

EDITORIAL

ΜΙΑ ΣΦΑΙΡΙΚΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ

Αυτή είναι η πρώτη ψηφιακή έκδοση του «Τουρισμός 360», της περιοδικής ηλεκτρονικής έκδοσης, που σκοπό έχει να ενημερώνει τους επαγγελματίες και όσους ενδιαφέρονται για τον τουρισμό για διεθνείς και εγχώριες εξελίξεις, τάσεις και απόψεις που αφορούν τον κλάδο.

Η φετινή χρονιά είναι μια χρονιά επανεξέτασης των δεδομένων για την τουριστική βιομηχανία. Αυτό ήταν εξάλλου και το φετινό μήνυμα της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού. Μετά την πρωτοφανή υγειονομική κρίση, που οδήγησε την τουριστική κίνηση σε μηδενικό σημείο, τα δύο τελευταία χρόνια ζούμε την ανάκαμψη του τουρισμού μέσα σε ένα κλίμα αβεβαιότητας, γεωπολιτικών αλλαγών, απότομης αύξησης του κόστους της ενέργειας, των τροφίμων -και όχι μόνο- και πιθανής οικονομικής ύφεσης και μείωσης του διαθέσιμου εισοδήματος. Ωστόσο, ο τουρισμός δείχνει εντυπωσιακή ανθεκτικότητα και η ζήτηση για ταξίδια ισχυρή διάθεση ανάκαμψης. Η κρίση έχει αλλάξει τα δεδομένα. Νέες ανάγκες και τάσεις αναδύονται και ζητούν αρχικά αναγνώριση και στη συνέχεια σχεδιασμό και υλοποίηση σχετικών λύσεων.

Ελπίζουμε να βρείτε ενδιαφέρουσες και χρήσιμες τις πληροφορίες σε αυτή την έκδοση και φυσικά είμαστε ανοικτοί σε προτάσεις, υποδείξεις, απόψεις, πληροφορίες και νέα, τα οποία μπορείτε να μας στέλνετε στο email της ομάδας σύνταξης του «Τουρισμός 360».

Σπύρος Ζούγρης



ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ

ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΤΑΣΙΟΣ ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΠΟΞ
ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΔΟΘΟΥΝ ΛΥΣΕΙΣ ΣΕ ΖΗΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΧΡΟΝΙΖΟΥΝ



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ
ΒΑΣΙΛΙΚΟΣ**

Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΔΡΙΑ
ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΙΑΣ

- Ελληνικός Τουρισμός 2022-2023 • Συνέντευξη: Γρηγόρης Τάσιος
- Στατιστικά • Αεροπορικές και οδικές αφίξεις • Αλέξανδρος Βασιλικός
- Αναπτυξιακός Νόμος • Το ξενοδοχείο του μέλλοντος
- Σήμανση στα ξενοδοχεία και τις μονάδες εστίασης • Last Page

ΣΕΤΕ: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΟ ΚΟΣΤΟΣ

Προτάσεις αναφορικά με τη διαχείριση της αύξησης του ενεργειακού κόστους των τουριστικών επιχειρήσεων απέστειλε προς τους αρμόδιους υπουργούς ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ Γιάννης Ρέτσος. Συγκεκριμένα, στην επιστολή μεταξύ άλλων αναφέρει ότι λόγω της μεγάλης μη διαχειρίσιμης αύξησης στο ενεργειακό κόστος, οι επόμενοι μήνες αναμένεται να είναι ιδιαίτερα δύσκολοι, ειδικά για εκείνες τις τουριστικές επιχειρήσεις που θα συνεχίσουν τη λειτουργία τους και μετά τον Οκτώβριο.

Τα προτεινόμενα μέτρα

- Άμεση έκδοση του ΕΞΟΙΚΟΝΟΜΩ II για επιχειρήσεις, προκειμένου οι τουριστικές επιχειρήσεις να μπορέσουν να αναβαθμίσουν ενεργειακά τις εγκαταστάσεις τους.
- Διευκόλυνση - κινητροδότηση των

επιχειρήσεων να παράγουν οι ίδιες μέσω φωτοβολταϊκού συστήματος την ενέργεια που καταναλώνουν (net metering).

Σχετικά κρίνεται απαραίτητο: α. να ενισχυθούν άμεσα οι υφιστάμενες υποδομές του δικτύου και β. να δοθεί η δυνατότητα στις επιχειρήσεις να εγκαταστήσουν φωτοβολταϊκά συστήματα σε χώρο που δεν είναι όμορος με τις εγκαταστάσεις τους.

- Επιδότηση του πετρελαίου θέρμανσης τουριστικών καταλυμάτων σε υψόμετρο από 300 μ. και πάνω. Στις επιχειρήσεις αυτές, η λειτουργία της θέρμανσης μπορεί να ξεκινήσει ακόμα και από τα μέσα Σεπτεμβρίου και να διαρκέσει μέχρι τον Μάιο, σε περιοχές δε όπως η Δράμα, η Καστοριά, η Κοζάνη, η Φλώρινα κ.λπ., την περίοδο Δεκεμβρίου - Φεβρουαρίου η μέση θερμοκρασία τη νύχτα αγγίζει τους -9



βαθμούς.

Στην επιστολή του ΣΕΤΕ αναφέρεται: «Σε μία μέση επιχείρηση τουριστικών καταλυμάτων 20 δωματίων, σε υψόμετρο + 600 μ., η μέση ετήσια κατανάλωση κυμαίνεται σε 20 - 30 τόνους πετρελαίου. Στις, ως επί το πλείστον, μικρές οικογενειακές αυτές επιχειρήσεις, το ενεργειακό κόστος ήδη πριν από την έναρξη της ενεργειακής κρίσης αποτελούσε το μεγαλύτερο έξοδό τους».

Διαβάστε όλη την επιστολή [ΕΔΩ](#)

UNWTO

Η ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΥΦΕΣΗ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΕΠΙΒΡΑΔΥΝΕΙ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΚΑΜΨΗ

Οι τουριστικές αφίξεις ανέκαμψαν διεθνώς κατά το πρώτο επτάμηνο του 2022 κατά 172%, φτάνοντας από 175 εκατ. το 2021 σε 474 εκατ. φέτος, νούμερα που αντιπροσωπεύουν το 57% των προ της πανδημίας αφίξεων. Η ανοδική τάση για διεθνή ταξίδια που καταγράφει το Τουριστικό Βαρόμετρο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού (UNWTO) δείχνει να απειλείται το υπόλοιπο του 2022 και του 2023. Αιτία, ο συνδυασμός των αυξανόμενων επιτοκίων σε όλες τις μεγάλες οικονομίες, οι αυξανόμενες τιμές της ενέργειας και των τροφίμων και οι αυξανόμενες προοπτικές παγκόσμιας ύφεσης, όπως επισημαίνει η Παγκόσμια Τράπεζα.

Η Μεσογειακή Ευρώπη πρωτοστατεί στην ανάκαμψη

Μέχρι στιγμής, η Ευρώπη και η Μέση Ανατολή παρουσίασαν την ταχύτερη ανάκαμψη κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022. Οι αφίξεις έφτα-

σαν στο 74% και 76% των επιπέδων του 2019 αντίστοιχα. Η Ευρώπη κατέγραψε σχεδόν τριπλάσιες (+190%) διεθνείς αφίξεις στο πρώτο 7μηνο του 2022 έναντι αυτού του 2021. Βασικός πόλος ανάπτυξης ήταν η ισχυρή ενδοπεριφερειακή ζήτηση και τα ταξίδια από τις Ηνωμένες Πολιτείες. Για το επτάμηνο Ιανουαρίου-Ιουλίου, η Νότια Μεσογειακή Ευρώπη κατέγραψε την ισχυρότερη ανάκαμψη έναντι του 2019, με μείωση αφίξεων που έφτασε το -15%, ενώ ακολούθησαν η Καραϊβική (-18%) και η Κεντρική Αμερική (-20%).

Τον Ιούλιο, η απόκλιση των αφίξεων έναντι του 2019 ήταν ακόμη πιο μικρή, με τις αφίξεις στη Μεσογειακή Ευρώπη να παρουσιάζουν μείωση 6%, στην Καραϊβική 5% και στην Κ. Αμερική 8%. Οι προοπτικές για το υπόλοιπο του 2022 είναι συγκρατημένα αισιόδοξες. Υψηλό ποσοστό των ειδικών (47%) βλέπουν θετικές προοπτικές για την περίοδο Σεπτεμ-



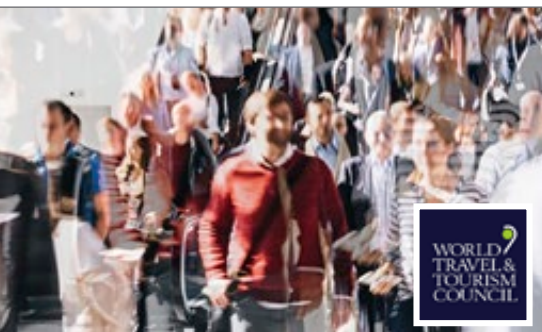
βρίου-Δεκεμβρίου 2022, ενώ το 24% δεν αναμένει αλλαγή και το 28% θεωρεί ότι η έκβαση θα μπορούσε να είναι χειρότερη.

2023: Συγκρατημένα αισιόδοξοι οι ειδικοί

Για το 2023, οι ειδικοί εμφανίζονται συγκρατημένα αισιόδοξοι, με το 65% να βλέπει καλύτερες τουριστικές επιδόσεις από το 2022. Ωστόσο, η πρόβλεψη επιστροφής στα επίπεδα προ πανδημίας στο εγγύς μέλλον δεν είναι τόσο αισιόδοξη. Περίπου το 61% των ειδικών βλέπει πιθανή επιστροφή των διεθνών αφίξεων στα επίπεδα του 2019 το 2024 ή αργότερα, ενώ εκείνοι που υποδεικνύουν επιστροφή στα προπανδημικά επίπεδα το 2023 έχουν μειωθεί (27%).

WTTC

ΙΣΧΥΡΟΣ ΕΠΙΤΑΧΥΝΤΗΣ ΤΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ Ο ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ



Όπως προκύπτει από την πιο πρόσφατη έκθεση οικονομικών τάσεων του Παγκόσμιου Συμβουλίου Ταξιδιών και Τουρισμού (WTTC), ο τουρισμός αποτελεί έναν από τους ισχυρότερους τομείς οικονομικής ανάπτυξης τόσο σε διεθνές όσο και εθνικό επίπεδο. Μέσα στην ερχόμενη δεκαετία, η ανάπτυξη του κλάδου Ταξιδιών και Τουρισμού θα ξεπεράσει αυτή της παγκόσμιας οικονομίας, όπως δήλωσε η πρόεδρος και διευθύνουσα σύμβουλος του WTTC, Julia Simpson.

ΙΣΧΥΡΗ Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ

Βάσει των στοιχείων του WTTC, η ανάκαμψη της συμβολής του κλάδου Ταξιδιών και Τουρισμού στη συνολική Οικονομία της Ελλάδας το 2021, καθώς και ο ρυθμός ανάκαμψης του τουρισμού γενικότερα, βρίσκονται σε αξιοζήλευτες θέσεις.

Συγκεκριμένα, η συμβολή του κλάδου Ταξιδιών και Τουρισμού στη συνολική Οικονομία της Ελλάδας το 2021 παρουσίασε ανάκαμψη κατά 74,9% μεγαλύτερη από άλλων ανταγωνιστικών χωρών, που παρουσίασαν επίσης σημαντική ανάπτυξη, όπως η Τουρκία, η Ιταλία και η Ισπανία (60,6%, 58,5% και 52,5% αντίστοιχα). Η Ελλάδα βρέθηκε στη 13η θέση της παγκόσμιας κατάταξης χωρών με τη μεγαλύτερη αύξηση του ΑΕΠ Ταξιδιών και Τουρισμού το 2021 σε σχέση με το 2019.

Το 2021 η Ελλάδα βρέθηκε στη 16η θέση της παγκόσμιας κατάταξης χωρών με τη μεγαλύτερη συμβολή των Ταξιδιών και Τουρισμού στο εθνικό ΑΕΠ (14,9%). Το 2021 και ήταν επίσης η 9η χώρα στον κόσμο με τις

μεγαλύτερες δαπάνες διεθνών επισκεπτών, οι οποίες ανήλθαν σε 14,4 δισ. δολάρια.

ΟΙ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΕΣ ΚΑΙ ΠΙΟ ΔΥΝΑΜΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ

Ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στοιχεία της έρευνας που διενήργησε η Oxford Economics για λογαριασμό του WTTC και αφορούν τις μεταβολές των θέσεων των πιο ισχυρών αγορών Ταξιδιών και Τουρισμού στον κόσμο το 2021. Η έρευνα έδειξε ότι οι ΗΠΑ παραμένουν στην πρώτη θέση, με την Κίνα και τη Γερμανία να συμπληρώνουν την πρώτη τριάδα. Ωστόσο, η κατάταξη αυτή κρύβει κάποια παραπλανητικά στοιχεία, καθώς οι επιδόσεις τους επιτυγχάνονται μέσω των ταξιδιών εσωτερικού, ενώ οι διεθνείς αφίξεις είχαν μειωθεί σημαντικά. Το Ηνωμένο Βασίλειο υποχώρησε δραματικά από την 5η θέση το 2019 στην 9η το 2021, με συνεισφορά λίγο πάνω από 157 δισ. δολάρια, σημειώνοντας τη μεγαλύτερη πτώση μεταξύ των 10 κορυφαίων χωρών. Όσον αφορά τις διεθνείς δαπάνες ταξιδιωτών, η Γαλλία, η οποία πριν από την πανδημία βρισκόταν στην 4η θέση, ξεπέρασε την Ισπανία, την Κίνα και τις ΗΠΑ, φτάνοντας στην πρώτη θέση. Η Κίνα, η οποία παραμένει κλειστή για μεγάλο μέρος του υπόλοιπου κόσμου, από τη 2η θέση πριν από την πανδημία, υποχώρησε στην 11η θέση το 2021. Το WTTC προβλέπει ότι έως το 2032, η Κίνα μπορεί να ξεπεράσει τις ΗΠΑ και να γίνει η μεγαλύτερη αγορά Ταξιδιών και Τουρισμού στον κόσμο.

ΑΝΑΚΑΜΠΤΟΥΝ ΤΑ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΤΑΞΙΔΙΑ

Παρά τα σημαντικά προβλήματα που αντιμετώπισαν κατά τη διάρκεια των προηγούμενων ετών, η έκθεση δείχνει ότι και τα επαγγελματικά ταξίδια βρίσκονται σε πορεία ανάκαμψης. Συγκεκριμένα, αναμένεται να αυξηθούν κατά περισσότερο από 41% φέτος. Για τα επόμενα 10 χρόνια εκτιμάται ότι θα μπορούσαν να αυξηθούν κατά μέσο όρο 5,5% ετησίως και ενδέχεται να ανακάμψουν ταχύτερα στην περιοχή Ασίας-Ειρηνικού.

World Tourism Awards 2022

11 ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ



Ως τα καλύτερα στην Ευρώπη αναδείχθηκαν 11 ελληνικά ξενοδοχεία στα WTA 2022.

Συγκεκριμένα, από 2 βραβεία κατέκτησαν:

- Grand Resort Lagonissi: Europe's Leading Conference Resort 2022 και Europe's Leading Luxury Island Resort 2022
- Elounda Beach Hotel & Villas: Europe's Leading Luxury Villa Resort 2022 και Europe's Leading Beach Resort 2022

Επίσης βραβεύτηκαν:

- **Katikiés Santorini:** Europe's Leading Luxury Hotel 2022
 - **Domes Miramare, a Luxury Collection Resort, Corfu:** Europe's Leading Luxury Resort 2022
 - **Domes of Elounda, Autograph Collection:** Europe's Leading Luxury Family Resort 2022
 - **The Magnificent Villa Sunset @ Casa Del Mar Mykonos Seaside Resort:** Europe's Leading Luxury Hotel Villa 2022
 - **Sani Resort:** Europe's Leading Family Resort 2022
 - **Domes Noruz Chania, Autograph Collection:** Europe's Leading Honeymoon Resort 2022
 - **Elounda Bay Palace:** Europe's Leading Seafront Resort 2022
 - **Kivotos Mykonos:** Europe's Leading Boutique Hotel 2022
 - **Santo Maris Oia Luxury Suites & Spa:** Europe's Leading Boutique Resort 2022
- Δείτε όλα τα ελληνικά ξενοδοχεία, τουριστικές επιχειρήσεις και βραβεία που απέσπασε η Ελλάδα και όλα τα ευρωπαϊκά βραβεία **ΕΔΩ**

Συνεδριακός Τουρισμός: Έφερε 1,7 δισ. το 2022 και ζητάει προβολή

Το 2022 τα τουριστικά έσοδα από τον συνεδριακό τουρισμό υπολογίζονται σε 1,7 δισ. ευρώ, ενώ για το 2023 υπάρχει διάχυτη αισιοδοξία.

Και όλα αυτά χωρίς να έχει προβληθεί ο Συνεδριακός Τουρισμός, όπως ανέφεραν επαγγελματίες του κλάδου σε συνάντηση δημοσιογράφων με τον HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers).

Μερικά ενδιαφέροντα στοιχεία που ανέφερε η πρόεδρος Σίσσυ Λυγνού είναι ότι ένα συνέδριο 1.500 ατόμων διάρκειας 3-4 ημερών στην Ελλάδα συνοδεύεται με άμεσο τζίρο (direct impact) από 1 εκατ. ευρώ έως 5 εκατ. ευρώ, με τη συνολική κατά κεφαλήν δαπάνη από 1.000 ευρώ έως 7.000



Η Πρόεδρος του Hapco Σίσσυ Λυγνού, η Γενική Γραμματέας Α. Αλεξάνδρου και ο Αντιπρόεδρος Α΄ Π. Ποδηματάς.

ευρώ. Στις εταιρικές συναντήσεις πέραν των 500 ατόμων διάρκειας 3 ημερών, ο άμεσος τζίρος υπολογίζεται από 800.000 μέχρι και 1,5 εκατ. ευρώ και η κατά κεφαλήν δαπάνη 1.500 - 4.000 ευρώ.

Αντίστοιχα, τα ταξίδια κινή-

τρων πέραν των 100 ατόμων και διάρκειας 3 ημερών εμφανίζουν τζίρο 300.000 - 500.000 ευρώ, με κατά κεφαλήν δαπάνη 3.000 - 10.000 ευρώ.

Διαβάστε περισσότερα **ΕΔΩ**

Ξενοδοχεία Αθήνας: Κάτω από το 2019 οι επιδόσεις στο 8μηνο



Κάτω από τις τιμές του 2019 έπεσαν οι επιδόσεις των ξενοδοχείων της Αθήνας το 8μηνο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022, ενώ μόνο η μέση τιμή δωματίου κατέγραψε αύξηση έναντι του 2019 στα ξενοδοχεία της Αθήνας, αφού η πληρότητα και τα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο παρέμειναν χαμηλότερα από τα προ πανδημίας επίπεδα.

Έτσι, σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Αθήνας, Αττικής και Αργοσαρωνικού, αυξημένη πληρότητα έναντι του 2019 κατα-

γράφηκε μόνο τον Ιούλιο (89%). Τον Αύγουστο η μέση πληρότητα υποχώρησε στο 82,1% (-2,7% έναντι του Αυγούστου 2019). Σύμφωνα με την ΕΞΑ-ΑΑ, αυτό ήταν αναμενόμενο, καθώς παραδοσιακά ο Αύγουστος είναι ένας μήνας που παρουσιάζει χαμηλότερες επιδόσεις στα ξενοδοχεία της Αθήνας.

Σε σύνολο 8μήνου, λοιπόν, καταγράφονται απώλειες τόσο στην πληρότητα των ξενοδοχείων, της τάξης του 15,8%, όσο και στα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο (RevPar), της τάξης του 4,9%. Αύξηση παρατηρείται μόνο στη μέση τιμή δωματίου (ADR) κατά 12,9%, ωστόσο η Αθήνα σημειώνει επιδόσεις κατώτερες των ανταγωνιστικών πόλεων. Η Αθήνα, σύμφωνα με την ΕΞΑ-ΑΑ, εξακολουθεί να έχει την πλέον αργή εξέλιξη σε απόλυτα νούμερα και σε επιδόσεις, σε αντίθεση με τους ανταγωνιστές της που βλέπουν τριψήφιες μεταβολές, όπως το Παρίσι, το Βερολίνο, το Μόναχο και η Ρώμη.

Διαβάστε περισσότερα **ΕΔΩ**

Λιγότερα Ταξίδια το 2023 βλέπει η Trivago



Το 2023 τα ταξίδια θα είναι λιγότερα και η μέση διαμονή θα έχει μικρότερη διάρκεια. Αυτό τελικά θα περιορίσει τα έσοδα των τουριστικών επιχειρήσεων έναντι του 2022.

Οι δυσοίωνες προβλέψεις ανήκουν στο γενικό διευθυντή και διευθύνοντα σύμβουλο της Trivago (Expedia Group), Alex Hefer. Βασικές αιτίες που θα επηρεάσουν αρνητικά την τουριστική βιομηχανία είναι ο συνδυασμός του χαμηλότερου καθαρού εισοδήματος, των υψηλότερων τιμών και της χαμηλότερης ποιότητας, όπως είπε σε συνέντευξή του στο WirtschaftsWoche. Οι ουρές στα αεροδρόμια, οι καθυστερήσεις και οι ακυρώσεις πτήσεων και η έλλειψη προσωπικού στα ξενοδοχεία συνέβαλαν στη δυσaréσκεια των τουριστών που κλήθηκαν να πληρώσουν ακριβότερα φέτος τις διακοπές τους. Αξίζει να σημειωθεί ότι το δεύτερο τρίμηνο, η Trivago κατέγραψε τις καλύτερες επιδόσεις στην ιστορία της.

Jet2.com - Jet2holidays

ΑΥΞΑΝΕΙ ΣΕ 1,3 ΕΚΑΤ. ΤΙΣ ΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ ΤΟΥ 2023 ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ



Με τρία νέα δρομολόγια και με πτήσεις από Μπρίστολ προς Χανιά, από East Midlands προς Σαντορίνη και από το αεροδρόμιο Stansted στην Αθήνα, ο όμιλος Jet2.com και Jet2holidays αυξάνει τη χωρητικότητά του στην Ελλάδα για το καλοκαίρι του 2023 στις 1,3 εκατομμύρια θέσεις.

Μάλιστα, στο πρόγραμμα του 2023, η Αθήνα αποτελεί προορισμό για όλο τον χρόνο. Επίσης, αυξάνονται οι πτήσεις σε προορισμούς που βρίσκο-

νται σε εποχιακή προσφορά, όπως η Κέρκυρα, η Ρόδος και η Σκιάθος.

Βάσει πληροφοριών, ο όμιλος επεκτείνει τη σαιζόν του για το 2023 στην Ελλάδα, ξεκινώντας πριν από το Πάσχα, στις αρχές Απριλίου, τις πτήσεις προς Ρόδο και Χαλκιδική.

Ο διευθύνων σύμβουλος του ομίλου, Steve Hearn, πραγματοποίησε σειρά συναντήσεων στην Ελλάδα με ξενοδόχους, εκπροσώπους του κλάδου, της κυβέρνησης και των τοπικών Αρχών.

Στους προορισμούς-στόχους του κ. Hearn ανήκουν η Κέρκυρα, η Ζάκυνθος, τα Χανιά, το Ηράκλειο, η Ρόδος και η Κως.

Όπως δήλωσε χαρακτηριστικά: «Συνεχίσαμε να επενδύουμε σε μεγάλο βαθμό στην Ελλάδα και οι φανταστικές συνεργασίες που έχουμε είναι κομβικές για τη συνεχή επιτυχία μας», προσθέτοντας ότι ο όμιλος έχει επεκταθεί πολύ στην Ελλάδα.

Συμφωνία ΕΟΤ με τον οδηγό Michelin

Συμφωνία του ΕΟΤ με τον εμβληματικό «Michelin Guide» υπογράφηκε στο Παρίσι από τον γγ του ΕΟΤ Δημήτρη Φραγκάκη, παρουσία του Υπ. Τουρισμού Βασίλη Κικίλια. Ο Υπ. Τουρισμού δήλωσε μεταξύ άλλων ότι «Αυτό το εγχείρημα είναι μόνο η αρχή για την ανάδειξη γαστρονομικών προορισμών σε όλη την Ελλάδα.»



Ο Δ. Φραγκάκης, συντονιστής της πρωτοβουλίας τα τελευταία δύο χρόνια, αναφέρει: «Η συμφωνία αποτελεί ένα μεγάλο βήμα για την ανάδειξη της ελληνικής γαστρονομίας σε όλο τον κόσμο. Η χώρα μας αποκτά ένα ακόμα ισχυρό πλεονέκτημα στον διεθνή ανταγωνισμό ως τουριστικός προορισμός 12 μηνών.»

Ένωση Ξενοδόχων Πιερίας – Πρωτοβουλίες, δράσεις και συνεργασίες

Σειρά δράσεων και πρωτοβουλιών υλοποιήθηκαν τους τελευταίους μήνες από την Ένωση Ξενοδόχων Πιερίας, με στόχο την προβολή και την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων του νομού. Συνεργασίες σε εθνικό και διεθνές επίπεδο υλοποιήθηκαν, ενώ μπήκαν οι βάσεις για περαιτέρω συνεργασίες.

Συνεργασίες, συμφωνίες και προβολή της Πιερίας

Συμφωνίες και διευκολύνσεις των επισκεπτών έπεσαν στο τραπέζι, με την παράλληλη προβολή τόσο του Ολύμπου, των Πιερίων, αλλά και όλων των περιοχών που μπήκαν στο κάδρο ως εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Η προώθηση του οδικού τουρισμού, η προβολή και η τουριστική ανάπτυξη της Πιερίας είναι ο κύριος σκοπός της Ένωσης Ξενοδόχων Πιερίας. Στο πλαίσιο των συνεργειών, υπήρξαν δράσεις



Ο Πρόεδρος της ΕΞΕΠ Ηρακλής Τσιτλακίδης με τον εμπορικό διευθυντή της HELLENIC TRAIN, R. Biasin.

όπως η φιλοξενία συνεργατών τηλεοπτικού συνεργείου Ρουμανίας, δημοσιογράφων κ.ά.

«Σκανάροντας» τον πολιτισμό

Ο τουρισμός και ο πολιτισμός είναι αλληλένδετα ως προς την προβολή του νομού. Έτσι, ξεκίνησε φέτος η συνεργασία της ΕΞΕΠ και του Φεστιβάλ Ολύμπου. Όλες οι πληροφορίες για το Φεστιβάλ και τα

αξιοθέατα ήταν διαθέσιμες στους επισκέπτες μέσω QR Code, σχεδόν σε όλα τα ξενοδοχεία αλλά και όλα τα κομβικά σημεία της Πιερίας, στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Μια ιδέα του προέδρου της ΕΞΕΠ Ηρακλή Τσιτλακίδη η οποία θα συνεχιστεί και στις επόμενες διοργανώσεις.

Σιδηροδρομικός προορισμός

Με στόχο να καταστεί σιδηροδρομικός προορισμός, να επιμηκυνθεί η τουριστική περίοδος ενσωματώνοντας τον Όλυμπο και το υπόλοιπο ορεινό αλλά και το παραθαλάσσιο κομμάτι της Πιερίας, έγινε επίσκεψη και περιήγηση του εμπορικού διευθυντή της HELLENIC TRAIN Roberto Biasin και αποφασίστηκε η παραχώρηση θέσεων προβολής και stand στους σταθμούς της Hellenic Train, πράγμα το οποίο και υλοποιήθηκε. Διαβάστε περισσότερα **ΕΔΩ**

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2022-2023 ΤΟ ΜΕΤΕΩΡΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑΣ

ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ-ΙΟΥΛΙΟΥ 2022, ΟΙ ΑΦΙΞΕΙΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΖΟΥΝ ΜΕΙΩΣΗ ΚΑΤΑ 12,1% ΚΑΙ ΟΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑ 2,9% ΕΝΑΝΤΙ ΤΟΥ 2019.

Ας ξεκινήσουμε από τα καλά νέα. Ο ελληνικός τουρισμός ανέκαμψε την προηγούμενη χρονιά και συνεχίζει να ανακάμπτει, με αξιοζήλευτο ρυθμό, από μια πρωτοφανή διεθνή κρίση. Η τουριστική κίνηση και οι ταξιδιωτικές εισπράξεις φαίνεται να επανέρχονται στα προ κρίσης επίπεδα του 2019, μιας χρονιάς ρεκόρ σε αφίξεις και έσοδα.

Οι επικεφαλής του Ελληνικού Τουρισμού σε κυβερνητικό επίπεδο αναφέρονται στα πάνω από 3 δισ. ευρώ άμεση οικονομική στήριξη των τουριστικών επιχειρήσεων κι εργαζόμενων του κλάδου, στις διαδικασίες και στα υγειονομικά πρωτόκολλα που εφάρμοσαν, στην υιοθέτηση του πράσινου ψηφιακού πιστοποιητικού, στην ενίσχυση της εικόνας της χώρας στο εξωτερικό από τον ΕΟΤ και στην εξαιρετική συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων στον κλάδο.

Παράλληλα, θα πρέπει να σημειώσουμε ότι τα εντυπωσιακά ποσοστά ανάκαμψης ξεκινάνε να μετράνε από τον «πάτο του βαρελιού» στο οποίο βρέθηκε ο Ελληνικός (και όχι μόνο) Τουρισμός τον Μάρτιο του 2020 και ότι η ζήτηση είχε συσσωρευμένη (καταπιεσμένη) θέληση να ταξιδέψει και μαζεμένο διαθέσιμο χρήμα από την περίοδο «εγκλεισμού» της πανδημίας να ξοδέψει. Όλα αυτά θα είχαν μικρότερη σημασία, εάν σήμερα, για διαφορετικούς λόγους, τόσο ο ελληνικός όσο και ο διεθνής τουρισμός δεν περνούσαν πάλι σε περίοδο επανεξέτασης της αισιοδοξίας για συνέχιση της ανοδικής τους πορείας. Η μεγάλη και απότομα αυξημένη ενεργειακή κρίση, η αύξηση του πληθωρισμού και των επιτοκίων, καθώς και ο κίνδυνος για οικονομική επιβράδυνση και μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος δημιουργούν νέα αρνητικά



δεδομένα στην προοπτική για τη διατήρηση της ανάκαμψης, όπως αναφέρει εύστοχα ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ Γ. Ρέτσος, εκφράζοντας τις σκέψεις και τους προβληματισμούς της αγοράς. Ωστόσο, όλοι αποδέχονται ότι «η μεγάλη εικόνα» της αντιμετώπισης της κρίσης και η μέχρι σήμερα πορεία των τουριστικών μεγεθών δικαιολογεί ικανοποίηση και αισιοδοξία αλλά με επιφυλάξεις για το αύριο.

2021-2022: Η ΜΕΓΑΛΗ ΕΠΑΝΟΔΟΣ Ταξιδιωτικές εισπράξεις

Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, το ταξιδιωτικό ισοζύγιο εμφάνισε πλεόνασμα 7.710,1 εκατ. ευρώ, έναντι πλεονάσματος 3.027,4 εκατ. ευρώ την αντίστοιχη περίοδο του 2021.

Οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν αύξηση κατά 154,2% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2021 και διαμορφώθηκαν στα 8.849,4 εκατ. ευρώ. Ωστόσο, προς το παρόν δεν έχουμε καταφέρει να φτάσουμε τα προ κρίσης νούμερα. Την περίοδο Ιανουαρί-

ου-Ιουλίου 2022, οι ταξιδιωτικές εισπράξεις εμφάνισαν μείωση κατά -2,9% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019 και διαμορφώθηκαν στα 8.849 εκατ. €. Η εξέλιξη αυτή οφείλεται στη μείωση των εισπράξεων από κατοίκους των χωρών εκτός της ΕΕ-27 κατά -12,5%, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 3.572 εκατ. €, καθώς από τους κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 απ' όπου καταγράφηκε αύξηση των εισπράξεων +6,4% και διαμορφώθηκαν στα 5.106 εκατ. €.

Αναλυτικότερα, οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ζώνης του ευρώ διαμορφώθηκαν στα 4.056 εκατ. €, αυξημένες κατά +5,3%, ενώ οι εισπράξεις από κατοίκους των χωρών της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ εμφάνισαν αύξηση κατά +10,9% και διαμορφώθηκαν στα 1.050 εκατ. €.

Ειδικότερα, οι εισπράξεις από τη Γερμανία αυξήθηκαν κατά +12,4% και διαμορφώθηκαν στα 1.637 εκατ. €, ενώ οι εισπράξεις από τη Γαλλία αυξήθηκαν κατά +18,7% και διαμορφώθηκαν στα 660 εκατ. €.

Από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27, άνοδο κατά +14,4% παρουσίασαν οι εισπράξεις από το Ηνωμένο Βασίλειο, οι οποίες διαμορφώθηκαν στα 1.478 εκατ. €. Οι εισπράξεις από τις ΗΠΑ μειώθηκαν κατά -7,0% και διαμορφώθηκαν στα 566 εκατ. €, ενώ αυτές από τη Ρωσία μειώθηκαν κατά -92,0% και διαμορφώθηκαν στα 17 εκατ. €.

Ταξιδιωτική κίνηση

Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση αυξήθηκε κατά 191,4% (13,26 εκατ. ταξιδιώτες έναντι 4,5 εκατ. την αντίστοιχη περίοδο του 2021). Ειδικότερα, η ταξιδιωτική κίνηση μέσω αεροδρομίων αυξήθηκε κατά 204,3%, ενώ αυτή μέσω οδικών σταθμών κατά 171,5%.

Την περίοδο Ιανουαρίου-Ιουλίου 2022, η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση μειώθηκε κατά -12,1% και διαμορφώθηκε σε 13.261 χιλ. ταξιδιώτες, έναντι 15.080 χιλ. ταξιδιωτών την αντίστοιχη περίοδο του 2019. Την ίδια περίοδο, η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ-27 διαμορφώθηκε σε 8.065 χιλ. ταξιδιώτες, παρουσιάζοντας μείωση κατά -6,8% σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019, ενώ η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες εκτός της ΕΕ-27 μειώθηκε κατά -19,2% και διαμορφώθηκε σε 5.196 χιλ. ταξιδιώτες. Η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ζώνης του ευρώ αυξήθηκε κατά +2,5%, ενώ η ταξιδιωτική κίνηση από τις χώρες της ΕΕ-27 εκτός της ζώνης του ευρώ μειώθηκε κατά -22,7%. Ειδικότερα, η ταξιδιωτική κίνηση από τη Γερμανία παρουσίασε αύξηση κατά +6,4% και διαμορφώθηκε σε 2.066 χιλ. ταξιδιώτες, ενώ αυτή από τη Γαλλία αυξήθηκε κατά +10,8% και διαμορφώθηκε σε 901 χιλ. ταξιδιώτες. Αναφορικά με τις χώρες εκτός της ΕΕ-27, η ταξιδιωτική κίνηση από το Ηνωμένο Βασίλειο αυξήθηκε κατά +16,4% και διαμορφώθηκε σε 2.032 χιλ. ταξιδιώτες, ενώ αυτή από τις ΗΠΑ μειώθηκε κατά -13,6% και διαμορφώθηκε σε 514 χιλ. ταξιδιώτες. Τέλος, η ταξιδιωτική κίνηση από τη Ρωσία μειώθηκε κατά -92,3% και διαμορφώθηκε σε 20 χιλ. ταξιδιώτες.



Η ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ

Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου

Ιδιαίτερα αισιόδοξος εμφανίζεται ο Υπουργός τουρισμού Β. Κικίλιας, δηλώνοντας ότι «... η εικόνα της φετινής πολύ θετικής χρονιάς συνεχίζεται και στους φθινοπωρινούς μήνες, με το στοίχημα της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου -όπως όλα δείχνουν- να κερδίζεται.

Από τα στοιχεία που βλέπουμε από τις κρατήσεις και από τις αγορές των εισιτηρίων για τον Σεπτέμβριο και τον Οκτώβριο, το τουριστικό ρεύμα όχι μόνο συνεχίζεται, αλλά -σε αρκετές περιπτώσεις- ενισχύεται.»

Παράγοντες της αγοράς αναφέρουν ότι δεν μπορεί η επέκταση της τουριστικής περιόδου να γίνει από τη μία στιγμή στην άλλη χωρίς τον απαραίτητο σχεδιασμό. Το υψηλό κόστος ενέργειας / θέρμανσης σε χώρες όπως η Γερμανία, ή άλλοι λόγοι, μπορεί να φέρουν τουρίστες τον χειμώνα και στην Ελλάδα. Αυτό, όμως, δεν συνεπάγεται αυτόματα ότι μπορούμε να επιτύχουμε το στόχο της επέκτασης της περιόδου.

Μια από τις αιτίες αυτής της επιφυλακτικότητας αφορά τον ανταγωνισμό.

Όπως αναφέρουν, αυτή τη στιγμή, η Μαγιόρκα και η Τουρκία έχουν πάρα πολλές κρατήσεις για τη χειμερινή περίοδο, ως αποτέλεσμα πολύχρονης σχετικής πολιτικής. Ενδεικτικό παράδειγμα του ανταγωνισμού αποτελεί μεγάλη αλυσίδα σουπερ μάρκετ στη Γερ-

μανία, που διαφημίζει πακέτα 660 ευρώ το άτομο με αεροπορικό εισιτήριο για την Αττάλεια.

Μερικά καυτά ερωτήματα για την επιμήκυνση είναι: Με ποια τιμή; Με ποια κόστη για τις επιχειρήσεις; Με ποιες χειμερινές υποδομές; Με ποια αεροπλάνα θα έλθουν;

Προβληματισμένος εμφανίζεται και ο πρόεδρος του FedHATTA Λ. Τσιλίδης. Όπως αναφέρει, ο πόλεμος στην Ουκρανία, η ενεργειακή κρίση, ο πληθωρισμός επιβραδύνουν τις επιδόσεις του τουρισμού κατά τη χειμερινή περίοδο του 2022-2023 και το 2023 θα είναι μια δύσκολη χρονιά. Ο πληθωρισμός, το ενεργειακό κόστος και τα υπόλοιπα αυξημένα λειτουργικά κόστη των επιχειρήσεων θα ασκήσουν πιέσεις τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στους καταναλωτές, συρρικνώνοντας τα περιθώρια κέρδους για τις πρώτες και τα διαθέσιμα εισοδήματα για τους δεύτερους. Επιπλέον, ο ανταγωνισμός αναμένεται να κορυφωθεί, θέτοντας άλλη μια συνθήκη στο πώς θα κυλήσει η επόμενη σεζόν.

Το κόστος απειλή για την κερδοφορία και η ανισομερής κατανομή της «επιτυχίας»

Ο Πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ) Γρ. Τάσιος θέτει το θέμα της κερδοφορίας των ξενοδοχείων, καθώς και της ανισομερούς κατανομής της «επιτυχίας» σε όλους τους προορισμούς, αναφερόμενος στα προβλήματα που αντιμετωπίζει η πλειονότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, λόγω «εκτόξευσης του κόστους λειτουργίας τους από τις υψηλές τιμές στην ενέργεια και τις πληθωριστικές πιέσεις στη διατροφική αλυσίδα.

Επίσης, σημειώνει ότι πανελλαδικά, ιδιαίτερα στο μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» και σε κάποιες περιοχές της ηπειρωτικής χώρας, θα έχουμε τα έσοδα και τους τζίρους του 2019.

Ωστόσο, αναφέρει, περιμένουμε να κάνουμε ταμείο τέλος Οκτωβρίου, για μια χρονιά η οποία είχε άλλα χαρακτηριστικά στην αρχή της.

ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΤΑΣΙΟΣ

ΠΡΟΕΔΡΟΣ ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑΣ ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑΣ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ (ΠΟΞ)

Ο Γρηγόρης Τάσιος μιλάει στο Τουρισμός 360 για το πώς διαμορφώνονται οι τάσεις της τουριστικής ζήτησης, τα βασικότερα προβλήματα των ξενοδοχείων αλλά και τη σχέση του με το κράτος και το Υπουργείο.

Τουρισμός 360: Πώς διαμορφώθηκαν μέχρι σήμερα η τουριστική κίνηση, οι τιμές των ξενοδοχείων αλλά και τα έσοδα - κέρδη τους; Τα στοιχεία της αυξημένης κίνησης πόσο αντιπροσωπευτικά είναι της συνολικής πραγματικότητας;

Γρηγόρης Τάσιος: Η σαιζόν ήταν καλή όπου υπήρχε θάλασσα, αλλά και όπου υπήρχαν οργανωμένες δομές στην ηπειρωτική χώρα, για παράδειγμα στον νομό Ιωαννίνων. Σε αυτή τη θετική εικόνα υπάρχουν ασφαλώς επιμέρους διαβαθμίσεις, ανάλογα με τον χαρακτήρα και το brand κάθε προορισμού και συνακόλουθα έχουμε διαφοροποιήσεις και ως προς τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην κάθε περιοχή. Τώρα σε σχέση με τα οικονομικά δεδομένα, θα τη χαρακτηρίζαμε μεταβατική χρονιά. Έγινε μιντζίρος στις επιχειρήσεις, όμως τα κόστη είναι πλέον πολύ μεγάλα, σε συνδυασμό και με άλλα προβλήματα, όπως οι υποχρεώσεις που συσσωρεύτηκαν από την περίοδο της πανδημίας και η έλλειψη προσωπικού. Ευελπιστούμε, λοιπόν, στη μετάβαση με καλύτερους όρους το 2023.

Τουρισμός 360: Πόσο επηρεάστηκε το κόστος λειτουργίας των ξενοδοχείων από την αύξηση του λειτουργικού κόστους, τις υψηλές τιμές στην ενέργεια και τις πληθωριστικές πιέσεις στη διατροφική αλυσίδα;

Γρηγόρης Τάσιος: Έχουμε μια αύξηση από 30 έως και 40% ανά δωμάτιο / διανυκτέρευση στο λειτουργικό κόστος των ξενοδοχείων, ανεξάρτητα από το μέγεθος και την κατηγορία της επιχείρησης.

Τώρα σε ότι αφορά την αύξηση των τιμών, υπολογίζεται ότι ήταν της τάξης του 15% για τα πεντάστερα ξενοδοχεία, ενώ από κει και

κάτω οι αυξήσεις στις τιμές δεν ξεπέρασαν το 10%. Αυτό πρακτικά σημαίνει πως δεν καταφέραμε να καλύψουμε την αύξηση του λειτουργικού κόστους των ξενοδοχείων, αφού δεν θα μπορούσαμε να τη μετακυλήσουμε στον μεμονωμένο πελάτη, προκειμένου να παραμείνουμε ανταγωνιστικοί.

Σε ότι αφορά δε τα πακέτα των tour operators, αυτά ήταν έτσι κι αλλιώς κλεισμένα με τιμές του 2019. Για από εδώ κι έπειτα, δύο επισημάνσεις. Πρώτον, δεν έχουμε καμία εικόνα για τον χειμώνα 2022-2023, αφού δεν καταγράφεται ζήτηση μετά τον Νοέμβριο. Δεύτερον, για την καλοκαιρινή σαιζόν του 2023 διαπραγματευτήκαμε αυξήσεις 15-20% και τελικά καταλήξαμε σε συμφωνίες με τους tour operators, οι οποίες μεσοσταθμικά κινούνται σε αύξηση 10%.

Τουρισμός 360: Επέκταση τουριστικής περιόδου και προβλέψεις για το 2023. Πώς διαμορφώνεται η ζήτηση; Ποιες είναι οι προβλέψεις σας για τις κρατήσεις και πώς διαμορφώνονται οι τιμές;

Γρηγόρης Τάσιος: Με τα φετινά δεδομένα, στους δημοφιλείς προορισμούς δουλεύει και ο Οκτώβριος, όπως είχε δουλέψει και το 2019. Αυτή τη στιγμή άνοιξε μια συζήτηση για την επέκταση της σαιζόν για τον Νοέμβριο, η οποία βεβαίως έχει πολύ συγκεκριμένα γεωγραφικά χαρακτηριστικά και αφορά την Κρήτη, τη



Ρόδο και ίσως κάποιες πόλεις όπως Αθήνα και Θεσσαλονίκη. Για να φτάσουμε να ανταγωνιστούμε μοντέλα όπως της Αττάλειας (15 χρόνια) ή της Μαγιόρκα (30 χρόνια) θα πρέπει να υπάρξει ένα σχέδιο επιμήκυνσης για κάθε προορισμό, που θα υποστηρίζεται από την αυτοδιοίκηση και των δύο βαθμών και τους επαγγελματικούς φορείς κάθε περιοχής και θα αξιοποιεί τη διασυνδεσιμότητα των προορισμών, κυρίως μέσω αεροπορικών πτήσεων. Αυτό όμως που πρέπει να κρατήσουμε από τις ενέργειες του Υπουργείου Τουρισμού είναι πως ξεκίνησε η προσπάθεια. Με τις επισκέψεις του κ. Κικιλια στο εξωτερικό θέλουμε να αναδείξουμε πως μπορούμε να το κάνουμε κι εμείς. Σίγουρα θα χρειαστεί χρόνος, όπως επίσης θα χρειαστούν πόροι για ενισχύσεις και επιδοτήσεις και πάνω απ' όλα στοχευμένο σχέδιο, με βάση τη φυσιογνωμία κάθε προορισμού.

- ✓ Ο τζίρος αυξήθηκε αλλά τα κόστη είναι μεγάλα. Έχουμε αύξηση κόστους 30-40% ανεξαρτήτως μεγέθους και κατηγορίας ξενοδοχείου, ενώ οι τιμές αυξήθηκαν μόνο 10-15%.
- ✓ Δεν έχουμε εικόνα για τον χειμώνα 2022-2023. Για το 2023 θα έχουμε εικόνα τον Μάρτιο.
- ✓ Παρατηρήσαμε, κατά μέσο όρο, έλλειμμα προσωπικού 10% στα ξενοδοχεία. Δυστυχώς, υπάρχουν ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που σταμάτησαν να κάνουν πωλήσεις τον Οκτώβριο, μη έχοντας επάρκεια προσωπικού.
- ✓ Πρέπει να βγούμε από τον λαβύρινθο των συναρμοδιοτήτων και να δοθούν λύσεις για το ελληνικό ξενοδοχείο σε ζητήματα που χρονίζουν.

Τουρισμός 360: Πώς και πόσο αναμένεται να επιδράσει ο συνδυασμός μείωση διαθέσιμου εισοδήματος - αύξηση τιμής τουριστικών πακέτων / υπηρεσιών και πόλεμος Ρωσίας-Ουκρανίας στη διαμόρφωση της τουριστικής ζήτησης / κίνησης γενικότερα και ειδικότερα προς την Ελλάδα;

Γρηγόρης Τάσιος: Το πρώτο «καμπανάκι» είχε χτυπήσει τον Απρίλιο του 2022, βλέποντας πως ίσως χάσουμε τις αγορές της Ουκρανίας και της Ρωσίας. Αυτό επηρέασε αρκετά κυρίως τη Βόρεια Ελλάδα και την Κρήτη. Στην πορεία, βεβαίως, καταφέραμε να καλύψουμε αυτά τα κενά από αγορές άλλων χωρών και ισοσκελίστηκαν οι απώλειες. Όμως, ο πόλεμος στην Ευρώπη έχει φέρει πολύ μεγάλες ανατροπές, τόσο στο κόστος όσο και στην ψυχολογία του πελάτη - καταναλωτή, με βάση στοιχεία που έχουμε από σχετικές έρευνες. Αυτή η ψυχολογία έχει να κάνει και με την κουλτούρα κάθε χώρας. Αλλιώς αντιλαμβάνονται τις δυσκολίες ενός χειμώνα με ενεργειακή κρίση στην Πολωνία, στη Γερμανία ή στις Κάτω Χώρες κι αλλιώς στη Μ. Βρετανία. Η αγορά της Βρετανίας κάνει ήδη κρατήσεις για τη σαιζόν του 2023, όπως κάνει πάντα δηλαδή, διότι οι Άγγλοι έχουν τη νοοτροπία να αγοράζουν ένα καλό πακέτο μόλις το βρίσκουν. Αντίθετα, οι άλλες εθνικότητες που σας προανέφερα περιμένουν μέχρι και την τελευταία στιγμή. Αυτό μας κάνει σήμερα να έχουμε κάποιους προβληματισμούς για το 2023. Χρονικά, όπως φαίνεται, για να έχουμε εικόνα, θα πρέπει να περιμένουμε τον Μάρτιο του 2023.

Τουρισμός 360: Επενδύσεις στον ξενοδοχειακό κλάδο. Πώς κινούνται; Ποια είναι τα χαρακτηριστικά τους; Κάποιοι βλέπουν αφελληνισμό της ελληνικής ξενοδοχίας με την είσοδο ξένων επενδυτών. Ποιο είναι το πραγματικό μέγεθος αυτής της τάσης. Τελικά, έχει σημασία εάν ένα ξενοδοχείο είναι ελληνικής ή ξένης ιδιοκτησίας από τη στιγμή που βρίσκεται και λειτουργεί στην Ελλάδα;

Γρηγόρης Τάσιος: Ο αφελληνισμός είναι κάτι που το ακούμε πάρα πολλά χρόνια, ειδικά την περίοδο των



μνημονίων. Για να βάλουμε το θέμα στην πραγματική διάστασή του, πράγματι υπάρχει μια τάση ξένων επενδύσεων από το 2018, η οποία αφορά κυρίως σε επενδύσεις real estate. Δηλαδή επενδύσεις σε έτοιμο ακίνητο - ξενοδοχείο, τουλάχιστον στο μεγαλύτερο ποσοστό των περιπτώσεων. Εκεί τοποθετούνται στη συνέχεια και οι διεθνείς αλυσίδες που κάνουν διαχείριση ξενοδοχείων. Επίσης, έχουμε μια πληθώρα κόκκινων δανείων που έχουν περάσει σε διαχειριστικές δανειακών υποχρεώσεων. Όμως εκεί φαίνεται πως είναι λίγα τα «φιλέτα» που έχουν βγει μέχρι σήμερα προς διάθεση για επενδύσεις. Έχουμε λοιπόν αρκετό δρόμο μπροστά μας για να δούμε πώς θα εξελιχθεί η τάση.

Όμως οι διεθνείς ξενοδοχειακές επενδύσεις είναι μια πραγματικότητα και συμβαίνει σε όλες τις τουριστικά ανεπτυγμένες χώρες, άρα συμβαίνει και στην Ελλάδα. Το ζητούμενο είναι η ποιότητα της επένδυσης, ώστε να αποδίδει αυτά που πρέπει στους εργαζομένους, στο ελληνικό δημόσιο και στις τοπικές κοινωνίες.

Τουρισμός 360: Πόσο μεγάλο ήταν το πρόβλημα της έλλειψης προσωπικού φέτος και ποιες οι συνέπειές του στα ξενοδοχεία και στην ποιότητα του προσφερόμενου προϊόντος. Τι μπορεί και τι πρέπει να γίνει;

Γρηγόρης Τάσιος: Σε κάθε οργανόγραμμα ξενοδοχείου παρατηρήθηκε κατά μέσο όρο ένα 10% έλλειμμα ανθρώπινου δυναμικού. Πρόβλημα που οξύνθηκε ακόμη περισσότερο μόλις μπήκαμε στο φθινόπωρο και

δυστυχώς υπάρχουν ξενοδοχειακές επιχειρήσεις που σταμάτησαν να κάνουν πωλήσεις τον Οκτώβριο, μη έχοντας επάρκεια προσωπικού για να ανταποκριθούν. Είναι ένα πολύ σύνθετο πρόβλημα και πρέπει να γίνουν σοβαρές παραδοχές τόσο για τα δεδομένα της εκπαίδευσής μας, τη λειτουργία των επιχειρήσεων (έντονη εποχικότητα) αλλά και το κόστος των ασφαλιστικών εισφορών, ώστε να μπορέσουν να δοθούν ακόμα καλύτεροι μισθοί. Όμως το κλειδί είναι η εργασιακή ανασφάλεια εξαιτίας της εποχικότητας, η οποία παρατηρείται ακόμη και στα αστικά κέντρα όπως της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης. Λύσεις μεσομακροπρόθεσμα πρέπει να αναζητηθούν στην εκπαίδευση, στην καλλιέργεια μιας κουλτούρας φιλοξενίας από το δημοτικό, ώστε τα νέα παιδιά να αναζητούν στον ξενοδοχειακό κλάδο ευκαιρίες καριέρας και σταδιοδρομίας. Λύση ανάγκης για το 2023 τουλάχιστον είναι η πρόσκληση εργαζομένων από τρίτες χώρες και για ειδικότητες στις οποίες δεν θέλει να εργαστεί ο Έλληνας εργαζόμενος, γιατί έχει άλλες δεξιότητες πλέον, έχει άλλα όνειρα για τη ζωή του, ειδικά στις ηλικίες 25-35 ετών, κι έτσι δεν θέλει να γίνει λαντζέρης, καμαριέρα ή απλός σερβιτόρος.

Τουρισμός 360: Ποια είναι η συνεργασία μας, τι ζητάτε και τι προτείνετε στον Υπ. Τουρισμού και στους κρατικούς φορείς;

Γρηγόρης Τάσιος: Είμαστε σε διαρκή ανοιχτό διάλογο με την Πολιτεία και ασφαλώς με το Υπουργείο μας. Αντιμετωπίσαμε μαζί με επιτυχία τη μεγάλη κρίση της πανδημίας και συνεχίζουμε για την αποτελεσματική διαχείριση και των νέων προκλήσεων. Από και κι έπειτα, αυτό που σίγουρα θέλουμε είναι να βγούμε από τον λαβύρινθο των συναρμοδιοτήτων και να δοθούν λύσεις για το ελληνικό ξενοδοχείο σε ζητήματα που χρονίζουν, όπως: χωροταξικό, αιγιαλός, περιβαλλοντικές αδειοδοτήσεις, ρύθμιση των Βραχυχρόνιων Μισθώσεων και ενίσχυση της προβολής των προορισμών μέσω των Τοπικών Τουριστικών Οργανισμών.

Μεταβολές Τουριστικών Μεγεθών

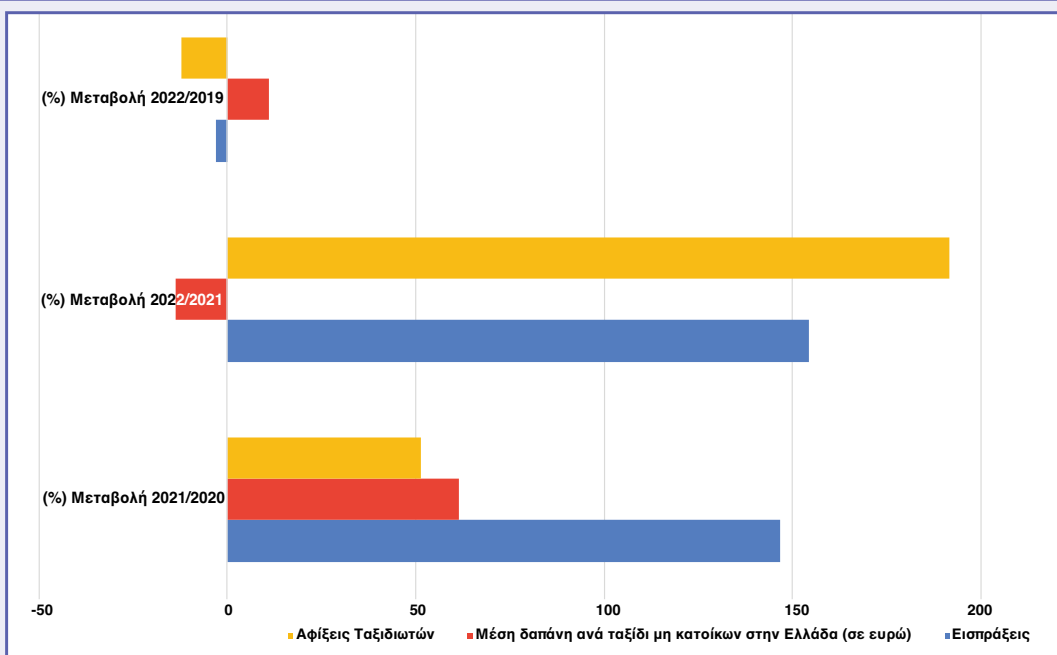
2022 ΚΑΙ 2021 ΕΝΑΝΤΙ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟΥ ΕΤΟΥΣ, ΚΑΙ 2022 ΕΝΑΝΤΙ 2019 (ΕΤΟΥΣ ΠΡΟ ΚΡΙΣΗΣ)

Στα παρακάτω διαγράμματα μπορούμε να δούμε τις ποσοστιαίες μεταβολές ανά έτος, εξάγοντας συμπεράσματα για τη συνολική πορεία του τουρισμού τα τελευ-

ταία δύο χρόνια. Τα ποσοστά μεταβολής του 2022 έναντι του 2019 (έτους προ της κρίσης) μας δείχνουν αντίστοιχα πόσο απέχουμε για να επανέλθουμε στα προ κρί-

σης τουριστικά μεγέθη. Εδώ θα πρέπει να σημειωθεί ότι το 2019 -που χρησιμοποιούμε ως έτος σύγκρισης- ήταν μια ιδιαίτερα θετική χρονιά για τον ελληνικό τουρισμό.

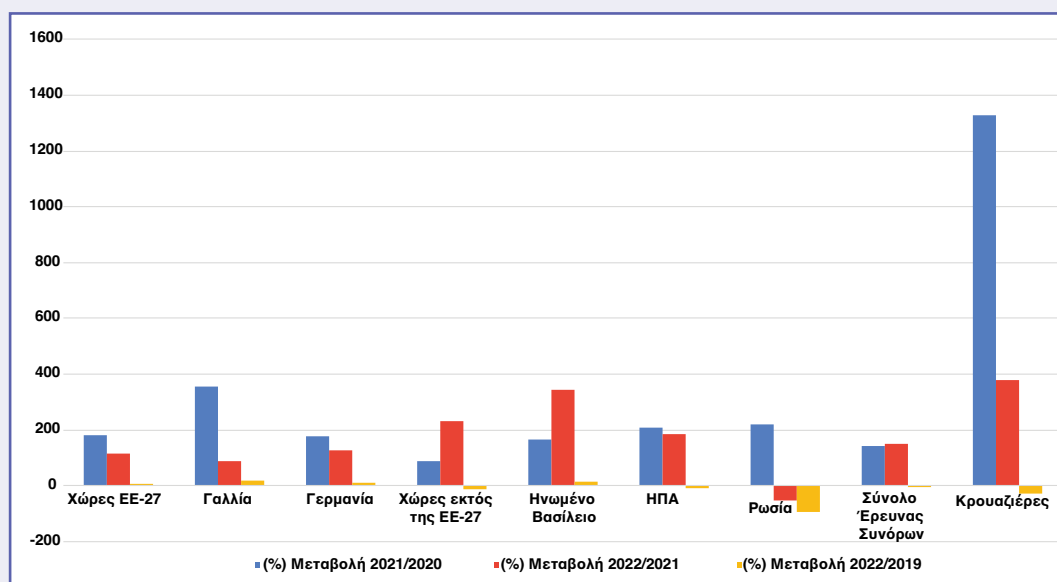
ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ (%) ΣΕ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΚΑΙ ΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ



Εισπράξεις

Η συνεχής ανοδική πορεία τους τα τελευταία δύο χρόνια κάλυψε το μεγαλύτερο μέρος του χαμένου εδάφους, αφήνοντας μια υστέρηση της τάξης του -2,9% συγκριτικά με το 2019.

ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΕΣ ΜΕΤΑΒΟΛΕΣ (%) ΣΕ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΕΣ ΕΙΣΠΡΑΞΕΙΣ ΑΝΑ ΠΡΟΕΛΕΥΣΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ(Ε) (ΣΕ ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ)



Μέση Δαπάνη

Η ανοδική τάση του 2021 δεν κατάφερε να διατηρήσει τα «κέρδη» της και τη φετινή χρονιά και παρουσίασε μείωση κατά -13,6%. Παρά την προαναφερόμενη φετινή μείωση, η μέση δαπάνη παρουσιάζεται αυξημένη έναντι του προ κρίσης έτους (2019).

ΕΠΕΙΔΗ
ΘΑ ΖΗΣΟΥΝ
ΠΟΛΛΕΣ ΣΤΙΓΜΕΣ
ΣΤΟ ΚΡΕΒΑΤΙ,
ΦΡΟΝΤΙΣΤΕ
ΝΑ ΕΧΟΥΝ
ΤΟ ΚΑΛΥΤΕΡΟ
ΣΤΡΩΜΑ.

Στιγμές ξεκούραστες, τρυφερές, επαγγελματικές, διασκεδαστικές. Για να τους μείνουν όλες αξέχαστες, επιλέξτε την ανώτερη εμπειρία ύπνου της Media Strom, με τεχνολογίες και καινοτομίες που την έχουν κάνει Νο1 στην Ελλάδα. Η πρώτη εταιρεία με πιστοποίηση Oeko-tex® για ολόκληρο το στρώμα. Ανακαλύψτε μοναδικούς συνδυασμούς σε κρεβάτι και στρώμα και αποκτήστε τα σε ασυναγώνιστες τιμές!

+30 210 3482927 professional@mediastrom.gr mediastrom.gr

MEDIA
STROM

Αξέχαστος ύπνος, αξέχαστες στιγμές

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΚΑΙ ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2019-2022

- ✓ Επανακάμπτουν οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις (-1,1%) στα επίπεδα του 2019.
- ✓ Υστέρηση -10,5% παρουσιάζουν οι αφίξεις εσωτερικού στα αεροδρόμια.
- ✓ Μεγάλη μείωση -34,3% στις οδικές αφίξεις.
- ✓ Οι κερδισμένοι και οι χαμένοι προορισμοί.

Μικρή μείωση (-1,1%) παρουσίασαν οι φετινές αεροπορικές αφίξεις την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022 έναντι του 2019, ενώ σημαντική μείωση παρουσίασαν οι οδικές αφίξεις (-34,3%), βάσει στοιχείων που επεξεργάστηκε και γνωστοποίησε το Ινστιτούτο ΣΕΤΕ.

Συγκεκριμένα, την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022 καταγράφηκαν 15,4 εκατ. αεροπορικές αφίξεις έναντι 15,6 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου-Αυγούστου 2019, παρουσιάζοντας μείωση κατά -1,1%/-174 χιλ. αφίξεις.

Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού

Στις αφίξεις εσωτερικού στα κυριότερα αεροδρόμια, την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022 καταγράφηκαν 4,9 εκατ. αεροπορικές αφίξεις έναντι 5,5 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου-Αυγούστου 2019, παρουσιάζοντας μείωση -10,5%/-570 χιλ. αφίξεις. Όλες οι γεωγραφικές ενότητες καταγράφουν μείωση την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022, σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019.

Οι κερδισμένοι και οι χαμένοι προορισμοί

- Οι μεγάλες πόλεις της Ελλάδας, Αθήνα και Θεσσαλονίκη, δεν έχουν καταφέρει να ανακτήσουν το χαμένο έδαφος σε σύγκριση με το 2019 στις Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις.
- Εντυπωσιακές επιδόσεις παρουσιάζουν οι προορισμοί «πολυτελείας», Μύκονος και Σαντορίνη.
- Οι κλασικοί προορισμοί -Κρήτη,

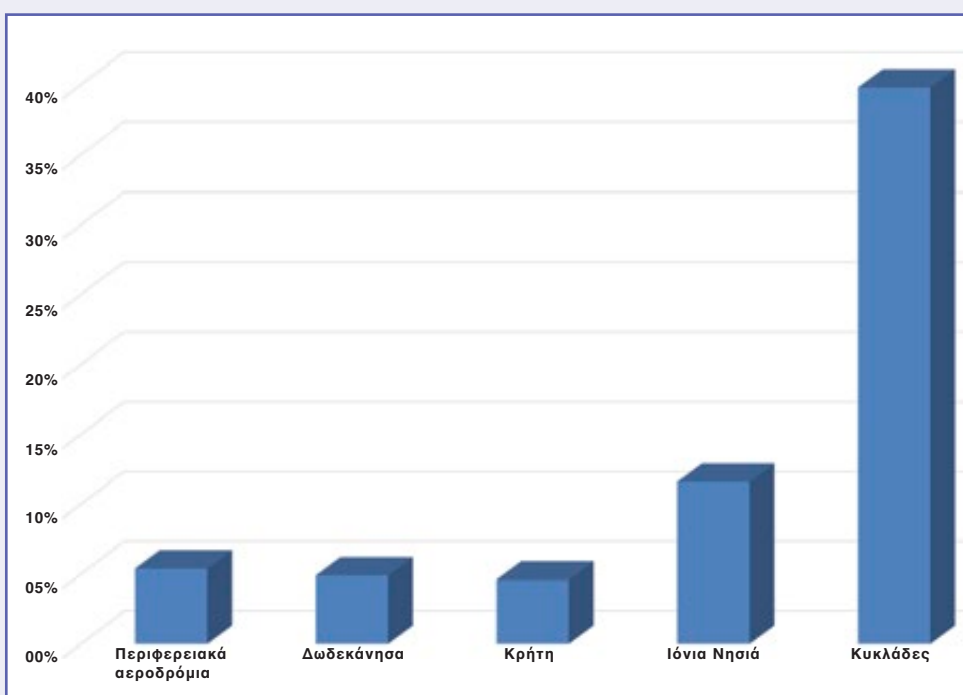
Ρόδος, Κως, Κέρκυρα- ξεπέρασαν ήδη το 2019, με αισιόδοξα ποσοστά αύξησης. Στο ίδιο μήκος κύματος βρίσκονται και τα νησιά Ζάκυνθος και Κεφαλονιά.

- Σημαντικά χαμένοι έναντι του 2019 οι προορισμοί που εξαρτώνται από τις οδικές αφίξεις. Αρνητικό ρεκόρ για τον σταθμό της Νυμφαίας, που έχει χάσει το 70% των αφίξεων έναντι του 2019 (-885 χιλ.), και για τον Προμαχώνα, που έχει ανακτήσει μόνο τη μισή από την κίνηση του 2019.

Αθήνα - Θεσσαλονίκη

Την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022, στο Διεθνές Αεροδρόμιο Αθηνών καταγράφηκαν 3,6 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, παρουσιάζοντας μείωση -775 χιλ./-17,5%. Ακολούθησε το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης, όπου καταγράφηκαν 1,4 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, παρουσιάζοντας μείωση -270 χιλ./-16,6%.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΝΑ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ. ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ % ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ 2022/2019



Σε επίπεδο γεωγραφικών ενότητων, όλες καταγράφουν αύξηση την εξεταζόμενη περίοδο σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο το 2019. Οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις στα Δωδεκάνησα ανήλθαν σε 2,8 εκατ., σημειώνοντας αύξηση +167 χιλ./+6,3%. Στις Κυκλάδες σημειώθηκαν 1,1 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, παρουσιάζοντας αύξηση +313 χιλ./+39,8%. Στην Κρήτη, όπου οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις διαμορφώθηκαν σε 3,5 εκατ., σημειώθηκε αύξηση κατά +154 χιλ./+4,6%. Τέλος, στα Ιόνια Νήσια καταγράφηκε αύξηση +269 χιλ./+11,6% με 2,6 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις.

Κρήτη

Στο αεροδρόμιο του Ηρακλείου καταγράφηκε οριακή αύξηση +37 χιλ./+1,5%, ενώ οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις ανήλθαν σε 2,5 εκατ., και στο αεροδρόμιο των Χανίων οι αφίξεις ανήλθαν σε 977 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση +116 χιλ./+13,5%.

Ρόδος - Κως

Στο αεροδρόμιο της Ρόδου καταγράφηκαν 1,9 εκατ. διεθνείς αεροπορικές αφίξεις, παρουσιάζοντας αύξηση +145 χιλ./+8,3%, και στο αεροδρόμιο της Κω οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις διαμορφώθηκαν σε 912 χιλ., καταγράφοντας αύξηση +22 χιλ./+2,5%.

Μύκονος - Σαντορίνη

Στο αεροδρόμιο της Μυκόνου σημειώθηκε αύξηση +88 χιλ./+22,9%, ενώ οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις ανήλθαν σε 471 χιλ., και στο αεροδρόμιο της Σαντορίνης καταγράφηκαν 626 χιλ. αφίξεις, παρουσιάζοντας αύξηση +225 χιλ./+56,0%.

Κέρκυρα, Ζάκυνθος, Κεφαλονιά, Άκτιο

Στην Κέρκυρα οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις διαμορφώθηκαν σε 1,3 εκατ., παρουσιάζοντας αύξηση +170 χιλ./+15,1%, και στο Άκτιο ανήλθαν σε 289 χιλ., παρουσιάζοντας αύξηση +53 χιλ./+22,5%.

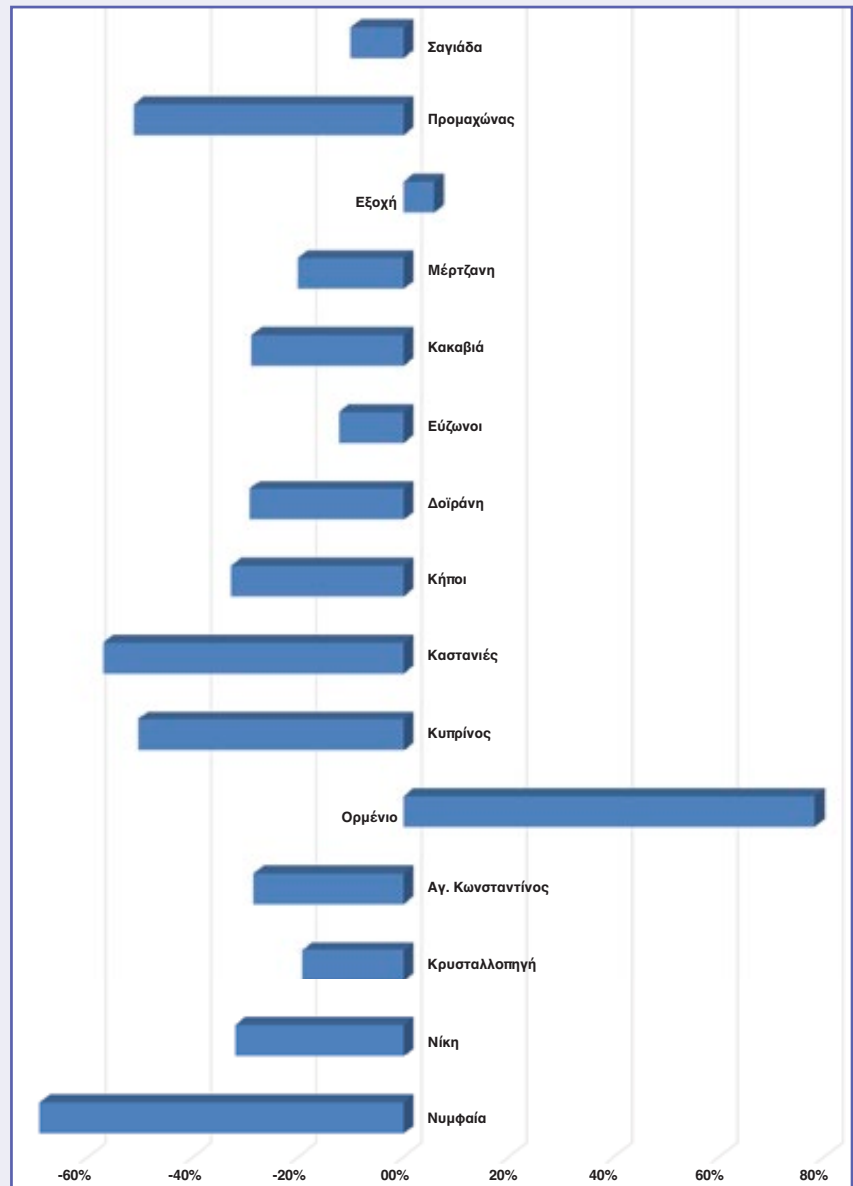
Αυξητική είναι η τάση και στη Ζάκυνθο και στην Κεφαλονιά, όπου καταγράφηκαν 710 χιλ. και 285 χιλ. αφίξεις παρουσιάζοντας αύξηση +27 χιλ./+3,9% και +19 χιλ./+7,2% αντίστοιχα.

Σκιάθος και Σάμος

Τέλος, στο αεροδρόμιο της Σκιάθου οι αεροπορικές αφίξεις διαμορφώθηκαν σε 188 χιλ., καταγράφοντας αύξηση +33 χιλ./+21,2%, ενώ στο αεροδρόμιο της Σάμου καταγράφηκαν 101 χιλ. αεροπορικές αφίξεις, σημειώνοντας μείωση -5 χιλ./-5,1%.

Στα υπόλοιπα αεροδρόμια, οι διεθνείς αεροπορικές αφίξεις ήταν χαμηλότερες από 100 χιλιάδες.

ΟΔΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΠΟΣΟΣΤΙΑΙΑ ΜΕΤΑΒΟΛΗ % ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ - ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ 2022/2019



Την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου 2022, καταγράφηκαν 5,7 εκατ. διεθνείς οδικές αφίξεις, έναντι 8,6 εκατ. της περιόδου Ιανουαρίου - Αυγούστου 2019, παρουσιάζοντας μείωση κατά -34,3%/-3,0 εκατ. οδικές αφίξεις. Αξιοσημείωτος είναι ο αριθμός των οδικών αφίξεων στον σταθμό του Προμαχώνα, όπου την αναφερόμενη περίοδο διαμορφώνονται σε 1,1 εκατ., καταγράφοντας μείωση -1,2 εκατ./-51,3%. Οι οδικές αφίξεις στον μεθοριακό σταθμό των Ευζώνων διαμορφώθηκαν σε 1,7 εκατ. ενώ καταγράφεται μείωση κατά -234 χιλ./-12,3%.

Την περίοδο Ιανουαρίου-Αυγούστου του 2022, μείωση καταγράφηκε από όλες τις γειτονικές χώρες σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019. Η μεγαλύτερη μείωση καταγράφεται από τη Βουλγαρία κατά -2,1 εκατ./-48,3%, ενώ καταγράφηκαν 2,1 εκατ. οδικές αφίξεις, και ακολούθησε η Βόρεια Μακεδονία με τη μείωση να ανέρχεται σε -420 χιλ./-16,7%, με 2,1 εκατ. οδικές αφίξεις.

Η μείωση από την Τουρκία ανήλθε σε -294 χιλ./-38,4%, καθώς οι οδικές αφίξεις διαμορφώθηκαν σε 470 χιλ., ενώ η μεγαλύτερη βελτίωση καταγράφηκε από την Αλβανία, που σημείωσε μείωση -280 χιλ./-21,9%, με τις οδικές αφίξεις να διαμορφώνονται σε 1 εκατομμύριο.

ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΒΑΣΙΛΙΚΟΣ

Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΠΡΟΕΔΡΙΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΞΕΝΟΔΟΧΙΑΣ

Πρόεδρος της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχίας, Εστίασης και Αναψυχής (HOTREC) εξελέγη ομόφωνα ο Πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος Αλέξανδρος Βασιλικός στις αρχαιρεσίες που ολοκληρώθηκαν στη Στοκχόλμη.

Η HOTREC είναι η φωνή της ευρωπαϊκής φιλοξενίας με μέλη 47 εθνικές οργανώσεις από 36 ευρωπαϊκά κράτη.

Αμέσως μετά την εκλογή του, ο Πρόεδρος του ΞΕΕ Αλέξανδρος Βασιλικός έκανε την ακόλουθη δήλωση: «Είναι εξαιρετική τιμή αλλά και μεγάλη ευθύνη η ανάληψη των καθηκόντων του προέδρου της HOTREC, με την εμπιστοσύνη των Ευρωπαίων συναδέλφων. Εκλογή που σηματοδοτεί την αναγνώριση της συστηματικής δουλειάς του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος για την εκπροσώπηση του κλάδου σε ευρωπαϊκό επίπεδο και τον πρωταγωνιστικό ρόλο της χώρας μας στον ευρωπαϊκό τουρισμό. Η φιλοξενία αποτελεί ένα μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα για την ευρωπαϊκή οικονομία, με 12 εκατομμύρια εργαζόμενους σε πάνω από 2.000.000 επιχειρήσεις, το 90% των οποίων είναι μικρού και μεσαίου μεγέθους ξενοδοχεία εστιατόρια και καφέ. Όπως συμβαίνει και στην Ελλάδα, η φιλοξενία είναι η ραχοκοκαλιά της μικρομεσαίας επιχειρηματικότητας στην Ευρώπη. Σε μια συγκυρία τεκτονικών αλλαγών για τη φιλοξενία, είναι στρατηγική προτεραιότητά μας να εκπροσωπήσουμε αποτελεσματικά και υπεύθυνα τις επιχειρήσεις του κλάδου, προκειμένου να αντιμετωπίσουν με επιτυχία μεγάλα ζητήματα, όπως οι πληθωριστικές πιέσεις, το ενεργειακό κόστος και οι ελλείψεις σε ανθρώπινο δυναμικό, αλλά, δυστυχώς, και τις συνέπειες ενός συνεχιζόμενου καταστροφικού πολέμου μέσα στην ίδια την Ευρώπη. Ταυτόχρονα, καλούμαστε να βάλουμε τις βάσεις για μια πράσινη φιλοξενία στα χρόνια που έρχονται, ώστε να

συνεχιστεί με όρους βιωσιμότητας η προσφορά του κλάδου στην Ευρώπη και στους πολίτες της».

ΠΟΙΟΣ ΕΙΝΑΙ Ο ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΒΑΣΙΛΙΚΟΣ

Ο Αλέξανδρος Βασιλικός γεννήθηκε στην Αθήνα το 1976 από Έλληνα πατέρα, αυτοδημιούργητο ξενοδόχο και επιχειρηματία, και Γαλλίδα μητέρα, ενεργό μέλος της γαλλικής κοινότητας στην Ελλάδα. Μεγάλωσε στην Αθήνα και παρακολούθησε Γαλλο-Ελληνικό σχολείο. Είναι κάτοχος Μεταπτυχιακού Διπλώματος στα Οικονομικά και Χρηματοοικονομικά, με σπουδές στη Νάντη και στο Λονδίνο. Είναι παντρεμένος και έχει τρία παιδιά - δύο γιους και μία κόρη.

Ο Αλέξανδρος εισήλθε επίσημα στην οικογενειακή επιχείρηση το 1998, ως ξενοδόχος δεύτερης γενιάς. Σε ηλικία 24 ετών ανέλαβε καθήκοντα Chief Operating Officer (COO) στον Όμιλο Airotel. Έναν χρόνο αργότερα και μετά την ξαφνική απώλεια του πατέρα του, ανέλαβε ενεργά τη διοίκηση του Ομίλου Airotel ως CEO.

Με ορόσημο τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας το 2004, οδήγησε τάχιστα τον όμιλο σε διαδικασία εκσυγχρονισμού, ανακαινίζοντας πλήρως τα περιουσιακά στοιχεία του στην Αθήνα και αναβαθμίζοντας την ταυτότητά του στην αγορά.

Παρά το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον που ακολούθησε στην Ελλάδα, κατάφερε να διευρύνει περαιτέρω την αλυσίδα του Ομίλου, διπλασιάζοντας τα περιουσιακά στοιχεία της εταιρείας στην πόλη της Πάτρας και προσθέτοντας μια μακροχρόνια μίσθωση ξενοδοχείου στην πόλη της Καβάλας.

Ο όμιλος Airotel αντιπροσωπεύει πλέον έξι ξενοδοχεία στην Ελλάδα -σε Αθήνα, Πάτρα, Καβάλα- και περισσότερα από 500 δωμάτια στην ελληνική επικράτεια



και θεωρείται μία από τις κορυφαίες αστικές ξενοδοχειακές αλυσίδες στη χώρα.

Ο Όμιλος Airotel, υπό τη διοίκηση του Αλέξανδρου Βασιλικού, επέκτεινε τις δραστηριότητές του στην Κρήτη. Αφουγκραζόμενος τις δυνατότητες ανάπτυξης των καλοκαιρινών κατοικιών στην Ελλάδα, επένδυσε στην αγορά, ανακαινισή και πώληση παραδοσιακών κατοικιών σε γραφικά ορεινά χωριά.

Επιπλέον, το 2007 ιδρύθηκε η Webotel A.E., εταιρεία με αντικείμενο την online εκπροσώπηση ξενοδοχείων στην Ελλάδα.

Παράλληλα με τις επαγγελματικές υποχρεώσεις του, ο Αλέξανδρος Βασιλικός δραστηριοποιείται εντατικά στη συλλογική εκπροσώπηση του ξενοδοχειακού κλάδου και το 2012 εξελέγη Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Αθήνας - Αττικής - Αργοσαρωνικού, αφού διετέλεσε γενικός γραμματέας του ίδιου οργανισμού για τέσσερα χρόνια. Εκπροσώπησε με επιτυχία τους ξενοδόχους της πρωτεύουσας την περίοδο της κρίσης, μέσα σε πρωτοφανείς προκλήσεις για την τουριστική βιομηχανία της χώρας και την οικονομία στο σύνολό της. Γι' αυτό κι ανέλαβε μια σειρά πρωτοβουλιών, με στόχο τη συνεργασία όλων των εμπλεκόμενων μερών για την τουριστική «ανάταση» της Αθήνας ως δημοφιλούς προορισμού στην παγκόσμια τουριστική αγορά. Τα θετικά αποτελέσματα όλων των τελευταίων χρόνων δικαίωσαν αυτή τη μεγάλη προσπάθεια.

Κατά τη διάρκεια αυτής της περιόδου, υπηρέτησε τον ξενοδοχειακό κλάδο και σε εθνικό επίπεδο

ως Μέλος της Διοικούσας Επιτροπής και Αντιπρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος και Επικεφαλής Δημοσίων Σχέσεων της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων. Διετέλεσε επίσης μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) από το 2011 μέχρι τον Μάιο του 2017.

Τον Ιανουάριο του 2018 παραιτήθηκε από τις προηγούμενες θέσεις ευθύνης, μετά την εκλογή του ως Προέδρου του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος.

Είναι ο νεότερος Πρόεδρος του Επιμελητηρίου από τη δημιουργία του οργανισμού το 1935. Τον Οκτώβριο της ίδια χρονιάς, εξε-



λέγη Μέλος της Εκτελεστικής Επιτροπής (ExCom) της Ευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Εθνικών Ενώσεων Ξενοδοχίας, Εστίασης και Αναψυχής (HOTREC).

Τέλος, ως Γάλλος υπήκοος, ο

Αλέξανδρος Βασιλικός κατέχει θέση Οικονομικού Συμβούλου στη πρεσβεία της Γαλλίας στην Αθήνα από το 2008 μέχρι και σήμερα.

ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η HOTREC

Η HOTREC έχει σήμερα 47 ενώσεις μέλη από 36 ευρωπαϊκές χώρες.

Υπάρχουν τρεις κατηγορίες μελών:

Η πλήρης ιδιότητα μέλους προορίζεται για εθνικές ενώσεις από κράτη μέλη της ΕΕ.

Τα συνδεδεμένα μέλη είναι ανοιχτά σε εθνικές ενώσεις από τον Ευρωπαϊκό Οικονομικό Χώρο.

Το καθεστώς παρατηρητή προσφέρεται σε εθνικές ενώσεις από χώρες των οποίων η είσοδος στην ΕΕ μπορεί να εξεταστεί στο μέλλον.

Οι Ομάδες Εργασίας και οι Επιτροπές της HOTREC

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΚΟΙΝΩΝΙΚΟΥ ΔΙΑΛΟΓΟΥ

Η Επιτροπή Κοινωνικού Διαλόγου διαχειρίζεται τον κοινωνικό διάλογο της HOTREC με το συνδικαλιστικό της αντίστοιχο φορέα EFFAT (Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία Συνδικάτων στους τομείς των τροφίμων, της γεωργίας και του τουρισμού και των συναφών κλάδων), βάσει της πολιτικής που έχει ανατεθεί από τη Γενική Συνέλευση.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΔΙΑΝΟΜΗΣ

Τα μέλη της HOTREC συζητούν για θέματα που σχετίζονται με τη (διαδικτυακή) διανομή των υπηρεσιών φιλοξενίας. Συντονίζει επίσης μελέτες και έργα, τα οποία μπορούν να βοηθήσουν τη βιομηχανία και τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής να κατανοήσουν καλύτερα τις προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο κατακερματισμένος τομέας της φιλοξενίας.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ, ΜΠΑΡ & ΚΑΦΕ

Η ομάδα εργασίας Restaurant, Bars & Cafés είναι ένα φόρουμ για τα μέλη της HOTREC για να συζητούν όλα τα θέματα που αφορούν τον τομέα τους, όπως την πολιτική τροφίμων, τη διατροφή, το αλκοόλ, τις αποκλειστικές συμβάσεις προμήθειας ποτών, την προσβασιμότητα σε εστιατόρια και παμπ κ.λπ.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΝΥΚΤΕΡΙΝΗΣ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗΣ

Τα μέλη της HOTREC συγκεντρώνονται δύο φορές τον χρόνο για να συζητήσουν θέματα που σχετίζονται με βασικές επιχειρηματικές δραστηριότητες

της νυκτερινής διασκέδασης, όπως την κατανάλωση αλκοόλ (συμπεριλαμβανομένων των εθελοντικών μέτρων για τον περιορισμό των προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ), την ηχορύπανση, την απαγόρευση του καπνίσματος, την ασφάλεια, τα μέτρα πυρασφάλειας, την υγεία κ.ά.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΡΑΧΥΠΡΟΘΕΣΜΩΝ ΜΙΣΘΩΣΕΩΝ

Τα μέλη της HOTREC συζητούν για τις ευκαιρίες και τις προκλήσεις που προκαλεί το ταχέως αναπτυσσόμενο φαινόμενο των λεγόμενων «συνεργατικού τύπου» δραστηριοτήτων.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ

Η Ομάδα Εργασίας για την Αειφορία συζητά σχετικά θέματα ευρωπαϊκής πολιτικής που σχετίζονται με τον αειφόρο τουρισμό και τη φιλοξενία (π.χ. μείωση του αποτυπώματος άνθρακα του κλάδου, ενεργειακή απόδοση, διαχείριση νερού κ.λπ.) και υποστηρίζει την ανταλλαγή βιώσιμων βέλτιστων πρακτικών μεταξύ των μελών της HOTREC.

ΟΜΑΔΑ ΕΡΓΑΣΙΑΣ ΠΑΡΑΚΤΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Η HOTREC συνεργάζεται ενεργά με ευρωπαϊκά θεσμικά όργανα και άλλους ενδιαφερόμενους τουριστικούς φορείς για την αντιμετώπιση όλων των προκλήσεων που αντιμετωπίζει ο κλάδος της φιλοξενίας στις παράκτιες περιοχές (π.χ. εποχικότητα, προσβασιμότητα, βιωσιμότητα, έλλειψη δεξιοτήτων και υπερτουρισμός).

ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ

ΧΑΡΤΗΣ ΕΠΙΔΟΤΗΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ξεκίνησε στις 5/9/2022 και θα διαρκέσει μέχρι τις 5/12/2022 ο κύκλος υποβολών αιτήσεων υπαγωγής επενδυτικών σχεδίων στον Αναπτυξιακό Νόμο 4887/2022 «Ενίσχυση Τουριστικών Επενδύσεων».

Ο χάρτης περιφερειακών ενισχύσεων, ανάλογα με το μέγεθος της επιχείρησης και την περιοχή εγκατάστασης, προβλέπει ενίσχυση μέχρι 75% σε περιοχές ή επιχειρήσεις που ανήκουν σε ειδικές κατηγορίες.

Από την άλλη πλευρά, εξαιρούνται τα επενδυτικά σχέδια με τόπο εγκατάστασης την Περιφερειακή Ενότητα Μυκόνου και την Περιφερειακή Ενότητα Θήρας, στον Δήμο Θήρας, πλην της Δημοτικής Κοινότητας Θηρασίας.

Οι ενισχύσεις απευθύνονται σε ένα ευρύ πεδίο νέων τουριστικών επενδύσεων, που στην πράξη σημαίνει ότι ο δικαιούχος θα πρέπει να έχει υποβάλει γραπτή αίτηση υπαγωγής σε καθεστώς ενίσχυσης πριν από την έναρξη των εργασιών του επενδυτικού σχεδίου.

Υπαγόμενα επενδυτικά σχέδια

Τα υπαγόμενα στο καθεστώς «Ενίσχυση Τουριστικών Επενδύσεων» επενδυτικά σχέδια αφορούν:

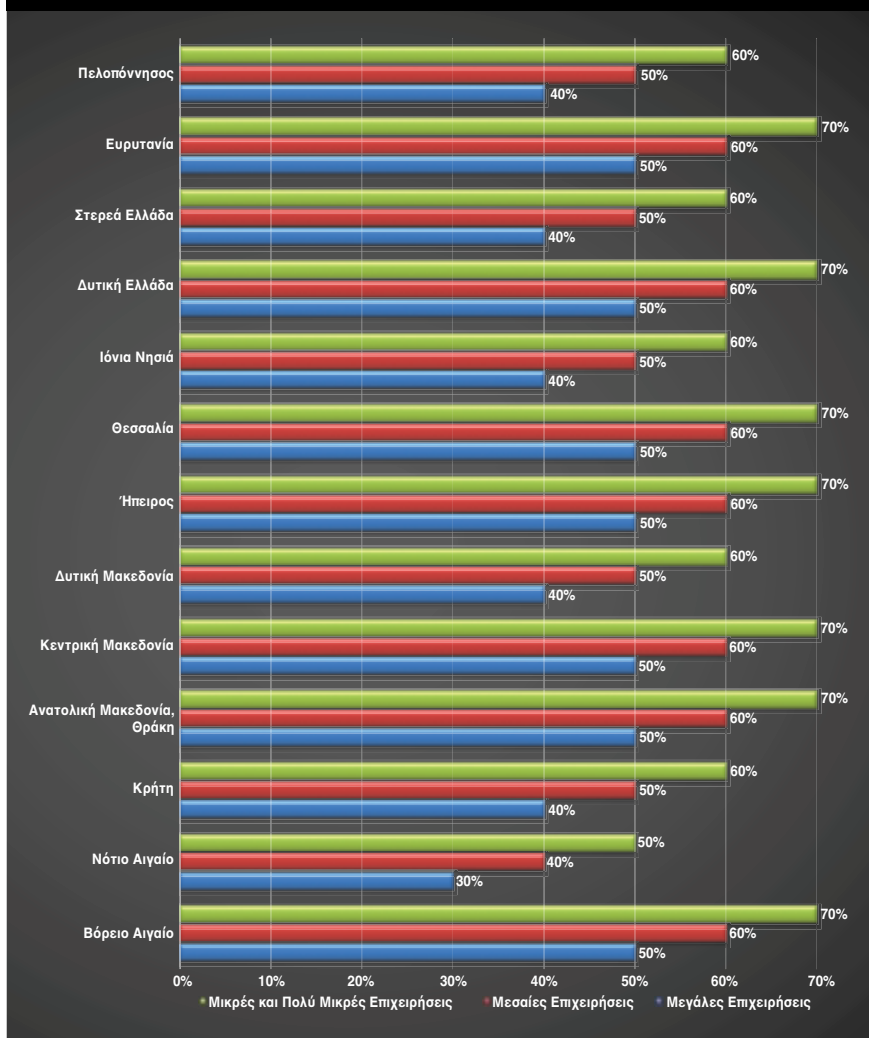
- ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων τουλάχιστον 4 αστέρων,
- εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακών μονάδων και μη κύριων τουριστικών καταλυμάτων τουλάχιστον 3 αστέρων,
- επέκταση και εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακών μονάδων που έχουν διακόψει τη λειτουργία τους (εφόσον δεν έχει γίνει αλλαγή χρήσης του κτιρίου) και αναβαθμίζονται σε τουλάχιστον 4 αστέρων,
- ίδρυση, επέκταση και εκσυγχρονισμό camping τουλάχιστον 3 αστέρων,

- ίδρυση και εκσυγχρονισμό ξενοδοχειακών μονάδων εντός παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων τουλάχιστον 3 αστέρων,
- ίδρυση, επέκταση και εκσυγχρονισμό σύνθετων τουριστικών καταλυμάτων (υπό προϋποθέσεις),
- ίδρυση, επέκταση και εκσυγχρονισμό ξενοδοχείων συνιδιοκτησίας / condo hotels (υπό προϋποθέσεις).

Επίσης, ενισχύεται η ίδρυση ή ο εκσυγχρονισμός μη κύριων τουριστικών καταλυμάτων, εφόσον σωρευτικά:

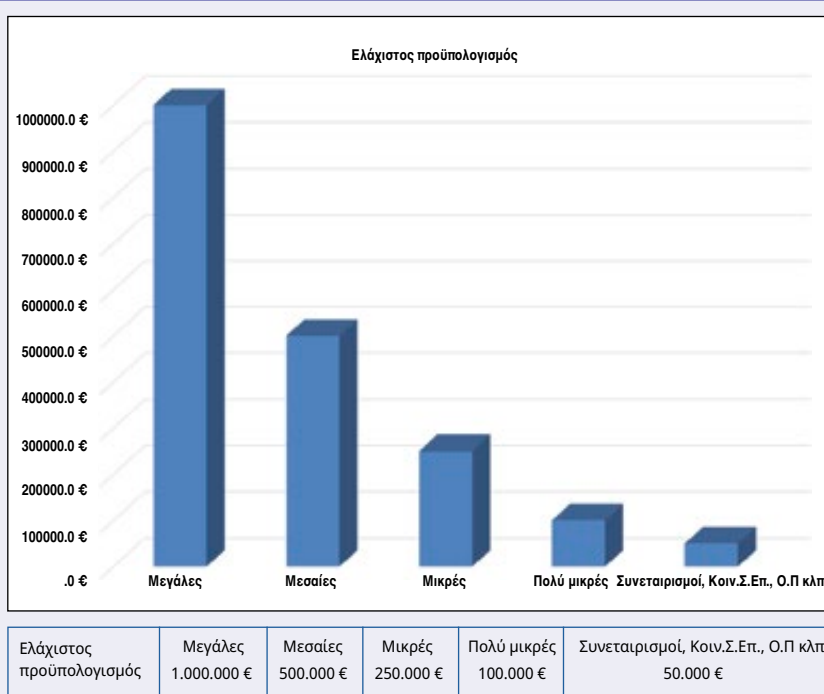
- α. φέρουν διακριτικό τίτλο «ξενώνας φιλοξενίας»,
- β. υλοποιούνται εντός παραδοσιακών οικισμών σε ορεινές, παραμεθόριες περιοχές και νησιά με μικρό πληθυσμό (όπως αυτά ορίζονται στο ΦΕΚ),
- γ. κατατάσσονται σε κατηγορία πέντε (5) κλειδιών και
- δ. διατηρούν τουλάχιστον 20 ενοικιαζόμενα δωμάτια.

ΧΑΡΤΗΣ ΜΕΓΙΣΤΩΝ ΕΝΤΑΣΕΩΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ



ΕΛΑΧΙΣΤΟΣ ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΩΝ ΣΧΕΔΙΩΝ

Το ελάχιστο επιλέξιμο ύψος της επένδυσης για την υπαγωγή επενδυτικών σχεδίων στο καθεστώς «Ενίσχυση Τουριστικών Επενδύσεων» ορίζεται με βάση το μέγεθος της επιχείρησης



Τα επενδυτικά σχέδια θα πρέπει να έχουν ολοκληρωμένο χαρακτήρα αρχικής επένδυσης και να πληρούν μία από τις ακόλουθες προϋποθέσεις:

- α.** δημιουργία νέας μονάδας,
- β.** επέκταση της δυναμικότητας υφιστάμενης μονάδας,
- γ.** διαφοροποίηση της παραγωγής μιας μονάδας σε προϊόντα ή υπηρεσίες που δεν έχουν παρασχεθεί ποτέ από αυτήν,
- δ.** θεμελιώδη αλλαγή του συνόλου της παραγωγικής διαδικασίας υφιστάμενης μονάδας.

Ελάχιστος Προϋπολογισμός Επενδυτικών Σχεδίων

Το ελάχιστο επιλέξιμο ύψος της

επένδυσης ορίζεται με βάση το μέγεθος του φορέα. Βλ. σχετικό διάγραμμα που απεικονίζεται στον παραπάνω πίνακα.

Αυξημένα ποσοστά ενισχύσεων χορηγούνται για τα επενδυτικά σχέδια που υλοποιούνται σε:

- 1.** ορεινές περιοχές και περιοχές 30 χιλιόμετρα από τα σύνορα, νησιά με πληθυσμό μικρότερο των 3.100 κατοίκων, κτίρια διατηρητέα και περιοχές που έχουν πληγεί από φυσικές καταστροφές.
- 2. α.** Ζώνες Απολιγνιτοποίησης.
- β.** Στις Περιφερειακές Ενότητες Καστοριάς και Γρεβενών και στους Δήμους Τρίπολης, Οιχαλίας και Γορτυνίας.

3. Σε μεσαίες επιχειρήσεις στις περιφερειακές ενότητες Ροδόπης, Έβρου και Ξάνθης.

Επιλέξιμες Δαπάνες:

- Κατασκευή, επέκταση, εκσυγχρονισμός κτιριακών εγκαταστάσεων, ειδικών και βοηθητικών εγκαταστάσεων, κατασκευές για τη διασφάλιση της προσβασιμότητας στα άτομα με αναπηρία, καθώς και διαμόρφωση του περιβάλλοντος χώρου.
- Αγορά υφιστάμενων παγίων στοιχείων ενεργητικού, όπως κτίρια, μηχανήματα και λοιπό εξοπλισμό, επιχειρηματικής εγκατάστασης.
- Αγορά και εγκατάσταση καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού.
- Επιδότησεις χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing) καινούργιων σύγχρονων μηχανημάτων και λοιπού εξοπλισμού.
- Εκσυγχρονισμό ειδικών εγκαταστάσεων (δεν αφορούν κτίρια) και μηχανολογικών εγκαταστάσεων.
- Μεταφορά τεχνολογίας.
- Συστήματα διασφάλισης και ελέγχου ποιότητας, πιστοποιήσεων, προμήθειας και εγκατάστασης λογισμικού και συστημάτων οργάνωσης της επιχείρησης.

Μορφές Ενίσχυσης

Η προσφερόμενη ενίσχυση μπορεί να έχει μία ή και περισσότερες από τις ακόλουθες μορφές:

- 1.** φορολογική απαλλαγή,
- 2.** επιχορήγηση,
- 3.** επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης (leasing),
- 4.** επιδότηση του κόστους της δημιουργούμενης απασχόλησης.

ΧΡΗΣΙΜΕΣ ΣΥΝΔΕΞΕΙΣ (Links)

Η υποβολή των αιτήσεων πραγματοποιείται μέσω του Πληροφοριακού Συστήματος του Αναπτυξιακού Νόμου <https://opsan.mindev.gov.gr>

Ειδικές κατηγορίες ενισχύσεων
click **ΕΔΩ** για τις ειδικές περιοχές σε χάρτη
click **ΕΔΩ** για τις ειδικές περιοχές σε πίνακα

ΚΑΤΕΒΑΣΤΕ ΤΟ ΦΕΚ του Αναπτυξιακού Νόμου 4887/2022 περί «Ενίσχυσης Τουριστικών Επενδύσεων» **ΕΔΩ**

Η ασφάλειά σας,
είναι δική μας
υπόθεση.



ΚΑΙΝΟΤΟΜΑ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Η Olympia Electronics προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις για την ασφάλεια από το 1979 εφαρμόζοντας καινοτομία και τεχνολογία αιχμής στα προϊόντα της.



www.olympia-electronics.com



est. 1979



*για έναν
ασφαφέστερο κόσμο!*

ΠΙΝΑΚΙΔΕΣ – ΣΗΜΑΝΣΗ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ ΚΑΙ MARKETING

Ο ΠΟΛΥΕΠΙΠΕΔΟΣ ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΣΗΜΑΝΣΗΣ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΣΤΙΣ ΜΟΝΑΔΕΣ ΕΣΤΙΑΣΗΣ

Από τη μεγάλη πινακίδα στην είσοδο κάθε επιχείρησης, μέχρι τις ταμπέλες με τους αριθμούς δωματίων και τις καρτέλες που αφορούν την ασφάλεια, τις εξόδους κινδύνου την περιήγηση στον χώρο και την τοποθεσία διαφόρων τμημάτων που ο επισκέπτης δυσκολεύεται να εντοπίσει ή δεν έχει αντιληφθεί ότι υπάρχουν, ο ρόλος της σήμανσης και των πινακίδων είναι πολυεπίπεδος. Βασικότερος όλων, η ενημέρωση. Η μεταφορά πληροφορίας από τον επιχειρηματία στον πελάτη· πληροφορίας απαραίτητης και επιβεβλημένης για λόγους ασφάλειας ή απλώς χρηστικούς ή έστω και προωθητικούς ή ενημερωτικούς. Η σχετική νομοθεσία και οι τεχνικές προδιαγραφές των ξενοδοχείων προβλέπουν μια σειρά από απαραίτητες ή προαιρετικές σημάσεις για χρήση τόσο των πελατών όσο και για εσωτερική ενημέρωση των εργαζομένων.

ΚΑΘΕ ΠΙΝΑΚΙΔΑ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Κάθε πινακίδα μεταφέρει μια πληροφορία και τραβάει το βλέμμα του πελάτη. Ωστόσο, ο πελάτης δεν λαμβάνει μόνο την πληροφορία που αναγράφεται στη σήμανση, αλλά και άλλες που δεν σχετίζονται άμεσα με αυτή. Σκεφτείτε πόσες φορές βρήκατε έξυπνη, εφευρετική, παρωχημένη κ.λπ. την ταμπέλα σήμανσης στις τουαλέτες. Αυτές οι μικρές πινακίδες μεταφέρουν με έμμεσο τρόπο, εκτός από τη βασική πληροφορία «WC Ανδρών» - «WC Γυναικών», μια σειρά από στοιχεία που μπορεί να δηλώνουν την αισθητική, την ποιότητα, την εστίαση στην λεπτομέρεια κ.ά. της επιχείρησής σας.

ΕΠΙΓΡΑΦΕΣ ΚΑΙ ΣΗΜΑΝΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΒΙΤΡΙΝΑ ΣΑΣ

Οι ειδικοί επιμένουν ότι η σήμανση του ξενοδοχείου, από την μι-



κρότερη έως τη μεγαλύτερη ταμπέλα, θα πρέπει να γίνεται κατόπιν σχετικής μελέτης, κατά την οποία θα λαμβάνονται υπόψη σειρά παραμέτρων, όπως το στυλ, η ταυτότητα και το design της επιχείρησης. Και αυτό, επειδή γνωρίζουν ότι κάθε ταμπέλα αποτελεί μια μικρή βιτρίνα της επιχείρησης.

Ποιοι πρέπει λοιπόν να συμμετέχουν σε αυτή την προσπάθεια; Αρχικά, ο αρχιτέκτονας και ο διακοσμητής εσωτερικών χώρων καλό είναι να αποφασίσουν για την αισθητική και τα υλικά μαζί με το άτομο που έχει αναλάβει να σχεδιάσει τη σήμανση.

Επίσης, κατάλληλη προσοχή πρέπει να δοθεί και στα συνοδευτικά κείμενα, οπότε ένας επαγγελματίας συντάκτης περιεχομένου είναι απαραίτητος.

Φυσικά, μπορείτε πάντα να επιλέξετε τον ασφαλή δρόμο των τυποποιημένων πρότυπων, όμως, τα έξυπνα κείμενα ή εικονίδια είναι αυτά που θα τραβήξουν την προσοχή και θα κάνουν τους επισκέπτες να αισθάνονται άνετα.

Επόμενο στάδιο, η κατασκευή. Επιλέξτε έναν αξιόπιστο κατασκευαστή για την ολοκλήρωση των εργασιών σας.

ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΓΙΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΣΑΣ

Πέρα από το αισθητικό, λειτουργικό, σχεδιαστικό και κατασκευαστικό μέρος της υλοποίησης των πινακίδων και της σήμανσης, καλό είναι να γίνει μελέτη για τα σημεία τοποθέτησης και το μέγεθός τους. Η σήμανση μπορεί να αξιοποιηθεί, ώστε να ωθήσει τα βήματα των πελατών σε τμήματα, σημεία ή υπηρεσίες που επιθυμείτε να προβάλλετε ή να προωθήσετε. Το spa, το bar, οι υπαίθριες δραστηριότητες, τα τμήματα F&B, ο παιδότοπος ή οι αθλητικές εγκαταστάσεις και το γυμναστήριο, ο χώρος εργασίας ή η βιβλιοθήκη, πιθανά καταστήματα εντός του ξενοδοχείου, ακόμα και υπηρεσίες, μπορούν να προβληθούν, να γνωστοποιηθούν και να προωθηθούν με την κατάλληλη σήμανση. **Αξιοποιήστε τις ευκαιρίες που σας δίνονται, λαμβάνοντας υπόψη σας τη ροή των πελατών σε διαφορετικές ώρες της ημέρας. Με την κατάλληλη σήμανση, μπορείτε να οδηγήσετε τα βήματά τους, να τους προσκαλέσετε στους διάφορους χώρους και να τους ενημερώσετε για τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου σας, αυξάνοντας το όφελος της επιχείρησής σας.**

ΣΗΜΑΝΣΗ ΑΣΦΑΛΕΙΑΣ

Το θέμα της ασφάλειας σε ξενοδοχεία και καταλύματα όλων των ειδών και κατηγοριών γίνεται όλο και πιο σημαντικό. Η νομοθεσία προβλέπει συγκεκριμένες προδιαγραφές ως το ελάχιστο που οφείλει να κάνει κάθε επιχείρηση. Η πρόσφατη υγειονομική κρίση προσέθεσε μια σειρά μέτρων, που περιλάμβαναν σχετική σήμανση για τον COVID-19. Το παράδειγμα της χρήσης σήμανσης σχετικής με τον COVID-19 μπορεί να κάνει ευκολότερα κατανοητό τον ρόλο της σήμανσης στη δημιουργία αίσθησης ασφάλειας στον επισκέπτη.

Από την πλευρά των επιχειρήσεων φιλοξενίας, η δημιουργία αίσθησης ασφάλειας στους πελάτες αποτελεί στόχο αναμφισβήτητης σημασίας με άμεση

επίδραση στις κρατήσεις. Πέρα από τις τεχνικές και άλλες προδιαγραφές που προσδιορίζονται νομοθετικά, η ιδιαιτερότητα της σήμανσης ασφαλείας είναι ότι θα πρέπει να βρει τη χρυσή τομή ανάμεσα στο: Α) να δημιουργηθεί αίσθημα ανασφάλειας λόγω της συνεχούς υπενθύμισης και του υπερτονισμού του κινδύνου και Β) να δημιουργηθεί αίσθημα ασφαλείας μέσα από μια πληροφόρηση που αφήνει να εννοηθεί ότι υπάρχει όλη η απαραίτητη τεχνική υποδομή και οργάνωση.

Η ένταξη της σήμανσης ασφαλείας στον γενικότερο σχεδιασμό κάθε μονάδας φιλοξενίας είναι πολλαπλά χρήσιμη και συστήνεται ανεπιφύλακτα από τους ειδικούς του χώρου.

ΤΙ ΠΡΟΤΕΙΝΟΥΝ ΟΙ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ

► OLYMPIA ELECTRONICS

Μια ελληνική εταιρεία με ηγετική θέση στα συστήματα ασφαλείας

Η Olympia Electronics δραστηριοποιείται στην ανάπτυξη καινοτόμων ηλεκτρονικών συστημάτων ασφαλείας, χρησιμοποιώντας τεχνολογία αιχμής.

Σήμερα αποτελεί τη μεγαλύτερη αμιγώς ελληνική παραγωγική μονάδα ηλεκτρονικών συστημάτων ασφαλείας, με παρουσία σε περισσότερες από 72 χώρες. Το ανθρώπινο δυναμικό της ανέρχεται στους 185 εργαζόμενους, με 10% στο Τμήμα Έρευνας & Ανάπτυξης. Ανάμεσα σε άλλα, διαθέτει σειρές από προϊόντα φωτισμού και σήμανσης ασφαλείας που αφορούν την πυρασφάλεια, ενδείξεις όδευσης διαφυγής και σήμανσης σχετικής με τα μέτρα προστασίας δημόσιας υγείας λόγω της πανδημίας.

Εδώ παρουσιάζουμε μερικά από τα σχετικά προϊόντα της που βρήκαμε ενδιαφέροντα.

• Eco Light

Τα φωτιστικά ασφαλείας σήμανσης της οικογένειας Eco Light συνδυάζουν στυλ, αξιοπιστία και ευκολία εγκατάστασης. Διαθέτουν μεγάλο αριθμό LED χαμηλής ισχύος, μεγάλη διάρκεια ζωής και είναι ιδανικά για



ξενοδοχεία, εμπορικά κέντρα, καφέ-τέριες, εστιατόρια και άλλα κτίρια.

Καλύπτουν μεγάλες αποστάσεις θέασης και μπορούν να γίνουν μονής ή διπλής όψης.

• Covid Light

Η νέα σειρά φωτισμού σήμανσης Covid Light απαρτίζεται από 3 μοντέλα και καλύπτει τις απαιτήσεις κάθε επαγγελματικού χώρου.

• Φωτιστικά ασφαλείας Bau Light

Εμπνευσμένα από τις αρχές της σχολής Bauhaus, είναι βασισμένα σε γεωμετρικές φόρμες, με έμφαση στη χρηστικότητα και την απλότητα.

Η έκδοση υψηλού προφίλ είναι κατάλληλη για φωτισμό όδευσης σε

εγκαταστάσεις με χαμηλό ύψος, όπως χώρους στάθμευσης.

Διατίθενται σε δύο εκδόσεις, χαμηλής και υψηλής φωτεινότητας, έχουν δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε 1, 3 ή 8 ώρες αυτονομίας και απαιτούν ελάχιστη συντήρηση.

• Lounge Light

Κομψά, διακριτικά και κατάλληλα για εσωτερικούς χώρους, μπορούν να καλύψουν μεγάλες αποστάσεις θέασης (16 μ., 30 μ., 38 μ.) και διατίθενται σε 3 διαφορετικά μεγέθη.

Είναι διπλής όψης, τα πικτογραφήματα μπορούν να τοποθετηθούν με ευκολία χωνευτά ή κρεμαστά στην οροφή ή παράλληλα στον τοίχο και έχουν 3 ώρες αυτονομία.

• Φωτισμός Ασφαλείας 3D LIGHT

Διαθέτει τέσσερις φωτιζόμενες ενδείξεις όδευσης διαφυγής, είναι ευδιάκριτο από μεγάλες αποστάσεις και κατάλληλο για μεγάλες εγκαταστάσεις. Τοποθετείται εύκολα στην οροφή χωρίς εξαρτήματα. Έχει δυνατότητα κρεμαστής τοποθέτησης για επιπλέον εφαρμογές.

Δείτε περισσότερες πληροφορίες στο site στη σελίδα:

► ΓΡΑΜΜΗ

Επιγραφές και εκτυπώσεις

Η εταιρεία Γραμμή ξεκίνησε στην Πάτρα το 1985 ως εταιρεία διαφημιστικών παραγωγών για εσωτερικούς και εξωτερικούς χώρους. Η ανάπτυξή της υπήρξε γρήγορη και ακολουθήθηκε από σημαντικές επενδύσεις σε εγκαταστάσεις, εξειδικευμένο δυναμικό και εξοπλισμό παραγωγής. Σήμερα η Γραμμή παρέχει ολοκληρωμένες λύσεις διαφημιστικών κατασκευών, επιγραφών κάθε είδους και ψηφιακών εκτυπώσεων. Αποτελεί μια δυναμική παραγωγική μονάδα στο είδος της όχι μόνο στη δυτική Ελλάδα αλλά και πανελλαδικά. Με ένα ευρύ τοπικό και πανελλαδικό πελατολόγιο, η Γραμμή αποτελεί την επιλογή σε απαιτητικές εφαρμογές διαφημιστικών κατασκευών εσωτερικών και εξωτερικών χώρων, επιγραφών και ψηφιακών εκτυπώσεων. Με κάθετες υπηρεσίες, ευελιξία και ταχύτητα, εξυπηρετεί τις μικρές και μεγάλες ανάγκες κάθε επιχείρησης, τόσο τοπικά όσο και πανελλαδικά, με έμφαση στην υψηλή ποιότητα. Στο site της μπορείτε να βρείτε μια ευρύτατη γκάμα από σημάνσεις κάθε μεγέθους και κάθε είδους χρήσης, που απαντούν σε σχετικές ανάγκες των ξενοδοχείων και των επιχειρήσεων εστίασης, όπως καφετέριες και εστιατόρια. Οι παραγγελίες μπορούν να πραγματοποιηθούν και μέσω του site της επιχείρησης. Δείτε περισσότερες πληροφορίες στο site στη σελίδα:



<https://epigrami.gr/xenodoxeia>

► ΤΕΧΝΗ ΜΑΛΑΜΑ – HOTELS

Από την παράδοση στην τεχνολογία

Η ιστορία της επιχείρησης αρχίζει κάπου στο τέλος της δεκαετίας του '40, όταν ο Γιάννης Μάλαμας ξεκίνησε την πορεία του στον τομέα της επιγραφής και της ζωγραφικής. Αυτή η παράδοση συνεχίζεται, στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, περνώντας στη δεύτερη γενιά.

Ο τεχνικός εξοπλισμός με Υπολογιστές - Ψηφιακούς Εκτυπωτές - Κοπτικά - CNC - Laser κ.λπ. ήρθε να βοηθήσει την τέχνη που έτσι κι αλλιώς υπήρχε.

Η Τέχνη Μάλαμα δημιουργεί επιγραφές και μακέτες χρησιμοποιώντας διάφορα υλικά. Οι κοπές υλικών για μακέτες είναι μια διαδικασία που απαιτεί μεράκι, υπομονή και ακρίβεια και η Τέχνη Μάλαμα τα διαθέτει. Η εταιρεία δραστηριοποιείται μεταξύ άλλων και στον χώρο της κατασκευής ειδών ξενοδοχείου. Με πρωτότυπες ιδέες, πειραματισμούς πάνω στα διάφορα υλικά και δημιουργικότητα, προσφέρει προϊόντα υψηλής ποιότητας και αισθητικής. Η ζήτηση και η μεγάλη ποικιλία προϊόντων για Ξενοδοχεία οδήγησε στη δημιουργία χωριστής ιστοσελίδας, αποκλειστικά με είδη ξενοδοχείου. Εκεί μπορείτε να βρείτε μεγάλη ποικιλία από σχετικά προϊόντα. Δείτε περισσότερες πληροφορίες στο site της εταιρείας για τα Ξενοδοχεία στη σελίδα:



<https://texnimalama-hotels.gr/>

► Ι.Δ. ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ

Ολοκληρωμένες λύσεις σήμανσης

Η Εταιρεία έχει συμπληρώσει 110 χρόνια συνεχούς παρουσίας στην ελληνική αγορά.

Προσφέρει ολοκληρωμένες λύσεις για τη σήμανση κτιρίων και χώρων, από τη φάση εκπόνησης της μελέτης έως την κατασκευή και τοποθέτηση ποικίλων συστημάτων και ειδικών κατασκευών σήμανσης. Το πρόγραμμα των ολοκληρωμένων λύσεων σήμανσης περιλαμβάνει αφενός συστήματα επώνυμων διεθνών οίκων, που κατ' αποκλειστικότητα αντιπροσωπεύει σε Ελλάδα και Κύπρο, αφετέρου ειδικές κατασκευές πινακίδων. Μεταξύ άλλων προϊόντων και υπηρεσιών, η εταιρεία προσφέρει:

- Συστήματα αρχιτεκτονικής σήμανσης εσωτερικών και εξωτερικών χώρων
- Ειδικές κατασκευές πινακίδων
- Σήμανση Braille για άτομα με προβλήματα όρασης
- Σήμανση ασφαλείας (έξοδοι κινδύνου) – Φωτιστικά ασφαλείας
- Οδοσήμανση, διαγράμμιση και σήμανση χώρων στάθμευσης
- Μελέτη – Κατασκευή – Τοποθέτηση.

Ειδικές Κατασκευές Σήμανσης: Η εταιρεία προσφέρει Custom made κατασκευές πινακίδων από οποιοδήποτε υλικό (μέταλλο, γυαλί, κεραμικό κ.λπ.) για κάθε αρχιτεκτονική απαίτηση ή σχέδιο.

Σήμανση Braille για άτομα με προ-



βλήματα όρασης: πινακίδες με ανάγλυφα κείμενα σε κώδικα Braille σύμφωνα με τις ευρωπαϊκές προδιαγραφές

Δείτε περισσότερες πληροφορίες στο site στη σελίδα:

<https://jdpapathanassiou.gr/index.php/proionta/simansi-simansi-asfaleias>

ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ

ΣΥΜΦΩΝΑ ΜΕ ΕΡΕΥΝΑ ΠΟΥ ΔΗΜΟΣΙΕΥΣΕ Η DELOITTE ΕΛΛΑΔΟΣ

Τα βασικά χαρακτηριστικά στον σχεδιασμό των ξενοδοχείων, και ειδικότερα των πολυτελών resorts στη Μεσόγειο, καταγράφονται σε πρόσφατη έκθεση που δημοσίευσε η Deloitte Ελλάδα.

Η Deloitte εξέτασε μια σειρά από πρόσφατες επενδύσεις πολυτελών θερέτρων στη Μεσόγειο, σχετικές με ανακαινίσεις, σχεδιασμό ή και δημιουργία νέων μονάδων. Στην έκθεσή της κάθε επένδυση αναφέρεται ξεχωριστά.

Ανάμεσά τους και δύο ελληνικά ξενοδοχεία, το Sani Dunes στη Χαλκιδική και το Ikos Aria στην Κω, εξετάζονται ως παραδείγματα Αυθεντικότητας και Wellness & biophilic αντίστοιχα.

Η έρευνα εξάγει συμπεράσματα για τις τάσεις του σχεδιασμού ξενοδοχείων, μέσα από διάφορες πηγές πληροφόρησης, όπως αρχιτεκτονικά γραφεία, συμβούλους πολυτελών ταξιδιών, ψηφιακές πλατφόρμες υπηρεσιών φιλοξενίας και ταξιδιών, αλυσίδες & brands πολυτελών ξενοδοχείων, καθώς και ειδικών του κλάδου.

Ο σχεδιασμός αποτελεί θεμέλιο λίθο της ταυτότητας των ξενοδοχείων και περιλαμβάνει υλικά και άυλα χαρακτηριστικά, αισθητικά και λειτουργικά στοιχεία που καθορίζουν συνολικά την εμπειρία του επισκέπτη.

Σε αυτό το πλαίσιο, ο σχεδιασμός μπορεί να είναι καταλύτης στη δημιουργία εμπειριών στους επισκέπτες, καθώς αποτελεί καθοριστικό συστατικό της ταυτότητας, του χαρακτήρα και της εικόνας ενός ξενοδοχείου ή θερέτρου και επηρεάζει την προσβασιμότητα και τη λειτουργικότητα της επιχείρησης. Όλα τα στοιχεία της διαμονής του επισκέπτη, λειτουργικά και άυλα, επηρεάζονται από τον σχεδιασμό του ξενοδοχείου.

Τα νέα δεδομένα και οι ανάγκες που δημιουργήθηκαν για την προσαρμογή στη νέα μετά COVID-19 εποχή αγγίζουν και τις επιχειρήσεις φιλοξενίας. Οι ξενοδόχοι θα πρέπει να επανεξετάσουν τον



σχεδιασμό των ξενοδοχείων τους, ώστε να παραμείνουν ανταγωνιστικοί με βάση αυτά τα νέα δεδομένα.

Ο κλάδος της φιλοξενίας αναμένεται στο μέλλον να είναι πιο πελατοκεντρικός, να ακούει με προσοχή τις συνεχώς εξελισσόμενες ανάγκες και προσδοκίες των επισκεπτών και να προσαρμόζεται σε αυτές.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι ξενοδόχοι θα πρέπει να εξετάσουν πώς να ενσωματώσουν τις παρακάτω τάσεις στον σχεδιασμό των ξενοδοχείων τους, προκειμένου να ενισχύσουν την εξατομικευμένη εμπειρία του πελάτη και να παραμείνουν ανταγωνιστικοί.

Οι ταξιδιώτες από όλο τον κόσμο που ανήκουν στην ανώτερη και μεσαία τάξη αναζητούν ολοένα και περισσότερο την αυθεντικότητα, το να αποκτήσουν μια «αίσθηση» του τόπου που επισκέπτονται, δημιουργώντας μια παγκόσμια αγορά για ξενοδοχεία και θέρετρα που λαμβάνουν υπόψη τους τον τοπικό πολιτισμό και την παράδοση στον σχεδιασμό τους.

Αυτά τα στοιχεία θα πρέπει να ενσωματωθούν στο ξενοδοχείο με

έναν ενιαίο σχεδιασμό και να μην δίνουν την αίσθηση τυχαία επιλεγμένων παρεμβάσεων, ασύνδετων μεταξύ τους. Η «αυθεντικότητα» απαιτεί όλα αυτά τα στοιχεία εντός του ξενοδοχείου να είναι συνδεδεμένα με το εξωτερικό, φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον.

Η απλή αναπαραγωγή, η αντιγραφή αρχιτεκτονικών στοιχείων δεν είναι αρκετή. Ο σχεδιασμός θα πρέπει αγκαλιάσει και να ενδιφεραστεί για την τοπική παράδοση και να συνδυάσει τα ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά με τα σύγχρονα στοιχεία και ανάγκες.

Με βάση τα συμπεράσματα της έρευνας, οι ακόλουθες 7 τάσεις θα κυριαρχήσουν στα ξενοδοχεία του αύριο.

Αυθεντικότητα

Ο αρμονικός συνδυασμός ιδιαίτερων στοιχείων της περιοχής και σύγχρονων στοιχείων στον σχεδιασμό του ξενοδοχείου, ώστε να επιτυγχάνεται μια μοναδική αντίληψη του χώρου (sense of place) και αίσθηση αυθεντικότητας στους επισκέπτες είναι το ζητούμενο, αντίθετα με τα διεθνή πρότυπα σχεδιασμού, όπου ο επισκέπτης

έχει παντού την ίδια ή παρόμοια αίσθηση πολυτέλειας, μη αναγνωρίζοντας συχνά σε ποιο τόπο βρίσκεται.

Τοπικά στοιχεία

Άμεσα συνδεδεμένη με την προαναφερόμενη αυθεντικότητα, η αξιοποίηση χαρακτηριστικών στοιχείων του τόπου και της τοπικής κουλτούρας και παράδοσης έχει στόχο να δημιουργήσει μια αυθεντική εμπειρία με τοπικά χαρακτηριστικά στους φιλοξενούμενους.

Οικειότητα

Η αίσθηση οικειότητας και άνεσης στον επισκέπτη, με άλλα λόγια να αισθάνεται «σαν στο σπίτι του», είναι ένα από τα ζητούμενα στον συνολικό σχεδιασμό των προσφερόμενων υπηρεσιών ενός ξενοδοχείου.

Βιωσιμότητα

Η βιωσιμότητα ενός ξενοδοχείου αποκτά όλο και μεγαλύτερη σημασία για τους ταξιδιώτες.

Βάσει των στοιχείων της έρευνας, οι επισκέπτες στην πλειονότητά τους δηλώνουν ότι θα επέλεγαν να επισκεφθούν τουλάχιστον μία φορά ένα resort που έχει υιοθετήσει βιώσιμες λύσεις στον σχεδιασμό του.

Ευεξία & Βιοφιλία

Στοιχεία ευεξίας (wellness) και βιοφιλίας (biophilic) ενσωματώνονται στον σχεδιασμό των ξενοδοχείων. Πολλά ξενοδοχεία πιστεύουν ότι



αυτά αποτελούν παραμέτρους που θα κάνουν τους πελάτες τους να θέλουν να επιστρέψουν.

Τέτοια στοιχεία, ενδεικτικά, μπορούν να είναι η αξιοποίηση φυσικού και διάχυτου φωτισμού στους χώρους, η χρήση ελάχιστα επεξεργασμένων υλικών και άλλων στοιχείων που δημιουργούν οπτική σύνδεση με τη φύση και τα στοιχεία της, η έντονη παρουσία και χρήση του νερού κ.ά.

«Εξυπνες» Τεχνολογίες

Η αξιοποίησή τους βρίσκει έδαφος και στον σχεδιασμό των μονάδων φιλοξενίας.

Καινοτόμες τεχνολογίες υιοθετούνται με μια μεγάλη ποικιλία στόχων. Σε αυτούς συγκαταλέγο-

νται η αναβάθμιση της εμπειρίας και η ικανοποίηση των tech-savvy πελατών, η βελτιστοποίηση των λειτουργιών του ξενοδοχείου και η αύξηση των εσόδων ανά δωμάτιο. Κοινός στόχος -και σε αυτή την περίπτωση- είναι διαφοροποίηση από τον ανταγωνισμό.

Instagrammability

Η σημασία της χρήσης των κοινωνικών δικτύων από τις νέες γενιές, Millennials και Zoomers (Generation Z), δεν περνά απαρατήρητη από τον σχεδιασμό του ξενοδοχείου του μέλλοντος. Τα ξενοδοχεία λειτουργούν ως σκηνικά εμπειριών, αλλά και σκηνικά που θα προσφέρουν τη δυνατότητα λήψης εντυπωσιακών φωτογραφιών από τους πελάτες και θα προσελκύουν (likes) στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Σκηνογραφικά στοιχεία όπως ο φωτισμός, η διακόσμηση, η μουσική κ.λπ. αποτελούν στοιχεία με προσεκτικό σχεδιασμό. Εν τέλει, η ανάπτυξη ενός θερέτρου που αιχμαλωτίζει τη φαντασία των ταξιδιωτών και προσελκύει επισκέπτες απαιτεί περισσότερα από την αναπαραγωγή μιας αρχιτεκτονικής του παρελθόντος.

Για το σκοπό αυτό, ξενοδοχεία και θέρετρα, πρέπει να επικεντρωθούν στον σχεδιασμό που συνδυάζει ιστορικά και πολιτιστικά χαρακτηριστικά με τα σύγχρονα στοιχεία και ανάγκες.



►TÜV HELLAS

Υπηρεσίες επιθεώρησης και πιστοποιήσεων για Ξενοδοχεία

Η TÜV HELLAS (TÜV NORD) είναι μέλος του TÜV Nord Group, με παρουσία σε 100 χώρες, πωλήσεις 1,2 δισ. ευρώ (2019) και 14.000 στελέχη. Ιδρύθηκε το 1987, διαθέτει περισσότερα από 100 μόνιμα στελέχη και θυγατρικές εταιρείες σε Κύπρο και Αίγυπτο ενώ είναι μέλος του ΣΕΤΕ. Ανάμεσα στις υπηρεσίες που παρέχει για τα ξενοδοχεία είναι η επιθεώρηση και πιστοποίηση του ξενοδοχείου. Πρόκειται για μια διαδικασία με πολλά πλεονεκτήματα για τους ξενοδόχους, το προσωπικό, τους πελάτες, τους tour operators, τον προορισμό. Εφαρμόζοντας αναγνωρισμένα πρότυπα και ιδιωτικά πρωτόκολλα, διασφαλίζεται η συμμόρφωση των ξενοδοχείων όχι μόνο με το εθνικό, ευρωπαϊκό και διεθνές θεσμικό πλαίσιο, αλλά και με τις απαιτήσεις στρατηγικών συνεργατών, όπως είναι οι Tour Operators και οι πελάτες. Επιπλέον, επιτυγχάνε-



ται βελτίωση παρεχόμενων προϊόντων και υπηρεσιών αλλά και του επιπέδου υγιεινής και ασφάλειας προσφέροντας ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα και ικανοποίηση. Επίσης, μεταξύ άλλων, στο πλαίσιο των υπηρεσιών επιθεώρησης των ξενοδοχείων αλλά και των ενοικιαζόμενων δωματίων καταλυμάτων, αναλαμβάνει τον έλεγχο

για την κατάταξή τους σε κατηγορίες αστέρων και κλειδιών αντίστοιχα, με βάση τις τεχνικές και λειτουργικές προδιαγραφές και τα βαθμολογούμενα κριτήρια, όπως αυτά ορίζονται στην ελληνική νομοθεσία. Το σύστημα κατάταξης αφορά τα τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία και ενοικιαζόμενα επιπλωμένα δωμάτια-διαμερίσματα), τόσο τα νέα όσο και τα υφιστάμενα.

Περισσότερες πληροφορίες για την TÜV HELLAS και τις υπηρεσίες της μπορείτε να βρείτε στο site της:

<https://www.tuv-nord.com/gr/el/home/>

►PRAKTIKER B2B

Μια ξεχωριστή υπηρεσία για ξενοδοχεία



Στο Praktiker B2B δεν διαλέγεις απλώς ανάμεσα σε χιλιάδες μοναδικά προϊόντα αποκλειστικά για επαγγελματίες! Διαλέγεις τον πιο αξιόπιστο συνεργάτη για την επιχείρησή σου.

Η ανάπτυξη του τουριστικού τομέα ήταν ένας από τους βασικούς πυλώνες δημιουργίας της ομάδας Praktiker B2B, που δίνει ιδιαίτερη έμφαση στη δημιουργία και ανακαίνιση ξενοδοχειακών μονάδων. Πιο πρόσφατα παραδείγματα είναι πέντε ξενοδοχειακές μονάδες στην Αθήνα, στη Σάμο, στην Κω, στη Ρόδο και στη Ζάκυνθο, οι οποίες «μεταμορφώθηκαν» υπό την καθοδήγηση της έμπειρης ομάδας Praktiker B2B και κατάφεραν να είναι από τους top προορισμούς διαμονής.

Οι ανακαινίσεις περιλαμβάνουν έπιπλα εσωτερικών και εξωτερικών χώρων. Φωτογραφίες από τα ανακαινισμένα ξενοδοχεία μπορείτε να δείτε στο site στη σελίδα:

<https://www.praktiker.gr/Business-Services-Projects>

►ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ

Ποικιλία από Κρουασάν



Μεγάλη ποικιλία από κρουασάν διαθέτει η «ΑΡΑΜΠΑΤΖΗΣ - ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΖΥΜΗ», που δραστηριοποιείται στον κλάδο των προϊόντων κατεψυγμένης ζύμης, υποστηρίζοντας την αγορά Food Service, αλλά και την αγορά της λιανικής.

Κρουασάν βουτύρου, μαργαρίνης, χωρίς γέμιση ή με γέμιση διαφόρων ειδών, όπως σοκολάτα, μείγμα τύπου μηλόπιτας (μήλο, κανέλα), μήλο, αλλά και αλμυρά. Τα κρουασάν διατίθενται σε ατομικό μέγεθος αλλά και σε mini, καθώς και κατεψυγμένα ή προστοφαρισμένα.

Η ποιότητα των προϊόντων της πιστοποιείται σε όλα τα στάδια σύμφωνα με τα πρότυπα:

- BS EN ISO 9001:2015, BS EN ISO 22000:2005
- IFS International Food Standard Issue 6: April 2014 (Higher Level)
- BRC Global Standard for Food Safety Issue 7: January 2015 (Grade A).

Περισσότερες πληροφορίες και προϊόντα από την Ελληνική Ζύμη μπορείτε να δείτε στο site στη σελίδα:

www.elzymi.gr

ΟΔΗΓΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



Άνοιξε τις κατάλληλες πόρτες

Επί 30 συναπτά έτη, ο Οδηγός Προμηθευτών Ξενοδοχείων αναδεικνύει τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις αγορές της τουριστικής βιομηχανίας, ακολουθώντας μια διαδρομή ουσιαστικής και αξιόπιστης ενημέρωσης των επαγγελματιών του κλάδου όσον αφορά τα προϊόντα και τις τεχνολογίες που είναι διαθέσιμες για την κάλυψη των αναγκών τους.

Δηλώστε συμμετοχή
στο 2106513553,
dprob@digicon.gr

DIGICON
DIGITAL CONTENT A.E.

**Κυκλοφορεί
το Νοέμβριο**

ΟΔΗΓΟΣ,
ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΩΝ
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ

ΜΕ ΤΗ ΣΥΝΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ
ΤΟΥΡΚΙΑΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ

23

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΠΑΜΕ ΚΑΛΑ. ΝΑΙ ΜΕΝ, ΑΛΛΑ...

Εν μέσω δικαιολογημένης αισιοδοξίας, που πηγάζει από την εντονότατα ανοδική πορεία της τουριστικής ζήτησης, η οποία είχε ως αποτέλεσμα να φτάσουμε ή και να ξεπεράσουμε τα προ κρίσης νούμερα του 2019, η γενικότερη συγκυρία δημιουργεί προβληματισμούς. Διψήφιος πληθωρισμός, ένας πόλεμος εντός της Ευρώπης που δεν τελειώνει, ελληνοτουρκικές σχέσεις σε συνεχή ένταση, κόστος καυσίμων και θέρμανσης που τρομάζει, επερχόμενη οικονομική ύφεση και μείωση του διαθέσιμου εισοδήματος σκιαγραφούν ένα δύσκολο περιβάλλον. Όπως είναι αναμενόμενο, η ζήτηση δε μοιράστηκε ισομερώς. Σε αρκετούς «καταξιωμένους» τουριστικούς προορισμούς η απότομη αύξηση της ζήτησης ξεπέρασε τα όρια δυνατοτήτων εξυπηρέτησης, με σαφή δείγματα υποβάθμισης της ποιότητας λόγω της έλλειψης προσωπικού. Μας σώζει (όσο μας σώζει) το γεγονός ότι το φαινόμενο -για φέτος- ήταν πανευρωπαϊκό. Μια δεύτερη τέτοια χρονιά θα μπορούσε να πληγώσει την ποιοτική εικόνα



του ελληνικού τουρισμού. Αλλά προτού φτάσουμε εκεί, έχουμε να διανύσουμε ένα χειμώνα που, παρά τα όποια θετικά σημάδια, φαντάζει δύσκολος για κάποιες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις σε ορεινές περιοχές, και δη σε τέτοιο σημείο, που, με βάση πληροφορίες μας, αποφασίζουν να μην ανοίξουν. Το κόστος θέρμανσης, ο (αθέμιτος;) ανταγωνισμός από το Airbnb και ο περιορισμός της κίνησης σε μερικές ημέρες της εβδομάδας οδηγούν κάποια ξενοδοχεία σε αυτή την απόφαση. Διερευνούμε το θέμα και θα επανέλθουμε με περισσότερα στοιχεία.

σσ: Το πρόβλημα δεν είναι μόνο Ελληνικό. Διαβάστε τα άρθρα "Κλείνουν ξενοδοχεία στην Αυστρία" και "Η ενεργειακή κρίση κλείνει τα χιονοδρομικά κέντρα".

ΙΣΩΣ ΣΑΣ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΝ



- **ΣΕΤΕ: ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟ ΣΧΕΔΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΘΗΝΑ 2030**
- **ΤΡΙΤΟΣ ΔΗΜΟΦΙΛΕΣΤΕΡΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΡΩΣΟΥΣ Η ΕΛΛΑΔΑ**
- **ΚΛΕΙΝΟΥΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΙΑ**
- **BOOKING.COM: 7 ΝΕΕΣ ΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΑ ΤΑΞΙΔΙΑ ΤΟΥ 2023**
- **ΠΤΩΧΕΥΣΕ Ο ΤΟΥΡ ΟΠΕΡΕΪΤΟΡ DETUR ΣΤΗ ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ**
- **«ΑΛΜΑ» ΑΝΩ ΤΟΥ 24% ΣΤΟΝ ΤΖΙΡΟ ΤΟΥ ΑΥΓΟΥΣΤΟΥ ΓΙΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΣΗ**
- **Η ΕΝΕΡΓΕΙΑΚΗ ΚΡΙΣΗ ΚΛΕΙΝΕΙ ΤΑ ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ**
- **ΕΟΤ: ΟΙ ΒΡΕΤΑΝΟΙ ΑΠΕΚΤΗΣΑΝ ΠΛΑΤΦΟΡΜΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΒΙΩΣΙΜΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ**
- **ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΝΙΚΗΤΕΣ ΣΤΗ ΓΕΡΜΑΝΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΟ 2022 ΕΛΛΑΔΑ ΚΑΙ ΤΟΥΡΚΙΑ**

Digital Content A.E. **ΚΕΝΤΡΙΚΑ ΓΡΑΦΕΙΑ:** 2^ο χλμ. Λεωφ. Μαρκοπούλου, 19400 Κορωπί, τηλ.: 210 6513553, fax: 210 6513358, e-mail: info@digicon.gr

ΕΚΔΟΤΗΣ: Νίκος Μανούσος
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΣΥΝΤΑΞΗΣ: Ιωάννης Πατρίκος
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ: Λουκία Ταλιαδώρου
ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΕΚΔΟΣΗΣ: Σπύρος Ζούργης
ΣΥΝΤΑΞΗ: Μαύρα Σαραντοπούλου, Σοφία Παπαδέα, Θύμιος Κάκος, Δημήτρης Σταθόπουλος
ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ: Δέσποινα Προβιάδακη, Κέλλη Αντωνάκου
ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ DTP: Δημήτρης Μελένιος
ΛΟΓΙΣΤΗΡΙΟ: Ζαμπέτα Τούρλου
ΝΟΜΙΚΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ: Ιωάννης Τζίζας

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική, περιληπτική, κατά παράφραση ή διασκευή/απόδοση του περιεχομένου του ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 360, με οποιονδήποτε τρόπο, μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό, ηχογράφησης ή άλλο, χωρίς προηγούμενη γραπτή άδεια της Digital Content A.E., όπως ορίζει ο νόμος 2121/1993, η Διεθνής Σύμβαση της Βέρνης περί πνευματικής ιδιοκτησίας και οι κανόνες Διεθνούς Δικαίου που ισχύουν στην Ελλάδα.

ΣΤΟ ΕΠΟΜΕΝΟ ΤΕΥΧΟΣ

- ✓ **Επιδοτήσεις.** Προγράμματα και ευκαιρίες επιδοτήσεων τουριστικών επιχειρήσεων.
- ✓ **Δείκτες ποιότητας ξενοδοχείων** Ελλάδας και ανταγωνιστών. Πού πάσχουμε και πού πλεονεκτούμε.
- ✓ **Καθαριότητα, Φαγητό-Ποτό, Τοποθεσία, Εξυπηρέτηση, Σχέση Ποιότητας-Τιμής, Δωμάτιο, Διασκέδαση.** Πόσο ανταγωνιστικοί είμαστε στη διεθνή αγορά;
- ✓ **Δείκτες ποιότητας των ελληνικών Ξενοδοχείων** ανά κατηγορία και γεωγραφική περιοχή
- ✓ **Νέες τάσεις.** Τι αλλάζει στη μετα-COVID εποχή στον σχεδιασμό των ξενοδοχείων.
- ✓ **Τουρισμός 360:** Περιφερειακές Ενώσεις Ξενοδόχων.
- ✓ **Επεξεργασία Νερού και Αποβλήτων.**