



ΤΕΙ ΚΡΗΤΗΣ
ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ & ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ



"ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ"

ΧΑΡΟΚΟΠΟΣ - ΧΡΙΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΣΠΥΡΟΣ, ΑΜ: 5319

ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ: Δημοπούλου Ειρήνη

ΗΡΑΚΛΕΙΟ 2017

copyright © Σπύρος Χαροκόπος - Χριστόπουλος 2017-12-11

Με επιφύλαξη παντός δικαιώματος. All rights reserved.

Η έγκριση της πτυχιακής εργασίας από το Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων του ΑΤΕΙ Κρήτης δεν υποδηλώνει απαραίτητως και αποδοχή των απόψεων του συγγραφέα εκ μέρους του τμήματος

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

	<u>Σελ.</u>
ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ.....	1
ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....	4
ΠΕΡΙΛΗΨΗ ΣΤΑ ΑΓΓΛΙΚΑ.....	5

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1.1. Ιστορικά στοιχεία.....	6
1.1.2. Η γιγάντωση της τουριστικής βιομηχανίας.....	6
1.1.3. Ο τουρισμός ως κοινωνικό-οικονομικό φαινόμενο.....	7
1.1.4. Οι κυριότερες προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει.....	7
ο κλάδος του τουρισμού σήμερα (2016)	
1.1.5. Δείκτης ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Ελλάδας το 2017.....	8
1.2.0. Επαγγελματικός - επιχειρηματικός τουρισμός.....	9
1.2.1. Ιστορικά στοιχεία.....	9
1.2.2. Ο ρόλος της IAPCO.....	10
1.2.3. Ορισμοί.....	11
1.2.4. Χαρακτηριστικά επαγγελματικού τουρισμού.....	12
1.2.5. Οφέλη από την βιομηχανία συνευρέσεων.....	12
1.3.0. Η συνεδριακή βιομηχανία.....	14
1.3.1. Η οργάνωση των συνεδρίων.....	14
1.3.2. Χαρακτηριστικά της συνεδριακής βιομηχανίας.....	17
1.3.3. Ο ρόλος της ICCA.....	17
1.3.4. Χαρακτηριστικά εταιρικών συνεδρίων (1963 -2012).....	18
1.3.5. Η συμμετοχή της ICCA σε σημαντικούς διεθνείς οργανισμούς.....	18
1.3.6. Κορυφαία Συνεδριακά Ξενοδοχεία (2017).....	19
1.4. Τα συνέδρια σαν μοχλός για την παγκόσμια πρόοδο.....	20
1.5. Η ανίχνευση του μέλλοντος.....	20

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ

2.1. Α. Η περίπτωση της Αυστρίας.....	22
2.1.1. Ο συνεδριακός τουρισμός στην Αυστρία.....	22
2.1.2. Έκθεση για την βιομηχανία συνεδρίων της Αυστρίας για το έτος 2015 όπως παρουσιάζεται από το γραφείο συνεδρίων της Αυστρίας (ACB).....	23
2.1.3. Η βιομηχανία συνεδριάσεων στα ομόσπονδα κράτη.....	25
2.1.4. Πράσινες εκδηλώσεις.....	26
2.1.5. 15 δεδομένα για το έτος 2015.....	26
2.1.6. 7 χρόνια - 7 δεδομένα.....	27
2.1.7. Διευκρινιστικοί ορισμοί.....	28
2.2. Ο συνεδριακός τουρισμός της Βιέννης.....	29
2.3. Β. Η περίπτωση της Ελβετίας.....	30
2.3.1. Ο τουρισμός της Ελβετίας.....	30
2.3.2. Έκθεση του τομέα των συνευρέσεων.....	30
2.3.3. Σύγκριση δεδομένων μεταξύ των ετών 2011 και 2015.....	31
2.4. Το ετήσιο συνέδριο στο Davos για την παγκόσμια οικονομία (World Economic Forum)	33

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1.1. Ιστορικά στοιχεία.....	36
3.1.2. Γενικά χαρακτηριστικά.....	36
3.1.3. Ο ρόλος της HAPCO.....	36
3.1.4. Τα μεγέθη της αγοράς.....	37
3.1.5. Τα συνέδρια σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη.....	38
3.1.6. Σημασία και δυνατότητες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.....	40
3.1.7. Τι υπηρεσίες προσφέρει ο ΣΕΤΕ.....	40
3.1.8. Τι αποκαλύπτει έρευνα που παρουσιάστηκε σε συνέδριο του ΣΕΤΕ.....	41
3.2. Συντελεστές οργάνωσης συνεδρίων.....	41
3.2.1. Τα convention and visitors bureaus (CVB).....	41
3.2.2. Τα Meetings Planning Groups (MPG).....	43
3.2.3. Οι PCOs (Profession de Congress Organizers).....	43
3.2.4. Τα συνεδριακά κέντρα.....	43

3.2.5. Οι οργανωτές συνεδρίων (Tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία).....	44
3.2.6. Φορείς συνεδρίων.....	44
3.2.7. Είδη συνεδρίων από πλευράς περιεχομένου.....	45
3.3. Πλεονεκτήματα - μειονεκτήματα συνεδριακού - γενικού τουρισμού στην Ελλάδα.....	46
3.4. Κριτήρια επιλογής της Ελλάδας ως συνεδριακού προορισμού.....	48
3.5. Συστάσεις για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού.....	49

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

4.1. Γενικά χαρακτηριστικά.....	51
4.2. Θεματολογία συνεδρίων.....	52
4.3. Συνεδριακοί χώροι ιδρυμάτων – επιχειρήσεων.....	56
4.4. Συνέδρια εν πλω.....	57
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	59

ΜΕΡΟΣ ΠΕΜΠΤΟ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1. Σκοπός έρευνας.....	62
5.2. Επιλογή του δείγματος.....	62
5.3. Ερευνητική στρατηγική και τεχνική.....	62
5.4. Ερωτήσεις έρευνας.....	63
ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	63
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ.....	67
ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	70

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Α

Πίνακες και γραφήματα

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Β

Εικόνες

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Στην εργασία αυτή γίνεται μια προσπάθεια συνολικής προσέγγισης του θέματος του συνεδριακού τουρισμού. Μία ιστορική αναδρομή που φθάνει ως τις μέρες μας, όπου και επισημαίνονται οι σύγχρονες τάσεις του. Αναλύεται η δυνατότητα του να συνδυάζεται με άλλες μορφές τουρισμού, η σημασία του στο οικονομικό πεδίο και όχι μόνο, ο λόγος που ο συνεδριακός τουρισμός έχει αναπτυξιακές προοπτικές παγκοσμίως, αλλά και οι προϋποθέσεις κάτω από τις οποίες μπορεί να ολοκληρωθεί η προσπάθεια αναβάθμισης του στην Ελλάδα και ειδικότερα στην Κρήτη.

Η εργασία χωρίζεται σε τέσσερα μέρη. Στο πρώτο μέρος παρέχονται στην αρχή μερικά στοιχεία για τον διεθνή τουρισμό, όπως η συνεχόμενη ανάπτυξη και διασπορά του τις τελευταίες δεκαετίες που οδήγησε σε σημαντική κοινωνικοοικονομική πρόοδο, η σύγκριση της αξίας της τουριστικής βιομηχανίας με άλλες βιομηχανίες και ο ρόλος του σε αναπτυσσόμενες χώρες, όπου και αποτελεί βασική πηγή εισοδήματος. Στη συνέχεια αναλύονται παράμετροι του συνεδριακού τουρισμού. Επισημαίνεται ο ρόλος των διεθνών οργανισμών τουρισμού, όπως του UNWTO, της IAPCO και της ICCA, τα οφέλη από την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, ενώ παρατίθεται σειρά από ενδιαφέροντα στατιστικά στοιχεία πάνω στο θέμα αυτό.

Στο δεύτερο μέρος αναλύονται παραδείγματα αναπτυγμένου συνεδριακού τουρισμού σε δύο γειτονικές μεταξύ τους χώρες την Αυστρία και την Ελβετία.

Στο τρίτο μέρος αφού γίνεται παράθεση θετικών και αρνητικών στοιχείων συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, επισημαίνονται οι προσπάθειες που πρέπει να καταβληθούν από τους φορείς, όπως την HAPCO και την ΣΕΤΕ αλλά και την πολιτεία για τη βελτίωση του προϊόντος, ενώ παράλληλα τονίζεται και η ποιοτική αναβάθμιση που προσφέρει ο συνεδριακός τουρισμός στο σύνολο του τουριστικού προϊόντος της χώρας. Εκτενής αναφορά γίνεται επίσης και στους συντελεστές ανάπτυξης συνεδρίων.

Στο τέταρτο μέρος γίνεται ειδική αναφορά στον συνεδριακό τουρισμό της Κρήτης, που λόγω κυρίως ευνοϊκών γεωγραφικών και κλιματολογικών συνθηκών ευδοκούν όλες οι μορφές τουρισμού και μπορούν να συνδυαστούν αρμονικά με τον συνεδριακό. Παρατίθενται αποτελέσματα προοπτικής μελέτης για τον τουρισμό της Κρήτης σε σύγκριση με αυτόν των υπολοίπων περιφερειών της χώρας. Επίσης περιγράφονται οι υποδομές του νησιού και επισημαίνεται ότι ελλοχεύει ο κίνδυνος η πολιτεία να μην αντιμετωπίσει ορθολογικά την πρόκληση της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού.

Τέλος, στα συμπεράσματα ανακεφαλαιώνονται συνοπτικά τα παραπάνω με αναφορά στον ρόλο που διαδραμάτισαν συγκεκριμένα συνέδρια στην παγκόσμια ιστορία και στον τρόπο που κάποια άλλα σήμερα χαρτογραφούν το μέλλον.

SUMMARY

In this paper we try to give an overview of congress tourism. We examined this subject both retrospectively and for the future. The possibility of combination with other forms of tourism has been analyzed and the reasons why congress tourism has a growing impact on global development. Under which circumstances there would be a qualitative improvement of the Greek tourism product, which would then further increase the competitiveness of this country in tourism. The paper is divided into four parts. In the first part, some data about the global tourism are presented, as its continuous development during the last decades has led to significant socioeconomic progress. We also look at the comparison of the value of the tourist industry with other industries

and its role in the developing countries, where it is a main source of income. Moreover several data from the congress tourism industry are analyzed. The role of international organizations like UNWTO, IAPCO and ICCA, the various benefits to a country as a result of the development of congress tourism and other interesting statistical data on this subject are presented.

In the second part, samples of two neighboring European countries with developed congress tourism, Austria and Switzerland, are highlighted. In the third part positive and negative aspects of congress tourism in Greece are analyzed, along with the efforts which various organizations like HAPCO and SETE, as well as the government, have made to accomplish an improvement of the country's tourism product. In addition, we show how congress tourism can improve the quality of the tourism product as a whole. A detailed analysis concerning the congress organizers, is also presented.

In the fourth part, a special case study is made on tourism in Crete, where because of favorable geographic, climatic and historic conditions, all kinds of tourism flourish. These aspects can all be combined harmoniously with congress tourism. The results of a study concerning tourism in Crete in comparison with that of the rest of the country is presented. Moreover, the tourist infrastructure of the island is analyzed, while it questions whether the government will face the challenge of congress tourism development in a rational way. Finally, in the summary, all of the above are briefly summarized and the role of specific congresses, crucial for international history are mentioned, whilst others currently chart the future.

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

1.1.1 Ιστορικά στοιχεία

Σε παλαιότερους χρόνους οι άνθρωποι μετακινούνται για να κυνηγούν, να γιορτάσουν ή να προσκυνήσουν. Τα κίνητρα τους ήταν η ανεύρεση τροφής, νερού και η απόκτηση ποικίλων αγαθών με το εμπόριο. Η ανακάλυψη του τροχού και τα ιστιοφόρα άνοιξαν νέους δρόμους στις μεταφορές. Κάθε βελτίωση στην τεχνολογία δημιουργούσε νέες ευκαιρίες για ταξίδια. Όταν αργότερα αναπτύχθηκαν οι αυτοκινητόδρομοι και τα σιδηροδρομικά δίκτυα σε διάφορες χώρες, ο τουρισμός γνώρισε σημαντική άνθηση.

Το 1822 ο Robert Smart από το Bristol της Αγγλίας αυτοανακηρύχθηκε σαν ο πρώτος πράκτορας ατμόπλοιου. Πουλούσε εισιτήρια για τη μεταφορά επιβατών από το Bristol προς διάφορα λιμάνια του ομώνυμου καναλιού αλλά και το Δουβλίνο με ατμόπλοια.

Το 1841 ο Thomas Cook χρησιμοποίησε ειδικό σιδηρόδρομο για εκδρομές από το Leicester στο Loughborough της Αγγλίας για μία απόσταση 12 μιλίων. Με 570 επιβάτες και εισιτήριο μετ' επιστροφής 1 σελίνι θεωρείται ο πρώτος εκδρομικός σιδηρόδρομος.

Έτσι ο Thomas Cook δικαίως έχει αναγνωρισθεί σαν ο πρώτος πράκτορας σιδηροδρομικής εκδρομής. Οι πρωτοποριακές του δράσεις μιμήθηκαν από πολλούς σε άλλες χώρες. Η εταιρεία του Cook μεγάλωσε γρήγορα οργανώνοντας εκδρομές μετά ξεναγού στην Ευρώπη, τις ΗΠΑ και τον υπόλοιπο κόσμο. Όμως πρώτος ειδικός σε ατομικά ταξίδια οργανωμένα από ταξιδιωτικά γραφεία ήταν ο Thomas Bennet (1814-1898). Ένας Άγγλος που υπηρετούσε σαν γραμματέας του Βρετανού γενικού προξένου στο Oslo. Από τη θέση του αυτή συχνά οργάνωνε ατομικές περιηγήσεις Άγγλων επισήμων, σε γραφικές τοποθεσίες στη Νορβηγία. Τέλος από το 1850 ασχολήθηκε επαγγελματικά με τα οργανωμένα ταξίδια που παρείχε σε μεμονωμένους τουρίστες τις σχετικές υπηρεσίες. Σε αυτές περιλάμβανε από άλογα ιππασίας έως και κρατήσεις δωμάτων ξενοδοχείων.

1.1.2 Η γιγάντωση της τουριστικής βιομηχανίας

Μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο η δυνατότητα αεροπορικών ταξιδιών ιδίως με ναυλωμένες πτήσεις (charter) ήταν το έναυσμα για την ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας. Τώρα πια μεγάλες ομάδες τουριστών μπορούσαν να επισκεφτούν εύκολα χώρες και σε διαφορετικές ηπείρους από αυτές που κατοικούσαν. Επίσης ένας άλλος σημαντικότερος λόγος για την ώθηση της τουριστικής κίνησης ήταν η αύξηση του ελεύθερου χρόνου των εργαζομένων. Τον 18ο αιώνα, ελεύθερο χρόνο διέθεταν μόνον οι προνομιούχοι. Στην αρχή του 20ου αιώνα όμως οι τραπεζικές αργίες και λίγο αργότερα οι πληρωμένες διακοπές που προς το τέλος του αιώνα επιμηκύνθηκαν σημαντικά διαμόρφωσαν τη νέα κατάσταση πραγμάτων. Παράλληλα οι άνθρωποι ταξιδεύουν για πολλούς και διάφορους λόγους που με τον χρόνο αυξάνονται όλο και περισσότερο και αποτελούν τις διάφορες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Κυρίαρχη μορφή εναλλακτικού τουρισμού αποτελεί ο συνεδριακός τουρισμός στον οποίο θα αναφερθούμε εκτενέστερα (Ugurlu 2010^a).

1.1.3 Ο τουρισμός ως κοινωνικό - οικονομικό φαινόμενο

Τις τελευταίες δεκαετίες ο τουρισμός είχε συνεχόμενη ανάπτυξη και διασπορά με αποτέλεσμα να αποτελέσει έναν από τους ταχύτερα οικονομικά αναπτυσσόμενους τομείς παγκοσμίως. Έτσι οδήγησε σε σημαντική κοινωνικο-οικονομική πρόοδο. Σήμερα

η συνολική αξία της τουριστικής βιομηχανίας υπερβαίνει την αξία των εξαγωγών πετρελαίου, τροφίμων ή αυτοκινήτων. Ο τουρισμός έγινε βασικός παίκτης του διεθνούς εμπορίου και αντιπροσωπεύει μια από τις βασικές πηγές εισοδήματος για πολλές αναπτυσσόμενες χώρες. Τομείς που ωφελήθηκαν σημαντικά ήταν οι κατασκευές, η γεωργία και οι τηλεπικοινωνίες ενώ ταυτόχρονα μειώθηκε η ανεργία. Πιο συγκεκριμένα:

- 1) Οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν κατά 4,6% το 2015 ή 1,84 εκατ. άτομα
- 2) Το ΑΕΠ των χωρών παγκοσμίως αυξήθηκε κατά 10%
- 3) Μια από τις 11 θέσεις εργασίας αφορούν τον τουρισμό
- 4) Το 2015 τα κέρδη παγκοσμίως από τον τουρισμό ανήλθαν σε 1,4 τρισ. \$
- 5) Το 7% των παγκόσμιων εξαγωγών αφορούν τον τουρισμό
- 6) Το 30% των υπηρεσιών παγκοσμίως αφορούν τον τουρισμό (UNWTO 2016)

(ΕΙΚΟΝΑ 1)

Σύμφωνα με πρόσφατα δημοσιευθέντα στοιχεία του World Economic Forum 2017, οι πόλεις που εμφάνισαν τα μεγαλύτερα έσοδα από το τουριστικό προϊόν διεθνώς κατά το 2016 είσαν οι εξής: (ΕΙΚΟΝΑ 2)

1.1.4. Οι κυριότερες προκλήσεις που καλείται να αντιμετωπίσει ο κλάδος του τουρισμού σήμερα (2016)

Σύμφωνα με τον Guy Langford (2017), αντιπρόεδρο και επικεφαλής του τμήματος ταξιδιών, φιλοξενίας και αναψυχής στις ΗΠΑ της Deloitte and Touche θα πρέπει να δοθεί προσοχή στα ακόλουθα:

1. Οι τουριστικές επιχειρήσεις να παρέχουν εξατομικευμένες και ξεχωριστές εμπειρίες στους πελάτες τους. Πρέπει να γνωρίζουν τις προτιμήσεις τους, οι οποίες βεβαίως αλλάζουν συνεχώς και σχετίζονται με τις τάσεις της εποχής. Για παράδειγμα οι millennials, δηλ. οι πελάτες που έχουν γεννηθεί και μεγαλώσει από τη δεκαετία του 1980 έως και τις αρχές του 2000 απολαμβάνουν τις υπηρεσίες online, όχι μόνο για την οργάνωση ταξιδιού, αλλά και για να ασκήσουν την κριτική τους σε τουριστικές επιχειρήσεις. Η γνώμη τους μετράει και επηρεάζει.
2. Οι τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να επεξεργάζονται τα δεδομένα που έχουν για τις επιθυμίες των πελατών, αναλύοντας τα όπως τα likes, insights και τις κριτικές.
3. Πολλές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να βρουν άτομα με τεχνικές γνώσεις αλλά και ταλέντο στην επικοινωνία. Το πρόβλημα φαίνεται να οφείλεται στο γεγονός πως οι επιχειρήσεις ψάχνουν εξειδικευμένο προσωπικό, ωστόσο δεν παρέχουν ανάλογους μισθούς με τα προσόντα.
4. Οι τουριστικές και ιδιαίτερα οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις είναι πολύ ανταγωνιστικές με επακόλουθο ενοποιήσεις, όπως τελευταία της Marriot που εξαγοράζει την Starwood Hotels έναντι 12,2 δισ. δολαρίων. Αλλά και ο ίδιος ο ανταγωνισμός αλλάζει μορφή. Δεν είναι τυχαίο ότι ο μεγαλύτερος πάροχος διαμονής στον κόσμο η Airbnb δεν διαθέτει ούτε ένα κτίριο, όπως άλλωστε αντίστοιχα και η εταιρία μετακινήσεων Uber, που δεν διαθέτει ούτε ένα αντικείμενο. Πλέον οι επιχειρήσεις πρέπει να ενσωματώνουν τις ψηφιακές τεχνικές marketing στις βασικές επιχειρησιακές τους στρατηγικές.

Αναφερόμενος σε καινοτόμες ιδέες ο Langford προτείνει:

- 1) Την ενθάρρυνση της νέας οικονομίας διαμοιρασμού με τη δημιουργία σχέσεων ανάμεσα στους πελάτες με συγκεντρώσεις, την απευθείας κριτική από τους πελάτες και

τη συνεργασία μαζί του.

2) Εάν χρησιμοποιηθούν οι αναβαθμισμένες πλατφόρμες επικοινωνίας ανάμεσα σε πελάτες και επιχειρήσεις οι κρατήσεις γίνονται πιο εύκολες. Επίσης η χρήση ωραίων εικόνων ως βασική μορφή έκφρασης του πελάτη στα social media όπως το instagram, ακόμη και η δημιουργία ενός hashtag, δηλ. μιας ξεχωριστής ταμπέλας, δηλωτική για την επιχείρηση, μπορούν να λειτουργήσουν σαν διαφήμιση.

3) Συνεργασία στρατηγικής εταιρειών με άλλες του χώρου. Έτσι η Uber μεταφέρει πελάτες στα ξενοδοχεία Hilton και Starwood, όπως και οι ταξιδιώτες της KLM αναζητούν καταλύματα της Airbnb μέσω της ιστοσελίδας της KLM. (Langford 2017).

1.1.5 Δείκτης ανταγωνιστικότητας του τουρισμού της Ελλάδος το 2017

Επτά θέσεις ανέβηκε η Ελλάδα στον δείκτη ανταγωνιστικότητας τουρισμού για το 2017 που καταρτίζει το παγκόσμιο οικονομικό φόρουμ (WEF), στοιχείο που επιβεβαιώνει με τη σειρά του ότι υπάρχει τουλάχιστον ένας κλάδος της εθνικής οικονομίας που βελτιώνει συνεχώς τις επιδόσεις του.

Η Ελλάδα κατατάσσεται φέτος στην 24η θέση μεταξύ 136 χωρών συγκεντρώνοντας βαθμολογία 4,51 σε μια κλίμακα από το 1 έως το 7, όπου το 7 είναι η βέλτιστη επίδοση.

Βρίσκεται ωστόσο σε χαμηλότερη θέση από τρεις ανταγωνιστικές ευρωπαϊκές αγορές (Ισπανία, Ιταλία και Πορτογαλία), αλλά σε υψηλότερη από την Κύπρο και την Τουρκία. Στην έκθεση πάντως, αν και οι χαμηλές χρεώσεις για τους ξένους τουρίστες θεωρούνται ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας, η οποία κατατάσσεται στην 22η θέση ως προς το κριτήριο αυτό, επισημαίνεται η αρνητική επίδραση τους στα έσοδα.

Η ανέλιξη της Ελλάδας στην 24η θέση (σ.σ. πέρυσι ήταν στην 31η θέση μεταξύ 141 χωρών και επομένως έχει γίνει η σχετική διόρθωση) χαρακτηρίζεται εντυπωσιακή στην έκθεση του WEF, που πρόσφατα δημοσιοποιήθηκε. Οι συγγραφείς της έκθεσης αποδίδουν αυτή τη θεαματική βελτίωση στις «εξαιρετικές προσπάθειες της Ελλάδας να αξιοποιήσει τους φυσικούς της πόρους, στη μείωση των τιμών σε ότι αφορά τη διαμονή των ξένων τουριστών, καθώς και στη μείωση των χρεώσεων στα αεροδρόμια». Στα μειονεκτήματα, από την άλλη, περιλαμβάνονται - για πολλοστή φορά - τα ελάχιστα κίνητρα για την υλοποίηση ξένων άμεσων επενδύσεων, αλλά και ο χαμηλός βαθμός τεχνολογικής ετοιμότητας των τουριστικών επιχειρήσεων. (Μανιφάβα 2017).

1.2.0 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ – ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.2.1 Ιστορικά στοιχεία

Η τάση για συνευρέσεις είναι χαρακτηριστική του ανθρώπινου είδους από την εποχή που εκπολιτίστηκε. Από όταν οι άνθρωποι δημιούργησαν μόνιμους εποικισμούς, κάθε πόλη ή χωριό απέκτησε έναν δημόσιο χώρο όπου οι κάτοικοι συναθροίζονταν για να συνδιαλλαγούν και να γιορτάσουν. Στους ρωμαϊκούς χρόνους τέτοιοι χώροι δημιουργήθηκαν στη Βρετανία και Ιρλανδία για εμπορικούς κυρίως λόγους. Τον 19ο αιώνα το πιο σημαντικό ευρωπαϊκό συνέδριο υπήρξε αυτό της Βιέννης το 1815, όπου ο δημιουργός της ιεράς συμμαχίας και σφοδρός εχθρός κάθε φιλελεύθερης διάθεσης Αυστριακός διπλωμάτης Μέττερνιχ χειραγώγησε τις εργασίες του και καθόρισε τα σύνορα των κρατών μετά τους ναπολεόντειους πολέμους. Κάθε αντιπρόσωπος χώρας συνοδεύονταν από πολυάριθμο υποστηρικτικό επιτελείο, το οποίο κατά τη διαμονή του μετείχε σε κοινωνικά προγράμματα, πολυτελείς διασκεδάσεις, έκανε χρήση ποικίλων υπηρεσιών και είχε στη διάθεση του άρτιες συνεδριακές εγκαταστάσεις. Η σύναψη υψηλόβαθμων και οικονομικά εύρωστων αξιωματούχων αναβάθμισε τον συνεδριακό τουρισμό της πόλης.

Ταυτόχρονα τα πανεπιστήμια παρείχαν διευκολύνσεις για τη διάδοση των γνώσεων στους ακαδημαϊκούς κύκλους ενώ ανθούσαν οι λουτροπόλεις και τα θέρετρα με δυνατότητα συνεδριακών εγκαταστάσεων. Επίσης καινούργια ξενοδοχεία που ανεγέρθηκαν στους σιδηροδρομικούς σταθμούς ενοικίαζαν αίθουσες για ποικίλες εκδηλώσεις.

Τέλος ως προς τη θεματολογία των συνεδρίων ενώ τον 19^ο αιώνα κυριαρχούσαν το εμπόριο και η βιομηχανία, από την αρχή του 20ου αιώνα αντί να ομιλούν κυρίως για προώθηση προϊόντων και εταιρικά αποτελέσματα, επικεντρώθηκαν περισσότερο στις πωλήσεις και το ανθρώπινο δυναμικό (Rogers 2013).

Ο όρος συνέδριο (congress) χρησιμοποιήθηκε τον 17ο αιώνα στον χώρο της διπλωματίας, όταν οι κυβερνήτες ή οι αντιπρόσωποι τους ή οι επί των εξωτερικών υπουργοί τους μετείχαν σε συνάξεις με σκοπό την επίλυση των πιο σοβαρών διεθνών θεμάτων κοινού ενδιαφέροντος, όπως π.χ. στη Βιέννη το 1814-15. Αντιθέτως για λιγότερο σημαντικά θέματα, όπως π.χ. για την προετοιμασία των συνεδρίων ή για την απάντηση σε συγκεκριμένο ερώτημα χρησιμοποιείτο γενικώς ο όρος conference. Σε κάθε περίπτωση η διαχωριστική γραμμή μεταξύ των δυο αυτών όρων δεν υπήρξε απολύτως σαφής. Έτσι οι συνάξεις των κυβερνητών στο Aix-la Chapelle (1818), Troppau (1820) και Laibach (1821), αναφέρονται και με τους δυο όρους στην επίσημη διπλωματία της εποχής εκείνης. Αλλά και οι επί μέρους συσκέψεις στο πλαίσιο ενός συνεδρίου ονομαζόταν και αυτές conferences (Phillips 1926).

Καθώς η βιομηχανοποίηση εξαπλωνόταν από το τέλος του 19ου αιώνα στις ΗΠΑ και τη δυτική Ευρώπη, οι συνενυρέσεις των επιχειρηματιών πολλαπλασιαζόταν. Η βελτίωση των σιδηροδρομικών συγκοινωνιών την εποχή εκείνη σε συνδυασμό με την άνοδο της μεσαίας τάξης και τη δημιουργία καινούριων επαγγελματιών, αύξησαν την κινητικότητα της κοινωνίας. Ειδικά στις ΗΠΑ η διαχείριση της επιχειρηματικής γνώσης ήταν πιο έντονη από ότι στην Ευρώπη όπου επικρατούσε περισσότερος σκεπτικισμός. Συζητούνται επιπλέον και θέματα πολιτικά, θρησκευτικά, λογοτεχνικά και ψυχαγωγικά. Ο όγκος της νέας γνώσης που έπρεπε να διαχυθεί ήταν πια πολύ μεγάλος και οι συνενυρέσεις ο καλύτερος τρόπος επικοινωνίας. Η μεγέθυνση των πόλεων και των βιομηχανιών έκαναν πιο επιθυμητή και αναγκαία την εκμάθηση καινούριων τεχνικών, την προβολή νέων προϊόντων και τη διδαχή τρόπου διοίκησης μεγάλου αριθμού εργαζομένων, διασκορπιζομένων σε πολλούς τόπους.

Με αυτά τα δεδομένα μπορούμε σήμερα να αντιληφθούμε πως η βιομηχανία συνενυρέσεων κατέληξε να συνεισφέρει 115 δισ. στο ΑΕΠ των ΗΠΑ το έτος 2012, ενώ άμεσα η έμμεσα προσέφερε άνω των 1,7 εκ. θέσεις εργασίας στους Αμερικανούς πολίτες (Rogers και Davidson 2016).

1.2.2 Ο ρόλος της IAPCO

Η IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) η διεθνής εταιρεία επαγγελματιών οργανωτών συνεδρίων ιδρύθηκε το 1968 στην Ελβετία και αντιπροσωπεύει σήμερα πάνω από 120 επαγγελματίες οργανωτές, σχεδιαστές συναθροίσεων και διαχειριστές εθνικών και διεθνών συνεδρίων και ειδικών εκδηλώσεων από 41 χώρες. Τα μέλη της IAPCO οργανώνουν άνω των 7075 συνεδριάσεις ετησίως, με 2.861.000 συνέδρους και κύκλο εργασιών 4,63 δισ. ευρώ (το έτος 2014). Η IAPCO έχει δεσμευθεί και βελτιώνει το επίπεδο παροχών των μελών της καθώς και άλλων τομέων της βιομηχανίας συνεδρίων. Σήμερα η συμμετοχή ως μέλος στην IAPCO προσφέρει μοναδικά πλεονεκτήματα, καθώς για την είσοδο ενός οργανωτού συνεδρίων στην IAPCO απαιτούνται αυστηρά κριτήρια και διατήρηση υψηλού επιπέδου υπηρεσιών. Για τον σκοπό αυτό απαιτούνται διαρκής επιμόρφωση και συνεργασία με άλλους επαγγελματίες.

Στο πλαίσιο της ευρύτερης επιμόρφωσης το 2016 έχουν δημοσιευθεί από την IAPCO και τα ακόλουθα άρθρα:

- 1) Πολιτισμικές διαφορές. Εκπαιδεύοντας τη νέα γενιά.
- 2) Εξεύρεση χρημάτων και απόκτηση εισοδήματος σε ένα αλληλοσυνδεόμενο κόσμο.
- 3) Το τοπίο του διαδικτυακού και υβριδικού συνεδριακού τουρισμού.
- 4) Συνέντευξη με την πρόεδρο της IAPCO Jan Tokin.
- 5) Συνεργασίες προικισμένων ατόμων σε έναν συνεδριακό τουρισμό.
- 6) Διοίκηση συμβουλίων εταιριών (IAPCO 2016).

1.2.3 Ορισμοί

Μερικοί ορισμοί του τουρισμού τείνουν να εξαιρέσουν από τον ταξιδιωτικό, τον επιχειρηματικό (επαγγελματικό) τουρισμό, αφού είναι οξύμωρο να συμβαίνουν αμφότερα ταυτόχρονα (Lenon 2003). Παρόλα αυτά ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (WTO) ορίζει ως τουρίστες άτομα που ταξιδεύουν και διαμένουν σε τόπους εκτός του συνήθους περιβάλλοντος τους για λιγότερο από ένα χρόνο συνεχώς με σκοπό τις διακοπές, επιχειρηματικές δραστηριότητες ή άλλους λόγους (UNWTO 1995). Ένας διαφορετικός ορισμός του επαγγελματικού τουρισμού από την ICCA (International Congress and Convention Association) είναι η παροχή υπηρεσιών σε εκατομμύρια ενδιαφερόμενους που παρακολουθούν ετησίως συνεδριάσεις, συνέδρια, εκθέσεις, επιχειρηματικά δρώμενα, προσφερόμενα ταξίδια σαν πολιτική κινήτρων εργασίας και εταιρική φιλοξενία (Ugurlu 2010^β).

Το αρκτικόλεξο MICE (Meetings, Incentives, Conferences, Events) περιλαμβάνει όλες τις δραστηριότητες του επαγγελματικού τουρισμού (Business Tourism). Η IAPCO (International Association of Professional Congress Organizers) δίδει τις ακόλουθες ερμηνείες για κάθε μια από τις έννοιες αυτές.

Meetings: Γενικός όρος που υποδηλώνει τη συνεύρεση ατόμων σε έναν χώρο για διεξαγωγή ενός συγκεκριμένου έργου.

Incentives: Συνεύρεση ως μέρος προγράμματος δωρεάν τουρισμού μιας εταιρείας που προσφέρεται σε επιλεγμένες ομάδες εργαζομένων ως ανταμοιβή για τις καλές τους επιδόσεις.

Conferences: Διασκέψεις με σκοπό τη συζήτηση, αναζήτηση πληροφοριών, επίλυση προβλημάτων και παροχή συμβουλών. Συγκριτικά με τα συνέδρια (congresses) οι διασκέψεις (conferences) είναι συνήθως μικρότερες, πράγμα που διευκολύνει την ανταλλαγή πληροφοριών. Οι διασκέψεις δεν έχουν προκαθορισμένη συχνότητα διεξαγωγής, είναι περιορισμένης χρονικής διάρκειας και έχουν συγκεκριμένο αντικείμενο.

Events: Εκθέσεις στις οποίες παρουσιάζονται υπηρεσίες και προϊόντα (σχετικά με τα meetings) (MICE Contact 2017).

Χαρακτηριστικό παράδειγμα εκθέσεων είναι οι EXPO που λαμβάνουν χώρα κάθε μερικά έτη με διεθνή συμμετοχή. Έτσι μετά την EXPO του Μιλάνου το 2015, το 2017 αναμένεται η EXPO στην Astana του Kasachstan από 10.6 - 10.9.2017 με θέμα την ενέργεια του μέλλοντος, ενώ προγραμματισμένη είναι και η EXPO 2020 στο Dubai των Η.Α.Ε. (Zielonka 2017).

Τελευταία προτάθηκε να μην χρησιμοποιείται ο όρος MICE market αλλά αντ' αυτού το meetings industry, το οποίο περιλαμβάνει όλα τα ανωτέρω.

Λίγο διαφοροποιημένη προς τα παραπάνω είναι η ερμηνεία της UNWTO (United Nations World Travel Organization) σύμφωνα με την οποία συνεύρεση (meeting) αποτελεί έναν γενικό όρο και αφορά τη συνάντηση ενός αριθμού ατόμων σε έναν τόπο για να διεκπεραιώσουν μια ειδική εργασία. Η συνάντηση αυτή αφορά συνάθροιση 10 ή περισσότερων ατόμων που θα εργασθούν κατ' ελάχιστον για 4 ώρες σε συμφωνημένο χώρο. Οι συνευρέσεις αυτές περιλαμβάνουν συνελεύσεις (1), διασκέψεις (2), συνέδρια (3), εκθέσεις (4), εκδηλώσεις για κίνητρα παραγωγικότητας κ.λπ. (MIRA 2016).

1.2.4 Χαρακτηριστικά επαγγελματικού τουρισμού

- 1) Μεγαλύτερη κατά κεφαλή δαπάνη από οιαδήποτε άλλη μορφή τουρισμού.
- 2) Ο σύνεδρος είναι βασικός πελάτης για πολλές αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχεία.
- 3) Είναι η κύρια μορφή τουρισμού σε πολλές αστικές περιοχές.
- 4) Έχει τις δικές του υποδομές, όπως συνεδριακά κέντρα. Συνειδητοποιώντας τις δυνατότητες και τα οφέλη του επαγγελματικού τουρισμού πολλοί εμπορικοί τουριστικοί προορισμοί στράφηκαν προς την κατεύθυνση αυτή εφόσον διαθέτουν βεβαίως τις αναγκαίες υποδομές. Οι δύο αυτές μορφές τουρισμού δεν ανταγωνίζονται η μία την άλλη αλλά δρουν συμπληρωματικά, αφού λαμβάνουν χώρα σε διαφορετικές χρονικές περιόδους. Έτσι επιμηκύνεται η τουριστική περίοδος που δεν θα μπορούσε να συμβεί αλλιώς λόγω κλιματικών συνθηκών και αναβαθμίζεται οικονομικά το τουριστικό προϊόν.

Παρόλη την εξέλιξη όλο και νεότερων τεχνολογιών στην πληροφόρηση η διαπροσωπική επαφή αποτελεί τον αποτελεσματικότερο τρόπο επικοινωνίας. Οι νέες τεχνικές συνέβαλαν μεν προς αυτή την κατεύθυνση αλλά μπορούν μόνο μερικώς να υποκαταστήσουν τη φυσική επαφή. Μάλιστα ακόμη και σε δύσκολους οικονομικά καιρούς αναμένεται η συνέχιση της πραγματοποίησης συνευρέσεων με αυξητικούς ρυθμούς.

1.2.5 Οφέλη από τη βιομηχανία συνευρέσεων είναι τα εξής:

- 1) Ως μεγάλες επιχειρήσεις αυτές οι ίδιες μπορούν να υποστηρίξουν επιχειρήσεις διαφορετικού κλάδου
- 2) Προάγουν τις επενδύσεις, το εμπόριο, τις επικοινωνίες και την τεχνολογία
- 3) Εισάγουν την εκπαίδευση και την επαγγελματική εξέλιξη στην τοπική κοινωνία, δημιουργώντας θέσεις εργασίας
- 4) Είναι «οικολογική» βιομηχανία που προάγει την περιβαλλοντική ποιότητα
- 5) Προάγουν και υποστηρίζουν άλλους βιομηχανικούς τομείς
- 6) Οι επισκέπτες τους καταναλώνουν αναλογικά τα περισσότερα χρήματα
- 7) Προσελκύουν διεθνείς εμπειρογνώμονες
- 8) Δημιουργούν και εξαπλώνουν τη γνώση διεθνώς
- 9) Οικοδομούν χαρακτήρα κοινότητας.
- 10) Προάγουν την παγκόσμια κατανόηση και συνεργασία (WTO 2014). Παρ' όλα αυτά ένα σημαντικό εμπόδιο στην αξιολόγηση της βιομηχανίας συνευρέσεων είναι ότι δεν είναι επεξεργάσιμο στοιχείο όποιο δεν μπορεί να μετρηθεί. Αν δηλαδή δεν μπορείς να

μετρήσεις ένα μέγεθος, αυτό ουσιαστικά δεν υφίσταται. Παρόλα αυτά το γεγονός ότι αυτές οι μετρήσεις δεν είναι εύκολες δεν υπάρχει λόγος να εγκαταλειφθούν οι προσπάθειες ή να υποβαθμιστεί η αξία των συνευρέσεων.

Το πρόβλημα ακόμα και σήμερα είναι ότι πρέπει να μετρηθούν μεγέθη όπως π.χ. τα ακόλουθα:

- 1) Οι δαπάνες των συμμετεχόντων στις οποίες συμπεριλαμβάνονται όλες οι αγορές, οι φόροι, τα φιλοδωρήματα των ιδίων και των συνοδών τους. Επίσης οι πρόσθετες δαπάνες προ ή μετά τις εργασίες του συνεδρίου όταν παρατείνεται η διαμονή τους στον χώρο
- 2) Οι δαπάνες των εκθετών που λαμβάνουν χώρα πολλές φορές στο συνέδριο
- 3) Οι δαπάνες που επιφέρονται στο συνεδριακό κέντρο για προϊόντα και υπηρεσίες που σχετίζονται με τη φιλοξενία. Εδώ περιλαμβάνονται και έξοδα των οργανωτών για περιπολήσεις εκτός του συνεδριακού προγράμματος.

Εκτός των παραπάνω ο συνεδριακός τουρισμός προάγει την επαγγελματική εξέλιξη, τη μεταφορά γνώσης, τη δημιουργία επενδύσεων, τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας και τη διατήρηση παλαιών, την προσέλκυση ταλέντων, την τεχνολογική πρόοδο κ.λπ. που είναι σχεδόν αδύνατο να μετρηθούν.

Η στάση της κυβέρνησης και της κοινωνίας διαμορφώνουν το αναπτυξιακό πλαίσιο στη βιομηχανία συνεδρίου και καθορίζουν τις μεγάλες αποφάσεις για το μέλλον, όπως:

- 1) Κεφαλαιακές επενδύσεις στις συνεδριακές παροχές
- 2) Επενδύσεις για μάρκετινγκ και προβολή των συνεδρίων
- 3) Ανάπτυξη τοπικών υποδομών (π.χ. ξενοδοχείων)
- 4) Μεταφορές και ταξιδιωτική πολιτική για ανταγωνιστική πρόσβαση
- 5) Μέτρα εθνικά και υπερεθνικά για την ασφάλεια
- 6) Περιφερειακές και εθνικές φορολογικές πολιτικές.

Καθώς η τουριστική βιομηχανία αναπτύσσεται δημιουργώντας αλληλεπιδράσεις με τις κοινωνίες στις οποίες εδρεύσουν, απαιτείται να κατανοεί κανείς την κοινωνία, ώστε να έχει την υποστήριξη της στη μεγέθυνση της βιομηχανίας και την επακόλουθη ευημερία. Σε μελέτη της UNWTO για τον τουρισμό με ορίζοντα το 2030 ένα βασικό στοιχείο είναι η ανάπτυξη νέων αγορών στο τουριστικό τοπίο. Αυτές οι αγορές θα αποτελέσουν τη νέα πελατεία του συνεδριακού τουρισμού. Η αγορά αυτή, όπως και όλες οι βιομηχανίες είναι πολυεθνικές, που σημαίνει προσπάθεια και ευκαιρίες για όλους, όχι μόνο για τους νεοεισερχόμενους, αλλά και για αυτούς που έχουν εργαστεί πολλά χρόνια στην αγορά και χρειάζεται να προσαρμόζονται και να δημιουργούν νέες στρατηγικές. Τα αποτελέσματα δεν είναι άμεσα και είναι κάτι που πρέπει να λαμβάνουμε υπ' όψιν μας (WTO 2014).

1.3.0 Η ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ

1.3.1 Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ιθύνοντες (εντεταλμένοι) - οργανωτές - σύνεδροι

Για την πραγμάτωση οποιουδήποτε συνεδρίου είναι «εξ ορισμού» απαραίτητη η ύπαρξη και η ενεργοποίηση του ανθρώπινου τρίπτυχου των ιθυνόντων ή εντεταλμένων, των οργανωτών και των συνέδρων.

Κάποια πρόσωπα με την υψηλή ιεραρχική θέση που κατέχουν - σε φορείς, οργανώσεις, ενώσεις - έχουν τη δυνατότητα να αποφασίσουν για τη διεξαγωγή, τον τόπο και τον χρόνο του συνεδρίου. Αυτούς γενικά ονομάζουμε **ιθύνοντες** ή **εντεταλμένους**.

Ιθύνοντες και οργανωτές στοχεύουν ίσως από διαφορετική σκοπιά στην επιτυχία του συνεδρίου και φυσικά στην ικανοποίηση των συνέδρων.

Οι ιθύνοντες (εντεταλμένοι)

Κάθε ιθύνων έχει μια προσωρινή και συγκεκριμένη άποψη για τον σκοπό των συγκεντρώσεων και τον τρόπο διεξαγωγής των. Μερικές από τις απόψεις αυτές είναι:

- Η επιθυμία να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό, που συνεπάγεται την αναζήτηση και επαφή με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης
- Την έμφαση στο να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και εορταστικά γεύματα
- Ή αντίθετα με τα προηγούμενα, την επιδίωξη μιας οικογενειακής ατμόσφαιρας για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων και την αύξηση της συνοχής τους.

Γενικά μπορούμε να πούμε πως οι ιθύνοντες επιδιώκουν υπέρμετρα την προβολή, τόσο του φορέα που εκπροσωπούν, όσο και τη δική τους, μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου και αυτό βέβαια θα τους επιτρέψει να χρησιμοποιήσουν την επιτυχία ανάλογα.

Οι οργανωτές των συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μία από τις παρακάτω κατηγορίες:

- Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Είναι γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή. Μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα, όταν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια. Στην επιτροπή μπορεί να συμμετάσχουν συνήθως τιμητικά και κάποιοι από τους ιθύνοντες
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων, είτε γενικού χαρακτήρα, είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων
- Ταξιδιωτικά γραφεία - Tour operators. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο «συνεδριακό τουριστικό πακέτο» έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος όχι μόνο από το «συνεδριακό τουριστικό πακέτο» αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το υπηρετούν.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια, λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη - φορέα του συνεδρίου.

Οι οργανωτές επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες, όσο και οι σύνεδροι, γιατί ενδιαφέρονται για το κέρδος τους, αλλά και για την καλή τους φήμη, που θα τους επιτρέψει να διατηρήσουν τον πελάτη - φορέα αλλά και να αποκτήσουν καινούργιους.

Οι σύνεδροι

Οι σύνεδροι αποτελούν την πολυπληθέστερη κατηγορία όπως είναι φυσικό από τις δύο προηγούμενες. Σε ότι αφορά τις επιθυμίες τους, αυτές κυρίως διαφοροποιούνται από το φύλο των συνέδρων (άνδρες, γυναίκες, μικτά) από την ηλικία τους, από την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος και από το γεγονός εάν συνοδεύονται.

Συνήθως οι σύνεδροι εκδηλώνουν πολύ διαφορετικό ενδιαφέρον ακόμη και ενθουσιασμό για τους σκοπούς και την επιτυχία του συνεδρίου. Και αυτό γιατί, συχνά το συνέδριο είναι μια ευκαιρία για τους συμμετέχοντες να αλλάξουν περιβάλλον, ατμόσφαιρα και να διασκεδάσουν.

Η ψυχαγωγία, σαν απαραίτητο στοιχείο του όλου συνεδριακού ταξιδιού αποτελεί πρόσθετη πηγή εσόδων, τόσο για την ξενοδοχειακή μονάδα όσο και για τον τόπο φιλοξενίας του συνεδρίου.

Από την άλλη πλευρά οι σύνεδροι λόγω του αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης αποτελούν μια τεράστια διαφημιστική δύναμη για την ξενοδοχειακή μονάδα. Ο ενθουσιασμός που μετά το συνεδριακό ταξίδι μπορεί κανείς να διακρίνει στη φωνή τους, όταν αναφέρονται στον τόπο διεξαγωγής ή στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, σημαίνει πολλά, χωρίς να κοστίζει σαν διαφήμιση (Marketing through servicing).

Οι επαγγελματίες διοργάνωσης συνεδρίων

Η διοργάνωση ενός συνεδρίου δεν είναι μια απλή υπόθεση. Χρειάζεται γνώση εξειδικευμένη και εμπλουτισμένη με εμπειρίες από το τουριστικό κύκλωμα, τον τρόπο που λειτουργεί κι ακόμη ιδέες και ποιότητα προσφοράς.

Η ύπαρξη στον χώρο επαγγελματιών διοργανωτών συνεδρίων αποτελεί και το πρώτο βήμα για διεθνή ανοίγματα.

Στην Ελλάδα πάντως ο επαγγελματίας διοργανωτής έχει μέλλον και ευκαιρίες αρκεί να γνωρίζει καλά το αντικείμενο του και να αφήνει ικανοποιημένους τους πελάτες του.

Ο ρόλος του είναι συντονιστικός και ουσιαστικός. Είναι αυτός που έρχεται σε άμεση επαφή τόσο με τον φορέα οργάνωσης, δηλαδή τις ενώσεις, τους οργανισμούς κ.λπ., όσο και με όλους αυτούς που θα ασχοληθούν και θα πουλήσουν τις εργασίες τους στον φορέα οργάνωσης.

Οι νέες τάσεις στον συνεδριακό τουρισμό, οι ολοένα αυξανόμενες ανάγκες των πελατών, ο ανταγωνισμός, τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα του προϊόντος ή του τόπου που επιλέγει να πουλήσει ή που ζητεί ο πελάτης, λειτουργούν καθοριστικά για το τι και πως θα προτείνει ή θα επιδιώξει στην κάθε περίπτωση.

Το πόσο σημαντική και υπεύθυνη είναι η δουλειά του διοργανωτή συνεδρίων το αποδεικνύει η ίδια η πρακτική αλλά και η ύπαρξη στον διεθνή χώρο οργανισμών - αφοσιωμένων στην προώθηση και διεκπεραίωση τέτοιων εκδηλώσεων, καθώς και στην οργανισμό είναι η I.C.C.A (International Congress and Convention Association) και η IAPCO (International Association of Professional Conference Organizers).

Στόχος γενικότερος είναι φυσικά οι καλύτερες δουλειές από άποψη διοργάνωσης αλλά και οικονομικού αποτελέσματος. Και αυτό δεν απασχολεί μόνο τους διοργανωτές συνεδρίων, αλλά και τους ταξιδιωτικούς πράκτορες, τα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα, τις εταιρίες παρεμφερών με τα συνέδρια υπηρεσιών (τεχνικές εταιρίες, τυπογραφικές, ασφαλιστικών, δημοσίων σχέσεων κ.λπ.), τις αεροπορικές εταιρίες, τις εταιρίες μεταφορών (εθνικές και ιδιωτικές), τα ξενοδοχεία που διαθέτουν κατάλληλους χώρους κ.λπ. (Σταυρέλου 2003).

Ας σημειωθεί τέλος ότι η έγκαιρη πληροφόρηση των ενδιαφερομένων κύκλων για τα συνέδρια και τις διάφορες συναφείς εκδηλώσεις που θα πραγματοποιηθούν σε μια χώρα που επιδιώκει να αναπτύξει τον συνεδριακό τουρισμό, πέρα από ότι θα βοηθήσει σημαντικά στην προσέλκυση του, θα προβάλλει παράλληλα και την ίδια στο εξωτερικό σαν χώρα συνεδριακού τουρισμού (Ηγουμενάκης, 1999).

1.3.2 Χαρακτηριστικά της συνεδριακής βιομηχανίας

Η συνεδριακή βιομηχανία έχει αναγνωριστεί ως οικονομικά σημαντική από διάφορες πόλεις, όπως για παράδειγμα τη Βιέννη, όπου σύμφωνα με στατιστικές του 2012 πραγματοποιήθηκαν περί τις 3.400 εκδηλώσεις με προσέλευση μισού εκατομμυρίου ατόμων και διανυκτερεύσεις 1,5 εκατομμύριο. Λόγω της μεγάλης ανταγωνιστικότητας μεταξύ των συνεδριακών προορισμών δεν αρκούν πια οι κλασικές συνταγές, όπως η εύκολη πρόσβαση και οι καλές υποδομές, αλλά επιβάλλεται να αξιοποιηθούν οι σχέσεις με τοπικούς ή εθνικούς φορείς με επιστημονική, επιχειρηματική, ακαδημαϊκή ή επαγγελματική επάρκεια. Εκτός από την καθαρά τουριστική σημασία των συνεδρίων πρέπει να συνυπολογίσουμε και τις ευεργετικές επιδράσεις σε μορφωτικούς, διανοητικούς, εμπορικούς και επενδυτικούς τομείς. Τα οφέλη αυτά που θα αποκομίσουν οι τοπικές κοινωνίες μπορούν να ανατροφοδοτήσουν την περαιτέρω διοργάνωση συνεδρίων στον τόπο αυτό (WTO 2014).

Ο συνεδριακός τουρισμός απαιτεί σήμερα πολύ μεγάλες επενδύσεις σε υποδομές. Παγκοσμίως το 95% των συνεδριακών κέντρων είναι κρατικά και η επένδυση αυτή θα πρέπει να συγκριθεί με άλλου είδους επενδύσεις στην τοπική κοινωνία που ενδεχομένως θα είναι και πιο δημοφιλείς. Οι διοργανωτές υπολογίζουν ότι θα αποκομίσουν κέρδη από επισκέπτες που βασικά έρχονται για να παρακολουθήσουν το συνέδριο και που διαφορετικά δεν θα επέλεγαν αυτόν τον προορισμό. Επίσης θα προσέλθουν σε εποχές διαφορετικές από αυτές των περισσότερων άλλων τουριστών, με αποτέλεσμα την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Οι διοργανωτές αναμένουν επισκέπτες μεγαλύτερης οικονομικής επιφάνειας. Και δεν είναι μόνο το τι ξοδεύουν οι ίδιοι αλλά και το τι ξοδεύουν γι' αυτούς οι διοργανωτές για την υποστήριξη της συμμετοχής του στο συνέδριο. Ανάλογα συμβαίνουν και με τις εκθέσεις που συνοδεύουν τα συνέδρια. Το μεγαλύτερο όμως όφελος των ποιοτικών συνεδρίων είναι η σύναξη των διασημότερων ειδικών του κόσμου και η μεταφορά γνώσης σε εξειδικευμένα θέματα στους τοπικούς επαγγελματίες. Ιδιαίτερη σημασία έχουν τα παραπάνω για τον ιατρικό συνεδριακό τομέα. Έτσι η επένδυση στον συνεδριακό τουρισμό αποφέρει κέρδη τα οποία προσδοκούν οι κυβερνήσεις για να θεμελιώσουν μια πιο σταθερή τοπική οικονομία (WTO 2014).

1.3.3 Ο ρόλος της ICCA

Στη ICCA (International Congress and Convention Association) τη διεθνή οργάνωση συνεδρίων και συνελεύσεων μετέχουν οι πλέον ειδικοί στην οργάνωση συνεδρίων αλλά και τη μεταφορά και στέγαση συνεδρίων. Μέλη της είναι περί τις χίλιες οργανώσεις και εταιρείες από 90 χώρες. Έχει εξειδικευθεί στην αγορά των εταιρικών διεθνών συνεδρίων όπου κυριαρχεί για περισσότερα από 50 χρόνια. Τα κεντρικά της γραφεία

είναι στο Άμστερνταμ και βεβαίως δραστηριοποιείται σε όλο τον κόσμο.

Όπως αναφέρει ο πρόεδρος της Arnaldo Nardone τα διεθνή συνέδρια που οργανώνονται από την εταιρεία είναι σημαντικά όχι μόνο λόγω των αυξημένων δαπανών των συνεδρίων, όπως έχουν καταγραφεί στις τουριστικές στατιστικές, αλλά και για την ευρύτερη σημασία τους τόσο στον τόπο που διενεργούνται όσο και ευρύτερα. Μεταφορά γνώσεων, εσωτερικές επενδύσεις, καινοτόμες συμπράξεις, επιχειρηματικές συμφωνίες, όπως και οι προσπάθειες για ελάττωση των εμπορικών φραγμών, είναι μερικά από τα οφέλη που υπερτερούν σαφώς έναντι εκείνων των άμεσων δαπανών των συνεδρίων. Και αυτός είναι ο λόγος γιατί κάθε συνεδριακός προορισμός που δείχνει τη στρατηγική σημασία να εξελιχθεί σε ηγέτη της μελλοντικής βιομηχανίας της γνώσης στοχεύει στον τομέα των διεθνών εταιρικών συνεδρίων. Και αυτός είναι επίσης ο λόγος γιατί οι πιο φιλόδοξες πόλεις φροντίζουν να συμπεριλάβουν την ισχύ του πνευματικού κεφαλαίου στα πανεπιστήμια και στα ερευνητικά τους κέντρα και να κερδίσουν υποστηρικτές για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Και αυτός είναι επίσης ο λόγος γιατί οι κυβερνήσεις τις υποστηρίζουν με υποδομές, μάρκετινγκ και επιδοτήσεις ώστε να αυξήσουν το μερίδιο αγοράς της χώρας τους σε αυτόν τον τομέα και να προωθήσουν την οικονομική τους ανάπτυξη. Δεν θα είναι βεβαίως πάντα εύκολο να αντιμετωπισθούν σύνθετα κοινωνικά, οικονομικά και πολιτικά προβλήματα, αλλά τα διεθνή εταιρικά συνέδρια θα παίζουν πάντοτε κυριαρχικό λόγο στην αναζήτηση λύσεων σε αυτά τα ζητήματα.

Παρακάτω παρατίθεται η ειδική έκδοση της ICCA που καλύπτει την αγορά των διεθνών εταιρικών συνεδρίων από το 1963 έως το 2012 και δημοσιεύεται σαν τμήμα της πεντηκοστής επετείου από την ίδρυση της. Η ICCA παραδοσιακά δημοσιεύει τις ετήσιες αναφορές της που αφορούν τις σειρές κατάταξης συνεδριακών χωρών και πόλεων τον Μάιο, μία εβδομάδα πριν την εμπορική έκθεση IMAX της Φρανκφούρτης της σημαντικότερης διεθνούς συνεδριακής έκθεσης. Μία 10 ετής αναφορά που διατίθεται μόνο σε μέλη της ICCA, δημοσιεύεται παραδοσιακά τον Ιούλιο. Παρόλα αυτά τον Οκτώβριο του 2013, αυτή η δεκαετής αναφορά αντικαταστάθηκε από ανάλογη που καλύπτει 50 χρόνια με αναλυτικά στατιστικά στοιχεία, που για πρώτη φορά προσφέρει στα μέλη της ICCA πρόσβαση σε πενήντακονταετείς αξιόπιστες πληροφορίες σχετικά με την αγορά διεθνών εταιρικών συνεδρίων. Οι στατιστικές αναφορές της ICCA αποτελούν οδηγό για κάθε μελλοντική απόφαση και είναι απαραίτητες για κάθε πάροχο ή πελάτη της τουριστικής βιομηχανίας (ICCA 2013).

1.3.4 Χαρακτηριστικά εταιρικών συνεδρίων 1963-2012

(Ανάλυση στους πίνακες και τα γραφήματα 1-15)

1.3.5 Συμμετοχή της ICCA σε σημαντικούς διεθνείς οργανισμούς

1. **CIC (www.conventionindustry.org)**. Convention Industry Council, Συμβούλιο συνεδριακής βιομηχανίας. Η ICCA είναι μέλος της ομοσπονδίας 31 εθνικών και διεθνών εταιριών συνεδριακής βιομηχανίας, υπό τον τίτλο CIC που εδρεύει στις ΗΠΑ. Είναι το αρμόδιο σώμα για τη διεθνή αναγνώριση πιστοποιημένων επαγγελματικών συνεδρίων.
2. **GMIC (www.greenmeetings.info)** Green Meeting Industry Council. Συμβούλιο της πράσινης βιομηχανίας συνεδρίων. Ιδρύθηκε το 2003 για τη βελτίωση του συνεδριακού management, προάγοντας περιβαλλοντολογικές στρατηγικές μέσω συνεργασιών με τη βιομηχανία της φιλοξενίας, εταιρείες, την κυβέρνηση και τις κοινότητες. Η GMIC υποστηρίζει οικονομικά και περιβαλλοντικά τη βιομηχανία συνεδρίων.
3. **JMIC (www.themeetingsindustry.org)** συμβούλιο της ενοποιημένης συνεδριακής βιομηχανίας. Η ICCA είναι ιδρυτικό μέλος της JMIC που ενσωματώνει 13 εταιρείες

συνεδριακής βιομηχανίας.

Πλην της ICCA λειτουργούν και οι ακόλουθες αξιόλογες εταιρίες της διεθνούς βιομηχανίας συνεδρίων:

1. AACVB Asian Association of Convention and Visitors Bureaus
2. AIPC International Association of Congress Centers
3. DMAI Destination Marketing International Association
4. ECM European Cities Marketing
5. IAPCO International Association of Professional Congress Organizers
6. MPI Meetings Professionals International
7. PCMA Professional Convention Management Association
8. UFI The Global Association of the Exhibitions Industry
9. SITE Society of incentive and travel executives (ICCA 2013)

Η ICCA εξέδωσε επιπροσθέτως για το έτος 2015 αναφορά στην οποία παρουσιάζονται στοιχεία σχετικά με τον αριθμό των διεθνών συνεδρίων που έλαβαν χώρα το έτος αυτό. Κατεγράφησαν 12.706 συνέδρια, 571 περισσότερα από το 2014, επιβεβαιώνοντας την αυξητική τάση που κατεγράφη στην αναφορά που παρουσιάσαμε και αφορούσε τα έτη 1963-2012.

1.3.6. Κορυφαία συνεδριακά ξενοδοχεία (2017)

Η ηγέτιδα στον κλάδο εταιρεία διαχείρισης εκδηλώσεων Cvent δημοσίευσε τη λίστα των 50 κορυφαίων ξενοδοχείων για συνέδρια στην περιοχή της Ευρώπης, της Μέσης Ανατολής και της Αφρικής για το 2017. Στη θέση 26 βρίσκεται το Intercontinental Athenaeum στην Αθήνα.

Η κατάταξη προέκυψε από την ανάλυση της δραστηριότητας συνεδρίων και εκδηλώσεων μέσω του δικτύου παρόχων της Cvent, που αποτελείται από περισσότερα από 245.000 ξενοδοχεία, resort και ειδικούς χώρους εκδηλώσεων.

Πρώτο ξενοδοχείο στη φετινή κατάταξη είναι το Hilton Diagonal Mar Barcelona. (Cvent 2017).

ΠΙΝΑΚΑΣ 16

1.4 Τα συνέδρια σαν μοχλός για την παγκόσμια πρόοδο

Δεν είναι τυχαίο ότι υπάρχει παραλληλισμός μεταξύ της εκθετικής αύξησης των διεθνών συνεδρίων και της προόδου των επιστημών, της τεχνολογίας και της φροντίδας υγείας. Οι πρόοδοι σε αυτά τα πεδία οδηγούν σε συνέδρια και οι μεγάλες ανακαλύψεις και καινοτομίες των τελευταίων δεκαετιών που δημιουργούν νέες εταιρίες και συνέδρια, που με τη σειρά τους ωθούν σε νέες προόδους, νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες και νέες αντιλήψεις.

Τα συνέδρια προάγουν κοινωνικές μεταρρυθμίσεις και ευκαιρίες με την κατανόηση μερικών από τα πλέον επίκαιρα προβλήματα. Ειδήμονες σε ορισμένα θέματα προερχόμενοι από την κυβέρνηση, τη βιομηχανία, τις μη κυβερνητικές οργανώσεις και ακαδημαϊκοί, συναντώνται για να επιλύσουν τις διαφορές τους. Τα ειδικά αυτά διεθνή συνέδρια καταδεικνύουν την υπεροχή τους έναντι του άμεσου οικονομικού οφέλους των συνεδρίων. (ICCA 2016).

Μερικά από αυτά τα ειδικά συνέδρια που έλαβαν χώρα ήταν:

1. Το διεθνές συνέδριο για το AIDS
2. Το ευρωπαϊκό συνέδριο για την αιολική ενέργεια και
3. Το παναφρικανικό συνέδριο για την ελονοσία.

1.5. Η ΑΝΙΧΝΕΥΣΗ ΤΟΥ ΜΕΛΛΟΝΤΟΣ

Ο προσανατολισμός της ICCA

Η ICCA ζήτησε από τον μελλοντολόγο της Rohit Talwar να ιχνηλατήσει το μέλλον και να επεξηγήσει τις εξελίξεις στις επιστήμες και την τεχνολογία που θα διαμορφώσουν τον κόσμο και θα έχουν επιπτώσεις στον συνεδριακό τουρισμό. Αναφέρει ότι οι μελλοντικοί ορίζοντες στις επιστήμες και τεχνολογίας θα αφορούν κυρίως:

1. Τις βιολογικές και ανθρωπιστικές επιστήμες
2. Την τεχνολογία της πληροφορίας. Το internet και πέραν αυτού
3. Την κατασκευή βιομηχανικών προϊόντων, τα robot και τα νέα υλικά
4. Την τεχνική βελτίωση των ανθρωπίνων δυνατοτήτων.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να φανταστούμε το τι θα μπορούσε να προκύψει από τη σύγκλιση της προόδου στη νανοτεχνολογία, βιοτεχνολογία, της τεχνολογίας της πληροφορίας και τη γνωστική επιστήμη (NBIC Convergence: Nanotechnology, Biotechnology, Information Technology, Cognitive Science).

Σε κοινωνικό επίπεδο πιστεύει ότι οι βασικές ανθρώπινες ανάγκες δεν θα μεταβληθούν. Οι άνθρωποι θα εξακολουθήσουν να επικοινωνούν μεταξύ τους, να εκπαιδεύονται σε θέματα της εργασίας τους και μη, έχοντας ένα προσδόκιμο ζωής περί τα 120 έτη. Έτσι θα υπάρξουν μεγάλες ευκαιρίες για υφιστάμενες και μελλοντικές εταιρίες συνεδρίων που θα παρέχουν διά βίου εκπαίδευση. Το έπαθλο των συμμετεχόντων θα είναι η καινοτομία στη σκέψη, ο πειραματισμός, καθώς και η αναζήτηση μελλοντικών αναγκών που θα τους επιτρέψουν να ετοιμασθούν για το μέλλον (ICCA 2013).

Τέλος η Meeting Professionals International (MPI) προβλέπει ότι οι επιχειρήσεις που βασίζονται σε νεοεμφανιζόμενες επιστήμες και τεχνολογίες, όπως π.χ. οι νευροεπιστήμες, η ενεργειακή τεχνολογία, η βιοτεχνολογία και η νανοτεχνολογία θα απαιτήσουν την οργάνωση περισσότερων συνευρέσεων. Αντιθέτως άλλες επιχειρήσεις ήδη εδραιωμένες στους τομείς των επιστημών υγείας, της οικονομίας και τον φαρμακευτικό, θα ελαττώσουν τις συνευρέσεις τους και για λόγους περιορισμού του κόστους (Rogers 2014).

ΜΕΡΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ

Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ευρώπη

Αναζητήθηκαν δύο χώρες Ευρωπαϊκές για έρευνα του συνεδριακού τους τουρισμού στην προσπάθεια αποκόμισης μίας ιδέας για το πώς λειτουργεί η ειδική αυτή μορφή τουρισμού στην Ευρωπαϊκή ήπειρο. Η μία από τις χώρες αυτές είναι η Αυστρία και η άλλη η Ελβετία.

2.1 Α. Η περίπτωση της Αυστρίας

Η Αυστρία είναι μια χώρα με αυτοκρατορική ιστορία που ήκμασε μέχρι τον πρώτο παγκόσμιο πόλεμο. Γεωγραφικά βρίσκεται στην κεντρική Ευρώπη και έχει πληθυσμό περί τα 8,5 εκατομμύρια ανθρώπους. Πρωτεύουσα είναι η Βιέννη, χτισμένη στις όχθες του Δούναβη. Είναι γνωστή για τα παλάτια της και τη μπαρόκ αρχιτεκτονική της, όπως την όπερα και τον καθεδρικό ναό του Αγίου Στεφάνου. Προσωπικότητες της επιστήμης και της τέχνης όπως ο Μότσαρτ, ο Στράους και ο Φρόντντ διέμεναν εκεί. Μεγάλο τμήμα της χώρας καταλαμβάνεται από την οροσειρά των Άλπεων με τα γραφικά χωριουδάκια και τις πίστες για σκι που αποτελεί το εθνικό τους σπορ. Στα πολλά αξιοθέατα περιλαμβάνονται το δάσος της Βοημίας προς Βορρά, οι λίμνες, τα κλίματα που καλλιεργούνται στις πλαγιές των λόφων, κυρίως όμως η πόλη του Σάλτσμπουργκ, χτισμένη και αυτή στις όχθες του Δούναβη, με άψογη αρχιτεκτονική, γραφικό περιβάλλον και φημισμένη για το ετήσιο θερινό φεστιβάλ μουσικής.

2.1.1 Ο συνεδριακός τουρισμός στην Αυστρία

Έχοντας υπ' όψιν τα παραπάνω, καταλαβαίνει κανείς γιατί η Αυστρία είναι ένας από τους προτιμητέους προορισμούς διεθνώς. Πόλεις, αλλά και τουριστικά θέρετρα όπως η Βιέννη, το Salzburg, το Innsbruck, το Bad Gastein, το Baden, το Graz και το Villach έλκουν συνέδρια και σεμινάρια κυρίως την άνοιξη και το φθινόπωρο. Συγκρινόμενη η Βιέννη με άλλες μεγαλουπόλεις καταλαμβάνει την 4η θέση σε συνεδριακές διοργανώσεις με 178 συνέδρια, ενώ προηγούνται το Βερολίνο με 195, το Παρίσι με 186, και η Βαρκελώνη με 180. Συγκρινόμενη η Αυστρία με άλλες χώρες διεθνώς σε διοργανώσεις συνεδρίων, καταλαμβάνει την 14η θέση, όπου προηγούνται οι Η.Π.Α. με 925, η Γερμανία με 667 και η Μεγάλη Βρετανία με 582. Τα παραπάνω στοιχεία προκύπτουν από καταγραφές του έτους 2015. Ως προτερήματα της Αυστρίας στη διοργάνωση συνεδρίων προβάλλονται η ασφάλεια, η πολιτική σταθερότητα, η εύκολη πρόσβαση, ο πολιτισμός, όπως επίσης και ο επαγγελματισμός και η ποιότητα των ξενοδοχείων και των λοιπών τουριστικών φορέων (Bundesministerium für Wissenschaft, Forschung und Wirtschaft 2016).

2.1.2 Έκθεση για την βιομηχανία συνεδρίων της Αυστρίας για το έτος 2015, όπως παρουσιάζεται από το γραφείο συνεδρίων της Αυστρίας (ACB) MIRA2A016.

- Το 2015 υπήρξε για την βιομηχανία συνεδριάσεων της Αυστρίας θετικό για τις διοργανώσεις και διανυκτερεύσεις.
- Το ποσοστό των διανυκτερεύσεων κατά τα συνέδρια ανήλθε από το 2,1% στο 2,3% των διανυκτερεύσεων του γενικού τουρισμού.
- Τα εταιρικά συνέδρια ήταν οι νικητές του 2015. Τα συνεδριακά ξενοδοχεία και πανεπιστήμια ζητήθηκαν ιδιαίτερα σαν συνεδριακοί προορισμοί.
- Το γραφείο συνεδρίων της Αυστρίας (ACB) και η Αυστριακή διαφήμιση δημοσιεύουν για 7η συνεχή φορά τις εκθέσεις της Αυστριακής βιομηχανίας συνεδρίων MIRA (Meeting Industry Report Austria).

Συνολικά, το 2015 έλαβαν χώρα 18.172 διοργανώσεις με περίπου 1,46 εκατομμύρια συνέδρους. Αυτό μεταφράζεται σε αύξηση κατά 6,7% των συνεδρίων, ενώ οι συμμετέχοντες παρέμειναν σταθεροί, αυξήθηκαν οι διανυκτερεύσεις. Αυξήθηκαν τόσο τα συνέδρια όσο και οι εταιρικές συναθροίσεις. Συνολικές διανυκτερεύσεις στην Αυστρία το 2005 ανήλθαν περίπου στα 3,1 εκατομμύρια. Για πρώτη φορά από το 2010 αυξήθηκε το ποσοστό των συνεδριακών διανυκτερεύσεων από το 2,1% σε 2,3%. Σε απόλυτους αριθμούς η αύξηση ήταν 308.511 διανυκτερεύσεις σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Στις πρωτεύουσες των περιφερειών της χώρας αυξήθηκαν οι συνεδριακές διανυκτερεύσεις κατά 10,7% έναντι αυτών του γενικού τουρισμού.

Μεγάλος αριθμός εταιρικών συνελεύσεων και συνεδρίων

Ο αριθμός των συνελεύσεων των εταιριών ήταν πολύ μεγαλύτερος αυτού των συνεδρίων, που με ποσοστό 46,9% κάλυπταν σχεδόν το ήμισυ των Αυστριακών διοργανώσεων. Τα συνέδρια έχουν μερίδιο αγοράς 23,8%, 54,8% των συμμετεχόντων και 73,7% των διανυκτερεύσεων. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στα συνέδρια από το 2010 εμφάνισε κάμψη. Η κατά περίπου 11% αύξηση των διανυκτερεύσεων ήταν αποτέλεσμα μιας αύξησης κατά 8,4% της διάρκειας των διοργανώσεων. Οι σύνεδροι παρατείνουν τη διαμονή τους και οι διοργανώσεις του 2015 διαρκούν κατά μέσο όρο 2,1 ημέρες.

Συνέδρια στην Αυστρία

Συνολικά έλαβαν χώρα τον προηγούμενο χρόνο 4.328 συνέδρια στην Αυστρία. Παρουσίασαν αύξηση κατά 12,6%. Ο αριθμός των συνέδρων δεν μεταβλήθηκε. Οι διανυκτερεύσεις αυξήθηκαν κατά 8,1% και η διάρκεια σε μέρες κατά 10,9%.

Εθνικά Συνέδρια

Τα 2/3 όλων των συνεδρίων (2.865), όπως και ο μισός αριθμός συμμετεχόντων (397.218) ήταν εθνικά. Ο αυξημένος αριθμός των συνεδρίων σχετικά με το

προηγούμενο έτος ήταν 20,7%. Οι Αυστριακοί σύνεδροι παρακολούθησαν τις εκδηλώσεις κατά μέσο όρο επί 2 μέρες. Διανυκτέρευαν όμως για μία μέρα. Ο μέσος αριθμός συνεδρων ήταν 139, δηλαδή κατά 18,9% λιγότεροι από το προηγούμενο έτος.

Διεθνή Συνέδρια

Τα διεθνή συνέδρια που πραγματοποιήθηκαν ήταν 1.363 και οι συμμετέχοντες 402.017, αριθμοί παρόμοιοι του προηγούμενου έτους. Αύξηση όμως παρουσίασαν οι διανυκτερεύσεις σε ποσοστό 11,2%. Τα διεθνή συνέδρια κατέγραψαν κατά μέσο όρο 275 συμμετέχοντες, διήρκεσαν όμως περισσότερο από το προηγούμενο έτος και κατά μέσο όρο 3 μέρες.

Ο Οκτώβρης εκτοπίζει το Μάιο, ως προτιμητέο μήνα για τη διεξαγωγή συνεδρίων. Το 67,4% όλων των συνεδρίων πραγματοποιήθηκαν την Άνοιξη (29,7% τον Μάρτιο, Απρίλιο και Μάιο) και το Φθινόπωρο (37,7% τον Σεπτέμβριο, Οκτώβριο και Νοέμβριο). Στα εθνικά συνέδρια ο Οκτώβριος με 30% αύξηση από τον προηγούμενο χρόνο εκτόπισε το Μάιο από την κορυφή, που παρουσίασε μείωση κατά 13,4%. Στα διεθνή συνέδρια ο Σεπτέμβριος, όπως και τον προηγούμενο χρόνο, υπήρξε ο προτιμητέος μήνας με 207 διοργανώσεις και συνολικά 68.304 συμμετέχοντες. (Γράφημα 17).

Στην κατάταξη των θεμάτων των συνεδρίων προηγούνται τα οικονομικά και τα πολιτικά. Το 66,2% των συνεδρίων αφορούν την οικονομία και πολιτική, ιατρικές και τις θεωρητικές επιστήμες και προπορεύονται στην κατάταξη τόσο των εθνικών όσο και των διεθνών συνεδρίων.

Τα οικονομικά και πολιτικά θεματικά συνέδρια ήσαν το 31,6% όλων των συνεδρίων και παρουσιάζουν αύξηση κατά 26,3%. Τα ιατρικά συνέδρια υπέστησαν μια μείωση κατά 2,9%, αποτέλεσαν όμως το 20,4% όλων των συνεδρίων. Τα συνέδρια των θεωρητικών επιστημών αυξήθηκαν κατά 35,5%, ενώ των τηλεπικοινωνιών κατά 58,1% από το προηγούμενο έτος. (Γράφημα 18)

Συνεδριακά ξενοδοχεία

Οι διοργανώσεις σε συνεδριακά ξενοδοχεία αυξήθηκαν κατά 46,2%. Ενώ το 2011 μόνον 702 συνέδρια διοργανώθηκαν σε ξενοδοχεία, ο αριθμός αυξήθηκε στα 1.781 το 2015. Με μία μέση συμμετοχή 69 ατόμων, τα συνεδριακά ξενοδοχεία αποτελούν την καλύτερη επιλογή από πλευράς τοποθεσίας για τη διενέργεια μικρών συνεδρίων, τα οποία αντιπροσωπεύουν το 61% των συνολικών συνεδρίων, τόσο για τα εθνικά, όσο και για τα διεθνή συνέδρια, τα συνεδριακά ξενοδοχεία υπήρξαν τα πιο προσφιλή όσον αφορά τον χώρο διεξαγωγής τους.

Τα πανεπιστήμια και τα μορφωτικά ιδρύματα.

Στα πανεπιστήμια, τα μορφωτικά ιδρύματα, όπως και στα κέντρα συνεδρίων, εκθέσεων και διοργανώσεων διενεργήθηκε περίπου το 1/5 των συνολικών συνεδρίων. Ειδικότερα, τα διεθνή συνέδρια διοργανώθηκαν κατά προτίμηση στα πανεπιστήμια και τα μορφωτικά ιδρύματα. (Γράφημα 19).

Μικρά συνέδρια με μεγάλο μερίδιο αγοράς

Τα συνέδρια με λιγότερους από 100 συμμετέχοντες υπήρξαν το 2015 τα περισσότερα όλων. Αυξήθηκαν κατά 29% και απετέλεσαν το 61,3% του συνόλου και το 15,6% των συμμετεχόντων. Αφετέρου 31 μεγάλα συνέδρια άνω των 2.000 ατόμων, εκ των οποίων

τα 25 ήσαν διεθνή προσήλκυσαν το 2015 165.298 συνέδρους. Αυτό αντιστοιχεί σε ένα ποσοστό μόνον 0,7% όλων των συνεδρίων, αλλά 22,5% των συνολικών συμμετεχόντων. (Γράφημα 20).

Διψήφιοι αριθμοί αύξησης των εταιρικών συνελεύσεων. Οι νικητές του 2015.

Οι εταιρικές συνελεύσεις αυξήθηκαν κατά 20,2% το 2015, ενώ κατά 15,5% αυξήθηκαν οι μετέχοντες και κατά 17,5% οι διανυκτερεύσεις. Εθνικές και οι Διεθνείς διοργανώσεις αυξήθηκαν κατά το ίδιο ποσοστό. Οι εταιρικές συνελεύσεις έλαβαν χώρα κατά 89% σε ξενοδοχεία. Μεγαλύτερες συνελεύσεις εταιρειών με μέσο όρο 161 συμμετέχοντες έλαβαν χώρα σε κέντρα συνεδριακά, εκθεσιακά και διοργανωτικά. Επίσης στις εταιρικές συνελεύσεις υπήρχε παρόμοια τάση όπως στα συνέδρια. Ο αριθμός των συνεδρίων αυξήθηκε περισσότερο απ' αυτόν των συμμετεχόντων. Έτσι, ο μέσος όρος των συμμετεχόντων μειώθηκε. Οι εταιρικές συνελεύσεις γίνονται μικρότερες. Το 2011 αποτελούνται κατά μέσο όρο από 68 άτομα ανά συνέδριο ενώ το 2015 μόνο από 46.

2.1.3 Η βιομηχανία συνεδριάσεων στα ομοσπονδιακά κράτη.

Η Αυστρία χωρίς την Βιέννη αντιπροσωπεύει το 60,8% των συνολικών συνεδριάσεων, παρουσιάζοντας μια άνοδο κατά 20,7% το 2015. Σε απόλυτους αριθμούς πραγματοποιήθηκαν 1.894 διοργανώσεις. Τα ομοσπονδιακά κράτη αύξησαν τα συνέδρια σε 552 (23,15%) τις εταιρικές συνελεύσεις σε 1.263 (+25,44%) και τα σεμινάρια σε 79 (4,35%) σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

Η Βιέννη, όπως και κατά το 2014 εξακολουθεί να διατηρεί το μεγαλύτερο ποσοστό των διεξαγομένων συνεδρίων, εταιρικών συνελεύσεων, όπως και σεμιναρίων που συνολικά αποτελεί το 39,2% όλων των στην Αυστρία διεξαγομένων διοργανώσεων 32,2% των συνεδρίων, 26,9% των εταιρικών συνελεύσεων και 64,4% των σεμιναρίων. Έτσι προσήλκυσε το 46,7% των συμμετεχόντων.

Το Salzburg, ο υπ' αριθμόν 2 διοργανωτής εκδηλώσεων στην Αυστρία υπερέβη το όριο των 3.000 με αποτέλεσμα να κατοχυρώνει τη θέση αυτή ως προς τον αριθμό διοργανώσεων, συνέδρων και διανυκτερεύσεων. Οι διοργανώσεις ανήλθαν στο 14,4% για τα συνέδρια στο 21,5%, για τις εταιρικές συνελεύσεις σε 10,1%, για τα σεμινάρια. Μετά την Βιέννη και το Salzburg μεγαλύτερη συμμετοχή σε διοργανώσεις είχε η Κάτω Αυστρία στους συμμετέχοντες, στο Steiermark και στις διανυκτερεύσεις το Τιρόλο. Στα συνέδρια μετά την Βιέννη και το Salzburg, το Τιρόλο καταλαμβάνει το 10,7%, όπως επίσης και το Steiermark. Η Βιέννη και το Τιρόλο προσήλκυσαν περίπου το 50% τα διεθνή συνέδρια. Στις εταιρικές διοργανώσεις η Κάτω Αυστρία συμμετείχε με ποσοστό 14,7%, ερχόμενη στην τρίτη θέση μετά την Βιέννη και το Salzburg.

2.1.4 Πράσινες εκδηλώσεις

Η αυστριακή οδηγία 62 του οικολογικού σήματος "πράσινες εκδηλώσεις" εμφανίστηκε το 2010 και έκτοτε καθιερώθηκε σαν αναγνωρισμένο και αξιόπιστο χαρακτηριστικό για επαναλαμβανόμενες διοργανώσεις. Η εξέλιξη της μιλάει αφεαυτής. Το 2015 μπορούσαν ήδη να καταγραφούν 64 κάτοχοι αδειών που εξέδωσαν άδεια για 329 διοργανώσεις με περισσότερους από 286.000 συμμετέχοντες, εκ των οποίων 270 αφορούσαν συνδιασκέψεις και 59 εκδηλώσεις (events).

Το οικολογικό σήμα εισέβαλε στην καθημερινή εργασία του κλάδου των συνεδρίων και συνεδριάσεων και συνέβαλε πολύ στην απόκτηση συνείδησης από διοργανωτές και συμμετέχοντες.

2.1.5 15 δεδομένα για το έτος 2015:

- 1) Η Αυστρία οργάνωσε συνολικά 18.172 διοργανώσεις με περίπου 1,46 εκατομμύρια συμμετέχοντες.
- 2) Το μερίδιο των διανυκτερεύσεων των συνεδριακών εκδηλώσεων, ως προς αυτό του γενικού τουρισμού αυξήθηκε από το 2,1% στο 2,3%.
- 3) Ο αριθμός των συνεδρίων αυξήθηκε κατά 12,6%.
- 4) Τα συνέδρια αποτέλεσαν το $\frac{1}{4}$ όλων των διοργανώσεων, είχαν όμως τους μισούς από τους συμμετέχοντες και τα $\frac{3}{4}$ των διανυκτερεύσεων.
- 5) Ο Οκτώβριος ήταν ο κορυφαίος συνεδριακός μήνας.
- 6) Στα διεθνή συνέδρια μόνο ο κορυφαίος μήνας ήταν ο Σεπτέμβριος.
- 7) Τα μικρά και τα μεσαία συνέδρια κυριάρχησαν με μερίδιο αγοράς 94,5%.
- 8) 31 μεγάλα συνέδρια είχαν μεν μερίδιο αγοράς 0,7%, είχαν όμως το 22,5% όλων των συμμετεχόντων.
- 9) Τα πανεπιστήμια και τα μορφωτικά ιδρύματα είχαν σαν τόπο διεξαγωγής υψηλότερο μερίδιο τόσο εθνικών όσο και διεθνών συνεδρίων.
- 10) Οι εταιρικές συνελεύσεις πρωτοστάτησαν με αύξηση κατά 20,2% στις διοργανώσεις 15,5% στις συμμετοχές και 17,5% στις διανυκτερεύσεις.
- 11) Έως $\frac{2}{3}$ όλων των διοργανώσεων πραγματοποιήθηκαν στις ομοσπονδίες (εξαιρουμένης της Βιέννης).
- 12) Στην Αυστρία (εκτός Βιέννης) αυξήθηκε ο αριθμός των διοργανώσεων κατά 20,7%.
- 13) Η Βιέννη ήταν με ποσοστό 39,2% πρώτη στη διοργάνωση συνεδρίων.
- 14) Το Σάλτσμπουργκ ενίσχυσε τη θέση του σαν ο δεύτερος προορισμός συνεδρίων στην Αυστρία.
- 15) Στην Αυστρία πραγματοποιήθηκαν 329 πράσινες εκδηλώσεις.

2.1.6 7 χρόνια – 7 δεδομένα

Μια ανασκόπηση από την έναρξη των καταγραφών το 2009.

- 1) Ο κλάδος των συνεδρίων είναι ένας σταθερά αναπτυσσόμενος εμπορικός κλάδος.
- 2) Η Άνοιξη και το Φθινόπωρο είναι οι εποχές των συνεδρίων.
- 3) Τα συνέδρια και τα εταιρικά meetings βραχύνουν κατά μέσο όρο τη διάρκειά τους.
- 4) Το μεγαλύτερο μερίδιο των διοργανώσεων αποτελείται από μικρά συνέδρια μέχρι 100 συμμετεχόντων.
- 5) Τα συνέδρια διαρκούν κατά μέσο όρο 2 έως 4 μέρες.

6) Συνέδρια με θέματα την οικονομία και πολιτική, την ιατρική και τις ανθρωπιστικές επιστήμες προηγούνται σταθερά στην κατάταξη.

7) Τα συνεδριακά ξενοδοχεία προτιμούνται σταθερά για τη διοργάνωση συνεδρίων και εταιρικών συνελεύσεων.

Διευκρινιστικοί ορισμοί

Ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού ορίζει τις συνευρέσεις (meetings) ως ακολούθως:

- Ελάχιστος αριθμοί συμμετεχόντων: 10
- Ελάχιστη διάρκεια: 4 ώρες ή ½ ημέρα.
- Πληρωμένος χώρος διεξαγωγής και catering.

Conferences και meetings είναι γεγονότα διαρκούντα μία ή περισσότερες ημέρες με συνεύρεση κυρίως ξένων για επαγγελματική ανταλλαγή πληροφοριών. Το γεγονός έχει σκοπό να περάσει στην τοπική κοινωνία ειδικές γνώσεις και την δικτύωση σε επαγγελματικό και τοπικό επίπεδο.

Εδώ υπάγονται οι ακόλουθες κατηγορίες:

- Academic conference, expert meeting.
- Working session.
- Forum.
- General assembly.
- Closed session.
- Colloquium.
- Board meeting of an association.
- Symposium.
- International seminar.

Οι εταιρικές συνελεύσεις (corporate meetings) είναι συνευρέσεις επιχειρηματιών με τουλάχιστον 10 συμμετέχοντες. Οι συμμετέχοντες ανήκουν στην ίδια εταιρεία, την ίδια ομάδα εταιρειών, κοινοπραξιών ή σχέση πελατών προς εφοδιαστές.

Τα σεμινάρια (seminars) έχουν χαρακτήρα έντονης εκπαίδευσης και περαιτέρω επιμόρφωσης ενός ακροατηρίου ειδημόνων που παρακολουθούν συνεχώς. Συνήθως τα σεμινάρια έχουν περιορισμένο αριθμό συμμετεχόντων και μικρή διάρκεια.

Τα διεθνή σεμινάρια εκπληρώνουν τα κριτήρια των conferences και meetings.

2.2 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΗΣ ΒΙΕΝΝΗΣ

Όπως προκύπτει από τα στοιχεία του συνεδριακού γραφείου της Βιέννης, VCB (Vienna Convention Bureau) το έτος 2015 έλαβαν χώρα 1.392 εθνικά και διεθνή συνέδρια με 387.553 συμμετέχοντες που συνεισέφεραν κατά 893.553 εκατομμύρια ευρώ στα δημόσια έσοδα, πέραν των 248 εκατομμυρίων ευρώ που προέκυψαν από φορολογικές εισπράξεις, ενώ δημιουργήθηκαν και 15.926 θέσεις εργασίας.

Χαρακτηριστική είναι η διαφορά που προκύπτει συγκρίνοντας τα μεγέθη των εθνικών με αυτά των διεθνών συνεδρίων ενώ στα εθνικά συνέδρια υπάρχει τάση υποχώρησης των μεγεθών που τα χαρακτηρίζουν τα διεθνή συνέδρια εμφανίζουν αντιθέτως αύξηση των μεγεθών αυτών. Η σημαντική αύξηση των διανυκτερεύσεων που προκύπτουν στα διεθνή συνέδρια αποδίδεται σε όσα έχουν ιατρική θεματολογία και εμφανίζουν μερίδιο 42% του συνόλου των συνεδριακών διανυκτερεύσεων κατά το έτος 2015.

Στο σημείο αυτό θα πρέπει να προστεθούν και τα εξής.

Παρατηρήθηκαν αυξήσεις των διανυκτερεύσεων, παρότι η διάρκεια των συνεδρίων δεν μετεβλήθη, όπως επίσης και μεγαλύτερη ημερήσια δαπάνη από τους συνέδρους. Ο αριθμός των συνοδευόντων ατόμων έχει και αυτός την οικονομική του σημασία. Παρόλα αυτά οι μεταβολές που συντελούνται από χρόνο σε χρόνο επηρεάζονται πολύ από την θεματολογία, το μέγεθος και την διάρκεια καθενός από τα συνέδρια.

Η διεθνής κατάταξη της Βιέννης σαν οργανώτριας πόλης το έτος 2014 σε συνέδρια που οργάνωσαν η ICCA (International Congress and Convention Association) και η UIA (Union of International Associations) έχει ως εξής: (Πίνακας 21)

Τα διεθνή συνέδρια του έτους 2015 είχαν αναλογικά τα εξής θέματα.(Γράφημα 22)

Το ποσοστό των διανυκτερεύσεων κατά τα συνέδρια σαν ποσοστό των συνολικών τουριστικών διανυκτερεύσεων, εμφανίζεται στην ακόλουθη εικόνα για τα έτη 2006 έως 2015. (Γράφημα 23)

Ο αριθμός των διανυκτερεύσεων κατά τα εθνικά και διεθνή συνέδρια, όπως και κατά τις επιχειρηματικές διοργανώσεις έχει κατά τα έτη 2006 έως 2015 ως εξής (Γράφημα 24)

Όσον αφορά τις διοργανώσεις των επιχειρήσεων, παρατηρούμε μια αύξηση τόσο των διανυκτερεύσεων όσο και του αριθμού των συνέδρων μεταξύ των ετών 2006 και 2015. (Γράφημα 25)

Τέλος οι διανυκτερεύοντες στη Βιέννη κατά τις διοργανώσεις των επιχειρήσεων προέρχονται κατά σειράν από τις ακόλουθες χώρες κατά τα έτη 2010 έως 2015. (Πίνακας 26) (Vienna meetings industry report 2015).

(Εικόνα 3)

2.3 Β. Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΕΛΒΕΤΙΑΣ

Η άλλη ευρωπαϊκή χώρα που συνορεύει με την Αυστρία και αναζητήθηκε για έρευνα του συνεδριακού της τουρισμού είναι η Ελβετία.

Η Ελβετία γεωγραφικά κείται στο κέντρο της Ευρώπης και συνορεύει με τη Γαλλία, την Ιταλία, την Αυστρία, το Λιχτενστάιν και την Γερμανία. Το κλίμα της είναι συνάρτηση του υψομέτρου κάθε τόπου. Οι Άλπεις και τα Jura οι γνωστές οροσειρές, ενώ στο κέντρο της χώρας εκτείνεται πεδιάδα με μεγάλες λίμνες. Το πολίτευμα της Ελβετίας είναι η ομοσπονδιακή δημοκρατία. Η χώρα έχει πληθυσμό 8.300.000 περίπου κατοίκων με πρωτεύουσα τη Βέρνη. Άλλες σημαντικές πόλεις είναι η Ζυρίχη, η Βασιλεία, η Γενεύη, η

Λωζάννη και η Λουκέρνη. Το εθνικό νόμισμα είναι το φράγκο. Η πολιτική της στηρίζεται από αιώνες στην ανεξαρτησία και την ουδετερότητα. Από το 2002 είναι μέλος του Ο.Η.Ε. Η οικονομία της βασίζεται στο τραπεζικό της σύστημα, αλλά και στην υψηλή τεχνολογία. Οι ομιλούμενες γλώσσες είναι τα γερμανικά και τα γαλλικά, τα ιταλικά αλλά και μερικές τοπικές.

2.3.1 Ο τουρισμός της Ελβετίας

Η ιστορία του τουρισμού της Ελβετίας αρχίζει τον 19ο αιώνα με τους Βρετανούς κυρίως αλπινιστές και συνεχίζει τις αρχές του 20ου αιώνα με τους αναρρωνύοντες στα σανατόρια από τη φυματίωση λόγω ευνοϊκών κλιματολογικών συνθηκών. Σήμερα υπολογίζονται ετησίως περίπου 40.000.000 διανυκτερεύσεις, ενώ η μέση πληρότητα υπολογίζεται περίπου στο 40%. Οι τουρίστες προέρχονται κατά αριθμητική σειρά από τη Γερμανία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τις ΗΠΑ, τη Γαλλία, την Κίνα και την Ιταλία. Η ακαθάριστη προστιθέμενη αξία από τον τουρισμό είναι περίπου 15 δισ. CHF ετησίως και αποτελεί περίπου το 2,7% του ονομαστικού ΑΕΠ των 550 περίπου δισ. CHF της χώρας. (Wikipedia 2017α)

2.3.2 Έκθεση του τομέα των συνευρέσεων

Το ελβετικό γραφείο συνευρέσεων και εταιρικών κινήτρων (Switzerland's Convention and Incentive Bureau, SCIB) έκανε δυνατή τη δημιουργία της πρώτης βάσης δεδομένων για τη σωστή ανάλυση και σημασία της βιομηχανίας συνευρέσεων. Η νέα έκθεση του έτους 2016 επιτρέπει για πρώτη φορά τη σύγκριση των εξελίξεων του τομέα αυτού για μια περίοδο 5 ετών. Όπως και στο σύνολο του ελβετικού τουρισμού, ο σκληρότερος διεθνής ανταγωνισμός και η υψηλή συναλλαγματική αξία του ελβετικού φράγκου επηρέασαν και τον επαγγελματικό τουρισμό. Οι συνευρέσεις εξακολουθούν να αντιπροσωπεύουν μεγάλο μέρος της βιομηχανίας του τουρισμού και η Ελβετία παραμένει ένας σταθερός προορισμός. Η έκθεση αυτή είναι σημαντική για τον καθορισμό μελλοντικών στρατηγικών και επενδυτικών αποφάσεων που στηρίζεται από αιώνες στην ανεξαρτησία και την ουδετερότητα.

2.3.3 Σύγκριση δεδομένων μεταξύ των ετών 2011 και 2015 (Meeting Report Switzerland 2016)

Το έτος 2011 οι συνευρέσεις συνολικά ήσαν περίπου 19.000 σε όλη τη χώρα. Ο όγκος των πωλήσεων ήταν 2,2 δισ. CHF. Οι διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία κατά τις συνευρέσεις αυτές ήταν το 19% του συνόλου των τουριστικών διανυκτερεύσεων στην χώρα αυτή. Όπως φαίνεται και εκ του διαγράμματος μεταξύ των ετών 2011 και 2015 επετεύχθη αύξηση κατά 61% των συνευρέσεων. Πλην όμως από το 2014 έως το 2015 υπήρξε μείωση κατά 10,4%, ενώ κατεγράφησαν 133.675 συνευρέσεις συνολικά στην πενταετία αυτή. (Γράφημα 27)

Αριθμοί είδος και διάρκεια εκδηλώσεων του επαγγελματικού τουρισμού

Η εποχική κατανομή των εκδηλώσεων του 2015 έχει ως εξής: Οι σημαντικότεροι μήνες για τον τομέα των εκδηλώσεων είναι ο Μάρτιος με 12% και ο Ιούνιος με 12%, ακολουθούμενοι από τον Μάιο (10%) και το Νοέμβριο (10%). Αν υπολογισθούν και ο Απρίλιος (9%) και ο Οκτώβριος (8%) προκύπτει ότι το 61% όλων των εκδηλώσεων λαμβάνει χώρα στην χαμηλή περίοδο της λοιπής τουριστικής βιομηχανίας. Συνεπώς ο τομέας των συνευρέσεων αποτελεί βασική πηγή εισοδήματος για τους παρόχους τουριστικών υπηρεσιών κατά τη διάρκεια του χρονικού διαστήματος που οι πωλήσεις είναι παραδοσιακά ουδέτερες. Η κατανομή των συνευρέσεων στον χρόνο είναι δείγμα

που διατηρείται αναλλοίωτο. Έτσι, ο αντικυκλικός εποχιακός χαρακτήρας του επαγγελματικού τουρισμού μπορεί να θεωρηθεί σταθερός. (Γραφήματα 28 και 29)

Πάνω από τις μισές εκδηλώσεις (58%) λαμβάνουν χώρα κατά το πρώτο ήμισυ του έτους. Το τελευταίο τεταρτημόριο συγκριτικά μπορεί να θεωρηθεί η χαμηλή εποχή της βιομηχανίας εκδηλώσεων της Ελβετίας. Ούτε το ένα εκ των πέντε εκδηλώσεων δεν λαμβάνει χώρα στο διάστημα αυτό. Ο βασικός λόγος είναι ότι συμπίπτει με την κύρια περίοδο διακοπών του συνυπάρχει με την έλλειψη διαθέσιμων χώρων, οπότε θα ανέβαλε το κόστος των εκδηλώσεων που θα σχεδιαζόταν για αυτή τη χρονική περίοδο. Οι συμπληρωματικοί εποχιακοί κύκλοι των τομέων γενικού τουρισμού και εκδηλώσεων προσφέρουν στην ελβετική ξενοδοχειακή βιομηχανία την δυνατότητα να χρησιμοποιούν στο έπακρο τις δυνατότητές τους και έτσι να μεγιστοποιούν τις πωλήσεις των.

Είδη εκδηλώσεων επαγγελματικού τουρισμού

Οι εκδηλώσεις αυτές στην Ελβετία είναι κυρίως οι συνεντεύξεις (meetings) (70%) και τα σεμινάρια (25%). Οι διασκέψεις (conferences) καταλαμβάνουν το 8% και τα θεματικά εργαστήρια (workshops) το 6%. Οι εκπαιδευτικές διοργανώσεις το 4%, ενώ τα συνέδρια το 2%, όπως και οι εκδηλώσεις για ανταμοιβή καλών υπηρεσιών που παρέχονται από εταιρείες στους υπαλλήλους τους (incentives). (Γράφημα 30)

Στην Ελβετία ο κλάδος του επαγγελματικού τουρισμού κυριαρχείται από ανεξάρτητες επιχειρηματικές εκδηλώσεις για το προσωπικό τους και προσωπικό τους και τους συνεργάτες τους. Εκδηλώσεις που απευθύνονται σε ευρύτερο ακροατήριο, όπως π.χ. τα συνέδρια και οι διασκέψεις, έχουν μικρότερη ποσοστιαία αναλογία. Όπως προκύπτει από τα δεδομένα των ετών 2011-2015, το φαινόμενο αυτό ενισχύθηκε περαιτέρω. Το μερίδιο των διασκέψεων, συνεδρίων και θεματικών εργαστηρίων ελαττώθηκε στα πέντε αυτά χρόνια κατά 8%. Κατά το διάστημα αυτό οι επιχειρηματικές εκδηλώσεις αυξήθηκαν κατά 4%. Ταυτόχρονα, εκδηλώσεις που στοχεύουν στη διασπορά της γνώσης (σεμινάρια και επιμορφώσεις) αυξήθηκαν κατά 12%. Οι εκδηλώσεις ως ανταμοιβή καλών υπηρεσιών από εταιρείες προς το προσωπικό τους αυξήθηκαν κατά 1%, αν και το μερίδιο αγοράς τους είναι πολύ μικρό. (Γράφημα 31)

Η διάρκεια των εκδηλώσεων του επαγγελματικού τουρισμού

Το 2/3 των εκδηλώσεων που έλαβαν χώρα το 2015 ήταν διάρκειας μιας ημέρας. Αυτή ήταν η κατηγορία που παρουσίασε την υψηλότερη αύξηση αυτή την πενταετία (13,8%). Έτσι επιπρόσθετο 16% των εκδηλώσεων διήρκεσε 2 ημέρες, ενώ οι τριήμερες εκδηλώσεις αποτέλεσαν το 8% του συνόλου. Συνεπώς, οι διήμερες και τριήμερες εκδηλώσεις δείχνουν ότι διατήρησαν την σημασία τους στο χρόνο. Παρομοίως, οι τετράήμερες και πενταήμερες εκδηλώσεις απετέλεσαν το 6% το 2015 και το 8% το 2011. Διαφορετικό αποτέλεσμα όμως εμφανίζεται για τις μεγαλύτερης διάρκειας εκδηλώσεις. Έτσι, το έτος 2015 ήταν μόλις 4% ενώ το 2011 10%. (Γράφημα 32)

Τα ανωτέρω δείχνουν μια δομική αλλαγή στον τομέα των εκδηλώσεων στην Ελβετία. Λόγω μεταβολής της συναλλαγματικής ισοτιμίας του CHF με το ευρώ, οι εκδηλώσεις έχουν ελαττωθεί σαν σύνολο. Έχουν αυξηθεί οι μονοήμερες και ελαττωθεί οι πολυήμερες. Εδώ τα έξοδα μιας πολυήμερης διαμονής, όπως και οι διανυκτερεύσεις ο επισιτισμός και άλλα έξοδα πρέπει να συγκριθούν με τα έξοδα της μεταφοράς προς και από την εκδήλωση. Η πτώση της τιμής των καυσίμων και των αεροπορικών εισιτηρίων ήταν μεγαλύτερη εκείνης των διανυκτερεύσεων. Τα οφέλη όμως που προκύπτουν από τις υπηρεσίες μεταφοράς έχουν, όπως υπολογίζονται, φθάσει στα όριά τους. Σε εποχές με δημοσιονομικές δυσκολίες οι μετέχοντες συμμορφώνονται σε ολιγόήμερες εκδηλώσεις ευκολότερα απ' ό,τι στο παρελθόν.

Οι διαφορετικές κατηγορίες όμως των συνευρέσεων δεν παρουσιάζουν ομοιογενή συμπεριφορά ως προς τη διάρκεια των εκδηλώσεων. Εδώ σημασία έχουν ο σκοπός και το περιεχόμενο των εκδηλώσεων. Το 2015 οι ετήσιες γενικές συνελεύσεις (annual general meetings) είχαν την μεγαλύτερη διάρκεια (4,3 ημέρες), ακολουθούμενες από τις εκδηλώσεις πληροφόρησης (information events) (3,9 ημέρες), εκδηλώσεις εταιρειών παροχής κινήτρων εργασίας (incentives) (3,7 ημερών) και συνεδρίων (conferences) (3,3ημέρες). Στην κατώτερη κλίμακα οι συνεδριάσεις (sessions) και τα θεματικά εργαστήρια (workshops) διήρκεσαν κατά μέσο όρο 1,6 ημέρες. (Πίνακας 33)

Το 2011 τα συνέδρια διήρκεσαν περισσότερο από τις υπόλοιπες εκδηλώσεις (3,9 ημέρες), αλλά το 2015 ελαττώθηκαν κατά 15%. Το ίδιο συμβαίνει για τις διασκέψεις (conferences, -24%), συναθροίσεις (meetings, -34%), επιμορφώσεις (education, -34%) και συνεδριάσεις (sessions, -37%). Απεναντίας, παρατηρείται επιμήκυνση των εκδηλώσεων των ετήσιων γενικών συνελεύσεων κατά 36% στην τετραετία από το 2011 έως το 2015. Παρόμοιο αποτέλεσμα παρατηρείται και στις εκδηλώσεις πληροφόρησης με αύξηση 21%. Οι μεγαλύτερες όμως αυξήσεις στη διάρκεια των εκδηλώσεων παρατηρούνται στις εταιρικές με σκοπό την παροχή κινήτρων εργασίας (incentives) κατά 46%. Γενικά υπήρχαν σημεία αναστροφής της τάσης μείωσης της διάρκειας των εκδηλώσεων. Τα συνέδρια, οι συνεδριάσεις και τα θεματικά εργαστήρια αύξησαν τη διάρκειά τους μεταξύ 2014 και 2015. Τα συνέδρια που ήταν σημαντικά για το κύρος του προορισμού αύξησαν τη διάρκειά τους το 2015 σε σχέση με το 2014. Ένα επιτυχές παράδειγμα αυτού του τύπου είναι το 14ο ευρωπαϊκό συνέδριο με θέμα την ψυχολογία των sport του έτους 2015.

Αριθμός συνεδρίων οργανωμένων στην Ελβετία

Η ICCA (International Congress and Convention Association) παρουσίασε τον αριθμό των συνεδρίων στην Ελβετία κατά το διάστημα 2005-2015, όπως και τη σειρά κατάταξής τους στην Ευρωπαϊκή αγορά. Παρατηρείται αύξηση του αριθμού των συνεδρίων από το 2005 έως το 2010, διατήρηση του αριθμού αυτού έως το 2012 και υποχώρηση εν συνεχεία μέχρι το 2015. Τα αίτια της υποχώρησης αυτής αποδίδονται στην απόφαση της Ελβετικής Κεντρικής Τραπέζης να αποδεσμεύσει το φράγκα από το ευρώ και την συνεπαγόμενη αύξηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας του εθνικού της νομίσματος έναντι του κοινού ευρωπαϊκού νομίσματος.

Τέλος, ικανοποιητική θέση διατηρεί η Ελβετία μεταξύ των Ευρωπαϊκών κρατών όσον αφορά τον αριθμό των οργανωθέντων συνεδρίων. (Γράφημα 34)

Οικονομικά στοιχεία επαγγελματικού τουρισμού

Οι πωλήσεις του κλάδου αυτού ανήλθαν το 2011 στα 2,2 δισ. ελβετικά φράγκα. Έκτοτε ακολούθησαν καθοδική πορεία μέχρι το 2015, οπότε και ανήλθαν σε 1,8 δισ. ελβετικά φράγκα. Η ποσοστιαία πτώση στο διάστημα αυτό ήταν 18%. (Γράφημα 35)

Στην παρακάτω εικόνα προβάλλονται μερικοί από τους πολιτικοοικονομικούς παράγοντες που συνέβαλαν στην πορεία των εσόδων του επαγγελματικού τουρισμού και θα μπορούσαν να δικαιολογήσουν τουλάχιστον μερικώς την κατά 18% πτώση των κατά το διάστημα 2011-2015. (Γράφημα 36)

2.4 ΤΟ ΕΤΗΣΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΣΤΟ DAVOS ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ (WORLD ECONOMIC FORUM)

Λόγω της σπουδαιότητάς του αλλά και της γενικότερης απήχρησής του θα αναφερθώ περιληπτικά στο παγκόσμιο οικονομικό forum που διεξάγεται στο Davos της Ελβετίας

από το έτος 1971 μέχρι σήμερα. Στις εργασίες του συνεδρίου συμμετέχουν διακεκριμένοι επιχειρηματίες, πολιτικοί, οικονομολόγοι και δημοσιογράφοι από όλο τον κόσμο, γεγονός που προκαλεί το παγκόσμιο ενδιαφέρον.

Ζούμε σε έναν κόσμο με γρήγορους ρυθμούς και αλληλοεξάρτηση, όπου οι πρωτοποριακές τεχνολογίες, οι δημογραφικές μετατοπίσεις και οι πολιτικές μεταμορφώσεις έχουν πολιτικές και οικονομικές επιπτώσεις σε βάθος χρόνου. Περισσότερο από ποτέ, οι ηγέτες πρέπει να καινοτομούν και να ανταλλάσσουν ιδέες για το πώς θα οδηγήσουν τον κόσμο καλύτερα.

Το ετήσιο συνέδριο για την παγκόσμια οικονομία στο Davos - Klosters παραμένει ο καταλληλότερος τρόπος συγκεντρώσεων ηγετών του κόσμου για να συνεργασθούν και να διαμορφώσουν την παγκόσμια ατζέντα στην αρχή κάθε χρόνου. Για περισσότερο από 4 δεκαετίες, η αποστολή του παγκόσμιου συνεδρίου για την οικονομία, δηλ. η βελτίωση της κατάστασης του κόσμου, διαμόρφωσε το πρόγραμμα του ετήσιου συνεδρίου.

Χαρακτηριστικά, βασικά θέματα των συνεδρίων που συζητήθηκαν τα τελευταία 6 έτη ήταν τα εξής:

2012 Ο μεγάλος μετασχηματισμός. Διαμορφώνοντας καινούρια πρότυπα.

2013 Ευέλικτος δυναμισμός.

2014 Η αναδιαμόρφωση του κόσμου: Επιπτώσεις σε κοινωνία, πολιτική και επιχειρήσεις.

2015 Νέο παγκόσμιο πλαίσιο.

2016 Η κυριαρχία της τέταρτης βιομηχανικής επανάστασης.

2017 Κοινωνικά ευαίσθητη και υπεύθυνη ηγεσία(wikipedia. 2017β).

Ειδικά για το 2017, 100 μεγαλοεπιχειρηματίες υπέγραψαν πρωτόκολλο που συντάχθηκε με το διεθνές επιχειρηματικό συμβούλιο του forum και θα αποτελέσει ένα πλαίσιο για μακροχρόνια προσέγγιση του θέματος αυτού(World economic forum. 2017α).

Πολιτικοοικονομική Επικαιρότητα

Καθώς ο κόσμος αντιμετωπίζει έξαρση του εθνικισμού και τάσσεται εναντίον της παγκοσμιοποίησης, οι σύνεδροι στο παγκόσμιο οικονομικό forum του Davos το έτος 2017 ξανασκέφτηκαν την λύση της αναδιανομής πλούτου. Είναι όμως διχασμένοι για την μέθοδο που θα πρέπει να ακολουθήσουν (εθελοντικά ή μέσω φορολόγησης). Πρέπει να αυξήσουν ολόκληρη την πίτα ή να μοιράσουν μεγαλύτερα μερίδια.

Η ψήφος υπέρ του Brexit, η εκλογή του Trump καθώς και η έξαρση του εθνικισμού σε πολλές χώρες έφερε το θέμα της οικονομικής ανισότητας ψηλά στην ατζέντα. Όπως υποστηρίζει η Oxfam International, 8 άνθρωποι έχουν όσο πλούτο έχουν 3,6 δισεκ. φτωχοί. Πρέπει να γίνει ανακατανομή του πλούτου. Η ανθρωπότητα έχει την ικανότητα να προοδεύσει και δεν πρέπει να συμβιβάζεται με μια αναποτελεσματική οικονομία.(World economic forum. 2017β)

Αξιοσημείωτες είναι τέλος και οι πρωτοβουλίες που λαμβάνονται στο πλαίσιο του παγκόσμιου οικονομικού forum, όπως π.χ.:

- 1) Για την παγκόσμια υγεία στο ετήσιο συνέδριο του έτους 2002 και που αφορούσε κυρίως το AIDS, την φυματίωση, την ελονοσία και τα συστήματα υγείας.
- 2) Για την παγκόσμια εκπαίδευση και την ανάγκη διάθεσης ηλεκτρονικών υπολογιστών στα σχολεία και το e-learning το έτος 2003.
- 3) Για το περιβάλλον με προτάσεις για το φαινόμενο του θερμοκηπίου και την διαχείριση του ύδατος το έτος 2005.
- 4) Για την καταπολέμηση της διαφθοράς σε εταιρικό επίπεδο το έτος 2004.
- 5) Για την προστασία του περιβάλλοντος και των φυσικών πηγών που θα επιτευχθούν μέσω κατάλληλων πολιτικών από τις παγκόσμιες κυβερνήσεις και επιχειρήσεις όπως για τον περιορισμό των εκπομπών άνθρακα το έτος 2017.
- 6) Για την αντιμετώπιση επιδημιών με την διάθεση εμβολίων, αλλά και την έρευνα για νέα εμβόλια έναντι τροπικών νόσων. (Wikipedia 2017 β).

Κλείνοντας θα ήθελα να επισημάνω ότι το επίπεδο του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα αυτή όχι μόνον από πλευράς παρεχομένων υπηρεσιών, αλλά και σημαντικότητας των θεμάτων που αναλύονται είναι ύψιστο. Τα επιστημονικά συνέδρια να μιν δεν είναι μεγάλα σε μέγεθος, αλλά εξόχως ποιοτικά, πράγμα αναμενόμενο για μια χώρα που η έρευνα και η ανάπτυξη (R & D) είναι ιδιαίτερα ανεπτυγμένες.

(Εικόνα 4).

ΜΕΡΟΣ ΤΡΙΤΟ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

3.1.1 Ιστορικά στοιχεία

Συνευρέσεις ελάμβαναν χώρα και στην αρχαία Ελλάδα με παράδειγμα αυτές των αμφικτιονιών. Ήταν ένας σύνδεσμος κοινοτήτων που συνέρεε σε ένα ιερό. Οι κοινότητες αυτές που ήταν έθνη ή πόλεις, επιδίωκαν φιλικές σχέσεις μεταξύ τους και επέλεγαν το ιερό μιας θεότητας σε προσιτό σημείο, όπου ετελούντο οι περιοδικές εορτές λατρείας αλλά και εμπορικές εκθέσεις. Μια σημαντική αμφικτιονία ήταν αυτή της Δήλου που ήκμασε τον 7ο αιώνα π.Χ. Ο ύμνος στον θεό Απόλλωνα χαιρέτιζε τη σύναξη των Ιώνων στο ιερό του θεού τους στο νησί που συνέρρεαν για να τον λατρέψουν με μουσική, χορό και γυμναστικές ασκήσεις.

Η πιο σημαντική αμφικτιονία όμως ήταν αυτή των Δελφών ή πιο σωστά η Πυλαιακή-Δελφική, που επηρέασε εμφανώς τα πολιτικά πράγματα της εποχής της. Βασικό

μέλημα ήταν να αποτρέπονται οι πόλεμοι μεταξύ των μελών του συνδέσμου. Έτσι προέκυψε και ο πρώτος ελληνικός «Διαπολιτειακός» νόμος. Προβλεπόταν επίσης μεταξύ άλλων να αποφεύγονται οι εχθροπραξίες κατά τη διάρκεια των εορτασμών και να εφαρμόζονται διαιτησίες όπου υπάρχουν διενέξεις. (Botsford 1926)

3.1.2 Γενικά χαρακτηριστικά

Η Ελλάδα ως προορισμός διαθέτει πολλά πλεονεκτήματα όπως το ήπιο μεσογειακό κλίμα, η κουλτούρα και η πολιτιστική κληρονομιά. Αποτελεί έναν αναγνωρισμένο προορισμό διακοπών και αναψυχής, γεγονός που την καθιστά να βρίσκεται σε πλεονεκτική θέση σε σχέση με άλλους συνεδριακά αναπτυσσόμενους προορισμούς. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα η Ελλάδα να ικανοποιεί το ψυχαγωγικό κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού αλλά το κομμάτι το επιχειρηματικό να χρειάζεται μεγαλύτερη ανάπτυξη και προώθηση.

Σύμφωνα με διεθνείς μετρήσεις ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί ένα μικρό κομμάτι της διεθνούς συνεδριακής δραστηριότητας. Η Ελλάδα προκειμένου να διεκδικήσει μεγαλύτερο κομμάτι της συνεδριακής «πίτας» έρχεται αντιμέτωπη με χώρες μακροχρόνια έμπειρες σε συνέδρια με άριστες υποδομές.

3.1.3 Ο ρόλος της HAPCO

Ο ρόλος της HAPCO (Hellenic Association of Professional Congress Organizers). Η HAPCO από την ίδρυση της το 1996 μέχρι σήμερα αντιπροσωπεύει τους οργανωτές επαγγελματικών συνεδρίων, όπως και εταιρείες που προσφέρουν ευρύ φάσμα υπηρεσιών και προϊόντων σχετικών με τη συνεδριακή αγορά. Εξελίχθηκε βαθμιαία σε βασικό θεσμό του τομέα του ελληνικού τουρισμού σε θέματα σχετικά με τη συνεδριακή βιομηχανία. Είναι ιδρυτικό μέλος της EFAPCO (European Federation of Associations of Congress Organizers) και μετέχει συχνά στις δραστηριότητες του.

Στοχεύει:

- 1) Στην υπεράσπιση του επαγγέλματος, την οργάνωση των συνεδρίων
- 2) Στην προαγωγή των μελών της στην εντόπια και διεθνή συνεδριακή αγορά
- 3) Υποβάλλει προτάσεις στην ελληνική διοίκηση για τη διαμόρφωση του μέλλοντος του κλάδου και τη διαμόρφωση της συνεδριακής τουριστικής πολιτικής
- 4) Παρέχει σύγχρονη πληροφόρηση στους Έλληνες διοργανωτές επαγγελματικών συνεδρίων για τις εξελίξεις στις διεθνείς αγορές
- 5) Εποπτεύει τις ποιοτικές προδιαγραφές για την υπεράσπιση του κύρους των οργανωτών επαγγελματικών συνεδρίων
- 6) Στοχεύει την παρουσία της στην Ελλάδα και το εξωτερικό με την παρουσία της σε εμπορικές εκθέσεις, σεμινάρια, συνέδρια και διασκέψεις
- 7) Μετέχει ενεργά στις δραστηριότητες της EFAPCO μέσω του διοικητικού συμβουλίου της
- 8) Διοργανώνει ετήσιο πανελλήνιο συνέδριο που προσελκύει διακεκριμένους ομιλητές και αποτελεί σημείο συνάντησης όλων των Ελλήνων οργανωτών επαγγελματικών συνεδρίων (HAPCO).

3.1.4 Τα μεγέθη της αγοράς

Η Τράπεζα της Ελλάδος ανέδειξε στοιχεία του 2015 στα οποία τα έσοδα από τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα ανήλθαν στα 184 εκατομμύρια ευρώ, καλύπτοντας έτσι το 10% των συνολικών εσόδων.

Η ICCA (International Congress and Convention Association) κάθε χρόνο εκδίδει στοιχεία τα οποία αποτελούν την πλέον αξιόπιστη πηγή για την καταγραφή της συνεδριακής ζήτησης στη χώρα μας και σύμφωνα με αυτά το 2015 διοργανώθηκαν παγκοσμίως 11.181 συνέδρια από τα οποία 185 πραγματοποιήθηκαν στην Ελλάδα. Το μερίδιο της Ελλάδας στην παγκόσμια συνεδριακή αγορά υπολογίζεται περίπου στο 2% και στην ευρωπαϊκή στο 4%.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα της ICCA η Ελλάδα το 2015 έλαβε την 20η θέση στη διεθνή κατάταξη. Διαπιστώθηκε ότι σε υψηλότερες θέσεις από την Ελλάδα βρίσκονται χώρες όπως η Σουηδία, η Ολλανδία, η Ελβετία κ.ά. πράγμα που προσδίδει στην Ελλάδα περιθώρια ανάπτυξης της συνεδριακής της δραστηριότητας καθώς διαθέτει πολλά στοιχεία τα οποία μπορούν να ικανοποιήσουν το ψυχαγωγικό κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού και τα οποία στοιχεία δεν διαθέτουν τόσο πλούσια οι προαναφερθείσες χώρες.

Σύμφωνα με στοιχεία της ICCA για τη δεκαετία 2005-2015 διαπιστώνεται ότι η Ελλάδα έχει σχεδόν τριπλασιάσει τον αριθμό των συνεδρίων και των συμμετεχόντων: 52 συνέδρια με 11.181 συνέδρους το 2005, 185 συνέδρια με 33.623 συνέδρους το 2015. Από το 2005 μέχρι και το 2011 (εξαιρώντας το 2010) ο αριθμός των διοργανώσεων κυμαίνεται στα ίδια επίπεδα. Από το 2012 και έπειτα παρατηρείται μια μικρή αύξηση των διεθνών συνεδρίων. Με βάση τα στοιχεία του πίνακα προκύπτει ότι τα διεθνή συνέδρια οργανισμών και ενώσεων (association meetings) στην Ελλάδα αυξάνονται τα τελευταία χρόνια αλλά παρόλα αυτά το μερίδιο που κατέχει η χώρα μας στην παγκόσμια συνεδριακή αγορά από το 2005 (με εξαίρεση το 2010) δεν έχει καταφέρει να ξεπεράσει το 2%.(ΠΙΝΑΚΑΣ 37)

3.1.5 Τα συνέδρια σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη

Η Αθήνα αποτελεί τον σημαντικότερο συνεδριακό προορισμό στην Ελλάδα. Το 2015 από τα 185 συνέδρια που διοργανώθηκαν στη χώρα τα 86 πραγματοποιήθηκαν στην Αθήνα συγκεντρώνοντας έτσι το 49% του συνόλου των συνεδρίων. Σύμφωνα με τα στοιχεία του ICCA το 2015 η Αθήνα κατείχε την 21η θέση με τον συνολικό αριθμό συμμετεχόντων το 2015 να ανέρχεται στους 11.181. Το γεγονός ότι η Αθήνα ελκύει τους συμμετέχοντες δεν μας κάνει καμία εντύπωση διότι η συγκέντρωση αυτού του είδους των εκδηλώσεων στα μεγάλα κέντρα είναι φαινόμενο διεθνές, το οποίο μάλιστα σε ορισμένες χώρες λαμβάνει χαρακτήρα ακόμη πιο έντονο από ότι στην Ελλάδα. Σύμφωνα με τα καταγεγραμμένα συνέδρια της ICCA η Αθήνα παρουσιάζει σχετική αύξηση στον αριθμό των συνεδρίων που διοργανώνει μετά τους ολυμπιακούς αγώνες της Αθήνας του 2004.

Παρόλα αυτά, επαγγελματίες της αγοράς εκφράζουν την άποψη ότι η πρωτεύουσα δεν κατάφερε να αξιοποιήσει στο έπακρο την προβολή του δέχτηκε κατά τη διάρκεια των αγώνων.

Σε αντίθεση με την πρωτεύουσα, η Θεσσαλονίκη τα τελευταία χρόνια έχει δείξει μια θεαματική πορεία. Το 2012 βρέθηκε μεταξύ των 100 δημοφιλέστερων συνεδριακών προορισμών παγκοσμίως καταλαμβάνοντας την 92η θέση, σε σύνολο 233 πόλεων σε όλον τον κόσμο, έχοντας διοργανώσει 10 διεθνή συνέδρια που πληρούσαν τα ιδιαίτερα αυστηρά κριτήρια που έχει θέση η ICCA για την αναγνώριση ενός συνεδρίου ως

«διεθνούς». Το 2013 ανήλθε στην 81η θέση με 13 διεθνή συνέδρια, ενώ το 2015 βρισκόταν στην 67η θέση με 21 συνέδρια. Η Θεσσαλονίκη έχει σημειώσει μια αύξηση 6,2% στα διεθνή συνέδρια που έχει φιλοξενήσει κατά την τετραετία 2012-2015. Υποστηρίζεται ότι η γενικότερη τάση στη βιομηχανία MICE δείχνει έντονο ενδιαφέρον για καινούριους προορισμούς. (ΠΙΝΑΚΑΣ 38)

Η Θεσσαλονίκη παρουσιάζει σημαντική αύξηση στα διεθνή συνέδρια οργανισμών και ενώσεων που διοργανώνει τα τελευταία χρόνια, αλλά και στο σύνολο των συνεδρίων που φιλοξενεί.

Οι πληροφορίες που περιστασιακά γνωστοποιούν οργανισμοί όπως ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού (World Tourism Organization), η Διεθνής Ένωση Επαγγελματικών Συναντήσεων (Meetings International Association) και η Διεθνής Οργάνωση Επαγγελματικών Συσκέψεων (Meetings Professional International), δείχνουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται ετησίως 5-7% σε παγκόσμια κλίμακα.

Σύμφωνα με στοιχεία του ICCA ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται 5-6% ετησίως στην Ελλάδα, όσο περίπου και ο παγκόσμιος κατά τα τελευταία χρόνια. Στον ευρωπαϊκό χώρο η Ελλάδα κατέχει τη 13η θέση, ενώ η Αθήνα έχει παρουσιάσει 100% αύξηση μεταξύ 2010 και 2015.

Στην Ελλάδα ο επαγγελματικός τουρισμός θεωρείται ότι επηρεάζει άμεσα και έμμεσα το Α.Ε.Π. περίπου κατά 16,3% και κατά 19,8% αντίστοιχα. Η Ελλάδα προσελκύει περισσότερο από 16 εκατομμύρια τουρίστες κάθε χρόνο, οι οποίοι συνεισφέρουν σε περισσότερο από 15% του Α.Ε.Π. Ο συνεδριακός τουρισμός, ο οποίος στοχεύει σε ακαδημαϊκές και επαγγελματικές αγορές θεωρείται ακρογωνιαίος λίθος της εθνικής τουριστικής στρατηγικής.

Εκτός από τον αριθμό των συνεδρίων που συμμετείχαν σε διοργανώσεις στην Ελλάδα υπάρχουν και άλλα στατιστικά τα οποία θα μπορούσαμε να αναλύσουμε. Τέτοια αφορούν τη συνεισφορά του συνεδριακού τουρισμού στη μείωση της εποχικότητας που παρουσιάζει ο ελληνικός τουρισμός, τη μέση δαπάνη ανά συνέδριο κ.λπ. Σύμφωνα με έρευνα που έγινε το 2014 ο συνεδριακός τουρισμός παγκοσμίως κάλυπτε το 3-4% των συνολικών αφίξεων διεθνώς. Από το μερίδιο που αντιστοιχεί στην Ελλάδα η Αθήνα συγκεντρώνει το 40% της συνεδριακής κίνησης ενώ η Κρήτη, τα Δωδεκάνησα και η Μακεδονία μοιράζονται το υπόλοιπο 60%. Οι μήνες από τον Απρίλιο μέχρι τον Ιούνιο προτιμώνται για τη διεξαγωγή συνεδρίων όπως δείχνουν τα στοιχεία, καθώς πάνω από το 40% των συνεδρίων διοργανώνεται αυτούς τους μήνες, ενώ οι μήνες από τον Ιούνιο μέχρι τον Σεπτέμβριο συγκεντρώνουν το 35% της κίνησης.

Σύμφωνα με την ίδια έρευνα η μέση ημερήσια δαπάνη ανά συνέδριο είναι σχεδόν 10πλάσια σε σχέση με τη δαπάνη ενός μη συνεδριακού τουρίστα.

Ωστόσο η μέση διάρκεια παραμονής είναι 4-5 μέρες, δηλαδή κάτι λιγότερο σε σχέση με την παραμονή τουρίστα. Ο μέσος αριθμός συμμετοχών στην Ελλάδα είναι πολύ μικρότερος του παγκόσμιου μέσου όρου, με αυτό να υποδηλώνει την ανάγκη βελτίωσης ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

3.1.6 Σημασία και δυνατότητες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα

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

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

2) Ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί να μην αναμένεται να επηρεάσει εντυπωσιακά τη συνολική τουριστική κίνηση. Λόγω όμως της ειδικής εποχικής του κατανομής και της εποχικής συμπληρωματικότητας της συνεδριακής κίνησης με τη συνολική τουριστική κίνηση, ο σχετικά μικρός αριθμός πρόσθετων επισκεπτών μπορεί να αυξήσει την πληρότητα των ξενοδοχειακών μονάδων που επωφελούνται από τη συνεδριακή κίνηση. Λόγω και της δομής του κόστους των ξενοδοχειακών μονάδων η βελτίωση αυτής 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.

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 η 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 (Ντέρτσα 2015).

3.1.7 Τι υπηρεσίες προσφέρει ο ΣΕΤΕ (Σύνδεσμος ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων) - Ανακοινώσεις

Προσφέρει στα μέλη του:

1) Ενημέρωση για εγκυκλίους, μελέτες και στοιχεία για τις αγορές που ενδιαφέρουν τον ελληνικό τουρισμό. Κοινοποιεί τα δελτία τύπου και τις παρεμβάσεις του προς την κυβέρνηση και τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.

2) Συμμετέχει στις διοργανώσεις για τη διαμόρφωση θέσεων και προτάσεων τουριστικής πολιτικής.

3) Προβάλλει τα μέλη του, τα προϊόντα και τις υπηρεσίες τους και της δράσεις εταιρικής υπευθυνότητας μέσα από την ιστοσελίδα του και τις ηλεκτρονικές εκδόσεις του (ΣΕΤΕ 2014).

Σύμφωνα με πρόσφατη ανακοίνωση του ΣΕΤΕ το ύψος της δανειοδότησης στον τουρισμό είναι χαμηλό σε σχέση με τις προοπτικές και την προσφορά του τομέα στην εθνική οικονομία αλλά και σε σύγκριση με την χρηματοδότηση άλλων επιχειρηματικών κλάδων. Και ενώ οι εκπρόσωποι της Ελληνικής Ένωσης Τραπεζών έχουν εκδηλώσει το ενδιαφέρον τους για την χρηματοδότηση τουριστικών επενδύσεων των συνεδριακών

συμπεριλαμβανομένων, σημειώνουν ότι δεν υπάρχουν αρκετά αιτήματα προς χρηματοδότηση με σωστούς οικονομικούς δείκτες.

Επίσης υπογραμμίζει τις δυνατότητες που έχει ο τομέας του τουρισμού να δημιουργήσει νέες θέσεις εργασίας και το υψηλό ενδιαφέρον της κοινωνίας για τον τουριστικό τομέα όπως προκύπτει από δημοσκόπηση της MRB.

Τέλος η χαμηλή ανταγωνιστικότητα του ελληνικού προϊόντος σε παγκόσμιο επίπεδο θα βελτιωνόταν εάν επιμέρους δείκτες που την επηρεάζουν όπως π.χ. της φορολόγησης ή του δημόσιου τομέα κινούνταν στο μέσο όρο των ανταγωνιστικών χωρών. (Κουσουνής 2017α).

3.1.8 Τι αποκαλύπτει έρευνα που παρουσιάστηκε σε συνέδριο του ΣΕΤΕ

Σε έρευνα της P.W.C.- Remaco (2016), παρουσιάζονται οι μεταβολές στις διεθνείς αφίξεις και τα έσοδα από αυτές κατά τα τελευταία έτη. (Γράφημα 39). Όσο δε για τον συνεδριακό τουρισμό MICE θα φτάσει τοις 500000 αφίξεις επί συνόλου 34,8 εκ. του συνολικού τουρισμού το 2021.

Επίσης θα προσφέρει 200εκ. ευρώ επί συνολικών εισπράξεων 19,6 δις ευρώ του συνολικού τουριστικού προϊόντος το ίδιο έτος (Γράφημα 40), που αντιστοιχούν στο 3% τόσο των συνολικών αφίξεων όσο και των συνολικών εσόδων του τουριστικού προϊόντος.

3.2 Συντελεστές οργάνωσης συνεδρίων

3.2.1 Τα convention and visitors bureaus (CVBs).

Προς τα τέλη του 19ου αιώνα στις Η.Π.Α. σχηματίστηκαν διάφοροι εμπορικοί και επαγγελματικοί σύλλογοι, όπως και θρησκευτικές ομάδες, που οργάνωσαν συνευρέσεις για τα μέλη τους. Η άνθηση αυτών των σωματείων επέβαλε την πρόσληψη ατόμων με πλήρη απασχόληση για την οργάνωση των συνελεύσεων. Αυτό συνέβη για πρώτη φορά στο Detroit του Michigan, όπου ομάδα επιχειρηματιών ανέθεσε σε άτομο να προσελκύσει κάθε σχετικά ενδιαφερόμενο στην πόλη τους. Έτσι το 1986 δημιουργήθηκε το πρώτο γραφείο συνευρέσεων και αναδύθηκε μια νέα βιομηχανία. Μετά το Detroit ακολούθησαν και άλλες πόλεις σχηματίζουσες το δικό τους συνεδριακό γραφείο ή αλλιώς γραφείο συνεδρίων και επισκεπτών (convention and visitor bureau, CVB), γνωστό επίσης και σαν οργάνωση με σκοπό το marketing (destination marketing organization, DMC), (Rogers 2013).

Τα Convention & Visitors Bureaus (CVBs) σήμερα είναι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που εργάζονται για την προσέλκυση συνεδρίων και τουριστών σε έναν προορισμό. Συνήθως είναι συνεργατικοί φορείς (δημόσιος – ιδιωτικός τομέας) και δέχονται ως μέλη τουριστικές επιχειρήσεις έναντι συνδρομής. Δρουν σε τοπικό, περιφερειακό ή εθνικό επίπεδο και επικεντρώνονται στην προσέγγιση συνεδριακού τουρισμού.

Η ίδρυση των CVB προέρχεται κατ' εξοχήν από την ανάγκη των συνεδριακών προορισμών να ικανοποιήσουν τις υψηλές απαιτήσεις των τουριστών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, παρέχοντάς τους αμερόληπτες, τεκμηριωμένες, άμεσες και επαγγελματικές πληροφορίες σχετικά με τις υπηρεσίες του προορισμού. Επίσης, τα CVB είναι η απόδειξη ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην οργάνωση ενός συνεδρίου, από τους διερμηνείς μέχρι τις υπηρεσίες τροφοδοσίας μπορούν να συντονιστούν σε ένα ολοκληρωμένο προϊόν. Όσον αφορά την Ελλάδα στις 26 Φεβρουαρίου 2000 ξεκίνησε τη λειτουργία του το CVB της Θεσσαλονίκης (TCVB).

Η Αστική Εταιρεία Συνεδρίων & Επισκεπτών Θεσσαλονίκης (Γραφείο Συνεδρίων & Επισκεπτών Θεσσαλονίκης) ή Thessaloniki Convention & Visitors Bureau - TCVB όπως αποκαλείται σε διεθνές επίπεδο είναι μια μη κερδοσκοπική εταιρεία που στοχεύει αύξηση των συνεδριακών διοργανώσεων των ταξιδιών κινήτρων και των εκδηλώσεων που διεξάγονται στη Θεσσαλονίκη. Το TCVB λειτουργεί υπό την αιγίδα του υπουργείου Ανάπτυξης του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, της Νομαρχίας και του δήμου Θεσσαλονίκης. Τα 162 μέλη σήμερα του TCVB συνθέτουν μία πολυσυλλεκτική εικόνα αποτελούμενη από τους πιο σημαντικούς φορείς της πόλης (ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, όλα τα μουσεία, πολιτιστικούς οργανισμούς, φορείς με φεστιβαλικές εκδηλώσεις, επαγγελματικές ομοσπονδίες, τον Οργανισμό Λιμένος Θεσσαλονίκη κ.λ.π.). Επίσης και από μια σειρά επιχειρήσεων της πόλης που δραστηριοποιούνται στον χώρο του συνεδριακού τουρισμού και καλύπτουν με τις υπηρεσίες τους το σύνολο των αναγκών που προκύπτουν από τη διοργάνωση συνεδρίων ή ταξιδιών κινήτρων (εταιρίες διοργάνωσης συνεδρίων, δημοσίων σχέσεων, ξενοδοχεία, τουριστικά γραφεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, εστιατόρια, catering, οπτικοακουστικά συστήματα, εμπορικά καταστήματα κ.α.).

Οι στόχοι της εταιρείας επιτυγχάνονται μέσω των ακόλουθων δραστηριοτήτων:

- Συνεργασία με τα μέλη της εταιρείας και τους λοιπούς φορείς ή επιχειρήσεις του νομού με σκοπό τον συντονισμό δράσεων για την εκπλήρωση των εταιρικών στόχων.
- Επαφές με επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων κι άλλων εκδηλώσεων κι ενημέρωση τους (χωρίς χρέωση) για τις υποδομές και δυνατότητες, που παρέχει η Αθήνα.
- Παροχή πληροφοριών σε Έλληνες και ξένους ενδιαφερόμενους για διοργάνωση συνεδρίων, εκθέσεων, ταξιδιών κ.λπ. στην πόλη της Αθήνας.
- Συμμετοχή και προβολή της Αθήνας σε διεθνείς εκθέσεις συνεδριακού ή γενικού τουρισμού.
- Εγγραφή του TCVB ως μέλους στους διεθνείς οργανισμούς της συνεδριακής αγοράς (ICCA, IACVB, MPI, SITE, ITMA, CIMPA), η οποία συνέβαλε τα μέγιστα στην αναγνώριση Θεσσαλονίκης ως προορισμό (destination).
- Επαφή με τα ελληνικά και διεθνή μέσα μαζικής ενημέρωσης, έκδοση δελτίων τύπου και διοργάνωση συνεντεύξεων τύπου.
- Έκδοση έντυπου υλικού.
- Ενημέρωση και συντήρηση ενός internet site για την προβολή της Αθήνας και των μελών της εταιρείας.
- Διοργάνωση επιμορφωτικών – εκπαιδευτικών σεμιναρίων για τα μέλη της.
- Εκπόνηση μελετών συναφών με τους στόχους και τη δραστηριότητα της ή για λογαριασμό μελών της και άλλων φορέων της πόλης.
- Ανάλυση και υλοποίηση εθνικών ή κοινοτικών προγραμμάτων που στοχεύουν στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Αθήνας.
- Όλες οι ως άνω δραστηριότητες της εταιρείας ολοκληρώνονται με απόλυτο σεβασμό στον μη κερδοσκοπικό χαρακτήρα της, ενώ απαγορεύεται ρητά η άσκηση εμπορικής δραστηριότητας από αυτήν.

3.2.2 Τα Meetings planning groups (MPG) που είναι οι επιτροπές ή τα πρόσωπα, στα οποία οι φορείς των συνεδρίων αναθέτουν την οργάνωση των συνεδρίων. Αυτές οι επιτροπές ή τα πρόσωπα μπορεί να αποτελούνται από εθελοντές υπαλλήλους των φορέων ή να αποτελούνται από επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που είναι οι υπάλληλοι των φορέων (οργανικό τμήμα).

3.2.3 Οι PCOs (professional congress organizers) δηλαδή, επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων. Ο PCO μπορεί να είναι φυσικό πρόσωπο ή εταιρεία που αναλαμβάνει την οργάνωση και τη διαχείριση ενός συνεδρίου σε όλα τα επίπεδα.

3.2.4 Τα συνεδριακά κέντρα: Τα μεγάλα και αυτοτελή συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους πολλές φορές αναλαμβάνουν την όλη οργάνωση των συνεδρίων, πέρα από την παραχώρηση των χώρων και του εξοπλισμού τους στους φορείς ή στους οργανωτές συνεδρίων. Τα συνεδριακά κέντρα είναι οι πιο καλοί οργανωτές συνεδρίων γιατί έχουν ως αποκλειστική απασχόληση τους τα συνέδρια, επομένως διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία, τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες και γνώσεις μαζί με το απαραίτητο προσωπικό και τον αναγκαίο εξοπλισμό που εγγυώνται την επιτυχή διεξαγωγή των συνεδρίων.

3.2.5 Οι οργανωτές συνεδρίων (tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία): Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία που έχουν ως βασική τους δραστηριότητα την παραγωγή τουριστικών πακέτων του οργανωμένου τουρισμού αναλαμβάνουν και την παραγωγή πακέτων συνεδριακού τουρισμού μέσα στα οποία περιλαμβάνεται και η οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων και αναλαμβάνουν εκτός από το τουριστικό μέρος του συνεδριακού τουρισμού, για το οποίο είναι έμπειροι και ικανοί διαχειριστές και το καθαρά συνεδριακό μέρος του, που είναι η προετοιμασία, η διεξαγωγή και η μετασυνεδριακή εκτίμηση των συνεδρίων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το «συνεδριακό τουριστικό πακέτο» αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν.

3.2.6 Φορείς συνεδρίων

Είναι αρκετές οι περιπτώσεις όπου οι φορείς των συνεδρίων που πραγματοποιούν ένα συνέδριο αναλαμβάνουν και την οργάνωση του συνεδρίου, χρησιμοποιώντας δικό τους προσωπικό. Όταν οι φορείς κάνουν πολλά συνέδρια, θεσπίζουν οργανικές διευθύνσεις ή τμήματα ή γραφεία ή επιτροπές συνεδρίων, όπου αναλαμβάνουν την οργάνωση των συνεδρίων. Αυτό συμβαίνει κυρίως στους δημόσιους φορείς συνεδρίων, όπως:

1) Το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ που έχει καταστατική αποστολή να μεριμνά για την οργάνωση των συνεδρίων και των εκθέσεων, που αφορούν τον ελληνικό τουρισμό και την προβολή του.

2) Το τμήμα συνεδρίων του υπουργείου Πολιτισμού που υπάγεται στη διεύθυνση πολιτιστικής κίνησης και έχει καταστατικά αποστολή να οργανώσει και αν εποπτεύει διεθνή, πανελλήνια, περιφερειακά και τοπικά συνέδρια, που έχουν ως αντικείμενο την προβολή της εθνικής πολιτιστικής κίνησης, να συμμετέχει σε συνέδρια που γίνονται στο εξωτερικό ή και να διευκολύνει άλλους φορείς συνεδρίων, που έχουν συναφές αντικείμενο.

3) Το γραφείο επιστημονικών και τεχνολογικών συνεδρίων της γενικής γραμματείας έρευνας και τεχνολογίας, που έχει καταστατική αποστολή να σχεδιάζει, να μελετά και να οργανώσει συνέδρια, ημερίδες, συναντήσεις και λοιπές συνεδριακές εκδηλώσεις με σκοπό την προώθηση των επιστημών, της έρευνας και της τεχνολογίας.

4) Οι λοιποί δημόσιοι φορείς που όχι καταστατικά αλλά περιπτωσιακά (όχι εξ αποστολής αλλά εξ ανάγκης ειδικών περιπτώσεων) αποφασίζουν να οργανώσουν διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις για τη λήψη αποφάσεων σε σημαντικά θέματα.

5) Ημι-κρατικός φορέας συνεδρίων είναι η διεθνής έκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και συνέδρια, διεθνή και εθνικά και διαθέτει συνεδριακό κέντρο.

6) Το γραφείο συνεδρίων και επισκεπτών Αθήνας (ACVB) και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Εκθέσεων και συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ).

Η συμβολή των παραπάνω φορέων στην πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων ποικίλλει. Άλλοτε περιορίζεται μόνο στη λήψη της απόφασης πραγματοποίησης, άλλοτε αναλαμβάνουν και την οργάνωση των συνεδρίων και άλλοτε χρηματοδοτούν μερικώς ή ολικώς τα συνέδρια.

3.2.7 Είδη συνεδρίων από πλευράς περιεχομένου

1) Επιστημονικά συνέδρια: Τα συνέδρια αυτά έχουν ιδιαίτερη αξία και μπορούν να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος ύστερα από κάποια χρονική περίοδο. Σε αυτές τις συγκεντρώσεις ενθάρρυνση δίνει το φορολογικό καθεστώς. Το πλεονέκτημα αυτού του είδους συνεδρίων είναι ότι η διάρκεια τους είναι μεγάλη. Τέτοια συνέδρια ενδιαφέρουν ακόμα και επιχειρήσεις που θέλουν να παρουσιάσουν τα συναφή, προϊόντα τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να τα συνδυάζουν με παράλληλες εκθέσεις. Τα συνέδρια που είναι μεγαλύτερα από άποψη όγκου συμμετοχής είναι τα ιατρικά. Το ιατρικό επάγγελμα βρίσκεται συνεχώς σε εξέλιξη και πρωτοπορία. Οι ειδικότητες είναι τόσες πολλές που για να ενημερωθούν οι ενδιαφερόμενοι για την πρόοδο του συγκεκριμένου τομέα τους χρειάζονται συνεχή ενημέρωση. Νέες θεραπείες, νέες τεχνικές αλλά ακόμα και νέες ασθένειες παρουσιάζονται στους γιατρούς και τους επαγγελματίες του χώρου που ταυτόχρονα μοιράζονται τις εμπειρίες τους. (aks conference 2016)

Μετά τα ιατρικά έρχονται τα ανθρωπιστικά. Οι διοργανώσεις γύρω από την ποίηση έχουν μεγάλο ιστορικό βάθος στην Ελλάδα. Μία χώρα που έχει γεννήσει τόσους μεγάλους ποιητές, από τον αρχαίο Αλκμάννα έως τον σύγχρονο Ελύτη, είναι λογικό να πρωταγωνιστεί στον κόσμο των γραμμάτων.

Όμορφοι και εμβληματικοί τόποι, όπως οι Δελφοί στη Στερεά Ελλάδα και η Αρκαδία στην Πελοπόννησο υποδέχονται, πολύ συχνά, συμπόσια και ημερίδες για την ποίηση, τη λογοτεχνία και τη σύγχρονη πεζογραφία καθώς και αφιερώματα σε μεγάλους δημιουργούς, Έλληνες και ξένους. (visit greece).

Πολύ πρόσφατα (Απρίλιος 2017) η ανάδειξη της σημασίας του πολιτισμού ως ενός διεθνούς κώδικα επικοινωνίας μεταξύ κρατών, ο οποίος διατρέχει οριζοντίως και καθέτως χρονικές περιόδους και γεωγραφικές ζώνες και μπορεί να απαντήσει – ως έκφανση ήπιας ισχύος – στις προκλήσεις που αναδύονται επιτακτικά στη σημερινή συγκυρία, με πρωτοβουλία της Ελλάδος και συνδιοργανωτή την Λαϊκή Δημοκρατία της Κίνας, συναντήθηκαν οι εκπρόσωποι 10 κρατών με κοινό συνδετικό στοιχείο την μακραίωνα πολιτιστική παράδοση, της Ελλάδος, της Κίνας της Ινδίας, του Ιράν, του Ιράκ, της Αιγύπτου, της Ιταλίας, του Μεξικού, του Περού και της Βολιβίας. (Μπέλλος 2017).

Ακολουθούν τα κοινωνικοπολιτικά συνέδρια, των θετικών επιστημών, τα τεχνολογικά και τέλος της νομικής επιστήμης.

2) Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου: Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις και από

πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί ανάλογα μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη της στρατηγικής τους, η ιδεολογική τοποθέτησή τους, λαμβάνοντας υπ' όψιν τα νέα δεδομένα λειτουργίας και ανάπτυξής τους.

3) Εμπορικά συνέδρια: Σχετίζονται με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν όπως για παράδειγμα η αύξηση των κερδών της παραγωγικότητας, της διεύρυνσης της αγοράς και άλλα. Τα ξενοδοχεία επωφελούνται οικονομικώς από τα συνέδρια αυτά. Συμφέροντα έχουν ακόμα και πολυεθνικές εταιρείες, ενώσεις παραγωγής ή και μεμονωμένοι κατασκευαστές, προωθώντας τις δημόσιες σχέσεις τους και τις πωλήσεις τους.

4) Συνέδρια διεθνών οργανισμών. Αποτελούν την ανάπτυξη και εξέλιξη της διεθνούς συνεργασίας. Το χαρακτηριστικό αυτών των συνεδρίων είναι ότι διοργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες. Την ευθύνη και τη φροντίδα της διεξαγωγής του συνεδρίου την έχει η πολιτεία – μέλος. Η πιο συνηθισμένη ορολογία για αυτά τα συνέδρια είναι «διεθνής διάσκεψη». (Ντέρτσα 2015).

3.3 Πλεονεκτήματα – μειονεκτήματα συνεδριακού – γενικού τουρισμού στην Ελλάδα

Η Ελλάδα διαθέτει αξιόλογα πλεονεκτήματα πράγμα που την καθιστά αυτόματα αξιόλογο προορισμό για την πραγματοποίηση των συνεδρίων, όπως:

Καλή γεωγραφική θέση. Η χώρα έχει την τύχη να βρίσκεται σε έναν κόμβο, ο οποίος ενώνει την Ευρώπη, την Αφρική και την Ασία. Το γεγονός αυτό την καθιστά ελκυστική για τη φιλοξενία διεθνών συνεδρίων. Επιπλέον το γεγονός ότι πρόκειται για παραθαλάσσια χώρα αποτελεί πλεονέκτημα σε συνδυασμό με το ήπιο κλίμα που επικρατεί σε αυτήν.

Προϊόντα και υπηρεσίες υψηλής ποιότητας. Στην Ελλάδα λειτουργούν πάνω από 1.000 ξενοδοχεία πέντε και τεσσάρων αστέρων, ενώ οι υποδομές για τη διεξαγωγή συνεδρίων είναι αρκετά σύγχρονες και οι συνεδριακοί χώροι διαθέτουν την κατάλληλη τεχνολογία για διοργάνωση μεγάλων εκδηλώσεων. Επιπλέον, πολλές ξενοδοχειακές μονάδες προσφέρουν υπηρεσίες πολυτέλειας.

Πολιτιστική κληρονομιά, ιστορικά μέρη. Ο μεσογειακός χαρακτήρας της χώρας μας σε συνδυασμό με την πλούσια ιστορία που διαθέτει αποτελούν έναν ιδιαίτερο συνδυασμό που προσελκύει τον κόσμο να τον επισκεφθεί ιδιαίτερα για διακοπές. Ωστόσο αν συνυπολογίσει κανείς και τις υποδομές που διαθέτει η Ελλάδα μετά τους ολυμπιακούς αγώνες του 2004 αντιλαμβάνεται ότι πληροί τα κριτήρια προκειμένου να έχει αναπτυγμένο και τον συνεδριακό τουρισμό. Όσοι συμμετέχουν σε συνέδρια επιθυμούν να γνωρίσουν τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου και η Ελλάδα έχει πολλά να δείξει τόσο σε φυσική ομορφιά και πλούτη όσο και σε ιστορία.

Η σημερινή εικόνα της Ελλάδας έχει να επιδείξει σημαντικά δείγματα πολιτισμού μέσω του ελληνικού θεάτρου, των δρώμενων των εκάστοτε δήμων, διάφορων φεστιβάλ που διοργανώνονται σε ελληνικές πόλεις και άλλων εικαστικών εκδηλώσεων που αντανakλούν τη συνέχεια στον αρχαιοελληνικό πολιτισμό.

Παρόλα αυτά τα μειονεκτήματα της Ελλάδας είναι εξίσου σοβαρά, όπως:

Υψηλά επίπεδα τιμών. Η Ελλάδα παραμένει μια από τις ακριβότερες ευρωπαϊκές χώρες. Από την άλλη και το φορολογικό καθεστώς επίσης δεν βοηθά. Οι

ανταγωνίστριες χώρες ακόμη και αν δεν διαθέτουν το ίδιο επίπεδο ποιότητας κερδίζουν τους πελάτες λόγω των ανταγωνιστικών τιμών που προσφέρουν.

Μέσα μαζικής μεταφοράς - κυκλοφοριακή συμφόρηση. Οι δυο μεγάλες πόλεις, κυρίως, Αθήνα και Θεσσαλονίκη, αντιμετωπίζουν καθημερινά πολλά προβλήματα με τα μέσα μαζικής μεταφοράς. Πολλές φορές οι αστικές συγκοινωνίες δεν επαρκούν, ενώ η κυκλοφορία των αυτοκινήτων δυσχεραίνεται λόγω του αριθμού τους. Πρέπει να υπάρξει ένα καλύτερο οργανωμένο σχέδιο όσον αφορά στις συγκοινωνίες εντός των πόλεων και ένα ακόμη πιο στοιχειοθετημένο πρόγραμμα για τις συγκοινωνίες που συνδέουν τις ελληνικές πόλεις μεταξύ τους και με πόλεις του εξωτερικού, όπως επίσης και με τα ελληνικά νησιά.

Έλλειψη στοχευμένης και συνεχούς διαφήμισης. Εδώ και πολλά χρόνια ο HAPCO επισημαίνει τα λάθη που γίνονται στην προβολή του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού. Η Ελλάδα πρέπει να διαφοροποιηθεί και να προβάλλει ένα διαφορετικό πρόσωπο από αυτό του ήλιου και της θάλασσας μόνο. Ο γενικός τουρισμός δεν μπορεί να ταυτίζεται με τον συνεδριακό. Σε κρατικό επίπεδο πρέπει να γίνουν κινήσεις, οι οποίες να προβάλλουν αποτελεσματικά και αποδοτικά τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα.

Έλλειψη έμπειρων, ικανών και πιστοποιημένων PCOs. Καθώς η Ελλάδα δεν έχει φιλοξενήσει πολλά συνέδρια μεγάλου βεληνεκούς, είναι λογικό οι επαγγελματίες διοργανωτές συνεδρίων να μην διαθέτουν μεγάλη εμπειρία στη διεξαγωγή μεγάλων συνεδρίων. Ασφαλώς και υπάρχουν πολλά μέλη του HAPCO τα οποία έχουν συμμετάσχει με μεγάλες διοργανώσεις σε συνεργασία με κάποιο αντίστοιχο γραφείο του εξωτερικού. Ωστόσο στην Ελλάδα λειτουργούν πάρα πολλά γραφεία διοργάνωσης εκδηλώσεων, τα οποία σαφώς και δεν είναι καταρτισμένα επαρκώς για την ανάληψη μεγάλων εκδηλώσεων.

Απουσία τουριστικής συνείδησης και εκπαίδευσης πάνω στον συνεδριακό τουρισμό. Οι Έλληνες διαθέτουν ένα έμφυτο ταλέντο στη φιλοξενία, αλλά αυτό δεν είναι αρκετό. Χρειάζεται να υπάρξει η κατάλληλη εκπαίδευση ώστε να αποκτήσουν τουριστική συνείδηση και νοοτροπία, η οποία θα συντελέσει στην καλή εικόνα που θα αποκτήσει ο επισκέπτης.

Έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων, ικανών να φιλοξενήσουν διεθνή συνέδρια. Σε καμιά ελληνική πόλη δεν υπάρχει συνεδριακό κέντρο, το οποίο να μπορεί να φιλοξενήσει πολύ μεγάλο αριθμό ατόμων. Η δημιουργία αρχικά ενός τέτοιου μητροπολιτικού κέντρου αποτελεί αίτημα των ανθρώπων του χώρου εδώ και πολλά χρόνια χωρίς όμως κάποια ανταπόκριση.

Γραφειοκρατία. Το πρόβλημα της γραφειοκρατίας φυσικά δεν αφορά και δεν απευθύνεται μόνο στον κλάδο του συνεδριακού τουρισμού. Στον συγκεκριμένο χώρο, όμως, οι διοργανωτές συνεδρίων αντιμετωπίζουν γραφειοκρατικά προβλήματα όταν πρόκειται να εισέλθουν σε μια διαδικασία προσφοράς και έτσι παρακωλύονται οι διαδικασίες και δεν επιτυγχάνεται το επιθυμητό αποτέλεσμα.

Έλλειψη επαρκών πληροφοριών ακόμη και στατιστικής υπηρεσίας που να καταγράφει χρήσιμες στατιστικές πληροφορίες που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό. Ακόμη και σε παγκόσμιο επίπεδο ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα δεν έχει καταγεγραμμένα στοιχεία.

Εγκληματικότητα - απεργίες - διαδηλώσεις. Δυστυχώς τα προηγούμενα χρόνια τα ξένα μέσα ενημέρωσης έχουν προβάλλει εικόνες εγκληματικότητας, απεργιών και διαδηλώσεων που έχουν εκτυλιχτεί κυρίως στην Αθήνα. Η εικόνα αυτή είναι ιδιαίτερα

αποκρουστική και απωθητική τόσο για τον απλό τουρίστα όσο και για τον πιθανό σύνεδρο. Τέτοια περιστατικά βλάπτουν την εικόνα της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Μη επαρκείς συνδέσεις και γνωριμίες σε διεθνείς οργανισμούς που συμμετέχουν στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. Πολλά μέλη του HAPCO αλλά και πολλοί Έλληνες επιστήμονες συμμετέχουν ως μέλη στα διοικητικά συμβούλια οργανισμών οι οποίοι διοργανώνουν διεθνή συνέδρια. Ωστόσο δεν έχει γίνει κάποια αποτελεσματική προσέγγιση του κράτους, των PCO's και αυτών των προσώπων προκειμένου να επιτευχθεί κάποιο αποτέλεσμα. Ντέρτσα (2015).

Προσφυγικό – Μεταναστευτικό. Σύμφωνα με τη μελέτη που υλοποίησε η Censuswide για τον ΣΕΤΕ intelligence (2016) όσον αφορά στο κατά πόσο το προσφυγικό / μεταναστευτικό ζήτημα έχει επηρεάσει την αντίληψη των ερωτηθέντων σχετικά με τα ταξίδια στη χώρα μας, καταγράφεται σαφής επιδείνωση της αντίληψης για την Ελλάδα.

Η πολιτεία πρέπει να αντιμετωπίσει άμεσα και αποτελεσματικά τις προκλήσεις του προσφυγικού ζητήματος ώστε να διασφαλισθεί ότι δεν θα αλλοιώνεται η καθημερινότητα των τοπικών κοινωνιών, δεν θα επηρεάζεται η λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων και η ποιότητα των προσφερόμενων τουριστικών υπηρεσιών, με όποιες επιπρόσθετες επιπτώσεις μπορεί να επέλθουν στην εικόνα, στις αφίξεις αλλά και τα έσοδα του κράτους (ΣΕΤΕ 2016).

3.4 Κριτήρια επιλογής της Ελλάδας ως συνεδριακού προορισμού

Στην αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των κριτηρίων επιλογής της Ελλάδας 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%).

Υπάρχουν όμως και κριτήρια επιλογής της Ελλάδος που εμφάνισαν υψηλό ποσοστό μη ικανοποίησης και 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%)
- To Value for money (18%).

(Μαστοράκου (2009)

3.5 Συστάσεις για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού

Οργανωμένη διαφημιστική καμπάνια στο εξωτερικό με δυνατά μηνύματα και μεγάλη συχνότητα. Παρουσία σε εκθέσεις και σε Forum στο εξωτερικό εκεί που διαμορφώνονται τα γεγονότα και λαμβάνονται αποφάσεις. Ισχυρό και διαρκές lobbying με τους παράγοντες του συνεδριακού χώρου. Διαρκή παρουσία στα σχετικά έντυπα του εξωτερικού, με καταχωρήσεις, αρθρογραφία και συνεντεύξεις, που θα μεταδίδουν τα μηνύματα μας, με την απαιτούμενη συχνότητα. Αξιοποίηση του internet και των νέων τεχνολογιών. Δημιουργία κατάλληλου υλικού επικοινωνίας που θα κρατά ισορροπία, ανάμεσα στην υψηλή αισθητική και στη χρηστικότητα, στον εντυπωσιασμό και στην πρακτικότητα.

Πριν το συνέδριο τα σωστά μηνύματα και η χρήση των κατάλληλων μέσων, όπως καταχωρήσεις, αρθρογραφία στον ειδικό τύπο, επιστολές, direct, ενημερωτικά, newsletter, ιστοσελίδες και ηλεκτρονικές ανακοινώσεις, μπορούν να δημιουργήσουν ενδιαφέρον για το γεγονός, να «χτίσουν» μια ελκυστική εικόνα, να πολλαπλασιάσουν τις εγγραφές αλλά και να προσελκύσουν τα πρόσωπα που θα κάνουν το συνέδριο επιτυχές (τα «μεγάλα ονόματα», τους καλούς ομιλητές, τους «opinion leaders» του χώρου). Στη διάρκεια του συνεδρίου το προσεγμένο ενημερωτικό υλικό (τα έντυπα, τα προγράμματα και οι περιλήψεις) και το καλαίσθητο προωθητικό υλικό θα πιστοποιήσουν την εμπειρία και τον επαγγελματισμό του διοργανωτή, ενώ μετά το τέλος του συνεδρίου είναι απαραίτητη η άμεση προβολή των αποτελεσμάτων του.

Για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού είναι εξίσου απαραίτητη η ταυτόχρονη προβολή και του Γενικού Τουρισμού, ιδιαίτερα στις νέες μεγάλες αγορές της Ασίας όπως αυτής της Κίνας. Γνωρίζοντας τις ομορφιές της Ελλάδας, ορισμένοι έστω και λίγοι, θα αναζητήσουν επαγγελματικές ευκαιρίες στη χώρα μας, μέσω συνεδρίων και εκθέσεων. Οι προοπτικές ανάπτυξης του τουρισμού από κινέζους επισκέπτες είναι πολύ ενθαρρυντικές όπως τόνισε και ο Υπουργός Εξωτερικού της χώρας αυτή στη διαδρομή προς τη σύνοδο κορυφής για τη Διεθνή Συνεργασία, στο πλαίσιο του Νέου Δρόμου του Μεταξίου στο Πεκίνο (Μάϊος 2017). Και αν το 2016 ο αριθμός των κινέζων επισκεπτών ήταν μόλις 150.000 η ημέρα του δεκαπλάσιασμού τους δεν είναι μακριά όπως ο ίδιος ανέφερε. (Μπέλλος 2017)

Τη σημασία του δρόμου του Μεταξίου επικαλείται και το έγκυρο αμερικανικό οικονομικό περιοδικό Forbes, χαρακτηρίζοντας τον σαν ένα από τα ισχυρότερα εμπορικά σήματα στο κόσμο, ίσως και μεγαλύτερο από αυτόν της Disney ή της Coca Cola! (Κουσουνής 2017β').

ΜΕΡΟΣ ΤΕΤΑΡΤΟ

Η ΠΕΡΙΠΤΩΣΗ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

4.1 Γενικά χαρακτηριστικά

Τα όσα αναφέρθηκαν ήδη για τον τουρισμό της χώρας μας, ισχύουν βεβαίως και για την περιφέρεια της Κρήτης

Έτσι, απαραίτητη κρίνεται η συνδρομή της Πολιτείας που με στοχευμένες κινήσεις στην τουριστική της πολιτική, τις απαραίτητες επενδύσεις, την κατάλληλη οργάνωση και σε συνεργασία πάντα με τους αρμόδιους φορείς όπως και η HAPCO και η ΣΕΤΕ θα δημιουργήσει τις προϋποθέσεις για βέλτιστο αποτέλεσμα. Έτσι στην γενική συνέλευση του ΣΕΤΕ (Μάιος 2017) τονίστηκε ότι πρέπει να επιλυθεί το πρόβλημα του χωροταξικού σχεδιασμού με συγκεκριμένες χρήσεις γης και με θεσμικές προϋποθέσεις που να διασφαλίζουν στον επενδυτή την απρόσκοπτη πορεία της επένδυσης του, ώστε να μην είναι δυνατόν επενδυτικά σχέδια να είναι έωλα και ευάλωτα σε οποιασδήποτε προσφυγή στο Συμβούλιο της Επικρατείας.(Κουσουνής 2017 α)

Καθώς η δυναμική του κλάδου του συνεδριακού τουρισμού είναι μεγάλη παγκοσμίως θα πρέπει να παρακολουθούνται πολύ προσεκτικά όλες οι κινήσεις που πραγματοποιούνται στον τομέα αυτό σε διεθνείς οργανισμούς, όπως π.χ. στα Ηνωμένα Έθνη, στην IAPCO και στην ICCA και να γίνεται η ανάλογη προσαρμογή. Για τον σκοπό αυτό ο ΣΕΤΕ επέλεξε την οδό της εξωστρέφειας σχεδιάζοντας την ίδρυση γραφείου στις Βρυξέλλες, πιστεύοντας ότι θα βρίσκεται κοντύτερα στα κέντρα αποφάσεων, να ακούγεται η φωνή του και να επηρεάζει στο βαθμό που του ανήκει τις εξελίξεις.(ΣΕΤΕ 2017)

Εδώ θα ήθελα να παραθέσω μερικά χαρακτηριστικά του νησιού που επηρεάζουν το τουριστικό του προϊόν. Ρίχνοντας μια ματιά στον χάρτη της Ανατολικής Μεσογείου, παρατηρεί κανείς την δεσπόζουσα γεωγραφική θέση που έχει η Κρήτη στο χώρο αυτό. Συνάρτηση της θέσης είναι το ήπιο μεσογειακό κλίμα που επικρατεί, καθοριστικό στοιχείο για τον τουρισμό.

Η ιστορική και πολιτιστική παράδοση του νησιού, σε συνδυασμό με τη γεωγραφία του και το κλίμα του, το καθιστούν προνομιακό για ανάπτυξη όλων των μορφών του τουρισμού. Συνεπώς ο συνεδριακός τουρισμός μπορεί κάλλιστα να συνδυασθεί στην Κρήτη με καθέναν από τους υπόλοιπους ξεχωριστά ή συνδυαστικά και να αποτελέσει ένα ενιαίο προϊόν. Είναι ένα μοναδικό πλεονέκτημα αν αξιοποιηθεί σωστά.

Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω, όπως επίσης και την έκταση και τον πληθυσμό του νησιού αυτού, αλλά και άλλα δεδομένα, πιστεύω ότι πράγματι αξίζει η πολιτεία να επενδύσει στον τουρισμό συνολικά, αν μάλιστα λάβει κανείς υπόψιν του και την μελέτη της PWC -Remaco (2016) σύμφωνα με την οποία η συμβολή του τουρισμού στην

ελληνική οικονομία, εάν επενδυθούν 6,5 δις. ευρώ θα είναι 43 δις ευρώ συνεισφορά στο ΑΕΠ της χώρας το έτος 2021 όπως επίσης και 1 εκ. νέες θέσεις εργασίας.(Γράφημα 41)

Στην ίδια μελέτη αναλύθηκαν οι μορφές τουρισμού σε όλες τις περιφέρειες της χώρας ξεχωριστά και συγκεκριμένα οι μεταβολές στις αφίξεις και εισπράξεις που θα προκύψουν μεταξύ των ετών 2015 και 2021, εφόσον δεν θα υπάρξουν εξωγενείς παράγοντες που να επηρεάσουν το αποτέλεσμα.

Η περιφέρεια Κρήτης προβλέπεται να εμφανίσει 15% αύξηση των αφίξεων και 20% αύξηση των εσόδων κατά το ανωτέρω χρονικό διάστημα και θα υπολείπεται μόνο της περιφέρειας Ν. Αιγαίου (26%) όσον αφορά την αύξηση των εσόδων του συνολικού τουρισμού, ενώ ανάλογες θα είναι και οι μεταβολές στον συνεδριακό τουρισμό.(Γράφημα 42)

Όσον αφορά δε τώρα τον συνεδριακό τουρισμό ο οποίος μέχρι σήμερα δεν κατόρθωσε να προσελκύσει ακόμα και μερικά από τα συνέδρια που έχασε η Τουρκία λόγω πολιτικών και άλλων θεμάτων ασφαλείας που αντιμετώπισε η γειτονική χώρα, έχει σημαντικά περιθώρια ανάπτυξης καθώς βρίσκεται μόλις στην 256η θέση της παγκόσμιας κατάταξης συνεδριακού τουρισμού. (Κουσουνής 2017)

Στην ίδια πάντα μελέτη το ποσοστό αύξησης του συνεδριακού τουρισμού συγκρινόμενο με το ποσοστό αύξησης τόσο των αφίξεων όσο και των εσόδων άλλων μορφών τουρισμού θα είναι μικρό για την περιφέρεια Κρήτης, αλλά μεγάλο για την περιφέρεια Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας κατά το ίδιο πάντα διάστημα.

4.2 Θεματολογία συνεδρίων

Συνεχίζοντας τις υπό προϋποθέσεις θετικές αναφορές για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην περιφέρεια της Κρήτης θα πρέπει να προστεθούν και τα εξής:

Η ύπαρξη ανωτέρων και ανώτατων εκπαιδευτικών ιδρυμάτων καθώς και ερευνητικών ινστιτούτων υψηλού επιπέδου όπως το ΙΤΕ, απαιτούν συχνή επικοινωνία με αντίστοιχα ιδρύματα του εσωτερικού και του εξωτερικού. Εκτός από της περιφέρειας Αττικής και Κεντρικής Μακεδονίας, είναι η μόνη άλλη περιφέρεια που διαθέτει υψηλού επιπέδου ανθρώπινο δυναμικό, στοιχείο απαραίτητο για μια επιτυχημένη πορεία.

Ο ιατρικός τουρισμός που έχει την δυνατότητα να εφαρμοσθεί στην Κρήτη ευρέως, προϋποθέτει, γνώσεις επιστημονικές και τεχνολογικές που παρέχονται μέσω συνεδριάσεων και εκθέσεων. Και ενώ η χώρα μας βρίσκεται εκτός των δημοφιλών προορισμών για ιατρικό τουρισμό, υπολογίζεται ότι θα μπορούσαμε να προσελκύσουμε κάθε χρόνο για την προσεχή 5ετία τουλάχιστον 100.000 «ασθενείς – ταξιδιώτες» αποκομίζοντας έσοδα άνω των 400 εκ. ευρώ ετησίως. (Κουσουνής 2017β)

Η ύπαρξη κατάλληλων ιατρικών υποδομών, η διαθεσιμότητα ειδικευμένου ιατρικού και νοσηλευτικού προσωπικού, οι υποδομές φιλοξενίας για ασθενείς και σύνοδα μέλη, καθώς και το πολύ ανταγωνιστικό κόστος των παρεχόμενων ιατρικών και νοσηλευτικών υπηρεσιών σε σχέση με τα κράτη του δυτικού κόσμου, κάνουν την Κρήτη έναν ταχύτατα αναπτυσσόμενο προορισμό για ταξιδιώτες υγείας. Στο Ηράκλειο και στα Χανιά λειτουργούν κέντρα τεχνητής γονιμοποίησης που προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και σε επισκέπτες του εξωτερικού. Το παρών νομικό πλαίσιο για την υποβοηθούμενη αναπαραγωγή, είναι ευνοϊκότερο για ζευγάρια και μόνες μητέρες απ' ότι το αντίστοιχο άλλων κρατών. Επίσης λειτουργούν σύγχρονα κέντρα φυσικής και ψυχικής αποκατάστασης. Στις μεγάλες πόλεις λειτουργούν μονάδες τεχνητού νεφρού επιτρέποντας στους αλλοδαπούς ασθενείς να κάνουν αιμοκάθαρση αλλά και διακοπές

μακριά από το σπίτι τους χωρίς να κινδυνεύει η ζωή τους. Τέλος θα πρέπει να αναφέρουμε και τις πρωτοποριακές επεμβάσεις για διόρθωση διαθλαστικών οφθαλμολογικών ανωμαλιών που εκτελούνται στο ΠΑΓΝΗ αλλά και σε ιδιωτικά κέντρα του Ηρακλείου.

Στον αγροτικό τομέα απαραίτητη κρίνεται η καθοδήγηση και επιμόρφωση των αγροτών, κάτι που ενέχει τις δυσκολίες του, στις νέες μορφές καλλιέργειας. Μόνον έτσι θα μπορούν να προσδοκούνται όχι μόνο οικονομικά οφέλη, αλλά και ποιοτικά εκ των παραγόμενων προϊόντων. Το τελευταίο έχει ιδιαίτερη σημασία σήμερα, που το θέμα της υγιεινής διατροφής είναι υψηλής προτεραιότητας.

Επιπλέον το Ενεργειακό Κέντρο Περιφέρειας Κρήτης σχεδιάζει και εφαρμόζει πολύπλευρή πολιτική που συνδυάζει τις συμβατικές πηγές ενέργειας με τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, την ορθολογική χρήση και εξοικονόμηση της ενέργειας, τις βιώσιμες μεταφορές, τις ενεργειακές καινοτομίες και την καταπολέμηση της αλλαγής του κλίματος.

Με σεμινάρια, συνέδρια και ημερίδες, ενημερώνει τους πολίτες της Κρήτης για την ανάπτυξη της περιβαλλοντολογικής και ενεργειακής συνείδησης.

Πολύ ενδιαφέροντα είναι τα συνέδρια που άρχισαν να πραγματοποιούνται και αφορούν τα ενεργειακά ζητήματα νοτιοανατολικής Μεσογείου. Στο 2ο Παγκρήτιο Ενεργειακό Συνέδριο που έγινε πρόσφατα στο Ηράκλειο (Μάρτιος 2017) συζητήθηκαν τα θέματα της ΑΟΖ Κρήτης καθώς και της έρευνας και εξόρυξης υδρογονανθράκων.

Πολύ πιο προσοδοφόρος όμως είναι ο αθλητικός τουρισμός, που μπορεί κάλλιστα να συνδυασθεί με συνεδριακές και αθλητικές εκδηλώσεις. Τουριστική και αθλητική βιομηχανία αντιλήφθηκαν τα οφέλη που θα προέκυπταν από την συνεργασία τους.

Ο αθλητικός τουρισμός περιλαμβάνει την συμμετοχή σε οργανωμένες αθλητικές δραστηριότητες τη παρακολούθηση αυτών ή την απλή αθλητική ενασχόληση. Ο τουρισμός και ο αθλητισμός είναι δυο κοινωνικά φαινόμενα του 21ου αιώνα που κινητοποιούν εκατομμύρια ανθρώπους στον κόσμο. Είναι δυο αλληλοσυμπληρούμενοι τομείς, έχουν κοινούς στόχους όπως την ενίσχυση της κατανόησης και τις στενότερες σχέσεις μεταξύ ατόμων διαφόρων πολιτισμών και τρόπου ζωής αλλά και την προώθηση της ειρήνης μεταξύ των λαών. Ο αθλητισμός και ο τουρισμός μαζί συνιστούν ισχυρότατη οικονομική ενίσχυση της κοινωνίας σήμερα και με δυνατότητα διανομής των κερδών τους. (UNWTO 2016). Και όταν ακόμη ο γενικός τουρισμός δείχνει σημάδια υποχώρησης, ο αθλητικός τουρισμός εξακολουθεί να αυξάνει με σημαντικές προοπτικές περαιτέρω ανόδου.

Εδώ αναφέρω μερικά από τα πρόσφατα διεθνή συνέδρια αθλητικού τουρισμού:

1. Στο διεθνές συνέδριο για τον αθλητισμό (International Sports Convention) που διοργανώθηκε στην Γενεύη, (Δεκέμβριος 2016) υπήρξε ειδική συνεδρία για τον αθλητικό τουρισμό με ποικίλα θέματα, όπως την οικονομική σημασία των αθλητικών διοργανώσεων, την ανάπτυξη τουρισμού μέσω αθλητικών διοργανώσεων, την σημασία του αθλητισμού και των αθλητικών διοργανώσεων καθώς και άλλων πιο ειδικών θεμάτων. (International Sports Convention 2016)
2. Το 19ο διεθνές συνέδριο για τον αθλητικό τουρισμό και την αειφόρο ανάπτυξη που έγινε στην Βαρκελώνη (Μάιος 2017).
3. Η Ottawa του Καναδά ήταν και θα είναι η διοργανώτρια πόλη για συνεδριακό αθλητικό τουρισμό για τα έτη 2016, 2017 και 2019.

4. Το «World Stadium Congress» που αποτελεί παγκόσμιο σημείο συνάντησης διεθνών οργανισμών στο χώρο των σταδίων και της αθλητικής βιομηχανίας. Διοργανώνεται για 8η συνεχή χρονιά και φιλοξενεί κορυφαίους χορηγούς και εκθέτες που παρουσιάζουν τις τελευταίες καινοτομίες στην κατασκευή γηπέδων, την ασφάλεια εκδηλώσεων και την τεχνολογία χώρου. Η φετινή διοργάνωση έχει στόχο την ανάπτυξη των υποδομών στο Κατάρ για τις απαιτήσεις του Παγκόσμιου Κυπέλλου Ποδοσφαίρου 2022.(Χρυσός χορηγός στο world stadium congress, η space hellas, 2017).

Η Κρήτη διαθέτει ιδανικές συνθήκες ανάπτυξης αθλητικού τουρισμού λόγω ευνοϊκών γεωγραφικών και κλιματολογικών συνθηκών. Στο ΑΤΕΙ Κρήτης έχει δημιουργηθεί μια ερευνητική μονάδα με τον τίτλο Ερευνητική Μονάδα Ελλάδος του Διεθνούς Συμβουλίου Αθλητικού Τουρισμού (STIC). Πρεσβεύει ότι ο Αθλητικός Τουρισμός για να αναπτυχθεί πρέπει να καταλάβει τις τάσεις και ανάγκες της σύγχρονης κοινωνίας, όπως και ότι πρέπει να δημιουργηθεί αθλητική εικόνα της χώρας.

Ένας άλλος τομέας τουρισμού που μπορεί να συνδυασθεί με τον συνεδριακό της Κρήτης είναι ο θαλάσσιος. Στο 4ο Posidonia Sea Tourism Forum (Μάιος 2017) συζητήθηκε η ανάπτυξη της κρουαζιέρας και του yachting στην ανατολική Μεσόγειο. Οι γεωπολιτικές εξελίξεις έχουν αλλάξει σημαντικά τον χάρτη της μεσογειακής κρουαζιέρας. Η Ελλάδα είναι η μόνη χώρα στη περιοχή που παραμένει σήμερα σταθερή, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν επηρεάζεται από την αρνητική κατάσταση της ευρύτερης περιοχής. Η προσωρινή απώλεια του ζωτικού της συνεταίρου στις κρουαζιέρες, της Τουρκίας, ήρθε με πολύ μεγάλο κόστος. Με τις κλιμακούμενες αναταραχές στην ευρύτερη περιοχή της ανατολικής Μεσογείου, τουλάχιστον μεσοπρόθεσμα, οι προβλέψεις είναι ζοφερές και αυτό φάνηκε από την έντονη πτωτική τάση επισκεψιμότητας της Ελλάδος που ξεκίνησε από το 2016 και συνεχίζεται το 2017. Η ανασύσταση μιας συνολικά βιώσιμης εμπορικής δυναμικής, ικανής να αντιστρέψει την τρέχουσα φθορά, απαιτεί την ενεργή συμμετοχή όλων των σημαντικών τουριστικών χωρών της περιοχής, όπως της Αιγύπτου, του Ισραήλ και της Τουρκίας. Όλες οι χώρες της περιοχής έχουν ουσιαστικές προσδοκίες από την ανάπτυξη της κρουαζιέρας και αντιλαμβάνονται την οικονομική σημασία της σε εθνική και τοπική κλίμακα. Παρόλες τις αντιξοότητες η Ελλάδα συγκεντρώνει περίπου μισό δις. ευρώ ετησίως από έσοδα που σχετίζονται με την κρουαζιέρα. Ειδικότερα για τις τοπικές οικονομίες όπως αυτή της Κρήτης, σε έκθεση της Τράπεζας της Ελλάδος παρουσιάζεται εικόνα αύξησης δαπανών των επιβατών κρουαζιέρας στη στεριά, ιδίως στα λιμάνια αφετηρίας (homeport). Και παρότι υπολογίζεται ότι το 2017 θα έχει περίπου 15% μείωση σε σχέση με το 2016 στην κρουαζιέρα της Ελλάδος μετά την μεταφορά πλοίων εταιρειών προς άλλους προορισμούς, Ρωσία, Κίνα και Ινδίες θα αυξήσουν την συμμετοχή τους στην ελληνική κρουαζιέρα.

Ιδιαίτερη σημασία για την Κρήτη έχει τα λιμάνια του Ηρακλείου και των Χανίων, πλην των αναγκαίων βελτιώσεων των υποδομών και υπηρεσιών τους, να γίνουν λιμάνια αφετηρίας, ώστε να αυξήσουν σημαντικά τα έσοδα τους. Πρέπει επίσης να αντιμετωπίσουν σοβαρά το πρόβλημα της διαχώρισης των θέσεων ελλιμενισμού (Berth Allocation). Η Κρήτη με τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της, θα αποτελεί πάντα αγαπημένο προορισμό στις κρουαζιέρες της ανατολικής Μεσογείου ακόμη και σε δύσκολες εποχές.(Το 4^ο Posidonia Sea Tourism-Forum 2017).

Μια ιδιαιτερότητα συνεδριακού κέντρου της Κρήτης αποτελεί η Ορθόδοξος Ακαδημία Κρήτης όπου μετά από παρέλευση 1300 χρόνων η Ιερά Σύνοδος της Ορθόδοξου Εκκλησίας έλαβε χώρα. Οι Κεφαλές της Ορθόδοξου Εκκλησίας έστειλαν μήνυμα ενότητας καταδικάζοντας κάθε μορφή εγωκεντρισμού και ρατσισμού, αντιμετωπίζοντας ταυτόχρονα τα πολύπλοκα προβλήματα που απασχολούν την ανθρωπότητα σήμερα σε όλα τα επίπεδα. Περαιτέρω επισημάνθηκε ότι η Ορθόδοξος Εκκλησία καταδικάζει τη βία του πολέμου και τον θρησκευτικό φονταμενταλισμό, στέλνοντας έκκληση για ειρήνη

και δικαιοσύνη στις κοινωνίες όλου του κόσμου, σε όλες τις χώρες ενώ παράλληλα προτείνει φιλανθρωπική υποστήριξη προς όλους τους πάσχοντες χωρίς διάκριση όπως π.χ. στους πρόσφυγες. Συνολικά 350 συμμετέχοντες έλαβαν μέρος στην Ιερά Σύνοδο εξαιρουμένων των δημοσιογράφων. Αναμφίβολα η επιτυχής οργάνωση και διεκπεραίωση της Ιεράς Συνόδου της Ορθοδόξου Εκκλησίας πραγματοποιήθηκε λόγω της σύγχρονης υποδομής του ιδρύματος αλλά και της εμπειρίας του προσωπικού να αντιμετωπίσει μια τέτοια πρόκληση. (synedrio 2016)

Πλην των ανωτέρω η Ορθόδοξος Ακαδημία Κρήτης, έχει εξελιχθεί τα τελευταία χρόνια σε διεθνές συνεδριακό κέντρο με ποικίλη θεματολογία. Θα αναφέρω χαρακτηριστικά μερικά από αυτά τα συνέδρια που υποδεικνύουν την σωστή κατεύθυνση προς την οποία κινείται η Ακαδημία σε αυτό τον τομέα.

Έτσι τον Νοέμβριο του 2016 πραγματοποιήθηκε το ετήσιο Παγκρήτιο Θεολογικό Συνέδριο με θέμα την σύγκλιση και τις αποφάσεις - κείμενα της αγίας και μεγάλης Συνόδου της Ορθοδόξου Εκκλησίας της Κρήτης.

Τον Απρίλιο του 2017 έλαβε χώρα η πρώτη συνάντηση της ομάδας ευαισθητοποίησης για τα βότανα.

Τον Ιούλιο του 2017 διοργανώθηκε η 2η ελληνική καλοκαιρινή Ακαδημία Ψυχοδράματος.

Τον ίδιο μήνα το διεθνές συνέδριο με θέμα τις πρόσφατες εξελίξεις στην θεωρία των υπερχορδών.

Τον Σεπτέμβριο του 2017 διοργανώθηκε η 9η Ολυμπιάδα Πνεύματος με διοργανωτή το διεθνές ίδρυμα επιστημών STEPS και κεντρικό θέμα < Μαθαίνοντας να ζούμε μαζί >.

Τον Δεκέμβριο του 2017 αναμένεται να λάβει χώραν το επιστημονικό συνέδριο Αγιογραφίας με θέμα < Το φως της Αγίας Γραφής ως πηγής έμπνευσης στην βυζαντινή τέχνη >, ενώ παράλληλα έχει προγραμματισθεί για την ίδια χρονική περίοδο και σεμινάριο για τον κινηματογραφικό φωτισμό στην φωτογραφία.

Τέλος το πρώτο συνέδριο για την <δημόσια> Αρχαιολογία σε ελληνικό έδαφος πραγματοποιήθηκε στο πανεπιστήμιο Κρήτης στο Ρέθυμνο, στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού εκπαιδευτικού προγράμματος Innonarch, αρχαιολόγοι, πανεπιστημιακοί, εκπρόσωποι μουσείων, έφοροι αλλά και ξεναγοί, παιδαγωγοί και πολίτες που εργάζονται για τη σύνδεση της αρχαιολογίας με την κοινωνία, ανέπτυξαν τις θέσεις τους και μοιράστηκαν τις εμπειρίες τους με το κοινό, γιατί η αρχαιολογική επιστήμη δεν είναι μόνο υπόθεση της κοινότητας των επιστημόνων, αλλά και όλων των ενδιαφερομένων πολιτών. (Μάιος 2017)

Όλα τα παραπάνω όμως δεν θα ήταν σημαντικά αν δεν κατανοήσουμε προηγουμένως ότι πρέπει να προστατέψουμε αποτελεσματικά το περιβάλλον μας, ώστε να διατηρηθεί το σπάνιο οικοσύστημα του νησιού. Δια το σκοπό αυτό άλλωστε διενεργούνται σε κράτη με περιβαλλοντολογικές ευαισθησίες τακτικές συναθροίσεις με το θέμα αυτό, που αναφέρονται γενικά ως green meetings (MIRA 2016). Πρόσφατα, ένα τέτοιο συνέδριο έλαβε χώρα στο Ηράκλειο (Απρίλιος 2017) υπό την αιγίδα της περιφέρειας Κρήτης με θέμα την κλιματική αλλαγή, οι επιπτώσεις της στην οικονομία και Πολιτικής διαχείρισης στους τομείς Ενέργειας, Απορριμμάτων, Γεωργίας, διαχείρισης Υδάτων και Φυσικών Πόρων, Τουρισμού και Υγείας.

4.3 Συνεδριακοί χώροι Ιδρυμάτων – Επιχειρήσεων

(1) Δημοτικές αίθουσες συνεδριάσεων

(2) ANEK LINES

(3) Φιλολογικός Σύλλογος Χανίων “Ο ΧΡΥΣΟΣΤΟΜΟΣ”

- (4) Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων
- (5) Πολυτεχνείο Κρήτης
- (6) Πνευματικό Κέντρο Χανίων
- (7) Touring Club of Rethymno
- (8) Holy Monastery of Arkadi
- (9) Ακαδημαϊκό χωριό Ανωγείων – Πανεπιστήμιο Κρήτης
- (10) Πανεπιστημιούπολη Κρήτης
- (11) Ορθόδοξη Ακαδημία Κρήτης
- (12) Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων
- (13) Ινστιτούτο Επαρχιακού Τύπου – Ίδρυμα “ΑΓΙΑ ΣΟΦΙΑ”
- (14) Κέντρο Αρχιτεκτονικής Μεσογείου (Κ.Α.Μ.)
- (15) Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών και Μελετών “ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ Κ. ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ”

Συνεδριακά κέντρα και θέρετρα διακοπών:

Aldemar Resorts

Creta Maris Beach Resort

Grecotel Hotels and Resort

Porto Elounda Golf and Spa

Avra Imperial Beach Resort and Spa

Ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές:

Aquila Rithymna Beach

Minoa Palace Resort and Spa

Out of the Blue Capsis Elite Resort

Royal Blue Resort and Spa.

4.4 Συνέδρια εν πλω

Η Minoan Lines προσφέρει τη δυνατότητα σε όλους τους επαγγελματίες και τις εταιρείες Συνεδριακού Τουρισμού, να οργανώσουν συνέδρια, σεμινάρια και κάθε είδους επιχειρηματικές συναντήσεις και δραστηριότητες εν πλω, στα νεότευκτα & υπερπολυτελή πλοία του στόλου της Minoan Lines, CRUISE EUROPA και CRUISE OLYMPIA. Με τα πλήρως εξοπλισμένα, υπερσύγχρονα Συνεδριακά Κέντρα και τους εξαιρετικά άνετους κοινόχρηστους χώρους και εγκαταστάσεις που διαθέτουν, οι συνεδριακές σας υποχρεώσεις μπορούν να μεταφερθούν μακριά από τις απρόσωπες

αίθουσες των ξενοδοχείων, σε ένα εξαιρετικά φιλικό περιβάλλον χαλάρωσης και διασκέδασης.

Προσφερόμενες υπηρεσίες

- Άνετες καμπίνες όλων των κατηγοριών
- Κέντρο φροντίδας ομορφιάς με σάουνα, χαμάμ, τζακούζι, σολάριουμ, spa και μια πλήρως εξοπλισμένη αίθουσα γυμναστικής
- Πισίνες για κολύμβηση και χαλάρωση
- Bars για coffee breaks και άνετη παραμονή στο πλοίο
- Disco για τη διασκέδασή σας
- Πλήρως εξοπλισμένο Casino
- Εστιατόρια Self – Service και a la carte για να επιλέξετε τα γεύματά σας
- Άνετη πρόσβαση στο Internet
- Καταστήματα με μεγάλη ποικιλία προϊόντων και προσφορές καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

Παράλληλα, το άριστα εκπαιδευμένο προσωπικό των πλοίων της Minoan Lines, θα είναι ανά πάσα στιγμή στη διάθεσή σας, έτοιμο να ανταποκριθεί στις υψηλές απαιτήσεις της οργάνωσης και της φιλοξενίας των επαγγελματικών σας εκδηλώσεων.

Εξοπλισμός

Το Συνεδριακό Κέντρο κάθε πλοίου έχει χωρητικότητα 300 ατόμων. Διαθέτει άνετα, ανατομικά καθίσματα, εξοπλισμένα με side table και είναι τοποθετημένα με τέτοιο τρόπο ώστε να επιτρέπεται η διαρκής οπτική επαφή με τους ομιλητές στο panel.

Η αίθουσα διαθέτει επίσης ένα πλήρως εξοπλισμένο οπτικοακουστικό σύστημα, που αποτελείται από:

- 2 τηλεοράσεις 43"
- 1 τηλεόραση 62"
- Ασύρματα μικρόφωνα
- PC συνδεδεμένο με τις τηλεοράσεις
- DVD player
- Ασύρματα ακουστικά
- Μεταφραστική καμπίνα

Στις προσφερόμενες υπηρεσίες της Minoan Lines περιλαμβάνεται επίσης και η παροχή τεχνικής υποστήριξης, κατά τη διάρκεια του συνεδρίου.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Μερικές από τις πιο σημαντικές στιγμές της παγκόσμιας ιστορίας του ανθρώπου που κρίθηκαν όχι μόνο στα πεδία των μαχών αλλά και στις συνεδριακές αίθουσες ήσαν οι εξής:

1. Το πρώτο ηπειρωτικό συνέδριο στην Φιλαδέλφεια των Η.Π.Α. με σκοπό την εναντίωση στην καταπιεστική νομοθεσία που επέβαλε η βρετανική κυβέρνηση σαν απάντηση του tea party της Βοστώνης το 1774.
2. Η συνδιάσκεψη του Quebec το 1864 που οδήγησε στην ανεξαρτησία του Καναδά.
3. Η διάσκεψη των Παρισίων που οδήγησε στην συνθήκη των Βερσαλίων και καθόρισε τη δομή της Μεταπολεμικής Ευρώπης το 1920.
4. Η διάσκεψη της Γιάλτας στην Κριμαία το 1945 μεταξύ των τριών νικητών του δεύτερου παγκόσμιου πολέμου, μετά την προηγηθείσα σύνοδο της Τεχεράνης το 1943. (Rogers 2013).

Επιστρέφοντας στο σήμερα στην παρούσα εργασία έγινε μια γενική ανασκόπηση του παγκόσμιου συνεδριακού τουρισμού αναλύθηκε η δομή του και καταδείχθηκε η σημασία του και τα πάμπολλα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την σωστή του αξιοποίηση. Θα αποτελεί σχετικά μικρό μεν αλλά εντυπωσιακά δυναμικό τμήμα του γενικού τουρισμού, με ιδιαίτερα ισχυρή αλλά και πολύπλευρη επιρροή στη ζωή του τόπου.

Ιδιαίτερη αναφορά έγινε για τον συνεδριακό τουρισμό της Αυστρίας και της Ελβετίας, δύο χωρών που συνορεύουν μεταξύ τους στην κεντρική Ευρώπη. Αναδείχθηκαν πολλές ομοιότητες και λίγες διαφορές στο συνεδριακό τουριστικό προϊόν των δύο αυτών χωρών, πράγμα αναμενόμενο δεδομένου ότι οι δύο αυτές χώρες προσομοιάζουν και σε πολλούς άλλους τομείς όπου και διακρίνονται, σαν αποτέλεσμα συντονισμένων ορθών επιλογών. Η προβλεπόμενη επιστημονική και τεχνολογική τους ανάπτυξη, εγγυάται περαιτέρω ανάγκες για επικοινωνία, παρά τις όποιες συγκυριακές οπισθοδρομήσεις.

Όσον αφορά την Ελλάδα για να αναδιοργανωθεί ο συνεδριακός τουρισμός πρέπει αφενός να εξαλειφθούν ή ελαττωθούν τα μειονεκτήματα που εμφανίζει και αφετέρου να αναληφθούν θετικές πρωτοβουλίες που αμφότερα αναφέρθηκαν εκτενώς. Το βάρος αυτής της προσπάθειας θα επωμισθούν κυρίως το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης σε στενή συνεργασία με την HAPCO και τον ΣΕΤΕ σαν αρμόδιων φορέων. Πράγματι σε πρόσφατη κοινή σύσκεψή τους ετέθησαν τα ακόλουθα θέματα:

1. Η αναγνωρισιμότητα της συμβολής του τουρισμού γενικότερα, ως μίας εκ των μεγαλύτερων πηγών εσόδων της χώρας καθώς και η έμφαση που πρέπει να δοθεί στον συνεδριακό τουρισμό. Υπολογίζεται ότι τα έσοδα από τον σύνοδο ή και χορηγό και εκθέτη είναι 7 φορές περισσότερα, για τη χώρα, από τα έσοδα που προέρχονται από το μέσο τουρίστα. Να σημειωθεί ότι η συνεδριακή – εκθεσιακή δραστηριότητα έχει άμεση επιρροή σε τουλάχιστον 40 επαγγέλματα.
2. Η ανάπτυξη κοινής στρατηγικής μεταξύ του ΣΕΤΕ, του HAPCO και άλλων φορέων του τουρισμού και του κράτους για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Υλοποίηση Ambassador Program, με πρόσκληση από το Εξωτερικό Decision Makers (Προέδρους Επιστημονικών Εταιρειών ή / και μεγάλων Core PCOS/DMOs και άλλων decision makers) σε συνεργασία με την πολιτική ηγεσία και τα Convention Bureaus της χώρας και συγκεκριμένα του ACVB, TCB και

εκπροσώπων του τουρισμού της περιφέρειας, γενικότερα.

3. Η κοινή υποστήριξη θεμάτων από τον HAPCO και τον ΣΕΤΕ προς την Πολιτεία και προς ειδικούς Φορείς (ΕΟΦ & ΣΦΕΕ) αναφορικά με τα Ιατρικά Συνέδρια.
4. Η υποστήριξη των μελών του ΣΕΤΕ στη διεκδίκηση Διεθνών Συνεδρίων, άνω των 3.000 συμμετεχόντων, τα οποία προγραμματίζονται 3-4 χρόνια νωρίτερα από την ημερομηνία διοργάνωσής τους.
5. Η συνεργασία για χάραξη στρατηγικής προβολής του συνεδριακού τουρισμού, στις εκθέσεις του εξωτερικού και όπου άλλου χρειαστεί.
6. Η δημιουργία Μητρώου Συνεδρίων. Το Μητρώο θα παρέχει στο Κράτος σαφή εικόνα του αριθμού συνεδρίων, που πραγματοποιούνται στη χώρα μας, εξασφαλίζοντας έτσι ακριβή στατιστικά στοιχεία, απαραίτητα για μια ευρωπαϊκή χώρα όπως η Ελλάδα (αριθμός εισερχόμενων Συνέδρων, Χορηγών/Εκθετών ή και συνοδών μελών, χώρα προέλευσης και τα χρηματικά ποσά που καταναλώθηκαν στην χώρα μας για διαμονή, διακίνηση, επισιτιστικά και άλλα). Παράλληλα θα διασφαλίζεται το Κράτος σε σχέση με την είσπραξη των έμμεσων ή άμεσων φόρων, τον έλεγχο του αποδοτέου ΦΠΑ ενώ θα προστατεύεται η νόμιμη εργασία και η εκτέλεση της διοργάνωσης συνεδρίων από επαγγελματίες/επιχειρηματίες του χώρου.
7. Η διάθεση αρχαιολογικών χώρων για την πραγματοποίηση τελετών έναρξης / λήξης διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων.

Είναι αλήθεια πως τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει άνοδο και προσελκύει περισσότερα και μεγαλύτερα συνέδρια από ότι στο παρελθόν. Ωστόσο, παρά την αδιαμφισβήτητη πρόοδο, εξακολουθεί να μην έχει την αναγνωρισιμότητα που θα έπρεπε ως συνεδριακός προορισμός διεθνούς εμβέλειας.

Συνεχίζοντας, η Περιφέρεια Κρήτης σύμφωνα με μελέτη της PWC – Remaco εμφανίζει ικανοποιητικές προοπτικές ανάπτυξης του γενικού αλλά και του συνεδριακού τουρισμού στο εγγύς μέλλον, εφόσον βεβαίως τηρηθούν οι προϋποθέσεις που αναφέρθηκαν και για την υπόλοιπη χώρα.

Εξαιρετικό ενδιαφέρον πάντως θα έχει η θεματολογία των συνεδρίων του μέλλοντος, μια και είναι άμεσα εξαρτημένη από τις επιστημονικές και τεχνολογικές εξελίξεις. Βρισκόμαστε στην αρχή μιας παγκόσμιας μεταμόρφωσης που χαρακτηρίζεται από την σύγκληση ψηφιακών, φυσικών και βιολογικών τεχνολογιών με τρόπους που μεταβάλουν τον κόσμο γύρω μας.

Η μεταμόρφωση αυτή που ορίζεται ως η τέταρτη βιομηχανική επανάσταση, δεν χαρακτηρίζεται τόσο από καμία σειρά αναδυόμενων τεχνολογιών, όσο σαν μετάβαση στις ρίζες της ψηφιακής επανάστασης. Καθώς θα διαδίδονται αυτές οι τεχνολογίες, θα μεταβάλουν ριζικά τον τρόπο που παράγουμε, καταναλώνουμε, επικοινωνούμε, κινούμεθα, επιλέγουμε το είδος της ενέργειας που θα χρησιμοποιούμε και αλληλεπιδρούμε.

Με την βοήθεια της γενετικής μηχανής και της νευροτεχνολογίας θα μάθουμε περισσότερα για τους εαυτούς μας πως σκεφτόμαστε και πως συμπεριφερόμαστε.

Η φύση της επανάστασης αυτής ενέχει και κινδύνους που μπορούν να επηρεάσουν αρνητικά την αγορά εργασίας, την δίκαιη κατανομή του εισοδήματος, την γεωπολιτική ασφάλεια αλλά και τις κοινωνικές και ηθικές αξίες. (WEF 2017).

ΜΕΡΟΣ ΠΕΜΠΤΟ

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

5.1 Σκοπός της έρευνας

Η παρούσα έρευνα έχει ως σκοπό την ανάλυση των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών και ειδικότερα του συνεδριακού τομέα πανελλαδικά ενώ δίδεται ιδιαίτερη έμφαση στην Κρήτη. Τα στοιχεία που προκύπτουν από την παρούσα έρευνα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τους αρμοδίους φορείς στον τομέα του τουρισμού για την βελτίωση του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος μετά την κατάθεση των σχετικών προτάσεων.

5.2 Επιλογή του δείγματος

Το δείγμα που χρησιμοποιήθηκε αποτελείται από γνωστές του αντικειμένου, έχοντας πολυετή εμπειρία στο χώρο του τουρισμού και ειδικότερα του ξενοδοχειακού της Κρήτης. Κατά συνέπεια επιτυγχάνεται μια αντικειμενική εικόνα ως προς τα αποτελέσματα της ποιοτικής έρευνας. Συγκεκριμένα πήραμε συνέντευξη από τον διευθυντή του ξενοδοχείου Royal Blue Resort & Spa κ. Γ. Κλάδο έναν γνωστό εκπρόσωπο του τουρισμού της Κρήτης, τον κ. Κουμνά αντιπρόεδρο ξενοδοχοϋπάλληλων Ρέθυμνου και τον κ. Γερογιαννάκη Μανώλη (operation manager Karsis Hotel Αγία Πελαγία). Είχαν την καλοσύνη να μας εκθέσουν τις ενδιαφέρουσες απόψεις τους για διάφορα θέματα που απασχολούν τον τουρισμό γενικότερα και ιδιαίτερα τον συνεδριακό τουρισμό της Κρήτης έναν από τους στόχους της παρούσης εργασίας. Παραθέτουμε τις απαντήσεις του στα ερωτήματα μας.

5.3 Ερευνητική στρατηγική και τεχνική

Η ερευνητική στρατηγική που εφαρμόστηκε είναι η Μελέτη Περίπτωσης και η

ερευνητική τεχνική που χρησιμοποιήθηκε για την συλλογή πληροφοριών είναι η δομημένη συνέντευξη , κατά την οποία ο ερωτώμενος, καλείται να απαντήσει σε προκαθορισμένες ερωτήσεις συγκεκριμένου αριθμού και περιεχομένου. Αναλυτικότερα, η Μελέτη Περίπτωσης χρησιμοποιήθηκε προκειμένου να διερευνηθούν οι αντικειμενικές αντιλήψεις των συμμετεχόντων ,μέσω κυρίως των εμπειριών που έχουν αποκτήσει στο αντικείμενο του τουρισμού γενικότερα και του συνεδριακού τουρισμού ειδικότερα. Αντίστοιχα ,η ερευνητική τεχνική που χρησιμοποιήθηκε ,είναι η δομημένη συνέντευξη με την βοήθεια μαγνητοφώνου. Η συνέντευξη ,<<κατά την οποία δυο πρόσωπα ,αυτός που ερωτά και αυτός που ερωτάται αναπτύσσουν μια σχέση επικοινωνίας μεταξύ τους κατά την οποία ο πρώτος συγκεντρώνει από τον δεύτερο εκείνα τα στοιχεία που προβλέπει η έρευνα>>,αποτελεί μια από τις βασικότερες τεχνικές της ποιοτικής μεθόδου, προσφέροντας αρκετά πλεονεκτήματα όσον αφορά την συλλογή πληροφοριών. Επιπλέον ,το είδος της συγκεκριμένης συνέντευξης ,επιλέχθηκε να είναι δομημένο, γεγονός που επέτρεψε αφενός στην εστίαση των ερωτημάτων που είναι προς διερεύνηση χωρίς να υπάρχει το ενδεχόμενο απόκλισης από πιθανούς στόχους (όπως ευκολά μπορεί να συμβεί στην ελεύθερη συνέντευξη), και παρείχε αφετέρου την δυνατότητα διευκρίνισης στον ερωτώμενο για τυχόν μη κατανόηση των ερωτήσεων, αποφεύγοντας με αυτό τον τρόπο πιθανές αλλοιώσεις στα αποτελέσματα της έρευνας (περίπτωση που συχνά συναντάται με την χρήση ερωτηματολογίων).

5.4 Ερωτήσεις έρευνας

Για την δημιουργία των ερωτήσεων, έγινε προσπάθεια να χαρακτηρίζονται από συντομία ,σαφήνεια και ακρίβεια περιεχομένου, απλότητα καθώς και λεξιλογική, γραμματική, συνθετική και αισθητική ορθότητα. Όσον αφορά το είδος των ερωτήσεων, αποτελείται από ερωτήσεις ανοικτού περιεχομένου, δίνοντας κατά αυτόν τον τρόπο την δυνατότητα στον ερωτώμενο να αναπτύξει όσο ο ίδιος κρίνει απαραίτητο την κάθε απάντηση. Σε κάποιες βέβαια περιπτώσεις, όπου το είδος των ερωτήσεων το απαιτούσε, πραγματοποιήθηκαν κάποιες επιπλέον ερωτήσεις οι οποίες αποσκοπούσαν στην περαιτέρω εμβάθυνση των θεμάτων με στόχο την συλλογή πληροφοριών που αποσκοπούσε η καθεμιά από αυτές τις ερωτήσεις.

ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

1.Τι προοπτικές έχει ο συνεδριακός τουρισμός στην Κρήτη;

> Κλάδος: Απεριόριστος. Μπορεί να είναι ένας πυλώνας για την ανάπτυξη και εξέλιξη για ποιοτικό τουρισμό στην Κρήτη που ήδη γίνεται αλλά μπορεί να γίνει πιο οργανωμένα και με πολλές διαφορετικές μορφές.

> Κουμνάς: Ο συνεδριακός τουρισμός ως ένα είδος ή μια ξεχωριστή κατηγορία στον τομέα του τουρισμού έχει πάρα πολύ μεγάλες προοπτικές στην Κρήτη διότι η Κρήτη όντας το 25% του συνολικού ΑΕΠ του τουρισμού στην Ελλάδα που κάθε χρόνο αυτό το νούμερο είναι αυξανόμενο παρέχει στον τουρίστα-σύνεδρο εκτός τοις συνεδριακές υποδομές και το ελκυστικό δηλαδή θα μπορέσει ο tour operator να παράσχει στον πελάτη ένα πακέτο υπηρεσιών μαζί με τον συνεδριακό τουρισμό ουσιαστικά είναι ένα διαφορετικό target group από το κλασσικό ήλιος θάλασσα είναι πολύ σημαντική μορφή τουρισμού και γιαυτό γίνονται προσπάθειες να γίνουν μεγάλα συνεδριακά κέντρα στην Κρήτη όπως ένα μεγάλο συνεδριακό στο Ηράκλειο ή το Αρσενάλι στα Χανιά και

γίνονται προσπάθειες για ένα αντίστοιχο στο Ρέθυμνο.

> Γερογιαννάκης: Οι προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη είναι πολύ μεγάλες λόγω του ότι είμαστε ένα νησί με πολυσχιδείς δραστηριότητες και έχουμε πολλές προοπτικές στο μέλλον και στο άμεσο μέλλον σαν νησί και μπορούμε να υποστηρίξουμε αυτήν την μορφή τουρισμού και τις ανάγκες της σε μεγάλο βαθμό!

2. Τι προοπτικές έχει ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα;

> Κλάδος: Ότι ισχύει για την Κρήτη, ισχύει και για την υπόλοιπη Ελλάδα. Παντού έχουμε να αναδείξουμε θαυμάσια πράγματα. Κάνουμε τις επιλογές μας. Μπορεί να αναπτυχθεί κάθε μορφή τουρισμού και να συνδυασθεί με υψηλού επιπέδου συνεδριακό, για βέλτιστο αποτέλεσμα.

> Κουμνάς: Στην Ελλάδα ο συνεδριακός τουρισμός έχει αναπτυχθεί σε ικανοποιητικό επίπεδο, μεγάλες πόλεις της Ελλάδας Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Λάρισα αποτελούν ήδη προορισμούς city breaks για τους πελάτες του εξωτερικού και όχι μόνο έχουν γίνει ήδη κάποια συνεδριακά κέντρα, υπάρχουν συγκεκριμένοι tour operators που παρέχουν τέτοια πακέτα οπότε είναι άλλο ένα είδος τουρισμού που πρέπει να αναπτύξουμε στην χώρα μας αφού αυτή είναι η βαριά βιομηχανία μας.

> Γερογιαννάκης: Έχει μεγάλες προοπτικές ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα διότι μετά την οικονομική κρίση που περάσαμε πλέον οι μεγάλες εταιρείες έχουν αρχίσει και μας εμπιστεύονται ξανά και πιστεύουν στην δυναμική της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού!

3. Πως κρίνετε τις υπάρχουσες υποδομές του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη (πλην ξενοδοχειακών);

> Κλάδος: Όχι ιδιαίτερα αναπτυγμένες. Τώρα γίνεται μια προσπάθεια στον Δήμο Ηρακλείου για την δημιουργία πολιτιστικού κέντρου με συνεδριακό κέντρο υψηλών προδιαγραφών. Μας λείπουν πολλές υποδομές ακόμη που αφορούν τα αεροδρόμια, τα λιμάνια, τους οδικούς άξονες, τις ενεργειακές πηγές, την διαχείριση των υδάτινων πόρων, τα απόβλητα και φυσικά την προστασία του περιβάλλοντος, ενώ δεν πρέπει να ξεχνάμε και τον κλάδο των παρεχόμενων υπηρεσιών.

> Κουμνάς: Οι υπάρχουσες υποδομές συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη ουσιαστικά έχουν αναπτυχθεί την τελευταία δεκαετία, βρίσκονται σε ικανοποιητικό επίπεδο αν λάβουμε υπόψιν μας όλο το νησί και όχι τον κάθε νομό μεμονωμένα. Θεωρώ ότι υπάρχουν ακόμα μεγαλύτερες προοπτικές εξέλιξης του συνεδριακού τουρισμού και των υποδομών αυτού στο νησί μας. Η Κρήτη θα μπορέσει να αποτελέσει πραγματικά τον leader στον τομέα αυτό.

> Γερογιαννάκης: Όχι επαρκείς και αυτές που υπάρχουν είναι εκδηλώσεων και όχι καθαρά συνεδριακοί χώροι.

4. Πως μπορεί η πολιτεία να συνεισφέρει στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη;

> Κλάδος: Πρώτα απ' όλα διοργανώνοντας κάποια events τα οποία μπορεί να στηρίξει

με συνεδριακά κέντρα, να συνεργασθεί με ξενοδοχεία και tour operators και γενικά με τους διεθνείς τουριστικούς προορισμούς, οι οποίοι μπορούν να φέρουν κάποια συνέδρια και να μας βοηθήσουν. Μπορεί να συνεργαστεί με τους Δήμους και τις Περιφέρειες ξένων χωρών. Επίσης η Ελλάδα προβάλλεται ήδη σαν τουριστικός προορισμός, αλλά όχι στον βαθμό που πρέπει ακόμα.

> Κουμνάς: Η πολιτεία και μέσω του ΣΕΤΕ και του ΕΟΤ θα μπορεί να κάνει κάποιες στοχευμένες κινήσεις marketing με σκοπό την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού και άλλων εναλλακτικών μορφών τουρισμού ώστε να έχουμε μια ευρεία γκάμα επιλογών για τον τουρίστα στο νησί μας. Το κακό με την πολιτεία είναι ότι δεν υπάρχει οργανωμένη τουριστική στρατηγική, την τελευταία πενταετία υπάρχουν ξεχωριστά destinations όπως Ρόδος και Κως οι οποίες δημιουργούν ιδιωτικές εταιρείες ή clusters μεταξύ δημοσίων και ιδιωτικών φορέων (dmo) με σκοπό να προωθήσουν καθαρά ιδιωτικά ή και απόγονοί τους τον προορισμό που αυτοί βρίσκονται.

> Γερογιαννάκης: Η πολιτεία μπορεί να συνεισφέρει βγάζοντας προς τα έξω ένα κλίμα σταθερότητας κάνοντας τον τουρίστα να μας εμπιστευτεί σαν χώρα οργανωμένη και ασφαλής, επίσης να μας διαφημίσει σε διεθνείς εκθέσεις και ως συνεδριακό προορισμό.

5. Πως κρίνετε τις υπάρχουσες ξενοδοχειακές υποδομές για συνεδριακό τουρισμό στη Κρήτη;

> Κλάδος: Αντίθετα με τις μη ξενοδοχειακές υποδομές, οι ξενοδοχειακές είναι πάρα πολύ αναπτυγμένες. Αυτή τη στιγμή υπάρχουν ξενοδοχεία που έχουν επενδύσει σημαντικά ποσά και ήδη φιλοξενούν κάποια events σε μεγάλες αίθουσες. Επίσης ξενοδοχεία συνεργάζονται μεταξύ τους μοιράζοντας τις κλίνες όταν πρόκειται για την διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων. Αυτό γίνεται όχι μόνο στην Ελούντα αλλά και σε όλη την Κρήτη.

> Κουμνάς: Υπάρχουν ξενοδοχειακές μονάδες στην Κρήτη οι οποίες έχουν συνεδριακά κέντρα με εξαιρετικές υποδομές, ηχητικές και υποδομές για τους συνέδρους, νομίζω όμως πως αν θέλουμε να αναπτύξουμε πραγματικά τον συνεδριακό τουρισμό στην Κρήτη θα πρέπει καταρχήν να δημιουργηθούν συγκεκριμένες ενέργειες marketing ώστε να ελκύσουμε αυτούς τους συνέδρους, δεύτερον η πολιτεία να δώσει κίνητρα επενδύσεων για δημιουργία συνεδριακών χωρών τα οποία δεν είναι ανάγκη να είναι τεράστια και με 120 άτομα αίθουσα πολλές φορές είναι επαρκείς οι υποδομές των ξενοδοχείων, όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό είναι σε ικανοποιητικό επίπεδο αλλά όχι ακόμα σε καλό!

> Γερογιαννάκης: Οι υπάρχουσες ξενοδοχειακές υποδομές στην Κρήτη είναι καλές υπάρχουν όμως προοπτικές εξέλιξης σε όλα. Θα μπορούσαμε να έχουμε περισσότερες αλλά χρειάζεται τόλμη από επιχειρηματίες να επενδύσουν σε έναν σύγχρονο χώρο συνεδρίων.

6. Πιστεύετε ότι η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη θα αναβαθμίσει σημαντικά το συνολικό τουριστικό προϊόν του νησιού;

> Κλάδος: Αναμφισβήτητα επειδή οι πελάτες αυτοί είναι υψηλού επιπέδου, έρχονται για συγκεκριμένο concept ,ανεβαίνει η κουλτούρα δηλαδή το επίπεδο του πελάτη και η προσέγγιση του σε θέμα Κρήτης, πράγμα που θα βοηθήσει και άλλες μορφές τουρισμού, όπως ο πολιτισμικός, ο θρησκευτικός, ο αθλητικός, ο εκδρομικός, ο θαλάσσιος, ο γαστρονομικός και ο ιατρικός.

> Κουμνάς: Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη είναι σημαντική διότι ο συνεδριακός τουρισμός πραγματοποιείται συνήθως εκτός καλοκαιρινής σαιζόν και χαρακτηρίζεται από μια έντονη εποχιακή λειτουργία του ξενοδοχειακού και τουριστικού προϊόντος οπότε η ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού συμβάλει στην κοινωνική οικονομική και πολιτιστική ανάπτυξη του νησιού σε μεγάλο βαθμό. Πρέπει να καταλάβει ο σύνεδρος-πελάτης ότι το νησί μπορεί να του προσφέρει τα πάντα πέραν από το συνέδριο που έχει έρθει!

> Γερογιαννάκης: Ασφαλώς και θα το αναβαθμίσει για τον λόγο τον οποίο ο σύνεδρος που θα έρθει στο νησί μας και μείνει ικανοποιημένος θα ξαναέρθει σαν πελάτης εκτός συνεδρίου, επίσης ο συνεδριακός τουρίστας λόγω υψηλού συνήθως επιπέδου θα ξοδέψει περισσότερα χρήματα από τον κλασσικό τουρίστα ήλιος-θάλασσα!

7. Σας ανησυχούν ιδιαίτερα οι επιπτώσεις του προσφυγικού-μεταναστευτικού προβλήματος στον τουρισμό της Κρήτης;

> Κλάδος: Για την Κρήτη όχι, δεν έχουμε κάτι σημαντικό να μας ανησυχεί. Μεσολαβεί και μια θάλασσα για να φθάσουν στην Ευρώπη ,αλλά και το νησί είναι μικρό οπότε εντοπίζονται εύκολα από τα πλοία η τα αεροπλάνα.

> Κουμνάς: Η αντιμετώπιση του προσφυγικού προβλήματος στην Ελλάδα έχει γίνει με λανθασμένο τρόπο, στην Κρήτη ξεκινήσαμε την υποδοχή προσφυγών με την μορφή φιλοξενίας και μέχρι τώρα δεν έχουμε καμία απολύτως αρνητική επίπτωση, θέλει οργανωμένη και ομόφωνη αντιμετώπιση ώστε να μην επηρεαστεί ο τουρισμός!

> Γερογιαννάκης: Θα αναφερθώ σε μια ερευνά που έκανε το Πανεπιστήμιο Αιγαίου για τα νησιά που φιλοξένησαν πρόσφυγες. Η έρευνα έδειξε ότι τα νησιά αυτά είχανε μια μείωση 18-20 τοις εκατό σε πληρότητα, σε έσοδα και σε διανυκτερεύσεις. Στην Κρήτη προς το παρόν δεν έχουμε κανένα πρόβλημα και ούτε νομίζω ότι θα υπάρξει.

8. Το υφιστάμενο ανθρώπινο δυναμικό κρίνετε ότι είναι επαρκώς καταρτισμένο για να στηρίξει τον συνεδριακό τουρισμό στην Κρήτη;

> Κλάδος: Ναι είναι πολύ καταρτισμένο για το επίπεδο του συνεδριακού τουρισμού της Κρήτης. Επίσης υπάρχουν εταιρείες εκτός ξενοδοχείων που είναι εξειδικευμένες στα συνέδρια σε πανευρωπαϊκό επίπεδο.

> Κουμνάς: Την τελευταία δεκαετία έχουν δημιουργηθεί σχολές στην Κρήτη ξενοδοχειακού ανθρωπίνου δυναμικού οι οποίοι λαμβάνουν μέρος σε σεμινάρια για να λάβουν γνώση για τον συνεδριακό τουρισμό, δεν είναι όμως αρκετό αυτό διότι η εμπειρία έρχεται στην πράξη από τα πραγματοποιηθέντα συνέδρια, νομίζω όμως ότι το

υπάρχον ξενοδοχειακό προσωπικό είναι καταρτισμένο επαρκώς για να στηρίξει τον συνεδριακό τουρισμό στην Κρήτη.

> Γερογιαννάκης: Θεωρώ ότι οι υπάλληλοι του ξενοδοχειακού τομέα στην Κρήτη χρειάζονται κάποια εξειδικευμένη εκπαίδευση για υψηλού επιπέδου συνέδρια ώστε να ανταποκρινόμαστε στις απαιτήσεις αυτές και επίσης υπάρχει έλλειψη εμπειρίας λόγω μη επαρκούς αριθμού πραγματοποιηθέντων συνεδρίων.

9. Πιστεύετε ότι η ύπαρξη μεγάλου συνεδριακού κέντρου είναι απαραίτητη για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού της Κρήτης ή είναι περιττή;

> Κλάδος: Ποτέ δεν είναι περιττό κάτι που μπορεί να φιλοξενήσει πολύ κόσμο. Ήδη γίνεται στο Ηράκλειο μεγάλο πολιτιστικό κέντρο. Η περιφέρεια το έχει καταλάβει καλά. Θα συμβάλλει στην ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

> Κουμνάς: Νομίζω ότι όλα είναι αναγκαία. Δεν εννοώ να κάνουμε 15 συνεδριακά των 100 ατόμων αλλά με διάφορες χωρητικότητες είναι όλα αναγκαία.

> Γερογιαννάκης: Υπάρχουν αλλά μόνο μέσα σε ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις. Εκτός αυτών είναι χώροι εκδηλώσεων που φιλοξενούν και συνέδρια, αλλιώς καθαρά συνεδριακά κέντρα είναι μη βιώσιμα κατά την γνώμη μου στο νησί μας

10. Κρίνετε τις προσπάθειες της HAPCO και τις ΣΕΤΕ ικανοποιητικές για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη;

> Κλάδος: Για το επίπεδο τουρισμού που έχουμε για την κουλτούρα που έχουμε, που βαδίζουμε με βήματα αργά ,δύο μπροστά και ένα πίσω, ναι χωρίς να λέω ότι είναι επαρκής, είμαστε σε έναν καλό δρόμο που με λίγη σοβαρότητα , ακόμα και αν καταλάβουμε την σημασία του τουρισμού και το ότι εκτός από την ναυτιλία και τα αγροτικά δεν έχουμε κάτι άλλο σαν χώρα , τα μυαλά φεύγουν στο εξωτερικό (brain drain), είναι σε ένα καλό επίπεδο, αλλά μπορούμε να βελτιωθούμε και άλλο. Ο τουρισμός είναι μονόδρομος για την χωρά μας, αναπόσπαστο τμήμα του οποίου είναι ο συνεδριακός.

> Κουμνάς: Η HAPCO δεν έχει κάνει τίποτα και ο ΣΕΤΕ στην Κρήτη επίσης, πρέπει όμως να υπάρχουν και υποδομές. Στην Αθήνα έχουν κάνει κάποιες κινήσεις και γίνεται προσπάθεια να γίνει προορισμός citybreak!

> Γερογιαννάκης: Όχι καθόλου. Λαμβάνοντας υπόψη συνολικά το νησί υπάρχουν όμως πολύ περισσότερες προοπτικές εξέλιξης των υποδομών αυτών στο νησί μας και η Κρήτη θα μπορέσει να γίνει leader στον τομέα αυτό. Ο συνεδριακός τουρισμός βοηθάει στην επιμήκυνση της σεζόν γιατί τα περισσότερα συνέδρια γίνονται στην shoulder season αρχή και τέλος σεζόν όπου οι πελάτες θέλουν ένα παραπάνω κίνητρο για να έρθουν.

ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΕΡΕΥΝΑΣ

Οι ερωτώμενοι ως επαγγελματίες του τουρισμού στην Κρήτη εκφράζουν εμπειρικά τη γνώμη τους στα υποβληθέντα ερωτήματα σχετικά με τους προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού στο νησί τους ειδικά, και στην Ελλάδα γενικά, τις υπάρχουσες υποδομές του εντός και εκτός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων και την αναγκαιότητα ή μη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Κρήτη, τη συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην αναβάθμιση του συνολικού τουριστικού προϊόντος, την κατάρτιση του ανθρώπινου δυναμικού που τον υπηρετεί, τις τυχόν επιπτώσεις του μεταναστευτικού-προσφυγικού προβλήματος, τις υποστηρικτικές ενέργειες της πολιτείας και των ενώσεων HAPCO-ΣΕΤΕ.

Όλοι οι ερωτώμενοι πιστεύουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός στην Κρήτη έχει μεγάλες προοπτικές, γιατί μπορεί να συνδυαστεί με κάθε μορφή τουρισμού και η Κρήτη προσφέρει τα πάντα και είναι ιδιαίτερα αναπτυγμένη τουριστικά, αφού δίνει το 25% του συνολικού τουριστικού ΑΕΠ. Και για την υπόλοιπη Ελλάδα φαίνονται καλές οι προοπτικές αφού όλα τα μέρη έχουν να προσφέρουν τουριστικά αγαθά και υπηρεσίες για να ικανοποιήσουν τους συνέδρους-τουρίστες, που ανήκουν σε διαφορετικό target group από το κλασικό ήλιος και θάλασσα.

Οι υποδομές του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη, πλην ξενοδοχειακών, κρίνονται ανεπαρκείς και συνδέονται με τις γενικότερες υποδομές (π.χ. οδικό δίκτυο). Οι ξενοδοχειακές υποδομές είναι καλύτερες, έχουν γίνει κάποιες επενδύσεις ή και υπάρχουν συνεργασίες μεταξύ των ξενοδοχείων για διαμοιρασμό των κλινών όταν διοργανώνονται μεγάλα συνέδρια. Ως προς τα υπάρχουσα συνεδριακά κέντρα εντός ξενοδοχείων, δεν φαίνεται να ομοφωνούν αν καλύπτουν ή όχι τις ανάγκες, αφού οι ερωτώμενοι αναφέρουν ότι οι υπάρχουσες υποδομές είναι πολύ αναπτυγμένες, καλές, όχι επαρκείς. Όλοι συμφωνούν ότι χρειάζονται συνεδριακά κέντρα και να δοθούν κίνητρα στους ξενοδόχους να φτιάξουν, αλλά διαφοροποιούνται στα πόσα και ποιός χωρητικότητας. Ο ένας είπε ότι δεν χρειάζονται πολλά και αρκεί να χωράνε 1000-1200 άτομα. Ο άλλος είπε ρητά ότι χρειάζεται ένας μεγάλος σύγχρονος συνεδριακός χώρος. Συνεπώς, κατανοούμε ότι, ελλείπει ιδιαίτερα μεγάλου συνεδριακού κέντρου, δεν μπορεί να γίνει σοβαρή προσπάθεια προσέλκυσης μεγάλων συνεδρίων. Δεν είναι κοινός τόπος ότι είναι απαραίτητος ένας μεγάλος συνεδριακός χώρος. Δεν υπάρχει ξεκάθαρη θέση για τη βιωσιμότητα καθαρά συνεδριακών κέντρων. Εκφράζεται η άποψη από τον τρίτο ερωτώμενο, ότι εκτός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων δεν είναι βιώσιμα.

Όλοι εστιάζουν στην ανάγκη μεγαλύτερης βοήθειας από την πολιτεία για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, η οποία πρέπει να έχει οργανωμένη στρατηγική και να προωθή διεθνώς τη χώρα και ως συνεδριακό τουριστικό προορισμό βγάζοντας προς τα έξω ένα κλίμα σταθερότητας και ασφάλειας. Οι ερωτώμενοι ζητούν τα αυτονόητα από την Πολιτεία, γενικές και ειδικές συνεδριακές τουριστικές υποδομές, κίνητρα για επενδύσεις, κλίμα σταθερότητας, ασφάλειας, εμπιστοσύνης, διαφήμιση, συνεργασίες υπηρεσιών, δομών, κρατών για την ανάπτυξη του τουρισμού εν γένει και του συνεδριακού ειδικότερα, ο οποίος είναι μία μορφή τουρισμού περισσότερο προσοδοφόρα, λόγω του προφίλ των πελατών (συνέδρων- διοργανωτών) και της επιμήκυνσης της τουριστικής σεζόν, αφού τα συνέδρια λαμβάνουν χώρα κυρίως στη shoulder season. Επίσης ο σύνεδρος-πελάτης θα ικανοποιήσει τουριστικές του ανάγκες συνδυαστικά με το συνέδριο ή και θα ξανάρθει στο μέλλον. Όλοι καταλήγουν στην παραδοχή ότι η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη θα αναβαθμίσει σημαντικά το συνολικό τουριστικό προϊόν του νησιού.

Το μεταναστευτικό-προσφυγικό πρόβλημα της τελευταίας τριετίας δεν φαίνεται να επηρεάζει άμεσα τον τουρισμό στην Κρήτη, ενώ έχει επιπτώσεις στα νησιά φιλοξενίας προσφύγων (μείωση πληρότητας και εσόδων 18-20% σύμφωνα με έρευνα του Πανεπιστημίου Αιγαίου). Το ότι η Κρήτη γεωγραφικά δυσκολεύει τη μη ελεγχόμενη μετανάστευση, δεν σημαίνει ότι τουριστικά θα μείνει ανεπηρέαστη. Οτιδήποτε συμβαίνει, οπουδήποτε στη χώρα έχει αντίκτυπο στο τουρισμό. Από τα capital controls σε όλη τη χώρα, μέχρι ένα σεισμό ή πυρκαγιά σε μία περιοχή, επηρεάζεται η γενική εικόνα της χώρας με επιπτώσεις στον τουρισμό και δη στον συνεδριακό.

Ως προς την κατάρτιση του προσωπικού, αναφέρουν μεν ότι είναι καταρτισμένο για το επίπεδο του συνεδριακού τουρισμού στην Κρήτη, ότι λαμβάνουν μέρος σε σεμινάρια κατάρτισης αλλά και ότι απαιτείται εμπειρία στη πράξη από τη διεξαγωγή συνεδρίων πέραν της τυπικής κατάρτισης και ότι υπάρχουν εξειδικευμένες εταιρείες εκτός ξενοδοχείων. Εύκολα συμπεραίνουμε ότι μόνο στα ξενοδοχεία που διεξάγονται συνέδρια συστηματικά, μπορεί να υπάρχει έμπειρο καταρτισμένο προσωπικό.

Τέλος, όλοι εκπέμπουν μήνυμα αγωνίας προς τη πολιτεία για περαιτέρω ενέργειες της με σκοπό την ανάπτυξη του τουρισμού και του συνεδριακού ειδικότερα, γιατί ο τουρισμός είναι η βαριά βιομηχανία της χώρας μας με απεριόριστες δυνατότητες και δεν δηλώνουν ικανοποιημένοι ούτε από το ρόλο των HAPCO-SETE.

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

Παρά την αδιαμφισβήτητη πρόοδο που έχει συντελέσει στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού εσχάτως, εξακολουθεί να μην έχει την αναγνωρισιμότητα που θα έπρεπε να έχει η Ελλάδα και ειδικότερα η Κρήτη ως συνεδριακός προορισμός διεθνούς εμβέλειας. Το βάρος για την προσπάθεια αναδιοργάνωσης τού συνεδριακού τουρισμού πρέπει να επωμισθεί κυρίως το Υπουργείο Τουρισμού σε στενή συνεργασία με την HAPCO και τον ΣΕΤΕ σαν αρμοδίων φορέων.

Συνοπτικά θα πρέπει να προσεχθούν κυρίως τα εξής

1. Οι φορολογικοί συντελεστές και η φορολογική σταθερότητα στον τουριστικό τομέα.
2. Η γραφειοκρατία
3. Οι ποικίλες υποδομές του νησιού.
4. Η προβολή και διαφήμιση του συνεδριακού τουριστικού προϊόντος. Πρόσφατη επιτυχία στην προβολή του τουρισμού αποτελεί το ότι η Ελλάδα εκλέχθηκε για πρώτη φορά στο Εκτελεστικό Συμβούλιο του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNWTO για την περίοδο 2018-2021 όπου συμμετέχουν μόνο 33 χώρες.
5. Η επάρκεια των διαφόρων οργανωτών συνεδρίων.
6. Η στελέχωση των συνεδριακών εκδηλώσεων με κατάλληλα εκπαιδευμένο προσωπικό.
7. Η ύπαρξη επαρκών συνεδριακών χώρων.

8. Απαιτείται ένα συστηματικό νομικό πλαίσιο για τον τουρισμό και όχι ευκαιριακές νομοθετικές λύσεις. Ήδη γίνεται προσπάθεια κωδικοποίησης της τουριστικής νομοθεσίας και λειτουργεί πρόσφατα διαδικτυακή πύλη στο Υπουργείο Τουρισμού.

Πάντως οι προοπτικές του συνεδριακού τουρισμού στο εγγύς μέλλον είναι ικανοποιητικές, αν προσεχθούν τα όσα αναφέρθηκαν προηγουμένως και με απαραίτητη προϋπόθεση την ύπαρξη ενός σταθερού πολιτικού και οικονομικού περιβάλλοντος στη χώρα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΛΛΗΝΙΚΗ

1. Ηγουμενάκης.Ν.(1999).Συνεδριακός τουρισμός. Ηγουμενάκης Ν, Κραβαρίτης Κ και Λύτρας Π. Εισαγωγή στον τουρισμό. Αθήνα, Interbooks σελ.117.
2. Κουσσούνης.Σ.(2017α). Στα 3 δις ευρώ τα κόκκινα δάνεια του τουριστικού κλάδου. Καθημερινή. 28.4.2017.
3. Κουσσούνης.Σ.(2017β). Μεγάλη τουριστική υπεραξία ο δρόμος του μεταξιού. Καθημερινή 28.4.2017. σελ.18.
4. Κουσσούνης.Σ.(2017γ). Στον αέρα τουριστικές επενδύσεις λόγω έλλειψης χωροταξικού σχεδίου. Καθημερινή. 19.5.2017. σελ.20.
5. Κουσσούνης.Σ.(2017δ). Η Ελλάδα δεν μπόρεσε να προσελκύσει τα συνέδρια που έχασε η Τουρκία. Καθημερινή. 10.5.2017. σελ.21.
6. Μανιφάβα.Δ.(2017α).Μικρή βελτίωση της ανταγωνιστικότητας στον τουρισμό. Καθημερινή. 7.4.2017.σελ.18.
7. Μαστοράκου.Δ.(2009).Συνεδριακός Τουρισμός. Υφιστάμενη κατάσταση και προοπτικές ανάπτυξης στην Κρήτη. Πτυχιακή εργασία. Ανώτατο ΤΕΙ Κρήτης.
8. Μπέλλος Η. (2017). Εφικτός ο στόχος για 1,5 εκ. Κινέζους τουρίστες στην Ελλάδα. Καθημερινή. 25.4.2017. σελ.18.
9. Ντέρτσα.Ο.(2015). Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα. Διατριβή. Παν/μιο Θεσσαλίας.
10. ΣΕΤΕ(2016). Αποτελέσματα διαδικτυακής έρευνας αντίληψης Censuswide σχετικά με το προσφυγικό/μεταναστευτικό. Στατιστικά ΣΕΤΕ.
11. Σταυρέλου.Π.(2003).Ο Ελληνικός συνεδριακός τουρισμός και η συμβολή του στην

παραπέρα ανάπτυξη του τουρισμού της χώρας. Διατριβή. ΤΕΙ Πρέβεζας. Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης.

12. Τρύφωνα.Β.(2016). Συνεδριακός τουρισμός. Προοπτικές ανόδου την επόμενη τριετία. Καθημερινή 8.2.2016.

13. Χρυσός χορηγός στο <World Stadium Congress> η Space Hellas. Καθημερινή. 20.5.2017. σελ.22.

Ξενόγλωσση

1. Botsford George Willis (1926). Amphictiony. The Encyclopedia Britannica .Volume 1. 13th Edition. London. The Encyclopedia Britannica Company Ltd. pp.885-886.

2. Phillips Alison Walter(1926). Congress. The Encyclopedia Britannica. Vol.6. 13th Edition. London. The Encyclopedia Britannica Company Ltd. pp 937-938.

3. Rogers.T.(2013). Conferences and conventions. A global industry. Third edition. London and N.York. Routledge.

4. Rogers.T. and Davidson R (2016). Marketing destinations and venues for conferences, conventions and business events. Second edition. London and New York. Routledge.

Διαδικτυακή

1. Aksconference (2016). Η σημασία των ιατρικών συνεδρίων. www.aksconference.com/iatrika-synedria-aks/

2. Bundesministerium fur Wissenschaft,Forschung und Wirtschaft (2016). www.bmwf.w.gv.at/TourismusInOsterreich/Seiten/KongresstourismusIn%96sterreich.aspx

3. Cvent (2017). Τα κορυφαία ξενοδοχεία για συνέδρια στην Ευρώπη. www.synedrio.gr/cvent.

4. HAPCO. Σύνομη Παρουσίαση .www.hapco.gr

5. IAPCO (2016). Articles.www.iapco.org/publications/articles/

6. ICCA (2013) ICCA 50 Statistics. A modern history of international association meetings 1963-2012. www.iccaworld.org/newarchives/archivedetails.cfm?id=3823 PDF.

7. ICCA (2016) ICCA Statistics Report 2015. The International Association Meetings Market 2015. www.iccaworld.org/knowledge/benefit.cfm?benefitid=4036 PDF.

8. isc.com/conferences-and-masterclasses/conferences/sports-tourism/

9. Langford.G.(2017).Deloitte. Η αναπτυξη των τουριστικων επιχειρησεων το 2016. www.synedrio.gr/deloitte-η-αναπτυξη-των-τουριστικων-επιχειρησεων/
10. MICE-Contact (2017). Definitions of MICE. i mice-contact.com/definition-of-mice.html.
11. Meetings Report Switzerland 2016. Analysis of business meetings,2011-2015 (2016). www.myswitzerland.com
12. MIRA (2016). Meetings industry report Austria 2015. Austrian Convention Bureau. A.C.B.Wien.www.acb.at/CmsData/Contents/ACBCMSDB/Folders/MIRAPressReportEntries/~contents/E3K2CZ8COP7VRXRC/mira2015EN.pdf
13. MIRA (2016). Meeting industry report austria 2015. www.acb.at
14. PWC-Remaco (2016). Ελληνικός τουρισμός “.Προοπτικές και δυνατότητες. Συνέδριο ΣΕΤΕ “.Ελληνικός Τουρισμός. Νέα δεδομένα και μελλοντικές προκλήσεις. isete.gr/media/5916/papaioannou_parousiasi-stratigikis_sunedrio.pdf.
15. Rogers.T.(2014). Conference and events services. Events are Great Britain. www.tony-rogers.com
16. Ugurlu.T.(2010a). Tourism business :Chapter 1.History of Tourism and Travel Business in the world. www.tugberkuglu.com/tags/tourism.
17. Ugurlu.T.(2010b).Congress Tourism and effects on environment on congress tourism in Turkey. www.tygberkugurlu.com/archive/congresstourism-and-effects-of-enviroment-on-congress-tourism-in-turkey
18. UNWTO (2016). Why tourism? www2.unwto.org/content/why-tourism.
19. UNWTO technical manual (1995). Collection of tourism expenditure statistics. World Tourism Organization p.10. PDF
20. Vienna meetings industry report 2015 (2016). www.vienna.convention.at
21. visitgreece.Συνεδριακός τουρισμός. www.visitgreece.gr/el/meetings_and_incentives.
22. www.weforum.org/agenda/2017/10/these-are-the-cities-where-visitors-spend-the-most-cash
23. WTO (2014).AM Reports, Vol.7-Global Report on the Meetings Industry.UNWTO. Madrid.PDF.
24. Wikipedia (2017a)<https://en.wikipedia.org/wiki/Tourism> in Switzerland.
25. World Economic Forum. Annual meeting (2017a). 10 achievements from Davos 2017. www.weforum.org/agenda/2017/01/10-achievements-davos-2017/

26. World Economic Forum. Annual meeting (2017b). Davos leaders agree: share more wealth, or face the consequences. www.weforum.org/agenda/2017/01/davos-leaders-agree-we-should-share-more-of-the-worlds-wealth-or-face-the-populist-consequences/
27. Zielonka.G.(2017).<https://expo2017astana.com>
28. ΣΕΤΕ (2017).Δήλωση νέου προέδρου ΣΕΤΕ κ. Γιαννη.Α.Ρετσου. i sete.gr/el/kentro-tyrou/deltia-tyrou-anakoinoseis/news-repository/2017/dilosi-neou-proedrou-sete/
29. ΣΕΤΕ (2014). Τι υπηρεσίες προσφέρει ο ΣΕΤΕ. i SETE.gr
30. Το 4ο Posidonia Sea Tourism-Forum (2017). Ναυτικά Χρονικά. 10.5.2017. www.naftikachronica.gr/2017/05/10/to-4o-posidonia-sea-tourism-forum/

Παραρτήματα

Γραφήματα & Πίνακες

ΜΕΡΟΣ ΠΡΩΤΟ

Γράφημα 1. Αριθμός συνευρέσεων 1963-2012

1. Number of meetings

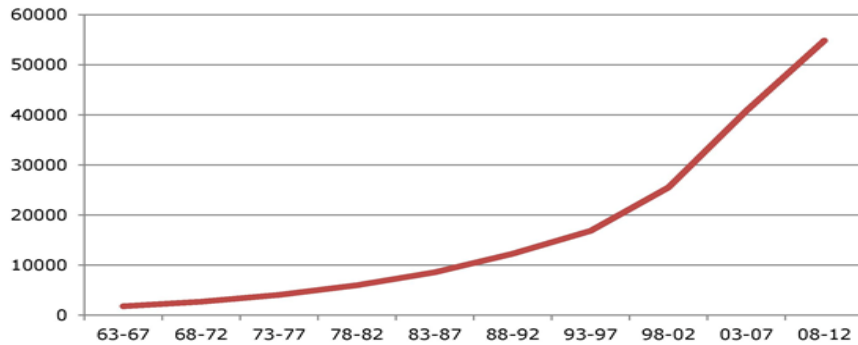


Figure 1: Number of meetings 1963-2012, 5-year aggregated data

Year	# Meetings
63-67	1,795
68-72	2,695
73-77	4,057
78-82	5,977
83-87	8,585
88-92	12,260
93-97	16,861
98-02	25,535
03-07	40,823
08-12	54,844
Total	173,432

Exponential growth

Figure 1, representing 5-year aggregated data of the last 50 years, shows that since 1963, the number of meetings in the ICCA Association Database has grown exponentially by approximately 10% each year, which means the number of meetings doubled each 10 years. The ICCA Association Database contains 173,432 meetings taking place between 1963 and 2012. 1,795 (1%) of these meetings took place in the period 1963-1967, 54,844 (31.6%) in the period 2008-2012.

Notably, this exponential growth pattern continues to show during the economic recession of the recent years.

Ο αριθμός των συνεδρίων στη βάση δεδομένων της ICCA αυξανόταν εκθετικά περίπου 10% ανά έτος ή διπλασιαζόταν ανά 10ετία από το 1963 - 2012. Σημειωτέων ότι η αύξηση αυτή εξακολουθεί να υφίσταται και κατά την διάρκεια της ύφεσης των τελευταίων ετών.

Γράφημα 2. Αριθμός μελών ICCA 1963-2012

2. Growth in ICCA members

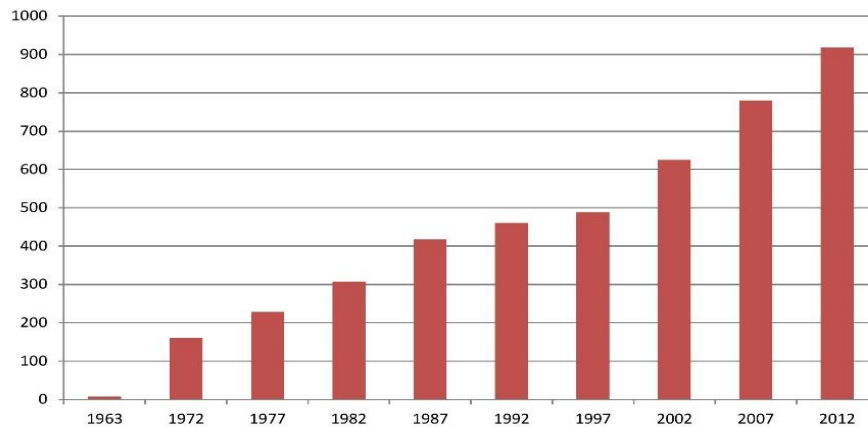


Figure 2: Number of ICCA members per 5-year period (single year data; not aggregated)

Year	# Members
1963	7
1972	160
1977	228
1982	307
1987	417
1992	460
1997	488
2002	625
2007	780
2012	917

The number of ICCA members has grown more gradually than the number of meetings in the ICCA Association Database in the last 50 years; the ratio # members vs. # meetings was approximately 1 : 3 in the 70s and more than 1 : 13 in 2012. This means there has been a growing potential for association meetings for ICCA members throughout the years, and there is no sign that the potential for suppliers in the association meeting market will not continue to increase in the coming decades.

Η αύξηση του αριθμού των μελών της ICCA αυξήθηκε λιγότερο από τον αριθμό των συνεδρίων στη βάση δεδομένων της ICCA σε 50 χρόνια. Έτσι τα μέλη της ICCA θα έχουν αυξημένο δυναμικό στο μέλλον για διενέργεια συνεδρίων.

Γράφημα 3. Συνευρέσεις ανά γεωγραφική περιοχή

3. Number of meetings per region

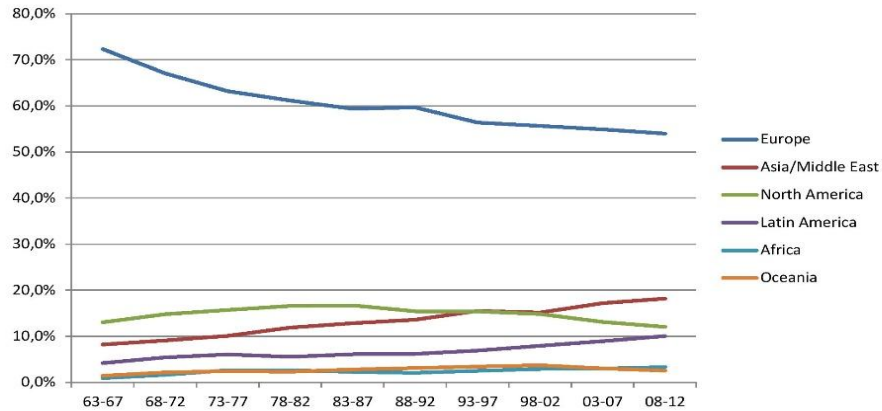


Figure 3: Market share per region by number of meetings

Continent	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
Europe	72.3%	67.1%	63.2%	61.2%	59.4%	59.7%	56.4%	55.6%	54.9%	54.0%
Asia/Middle East	8.2%	9.1%	10.1%	11.9%	12.8%	13.6%	15.5%	15.1%	17.2%	18.2%
North America	13.0%	14.8%	15.7%	16.5%	16.7%	15.4%	15.4%	14.8%	13.1%	12.0%
Latin America	4.2%	5.4%	6.0%	5.5%	6.1%	6.2%	6.9%	7.9%	8.9%	10.0%
Africa	0.9%	1.6%	2.6%	2.6%	2.2%	2.1%	2.5%	2.9%	3.0%	3.3%
Oceania	1.4%	2.1%	2.4%	2.3%	2.8%	3.1%	3.4%	3.7%	3.0%	2.5%
Totals	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Download an Excel file with a list of countries per region.

In the last 50 years, Europe consistently attracted the highest number of meetings per region. However, Europe's market share has shrunk from 72.3% in 1963-1967 to 54.0% in 2008-2012. Asia/Middle East has seen a rise in relative popularity over the past decade, almost being a counter mirror for Europe; The market share of meetings in Asia/Middle East has grown from 8.2% in 1963-1967 to 18.2% in the last half decade. Latin America's market share has grown from 4.2 to 10.0% in the same period. Despite ups and downs North America is still the third most popular region. Africa's and Oceania's market share are both fluctuating, but Africa's market share shows growth in the last 25 years.

These changes mirror the changes to the mix of ICCA's membership, where the percentage of European members is slowly declining whilst Asia represents 20% of the total.

Η Ευρώπη αν και με σημαντικές απώλειες καταλαμβάνει την πρώτη θέση, ενώ ο ρόλος της Ασίας αυξάνεται σταδιακά κατά τα πενήντα αυτά χρόνια.

ΠΙΝΑΚΑΣ 4. Απόλυτος αριθμός συνευρέσεων ανά χώρα

The Association Meetings Market 1963-2012

15

4. Number of meetings per country (absolute)

Rank	Country	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	U.S.A.	173	278	422	663	984	1,320	1,784	2,560	3,519	4,277
2	Germany	146	220	318	485	693	816	959	1,478	2,299	3,091
3	Spain	51	79	125	165	283	501	635	1,080	1,820	2,523
4	United Kingdom	169	238	342	509	596	798	1,028	1,430	1,958	2,381
5	France	153	209	307	388	531	833	971	1,333	1,897	2,338
6	Italy	108	132	178	252	437	588	771	1,227	1,814	2,199
7	China-P.R.	-	-	1	5	52	146	232	440	1,159	1,685
8	Japan	61	82	130	197	309	528	710	932	1,297	1,591
9	Brazil	14	15	60	85	135	203	267	530	972	1,534
10	Netherlands	92	122	169	244	336	540	651	843	1,159	1,489
11	Canada	32	63	145	218	354	439	571	815	1,100	1,405
12	Austria	79	68	126	159	209	317	404	505	1,015	1,305
13	Switzerland	76	108	154	216	270	341	366	558	944	1,245
14	Australia	19	45	72	98	176	304	488	791	995	1,140
15	Portugal	12	22	18	50	99	169	271	457	817	1,117
16	Rep. of Korea	4	10	18	35	66	122	219	410	762	1,103
17	Sweden	68	75	108	157	259	367	411	658	834	1,102
18	Belgium	52	77	100	176	229	278	373	478	708	1,004
19	Argentina	14	33	42	47	92	132	182	309	532	938
20	Mexico	28	56	66	102	86	120	227	386	703	873
	Other	444	763	1,156	1,726	2,389	3,398	5,341	8,315	14,519	20,504
	Totals	1,795	2,695	4,057	5,977	8,585	12,260	16,861	25,535	40,823	54,844

A Modern History of International Association Meetings

ΠΙΝΑΚΑΣ 5. Σχετικός αριθμός συνευρέσεων ανά χώρα

4. Number of meetings per country (relative)

Rank	Country	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	U.S.A.	9.6%	10.3%	10.4%	11.1%	11.5%	10.8%	10.6%	10.0%	8.6%	7.8%
2	Germany	8.1%	8.2%	7.8%	8.1%	8.1%	6.7%	5.7%	5.8%	5.6%	5.6%
3	Spain	2.8%	2.9%	3.1%	2.8%	3.3%	4.1%	3.8%	4.2%	4.5%	4.6%
4	United Kingdom	9.4%	8.8%	8.4%	8.5%	6.9%	6.5%	6.1%	5.6%	4.8%	4.3%
5	France	8.5%	7.8%	7.6%	6.5%	6.2%	6.8%	5.8%	5.2%	4.6%	4.3%
6	Italy	6.0%	4.9%	4.4%	4.2%	5.1%	4.8%	4.6%	4.8%	4.4%	4.0%
7	China-P.R.	-	-	-	0.1%	0.6%	1.2%	1.4%	1.7%	2.8%	3.1%
8	Japan	3.4%	3.0%	3.2%	3.3%	3.6%	4.3%	4.2%	3.6%	3.2%	2.9%
9	Brazil	0.8%	0.6%	1.5%	1.4%	1.6%	1.7%	1.6%	2.1%	2.4%	2.8%
10	Netherlands	5.1%	4.5%	4.2%	4.1%	3.9%	4.4%	3.9%	3.3%	2.8%	2.7%
11	Canada	1.8%	2.3%	3.6%	3.6%	4.1%	3.6%	3.4%	3.2%	2.7%	2.6%
12	Austria	4.4%	2.5%	3.1%	2.7%	2.4%	2.6%	2.4%	2.0%	2.5%	2.4%
13	Switzerland	4.2%	4.0%	3.8%	3.6%	3.1%	2.8%	2.2%	2.2%	2.3%	2.3%
14	Australia	1.1%	1.7%	1.8%	1.6%	2.1%	2.5%	2.9%	3.1%	2.4%	2.1%
15	Portugal	0.7%	0.8%	0.4%	0.8%	1.2%	1.4%	1.6%	1.8%	2.0%	2.0%
16	Rep. of Korea	0.2%	0.4%	0.4%	0.6%	0.8%	1.0%	1.3%	1.6%	1.9%	2.0%
17	Sweden	3.8%	2.8%	2.7%	2.6%	3.0%	3.0%	2.4%	2.6%	2.0%	2.0%
18	Belgium	2.9%	2.9%	2.5%	2.9%	2.7%	2.3%	2.2%	1.9%	1.7%	1.8%
19	Argentina	0.8%	1.2%	1.0%	0.8%	1.1%	1.1%	1.1%	1.2%	1.3%	1.7%
20	Mexico	1.6%	2.1%	1.6%	1.7%	1.0%	1.0%	1.3%	1.5%	1.7%	1.6%
	Other	24.7%	28.3%	28.5%	28.9%	27.8%	27.7%	31.7%	32.6%	35.6%	37.4%
	Totals	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

As we can see with hindsight in this snapshot of all data available in August 2013, the U.S.A. has been the world's most popular international association meeting destination in the last 50 years. Germany has been the number two over the past 15 years. Besides the U.S.A. and Germany there are a few countries that always held places in the top 10 over the past 50 years: France, Italy and the United Kingdom (in alphabetical order). Remarkable risers in the top 10 are China-P.R., Brazil and Spain.

Οι ΗΠΑ είναι ο δημοφιλέστερος προορισμός συνεδρίων και ακολουθεί η Γερμανία. Σημαντικές αυξήσεις παρουσιάζουν οι διοργανώσεις σε Κίνα, Βραζιλία και Ισπανία.

ΠΙΝΑΚΑΣ 6. Αριθμός συνευρέσεων ανά πόλη

5. Number of meetings per city

Rank	City	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	Paris	91	99	133	158	191	300	333	445	709	897
2	Vienna	65	48	81	105	129	210	258	331	695	875
3	Barcelona	12	24	22	35	68	140	210	335	584	822
4	Berlin	23	24	44	71	105	160	202	313	596	772
5	Singapore	3	11	24	51	97	128	170	264	550	721
6	London	93	118	128	167	183	187	196	328	482	666
7	Amsterdam	32	50	79	91	113	187	229	297	442	612
8	Madrid	28	35	59	73	119	156	150	249	378	611
9	Istanbul	8	18	12	12	18	44	106	133	320	601
10	Beijing	-	-	-	3	38	95	154	209	478	598
11	Lisbon	10	11	14	30	59	100	158	246	433	569
12	Copenhagen	45	34	69	85	114	144	251	318	408	568
13	Prague	34	31	28	25	32	92	165	259	483	561
14	Seoul	4	10	17	33	61	110	166	264	441	548
15	Brussels	30	50	61	87	133	143	146	214	332	537
16	Stockholm	47	43	55	87	118	169	197	302	351	532
17	Budapest	17	36	29	62	103	166	244	264	445	526
18	Buenos Aires	4	24	33	35	70	94	115	195	342	524
19	Rome	44	43	38	56	88	106	148	232	367	509
20	Hong Kong	2	11	11	31	47	95	173	238	384	456
	Other	1,206	1,976	3,127	4,684	6,712	9,456	13,119	20,162	31,790	42,590
	Totals	1,798	2,696	4,064	5,981	8,598	12,282	16,890	25,598	41,010	55,095

Please note that the totals of the city ranking are higher than the totals of the country ranking, due to different calculation methods: If a meeting takes place in more than one city, it is only counted once per country in the country ranking, while in the city ranking it is counted separately for all cities involved.

In our annual country rankings Vienna has been the number one ever since 2005. But in this aggregated snapshot we can see with hindsight that Paris actually hosted more meetings in the last 30 years. A logical explanation for this is that a lot of additional meetings in Paris are identified 2, 3, or 4 years after they have taken place, while most of the meetings in Vienna are already known to us immediately in the year after they have taken place. This underlines the importance for ICCA members to supply ICCA with their meetings information, because otherwise they could miss a big marketing and PR opportunity provided by the annual publication of the ICCA rankings.

Not surprisingly, looking at the regional trends, big risers are Asian cities like Singapore, Beijing and Seoul. Other remarkable risers in the top 10 are Barcelona, Berlin and Istanbul.

Το σύνολο των διοργανώσεων αθροιστικά στις πόλεις μπορεί να είναι μεγαλύτερο αυτών στις χώρες. Αυτό εξηγείται από το γεγονός ότι ένα συνέδριο μπορεί να λαμβάνει χώρα σε περισσότερες πόλεις, οπότε μετρείται μία φορά για τη χώρα, αλλά πολλές φορές για τις πόλεις που συμμετέχουν. Οι ασιατικές πόλεις όπως η Σιγκαπούρη, το Πεκίνο και η Σεούλ αυξάνουν περισσότερο τον αριθμό των διοργανώσεων, ενώ λιγότερο από τις υπόλοιπες η Βαρκελώνη, το Βερολίνο και η Κωνσταντινούπολη.

Γράφημα 7. Συνολικός αριθμός συνεδρίων

8. Estimated total number of participants

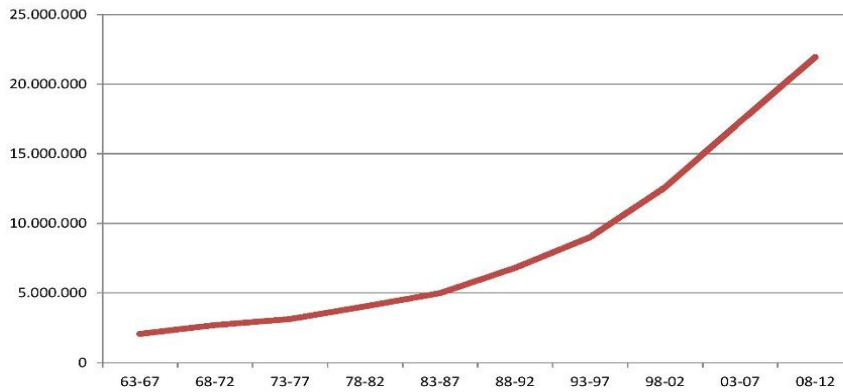


Figure 5: Estimated total number of participants

Year	# Participants
63-67	2,069,060
68-72	2,707,543
73-77	3,141,762
78-82	4,048,112
83-87	4,997,936
88-92	6,816,187
93-97	9,018,874
98-02	12,596,377
03-07	17,325,864
08-12	21,962,221

Due to the numbers of meetings growing exponentially in the past half century, we can also see a trend in growing total numbers of participants, despite the average meeting size getting smaller: The estimated total number of participants of all meetings has grown from just over 2 million in the period 1963-1968 to almost 22 million in 2008-2012.

Λόγω του ότι ο αριθμός των συνεδρίων αυξάνεται εκθετικά, παρατηρείται αύξηση του συνολικού αριθμού συμμετεχόντων, παρότι ο μέσος όρος του μεγέθους των συνεδρίων μικραίνει.

ΠΙΝΑΚΑΣ 8. Αριθμός συνεδρίων ανά χώρα προέλευσης

10. Estimated total number of participants per country

Rank	Country	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	U.S.A.	338,172	455,008	540,745	649,590	888,368	1,029,241	1,100,921	1,536,800	1,605,178	1,848,110
2	Germany	147,869	165,096	197,307	292,524	390,381	403,091	510,703	751,322	998,438	1,315,551
3	Spain	61,540	75,646	82,778	103,133	139,599	285,962	358,641	626,936	899,161	1,105,736
4	France	141,603	157,587	195,062	243,012	265,490	447,400	525,922	689,849	874,358	964,531
5	Italy	105,195	112,844	135,165	175,954	231,493	299,539	376,459	612,524	769,424	933,209
6	U.K.	128,114	205,158	206,123	249,496	303,898	345,990	518,709	604,846	662,162	814,830
7	Canada	80,752	85,317	155,824	231,474	260,873	307,020	432,272	446,895	545,825	715,483
8	Brazil	20,793	16,220	41,216	94,510	88,277	161,276	188,560	314,989	536,322	672,461
9	Austria	76,003	65,579	83,211	116,435	121,632	161,931	225,691	288,164	528,678	661,813
10	China-P.R.	-	-	214	1,304	20,495	65,644	107,182	202,357	460,332	627,239
11	Japan	108,151	112,100	126,173	220,252	205,388	363,871	410,725	497,279	673,766	625,740
12	Netherlands	76,910	94,630	109,677	110,842	176,286	292,539	328,487	436,053	406,772	619,291
13	Rep. of Korea	16,316	19,342	11,130	38,132	60,431	123,839	178,587	231,394	368,410	565,947
14	Sweden	95,391	46,354	64,682	89,180	107,297	185,502	205,684	312,084	346,372	528,492
15	Australia	31,375	63,910	62,903	64,311	124,860	200,974	291,290	417,747	440,555	521,065
16	Argentina	26,206	45,518	45,129	36,683	66,818	85,200	121,161	208,048	269,121	444,297
17	Switzerland	46,979	90,118	104,917	106,856	139,018	146,145	194,596	277,086	354,359	430,710
18	Turkey	4,167	12,142	13,604	9,149	13,981	28,179	96,563	115,599	253,687	423,885
19	Mexico	36,200	111,941	84,992	91,145	49,937	85,500	152,282	211,958	382,490	405,943
20	Portugal	9,475	16,628	8,393	27,674	47,510	71,939	120,679	192,735	331,145	391,748
	Other	1,617,890	2,094,860	2,510,162	3,253,888	4,006,410	5,232,499	6,918,820	9,696,394	13,499,187	17,005,103
	Totals	2,069,060	2,707,543	3,141,762	4,048,112	4,997,936	6,816,187	9,018,874	12,596,377	17,325,864	21,962,224

The estimated total number of participants to international meetings per country is calculated by multiplying the total number of meetings in a specific country with the average number of participants per meeting in the same country. This formula enables meetings where no accurate figures are known to be included in the estimated total.

With the numbers of meetings going up we can see a trend in growing total numbers of participants, despite the average meeting size getting smaller. Over the last 50 years the U.S.A. has claimed a steady pole position which is consistent with their ranking by numbers of meetings organised. The U.S.A. has hosted an estimated total number of participants of 1.848.110 in the 5-year period 2008-2012. Germany and Spain were respectively second and third in this same period, both attracting more than 1 million international association meeting delegates. Remarkable risers in this top 20 ranking are: Brazil, China-P.R., Republic of Korea, Turkey and Portugal.

Ο συνολικός αριθμός των συμμετεχόντων ανά χώρα υπολογίζεται πολλαπλασιάζοντας τον συνολικό αριθμό των συνεδρίων επί τον μέσο αριθμό συμμετεχόντων ανά συνέδριο.

11. Estimated total number of participants per city

Rank	City	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
1	Barcelona	16,384	20,521	13,775	21,815	32,662	87,754	133,883	280,458	360,417	519,159
2	Vienna	65,638	49,669	59,963	92,424	95,100	129,080	170,460	227,984	424,864	516,581
3	Berlin	13,089	28,389	29,002	50,822	79,254	106,492	175,320	243,849	328,891	470,076
4	Paris	78,607	67,235	96,098	141,912	115,555	189,717	216,540	272,430	473,649	448,881
5	Amsterdam	38,180	49,010	57,027	53,554	89,988	154,300	165,056	239,368	219,880	396,072
6	Istanbul	4,167	9,702	10,233	7,928	13,481	19,731	75,642	84,644	201,511	357,476
7	Singapore	2,289	21,845	13,485	33,258	60,170	85,860	88,188	143,547	257,922	331,588
8	Stockholm	81,274	27,348	41,803	55,308	64,923	108,929	129,255	190,140	175,151	324,100
9	London	78,254	107,656	108,297	94,032	108,959	90,589	119,820	147,402	196,834	292,477
10	Buenos Aires	14,381	31,345	41,524	33,043	53,256	65,307	84,597	163,064	198,017	290,188
11	Copenhagen	51,830	29,001	46,524	38,472	46,332	60,148	122,698	130,549	228,188	288,965
12	Seoul	16,316	19,342	10,730	35,232	54,174	117,423	151,613	168,073	235,196	287,070
13	Beijing	-	-	-	607	16,910	48,477	85,174	112,112	229,514	275,591
14	Bangkok	14,681	10,399	25,502	26,600	48,753	40,845	72,813	91,061	206,066	249,979
15	Lisbon	8,759	7,367	7,818	20,542	33,492	49,264	79,510	128,918	208,110	245,965
16	Prague	73,457	46,438	20,478	15,731	14,471	48,055	85,512	133,722	259,445	243,762
17	Rome	45,236	32,539	28,266	49,448	57,810	65,703	79,682	135,797	175,274	238,450
18	Hong Kong	12,396	7,101	21,222	26,022	22,549	72,403	133,219	110,625	162,073	236,775
19	Milan	3,038	12,895	13,369	14,991	34,769	34,437	56,518	58,822	94,650	230,992
20	Madrid	42,708	47,822	44,753	56,164	66,551	104,102	113,487	153,455	230,705	214,736
	Other	1,800,639	2,494,639	2,923,100	3,764,303	4,602,125	6,175,330	8,038,648	11,373,243	15,296,643	19,449,936
	Totals	2,069,060	2,707,543	3,141,762	4,048,112	4,997,936	6,816,187	9,018,874	12,596,377	17,325,864	21,962,221

Please note that the formula to create this ranking is different than the one used to calculate the estimated total number of participants per region and country. This ranking is calculated by taking the sum of all the participant numbers per city stored in ICCA Association Database, making it a low estimate, since meetings without stored participants numbers are left out of the calculation.

13. Subjects

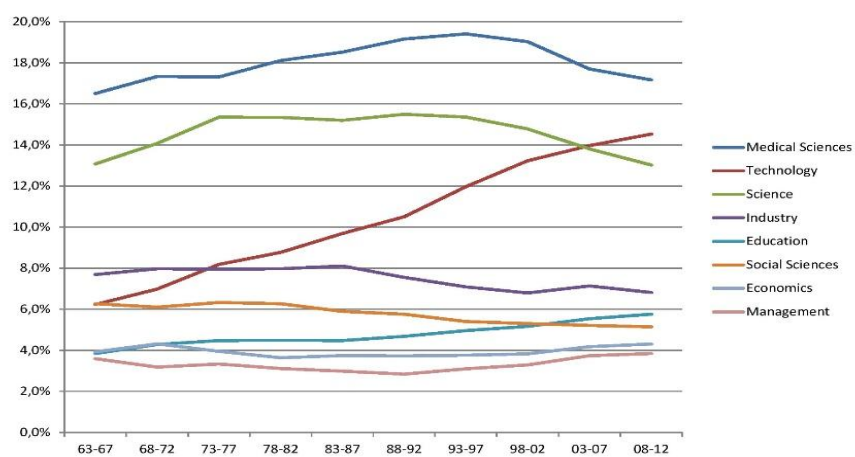


Figure 8: Subject matters by relative number of meetings

Σαφές προβάδισμα για τα ιατρικά συνέδρια και αυτά της τεχνολογίας.

Γράφημα 11. Αριθμός συνευρέσεων ανά μείζονες γεωγραφικές περιοχές

12. Rotation areas

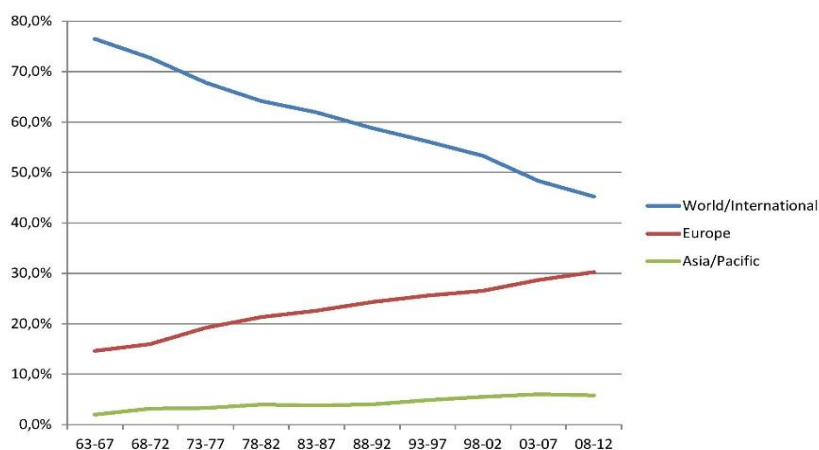


Figure 7: Top 3 rotation areas by relative number of meetings

Rotation Area	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
World/International	76.5%	72.7%	67.8%	64.2%	61.9%	58.8%	56.2%	53.3%	48.3%	45.2%
Europe	14.7%	16.0%	19.2%	21.3%	22.6%	24.3%	25.6%	26.5%	28.7%	30.3%
Asia/Pacific	2.0%	3.2%	3.3%	4.0%	3.8%	4.0%	4.9%	5.5%	6.0%	5.8%
Latin America	0.8%	0.9%	1.2%	1.5%	1.8%	1.9%	2.6%	3.0%	3.5%	4.0%
Asia	0.7%	0.9%	1.1%	1.4%	1.6%	1.7%	2.0%	2.1%	2.8%	3.3%
Europe/North America	1.6%	1.4%	2.2%	2.3%	2.5%	2.6%	2.6%	2.6%	2.9%	3.2%
Interamerican	2.1%	2.4%	2.4%	2.0%	2.0%	1.9%	1.8%	2.1%	2.4%	2.5%
Ibero-America	0.3%	0.7%	0.6%	0.8%	0.9%	1.1%	1.3%	1.8%	1.9%	2.1%
Nordic Countries	1.1%	1.2%	1.4%	1.7%	1.9%	2.5%	2.2%	2.1%	2.0%	1.9%
Africa/Middle East	0.3%	0.6%	0.8%	0.9%	1.0%	1.1%	0.9%	0.9%	1.3%	1.7%
Totals	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

Only international association meetings of which the rotation areas are known by ICCA are included in these figures.

There is a clear trend towards regional meetings. The proportion of meetings that rotate worldwide has been decreasing over the past 50 years from 76,5% in the first 5 years to 45,2% in the last, losing ground to regional rotation areas, of which Europe is the biggest. World/International is still the biggest rotation area, followed by meetings rotating in Europe and meetings rotating in Asia/Pacific. Next to Europe, most remarkable risers are Latin America, Asia, Ibero-America and Africa/Middle East. Given the fact that the relative number of meetings in Europe is decreasing (see: 3. Number of meetings per region), we can conclude that meetings rotating worldwide, are taking place more often outside of Europe.

15. Average length

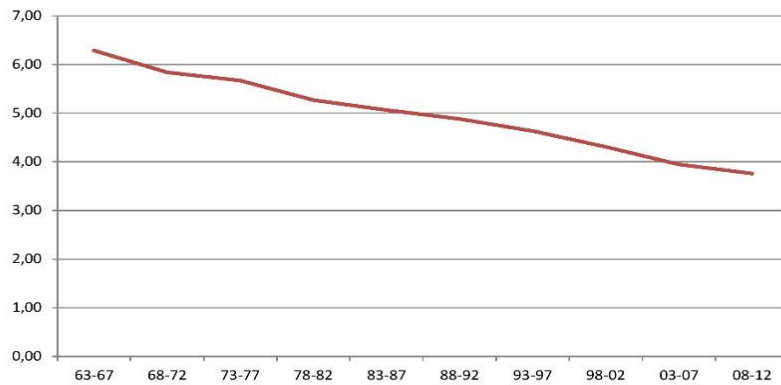


Figure 10: Average length of meetings

Year	Average length (in days)
63-67	6,3
68-72	5,8
73-77	5,7
78-82	5,3
83-87	5,1
88-92	4,9
93-97	4,6
98-02	4,3
03-07	3,9
08-12	3,8

Only meetings of which the exact dates (and thus duration) are stored in the Association Database are included in these figures.

There is a clear trend that international association meetings are of shorter duration. The average length per meeting has gradually dropped from 6,3 days in the period 1963-1967 to 3,8 days in 2008-2012.

Υπάρχει καθαρή τάση σμίκρυνσης της διάρκειας των συνεδρίων.

ΠΙΝΑΚΑΣ 13. Συχνότητα επανάληψης συνευρέσεων

16. Frequency

Frequency	63-67	68-72	73-77	78-82	83-87	88-92	93-97	98-02	03-07	08-12
Annual	34.1%	34.2%	37.2%	39.5%	41.7%	42.5%	43.6%	45.5%	51.3%	57.6%
Biennial	27.6%	27.3%	28.7%	29.3%	29.4%	30.2%	29.9%	29.3%	25.4%	22.0%
Triennial	16.8%	16.2%	14.5%	12.9%	11.8%	10.3%	9.4%	7.9%	6.1%	4.7%
4 Years	12.0%	11.6%	8.8%	7.7%	6.2%	5.8%	4.7%	3.9%	2.5%	2.0%
5 Years	2.2%	1.7%	1.3%	0.9%	0.7%	0.6%	0.5%	0.4%	0.3%	0.2%
1-2 Years	2.0%	2.1%	2.4%	2.7%	2.3%	2.4%	2.8%	3.2%	3.9%	3.4%
2-3 Years	1.0%	1.6%	1.9%	2.1%	2.4%	2.6%	3.0%	2.9%	2.8%	2.1%
3-4 Years	1.6%	2.1%	1.7%	1.8%	1.7%	1.7%	1.7%	1.5%	1.2%	0.8%
4-5 Years	0.5%	0.7%	0.5%	0.4%	0.5%	0.5%	0.4%	0.4%	0.3%	0.2%
Every 6 or more years	0.6%	0.6%	0.3%	0.4%	0.3%	0.2%	0.3%	0.1%	0.1%	0.1%
1 Or 2 Per Year	0.3%	0.3%	0.2%	0.2%	0.2%	0.2%	0.3%	0.5%	0.8%	1.0%
Biannual	0.3%	0.4%	0.6%	0.7%	0.9%	0.9%	1.2%	1.9%	2.8%	3.1%
More than twice a year	0.0%	0.0%	0.1%	0.0%	0.1%	0.2%	0.3%	0.6%	1.2%	1.7%
Irregular	0.9%	1.4%	1.7%	1.5%	1.8%	1.8%	1.8%	1.7%	1.4%	1.1%
Totals	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

All meetings of which the frequency is stored in the Association Database are included in the above figures.

The relative number of annual meetings has drastically increased over the past 50 years, from 34,1% in the first 5 years to 57,6% in the last 5 years. Generally speaking, we can say that the relative number of meetings taking place less than once every 2 or more years are decreasing.

Ο σχετικός αριθμός των ετήσιων συνεδρίων αυξάνεται σημαντικά.

Πίνακας 14. Αριθμός διοργανωθέντων συνεδρίων ανά χώρα 2003-2012

32

The Association Meetings Market 2003-2012

18. Number of meetings per country 2003-2012

Rank	Country	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	U.S.A.	625	672	728	726	768	814	875	878	877	833
2	Germany	363	423	454	486	573	544	615	657	626	649
3	Spain	312	397	361	347	403	468	448	561	496	550
4	United Kingdom	336	338	420	441	423	461	437	519	487	477
5	France	305	392	375	419	406	495	441	457	476	469
6	Italy	329	367	340	369	409	440	480	461	428	390
7	Brazil	137	181	201	226	227	271	310	288	305	360
8	Japan	210	233	262	277	315	337	320	349	244	341
9	Netherlands	194	239	239	240	247	283	307	262	322	315
10	China-P.R.	89	236	239	289	306	323	340	368	343	311
11	Austria	152	168	199	243	253	236	267	238	286	278
12	Canada	173	221	217	226	263	320	261	283	268	273
13	Australia	175	188	193	214	225	209	207	262	209	253
14	Switzerland	171	170	204	195	204	228	242	275	259	241
15	Sweden	147	161	165	187	174	200	235	226	208	233
16	Republic of Korea	100	164	147	185	166	226	215	210	223	229
17	Portugal	136	153	152	164	212	211	215	220	258	213
18	Argentina	59	101	107	117	148	160	168	212	196	202
19	Belgium	103	128	152	156	169	189	184	236	201	194
20	Denmark	103	115	119	136	138	151	177	166	149	185
21	Turkey	65	83	97	110	130	138	158	199	181	179
22	Finland	122	129	115	145	145	164	151	173	175	174
23	Mexico	128	148	127	147	153	178	157	185	190	163
24	Norway	97	98	95	97	115	128	148	143	144	161
25	India	56	68	83	109	130	127	125	128	125	150
	Poland	66	103	125	122	129	148	145	127	193	150
	Singapore	72	99	112	129	138	137	121	159	154	150
	Thailand	88	110	101	111	126	119	126	99	104	150
29	Colombia	25	27	55	62	72	76	103	112	129	138
30	Ireland	76	80	90	70	108	110	82	93	113	134
31	Czech Republic	112	105	110	123	126	138	136	139	132	131
32	Hungary	78	112	115	126	129	133	126	137	140	124
33	Chinese Taipei	46	71	72	76	113	103	124	153	138	117
34	Greece	95	113	130	168	172	169	145	152	141	114
35	Malaysia	61	80	62	98	112	119	121	136	132	109
36	Chile	58	71	84	77	91	90	91	114	94	101
37	South Africa	72	86	83	95	89	111	114	94	96	97
38	Hong Kong, China-P.R.	36	92	87	81	88	79	85	99	97	96
39	Russia	42	43	50	60	65	65	68	63	75	94
40	Croatia	30	34	38	36	61	62	51	61	76	74
41	Indonesia	24	25	41	53	57	65	51	86	69	73
42	United Arab Emirates	11	20	24	26	39	42	47	60	58	63
43	Estonia	22	29	30	33	37	45	51	48	63	58
44	Uruguay	28	22	49	41	52	53	51	52	50	56
45	Romania	18	24	23	33	41	57	50	43	60	54
46	Serbia	4	16	12	12	19	22	37	48	58	52

Πίνακας 15. Αριθμός διοργανωθέντων συνεδρίων ανά πόλη 2003-2012

19. Number of meetings per city 2003-2012

Rank	City	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
1	Vienna	96	115	141	159	184	147	171	174	188	195
2	Paris	103	142	133	175	156	179	159	181	196	181
3	Berlin	100	119	108	122	147	130	145	173	152	172
4	Madrid	64	73	69	74	98	93	90	131	133	164
5	Barcelona	88	133	134	105	124	165	161	181	161	154
6	London	73	84	108	106	111	115	115	152	134	150
	Singapore	72	99	112	129	138	137	121	159	154	150
8	Copenhagen	61	83	85	87	92	103	118	108	102	137
9	Istanbul	48	52	59	80	81	96	108	139	130	128
10	Amsterdam	63	83	101	91	104	116	131	116	127	122
11	Prague	95	84	91	107	106	114	112	115	108	112
12	Stockholm	55	73	75	76	72	102	123	100	97	110
13	Beijing	32	117	104	107	118	100	138	128	123	109
14	Brussels	44	59	71	75	83	97	107	121	105	107
15	Lisbon	75	83	85	84	106	110	119	113	121	106
16	Bangkok	62	76	68	82	98	88	90	57	69	105
17	Helsinki	62	56	48	57	55	81	72	77	78	100
	Seoul	56	102	86	107	90	124	113	105	106	100
19	Buenos Aires	31	69	63	82	97	99	100	125	101	99
20	Budapest	62	91	94	98	100	112	99	98	119	98
	Rome	69	74	73	68	83	94	102	105	110	98
22	Dublin	57	57	65	50	85	75	52	68	82	97
23	Hong Kong	36	92	87	81	88	79	85	99	97	96
24	Sydney, NSW	51	47	60	60	71	74	66	104	59	86
25	Rio de Janeiro	34	41	43	51	47	54	65	71	71	83
26	Taipei	32	52	55	47	81	67	85	109	86	80
27	Munich	27	36	58	36	55	54	63	77	57	78
28	Sao Paulo	15	37	35	50	54	61	76	72	57	77
29	Oslo	39	48	34	41	51	42	67	56	65	74
30	Zurich	28	21	34	37	46	43	62	64	67	70
31	Kuala Lumpur	36	50	48	68	83	88	89	88	80	69
	Tokyo	37	52	76	60	83	100	71	78	50	69
33	Edinburgh	43	38	55	47	41	58	49	68	54	67
	Montreal, QC	40	45	51	45	65	67	59	62	56	67
35	Shanghai	19	53	57	58	62	74	62	101	78	64
36	Kyoto	29	30	26	38	39	38	42	47	34	61
	Santiago de Chile	39	47	54	47	55	61	55	69	58	61
38	Toronto, ON	23	42	36	37	43	50	46	51	53	60
39	Melbourne, VIC	44	40	54	55	44	45	38	56	62	54
40	Athens	37	52	58	83	83	87	77	82	61	52
	Mexico City	37	37	35	48	36	48	48	54	56	52
42	Bogota	5	8	17	22	26	32	37	43	50	50
43	Geneva	42	48	65	51	50	55	49	67	71	49
	Valencia	22	27	23	23	32	43	38	65	41	49
	Vancouver, BC	25	46	42	61	52	63	56	66	55	49

ΟΝΟΜΑ	ΚΑΤΑΤΑΞΗ	ΜΕΤΑΒΟΛΗ ΑΠΟ ΠΡΟΗΓΟΥΜΕΝΟ ΧΡΟΝΟ	ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ	ΚΑΙΝΕΣ	ΣΥΝΟΛΙΚΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ (m2)
Hilton Diagonal Mar Barcelona	1	↑ 2	36	433	3700
Hilton Prague	2	→ 0	60	791	4500
Hotel Arts Barcelona	3	↓ -2	28	483	5500
Melia Castilla Hotel & Convention Center Madrid	4	↑ 22	33	915	7000
W Barcelona	5	↑ 3	19	473	3500
Hilton London Metropole	6	↓ -1	74	1059	4000
Movenpick Hotel Amsterdam City Centre	7	↑ 11	25	408	5000
Sheraton Frankfurt Airport Hotel & Conference Center		↓ -2	60	1008	5500

Hilton Vienna	9	↑ 13	33	579	>10,000
Rome Marriott Park Hotel	10	↑ 3	40	601	>10,000
InterContinental Vienna	11	↓ -4	16	459	1600
Park Plaza Westminster Bridge London	12	↓ -2	31	1019	3000
Madrid Marriott Auditorium Hotel & Conference Center	13	New to the list	82	869	>10,000
Hilton Amsterdam	14	↑ 14	38	271	1400
Sheraton Roma Hotel & Conference Center	15	↓ -4	30	635	2500
NH Collection Grand Hotel Krasnapolsky	16	New to the list	17	451	3000
Double Tree by Hilton Amsterdam Centraal Station	17	↓ -8	40	557	6500 ↕
Hilton Barcelona	18	↑ 6	35	290	1800
Hilton Berlin	19	↑ 14	19	601	2500
Grosvenor House, A JW Marriott Hotel	20	↓ -8	31	496	4000
Paris Marriott Rive Gauche Hotel & Conference Center	21	↓ -17	55	757	5000
Corinthia Hotel Lisbon	22	New to the list	18	518	3000
Corinthia Hotel Budapest	23	New to the list	28	439	2500
Renaissance Barcelona Fira Hotel	24	↑ 6	20	357	4000
Hilton Prague Old	25	↓ -4	20	303	1000



Town					
Intercontinental Athenaeum Athens	26	New to the list	40	543	9000
Fairmont Rey Juan Carlos I, Barcelona	27	New to the list	62	432	9000
InterContinental Berlin	28	↓ -3	45	558	6000
Andel's Vienna House, Berlin	29	New to the list	22	557	4000
InterContinental London – The O2	30	New to the list	20	453	4500
InterContinental Prague	31	↓ -17	14	372	900
Amsterdam Marriott Hotel	32	↓ -15	12	396	800
Maritim Hotel Berlin	33	New to the list	48	505	6500
The Westin Palace, Madrid	34	↑ 7	20	467	2500
NH Collection Madrid Eurobuilding	35	Net to the list	35	412	3000
InterContinental Budapest	36	↓ -9	18	402	2500
Frankfurt Marriott Hotel	37	New to the list	25	587	2000
AC Hotel Barcelona Forum	38	↓ -3	17	368	2000
Corinthia Hotel Prague	39	↓ -10	24	539	>10,000
Radisson Blu Hotel, Berlin	40	↓ -24	15	427	4000
Hilton Amsterdam Airport Schiphol	41	New to the list	24	433	1800
Hilton Warsaw Hotel and Convention Centre	42	↓ -10	27	314	3000

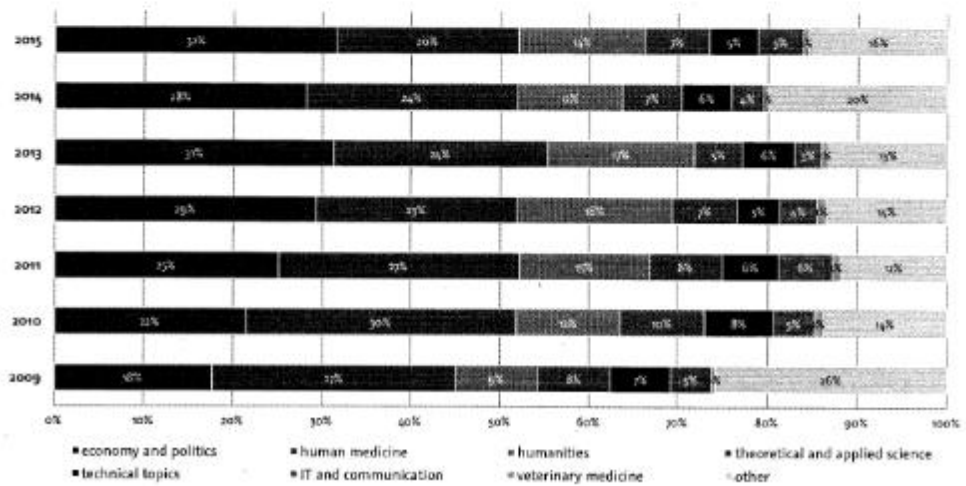
Lisbon Marriott Hotel	43	New to the list	16	577	2000
Hilton London Paddington	44	↓ -4	18	419	1000
JW Marriott Marquis Hotel Dubai	45	New to the list	32	1608	7500
Estrel Berlin	46	New to the list	75	1125	9000
Le Meridien Etoile	47	New to the list	25	1025	2500
Radisson Blu Hotel, Frankfurt	48	↓ -9	16	428	1700
Pullman Paris Montparnasse	49	↓ -29	45	957	4500
Renaissance Amsterdam Hotel	50	↓ -2	17		

Μέρος Δεύτερο

Γράφημα 17. Συνευρέσεις ανά μήνα

percentage share | conferences 2009 - 2015

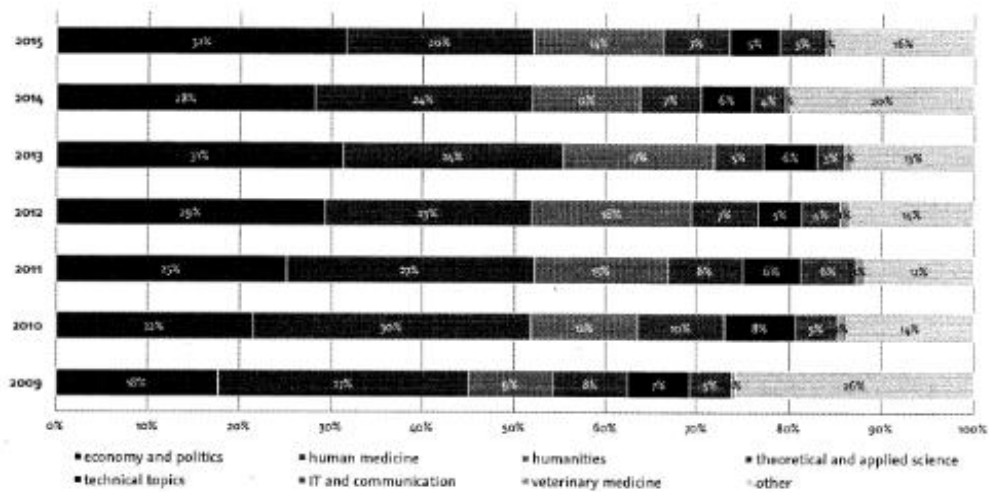
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
economy and politics	31,6%	28,2%	31,3%	29,3%	25,1%	21,5%	17,7%
human medicine	20,4%	23,7%	23,9%	22,6%	27,1%	30,3%	27,3%
humanities	14,2%	11,8%	16,6%	17,5%	14,6%	11,7%	9,2%
theoretical and applied science	7,3%	6,7%	5,8%	4,8%	6,2%	7,7%	6,7%
technical topics	5,4%	5,6%	5,4%	7,2%	8,2%	9,5%	8,3%
IT and communication	5,0%	3,5%	3,0%	4,1%	6,0%	4,5%	4,6%
veterinary medicine	0,6%	0,5%	0,7%	1,0%	0,9%	1,0%	0,4%
other	15,5%	20,0%	13,4%	13,5%	11,9%	13,8%	25,8%



Γράφημα 18. Θεματολογία συνεδρίων

percentage share | conferences 2009 - 2015

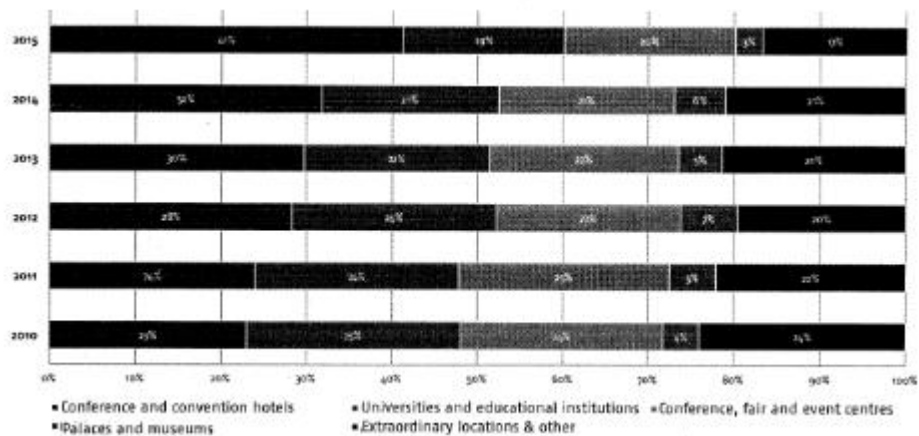
	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
economy and politics	31,6%	28,2%	31,3%	29,3%	25,1%	21,5%	17,7%
human medicine	20,4%	23,7%	23,9%	22,6%	27,1%	30,3%	27,3%
humanities	14,2%	11,8%	16,6%	17,5%	14,6%	11,7%	9,2%
theoretical and applied science	7,3%	6,7%	5,8%	4,8%	6,2%	7,7%	6,7%
technical topics	5,4%	5,6%	5,4%	7,2%	8,2%	9,5%	8,3%
IT and communication	5,0%	3,5%	3,0%	4,1%	6,0%	4,5%	4,6%
veterinary medicine	0,6%	0,5%	0,7%	1,0%	0,9%	1,0%	0,4%
other	15,5%	20,0%	13,4%	13,5%	11,9%	13,8%	25,8%



Γράφημα 19. Συνεδριακοί χώροι

percentage share | conferences 2010 - 2015

	2015	2014	2013	2012	2011	2010
conference and convention hotels	41,2%	31,7%	29,7%	28,3%	24,0%	23,0%
universities and educational institutions	20,0%	20,6%	22,2%	21,6%	24,7%	23,8%
conference, fair and event centres	19,0%	20,7%	21,7%	23,9%	23,8%	25,0%
palaces and museums	3,1%	5,9%	5,0%	6,6%	5,4%	4,2%
extraordinary location and other	16,8%	21,0%	21,4%	19,6%	22,1%	24,0%

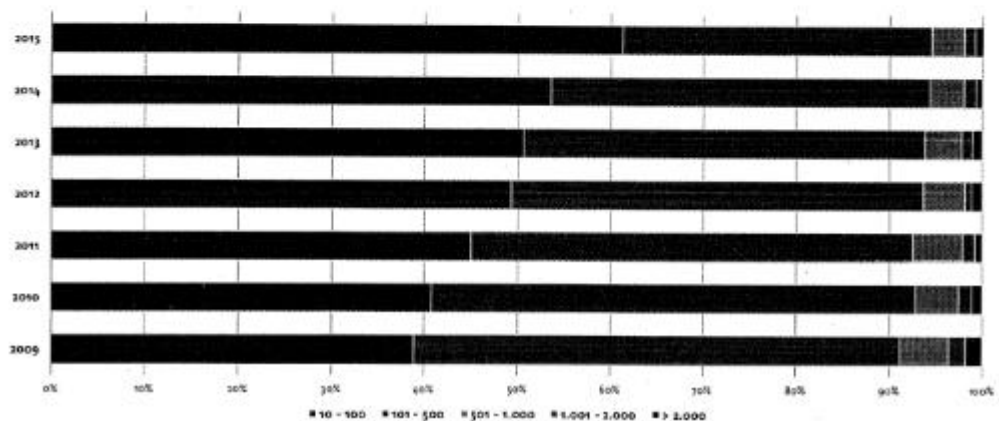


Γράφημα 20. Μεγέθη συνευρέσεων

conferences by number of participants

percentage share | conferences 2009 - 2015

	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009
10 - 100	61,3%	53,6%	50,6%	49,3%	45,0%	40,7%	38,9%
101 - 500	33,2%	40,7%	43,1%	44,3%	47,5%	52,1%	52,2%
501 - 1.000	3,5%	3,7%	4,1%	4,5%	5,4%	4,6%	5,3%
1.001 - 2.000	1,2%	1,3%	1,2%	0,8%	1,3%	1,5%	1,8%
> 2.000	0,7%	0,7%	1,0%	1,1%	0,8%	1,1%	1,8%



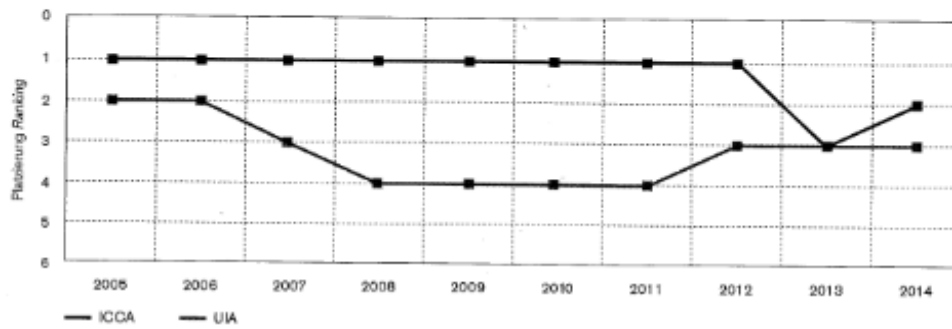
Γράφημα 21. Η διεθνής κατάταξη της Βιέννης ως οργανώτριας συνεδριακής πόλεως το 2014

Vienna's international ranking 2014

10 οργ,

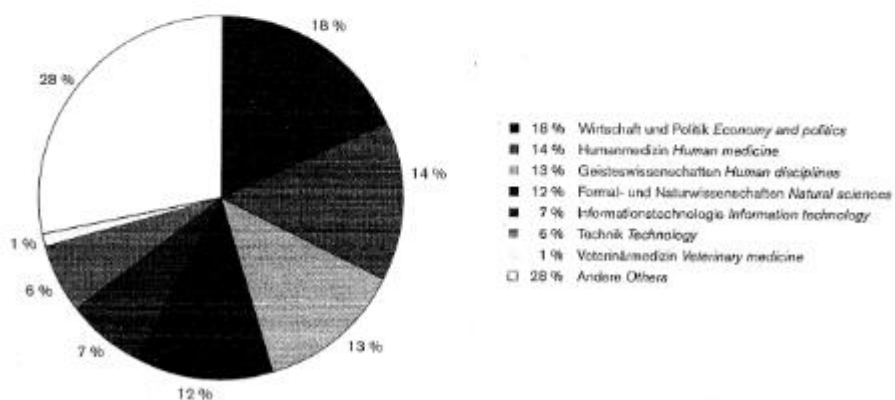
ICCA 2014			UIA 2014		
1.	Paris	214	1.	Brussels	778
2.	Vienna	202	2.	Singapore	772
3.	Madrid	200	3.	Vienna	365
4.	Berlin	193	4.	Paris	280
5.	Barcelona	182	5.	Seoul	204
6.	London	166	6.	Bangkok	181
7.	Singapore	142	7.	Tokyo	179
8.	Amsterdam	133	8.	Madrid	175
9.	Istanbul	130	9.	Geneva	170
10.	Prague	118	10.	Barcelona	162

Anzahl der internationalen Kongresse im Jahr 2014
Number of international congresses in 2014



Γράφημα 22. Θεματολογία συνεδρίων έτους 2015

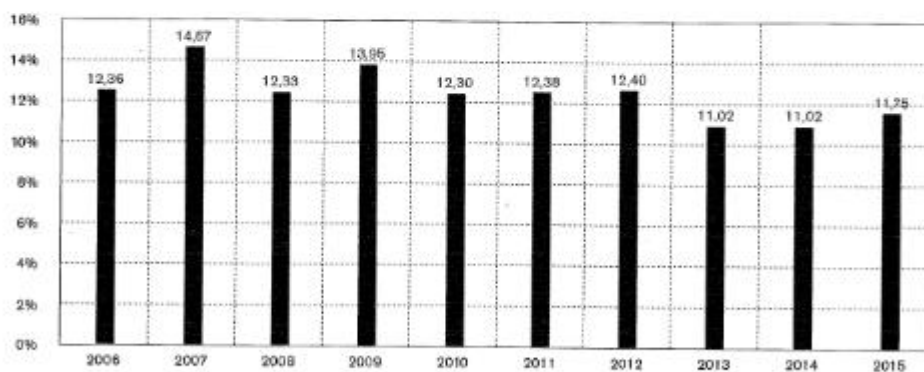
	2015		2014	
	N°	%	N°	%
Wirtschaft und Politik <i>Economy and politics</i>	134	18,03	119	15,28
Humanmedizin <i>Human medicine</i>	107	14,40	109	13,99
Geisteswissenschaften <i>Human disciplines</i>	98	13,19	105	13,48
Formal- und Naturwissenschaften <i>Natural sciences</i>	92	12,38	101	12,87
Informationstechnologie und Kommunikation <i>Information technology and communication</i>	53	7,13	45	5,78
Technik <i>Technology</i>	45	6,08	49	6,29
Veterinärmedizin <i>Veterinary medicine</i>	5	0,68	6	0,77
Andere <i>Others</i>	209	28,13	245	31,44
Total	743	100,00	779	100,00



Γράφημα 23. Συνεδριακές διανυκτερεύσεις σαν ποσοστό των συνολικών διανυκτερεύσεων από το 2006 - 2015

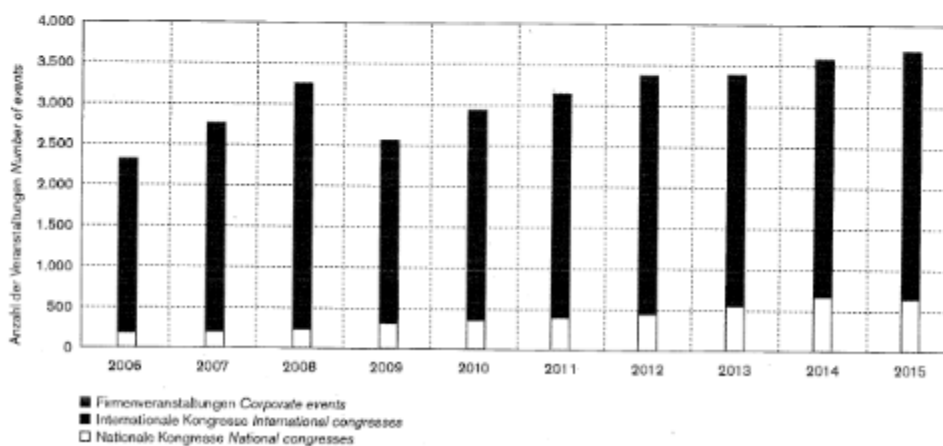
NÄCHTIGUNGSANTEIL
MARKET SHARE

Jahr Year	Gesamtnächtigungen Total overnights	Tagesnächtigungen Meetings industry overnights	Anteil Share
2006	9,356,044	1,156,150	12,36%
2007	9,675,208	1,419,044	14,67%
2008	10,282,472	1,261,494	12,33%
2009	9,842,627	1,372,864	13,95%
2010	10,860,126	1,336,291	12,30%
2011	11,405,048	1,412,133	12,38%
2012	12,262,628	1,521,170	12,40%
2013	12,719,289	1,401,888	11,02%
2014	13,524,266	1,490,896	11,02%
2015	14,328,261	1,692,966	11,75%



Γράφημα 24.Αριθμός διανυκτερεύσεων εθνικών – διεθνών και εταιρικών συνευρέσεων 2006 -2015

	Nationale Kongresse National congresses	Internationale Kongresse International congresses	Firmenveranstaltungen Corporate events	Total Total
2005	146	366	1.236	1.748
2006	175	607	1.536	2.318
	+19,86%	+65,84%	+24,27%	+32,60%
2007	198	515	2.051	2.764
	+13,14%	-15,16%	+33,52%	+19,24%
2008	231	470	2.556	3.257
	+16,67%	-8,74%	+24,62%	+17,91%
2009	326	556	1.687	2.669
	+41,12%	+18,29%	-34,00%	-21,13%
2010	356	579	1.999	2.934
	+9,00%	+4,00%	+18,50%	+14,20%
2011	380	638	2.133	3.151
	+6,74%	+10,18%	+6,70%	+7,39%
2012	439	707	2.230	3.376
	+15,53%	+10,82%	+4,58%	+7,14%
2013	544	677	2.168	3.389
	+23,91%	-4,24%	-2,78%	+0,38%
2014	679	779	2.124	3.582
	+24,82%	+15,07%	-2,03%	+5,69%
2015	649	743	2.293	3.685
	-4,42%	-4,62%	+7,98%	+2,88%



ΠΙΝΑΚΑΣ 25. Εταιρικά Συνέδρια

STATISTIK STATISTICS

	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Anzahl der Firmenveranstaltungen Number of corporate events	1.687	1.999	2.133	2.230	2.168	2.124	2.293
national	744	1.237	996	998	819	832	1.049
international	943	762	1.137	1.232	1.349	1.292	1.244
Anzahl der Teilnehmer Number of participants	122.785	126.668	146.511	130.882	137.616	139.593	144.078
national	29.582	72.470	43.685	47.784	44.522	39.465	51.538
international	93.423	54.198	102.926	83.098	93.094	100.128	92.540
Durchschnittliche Teilnehmeranzahl Average number of participants	73	63	69	59	63	66	63
national	39	59	44	48	54	47	49
international	99	71	91	87	69	77	74
Teilnehmermüchtigungen Participant overights	243.983	282.441	314.351	257.972	273.375	291.975	288.568
national	39.770	129.104	48.084	61.374	53.475	48.450	67.596
international	204.213	153.337	266.267	196.598	219.900	243.525	220.972

ΠΙΝΑΚΑΣ 26. Χώρα προέλευσης διανυκτερευόντων στην Βιέννη για εταιρικές διοργανώσεις 2010 - 2015

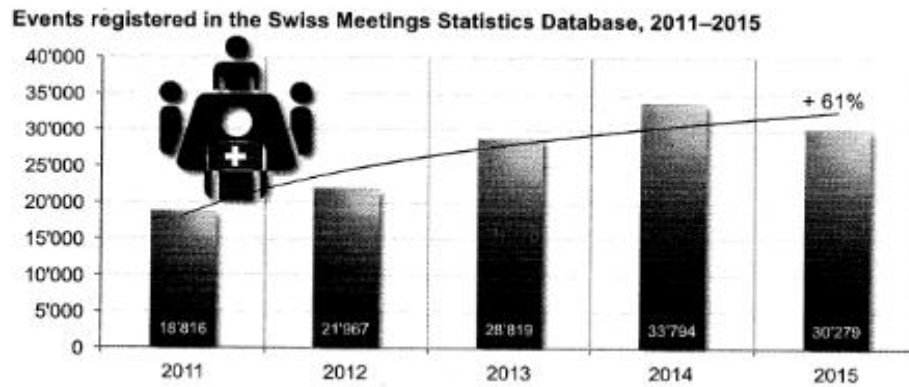
NUMBER OF CORPORATE EVENTS BY COUNTRIES OF ORIGIN

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Österreich Austria	1237	996	998	819	832	1.049
Deutschland Germany	140	214	216	189	229	194
Großbritannien Great Britain	61	89	164	114	89	92
USA USA	41	55	76	99	80	88
Schweiz Switzerland	19	44	75	47	46	61
Frankreich France	22	30	48	53	48	32
Ungarn Hungary	5	-	9	4	-	30
Belgien Belgium	12	19	18	32	22	24
Niederlande The Netherlands	17	27	33	32	19	24
Italien Italy	13	31	19	21	25	22
Tschechien Czech Republic	7	4	13	13	5	19
Russische Föderation Russian Federation	10	20	24	38	24	15
Schweden Sweden	8	10	14	11	11	13
Irland Ireland	-	-	-	-	-	11
Indien India	2	-	15	4	12	9
Norwegen Norway	5	26	-	-	-	8
Slowakei Slovakia	6	14	7	10	-	8
Dänemark Denmark	-	-	-	9	-	7
Polen Poland	3	-	5	8	9	7
International International	391	554	498	667	647	560
Total Total	1.990	2.133	2.230	2.168	2.124	2.293

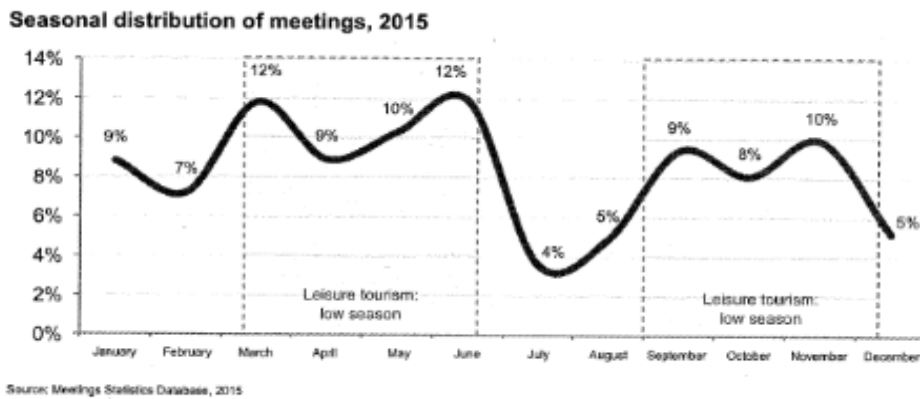
*NÄCHTIGUNGEN AUS FIRMENVERANSTALTUNGEN NACH HERKUNFTSLÄNDERN
NUMBER OF CORPORATE EVENT OVERNIGHTS BY COUNTRIES OF ORIGIN*

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Österreich Austria	129.104	48.084	61.374	53.475	48.450	67.596
USA USA	44.178	16.349	17.091	13.576	23.047	36.382
Deutschland Germany	16.118	27.548	33.577	22.327	61.316	26.031
Großbritannien Great Britain	7.258	15.358	33.593	24.988	22.175	22.291
Schweiz Switzerland	1.764	5.669	11.645	5.118	10.490	11.756
Slowakei Slovakia	277	917	584	628	-	11.578
Frankreich France	3.302	5.226	11.368	7.700	7.065	6.550
Italien Italy	1.920	7.541	961	1.142	4.723	4.703
Belgien Belgium	1.218	2.784	1.548	3.487	2.993	3.550
Irland Ireland	-	-	-	-	-	3.516
Niederlande The Netherlands	2.581	3.169	4.813	4.759	1.202	2.049
Polen Poland	402	-	1.356	612	684	1.844
Schweden Sweden	1.090	1.466	1.440	666	1.578	1.617
Russische Föderation Russian Federation	713	3.661	2.479	3.155	7.262	1.592
Dänemark Denmark	233	7.731	-	703	-	1.451
Ungarn Hungary	236	-	819	362	3.418	1.304
Tschechien Czech Republic	267	208	1.689	419	212	1.000
Indien India	172	-	8.010	175	2.731	852
Norwegen Norway	533	3.035	-	-	-	508
International International	71.073	166.615	65.725	130.083	94.630	83.218
Total Total	282.441	314.851	267.972	273.375	291.976	298.668

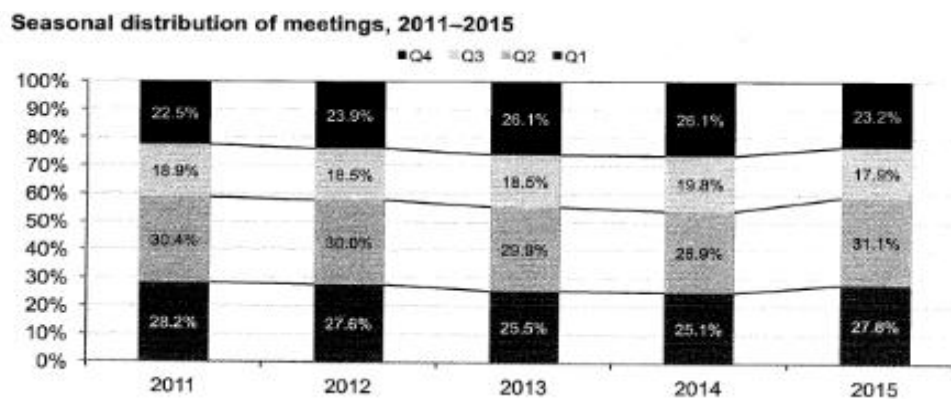
Γράφημα 27. Συνευρέσεις 2011 – 2015



Γράφημα 28. Εποχική κατανομή των συνευρέσεων 2015

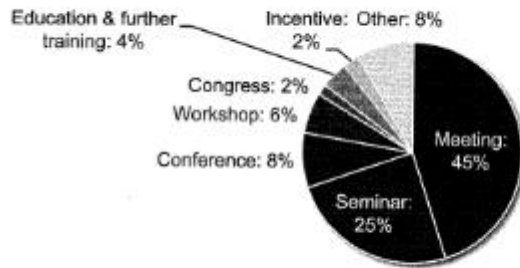


Γράφημα 29. Μεταβολές εποχικής κατανομής συνευρέσεων 2011– 2015



Γράφημα 30. Συχνότητα διοργανώσεων 2015

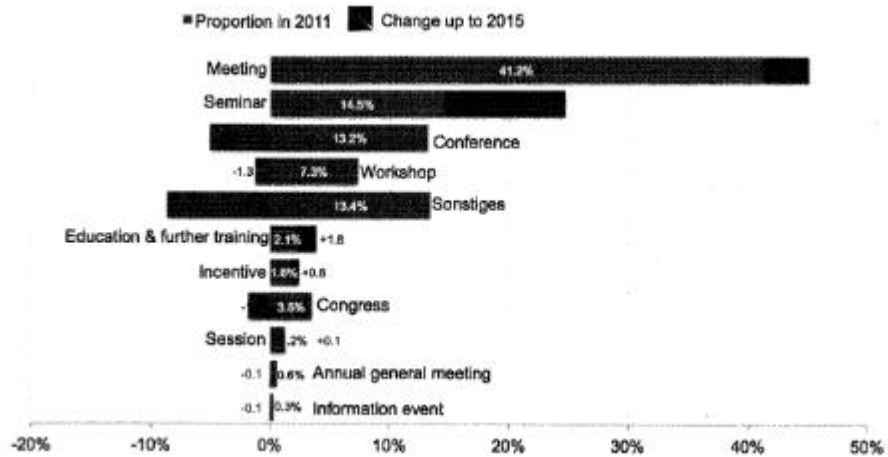
Type of events, 2015



Source: Meetings Statistics Database, 2015

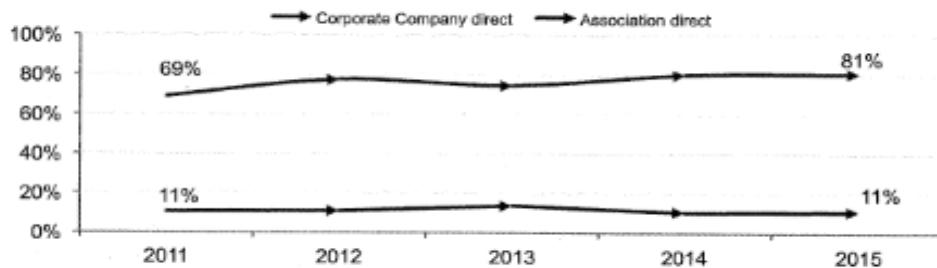
Γράφημα 31. Μεταβολές μεγεθών διοργανώσεων 2011 – 2015 επί τοις %

Change in type of events, 2011–2015, in %



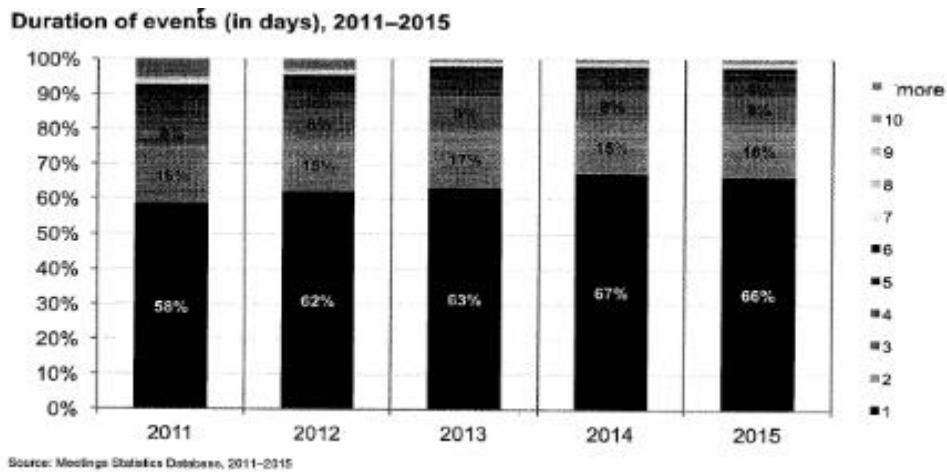
Source: Meetings Statistics Database, 2011–2015

Evolution of MICE direct-booking market, 2011–2015, in %



Source: Meetings Statistics Database, 2011–2015

Γράφημα 32. Διάρκεια συνευρέσεων 2011 – 2015



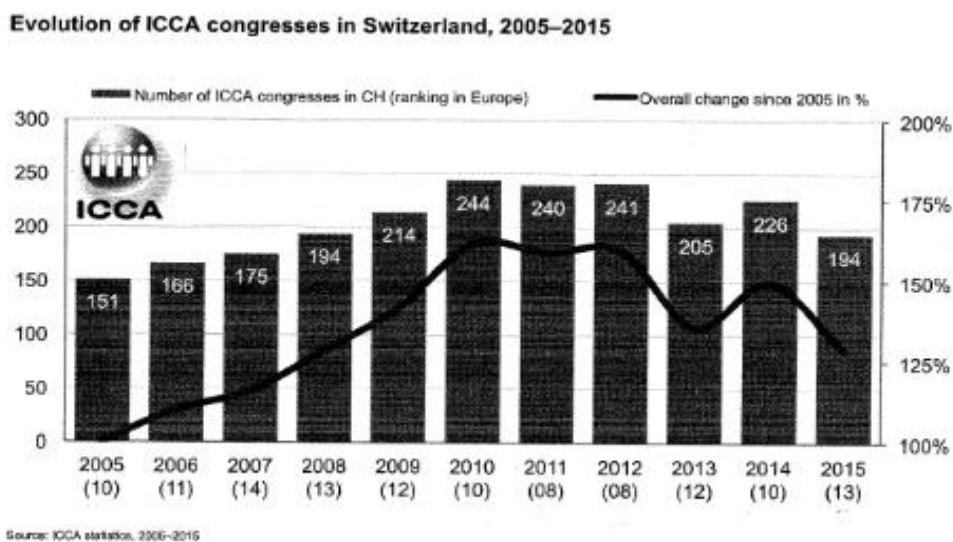
ΠΙΝΑΚΑΣ 33. Διάρκεια διοργανώσεων σύμφωνα με την ονοματολογία τους

Evolution of average duration of different meeting types (in days), 2011–2015

	2011	2012	2013	2014	2015	Change 2015/2011
Annual general meeting	3.2	4.4	3.0	3.9	4.3	
Information event	3.3	4.4	2.5	3.7	3.9	
Incentive	2.5	3.0	3.0	2.7	3.7	
Congress	3.9	3.5	3.1	3.0	3.3	
Education & further training	2.8	2.4	2.5	2.2	1.9	
Seminar	1.3	2.2	1.8	1.8	1.8	
Conference	2.4	2.2	2.0	2.0	1.8	
Meeting	2.7	2.3	1.9	1.8	1.8	
Session	2.5	2.1	1.4	1.3	1.6	
Workshop	1.5	1.6	1.5	1.3	1.6	
Other	2.6	1.7	1.8	1.6	1.5	

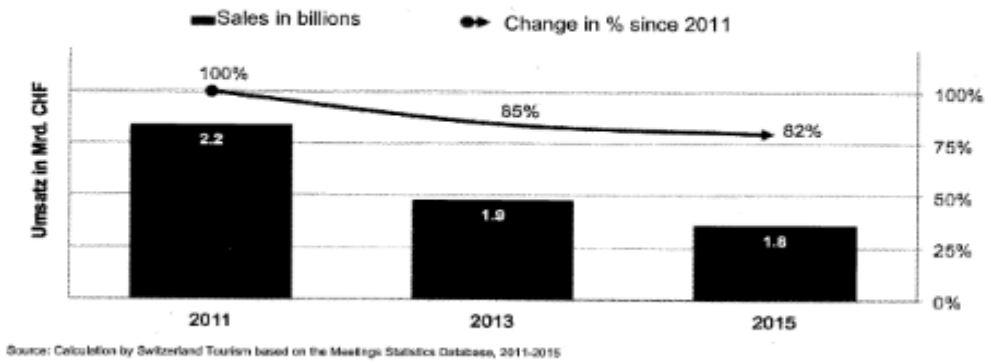
Source: Meetings Statistics Database, 2011–2015

Γράφημα 34. Αριθμός συνεδρίων στην Ελβετία 2005 – 2015



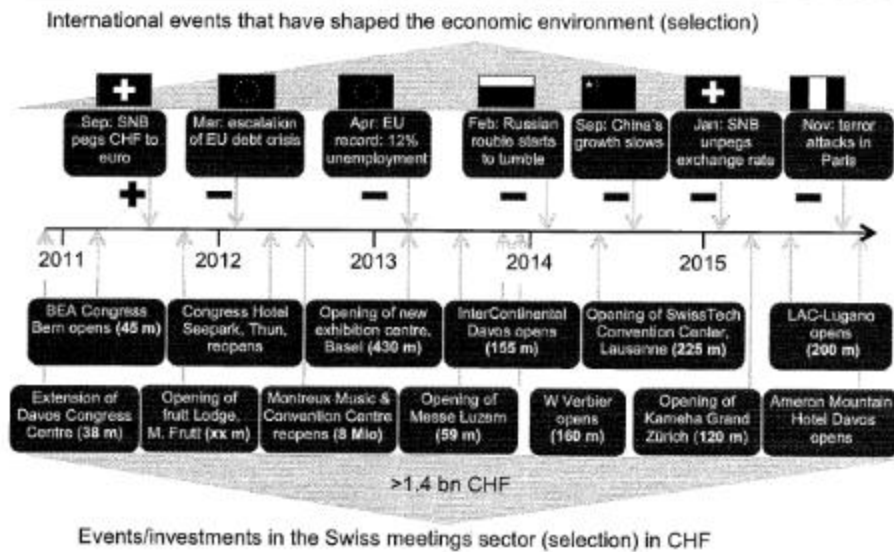
Γράφημα 35. Εξέλιξη των πωλήσεων του τομέα συνευρέσεων 2011 – 2015

Evolution of sales in the meetings sector in Switzerland, 2011–2015



Γράφημα 36. Διεθνή γεγονότα που επηρέασαν τον τομέα των συνειρρέσεων

Events in the int'l competitive environment and the Swiss meetings sector, 2011–2015



Μέρος Τρίτο

ΠΙΝΑΚΑΣ 37. Διεθνή συνέδρια οργανισμών και ενώσεων στην Ελλάδα (2005-2015)

ΕΤΟΣ – ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ – ΡΥΘΜΟΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΑΝΑ ΕΤΟΣ (%)

2006		52
2007		63
2008		51
2009		68
2010		97
2011		65
2012		86
2013		94
2014		111
2015		117

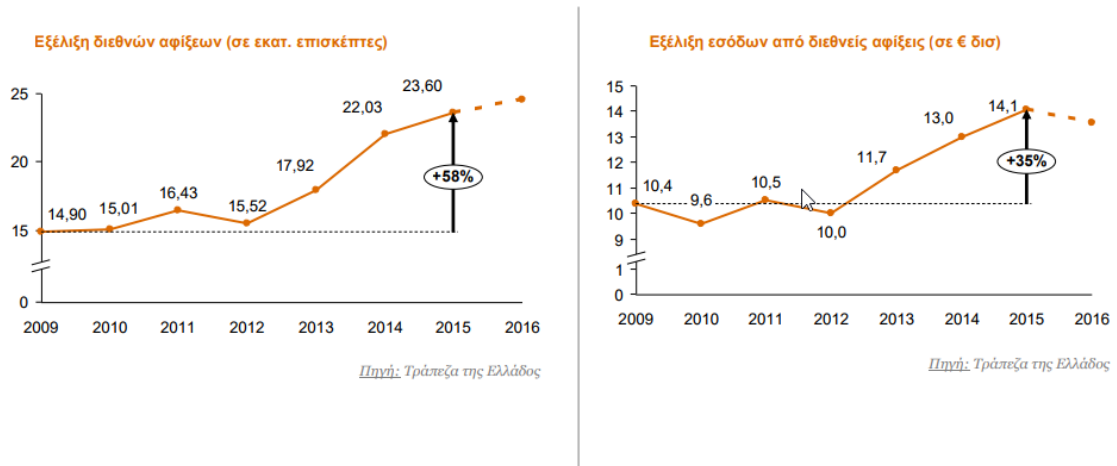
Πίνακας 38

ΕΤΟΣ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ
2012	10
2013	13
2014	14
2015	21

Πηγή: Στοιχεία της ICCA International Association Meetings Market - Statistics Report 2015.

Γράφημα 39

Οι επιδόσεις της χώρας αποδεικνύουν ότι η Ελλάδα αποτελεί ισχυρό τουριστικό προορισμό σε επίπεδο τόσο αφίξεων όσο και εθνικών εσόδων



Σημείωση: Δεν συμπεριλαμβάνονται οι αφίξεις και τα έσοδα από την Κρουαζιέρα

Γράφημα 40. Προβλεπόμενες αφίξεις και έσοδα διαφόρων μορφών τουρισμού 2015-2021

...και την αναμενόμενη αύξηση σε αφίξεις και έσοδα



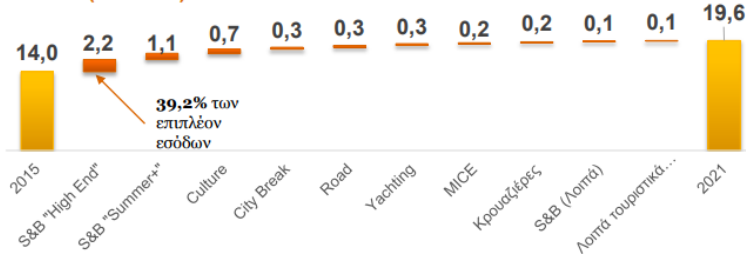
Οι αφίξεις ξεπερνούν τα 30 εκ, κυρίως από τουρισμό **Sun & Beach** και **Οδικό** τουρισμό.

Σημαντική συνεισφορά και από **Πολιτιστικό & Θρησκευτικό** τουρισμού και του **City Break**

Αφίξεις (σε εκ.) 2015 - 2021



Έσοδα (σε € δισ) 2015-2021

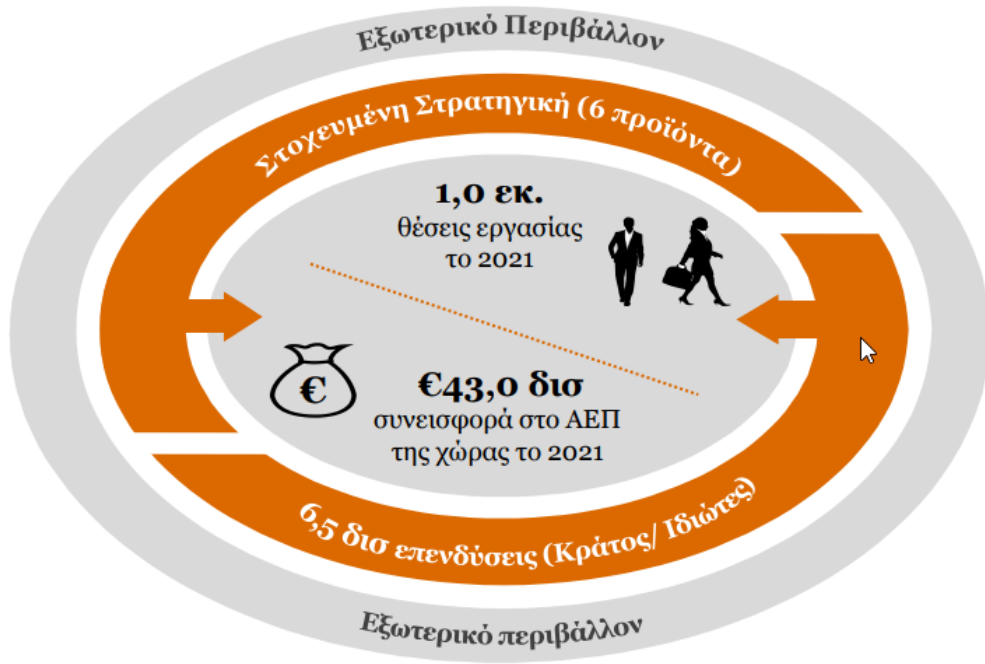


Αύξηση των εσόδων κυρίως από το προϊόν **Sun & Beach** και από τον **Πολιτιστικό & Θρησκευτικό** τουρισμό, λόγω της υψηλής μέσης δαπάνης ανά ταξίδι.

Μέρος Τέταρτο

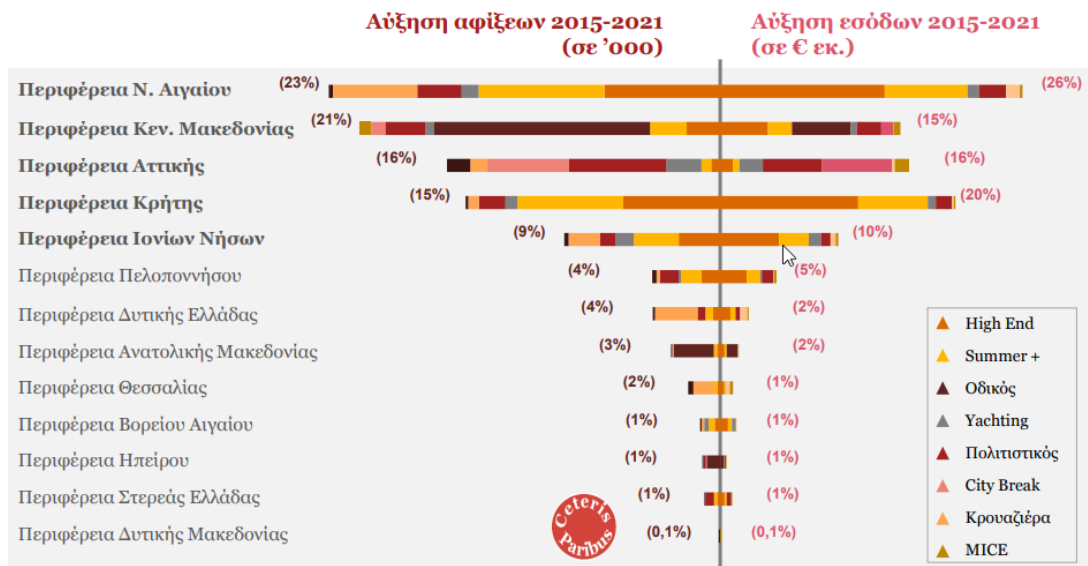
Γράφημα 41

Η συμβολή του Τουρισμού στην ελληνική οικονομία...



Γράφημα 42. Προβλεπόμενες μεταβολές αφίξεων και εσόδων των διαφόρων μορφών τουρισμού ανά περιφέρεια της χώρας 2015-2021

Η περιφερειακή ανάλυση αναδεικνύει ότι οι 5 τουριστικά ισχυρές περιφέρειες της χώρας έχουν διαφορετικά χαρακτηριστικά



Παράρτημα Β

Εικόνα 1



Εικόνα 2



Image: Statista

Εικόνα 3

miraculine



Seit 2012 begleitet miraculine den Meeting Industry Report Austria. Als Eule steht sie für Weisheit, Wissenschaft und Besonnenheit. Mit ihrem Kopf - den sie nach allen Seiten hin drehen kann - betrachtet sie die gesamte Tagungsindustrie im Detail und ihr entgeht nichts.

47

Από το 2012 παρακολουθεί η miraculine τα όσα συμβαίνουν στην βιομηχανία συνέδριων της Αυστρίας. Σαν κουκουβάγια συμβολίζει την σοφία την επιστήμη και την σύνεση. Με το κεφάλι της που μπορεί να περιστρέφεται προς όλες τις κατευθύνσεις, παρατηρεί τα πάντα χωρίς να της ξεφεύγει τίποτα.

Εικόνα 4



Annual Meeting's opening concert featuring Crystal Award honouree Anne-Sophie Mutter and the

Image: World Economic Forum / Benedikt von Loebell

Από την έναρξη του συνεδρίου στο Davos 2017. Βιολί Anne - Sophie Mutter