



Ανώτατο Τεχνολογικό  
Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Κρήτης  
Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας  
Τμήμα Τουριστικών Επιχειρήσεων

## Πτυχιακή Εργασία

« Συνεδριακός Τουρισμός – Εμπειρική Έρευνα στην  
πόλη Χανίων»

Της φοιτήτριας ΑΜΑΛΙΑΣ ΛΙΟΝΤΟΥ

(Α.Μ. 4477)

Εισηγητής: Γεώργιος Απλαδάς

Ηράκλειο, Σεπτέμβριος 2009

---

# Συνεδριακός Τουρισμός Στο Νομό Χανίων – Εμπειρική Έρευνα

## Περίληψη Εργασίας

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού. Η μορφή αυτή περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων- εκδηλώσεων πολιτιστικών –κοινωνικών- πολιτικών, επιστημονικών και

διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την υποδομή όσο και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων. Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για τη διεκδίκηση μεγάλου μεριδίου της συνεδριακής αγοράς. Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, πράγμα που μας ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα. Έτσι, ενώ στο συνεδριακό χώρο έχουμε αρκετά συνέδρια που χρησιμοποιούν την Ελλάδα αλλά και την Κρήτη, δεν συμβαίνει το ίδιο με τα Χανιά.

Οποσδήποτε δε, η Κρήτη γενικά, αλλά και τα Χανιά ειδικά, δεν έχουν προβληθεί επαρκώς ως εκθεσιακός προορισμός. Μέχρι σήμερα δεν έχουμε δει μια ολοκληρωμένη πολιτική για μέσο-μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του θεματικού αυτού είδους τουρισμού, ούτε σε επίπεδο υποδομών, ούτε βέβαια και σε επίπεδο marketing.

Πραγματοποιήσαμε εμπειρική έρευνα με θέμα τις υποδομές και το ανθρώπινο δυναμικό της πόλης των Χανίων στο Συνεδριακό Τουρισμό καλώντας εμπλεκόμενους επαγγελματίες και φορείς να συμβάλλουν καθοριστικά με τη συμμετοχή τους στην επιτυχή διεξαγωγή της μελέτης.

Η έρευνα πραγματοποιείται κυρίως μέσω διαδικτύου και έχει ως στόχο αρχικά την καταγραφή και εν συνεχεία την αξιολόγηση του τρόπου οργάνωσης και λειτουργίας των συνεδριακών χώρων των Χανίων, καθώς και τη διερεύνηση του αντίκτυπου της παρουσίας τους στο σύγχρονο τουριστικό κύκλωμα και την τοπική κοινωνία.

Τα συμπεράσματα της έρευνας που προκύπτουν από την ανάλυση και επεξεργασία όλων των αποτελεσμάτων είναι τα εξής:

- έλλειψη εξειδικευμένης προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος
- έλλειψη οργανωμένης και ολοκληρωμένης πληροφόρησης / ενημέρωσης
- το ελληνικό συνεδριακό προϊόν δεν διαφοροποιείται και είναι απλά αποδέκτης των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν
- υπάρχει αυξημένη ζήτηση και ενδιαφέρον για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων και το ζητούμενο είναι να κεφαλαιοποιηθεί το ενδιαφέρον με κλείσιμο συνεργασιών.

## Συνεδριακός Τουρισμός Στο Νομό Χανίων – Εμπειρική Έρευνα

### Περιεχόμενα:

Εισαγωγή .....	5
----------------	---

### Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>

1. Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα...	
Διαφαίνεται η εξέλιξη έστω και με αργά βήματα .....	7
1.1. Συνεδριακός εκθεσιακός τουρισμός .....	8
1.2. Το συνέδριο και τα είδη του .....	11

1.2.1. Τα συνέδρια διακρίνονται	12
1.3. Ορισμοί των κυριότερων μορφών του συνεδριακού τουρισμού	13
1.3.1. Τύποι συνεδρίων	15
1.3.2. Οργάνωση και ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων	16
1.4. Θεσμοθέτηση του επαγγέλματος του PCO	17
1.4.1. Εκπαίδευση και εξειδικευμένα στελέχη	17
1.5. Το Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο	18
1.6. Η ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO)	19
1.7. Παρουσίαση Αποτελεσμάτων έρευνας από την Hospitality & Tourism σε συνεργασία με τον HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers)	20
1.7.1. Συμπεράσματα της Έρευνας	25
1.8. Προτεραιότητα ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Τα Οικονομικά και Κοινωνικά Οφέλη	26

## **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>**

2. Η Κρήτη μπορεί να γίνει και συνεδριακός προορισμός	30
2.1. Οι δυνατότητες των Χανίων	31
2.2. Προβολή της Κρήτης ως εκθεσιακού προορισμού	33
2.3. Συνεδριακοί και εκθεσιακοί χώροι στα Χανιά	37
<b>2.3.1. Minoa Palace Resort and Spa</b>	<b>38</b>
<b>2.3.2. Thalassa Beach Resort</b>	<b>40</b>
2.3.3. Το Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Μεσογείου (Μεγάλο Αρσενάλι)	44
2.3.4. Τα Ενετικά Νεώρια	45
2.3.5. Γιαλί Τζαμσί	47
2.3.6. Γαλλική Σχολή	48
2.3.7. Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων	49
2.3.8. Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Χρυσόστομος»	51
2.3.9. Το σπίτι του βουλευτή Μανούσου Κούνδουρου	52
2.3.9.1. Πνευματικό Κέντρο Χανίων	53
2.3.9.2. Πολιτιστικό Κέντρο Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου	55
2.3.9.1.4. Παλιό Τελωνείο	56
2.3.9.1.5. The Conference Center of MAICH	57
2.3.9.1.6. Το συνεδριακό κέντρο MAICH (μετάφραση)	58

## **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>**

Εμπειρική Έρευνα με ερωτηματολόγιο	
3.1. Συνεδριακός Τουρισμός: Έρευνα για τις υποδομές και το ανθρώπινο δυναμικό της πόλης των Χανίων	59
3.2. Παρουσίαση του Ερωτηματολογίου	60
3.3. Αποτελέσματα Έρευνας	62
3.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ	72

## **ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ**

• ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ .....	75
• ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ .....	76
• ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ .....	77
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1 .....	78
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2 .....	79
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3 .....	100

# Συνεδριακός Τουρισμός Στο Νομό Χανίων – Εμπειρική Έρευνα

---

## 1. Εισαγωγή

Ο τουριστικός κλάδος αποτελεί αναμφισβήτητα έναν από τους μεγαλύτερους οικονομικούς κλάδους στον κόσμο. Όπως όμως είναι γνωστό, ο συμβατικός μαζικός τουρισμός, αναπτυσσόμενος άναρχα, προκαλεί έντονες πιέσεις στο φυσικό περιβάλλον, σπαταλά τους φυσικούς πόρους, αλλοιώνει το δομημένο περιβάλλον και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των περιοχών, ενώ ένα άλλο χαρακτηριστικό του είναι η άνιση περιφερειακή κατανομή των κερδών μεταξύ των διαφόρων περιοχών. (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998).

Η κατάσταση αυτή, σε συνδυασμό με την ευαισθητοποίηση των πολιτών στα περιβαλλοντικά προβλήματα που δημιουργεί ο μαζικός τουρισμός, οδήγησε στην ανάγκη για ανάπτυξη νέων, ήπιων μορφών τουρισμού, που συμβάλλουν στην προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και της πολιτισμικής κληρονομιάς, ενώ παράλληλα ενισχύουν το εισόδημα των κατοίκων στις περιοχές-προορισμούς. (Φαληρέα, Λ. 2002)

Οι εναλλακτικές αυτές μορφές τουρισμού συνθέτουν ένα νέο πρότυπο αειφορικής τουριστικής ανάπτυξης, οι σημαντικότερες μορφές του οποίου γενικά είναι ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο γαστρονομικός τουρισμός, ο πολιτιστικός τουρισμός, ο θρησκευτικός τουρισμός, ο φυσιολατρικός και περιπατητικός τουρισμός, ο ορειβατικός τουρισμός, ο χειμερινός τουρισμός, ο θαλάσσιος τουρισμός,

ο αθλητικός τουρισμός, ο εκπαιδευτικός τουρισμός, ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός υγείας κ.λπ.

Πρέπει ωστόσο να αναφερθεί ότι συχνά γίνεται δυσδιάκριτος ο διαχωρισμός των εναλλακτικών μορφών τουρισμού τόσο με τον μαζικό τουρισμό, όσο και μεταξύ τους.

Οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού διαφέρουν από τον μαζικό τουρισμό όταν:

- Είναι μικρής, ελεγχόμενης και ρυθμιζόμενης κλίμακας
- Ενισχύουν οικονομικά και κοινωνικά τις τοπικές κοινωνίες
- Ελαχιστοποιούν τις αρνητικές επιδράσεις στο φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον
- Έχουν ποικιλία δραστηριοτήτων σε ατομική βάση
- Στηρίζονται σε βιώσιμα πρότυπα ανάπτυξης

Η διαφορά ανάμεσα στις διαφορετικές εναλλακτικές μορφές τουρισμού έγκειται τόσο στην οργάνωση και τις υποδομές της τουριστικής επίσκεψης, όσο και στο κίνητρο με το οποίο ο επισκέπτης επιλέγει μια μορφή τουρισμού από μια άλλη.

## Κεφάλαιο 1<sup>ο</sup>



### 1. Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα...

Διαφαίνεται η εξέλιξη έστω και με αργά βήματα

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μία από τις πιο πολλά υποσχόμενες μορφές τουρισμού αλλά και από τις πιο πολυσυζητημένες και ταλαιπωρημένες παράλληλα. Όλες οι ενδιαφερόμενες πλευρές (κράτος, φορείς, επιχειρηματίες) έχουν κατά' επανάληψη συμφωνήσει εδώ και δεκαετίες στις ανάγκες που έχει ο Συνεδριακός Τουρισμός για να αναπτυχθεί ορθολογικά και αποτελεσματικά αλλά ακόμα και σήμερα παραμένει στάσιμος εκτός ελαχίστων φωτεινών εξαιρέσεων, (Κραβαρίτης, Κ. 1992).



## 1.1. Συνεδριακός εκθεσιακός τουρισμός

Η μορφή αυτή περιλαμβάνει την οργάνωση συνεδρίων και διεθνών εκθέσεων σε περιοχές που προσφέρουν και άλλες δυνατότητες. Δυστυχώς για τη χώρα μας ενώ οι δυνατότητες που διαθέτει για την ανάπτυξη του τουρισμού αυτού είναι πολύ μεγάλες, βρίσκεται στην τελευταία θέση στη διεθνή συνεδριακή πίτα από την άποψη του αριθμού συνεδρίων που φιλοξενεί ετήσια. Η μέχρι σήμερα πείρα δείχνει ότι όσες ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις επένδυσαν σε μεγάλα και σύγχρονα συνεδριακά κέντρα διαπίστωσαν ότι ο τζίρος των συνεδριακών πελατών τους ήταν



διπλάσιος από αυτόν των άλλων πελατών τους και ότι παρά τη διεθνή ύφεση η ζήτηση για συνεδριακό τουρισμό αυξάνει σε αντίθεση με το γενικό τουρισμό που μειώνεται. Φαληρέα, Λ.(2002)

Για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού απαιτείται η λήψη μιας σειράς μέτρων τα οποία σχετίζονται τόσο με την υποδομή όσο και με την αλλαγή του θεσμικού πλαισίου για τους οργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων καθώς πολλά μη ειδικευμένα άτομα οργανώνουν σήμερα συνέδρια με αποτέλεσμα να δυσφημίζεται η Ελλάδα στο εξωτερικό. Όσον αφορά την υποδομή την τελευταία περίοδο υπάρχει μια έντονη κινητικότητα εκ μέρους της πολιτείας για να καλυφθούν οι ελλείψεις και παραλείψεις των προηγούμενων χρόνων.

Έτσι προχωρά η δημιουργία ενός Μητροπολιτικού Συνεδριακού και Εκθεσιακού Κέντρου στην Αθήνα στο οποίο υπολογίζεται ότι θα είναι έτοιμο σε περίπου δύο



χρόνια. Ήδη έχει επιλεγεί η εταιρία που θα αναλάβει να κατασκευάσει το κέντρο αυτό. Το κόστος της όλης επένδυσης υπολογίζεται ότι θα ξεπεράσει τα 70 εκατ. ευρώ. 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. Κραβαρίτης, Κ.(1992).

Η πλειάδα των αθλητικών εγκαταστάσεων που θα προκύψουν μετά από την οργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 θα μπορούν να αξιοποιηθούν στο πλαίσιο του αθλητικού τουρισμού καθώς, επωφελούμενοι και από το καλό κλίμα, ξένοι αθλητές και αθλητικά σωματεία θα μπορούν να προετοιμάζονται για μεγάλα αθλητικά γεγονότα στη χώρα μας.

Φτάσαμε στο 2005 έχοντας την κληρονομιά πλέον της επιτυχημένης διοργάνωσης της μεγαλύτερης εκδήλωσης παγκοσμίως που είναι οι Ολυμπιακοί Αγώνες που δεν διαφαίνεται να έχουμε καταφέρει να την κάνουμε να «πουλήσει» προς όφελος του τουρισμού και ειδικότερα του Συνεδριακού όπως θα ελπίζαμε και θα περιμέναμε. Φαληρέα, Λ.(2002)

Το τοπίο πλέον έχει αλλάξει και δεν είναι εποικοδομητικό να αναλώνεται κανείς σε λάθη και παραλείψεις του παρελθόντος και βέβαια δεν είναι αυτός ο σκοπός και αυτού του άρθρου, αλλά πρέπει να αντιδράσουμε γρήγορα και ουσιαστικά στις νέες συνθήκες που έχουν διαμορφωθεί και να τις αξιοποιήσουμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο προς όφελός μας.

Ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων ( HAPCO ) στην πρόσφατη γενική συνέλευση των μελών του περιέγραψε χαρακτηριστικά το νέο περιβάλλον ανάπτυξης του κλάδου το οποίο έχει τρεις σημαντικές αναφορές :

1. Τα θετικά δεδομένα της μεταολυμπιακής περιόδου όπως είναι η διεθνής

προβολή της χώρας, η ενίσχυση σχέσεων με τα τουριστικά δίκτυα διανομής και η βελτίωση των υποδομών σε συνδυασμό με την εμπειρία

2. Το νέο, αυτοτελές θεσμικό πλαίσιο στη Νέα Κυβέρνηση με την ίδρυση του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και την δρομολόγηση νέας τουριστικής πολιτικής
3. Την ενίσχυση του ρόλου του συνεδριακού τουρισμού στο συνολικό τουριστικό προϊόν, λαμβάνοντας υπόψη τη στροφή της διεθνούς αγοράς στις μορφές θεματικού τουρισμού, την υπόδειξη του Συνεδριακού τουρισμού ως δυναμικής συνιστώσας από την Ευρωπαϊκή Ένωση και την υιοθέτηση του συνεδριακού τουρισμού από την Ελληνική Περιφέρεια.

Ο HAPCO (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998) που αποτελεί αυτή τη στιγμή τον πιο δραστήριο φορέα στον κλάδο του Συνεδριακού Τουρισμού - με την ευκαιρία του θετικού κλίματος για μια δυναμική ανάπτυξη στον κλάδο, το άνοιγμα της νέας πολιτικής ηγεσίας στους φορείς του τουρισμού και την προοπτική δημιουργίας μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα έχει θέσει τους εξής στόχους:

- Να ενισχύσει το Συνεδριακό Τουρισμό ως μια σημαντική συνιστώσα Τουριστικής Ανάπτυξης της χώρας.
- Να συμβάλλει στην πολυμορφία και την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και στην προσέλκυση τουρισμού με υψηλό εισοδηματικό, κοινωνικό και μορφωτικό επίπεδο.
- Να προβάλλει την πληρότητα, την επάρκεια και την αξιοπιστία των μελών του στον κλάδο.
- Να διεκδικήσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών στην Ελληνική και Διεθνή κλαδική αγορά.

- Να εξασφαλίσει μεγαλύτερα μερίδια προγραμμάτων και εργασιών για τα μέλη του προβάλλοντας τις υπηρεσίες τους στην εγχώρια και διεθνή συνεδριακή αγορά και να καλλιεργήσει την αλληλεγγύη και τη συνεργασία μεταξύ τους ώστε να διασφαλίσει την προαγωγή των κοινών επαγγελματικών και οικονομικών τους συμφερόντων.
- Να παράσχει έγκυρη πληροφόρηση και εκπαίδευση σε θέματα συνεδριακού τουρισμού.

Οι παραπάνω στόχοι φαίνονται και είναι πολύ σωστοί και ελπιδοφόροι αν υλοποιηθούν σωστά όμως σχεδόν όλοι αποτελούν ενέργειες που θα έπρεπε να είναι μέσα στο προφίλ των Convention & Visitor Bureaux ( CVBs ). Στην Ελλάδα ήδη λειτουργεί το CVB της Θεσσαλονίκης από το 2000 και της Αθήνας από το 2004, ενώ έχει εξαγγελθεί και η δημιουργία του Εθνικού CVB από τον υπουργό Τουριστικής Ανάπτυξης Δημήτρη Αβραμόπουλο, και της Αττικής από την δήμαρχο Ντόρα Μπακογιάννη. Τα δύο πρώτα δεν φαίνεται να έχουν πείσει ακόμα για την αποτελεσματική λειτουργία τους ενώ τα δύο εξαγγελθέντα περιμένει όλη η αγορά πότε θα ιδρυθούν και θα τεθούν σε λειτουργία. Ο Δρ. Δημήτρης Κούτουλας που έχει μελετήσει σε βάθος το θέμα των CVBs αναλύει στο Travel Daily News το θέμα των CVBs και την πορεία τους μέχρι σήμερα, . Κραβαρίτης, Κ.(1992)

## **1.2. Το συνέδριο και τα είδη του**

Το συνέδριο ορίζεται ως ένα προγραμματισμένο και οργανωμένο γεγονός στο οποίο οι παρευρισκόμενοι καλούνται να συζητήσουν ένα θέμα κοινού ενδιαφέροντος. (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998)

Όπως έχουμε αναφέρει το συνέδριο και ο τουρισμός συσχετίζονται όταν οι σύνεδροι που συμμετέχουν σε αυτό δεν προέρχονται πάντα από τον ίδιο χώρο και κάνουν

χρήση των υπηρεσιών που ανήκουν στην τουριστική βιομηχανία, όπως ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, εστιατόρια κ.α. προκειμένου να εξυπηρετηθούν. Επίσης, όταν ένα συνέδριο εταιρείας δεν πραγματοποιείται μέσα στις εγκαταστάσεις της, χρησιμοποιούνται συνεδριακοί χώροι, ξενοδοχεία κ.α. που έχουν δημιουργηθεί για να εξυπηρετούν πρωτίτως την τουριστική βιομηχανία. Έτσι, το συνέδριο εντάσσεται στον τουρισμό και πιο συγκεκριμένα στον επαγγελματικό τουρισμό ανεξάρτητα, για παράδειγμα, από την διάρκεια του, η οποία μπορεί να είναι μερικές μέρες ή ώρες, από το μέγεθός του που μπορεί να ανέρχεται σε δέκα, εκατό ή χίλια άτομα, ή από την διεθνή ή την εθνική συμμετοχή των συνέδρων (Λαζανά ,2003).

### **1.2.1 Τα συνέδρια διακρίνονται:**

- Με βάση το αντικείμενο με το οποίο ασχολούνται σε επαγγελματικά, επιστημονικά, πολιτιστικά, πολιτικά, κοινωνικά κ.λπ.
- Με βάση τη συχνότητα με την οποία συνέρχονται σε σταθερά συνέδρια ή ημερίδες, που τελούνται σε συνδυασμό με εκθέσεις, και σε μη σταθερά, περιοδικά και μη περιοδικά συνέδρια, όσα δηλαδή δεν παρουσιάζουν ούτε περιοδικότητα ούτε σταθερότητα.
- Με βάση την χρονική τους διάρκεια. Η διάρκεια του συνεδρίου εξαρτάται από το πρόγραμμα που θα ακολουθήσει. Έτσι, τα διακρίνουμε σε ημερήσια, ολιγοήμερα κ.α. Συνήθως όμως, οι σύνεδροι φτάνουν στο τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου μια μέρα πριν την έναρξη. Ωστόσο, συχνά οι σύνεδροι παρατείνουν την παραμονή τους για κάποιες μέρες μετά την διεξαγωγή του συνεδρίου, ιδιαίτερα αν ακολουθεί Σαββατοκύριακο.
- Με βάση το γεωγραφικό τους χαρακτήρα σε τοπικής, περιφερειακής, εθνικής και διεθνούς εμβέλειας.

- Με βάση τον αριθμό των συμμετεχόντων σε ολιγομελή ή πολυάριθμα.

Ανάλογα με τον τύπο και το θέμα του συνεδρίου, οι συμμετέχοντες είναι επιχειρηματίες, στελέχη επιχειρήσεων, ειδικοί επιστήμονες διαφόρων ειδικοτήτων (Βενετσανοπούλου, 2006).

### **1.3. Ορισμοί των κυριότερων μορφών του συνεδριακού τουρισμού**

Οι πιο συνηθισμένοι και ευρέως χρησιμοποιούμενοι όροι στο συνεδριακό τουρισμό σύμφωνα με τα στοιχεία που προέκυψαν από τη βιβλιογραφική έρευνα είναι τα παρακάτω (Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π., 1998). :

**Διάλεξη:** είναι η συνάντηση ακαδημαϊκών ή ερευνητών με σκοπό τη συζήτηση και διευκρίνιση ενός θέματος κοινού ενδιαφέροντος. Η παρουσία του θέματος είναι απόλυτα δομημένη, αν και κατά κανόνα έχει λιγότερο επίσημο ύφος. Οι διαλέξεις δεν πραγματοποιούνται με συγκεκριμένη περιοδικότητα.

**Διάσκεψη:** είναι μια μορφή συνεδρίου μεγάλης διάρκειας η οποία απαιτεί την ενεργή συμμετοχή συνέδρων. Μπορεί να έχει τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα.

**Τηλεδιάσκεψη:** Η τηλεδιάσκεψη είναι η δορυφορική σύνδεση δύο ή περισσότερων σημείων, λ.χ. αιθουσών, όπου υπάρχουν συνέδριοι, που έχουν τη δυνατότητα να επικοινωνήσουν σε πραγματικό χρόνο με άλλους συνέδρους, ευρισκόμενους σε απομακρυσμένο χώρο, μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών και γιγαντο-οθόνων.

**Εργαστήριο:** το εργαστήριο είναι η συνάντηση όπου ενθαρρύνονται η έκφραση και η ανταλλαγή απόψεων και εξετάζονται διάφορες μέθοδοι και η εφαρμογή τους σε συγκεκριμένους τομείς. Συνήθως λειτουργεί παράλληλα και με συνέδριο

**Ημερίδα:** η ημερίδα είναι η συνάντηση που έχει πανηγυρικό χαρακτήρα ή που αποτελεί γενέθλια επέτειο του εκάστοτε οργανωτικού φορέα που την πραγματοποιεί. Διαρκεί, όπως φαίνεται από την ονομασία της, μια ημέρα.

**Σεμινάριο:** το σεμινάριο είναι η συγκέντρωση ατόμων που ανήκουν σε μια συγκεκριμένη ομάδα με σκοπό την εκπαίδευσή τους, η οποία θα έχει ως αποτέλεσμα την εξοικείωσή τους με ένα θέμα ή προϊόν ή τον εμπλουτισμό των γνώσεών τους. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι συνήθως μικρός.

**Συμπόσιο:** είναι η συνάθροιση ατόμων μετά μουσικής και συζήτησης ή επίσημη συνάντηση ειδικών ενός συγκεκριμένου τομέα με σκοπό τη διερεύνηση ενός θέματος ή την παρουσίαση σχετικών εργασιών.

**Δορυφορικό συμπόσιο:** είναι συνάντηση στην οποία κάποιος ή κάποιοι από τους εισηγητές εμφανίζονται σε οθόνη μέσω internet ή δορυφόρου.

**Συνάντηση:** είναι η συγκέντρωση ατόμων μιας εταιρίας με σκοπό τη συζήτηση πάνω σε ένα θέμα ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος. Οι συναντήσεις αυτές μπορεί να γίνονται έκτακτα ή σε προγραμματισμένα τακτά διαστήματα.

**Συνέδριο:** είναι η τακτική συνάθροιση πολυμελούς ομάδας για την παρουσίαση και ανάπτυξη συγκεκριμένων θεμάτων. Τα συνέδρια συνήθως διαρκούν αρκετές ημέρες και συνοδεύονται από παράλληλες συνεδρίες. Πραγματοποιούνται σε επαναλαμβανόμενη κυκλική βάση, κατά κανόνα η συχνότητα των εθνικών συνεδρίων είναι ετήσια, ενώ των διεθνών υπολογίζεται σε δύο με τρία χρόνια.

**Συνέλευση:** είναι η γενική και επίσημη συγκέντρωση μιας νομοθετικής κοινωνικής ή οικονομικής ομάδας με σκοπό, την ανταλλαγή πληροφοριών, πάνω σε ένα

συγκεκριμένο θέμα και τη συγκατάθεση των συμμετεχόντων για την υιοθέτηση μιας συγκεκριμένης πολιτικής. Κατά κανόνα οι συνελεύσεις είναι περιορισμένης διάρκειας και γίνονται σε μη τακτά διαστήματα.

**Σύνοδος:** είναι η συνάθροιση υψηλά ιστάμενων προσώπων, για παράδειγμα μελών της κυβέρνησης. Οι σύνοδοι δεν έχουν τακτική συχνότητα.

**Σύσκεψη:** είναι η συνάντηση μιας ομάδας ατόμων με σκοπό την ανταλλαγή και διάδοση απόψεων και μηνυμάτων, την έναρξη διαλόγου και την επίλυση προβλημάτων. Οι συσκέψεις είναι συνήθως μικρότερης διάρκειας και κλίμακας από τα συνέδρια.

**Φόρουμ:** είναι η συνάθροιση ατόμων όπου γίνεται ανοικτή συζήτηση από διακεκριμένους συμμετέχοντες για την ανταλλαγή απόψεων σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

(Κραβαρίτης 1992, Λαζανά 2003, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007)

### **1.3.1. Τύποι συνεδρίων**

Η Παπαγεωργίου (2007) αναφέρει σχετικά με τους τύπους των συνεδρίων ότι αυτά μεγάλα ή μικρά, υπηρετούν την ανάγκη ενημέρωσης, επικοινωνίας και ανταλλαγής απόψεων και ιδεών. Αποτελούν επίσης χώρο σειράς κοινωνικών δραστηριοτήτων που, φυσικά, σχετίζονται με το κύριο θέμα του συνεδρίου. Οι βασικοί τύποι συνεδρίων είναι οι εξής:

- Επιστημονικά συνέδρια
- Εμπορικά- επαγγελματικά συνέδρια
- Πολιτικά, κομματικά και κοινωνικά συνέδρια

- Συνέδρια διεθνών οργανώσεων και οργανισμών
- Συσκέψεις
- Σεμινάρια

### 1.3.2. Οργάνωση και ειδικά χαρακτηριστικά των συνεδρίων

Η διοργάνωση ενός συνεδρίου είναι μια ιδιαίτερα απαιτητική προσπάθεια, που χαρακτηρίζεται από επαγγελματισμό και εξειδίκευση. Σχηματικά, η πορεία διοργάνωσης ενός συνεδρίου στα βασικά της σημεία είναι η εξής:

ΠΙΝΑΚΑΣ 2.2. Η πορεία διοργάνωσης ενός συνεδρίου

ΥΠΕΥΘΥΝΟΣ	ΕΝΕΡΓΕΙΑ
Φορέας διοργάνωσης	Απόφαση διεξαγωγής συνεδρίου  Εκλογή οργανωτικής επιτροπής
Οργανωτική επιτροπή	Επιλογή διοργανωτή
Διοργανωτής	Συνεργασία με την οργανωτική επιτροπή, για καθορισμό του προγράμματος  Ενέργειες  -Πριν το συνέδριο  -Κατά το συνέδριο  -Μετά το συνέδριο



	Απολογισμός προς την οργανωτική επιτροπή
Διοργανωτής	Τελικός απολογισμός στο φορέα
Φορέας διοργάνωσης	Κλείσιμο συνεδρίου

#### **1.4. Θεσμοθέτηση του επαγγέλματος του PCO**

Μία θετική εξέλιξη στο θέμα του Συνεδριακού Τουρισμού ήταν η εξαγγελία του κ. Αβραμόπουλου στο πρόσφατο συνέδριο του HAPCO για την προώθηση νομοθεσίας που θα κατοχυρώνει και θα διασφαλίζει το επάγγελμα του διοργανωτή συνεδρίων, απαντώντας έτσι σε ένα καίριο αίτημα των επαγγελματιών του κλάδου και λύνοντας έτσι την μάστιγα των «ερασιτεχνών» οργανωτών συνεδρίων που σε πολλές περιπτώσεις δυσφημούν τον κλάδο και τη χώρα , Κραβαρίτης, Κ.(1992).

Στο ίδιο συνέδριο ο υπουργός επεσήμανε, επίσης, την ανάγκη για υποστήριξη της συνεδριακής βιομηχανίας, μέσω εκτεταμένων και κατάλληλων ενεργειών προβολής κάτι που μέχρι σήμερα δεν έχει γίνει εμπλουτίζοντας έτσι τη γενική διαφημιστική προβολή του ελληνικού τουρισμού με θεματικές ενότητες ειδικά για τον Συνεδριακό.

##### **1.4.1. Εκπαίδευση και εξειδικευμένα στελέχη**

Αυτό μας φέρνει και σε ένα άλλο μεγάλο θέμα που απασχολεί τον κλάδο. Αυτό των εξειδικευμένων και εκπαιδευμένων στελεχών προκειμένου να γίνει ανταγωνιστικό το ελληνικό συνεδριακό προϊόν και να βελτιωθεί η συνολικότερη εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό. Φαληρέα, Λ.(2002). Και πάλι εκτός από μία μεμονωμένη προσπάθεια του νεοσύστατου εκπαιδευτικού οργανισμού Trinity στην Κρήτη, που έχει

δημιουργήσει ειδική κατεύθυνση σπουδών, δεν υπάρχει άλλη σοβαρή και συστηματική κίνηση μέχρι στιγμής, γεγονός που οδήγησε και τον HAPCO στην απόφαση να στηρίξει την προσπάθεια αυτή και να συνεργαστεί με το επιστημονικό δυναμικό της Trinity , αλλά και με το τμήμα των Μεταπτυχιακών Σπουδών Τουρισμού του Πανεπιστημίου Πειραιώς, για τη δημιουργία στελεχών και για την καλύτερη επάνδρωση των PCOs (Κραβαρίτης 1992, Λαζανά 2003, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007).

### **1.5. Το Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο**

Η δημιουργία του Μητροπολιτικού Συνεδριακού Κέντρου Αττικής, μεγάλης χωρητικότητας, που θα αναδείξει την Ελλάδα ολόκληρη σε συνεδριακό προορισμό αξιώσεων είναι ένα από τα «αγκάθια» που έχουν βασανίσει πολλά χρόνια τον κλάδο. Όλες οι κυβερνήσεις το έχουν εξαγγείλει και καμιά δεν το έχει υλοποιήσει. Σήμερα έχοντας τις υποδομές των σταδίων που δημιουργήθηκαν για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων το θέμα ξαναήρθε στην επιφάνεια πάλι όμως κατ' ανάγκη ως ενδιάμεση προσωρινή λύση. Φαληρέα, Λ.(2002). Οι φορείς βλέποντας ότι οι κυβερνήσεις δεν έχουν στην ουσία την βούληση να δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την κατασκευή ειδικών προδιαγραφών αυτόνομου συνεδριακού κέντρου στράφηκαν στη λύση της μετατροπής κάποιου από τα στάδια.

Ο HAPCO τόσο στο 1 ο Πανελλήνιο Συνέδριο για το Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό όσο και με λεπτομερή Υπομνήματα, τον Αύγουστο 2004 και το Φεβρουάριο 2005 ζήτησε από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης την εξασφάλιση από τα Ολυμπιακά Ακίνητα Α.Ε. του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου (Tae Kwon Do ) προκειμένου να χρησιμοποιηθεί ως μόνιμο Μητροπολιτικό Συνεδριακό και Εκθεσιακό Κέντρο της Αθήνας - κάτι που εξακολουθεί να στερείται η

Συνεδριακή Αθήνα. Παράλληλα, ο HAPCO προέβη και σε υποδείξεις για την καλύτερη μετατροπή και λειτουργικότητα του χώρου έχοντας την κατάλληλη τεχνογνωσία με την οπτική του επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων που χειρίζεται καθημερινά ανάγκες και λύνει προβλήματα. Όμως η κυβερνητική απόφαση είναι ακόμα σε αναμονή.

Παράλληλα βέβαια δεν φαίνεται να γίνονται και οι ενέργειες μάρκετινγκ που απαιτούνται για να αναδειχθεί η Ελλάδα σε ιδανικό προορισμό συνεδρίων ως 1000 ατόμων, δεδομένου ότι το 85% και πλέον των συνεδρίων ανά τον κόσμο είναι μέχρι αυτής της δυναμικότητας, σύμφωνα με τις έρευνες διεθνών φορέων.

## **1.6. Η ίδρυση Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων (EFAPCO)**

Ένα σημαντικό βήμα προς την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη έχει γίνει με ελληνική πρωτοβουλία. Η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Ομοσπονδίας Συνδέσμων Οργανωτών Συνεδρίων ( EFAPCO ) με 7 Συνδέσμους ιδρυτικά μέλη μεταξύ των οποίων και ο HA PCO , 31 συνδεδεμένα και 14 υποστηρικτικά, με γραφεία και προσωπικό στις Βρυξέλλες είναι πλέον πραγματικότητα. Πρόεδρος του EFAPCO για τη διετία 2004-2006 εξελέγη ο Αντιπρόεδρος HA PCO κος Ζαχαρίας Καπλανίδης. Βασικός στόχος της EFAPCO είναι η προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ευρώπη, η ενθάρρυνση της συνεργασίας μεταξύ των μελών της και η αναγνώριση και πιστοποίηση του επαγγέλματος των PCO στην Ευρωπαϊκή Ένωση. (Κραβαρίτης 1992, Λαζανά 2003, Κραβαρίτης & Παπαγεωργίου 2007).

### **1.7. Παρουσίαση Αποτελεσμάτων έρευνας από την Hospitality & Tourism σε συνεργασία με τον HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers)**

Πραγματοποιήθηκε μια ποιοτική και ποσοτική έρευνα με ηλεκτρονική αποστολή ερωτηματολογίου σε PCOs (Professional Congress Organizers ) /DMCs (Destination Management Companies ) ανά τον κόσμο. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε τον Ιανουάριο και Φεβρουάριο του 2006. Η δομή του ερωτηματολογίου περιελάμβανε κλειστές και ανοιχτές ερωτήσεις και παρόλο που το βασικό θέμα της έρευνας ήταν η ανταγωνιστικότητα και οι προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, εντούτοις συμπεριλήφθηκαν και κάποιες ερωτήσεις που αφορούν εν γένει την προβολή του συνεδριακού τουρισμού.

#### **A) Προβολή ενός Συνεδριακού Προορισμού**

Ζητήθηκε να αξιολογήσουν τις πηγές ενημέρωσης και συγκεκριμένα τις επτά πηγές από τις οποίες αντλούν πληροφορίες και γενικά στοιχεία για συνεδριακούς προορισμούς.

Εντυπωσιακό ήταν το ποσοστό των ιστοσελίδων που επιβεβαιώνει ότι το διαδίκτυο παίζει καθοριστικό ρόλο όχι μόνο εν γένει στην τουριστική βιομηχανία, αλλά ακόμη και στους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων.

Στη δεύτερη κατηγορία, τα Local Convention Bureau και Associations. Ακολουθούν τα References (word of mouth, οι συστάσεις από τοπικούς PCO κλπ) και οι συνεδριακές εκθέσεις.

Ένα σημείο που αξίζει ιδιαίτερης προσοχής είναι οι διαφημιστικές καταχωρήσεις.

Κάποιες φορές υπάρχει αδυναμία στη διαφοροποίηση της διαφημιστικής καταχώρησης. Η τουριστική καταχώρηση που απευθύνεται στο ευρύ κοινό δεν

μπορεί να είναι ίδια με τις καταχωρήσεις που αφορούν τους επαγγελματίες. Για παράδειγμα, οι μεγαλεπήβολες εκφράσεις, τα σλόγκαν κ.τ.λ. που χρησιμοποιούνται σε όλες σχεδόν τις καταχωρήσεις τουριστικών προορισμών, μπορεί να είναι αποτελεσματικές στο ευρύ κοινό, όχι όμως στους PCOs. Οι PCOs είναι επαγγελματίες, απαιτούν χρηστική πληροφόρηση, Κραβαρίτης, Κ.(1992), ή ενημέρωση και όχι σλόγκαν που συναντούμε σε άλλες καταχωρήσεις, .

Αναμενόταν ότι το διαδίκτυο θα αποτελέσει σημαντική πηγή ενημέρωσης, γι' αυτό και συμπεριλήφθηκε μια ερώτηση για να αναφέρουν αν γνωρίζουν κάποιες ιστοσελίδες στις οποίες ανατρέχουν για εύρεση πληροφοριών που αφορούν το ελληνικό συνεδριακό προϊόν : το συντριπτικό ποσοστό του 81% απάντησε ότι δεν γνωρίζει καμία ιστοσελίδα και μόλις το 19% ανέφερε ότι γνωρίζει κάποια σελίδα.

Είναι γεγονός ότι η κλασική μέθοδος για την προβολή του συνεδριακού προϊόντος είναι οι διεθνείς συνεδριακές εκθέσεις. Κρίθηκε λοιπόν σκόπιμο να ζητηθεί από τους PCOs να αξιολογήσουν τις έξι σημαντικότερες συνεδριακές εκθέσεις. .

Πρωτοστάτησαν η EIBTM και η IMEX, στη δεύτερη κατηγορία η Confex του Λονδίνου και το Motivation Show στο Σικάγο και στην Τρίτη κατηγορία οι αντίστοιχες εκθέσεις στη Φλωρεντία και άλλη μια στο Λονδίνο.

#### B) Ανταγωνιστικότητα και Αξιολόγηση Κριτηρίων Επιλογής του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος

Πριν γίνει η αξιολόγηση του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος ζητήθηκε να αξιολογήσουν μερικά από τα σημαντικότερα κριτήρια επιλογής ενός συνεδριακού τουρισμού (με βάση το βαθμό σπουδαιότητας) Συμπεριλήφθηκαν 18 κριτήρια επιλογής εκ των οποίων ξεχώρισαν με βάση το υψηλότερο ποσοστό :

- η αεροπορική πρόσβαση
- η ασφάλεια του προορισμού

- το value for money
- το image / reputation
- και η ύπαρξη αξιόπιστου local PCO

Στη συνέχεια ζητήθηκε να αξιολογήσουν τα κριτήρια επιλογής της Ελλάδος ως συνεδριακός προορισμός. Συμπεριλήφθηκαν 18 κριτήρια επιλογής, εκ των οποίων ξεχώρισαν με βάση το υψηλότερο ποσοστό βαθμού ικανοποίησης:

- ο πολιτισμός και η ιστορία
- η ασφάλεια
- το κλίμα
- και το image-reputation

Δύο σημαντικά σχόλια που προκύπτουν από την παρούσα ερώτηση, το πρώτο αφορά στην ασφάλεια για την οποία φαίνεται ότι η Ελλάδα αποκτά ένα συγκριτικό πλεονέκτημα και το δεύτερο αφορά στο image-reputation το οποίο βρίσκεται σε πολύ υψηλό ποσοστό. Αξιοσημείωτο είναι επίσης το γεγονός ότι τα κριτήρια επιλογής που επιλέχτηκαν από τους ερωτηθέντες σχετίζονται εν γένει με το ελληνικό τουριστικό προϊόν και όχι με κάποιο κριτήριο επιλογής που σχετίζεται άμεσα με το καθαυτό συνεδριακό προϊόν, Κραβαρίτης, Κ.(1992)

Στην ίδια ερώτηση, τα κριτήρια επιλογής που παρουσίασαν το υψηλότερο ποσοστό βαθμού ΜΗ ικανοποίησης είναι τα ακόλουθα

- Access on Related information – αφορά στη δυσκολία ή στην έλλειψη μέσων για εύρεση χρηστικών και ολοκληρωμένων πληροφοριών
- Reliable local PCO – έλλειψη αξιόπιστου PCO. Η ερμηνεία για την έλλειψη αξιόπιστου PCO προέρχεται από το γεγονός ότι το επάγγελμα του PCO δεν είναι θεσμοθετημένο και συνεπώς υπάρχουν ελεύθεροι επαγγελματίες ή / και ταξιδιωτικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων / ταξιδιών

κινήτρων χωρίς εμπειρία, γνώση και ενδεχομένως και αξιοπιστία – πλήττοντας έτσι και τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό, Κραβαρίτης, Κ.(1992).

- Off-site venues for events :

αναμενόμενο αποτέλεσμα αφού οι ελληνικοί προορισμοί αδυνατούν να κάνουν χρήση πολλών αξιόλογων πολιτιστικών και μη χώρων για τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης (π.χ. πρόβλημα χορήγησης άδειας κ.τ.λ.) εν αντιθέσει με άλλες χώρες οι οποίες εκμεταλλεύονται αποτελεσματικά την ύπαρξη εντυπωσιακών χώρων /μουσείων  
E, Value for money.

Υπήρχε επίσης ανοιχτή ερώτηση προς όλους τους PCOs με την οποία ζητούσαμε να μας αναφέρουν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού και ανεξαρτήτως προηγούμενης ή μη εμπειρίας. Το value for money και η απευθείας αεροπορική πρόσβαση αυξάνονται σημαντικά σε συχνότητα αναφοράς όταν καλούνται να απαντήσουν ερωτηθέντες που δεν έχουν επιλέξει μέχρι σήμερα την Ελλάδα.

Στην επόμενη ερώτηση ζητείται να πουν την πρόθεση συνεργασίας με ένα τοπικό PCO / DMC για την οργάνωση συνεδρίου, incentive κ.λπ. στην Ελλάδα. Το ποσοστό των ερωτηθέντων που δήλωσαν ότι θα συνεργαστούν με έναν Έλληνα PCO ήταν συντριπτικό και άγγιξε το 96%.

Η επόμενη ερώτηση μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο ξεχωριστής έρευνας.

Περιλάμβανε την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των μεσογειακών χωρών ως συνεδριακοί προορισμοί. Στόχος της ερώτησης ήταν να γίνει μια γενική αποτίμηση των μεσογειακών χωρών, διότι άλλη είναι η αξιολόγηση για διεξαγωγή συνεδρίων και άλλη αυτή για τα ταξίδια κινήτρων κλπ.

Η κατάταξη βάση του βαθμού ικανοποίησης έχει ως εξής

- Εντυπωσιακό το ποσοστό του 100% της Ισπανίας

- Η Ελλάδα στη δεύτερη θέση με 95%
- Η Ιταλία με 91% και πολύ κοντά η Πορτογαλία

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το ποσοστό της Κροατίας, το οποίο κρίνουμε ότι αντικατοπτρίζει το παράδειγμα μιας ανερχόμενης χώρας στο συνεδριακό τουρισμό.

Σε μια περαιτέρω ανάλυση του βαθμού ικανοποίησης 95% για την Ελλάδα διαπιστώνεται ότι υπάρχει μια μετριότητα στην αξιολόγηση του συνεδριακού μας προϊόντος αφού το ποσοστό του «Σχετικά Ικανοποιημένος» είναι πολύ υψηλότερο από το «Πολύ Ικανοποιημένος», και σε αντίθεση με τις άλλες χώρες που τα ποσοστά κατά κάποιο τρόπο ισομοιράζονται.

Στην τρίτη και τελευταία ενότητα παρουσιάζονται οι Προοπτικές του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος

Ζητήθηκε από τους PCO να μας πουν ποιες είναι οι προοπτικές για τη διοργάνωση ενός Meeting, Incentive ή Congress στην Ελλάδα τα επόμενα πέντε χρόνια. Μερικά από τα σημαντικότερα αποτελέσματα περιλαμβάνουν:

- Τις πολύ καλές προοπτικές για τα ταξίδια κινήτρων που στην επιλογή Already Booked απέσπασαν το υψηλότερο ποσοστό με 8% ενώ εντυπωσιακό επίσης είναι και το 19% στην επιλογή definitely will
- Το αξιόλογο ποσοστό για τη διοργάνωση συνεδρίων (meetings – αφορά τη διοργάνωση μικρομεσαίων συνεδρίων)
- Το μικρό ποσοστό για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων που κρίνουμε ότι οφείλεται στην έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων.

Δύο ακόμα σημεία που δείχνουν τις καλές προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού:

Το πρώτο αφορά την ερώτηση που σχετίζεται με την επιρροή των Ολυμπιακών Αγώνων στο συνεδριακό τουρισμό. Μεταξύ άλλων αποτελεσμάτων, το 35% των



PCOs που δεν είχαν διοργανώσει στο παρελθόν κάποιο incentive ή συνέδριο στην Ελλάδα, ανέφερε ότι μετά το 2004 συμπεριλαμβάνουν την Ελλάδα στις προτάσεις τους – είτε γιατί το προτείνουν οι ίδιοι, είτε γιατί το ζητά ο πελάτης τους.

Το δεύτερο αφορά το γεγονός ότι περίπου το 40% των ερωτηθέντων απέστειλε τις διευθύνσεις του για την αποστολή χρηστικού ενημερωτικού υλικού που αφορά το συνεδριακό προϊόν της Ελλάδος. Πρόκειται για ένα αρκετά υψηλό ποσοστό που αφενός δείχνει το ενδιαφέρον για τη χώρα μας, αλλά αφετέρου προβάλλει και την αδυναμία να ενημερώνουμε ολοκληρωμένα και συστηματικά τους επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού, Κραβαρίτης, Κ.(1992).

Και τέλος η ερώτηση που αφορά την αξιολόγηση των σημαντικότερων ελληνικών συνεδριακών προορισμών και στην οποία ζητήθηκε να δηλώσουν την πρόθεσή τους σχετικά με το ποιους προορισμούς θα επέλεγαν για τη διοργάνωση ενός συνεδρίου / ταξίδι κινήτρου

Μεταξύ των αποτελεσμάτων ξεχώρισαν:

- Το εντυπωσιακό ποσοστό της Αθήνας με 93% που κατατάσσει την Αθήνα ως το δημοφιλέστερο προορισμό στην Ελλάδα
- Αναμενόμενο και υψηλό το ποσοστό για την Κρήτη και τη Ρόδο με 69% και 66% αντίστοιχα.

### **1.7.1. Συμπεράσματα της Έρευνας**

Τα συμπεράσματα της έρευνας που προκύπτουν από την ανάλυση και επεξεργασία όλων των αποτελεσμάτων είναι τα εξής:

- Έλλειψη προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος
- Έλλειψη οργανωμένης και ολοκληρωμένης πληροφόρησης / ενημέρωσης

- Το ελληνικό συνεδριακό προϊόν δεν διαφοροποιείται και είναι απλά αποδέκτης των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν
- Υπάρχει αυξημένη ζήτηση και ενδιαφέρον για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων και το ζητούμενο είναι να κεφαλαιοποιήσουμε το ενδιαφέρον με κλείσιμο συνεργασιών.

## **1.8. Προτεραιότητα ο Συνεδριακός Τουρισμός στην Ελλάδα: Τα**

### **Οικονομικά και Κοινωνικά Οφέλη**

Η συμβολή στην ανάπτυξη του τουριστικού τομέα από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αποβεί πολύ μεγαλύτερη απ. ότι κανείς θα μπορούσε εκ πρώτης όψεως να συμπεράνει, κρίνοντας μόνο από τους αριθμούς επισκεπτών, για τους εξής κύρια λόγους:

Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από το μέσο επισκέπτη, αυξάνοντας έτσι το οικονομικό αντικείμενο, το οποίο και ενδιαφέρει περισσότερο.

Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά την συνολική τουριστική κίνηση. Λόγω όμως της ομαλότερης εποχικής του κατανομής σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει σε ανάλογη ή και μεγαλύτερη έκταση τους βαθμούς πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση.

Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η βελτίωση αυτή της πληρότητας μπορεί να έχει κρίσιμη σημασία για τα οικονομικά τους αποτελέσματα

και την οικονομική τους υγεία. Με τη σειρά της η ενίσχυση της οικονομικής ευρωστίας των οικονομικών μονάδων του τομέα επηρεάζει και τις προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης του, και την αποδοτικότητα του. Οι συνεδριακές εκδηλώσεις οδηγούν σε πολύ σημαντική δευτερογενή αύξηση της τουριστικής κίνησης

Η σχετικά περιορισμένη εσωτερική ζήτηση για συνεδριακές υπηρεσίες, που συνδέεται με το σχετικά χαμηλό επίπεδο ανάπτυξης της οικονομίας μας και με την έλλειψη μεγάλων επιχειρήσεων, η σχετικά μεγάλη απόσταση της χώρας μας από τα μεγάλα κέντρα από τα οποία προέρχεται το μεγαλύτερο μέρος της ζήτησης και οι όχι πάντοτε ευμενής εντύπωση που δημιουργεί η γενικότερη εικόνα της χώρας μας στους οργανωτές για την ποιότητα των υπηρεσιών που μπορεί να αναμένουν, οδηγούν στο συμπέρασμα ότι θα χρειαστούν αρκετά μεγάλες προσπάθειες για την περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου. Από το άλλο μέρος, τα περιθώρια για ανάπτυξη είναι αρκετά μεγάλα, ακριβώς επειδή η έως τώρα πρόοδος υπήρξε περιορισμένη.

Με εύλογες παραδοχές, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού μπορεί να αναμένεται να συμβάλει στο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης του τουριστικού τομέα στην περίοδο έως και το 2010 κατά 0,5-0,75 εκατοστιαίες μονάδες, χωρίς να συνυπολογίζεται η πιθανή δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης, η οποία δημιουργείται με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό.

Η Ελλάδα διαθέτει μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα για τη διεκδίκηση μεγάλου μεριδίου της συνεδριακής αγοράς. Ο συνεδριακός τουρισμός συνδυάζεται με την περιήγηση αξιοθέατων και ιδίως αρχαιολογικών χώρων και μουσείων, πράγμα που μας ενδιαφέρει αφού οι πολιτισμικοί μας πόροι μας προσδίδουν σαφές συγκριτικό πλεονέκτημα. Σήμερα οι κορυφαίοι φορείς διοργάνωσης συνεδρίων, σκέπτονται την Ελλάδα ως προορισμό όπου οι σύνεδροι αναζητούν τις επαγγελματικές, επιστημονικές και πολιτιστικές τους ρίζες.

Επιπροσθέτως, οι περισσότερες τουριστικές αναπτυγμένες περιοχές της χώρας μας διαθέτουν αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες με συνεδριακές εγκαταστάσεις κατάλληλες για την διεξαγωγή συνεδριακών εκδηλώσεων υψηλού επιπέδου. Παρ' όλα αυτά, βρισκόμαστε σε μια απελπιστικά χαμηλή θέση στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών. Προκειμένου να βελτιώσουμε την θέση μας, είναι ανάγκη να εντοπίσουμε "τι και τις πταιει". Αλλά ακόμα πιο σημαντικό είναι να δούμε όλοι μαζί, ο καθένας από τον τομέα ευθύνης του, με συστηματικό και οργανωμένο τρόπο τι πρέπει να κάνουμε για να διεκδικήσουμε και να πάρουμε το μερίδιο της συνεδριακής αγοράς που μπορεί και πρέπει να μας ανήκει.

### ***1. ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ***

Οι Σύεδροι:

- . Είναι στελέχη μεγάλων οργανισμών και επιχειρήσεων
- . Βρίσκονται σε παραγωγική ηλικία (35 έως 65 ετών)
- . Ταξιδεύουν συχνά και έχουν εμπειρία αντίστοιχων γεγονότων
- . Εκτιμούν την ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτονται
- . Λειτουργούν ως διαμορφωτές γνώμης επηρεάζοντας θετικά ή αρνητικά το περιβάλλον τους

### **ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΟΥ ΚΛΑΔΟΥ**

- . 1 στους 5 επιχειρηματικούς ταξιδιώτες είναι σύεδρος
- . Ο ετήσιος τζίρος κυμαίνεται στα \$ 300 δις ετησίως
- . Ο κλάδος εμφανίζει αυξητική τάση 8-10 % ετησίως

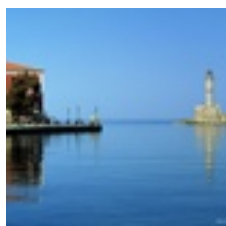
Τα επόμενα χρόνια για τον συνεδριακό τουρισμό : WTTC (World Travel and Tourism Council) Πρόβλεψη Εσόδων 2001:\$ 175 δις για την Ευρώπη - \$ 485 δις Παγκοσμίως.

## **2. ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΑΠΟΛΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ**

- ΑΜΕΣΑ.
- Υψηλότερη Μέση Τιμή δωματίου.
- Πρόσθετα έσοδα προερχόμενα από εκμετάλλευση συνεδριακών χώρων, διοργάνωση δεξιώσεων και εκδηλώσεων.
- Υψηλότερη Μέση κατά κεφαλή είσπραξη στα τμήματα του ξενοδοχείου.
- ΕΜΜΕΣΑ.
- Άμβλυνση Εποχικότητας της ζήτησης.
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου που επισείει η εστίαση σε μια μόνο αγορά.

## **Κεφάλαιο 2<sup>ο</sup>**

## **2. Η Κρήτη μπορεί να γίνει και συνεδριακός προορισμός**



Εκείνο που οπωσδήποτε πρέπει να θυμόμαστε όταν καθόμαστε γύρω από ένα τραπέζι και χαράσσουμε την τουριστική μας πολιτική είναι -μεταξύ άλλων- πως η αγορά εξελίσσεται και κάθε χρόνο εμφανίζονται νέοι διεκδικητές του πλέον αποδοτικού είδους τουρισμού, δηλαδή του συνεδριακού (Σημανδηράκη, 2006).

Ενδεικτικό ίσως της σημασίας που προσλαμβάνει πλέον ο συγκεκριμένος κλάδος είναι το γεγονός ότι ο τομέας των City Break, ένα μέρος του οποίου οφείλεται στα συνέδρια και τα παράλληλα προγράμματά τους, αποτελεί σχεδόν το 40% του ευρωπαϊκού εξερχόμενου τουρισμού.

Άλλωστε και ο Συνεδριακός και Επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί αναμφισβήτητα μία μορφή τουρισμού η οποία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό πόλεως με τη μία μορφή τουρισμού να συμπληρώνει την άλλη.

Η διοργάνωση, εξάλλου, εκθέσεων και ιδιαίτερα αυτών που αφορούν σε διεθνείς εκθέσεις επιδρά άμεσα τόσο στη γενικότερη οικονομική και εμπορική ανάπτυξη και την απασχόληση των περιοχών που λαμβάνουν χώρα τα εκθεσιακά γεγονότα όσο και στη γενικότερη τουριστική ανάπτυξη των περιοχών.

Στα αναπτυξιακά πλεονεκτήματα της διοργάνωσης εκθέσεων σε μία περιοχή / πόλη θα πρέπει να συνυπολογιστούν, πέραν των ευνοήτων που σχετίζονται άμεσα με τον τουρισμό και αφορούν στην προσέλκυση επισκεπτών και την πραγματοποίηση των σχετικών διανυκτερεύσεων, ότι ένα μεγάλο φάσμα επιχειρήσεων η δραστηριότητα των οποίων αφορά, για παράδειγμα, από τον επισιτισμό και τη διασκέδαση, τις μεταφορές (αεροπλάνα, τρένα, ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, πούλμαν, ταξί κλπ) μέχρι τα ανθοπωλεία, τα τοπικά προϊόντα ακόμα και τα εμπορικά καταστήματα

επιηρεάζονται θετικά σε μικρότερο η μεγαλύτερο βαθμό από την παρουσία των επισκεπτών και των εκθετών.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ακόμη ότι οι επισκέπτες των εκθέσεων και οι εκθέτες είναι business travellers, συνήθως υψηλού οικονομικού επιπέδου, με υψηλή κατά κεφαλή δαπάνη.

Ιδιαίτερα σημαντικό είναι, επίσης, ότι οι εκθέσεις πραγματοποιούνται εκτός περιόδου αιχμής, συμβάλλοντας έτσι καθοριστικά στην άμβλυνση της τουριστικής εποχικότητας που αποτελεί ένα από τα σημαντικά προβλήματα του τουρισμού μας. Η προσαρμογή στις απαιτήσεις της ζήτησης δεν έχει ακόμη ούτε καλυφθεί, μα ίσως να μην έχει καν γίνει αντιληπτή.

Η εμμονή στη διαχείριση του παραθεριστικού πακέτου με γνώμονα την παροχή φθηνού πακέτου, από αρκετούς επιχειρηματίες αλλά και τοπικούς, ακόμα και κεντρικούς παράγοντες του Ελληνικού τουρισμού, αποδεικνύει του λόγου το αληθές.

Είναι γεγονός ότι, έχοντας σαν σημαντικό κίνητρο τα αναπτυξιακά προγράμματα, αρκετοί ξενοδόχοι αλλά και άλλοι επιχειρηματίες κατασκεύασαν συνεδριακές αίθουσες οι οποίες εξυπηρετούν τις περιορισμένες ανάγκες των μονάδων τους.

## **2.1. Οι δυνατότητες των Χανίων**

**(Πρακτικά Νομαρχιακής επιτροπής Ανάπτυξης Τουρισμού, 2008)**

Αν και κάποιες από αυτές είναι ιδιαίτερα σημαντικές και χρήσιμες λόγω του μεγέθους τους και της άριστης κατασκευαστικής τους ποιότητας, αυτό που λείπει, είναι σύγχρονα συνεδριακά κέντρα για ευρύτερη και γενικότερη χρήση που θα ωφελήσουν κάποιους προορισμούς όπως η πόλη μας, τα Χανιά, η οποία διεκδικεί μερίδιο από την Ελληνική και την διεθνή συνεδριακή παραγωγή (Σημανδηράκη, 2006).

Έτσι, ενώ στο συνεδριακό χώρο έχουμε αρκετά συνέδρια που χρησιμοποιούν την Ελλάδα αλλά και την Κρήτη, δεν συμβαίνει το ίδιο με τα Χανιά. Και αυτό αφορά όχι μόνο τα συνέδρια αλλά και τις εκθέσεις που διοργανώνονται οι είναι οι περισσότερες τοπικές.

Δεν πρέπει να ξεχνάμε ακόμη πως η τεχνολογία έχει εισβάλει κι εδώ διευκολύνοντας την ενημέρωση και πληροφόρηση με άλλους τρόπους πέραν του συνεδρίου, αντικαθιστώντας τους κλασσικούς τρόπους συνεδρίασης σε ένα συγκεκριμένο τόπο και χώρο, υποχρεώνοντας τους διοργανωτές αλλά και τους εκτελεστές συνεδρίων να εκσυγχρονίζουν αδιάκοπτα τις υποδομές τους αλλά και τις παροχές τους προς τους συνέδρους, ώστε να διατηρούν την θέση τους στην παγκόσμια ζήτηση.

Και βέβαια κρίσιμο είναι να δημιουργούμε σαν προορισμός τις προϋποθέσεις για προσέλκυση συνεδρίων προσφέροντας ένα ποιοτικό προϊόν και δυνατότητες για παράλληλες δραστηριότητες και εμπειρίες . (Σημανδηράκη, 2006).

Είναι γεγονός λοιπόν ότι πρέπει πλέον να αφουγκραστούμε τα «σημάδια των καιρών» και να καταστούμε πιο ευέλικτοι και σε αυτόν τον κλάδο της εγχώριας τουριστικής βιομηχανίας. Πρέπει να ξεκαθαρίσουμε τόσο εντός όσο και εκτός των αρμοδίων οργάνων πως οι δυνατότητες ανάπτυξης του εκθεσιακού καθώς και του συνεδριακού τουρισμού και τα οφέλη που προκύπτουν από αυτή είναι σημαντικότερες. Είναι ένα κομμάτι που οπωσδήποτε αξίζει να ασχοληθούμε με μεγαλύτερη ένταση και διάρκεια. Και οι δύο αυτές ειδικές μορφές τουρισμού, που συνυπάρχουν υπό τον κοινό όρο «επαγγελματικός τουρισμός», θα πρέπει να αποτελέσουν αντικείμενο μιας μακροχρόνιας αναπτυξιακής πολιτικής.

Υπό αυτό το πρίσμα θα πρέπει να αντιμετωπιστεί τόσο η διαχείριση και η λειτουργία των δύο πιο αξιόλογων χώρων μέσα στην πόλη, του Πνευματικού Κέντρου και του Μεγάλου Αρσεναλιού (Φουρναράκης, 1961).



Αυτό δεν είναι εφικτό προς το παρόν, τόσο για θεσμικούς λόγους, όσο όμως κυρίως γιατί η Αυτοδιοίκηση είναι ακόμη στην Ελλάδα αλλά και στον τόπο μας προσανατολισμένη σε μια μορφή περισσότερη διαχειριστικής λειτουργίας και λογικής και λιγότερο σε κάτι άλλο, σε κάτι διαφορετικό που κατά την γνώμη μου έχουμε ανάγκη.

Οι δύο χώροι που προείπα, μπορεί να μεν να εξυπηρετήσουν περιορισμένες ανάγκες σε χώρο για συνέδρια, δεν μπορεί όμως σε καμία περίπτωση να εξυπηρετήσουν συνέδρια Ελληνικού και διεθνούς μεγέθους και ενδιαφέροντος (Σημανδηράκη, 2006).

Εκ των πραγμάτων λοιπόν πρέπει να αναζητηθεί λύση σε άλλους χώρους και μάλιστα ιδιωτικής πρωτοβουλίας, πράγμα που γίνεται σιγά-σιγά και στα Χανιά, με μια πρώτη προσπάθεια αυτή της νέας αίθουσας στο νέο κτίριο της Τράπεζας Χανίων. Με τη συντονισμένη προσπάθεια, λοιπόν, δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, που θα βασίζεται σε μια συνολική πολιτική ανάπτυξης του θεσμού και στην αξιοποίηση των ισχυρών συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής μας, πιστεύω ότι θα μπορούσαμε να αντιστρέψουμε την τάση αυτή (Σημανδηράκη, 2006).

## **2.2. Προβολή της Κρήτης ως εκθεσιακού προορισμού**

Οποσδήποτε δε, η Κρήτη γενικά, αλλά και τα Χανιά ειδικά, δεν έχουν προβληθεί επαρκώς ως εκθεσιακός προορισμός. Μέχρι σήμερα δεν έχουμε δει μια ολοκληρωμένη πολιτική για μέσο-μακροπρόθεσμη ανάπτυξη του θεματικού αυτού είδους τουρισμού, ούτε σε επίπεδο υποδομών, ούτε βέβαια και σε επίπεδο marketing. Χρειαζόμαστε εξειδικευμένη στρατηγική marketing και προώθηση του συνεδριακού τουρισμού ( Σημανδηράκη, 2006).

Η πόλη μας αλλά και το νησί μας δεν έχει ένα Γραφείο Προώθησης Συνεδριακού Τουρισμού- και πως άλλωστε να γίνει κάτι τέτοιο- αφού ούτε καν η χώρα μας δεν

έχει ένα τέτοιο Εθνικό Γραφείο. Είναι ένα κενό που πρέπει να καλύψουμε το συντομότερο δυνατό.

Το μερίδιο και η θέση τόσο της Κρήτης γενικότερα όσο και των Χανίων ειδικότερα στον συνεδριακό τουρισμό δεν είναι επακριβώς γνωστό, αφού δεν υπάρχει μεθοδευμένη πρακτική μέτρησης των επί μέρους δεικτών απόδοσης σε Εθνικό επίπεδο του Ελληνικού τουρισμού (Σημανδηράκη, 2006).

Με την εμπειρική δική μας εκτίμηση, σίγουρα έχουμε ακόμη σημαντική υστέρηση. Ίσως αυτή η εκτίμηση να δημιουργεί και μία θετική προοπτική περαιτέρω ανάπτυξης του συγκεκριμένου προϊόντος.

Η προσαρμογή στις απαιτήσεις της ζήτησης δεν έχει ακόμη ούτε καλυφθεί, μα ίσως να μην έχει καν γίνει αντιληπτή. Η εμμονή στην διαχείριση του παραθεριστικού πακέτου με γνώμονα την παροχή φθηνού πακέτου, από αρκετούς επιχειρηματίες αλλά και τοπικούς, ακόμα και κεντρικούς παράγοντες του Ελληνικού τουρισμού, αποδεικνύει την άποψή μου.

Η εμπειρία μάς έχει δείξει ότι για μεσαίου μεγέθους συνεδριακές διοργανώσεις ανταγωνιζόμαστε προορισμούς και όχι συναδέλφους μας. Συχνά οι ανταγωνιστές προορισμοί είναι όχι πρωτεύουσες αλλά πόλεις και περιοχές, όπως η Βαρκελώνη στην Ισπανία, οι Κάννες, και η Νίκαια στη Γαλλία, κ.ο.κ.

Στον ανταγωνισμό σημαντικότερες είναι οι παροχές και οι διευκολύνσεις και όχι μόνο το κόστος, αν και αυτό παίζει ρόλο στην απόφαση του διοργανωτή.

Στα σημεία πάντως που η Κρήτη και κυρίως τα Χανιά υπερτερούν και κακώς δεν τα έχουμε ακόμη προβάλει επαρκώς είναι η ποικιλία και το πλήθος των δυνατοτήτων για το κοινωνικό και τουριστικό κομμάτι ενός συνεδρίου. Παρά το ότι ήδη συμμετέχουμε σε διεθνείς εκθέσεις, η συμμετοχή μας θεωρείται ελάχιστη, τόσο από πλευράς εθνικής εκπροσώπησης, όσο και από την πλευρά των ιδιωτών εκθετών, οι οποίοι θα πρέπει να

παροτρυνθούν για να συμμετέχουν όχι μόνο σαν επισκέπτες, αλλά και σαν συνεκθέτες ούτως ώστε η παρουσία μας σε τέτοιου είδους εκθέσεις να είναι πιο επιβλητική και κυρίως πιο αποδοτική (Σημανδηράκη, 2006).

Σε κάθε περίπτωση η συμμετοχή μας σε εξειδικευμένες εκθέσεις, είναι επιβεβλημένη δραστηριότητα και στην προσπάθεια αυτή πρέπει να συμμετέχουμε όλοι μας πολιτεία και τουριστικές επιχειρήσεις.

Βεβαίως, η παρουσία της Ελλάδας σε διάφορες εκθέσεις αποτελεί τμήμα ενός σύνθετου επικοινωνιακού προγράμματος, το οποίο όμως δεν είναι και το μοναδικό.

Πιστεύω ότι τώρα πλέον, θα πρέπει να γίνει μία «χαρτογράφηση» των εκθέσεων και αντί να κάνουμε «ανακύκλωση», βάση των εκθέσεων στις οποίες είναι συνηθισμένη να συμμετέχει η Ελλάδα, να λάβουμε υπόψη μας το στρατηγικό σχεδιασμό και ανάλογα με το τι αυτός μας υποδεικνύει, να σχεδιάσουμε πάνω σε αυτό το χάρτη, δράσεις που απαιτούνται για την προώθηση του Συνεδριακού Τουρισμού.

Σε οποιαδήποτε όμως περίπτωση μια στοχευμένη και εξειδικευμένη καμπάνια για τον συνεδριακό τουρισμό θα πείσει την διεθνή πελατεία πως όχι μόνο ξέρουμε να προβάλλουμε αυτό το προϊόν, αλλά και να το διαχειριστούμε.

Πλέον, ο ανταγωνισμός είναι μεγάλος και η Κρήτη σε αυτό το έντονα ανταγωνιστικό περιβάλλον δεν έχει το δικαίωμα να «χαλαρώσει».

Σκοπός μας πρέπει να είναι η αναβάθμιση των υπηρεσιών μας, ενώ πρέπει να προκαλούμε το ενδιαφέρον επισκεπτών, οι οποίοι έχουν στο μυαλό τους και στα ενδιαφέροντα τους κάτι διαφορετικό, από αυτό που υπήρχε πριν από 15 χρόνια ή από αυτό το οποίο βρίσκουν εκείνοι οι οποίοι επισκέπτονται τα νότια παράλια της Τουρκίας ή τα βόρεια παράλια της Τυνησίας και το Μαρόκο.

Η πόλη μας, τα Χανιά, διαθέτει μια τεράστια πολιτιστική κληρονομιά, ένα κλίμα και μία γεωγραφική μορφολογία που δύσκολα βρίσκει κανείς αλλού: Αν όλα αυτά τα

αξιοποιήσουμε με τον κατάλληλο τρόπο, θα γίνει ένας από τους πιο ενδιαφέροντες προορισμούς για επισκέπτες διεθνώς. Δεν πρέπει να ξεχνάμε εξάλλου ότι ο αλλοδαπός επισκέπτης μπορεί να έλθει στα Χανιά, όχι μόνο τους θερινούς μήνες, αλλά και τους 12 μήνες.

Όλα αυτά τα σε μεγάλη ποικιλία και πλήθος στοιχεία, τα οποία είναι διαθέσιμα θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν για να δημιουργήσουν ένα ποιο σύνθετο πακέτο, είτε αυτό είναι παραθεριστικό είτε είναι πακέτο ειδικών θεματικών ενδιαφερόντων. Οποσδήποτε πιστεύω πως το πρώτο πράγμα που πρέπει να γίνει είναι να γίνουν ενέργειες από τους τοπικούς φορείς με γνώμονα το αντικείμενο με το οποίο εκ των πραγμάτων, θα πρέπει στο μέλλον να ασχοληθούν και με αυτό.

Αυτό κατά την άποψή μου είναι η προβολή και η διαφήμιση της πόλης, αλλά και η εποπτεία των παραγομένων προϊόντων από τις επιχειρήσεις του τουρισμού. Υπό αυτή την έννοια πρέπει να τεθεί επί τάπητος ακόμα και το οργανόγραμμα ενός δημόσιου φορέα αλλά και ιδιωτικής μιας επιχείρησης φυσικά, όπως και ο τρόπος με τον οποίο στο μέλλον θα λειτουργήσουν, αφού θα πρέπει να είναι ανάλογος μιας εταιρίας marketing , μιας εταιρίας διαφημιστικής και να δώσει όλες τις άλλες αρμοδιότητες σε φορείς οι οποίοι θα ελέγχονται από εκείνον.

Είναι ανάγκη, λοιπόν, να δημιουργηθεί το σύστημα δορυφόρων λογαριασμών, με το Τοπικό Παρατηρητήριο Τουρισμού μέσα σε ένα φορέα στον οποίο θα συμμετέχει η Αυτοδιοίκηση κατά πλειοψηφία, φορείς του Τουρισμού, αλλά και με τον ιδιωτικό τομέα να συμμετέχει ώστε να υπάρχει συνεργασία και συναίνεση στο επίπεδο έρευνας αλλά και ενεργειών, για την αξιοποίηση των στατιστικών στοιχείων και της έρευνας.

Σε Εθνικό επίπεδο το Τουριστικό Επιμελητήριο, το οποίο και στην Ελλάδα πρέπει να δημιουργηθεί, προφανώς με τη διεύρυνση του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου, θα

μπορούσε πέραν των σημερινών του αρμοδιοτήτων να λειτουργεί με άλλη λογική, π.χ. να πιστοποιεί υπηρεσίες, να αναλάβει θέματα που έχουν να κάνουν με τα τουριστικά γραφεία, με την ασφάλιση και τα οργανωμένα πακέτα και άλλες αντίστοιχες αρμοδιότητες.

Εξάλλου σε τοπικό τώρα επίπεδο είναι ότι θα πρέπει να δημιουργηθεί ένας αυτόνομος οργανισμός εποπτείας και ελέγχου των τουριστικών υπηρεσιών διότι δυστυχώς, ο έλεγχος των Τουριστικών Υπηρεσιών είναι πλημμελής. Ένα άλλο κομμάτι το οποίο αποτελεί πρώτη προτεραιότητα, είναι η ενεργοποίηση του ανθρώπινου δυναμικού. Στην πόλη μας είχαμε πάντοτε ανθρώπους με καλή παιδεία και υψηλό γνωστικό επίπεδο.

Υπάρχει και σήμερα αυτό το υψηλό επίπεδο, το οποίο όμως θα πρέπει να ενεργοποιηθεί, και σήμερα υπάρχουν σύγχρονες μέθοδοι για να επιτύχεις μια τέτοια ενεργοποίηση, ώστε ένα τόσο σημαντικό ανθρώπινο δυναμικό να μας δώσει περισσότερη απόδοση και έργο.

### 2.3. Συνεδριακοί και εκθεσιακοί χώροι στα Χανιά

Πηγή: [www.chania-guide.gr](http://www.chania-guide.gr)



Στην θεματική ενότητα που ακολουθεί παρουσιάζονται οι συνεδριακοί και εκθεσιακοί χώροι της Πόλης των Χανίων, στους οποίους περιλαμβάνονται κτίρια υψηλής αισθητικής και αρχιτεκτονικής αξίας.

- **Μεγάλο Νεώριο (Αρσενάλι)**
- **Ενετικά Νεώρια**
- **Το Τζαμί του Κιουτσούκ Χασάν ή Γιαλί Τζαμισί**

- Γαλλική Σχολή
  - Η Δημοτική Πινακοθήκη
  - Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Χρυσόστομος»
  - Βίλλα Μανούσου Κούνδουρου
  - Πνευματικό Κέντρο Χανίων
  - Πολιτιστικό Κέντρο Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου
  - Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων
  - Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων
  - Παλιό Τελωνείο
  - MINOA PALACE RESORT HOTEL
  - THALASSA BEACH RESORT HOTEL
- 

### **2.3.1. MINOA PALACE RESORT & SPA**

Κεντρικό Κτίριο & Μπανγκαλόου :

156 Πολυτελέστατα Δωμάτια & Bungalows

7 Superior Σουίτες

9 Exclusive Σουίτες & Bungalows με ιδιωτική πισίνα

1 Προεδρική Σουίτα 85 τμ.

Imperial Παραλιακό Κτίριο:

58 Πολυτελέστατα Δωμάτια

20 Δωμάτια με ιδιωτική εξωτερική πισίνα (με χλιαρό νερό)

2 Σουίτες μπροστά στη θάλασσα, με ιδιωτική εξωτερική πισίνα (με χλιαρό νερό) με μαγευτική θέα

1 Imperial Σουίτα 105τμ. μπροστά στη θάλασσα με ιδιωτική πλήρως επιπλωμένη βεράντα 200τμ., μπανιέρα με υδρομασάζ και μοναδική θέα τον κόλπο των Χανίων

**Συνολικά διαθέτει 254 δωμάτια / 600 κλίνες**

Όλα τα Δωμάτια, Bungalows διαθέτουν: ατομικά ρυθμιζόμενο κλιματισμό, δορυφορική τηλεόραση, απ' ευθείας τηλεφωνικές γραμμές, γραμμές σύνδεσης ADSL (για χρήση υπολογιστή - internet), ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο, πολυτελές μαρμάρινο μπάνιο, στεγνωτήρα μαλλιών, mini bar, γωνιά καθιστικού, βεράντα ή μπαλκόνι επιπλωμένο. Δυνατότητα οικογενειακών δωματίων με ενδιάμεση πόρτα (Connecting).

Οι Σουίτες διαθέτουν επιπλέον χωριστό υπνοδωμάτιο, σαλόνι – καθιστικό, δύο wc, fax, DVD player, Mini Hi-Fi, TV LCD 26'', μπουρνούζια, σειρά καλλυντικών από φυτικά προϊόντα, ενώ οι φιλοξενούμενοι απολαμβάνουν και απογευματινό σέρβις δωματίου.

Τα δωμάτια της καινούργιας πτέρυγας" Imperial Building", διαθέτουν χωριστό μπάνιο & ντους, TV LCD 23''.

**ΓΕΝΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΠΑΡΟΧΕΣ:**

- 24ωρο Room service
- 4 εξωτερικές πισίνες (2.000 τ.μ.) με δύο εξωτερικά Jacuzzi,
- 2 παιδικές πισίνες
- θαλάσσια sports

- γήπεδο τένις και ποδοσφαίρου με νυχτερινό φωτισμό
- πινγκ πονγκ
- αμφιθέατρο
- δωμάτιο internet (ασύρματο internet)
- σαλόνι V.I.P.
- αίθουσα παιχνιδιών
- αίθουσα τηλεόρασης
- εξωτερική παιδική χαρά
- mini club για παιδιά από 4-10 ετών
- χρυσοχοείο
- mini market
- baby sitting
- γιατρός (εξωτερικός συνεργάτης)
- ταξί-limousine service
- χώρος πάρκιγκ (κλειστός & ανοιχτός)
- γραφείο ενοικίασης αυτοκινήτων
- υπηρεσία καθαριστηρίου.

### **2.3.2. Thalassa Beach Resort**

#### Περιγραφή ξενοδοχείου

Μια από τις πιο γοητευτικές παραλίες των Χανίων, εκεί που τα καταγάλανα νερά συναντούν την χρυσή άμμο, ένας κόσμος άνεσης και πολυτελούς διαμονής ξεδιπλώνει την φιλοξενία του. Με την μαγευτική θέα του νησιού Θεωδορού να απλώνεται στο Κρητικό πέλαγος και το ελληνικό φως να απλώνεται να αναδεικνύει τους προσεγμένους χώρους του ξενοδοχείου, ο χρόνος περνάει σαν απέραντη θάλασσα από πολύτιμες στιγμές.



**Τοποθεσία :**

Το Thalassa Beach Resort βρίσκεται στην Αγία Μαρίνα, εννιά χιλιόμετρα από την πόλη των Χανίων, μπροστά στην ομορφότερη παραλία του Βορείου άξονα του νομού και με θέα το νησί Θοδωρού.

**Αποστάσεις :**

Παραλία 0 μ

Κέντρο της πόλης 9 χλμ

Καταστήματα 20 μ

Λιμάνι 15 χλμ

Σταθμός λεωφορείων 0 μ

Αεροδρόμιο 25 χλμ

**Δωμάτια :**

80 πολυτελή δωμάτια από τα οποία 4 σουίτες, 22 junior σουίτες

και 1 δωμάτιο για άτομα με ειδικές ανάγκες.

- Μαρμάρινα μπάνια, όλα με μπανιέρα, στεγνωτήρα μαλλιών, τηλεφωνική συσκευή
- Ατομικά ελεγχόμενος κλιματισμός/ θέρμανση
- Τηλεχειριζόμενη τηλεόραση με δορυφορικά κανάλια
- Απευθείας τηλεφωνική σύνδεση, γρήγορη σύνδεση internet
- Μίνι ψυγείο, ηλεκτρονικό χρηματοκιβώτιο
- Σουίτες με μπανιέρα υδρομασάζ με θέα θάλασσα, jet massage ντους, τηλεόραση πλάσμα

**Παροχές :**

- 24ωρη Υπηρεσία Υποδοχής

- ο Μπαρ
- ο Ανελκυστήρας
- ο Δωρεάν χώροι στάθμευσης
- ο Εστιατόριο
- ο Δωμάτια/ εγκαταστάσεις για Α.Μ.Ε.Α.
- ο Θυρίδες Ασφαλείας
- ο Παιδική χαρά
- ο Δεκτές Πιστωτικές Κάρτες
- ο Βρεφική Κούνια
- ο Γυμναστήριο
- ο Τζακούζι
- ο Μασάζ
- ο Σάουνα
- ο Spa & Κέντρο Ευεξίας
- ο Κλειστή πισίνα
- ο Εξωτερική πισίνα
- ο Φύλαξη παιδιού/ Υπηρεσίες για παιδιά
- ο Υπηρεσία Φαξ/ Φωτοτυπικού
- ο Κουρείο/ Κομμωτήριο
- ο Υπηρεσία Πλυντηρίου
- ο Εξοπλισμός Συναντήσεων/ Δεξιώσεων
- ο Σνακ Μπαρ
- ο Wi-Fi / Ασύρματο Τοπικό Δίκτυο
- ο Παραλία
- ο Αίθουσα Υποδοχής

- Υπηρεσίες Ενοικιάσεις Αυτοκινήτων
- Σαλόνι/ Αίθουσα Δορυφορικής Τηλεόρασης
- Πισίνα για Παιδιά
- Πισίνα Θερμαινόμενη
- Πισίνα γλυκού νερού
- Πισίνα με Μπαρ
- Πισίνα με Σνακ Μπαρ
- Παραλία αμμώδης
- Παραλία με ξαπλώστρες (με χρέωση)
- Εστίαση A la Carte
- Εστίαση Μπουφέ
- Πρωινό Αμερικάνικο
- Πρωινό Self Service/ Μπουφές

**Στα Δωμάτια :**

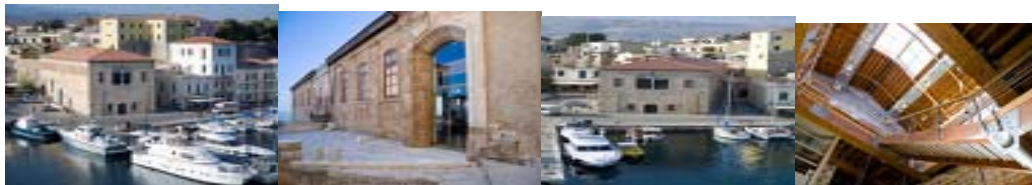
- Τηλεόραση
- Τηλέφωνο
- Μπανιέρα
- Ψυγείο
- Μπαλκόνι
- Δορυφορική Τηλεόραση/ Pay TV
- Σεσουάρ Μαλλιών
- Χρηματοκιβώτιο
- Σύνδεση στο Διαδύκτιο
- Μίνι Μπαρ

- A/C Κεντρικό
- Θέρμανση
- Άμεση Τηλ. Γραμμή
- Jacuzzi
- Τζάκι

#### **Ψυχαγωγία:**

- Μπιλιάρδο
- Ζωντανή Μουσική
- Μπανάνες/ Δακτυλίδια

### **2.3.3. Το Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Μεσογείου (Μεγάλο Αρσενάλι)**



Πρόκειται για το τελευταίο προς τα δυτικά κτίριο του συγκροτήματος των 17 νεωρίων. Η κατασκευή του κτιρίου άρχισε το 1585 από τον Προβλεπτή Alvise Grimani. Το μεγάλο πάχος των τοίχων του, η απομόνωση του από τα άλλα νεώρια αλλά και οι δημόσιες λειτουργίες που στέγασε κατά καιρούς, του προσδίδουν μια ιδιαιτερότητα που ίσως εξηγεί την επωνυμία «Μεγάλο».

Με την προσθήκη του ορόφου το 1872, επί τουρκοκρατίας, άρχισε μια καινούργια εποχή για το Μεγάλο Αρσενάλι. Το οίκημα φιλοξένησε αρκετές σημαντικές δημόσιες λειτουργίες. Μεταξύ των άλλων, εδώ στεγάσθηκε και το σχολείο της Χριστιανικής

Κοινότητας. Από το 1892 στέγασε και θεατρικές παραστάσεις στη μεγάλη αίθουσά του. Χρησιμοποιήθηκε επίσης και ως δημόσιο νοσοκομείο, από το 1923 αλλά και ως Δημαρχείο από το 1828 έως το 1941, Σημανδηράκη (2006).

Σήμερα, από ασκεπές ερείπιο κάποτε, έχει μετατραπεί σε εντυπωσιακό χώρο εκδηλώσεων και εκθέσεων. Λειτουργεί ως Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Μεσογείου, φιλοξενώντας σημαντικές Ελληνικές και διεθνείς διοργανώσεις στους χώρους του, με ιδιαίτερη έμφαση - όπως είναι φυσικό - στην Αρχιτεκτονική.

#### **2.3.4. Τα Ενετικά Νεώρια**



Κατά την διάρκεια της Ενετικής Κατοχής (1204 - 1669) η ανάγκη για πλησιέστερη παρουσία του βενετσιάνικου στόλου στην Κρήτη, υποχρέωσε τη Βενετία να κατασκευάσει Νεώρια (arsenali), στα οποία επισκευάζονταν τα πλοία κατά τη διάρκεια του χειμώνα, Σημανδηράκη (2006).

Ήδη από το 1467 δόθηκε από τη Βενετία η διαταγή για κατασκευή ενός αριθμού νεωρίων, ανά δυο για τις πόλεις Χανιά και Ρέθυμνο. Τα δύο πρώτα νεώρια στα Χανιά ολοκληρώθηκαν μόλις στα 1526. Το 1593 έχουν κατασκευαστεί ήδη τα 16 νεώρια, που χρειάζονταν όμως επισκευή. Το 1599 ολοκληρώνεται το νότιο συγκρότημα με την κατασκευή και του 17 νεωρίου. Το 1607, παράλληλα με την επέκταση του βορειοανατολικού προμαχώνα, αρχίζει η κατασκευή στο μυχό του λιμανιού προς τα ανατολικά πέντε ακόμη νεωρίων, τα οποία είναι γνωστά ως νεώρια του Μορο, από το όνομα του Γενικού Προβλεπτή που το πρότεινε. Από αυτά ολοκληρώθηκαν τα δυο και κατασκευάστηκαν οι τοίχοι, μέχρι την αρχή της καμάρας του τρίτου. Αργότερα,

το τρίτο αυτό νεώριο στεγάστηκε με απλή κεραμοσκεπή, η οποία κατέρρευσε από του βομβαρδισμούς του 1941.

Στα χρόνια της Τουρκοκρατίας η έλλειψη συντήρησης του λιμανιού και η υποβάθμιση του ρόλου του συντέλεσαν ώστε να εγκαταλειφθεί η αρχική χρήση των νεωρίων και να μετατραπούν κυρίως σε στρατιωτικές αποθήκες. Από το μεγάλο συγκρότημα των 17 νεωρίων σταδιακά κατεδαφίστηκαν τα εννέα. Σήμερα σώζεται μια ομάδα από 7 συνεχόμενους θόλους και ένα ακόμη δυτικότερα, το Μεγάλο Αρσενάλι (σήμερα Κέντρο Αρχιτεκτονικής της Μεσογείου). Από το συγκρότημα του Μορο σώζονται ακέραια τα δύο, στον μυχό του λιμανιού, Σημανδηράκη (2006).

Στην αρχική τους μορφή τα νεώρια ήταν ανοικτά προς την πλευρά της θάλασσας, η οποία εισχωρούσε στο εσωτερικό τους έως ένα σημείο, προκειμένου να είναι δυνατή η ανάσυρση των σκαφών. Ήταν θολοσκεπάστα και επικοινωνούσαν μεταξύ τους με τοξωτά ανοίγματα στο πάχος της τοιχοποιίας. Η είσοδος στα νεώρια γινόταν από δυο πύλες: μια στη νότια πλευρά του 9<sup>ου</sup> νεωρίου και άλλη μια στη δυτική του 17<sup>ου</sup>. Τα νεώρια έχουν μήκος περίπου 500 μ., πλάτος 9 μ. και μέσο ύψος 10 μ. Στη νότια πλευρά υπάρχουν και τα μοναδικά φωτιστικά ανοίγματα - ένας στρογγυλός φεγγίτης και ανά δύο μεγάλα παράθυρα. Η κύρια είσοδος στο συγκρότημα ήταν περίπου στο μέσον, στο σημερινό τέρμα της οδού Δασκαλογιάννη, όπου σώζεται και το δυτικό μισό τμήμα μεγαλοπρεπούς πύλης. Μετά την κατεδάφιση των προς τα δυτικά νεωρίων, η πύλη οδηγεί στην πλατεία που δημιουργήθηκε.

Στο χώρο των νεωρίων που κατεδαφίστηκαν, κατασκευάστηκε το πέτρινο κτίριο του νέου τελωνείου των Χανίων, που περιβάλλεται σήμερα από δύο πλατείες.

### 2.3.5. Γιαλί Τζαμισί



Λαμπρό δείγμα ισλαμικής τέχνης της Αναγέννησης που διακρίνεται για την ιδιορρυθμία του, είναι το μοναδικό από τα σωζόμενα τζαμιά της πόλης που ανάγεται στο β' μισό του 17ου αιώνα. Κτίστηκε προς τιμήν του πρώτου φρουράρχου των Χανίων Κιουτσούκ Χασάν και μετά από έρευνα της 13ης Εφορείας Βυζαντινών Αρχαιοτήτων, διαπιστώθηκε ότι στη θέση του υπήρχε μικρός μονόχωρος ναός (Νικολακάκη, 1961).

Το τζαμί είναι ένα κυβικό κτίσμα και καλύπτεται από ένα μεγάλο ημισφαιρικό χωρίς τύμπανο τρούλο που τον στηρίζουν τέσσερα περίτεχνα πέτρινα τόξα. Από τη δυτική και τη βόρεια πλευρά του περιβάλλεται από στοά στεγασμένη από έξι μικρούς τρούλους χωρίς τύμπανο. Αρχικά η στοά ήταν ανοικτή όπως συνηθίζεται στα τζαμιά. Γύρω στα 1880 η στοά μετατράπηκε σε κλειστή με τοξωτά ανοίγματα και έντονα νεοκλασικό ύφος, Σημανδηράκη (2006).

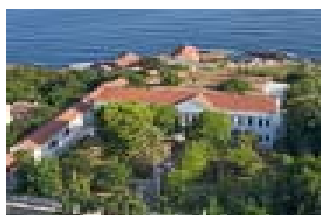
Το τέμενος Κιουτσούκ (μικρού) Χασάν ή Γιαλί Τζαμισί (τζαμί του γιαλού), όπως επικράτησε να λέγεται, ήταν έργο Αρμενίου αρχιτέκτονα, που είχε κατασκευάσει και άλλο όμοιό του στο χωριό Σπανιάκο του Σελίνου. Το τζαμί, στην αυλή του οποίου υπήρχαν φοινικόδεντρα και τάφοι πασάδων και γενιτσάρων, σταμάτησε τη λειτουργία του το 1923. Σήμερα είναι αναπαλαιωμένο, χωρίς όμως τον μικρό αλλά γραφικό μιναρέ του που κατεδαφίστηκε το 1920 (κατ' άλλους το 1939).

Λόγω του πολέμου, ύστερα από πολλές περιπέτειες και με πρωτοβουλία και μέριμνα του αείμνηστου καθηγητή Νικ. Β. Τωμαδάκη, μεταφέρθηκε εκεί το Αρχαιολογικό

Μουσείο Χανίων, ενώ αργότερα το τζαμί χρησιμοποιήθηκε ως αποθήκη, μουσείο λαϊκής τέχνης, Γραφείο Πληροφοριών του ΕΟΤ και προσφάτως ως χώρος εκδηλώσεων και εκθέσεων, Σημανδηράκη (2006).

**Διεύθυνση:** Ακτή Τομπάζη

### 2.3.6. Γαλλική Σχολή



Στη Χαλέπα, πριν το Παλάτι και το σπίτι του Βενιζέλου, συναντούμε το κτήριο της τέως Γαλλικής Σχολής των Καλογραιών, του Τάγματος του Αγίου Ιωσήφ.

Πρόκειται για ευρύχωρο και άνετο κτίριο, περιτρυγισμένο από ψηλό και καλοχτισμένο περιβολότοιχο, αν και αυτός περιέκλειε χώρο όχι και λίγων στρεμμάτων. Στη Σχολή διδάχθηκαν τη διεθνή τότε Γαλλική γλώσσα, πολλές γενεές κοριτσιών των καλύτερων οικογενειών της πόλης. Το ακίνητο αγοράσθηκε στις 20-11-1895 και στοίχισε, τελικά, 27.453 χρυσά φράγκα, συμπεριλαμβανομένων των εξόδων μεταβίβασης (συμβολαιογραφικά, εγγραφή στο Υποθηκοφυλακείο κλπ.).

Ήταν ιδιοκτησία του Ντεφτερδάρη (δηλ. του προϊστάμενου των οικονομικών υπηρεσιών της Διοίκησης), ενώ το κτίσμα που υπήρχε είχε ανεγερθεί από προηγούμενο ιδιοκτήτη, τον Χουσεΐν Πασά. Το αρχικό οικόπεδο συνόρευε με τα κτήματα του Θεμιστοκλή Μητσοτάκη, της Νεσρές Χανούμ Μελιγγουνοπούλας, συζύγου Χουσεΐν Καλλιοντζάκη, με το δρόμο των βυρσοδευείων και με το δρόμο της



Χαλέπας. Η έκταση του ακινήτου ήταν 8746 τ.μ. και το συμβόλαιο πώλησης είχε αριθμό 14560/8-11-1895.

Το σπίτι αγοράστηκε στο όνομα «Τάγμα των Αδελφών του Αγίου Ιωσήφ Χαλέπας Χανίων» και περιλάμβανε τρία ισόγεια δωμάτια, δυο διαδρόμους και πέντε ανώγεια δωμάτια, αμπέλι 20 εργατών,πηγάδι, περιβόλι και άλλους βοηθητικούς χώρους. Συμβαλλόμενοι ήταν ο Εσσάτ Βέης Χατατζαδές, η Αδελφή Άννα Ιωσήφ Ποκάρ και συμβολαιογράφος ο Νικ. Ι. Στεφανίδης. Μάρτυρες υπογράφουν ο Ιωάννης Σερβάκης και ο Χριστόφορος Κιαγιαδάκης. Ο πωλητής υπογράφει ως πληρεξούσιος της συζύγου του Σενιγές Χανούμ, θυγατέρας του Μελέκ Βέη από το Ηράκλειο, Σημανδηράκη (2006).

Το κτήριο σήμερα ανήκει στο Πολυτεχνείο Κρήτης. Έχουν διαμορφωθεί αίθουσες διδασκαλίας και χώροι γραφείων. Το κτήριο χρησιμοποιείται κυρίως για διαλέξεις, συνέδρια κ.τ.λ και στεγάζει την τεχνική Υπηρεσία του Ιδρύματος.

**Διεύθυνση:** Ελ. Βενιζέλου 127

### **2.3.7. Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων**



Η Δημοτική Πινακοθήκη Χανίων στεγάζεται σε ένα τριώροφο κτήριο που οικοδομήθηκε το 1910. Το κτίριο αποτελεί τμήμα ενός ενιαίου κτιριακού όγκου, καταλαμβάνοντας το ακραίο από τα τρία όμοια μέρη της κύριας όψης του. Είναι τυπικό δείγμα Νεοκλασικής Ελληνικής Αρχιτεκτονικής στα τέλη του 19ου αρχές 20ου των εμπορικών και βιομηχανικών κτιρίων. Οι τοιχοποιίες του είναι

κατασκευασμένες από λιθοδομές εξωτερικά ανεπίχριστες. Στην πρόσοψη επί της οδού Χάληδων, η τοιχοποιία είναι ισόδομη, οι λίθοι της είναι άριστα λαξευμένοι και το αισθητικό αποτέλεσμα επιβλητικό. Τα ανοίγματα του Ισογείου ακολουθούν τους κανόνες των εμπορικών Νεοκλασικών κτιρίων. Ανάμεσα στους αυστηρούς ισόδομους πεσσούς αναπτύσσονται και τα ανοίγματα του Α' ορόφου. Οι περίτεχνες απολήξεις των πεσσών συγκρατούν το γείσο, ελαφρά διακοσμημένο με ανάγλυφες ταινίες που καταλήγει η στέγη, Σημανδηράκη (2006) .

Οι εργασίες επισκευής του ολοκληρώθηκαν το 2001, ενώ η πινακοθήκη άρχισε ουσιαστικά να λειτουργεί το 2003. Αποτελεί νομικό πρόσωπο δημοσίου δικαίου και υπάγεται στο Δήμο Χανίων. Από την ίδρυσή της μέχρι τώρα, η Δ.Π.Χ. έχει παρουσιάσει στο κοινό των Χανίων 21 εκθέσεις με έργα αναγνωρισμένων καλλιτεχνών ενώ παράλληλα έχει να επιδείξει σημαντικό εκδοτικό έργο. Όλες οι σημαντικές εκθέσεις της Δ.Π.Χ. συνοδεύονται από παράλληλες εκθέσεις και επιμορφωτικά προγράμματα τόσο για παιδιά όσο και για ενήλικες.

Σκοπός της Δ.Π.Χ. είναι να συμβάλει ενεργά στο πολιτιστικό όραμα του Δήμου Χανίων, ο οποίος με δεδομένη την ύπαρξη και τη λειτουργία της Δημοτικής Πινακοθήκης στοχεύει στην ανάδειξη του χώρου όχι τόσο ως χώρου μουσειακού, όσο ως χώρου προστασίας και διάσωσης του πολιτισμού με την ευρύτερη δυνατή έννοια.

**Διεύθυνση:** Χάληδων 98 – 102

### **2.3.8. Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Χρυσόστομος»**



Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Ο Χρυσόστομος» είναι το αρχαιότερο πνευματικό και πολιτιστικό Σωματείο όχι μόνο της πόλης των Χανίων, αλλά και όλης της Κρήτης. Ιδρύθηκε το 1899 και αρχικά, δραστηριοποιείτο σε θέματα ευρύτερου κοινωνικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα. Όταν η μέριμνα αυτή περιήλθε στη δικαιοδοσία του Ελληνικού Κράτους, ο Σύλλογος επικεντρώθηκε στον πνευματικό και πολιτιστικό κυρίως τομέα. Η συμβολή του Συλλόγου στην πνευματική, κοινωνική και γενικά πολιτιστική κίνηση της πόλης, ήταν και είναι σημαντική.

Ο Σύλλογος είναι ιστορικά συνδεδεμένος με τα πρώτα χρόνια της Κρητικής Πολιτείας (1898 - 1913), τα χρόνια που ήταν τόσο σημαντικά για τη νεώτερη ιστορία όχι μόνο της περιοχής των Χανίων, αλλά ολόκληρης της Κρήτης και της Ελλάδας. Το κτίριο που στεγάζεται ο «Χρυσόστομος» βρίσκεται στην οδό Χάληδων, σχεδόν απέναντι από τη Δημοτική Πινακοθήκη κι αποτελεί τυπικό δείγμα του ρεύματος του νεοκλασικισμού στην Κρήτη. Στο θαυμάσιο και ανακαινισμένο χώρο του πραγματοποιούνται διαλέξεις, τιμητικές εκδηλώσεις για επιφανείς ανθρώπους των γραμμάτων και των τεχνών, μουσικές εκδηλώσεις και εικαστικές εκθέσεις.

«Ο Χρυσόστομος» συνδέεται στενά με τον θεσμό των Κρητολογικών Συνεδρίων, της σημαντικότερης διεθνούς επιστημονικής διοργάνωσης στην Κρήτη που αφορά στον τομέα των κρητολογικών σπουδών. Διεξάγεται κάθε πέντε χρόνια και σε διαφορετικό νομό του νησιού, συγκεντρώνει δε πολύ μεγάλο αριθμό επιστημόνων από όλο τον κόσμο που ξεπερνά τους 700. Στα Χανιά είχαν διεξαχθεί στο παρελθόν το Β΄ και το ΣΤ΄ Κρητολογικό Συνέδριο, το 1966 και το 1986. Σύμφωνα με την απόφαση της Ολομέλειας του Θ΄ Συνεδρίου, στην Ελούντα το 2001, ανατέθηκε στον «Χρυσόστομο» η διοργάνωση του επόμενου Συνεδρίου, του Ι΄, που

πραγματοποιήθηκε ξανά στα Χανιά το φθινόπωρο του 2006, μετά από είκοσι χρόνια, Σημανδηράκη (2006) . Διεύθυνση: Χάληδων 83

### **2.3.9. Το σπίτι του βουλευτή Μανούσου Κούνδουρου**



Η διώροφη αυτή μονοκατοικία οικοδομήθηκε το 1909 σε σχέδια και επίβλεψη του Μιχάλη Σαββάκη, και βρίσκεται στο τέλος της οδού Ηρώων Πολυτεχνείου ακριβώς πάνω από τη θάλασσα. Τον ήρεμο σχεδόν κυβικό όγκο του σπιτιού σπάζει ο βορεινός μικρός εξώστης και το φάρδεμα προς τα δυτικά της κάτοψης που τονίζει η ανάλαφρη βορειοδυτική απόληξη του στηθαίου στη στέγη, ίχνη του σχεδόν πάντα απαραίτητου πύργου του Σαββάκη.

Η διάταξη στην κάτοψη είναι χαρακτηριστική, σχεδόν όπως σε όλα τα σπίτια - γραφεία των βουλευτών που σχεδίασε ο Σαββάκης, με τη δεύτερη είσοδο για την ελεύθερη διακίνηση των ανθρώπων του σπιτιού, τους χώρους υποδοχής και το γραφείο στο ισόγειο, και τους ιδιαίτερους χώρους στον όροφο. Στην πρόσοψη, χαρακτηριστικά κτισμένος είναι ο κεντρικός άξονας της εισόδου και του εξώστη με κολόνες και αέτωμα που απολήγει σε λεοντοκεφαλές αλλά και πελεκητές σκαλισμένες καντονάδες από λευκό πωρόλιθο. Τα σχέδια των πέτρινων σκαλισμάτων που περιβάλλουν τον κύκλο με την ημερομηνία ανέγερσης του σπιτιού προδίδουν την επίδραση της Δύσης στον Μιχάλη Σαββάκη.

---

Τα εξωτερικά τριπτά επιχρίσματα με τις ίσιες σκούρες γραμμές έχουν ένα ζεστό χρωματικό τόνο ανάμεσα στην ώχρα και το κεραμιδί. Οι αυλόθυρες είναι από τις ωραιότερες στην πόλη με σύνθετα πλεκτά κιγκλιδώματα, ενώ υπάρχει ελεύθερος χώρος γύρω από το σπίτι με τα απαραίτητα φοινικοειδή, Σημανδηράκη (2006).

### **2.3.9.1. Πνευματικό Κέντρο Χανίων**

Το μοντέρνο κι επιβλητικό κτήριο του ΠΚΧ βρίσκεται στην οδό Α. Παπανδρέου (πρώην Δημοκρατίας).

Το Πνευματικό Κέντρο Χανίων είναι αυτοτελές Νομικό Πρόσωπο Δημοσίου Δικαίου που συστάθηκε με το Ν.320/76.

Αρχικά υπαγόταν εξ ολοκλήρου στο Υπουργείο Πολιτισμού και μετά το Π.Δ. 370/28-11-97 είναι υπό την εποπτεία του Γενικού Γραμματέα Κρήτης. Από τον ιδρυτικό του νόμο προβλέπεται ότι Πρόεδρος του Δ.Σ. είναι ο εκάστοτε Νομάρχης και Αντιπρόεδρος ο εκάστοτε Δήμαρχος της πόλης Χανίων.

Σκοπός του Π.Κ.Χ είναι η ανύψωση του πνευματικού και εκπολιτιστικού επιπέδου των Χανίων, καθώς και η οργάνωση και υποβοήθηση της έρευνας σε θέματα που αφορούν στο νομό Χανίων και που ανάγονται σε όλους τους τομείς της γνώσης και της εμπειρίας.

Το ΠΚΧ ιδρύθηκε από το Ταμείο Εφένδρων Πολεμιστών του νομού Χανίων, στο οποίο είχε περιέλθει από το 1925, αγροτική μοναστηριακή περιουσία για την αποκατάσταση των εφένδρων πολεμιστών που πήραν μέρος στους απελευθερωτικούς αγώνες του 1912-1922.

Το 1957, με τη διάλυση του εν λόγω Ταμείου, αποφασίστηκε από τους εφένδρους να διατεθούν οι πόροι από την εκποίηση των ακινήτων του Ταμείου, για την ανέγερση της επαγγελματικής σχολής «Δαίδαλος» και ενός κτιρίου που θα στεγάσει πολιτιστικές εκδηλώσεις καθώς και τα παιδιά των απόρων εφένδρων πολεμιστών που φοιτούν σε ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτήρια των Χανίων. Η απόφαση αυτή επικυρώθηκε με το σχετικό Β. Διάταγμα , Σημανδηράκη (2006).

Το 1976 ψηφίστηκε ο ιδρυτικός νόμος του Π.Κ.Χ. Το 1984 παραδόθηκαν από τη Διεύθυνση Γεωργίας τα εναπομείναντα ακίνητα του Εφεδρικού Ταμείου στο Π.Κ.Χ., η εκποίηση των οποίων θα εξασφάλιζε τους αναγκαίους πόρους για την ανέγερση του «Μεγάρου» του Π.Κ.Χ. Το 1987 ανατέθηκε η μελέτη του κτηρίου και το 1991 άρχισε η κατασκευή του. Το κτίριο του Π.Κ.Χ. θεμελιώθηκε το 1991 από τον τότε Υπουργό Πολιτισμού Τζανή Τζαννετάκη.

Από τον Δεκέμβριο του 2004, όποτε και ολοκληρώθηκε η κτιριακή υποδομή του, άρχισε να λειτουργεί πλήρως. Το κτίριό του διαθέτει μια εξαιρετική, πλήρως εξοπλισμένη αίθουσα εκδηλώσεων 500 περίπου ατόμων, καθώς και άλλες αίθουσες που μπορούν να στεγάσουν μικρότερες εκδηλώσεις, συμπόσια, συνεδριάσεις, κλπ

---

### **2.3.9.2. Πολιτιστικό Κέντρο Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου**

*Το Πολιτιστικό Κέντρο της Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου βρίσκεται στην οδό Αντωνίου Γιάνναρη 2, στα Χανιά.*

Περιλαμβάνει:

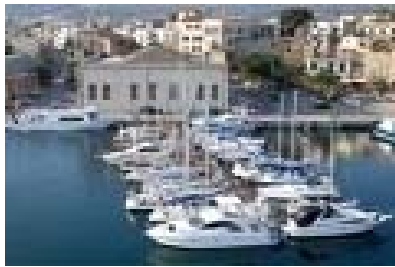
- Αίθουσα διαλέξεων – συνεδρίων.
- Χώρους συνάντησης ομάδων παιδιών, νέων και ενηλίκων.
- Βιβλιοθήκη.
- Σχολή Βυζαντινής μουσικής.
- τα Γραφεία της Εξωτερικής Ιεραποστολής.
- τα Γραφεία του Κέντρου Νεότητας.
- το Ραδιοφωνικό Σταθμό Μαρτυρία.
- Παρεκκλήσι προς τιμήν του Αγίου Κοσμά του Αιτωλού, όπου καθημερινά τελούνται όλες οι ακολουθίες.

Στο Πολιτιστικό Κέντρο στεγάζονται οι ποικίλες πολιτιστικές δραστηριότητες της Μητροπόλεώς μας. Πραγματοποιούνται διαλέξεις, γίνονται εκθέσεις έργων τέχνης και λειτουργούν σεμινάρια για τα στελέχη του νεανικού έργου της Μητροπόλεως , Σημανδηράκη (2006) .

*Κάθε Δευτέρα, στις 10.00 μ.μ., πραγματοποιείται σύναξη νέων με τη συμμετοχή του Μητροπολίτου μας κ.κ. Δαμασκηνού.*



#### 2.3.9.1.4. Παλιό Τελωνείο



Στην Πλατεία Κατεχάκη, ανάμεσα στο Μεγάλο Αρσενάλι και τα εναπομείναντα Νεώρια, οικοδομήθηκε στα μεταγενέστερα χρόνια το κτήριο του Παλιού Τελωνείου. Πρόκειται για ένα μεγάλο ορθογώνιο παραλληλόγραμμο κτίσμα που στέγασε της Τελωνειακές Υπηρεσίες για αρκετές δεκαετίες, αλλά χρησιμοποιήθηκε και ως αποθηκευτικός χώρος για εμπορεύματα και μηχανήματα από τη σχετική Υπηρεσία. Με τη μετατροπή του Χανιώτικου λιμανιού σε μαρίνα μικρών σκαφών και με δεδομένο ότι τα μεγάλα επιβατηγά και εμπορικά πλοία της εποχής μας εξυπηρετούνται πλέον από το λιμάνι της Σούδας, η Τελωνειακή Υπηρεσία έχει μεταφερθεί εκεί.

Το κτήριο του Παλιού Τελωνείου παραχωρήθηκε στο Δήμο Χανίων και χρησιμοποιείται προς το παρόν ως χώρος εκδηλώσεων και εκθέσεων, με διαχειριστή τη Δημοτική Πολιτιστική Επιχείρηση Χανίων. Το κτήριο προβλέπεται στο μέλλον να διαμορφωθεί από το Δήμο σε πολυπολιτισμικό χώρο, σύμφωνα με σχετική μελέτη (Νικολακάκη, 1961).



---

### 2.3.9.1.5. The Conference Center of MAICH

With its versatile design combines first class standards of comfort and service with the latest technology in a prestigious location. It is situated in a picturesque, typical Mediterranean pine-tree forest setting, 3 km south-east of the city of Chania, 13 km from the international airport and 1 km from the port.

It satisfies the requirements of very sophisticated and advanced conferences; accommodates seminars, symposiums, meetings and presentations; and hosts simultaneously or independently exhibitions and poster sessions.

MAICH's Conference department combines knowledge, professionalism, consistency and the expertise of highly skilled personnel and executive staff to organize meetings and conferences assisted by specific conference management software. It facilitates functions relevant to conference organization such as marketing, budgeting, advertising, scientific program, social program, and registration. It also offers secretarial multilingual services before, during and after the event.

The Conference Center Bureau of the Mediterranean Agronomic Institute of Chania has been certified by DQS GmbH with **DIN EN ISO 9001: 2000** for the organisation and accommodation of conferences and related activities



## **Conference Center Bureau of MAICH**

*Mediterranean Agronomic Institute of Chania*

*P.O.Box 85, 73 100 Chania, Crete, Greece*

*Tel: +30 28210 35080-81*

*Fax: +30 28210 35001*

*e-mail: confer@maich.gr*

### **2.3.9.1.6. Το συνεδριακό κέντρο MAICH ( Μετάφραση )**

Με το ευπροσάρμοστο σχέδιό του συνδυάζει τα επίπεδα πρώτης θέσης της άνεσης και της υπηρεσίας με την πιο πρόσφατη τεχνολογία σε μια προσδίδουσα γόητρο θέση. Είναι τοποθετημένο σε μια γραφική, χαρακτηριστική μεσογειακή δασική ρύθμιση πεύκο-δέντρων, 3 χλμ νοτιοανατολικό της πόλης Chania, 13 χλμ από το διεθνή αερολιμένα και 1 χλμ από το λιμένα.

Ικανοποιεί τις απαιτήσεις των πολύ περίπλοκων και προηγμένων διασκέψεων φιλοξενεί τα σεμινάρια, τα συμπόσια, τις συνεδριάσεις και τις παρουσιάσεις και οικοδεσπότες ταυτόχρονα ή ανεξάρτητα εκθέσεις και σύνοδοι αφισών.

Το τμήμα διασκέψεων MAICH συνδυάζει τη γνώση, τον επαγγελματισμό, τη συνέπεια και την πείρα του πολύ καλά καταρτισμένου προσωπικού και του εκτελεστικού προσωπικού για να οργανώσει τις συνεδριάσεις και τις διασκέψεις που βοηθούνται από το συγκεκριμένο διοικητικό λογισμικό διασκέψεων. Διευκολύνει τις λειτουργίες σχετικές με την οργάνωση διασκέψεων όπως το μάρκετινγκ, η σύνταξη προϋπολογισμού, η διαφήμιση, το επιστημονικό πρόγραμμα, το κοινωνικό πρόγραμμα, και η εγγραφή. Προσφέρει επίσης τις γραμματειακές πολύγλωσσες υπηρεσίες πριν από, κατά τη διάρκεια και μετά από το γεγονός.

Το γραφείο συνεδριακών κέντρων του μεσογειακού αγρονομικού ιδρύματος Chania έχει πιστοποιηθεί από DQS GMBH με το DIN ο EN ISO 9001:2000 για την οργάνωση και τη στέγαση των διασκέψεων και των σχετικών δραστηριοτήτων.

## **Κεφάλαιο 3<sup>ο</sup>**

### *Εμπειρική Έρευνα με ερωτηματολόγιο*

#### **3.1. Συνεδριακός Τουρισμός: Έρευνα για τις υποδομές και το ανθρώπινο δυναμικό της πόλης των Χανίων**

Πραγματοποιήσαμε εμπειρική έρευνα με θέμα τις υποδομές και το ανθρώπινο δυναμικό της πόλης των Χανίων στο Συνεδριακό Τουρισμό καλώντας εμπλεκόμενους επαγγελματίες και φορείς να συμβάλλουν καθοριστικά με τη συμμετοχή τους στην επιτυχή διεξαγωγή της μελέτης.

Η έρευνα πραγματοποιείται κυρίως μέσω διαδικτύου και έχει ως στόχο αρχικά την καταγραφή και εν συνεχεία την αξιολόγηση του τρόπου οργάνωσης και λειτουργίας των συνεδριακών χώρων των Χανίων, καθώς και τη διερεύνηση του αντίκτυπου της παρουσίας τους στο σύγχρονο τουριστικό κύκλωμα και την τοπική κοινωνία. Ειδικότερα, στην έρευνα καλούνται να συμμετάσχουν επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού που δραστηριοποιούνται στην περιφέρειες Κρήτης.

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται συγκεκριμένα σε οργανωτές συνεδρίων (PCOs), καθώς και σε διοικητικά στελέχη ή αρμόδιους υπεύθυνους: - συνεδριακών κέντρων - ξενοδοχείων που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους - δήμων και δημοτικών επιχειρήσεων, καθώς και - εκπαιδευτικών ιδρυμάτων με αίθουσες συνεδρίων

Η συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων και φορέων κρίνεται μείζονος σημασίας, προκειμένου να προκύψουν συγκεντρωτικά αποτελέσματα που θα οδηγήσουν στη διατύπωση ολοκληρωμένων προτάσεων για το σχεδιασμό, την οργάνωση και την τεχνική υποστήριξη των συνεδριακών εγκαταστάσεων, η

λειτουργικότητα των οποίων συμβάλλει στην πραγματοποίηση επιτυχημένων διοργανώσεων και κατ' επέκταση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Κρήτης και ειδικότερα της πόλης των Χανίων.

### **3.2. Παρουσίαση του Ερωτηματολογίου**

1. Υπάρχει κατά τη γνώμη σας πληρότητα στις υποδομές της περιοχής σας για οργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων;

Ναι

Όχι

2. Το οδικό δίκτυο είναι επαρκές για να καλύψει μακροπρόθεσμες ανάγκες πρόσβασης;

Ναι

Όχι

3. Εφόσον υπάρχει αεροδρόμιο στην ευρύτερη περιοχή, προσφέρει επαρκείς συνδέσεις με άλλους προορισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό;

Ναι

Όχι

4. Υπάρχουν στην επιχείρησή σας τα αναγκαία έργα υποδομής για την εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες;

Ναι

Όχι

5. Υπάρχει σταθερός και μόνιμος εξοπλισμός για τις ανάγκες των συνεδρίων;

Ναι  Όχι

6. Η επιχείρησή σας παρέχει στους πελάτες της ανοιχτή πρόσβαση στο διαδίκτυο στο χώρο;

	<b>Ναι</b>	<b>Όχι</b>
Ελεύθερη Πρόσβαση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μισθωμένη Πρόσβαση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

7. Υπάρχει συστηματική ενδοεπιχειρησιακή εκπαίδευση;

Ναι  Όχι

8. Υπάρχει οργανωμένη εκπαίδευση για νεοπροσλαμβανόμενους υπαλλήλους;

Ναι  Όχι

9. Έχετε προσδιορίσει την ομάδα στόχο στην οποία απευθύνεστε, όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό;

Πολύ καλά

Καλά

Μέτρια

Όχι καλά

Καθόλου

12. Ποιά είναι σε ποσοστιαίες μονάδες, η κατανομή των πελατών σας ;

Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης

Εκπαιδευτικά Ιδρύματα/ Επιστημονικοί Φορείς

Δημόσιοι Φορείς

- Πολιτιστικοί Σύλλογοι
- Επαγγελματικές Ενώσεις
- Διεθνείς εταιρείες/ αντιπροσωπείες
- Ιατρικές/ Φαρμακευτικές εταιρείες

13. Ποιά μέθοδο χρησιμοποιείτε για να μετρήσετε το βαθμό ικανοποίησης των πελατών σας

- Ερωτηματολόγια (κλειστού τύπου)
- Ερωτηματολόγια (ανοιχτά)
- Προσωπική επαφή

14. Τηρείται πιστά η διαδικασία χειρισμού των παραπόνων;

- Ναι
- Όχι

15. Πόσες συνέδρια/ εκδηλώσεις αναλάβατε...

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Συνέδρια	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
Εκδηλώσεις	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

### 3.3. Αποτελέσματα Έρευνας

Στην έρευνα συμμετείχαν υπάλληλοι και υπεύθυνοι φορέων, ενώ ο συνολικός αριθμός των απαντηθέντων ερωτηματολογίων έφτασε τα 10.

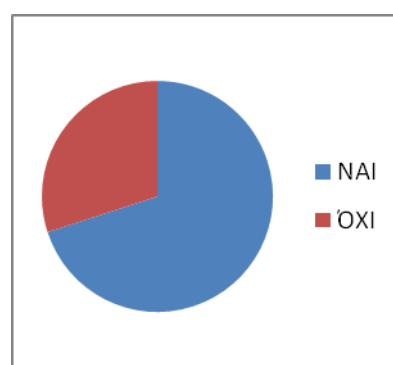
Απάντησαν οι κάτωθι:

- **Μεγάλο Νεώριο (Αρσενάλι) (1 άτομο από το Δήμο Χανίων)**
- **Ενετικά Νεώρια (1 άτομο από τη Νομαρχία Χανίων)**
- **Το Τζαμί του Κιουτσούκ Χασάν ή Γιαλί Τζαμισί (1 άτομο από το Δήμο Χανίων)**
- **Γαλλική Σχολή (1 άτομο από το τμήμα Αρχιτεκτονικής του Πολυτεχνείου Κρήτης)**
- **Η Δημοτική Πινακοθήκη (δεν απήντησαν)**
- **Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Χρυσόστομος» (ο υπεύθυνος του Συλλόγου)**
- **Βίλλα Μανούσου Κούνδουρου (δεν υπάρχει ακόμη υπεύθυνος χώρου ήταν η απάντηση του Δήμου Χανίων)**
- **Πνευματικό Κέντρο Χανίων (υπεύθυνος από το Δεσποτικό Χανίων)**
- **Πολιτιστικό Κέντρο Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου (υπεύθυνος από το Δεσποτικό Χανίων)**
- **Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (αρνήθηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα)**
- **Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων (1 υπάλληλος)**
- **Παλιό Τελωνείο (δεν απήντησαν από τη Νομαρχία Χανίων)**
- **MINOA PALACE RESORT HOTEL (υποδιευθυντής)**
- **THALASSA BEACH RESORT HOTEL (υποδιευθυντής)**

1. Υπάρχει κατά τη γνώμη σας πληρότητα στις υποδομές της περιοχής σας για οργάνωση συνεδριακών εκδηλώσεων;

Ναι

64





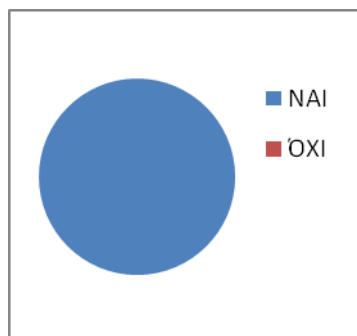
Όχι

**Το 70% απάντησε Θετικά.**

2. Το οδικό δίκτυο είναι επαρκές για να καλύψει μακροπρόθεσμες ανάγκες πρόσβασης;

Ναι

Όχι

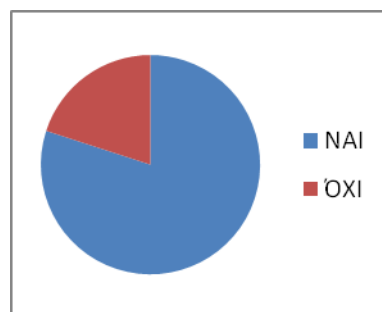


**Το 100% απάντησε Θετικά.**

3. Εφόσον υπάρχει αεροδρόμιο στην ευρύτερη περιοχή, προσφέρει επαρκείς συνδέσεις με άλλους προορισμούς στην Ελλάδα και το εξωτερικό;

Ναι

Όχι

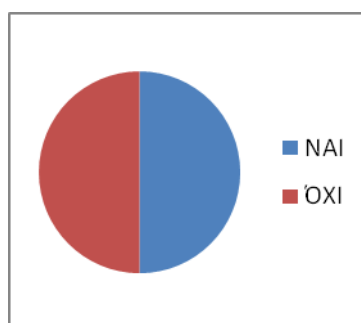


**Το 80% απάντησε θετικά.**

4. Υπάρχουν στην επιχείρησή σας τα αναγκαία έργα υποδομής για την εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες;

Ναι

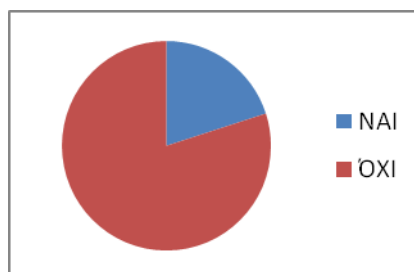
Όχι



**Το 50% απάντησε θετικά.**

5. Υπάρχει σταθερός και μόνιμος εξοπλισμός για τις ανάγκες των συνεδρίων;

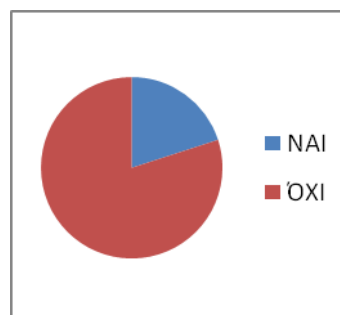
Ναι  Όχι



**Το 20% απάντησε θετικά.**

6. Η επιχείρησή σας παρέχει στους πελάτες της ανοιχτή πρόσβαση στο διαδίκτυο στο χώρο;

	<b>Ναι</b>	<b>Όχι</b>
Ελεύθερη Πρόσβαση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Μισθωμένη Πρόσβαση	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

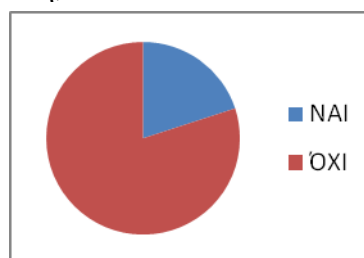


**Το 20% απάντησε θετικά.**

7. Υπάρχει συστηματική ενδοεπιχειρησιακή εκπαίδευση;

Ναι  Όχι

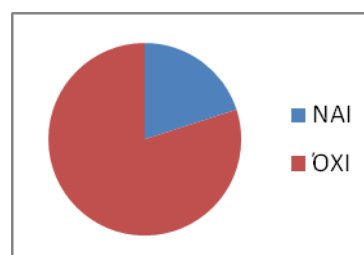
**Το 20% απάντησε θετικά.**



8. Υπάρχει οργανωμένη εκπαίδευση για νεοπροσλαμβανόμενους υπαλλήλους;

Ναι  Όχι

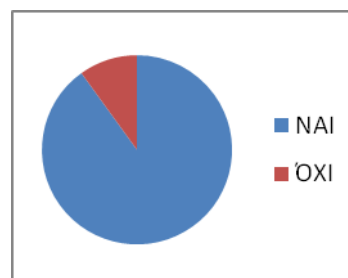
**Το 20% απάντησε θετικά.**



9. Έχετε κρίνει απαραίτητο να προσλάβετε έκτακτο - εξειδικευμένο- προσωπικό για τις έκτακτες ανάγκες των εκδηλώσεων;

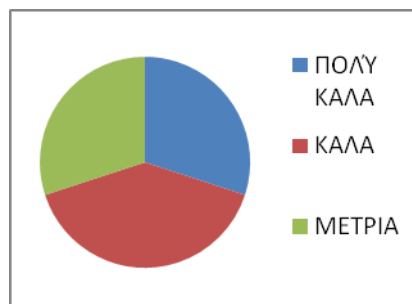
Ναι  Όχι

**Το 90% απάντησε θετικά.**



10. Έχετε προσδιορίσει την ομάδα στόχο στην οποία απευθύνεστε, όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό;

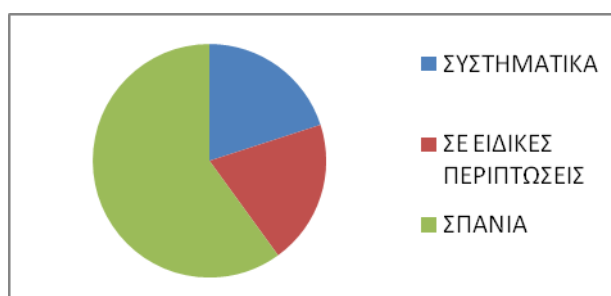
- Πολύ καλά
- Καλά
- Μέτρια
- Όχι καλά
- Καθόλου



*Το 30% απάντησε πολύ καλά, το 40% απάντησε καλά και το υπόλοιπο 30% απάντησε μέτρια.*

11. Υπάρχει καταγραφή των ποιοτικών χαρακτηριστικών των πελατών σας;

- Συστηματικά **20%**
- Σε ειδικές περιπτώσεις **20%**
- Σπάνια **60%**
- Ποτέ



12. Ποιά είναι η κατανομή των πελατών σας ;

- Οργανισμοί Τοπικής Αυτοδιοίκησης
- Εκπαιδευτικά Ιδρύματα/ Επιστημονικοί Φορείς
- Δημόσιοι Φορείς
- Πολιτιστικοί Σύλλογοι

- Επαγγελματικές Ενώσεις
- Διεθνείς εταιρείες/ αντιπροσωπείες
- Ιατρικές/ Φαρμακευτικές εταιρείες

*Οι απαντήσεις διαφοροποιήθηκαν ανάλογα με το χώρο φιλοξενίας των εκδηλώσεων, έτσι:*

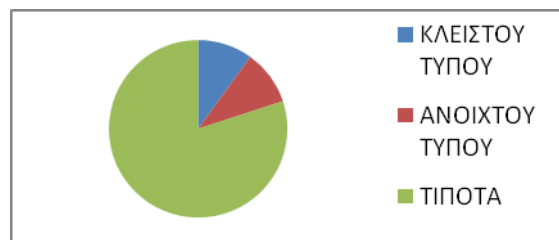
*Τα ξενοδοχεία έθεσαν τις φαρμακευτικές εταιρείες ως πρώτους ενδιαφερομένους εκδηλώσεων, ως δεύτερους τις διεθνείς αντιπροσωπείες και κατά τρίτον τους επαγγελματικούς συλλόγους.*

*Τα δημόσια κτίρια έθεσαν αρχικά τους Δημόσιους φορείς και τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και μετέπειτα τους πολιτιστικούς συλλόγους.*

*Η Γαλλική Σχολή έθεσε πρώτα τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους επιστημονικούς φορείς και έπειτα τους πολιτιστικούς συλλόγους, ενώ ο Φιλολογικός Σύλλογος Χρυσόστομος φιλοξενεί αποκλειστικά πολιτιστικούς Συλλόγους και επιστημονικούς φορείς φιλοσοφικού χαρακτήρα.*

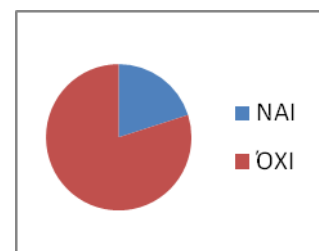
13. Ποιά μέθοδο χρησιμοποιείτε για να μετρήσετε το βαθμό ικανοποίησης των πελατών σας

- Ερωτηματολόγια (κλειστού τύπου) **10%**
- Ερωτηματολόγια (ανοιχτά) **10%**
- Καμία **80%**



14. Τηρείται πιστά η διαδικασία χειρισμού των παραπόνων;

- Ναι **20%**



Όχι

15. Πόσες συνέδρια/ εκδηλώσεις αναλάβατε...

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>
2) Εκδηλώσεις	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

**Μεγάλο Νεώριο (Αρσενάλι)**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>
2) Εκδηλώσεις	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>

• **Ενετικά Νεώρια**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>
2) Εκδηλώσεις	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="10"/>	<input type="text" value="11"/>	<input type="text" value="11"/>	<input type="text" value="11"/>	<input type="text" value="11"/>

• **Το Τζαμί του Κιουτσούκ Χασάν ή Γιαλί Τζαμισί**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
--	------	------	------	------	------	------

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	0	0	0	0	0	0
2) Εκδηλώσεις	3	4	4	4	4	3

- **Γαλλική Σχολή**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	2	4	2	2	2	2
2) Εκδηλώσεις	5	8	3	7	3	6

- **Η Δημοτική Πινακοθήκη**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	0	0	0	0	0	0
2) Εκδηλώσεις	3	9	4	6	4	7

- **Ο Φιλολογικός Σύλλογος «Χρυσόστομος»**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	0	0	0	0	0	0
2) Εκδηλώσεις	3	6	6	8	9	10

- **Βίλλα Μανούσου Κούνδουρου**

- **Πνευματικό Κέντρο Χανίων**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	0	0	0	0	1	1
2) Εκδηλώσεις	0	0	0	0	2	4

- **Πολιτιστικό Κέντρο Ιεράς Μητροπόλεως Κυδωνίας και Αποκορώνου**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	1	2	3	2	1	3
2) Εκδηλώσεις	1	0	0	0	1	2

- **Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων**

- **Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Χανίων**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	1	4	4	4	2	3
	11	12	12	12	11	10

- **Παλιό Τελωνείο**

	2003	2004	2005	2006	2007	2008
1) Συνέδρια	0	0	0	0	0	0
2) Εκδηλώσεις	1	3	1	4	4	5

- **MINOA PALACE RESORT HOTEL**

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
1) Συνέδρια	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="6"/>
2) Εκδηλώσεις	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="8"/>	<input type="text" value="9"/>

- **THALASSA BEACH RESORT HOTEL**

	<b>2003</b>	<b>2004</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>
1) Συνέδρια	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>
2) Εκδηλώσεις	<input type="text" value="0"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="5"/>	<input type="text" value="6"/>	<input type="text" value="7"/>	<input type="text" value="9"/>

<http://www.chania-cci.gr/index.htm>



### 3.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Τα αποτελέσματα της πιλοτικής έρευνας μας έδειξαν ότι στην πόλη των Χανίων υπάρχει σε σημαντικό βαθμό πληρότητα στην υποδομή διεξαγωγής συνεδρίων τόσο σε δημόσια κτίρια, όσο και σε ιδιωτικούς χώρους. Επίσης, είναι πολύ σημαντικό ότι όλοι οι φορείς αναγνωρίζουν το γεγονός ότι η πόλη των Χανίων είναι προσβάσιμη τόσο οδικώς, αεροπορικώς, όσο και μέσω θαλάσσης, αν και υπάρχει η διάθεση για περισσότερες αεροπορικές αναχωρήσεις προς πόλεις εσωτερικού και εξωτερικού.

Ωστόσο, είναι σημαντικό ότι μόνο το 50% έχει στη διάθεσή του δυνατότητες πρόσβασης σε άτομα με ειδικές ανάγκες, και αυτό το εύρημα προέκυψε από τους ιδιωτικούς κυρίως φορείς. Επίσης, σημαντικό είναι ότι μόνο οι ιδιωτικοί χώροι έχουν μόνιμο εξοπλισμό για διεξαγωγή συνεδρίων, ενώ οι δημόσιοι φορείς ανάλογα με τις ανάγκες που προκύπτουν μεταφέρουν το συνεδριακό υλικό.

Ακόμη βλέπουμε να υπάρχει συστηματική εκπαίδευση μόνο στα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, ενώ στα δημόσια κτίρια, δεν υπάρχει δυνατότητα εκπαίδευσης του προσωπικού σε εξειδικευμένα θέματα διεξαγωγής συνεδρίων. Από την άλλη παρατηρούμε ότι δεν υπάρχει μόνιμη πρόσβαση στο διαδίκτυο στα δημόσια κτήρια γεγονός που φανερώνει την ανεπάρκεια γενικότερα της χώρας μας στον τεχνολογικό εξοπλισμό.

Επίσης, αξιοσημείωτο είναι ότι οι δημόσιοι φορείς δεν διατίθενται στην πρόσληψη περαιτέρω προσωπικού για την εφαρμογή συνεδριακού τουρισμού, ενώ δεν έχουν επίσης θέσει και μακροπρόθεσμους στόχους σε επίπεδο διερεύνησης και προοπτικής διεξαγωγής συνεδρίων και λοιπών εκδηλώσεων.

Ακόμη, τα ξενοδοχεία έθεσαν τις φαρμακευτικές εταιρείες ως πρώτους ενδιαφερομένους εκδηλώσεων, ως δεύτερους τις διεθνείς αντιπροσωπείες και κατά τρίτον τους επαγγελματικούς συλλόγους.

Τα δημόσια κτίρια έθεσαν αρχικά τους Δημόσιους φορείς και τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης και μετέπειτα τους πολιτιστικούς συλλόγους.

Η Γαλλική Σχολή έθεσε πρώτα τα εκπαιδευτικά ιδρύματα και τους επιστημονικούς φορείς και έπειτα τους πολιτιστικούς συλλόγους, ενώ ο Φιλολογικός Σύλλογος Χρυσόστομος φιλοξενεί αποκλειστικά πολιτιστικούς Συλλόγους και επιστημονικούς φορείς φιλοσοφικού χαρακτήρα.

Από τα παραπάνω συμπεραίνουμε ότι οι δημόσιοι χώροι απευθύνονται κυρίως σε αντίστοιχους φορείς, ενώ δεν υποστηρίζονται από ιδιωτικούς.

Ωστόσο, σε όλα τα υπάρχοντα κτήρια της πόλης των Χανίων που προσφέρονται για τη διεξαγωγή συνεδρίων και εκδηλώσεων, υπάρχει μια σταδιακά αυξανόμενη πορεία στη διοργάνωση ολοένα και περισσότερων τέτοιου είδους γεγονότων συνεδριακού τουρισμού.

Τέλος, θα επισημαίναμε την ανάγκη για μεγαλύτερη έμφαση στο θέμα του συνεδριακού τουρισμού τόσο από τους αρμόδιους φορείς της Πόλης των Χανίων, όσο και από την Περιφέρεια Κρήτης, καθώς σε μια εποχή που ο ψυχαγωγικός τουρισμός διέρχεται κρίση, είναι σημαντικό να ενισχυθεί η οικονομία του τόπου μας από άλλες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Τα συμπεράσματα της έρευνας που προκύπτουν από την ανάλυση και επεξεργασία όλων των αποτελεσμάτων είναι τα εξής:

- έλλειψη εξειδικευμένης προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος
- έλλειψη οργανωμένης και ολοκληρωμένης πληροφόρησης / ενημέρωσης

- το ελληνικό συνεδριακό προϊόν δεν διαφοροποιείται και είναι απλά αποδέκτης των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν
- υπάρχει αυξημένη ζήτηση και ενδιαφέρον για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων και το ζητούμενο είναι να κεφαλαιοποιηθεί το ενδιαφέρον με κλείσιμο συνεργασιών.

# ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

## ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αμουτζόπουλου Θ.: Γενικός Οδηγός του Νομού Χανίων, Χανιά 1954
- Ανδριανάκη Μιχάλη: Η Παλιά Πόλη των Χανίων, Αθήνα 1997
- Βενετσανοπούλου, Μ.(2006), Η κρατική συμβολή στον τουρισμό, εναλλακτικές μορφές τουρισμού, ιστορική εξέλιξη – θεσμικό πλαίσιο, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Δημοτάκη Γεωργίου: Χανιά στο πέρασμα του χρόνου, Αθήνα 1969.
- Λαζανά, Φ.(2003), Εισαγωγή στον επαγγελματικό τουρισμό, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Κραβαρίτης, Κ.(1992), Συνεδρίων, κινήτρων, εκθέσεων, επαγγελματικός τουρισμός, οργάνωση συνεδρίων στα ξενοδοχεία, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Λύτρας, Π.(1989), Ο τουρισμός προς το 2000, θεωρητικές επισημάνσεις & πρακτικές προσεγγίσεις, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Ηγουμενάκης, Ν., Κραβαρίτης, Κ., Λύτρας, Π.(1998), Εισαγωγή στον τουρισμό, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- Κραβαρίτης, Κ., Παπαγεωργίου, Α. (2007), Επαγγελματικός τουρισμός, εκθέσεων – κινήτρων – επιχειρηματικών ταξιδιών, οργάνωση συνεδρίων, εκδόσεις Interbooks, Αθήνα.
- 6. Νικολακάκη Ζ. Μίνωος: Παλιά Χανιά, Αθήνα 1961
- Σημανδηράκη Ζαχαρένιας: Ενθύμιον Χανίων, Χανιά 2006
- Φουρναράκη Κ.Γ.: Τα Χανιά μας, Χανιά 1928

- Φουρναράκη Κ.Γ.: Τουρκοκρήτες, Χανιά 1929
- Χιδίρογλου Παύλου: Ιστορικά τινά του Ναϊμά δια τα μουσουλμανικά τεμένη των Χανίων, Κρητικά Χρονικά, τόμος ΚΑ/1969

## **ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΗ ΑΡΘΡΟΓΡΑΦΙΑ**

<http://www.methana.gr/methane/txt/dimos/nea/26-05-05.htm>

<http://www.synedrio.gr>

<http://www.synedrio.gr/arthra/a020.asp>

<http://www.synedrio.gr/arthra/a022.asp>

<http://www.touristnews.gr>

<http://kerdos.gr/default.aspx?id=645173&nt=130>

<http://kerdos.gr/default.aspx?id=516122&nt=103>

<http://www.synedrio.gr/arthra/a014.asp>

<http://www.synedrio.gr/arthra/a028.asp>

<http://www.enthesis.net/index.php?news=324>

<http://www.lysis.net/edokriti/f990728/f990728.htm>

<http://www.zeus.gr/gr/hotels/heraklion/conference/atlantis.html>

<http://www.interdynamic.gr/conference/cdescription.php?pid=483-53k->

<http://www.kriti.net/conference/cdescription.php?pid=616&lang=el#meeting>

[http://www.zeus.gr/gr/hotels/hersonissos/conference/Aldemar\\_Knossos\\_Royal\\_Village.html](http://www.zeus.gr/gr/hotels/hersonissos/conference/Aldemar_Knossos_Royal_Village.html)

<http://www.andronews.gr>

<http://www.pelekanakisgeorgios.blogspot.com/2008/05/2008.html>

[http://www.morax.gr/article\\_show.php?article\\_id=957](http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=957)

[http://www.morax.gr/article\\_show.php?article\\_id=1416](http://www.morax.gr/article_show.php?article_id=1416)

<http://imic2006.conferences.gr/intex.php?id=3278&l=1>

## ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- Φαληρέα, Λ.(2002). «Αφιέρωμα : Συνεδριακός Τουρισμός – Αναγκαία η επανατοποθέτηση του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος».Τουρισμός και Οικονομία, τ. 280, Δεκέμβριος, σελ. 54- 57.
- Φαληρέα, Λ.(2004). «Αφιέρωμα : ΚΡΗΤΗ 2004, ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΚΡΗΤΗΣ, Ο τουρισμός, αργά αλλά σταθερά, ανακάμπτει». Τουρισμός και Οικονομία, τ. 296, Ιούνιος, σελ. 79- 81.

# ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 1

## ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΤΟ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ....

Το ερωτηματολόγιο απευθύνεται στη διοίκηση και το προσωπικό συνεδριακών κέντρων, σε φορείς διαμόρφωσης και πολιτικής στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και σε επαγγελματίες άλλων κλάδων παροχής υπηρεσιών προκειμένου να παρέχει:

- Αξιολόγηση σε σχέση με τις βέλτιστες πρακτικές (benchmarking).
- Σύγκριση αποτελεσμάτων σε σχέση με προηγούμενες αποδόσεις.
- Έμπνευση και ιδέες για την ποιοτική αναβάθμιση των διαδικασιών τους.

Το ερωτηματολόγιο χρησιμεύει ως εργαλείο διαρκούς βελτίωσης για οργανισμούς και εταιρείες, συμβάλλοντας στην αξιολόγηση των σημαντικότερων λειτουργιών τους. Αποτελεί επίσης, εξαιρετική μέθοδο για τη συγκέντρωση πληροφοριών σε σχέση με τις απόψεις του προσωπικού για την λειτουργία του εκάστοτε φορέα ή επιχείρησης. Η δομή του είναι εναρμονισμένη με το μοντέλο Επιχειρησιακής Αριστείας του European Foundation of Quality Management (EFQM Excellence Model).

Αντικείμενο του παρόντος, είναι αρχικώς η καταγραφή και εν συνεχεία, η διερεύνηση του τρόπου λειτουργίας των συνεδριακών χώρων, καθώς και ο προσδιορισμός του αντίκτυπου της λειτουργίας τους στο σύγχρονο τουριστικό κύκλωμα και στην τοπική κοινωνία.

## ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 2

### Αποτελέσματα άλλων Ερευνών

*Νέα εποχή για τον συνεδριακό τουρισμό της Ελλάδας...*

*της Δώρας Σγάρτσου - Τετάρτη, 14 Μαΐου 2008*

Αν και τα νέα για τον συνεδριακό τουρισμό της Ελλάδας είναι ευχάριστα, έπειτα από την εξειδικευμένη διαφημιστική καμπάνια του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και τη δημιουργία του πολυαναμενόμενου Athens



Convention Bureau, η μέχρι τώρα πορεία του δεν είναι και τόσο ευχάριστη, αφού ακόμη μια χρονιά έκλεισε με την Ελλάδα εκτός των δημοφιλέστερων συνεδριακών προορισμών του κόσμου.

Σύμφωνα με την έρευνα Meeting and Event Barometer 2007 του European Institute for the Meetings Industry, η οποία δημοσιεύτηκε λίγες ημέρες πριν την έναρξη της IMEX και εκπονήθηκε για λογαριασμό του German Convention Bureau, του Γερμανικού Οργανισμού Τουρισμού και της European Association of Event Centres, η Ελλάδα δεν συμπεριλαμβάνεται στους 10 σημαντικότερους προορισμούς για τη διοργάνωση συνεδρίων. Βάσει των αποτελεσμάτων της έρευνας οι προορισμοί αυτοί περιλαμβάνουν κατά σειρά (κατά τη γνώμη των 700 ειδικών που ερωτήθηκαν παγκοσμίως) τις εξής χώρες:



1. Γερμανία
2. Γαλλία
3. Αυστρία
4. Ισπανία
5. Ελβετία
6. Ηνωμένο Βασίλειο
7. Ιταλία
8. Βέλγιο
9. Ολλανδία
10. Πορτογαλία

Με βάση τις απαντήσεις των 37.000 Ευρωπαίων διοργανωτών συνεδρίων που ερωτήθηκαν στο πλαίσιο της έρευνας, η κατάταξη των προτιμότερων προορισμών για διοργάνωση συνεδρίων εκτός Γερμανίας διαμορφώνεται ως εξής:

1. Αυστρία
2. Ισπανία
3. Ιταλία
4. Ελβετία
5. Γαλλία
6. Ηνωμένο Βασίλειο
7. Πορτογαλία
8. Βέλγιο
9. Ολλανδία
10. Ουγγαρία

Παρόλο που δεν υπάρχουν ακριβή στατιστικά στοιχεία παγκοσμίως ώστε να μπορέσουμε να εκτιμήσουμε με απόλυτη ευστοχία την ανάπτυξη και γενικότερη πορεία του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού, τα στοιχεία και τα μεγέθη που μας δίνουν κατά καιρούς ο WTO (World Travel Organization), ο ICCA (International Congress and Convention Association), ο MIA (Meetings International Association), ο MPI (Meetings Professionals International) και άλλοι διεθνής οργανισμοί και φορείς του συνεδριακού τουρισμού, φανερώνουν με σχετική επάρκεια και αντιπροσωπευτικότητα την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού με μέσο ετήσιο ρυθμό που κυμαίνεται μεταξύ του 5% και 7%

Τα τελευταία έξι χρόνια, η συνεδριακή υποδομή της Ελλάδας έχει βελτιωθεί σε αρκετά ικανοποιητικό βαθμό, χωρίς αυτό να σημαίνει πάντως ότι δεν πρέπει να συνεχίσουμε και να εντείνουμε τις επενδύσεις, λαμβάνοντας υπόψη τα υψηλά επίπεδα του διεθνούς ανταγωνισμού στον κλάδο του Συνεδριακού & Επαγγελματικού Τουρισμού. Είναι αλήθεια ότι η Ελλάδα κάνει σταθερά βήματα ώστε να καταλάβει μεγαλύτερο μερίδιο από την «πίτα» που λέγεται Επαγγελματικός Τουρισμός. Η χώρα μας αυτή τη στιγμή καταλαμβάνει μόλις το 0.8% από την πίτα αυτή, με στόχο να αγγίξει το 2-2.5% της παγκόσμιας αγοράς. Από στοιχεία του ICCA πάντως, προκύπτει ότι ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύσσεται με ρυθμό 5% ετησίως.

Σύμφωνα με την παγκόσμια έρευνα για την ανταγωνιστικότητα και τις προοπτικές του Ελληνικού συνεδριακού τουρισμού που διεξήχθη το 2005 από την εταιρία Hospitality & Tourism για λογαριασμό του HAPCO, το 93% των ερωτηθέντων PCO είναι απόλυτα ικανοποιημένοι από την Ελληνική ιστορία και κουλτούρα (history & culture), το 91% με την ασφάλεια (safety) που εμπνέει η Ελλάδα, το 89% με τις κλιματολογικές συνθήκες (climate) και το 88% με την γενικότερη φήμη και εικόνα (image & reputation) της χώρας μας. Σημαντικό επίσης είναι το γεγονός ότι σε όσα

διεθνή συνέδρια έχουν γίνει στην Ελλάδα έχει αποδεδειγμένα παρατηρηθεί αύξηση των συμμετεχόντων της τάξης του 25-40% σε σχέση με τις αντίστοιχες διοργανώσεις που έγιναν σε άλλες χώρες

Αναμφισβήτητα οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 άφησαν μια σημαντική κληρονομιά. Δόθηκαν κίνητρα για την αναβάθμιση των ξενοδοχειακών μονάδων όχι μόνο της Αθήνας και των Ολυμπιακών Πόλεων, αλλά και ολόκληρης της Ελλάδας, βελτιώθηκαν οι συνεδριακές υποδομές της χώρας, υπάρχει πλέον ένα πιο οργανωμένο δίκτυο μέσω μαζικής μεταφοράς και έγιναν επενδύσεις που οδήγησαν στην γενικότερη αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.

Είναι στατιστικά αποδεδειγμένο ότι η επιτυχής διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων συμβάλλει σημαντικά στην αύξηση του συνεδριακού τουρισμού. Το στοιχείο αυτό επιβεβαιώθηκε και στην παγκόσμια έρευνα του HARCO. Για τους PCOs που συνεργάζονται με την Ελλάδα και πριν το 2004, το 40% ανέφερε ότι αυξήθηκε σημαντικά το ενδιαφέρον για την Ελλάδα. Η πρόθεση συνεργασίας για τους PCOs που δεν είχανε καμία συνεργασία μέχρι το 2004, είναι επίσης εντυπωσιακή:

- 5% δήλωσε ότι έχει πραγματοποιήσει τη διοργάνωση συνεδρίου για πρώτη φορά
- 18% ανέφερε ότι συγκαταλέγει την Ελλάδα στις προτάσεις του
- 27% δήλωσε ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον από πελάτες του

Γεγονός είναι πάντως ότι η αναβάθμιση του συνεδριακού προϊόντος και η άνοδος των αφίξεων από επαγγελματίες που επιλέγουν την Ελλάδα ως συνεδριακό προορισμό ανταποκρίνονται σε μεγάλο βαθμό στις προ-ολυμπιακές προσδοκίες του HARCO και των Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων γενικότερα.

## **Συνεδριακοί χώροι / Συνεδριακά κέντρα / Συνεδριακές υποδομές της Ελλάδας**

### **Πηγή:**

<http://www.synedrio.gr/arthra/a014.asp>

<http://www.synedrio.gr/arthra/a028.asp>

<http://www.enthesis.net/index.php?news=324>

### **Συνεδριακοί Χώροι στην Ελλάδα**

#### **ΑΤΤΙΚΗ - ΑΘΗΝΑ**

- AEGLI
- AMALIA HOTEL
- ALEXANDROS HOTEL
- ATHINAIIS
- CAPSIS CULTURAL EXHIBITION & CONFERENCE CENTRE
- HOLIDAY INN ATHENS
- IONIC CENTRE
- LEDRA MARRIOTT HOTEL
- ΟΔΟΣ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ
- OLYMPIA CONFERENCE & SEMINAR HALL
- PARK HOTEL
- ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ
- POLIS GRAND HOTEL
- STRATOS VASSILIKOS HOTEL

- TITANIA HOTEL
- ZAFOLIA HOTEL
- ΜΕΓΑΡΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ

#### **ΠΕΙΡΑΙΑΣ**

- ΠΕΙΡΑΙΑΣ 1911

#### **ΓΛΥΦΑΔΑ**

- FENIX HOTEL
- OASIS HOTEL APARTMENTS

#### **ΚΗΦΙΣΙΑ**

- HOTEL PENTELIKON
- LIFE GALLERY HOTEL
- ΘΡΑΚΟΜΑΚΕ\_ΟΝΕΣ
- JOCKEY'S COUNTRY CLUB

#### **ΒΑΡΥΜΠΟΜΠΗ**

- PENTELIKON ESTATE

#### **ΑΝΑΒΥΣΣΟ**

- EDEN BEACH RESORT HOTEL
- PLAZA RESORT HOTEL

#### **ΜΑΡΟΥΣΙ**

- DAIS CULTURAL AND ATHLETIC CENTER
- HELEXPO PALACE- ATTICA EXHIBITION AND CONFERENCE CENTER

#### **ΠΑΛΑΙΟ ΦΑΛΗΡΟ**

- POSEIDON HOTEL

#### **ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ**

- AMARILIA HOTEL

- MARGI HOTEL

#### **ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**

- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΚΕΦΕ "ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ"

#### **ΛΑΥΡΙΟ**

- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΛΑΥΡΙΟΥ

#### **ΠΑΛΛΗΝΗ**

- ΚΕΛΛΑΡΙ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ

#### **ΠΑΙΑΝΙΑ**

- HOLIDAY INN ATHENS ATTICA AVENUE

#### **ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΡΩΝΙΚΟΥ**

#### **ΠΟΡΟΣ**

- SIRENE HOTEL

#### **ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ – ΘΡΑΚΗ - ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**

- CAPSIS THESSALONIKI HOTEL

- CITY PALACE HOTEL

- ELECTRA PALACE HOTEL

- HELEXPO'S CONGRESS CENTERS

- HOLIDAY INN HOTEL

- POLIS CONVENTION CENTRE

- PORTO PALACE HOTEL

- ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

- ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ

- ALEXANDER BEACH HOTEL

- THRAKI PALACE HOTEL & CONFERENCE CENTER

### **ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ**

- ATHENA PALLAS VILLAGE
- EAGLE'S PALACE HOTEL
- POSSIDI HOLIDAYS HOTEL

### **ΚΑΒΑΛΑ**

- BATIS MULTIPLEX

### **ΕΔΕΣΣΑ**

- ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΚΑΤΑΡΡΑΚΤΕΣ ΕΔΕΣΣΑΣ

### **ΝΑΟΥΣΣΑ**

- VERMION HOTEL

### **ΚΟΜΟΤΗΝΗ**

- ARCADIA HOTEL

### **ΘΕΣΣΑΛΙΑ - ΚΑΛΑΜΠΑΚΑ**

- AMALIA HOTEL

### **ΚΑΡΔΙΤΣΑ**

- KIERION HOTEL

### **ΒΟΛΟΣ**

- VOLOS PALACE
- ΠΑΛΑΙΑ - ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΤΣΑΛΑΠΑΤΑ
- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

### **ΣΚΙΑΘΟΣ**

- SKIATHOS PALACE HOTEL

### **ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ & ΕΥΒΟΙΑ - ΑΡΑΧΩΒΑ**

- SANTA MARINA ARACHOVA HOTEL

### **ΔΕΛΦΟΙ**

- AMALIA HOTEL
- EUROPEAN CULTURAL CENTRE OF DELPHI
- ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ**
- NAFS HOTEL
- ΑΙΔΗΨΟ**
- THERMAE SYLLA SPA - WELLNESS HOTEL
- ΧΑΛΚΙΔΑ**
- PALIRIA HOTEL
- KAMENA BOYΡΛΑ
- GALINI WELLNESS SPA & RESORTS
- ΗΠΕΙΡΟΣ - ΠΡΕΒΕΖΑ**
- AMALIA HOTEL
- ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΟΣ - ΛΟΥΤΡΑΚΙ**
- HOTEL POSEIDON RESORT
- ΝΑΥΠΛΙΟ**
- AMALIA HOTEL
- ΟΛΥΜΠΙΑ**
- AMALIA HOTEL
- ΠΑΤΡΑ**
- ACHAIA BEACH HOTEL
- FLORIDA BLUE BAY HOTEL
- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ
- ΠΟΡΤΟ ΧΕΛΙ**
- AKS HOTELS
- ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ**



## **ΚΕΡΚΥΡΑ**

- CORFU HOLIDAY PALACE HOTEL
- CORFU PALACE HOTEL
- IBEROSTAR KERKYRA GOLF
- IBEROSTAR REGENCY BEACH
- MARBELLA CORFU

## **ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ**

- PLAGOS BEACH HOTEL
- ΚΥΚΛΑΔΕΣ - ΜΥΚΟΝΟΣ
- MYCONIAN AMBASSADOR
- MYCONIAN IMPERILA RESORT & THALASSO SPA CENTER
- MYCONIAN K
- ROYAL MYCONIAN RESORT & THALASSO SPA CENTER
- MYKONOS GRAND HOTEL & RESORT
- PETASOS
- SAN MARCO

## **ΠΑΡΟΣ**

- HOLIDAY SUN

## **ΜΗΛΟΣ**

- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΗΛΟΥ - Γ. ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ

## **ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ - ΧΙΟΣ**

- ARGENTIKON LUXURY SUITES
- ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΧΙΟΥ

## **ΣΑΜΟΣ**

- HYDRELE BEACH HOTEL

- IBEROSTAR KIPRIOTIS PANORAMA
- IBEROSTAR KIPRIOTIS MARIS
- IBEROSTAR KOS BAY VIEW
- IBEROSTAR HIPPOCRATES
- NEPTUNE RESORT CONVENTION CENTRE & SPA

#### **ΡΟΔΟΣ**

- RODOS PALACE RESORT HOTEL & CONVENTION CENTER
- SOFITEL CAPSIS HOTEL & CONVENTION CENTRE

#### **ΚΡΗΤΗ - ΧΑΝΙΑ**

- MINOA PALACE RESORT HOTEL
- THALASSA BEACH RESORT HOTEL

#### **ΡΕΘΥΜΝΟ**

- IBEROSTAR CRETA MARINE
- IBEROSTAR CRETA PANORAMA & MARE

#### **ΗΡΑΚΛΕΙΟ**

- ATLANTIS HOTEL
- BELLA MARIS HOTEL
- CANDIA MARIS HOTEL
- CAPSIS RESORT HOTEL
- CRETA MARIS HOTEL
- FODELE BEACH HOTEL
- GALAXY IRAKLIO HOTEL
- IBEROSTAR IKAROS
- IBEROSTAR MIRABELLO
- ΛΙΜΕΝΑΣ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΥ

- BELLA MARIS HOTEL
- SILVA MARIS HOTEL
- ΕΛΟΥΝΤΑ
- ELOUNDA BLUE BAY HOTEL
- ELOUNDA ILION HOTEL - Conference Room
- Creta Maris Hotel, Ηράκλειο - Conference Room

### **Αισιόδοξα τα μηνύματα της παγκόσμιας αγοράς**

Τα μηνύματα της παγκόσμιας αγοράς είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά, αφού όπως όλα δείχνουν η ζήτηση για προϊόντα και υπηρεσίες ταξιδίων και αναψυχής συνεχώς αυξάνεται. Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού προβλέπει ότι μέσα στις επόμενες δεκαετίες ο τουρισμός θα αποτελεί μακράν τη μεγαλύτερη και πιο προσοδοφόρα βιομηχανία παγκοσμίως. Η ανάπτυξη αυτή αφορά σίγουρα και την πιο αναπτυσσόμενη μορφή τουρισμού, που δεν είναι άλλη από τον συνεδριακό και επαγγελματικό τουρισμό.

Ακολουθώντας τις εκτιμήσεις του συνόλου των Ελλήνων επαγγελματιών του χώρου, το 2008 προβλέπεται ακόμη καλύτερο σε σχέση με το 2007, με όλο και περισσότερους ξένους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων να επιλέγουν την Ελλάδα ως ιδανικό προορισμό για τη διεξαγωγή επαγγελματικών συναντήσεων και συνεδρίων.

Άλλωστε, σύμφωνα και με πρόσφατη έρευνα της ICCA, που πραγματοποιήθηκε μεταξύ των μελών του μια εβδομάδα πριν την έκθεση IMEX, παρόλο που τελευταία παρατηρείται μια γενικότερη ύφεση στη διεθνή οικονομία, ο κλάδος του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού παραμένει σχεδόν ανεπηρέαστος.

Ενδεικτικά, αξίζει να αναφερθεί ότι λιγότεροι από 6% των ερωτώμενων υπέστησαν σημαντικές επιπτώσεις από τις αλλαγές του οικονομικού περιβάλλοντος, ενώ το 60% δεν ανέφερε καμία επίπτωση. Τα μέλη της ICCA είναι ωστόσο περισσότερο δύσπιστα, σχετικά με τις προβλέψεις για το υπόλοιπο του χρόνου, με μόλις το 44% να πιστεύει πως δεν θα υπάρξουν αρνητικές συνέπειες. Παρόλα αυτά όμως, ένα σημαντικό ποσοστό των συμμετεχόντων, της τάξης του 42%, εκτιμά πως η επιχείρησή τους θα εμφανίσει καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα το 2008, συγκριτικά με το 2007. Λιγότεροι από το ένα τρίτο θεωρούν πως η τρέχουσα χρονιά θα είναι χειρότερη, από οικονομικής πλευράς, από το 2007.

Μόνο το 12% των συμμετεχόντων στην έρευνα σκοπεύουν να μειώσουν τον προϋπολογισμό τους για το μάρκετινγκ στο υπόλοιπο του 2008, ενώ περισσότεροι από τα τρία τέταρτα προβλέπουν πως δεν προχωρήσουν σίγουρα σε μειώσεις. Το γεγονός αυτό είναι ιδιαίτερα σημαντικό για τα περιοδικά και τους οργανωτές εκθέσεων, αφού δεν θα αναγκαστούν να αλλάξουν τα σχέδιά τους, ενώ από την άλλη σηματοδοτεί και μια νέα εποχή, δεδομένου ότι η οικονομική κρίση δεν οδηγεί αυτή τη φορά σε περικοπές προϋπολογισμών, όπως γινόταν κατά το παρελθόν.

Στην ερώτηση "ποιές επιδράσεις θα έχει η τρέχουσα οικονομική κρίση γενικά στη βιομηχανία συνεδρίων", μόνο το 6% απάντησε ότι δεν θα υπάρξει καμία απολύτως επίδραση. Περισσότεροι από τους μισούς ανέφεραν ότι θα υπάρξει μεγάλη αρνητική επίδραση, η οποία όμως θα περιοριστεί σε συγκεκριμένες αγορές, περισσότεροι από το ένα τρίτο υποστήριξαν ότι θα υπάρξει μεγάλη, αλλά βραχυπρόθεσμη παγκόσμια επίδραση, ενώ το 7% απάντησε ότι θα υπάρξει μεγάλη παγκόσμια επίδραση, που δεν θα διαρκέσει περισσότερο από 18 μήνες.

Σχολιάζοντας τα αποτελέσματα της έρευνας, ο CEO της ICCA, κ. **Martin Sirk**, ανέφερε: «Υπάρχει ακόμη ένα κλίμα αβεβαιότητας στην αγορά, αλλά είναι ξεκάθαρο

*ότι οι οικονομικές αναταράξεις δεν έχουν οδηγήσει σε περικοπές προϋπολογισμών, αποδεικνύοντας πως ο τομέας των συνεδρίων παραμένει σημαντικός για την επιτυχία και την καλή πορεία των επιχειρήσεων. Αν αυτή η τάση συνεχιστεί, τότε η βιομηχανία θα καταφέρει να ξεπεράσει οποιαδήποτε οικονομική κρίση στο μέλλον".*

## **Πιστοποίηση των PCOs**

Η πιστοποίηση από την άλλη των PCOs στην Ευρωπαϊκή Ένωση, με την οδηγία 123 του 2006 του Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου και του Συμβουλίου, που αποτελούσε πάγιο αίτημα των Ενώσεων Οργανωτών Συνεδρίων, ελληνικών και ευρωπαϊκών, βελτιώνει περαιτέρω τα πράγματα, διασφαλίζοντας αφενός την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας και αφετέρου την επαγγελματική διοργάνωση των συνεδρίων.

Ωστόσο, όπως επισημαίνει ο HARCO, οι κατευθύνσεις της συνεδριακής τουριστικής πολιτικής στην Ελλάδα πρέπει να περιλαμβάνουν βελτίωση του επιχειρηματικού και θεσμικού περιβάλλοντος, δίνοντας ιδιαίτερη έμφαση στην κατοχύρωση του επαγγέλματος του Επαγγελματία Οργανωτή Συνεδρίων (Professional Congress Organizer), προκειμένου οι παρεχόμενες υπηρεσίες να προσφέρονται μόνο από αυτούς που διαθέτουν τα χαρακτηριστικά και τις προϋποθέσεις που κινούνται μέσα σε ένα πλαίσιο συνέπειας, επαγγελματισμού και αποδεδειγμένης εμπειρίας στη διοργάνωση τέτοιου είδους εκδηλώσεων.

Δεδομένου όμως ότι περίπου 250 καταγεγραμμένα επαγγέλματα-logistics εμπλέκονται άμεσα ή έμμεσα στο Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό, είναι δύσκολο να καταγραφεί επακριβώς το εύρος των πραγματικών επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων, που δραστηριοποιούνται στον κλάδο. Τα 27 μέλη-PCO του HARCO πάντως διακρίνονται για τη δυναμική παρουσία τους στον ευρύτερο χώρο του τουρισμού και ειδικότερα στη διοργάνωση και υποστήριξη συνεδρίων και άλλων

εκδηλώσεων.

Ο HAPCO είναι ο μοναδικός επίσημος φορέας διαπίστευσης υψηλής ποιότητας προσφερόμενων υπηρεσιών και αποτελεί εγγύηση για τους οργανωτές συνεδρίων όσον αφορά στο επίπεδο των υπηρεσιών που παρέχονται από τα μέλη του. Βασικός στόχος του Συνδέσμου είναι η αποσαφήνιση, η κωδικοποίηση και ο διαχωρισμός των συνεδριακών υπηρεσιών που προσφέρονται αφενός από τους PCO και αφετέρου από τους υπόλοιπους προμηθευτές προϊόντων και υπηρεσιών οι οποίες σχετίζονται αποκλειστικά με την υποστήριξη των συνεδρίων. Στο πλαίσιο ουσιαστικότερης και γρηγορότερης ανταπόκρισης του Συνδέσμου σε σημαντικά ζητήματα που προκύπτουν κατά τη λειτουργία του, έχουν συγκροτηθεί επιτροπές, μία εκ των οποίων παρακολουθεί το συγκεκριμένο θέμα το οποίο απασχολεί τον κλάδο. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω, ο HAPCO αποτελεί άτυπα έναν εθνικό φορέα πιστοποίησης των Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων ο οποίος λειτουργώντας ως ιδρυτικό μέλος της EFAPCO (European Federation of the Associations of Professional Congress Organizers) βρίσκεται σε συνεχή συνεργασία με την Ευρωπαϊκή Ένωση προκειμένου επιτέλους να προσδιοριστεί και να πιστοποιηθεί και επίσημα το επάγγελμα του PCO.

### **Νέο Γραφείο Συνεδρίων Αθηνών**

Το αυξανόμενο ενδιαφέρον τους για την Αθήνα, ως προορισμό διοργάνωσης συνεδρίων, εταιρικών συναντήσεων και ταξιδιών κινήτρων (incentives) εξέφρασαν πρόσφατα παράγοντες και στελέχη της διεθνούς συνεδριακής αγοράς κατά την πρώτη επίσημη παρουσίαση του νέου Γραφείου Συνεδρίων Αθηνών (Athens Convention Bureau- ACB) στην έκθεση IMEX.

Η συμμετοχή του Athens Convention Bureau (ACB), το οποίο συστάθηκε προσφάτως από την **Εταιρία Τουριστικής και Οικονομικής Ανάπτυξης Αθηνών**

(ΕΤΟΑΑ) υποστηρίχθηκε από ειδικές αναφορές και καταχωρήσεις σε κορυφαία εξειδικευμένα έντυπα της διεθνούς συνεδριακής αγοράς, καθώς και με την πιλοτική ενεργοποίηση του site του ([www.athensconventionbureau.gr](http://www.athensconventionbureau.gr)), με αποτέλεσμα να προσελκύσει το έντονο ενδιαφέρον ξένων, αλλά και ελλήνων εμπορικών επισκεπτών και επαγγελματιών.

Στο πλαίσιο της παρουσίας του ACB στην IMEX 2008, πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 30 προγραμματισμένες και έκτακτες συναντήσεις με εμπορικούς επισκέπτες (hosted buyers) από τις Η.Π.Α., τον Καναδά, τη Γαλλία, την Μ. Βρετανία, την Ιταλία, την Ελβετία, την Ολλανδία, τη Γερμανία, την Ινδία κ.α.

Στην πλειονότητά τους, οι ξένοι επισκέπτες, αφού εξέφρασαν την ικανοποίησή τους για τη δημιουργία ενός επίσημου φορέα ενημέρωσης και εξυπηρέτησής τους από την πόλη των Αθηνών, ζήτησαν γενικότερες πληροφορίες για υποδομές και υπηρεσίες, είτε επειδή έχουν, ήδη, αναλάβει τη διοργάνωση συνεδρίων και εταιρικών συναντήσεων στην Αθήνα το επόμενο διάστημα, είτε επειδή σχεδιάζουν να περιλάβουν την Αθήνα μεταξύ των προορισμών που θα εξετάσουν για μελλοντικές διοργανώσεις. Πρωταρχικός σκοπός του ACB είναι να συμβάλλει ουσιαστικά και αποτελεσματικά στην κάλυψη αυτής της ζήτησης και στην ανάδειξη της Αθήνας, μεταξύ των προτιμητέων συνεδριακών προορισμών διεθνώς και προς αυτή την κατεύθυνση εξετάζει τις δυνατότητες συνεργασίας με κάθε ενδιαφερόμενη πλευρά.

Για το αμέσως επόμενο διάστημα, οι **βασικοί στόχοι του ACB**, είναι μεταξύ άλλων οι εξής:

- Η ολοκλήρωση του προγράμματος προσέλκυσης μελών-συνεργατών από τη συνεδριακή αγορά αλλά και τον ευρύτερο τομέα τουρισμού και υπηρεσιών της Αθήνας.
- Η διαρκής αναβάθμιση του site.

- Η έκδοση βασικού εγχειριδίου προώθησης και πωλήσεων (Meetings Planner's Guide) καθώς και ξενόγλωσσου μηνιαίου newsletter.
- Η σύναψη συμφωνιών στρατηγικής συνεργασίας με δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς του ευρύτερου τουριστικού τομέα.

### **Αυξημένος ο αριθμός συνεδρίων το 2007**

Το 2007, σύμφωνα με στοιχεία της ICCA (International Congress & Convention Association) πραγματοποιήθηκαν περισσότερα από 6.500 συνέδρια, δηλαδή 800 περίπου περισσότερα, συγκριτικά με το 2006.

Οι Η.Π.Α. και η Γερμανία κατέκτησαν αντίστοιχα τις δύο πρώτες θέσεις στη λίστα χωρών με τον μεγαλύτερο αριθμό διεθνών συνεδρίων, που πραγματοποιήθηκαν την περασμένη χρονιά. Η Ισπανία, που ήταν στην 6η θέση το 2006, ανέβηκε φέτος δύο θέσεις, καταλαμβάνοντας την 3η, ενώ μια θέση έπεσαν Ηνωμένο Βασίλειο και Γαλλία, οι οποίες βρέθηκαν στην 4η και 5η θέση αντίστοιχα.

Η Ιταλία παρέμεινε και το 2007 στην 6η θέση, ενώ η Ιαπωνία, που το 2006 βρισκόταν στην 12η θέση, πέρσι βρέθηκε στην 7η. Η Βραζιλία, που ήταν η πρώτη χώρα της Λατινικής Αμερικής που εισήλθε στην λίστα των πρώτων 10 το 2006, διατήρησε την καλή πορεία της, καταλαμβάνοντας το 2007 την 8η θέση. Τέλος, η Αυστρία και ο Καναδάς, βάσει πάντα του αριθμού διεθνών συνεδρίων, που φιλοξένησαν, βρέθηκαν στην 9η και 10η θέση αντίστοιχα. Αξίζει να σημειωθεί πως για πρώτη φορά στη λίστα των 20 χωρών εισήλθαν το Βέλγιο και η Φινλανδία.

Όσον αφορά τώρα στις πόλεις με τα περισσότερα συνέδρια, η Βιέννη, συνεχίζοντας την παράδοση των δύο τελευταίων ετών (2005 και 2006) παρέμεινε στην κορυφή με 154 διεθνή συνέδρια. Το Βερολίνο ανέβηκε τέσσερις θέσεις και βρέθηκε στην 2η, ενώ η Σιγκαπούρη παρέμεινε στην 3η. Το Παρίσι και η Βαρκελώνη κατέλαβαν την 4η και 5η θέση αντίστοιχα, ενώ η Βουδαπέστη παρέμεινε στην 6η θέση, μαζί όμως για



το 2007 με την Λισαβόνα. Το Πεκίνο εμφανίστηκε για πρώτη φορά στη λίστα των πρώτων 10 πόλεων με τα περισσότερα συνέδρια, αφού από την 13η θέση που καταλάμβανε το 2006 ανέβηκε το 2007 στην 8η θέση, ακολουθούμενο από το Άμστερνταμ, το οποίο ανέβηκε τρεις θέσεις, ευρισκόμενο στην 9η θέση. Η Μαδρίτη, που το 2006 βρισκόταν στην 19η θέση, συμπλήρωσε το 2007 τη λίστα, καταλαμβάνοντας την 10η θέση.

*Table 1: ICCA country and city ranking measured by number of meetings organised in 2007*

<b>Rank</b>	<b>Country</b>	<b># Meetings</b>
1	U.S.A.	467
2	Germany	429
3	Spain	303
4	United Kingdom	281
5	France	255
6	Italy	250
7	Japan	215
8	Brazil	209
9	Austria	204
10	Canada	197
11	Netherlands	195
12	China-P.R.	195
13	Australia	194
14	Switzerland	175

15	Portugal	153
16	Sweden	137
17	Belgium	124
18	Finland	122
19	Singapore	120
20	Republic of Korea	120

<b>Rank</b>	<b>City</b>	<b># Meetings</b>
1	Vienna	154
2	Berlin	123
3	Singapore	120
4	Paris	115
5	Barcelona	106
6	Budapest	90
7	Lisbon	90
8	Beijing	87
9	Amsterdam	82
10	Madrid	77
11	Copenhagen	76
12	Prague	72
13	Hong Kong	72
14	Seoul	70

15	Stockholm	70
16	Bangkok	70
17	London	69
18	Taipei	67
19	Kuala Lumpur	66
20	Istanbul	66
21	Brussels	66

### **Στόχος όλων η προστασία του περιβάλλοντος**

Τον ρόλο που παίζει το περιβάλλον στην καθημερινή τους ζωή συνειδητοποιούν ολοένα και περισσότερο οι Ευρωπαίοι πολίτες, οι οποίοι τάσσονται υπέρ της προστασίας του, με την υιοθέτηση «πράσινων πρακτικών» και στις ταξιδιωτικές τους συμπεριφορές.

Σύμφωνα με έρευνα του Ευρωβαρόμετρου, περισσότεροι από 95% των Ευρωπαίων πολιτών πιστεύουν ότι είναι σημαντικό να προστατευθεί το περιβάλλον. Σε ποσοστό 80% περίπου πιστεύουν επίσης ότι επηρεάζει την ποιότητα ζωής τους και θεωρούν ότι έχουν κάποιο ρόλο να παίξουν στην προστασία του. Η αλλαγή του κλίματος βρίσκεται στην κορυφή των περιβαλλοντικών ανησυχιών των Ευρωπαίων, ακολουθούμενη από την ρύπανση και τις καταστροφές που προκαλούνται από

ανθρώπινες δραστηριότητες.

Οι κλιματικές αλλαγές θεωρούνται ιδιαίτερα κρίσιμες για την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία, αφού εάν δεν αντιμετωπιστούν εγκαίρως και σωστά, τόσο από τις Κυβερνήσεις, όσο και από τους πολίτες, τότε μπορούν να αλλάξουν πλήρως ακόμη και ολόκληρο το 'τουριστικό σκηνικό'. Αρκεί κανείς να σκεφτεί τι θα συμβεί αν η θερμοκρασία ανέβει μερικούς βαθμούς ακόμη, αν καούν μερικές εκτάσεις πρασίνου και το φετινό καλοκαίρι, αλλά και τι θα απογίνει αν τα επόμενα χρόνια η ζωή μας συνεχίσει να κυλάει χωρίς έμπρακτες προσπάθειες προστασίας του περιβάλλοντος.

## **ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ 3**

### **Ανταγωνιστικότητα και Προοπτικές του Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού του Γιάννη Μιχαηλίδη, Διευθυντή της εταιρείας Hospitality & Tourism Consulting**

Η εταιρεία Hospitality & Tourism Consulting πραγματοποίησε το 2006 την πρώτη έρευνα που έχει διεξαχθεί για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό. Η διεξαγωγή της έρευνας συγχρηματοδοτήθηκε από το HAPCO και τα αποτελέσματα παρουσιάστηκαν από το Γ. Διευθυντή της εταιρείας, κ. Γιάννη Μιχαηλίδη, στο 2ο Πανελλήνιο Συνέδριο του HAPCO.

#### **ΠΕΡΙΛΗΨΗ & ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Παρουσιάζονται παρακάτω τα κυριότερα αποτελέσματα και συμπεράσματα που προκύπτουν από την έρευνα που διεξήχθη για την ανταγωνιστικότητα και τις προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού. Στην έρευνα συμμετείχαν οργανωτές συνεδρίων (PCOs/DMCs) από τη παγκόσμια συνεδριακή αγορά και το ερωτηματολόγιο περιλάμβανε τις ακόλουθες θεματικές ενότητες:

- Προβολή Συνεδριακού Τουρισμού
- Ανταγωνιστικότητα Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού
- Προοπτικές Ελληνικού Συνεδριακού Τουρισμού

Πέρα των αποτελεσμάτων που αφορούν στον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό, η έρευνα περιλαμβάνει επίσης και στοιχεία που αφορούν τάσεις της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς.

## **ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

### **Πηγές ενημέρωσης/πληροφόρησης**

Το internet (94%), οι συστάσεις (91%), οι τοπικές ενώσεις/Convention Bureau (91%) και οι συνεδριακές εκθέσεις (82%) αποτελούν τις σημαντικότερες πηγές για ενημέρωση και άντληση πληροφοριών.

Το εντυπωσιακό ποσοστό του internet επιβεβαιώνει ότι το διαδίκτυο παίζει καθοριστικό ρόλο όχι μόνο εν γένει στην τουριστική βιομηχανία, αλλά ακόμη και στους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων.

Στην ερώτηση για το αν γνωρίζουν κάποιες ιστοσελίδες στις οποίες ανατρέχουν για εύρεση πληροφοριών που αφορούν το ελληνικό συνεδριακό προϊόν, το συντριπτικό ποσοστό του 81% απάντησε ότι δεν γνωρίζει καμία ιστοσελίδα και μόλις το 19% ανέφερε ότι γνωρίζει κάποια ιστοσελίδα.

Αντίθετα οι διαφημιστικές καταχωρήσεις στο διεθνή κλαδικό τύπο εμφάνισαν χαμηλό ποσοστό σπουδαιότητας κυρίως λόγω της αδυναμίας τους να μεταφέρουν στους τελικούς αποδέκτες τα κατάλληλα μηνύματα.

### **Αξιολόγηση διεθνών συνεδριακών εκθέσεων**

Στην αξιολόγηση της σπουδαιότητας των έξι σημαντικότερων διεθνών συνεδριακών εκθέσεων, πρωτοστατούν η EIBTM και η IMEX, ακολουθούν σε μια δεύτερη κατηγορία, η Confex του Λονδίνου και το Motivation Show στο Σικάγο, και στην τρίτη

κατηγορία η BTC στη Φλωρεντία και η M&IT στο Λονδίνο. Η συνεδριακή έκθεση IMEX στην Φρανκφούρτη κατέχει το υψηλότερο ποσοστό σπουδαιότητας (very important: 62%) εν συγκρίσει με την EIBTM Βαρκελώνης (very important: 44%).

## **ΚΡΙΤΗΡΙΑ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ &**

### **ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΙΟΝΤΟΣ**

#### **Κριτήρια επιλογής συνεδριακών προορισμών**

Πριν την αξιολόγηση του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος ζητήθηκε από τους ερωτηθέντες να αξιολογήσουν μερικά από τα σημαντικότερα κριτήρια επιλογής ενός συνεδριακού προορισμού (αξιολόγηση βάση βαθμού σπουδαιότητας). Συμπεριλήφθηκαν 16 κριτήρια επιλογής και με βάση το βαθμό σπουδαιότητας, ο οποίος προέρχεται από το άθροισμα του Very και Quiet important, τα κυριότερα κριτήρια επιλογής είναι:

- απευθείας αεροπορική πρόσβαση (97%)
- ασφάλεια του προορισμού (95%)
- pricing/rates - value for money (95%)
- image/prestige του προορισμού (93%)
- ύπαρξη αξιόπιστου τοπικού διοργανωτή (93%)

#### **Κριτήρια επιλογής της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού**

Στη αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των κριτηρίων επιλογής της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού - ζητήθηκε να απαντήσουν μόνο PCOs που διαθέτουν

κάποια εμπειρία/συνεργασία με την Ελλάδα. Συμπεριλήφθηκαν 16 κριτήρια επιλογής και τα κριτήρια με το υψηλότερο ποσοστό βαθμού ικανοποίησης (άθροισμα του Very και Quiet satisfied) είναι:

- πολιτισμός-ιστορία (93%)
- ασφάλεια προορισμού (91%)
- κλίμα (89%)
- image/prestige (88%)

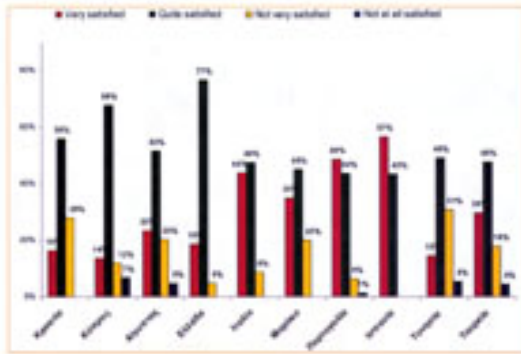
Από τα παραπάνω κριτήρια επιλογής συμπεραίνεται ότι η Ελλάδα, ως συνεδριακός προορισμός, απολαμβάνει τα πλεονεκτήματα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος και όχι κάποιο/α κριτήρια επιλογής που σχετίζονται άμεσα με το καθαυτό συνεδριακό προϊόν.

Δύο καινούρια στοιχεία είναι ότι η Ελλάδα έχει αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα σε θέματα που αφορούν την ασφάλεια, ενώ σημαντικό είναι και το ποσοστό που αφορά τη φήμη/image του προορισμού. Αν και δεν υπάρχουν προηγούμενα συγκριτικά στοιχεία, είναι φανερό ότι η φήμη της Ελλάδος ως τουριστικός προορισμός έχει αυξηθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια αφενός λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων και αφετέρου λόγω της επιθετικής διαφημιστικής καμπάνιας που υλοποιεί ο ΕΟΤ τα τελευταία χρόνια.

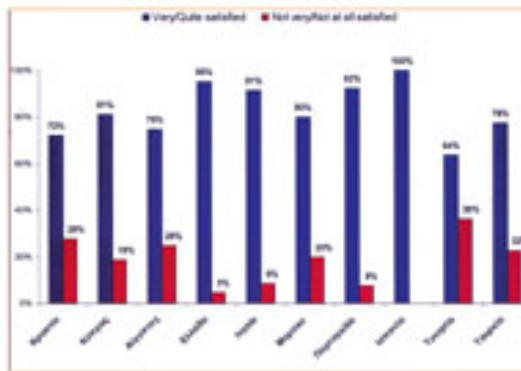
**Αξιολόγηση βαθμού ικανοποίησης Μεσογειακών χωρών ως συνεδριακών προορισμών.**

**Αποτελέσματα βάση τετράμετρης κλίμακας**

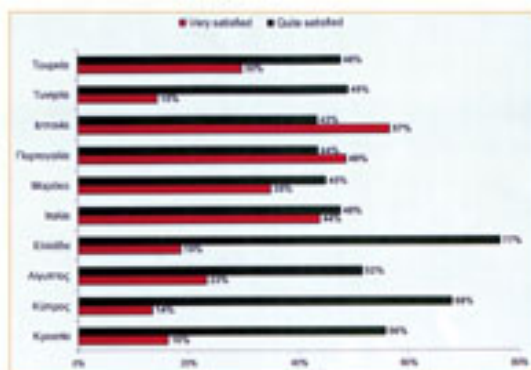




**Σύγκριση Very-Quite vs Not very/Not at all satisfied**



**Σύγκριση Very vs Quite satisfied**



Τα κριτήρια επιλογής της Ελλάδος που εμφάνισαν το υψηλότερο ποσοστό μη ικανοποίησης, (το οποίο προκύπτει από το άθροισμα του Not very και Not at all satisfied) έχουν ως εξής :

- Πρόσβαση σε ενημέρωση-χρηστικές πληροφορίες (34%)
- Ύπαρξη εθνικού ή τοπικού convention bureau (26%)
- Αξιοπιστία τοπικού οργανωτή/PCO (23%)
- Έλλειψη χώρων για εκδηλώσεις - off site venues (20%)
- Έλλειψη απευθείας αεροπορικής πρόσβασης (18%)
- Value for money (18%)

Το κριτήριο "Πρόσβαση σε ενημέρωση-χρηστικές πληροφορίες - Access on related information" αποκτά ιδιαίτερη σημασία και υποδηλώνει τόσο την έλλειψη εξειδικευμένης προβολής όσο και την έλλειψη ολοκληρωμένης πληροφόρησης για το ελληνικό συνεδριακό προϊόν.

Η ύπαρξη εθνικού και τοπικού convention bureau αποτελεί σήμερα θεσμό που έχει αναπτυχθεί όχι μόνο σε όλες σχεδόν τις χώρες αλλά και σε πολλούς επιμέρους προορισμούς που στοχεύουν στο συνεδριακό τουρισμό. Σήμερα η Ελλάδα διαθέτει μόνο το convention bureau της Θεσσαλονίκης.

Η έλλειψη αξιοπιστίας τοπικού οργανωτή, εστιάζεται κυρίως στο γεγονός ότι το επάγγελμα του PCO δεν είναι θεσμοθετημένο και συνεπώς υπάρχουν ελεύθεροι επαγγελματίες ή/και ταξιδιωτικά γραφεία που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση συνεδρίων/ταξιδιών κινήτρων χωρίς εμπειρία, γνώση και αξιοπιστία - πλήττοντας έτσι τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό.

Σημαντικό είναι επίσης και το ποσοστό που αφορά την έλλειψη χώρων για εκδηλώσεις (off-site venues for events). Το αποτέλεσμα είναι αναμενόμενο αφού οι ελληνικοί προορισμοί αδυνατούν να κάνουν χρήση πολλών αξιόλογων πολιτιστικών και μη, χώρων για τη διοργάνωση μιας εκδήλωσης (π.χ. πρόβλημα χορήγησης άδειας, γραφειοκρατία κτλ.) εν αντιθέσει με άλλες χώρες οι οποίες εκμεταλλεύονται αποτελεσματικά την ύπαρξη εντυπωσιακών χώρων, μουσείων κτλ.

Συμπεριλήφθηκε επίσης ανοιχτή ερώτηση προς όλους τους ερωτηθέντες PCOs στην οποία ζητήθηκε να αναφέρουν τα πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού, ανεξαρτήτως προηγούμενης ή μη εμπειρίας με την Ελλάδα.

Στα πλεονεκτήματα επιβεβαιώθηκαν το κλίμα, ο πολιτισμός και η ιστορία, ενώ σημαντικές ήταν και οι αναφορές για την καλή φιλοξενία της χώρας. Στα μειονεκτήματα, το κόστος (value for money) και η απευθείας αεροπορική πρόσβαση αυξάνονται σημαντικά σε συχνότητα αναφοράς όταν καλούνται να απαντήσουν και ερωτηθέντες που δεν έχουν επιλέξει μέχρι σήμερα την Ελλάδα. Επιπρόσθετα η ποιότητα των υπηρεσιών και η κακή οργάνωση συμπληρώνουν τη λίστα των σημαντικότερων μειονεκτημάτων που παρουσιάζει η Ελλάδα ως συνεδριακός προορισμός.

### **Αξιολόγηση βαθμού ικανοποίησης επιλεγμένων μεσογειακών χωρών**

Για την περαιτέρω αξιολόγηση της ανταγωνιστικότητας του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, η έρευνα περιλάμβανε την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των μεσογειακών χωρών ως συνεδριακών προορισμών. Στόχος της ερώτησης ήταν να πραγματοποιηθεί μια γενική αποτίμηση της ανταγωνιστικότητας των μεσογειακών χωρών, διότι υπάρχουν επιπρόσθετοι και διαφορετικοί παράμετροι για την

αξιολόγηση των συνεδρίων και των ταξιδιών κινήτρων. Με βάση το βαθμό ικανοποίησης που προκύπτει από το άθροισμα του Very και Quite satisfied, τα αποτελέσματα έχουν ως εξής:

- εντυπωσιακό το ποσοστό ικανοποίησης 100% για την Ισπανία
- η Ελλάδα στη δεύτερη θέση με 95%
- ακολουθεί η Πορτογαλία με 92% και η Ιταλία με 91%
- ενδιαφέρον παρουσιάζει επίσης και το ποσοστό της Κροατίας, το οποίο κρίνουμε ότι αντικατροπτίζει το παράδειγμα μιας ανερχόμενης χώρας στο συνεδριακό τουρισμό.
- το υψηλότερο ποσοστό μη ικανοποίησης παρουσιάζει η Τυνησία (36%) που αποτελεί ανέκαθεν έναν από τους φθηνότερους συνεδριακούς προορισμούς της Μεσογείου.

Σε μια περαιτέρω ανάλυση του βαθμού ικανοποίησης 95% (που προέρχεται από το άθροισμα του Very και Quiet satisfied) για την Ελλάδα διαπιστώνουμε ότι υπάρχει μια μετριότητα στην αξιολόγηση του συνεδριακού προϊόντος αφού το ποσοστό του Quite Satisfied (77%) είναι πολύ υψηλότερο από το Very Satisfied (19%). Σε άλλες μεσογειακές χώρες όπως η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Ισπανία, τα ποσοστά ικανοποίησης Very και Quiet satisfied ισομοιράζονται μεταξύ τους.

## **ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

**Πρόθεση διοργάνωσης Meeting, Incentive και Congress στην Ελλάδα**

Ζητήθηκε από τους PCOs να δηλώσουν τις προθέσεις τους για τη διοργάνωση ενός Meeting, Incentive ή Congress στην Ελλάδα τα επόμενα πέντε χρόνια. Μερικά από τα σημαντικότερα αποτελέσματα περιλαμβάνουν:

- Τις πολύ καλές προοπτικές για τα ταξίδια κινήτρων, που στην επιλογή "Already Booked" απέσπασαν το υψηλότερο ποσοστό με 8%, ενώ εντυπωσιακό είναι και το 19% στην επιλογή "Definitely will".
- Το αξιόλογο ποσοστό για τη διοργάνωση μικρομεσαίων συνεδρίων (meetings) με ποσοστό 13% στην επιλογή "Definitely will".
- Τις δυσσώωνες προοπτικές για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων (congress), αφού παρουσίασαν τα μικρότερα ποσοστά στη θετική πρόθεση και τα υψηλότερα ποσοστά στην αρνητική πρόθεση. Στοιχείο που οφείλεται κυρίως στην έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων.

### **Πρόθεση επιλογής ελληνικού συνεδριακού προορισμού**

Για την αξιολόγηση των σημαντικότερων ελληνικών συνεδριακών προορισμών ζητήθηκε να εκφράσουν την πρόθεσή τους σχετικά με το ποιους προορισμούς θα επέλεγαν για τη διοργάνωση ενός συνεδρίου/ταξίδι κινήτρου. Μεταξύ των αποτελεσμάτων ξεχώρισαν:

- Το εντυπωσιακό ποσοστό της Αθήνας, που με 93% την κατατάσσει ως το δημοφιλέστερο συνεδριακό προορισμό στην Ελλάδα.
- Αναμενόμενο το υψηλό ποσοστό για την Κρήτη και τη Ρόδο, με 69% και 66% αντίστοιχα, που αποτελούν τους κυριότερους συνεδριακούς προορισμούς στην Ελλάδα.

- Στον αντίποδα, υψηλά είναι τα ποσοστά των προορισμών στην κατηγορία "no experience/opinion" - Χαλκιδική 69%, Κως 59% και Θεσσαλονίκη 54%.

### **Πρόθεση συνεργασίας με τοπικό οργανωτή συνεδρίων**

Στη πρόθεση συνεργασίας με τοπικό PCO/DMC για τη διοργάνωση ενός συνεδρίου/incentive στην Ελλάδα το συντριπτικό ποσοστό του 96% απάντησε ότι θα επιλέξει τοπικό διοργανωτή (PCO).

### **Επιρροή των Ολυμπιακών Αγώνων 2004 στον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό**

Η επιρροή των Ολυμπιακών Αγώνων είναι στατιστικά αποδεδειγμένο ότι συμβάλει σημαντικά στην αύξηση του συνεδριακού τουρισμού. Στοιχείο το οποίο επιβεβαιώθηκε και στην παρούσα έρευνα.

Για τους PCOs που συνεργάζονταν με την Ελλάδα και πριν το 2004, το 40% ανέφερε ότι αυξήθηκε σημαντικά το ενδιαφέρον για την Ελλάδα.

Η εκδήλωση ενδιαφέροντος για τους PCOs που δεν είχανε καμία συνεργασία μέχρι το 2004, είναι επίσης εντυπωσιακή:

- 5% δήλωσε ότι έχει πραγματοποιήσει τη διοργάνωση συνεδρίου/ταξίδι κινήτρου για πρώτη φορά
- 18% ανέφερε ότι συγκαταλέγει την Ελλάδα στις προτάσεις του
- και ένα 27% δήλωσε ότι υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον από τους πελάτες του

Τέλος, σημαντικό είναι και το ποσοστό του 40% των ερωτηθέντων PCOs οι οποίοι απέστειλαν, προαιρετικά, τα πλήρη στοιχεία τους για να τους αποσταλεί ενημερωτικό

υλικό για το συνεδριακό προϊόν της Ελλάδος. Πρόκειται για ένα αρκετά υψηλό ποσοστό που αφενός μεν δείχνει το ενδιαφέρον για τη Ελλάδα, αλλά αφετέρου υποδηλώνει και την αδυναμία του προορισμού να ενημερώνει ολοκληρωμένα και συστηματικά τους επαγγελματίες του συνεδριακού τουρισμού.

