένας γόνιμος τόπος συνάντησης και επικοινωνίας για τους επαγγελματίες του τουρισμού της χώρας μας.

Ένα αξιόπιστο μέσο που θα προάγει τον ελληνικό τουρισμό, θα ενισχύσει την στρατηγική ανάπτυξης του τουριστικού μας προϊόντος και θα συμβάλλει ουσιαστικά στην επικοινωνία των ζητημάτων που αντιμετωπίζουν, αλλά και των προοπτικών ενός πολύ σημαντικού κλάδου του τουρισμού μας.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες τουριστικών καταλυμάτων ενισχύουν, ανάμεσα στα άλλα, την αυθεντικότητα του ελληνικού τουρισμού, ενώ η άμεση προσωπική επαφή με τους επισκέπτες ενισχύει την ιδιαίτερη ταυτότητά μας

Το 1ο Συμπόσιο «Ελλάδα - Η χώρα του ευ ζην» διοργανώνει ο ΕΟΤ

Το 1ο Συμπόσιο «Ελλάδα - Η χώρα του ευ ζην» με θέμα «Η αειφόρα Οικονομία της Φιλοξενίας σε σύνδεση με την Ελληνική Διατροφή και τον Πολιτισμό» διοργανώνει ο ΕΟΤ την Τρίτη 12 Απριλίου σε κεντρικό ξενοδοχείο της Αθήνας.

Σκοπός του Συμποσίου, που πραγματοποιείται με πρωτοβουλία της Προέδρου του ΕΟΤ, Άντζελας Γκερέκου, είναι τόσο η διερεύνηση των δυνατοτήτων περαιτέρω προβολής και προώθησης της ελληνικής μεσογειακής διατροφής και των αυθεντικών τοπικών προϊόντων ως του μεγαλύτερου αναξιοποίητου εθνικού κεφαλαίου της Ελλάδας όσο και η ανάδειξη των προορισμών



με αναφορά στο πολιτιστικό τους απόθεμα και τη διαφορετικότητά τους. Στο Συμπόσιο θα συμμετάσχουν πολιτικοί και αυτοδιοικητικοί παράγοντες, στελέχη της ελληνικής τουριστικής αγοράς και διακεκριμένοι σεφ, ενώ χαιρετισμούς αναμένε-

ται να απευθύνουν ο Υπουργός Τουρισμού, Βασίλης Κικίλιας, ο ΓΓ του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, ο ΓΓ Απόδημου Ελληνισμού και Δημόσιας Διπλωματίας Υπουργείου Εξωτερικών, Γιάννης Χρυσουλάκης, ο Δήμαρχος Τρικκαίων και Πρόεδρος ΚΕΔΕ, Δημήτρης Παπαστεργίου, το μέλος του ΔΣ του ΣΕΤΕ, Χαράλαμπος Βούλγαρης, η Πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνίδων στον Τουρισμό, Ειρήνη Μαντζαβελάκη-Βασιλοπούλου, ο Πρόεδρος της Λέσχης Αρχιμαγείρων Ελλάδας, Τάσος Πρωτοψάλτης, ο Πρόεδρος της Λέσχης Αρχιμαγείρων «Ακρόπολις», Κωνσταντίνος Μουζάκης και ο Πρόεδρος της Πρωτοβουλίας «ΕΛΛΑ-ΔΙΚΑ ΜΑΣ», Άγις Πιστιόλας.



Καλημέρα όλη μέρα
με αυθεντική γεύση Νάξου!

ΧΩΡΑ ΝΑΞΟΥ 84 300

T. (22850) 25340, 23051 F. 22850 22240

e-mail: easnaxos@otenet.gr

www.easnaxos.com



easnaxou

ΓΙΑΝΝΗΣ ΡΕΤΣΟΣ | ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΣΕΤΕ

Οι συνεργασίες και οι συνέργειες ισχυρό Μέσο για την περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού

Η σταδιακή έξοδος του τουρισμού από την κρίση που προκάλεσε η πανδημία του κορωνοϊού, σε συνδυασμό με την εικόνα που υπάρχει μέχρι στιγμής για τη ζήτηση όσον αφορά τον ελληνικό προορισμό, δημιουργεί τις προϋποθέσεις για την ανάκαμψη και των μικρομεσαίων επιχειρήσεων τουριστικών καταλυμάτων.

Σε αυτή τη δύσκολη διαδρομή των τελευταίων 2 ετών, ο ΣΕΤΕ συνεργάστηκε με όλους τους κλαδικούς φορείς - μέλη του, για την κατάθεση ρεαλιστικών προτάσεων με στόχο την αντιμετώπιση των προβλημάτων που προέκυψαν ως αποτέλεσμα της πανδημίας.

Την επόμενη μέρα, γνωρίζοντας ότι θα κληθούμε να αντιμετωπίσουμε μία σειρά νέων προκλήσεων, συνεχίζουμε να προάγουμε τις συνεργασίες και τις συνέργειες ως ισχυρό Μέσο για την περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού.

Σημαντικό ρόλο σε αυτή την προσπάθεια θα παίξει η υλοποίηση των δράσεων μίας στρατηγικής, η οποία μπορεί να υιοθετηθεί με βάση τα αποτελέσματα της μελέτης του ΙΝΣΕΤΕ «Ελληνικός Τουρισμός 2030-Σχέδια Δράσης».

Πρόκειται για μια μελέτη που ανταποκρίνεται στις ανάγκες των καιρών, που λαμβάνει υπόψη της τα



ιδιαίτερα χαρακτηριστικά του τουριστικού τομέα, που είναι δυναμική και προσαρμόζεται ανάλογα με τις εξελίξεις.

Στη νέα εποχή, όπως διαγράφεται για τον ελληνικό τουρισμό, η έκδο-

ση του ψηφιακού περιοδικού της Συνομοσπονδίας Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδας μπορεί να συμβάλει στη σωστή πληροφόρηση των επιχειρηματιών και επαγγελματιών του χώρου.

ΣΕΤΕ: «Με το Εθνικό Σχέδιο 2030 χαράζουμε τον δρόμο για την επόμενη ημέρα»

Ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ, κ. Γιάννης Ρέτσος, παρουσίασε τη Δευτέρα, 4 Απριλίου 2022, συνοπτικό απολογισμό της πορείας του ελληνικού τουρισμού το 2021 και των προσδοκιών και προκλήσεων του κλάδου για το 2022, στο πλαίσιο δημοσιογραφικής ενημέρωσης.

Ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ επικεντρώθηκε σε μια σειρά από θέματα αιχμής για τον Τουριστικό τομέα, μεταξύ αυτών τα μέτρα κατά της ακρίβειας, τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, και την ανάγκη προσέλκυσης ποιοτικού και ποσοτικά επαρκούς ανθρώπινου δυναμικού στον τουρισμό.

Ειδική μνεία έγινε στη συνεισφορά του ελληνικού τουρισμού στο ΑΕΠ, μέσω της δημιουργίας περισσότερων από 50.000 θέσεων εργασίας εντός του 2022, και της ενίσχυσης της εξωστρέφειας της ελληνικής

οικονομίας. Όπως δήλωσε ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ, «ο τουρισμός είναι καταλύτης για τη μείωση της ανεργίας στη χώρα».

Ο κ. Ρέτσος αναφέρθηκε εκτενώς στο Ουκρανικό, τόσο ως προς τις μείζονες ανθρωπιστικές επιπτώσεις που έχει επιφέρει η εισβολή, αλλά και ως τις επιπτώσεις στη τουριστική ζήτηση, τα λειτουργικά κόστη των επιχειρήσεων και το ενεργειακό κόστος και σχολίασε ότι «ο ελληνικός τουρισμός, έχει γνώση, ωριμότητα και ψυχραιμία να αντιμετωπίσει με αποτελεσματικό τρόπο και αυτή τη μεγάλη κρίση που προέκυψε».

Τονίζοντας την ανάγκη ύπαρξης και υλοποίησης μακρόπνοου στρατηγικού σχεδιασμού για τον ελληνικό τουριστικό τομέα, με έμφαση στις συνέργειες και τη συνεργασία με τις Περιφέρειες, ο Πρόεδρος του ΣΕΤΕ ανήγγειλε την παρουσίαση του Εθνικού Σχεδίου 2030 για τον Τουρισμό, στο πλαίσιο του Delphi Economic Forum VIII, το Σάββατο, 9 Απριλίου 2022, δηλώνοντας ότι «Το Εθνικό Σχέδιο 2030 μας ανοίγει τον δρόμο για την επόμενη μέρα του ελληνικού τουρισμού».



Κλείνοντας την τοποθέτησή του, ο κ. Ρέτσος σημείωσε μεταξύ άλλων: «Ο ελληνικός τουρισμός προσαρμόζεται στα δεδομένα, έχει αντοχές, αντιδρά άμεσα και στο τέλος βγαίνει νικήτης». Την συζήτηση με τους δημοσιογράφους συντόνισε η κα. Μαρία Γάτσου, Γενική Διευθύντρια ΣΕΤΕ.

Την επόμενη μέρα του ελληνικού τουρισμού.

GK FORCES



Επιστρώματα

Παπλώματα

Παπλωματοθήκες

Κουβέρτες-Κουβερλί

Σεντόνια

Μαξιλάρια

Μπουνούζια

Πετσέτες

Ταπέτα

Κεντημένη Πετσέτα



Β. Κικίλιας: Η ΑΗΕΡΑ ισχυρή συνιστώσα για την τουριστική προβολή της Ελλάδας

Ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας συναντήθηκε την Τρίτη 5 Απριλίου στο Υπουργείο Τουρισμού με αντιπροσωπεία της ΑΗΕΡΑ, στο πλαίσιο της επίσημης επίσκεψης που πραγματοποιεί η ομογενειακή οργάνωση στη χώρα μας.

Ο κ. Κικίλιας τόνισε τον εξαιρετικά σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει διαχρονικά η ΑΗΕΡΑ σε θέματα μείζονος εθνικού ενδιαφέροντος και ευχαρίστησε τα δυναμικά μέλη της για τη προσήλωσή τους στην

αποτελεσματική προσπάθεια ύψιστων ιδεωδών, όπως είναι η εκπαίδευση, η φιλανθρωπία, η αστική ευθύνη, η οικογενειακή και ατομική αριστεία, με αίσθημα βαθιάς κοινωνικής ευθύνης και υποδειγματικού εθελοντισμού.

Επισημάνε δε ότι η μεγάλη οικογένεια των ΑΗΕΡΑΝΣ αποτελεί μια ισχυρή συνιστώσα για την τουριστική προβολή της μοναδικής ελληνικής φιλοξενίας και της απaráμυλλης φυσικής ομορφιάς της χώρας μας.

Τελετή ονοματοδοσίας αεροσκάφους της TUI παρουσία του Υπ. Τουρισμού

«**Το Υπουργείο Τουρισμού** μαζί με όλους τους τουριστικούς φορείς δίνουμε καθημερινά μια πολύ μεγάλη μάχη. Με σκληρή δουλειά και προσπάθεια, καθημερινούς στόχους για όλους τους προορισμούς μας, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου με ένα βιώσιμο τουριστικό μοντέλο, χωρίς μεγάλα λόγια και με υψηλή προσδοκία για τη φετινή τουριστική περίοδο», επισήμανε ο Υπουργός Τουρισμού Βασίλης Κικίλιας, κατά την εναρκτήρια ομιλία στην τελετή ονοματοδοσίας αεροσκάφους της TUI, που πραγματοποιήθηκε στο διεθνές αεροδρόμιο «Ν. Καζαντζάκης». Το αεροσκάφος έλαβε συμβολικά το όνομα «Ηράκλειο».

«Στόχος μας να έχουμε περισσότερους ταξιδιώτες, πιο ποιοτικούς, που αφήνουν περισσότερο συνάλλαγμα, που σέβονται τα ήθη, τα έθιμα και τον πολιτισμό μας, που αγαπούν την Ελλάδα και που έρχονται ξανά και ξανά, στηρίζοντας έτσι τους εκατοντάδες χιλιάδες ανθρώπους του Τουρισμού, της ατμομηχανής της ελληνικής οικονομίας που φέρνει το μεγαλύτερο κομμάτι του εισοδήματος στη μέση ελληνική οικογένεια», υπογράμμισε ο Υπουργός Τουρισμού.

«Τα προβλήματα που υπάρχουν είναι δεδομένα, κάποια από αυτά πρωτόγνωρα και ανήκουστα για την Ευρώπη του 2022. Με δύναμη και πίστη, είμαι σίγουρος ότι κάνουμε το καλύτερο δυνατόν για να τα αντιμετωπίσουμε κάθε μέρα, με σημαντική προσπάθεια και συνεισφορά από όλους», κατέληξε στην ομιλία του ο κ. Κικίλιας.



Πελοπόννησος 2022 Σε πρώτο πλάνο ο Τουρισμός

Το Ινστιτούτο Επιχειρηματικού Μέλλοντος (BFI) σε συνεργασία με το Allaboutpeloponnisos.com και τον Τουριστικό Οργανισμό Πελοποννήσου, είναι στην ευχάριστη θέση να ανακοινώσουν τη διοργάνωση της διαδικτυακής ημερίδας με θέμα «Πελοπόννησος 2022- Σε πρώτο πλάνο ο Τουρισμός», τη Δευτέρα 11 Απριλίου 2022, ώρα 18.00.

Στη ημερίδα θα παρουσιαστεί το έργο του Υπουργείου Τουρισμού στην Ελλάδα και το εξωτερικό, οι ενέργειες των Περιφερειών Πελοποννήσου και Δυτικής Ελλάδας, και η υφιστάμενη κατάσταση και οι νέες τάσεις του τουρισμού στην Πελοπόννησο μέσα από την ανάλυση του Τουριστικού Οργανισμού Πελοποννήσου. Θα ακολουθήσει ενημερωτική παρουσίαση στους επαγγελματίες που θα συμμετάσχουν για τις πρακτικές μεθόδους και τις ενέργειες για την ανάπτυξη Τουριστικών Επιχειρήσεων και η ημερίδα θα κλείσει με συζήτηση και ανταλλαγή απόψεων για την επόμενη ημέρα και τη νέα καλοκαιρινή σεζόν.

Την ημερίδα καλούνται να παρακολουθήσουν Επιχειρηματίες και Επαγγελματίες του Τουριστικού κλάδου της Πελοποννήσου, καθώς και Φορείς του τουρισμού, οι οποίοι συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τόπου.



Πάνω από 600 συμμετέχοντες από 24 χώρες στο **Front Runners 4.0**

Το μεγαλύτερο συνέδριο για το αθλητικό management και ένα από τα μεγαλύτερα στην Ευρώπη, το «Front Runners in Sports Management 4.0» διοργανώθηκε από το Sports Management Society του Deree - Αμερικανικού Κολλεγίου Ελλάδος με απόλυτη επιτυχία μαζί με την πολυβραβευμένη ActiveMedia Group και το Center of Excellence in Food, Tourism & Leisure, The American College of Greece την Πέμπτη 31 Μαρτίου, την Παρασκευή 1 Απριλίου και το Σάββατο 2 Απριλίου 2022.

Το συνέδριο άνοιξε ο Υφυπουργός Πολιτισμού & Αθλητισμού, κ. Λευτέρης Αυγενάκης, αντίστοιχα ο Υπουργός Τουρισμού, κ. Βασίλης Κικίλιας, και ο

Deputy Chief of Mission της Πρεσβείας των Η.Π.Α. στην Αθήνα, κ. David Burger απηύθυναν τον χαιρετισμό τους μέσω βίντεο, ενώ η Υφυπουργός Τουρισμού, κα. Σοφία Ζαχαράκη συμμετείχε σε πάνελ όπου παρουσιάστηκε η πρώτη έρευνα για τον Αθλητικό Τουρισμό στην Ελλάδα για το 2021.

Πάνω από 40 επιφανείς ομιλητές, το 30% των οποίων ήταν γυναίκες, συναντήθηκαν στο Front Runners 4.0 με περισσότερους από 600 συμμετέχοντες από 24 διαφορετικές χώρες και πάνω από 300 εταιρείες, που σχετίζονται με την αθλητική βιομηχανία παρακολούθησαν τις τελευταίες εξελίξεις στον χώρο του αθλητισμού αλλά και του αθλητικού τουρισμού.

ΣΕΤΕ: Στήριξη τουριστικών επιχειρήσεων με έκθεση στη ρωσική αγορά

Επιστολή που αφορά στη στήριξη τουριστικών επιχειρήσεων με έκθεση στη ρωσική αγορά και προτάσεις για βελτίωση του πλαισίου βραχυχρόνιας μίσθωσης απέστειλε στους αρμόδιους υπουργούς ο ΣΕΤΕ. Τα δυο βασικά θέματα που εστιάζει είναι η στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων με μεγάλη έκθεση στην Ρωσική αγορά και η βελτίωση του θεσμικού πλαισίου που διέπει τη βραχυχρόνια μίσθωση. Όσον αφορά το πρώτο θέμα ο ΣΕΤΕ τονίζει πως υπάρχουν ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις (τουριστικά γραφεία και τουριστικά καταλύματα) που το μεγαλύτερο μέρος του τζίρου τους προερχόταν τα τελευταία χρόνια από χώρες της πρώην Ε.Σ.Σ.Δ.. Λόγω του πολέμου στην Ουκρανία, ο προγραμματισμός των επιχειρήσεων αυτών έχει ανατραπεί ολοκληρωτικά. Με δεδομένο πως είναι αντικειμενικά αδύνατον λίγο πριν την έναρξη της τουρι-

SETE

στικής περιόδου οι επιχειρήσεις αυτές να μπορέσουν να αναπληρώσουν το κενό που δημιουργείται, συνάπτοντας συνεργασίες με άλλες τουριστικές αγορές (σημειώνεται πως το έτος 2019 530.000 περίπου Ρώσοι τουρίστες επισκέφθηκαν τη χώρα μας και σε αυτούς θα πρέπει να προστεθούν οι Ουκρανοί και οι Λευκορώσοι), θα πρέπει για το προσεχές χρονικό διάστημα να στηριχθούν, ώστε να μπορέσουν να παραμείνουν σε λειτουργία και να διατηρήσουν τις θέσεις εργασίας τους. Ο ΣΕΤΕ προτείνει τα εξής μέτρα στήριξης των επιχειρήσεων αυτών:

■ Αναστολή των φορολογικών και ασφαλι-

στικών τους υποχρεώσεων (τρέχουσες και δόσεις παλαιότερων ρυθμίσεων).

■ Παροχή της δυνατότητας να θέσουν σε αναστολή έως τα 2/3 των συμβάσεων εργασίας του προσωπικού που απασχολούν.

■ Αναστολή των προθεσμιών λήξης, εμφάνισης και πληρωμής των αξιογράφων εκδόσεώς τους.

Ο ΣΕΤΕ επισημαίνεται πως κριτήριο για την ένταξη στα παραπάνω μέτρα στήριξης θα πρέπει να είναι το ποσοστό του συνολικού τζίρου που σημείωσε κατά το έτος 2019 η τουριστική επιχείρηση, το οποίο προερχόταν από την τουριστική αγορά των χωρών της πρώην Ε.Σ.Σ.Δ. και το οποίο θα πρέπει να υπερβαίνει το 55% των συνολικών της εσόδων, αποδεικνυόμενο με κάθε πρόσφορο μέσο όπως για παράδειγμα τις σχετικές συμβάσεις με τουριστικά γραφεία που δραστηριοποιούνται στις συγκεκριμένες αγορές, φορολογικά παραστατικά κ.λπ.

Ο πολιτιστικός τουρισμός στην Ευρώπη την εποχή της πανδημίας

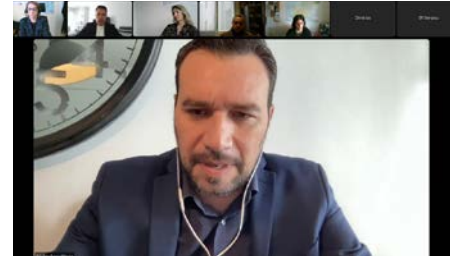
Συνάντηση της Τοπικής Ομάδας Υποστήριξης των πρόσθετων δράσεων του έργου CHRISTA για τον βιώσιμο πολιτιστικό τουρισμό, διοργάνωσε διαδικτυακά η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας και το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης με τη συμμετοχή φορέων και επιχειρήσεων από τον χώρο του τουρισμού και του πολιτισμού της Κεντρικής Μακεδονίας.

Ο Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού Κεντρικής Μακεδονίας Αλέξανδρος Θάνος στον χαιρετισμό του αναφέρθηκε στις δράσεις του έργου CHRISTA που υλοποιήθηκαν με επιτυχία τα προηγούμενα χρόνια, και στο Δίκτυο Δημιουργικών Πόλεων Γαστρονο-

μίας της UNESCO που προωθεί την πολιτιστική πολυμορφία και την αειφόρο αστική ανάπτυξη, και στο οποίο συμμετέχει η Θεσσαλονίκη.

«Στόχος μας είναι να διαμορφώσουμε δίκτυα, να υποβάλλουμε προτάσεις που ευνοούν τον πολιτιστικό τουρισμό», υπογράμμισε ο κ. Θάνος, ενώ αναφέρθηκε στο πρόγραμμα Interreg Europe και τα προγράμματα Ευρωπαϊκής Εδαφικής Συνεργασίας Interreg, τα οποία όπως ανέφερε χαρακτηριστικά έρχονται να συμβάλλουν προσθετικά στις πρωτοβουλίες της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας.

Η υπεύθυνη του έργου CHRISTA Λαμπρινή



Τσώλη, στέλεχος του Τμήματος Επιστημονικοτεχνικής Υποστήριξης και Υλοποίησης Προγραμμάτων του Περιφερειακού Ταμείου Ανάπτυξης Κεντρικής Μακεδονίας, έκανε μία σύντομη αναφορά στη στόχευση του έργου, και υπογράμμισε το σημαντικό πολιτιστικό έργο της Περιφέρειας και ειδικά τη δημιουργία της πολιτιστικής πεζοπορικής διαδρομής που αναβιώνει τη διαδρομή που περπάτησε ο Απόστολος Παύλος.

FedHATTA: Ανάγκη εξορθολογισμού των πρωτοκόλλων στα μουσεία - αρχαιολογικούς χώρους

Την άμεση ανάγκη εξορθολογισμού των υγειονομικών πρωτοκόλλων που εφαρμόζονται στα κλειστά Μουσεία και τους ανοι-



κτούς Αρχαιολογικούς Χώρους ζητεί η Ομοσπονδία FedHATTA έτσι ώστε να επιτευχθεί μια όσο το δυνατόν ομαλότερη και αποδοτικότερη τουριστική περίοδος για τον ελληνικό τουρισμό. «Είναι ανεπίτρεπτο το γεγονός ότι οι αναρτήσεις στην ιστοσελίδα του Υπουργείου Πολιτισμού που αφορούν τα ισχύοντα πρωτόκολλα δεν ανανεώνονται ταυτόχρονα με τις ανακοινώσεις που

εκδίδονται για το σύνολο των δραστηριοτήτων από τα αρμόδια Υπουργεία. Επιπλέον, είναι αδιανόητο, να επιτρέπεται (με βάση τις οδηγίες του

Υπουργείου) να αποφασίζει ο κάθε χώρος ξεχωριστά με ποιο ποσοστό της δυναμικότητας του θα λειτουργήσει», σημειώνει η FedHATTA. Η Ομοσπονδία ζητεί την επίλυση των ζητημάτων αυτών, προκειμένου να μην αφεθεί στην τύχη της μια τουριστική σεζόν που, όπως όλα δείχνουν, θα σηματοδοτήσει την επιστροφή του ελληνικού τουρισμού σε ρυθμούς ανάκαμψης.

Ολοκληρώθηκε το 3ο Συνέδριο Οινοτουρισμού στην Πελοπόννησο

Ολοκληρώθηκε την Κυριακή 3 Απριλίου στην Περιφέρεια Πελοποννήσου το 3ο Συνέδριο Οινοτουρισμού «Πελοπόννησος: Ένα ταξίδι στον οίνο και στο χρόνο», που συνδιοργανώθηκε από την Περιφέρεια, το υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ. Μέσα από το «ταξίδι» αυτό, είχαν την ευκαιρία οι συμμετέχοντες -κυρίως Έλληνες και ξένοι δημοσιογράφοι, όπως και ειδικοί στα του οίνου-, να γνωρίσουν τοπικές ποικιλίες της Πελοποννήσου, να ξεναγηθούν σε επισκέψιμα οινοποιεία σε Αργολίδα, Κορινθία, Αρκαδία, να επισκεφθούν αρχαιολογικούς χώρους, να φυτέψουν το δικό τους αμπέλι, αλλά και να παρακολουθήσουν τις εργασίες του συνεδρίου με θέμα τον οινοτουρισμό, οι οποίες είχαν -κατά γενική ομολογία- εξαιρετικό ενδιαφέρον.

Συνεργασία για τη στήριξη των κτηνοτρόφων στη Β. Εύβοια

Το Επιμελητήριο Εύβοιας στα πλαίσια του θεσμικού του ρόλου και των πολλαπλών δράσεων ανάκαμψης της κοινωνίας και της οικονομίας των δύο πληγέντων δήμων στη Βόρεια Εύβοια, σε συνεργασία με τον διεθνή ανθρωπιστικό οργανισμό IOCC ξεκίνησε την Τρίτη 05/04/22 την πρωτοβουλία δωρεάν διανομής ζωοτροφών έτοιμου σιτηρέσιου 320 τόνων, ξεκινώντας - σε πρώτο στάδιο - από τις Ροβιές της Βόρειας Εύβοιας.

Οι πολύτιμες δωρεές της IOCC προέρχονται από την Αρχιεπισκοπή Αμερικής και άλλους δωρητές. Η διανομή πραγματοποιήθηκε αναλογικά με τον αριθμό των δηλωθέντων ζώων, κατόπιν σχετικής ενημέρωσης από την Περιφέρεια και με τον συντονισμό του Αντιπεριφερειάρχη κ. Γιώργου Κελαϊδίτη. Παράλληλα με τις ανωτέρω πρωτοβουλίες ο IOCC παρέχει για μεγάλο χρονικό διάστημα, voucher super market έως 200 ευρώ τον μήνα για πυρόπληκτους δικαιούχους και τοπικές επιχειρήσεις.

9ο Συνέδριο Τουρισμού του ΙΕΚ ΑΛΦΑ Γλυφάδας

Υπό τις αιγίδες του Υπουργείου Τουρισμού, του Δήμου Γλυφάδας, του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος και της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών, Αττικής & Αργοσαρωνικού, διεξάγεται φέτος το 9ο Συνέδριο Τουρισμού που διοργανώνει το ΙΕΚ ΑΛΦΑ Γλυφάδας, με επίκεντρο τον ρόλο της Τουριστικής Εκπαίδευσης και της Τεχνολογίας στο «αύριο» του Τουρισμού και θέμα «ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Επενδύσεις, Εκπαίδευση & Τεχνολογία διαμορφώνουν το ΑΥΡΙΟ», την Τετάρτη 13 Απριλίου στις 11.00, στο OASIS HOTEL, στη Γλυφάδα!

Το 9ο -κατά σειρά- Συνέδριο που πραγματοποιεί ο Τομέας Τουρισμού του ΙΕΚ ΑΛΦΑ στη Γλυφάδα, αποτελεί πλέον θεσμό, τόσο για τα Νότια Προάστια, όσο και για τον κλάδο του Τουρισμού, στοχεύοντας κάθε χρόνο στην κινητοποίηση των εμπλεκόμενων φορέων και ιδιωτών -Υπουργείου, Αυτοδιοίκησης, Επιμελητηρίου, επιχει-



ρηματιών Τουρισμού- αλλά και στον σχεδιασμό και προώθηση συνεργειών του ΙΕΚ ΑΛΦΑ μαζί τους, σε καίρια θέματα για τη «βαριά βιομηχανία της χώρας μας: τον Τουρισμό!

‘Α. Γκερέκου στην 4η Συνάντηση #RouteLab για τα Ιόνια νησιά

Λόγους με τις οποίες η σύζευξη Δημιουργικής Βιομηχανίας και Τουρισμού μπορεί να ενδυναμώσει περαιτέρω την ανάπτυξη των νησιών του Ιονίου ως ενιαίου και ισχυρού local brand στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη, παρουσίασε η Πρόεδρος του ΕΟΤ, Άντζελα Γκερέκου, μιλώντας το Σάββατο 2 Απριλίου στην 4η Συνάντηση Μεταφοράς Γνώσης #RouteLab, που πραγματοποιήθηκε στην Κέρκυρα.

Αντικείμενο της συνάντησης, που συνδιοργάνωσαν ο περιφερειακός τηλεοπτικός σταθμός Ionian TV, η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, το Ιόνιο Πανεπιστήμιο, ο Δήμος Κεντρικής Κέρκυρας και Διαποντίων Νήσων, η ΕΥΔΕΠ Ιονίων Νήσων και η Περιφερειακή Ένωση Δήμων Ιονίων Νήσων, ήταν η μεταφορά γνώσης για τη δυναμική ανάπτυξης των Ιονίων Νήσων μέσω της καινοτομίας και της στήριξης της Δημιουργικής Βιομηχανίας, της επιχειρηματικότητας και του τουρισμού.

Η Πρόεδρος του ΕΟΤ χαρακτήρισε τη Δημιουργική Βιομηχανία ως έναν δυναμικά



Άντζελα Γκερέκου
Πρόεδρος ΕΟΤ



ανερχόμενο κλάδο παραγωγής με πολυπληθείς εκφάνσεις, που μπορεί να λειτουργήσει ως μοχλός ανάπτυξης για τον τουρισμό και συγκεκριμένα για τις εμπλουτισμένες βιωματικές εμπειρίες των επισκεπτών.

Ολοκληρώθηκε το 3ο Συνέδριο Οινoturισμού στην Πελοπόννησο

Ολοκληρώθηκε την Κυριακή 3 Απριλίου στην Περιφέρεια Πελοποννήσου το 3ο Συνέδριο Οινoturισμού «Πελοπόννησος: Ένα ταξίδι στον οίνο και στο χρόνο», που συνδιοργανώθηκε από την Περιφέρεια, το υπουργείο Τουρισμού και τον ΕΟΤ.

Μέσα από το «ταξίδι» αυτό, είχαν την ευκαιρία οι συμμετέχοντες -κυρίως Έλληνες και ξένοι δημοσιογράφοι, όπως και ειδικοί στα του οίνου-, να γνωρίσουν τοπικές ποικιλίες της Πελοποννήσου, να ξεναγηθούν σε επισκέψιμα οινοποιεία σε Αργολίδα, Κορινθία, Αρκαδία, να επισκεφθούν αρχαιολογικούς χώρους, να φυτέψουν το δικό τους αμπέλι, αλλά και να παρακολουθήσουν τις εργασίες του συνεδρίου με θέμα τον οινoturισμό, οι οποίες είχαν -κατά γενική ομολογία- εξαιρετικό ενδιαφέρον.



Χαρίζοντας γευστικές εμπειρίες με το «Καλάθι Πρωινού»

Η **πρωτοβουλία** που έχει ξεκινήσει από το 2017 έχει προσδώσει προστιθέμενη **αξία στο ελληνικό τουριστικό προϊόν**, ενώ προσφέρει ξεχωριστές εμπειρίες στους πελάτες-φιλοξενούμενους των τουριστικών καταλυμάτων μέσα από την **γνωριμία** τους με τα **τοπικά προϊόντα** κάθε προορισμού

Σε σημαντικές πρωτοβουλίες έχει προχωρήσει τα τελευταία χρόνια η ΣΕΤΚΕ σε μια προσπάθεια αναβάθμισης των παρεχόμενων υπηρεσιών από τα τουριστικά καταλύματα. Για το λόγο αυτό παρέχει στα μέλη της σημαντικές πιστοποιήσεις που μπορούν να κάνουν τη διαφορά στην προσπάθεια προσέλκυσης επισκεπτών. Είναι γεγονός πως τα τελευταία χρόνια οι ταξιδιώτες αναζητούν διαφορετικά πράγματα σε σχέση με το παρελθόν. Οι προσδοκίες που έχουν επισκεπτόμενοι την Ελλάδα μπορούν να συνοψιστούν κάτω από τον γενικό τίτλο «αναζήτηση της αυθεντικής εμπειρίας». Οι τουρίστες σήμερα δεν

αναζητούν απλώς την αναψυχή ή την χαλάρωση στις διακοπές. Θέλουν να ζήσουν τον τόπο που επισκέπτονται, να μάθουν την ιστορία του, να δοκιμάσουν τοπικές γεύσεις, να δουν αξιοθέατα κλπ. Οι πιστοποιήσεις που προσφέρει η ΣΕΤΚΕ έρχονται ακριβώς για να καλύψουν αυτές τις προσδοκίες και να αναβαθμίσουν το τουριστικό προϊόν των καταλυμάτων. Η πρώτη σημαντική πρωτοβουλία που ξεκίνησε το 2017 είναι το «Καλάθι Πρωινού». Το «Καλάθι Πρωινού» το επιμελήθηκε ο chef Κωνσταντίνος Μουζάκης και στόχο έχει, αφενός την αναβάθμιση της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών των μικρών τουριστικών καταλυμάτων και αφετέρου την ανάδειξη των μοναδικών

προϊόντων της ελληνικής γης.

Το ψωμί και γενικά τα αρτοποιασκευάσματα, το μέλι, το γάλα, το γιαούρτι, οι πίττες και τα φρέσκα φρούτα αποτελούν τον βασικό κορμό του καλαθιού, το οποίο αναπροσαρμόζεται και εμπλουτίζεται ανά περιοχή, με έμφαση στην τοπική κουζίνα και τα παραδοσιακά προϊόντα κάθε τόπου. Η υπηρεσία της Σ.Ε.Τ.Κ.Ε., έχει προσδώσει προστιθέμενη αξία στο ελληνικό τουριστικό προϊόν, ενώ προσφέρει ξεχωριστές εμπειρίες στους πελάτες-φιλοξενούμενους των τουριστικών καταλυμάτων μέσα από την γνωριμία τους με τα τοπικά προϊόντα κάθε προορισμού.

Η παροχή των πιστοποιήσεων για το «Καλάθι Πρωινού» ξεκίνησε το 2018. Η Σ.Ε.Τ.Κ.Ε. μέσω του προγράμματος «Καλάθι Πρωινού» προσκαλεί τους πελάτες-φιλοξενούμενους των τουριστικών καταλυμάτων σε ένα γευστικό «ταξίδι» ανά την Ελλάδα, σε μία γνωριμία με τους «θησαυρούς» της ελληνικής γης.

Η υπηρεσία στόχο έχει, αφενός τη διασύνδεση του πολιτισμικού, γαστρονομικού πλούτου της χώρας μας με τη διαμονή και τη φιλοξενία στις επιχειρήσεις τουριστικών καταλυμάτων και αφετέρου την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν τα μικρά τουριστικά καταλύματα, με τελικό στόχο το «Ελληνικό Πρωινό» να καθιερωθεί διεθνώς ως ένα επιπρόσθετο κίνητρο για διακοπές στην Ελλάδα.

Ένα καλάθι γεμάτο από αγνά, παραδοσιακά προϊόντα κάθε τόπου, από αυθεντικές ελληνικές γεύσεις, με την ανάλογη φρεσκάδα και ποιότητα, χωρίς ξενικές υπογραφές, που εγγυάται το καλύτερο και το πιο νόστιμο ξεκίνημα της ημέρας.

Το «Καλάθι Πρωινού» έχει σκοπό να συνδέσει τον κλάδο των μη κύριων ξενοδοχειακών καταλυμάτων με τις τοπικές κοινωνίες και να προωθήσει



*Το «Καλάθι Πρωινού»
έχει σκοπό να συνδέσει
τον κλάδο των
μη κύριων ξενοδοχειακών
καταλυμάτων με
τις τοπικές κοινωνίες
και να προωθήσει
τον πρωτογενή
τομέα της κάθε περιοχής*



τον πρωτογενή τομέα της κάθε περιοχής, ωθώντας παράλληλα την εξωστρέφεια των ελληνικών προϊόντων. Ο επισκέπτης θα έχει την ευκαιρία να γευτεί στο πρωινό του τοπικά προϊόντα από μικρούς, τοπικούς παραγωγούς.

Ο κάθε τόπος έχει τη δική του ξεχωριστή ταυτότητα και σε συνάρτηση με τις παραλλαγές των τοπικών εδεσμάτων, μπορεί να αποκαλύψει στους επισκέπτες του μία εντελώς διαφορετική γαστρονομική εμπειρία! Ένα γευστικό ταξίδι με οδηγό την πολιτισμική κληρονομιά κάθε τόπου, από την οποία αντικατοπτρίζεται ο ασύγκριτος πλούτος της ελληνικής κουζίνας!

Με τη δράση αυτή ο επισκέπτης του μη κύριου ξενοδοχειακού καταλύματος μπορεί να έρθει πιο κοντά την ελληνική κουλτούρα, μέσω ενός μοναδικού γευστικού ταξιδιού!

Το «Καλάθι Πρωινού» προσφέρεται με δύο τρόπους:

■ Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν διανεμήσιμα ή δωμάτια με εξοπλισμό εστίασης αλλά δεν έχουν κατάστημα υγειονομικού ενδιαφέροντος (ΚΥΕ), προσφέρουν ένα πραγματικό καλάθι με συσκευασμένα 100% ελληνικά προϊόντα.

■ Οι επιχειρήσεις που διαθέτουν καταστήματα υγειονομικού ενδιαφέροντος (ΚΥΕ) προσφέρουν τα 100% ελληνικά προϊόντα στη σύνθεση του πρωινού τους.

Και στις δύο παραπάνω μορφές παροχής του «Καλάθι Πρωινού», υπάρχει ειδική σήμανση (QR CODE), μέσω της οποίας ο επισκέπτης θα μπορεί να πηγαίνει στην ιστοσελίδα του καταλύματος, από την οποία θα μπορεί να ενημερωθεί για τα προϊόντα και τους παραγωγούς που συνεργάζεται. Στα καταλύματα χωρίς χώρο εστίασης, το QR CODE θα βρίσκεται στο καλάθι, ενώ στα καταλύματα με χώρο εστίασης, θα είναι αναρτημένο με το Ειδικό Σήμα Πιστοποίησης του «Καλάθι Πρωινού».

SMOTEL

Το σήμα της νέας εποχής

Η ΣΕΤΚΕ προχωράει τώρα και σε μια νέα σημαντική πρωτοβουλία με το σήμα πιστοποίησης SMOTEL. Με δεδομένο τις διαρκώς εξελισσόμενες τάσεις του τουρισμού και τις μεταβαλλόμενες ανάγκες των τουριστών και ιδιαίτερα τις προσδοκίες τους για «νέες» εμπειρίες που απαιτούν την «απομαζικοποίηση» του τουριστικού προϊόντος, τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα, έρχονται αντιμέτωπα με συνεχείς προκλήσεις, οι οποίες καθιστούν επιτακτική την ανάγκη εκσυγχρονισμού και αναβάθμισής τους. Η Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ), αφουγκραζόμενη τις ανάγκες αυτές, επιδιώκει να

Σκοπός της ΣΕΤΚΕ
ήταν η δημιουργία ενός φιλικού προς τα μέλη της, συστήματος ένταξης στο σήμα «SMOTEL» υπό την αιγίδα του οποίου, θα μπορούν να παρέχουν ένα **αναβαθμισμένο** και **διαφοροποιημένο** σύνολο τουριστικών υπηρεσιών

δώσει τη δυνατότητα στα μέλη της, ακολουθώντας τις διεθνείς προδιαγραφές, να αναγνωρισθούν και να αναβαθμιστούν ως «SMOTEL». Το smotel είναι το τελευταίο από τα τρία εγχειρήματα που η Συνομοσπονδία προήγαγε τα τελευταία χρόνια (τα άλλα δύο είναι το Καλάθι Πρωινού και ο Τουρισμός Εμπειρίας), το οποίο με την ολοκλήρωσή του θα διαδραματίσει σημαντικό ρόλο στον μετασχηματισμό του κλάδου των μικρών τουριστικών καταλυμάτων. Ενώ, παράλληλα, θα έχει σημαντικό αντίκτυπο στη διαμόρφωση του νέου, σύγχρονου μοντέλου του ελληνικού τουρισμού στη μετά-πανδημική περίοδο. Η ανάπτυξη του smotel, συνιστά ιστορική στιγμή για τον κλάδο των μικρών τουριστικών καταλυμάτων,

τα οποία εισέρχονται σε μία νέα εποχή, αλλά και για τον ευρύτερο χώρο της Φιλοξενίας, αφού πρόκειται για μία νέα, αναβαθμισμένη επιλογή διαμονής.

Με το νέο brand name θα μπορεί να πιστοποιείται ένα τουριστικό κατάλυμα, ανεξαρτήτως κατηγορίας και μεγέθους, υπό την προϋπόθεση ότι θα παρέχει αναβαθμισμένες και εξειδικευμένες υπηρεσίες και παροχές προς τους πελάτες του, προάγοντας την εμπειρία της Φιλοξενίας.

Στη νέα κατηγορία τουριστικών καταλυμάτων θα μπορούν να εντάσσονται επιχειρήσεις του κλάδου, που πληρούν συγκεκριμένες προδιαγραφές. Τα καταλύματα για να πιστοποιηθούν με το νέο brand name θα πρέπει να παρέχουν στους πελάτες τους αναβαθμισμένες υπηρεσίες, όπως το Καλάθι Πρωινού και οι χαμηλότερες κατηγορίες κλειδιών θα πρέπει να παρέχουν τουλάχιστον μια μορφή τουρισμού εμπειρίας. Μιλώντας για το νέο brand name της ΣΕΤΚΕ, το οποίο, πλέον, ολοκληρώθηκε και προωθείται, ο πρόεδρος της Συνομοσπονδίας, κ. Παναγιώτης Τοκούζης, υπογραμμίζει ότι στόχος είναι η δημιουργία ενός νέου είδους ποιοτικά αναβαθμισμένων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία θα εδραιωθούν στη μετα-covid εποχή ως η νέα πρόταση στη διαμονή.

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



λύματος να καθιερωθεί στο ελληνικό, τουριστικό γίγνεσθαι και, σύντομα, και σε ευρωπαϊκό».

Σκοπός της ΣΕΤΚΕ ήταν η δημιουργία ενός φιλικού προς τα μέλη της, συστήματος ένταξης στο σήμα «SMOTEL» υπό την αιγίδα του οποίου, θα μπορούν να παρέχουν ένα αναβαθμισμένο και διαφοροποιημένο σύνολο τουριστικών υπηρεσιών.

Η ΣΕΤΚΕ έχει διασφαλίσει για λογαριασμό των μελών της το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του κατοχυρωμένου συλλογικού σήματος «SMOTEL»- τόσο σε εθνικό όσο και σε κοινοτικό επίπεδο-, με αποτέλεσμα η χρήση του σήματος να επιτρέπεται και να πραγματοποιείται μόνο κατόπιν αδείας του και υπό τις προϋποθέσεις του παρόντος Κανονισμού, η εφαρμογή του οποίου είναι υποχρεωτική για όλα τα μη κύρια ξενοδοχειακά καταλύματα που θα ενταχθούν στο εν λόγω πρόγραμμα. Το Ινστιτούτο Τουριστικής Ανάπτυξης (T-CERT) διατηρεί για λογαριασμό των μελών της ΣΕΤΚΕ το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του κατοχυρωμένου εμπορικού σήματος «SMOTEL».

Η ανάπτυξη ενός αξιόπιστου συστήματος χορήγησης του σήματος «SMOTEL» στα μη κύρια τουριστικά καταλύματα δύναται να λειτουργήσει ως ένα μέσο



προώθησης και διάκρισής τους. Κύρια στόχευση είναι:

- Να αναγνωριστούν και να αναδειχθούν καταλύματα μικρού μεγέθους, τα οποία έχουν επενδύσει σε μία διαφοροποιημένη εμπειρία διαμονής

- Να αναβαθμιστούν παροχές και υπηρεσίες

- Να προβληθούν τα τουριστικά καταλύματα που κατέχουν το σήμα «SMOTEL» στην εσωτερική, καθώς και τις διεθνείς τουριστικές αγορές.

Η συγκεκριμένη πιστοποίηση κρίνεται ιδιαίτερα σημαντική στη μετα-Covid περίοδο. Σχεδόν στο σύνολό τους οι έρευνες για τις ταξιδιωτικές συνήθειες δείχνουν πως η υγειονομική ασφάλεια και η αποφυγή του συνωστισμού θα κυριαρχούν τα επόμενα χρόνια. Πέραν αυτού όμως πολλοί ταξιδιώτες επιδιώκουν περισσότερη ιδιωτικότητα και ηρεμία στις διακοπές, ενώ γενικότερα το μοντέλο «μαζικού τουρισμού» θεωρείται μη βιώσιμο. Ως εκ τούτου παρουσιάζεται μια σημαντική ευκαιρία για τα μικρότερα τουριστικά καταλύματα που δεν πρέπει να μείνει ανεκμετάλλευτη. Το σήμα «SMOTEL» δίνει στα καταλύματα το κύρος παροχής υπηρεσιών ενός ξενοδοχείου, διατηρώντας παράλληλα τα πλεονεκτήματα του μικρού καταλύματος.

«Τουρισμός Εμπειρίας» η απάντηση στην εποχικότητα

Η ΣΕΤΚΕ από πέρυσι έχει ξεκινήσει με επιτυχία το εγχείρημα για τον Τουρισμό Εμπειρίας υπό τον τίτλο «**Alternative Holiday Experiences by SETKE**», με στόχο τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας και την αντιμετώπιση της εποχικότητας

Τα τελευταία χρόνια ο Θεματικός Τουρισμός κερδίζει συνεχώς έδαφος και κρίνεται πως μπορεί να αποτελέσει το σημείο «κλειδί» τόσο για την αντιμετώπιση της εποχικότητας, όσο και για την αύξηση των εσόδων των τουριστικών επιχειρήσεων.

Για το λόγο αυτό από πέρυσι έχει ξεκινήσει με επιτυχία το εγχείρημα της Συνομοσπονδίας Επιχειρηματιών Τουριστικών Καταλυμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ) για τον Τουρισμό Εμπειρίας υπό τον τίτλο «**Alternative Holiday Experiences by SETKE**», με στόχο αφενός τη διαφοροποίηση και τον εμπλουτισμό του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος της χώρας μας και αφετέρου την επιμήκυνση της





τουριστικής περιόδου. Με την πιστοποίηση και προώθηση της νέας υπηρεσίας της ΣΕΤΚΕ ο κλάδος των μικρών τουριστικών καταλυμάτων εισήλθε σε μια εποχή. Η υπηρεσία δημιουργήθηκε για να δώσει ώθηση στα μικρά τουριστικά καταλύματα να δημιουργήσουν ένα νέο, ανταγωνιστικό είδος φιλοξενίας.

Στόχος της καινοτόμου, τόσο σε εθνικό, όσο και σε ευρωπαϊκό επίπεδο, υπηρεσίας της Συνομοσπονδίας υπήρξε η δημιουργία ενός νέου είδους εξειδικευμένων και ποιοτικά αναβαθμισμένων τουριστικών καταλυμάτων, τα οποία θα απευθύνονται σε συγκεκριμένο κοινό και θα προσελκύουν επισκέπτες με ειδικά ενδιαφέροντα. Οι τέσσερις εξειδικευμένες προτάσεις διακοπών της ΣΕΤΚΕ, είναι το **Nature**



Τα πέντε λογότυπα, ένα βασικό *Alternative Holiday Experiences by SETKE* (Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ), και ένα για κάθε εξειδικευμένη πρόταση διακοπών, ακολουθούν τη φιλοσοφία «less is more»

by SETKE (Περιπατητικός - Περιηγητικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ), το **Cycling by SETKE** (Ποδηλατικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ), το **Family by SETKE** (Οικογενειακός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ) και τέλος το **Gastronomy by SETKE** (Γνωριμία με την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ).

Την πιστοποίηση έχει αναλάβει η εταιρία Eurocert, ενώ τη σχεδίαση και υλοποίηση των αντίστοιχων λογότυπων επιμελήθηκε η εταιρία Marketing HighLight.

Τα συνολικά πέντε λογότυπα, ένα βασικό *Alternative Holiday Experiences by SETKE* (Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ), και ένα για κάθε εξειδικευμένη πρόταση διακοπών, ακολουθούν τη φιλοσοφία «less is more», με χρώματα που το καθένα αντανakλά

την ξεχωριστή ταυτότητά του και αποτυπώνονται εύκολα στο μυαλό του ταξιδιώτη.

Κάθε τουριστικό κατάλυμα ανάλογα με την πρόταση διακοπών στην οποία εξειδικεύεται και πιστοποιείται θα λαμβάνει και το αντίστοιχο λογότυπο. Αναλυτικά:

Nature by SETKE

Ο Περιπατητικός - Περιγηγνητικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ προσφέρει τη δυνατότητα στον επισκέπτη να πραγματοποιήσει περιπατητική εκδρομή σε περιοχές αξιόλογης αισθητικής, περιβαλλοντικής και πολιτιστικής αξίας.



Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στον Περιπατητικό - Περιγηγνητικό Τουρισμό από τη ΣΕΤΚΕ, θα μπορούν να προσφέρουν στους επισκέπτες τους χρήσιμες πληροφορίες, χάρτες, εξοπλισμό και υπηρεσίες που αφορούν στην περιήγησή τους σε δημοφιλή μονοπάτια και αξιοθέατα της περιοχής τους.



Cycling by SETKE

Ο Ποδηλατικός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ, σκοπό έχει την «ανακάλυψη» του προορισμού με ποδήλατο.

Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στον Ποδηλατικό Τουρισμό από τη ΣΕΤΚΕ θα παρέχουν σε όλους τους επισκέπτες τους ποδήλατα και θα έχουν τη δυνατότητα με τις αναβαθμισμένες υποδομές και υπηρεσίες τους, να δέχονται όλο τον χρόνο επισκέπτες ποδηλάτες και να τους ενημερώνουν με το πλέον κατάλληλο υλικό είτε για διαδρομές σε ασφαλή



μονοπάτια στη φύση, είτε για διαδρομές εντός πόλης, συνδυάζοντας την ποδηλασία με την επίσκεψη σε αξιοθέατα.

Family by SETKE

Ο Οικογενειακός Τουρισμός από τη ΣΕΤΚΕ προέκυψε από την ανάγκη πολλών οικογενειών να ταξιδέψουν σε έναν προορισμό, στον οποίο θα ανταποκρίνονται οι ανάγκες τους σε επίπεδο ασφάλειας και αυτονομίας. Τα πιστοποιημένα καταλύματα στον Οικογενειακό Του-



ρισμό από τη ΣΕΤΚΕ, θα καλύπτουν αυτές τις ανάγκες.

Gastronomy by SETKE

Η Γνωριμία με την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ έχει ως στόχο οι επισκέπτες να γνωρίσουν την παραδοσιακή τοπική κουζίνα με την εκμάθηση τοπικών συνταγών και συμμετέχοντας σε δραστηριότητες σχετικές με την τοπική γαστρονομία. Τα καταλύματα που θα πιστοποιούνται και θα δραστηριοποιούνται στην Γνωριμία με





την Ελληνική Κουζίνα από τη ΣΕΤΚΕ, αποκτούν άμεσα αναβαθμισμένες παρεχόμενες υπηρεσίες αναδεικνύοντας την ιστορία των γαστρονομικών παραδόσεων του τόπου τους.

Ο πρόεδρος της Συνομοσπονδίας κ. Παναγιώτης Τοκούζης, έχει τονίσει πως με τη νέα υπηρεσία τα τουριστικά καταλύματα θα μπορούν να προσφέρουν περισσότερες υπηρεσίες ακόμη πιο εξειδικευμένες στον πελάτη, στοχεύοντας στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Κατά την έναρξη της πρωτοβουλίας ο κ. Τοκούζης είχε σημειώσει πως «με την πανδημία του κορονοϊού να διαμορφώνει μία νέα τάξη πραγ-

μάτων στην τουριστική-ταξιδιωτική βιομηχανία -η οποία σημειωτέον έχει υποστεί τη μεγαλύτερη κρίση που έχει καταγραφεί ποτέ σε καιρό ειρήνης-, ο προσανατολισμός σε μία νέα μορφή εξειδικευμένων, μικρών καταλυμάτων αποτελεί πρωταρχικής σημασίας για μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη. Και, φυσικά, κερδίζουμε το στοίχημα για την ενίσχυση της θέσης του ελληνικού, τουριστικού προϊόντος στην ευρωπαϊκή και εν γένει την παγκόσμια τουριστική αγορά» σημείωσε ο κ. Τοκούζης.

Παράλληλα, υπογράμμισε πως όταν υποχωρήσει η υγειονομική κρίση και το βλέμμα της παγκόσμιας τουρι-

στικής κοινότητας είναι στραμμένο στους τουριστικούς προορισμούς, τότε «εμείς θα είμαστε έτοιμοι να προσφέρουμε στον επισκέπτη αυθεντικές εμπειρίες, με άξονα τον πολυθεματικό τουρισμό».

«Ο Τουρισμός Εμπειρίας από τη ΣΕΤΚΕ δημιουργεί μια νέα εποχή για τον κλάδο των μικρών τουριστικών καταλυμάτων και ο ελληνικός τουρισμός αλλάζει σελίδα» τόνισε ο κ. Τοκούζης. Η ΣΕΤΚΕ σχεδιάζει να εντάξει σταδιακά και άλλες μορφές Θεματικού Τουρισμού στο πρόγραμμα «Τουρισμός Εμπειρίας» προκειμένου να προσελκύσει στα τουριστικά καταλύματα μεγαλύτερο κοινό επισκεπτών.

Δρ. ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ Β. ΠΡΩΙΜΟΣ

Πρόεδρος Ομοσπονδίας Ενοικιαζόμενων Δωματίων - Διαμερισμάτων Νομού Χανίων «Άπτερα»



Στον ΓΙΩΡΓΟ ΚΑΡΑΧΡΗΣΤΟ



«Αν η κρίση στην Ουκρανία ξεπεραστεί σύντομα θα έχουμε μια καλή σεζόν», λέει ο Δρ Κωνσταντίνος Πρώιμος, πρόεδρος της Ομοσπονδίας Ενοικιαζόμενων Δωματίων - Διαμερισμάτων Νομού Χανίων «Άπτερα» και σημειώνει πως θα πρέπει να εξοικονομηθούν πόροι για τη στήριξη του κλάδου από την Πολιτεία. Αναλυτικά η συνέντευξη έχει ως εξής:

Κύριε Πρώιμε σας καλωσορίζουμε στο Greek Hospitality News. Ξεκινώντας πείτε μας πώς πάει η κατάσταση μέχρι σήμερα. Ποια είναι η εικόνα από την περασμένη σεζόν και από τον χειμώνα;

Καλώς σας βρίσκω και σας ευχαριστώ για την πρόσκληση να δώσω την παρούσα συνέντευξη. Στην ερώτησή σας θα απαντήσω, πιστεύω, εκπροσωπώντας τους περισσότερους επιχειρηματίες του κλάδου μας στην Ελλάδα: η κατάσταση μέχρι σήμερα υπήρξε δύσκολη. Ο κλάδος δοκιμάστηκε σκληρά από την οικονομική κρίση που αύξησε σε πρωτοφανή επίπεδα την άμεση και έμμεση φορολογία και κατόπιν από τον κορωνοϊό που μας έβαλε σε μια υγειονομική περιπέτεια χωρίς προηγούμενο. Όλοι ξέρουν τις επιπτώσεις που είχαν η κρίση και ο κορωνοϊός διότι όλοι τις βίωσαν. Δυστυχώς με τον πόλεμο στην Ουκρανία τρίτωσε η κακοδαιμονία και ελπίζω κι εύχομαι να κλείσει εδώ. Καταφέραμε ωστόσο και επιβιώσαμε, οι πιο πολλοί από μας.

Η περασμένη σεζόν έδειξε μια μετατόπιση του ενδιαφέροντος από τα μεγάλα ξενοδοχεία στα πιο μικρά καταλύματα που προσφέρουν μεγαλύτερη ιδιωτικότητα και λιγότερο συγχρωτισμό με τα πλήθη. Σε σύγκριση με τη σεζόν του 2020, η προηγούμενη σεζόν πήγε περίφημα αλλά δε φτάσαμε τα νούμερα της σεζόν του 2019. Ο χειμώνας φέτος μας επεφύλαξε μεικτά μηνύματα για την τουριστική κίνηση: από τα μία πλευρά το Ελληνικό καλοκαίρι είναι συνώνυμο της ελευθερίας και ξεγνοιασιάς και πραγματικά αυτό θέλουν οι επισκέπτες μας μετά τη δύσκολη περίοδο του εγκλεισμού, από την άλλη, η ακρί-

Μεικτά τα μηνύματα για τη φετινή σεζόν

βεια και η ψυχολογική κατήφεια που έφερε ο πόλεμος πάγωσαν τη διάθεση του κόσμου για διακοπές.

Τι μηνύματα λαμβάνετε για το επόμενο καλοκαίρι; Έχουμε ελπίδες φέτος να ξεκινήσει πιο γρήγορα η σεζόν;

Στην Ελλάδα και ειδικά στη νότια Ελλάδα το καλοκαίρι, κυριολεκτικά μιλώντας κρατά από τον Απρίλιο μέχρι τον Οκτώβριο περίπου. Τα μηνύματα είναι μεικτά αλλά υπερτερούν τα καλά γενικώς και όλοι πιστεύουμε ότι αν η κρίση στην Ουκρανία ξεπεραστεί σύντομα, θα έχουμε μια καλή σεζόν. Φέτος οι πτήσεις παρά τις δυσκολίες που αντιμετωπίζουν οι αερομεταφορές λόγω της τιμής των καυσίμων, ξεκινούν νωρίς και συγκεκριμένα έχουν ξεκινήσει από τα τέλη Μαρτίου, όπως στις καλές εποχές πριν τον κορωνοϊό.

Πιστεύετε πως οι εξελίξεις με την Ουκρανία και την ακρίβεια θα επηρεάσουν και την ταξιδιωτική κίνηση;

Ξέρουμε όλοι πόσο ευαίσθητος κλάδος είναι ο τουρισμός και πόσο η κατάσταση αυτή με τον πόλεμο που λαμβάνει χώρα σε μια περιοχή η οποία δεν είναι μακριά μας επηρεάζει την ψυχολογία αλλά και τις οικονομίες των ταξιδιωτών. Ο πληθωρισμός που βλέπουμε μετά από τόσα χρόνια να κοντεύει να φτάσει διψήφιο νούμερο κατατρώει τα εισοδήματα και την αγοραστική δύναμη των δυτικών κρατών και βέβαια οι κυρώσεις στη Ρωσία επηρεάζουν κι εμάς, όχι μόνο επειδή αν δεν τελειώσει γρήγορα ο πόλεμος δε θα έχουμε καθόλου επισκέπτες από τη Ρωσία και την Ουκρανία αλλά επειδή ο πόλεμος έχει ήδη κάνει τα πάντα πολύ πιο ακριβά. Δυστυχώς αναμένουμε ότι η ακρίβεια θα δυσκολέψει την ταξιδιωτική κίνηση αλλά πόσο και πώς δεν μπορούμε ακόμα να πούμε. Μακάρι να διαψευστώ και να διαπιστώσουμε το αντίθετο.

Πώς βλέπετε τις πρωτοβουλίες που έχει πάρει η ΣΕΤΚΕ, το SMOTEL, το Καλάθι Πρωινού κλπ. Μπορούν να κάνουν τη διαφορά για τα καταλύματα; Υπάρχει ανταπόκριση στην περιοχή σας για αυτές τις δράσεις;

Η ΣΕΤΚΕ έχει διαχρονικά δείξει ότι διαθέτει αντανakλαστικά και στέκεται στο ύψος των περιστάσεων στηρίζοντας τον κλάδο. Μέσα στο πλαίσιο των αντανakλαστικών αυτών είναι και η πρωτοβουλία SMOTEL, το καλάθι πρωινού κλπ. Οι πρωτοβουλίες αυτές δείχνουν την ανάγκη συνεχούς επικαιροποίησης της ταυτότητας των μικρών επιχειρήσεων φιλοξενίας ώστε να ανταποκρίνο-

νται στο περιβάλλον που αλλάζει ραγδαία και να είναι στην εμπροσθοφυλακή των εξελίξεων. Πρέπει εμείς οι μικρομεσαίοι επιχειρηματίες να δείξουμε ευελιξία και να ενστερνιστούμε νέες πρακτικές και μεθόδους για να ευθυγραμμιστούμε με το πνεύμα των καιρών. Τότε, αν εμείς δείχνουμε την ευελιξία αυτή και από την άλλη αν οι θεσμοί της χώρας, όπως η ΣΕΤΚΕ προσφέρουν επιλογές για την επιχειρηματικότητα, μπορεί να γίνει η διαφορά για τα καταλύματα. Οι μικροί επιχειρηματίες μπορούν να κάνουν πολλά ο καθένας μόνος του αλλά αν είναι και ενωμένοι τότε μπορούν ακόμα περισσότερα. Πιστεύω ότι όταν εκλεγεί το νέο Δ. Σ. της ΣΕΤΚΕ θα προωθήσει ακόμα πιο σθεναρά τις πρωτοβουλίες αυτές που αναμένουμε να έχουν ακόμα περισσότερη ανταπόκριση στην περιοχή μας.

Υπάρχει ανάγκη στήριξης των επιχειρήσεων αυτή τη στιγμή στα θέματα των ενεργειακών ανατιμήσεων και της ακρίβειας;

Η αλήθεια είναι ότι το κράτος στήριξε τις επιχειρήσεις κατά τη διάρκεια της πανδημίας. Υπάρχουν κι άλλα που εύλογα θα μπορούσαν να είχαν γίνει και δεν έγιναν παρά το γεγονός ότι η ΣΕΤΚΕ προς τιμήν της τα ζήτησε. Θεωρούμε ότι παρά τη δημοσιονομική στενότητα πρέπει και τώρα να γίνουν ενέργειες στήριξης των επιχειρήσεων ενάντια στην ακρίβεια και τις ανατιμήσεις. Αναμένουμε το επιτελικό κράτος να γίνει πιο εύελικτο και λιγότερο δαπανηρό ώστε να εξοικονομήσει πόρους για να στηρίξει τη μικρομεσαία επιχειρηματικότητα της φιλοξενίας. Η Ελλάδα το οφείλει αυτό στον κλάδο μας μια κι εμείς ξεκινήσαμε τη μεγάλη αυτή περιπέτεια του τουρισμού στην Ελλάδα και οι πρώτοι περιηγητές κατέλυσαν στα δικά μας ενοικιαζόμενα δωμάτια.

“Ο κλάδος δοκιμάστηκε σκληρά από την οικονομική κρίση που αύξησε σε πρωτοφανή επίπεδα την άμεση και έμμεση φορολογία και κατόπιν από τον κορωνοϊό που μας έβαλε σε μια υγειονομική περιπέτεια χωρίς προηγούμενο”



Αγωνία σε Ελλάδα και Ευρώπη

για την πορεία της σεζόν

Η αγωνία που επικρατεί στον τουριστικό κλάδο όχι μόνο της Ελλάδας, αλλά της Ευρώπης γενικότερα έχει καταγραφεί σε μια σειρά δημοσιευμάτων στο εξωτερικό. Η κυβέρνηση και οι τουριστικοί φορείς στη χώρα εκπέμπουν μηνύματα αισιοδοξίας για τη φετινή σεζόν, υποστηρίζοντας πως τα νούμερα θα φτάσουν αυτά του 2019.

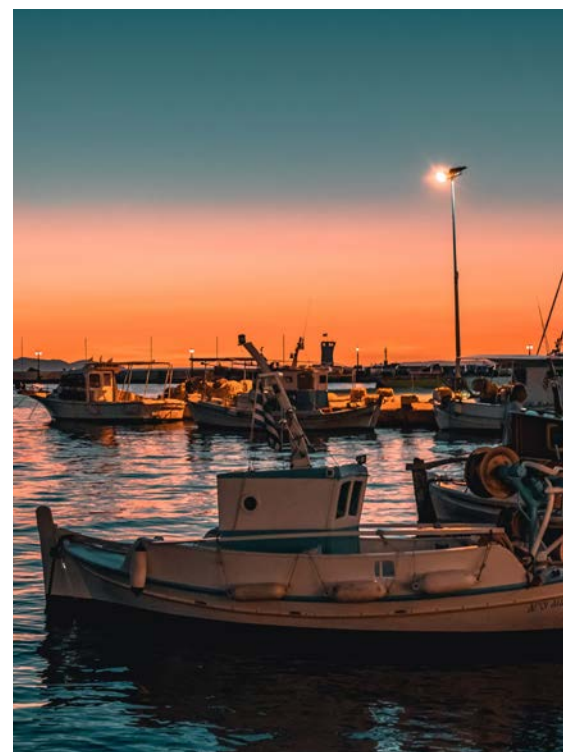
Ωστόσο ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ Γιάννης Ρέτσος σημείωσε πως δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι οι τουριστικές επιχειρήσεις έρχονται από δύο χρόνια πανδημίας και τα μεγαλύτερα έσοδα φέτος δεν σημαίνουν και ανάκαμψη του κλάδου, αφού δύσκολα μπορούν να καλυφθούν φέτος οι απώλειες του προηγούμενου διαστήματος. Με όλα όσα συμβαίνουν η πανδημία έχει μπει σε δεύτερο πλάνο, όμως τα πράγματα στην πραγματικότητα δεν είναι έτσι. Η Ελλάδα δυστυχώς βρίσκεται στην πρώτη θέση πανευρωπαϊκά όσον αφορά την αναλογία θυμάτων ανά εκατομμύριο πληθυσμού και αυτό αποτελεί μια πολύ δυσάρεστη εξέλιξη που έρχεται να προστεθεί στο υπόλοιπο αρνητικό μείγμα για την ταξιδιωτική κίνηση. Κοινώς η πανδημία δεν είναι κάτι που έχουμε αφήσει πίσω μας, προς το παρόν τουλάχιστον.

Παρόλα αυτά αναμένεται να υπάρξει άρση στους ταξιδιωτικούς περιορισμούς φέτος εντός της Ευρώπης με ό,τι θετικό συνεπάγεται αυτό για τους τουριστικούς προορισμούς. Η Ελλάδα καλείται τώρα να φροντίσει ώστε να μην υπάρξουν αρνητικές εξελίξεις και σε σχέση με το θέμα της εξέλιξης του κορονοϊού.

Την ίδια ώρα οι επαγγελματίες του τουρισμού πανευρωπαϊκά δεν ξέρουν τι να περιμένουν φέτος. «Είμαστε στη μέση μιας μεγάλης καταιγίδας», δήλωνε πρόσφατα ένας

Ισπανός ξεναγός στους New York Times, σε μια στιγμή που σάρωνε τη χώρα του ένα σφοδρό κύμα κακοκαιρίας. «Ο ήλιος θα επιστρέψει, αλλά τι θα γίνει με τον πόλεμο και τα οικονομικά προβλήματα;», τόνισε με νόημα και υπογράμμισε πως δεν γνωρίζει αν θα καταφέρει να έχει επαρκή έσοδα φέτος το καλοκαίρι. Παρομοίως και Έλληνες ξενοδόχοι που μίλησαν στο Reuters σημείωσαν πως έπειτα από δύο κακές χρονιές λόγω πανδημίας, φέτος ότι έσοδα υπάρξουν θα τα «ροκανίσουν» ο πληθωρισμός και οι λογαριασμοί του ρεύματος. «Το καλοκαίρι με τα air condition να δουλεύουν ασταμάτητα, τα ψυγεία, την κουζίνα δεν ξέρουμε πού θα καταλήξει όλη αυτή η κατάσταση», δηλώνουν οι Έλληνες επαγγελματίες του τουρισμού.

Η πανδημία έχει μπει σε δεύτερο πλάνο, όμως η Ελλάδα δυστυχώς βρίσκεται στην πρώτη θέση πανευρωπαϊκά όσον αφορά την αναλογία θυμάτων ανά εκατομμύριο πληθυσμού και αυτό είναι μια δυσάρεστη εξέλιξη που έρχεται να προστεθεί στο υπόλοιπο αρνητικό μείγμα για την ταξιδιωτική κίνηση



Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ►



Να πούμε εδώ πως οι συνέπειες του πολέμου στην Ουκρανία για τον τουριστικό κλάδο έχουν φτάσει μέχρι και στο... Μεξικό.

Ο Braulio Arsuaga, πρόεδρος του Εθνικού Συμβουλίου Τουριστικών Επιχειρήσεων (CNET), δήλωσε τη Δευτέρα ότι ο τουριστικός τομέας του Μεξικού αισθάνεται ήδη τις επιπτώσεις της σύγκρουσης στην Ουκρανία και του υψηλού πληθωρισμού, ο οποίος έχει αυξήσει το κόστος των πακέτων διακοπών και των αεροπορικών ταξιδιών, μεταξύ άλλων δαπανών που σχετίζονται με τον τουρισμό.

Σημειώνοντας ότι η τουριστική δρα-

Οι **τουριστικοί φορείς** και η **κυβέρνηση** προβλέπουν ότι τα τουριστικά έσοδα φέτος θα φτάσουν **το 80-90% του ρεκόρ** που σημειώθηκε το 2019, όταν **33 εκατομμύρια** τουρίστες έφεραν έσοδα **18 δισεκατομμυρίων ευρώ**, ποσό που αναλογούσε **στο 20% του ΑΕΠ**

στηριότητα δεν έχει ακόμη ανακάμψει πλήρως από την ύφεση που προκλήθηκε από την πανδημία, ο Arsuaga δήλωσε ότι το 2021 ήταν μια «περίπλοκη» χρονιά για τον τομέα και το 2022 διαμορφώνεται επίσης ως «πολύ δύσκολο».

Ένας μεγάλος «πονοκέφαλος» για ξενοδοχεία και εστίαση είναι η προμήθεια τροφίμων και βασικών αγαθών που οι τιμές τους τραβούν την ανηφόρα.

Οι επαγγελματίες προσπαθούν να είναι ευέλικτοι και να βρίσκουν φθηνότερες λύσεις χωρίς να επηρεάζεται η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών, αλλά ό,τι και να σκαρφιστεί

κανείς το κόστος ανεβαίνει και αυτό επηρεάζει και τις τελικές τιμές. Σοβαρό πρόβλημα είναι και η έλλειψη προσωπικού. Η πανδημία προκάλεσε αβεβαιότητα και ήδη σε έρευνα του ΙΝΣΕΤΕ έχει καταγραφεί πως 140.000 εργαζόμενοι εγκατέλειψαν τον τουριστικό κλάδο με τους περισσότερους εξ αυτών να έχουν «μετακομίσει» σε άλλους παραγωγικούς τομείς. Από τα παραπάνω γίνεται σαφές πως παρά το γεγονός ότι οι κρατήσεις είναι σε θετική τροχιά, το αποτέλεσμα της σεζόν ενδέχεται να μην είναι το επιθυμητό για επιχειρήσεις και εργαζόμενους στον τουρισμό. Ήδη σε επιστολή που έχει στείλει ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ Γιάννης Ρέτσος στους αρμόδιους υπουργούς, επισημαίνει ότι τα ξενοδοχεία 12μηνιας λειτουργίας αδυνατούν να ανταπεξέλθουν στις υποχρεώσεις τους.

Ο συνδυασμός απώλειες πανδημίας, ακρίβεια, ενεργειακό κόστος, πληθωρισμός δείχνει σαν μια πολύ σοβαρή απειλή για τα έσοδα του τουρισμού και κατ' επέκταση για το ΑΕΠ της χώρας. Αυτή είναι ένα ζήτημα που θα πρέπει να γίνει τώρα αντιληπτό από τους αρμόδιους φορείς και να ληφθούν τα απαραίτητα μέτρα και να γίνουν οι κατάλληλες παρεμβάσεις, ώστε να περιοριστούν οι συνέπειες. Αυτό που μπορεί και πρέπει να κρατήσει κανείς είναι πως έπειτα από όλη την υγειονομική κρίση και τις καραντίνες υπάρχει ισχυρή βούληση και θέληση για ταξίδια και το 2022 θα είναι σαφώς το έτος που θα δώσει σημαντική ώθηση στον ταξιδιωτικό κλάδο.

Οι τουριστικοί φορείς και η κυβέρνηση προβλέπουν ότι τα τουριστικά έσοδα φέτος θα φτάσουν το 80-90% του ρεκόρ που σημειώθηκε το 2019, όταν 33 εκατομμύρια τουρίστες έφεραν έσοδα 18 δισεκατομμυρίων ευρώ, ποσό που αναλογούσε στο 20% του ΑΕΠ.



RENTAL HOMES / AIRBNB INSURANCE

Η **Karavias Underwriting Agency**, διαθέτει στην Ελληνική Αγορά ένα ολοκληρωμένο εξειδικευμένο πακέτο ασφαλιστικής κάλυψης, προκειμένου να εξασφαλίσει τις ιδιαίτερες ανάγκες των κατοικιών που εκμισθώνονται βραχυχρόνια.

Τι προσφέρει:

Πλήρη κάλυψη κτιρίου και περιεχομένου, ιδιοκτήτη και ενοικιαστή.

Ενδεικτικά παρέχονται (επιπλέον των κλασσικών καλύψεων):

- ✓ Αστική Ευθύνη 1.000.000€ (χωρίς επιπλέον κόστος) με δυνατότητα αναπροσαρμογής
- ✓ Ζημιές και κακόβουλες πράξεις (και από τον ενοικιαστή)
- ✓ Κλοπή προσωπικών αντικειμένων των ενοικιαστών
- ✓ Ατυχήματα στο προσωπικό της επιχείρησης
- ✓ Απώλεια ενοικίων μέχρι 6 εβδομάδες με μέγιστο ποσό 20.000€/εβδομάδα.

Σημαντικά καλύτερη η επίδοση της Ελλάδας

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

Το INΣΕΤΕ δημοσίευσε στις αρχές του μήνα την «Ειδική Έκδοση - ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ 2021», όπου καταγράφει τα τουριστικά μεγέθη του 2021 και την ανάκαμψη της τουριστικής δραστηριότητας στη χώρα μας. Το Ινστιτούτο τονίζει πως πρόκειται για Ειδική Έκδοση, καθώς πέρα από τα συνήθη στατιστικά δεδομένα που περιλαμβάνει ένα Στατιστικό Δελτίο (στοιχεία αφίξεων & εσόδων) είναι εμπλουτισμένη με στοιχεία δραστηριότητας των ξενοδοχείων, της απασχόλησης στις υπηρεσίες παροχής καταλύματος και εστίασης, καθώς και με μια εκτεταμένη παρουσίαση ποιοτικών δεδομένων από πλήθος πηγών (Review Pro, Booking, Tripadvisor, Google κλπ.). Αξίζει να σημειωθεί ότι στην έκδοση αυτή περιλαμβάνεται για πρώτη φορά το Net Promoter Score (NPS) των ελληνικών ξενοδοχείων που βασίζεται στις αξιολογήσεις των πελατών στο διαδίκτυο. Το NPS υπολογίζει προσεγγιστικά την πρόθεση σύστασης του ξενοδοχείου σε έναν φίλο ή



συνάδελφο και παρουσιάζεται για το σύνολο των ξενοδοχείων, ανά κατηγορία και ανά γεωγραφική ενότητα. Σύμφωνα λοιπόν με τα όσα αναφέρονται στην ειδική έκδοση του INΣΕΤΕ παγκοσμίως, οι διεθνείς αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν κατά +4% το 2021 σε σχέση με το 2020, ωστόσο παρέμειναν -72% κάτω από τα επίπεδα του 2019. Η επίδοση της Ελλάδας ήταν σημαντικά καλύτερη, με την εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μειωμένη κατά -53,1% σε σχέση με το 2019 (14,7 εκατ. αφίξεις το 2021 έναντι 31,3 εκατ. αφίξεις το 2019). Περαιτέρω, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν σημαντικά μικρότερη μείωση κατά -41,4% σε σύγκριση με το 2019 και διαμορφώθηκαν σε 10,7 δισ. ευρώ έναντι 18,2 δισ. το 2019, λόγω της αύξησης της

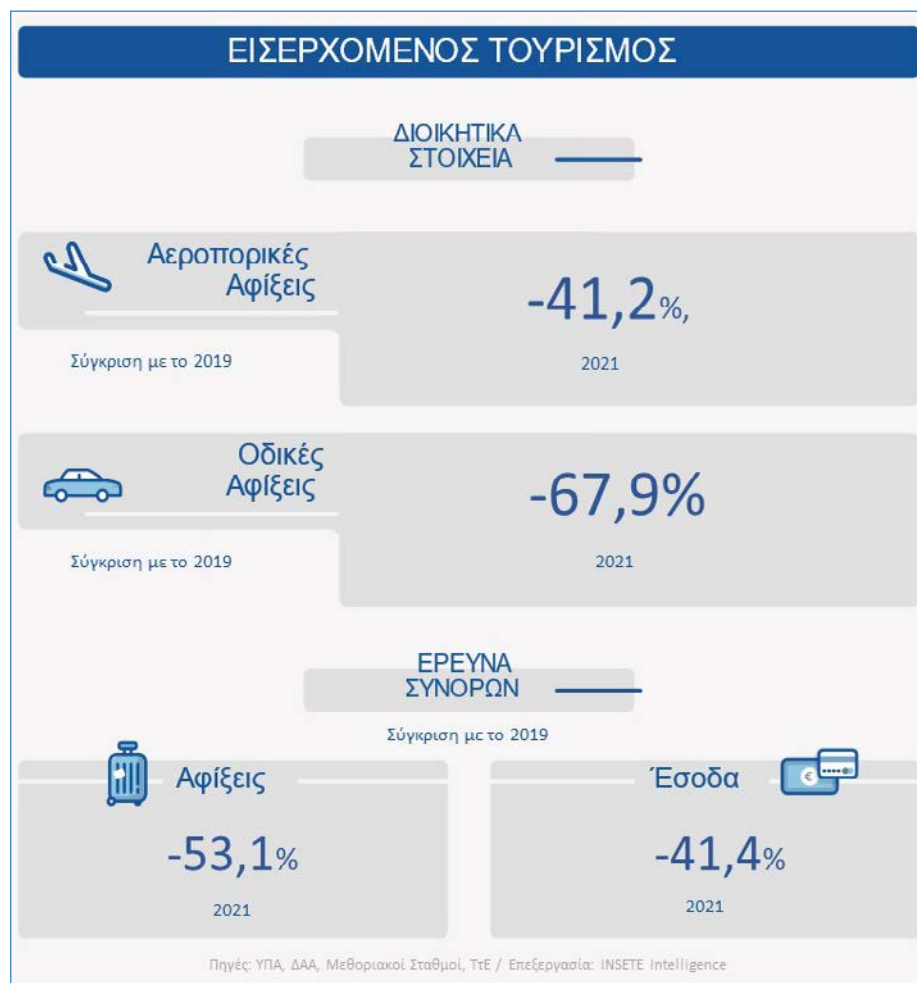
Μέσης Κατά Κεφαλή Δαπάνης (ΜΚΔ) κατά +27% σε σχέση με το 2019. Πιο αναλυτικά το 2021, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν μείωση κατά -41,4% σε σύγκριση με το 2019 και διαμορφώθηκαν στα 10.653 εκατ. ευρώ. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στην πτώση των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 κατά -29,1%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 6.895 εκατ. ευρώ, καθώς και των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών εκτός της ΕΕ-27 κατά -54,8%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 3.596 εκατ. ευρώ. Αναλυτικότερα, οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ζώνης του ευρώ διαμορφώθηκαν στα 5.622 εκατ. ευρώ, μειωμένες κατά -27,3%, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ εμφάνισαν πτώση

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

κατά -36,3% και διαμορφώθηκαν στα 1.272 εκατ. ευρώ. Ειδικότερα, οι εισπράξεις από τη Γερμανία μειώθηκαν κατά -19,9% και διαμορφώθηκαν στα 2.370 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τη Γαλλία μειώθηκαν κατά -8,3% και διαμορφώθηκαν στα 999 εκατ. ευρώ. Από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27, μείωση κατά -41,7% παρουσίασαν οι εισπράξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 1.496 εκατ. ευρώ, ενώ οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά -48,9% και διαμορφώθηκαν στα 607 εκατ. ευρώ. Οι εισπράξεις από τη Ρωσία μειώθηκαν κατά -73,4% και διαμορφώθηκαν στα 115 εκατ. ευρώ. Με βάση τα παραπάνω δεδομένα της Έρευνας Συνόρων, η Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη (ΜΚΔ) αυξήθηκε το 2021 σε σχέση με το 2019 κατά 27% (από 564 € σε 713 €).

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

Μεταξύ των χωρών, τη μικρότερη μείωση σε σχέση με το 2019 σημείωσαν οι χώρες της Ζώνης του Ευρώ (-34% αφίξεις / -27% εισπράξεις), ακολουθούμενες από τις υπόλοιπες χώρες της ΕΕ (-63% / -36%) και στη συνέχεια οι χώρες εκτός ΕΕ (-64% / -55%). Αναφορικά με τις χώρες εκτός ΕΕ σημειώνεται



ότι η μείωση από Ηνωμένο Βασίλειο και ΗΠΑ - που συμπεριλαμβάνονται στο top-5 των χωρών εισερχόμενου τουρισμού και με ΜΚΔ σημαντικά μεγαλύτερη από την ΜΚΔ στο σύνολο του εισερχόμενου τουρισμού - ήταν σημαντικά μικρότερη από το σύνολο των χωρών εκτός ΕΕ.

Το 2021 χαρακτηρίζεται ως έτος επανεκκίνησης και ανάκαμψης για τον κλάδο της κρουαζιέρας με 1.960 αφίξεις κρουαζιερόπλοιων (έναντι 3.979 αφίξεων το 2019) και με 1,4 εκατ. αφίξεις επισκεπτών (έναντι 5,5 εκατ. αφίξεων το 2019).

Στον εσωτερικό τουρισμό, οι αεροπορικές αφίξεις ήταν -41% σε σχέση με το 2019 και οι ακτοπλοϊκές -35%. Αναφορικά με τον ξενοδοχειακό κλάδο, τα έσοδα των ξενοδοχείων εκτιμή-

θηκαν σε 5,5 δισ. € το 2021, μειωμένα κατά -34,9% σε σχέση με το 2019, όπου το σύνολο του τζίρου ήταν 8,4 δισ. €. Επίσης, η ποιοτική αξιολόγηση των ξενοδοχείων το 2021 ήταν υψηλή (δείκτης ικανοποίησης των ξενοδοχείων GRI 87,6% / Net Promoter Score 55) υψηλότερα από το 2019 (87,1% / 50) αντίστοιχα. Το στοιχείο αυτό αποτελεί σημαντική παρακαταθήκη για τα ελληνικά ξενοδοχεία τα οποία μπορούν να το κεφαλαιοποιήσουν τα επόμενα έτη εδραιώνοντας περαιτέρω την Ελλάδα στον διεθνή τουρισμό. Τέλος, στην αιχμή της τουριστικής σεζόν (Q3) του 2021, η απασχόληση στα καταλύματα και την εστίαση (445 χιλ.) υπερέβη την αντίστοιχη το 2019 (429 χιλ.).

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ▶

To Net Promoter Score για τα ξενοδοχεία

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

Οι ερωτηθέντες ομαδοποιούνται ως εξής: Απάντηση 0-6: Detractors: Πρόκειται για δυσαρεστημένους επισκέπτες που όχι μόνο δεν θα προτείνουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο τους αλλά το πιθανότερο είναι ότι θα το δυσφημίσουν. Η πιθανότητα δε να μοιραστούν ένα αρνητικό σχόλιο στα social media ή σε reviewing site όπως το TripAdvisor είναι ιδιαίτερα μεγάλη. Απάντηση 7-8: Passives: Πρόκειται για τους ουδέτερους επισκέπτες που δεν είναι ούτε δυσαρεστημένοι αλλά ούτε και ενθουσιασμένοι.

Αν έβρισκαν την επόμενη φορά ένα άλλο ξενοδοχείο στην περιοχή σε με καλύτερη τιμή πιθανότατα θα το επέλεγαν. Απάντηση 9-10: Promoters: Είναι οι επισκέπτες που αγάπησαν το ξενοδοχείο. Είναι πιθανότερο να το ξαναεπισκεφτούν και να συστήσουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο τους καθώς και να γράψουν ένα καλό σχόλιο στα social media. Το NPS προκύπτει από την αφαίρεση του ποσοστού των detractors από το ποσοστό των promoters. Το NPS μπορεί να κυμαίνεται από -100 (εάν κάθε πελάτης είναι

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

detractor) σε 100 (εάν κάθε πελάτης είναι promoter).

Οι βαθμολογίες NPS είναι ένας ισχυρός δείκτης της ικανοποίησης των πελατών. Αλλά πώς σχετίζονται με τις μετρήσεις ικανοποίησης επισκεπτών; Το 2016, η Guestfolio εταιρεία του ομίλου CENDYN που αποτελεί ένα πάροχο λογισμικού και υπηρεσιών που βασίζεται σε cloud και αναπτύσσει ολοκληρωμένες τεχνολογικές πλατφόρμες για την οδήγηση των πωλήσεων και των επιδόσεων μάρκετινγκ στον κλάδο των ταξιδιών και της φιλοξενίας, πραγματοποίησε μελέτη 73 ξενοδοχείων και βρήκε μια ισχυρή συσχέτιση μεταξύ των βαθμολογιών του TripAdvisor και του NPS.

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

των ελληνικών ξενοδοχείων, που βασίζεται στις αξιολογήσεις των πελατών στο διαδίκτυο, δηλαδή προσεγγίζει εμμέσως την απάντηση στην ερώτηση αν θα προτείνουν το ξενοδοχείο σε έναν φίλο ή συνάδελφο. Το NPS παρουσιάζεται τόσο για το σύνολο των ξενοδοχείων, όσο και ανά κατηγορία αλλά και για διάφορες γεωγραφικές ενότητες. Οι πηγές προέλευσης σχολίων είναι το Booking, το Google, το Tripadvisor κ.ά. Εάν το NPS είναι μικρότερο από 0, σημαίνει ότι η συγκεκριμένη κατηγορία ή γεωγραφική ενότητα έχει μεγαλύτερο αριθμό δυσαρεστημένων πελατών (detractors) από τους απολύτως ικανοποιημένους (promoters). Εάν η βαθμολογία είναι μεταξύ 0 και 30, σημαίνει ότι η γεωγραφική ενότητα ή κατηγορία είναι σε αρκετά καλό επίπεδο, αλλά υπάρχει περιθώριο βελτίωσης.

Εάν η βαθμολογία είναι μεταξύ 30 και 70, οι πελάτες είναι ικανοποιημένοι. Εάν η βαθμολογία είναι υψηλότερη από 70, οι συντριπτικά περισσότεροι από τους πελάτες είναι υποστηρικτές (promoters).



Τα σχόλια των επισκεπτών στο Διαδίκτυο

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

Σημαντικά ήταν τα στοιχεία που συγκεντρώθηκαν από τα σχόλια των χρηστών στο διαδίκτυο για τις διακοπές τους στην Ελλάδα. Μπορούμε να δούμε μερικά προφανή θέματα όπως τις πηγές προέλευσης σχολίων: Booking, Google, Tripadvisor κλπ.

Μπορούμε επίσης να δούμε λέξεις-κλειδιά που σηματοδοτούν τη θετική στάση των επισκεπτών: ανάλογα τον τύπο επισκέπτη όπως Couple, Family, και Solo καθώς και τη χώρα προέλευσης του επισκέπτη: English, German, France, Greek κ.ο.κ. Αλλά αυτά που σίγουρα έχουν τραβήξει την προσοχή είναι τα θετικά σχόλια για τα ξενοδοχεία και τις παροχές υπηρεσιών που συζητήθηκαν ευρέως στο διαδίκτυο το 2021 όπως το Service, Location, Room, Cleanliness και Food and Drink.

Μέσω της σημασιολογικής ανάλυσης (semantic analysis) των σχολίων προέκυψε το top-9 των κύριων θεματικών κατηγοριών που δημιούργησαν τις περισσότερες θετικές αναφορές (mentions) που αναρτήθηκαν στο διαδίκτυο το 2021. Σημειώνεται ότι για τις κατηγορίες που εμφανίζονται στο top-9 θετικών αναφορών και στο top-

Top – 9 Θετικών Αναφορών

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

Πηγή: ReviewPro - Επεξεργασία στοιχείων: INSETI Intelligence

16 αρνητικών αναφορών, οι θετικές είναι πολλαπλάσιες των αρνητικών. Στην πρώτη θέση με 129 χιλ. αναφορές βρέθηκε η κατηγορία φαγητού και ποτού, με τις περισσότερες θετικές αναφορές να εμπεριέχουν τη λέξη-κλειδί φαγητό.

Αντιθέτως η πρώτη αρνητική κατηγορία αφορά τη φασαρία στα δωμάτια, έχοντας όμως μόλις 40.000 αναφορές, ενώ οι υπόλοιπες είναι πολύ χαμηλότερα.

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

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

6 ταξιδιωτικές τάσεις για το 2022



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

1. ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ Η ΥΠΑΡΞΗ ΤΗΣ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΣΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

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

Καθώς οι χώρες αρχίζουν να υποδέχονται ξανά τους εμβολιασμένους ταξιδιώτες, οι απαιτήσεις για δοκιμές, καραντίνες και έντυπα θα εξακολουθούν να διαφέρουν μεταξύ των προορισμών.

Η παροχή σαφών και επίκαιρων διεισθύνσεων ταξιδιωτικών απαιτήσεων - καθώς και η έγκαιρη ενημέρωση σε περίπτωση αλλαγής των ταξιδιωτικών συνθηκών - θα είναι απαραίτητη για την υποστήριξη των ταξιδιωτών καθ'

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



όλη τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Επιπλέον, η τεχνολογία ανέπαφων συναλλαγών θα συνεχίσει να διευκολύνει την ταξιδιωτική εμπειρία. Οι ταξιδιωτικές εταιρείες έχουν αγκαλιάσει καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις για να διατηρούν τους ταξιδιώτες ασφαλείς και να παρέχουν άμεση πρόσβαση σε βοήθεια και πληροφορίες. Το ανέπαφο check-in και η επιβίβαση, η δυνατότητα παραγγελίας φαγητού ή υπηρεσιών μέσω εφαρμογής ή η υποστήριξη θυρωρού μέσω Whatsapp ή chat είναι λύσεις που παρέχουν επιπλέον αίσθηση ασφάλειας στον ταξιδιώτη. Αναμένεται επίσης να δούμε τις τεχνολογίες εικονικής πραγματικότητας να αυξάνουν τη σημασία τους, μέσω λύσεων όπως εικονικές περιηγήσεις σε σουίτες θερέτρων, καμπίνες αεροσκαφών, μουσεία και αξιοθέατα. Αυτές οι τεχνολογίες βοηθούν τους ταξιδιώτες να ερευνήσουν έναν προορισμό πιο ενδελεχώς, παρέχοντας εμπιστοσύνη στον προγραμματισμό του ταξιδιού.

2. ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΣΗ ΚΑΙ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ, ΠΙΟ ΚΡΙΣΙΜΕΣ ΑΠΟ ΠΟΤΕ

Εκτός από τις ταξιδιωτικές απαιτήσεις, οι ταξιδιώτες θα αναζητούν εξειδικευμένη καθοδήγηση για κάθε πτυχή του ταξιδιού τους. Τα προηγούμενα χρόνια ο σχεδιασμός ταξιδιού μπορεί να γινόταν μέσω ιστοσελίδων ή μέσω μιας απλής περιήγησης στο διαδίκτυο. Τώρα υπάρχουν πολύ περισσότερα που πρέπει να ληφθούν υπόψη. Για παράδειγμα, πώς έχουν εξελιχθεί οι διανομές εμβολίων σε αυτόν τον προορισμό; Υπάρχουν περιοριστικά μέτρα για τα εστιατόρια ή τα θέατρα; Για πολλούς ταξιδιώτες, η δημιουργία καθημερινών δρομολογίων είναι πλέον μια πολύ πιο σύνθετη και κοπιαστική διαδικασία.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ►



Τα ταξιδιωτικά γραφεία και οι tour operators καλούνται να ανταποκριθούν σε αυτή την ανάγκη. Από τα πρωτόκολλα υγείας ανά αξιοθέατο μέχρι τις πληροφορίες σχετικά με το πού και πότε να αποφεύγουν τον συνωστισμό, οι ταξιδιώτες θα επενδύσουν πρόσθετη προσοχή στον προγραμματισμό του ταξιδιού τους - και θα περιμένουν εξατομικευμένη υποστήριξη από τις εταιρείες με τις οποίες θα επιλέξουν να ταξιδέψουν. Για μια ταξιδιωτική εταιρεία, αυτό μπορεί να σημαίνει επανεξέταση του ταξιδιωτικού μάρκετινγκ και των ψηφιακών στρατηγικών, ενσωμάτωση υπερτοπικού περιεχομένου προορισμών σε εφαρμογές, μέσα κοινωνικής δικτύωσης και ιστοσελίδες με παροχή έγκυρων πληροφοριών για την ασφάλεια των ταξιδιωτών

και των αγαπημένων τους προσώπων. Οι εταιρείες δεν είναι πλέον απλώς μια σύνδεση από το σημείο Α στο σημείο Β, αλλά μια πηγή σοφίας και υποστήριξης κατά μήκος της διαδρομής.

3. ΠΡΟΤΙΜΩΜΕΝΑ ΣΧΕΔΙΑ ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

Καθώς οι ταξιδιώτες σκέφτονται τα ταξίδια της επόμενης χρονιάς, οι εμπλουτισμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες βρίσκονται στην κορυφή του μυαλού τους.

Πολλοί ταξιδιώτες επιθυμούν να θέλουν να επανασυνδεθούν με τα αγαπημένα τους πρόσωπα μετά τις απανωτές καραντίνες, ενώ οι διακοπές στη φύση μπορούν να προσφέρουν τόσο ξεκούραση όσο και κοινωνικά αποστασιοποιημένες εξερευνήσεις.

Οι ταξιδιώτες θα αναζητήσουν «κρυφά» διαμάντια, ονειρεμένους προορισμούς και ευκαιρίες για δραστηριότητες με επίκεντρο τη φύση, όπως πεζοπορία, φωτογραφία ή καγιάκ. Πρόκειται για μια τάση που αποτελεί ευκαιρία για τους όχι και τόσο δημοφιλείς προορισμούς, ώστε να προσελκύσουν περισσότερους επισκέπτες.

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

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

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

4. ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ, ΜΙΑ ΣΥΝΕΧΗΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΤΑΣΗ

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

Η ταξιδιωτική κοινότητα θα αναμένει επίσης όλο και περισσότερο διαφάνεια από τους ταξιδιωτικούς φορείς σχετικά με τις πρωτοβουλίες τους για τη βιωσιμότητα. Καθώς οι διεθνείς ταξιδιώτες συνειδητοποιούν όλο και περισσότερο την κλιματική

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



κρίση, αυξάνεται η ανησυχία για τη μείωση του αποτυπώματος του καθενός και την υπεύθυνη απόλαυση των διακοπών. Η ETC δημοσίευσε πρόσφατα το εγχειρίδιο της για την ενθάρρυνση πρακτικών βιώσιμου τουρισμού. Ακολουθούν μερικές ιδέες που αντικατοπτρίζουν τις αξίες των ταξιδιωτών:

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

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

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

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

5. ΜΕΤΡΑ ΠΟΥ ΕΠΙΚΕΝΤΡΩΝΟΝΤΑΙ ΣΤΗΝ ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΥΓΕΙΑ

Μαζί με την προτεραιότητα στην υγεία και την ευεξία και τη λαχτάρα για σύνδεση με τη φύση, οι ταξιδιώτες θα επιδιώκουν να επενδύσουν σε μάρκες που μοιράζονται αυτές τις πεποιθήσεις. Για παράδειγμα, μια πρόσφατη μελέτη της OAG διαπίστωσε ότι το 70% των ερωτηθέντων ταξιδιωτών στις ΗΠΑ πιστεύει ότι τα διαβατήρια εμβολίων θα πρέπει να απαιτούνται για τα διεθνή ταξίδια, ενώ το 68% ενδιαφέρεται και για τα διαβατήρια εσωτερικού.

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

[Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ►](#)



6. ΤΑΞΙΔΙΑ «ΕΠΙΣΤΡΟΦΗ ΣΤΗ ΔΟΥΛΕΙΑ»

Τέλος, μια ματιά στις τάσεις των εταιρικών ταξιδιών. Πρόκειται για ένα πεδίο που παραμένει στον αέρα και πιθανότατα θα είναι ένας από τους τελευταίους τομείς που θα ανακάμψει σε διεθνή κλίμακα. Η επιστροφή στα επαγγελματικά ταξίδια θα εξαρτηθεί από πολλούς παράγοντες, συμπεριλαμβανομένων των επιπέδων εμβολιασμού, του ανοίγματος των συνόρων και των ανασχεδιασμένων δομών του προϋπολογισμού.

Καθώς πολλοί οργανισμοί έχουν ανακαλύψει την αποτελεσματικότητα της εξ αποστάσεως εργασίας, τα εκτεταμένα εταιρικά ταξίδια μπο-

Επειτα από σχεδόν δύο χρόνια αβεβαιότητας, δεν μπορούμε ακόμη να είμαστε 100% σαφείς σχετικά με το πώς μοιάζει το μέλλον των ταξιδιών

ρεί να μην αποτελούν τόσο υψηλή προτεραιότητα όσο ήταν πριν από την πανδημία.

Ως εκ τούτου, μπορούμε να περιμένουμε να δούμε περισσότερη διαδικτυακή εκπαίδευση και διαδικτυακά σεμινάρια, εικονικά ή υβριδικά συνέδρια και έμφαση στα περιφερειακά

ταξίδια, όταν αρχίσουν να επανέρχονται τα γεγονότα. Εν τω μεταξύ, ωστόσο, είναι σημαντικό να σημειωθεί το κλίμα που επικρατεί γύρω από τα επαγγελματικά ταξίδια. Μια πρόσφατη μελέτη της PWC διαπίστωσε ότι το 75% των επαγγελματιών ταξιδιωτών δεν είναι ενθουσιασμένοι - ή αδιάφοροι - με τη σκέψη να ταξιδέψουν για δουλειά για άλλη μια φορά. Ωστόσο, οι ταξιδιωτικές εταιρείες δρομολογούν πρωτοβουλίες και εκστρατείες, όπως αυτή της Iberia Airlines, για να να ενθαρρύνουν την επάνοδο των επαγγελματιών ταξιδιωτών.

Εκτός από τη σαφή και εμπειριστωμένη αποστολή μηνυμάτων σχετικά με τις ταξιδιωτικές απαιτήσεις

και τα πρωτόκολλα καθαρισμού, οι ταξιδιωτικές εταιρείες θα πρέπει να προσεγγίζουν τους εταιρικούς πελάτες με ενσυναίσθηση και υποστήριξη. Προσφορές όπως ευέλικτες ακυρώσεις, ευρύχωρα και ιδιωτικά καθίσματα στην επαγγελματική θέση και πακέτα ξενοδοχείων για απομακρυσμένη εργασία μπορούν να βοηθήσουν στην αντιμετώπιση των ανησυχιών και των προβλημάτων των πελατών.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

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

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

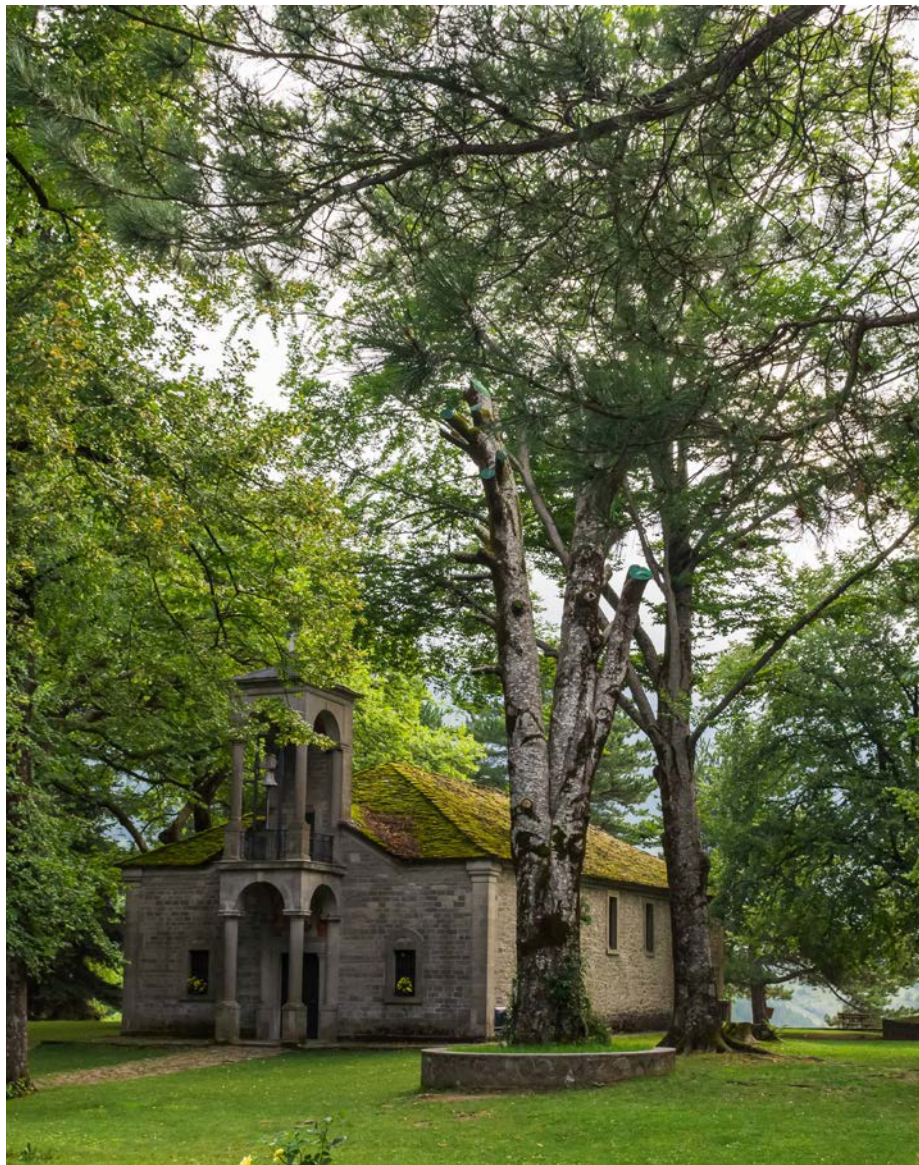


Ήπειρος Ένας προορισμός με χίλια πρόσωπα

Η Ήπειρος διαφημίζεται σαν προορισμός για όλο το χρόνο και πράγματι είναι το μέρος του κόσμου που τα συνδυάζει όλα. Μέσα σε πολύ λίγη ώρα, μπορείς να βρεθείς από την κορυφή του πιο ψηλού βουνού στα καταπράσινα νερά μιας μαγευτικής παραλίας, τη μοντέρνα αρχιτεκτονική με την παραδοσιακή αρχοντιά, τις έντονες δραστηριότητες με τη γαλήνια ηρεμία. Σταυροδρόμι πολιτισμών και τοπίων, παραδοσιακά χωριά, η Ήπειρος διαθέτει μια μοναδική φύση που «φιλο-

Προσφέρεται
για **όλες τις εποχές
του χρόνου**, παρέχοντας
μοναδικές δυνατότητες,
όποτε και αν αποφασίσει
κανείς να επισκεφθεί
την περιοχή

ξεναί» οροσειρές, φαράγγια, σπάνια ζώα και φυτά, λίμνες, ποτάμια, άγρια βουνά, κρυφούς κολπίσκους και δαντελωτές παραλίες με άμμο. Η Ήπειρος με τα χίλια πρόσωπα περιμένει να σας καλωσορίσει στα επιβλητικά τοπία της, ενώ σε κάθε εποχή έχει να επιδείξει διαφορετικά χαρίσματα. Οι προορισμοί της πολλοί και ποικίλοι, παρέχουν στους επισκέπτες μια πληθώρα επιλογών, από τα γραφικά Ζαγοροχώρια, το Μέτσοβο και τα Τζουμέρκα, μέχρι τα όμορφα Ιωάννινα και τα καλοκαιρινά κοσμικά «στέκια» Πάργα και Σύβοτα.



Η γεωμορφολογία της Ηπείρου χαρακτηρίζεται από το ορεινό ανάγλυφο και την αφθονία των ποταμών και των λιμνών με αποτέλεσμα να υπάρχουν μεγάλα δάση, μοναδική χλωρίδα και πανίδα και σπάνια φυσική ομορφιά. Διαθέτει εθνικούς δρυμούς και υδροβιότοπους ενώ το υπέδαφος είναι πλούσιο σε μη μεταλλικά ορυκτά. Τα περήφανα βουνά της Πίνδου, τα κοφτερά φαράγγια που κόβουν την ανάσα, τα πυκνά δάση με την σπάνια χλωρίδα και πανίδα και τα ορμητικά ποτάμια –πρόκληση για περιπέτεια, συνθέτουν στο εσωτερικό της ένα

μαγευτικό σκηνικό, ενώ μοναδικής ομορφιάς είναι οι καταγάλανες ακτές του Ιονίου με τα ατελείωτα χιλιόμετρα δαντελωτής πεντακάθαρης ακρογιαλιάς. Χάρη στην ποικιλομορφία του φυσικού της περιβάλλοντος, η Ήπειρος παρέχει ένα σπάνιο συνδυασμό δυνατοτήτων, από τον πιο ορεινό τουρισμό μέχρι την πιο αξέχαστη καλοκαιρινή εμπειρία, με κοσμοπολίτικες αλλά και ερημικές παραλίες. Ο ευλογημένος τούτος τόπος, με τις ιδιομορφίες και τις αντιθέσεις του, ήταν και το κυρίαρχο στοιχείο που σμίλεψε το χαρακτήρα του Ηπειρώτη

και τον οδήγησε να χαράξει τη δική του πορεία στην ιστορία και τον πολιτισμό. Εδώ το παρελθόν συναντά το παρόν σε αρχαιολογικούς χώρους, μοναστήρια και ναούς, κάστρα και παραδοσιακά πετρόχτιστα χωριά ξεχασμένα από τον χρόνο, που μαρτυρούν την πρότερη ακμή του τόπου. Διδάσκαλοι του γένους και αξέχαστοι ευεργέτες ξεκίνησαν από την Ήπειρο και δημιούργησαν μία αξεπέραστη παράδοση στα γράμματα και τις τέχνες, που συνεχίζεται και στις μέρες μας.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ►



Το κάλεσμα της Ηπειρώτικης Φύσης

Η Ήπειρος προσφέρει εξαιρετικές επιλογές για τουρισμό εμπειρίας, πρόκειται πραγματικά για μια περιοχή «παράδεισο» για τον Θεματικό Τουρισμό. Ράφτινγκ σε ποτάμια, κανό σε λίμνες, πεζοπορία σε βουνά και φαράγγια, καταδύσεις είναι μερικές μόνο από τις επιλογές που έχουν οι επισκέπτες. Οι εμπειρίες στη φύση έχει αποδειχθεί στην πράξη πως μπορούν να προσελκύουν επισκέπτες όλη τη διάρκεια του χρόνου και ιδιαίτερα εκτός της περιόδου αιχμής, δηλαδή τους καλοκαιρινούς μήνες, που ούτως ή άλλως δεν προσφέρονται για δραστηριότητες, λόγω των υψηλών





θερμοκρασιών. Εκτός από τις εμπειρίες, λόγω του μεγάλου ιστορικού φορτίου της περιοχής, η Ήπειρος διαθέτει μεγάλες δυνατότητες για πολιτιστικό και θρησκευτικό τουρισμό. Στα πανέμορφα και πλούσια σε ιστορία Ιωάννινα θα δείτε το κάστρο, το Βυζαντινό Μουσείο του Ιτς Καλέ, τα οκτώ μοναστήρια στο Νησί της λίμνης, χτισμένα τη βυζαντινή και μεταβυζαντινή περίοδο.

Η Ήπειρος είναι ένας τόπος με απίστευτα πλούσια ιστορία, όπου θα συναντήσετε τον σπουδαίο αρχαιολογικό χώρο της Δωδώνης, την αρχαία Νικόπολη, το ξακουστό στον αρχαίο κόσμο Νεκρομαντείο Εφύρας, θα επισκεφτείτε τα πέτρινα γεφύρια

***Ράφτινγκ σε ποτάμια,
κανό σε λίμνες, πεζοπορία
σε βουνά και φαράγγια,
καταδύσεις είναι μερικές
μόνο από τις επιλογές
που έχουν οι επισκέπτες***

της Πλάκας, της Κόνιτσας, και φυσικά στο πιο φημισμένο, το γεφύρι της Άρτας.

Ο τόπος τέλος φημίζεται για τη μουσική του παράδοση με το αναγνωρίσιμο και αξεπέραστο ηπειρώτικο κλαρίνο και με οργανοπαίκτες που αποτελούν σύμβολα για τις επόμενες γενιές.

Αργυροχρυσόχοοι, ξυλογλύπτες, λαϊκοί ζωγράφοι, μάστορες της πέτρας και υφάντρες συνεχίζουν τη μακραίωνη παράδοση της Ηπείρου σε επαγγέλματα που τείνουν να εξαφανιστούν, αλλά εδώ εμπνέουν το σεβασμό και κερδίζουν την αγάπη του κόσμου.

Συνέχεια στην επόμενη σελίδα ►



Ένας τόπος γεμάτος παράδοση και γεύσεις



— — — — —
— — — — —
— — — — —
εχωριστή θέση στην Ήπειρο έχει η γαστρονομία της. Είναι φημισμένη για τα γαλακτοκομικά της, όπως ηπειρώτικη φέτα, γαλοτύρι, κεφαλοτύρι, βλαχοτύρι, ξινόγαλο, ξινομυζήθρα, αλλά και το κρέας της με συνταγές όπως κλέφτικο και αρνί με λάπαθα. Κάθε περιοχή αποτελεί έναν γαστρονομικό «πάρδεισο» με τις δικές της σπεσιαλιτέ, όπως γαρίδες στον Αμβρακικό, τυροκομικά προϊόντα, ζυμαρικά, κρασί στο Μέτσοβο, βατραχοπόδαρα και παραδοσιακά γλυκά στα Ιωάννινα. Ονομαστά είναι τα κρασιά Ζίτσα, αλλά και το νερό Βίκος και Τζουμέρκα. Πέρυσι τον Ιούλιο πραγματοποιήθηκε το 1ο Γαστρονομικό Φεστιβάλ της Ηπείρου με στόχο ανάδειξη των γαστρονομικών πρώτων υλών της περιοχής, την προώθηση της τοπικής κουζίνας και την ένταξη της γαστρονομίας στη τουριστική φιλοσοφία της περιοχής.

Οι φημισμένες πίτες, το κλέφτικο, το γαλοτύρι, τα βατραχοπόδαρα, αλλά και τα παραδοσιακά γλυκά είναι μερικά μόνο από τα εδέσματα που μπορεί κάποιος να γευτεί στην Ήπειρο

Το φεστιβάλ έγινε στην Πρέβεζα στις 17 Ιουλίου και συμμετείχαν κυρίως παραγωγοί προϊόντων από Πρέβεζα και Άρτα. Αν και σαν πρώτη προσπάθεια ήταν πολύ θετική, θα πρέπει να λάβει στη συνέχεια μεγαλύτερες διαστάσεις και να συμμετέχουν φυσικά παραγωγοί από όλους τους νομούς της Ηπείρου για να μπορέσει να χτίσει το προφίλ του γαστρονομικού προορισμού η περιοχή.

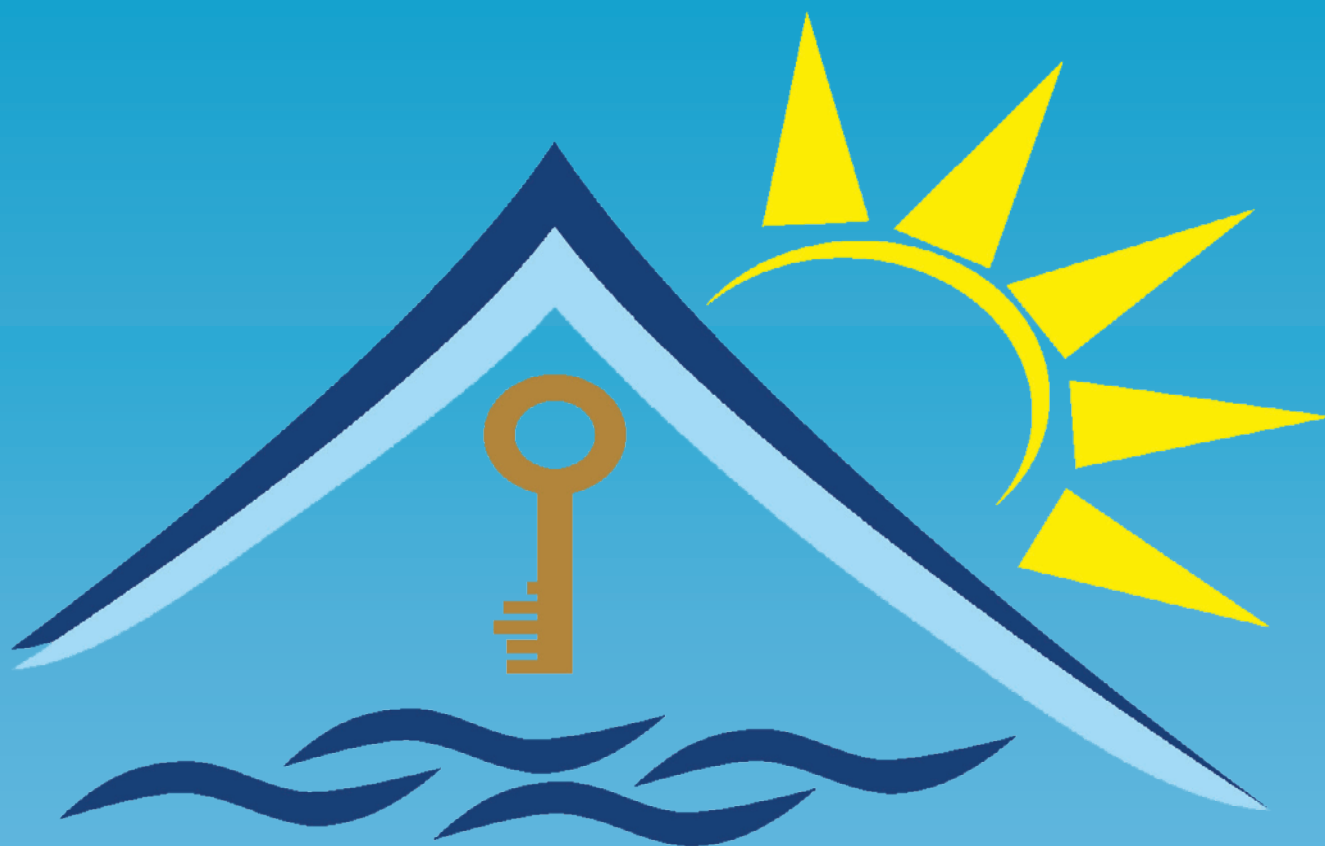
Σημαντικός αρωγός σε αυτή την προσπάθεια μπορούν να παίξουν και οι Δρόμοι του Κρασιού, οι οποίοι προς το παρόν αφορούν κατά κύριο λόγο τα Ιωάννινα και λιγότερο τους υπόλοιπους νομούς.

Επίσης στην Ήπειρο και κυρίως στα Ιωάννινα και στην Άρτα υπάρχει μεγάλη παράδοση τσίπουρου και μάλιστα χωρίς γλυκάνισο.

Έξι οινοποιεία στην Ήπειρο κάνουν και τσίπουρο, 5 από αυτά το εμφιαλώνουν.

Από το 2011 το Τσίπουρο Ηπείρου (ή Ηπειρώτικο Τσίπουρο) είναι με ένδειξη ΠΓΕ (Προστατευόμενη Γεωγραφική Ένδειξη). Αξιοπρόσεκτο το συνεπαιριστικό αποστακτήριο στη Μολυβδοσκεπάστη στα βόρεια των Ιωαννίνων.

Στην περιοχή των Τζουμέρκων και κυρίως στη νότια πλευρά της Άρτας είναι πολύ διαδεδομένο το τσίπουρο από το υβρίδιο ιζαμπέλα ή ζαμπέλα (ή τζωρτζίνα).



Σ.Ε.Τ.Κ.Ε

ΣΥΝΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΩΝ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ

Διονυσίου Αιγινήτου 7, Ιλίσια | **ΤΚ:** 115 28, Αθήνα

Τηλ: 0030-210-6422418 | **Fax:** 0030-210 – 6429725 | **www.setke.gr • info@setke.gr**