

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΚΡΗΤΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

**«ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ. ΜΕΛΕΤΗ ΠΕΡΙΠΤΩΣΗΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ. ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ
ΕΚΘΕΣΕΩΝ WTM - ITB»**

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ:
ΜΑΡΑΒΕΛΙΑΣ ΜΙΧΑΛΗΣ**

**ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ:
ΑΠΛΑΔΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ**

**ΤΟΠΟΣ – ΧΡΟΝΟΛΟΓΙΑ
ΗΡΑΚΛΕΙΟ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2012**

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Η εργασία αυτή γίνεται στο πλαίσιο των υποχρεώσεων για την απόκτηση πτυχίου από το Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων της Σχολής Διοίκησης και Οικονομίας του ΑΤΕΙ Κρήτης και στοχεύει στη μελέτη του εκθεσιακού τουρισμού, μελέτη περίπτωσης τουριστικών εκθέσεων και σύγκριση μεταξύ των εκθέσεων WTM – ITB.

Είναι δεδομένο ότι μια μελέτη που φιλοδοξεί να καλύψει όλες τις πλευρές του θέματος αυτού, σίγουρα υπερβαίνει τις απαιτήσεις μιας πτυχιακής εργασίας όμως αυτό δε σημαίνει ότι δεν έγινε προσπάθεια ώστε η παρούσα εργασία να μη στερείται των αναγκαίων επιστημονικών και ερευνητικών κριτηρίων, προκειμένου να έχει εγκυρότητα σε σχέση με το θέμα που πραγματεύεται.

Η εργασία αυτή έχει στόχο να εντοπίσει και να καταστήσει συγκεκριμένο και ευκρινές αρχικά το πλαίσιο του τουρισμού και των μορφών του και στη συνέχεια του εκθεσιακού τουρισμού. Προσπάθησα να παρουσιάσω με απλό, κατανοητό και συνάμα έγκυρο τρόπο τη σχετική συζήτηση που αφορά τον τουρισμό και συγκεκριμένα τον τουρισμό εκθέσεων ώστε να δούμε τις διαφοροποιήσεις που υπάρχουν, να περιγράψουμε σε γενικές γραμμές τις υφιστάμενες δομές και να εντοπίσω τα σχετικά προβλήματα αλλά και τις τάσεις και τις προοπτικές που διαμορφώνονται.

Για το σκοπό αυτό μελέτησα τη σχετική βιβλιογραφία, έκανα έρευνα στο διαδίκτυο και βεβαίως τα άρθρα και τις μελέτες στον τύπο αλλά και στα ειδικά περιοδικά που ασχολούνται με το θέμα αυτό.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην παρακάτω εργασία παρουσιάζω μια μελέτη για τον εκθεσιακό τουρισμό. Ο τουρισμός είναι ένα πλατύ κεφάλαιο το οποίο για κάθε χώρα επιφέρει ένα σίγουρο και καθαρό εισόδημα. Αναλυτικά αρχικά μέσα από την εργασία αυτή αναφέρομαι στον τουρισμό και στην γενικότερη έννοια του, στα θετικά που προσφέρει σε μια χώρα, στα γενικά στοιχεία, στην ιστορία του και στην θέση που κατέχει στην Ελλάδα.

Στο δεύτερο κεφάλαιο μελετώ τον εναλλακτικό τουρισμό και αναφέρομαι στους τομείς που τον περιλαμβάνουν, στην βασική του έννοια, στα χαρακτηριστικά του, την εκμετάλλευση αυτών των ειδών τουρισμού από τους ανθρώπους και τις επιλογές που έχουν όπως επίσης και στους στόχους που αυτή η μορφή καλεί να πραγματοποιήσει.

Στην συνέχεια μιλάω αναλυτικά για τον τουρισμό εκθέσεων και αφού καλύψω την ιστορική αναδρομή του τομέα αυτού, περιγράψω τους λόγους και τις προϋποθέσεις κάτω από τις οποίες ο εκθεσιακός τουρισμός έχει την δυνατότητα να αναπτυχθεί κατάλληλα και τα είδη των εκθέσεων σε διεθνής, ελληνικές και τοπικές έχοντας ως άξονα το Ηράκλειο Κρήτης όπου και πραγματοποιείται η συγκεκριμένη πτυχιακή εργασία. Επιπλέον, αναφέρομαι στα στοιχεία της έκθεσης και στο σκοπό που καλούνται να εξυπηρετήσουν αλλά και τον εξοπλισμό πως πρέπει να έχουν είναι οι εκθεσιακοί χώροι. Περιγράψω για το πώς πραγματοποιείται με επιτυχία μια τουριστική έκθεση και τι πρέπει να περιλαμβάνει ένας εξειδικευμένος και κατάλληλος χώρος. Ποια είναι όλα αυτά τα χαρακτηριστικά που καθιστούν ένα χώρο κατάλληλα διαμορφωμένο ώστε να πραγματοποιηθεί μια έκθεση και επιπλέον ποιες είναι οι παροχές που πρέπει να προσφέρει στους εκθέτες του.

Στο τέταρτο κεφάλαιο αναλύω χαρακτηριστικά ως κυριότερες διεθνής εκθέσεις τουρισμού τις εκθέσεις που μελετάμε συγκριτικά στην παρούσα εργασία δηλαδή του Λονδίνου και του Βερολίνου για το 2011 και στην συνέχεια του κεφαλαίου παρουσιάζω και κάποιες ακόμα διεθνής εκθέσεις καθώς και στοιχεία τους όπως γενικές λεπτομέρειες, πληροφορίες και το προφίλ για καθεμία από αυτές.

Στην πέμπτη ενότητα πραγματοποιώ την σύγκριση της έκθεσης του Λονδίνου WTM με αυτήν του Βερολίνου ITB όπου αρχικά παρουσιάζω τους κλάδους του τουριστικού τομέα που η καθεμία περιλαμβάνει και μέσα από ένα πίνακα μπορούμε να διακρίνουμε ποιο κλάδοι είναι κοινοί και για τις δυο και ποιοι όχι. Στην συνέχεια έχοντας αντλήσει στοιχεία από τις επίσημες ιστοσελίδες των εκθέσεων παρουσιάζω διαγράμματα και σχετικά με τον αριθμό των εκθετών, τα καθαρά τετραγωνικά μέτρα που καλύπτουν οι εκθέσεις αυτές και τον αριθμό των επισκεπτών που τις επισκέφθηκαν, αρχικά ξεχωριστά για κάθε έκθεση και έπειτα συγκεντρωτικά και για τις δυο.

Στο τελευταίο και έκτο κεφάλαιο της παρούσας πτυχιακής εργασίας εκθέτω τα συμπεράσματά μου και εκφράζω τις σκέψεις μου όσον αφορά τον τουρισμό και την γενικότερη μορφή του, τα οφέλη, τα στοιχεία του και τις μορφές του καθώς και παραθέτω την άποψή μου σχετικά με τις εκθέσεις και την σύγκρισή τους.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ	2
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	3
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	5
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	7
1.1 Γενικά Στοιχεία	7
1.2 Οι Βασικές έννοιες του Τουρισμού	9
1.3 Η Ιστορία του Τουριστικού Φαινομένου	10
1.4 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα.....	11
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....	18
2.1 Ορισμός.....	18
2.2 Χαρακτηριστικά	19
2.3 Στόχοι.....	20
2.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού.....	21
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ	26
3.1 Ιστορική Αναδρομή.....	26
3.2 Λόγοι και Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εκθεσιακού Τουρισμού	28
3.3 Τα στοιχεία της έκθεσης	29
3.4 Είδη των Εκθέσεων	31
3.5 Σκοπός των Εκθέσεων και Εκθεσιακοί Χώροι.....	33
3.6 Σύνθεση Επιτυχημένης Έκθεσης.....	34
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	37
4.1 Κυριότερες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού.....	37
4.1.1 I.T.B. BERLIN (Internationale Tourismus-Boerse).....	37
4.1.2 W.T.M. (World Travel Market).....	41
4.2 Άλλες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού	45

4.2.1 M.I.T.T.(Moscow International Travel Tourism Exhibition).....	45
4.2.2. Arabian Travel Market	47
4.2.3 Philoxenia	49
4.2.4 ΜΑΤΚΑ.....	52
4.2.5 F.I.TUR. (Feria Internacional de Turismo).....	55
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ WTM - IBT	56
<i>5.1 Αντικείμενο των Εκθέσεων.....</i>	<i>56</i>
<i>5.2 Εκθέτες, Έκταση Εκθέσεων και Επισκέπτες.....</i>	<i>59</i>
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ	62
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	64

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Γενικά Στοιχεία

Η ανάγκη του ανθρώπου να πραγματοποιεί μετακινήσεις, από τον τόπο μόνιμης κατοικίας του σε έναν άλλο που βρίσκεται σε μακρινή απόσταση, εμφανίζεται από τότε που αποκτά μόνιμη κατοικία. Τα πρώτα ταξίδια που πραγματοποιούνται είναι επαγγελματικά γιατί οι άνθρωποι κυρίως μετακινούνταν για επαγγελματικούς λόγους.

Τουρισμός μπορεί να οριστεί ως η «πρόσκαιρη μετακίνηση ατόμων από τον τόπο μόνιμης διαμονής τους σε έναν άλλο με αποκλειστικό σκοπό την ικανοποίηση των τουριστικών τους αναγκών ή επιθυμιών και η οργανωμένη προσπάθεια για την προσέλκυση, υποδοχή και εξυπηρέτηση των ατόμων αυτών» (Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα, Interbooks, 1999).

Τα βασικά συνθετικά στοιχεία του είναι τα παρακάτω: α) το άτομο, το οποίο ενεργεί και ονομάζεται τουρίστας, β) ο χώρος, ή τουριστικό κατάλυμα, που χρειάζεται απαραίτητα για την ενάργεια του ατόμου και γ) ο χρόνος, που αφορά το ταξίδι, αλλά και την παραμονή. Είναι ένας κλάδος της οικονομίας, που βοηθάει σημαντικά την ανάπτυξη πολλών χωρών.

Οι επιδράσεις που μπορεί να έχει ο τουρισμός, σε ορισμένο τόπο και χρόνο, είναι κυρίως οικονομικές, αλλά και κοινωνικές, πολιτιστικές και περιβαλλοντικές. Οι οικονομικές επιδράσεις αφορούν την εισροή συναλλάγματος στις χώρες που φιλοξενούν τους τουρίστες. Οι κοινωνικές αφορούν τις κοινωνικές αλλαγές που υφίσταται η κοινωνία π.χ. η αλλαγή στις εργασιακές σχέσεις με την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας. Οι πολιτιστικές επιπτώσεις αφορούν την αξιοποίηση, διατήρηση και φροντίδα των μνημείων και αξιοθέατων που διατηρεί ένας τουριστικός προορισμός. Οι περιβαλλοντικές επιδράσεις είναι κυρίως αρνητικές για τις θάλασσες και την ατμόσφαιρα, γιατί μολύνονται από τα απόβλητα των τουριστικών μονάδων και τις αεροπορικές μεταφορές των τουριστών.

Οι κοινωνικές επιπτώσεις του τουρισμού αφορούν τις κοινωνικές αλλαγές που υφίσταται μια κοινωνία, όπως η αλλαγή στις εργασιακές σχέσεις καθώς δημιουργούνται νέες θέσεις εργασίας και η αλλαγή στην τοπική οικονομία αφού δημιουργούνται νέες κοινωνικές τάξεις και γίνονται πιο ισχυροί όσοι ασχολούνται με το τουρισμό. Σχετικά με τις πολιτιστικές επιπτώσεις αυτές αφορούν την αξιοποίηση, διατήρηση και φροντίδα των μνημείων και αξιοθέατων που διατηρεί ένας προορισμός. Οι περιβαλλοντικές επιπτώσεις είναι κατά πλειοψηφία αρνητικές κυρίως για τις θάλασσες, οι οποίες μολύνονται από τα απόβλητα των τουριστικών μονάδων και για την ατμόσφαιρα, η οποία μολύνεται λόγω των αεροπορικών μεταφορών καθώς και άλλες που από τις ενέργειες τουριστών και επιβαρύνουν το περιβάλλον.

Υπάρχουν παράγοντες που συνέβαλαν στην ανάπτυξη του τουρισμού και αυτοί είναι οι εξής:

- Οι σημαντικές βελτιώσεις που συνέβαλαν στις συγκοινωνίες και τα διάφορα συγκοινωνιακά μέσα,
- Ο πολλαπλασιασμός των τουριστικών καταλυμάτων,
- Η αύξηση της παραγωγής και η διάθεση τουριστικών πακέτων καθώς και άλλων οικονομικών μορφών διακοπών και ταξιδιών.

Με το χρόνο λοιπόν και σε συνδυασμό με τις ανάγκες και τις επιθυμίες των τουριστών αναπτύχθηκαν διάφορες μορφές τουρισμού όπου κάθε μορφή προσελκύει διαφορετικό τύπο τουρίστα.

Οι κύριες κατηγορίες όμως στις οποίες διακρίνεται ο τουρισμός είναι :

- Μαζικός τουρισμός
- Ατομικός τουρισμός
- Εσωτερικός τουρισμός
- Εξωτερικός τουρισμός
- Συνεχής τουρισμός
- Εποχιακός τουρισμός

Διευκρινιστικά αναφέρουμε πως με την έννοια Συνεχής τουρισμός εννοούμε τον τουρισμό που πραγματοποιείται όλο το χρόνο και Εποχιακός τουρισμός είναι αυτός που πραγματοποιείται μόνο ορισμένους μήνες το χρόνο, για παράδειγμα τους καλοκαιρινούς μήνες στα νησιά.



1.2 Οι Βασικές έννοιες του Τουρισμού

Ο τουρισμός διακρίνεται από πέντε γενικά χαρακτηριστικά τα οποία είναι :

- Αποτελεί αποτέλεσμα ατομικής ή ομαδικής μετακίνησης των ανθρώπων και η διαμονή τους σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς με σκοπό την ικανοποίηση των αναγκών τους.
- Οι διάφορες μορφές τουρισμού, αποτελούνται από δύο βασικά στοιχεία, το ταξίδι και τη διαμονή στον τουριστικό προορισμό.
- Το ταξίδι και η διαμονή πραγματοποιούνται σε τόπο διαφορετικό από το τόπο διαμονής των ανθρώπων.
- Η μετακίνηση και η διαμονή έχουν προσωρινό και βραχυχρόνιο χαρακτήρα.
- Οι άνθρωποι επισκέπτονται τουριστικούς προορισμούς για να γνωρίσουν νέους τόπους, διαφορετικές συνήθειες, κουλτούρες και πολιτισμούς.

Οι μορφές τουρισμού μπορούν να διακριθούν με βάση τα ακόλουθα χαρακτηριστικά :

- Το σκοπό της επίσκεψης (αν για παράδειγμα πρόκειται για ταξίδι αναψυχής ή ψυχαγωγίας, διακοπές, πολιτιστικός τουρισμός, τουρισμός υγείας, επίσκεψη φίλων και συγγενών, επιχειρηματικό – επαγγελματικό).
- Τη διάρκεια της παραμονής (σαββατοκύριακο, επαγγελματικό ταξίδι ή παραδοσιακές διακοπές με μεγάλη διάρκεια).
- Το είδος του ταξιδιού (ταξίδι εντός ή εκτός συνόρων).
- Το είδος του προορισμού (αγροτικός, αστικός, παράκτιος ή ορεινός)
- Την απόσταση που θα καλυφθεί (μικρό ή μεγάλο ταξίδι).
- Τη φύση των ίδιων των τουριστών (νέοι, οικογένειες κτλ.).

1.3 Η Ιστορία του Τουριστικού Φαινομένου

Την τελευταία περίοδο της ρωμαϊκής δημοκρατικής εποχής ο τουρισμός ήταν αρκετά διαδεδομένος, αν και περιοριζόταν στις εύπορες τάξεις. Υπήρχαν εξάλλου και γνωστά κέντρα παραθερισμού όπως το Σίρμιο, Βάια, Ποτσουόλι και το Κάπρι.

Η καταστροφή του οδικού δικτύου και η ανασφάλεια των ταξιδιών, μετά την πτώση της ρωμαϊκής αυτοκρατορίας, ήταν για πολλούς αιώνες αζεπέραστα εμπόδια για την επανεμφάνιση του φαινομένου. Ο τουρισμός παρόλα αυτά επέζησε με μερικές εκδηλώσεις, όπως τα προσκυνήματα στους Αγίους Τόπους και σε διάφορους άλλους ναούς. Από την Αναγέννηση και μετά νέες ομάδες τουριστών άρχισαν να περνούν τους δρόμους της Ευρώπης για να ανακαλύψουν αρχαιολογικά λείψανα, μνημεία και έργα τέχνης. Το 18^ο αιώνα σε μερικές χώρες το εισόδημα αυξήθηκε, χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι αυτό της Μεγάλης Βρετανίας, όπου σε συνδυασμό με την σχετική ασφάλεια των ταξιδιών, τη βελτίωση των οδικών δικτύων και την εμφάνιση άνετων και ταχύτερων μεταφορικών μέσων δημιούργησαν τον σύγχρονο τουρισμό που απλώθηκε προοδευτικά (19^ο^s – 20^ο^s αιώνας), στα διάφορα κοινωνικά στρώματα, το φαινόμενο έγινε μαζικό, ιδιαίτερα μετά το τέλος του Α Παγκοσμίου πολέμου.

Το φαινόμενο του τουρισμού αφορά κυρίως τις γεωγραφικές εκείνες περιοχές που εκδηλώνεται ο τουρισμός και ορισμένες κατευθύνσεις που συνδέουν τις περιοχές αυτές. Οι ζώνες ενεργού τουρισμού είναι κυρίως οι πυκνοκατοικημένες εκβιομηχανισμένες, στις οποίες οι κάτοικοι έχουν μεγαλύτερα εισοδήματα, ανεπτυγμένα πνευματικά ενδιαφέροντα και εντονότερο το αίσθημα της φυγής. Εκεί το τουριστικό φαινόμενο βρίσκεται το κίνητρο για την άσκησή του. Η γεωγραφική θέση των ζωνών αυτών σε σχέση με την με τις κυρίως τουριστικές περιοχές έχει συχνά καθοριστική σημασία για την μικρότερη ή μεγαλύτερη ανάπτυξη των τελευταίων, καθώς η απόσταση, με τα σχετικά έξοδα και τις σχετικές δυσκολίες, προσδιορίζει το σύνολο της εισροής τουριστών από τις χώρες παραγωγής του εισοδήματος στις χώρες κατανάλωσης.

1.4 Ο Τουρισμός στην Ελλάδα

Η χώρα μας αποτελεί μια χώρα με μακρά τουριστική παράδοση και σημαντικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Τα μνημεία, η πολιτιστική κληρονομιά, το κλίμα, οι ακτές και τα νησιά καθιστούν την Ελλάδα ένας από τους πιο ελκυστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Στην ανάπτυξη του τουρισμού συντέλεσαν και ορισμένα γεγονότα όπως η ίδρυση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) το 1950, η κατασκευή από τον ΕΟΤ των ξενοδοχείων Ξενία σε διάφορες πόλεις της Ελλάδος (1950 -60), αλλά και οι ιδιωτικές επενδύσεις που ενισχύθηκαν σημαντικά από το κράτος.

Πριν από τον πόλεμο το μεγαλύτερο μέρος των ξένων επισκεπτών ερχόταν στη χώρα μας με το θαλάσσιο συγκοινωνιακό μέσο και ιδιαίτερα τα κρουαζιερόπλοια, που είχαν την προτίμηση των εύπορων κοινωνικών στρωμάτων, που ήταν και τα μόνα που είχαν την οικονομική δυνατότητα να επισκέπτονται ξένες χώρες. Τα πρώτα μεταπολεμικά χρόνια η κατάσταση άλλαξε και ήδη από το 1962 περισσότεροι τουρίστες έφταναν στην Ελλάδα με αεροπλάνο παρά με πλοίο. Η ανάπτυξη του μαζικού τουρισμού οφείλεται : α) στην μεγάλη τεχνολογική ανάπτυξη του αεροπορικού μέσου, αφού προσφέρει άνεση, ταχύτητα και ασφάλεια, β) στην οργάνωση ομαδικών εκδρομών, με πλήρη επιβατική κάλυψη της μεταφορικής δυνατότητας των αεροσκαφών που συνεπάγεται και μείωση

του κόστους των ναύλων, γ) στην προκαταβολική ενουκίαση από τους διοργανωτές των ταξιδιών ολόκληρων ξενοδοχείων για όλη τη τουριστική περίοδο, με αποτέλεσμα τη δυνατότητα προσφοράς φθηνότερης διαδρομής στους πελάτες τους, δ) στη βαθιά αλλαγή της κοινωνικής σύνθεσης του τουριστικού ρεύματος, χάρη στη δυνατότητα πραγματοποίησης μακρινών ταξιδιών αναψυχής και από τις οικονομικά κατώτερες τάξεις των βιομηχανικών χωρών της Ευρώπης, της Βόρειας Αμερικής και της Ιαπωνίας. Η απολαβή από τους εργαζομένους πληρωμένων διακοπών στις χώρες αυτές υπήρξε σημαντικός παράγοντας ανάπτυξης του διεθνούς τουρισμού, ενώ παράλληλα η περιορισμένη διάρκεια της άδειας δεν επιτρέπει την απώλεια πολλών ημερών στην διάρκεια του ταξιδιού και ευνοεί για την μετακίνηση το αεροπορικό μέσο. Συνέπεια λοιπόν της εξέλιξης αυτής είναι να έρχονται αεροπορικώς σήμερα πάνω από τα τρία πέμπτα του συνόλου των ξένων επισκεπτών της χώρας μας. Επιπλέον λόγω της μεγάλης διάδοσης του αυτοκινήτου στην Ευρώπη και της βελτίωσης του ιδιικού δικτύου, οι αφίξεις με το μέσο αυτό έφτασαν στη δεύτερη θέση εκείνες των θαλάσσιων μεταφορών, ενώ οι ξένοι ταξιδιώτες που φτάνουν με το σιδηρόδρομο έμειναν αριθμητικά στάσιμοι (σε χαμηλά επίπεδα) κατά την δεκαετία 1962-1972 και μετά από το διπλασιασμό τους, κατά τα επόμενα τέσσερα χρόνια, σταθεροποιήθηκαν γύρω στους 140.000 το χρόνο.

Το κλίμα, τα ιστορικά μνημεία, οι ακτές και τα νησιά, η ποικιλία του τοπίου και της βλάστησης καθώς και η ιδιαίτερη ατμόσφαιρα της χώρας μας, όπου η παράδοση φιλοξενίας δεν έσβησε ακόμα, όλα αυτά συμβάλλουν στο να καταλαβαίνουμε πως το υπάρχουν ακόμα μεγαλύτερα περιθώρια ανάπτυξης του τουρισμού καθώς και της ευνοϊκότερης κατανομής των επισκεπτών στη διάρκεια του χρόνου, με την αξιοποίηση των μεγάλων δυνατοτήτων του χειμερινού τουρισμού, χάρη στην ωραιότητα των ελληνικών βουνών και των πλούσιων χιονοπτώσεων τους. Μέχρι σήμερα το μεγάλο πλήθος των ξένων επισκεπτών έρχεται κατά την περίοδο Απρίλιος – Σεπτέμβριος και ιδιαίτερα κατά το δίμηνο Ιουλίου – Αυγούστου. Κατά το πεντάμηνο Νοεμβρίου – Μαρτίου ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών είναι μικρότερος από τον αντίστοιχο μόνο του Αυγούστου και τρεις φορές μικρότερος από ότι κατά τους πέντε μήνες Απρίλιο – Ιούνιο και Σεπτέμβριο – Οκτώβριο (χωρίς δηλαδή τους δύο μήνες της αιχμής).

Ο τουρισμός σήμερα είναι βιομηχανία, παραγωγή ενός προϊόντος κατανάλωσης της μάζας, που προσπαθεί να ικανοποιήσει την ανάγκη του εργαζομένου για διασκέδαση στον ελεύθερο χρόνο του. Η τουριστική βιομηχανία έχει επέμβει πάνω στο έδαφος που το μετασχημάτισε σε εμπόρευμα και προκάλεσε φαινόμενα με χαρακτήρα οικονομικοκοινωνικό. Τα οικονομικά φαινόμενα φαίνονται στην αύξηση της τιμής της γης. Εκεί που εμφανίζονται τουριστικά ενδιαφέροντα. Το καλό εμπόρευμα προσφέρει μεγαλύτερο εισόδημα όταν χρησιμοποιείται για τουριστικές εγκαταστάσεις, παράδειγμα η παραλία από το Φάληρο μέχρι το Σούνιο.



Οι επιδράσεις κοινωνικού χαρακτήρα φαίνονται στην αλλαγή της απασχόλησης των κατοίκων διαφόρων περιοχών, από την απασχόληση στην γεωργία, κτηνοτροφία και αλιεία πέρασαν στην απασχόληση με το τουρισμό.

Οι αιτίες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη του τουριστικού φαινομένου έχουν χαρακτήρα υποκειμενικό, όπως η ανάγκη του ανθρώπου για αλλαγή περιβάλλοντος, η επιθυμία του να γνωρίσει διαφορετικούς τρόπους ζωής, καινούριους ανθρώπους, την ιστορία και τις συνήθειες άλλων λαών, ενώ οι αντικειμενικές αιτίες είναι η αύξηση του κατά κεφαλήν εισοδήματος, η καλύτερευση των συγκοινωνιών, η καλύτερευση των αποδοχών και το

δικαίωμα ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων, η απλοποίηση των τυπικών διαδικασιών για τους τουρίστες, διάφορες διευκολύνσεις στις πληρωμές, η αύξηση του πληθυσμού, η αύξηση του μέσου όρου ζωής και η αλλαγή νοοτροπίας.

Η πρώτη χώρα στη Μεσόγειο, που δέχτηκε το τουριστικό φαινόμενο είναι η Ιταλία αργότερα εμφανίστηκαν η Ισπανία, η Γιουγκοσλαβία, η Ελλάδα και αργότερα η Τυνησία και το Μαρόκο. Η Ελλάδα αρχίζει να δέχεται τα μεγάλα τουριστικά ρεύματα από το 1950, δεν αποτελεί όμως καινούρια χώρα για το τουρισμό καθώς εκτός από την θάλασσα και τον ήλιο προσφέρει τον πολιτισμό και την ιστορία της. Η Ρόδος και η Κέρκυρα εξοπλισμένες από την Ιταλική κατοχή δέχτηκαν τα πρώτα ρεύματα και ακολούθησαν άλλες περιοχές της χώρας που είχαν ιστορικό ενδιαφέρον. Η Ελλάδα προσφέρει ένα πλούσιο παραλιακό τουρισμό, αξίζει δε να τονίσουμε πως ακόμα και σήμερα υπάρχουν περιοχές που δεν τις έχει αγγίξει ο τουρισμός της μάζας όπως για παράδειγμα η Δυτική Πελοπόννησος, η Νότια Κρήτη και τα νησιά κοντά στη Τουρκία.

Το 1950 η Ελλάδα εξαντλημένη από τους πολέμους βρίσκεται χωρίς πρόγραμμα, η βιομηχανοποίηση της απαιτεί πολύ χρόνο και έτσι ο τουρισμός αποτελεί μια γρήγορη λύση στο οικονομικό πρόβλημα της χώρας αφού διαθέτει τις κατάλληλες προϋποθέσεις όπως το καλό κλίμα, τις φυσικές ομορφιές, την τέχνη και την ιστορία. Από εκείνη την περίοδο λοιπόν και μετά με τη βοήθεια του κράτους αρχίζει η τουριστική ανάπτυξη. Κατασκευάζονται δρόμοι, οι επικοινωνίες καλυτερεύουν και αρχίζουν οι δανειοδοτήσεις για την κατασκευή ξενοδοχείων, Bungalows, Motels, Camping's. Επιπλέον, ιδρύονται σχολές τουριστικών επαγγελματιών, διοργανώνονται κρουαζιέρες στα νησιά, φεστιβάλ και αρχίζει η παραγωγή έργων Λαϊκής Τέχνης. Από το 1953 αρχίζει μια συνεχής αύξηση του τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα που σταθεροποιείται από το 1965 και μετά. Το 1963 αναπτύσσεται επίσης και ο εσωτερικός τουρισμός πράγμα που βοηθά την περιφερειακή ανάπτυξη. Η ανάπτυξη του παραλιακού τουρισμού παίρνει μεγάλες διαστάσεις και η χώρα αρχίζει να αξιοποιεί τις παραλίες της .

Τύποι τουριστικών επιχειρήσεων και λειτουργίες τους:

Η λειτουργία της τουριστικής βιομηχανίας διακρίνεται σε δύο κατηγορίες, στις μεγάλες επιχειρήσεις και τους tours operators. Υπάρχουν τέσσερις τύποι επιχειρήσεων :

- Οι πολυεθνικές
- Οι μεγάλες εθνικές τουριστικές επιχειρήσεις
- Οι μικρές επιχειρήσεις και
- Οι μικρές οικογενειακού επιπέδου επιχειρήσεις.

Ας αναφερθούμε λίγο και στα Ελληνικά πρακτορεία ταξιδιών όπου δεν αποτελούν τίποτα άλλο παρά αντιπρόσωπους των μεγάλων διεθνών πρακτορείων και χαρακτηρίζονται από την διαίρεση σε πολλά μικρά πρακτορεία που αντιμετωπίζουν μεγάλο συναγωνισμό και έλλειψη συνεργασίας. Οι tours operators επιχειρήσεις με συγκεντρωμένα κεφάλαια παρουσιάζονται στην Ευρώπη το 1960 και δημιουργούν μονοπώλια που ελέγχουν το μεγαλύτερο μέρος του τουριστικού εμπορίου.

Κρατική πολιτική στις εγκαταστάσεις και τα δάνεια:

Το κράτος ελέγχει άμεσα τις κρατικές και δημόσιες επενδύσεις και έμμεσα τις ιδιωτικές επενδύσεις. Οι δημόσιες κρατικές επενδύσεις προορίζονται για την κατασκευή τουριστικών εγκαταστάσεων, συνήθως στα ήδη ανεπτυγμένα τουριστικά κέντρα. Από το 1960 γίνεται μια προσπάθεια προγραμματισμού για την εξάπλωση του τουρισμού σε όλη τη χώρα με βασικό στόχο την περιφερειακή ανάπτυξη.

Ας αναφερθούμε λίγο και στο εργατικό δυναμικό το μεγαλύτερο μέρος του οποίου απορροφάται από τα ξενοδοχεία. Το τουριστικό φαινόμενο είναι εποχιακό, δεν προσφέρει σιγουριά στον εργαζόμενο και λύνει μόνο ένα μικρό ποσοστό του προβλήματος της ανεργίας και της μετανάστευσης. Οι εργαζόμενοι στις επιχειρήσεις χωρίζονται σε δύο κατηγορίες, στους μόνιμους και σε εκείνους που εργάζονται κατά την περίοδο του καλοκαιριού. Τα τουριστικά επαγγέλματα δεν είναι κατοχυρωμένα και οι επιχειρήσεις προτιμούν το ανειδίκευτο προσωπικό για λόγους καθαρά οικονομικούς ενώ παράλληλα προσπαθούν να το περιορίσουν σε αριθμό όσο το δυνατόν περισσότερο.

Όσων αφορά τη διάρθρωση τουριστικών πόλεων και παραλιακά μοντέλα στα μεγάλα αστικά κέντρα, με την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας παρατηρήθηκε αύξηση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων Α΄ κατηγορίας που κτίστηκαν χωρίς σχεδόν κανένα

αρχιτεκτονικό ή πολεοδομικό πειρασμό, προκάλεσαν δε γρήγορη ανάπτυξη της γύρω περιοχής τους και αύξηση τιμών των οικοπέδων. Άλλο φαινόμενο που παρουσιάστηκε είναι τα τουριστικά χωριά. Ακόμα και σε περιοχές με πολύ μικρή τουριστική κίνηση οι επιχειρήσεις οικογενειακού επιπέδου εξαπλώνονται ταχύτητα.

Σχετικά με την προέλευση των ξένων τουριστών παρατηρείται ότι η μεγάλη πλειονότητα προέρχεται από τις χώρες της Ευρώπης και κυρίως τη Δυτική Γερμανία, τη Γιουγκοσλαβία, τη Μεγάλη Βρετανία, τη Γαλλία, τη Σουηδία και την Ιταλία, ενώ στη δεύτερη θέση έρχονται οι χώρες της Αμερικής, χάρη στο υψηλό ποσοστό των ηνωμένων πολιτειών της Αμερικής και μερικώς του Καναδά. Από τα ασιατικά κράτη που ακολουθούν, αξιόλογο είναι το τουριστικό ρεύμα από την Ιαπωνία, Λίβανο, Τουρκία και Ισραήλ, ενώ από τις αφρικανικές χώρες σημαντικός αριθμός επισκεπτών έρχεται μόνο από την Αίγυπτο και τη νοτιοαφρικανική ένωση. Από τους τουρίστες των υπόλοιπων περιοχών της γης περισσότεροι είναι οι Αυστραλοί. Η άφιξη τώρα των τουριστών κυριαρχείται από έκτακτες πτήσεις ναυλωμένων αεροπλάνων (charters) όπου χρησιμοποιούνται κυρίως από τουρίστες σκανδιναβικών χωρών (το 85% από αυτούς), ενώ μόνο το 2% των ιταλών και το 6% των αμερικανών ταξιδεύουν στη χώρα μας με τον τρόπο αυτό.



Η άνοδος του βιοτικού επιπέδου της χώρας ευνόησε τον εσωτερικό τουρισμό, του οποίου η ενθάρρυνση κρίνεται αναγκαία όχι μόνο για την απασχόληση του ξενοδοχειακού δυναμικού σε περιόδους μείωσης του εξωτερικού τουρισμού, για λόγους οικονομικής

κρίσης και άλλους, αλλά και για την περιφερειακή ανάπτυξη, για την τόνωση δηλαδή της οικονομίας των λιγότερο ευνοημένων περιοχών.

Τη διαφώτιση του κοινού για τους τουριστικές δυνατότητες της χώρας ανέλαβε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), ο οποίος φροντίζει για την γενική τουριστική προαγωγή της Ελλάδας. Για τους τουρίστες που είναι πιο εύποροι επισκέπτονται τις ακτές και τα νησιά με τα ιδιωτικά τους ναυλωμένα σκάφη αναψυχής. Αυτός είναι και ο λόγος που δημιουργήθηκαν πολυάριθμες εγκαταστάσεις ανεφοδιασμού και άλλων εξυπηρετήσεων. Αναφορικά να πούμε ότι το 1978 πάνω από 20.000 ξένες θαλαμηγοί και τουριστικά πλοία προσέγγισαν σε ελληνικά νησιά. Για λόγους εποχιακής εξισορρόπησης της τουριστικής κίνησης ο ΕΟΤ ευνοεί τη δημιουργία χειμερινών κέντρων αναψυχής και την προσφορά ελκυστικών τουριστικών προγραμμάτων γι'αυτά που υπάρχουν. Το ζωηρό ενδιαφέρον σημαντικού μέρους του ελληνικού πληθυσμού (κυρίως αστικού) για τις χιονοδρομίες και την ορειβασία μας λέει πως υπάρχει μια σημαντική ανάπτυξη στο τουριστικό κλάδο. Σημαντικά χιονοδρομικά με εγκαταστάσεις εξυπηρέτησης των επισκεπτών, βρίσκονται στο Σέλι του Βέρμιου και στη Φτερόλακκα-Κελλάρια του Παρνασσού, ενώ μικρότερα υπάρχουν στο Βελούχι του Τυμφρηστού, στο Πήλιο κοντά στο Μέτσοβο και στις περιοχές των Σερρών και της Δράνας. Τους ορειβάτες εξυπηρετούν 40 καταφύγια με 1200 κρεβάτια ενώ προβλέπεται να κατασκευαστούν περισσότερα (Δουβίτσας Βασίλης, *Εγκυκλοπαίδεια Δομή*, τόμος 29, σελίδες 67-149, 2002-2005).



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2 : ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Ορισμός

Εναλλακτικός τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού, που διαφέρει από τις παραδοσιακές μορφές ως προς τα ενδιαφέροντα τα οποία εξειδικεύονται και τα κίνητρα γίνονται πιο «εξωστρεφή και ανθρώπινα» «Εναλλακτική μορφή τουρισμού είναι, μια από τις πολλές μορφές τουρισμού που υπάρχουν, που μπορεί να αντισταθεί ή να αντικαταστήσει κάποια άλλη μορφή» (Σφακιανάκης Μανόλης, *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*, 2000).

Αυτές οι μορφές αναφέρονται ως «νέες ή ειδικές» μορφές τουρισμού. Όσον αφορά τις κύριες μορφές τουρισμού, είναι εκείνες που επικρατούν σε έναν τουριστικό προορισμό. Η μορφή η οποία αντιπροσωπεύει το μεγαλύτερο ποσοστό της τουριστικής δραστηριότητας. Όταν λοιπόν αναφερόμαστε στον όρο εναλλακτικό τουρισμό ή τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων εννοούμε το σύνολο των ολοκληρωμένων υπηρεσιών (τουριστικών υπηρεσιών), που χαρακτηρίζονται από εξειδίκευση σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις ανάγκες των πελατών τους, απευθύνονται σε ένα συγκεκριμένο κοινό και αναδεικνύουν την φυσική ομορφιά ενός τοπίου ή την ειδική υποδομή του ώστε να υποστηρίξει την εναλλακτική αυτή μορφή τουρισμού. Οι περισσότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού έχουν εποχικό χαρακτήρα και υπάρχουν διότι υποστηρίζονται από τις κατάλληλες εποχές. Δηλαδή :

- Ο θερινός τουρισμός υπάρχει λόγω του καλοκαιριού,
- Ο χειμερινός τουρισμός και ο χιονοδρομικός τουρισμός υπάρχουν λόγω του χειμώνα,
- Ο αγροτουρισμός υπάρχει περισσότερο την άνοιξη και το καλοκαίρι γιατί τότε γίνονται οι περισσότερες γεωργικές εργασίες.

Ο εναλλακτικός τουρισμός παρουσιάζει παγκόσμιο ενδιαφέρον και προωθείται από την Ευρωπαϊκή Ένωση, αφού θεωρείται ιδανικός για παρθένες, μη ανεπτυγμένες περιοχές, που διαθέτουν όμως αξιόλογο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον, παραδοσιακή

ταυτότητα κ.α. Το πρότυπο του εναλλακτικού τουρισμού τονίζει την ανάγκη για σεβασμό στον άνθρωπο και στο περιβάλλον, αναδεικνύει τη σπουδαιότητα διαφύλαξης της φυσικής και πολιτιστικής κληρονομιάς και συμβάλλει στην ανάπτυξη της ανταγωνιστικότητας και της ποιότητας στον τουριστικό τομέα (Σημειώσεις Κερασιώτη, *Τουρισμός και Οικονομία*, σελίδες 11-19, 2004)



2.2 Χαρακτηριστικά

Τα βασικά χαρακτηριστικά του εναλλακτικού τουρισμού είναι τα εξής :

- Οι επενδύσεις που υλοποιούνται είναι μικρής κλίμακας με σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον και την τοπική αρχιτεκτονική.
- Οι τουριστικές επενδύσεις πρέπει να είναι βιώσιμες και αποτελεσματικές, ισόρροπα κατανεμημένες, ώστε να προκύπτει ωφέλεια για όλους τους κατοίκους.
- Προωθεί την αξιοποίηση των τοπικών πλεονεκτημάτων που αφορούν το πολιτισμικό, περιβαλλοντικό και ηθογραφικό πλούτο και τη σημαντική διαφύλαξή του.
- Ενθαρρύνει τη διατήρηση και ενίσχυση παραδοσιακών οικονομικών δραστηριοτήτων.
- Δεν στοχεύει σε μακροχρόνια οφέλη για λίγους εις βάρος των μακροχρόνιων για τους πολλούς και πρεσβεύει ότι οι ανάγκες του παρόντος πρέπει να

αντιμετωπίζονται χωρίς να μειώνουν την ικανότητα των μελλοντικών γενεών να αντιμετωπίσουν τις δικές τους ανάγκες.

2.3 Στόχοι

Στόχοι του εναλλακτικού τουρισμού αποτελούν :

- Ο εμπλουτισμός και η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος με κύριους άξονες τη διασύνδεση του τουρισμού με τους κλάδους της γεωργίας και της μεταποίησης καθώς και με τους τομείς του περιβάλλοντος και του πολιτισμού.
- Αξιοποίηση τοπικών πλεονεκτημάτων, ενθαρρύνοντας την ενδογενή ανάπτυξη.
- Τόνωση της απασχόλησης με τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας που θα αποτελέσει κίνητρο για συγκράτηση του πληθυσμού.
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου πέραν της θερινής περιόδου αιχμής.
- Ομοιόμορφη γεωγραφική κατανομή της τουριστικής κίνησης βοηθώντας έτσι την ανάπτυξη των ορεινών και απομακρυσμένων οικισμών (Σημειώσεις Κερασιώτη, *Τουρισμός και Οικονομία*, σελίδες 19-28, 2004)

Όλες αυτές οι ενέργειες στοχεύουν στην τόνωση της δραστηριότητας των επιχειρηματιών που αναπτύσσουν εναλλακτικές τουριστικές δραστηριότητες και στη βελτίωση του ποιοτικού επίπεδου των παρεχόμενων υπηρεσιών. Διαπιστώνεται λοιπόν ότι ο εναλλακτικός τουρισμός είναι μια νέα μορφή τουρισμού, που εμπεριέχει αξίες, σέβεται το περιβάλλον, τα πολιτισμικά μνημεία και τις παραδόσεις του κάθε τόπου, δημιουργεί περισσότερες ευκαιρίες για το ντόπιο πληθυσμό και ταυτόχρονα μειώνει τις αρνητικές επιδράσεις του μαζικού τουρισμού, εκμεταλλευόμενος με θετικό τρόπο τους φυσικούς πόρους του τουριστικού προορισμού και δείχνοντας έμπρακτο ενδιαφέρον για τις επιθυμίες των τουριστών.

2.4 Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

Αναμφισβήτητα ο τουρισμός συμβάλλει καθοριστικά στην ταχύρυθμη οικονομική ανάπτυξη και στη δραστική μείωση της ανεργίας στη χώρα μας. Δεν είναι άλλωστε τυχαίο πως συνεισφέρει περίπου το 18% του ΑΕΠ, αν ληφθούν υπόψη και οι πολλαπλασιαστικές επιδράσεις του, στο σύνολό της οικονομίας. Το σύνολο των εσόδων της χώρας από τον τουρισμό είναι μεγαλύτερο από το σύνολο της αξίας των εξαγωγών μας, τόσο προϊόντων όσο και υπηρεσιών και καλύπτει περίπου το 40% του ελλείμματος του ισοζυγίου των εξωτερικών μας πληρωμών. Στον ελληνικό τουρισμό απασχολούνται άμεσα και έμμεσα 800.000 περίπου εργαζόμενοι, το μεγαλύτερο μέρος των οποίων δραστηριοποιείται στην περιφέρεια και σε μικρού ή μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Για να μπορέσει ο τουρισμός να αποκτήσει ακόμα μεγαλύτερη δυναμική και να βοηθήσει ακόμη περισσότερο την οικονομία της χώρας θα πρέπει εκτός από τον παραδοσιακό τουρισμό να αναπτύξει και άλλες μορφές όπως συνεδριακό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό κ.α. που αποτελούν εναλλακτικές μορφές τουρισμού.

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού αποτελούν οι παρακάτω μορφές:

Εκθεσιακός και Συνεδριακός Τουρισμός όπου η μορφή αυτή περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Η χώρα μας δυστυχώς βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού των συνεδρίων που φιλοξενεί ετησίως. Οι μέχρι έως τώρα έρευνες δείχνουν πως όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις έχουν πραγματοποιήσει επενδύσεις σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν διπλάσιος από αυτών των άλλων πελατών τους και ότι παρά την διεθνή ύφεση η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό αυξάνει σε αντίθεση με το γενικό τουρισμό ο οποίος μειώνεται. Το είδος αυτό του τουρισμού μπορεί να συνδυαστεί με αθλητικά γεγονότα, προπονήσεις ή και ατομικό αθλητισμό π.χ. ιστιοπλοΐα, ποδηλασία κ.α. Στην Ελλάδα η μορφή αυτή τουρισμού έχει μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης.



Οικοτουρισμός ο οποίος συνδυάζει την τοπική οικονομική ανάπτυξη, διαφύλαξη της ποιότητας του περιβάλλοντος και την ανάδειξη των φυσικών πλεονεκτημάτων και της ιστορίας μιας περιοχής. Ο συνδυασμός όλων αυτών ή κάποιων από τα είδη του τουρισμού που αναφέραμε παραπάνω έχουν τη δυνατότητα να συμβάλλουν καθοριστικά στην ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας μας. Η χώρα μας προσφέρει ελκυστικά πακέτα γαστρονομίας, ψυχαγωγίας και ενημέρωσης για τον πολιτισμικό πλούτο που διαθέτει, έτσι λοιπόν θα πρέπει να αποτελεί προτεραιότητα για τους τουριστικούς πράκτορες.

Αγροτουρισμός που είναι μια ήπια μορφή βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης και πολυδραστηριότητας στον αγροτικό χώρο, με την οποία ο επισκέπτης έχει την ευκαιρία να γνωρίσει τις αγροτικές περιοχές, τις αγροτικές ασχολίες και προϊόντα, την παραδοσιακή κουζίνα και την καθημερινή ζωή των κατοίκων, τα πολιτισμικά στοιχεία και τα αυθεντικά χαρακτηριστικά του χώρου αυτού, με σεβασμό στο περιβάλλον και στη παράδοση. Μέσα από αυτό το είδος τουρισμού ο επισκέπτης μπορεί να ψυχαγωγηθεί και να νιώσει τη χαρά της περιήγησης, της γνώσης και της ανακάλυψης ενώ παράλληλα κινητοποιεί τις παραγωγικές, πολιτισμικές και αναπτυξιακές δυνάμεις ενός τόπου, συμβάλλοντας στην αειφόρο περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική ανάπτυξη του αγροτικού χώρου.



Θρησκευτικός τουρισμός περιλαμβάνει εκκλησίες, μοναστήρια, πανηγύρεις κλπ, και που στη χώρα μας βρίσκεται ακόμα σε αρχικό στάδιο ανάπτυξης. Η Ελλάδα είναι ίσως μια από τις λίγες χώρες στον κόσμο που μπορεί να αναπτύξει τη μορφή αυτή του τουρισμού, καθώς τα ελληνικά μοναστήρια αποτελούν θαυμάσια τεκμήρια τέχνης και τεχνικής, χτισμένα από το 10ο αιώνα συνδυάζουν την ελληνική ορθόδοξη παράδοση με την εξέλιξη της αρχιτεκτονικής και της ζωγραφικής στον ελληνικό χώρο. Ο ορθόδοξος μοναχισμός έχει προσφέρει σε κάθε γωνιά του τόπου μας θαυμάσια μνημεία, προσαρμοσμένα απόλυτα στη γεωγραφική θέση, το ανάγλυφο του εδάφους και το φυσικό τοπίο.

Πολιτισμικός τουρισμός ο οποίος είναι η αφορμή για επίσκεψη σε πολιτιστικά γεγονότα ή μνημεία. Η Ελλάδα έχει πολύ μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά. Η παραδοσιακή αρχιτεκτονική, οι παραδοσιακοί οικισμοί και τα ιστορικά κέντρα των πόλεων αποτελούν βασικά στοιχεία της πολιτιστικής κληρονομιάς και φυσιογνωμίας της χώρας μας. Διαθέτει 653 διατηρητέους παραδοσιακούς οικισμούς, 8000 διατηρητέα κτήρια καθώς και αρχαία και βυζαντινά μνημεία. Η διατήρηση και η ανάδειξη της αρχιτεκτονικής κληρονομιάς αποτελεί συστατικό στοιχείο της τουριστικής ανάπτυξης και της προσφοράς εναλλακτικών δυνατοτήτων για κάθε είδους τουριστική δραστηριότητα. Πολλά κτήρια παραδοσιακής αρχιτεκτονικής έχουν σήμερα αποκτήσει νέες χρήσεις και στεγάζουν διάφορες λειτουργίες, όπως τουριστικά καταλύματα, μουσεία, εκθέσεις, εστιατόρια, δημόσιες και δημοτικές υπηρεσίες κ.λπ. Πολλά ιστορικά

κέντρα αναζωογονούνται με ανακαινίσεις κτηρίων, πεζοδρομήσεις και διαμορφώσεις χώρων αποτελώντας ελκυστικούς τόπους επίσκεψής τους.

Θεραπευτικός – Ιαματικός τουρισμός. Η φύση εκτός από σπάνια τοπία και ιδιαίτερες φυσικές ομορφιές, «χάρισε» στην Ελλάδα και πηγές με σημαντικές θεραπευτικές ιδιότητες. Τα ιαματικά λουτρά αποτελούν μέρος του εθνικού πλούτου της χώρας, ενώ οι θεραπευτικές τους ιδιότητες ήταν γνωστές, ήδη, από τους αρχαίους χρόνους. Οι ιαματικοί φυσικοί πόροι είναι διάσπαρτοι στην ελληνική επικράτεια, ενώ τα νερά των συγκεκριμένων πηγών διαφέρουν από τα συνηθισμένα, είτε λόγω της υψηλής τους θερμοκρασίας είτε λόγω της παρουσίας σπάνιων δραστικών συστατικών. Τα νερά αυτά χαρακτηρίζονται ως μεταλλικά εξαιτίας της θερμοκρασίας ή της γενικής τους χημικής σύστασης. Εκτός από τις ψυχρές μεταλλικές πηγές υπάρχουν και οι θερμοπηγές, με τις οποίες οικοδομήθηκε ένας κλάδος θεραπευτικής αγωγής, η ιαματική υδροθεραπεία (θερμαλισμός). Για παράδειγμα η υδροθεραπεία είναι ιδιαίτερα σημαντική για την αντιμετώπιση πολλαπλών παθήσεων, όπως είναι τα αρθρικά και οι ρευματοπάθειες.



Οικολογικός τουρισμός – Ελληνική φύση. Η χώρα μας διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον παρόλη τη μικρή της έκταση. Παρουσιάζει σπάνια γεωμορφία με έντονες αντιθέσεις και πολλές περιοχές υψηλής οικολογικής αξίας. Ο φυσιολάτρης περιηγητής μέσα από την περιήγηση του έχει τη δυνατότητα να περιπλανηθεί στα αισθητικά δάση ή να εξερευνήσει τους εθνικούς δρυμούς στην ορεινή ενδοχώρα, σε ορισμένα νησιά και κοντά σε ποταμούς και σε λίμνες. Επιπλέον, έχει την ευκαιρία να απολαύσει τα υπέροχα μνημεία της φύσης, τα φαράγγια, τα σπήλαια και τους καταρράκτες όπως επίσης να

παρατηρήσει και να θαυμάσει το πλούσιο ζωικό βασίλειο. Μπορεί να συμμετάσχει σε δραστηριότητες extreme sport (κανόε-καγιάκ, rafting, monoraft, hydrospeed, canyonig, ποδήλατο βουνού κ.α.), που τα τελευταία χρόνια γνωρίζουν θεαματική άνοδο στην Ελλάδα και τέλος του προσφέρεται η δυνατότητα να α διαμείνει σε πρότυπες αγροτουριστικές μονάδες, που αναπτύσσονται σε όλη την επικράτεια και δίνουν τη δυνατότητα στον επισκέπτη να γνωρίσει την τοπική αρχιτεκτονική, πολιτισμική και γαστρονομική παράδοση, αλλά και τα προϊόντα, τις αγροτικές ασχολίες και την καθημερινή ζωή των κατοίκων κάθε περιοχής. Οι επισκέπτες των οικολογικά ευαίσθητων περιοχών οφείλουν να τηρούν προσεκτικά τις απαιτήσεις για την προστασία του περιβάλλοντος από τη ρύπανση, την αποφυγή κάθε ενόχλησης των φυσικών βιοτόπων και διατάραξης της ισορροπίας των οικοσυστημάτων. Πληροφορίες για το πώς μπορείτε να επισκεφθείτε προστατευόμενες περιοχές και να συμμετέχετε σε ειδικά προγράμματα, παρέχουν τα διάφορα τοπικά κέντρα πληροφόρησης, η τοπική αυτοδιοίκηση, καθώς και ειδικευμένα γραφεία (Δημήτριος Σταθόπουλος, *Άρθρο: Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Σημαντικός Αρωγός στην Ανάπτυξη του Τουριστικού Προϊόντος*, 2006)



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 : ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΕΚΘΕΣΕΩΝ

3.1 Ιστορική Αναδρομή

Η έκθεση είναι ένα οργανωμένο μέσο προβολής έργων τέχνης, επιστήμης ή προϊόντων της βιομηχανίας, με σκοπό την υποκίνηση του ενδιαφέροντος του κοινού, την προαγωγή της βιομηχανίας, την επέκταση του εμπορίου ή τη γνωστοποίηση της προόδου και των επιτεύξεων μιας ή περισσότερων παραγωγικών δραστηριοτήτων (*Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Larose Britannica, 2007*)

Στις εκθέσεις αυτές αναπτύσσεται άμιλλα μεταξύ των εκθετών, οι οποίοι επιδιώκουν να καταδείξουν την ανωτερότητα των προϊόντων τους χρησιμοποιώντας ποικίλα μέσα, όπως έντυπα και δείγματα προϊόντων. Οι εμπορικές εκθέσεις αποτελούν νεότερη σχετικά μορφή διάδοσης των αγαθών.

Οι πρώτες εμπορικές εκθέσεις εμφανίστηκαν στην μεσαιωνική Ευρώπη και χρησίμευαν ως εμπορικά κέντρα. Στη σύγχρονη εποχή η σπουδαιότητα τους αυξάνεται συνεχώς και η εμβέλεια τους εκτείνεται από την περίπτωση των ειδικών εκθέσεων που αφορούν σε ένα κλάδο ή υποκλάδο παραγωγής, όπως αυτοκίνητα, γεωργικά μηχανήματα, μέχρι την περίπτωση γενικών εκθέσεων προϊόντων κάθε ποικιλίας. Μεταξύ των μεγαλύτερων εμπορικών εκθέσεων οι σημαντικότερες είναι :

- η έκθεση του Μιλάνου (Ιταλία),
- η έκθεση της Λειψίας (Γερμανία),
- η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης,
- η έκθεση της Βαγδάτης (Ιράκ),
- η Διεθνής Εμπορική Έκθεση του Ζάγκρεμπ (Κροατία),
- η Εθνική Έκθεση του Καναδά.

Μερικές από τις πιο δημοφιλείς ειδικές εκθέσεις είναι:

- η Διεθνής έκθεση της Υφαντουργίας και Έτοιμων Ενδυμάτων της Γάνδης (Βέλγιο),
- η Καναδική Έκθεση Χημικών Προϊόντων και Μηχανημάτων του Τορόντο,

- η Διεθνής Έκθεση Ηλεκτρικών Μηχανών του Παρισιού,
- η Διεθνής Έκθεση Επίπλου της Κολωνίας.

Στην Ελλάδα εθνικές εμπορικές εκθέσεις υπό την επωνυμία «Ολύμπια» οργανώθηκαν κατά τα έτη 1859, 1870, 1875 και 1888. Ο κανονισμός των «Ολυμπίων» του 1888 έγιναν τα εγκαίνια του Ζάππειου Μεγάρου προορισμός του οποίου ήταν η στέγαση τέτοιων εκδηλώσεων.

Σε διαφορετικές πηγές αναφέρεται πως οι εκθέσεις ξεκίνησαν πριν από 70 χρόνια με τη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης (Δ.Ε.Θ.), η οποία αρχικά έμοιαζε περισσότερο με εμποροπανήγυρη. Τα τελευταία σαράντα χρόνια όμως επεκτάθηκε και εξελίχθηκε φθάνοντας στη σημερινή μορφή της υψηλού επιπέδου (Κραβαρίτης, Παπαγεωργίου, *Επαγγελματικός Τουρισμός Εκθέσεων-Κινήτρων-Επιχειρηματικών ταξιδιών*, Αθήνα, Interbooks, 2007)

Οι εμπορικές εκθέσεις αποτελούν μέσο οικονομικής προπαγάνδας, έχουν όμως άμεσα οικονομικά οφέλη για τις οργανώτριες χώρες καθώς με τις συμφωνίες που κλείνονται και τις συναλλαγές που γίνονται αναζωπυρώνεται η οικονομική δραστηριότητα. Ως μειονέκτημα των σύγχρονων γενικών εκθέσεων θεωρείται η πληθώρα των εκθεμάτων. Οι εκθέσεις άρχισαν να εμφανίζονται τον 19^ο αιώνα και εκτίθονταν μόνο δείγματα των προϊόντων και οι επισκέπτες αποφάσιζαν αν θα αγόραζαν τα προϊόντα.

Σήμερα οι εκθέσεις αποτελούν πλέον μεγάλα οικονομικά γεγονότα, αφού συγκεντρώνουν μεγάλο αριθμό εκθετών και ιδιαίτερα σημαντικό αριθμό επισκεπτών. Βρετανική μελέτη υπολογίζει ότι οι εκθέσεις στη χώρα αυτή αφορούν δέκα εκατομμύρια εκθέτες και επισκέπτες ανά έτος, με το συνολικό κύκλο εργασιών να ξεπερνά τα 750 εκατομμύρια λίρες ετησίως. Οι εκθέσεις έτσι καθιερώθηκαν χρόνο με το χρόνο και συνέλαβαν στην ανάπτυξη του Ελληνικού Πολιτισμού (Κραβαρίτης, Παπαγεωργίου, *Επαγγελματικός Τουρισμός Εκθέσεων-Κινήτρων-Επιχειρηματικών ταξιδιών*, Αθήνα, Interbooks, 2007).

3.2 Λόγοι και Προϋποθέσεις Ανάπτυξης Εκθεσιακού Τουρισμού

Οι λόγοι στους οποίους οφείλεται η πραγματοποίηση γενικά επαγγελματικών ταξιδιών και ειδικότερα ταξιδιών με σκοπό τις εκθέσεις είναι οι παρακάτω :

- Η συνεργασία με άλλα στελέχη εταιριών και επιχειρήσεων με αντιπροσώπους ή πελάτες.
- Η συμμετοχή σε συνέδρια, εκθέσεις, σεμινάρια
- Η προώθηση και προβολή των προϊόντων τους, με τη συμμετοχή σε εκθέσεις.

Οι προϋποθέσεις τώρα που πρέπει να πληρεί ένας προορισμός ή μια χώρα για να αναπτύξει τον επαγγελματικό τουρισμό γενικότερα και ειδικότερα τον εκθεσιακό είναι οι εξής :

- Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική κατάσταση και αυτό γιατί ο τουρισμός επηρεάζεται από το κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον.
- Συνεδριακή και υλικοτεχνική υποδομή : αυτό είναι το πιο σημαντικό κριτήριο για το φορέα ο οποίος θα πραγματοποιήσει μια έκθεση.
- Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών που να παρέχουν ανάλογες υπηρεσίες και να υπάρχουν αξιοθέατα σε κοντινές αποστάσεις
- Να είναι εύκολη η πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης εκθετών, ώστε να αποφευχθούν ταλαιπωρίες και δυσάρεστα γεγονότα στους επισκέπτες
- Να είναι γενικότερα καλή η υποδομή της περιοχής όπου θα πραγματοποιηθεί η έκθεση : να υπάρχουν καταστήματα, νοσοκομεία και ευχάριστο φυσικό περιβάλλον
- Τέλος να υπάρχουν ευνοϊκές κλιματικές αλλαγές.



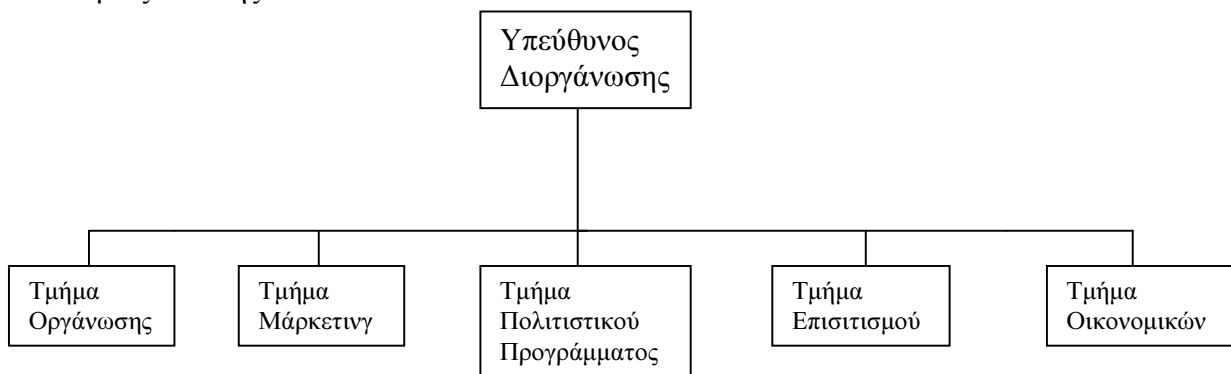
3.3 Τα στοιχεία της έκθεσης

Στοιχεία τα οποία είναι απαραίτητα και δίνουν την έννοια αυτής της μορφής τουρισμού είναι :

- Τα προϊόντα ή οι υπηρεσίες που εκτίθενται, τα οποία ονομάζονται εκθέματα,
- Οι παραγωγοί των εκθεμάτων προϊόντων και υπηρεσιών ονομάζονται εκθέτες,
- Ο χώρος της έκθεσης (ανοιχτός, κλειστός ή μικτός) ονομάζεται Εκθεσιακός χώρος,
- Οι οργανωτές της έκθεσης μπορεί να είναι οι ίδιοι οι εκθέτες ή επαγγελματίες οργανωτές εκθέσεων που αναλαμβάνουν την οργάνωση και διαχείριση των εκθέσεων,
- Οι επισκέπτες που επισκέπτονται το χώρο της έκθεσης για να δουν τα εκθέματα παίρνουν την ιδιότητα του τουρίστα εφόσον ταξίδεψαν για αυτό το λόγο.

Η τυπική δομή μιας έκθεσης περιλαμβάνει τα παραπάνω και αντικατοπτρίζει σχέσεις και διαδικασίες (των εμπλεκόμενων συνεργατών) (Κραβαρίτης, Παπαγεωργίου, *Επαγγελματικός Τουρισμός Εκθέσεων-Κινήτρων-Επιχειρηματικών ταξιδιών*, Αθήνα, Interbooks, σελίδα 129, 2007).

Διοργανωτής μιας έκθεσης. Ο υπεύθυνος διοργάνωσης της έκθεσης καλείται να συνεργαστεί με πολλές ειδικότητες για να φέρει εις πέρας μια αποτελεσματική και οργανωμένη έκθεση που ικανοποιεί τις προσδοκίες των επισκεπτών και τις επιθυμίες και στόχους των εκθετών. Ας παρατηρήσουμε παρακάτω το οργανόγραμμα του διοργανωτή μιας έκθεσης.



Οι συνεργάτες του διοργανωτή στα πλαίσια μιας έκθεσης, καθιστούν τη διαδικασία πολύπλοκη αφού αυτοί προέρχονται από πολλούς διαφορετικούς τομείς. Όπως επισήμαναν μεταξύ άλλων οι Johnson και Scholes (1999) οι επαγγελματίες συνεργάτες του διοργανωτή είναι :

- Διαχείριση χώρου και εξοπλισμού, προκειμένου να κατασκευαστούν, τοποθετηθούν και εξοπλιστούν κατάλληλα τα περίπτερα ανάλογα με το θέμα της έκθεσης (Venue Management)
- Δικηγόρος (Lawyer / Solicitor)
- Σύμβουλοι τμήματος Μάρκετινγκ ώστε να διασφαλιστεί η στρατηγική μάρκετινγκ που θα οδηγήσει στο επιθυμητό επίπεδο προσέλευσης του κοινού (Marketing consultancy)
- Πρακτορείο Δημοσίων Σχέσεων (Public relations agency)
- Εταιρεία Ασφάλειας (Security organization)
- Λογιστής (Accounting)
- Πρακτορείο καλλιτεχνών (Theatrical / Artists agents)
- Εταιρεία επισιτισμού (Catering company)

Επιπλέον, ανάμεσα στα πολυάριθμα καθήκοντα ενός διοργανωτή είναι και η προσέγγιση των εκθετών, βάσει της οποίας πρέπει να πεισθεί ο δυνητικός εκθέτης για τα πλεονεκτήματα της συμμετοχής του.

Οι οργανωτές των εκθέσεων διακρίνονται σε δύο κατηγορίες:

1. Επαγγελματίες Οργανωτές Εκθέσεων βάση του επίσημου δικτυακού τόπου του Συνδέσμου Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και συνεδρίων υπάρχουν τουλάχιστον 39 καταχωρημένα μέλη – εταιρίες που δραστηριοποιούνται στον ελλαδικό χώρο.
2. Μη κερδοσκοπικές ενώσεις μερικές από τις πιο γνωστές είναι διεθνείς ενώσεις του χώρου είναι η Center for Exhibition Industry Research (CEIR), η International Association of Assembly Managers (IAAM) και η Society of Independent Show Organizers (SISO) (Λαζανά, *Εισαγωγή στον Επαγγελματικό τουρισμό*, Αθήνα, Interbooks, 2003)

Από όποιον επαγγελματικό χώρο και αν προέρχεται ο οργανωτής έχει σημαντικές επαφές με αεροπορικές και μεταφορικές εταιρίες, ξενοδοχειακούς ομίλους, προμηθευτές επίπλωσης, ηλεκτρικού και τεχνικού εξοπλισμού αλλά κυρίως έχει καλή γνώση του εκθεσιακού χώρου και πολύτιμη εμπειρία πάνω στα τεχνικά θέματα της έκθεσης (Rogers T., *Conferences: a Twenty-First Century Industry*, Addison Wesley Longman,1998)

Στην Ελλάδα ο αρμόδιος φορέας του εκθεσιακού τουρισμού είναι ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδριών ΣΕΟΕΣ. Ο ΣΕΟΕΣ ιδρύθηκε την δεκαετία του '80 με πρωτοβουλία καταξιωμένων οργανωτών εκθέσεων του ιδιωτικού τομέα και με σκοπό να βοηθήσει και να συντονίσει την προσπάθεια βελτίωσης των συνθηκών λειτουργίας του εκθεσιακού χώρου από αμφιβόλου ποιότητας εκδηλώσεις.

3.4 Είδη των Εκθέσεων

Οι τουριστικές εκθέσεις ανάλογα με τον τόπο που πραγματοποιούνται και πάντα με άξονα το τόπο που πραγματοποιείται η παρούσα πτυχιακή εργασία δηλαδή το Ηράκλειο Κρήτης μπορούν να διαχωριστούν σε κατηγορίες. Υπάρχουν λοιπόν οι :

- 1. Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού** όπου η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής με προσήλωση στην προώθηση των ξενοδοχείων - μελών της, των υποδομών και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που προσφέρουν συμμετέχει στις μεγαλύτερες διεθνείς εκθέσεις τουρισμού της Ευρώπης. Σε συνεργασία με τον ΕΟΤ και με δικό της χώρο μέσα στο ελληνικό περίπτερο βρίσκεται πάντα παρούσα στις διεθνείς τουριστικές διοργανώσεις που διαμορφώνουν το κλίμα και τις τάσεις στον χάρτη του παγκόσμιου τουρισμού. Τα τελευταία χρόνια η ΕΞΑ-Α με την Εταιρεία Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης της Αθήνας (ΕΤΟΑΑ) και το Athens Convention Bureau (ACB) βρίσκονται σε στενή συνεργασία, συμμετέχοντας από κοινού στις περισσότερες και πιο σημαντικές εκθέσεις Τουρισμού (επίσημη ιστοσελίδα <http://www.all-athens-hotels.com>).
- 2. Ελληνικές Εκθέσεις Τουρισμού** Οι ελληνικές τουριστικές εκθέσεις αποτελούν θεσμό για τους επαγγελματίες του Τουρισμού και το κοινό. Διοργανώσεις με διεθνή χαρακτήρα εστιάζουν στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών των

επαγγελματιών και την προβολή όλων των νέων τάσεων και εξελίξεων στον δυναμικό και συνεχώς αναπτυσσόμενο τομέα του Τουρισμού. Εκθέσεις εστιασμένες στις ανάγκες των τουριστικών επιχειρήσεων και εκθέσεις με το βλέμμα στο κοινό συγκεντρώνουν κάθε χρόνο χιλιάδες επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό. Ελληνικές εκθέσεις που μπορούμε να αναφέρουμε είναι :

1. Philoxenia → Διεθνής Έκθεση Τουρισμού, 23 - 25 Νοεμβρίου 2012, HELEXPO – Θεσσαλονίκη.
 2. Hotelia Expro and Clean → Ξενοδοχειακού & Επαγγελματικού Εξοπλισμού, 23 - 25 Νοεμβρίου 2012, HELEXPO – Θεσσαλονίκη.
 3. Έκθεση Xenia → Εξοπλισμού για Ξενοδοχεία & Μονάδες Εστίασης, Νοέμβριος 2012, METROPOLITAN EXPO – Αθήνα.
 4. Summer Holidays Expro → Καλοκαιρινών διακοπών, 18 - 20 Μαΐου 2012, HELEXPO PALACE - Αθήνα.
 5. HO.RE.CA. → Τροφοδοσίας και Εξοπλισμού Ξενοδοχείων & Μαζικής Εστίασης, 4 - 7 Φεβρουαρίου 2012, METROPOLITAN EXPO – Αθήνα.
- 3. Τοπικές Εκθέσεις Τουρισμού.** Χαρακτηριστικό κέντρο εκθεσιακού τουρισμού για το Ηράκλειο και γενικότερα την Κρήτη είναι το Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Κρήτης που βρίσκεται στις Γούρνες Ηρακλείου (στο χώρο της πρώην βάσης Γουρνών) 16 χλμ περίπου ανατολικά από την πόλη του Ηρακλείου και 10 χλμ περίπου ανατολικά από το Αεροδρόμιο Ηρακλείου. Συγκεκριμένα σε περιοχή πρώην Αμερικανικής βάσης έχουν δημιουργηθεί πέρα από το ΔΕΚΚ, έργα παιδείας - αθλητισμού, έρευνας και τεχνολογίας όπως το ΕΛΚΕΘΕ (Ελληνικό Κέντρο Θαλάσσιων Ερευνών) το οποίο ιδρύθηκε για να συντονίζει την Κρατική χρηματοδοτούμενη θαλάσσια έρευνα το 2003. Το ΕΛΚΕΘΕ αποτελείται από τα ινστιτούτα ωκεανογραφίας, υδατοκαλλιεργειών, θαλάσσιων βιολογικών πόρων, εσωτερικών υδάτων και θαλάσσιας βιολογίας και γενετικής και έχει ιδρύσει το ΕΝΥΔΡΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ & ΡΟΔΟΥ (ΥΔΡΟΒΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΣΤΑΘΜΟΣ ΡΟΔΟΥ). Το ΕΝΥΔΡΕΙΟ ΚΡΗΤΗΣ που αποτελεί ένα μοναδικό χώρο ανακάλυψης, ευαισθητοποίησης και γνώσης της θαλάσσιας μεσογειακής ζωής καθώς στα

ενυδρεία του παρουσιάζεται μια σκηνογραφία της Μεσογείου, των Ελληνικών βυθών και του τροπικού περιβάλλοντος με 2.500 περίπου οργανισμούς το οποίο προσελκύει χιλιάδες επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο. Το ΔΕΚΚ συμπληρώνει ένα ακόμη κομμάτι στο πάζλ της δυναμικής ανάπτυξης που όλο το νησί βιώνει τις τελευταίες δεκαετίες. Αποτελεί ουσιαστικά το κέντρο προβολής της Κρητικής Ανάπτυξης τόσο ανά τομέα όσο και συνολικά. Ο Πολιτισμός των 80 αιώνων, τα εκλεκτά προϊόντα της Κρήτης, οι εντυπωσιακές Τουριστικές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες, η δυναμική μεταποίηση, η έρευνα και η τεχνολογία, το φυσικό κάλλος και το φιλικό κλίμα αποτελούν μόνο μερικούς από τους λόγους που εγγυώνται την επιτυχία των εκθεσιακών γεγονότων που διεξάγονται στους χώρους του.

3.5 Σκοπός των Εκθέσεων και Εκθεσιακοί Χώροι

Εκτός από τον εμπορικό σκοπό που εξυπηρετούν οι εκθέσεις, εξυπηρετούν και άλλους σκοπούς και αυτοί είναι πολιτισμικοί, κοινωνικοί, τουριστικοί, σκοποί του marketing, των πωλήσεων, της διαφήμισης και των δημοσίων σχέσεων. Άλλοι σκοποί που μπορεί να πραγματοποιούνται μέσω των εκθέσεων είναι να παρουσιάσουν και να προβάλλουν προϊόντα, υπηρεσίες, έργα τέχνης και άλλα δημιουργήματα της ανθρώπινης τέχνης, να διεγείρουν το ενδιαφέρον των επισκεπτών μέσω της επίδειξης και της καλαίσθητης τοποθέτησης των εκθεμάτων, να αναπτυχθούν εμπορικές σχέσεις μεταξύ των εκθετών και των επισκεπτών. Επίσης, μέσω των εκθέσεων δίνεται η δυνατότητα να αναπτυχθούν εμπορικές σχέσεις μεταξύ των χωρών που συμμετέχουν σε μια διεθνή έκθεση, μέσω των εκθετών τους και να προβληθεί και να διαφημιστεί μια χώρα μέσω των εκθεμάτων που εκθέτει σε μια διεθνή έκθεση. Έχει επιπλέον την ευκαιρία να προβληθεί και να διαφημιστεί μια χώρα που φιλοξενεί μια διεθνή έκθεση μέσω των αλλοδαπών εκθετών και τέλος να προωθηθούν άλλες δραστηριότητες (τουρισμός και εκπαίδευση).

Ένα άλλο κομμάτι που συσχετίζεται με τους στόχους των εκθέσεων καθώς συμβάλλει στην θετική πραγματοποίηση τους είναι ο εξοπλισμός των εκθεσιακών χώρων. Ο εξοπλισμός των εκθεσιακών χώρων είναι παρόμοιος με τον εξοπλισμό των συνεδριακών

χώρων. Ο εξοπλισμός είναι απαραίτητος για την διεξαγωγή εκθέσεων και συνεδριών και αφορά την επίπλωση του χώρου και περιλαμβάνει:

- Καθίσματα και τραπέζια τα οποία χρησιμοποιούνται για την τοποθέτηση φυλλαδίων και εντύπων
- Εξέδρες και αναλόγια τα οποία χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν το τραπέζι των ομιλητών είτε τη θέση τους
- Οπτικοακουστικό εξοπλισμό
- Ηχητικά συστήματα (μικρόφωνα και ηχεία κρίνονται απαραίτητα)
- Φωτισμός
- Οθόνες προβολής
- Μηχάνημα προβολής slides
- Τηλεφωνικές εγκαταστάσεις
- Μολύβια, στυλό, μπλοκ με τη μάρκα της επιχείρησης
- Πίνακας ανακοινώσεων

3.6 Σύνοψη Επιτυχημένης Έκθεσης

Πιο συγκεκριμένα (επίσημη ιστοσελίδα εκθεσιακού κέντρου Metropolitan expo <http://www.metropolitanexpo.gr>) η κάλυψη των αναγκών των επισκεπτών σε μια έκθεση εξασφαλίζεται με τα εξής :

- Εύκολη πρόσβαση του κοινού μέσω των Μέσων Μαζικής Μεταφοράς.
- Άνετους και μεγάλους χώρους στάθμευσης.
- Γρήγορη πρόσβαση με αξιόπιστα μέσα μεταφοράς (Metro, Προαστιακός, ΟΑΣΑ, Αεροπλάνο) από όλα τα σημεία της Ελλάδας και το εξωτερικό.
- Συχνή και συνεχή εσωτερική συγκοινωνία (shuttle bus), που συνδέει τόσο τους χώρους στάθμευσης, όσο και τους σταθμούς των μέσων μαζικής μεταφοράς με το εκθεσιακό κέντρο.
- Μεγάλους χώρους υποδοχής (lobbies) με πλήθος υπηρεσιών.
- Διεθνών προδιαγραφών μέτρα ασφάλειας (έξοδοι κινδύνου, διάδρομοι διαφυγής, σύστημα πυρασφάλειας κ.ά.).

- Πλήρως εξοπλισμένο ιατρείο, με συνεχή παρουσία ιατρού.
- Υπερσύγχρονη τεχνολογική υποδομή (ασύρματο internet, πλήρης κλιματισμός και αερισμός χώρων, επαρκής φωτισμός).
- Συνεχή ενημέρωση μέσω κεντρικού μεγαφωνικού συστήματος.
- Ευρύχωρο και ιδιαίτερα καλαίσθητο κεντρικό διάδρομο που ενοποιεί τους εκθεσιακούς χώρους.
- Ενιαίο χώρο, που αναπτύσσεται σε ένα επίπεδο, διευκολύνοντας αφάνταστα τη ροή και μετακίνηση των επισκεπτών.
- Προσβασιμότητα όλων των χώρων και υποδομών του κέντρου σε Άτομα Με Ειδικές Ανάγκες.
- Εστιατόρια μεταξύ των αιθουσών, café, εντός των αιθουσών και mini market.
- Πλήρη κάλυψη με χώρους υγιεινής (WC), σε κάθε αίθουσα αλλά και στους χώρους υποδοχής.
- Ολοκληρωμένη σήμανση για τη συνεχή ενημέρωση και καθοδήγηση του κοινού.
- Ασφαλή, άνετη και ευχάριστη κυκλοφορία στον περιβάλλοντα χώρο, με νησίδες πράσινου, διαβάσεις πεζών, ειδική σήμανση σε δύο γλώσσες.
- Πολλοί χώροι ξεκούρασης των επισκεπτών (rest areas).
- Υψηλή αισθητική όλων των χώρων του κέντρου, με χρήση σύγχρονων υλικών και οικολογικών μεθόδων λειτουργίας.
- Βεστιάριο.
- ATM.
- Κέντρο Τύπου - Press Centre.
- Business Centre.
- Υπηρεσίες Taxi.
- Τηλέφωνα κοινού.
- Οθόνες δρομολογίων Αεροδρομίου, Metro και Προαστιακού.
- Info kiosks – Κιόσκια Πληροφοριών

Σε μια έκθεση όμως εξίσου σημαντικό είναι να παρέχονται τεχνικές και άλλου είδους υπηρεσίες προς τους οργανωτές και τους συμμετέχοντες των εκδηλώσεων που φιλοξενεί.

Με γνώμονα την πλήρη υποστήριξη όλων των αναγκών των συμμετεχόντων, η έκθεση θα πρέπει να είναι σε θέση να προσφέρει τα παρακάτω με απόλυτα επαγγελματικό τρόπο και υπεύθυνη λειτουργία, διασφαλίζοντας την εύρυθμη προετοιμασία, λειτουργία και αποξήλωση κάθε εκδήλωσης. Πιο αναλυτικά θα πρέπει παρέχει τα ακόλουθα:

- Δομές περιπτέρων
- Εξοπλισμός επίπλων
- Ειδικές κατασκευές περιπτέρων
- Κατασκευές Σκηνικών
- Ηλεκτρολογικές εγκαταστάσεις
- Υδραυλικές εγκαταστάσεις
- Ανάρτηση σημάνσεων και διαφημιστικών επιγραφών
- Υπηρεσίες καθαρισμού
- Ασφάλεια και Φύλαξη χώρων
- Διαχείριση χώρων στάθμευσης (Parking)
- Μεταφορά επισκεπτών από και προς το εκθεσιακό κέντρο
- Ενοικίαση Οπτικοακουστικών συστημάτων
- Τηλεφωνία και ασύρματο δίκτυο
- Γραφιστικά και Εκτυπώσεις
- Αποθήκευση υλικών, εμπορευμάτων και Μεταφορές
- Ενοικίαση Διακοσμητικών ειδών και Φυτών
- Υπηρεσίες Γραμματείας & Προσωρινό Προσωπικό
- Διαφημιστικά και προωθητικά μέσα

Παραδειγματικά μπορούμε να αναφέρουμε το εκθεσιακό κέντρο Αττικής Metropolitan Expo που αποτελεί το μεγαλύτερο και ταυτόχρονα το πλέον σύγχρονο εκθεσιακό κέντρο της Αττικής, με εντυπωσιακά μεγέθη και χαρακτηριστικά:

1. Συνολική επιφάνεια 160.000 τ.μ.
2. Μικτή στεγασμένη επιφάνεια 50.000 τ.μ.
3. Μικτή εκθεσιακή επιφάνεια 45.000 τ.μ.
4. Επιφάνεια χώρων στάθμευσης 100.000 τ.μ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4 : ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

4.1 Κυριότερες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού

Μερικές από τις πιο σημαντικές εκθέσεις τουρισμού με διεθνή απήχηση και σημαντική επίδραση στον τομέα του τουρισμού παγκοσμίως είναι οι παρακάτω :

4.1.1 I.T.B. BERLIN (Internationale Tourismus-Boerse)



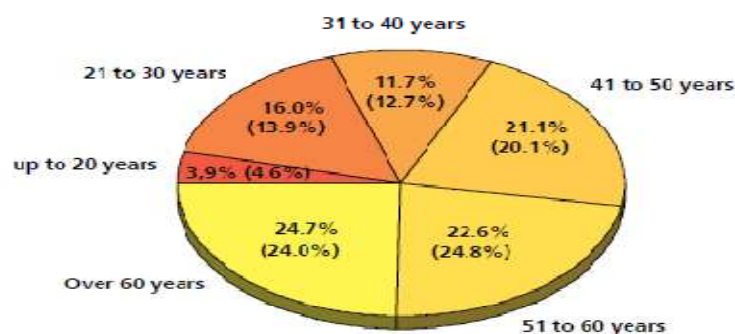
Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Γερμανία /Βερολίνο
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 09/3/2011 – 13/3/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : Messe Berlin Exhibition Grounds / ICC Berlin – Internationales Congress Centrum Berlin
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1966
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο περίπου στα μέσα Μαρτίου
- Διοργανωτής : Messe Berlin GmbH Messedamm 22, 14055 Berlin, Tel: 030-3038-0 · Fax: 030-3038-2325, central@messe-berlin.de , www.messe-berlin.de
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι
- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Εισιτήριο εμπορικού επισκέπτη ή εκθέτη: 46€ (ισχύει για όλες τις ημέρες της έκθεσης) .Εισιτήριο εμπορικού επισκέπτη με ισχύ για μία μόνο ημέρα: 28€.Εισιτήριο εισόδου κοινού: 14€ (το ίδιο εισιτήριο κοστίζει 12€ με προαγορά του μέσω του internet, ενώ το μειωμένο εισιτήριο για την είσοδο σπουδαστών στο χώρο της έκθεσης κοστίζει 8€).
- Κόστος Ενοικιάσεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : €158/τ.μ.-€260,70/τ.μ. + Φ.Π.Α. 19% (η διαφορά στις τιμές οφείλεται στη θέση του χώρου που επιλέγει ο κάθε εκθέτης).

Το ITB Berlin, το μεγαλύτερο ευρωπαϊκό συνέδριο της τουριστικής βιομηχανίας, είχε τη χαρά να υποδεχτεί 17.000 επισκέπτες, σημειώνοντας αύξηση πάνω από 20%. Γι' αυτό φρόντισαν το πολύ επίκαιρο συνεδριακό πρόγραμμα και οι διάσημοι ομιλητές (πάνω από 200 ειδικοί του κλάδου). Θέματα της ITB Berlin ήταν μεταξύ άλλων η αειφορία στον τουρισμό, η προστασία του περιβάλλοντος, ο προσιτός σε όλους τουρισμός.

Η ITB Berlin αποτελεί ένα διεθνές γεγονός για τα ΜΜΕ. 6.975 δημοσιογράφοι από 94 χώρες παρακολουθούσαν καθημερινά τα εκθεσιακά δρώμενα και μετέδιδαν σε όλο τον κόσμο τα νέα και το πνεύμα της έκθεσης. 64 επίσημες αποστολές από χώρες εκτός Γερμανίας, 76 πρεσβείες, 43 υπουργοί απ' όλο τον κόσμο, καθώς και πολλοί γενικοί γραμματείς τίμησαν με την παρουσία τους το εκθεσιακό γεγονός.

Η ITB Berlin περνά στον 21ο αιώνα ως διεθνής πρωτοπόρος έκθεση για τον τουριστικό κλάδο. Στο Βερολίνο συναντάται η διεθνής βιομηχανία τουρισμού για πέντε ημέρες κάτω από την ίδια στέγη, σ' έναν εκθεσιακό χώρο 160.000 τ.μ. Στην αυγή της νέας χιλιετίας, ο τουριστικός κλάδος, που αυξάνεται συνεχώς, παρουσιάζει νέους προορισμούς και τάσεις με νέους τρόπους και ενδιαφέρουσες λύσεις. Την επόμενη χιλιετία, η δυναμικότητα και ο ποικίλος χαρακτήρας της βιομηχανίας τουρισμού θα εξελιχθούν σε τελείως νέες κατευθύνσεις. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα για τη χρήση ηλεκτρονικών μέσων και ειδικών μεθόδων μάρκετινγκ. Η ITB Berlin προσφέρει σε εκθέτες και επισκέπτες μια online πλατφόρμα επικοινωνίας, το Virtual Market Place (VMP), όπου παρέχεται η δυνατότητα επικοινωνίας με τους επισκέπτες της έκθεσης όλο το χρόνο.



Στην παραπάνω πίτα μπορούμε να διακρίνουμε τα ποσοστά των επισκεπτών ανάλογα με τα όρια ηλικίας τους.

Visitors from Berlin	58.5% (61.1%)
Visitors from other federal states	36.2% (33.7%)
Visitors from Abroad	5.3% (5.3%)

Στο πίνακα που βρίσκεται παραπάνω φαίνεται το ποσοστό επισκεψιμότητας στην έκθεση σε σχέση με την χώρα προέλευσής τους.

Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Η Internationale Tourismus-Boerse του Βερολίνου, αποτελεί την μεγαλύτερη και πιο γνωστή διεθνή έκθεση τουρισμού στον κόσμο. Η έκθεση, που εναλλακτικά αποκαλείται και International Tourism Exchange, δηλαδή διεθνές Χρηματιστήριο του Τουρισμού (όπως και η έκθεση B.I.T. του Μιλάνου), αποτελεί ένα πραγματικό τουριστικό χρηματιστήριο, αν αναλογιστεί κανείς ότι τα στοιχεία των διοργανωτών κάνουν λόγο αναφορικά με την πιο πρόσφατη διοργάνωση του 2008 για σχεδόν 180.000 επισκέπτες συνολικά, με τους 108.000 εξ αυτών να είναι εμπορικοί επισκέπτες και περισσότερο από ένα τρίτο από αυτούς να προέρχονται εκτός Γερμανίας, ενώ 10.000 εκθέτες από συνολικά 180 και πλέον χώρες έδωσαν το παρών προσπαθώντας να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε αυτό το τεράστιο πλήθος. Διεξάγεται κάθε Μάρτιο στους χώρους της Messe Berlin και στο διεθνές συνεδριακό κέντρο του Βερολίνου, το οποίο είναι ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα στην Ευρώπη, διαρκεί πέντε ημέρες και απευθύνεται τόσο στους ανθρώπους του τουρισμού, όσο και στο απλό κοινό. Έτσι, έχοντας υιοθετήσει τη παραπάνω λογική τις δύο τελευταίες ημέρες (Σάββατο και Κυριακή) οι πόρτες της έκθεσης είναι ανοιχτές και προς το κοινό, αλλά τις τρεις πρώτες ημέρες (Τετάρτη – Παρασκευή), ισχύει αυστηρά το B2B σύστημα και δικαίωμα παρακολούθησης της έκθεσης έχουν μόνο οι εμπορικοί επισκέπτες, έτσι ώστε να δημιουργηθούν οι κατάλληλες συνθήκες για επαγγελματικές επαφές και επιτεύξεις συμφωνιών μεγάλης αξίας ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους επαγγελματίες του τουρισμού απ' όλο τον κόσμο.

Παράλληλα με την έκθεση, τα τελευταία χρόνια διεξάγεται με μεγάλη επιτυχία και το διεθνές συνέδριο I.T.B. Convention, το οποίο περιλαμβάνει θέματα γενικότερου προβληματισμού γύρω από όλο το φάσμα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας,

όπως οι κλιματικές αλλαγές, οι εξελίξεις και οι νέες τάσεις στον ξενοδοχειακό τομέα και στον τομέα των αεροπορικών μεταφορών και άλλα επίκαιρα θέματα. Άλλο αξιοσημείωτο σχετικά με τη συγκεκριμένη έκθεση, αποτελεί η Virtual Travel Market (=Εικονική Ταξιδιωτική Αγορά), η οποία είναι μια ξεχωριστή ιστοσελίδα που παρέχουν οι διοργανωτές της I.T.B. και μέσω της οποίας μπορεί κανείς να δει διάφορες προσφορές από συμμετέχοντες στην έκθεση, παρουσίαση ανά κλάδο δραστηριότητας όλων των φορέων και επιχειρήσεων που λαμβάνουν μέρος ως εκθέτες με δυνατότητα παρουσίασης τους ακόμη και με κάποιο video, ενώ ο ενδιαφερόμενος επαγγελματίας μπορεί να κλείσει μέσω του internet μέχρι και ραντεβού για συνάντηση με τον εκθέτη που τον ενδιαφέρει στους χώρους της έκθεσης. Όλα τα παραπάνω, δικαιολογούν απόλυτα τον τίτλο της πρωτοπόρου και σημαντικότερης τουριστικής έκθεσης ανά την υφήλιο που φέρει η διεθνής έκθεση τουρισμού του Βερολίνου, καθώς για πέντε ημέρες κάθε χρόνο ο εκθεσιακός χώρος της γερμανικής πρωτεύουσας μετατρέπεται σε ένα μεγάλο παγκόσμιο χωριό (με πολίτες που προέρχονται από πάνω από 180 χώρες), όπου χτυπάει η καρδιά της διεθνούς τουριστικής και ταξιδιωτικής βιομηχανίας.

Από αυτό το καθιερωμένο ραντεβού των ανθρώπων του παγκόσμιου τουρισμού δεν θα μπορούσε φυσικά να λείπει η Ελλάδα, η οποία δίνει δυναμικά κάθε χρόνο το παρών με τα εντυπωσιακά περίπτερα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και την υποστήριξη του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, αλλά και την παρουσία ενός μεγάλου πλήθους ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων που θέλουν να βρίσκονται μέσα στις διεθνείς εξελίξεις και να προωθήσουν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους στο πλέον κατάλληλο κοινό. Η χώρα μας αποτέλεσε τιμώμενη χώρα της I.T.B. για πρώτη φορά το 2006, στην 40ή επέτειο από τη πρώτη διεξαγωγή της έκθεσης και με το περίπτερο των 2.225τ.μ. που είχε εκείνη την χρονιά, κατάφερε να αποσπάσει το βραβείο του Καλύτερου Ευρωπαϊκού Περιπτέρου, διάκριση που επαναλήφθηκε και τη φετινή χρονιά, συμβάλλοντας με αυτό τον τρόπο στην αποδοτικότερη και καλύτερη προβολή της χώρας μας.

Αυτή είναι λοιπόν η διεθνής τουριστική έκθεση που συγκεντρώνει περισσότερο από κάθε άλλη, τόσο τα φώτα της δημοσιότητας και το ενδιαφέρον των μεγαλύτερων μέσων ενημέρωσης, όσο και τα βλέμματα των ίδιων των ανθρώπων που απασχολούνται επαγγελματικά στο δυναμικό κλάδο του τουρισμού. Και να σκεφτεί κανείς ότι όταν το 1966 πρωτοξεκινούσε η διοργάνωση της I.T.B., υπήρχαν 9 εκθέτες από 5 χώρες

(Ομοσπονδιακή δημοκρατία της Γερμανίας, Βραζιλία, Αίγυπτος, Γουινέα και Ιράκ!) που εξέθεταν τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους σε 250 εμπορικούς επισκέπτες, σ' έναν εκθεσιακό χώρο έκτασης μόλις 580τ.μ.



4.1.2 W.T.M. (World Travel Market)



Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Ηνωμένο Βασίλειο / Λονδίνο
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 07/11/2011 – 10/11/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : ExCeL London
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1980
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο περίπου στα μέσα Νοεμβρίου
- Διοργανωτής : Reed Exhibitions Ltd. Gateway House, 28 The Quadrant Richmond, Surrey TW9 1DN, Tel: 020-82712134 · Fax: 020-89107823, rxinfo@reedexpo.co.uk, www.reedexpo.com
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι

- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Δωρεάν με προεγγραφή είτε μέσω εκθέτη, είτε μέσω του site της έκθεσης στο internet. Εάν δεν έχει γίνει προεγγραφή, τότε το αντίτιμο για την είσοδο στο χώρο της έκθεσης ανέρχεται στις 45£. Πρέπει να σημειώσουμε πως δεν επιτρέπεται η είσοδος του κοινού. Η έκθεση πραγματοποιείται αποκλειστικά για εμπορικούς επισκέπτες. Ειδικότερα τη πρώτη ημέρα λειτουργίας της έκθεσης, η είσοδος επιτρέπεται μόνο με ειδική πρόσκληση η οποία αφορά κυρίως Υπουργούς και επίσημους προσκεκλημένους, εκθέτες και εκπροσώπους μέσω μαζικής ενημέρωσης.
- Κόστος Ενοικίασεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : £298/τ.μ. για ελεύθερο χώρο ή £353/τ.μ. για χώρο με στημένο έτοιμο κάποιο υποτυπώδες περίπτερο (shell scheme). Οι παραπάνω τιμές επιβαρύνονται με Φ.Π.Α. 17,5%, ενώ επίσης υπάρχει και τέλος εγγραφής της τάξεως των £175 + Φ.Π.Α. 17,5%. Επίσης, υπάρχει η επιλογή του έτοιμου εξ' ολοκλήρου περιπτέρου (το πακέτο περιλαμβάνει φωτισμό, επίπλωση και εξοπλισμό του εκθεσιακού χώρου με οτιδήποτε άλλο απαραίτητο). Το κόστος σε αυτή τη περίπτωση αυξάνεται σημαντικά (£4.225,95 + Φ.Π.Α. για περίπτερο 9 τμ., £5.625 + Φ.Π.Α. για 12 τμ., £7.044 + Φ.Π.Α. για 15 τμ. και £9.653 + Φ.Π.Α. για τα 20 τμ. περιπτέρου).

Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Η World Travel Market είναι μία από τις εκθέσεις που συγκεντρώνει κάθε χρόνο τα βλέμματα και το ενδιαφέρον ολόκληρης της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Το κορυφαίο τουριστικό γεγονός της Μεγάλης Βρετανίας, αλλά και ένα από τα σημαντικότερα διεθνώς, διεξάγεται κάθε χρόνο μέσα Νοεμβρίου στο υπερσύγχρονο εκθεσιακό κέντρο ExCel του Λονδίνου και κατά τις τέσσερις ημέρες που διαρκεί (Δευτέρα – Πέμπτη) στον χώρο της έκθεσης μπορούν να εισέλθουν μόνο εμπορικοί επισκέπτες (αποκλειστικά B2B έκθεση), ενώ ειδικά την πρώτη ημέρα η είσοδος επιτρέπεται αυστηρώς μόνο σε όσους έχουν ειδική πρόσκληση (επίσημοι προσκεκλημένοι, Υπουργοί Τουρισμού απ' όλες τις χώρες του κόσμου, εκπρόσωποι των

μέσων ενημέρωσης, προσκεκλημένοι των εκθετών). διοργανωτής της έκθεσης είναι η εταιρεία Reed Exhibitions, μία από τις μεγαλύτερες εταιρείες διοργάνωσης εκθέσεων στον κόσμο, με μεγάλη εμπειρία και στις τουριστικές εκθέσεις καθώς είναι υπεύθυνη και για μια σειρά άλλων σημαντικών διεθνών εκθέσεων τουρισμού ανάμεσα στις οποίες είναι η Arabian Travel Market του Ντουμπάι, η Top Resa στο Παρίσι, η ετήσια έκθεση City Break για τον τουρισμό πόλεων, η EIBTM της Βαρκελώνης που επικεντρώνεται στα ταξίδια κινήτρων και τον επαγγελματικό τουρισμό και αρκετές άλλες.

Η διεθνής έκθεση του Λονδίνου λοιπόν, είναι καθαρά επαγγελματική και δεν απευθύνεται στο ευρύ κοινό. Σύμφωνα με τα πιο πρόσφατα στοιχεία των διοργανωτών, η World Travel Market του 2008 προσέλκυσε ένα πλήθος περίπου 26.500 εμπορικών επισκεπτών που είχαν την ευκαιρία να δουν από κοντά 5.631 επιχειρήσεις και φορείς που συμμετείχαν ως εκθέτες και κατέλαβαν έκταση 43.131τ.μ. καθαρού εκθεσιακού χώρου. Συνολικά εκπροσωπήθηκαν 187 χώρες απ' όλο τον κόσμο, με το 52% απ' όλους τους συμμετέχοντες στην έκθεση να προέρχεται εκτός Μεγάλης Βρετανίας. Από τα παραπάνω καταδεικνύεται η οικουμενικότητα της W.T.M., πρόκειται ουσιαστικά για ένα παγκόσμιο χωριό όπου σε τέσσερις ημέρες επαγγελματίες απ' όλους τους κλάδους του τουρισμού από διάφορα μέρη του κόσμου συναντούν αντιστοίχους άλλους επαγγελματίες έτσι ώστε να διαφημιστούν, να συζητήσουν, να συνάψουν εμπορικές συμφωνίες και συμφωνίες συνεργασίας και σε τελική ανάλυση να δικτυωθούν και ν' αποκτήσουν καλύτερες προσβάσεις μέσα στο παγκόσμιο τουριστικό κύκλωμα. Όλα αυτά συμπληρώνονται με την παράλληλη διεξαγωγή μιας σειράς από εξειδικευμένα σεμινάρια και συνέδρια από τα οποία ξεχωρίζει αναμφίβολα η συνάντηση Υπουργών Τουρισμού (η μεγαλύτερη συνάντηση του είδους της στον κόσμο, το 2008 οι Υπουργοί έφτασαν τους 125) από διάφορα κράτη που γίνεται με την υποστήριξη του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού και στην ατζέντα της περιλαμβάνονται επίκαιρα θέματα όπως τουρισμός και κλιματικές αλλαγές, ενώ ειδικά για φέτος έγινε αναφορά στην παγκόσμια οικονομική κρίση και τις επιπτώσεις της στον τομέα του τουρισμού. Ακόμη, υπάρχει ξεχωριστή ημέρα αφιερωμένη στους ταξιδιωτικούς πράκτορες με επιμορφωτικά σεμινάρια σχετικά με το αντικείμενό τους και βραβεύσεις πρακτορείων, ενώ τα τελευταία χρόνια οι διοργανωτές της W.T.M. έχουν καθιερώσει μία από τις ημέρες διεξαγωγής της έκθεσης ως παγκόσμια ημέρα ευθύνης για τον τουρισμό (World Responsible Tourism Day), με συζητήσεις,

μελέτες περιπτώσεων (case studies) και ένα ολόκληρο ξεχωριστό συνέδριο σχετικά με τις επιπτώσεις του τουρισμού (ειδικά του μαζικού) στο περιβάλλον των τουριστικών προορισμών αλλά και προτάσεις σχετικά με τα μέτρα που πρέπει να εφαρμόζουν και τις δράσεις που μπορούν να αναλάβουν οι τουριστικές επιχειρήσεις για τη διατήρηση και προστασία του φυσικού κυρίως αλλά και του ανθρωπογενούς περιβάλλοντος και την υπεύθυνη στάση που πρέπει να έχουν απέναντι σ' αυτά.

Όπως είναι λογικό, η Ελλάδα δεν μπορεί να λείπει από ένα τόσο σημαντικό τουριστικό γεγονός. Έτσι, το παρών δίνει κάθε χρόνο τόσο ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού όσο και ένας μεγάλος αριθμός ελληνικών επιχειρήσεων και φορέων που συμμετέχουν είτε με δικό τους αυτόνομο περίπτερο είτε ως συνεκθέτες μέσα στο περίπτερο του Ε.Ο.Τ. Χαρακτηριστικό είναι ότι στα εγκαίνια του φετινού περιπτέρου του Ε.Ο.Τ. στην W.T.M. (όπως και τις προηγούμενες χρονιές συνέβαινε με τον εκάστοτε Υπουργό) παρευρέθη ο Υπουργός Τουρισμού, κύριος Άρης Σπηλιωτόπουλος ο οποίος μεταξύ άλλων τόνισε την εκπροσώπηση του ελληνικού τουρισμού μέσω του Ε.Ο.Τ. σε πάνω από 100 διεθνής Εκθέσεις Τουρισμού και δήλωσε σχετικά με την έκθεση του Λονδίνου ότι “Είμαστε εδώ για να υπενθυμίσουμε στους φορείς του βρετανικού τουρισμού τη νέα αισθητική, τη νέα εικόνα της Ελλάδας, αυτή τη νέα εικόνα που εδώ και έναν χρόνο δείχνουμε σε όλον τον κόσμο, υιοθετώντας εξωστρεφή, επικοινωνιακά διευρυμένη και απόλυτα στοχευμένη –με τους όρους της αγοράς – επικοινωνιακή πολιτική”. Ακόμη, κάθε χρόνο στα πλαίσια της παρουσίας της στη συγκεκριμένη έκθεση, η ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης προεξάρχοντος του Υπουργού έχει την ευκαιρία να συναντηθεί με στελέχη τόσο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού όσο και σημαντικών tour operators, μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών, αεροπορικών εταιρειών και γενικά σημαίνοντα πρόσωπα της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας. Αξίζει να σημειωθεί ότι στην W.T.M. Του 2007, ο κύριος Σπηλιωτόπουλος είχε παρουσιάσει για πρώτη φορά τη νέα διαφημιστική εκστρατεία της χώρας μας στο εξωτερικό και τη καινούργια εικόνα της (new brand identity).

Συνοπτικά για την έκθεση του 2011 ας αναφέρουμε πως παρά τις συνεχιζόμενες αντίξοες οικονομικές συνθήκες η έκθεση WTM 2011 ήταν ένα από τα καλύτερα γεγονότα τόσο για τους επισκέπτες όσο και για τους εκθέτες.

Οι επισκέπτες αυξήθηκαν κατά 5% και 176 νέοι εκθέτες προστέθηκαν στην έκθεση. Υπήρξαν εντυπωσιακές αυξήσεις στο ποσοστό του 44% στο Τεχνολογία και στο τομέα του Online Travel κατά 8% (Επίσημη ιστοσελίδα WTM έκθεσης <http://www.wtmlondon.com>).



4.2 Άλλες Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού

4.2.1 M.I.T.T.(Moscow International Travel Tourism Exhibition)



Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Ρωσία / Μόσχα
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 16/03/2011 – 19/03/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : Expocentr Krasnaya Presnya
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1994
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο περίπου στα μέσα Μαρτίου
- Διοργανωτής : ITE Travel Exhibitions ITE Group Plc, 105 Salusbury Road Richmond, Surrey TW9 1DN, Tel: 020-82712134 · Fax: 020-London NW6 6RG, Tel: 0207-5965000 · Fax: 0207-5965102, travel@ite-exhibitions.com, www.ite-exhibitions.com
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι

- Αντίτιμο Εισιτηρίου : \$5 U.S.D. Η είσοδος του κοινού επιτρέπεται τις δύο τελευταίες ημέρες της έκθεσης. Τις δύο πρώτες ημέρες, η είσοδος επιτρέπεται αποκλειστικά σε εμπορικούς επισκέπτες
- Κόστος Ενοικίασεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : €399τ.μ. για ελεύθερο χώρο ή €499τ.μ. για χώρο με στημένο έτοιμο κάποιο υποτυπώδες περίπτερο(shell scheme) συνοδευόμενο από τον απαραίτητο εξοπλισμό (μοκέτα, επίπλωση, κτλ.).Ισχύει ελάχιστο εμβαδό ανά εκθέτη 12τ.μ. Οι τιμές αυτές αλλάζουν σε σχέση με τη θέση που μπορεί να τοποθετηθεί κάποιος εκθέτης. Τέλος, υπάρχει και η επιλογή του περιπτερου με δύο ορόφους, με επιβάρυνση όμως κατά 50% (€598,50 / €748,50αντίστοιχα).

Επίσης υπάρχει και τέλος εγγραφής, το οποίο ανέρχεται στα €1.035για κάθε εκθέτη και περιλαμβάνει και τη δημοσιοποίηση της κάθε επιχείρησης στον επίσημο κατάλογο της έκθεσης σε έντυπη αλλά και ηλεκτρονική μορφή μέσω του site της M.I.T.T. στο internet, ενώ στη περίπτωση ύπαρξης και άλλων εταιριών μέσα στο ίδιο περίπτερο υπάρχει επιπλέον χρέωση η οποία είναι €200για καθέναν από τους συνεκθέτες.

Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Κάθε χρόνο στα μέσα Μαρτίου, φιλοξενείται στο εκθεσιακό κέντρο Exprocentr Krasnaya Presnya της Μόσχας, η Moscow International Travel & Tourism Exhibition. Η γνωστή στο ευρύ κοινό σαν M.I.T.T., διεξήχθη για πρώτη φορά το 1994, τρία χρόνια μετά την πτώση του Σοβιετικού καθεστώτος και έμελλε να καταξιωθεί ως μία από τις σπουδαιότερες διεθνείς εκθέσεις τουρισμού ανά την υφήλιο. Τη μεγάλη σημασία της επιβεβαιώνουν και τα νούμερα, μιας και στη πιο πρόσφατη διοργάνωση του 2008 την επισκέφτηκαν 92.000 άτομα (12% περισσότερα σε σχέση με το 2007) με τους 63.000 εξ αυτών να είναι επαγγελματίες της τουριστικής βιομηχανίας, ενώ οι 3.000 εκθέτες (εκ των οποίων 2.200 ήταν διεθνείς) προέρχονταν από 118 χώρες και κατέλαβαν μία συνολική εκθεσιακή επιφάνεια που υπερέβη τα 50.000τ.μ. (50.340τ.μ.). Νούμερα αν μη τι άλλο εντυπωσιακά για οποιαδήποτε διεθνή έκθεση τουρισμού, ειδικά αν αναλογιστεί κανείς ότι πριν από 15 χρόνια που η M.I.T.T. έκανε για πρώτη φορά την εμφάνισή της, οι εκθέτες της ανέρχονταν σε 800 από 50 χώρες. Η M.I.T.T. διαρκεί 4 ημέρες και ισχύει το

μικτό σύστημα όσον αφορά τους επισκέπτες, με τις δύο πρώτες ημέρες (Τετάρτη και Πέμπτη) να έχουν χαρακτήρα αποκλειστικά B2B και δικαίωμα εισόδου μόνο για τους εμπορικούς επισκέπτες. Τις δύο υπόλοιπες ημέρες της έκθεσης (Παρασκευή και Σάββατο), η είσοδος ανοίγει και για το απλό κοινό. Η συγκεκριμένη έκθεση διοργανώνεται από την εταιρεία ITE Group Plc, που έχει έδρα το Λονδίνο και γραφεία τόσο στη Ρωσία, όσο και σε άλλα μέρη του κόσμου. Η ITE δραστηριοποιείται στον τομέα της διοργάνωσης εκθέσεων διεθνώς, με παρουσία σε χώρες όπως το Ηνωμένο Βασίλειο, η Ρωσία, το Καζακστάν, το Αζερμπαϊτζάν, η Ουκρανία και ένας από τους τομείς των εκθέσεων για τις οποίες είναι υπεύθυνη είναι και ο τουρισμός. Έτσι εκτός από την M.I.T.T., διοργανώνει και την Toursib (διεθνής έκθεση τουρισμού για τη Σιβηρία, στο Νοβοσιμπίρσκ της Ρωσίας), την Leisure (έκθεση τουρισμού στη Μόσχα), αλλά και τις U.I.T.T., K.I.T.F. και A.I.T.F.(διεθνείς εκθέσεις τουρισμού στο Κίεβο της Ουκρανίας, στο Αλμάτυ του Καζακστάν και το Μπακού του Αζερμπαϊτζάν αντίστοιχα).

4.2.2. Arabian Travel Market



Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα / Ντουμπάι
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 02/05/2011 – 05/05/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : Dubai International Convention and Exhibition Centre
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1994
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο περίπου στις αρχές του Μαΐου
- Διοργανωτής : Reed Exhibitions Ltd., Gateway House, 28 The Quadrant, Richmond, Surrey TW9 1DN, Tel: 020-82712134 · Fax: 020-89107823, rxinfo@reedexpo.co.uk, www.reedexpo.com
- Συμμετοχή E.O.T. : Ναι
- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Το εισιτήριο γενικής εισόδου του κοινού κοστίζει Dhs20 (United Arab Emirates Dirhams) (€1 = 4,80Dhs) Δωρεάν είναι η

είσοδος για τα παιδιά κάτω των 16 ετών και για τα μέλη της κάρτας American Express.

Η είσοδος του κοινού επιτρέπεται μόνο την τελευταία ημέρα. Όλες τις άλλες ημέρες, δικαίωμα εισόδου στους χώρους της έκθεσης έχουν μόνο οι εμπορικοί επισκέπτες.

- Κόστος Ενοικίασεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : \$513/τ.μ. για ενοικίαση ελεύθερου χώρου μόνο ή \$581 για χώρο με κάποιο προκατασκευασμένο περίπτερο με τον ανάλογο εξοπλισμό (επίπλωση, μοκέτα, φωτισμό, κτλ.). Εάν ο εκθέτης έχει συμμετάσχει στην Arabian Travel Market τα τέσσερα τελευταία συνεχόμενα χρόνια, οι πιο πάνω τιμές διαμορφώνονται αντίστοιχα σε \$486 και \$554/τ.μ.

Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Ως γνωστόν, η τουριστική αγορά του Ντουμπάι και γενικότερα των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες και πιο ανεπτυγμένες παγκοσμίως. Αν σε αυτό προσθέσει κανείς και την ύπαρξη στην ευρύτερη περιοχή της Μέσης Ανατολής ανθρώπων με πολύ υψηλά εισοδήματα ελέω ύπαρξης πετρελαίου, μπορεί εύκολα να αντιληφθεί ότι η διεθνής τουριστική έκθεση Arabian Travel Market που διεξάγεται κάθε χρόνο στις αρχές Μαΐου στο διεθνές συνεδριακό και εκθεσιακό κέντρο της πόλης του Ντουμπάι, αποκτά ιδιαίτερη σημασία και μπορεί να αποτελέσει μία πολύ καλή δίοδο προς αυτήν την εξαιρετικά αποδοτική αγορά. Ενδεικτικό του ότι η έκθεση στοχεύει στην προώθηση συναντήσεων και εμπορικών συμφωνιών μεταξύ επαγγελματιών του χώρου, είναι το ότι διεξάγεται καθημερινές ημέρες (Τρίτη – Παρασκευή) και όχι Σαββατοκύριακο, ενώ η είσοδος στο απλό κοινό επιτρέπεται μόνο την τελευταία ημέρα, καθώς τις υπόλοιπες ημέρες δικαίωμα εισόδου έχουν μόνο οι εμπορικοί επισκέπτες και οι επαγγελματίες από τον χώρο του τουρισμού. Τον άκρως επαγγελματικό χαρακτήρα της έκθεσης επιβεβαιώνει και το γεγονός οι εμπορικοί επισκέπτες αποτελούν τη πλειοψηφία (8.138 από τους 14.046 επισκέπτες του 2008), ενώ και οι διεθνείς εκθέτες υπερτερούν έναντι των εγχώριων καθώς ειδικά για φέτος από τους 372 συνολικά κύριους εκθέτες που έλαβαν μέρος στην έκθεση, μόνο οι 135 προέρχονταν από τα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα και οι υπόλοιποι 237 ήταν διεθνείς εκθέτες. Σε όλα

τα παραπάνω, αξίζει να προστεθεί και ένα απόσπασμα δήλωσης του κυρίου Jean-Luc Motot, Managing Director της ACCOR στην περιοχή της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής(η ACCOR είναι μία από τις μεγαλύτερες αλυσίδες ξενοδοχείων στον κόσμο) που αναφέρει χαρακτηριστικά τον Μάιο του 2007 στην ειδησεογραφική ιστοσελίδα www.breakingtravelnews.com “Είμαστε πολύ ευχαριστημένοι με την ευκαιρία που μας προσφέρει η Arabian Travel Market κάθε χρόνο δίνοντας μας τη δυνατότητα να εκθέσουμε τα ξενοδοχεία της εταιρείας μας στην υποσχόμενη αγορά της Μέσης Ανατολής”. Η παραπάνω δήλωση πιστεύω ότι αποδεικνύει το κύρος και τη σημασία αυτής της έκθεσης για αυτούς που δραστηριοποιούνται ήδη ή στοχεύουν στον Αραβικό κόσμο. Διοργανώτρια εταιρεία της Arabian Travel Market είναι η Reed Travel Exhibitions που ανήκει στην Reed Exhibitions Ltd. με έδρα το Λονδίνο και διοργανώνει και άλλες σημαντικές διεθνείς εκθέσεις τουρισμού ανά τον κόσμο, όπως η World Travel Market του Λονδίνου και η Ferien Messe της Βιέννης.



4.2.3 Philoxenia

Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Ελλάδα / Θεσσαλονίκη
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 18/11/2011 – 20/11/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης Helexpo
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1985
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο τέλος Οκτωβρίου με μέσα Νοεμβρίου
- Διοργανωτής : Helexpo A.E., Ελληνικός Οργανισμός Διεθνών Εκθέσεων, Συνεδρίων, Πολιτιστικών Εκδηλώσεων, Εγνατίας 154, Τ.Κ. 546 36, Θεσσαλονίκη, Τηλ.: 2310-291111 Φαξ: 2310-256827, grhelexpo@helexpo.gr, www.helexpo.gr
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι
- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Το εισιτήριο γενικής εισόδου για το κοινό κοστίζει €4Δωρεάν όλες τις ημέρες είναι η είσοδος για τους σπουδαστές όλων των

τουριστικών σχολών της χώρας. Η είσοδος του κοινού επιτρέπεται τις δύο τελευταίες ημέρες της έκθεσης (Σάββατο & Κυριακή), ενώ τις δύο πρώτες ημέρες (Πέμπτη & Παρασκευή) η είσοδος επιτρέπεται μόνο στους εμπορικούς επισκέπτες.

- Κόστος Ενοικίασεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : €95 για ενοικίαση ελεύθερου χώρου χωρίς εξοπλισμό ή €115 για ενοικίαση στεγασμένου χώρου με εξοπλισμό. Ισχύει ελάχιστο εμβαδό ανά εκθέτη 16τ.μ. Για ενοικίαση χώρου από 65τ.μ. έως 96τ.μ υπάρχει έκπτωση 10%, για 97-192τ.μ. έκπτωση 15% και για χώρο μεγαλύτερο από 193τ.μ. έκπτωση 20%.Ακόμη, έκπτωση 20% δικαιούνται οι εκθέτες που είναι μέλη του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.), του Συνδέσμου των εν Ελλάδα Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Πρακτόρων (Η.Α.Τ.Τ.Α. - Hellenic Association of Tourist and Travel Agencies), της Ένωσης Τουριστικών Γραφείων Μακεδονίας-Θράκης (Ε.Τ.Γ.Μ.Θ.), της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Επιχειρήσεων Τουρισμού (Π.Ο.Ε.Τ.) και του Συνδέσμου Πρακτόρων Τουρισμού Μακεδονίας-Θράκης (Σ.Π.Τ.Μ.Θ.).Επίσης, έκπτωση 10% δικαιούνται όλες οι ενώσεις ξενοδόχων της χώρας. Το τέλος εγγραφής ανέρχεται στα €121 και περιλαμβάνει καταχώρηση του εκθέτη στον επίσημο κατάλογο της έκθεσης και στο site της Philoxenia στο internet.



Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Η διεθνής έκθεση τουρισμού PHILOXENIA, είναι το ετήσιο ραντεβού όλων των επαγγελματιών του κλάδου στην Ελλάδα. Διεξήχθη για πρώτη φορά το 1985, καλύπτοντας έτσι το κενό που υπήρχε τότε στην χώρα μας στον τομέα των εκθέσεων τουρισμού τη στιγμή που οι περισσότερες χώρες είχαν αρχίσει ν' αποκτούν τις δικές τους εκθέσεις μέσα από τις οποίες προβάλλονταν τουριστικά και οι ίδιες σαν προορισμοί. Βέβαια, τα πρώτα χρόνια υπήρχε κάποιο θέμα σχετικά με τη περίοδο διεξαγωγής της, καθώς πραγματοποιούνταν σε περιόδους οι οποίες αντενδείκνυνται (όπως το Μάιο, ακριβώς πριν την έναρξη της θερινής περιόδου), γρήγορα όμως ξεπεράστηκε με τον ορισμό ορθολογικότερων ημερομηνιών διεξαγωγής και έτσι η PHILOXENIA άρχισε σιγά σιγά να βρίσκει το δρόμο της προς τη καταξίωση και την καθιέρωση της ως η σημαντικότερη τουριστική έκθεση στον ελλαδικό χώρο και μία από τις πιο σπουδαίες στην περιοχή της Μεσογείου, των Βαλκανίων και γενικότερα ολόκληρης της Νοτιοανατολικής Ευρώπης. Σήμερα, έχει καθιερωθεί η διεξαγωγή της ένα τετραήμερο (Πέμπτη – Κυριακή) το οποίο τοποθετείται χρονολογικά ανάμεσα στα τέλη Οκτωβρίου με μέσα Νοεμβρίου. Ο χώρος διεξαγωγής της PHILOXENIA, έχει παραμείνει ίδιος όλα αυτά τα χρόνια και δεν είναι άλλος από το Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Θεσσαλονίκης της Helexpo, η οποία είναι και η διοργανώτρια αρχή από καταβολής της εκθέσεως.

Στη σημερινή της μορφή όπως αναφέρθηκε πιο πάνω, διαρκεί τέσσερις ημέρες, με τις δύο πρώτες η είσοδος να είναι ανοιχτή μόνο για τους εμπορικούς επισκέπτες προωθώντας έτσι τον επαγγελματικό της χαρακτήρα και δημιουργώντας καταλληλότερες συνθήκες για επιτεύξεις εμπορικών συμφωνιών ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους επαγγελματίες, ενώ το Σαββατοκύριακο οι πύλες είναι ανοιχτές και για το απλό κοινό που του δίνεται κατ' αυτό τον τρόπο η δυνατότητα να γνωρίσει τον τουριστικό κόσμο και να ενημερωθεί καλύτερα σχετικά με τις τελευταίες εξελίξεις στο διεθνές τουριστικό γίγνεσθαι. Παράλληλα με την έκθεση, τα τελευταία χρόνια διεξάγονται μια σειρά από επιμορφωτικά σεμινάρια και ημερίδες με θέματα γενικότερου προβληματισμού και ενδιαφέροντος γύρω από τον τουρισμό, όπως επίσης και διάφορα workshops με συμμετοχή επαγγελματιών της τουριστικής αγοράς. Ακόμη, η PHILOXENIA ενισχύεται και με την παράλληλη διεξαγωγή της έκθεσης ξενοδοχειακού εξοπλισμού Hotelia, ενώ φέτος έλαβε χώρα και το 1^ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο Τουρισμού με θέμα «Ποιότητα στον

Τουρισμό & Προοπτικές Ανάπτυξης». Σε όλα τα παραπάνω πρέπει να προστεθούν τα ελληνικά βραβεία τουρισμού με την ονομασία “Μορφέας”, που απονέμονται κατά την τελετή έναρξης της έκθεσης και βραβεύονται μετά από ψηφοφορία οι δημοφιλέστεροι προορισμοί και μετά από ποιοτικές έρευνες, τα καλύτερα ξενοδοχεία. Τέλος, θα πρέπει να αναφερθεί η σημαντική τεχνολογική καινοτομία της PHILOXENIA, η οποία άρχισε να λειτουργεί από τη φετινή διοργάνωση και θα συνεχιστεί και στις επόμενες. Η καινοτομία αυτή είναι η ηλεκτρονική αγορά τουρισμού στο site www.afterexpromarket.gr, που δίνει τη δυνατότητα αποκλειστικά στους εκθέτες και τους εμπορικούς επισκέπτες της έκθεσης, να διατηρούν τις επαφές τους και μετά το πέρας αυτής. Όλα τα παραπάνω μαρτυρούν τη συνεχή αναπτυξιακή πορεία της PHILOXENIA και τη διαρκή της εξέλιξη. Αυτό καταδεικνύεται και μέσα από τα νούμερα, καθώς η φετινή διοργάνωση ήταν η εμπορικότερη όλων των εποχών με τους εμπορικούς επισκέπτες να σημειώνουν άνοδο κατά 40% και να ξεπερνούν συνολικά τους 3.750 προερχόμενοι από 30 χώρες, ενώ και οι απλοί επισκέπτες αυξήθηκαν 17% σε σχέση με το 2007. Το διεθνοποιημένο αυτό περιβάλλον της έκθεσης συμπλήρωσαν 120 συμμετοχές ξένων εκθετών από 26 χώρες. Τα εγκαίνια της PHILOXENIA 2008 πραγματοποίησε ο Υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης, κύριος Άρης Σπηλιωτόπουλος. Συνοψίζοντας, θα μπορούσε να πει κανείς ότι καμία ελληνική τουριστική επιχείρηση που σέβεται τον εαυτό της και το κλάδο στον οποίο δραστηριοποιείται δε μπορεί να λείπει απ’ αυτό το σπουδαίο ραντεβού, αλλά η PHILOXENIA είναι εξίσου σημαντική και για όσους εκτός Ελλάδος θέλουν κάποια μερίδιο από τη τουριστική αγορά της χώρας μας και των κρατών της Βαλκανικής. Η διεθνής έκθεση τουρισμού της Θεσσαλονίκης αποτελεί «διαβατήριο» για οποιοδήποτε προσδοκά οφέλη στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

4.2.4 MATKA



Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Φινλανδία / Ελσίνκι
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 20/01/2011 – 23/01/2011

- Εκθεσιακό κέντρο : Helsinki Fair Centre
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1987
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο, μέσα προς τέλος Ιανουαρίου
- Διοργανωτής : Suomen Messut - The Finnish Fair Corporation, P.O. BOX 21, Messuaukio 1, 00521 Helsinki, Tel: 09-15091 · Fax: 09-142358, info@finnexpo.fi, www.finnexpo.fi,
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι
- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Δωρεάν για εμπορικούς επισκέπτες που έχουν προεγγραφεί μέσω του επίσημου site της MATKA στο internet, €15 για αυτούς που εγγράφονται στο χώρο της έκθεσης. Το εισιτήριο για το κοινό κοστίζει €13, για τους σπουδαστές €9, για γκρουπ άνω των 10 ατόμων €9 άτομο και €28 το οικογενειακό πακέτο (περιλαμβάνει 2 εισιτήρια ενηλίκων και άλλα 2 για παιδιά έως 16 ετών).
- Κόστος Ενοικιάσεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : Για ελεύθερο χώρο μόνο, €111/τ.μ.-€120/τ.μ. ανάλογα με τη θέση του χώρου και €94/τ.μ. για χώρο μεγαλύτερο από 100τ.μ. Ελάχιστο εμβαδό ανά εκθέτη είναι τα 9τ.μ. Το τέλος εγγραφής είναι €350 για τον κύριο εκθέτη και €60 για κάθε συνεκθέτη και περιλαμβάνει την καταχώρηση της επιχείρησης στον επίσημο κατάλογο της έκθεσης και στο site της MATKA στο internet, όπως επίσης και τη χρήση των υπηρεσιών του κέντρου τύπου της έκθεσης το οποίο παρέχει διευκολύνσεις όπως διανομή δελτίων τύπων της επιχείρησης και γνωστοποίηση των προϊόντων της στα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Επίσης, υπάρχει η επιλογή του έτοιμου περιπτέρου με όλο τον εξοπλισμό, με τιμές από €1.504 έως €7.405 ανάλογα με τη θέση και το εμβαδό (διατίθενται από 9τ.μ. έως 50τ.μ.). Όλες οι παραπάνω τιμές επιβαρύνονται με Φ.Π.Α. 22%.

Προφίλ Έκθεσης και Γενικές Πληροφορίες

Η MATKA είναι η μεγαλύτερη διεθνής έκθεση τουρισμού από πλευράς συνολικού αριθμού επισκεπτών (85.000 το 2008, με τους 16.000 απ' αυτούς να είναι εμπορικοί επισκέπτες) σε ολόκληρη την Σκανδιναβία. διεξάγεται κάθε Ιανουάριο στο εκθεσιακό

κέντρο του Ελσίνκι και διαρκεί συνολικά 4 ημέρες (Πέμπτη – Κυριακή), από τις οποίες η πρώτη είναι αποκλειστικά ολόκληρη για τους ανθρώπους της τουριστικής βιομηχανίας, όπως και η δεύτερη ημέρα, μόνο όμως μέχρι τις 12:00 το μεσημέρι. Από εκεί και η πέρα η έκθεση του Ελσίνκι ανοίγει τις πόρτες της και για ολόκληρο το κοινό που θέλει να δει τις εξελίξεις στον τουριστικό τομέα και να γνωρίσει νέους προορισμούς ή να ενημερωθεί για ήδη υπάρχοντες. Στα πλαίσια των εκδηλώσεων της έκθεσης, τη προηγούμενη μέρα της επίσημης ενάρξεως πραγματοποιείται ένα workshop με συναντήσεις Φινλανδικών τουριστικών επιχειρήσεων με buyers που ενδιαφέρονται για την φινλανδική αγορά. Η έκθεση τουρισμού του Ελσίνκι, μέσω της ευρείας αποδοχής που γνωρίζει από κοινό και επαγγελματίες του κλάδου σε ολόκληρη την Βόρεια Ευρώπη, μπορεί να αποδειχθεί χρήσιμη στη προσέγγιση μίας ολόκληρης σειράς αγορών όπως αυτές των Σκανδιναβικών χωρών (Φινλανδία, Σουηδία, Νορβηγία, -ανία) οι οποίες μάλιστα υπερτερούν και σε εισοδήματα έναντι άλλων, της Ρωσίας, αλλά και των χωρών της Βαλτικής (Εσθονία, Λεττονία, Λιθουανία). Ενδεικτικό της οικονομικής διάστασης της MATKA είναι το γεγονός ότι το 2007 οι επισκέπτες της έκθεσης ξόδεψαν συνολικά περίπου 24.000.000€, καθώς οι περισσότεροι απ' αυτούς που πέρασαν από τα περίπτερα μεγάλων ταξιδιωτικών γραφείων, αγόρασαν και από ένα πακέτο διακοπών. Από ελληνικής πλευράς, το 2008 άξια αναφοράς είναι η παρουσίαση που έκανε στα πλαίσια της συγκεκριμένης έκθεσης ο HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers) για την προώθηση του επαγγελματικού και συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, τονίζοντας τις δυνατότητες που έχει η χώρα μας στους συγκεκριμένους τομείς.



4.2.5 F.I.TUR. (Feria Internacional de Turismo)



Γενικά Στοιχεία:

- Χώρα διεξαγωγής : Ισπανία / Μαδρίτη
- Ημερομηνία Διεξαγωγής 2011 : 19/01/2011 – 23/01/2011
- Εκθεσιακό κέντρο : Parque Ferial Juan Carlos I / Feria de Madrid
- Έτος Ιδρύσεως της έκθεσης : 1981
- Μήνας Διεξαγωγής : Κάθε χρόνο, τέλος Ιανουαρίου με αρχές Φεβρουαρίου
- Διοργανωτής : IFEMA, Feria de Madrid, Parque Ferial Juan Carlos I., 28042 Madrid, Tel: 091-7223000 · Fax: 091-7225788, lineaifema@ifema.es, www.ifema.es.
- Συμμετοχή Ε.Ο.Τ. : Ναι
- Αντίτιμο Εισιτηρίου : Οι εμπορικοί επισκέπτες μπορούν να εισέρχονται δωρεάν στο χώρο της έκθεσης είτε με πρόσκληση που έχουν προμηθευτεί από κάποιο εκθέτη, είτε εάν έχουν προεγγραφεί δηλώνοντας τα επαγγελματικά τους στοιχεία μέσω του επίσημου site της F.I.TUR. στο internet πριν από την 1^η Δεκεμβρίου του 2008. Εάν δεν ισχύει κάτι από τα παραπάνω, τότε έχουν την ευκαιρία να αγοράσουν απευθείας το εισιτήριο τους στην είσοδο του χώρου αντί €13για εισιτήριο μίας ημέρας (one day pass) ή με €25 εισιτήριο για όλες τις ημέρες (permanent pass). Οι παραπάνω τιμές διαμορφώνονται αντίστοιχα €7και €13σε περίπτωση που έχουν προεγγραφεί μετά τη 1η Δεκεμβρίου. Τις ημέρες που η έκθεση είναι ανοιχτή και προς το κοινό, το εισιτήριο του κοινού στοιχίζει €7και ισχύει για μία ημέρα. Τις τρεις πρώτες ημέρες η είσοδος στην έκθεση επιτρέπεται αποκλειστικά σε εμπορικούς επισκέπτες, ενώ τις δύο τελευταίες ημέρες η είσοδος επιτρέπεται και στο κοινό.
- Κόστος Ενοικιάσεως Εκθεσιακού Χώρου Εκθέτη (Οι τιμές αλλάζουν ανά έτος) : €127,5/τ.μ. για ελεύθερο χώρο μόνο και €63,75/τ.μ. για κάθε τ.μ. του δευτέρου ορόφου εάν ο εκθέτης επιθυμεί περίπτερο δύο ορόφων.

Ισχύει ελάχιστο εμβαδό ανά περίπτερο τα 16 τ.μ. Ακόμη, κάθε εκθέτης επιβαρύνεται με €2,73τ.μ. για ελάχιστη κατανάλωση ηλεκτρικής ενέργειας, €89,32 για ασφάλιση και €365 για παρουσία του στα διαφημιστικά έντυπα της έκθεσης. Ο εκθέτης απαλλάσσεται από τα δύο πρώτα τέλη εάν επιλέξει το πακέτο του προκατασκευασμένου περιπτέρου μαζί με τον απαραίτητο εξοπλισμό που του προσφέρουν έτοιμο οι διοργανωτές, όπου η τιμή διαμορφώνεται στα €3.022 για περίπτερο 16 τ.μ. και €174 για κάθε επιπλέον τ.μ. Όλες οι παραπάνω τιμές επιβαρύνονται με Φ.Π.Α. 7%, ενώ υπάρχει και reservation fee το οποίο διαμορφώνεται ως εξής: €450 (για περίπτερο 0-50 τ.μ.), €751 (51-100 τ.μ.), €1.500 (+101τ.μ.) + Φ.Π.Α. 7%.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5 : ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ WTM – IBT

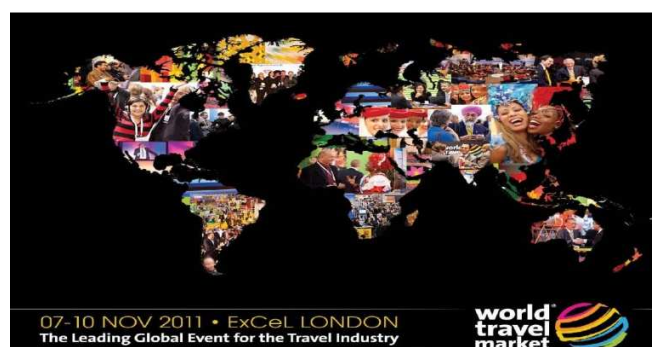
5.1 Αντικείμενο των Εκθέσεων

Ας μελετήσουμε τώρα δύο από τις σημαντικότερες διεθνής εκθέσεις τουρισμού στον κόσμο την έκθεση WTM του Λονδίνου και ITB του Βερολίνου του 2011 και τους τομείς απασχόλησής τους. Αρχικά θα τονίσουμε πως και οι δυο εκθέσεις ο κυρίως τομέας που αντιπροσωπεύουν είναι ο τομέας της βιομηχανίας και συγκεκριμένα ο κλάδος του Τουρισμού (Επίσημη γερμανική ιστοσελίδα εκθέσεων www.auma.de).

Θα δούμε αναλυτικά τους υποκλάδους προϊόντων και υπηρεσιών και από ποια έκθεση αυτοί αντιπροσωπεύθηκαν.

Υποκλάδος προϊόντων/υπηρεσιών	WTM 2011	ITB 2011
Τεχνολογία ταξιδιών (travel technology)	√	√
Υπεύθυνος Τουρισμός (responsible tourism)	√	√
Αεροπορικές Εταιρίες (airlines)	√	

Αθλητικός τουρισμός (sports tourism)	√	
Ξενοδοχεία (hotels)	√	
Κρουαζιέρα (cruise)	√	√
Πολυτέλεια (luxury)	√	
Αναδυόμενες Αγορές (emerging markets)	√	
Κόσμο των κρατήσεων (Book world)		√
Ημέρες επαγγελματικών ταξιδιών (Business travel days)		√
Πολιτιστικός τουρισμός (cultural tourism)		√
Οικονομική Διαμονή (economy accommodation)		√
Κόσμος ηλεκτρονικού ταξιδιού (etravel world)		√
Ταξίδια για ομοφυλόφιλους (Gay & Lesbian Travel)		√
Ταξιδιωτικές υπηρεσίες κινητών τηλεφώνων (mobile travel services)		√
Επαγγελματική κατάρτιση και απασχόληση (Training and Employment)		√
Τάσεις και Εκδηλώσεις (Trends and Events)		√
Ευεξία (wellness)		√
Ταξίδια Νέων (Youth Travel)		√



Με βάση τον παραπάνω πίνακα παρατηρούμε πως οι εκθέσεις παρουσιάζουν και κοινά στοιχεία έκθεσης και αυτά είναι:

1. Τεχνολογία ταξιδιών (Travel Technology)
2. Υπεύθυνος Τουρισμός (Responsible Tourism) όπου στην ITB έκθεση παρουσιάζεται μαζί με το κομμάτι της περιπέτειας κατά την διάρκεια ενός ταξιδιού σε συνδυασμό με την υπευθυνότητα.
3. Κρουαζιέρα (Cruise)

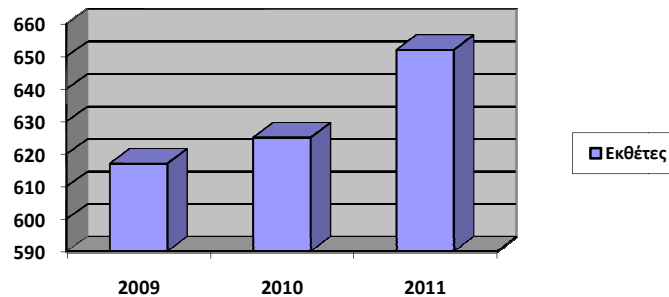
Αξίζει όμως να σημειώσουμε πως υπάρχουν και τομείς τους οποίους εκθέτουν και οι δύο εκθέσεις μέσα από διαφορετικούς τίτλους όπως για παράδειγμα η άθληση, τα σπορ και η περιπέτεια κατά την διάρκεια των διακοπών όπου στην έκθεση WTM παρουσιάζεται μέσα από τον αθλητικό τουρισμό (sports tourism) ενώ στην έκθεση του Βερολίνου μέσα από τη Περιπέτεια & Υπεύθυνος Τουρισμός (Adventure & Responsible Tourism).

Άλλος ένας κλάδος είναι η Πολυτέλεια (Luxury) όπου βλέπουμε στην έκθεση WTM και στην έκθεση του Βερολίνου ITB παρουσιάζεται μέσα από τον κλάδο της Ευεξίας (wellness) όπου διεθνή και εθνικά θέρετρα ευεξίας και ξενοδοχεία παρουσιάζουν τις υπηρεσίες τους και δείχνουν τις νέες τάσεις της μόδας.

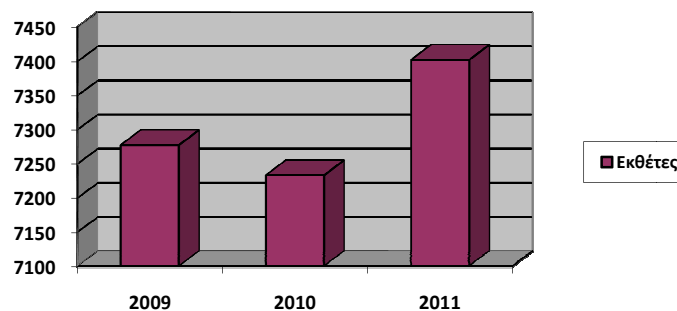


5.2 Εκθέτες, Έκταση Εκθέσεων και Επισκέπτες

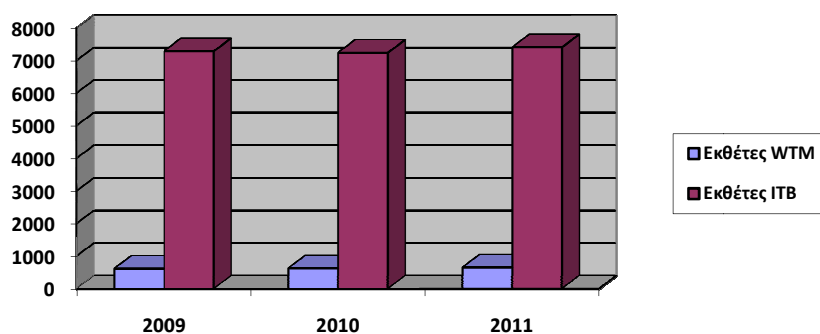
Όσον αφορά τους εκθέτες στην έκθεση WTM υπήρχαν 652 εκθέτες. Αξίζει να σημειώσουμε πως συγκριτικά με τα έτη 2009 και 2010 ο αριθμός των εκθετών ήταν αυξημένος όπως μπορούμε να δούμε και από το παρακάτω διάγραμμα.



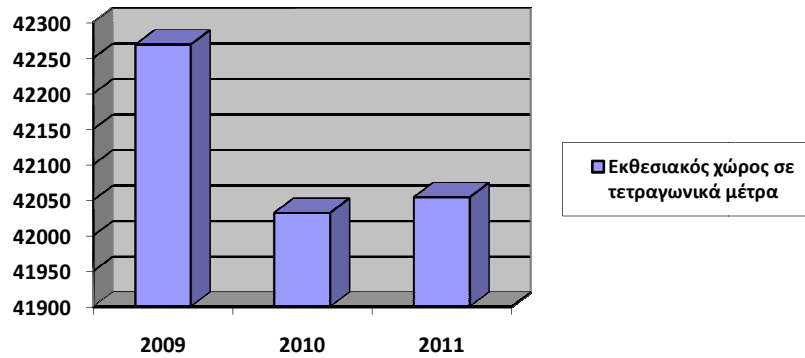
Στην έκθεση ITB οι εκθέτες ήταν 7.402 εκθέτες το 2011. Συγκριτικά με το 2009 και 2010 παρατηρούμε το παρακάτω διάγραμμα.



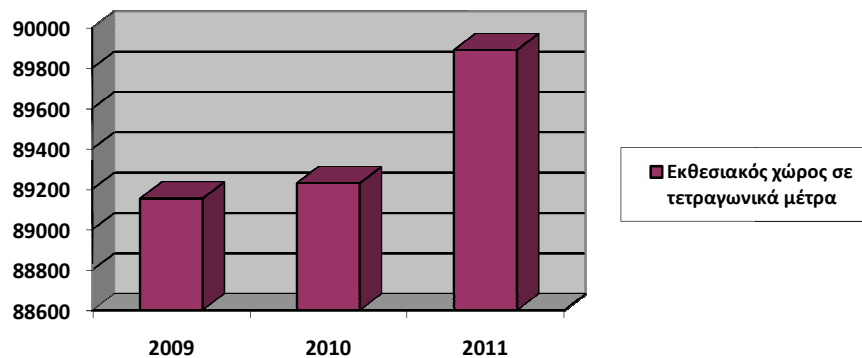
Το παρακάτω διαγράμματα σύγκρισης των εκθετών και για τις δύο εκθέσεις.



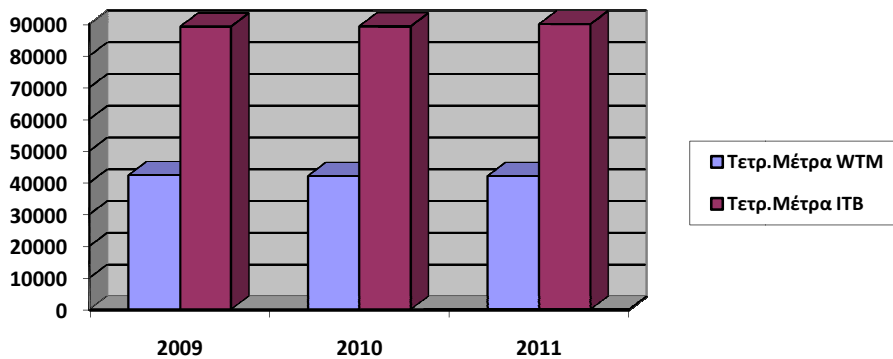
Στην έκθεση του Λονδίνου WTM ο συνολικός καθαρός εκθεσιακός χώρος ήταν 42.054 τετραγωνικά μέτρα που όμως μειώθηκε από το 2009 όπως φαίνεται και στο παρακάτω γράφημα. Αυξάνεται όμως από το 2010 στο 2011.



Στο Βερολίνο στην ITB ο καθαρός εκθεσιακός χώρος της έκθεσης το 2011 ήταν 89.889 τετραγωνικά μέτρα και ήταν αυξημένος κατά πολύ σε σύγκριση με το 2009 και το 2010.

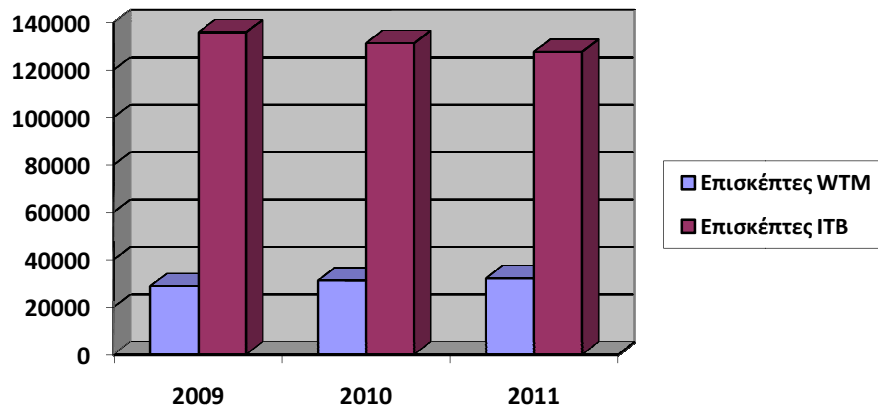


Για τα τετραγωνικά μέτρα καθαρού εκθεσιακού χώρου μπορούμε να δούμε πως η έκθεση του Βερολίνου είναι μια έκθεση μεγαλύτερης εμβέλειας.



Τέλος, αξίζει να μελετήσουμε και τον αριθμό των επισκεπτών για τις δύο εκθέσεις. Οι επισκέπτες της έκθεσης WTM αυξήθηκαν σταδιακά από το 2009 στο 2010 και έπειτα το 2011 αφού ο συνολικός αριθμός επισκεπτών ήταν 28.781, 31.153 και 32.096 επισκέπτες αντίστοιχα.

Η έκθεση ITB το 2009 είχε 135.672 επισκέπτες, το 2010 131.131 και το 2011 127.505 επισκέπτες συνολικά. Παρόλο που παρατηρείται μια σημαντική μείωση των επισκεπτών της σταδιακά το 2010 και έπειτα ξανά το 2011 η έκθεση ITB και πάλι ξεπερνάει κατά πολύ τον αριθμό των επισκεπτών της WTM. Ας δούμε το παρακάτω διάγραμμα.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6 : ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ

Συμπερασματικά και λαμβάνοντας υπόψη την συγκεκριμένη εργασία θα μπορούσαμε να τοποθετηθούμε θετικά απέναντι στον τουρισμό και τις μορφές του καθώς αποτελεί. Ο τουρισμός αποτελεί πηγή ανανέωσης, ευχαρίστησης και πολιτισμού για κάθε άνθρωπο και βασική πηγή εισοδημάτων για κάθε χώρα τονίζοντας μάλιστα πως σε πολλές χώρες είναι μια από ίσως και ο κυριότερος τομέας της οικονομίας.

Ο τομέας του τουρισμού με το πέρασμα των χρόνων πληγώθηκε από πολλά γεγονότα που είχαν σαν αποτέλεσμα την δυσμενή μετακίνηση των ανθρώπων και θεώρηση τέτοιου είδους δραστηριοτήτων ως πολυτέλεια. Παρόλα αυτά όμως επέζησε και εξαπλώθηκε. Έτσι όλος ο κόσμος και όχι μόνο οι πιο εύποροι οικονομικά μπορούν να απολαμβάνουν τις διακοπές τους.

Με το πέρασμα του χρόνου ο κλάδος αυτός αναπτύχθηκε και δημιουργήθηκαν πολλές και διαφορετικές φορές καλύπτοντας όλα τα γούστα και τις προτιμήσεις. Δημιουργήθηκαν πολλές εναλλακτικές μορφές όπως ο αγροτουρισμός που συνδυάζει τον τουρισμό παράλληλα με την εργασία, την μάθηση και την αγάπη για την φύση.

Σημαντικό κλάδο εναλλακτικού τουρισμού είναι και ο εκθεσιακός τουρισμός που πια έχει εξαπλωθεί σε ολόκληρο το πλανήτη, όπου όλες οι χώρες πραγματοποιούν εκθέσεις αφού τους αποφέρουν σημαντικά ποσοστά κέρδους.

Στην παρούσα πτυχιακή είδαμε λεπτομερώς πολλές διεθνής εκθέσεις του τουριστικού κλάδου αλλά δώσαμε έμφαση σε δύο συγκεκριμένες, αυτή του Λονδίνου WTM και αυτή του Βερολίνου ITB προχωρώντας έπειτα και στην σύγκρισή τους για το 2011.

Να αναφέρουμε πως η έκθεση του Βερολίνου αποτελεί μια πολύ μεγαλύτερη έκθεση από αυτή του Λονδίνου. Παρατηρούμε επίσης πως η έκθεση του Λονδίνου αποτελεί μια γενικότερη έκθεση για το τομέα του τουρισμού όπου οι κλάδοι προϊόντων και υπηρεσιών της έκθεσης είναι λιγότεροι από αυτούς της ITB που περιλαμβάνει περισσότερους τομείς

και αποτελεί μια πιο ολοκληρωμένη διοργάνωση παρουσιάζοντας με μεγαλύτερη λεπτομέρεια τους τομείς των ταξιδιών χωρίζοντας τους σε συγκεκριμένες υποκατηγορίες. Θα μπορούσαμε να πούμε πως η WTM αποτελεί μια έκθεση που ασχολείται κυρίως με την ενημέρωση των επαγγελματιών που εργάζονται σε αεροπορικές εταιρίες, ξενοδοχεία και άλλα τμήματα του τουρισμού και έπειτα με την παρουσίαση κάποιων νέων τεχνολογιών που διευκολύνουν την διαδικασία ενός ταξιδιού.

Η ενημέρωση του απλού κόσμου δεν φαίνεται να είναι έννοια των διοργανωτών της έκθεσης καθώς αυτό μας το επιβεβαιώνει και το γεγονός ότι στην συγκεκριμένη έκθεση δεν επιτρέπεται η είσοδος του κοινού σε αντίθεση με την έκθεση του Βερολίνου που απευθύνεται και σε επαγγελματίες και σε απλούς πολίτες.

Αντίθετα η ITB παρουσιάζει κυρίως δυνατότητες, επιλογές, λύσεις και καινοτομίες που απευθύνονται τόσο στους ταξιδιώτες και στο ευρύτερο κοινό όσο και σε επαγγελματίες και εργαζόμενους στον τουριστικό κλάδο. Προβάλλει καινοτόμες επιλογές όπως είναι οι διακοπές για ομοφυλόφιλους και ασχολείται με την νέα γενιά καθώς και με την εκπαίδευση και κατάρτιση.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- [1.] Ηγουμενάκης, Κραβαρίτης, Λύτρας, *Εισαγωγή στον τουρισμό*, Αθήνα, Interbooks, 1999
- [2.] Δουβίτσας Βασίλης, *Εγκυκλοπαίδεια Δομή*, τόμος 29, 2002-2005
- [3.] Σφακιανάκης Μανόλης, *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού*
- [4.] Σημειώσεις Κερασιώτη, *Τουρισμός και Οικονομία*, 2004
- [5.] Δημήτριος Σταθόπουλος, Άρθρο: *Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού, Σημαντικός Αρωγός στην Ανάπτυξη του Τουριστικού Προϊόντος*, 2006
- [6.] Εγκυκλοπαίδεια *Πάπυρος Larose Britannica*, 2007
- [7.] Leonard J. Lickorish, Carson L. Jenkins, *Μια εισαγωγή στον τουρισμό*, 2004
- [8.] Λαζανά, *Εισαγωγή στον Επαγγελματικό τουρισμό*, 2003, Αθήνα, Interbooks, 2003
- [9.] Rogers T., *Conferences: a Twenty-First Century Industry*, Addison Wesley Longman, 1998
- [10.] Επίσημη ιστοσελίδα WTM έκθεσης <http://www.wtmlondon.com>
- [11.] Επίσημη γερμανική ιστοσελίδα εκθέσεων www.auma.de
- [12.] Επίσημη ιστοσελίδα ITB έκθεσης www.itb-berlin.de
- [13.] Επίσημη ιστοσελίδα <http://www.all-athens-hotels.com>
- [14.] Επίσημη ιστοσελίδα διεθνούς εκθεσιακού κέντρου Κρήτης <http://www.dekk.gr>
- [15.] Γεώργιος Δημ. Κολτσιδόπουλος, *Τουρισμός*, 2001