

ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΘΕΜΑ:

**«ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ
ΠΡΑΚΤΙΚΗ. Η ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ
ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»**

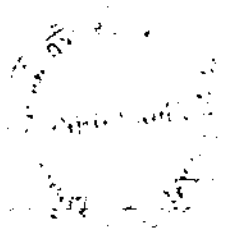


Εισηγητής: Σπηλιόπουλος Ιωάννης

Σπουδάστρια: Γκρέκου Αδαμαντία, ΑΜ: 2813

ΠΑΤΡΑ 2002

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6242
----------------------	------



ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΗ ΑΝΑΓΚΑΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Η Συνεδριακή υποδομή στην Ελλάδα

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α:

Η ανάπτυξη της επικοινωνίας στα πλαίσια της οργανωμένης κοινωνίας.	σελ. 3
Εισαγωγή: Το ιστορικό της ανάπτυξης	σελ. 4
1. Η ιστορία της ανθρώπινης κοινωνίας	σελ. 6
2. Προϊστορική εποχή	σελ. 10
3. Αρχαία Ελλάδα	σελ. 13
4. Η Ρωμαϊκή περίοδος	σελ. 15
5. Μεσαίωνας	σελ. 18
6. Αναγέννηση – Νεότεροι Χρόνοι	σελ. 20
7. Σύγχρονη εποχή	σελ. 24

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β:

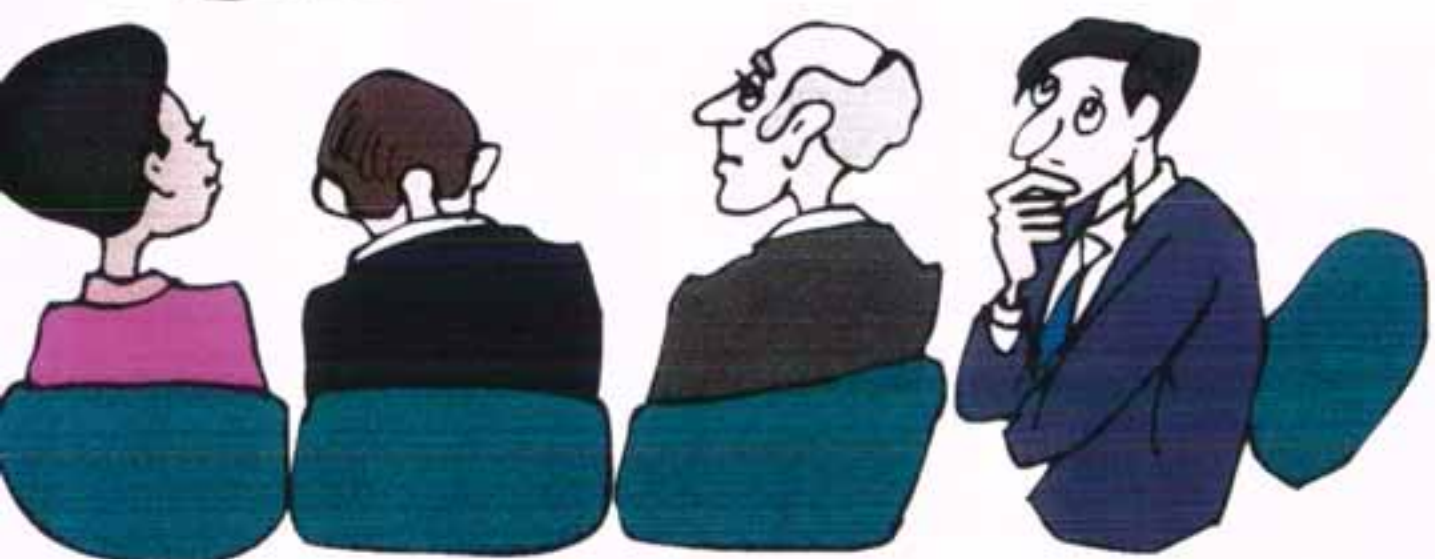
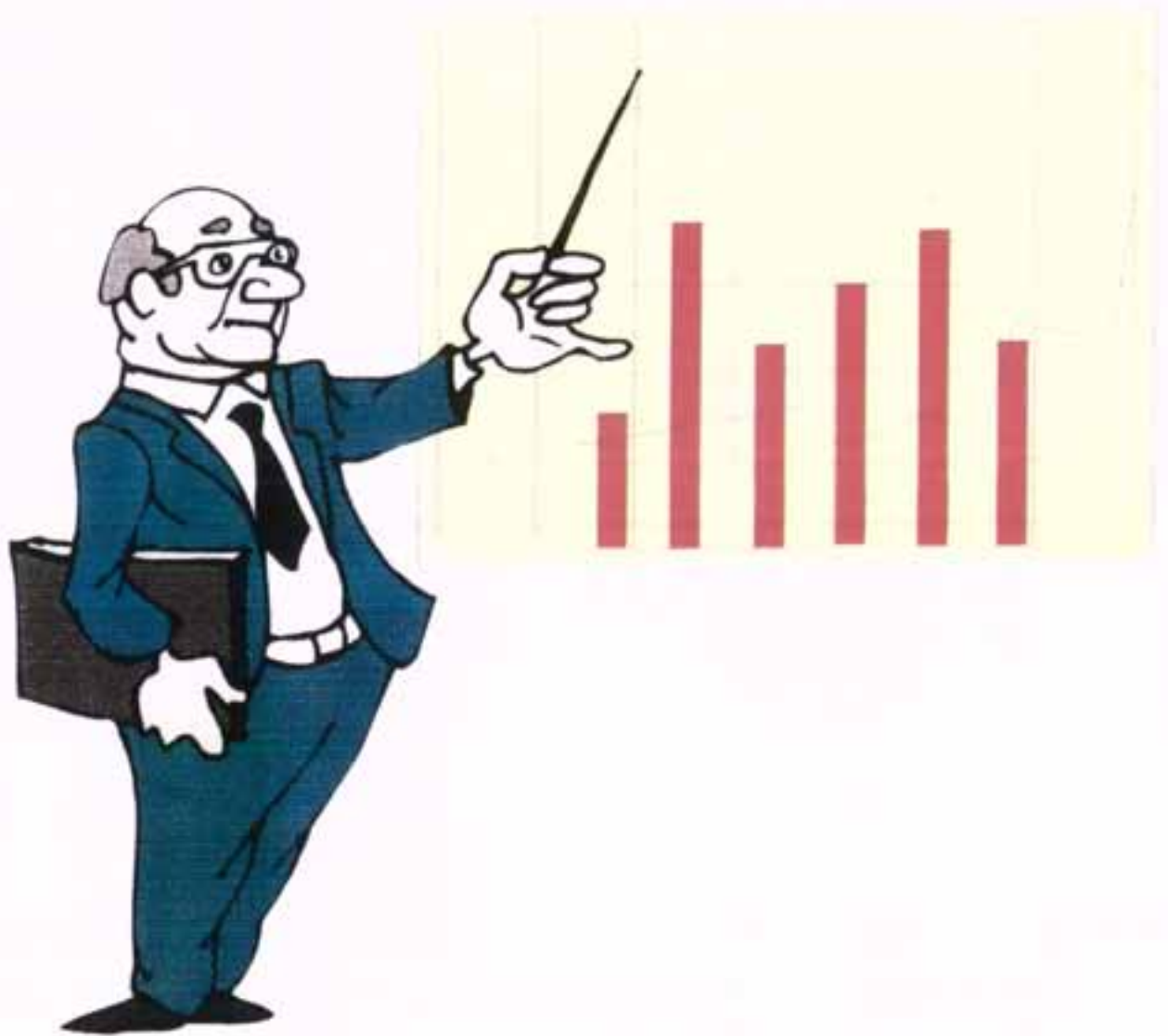
Συνεδριακός τουρισμός και συνεδριακή υποδομή στην Ελλάδα. Προβλήματα – έργα – προτάσεις.	σελ. 38
--	---------

ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ:

Η ανάγκη ίδρυσης ενός συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα. Τρόπος οργάνωσης. Θέσεις – απόψεις – εκτιμήσεις	σελ. 51
- Τα συνεδριακά κέντρα της Περιφέρειας	σελ. 62
- Grecotel – Capsis Hotels – Louis Hotels – Porto Elounda De Luxe Resort – Aldemar, Coffee breaks	σελ. 80
- Οργάνωση Συνεδρίων	σελ. 86

<u>ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ</u>	σελ. 101
-------------------------	----------

<u>ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ</u>	σελ. 119
----------------------------	----------



ΚΕΦΑΛΑΙΟ Α΄

**Η ανάπτυξη της επικοινωνίας στα
πλαίσια της οργανωμένης
κοινωνίας.**

ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΕΩΣ ΤΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Με τη σημερινή μορφή της και τη σύγχρονη τεχνική της, η Κοινωνική Επικοινωνία αποτελεί δημιούργημα του 20^{ου} αιώνα και κυρίως της περιόδου εκείνης (μετά το β' παγκόσμιο πόλεμο) όπου η Επικοινωνία θεωρήθηκε βασική κοινωνική αναγκαιότητα. Σαν ιδιαίτερος επιστημονικός κλάδος οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν νεότευκτη επιστήμη, που εντάσσεται στην εφαρμοσμένη Κοινωνιολογία και βρίσκεται στο στάδιο της εξελικτικής εξερευνήσεως και της συνεχούς αναπτύξεως.

Αν εξετάσουμε, όμως, τις Δημόσιες Σχέσεις στα πλαίσια της ανθρώπινης κοινωνίας κι αν διατρέξουμε την ιστορική πορεία της Ανθρωπότητας, τότε θα δούμε ότι η Κοινωνική Επικοινωνία σαν πνεύμα και σαν ψυχοκοινωνική ανάγκη υπάρχει από την εποχή που οι άνθρωποι ζουν ομαδικά, "εν κοινωνία"¹. Βέβαια, όπως είναι φυσικό, τα Μέσα Μαζικής Επικοινωνίας που χρησιμοποιούνται και η τεχνική διαδικασία που ακολουθείται, διαφέρει στο πέρασμα των αιώνων. Η αναγκαιότητα, όμως, και το πνεύμα του περιεχομένου της Επικοινωνίας όπως εκφράζεται από την ισχυρή διαδικαστική τους έκφραση, παραμένουν σταθερά, τα ίδια. Συμπερασματικά λοιπόν σημειώνουμε ότι: *η ιδέα και οι εφαρμογές των Δημοσίων Σχέσεων προϋπήρξαν του επαγγέλματος.*

Ο άνθρωπος από την εποχή που ζει "εν κοινωνία" έχει την συναίσθηση της ανάγκης της συνεργασίας με τους άλλους,

καθόσον οι ανθρώπινες κοινωνίες, όπως διακήρυξε και ο Σαιν - Σιμόν, είναι πρωτότυπες και διάφορες από εκείνες που συναντάμε στη λοιπή φύση. Για να επιτευχθεί αυτή η συνεργασία χρειάζεται αλληλογνωριμία, επικοινωνία, αγαθές σχέσεις, αλληλοεκτίμηση, κοινωνική αναγνώριση μεταξύ των ανθρώπων. Στη διαδικασία αυτή, άλλοτε έμφυτα κι άλλοτε κατευθυνόμενα, ο άνθρωπος παίρνει και παρέχει πληροφορίες και καταβάλλει προσπάθειες για να πείσει τους συνανθρώπους του για κάτι (για μια ιδεολογία, για μια πίστη, για μια αρχή, για ένα γεγονός, για να δώσει μια "εικόνα" του εαυτού του ή του "αντικειμένου" που τον ενδιαφέρει). Ο κοινωνικός άνθρωπος γνωρίζει ότι χωρίς την συνεργασία με τους άλλους δε μπορεί να πετύχει τους όποιους σκοπούς του (επιβιώσεως, επιβολής, ασκήσεως επαγγέλματος, κοινωνικής καταξιώσεως κλπ.).

Επιπλέον ο κοινωνικός άνθρωπος είναι ο ίδιος - και το αυτό ζητά κι από τους άλλους - "ενεργητικά παρών". Ιδιαίτερα στη σημερινή εποχή από τον άνθρωπο ζητείται να έχει μια "στάση"² απέναντι στα δρώμενα στη κοινωνία. Η "στάση" αυτή προέρχεται από μια θετική ή αρνητική αντιμετώπιση της καταστάσεως (προβλήματος, ιδεολογίας κλπ.) που οδηγεί στη συνεργασία.

Για να ικανοποιηθεί η αναγκαιότητα της συνεργασίας χρειάζεται η χρησιμοποίηση πνεύματος Δημοσίων Σχέσεων. Ο βαθμός και το επίπεδο της προσφυγής είναι ανάλογος με τη σημασία που στη δεδομένη εποχή αποδίδεται στο παράγοντα Άνθρωπος. Η θέση δηλαδή που την κάθε στιγμή κατέχουν οι Δημόσιες Σχέσεις στην κοινωνία βρίσκεται σε απόλυτη και

ευθεία συνάρτηση με τη θέση που την ίδια στιγμή η κοινωνία αποδίδει στον άνθρωπο.

Όσον αφορά την τεχνική, δηλαδή τα Μέσα της Κοινωνικής Επικοινωνίας που χρησιμοποιήθηκαν στις διάφορες περιόδους της ιστορίας της ανθρωπότητας, ήταν πάντα εκείνα τα Μέσα με τα οποία μπορούσε να επιτευχθεί αποτελεσματικότερα η επικοινωνία που αυτή απέβλεπε, όπως ήδη αναπτύξαμε, στην ανάπτυξη της συνεργασίας μεταξύ των ανθρώπων. Τα Μέσα αυτά, αν ληφθούν υπόψη οι τεχνικές πρόοδοι και τελειοποιήσεις, δεν διαφέρουν κατά πολύ από εκείνα που χρησιμοποιούνται στη σύγχρονη εποχή.

Όπως θα εξετάσουμε παρακάτω, πολλές πνευματικές, καλλιτεχνικές και γενικά εκπολιτιστικές εκδηλώσεις, που με διάφορες μορφές συναντώνται στην ιστορία του Πολιτισμού και της Ανθρωπότητας, αποτελούν εκδηλώσεις Κοινωνικής Επικοινωνίας στην ευρεία τοποθέτησή τους. για να γίνει ο διαχωρισμός μεταξύ αυτών των εκδηλώσεων επικοινωνίας και εκείνων που δεν ανήκουν σ' αυτήν τη κατηγορία, θα πρέπει να εξεταστούν οι ιδιαίτερες συνθήκες που επικρατούσαν σε κάθε περίοδο της ανθρώπινης κοινωνίας καθώς και οι απώτεροι σκοποί που οδηγούσαν σε κάθε ενέργεια.

1. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΑΝΘΡΩΠΙΝΗΣ ΚΟΙΝΩΝΙΑΣ

Οι περίοδοι της δημιουργίας και της ανάπτυξεως της ανθρώπινης κοινωνίας υποδιαιρούνται βασικά στις περιόδους που αναφέρονται πιο κάτω. Διαχρονικά οι περίοδοι αυτές δεν έχουν σαφή όρια στην καθολική ιστορία της ανθρωπότητας

αλλά είναι ανάλογες, κυρίως η αρχή τους, με το γεωγραφικό χώρο που έζησε ο άνθρωπος [Ευρώπη (Νεάντερταλ, Κρο Μανιόν, Γκριμάλντι), Β. Αφρική, Κίνα (άνθρωπος του Πεκίνου) κλπ.].

Η παρουσίαση της ιστορίας της ανθρώπινης κοινωνίας γίνεται εδώ εντελώς περιληπτικά και με σημεία αναφοράς εκείνα μόνο που αναφέρονται στην επικοινωνία.

- i. *Περίοδος κυνηγιού των θηρίων*: Ο άνθρωπος στην περίοδο αυτή ζούσε σε μικρές ανοργάνωτες ομάδες, σαν νομάς, κι εκφραζόταν με πρωτόγονες κινήσεις και κραυγές "Εφ' όσον η έναρθρος φωνή δεν είχε τελειοποιηθή ο λόγος (ο λογισμός και η σκέψις) δεν ήτο δυνατόν να υπερβή τον κύκλο μιας στοιχειώδους πραγματογνωσίας... Ο άνθρωπος πριν μάθη να μιλά επιδίκετο στην μιμική, έκανε χειρονομίες, χόρευε...³ Ζούσε σε σπήλαια, κυνηγούσε θηρία και έτρωγε το κρέας τους μαζί με ρίζες και καρπούς δέντρων.⁴

Οι άνθρωποι της παλαιολιθικής εποχής που αντικατέστησαν τους ανθρώπους του Νεάντερταλ, κυνηγούσαν κυρίως μεγάλα ζώα (άγριο ίππο, αρκούδα των σπηλαίων, βόνασσο, τάρανδο). Αργότερα απέκτησαν και οικιακά ζώα (πρόβατα, σκυλιά κλπ).

- ii. *Περίοδος ποιμενική*: Ο άνθρωπος δεν σκότωνε πια τα θηρία για να τραφεί αλλά τα εξημέρωνε, τα μετέβαλλε σε οικιακά και μεταχειριζόταν τα προϊόντα τους (γάλα, δέρμα, μαλλί, κόκαλα κλπ.)

για να καλύψει βιοτικές ανάγκες του. Προχώρησε στη βοσκή των ζώων κι άρχισε να μετακινείται για να βρίσκει μέρη με κατάλληλη τροφή για τα ζώα. Σ' αυτή την αλλαγή στις συνήθειες της ανθρώπινης ζωής συνέβαλε και η ανάπτυξη των πλουτοπαραγωγικών πηγών των δασών που σημειώθηκε την ίδια περίοδο.

Στη Νεολιθική και μετέπειτα εποχή σημειώνονται αθρόες μεταναστεύσεις ρευμάτων και φυλών, οι οποίες αρχίζουν να προσαρμόζονται στις συνθήκες του τόπου όπου πια κατά μόνιμο τρόπο εγκαθίστανται για να καλλιεργούν καλύτερα τη γη,⁵ να εκμεταλλεύονται τα μέταλλα (με πρώτο το χρυσό) κλπ.

- iii. *Περίοδος γεωργική (συστηματική καλλιέργεια)*: Η αναζήτηση χώρων κατάλληλων για βοσκή οδήγησε στην κοινή συγκέντρωση των ανθρώπων σε διάφορα σημεία. Στην περίοδο αυτή ο άνθρωπος εγκαταστάθηκε σε μόνιμο μέρος κι άρχισε να παράγει πια την τροφή του (κυρίως με τη συστηματική καλλιέργεια της γης).⁶ Η αποθήκευση της νομής θεωρείται σαν η απαρχή της γεωργικής εκμεταλλεύσεως.

Η μόνιμη εγκατάσταση και τα κοινά συμφέροντα των ανθρώπων οδήγησαν στις κοινές δραστηριότητες, στην οργάνωση δηλαδή της πρώτης συμβιωτικής κοινωνίας,⁷ με αποτέλεσμα την καλλιέργεια της γλώσσας σαν αναγκαίου

Μέσου επικοινωνίας. Επιπλέον σημειώνεται η κατασκευή των πρώτων εργαλείων για τη γεωργία (δίκρανο), όπλων (πέλεκυς, τόξο, βέλη), κοινωφελών έργων για την προστασία από τα φυσικά φαινόμενα κ.α. στη συνέχεια έγινε ο κοινωνικός διαχωρισμός σε επαγγέλματα (αρχηγός ομάδας, κτηνοτρόφος, γεωργός, πολεμιστής, οικοδόμος κλπ.).

Η καλλιέργεια της γλώσσας οδήγησε τον άνθρωπο στις πρώτες θρησκευτικές έννοιες (π.χ. από πού ερχόταν και που πήγαινε), η καλλιέργεια της γης τον οδήγησε στις πρώτες γνώσεις (π.χ. για τις εποχές του έτους). Έτσι η περίοδος αυτή της πρώτης λειτουργίας της ομαδικής κοινωνικής συμβίωσης χαρακτηρίζεται εξελικτικά μετά την απόκτηση κοινής γλώσσας από κοινή θρησκεία, κοινά ήθη κι έθιμα, εθνότητα κλπ.

- iv. *Περίοδος εμποροβιομηχανική (σύγχρονη):* Η περίοδος αυτή άρχισε με τη διάδοση του σιδήρου που αντικατέστησε τον ορείχαλκο.

Στην περίοδο αυτή αναπτύσσονται οι μεγάλοι οικισμοί, το εμπόριο (που άρχισε με το μαγειρικό αλάτι), οι ανταλλαγές, οι μεταφορές κλπ. δημιουργούνται κράτη (με ενιαίο γεωγραφικό χώρο, διοικητική οργάνωση, κοινή νομοθεσία κ.α.).

Σημαντικός εξελικτικός σταθμός στη διαμόρφωση αυτής της περιόδου είναι η βιομηχανική

επανάσταση (1733) "συνέπεσε με νέες μορφές ενέργειας (γαιάνθρακας, ατμός), νέες πρώτες ύλες (χάλυβας), νέες βασικές βιομηχανίες (σιδήρου), νέα τεχνολογία (μηχανές) και νέα οργάνωση της εργασίας".⁸ Με τις τρεις περιόδους της βιομηχανικής επαναστάσεως "άλλαξαν κοσμοθεωρητικές, θρησκευτικές, φιλοσοφικές, πολιτικές, οικονομικές, κοινωνικές απόψεις και πιστεύω. Αναθεωρήθηκαν επιστημονικά δεδομένα. Ανακατατάχτηκαν κοινωνικές τάξεις και δημιουργήθηκαν νέες κοινωνίες. Ήρθαν στην επιφάνεια νέες αξίες και θεσπίστηκαν νέοι κοινωνικοί στόχοι (με πρώτο εκείνον της παιδείας). Δόθηκαν νέες διέξοδοι στη σκέψη και στη δράση".⁹ Στη σύγχρονη εποχή δημιουργούνται συνασπισμοί Κρατών (στρατιωτικές, οικονομικές, περιφερειακές συμμαχίες, Κοινωνία Εθνών, ΟΗΕ) που οδηγούν στη συνεργασία πάνω σε διάφορα θέματα με πνεύμα συλλογικό, έξω από το στενό εθνικό. Τέλος το κράτος - η εκτελεστική εξουσία - παίρνει μεγάλες αρμοδιότητες.

2. ΠΡΟΪΣΤΟΡΙΚΗ ΕΠΟΧΗ¹⁰

Οι ενέργειες της Κοινωνικής Επικοινωνίας την εποχή αυτή που περιλαμβάνει τους παλαιολιθικούς και νεολιθικούς χρόνους, είναι ανάλογες με το βαθμό της κοινωνικής οργανώσεως και την πολιτική εξέλιξη του ανθρώπου. Ο

προφορικός λόγος ήταν το πρώτο Μέσο επικοινωνίας ενώ η καθεαυτή ιστορία αρχίζει πολύ αργότερα από την εποχή της επινοήσεως της γραφής σαν Μέσου μεταδόσεως σκέψεων και γνώσεων. Η ανάπτυξη του γραπτού λόγου δημιούργησε και τις διάφορες μορφές του, που χρησιμοποιήθηκαν σταδιακά, ενώ ιδιαίτερη έκταση πήρε η επικοινωνία μετά την εμφάνιση του πάπυρου σαν μέσου γραφής, την τρίτη π.Χ. χιλιετία.

Την εποχή αυτή η βάση της κοινωνίας ήταν η οικογένεια. Οι "μικροκοινωνίες" δεν ήταν τίποτε άλλο παρά ομάδες οικογενειών με την ίδια γλώσσα, τους ίδιους θεούς, τα ίδια ήθη που αντιμετώπιζαν σχεδόν τους ίδιους εχθρούς, τα ίδια προβλήματα και τους ίδιους κινδύνους.

Σ' αυτή λοιπόν την εποχή οι ενέργειες των Δημοσίων Σχέσεων εκδηλώνονται κατά κύριο λόγο στις σχέσεις μεταξύ "αρχόντων" κι "αρχομένων". Η ηγετική τάξη (αρχηγοί των οικογενειών, άρχοντες, ιερατείο κλπ.) κατέβαλλε προσπάθειες για να γοητεύσει (αυτή είναι η ακριβής έκφραση) τους αρχόμενους και να επιβληθεί στην κοινή γνώμη με σκοπό να την ελέγξει και να μπορέσει έτσι να κυβερνήσει. Επειδή στην εποχή αυτή υπήρχαν, όπως προείπαμε, μικροκοινωνίες κι απ' ευθείας επαφή – επικοινωνία μεταξύ της ηγετικής τάξης και του λαού, η υποστήριξη της κοινής γνώμης (αδιάφορο αν αυτή γινόταν με την πειθώ ή με την υποταγή) ήταν απαραίτητη για τη διακυβέρνηση, με άλλα λόγια δηλαδή για την πραγματοποίηση των σχεδίων της άρχουσας τάξης.

Οι περιοδεύοντες έμποροι υπήρξαν οι πρώτοι (μετά)φορείς της πληροφορήσεως (Μέσα Επικοινωνίας).²¹ Μετέφεραν πληροφορίες από και προς την κοινή γνώμη.

Επιπλέον οι έμποροι αυτοί για να αποδεικνύουν την καλή ποιότητα των προϊόντων τους, να προφυλάσσουν τη φήμη της εμπορικής τους επωνυμίας αλλά και τον καταναλωτή από παραποιήσεις χρησιμοποίησαν και τις πρώτες διακριτικές σφραγίδες (ένα είδος "σήμα κατατεθέν") στα προϊόντα τους.

Εκδηλώσεις Δημοσίων Σχέσεων σύμφωνα με το πλαίσιο επικοινωνίας που αναφέραμε παραπάνω, συναντάμε στους *Σουμέριους* κι *Ακαδαιούς* [κυρίως θρησκευτικής μορφής δεδομένου ότι όπως πίστευαν ο πολιτικός αρχηγός (βασιλιάς) βρισκόταν σε επαφή με το θεό], στους *Βαβυλώνιους* (οι Διατάξεις του Κώδικα του Βασιλιά Χαμουραμπί ρύθμιζαν τις σχέσεις Κοινωνίας ατόμου), στους *Αιγύπτιους* (κυρίως κοινωφελή δημόσια έργα των Φαραώ), στους *Φοίνικες* (που επεξέτειναν την πολιτική των Δημοσίων Σχέσεων και στους λαούς με τους οποίους διατηρούσαν εμπορικές συναλλαγές, ιδιαίτερα μετά την επινόηση της γραφής κατά σύστημα αλφαβητικό - φθογγικό), στους *Κινέζους* (κυρίως στην εποχή της Δυναστείας των Χου, το 1000 π.Χ., οπότε η λογοτεχνία και η μουσική χρησιμοποιήθηκαν συστηματικά σαν Μέσα Επικοινωνίας)¹², στους *Ινδούς* (που διατηρούσαν και ειδικό δίκτυο κυκλοφορίας, πληροφοριών, ενισχυτικών για το έργο των κυβερνήσεων ενώ αντίθετα με την διάδοση φημών και με πολιτικές δολοπλοκίες υπέσκαπταν το ηθικό των αντιπάλων)¹³, στους *Πέρσες* (κυρίως σε ότι αφορούσε τους λαούς που είχαν υποτάξει και στους οποίους ήθελαν να διαμορφώσουν την καλή "εικόνα" για το βασιλιά Κύρο), στους *Προκολομβιανούς λαούς της Αμερικής* (Μεξικάνους, Ίνκας, Αιζέκους) κ.α. Τέλος, ιδιαίτερη σημασία στην ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ αρχόντων κι

αρχομένων έδωσαν οι *Εβραίοι*. Επειδή στο λαό αυτό υπήρχε συνταύτιση της θρησκευτικής με την πολιτική ηγεσία, η εβραϊκή ηγετική τάξη κατέβαλε εξαιρετικές προσπάθειες για να επιβάλλει την άποψη του "περιούσιου λαού του Θεού". Η ιδέα – αρχή αυτή επιβλήθηκε σε παγκόσμια κλίμακα με τόση επιτυχία ώστε αποτέλεσε το συνεκτικό κρίκο του εβραϊκού λαού σ' όλες τις ανά τους αιώνες ταλαιπωρίες και καταστροφές του κι εξακολουθεί να ισχύει και σήμερα, μετά 40 περίπου αιώνες.¹⁴

3. ΑΡΧΑΙΑ ΕΛΛΑΔΑ

Όπως γράφει ο Σπ. Ζομπανάκης "...ο αρχαίος ελληνικός κόσμος, καλλίτερον παντός άλλου, κατενόησεν, εσυνειδητοποίησε και εφήρμοσε τας αρχάς των Δημοσίων Σχέσεων. Επειδή δε ούτος απετελείτο από άτομα με ελευθέραν την βούλησιν και το φρόνημα, η έφεσις προς την πειθώ, η τάσις του πληροφορέιν και πληροφορείσθαι και η ανάπτυξις των σχέσεων κατέστησαν αναγκαία και αναπόσπαστα στοιχεία της τότε δημοσίας και ιδιωτικής ζωής".¹⁵ Ιδιαίτερα αυτό σημειώνεται στην Αθήνα, που κατείχε τα σκήπτρα της εκπολιτιστικής αναπτύξεως, κι όπου ο άρχοντας δεν εθεωρείτο ότι είχε θεία προέλευση όπως σ' άλλες Ανατολικές χώρες αλλά ήταν εκλεγμένος από τον λαό, για συγκεκριμένο μάλιστα χρονικό διάστημα.

Το δημοκρατικό πολίτευμα για να στηριχθεί είχε ανάγκη καλών σχέσεων μεταξύ των φορέων της κρατικής εξουσίας και των πολιτών. Οι πολίτες έπαιρναν απ' ευθείας

μέρος στη διακυβέρνηση (στην Αθήνα: Εκκλησία του Δήμου, στη Σπάρτη: Απόλλια κλπ.) και γι' αυτό ήταν αναγκαία η πληροφόρησή τους.¹⁶

Εκτός, όμως, από τις ανεπτυγμένες και εποικοδομητικές σχέσεις μεταξύ Δημόσιας Διοικήσεως και διοικούμενων, και σ' αυτή τη γενική φιλοσοφική θεώρηση του αρχαίου ελληνικού πνεύματος βλέπουμε να υπογραμμίζεται η ανάγκη της συνεργασίας και της υπάρξεως καλών σχέσεων μεταξύ των ανθρώπων για να επιτευχθεί κοινό έργο.

Ο Αριστοτέλης, στα "Ηθικά Νικομάχεια", αναφέρει ότι οι άνθρωποι δε μπορούν να ζήσουν αρμονικά χωρίς φίλους και αν δε λάβουν υπόψη ο ένας το συμφέρον του άλλου.¹⁷ Και τούτο είναι φυσικό γιατί, κατά τον Αριστοτέλη, ο άνθρωπος από τη φύση του είναι "πολιτικό" ζώο, που έχει ανάγκη της επικοινωνίας για να επιτύχει η συνεργασία με τους συνανθρώπους του.

Ο Θουκυδίδης αναφέρεται στον τρόπο ασκήσεως της Επικοινωνίας, δηλαδή, με ελευθερία πνεύματος και παντελή έλλειψη φιλοποψίας. Στον "Επιτάφιο" γράφει σχετικά: "όσον αφορά στα κοινά, πολιτευόμαστε ελεύθερα και δεν είμαστε φιλύποποι στις σχέσεις των καθημερινών μας επικοινωνιών".¹⁸

Ο Ξενοφώντας, στον "Οικονομικό", προχωρεί ακόμη περισσότερο κι αναγνωρίζει την ανάγκη της συνεργασίας και των καλών σχέσεων ανάμεσα στους εργοδότες και στους εργαζόμενους, ώστε με κοινή προσπάθεια να επιτυγχάνονται τα καλύτερα δυνατά αποτελέσματα.¹⁹

Εκτός, όμως, από τον εσωτερικό χώρο, οι Αρχαίοι Έλληνες - και ιδιαίτερα οι Αθηναίοι - χρησιμοποίησαν όλα τα

τότε γνωστά Μέσα μαζικής επικοινωνίας για να πλησιάσουν και να κατακτήσουν την κοινή γνώμη και των συμμάχων ή κατεχόμενων απ' αυτούς χωρών (Αποικιών). Το θέατρο (η τραγωδία, η κωμωδία)²⁰, οι καλές τέχνες, οι ραψωδοί, οι μεγάλες εορτές, οι Ολυμπιακοί Αγώνες, οι θρησκευτικές τελετές υπήρξαν μερικά από τα Μέσα αυτά. Ο Πλάτων, μάλιστα, στην "Πολιτεία", ασχολείται με τις εξωτερικές σχέσεις και τον τρόπο σταθεροποίησης των καλών σχέσεων μεταξύ των διαφόρων Πολιτειών.²¹

Επιπλέον, το Μαντείο των Δελφών, οι Αμφικτιονίες κι άλλα υπερεθνικά, ας πούμε, όργανα, υπήρξαν, εκτός από τ' άλλα, και Μέσα μαζικής επικοινωνίας. Υπήρξαν φορείς αναπτύξεως πνεύματος συνεργασίας και κοινών εθνικών ή και υπερεθνικών κατευθύνσεων.²²

Από την εποχή μάλιστα του Μεγάλου Αλεξάνδρου²³ και των Διαδόχων του, όταν ξεπεράστηκε το δόγμα του "Πας μη Έλλην, βάρβαρος", άρχισε μια περίοδος πραγματικής συνεργασίας με άλλους λαούς.

Γενικά, στην Αρχαία Ελλάδα, το πνεύμα των Δημοσίων Σχέσεων, βρήκε ένα από τα πιο κατάλληλα κλίματα για ν' αναπτυχθεί και ν' αποδώσει, σύμφωνα με τις αρχές της αξιοποίησης της ανθρώπινης αξιοπρέπειας.

4. Η ΡΩΜΑΪΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Οι Ρωμαίοι, οι οποίοι έφθασαν να καταλάβουν ολόκληρο σχεδόν το χώρο της κεντρικής Ευρώπης και της Ασίας, έδωσαν ιδιαίτερη έμφαση στην ανάπτυξη σχέσεων με

τους υπόλοιπους λαούς. Οι Ρωμαίοι κατανόησαν ότι για να μπορέσουν να διακυβερνήσουν την αχανή αυτοκρατορία τους έπρεπε να τύχουν φιλικής αποδοχής από τους κατεχόμενους αλλά και τους συμμάχους λαούς. Για το λόγο αυτό προσπάθησαν να δημιουργήσουν πνεύμα συνεργασίας και όχι αντιδικίας και εχθρότητας.

Στην πολιτική της αναπτύξεως Σχέσεων οι Ρωμαίοι χρησιμοποίησαν δύο κυρίως Μέσα: το *Δίκαιο* και την *Πολιτική Μηχανική*.

Στο Δίκαιο μετέτρεψαν σε πρακτικές εφαρμογές τις θεωρητικές αρχές της ελληνικής φιλοσοφίας: δημιούργησαν το Δίκαιο των Εθνών (Jus Gentium), που υπήρξε το θεμέλιο της συνεργασίας τους με τους άλλους λαούς (Σύστημα αυτοδιακυβερνήσεως) αλλά και βάση του μεγαλείου του Ρωμαϊκού Κράτους. Με την Πολιτική Μηχανική, που στηρίχτηκε στην προηγούμενη ρωμαϊκή τεχνική, κατασκεύασαν όχι μόνο ένα άρτιο οδικό δίκτυο αλλά και πολλά κοινωφελή έργα (υδραγωγεία, γέφυρες, κτίρια, θέατρα κλπ.) στις κατεχόμενες χώρες.²⁴ Τα έργα αυτά βοήθησαν στη δημιουργία πνεύματος συνεργασίας και κοινών προοπτικών με τους διάφορους λαούς.

Η δημιουργία άριστου οδικού δικτύου, που έγινε πρωταρχικά για την άνετη διαμετακίνηση του ρωμαϊκού στρατού, οδήγησε επίσης στην ανάπτυξη των επικοινωνιακών διαύλων. Έτσι, όχι μόνο στη Ρώμη (στη Σύγκλητο και στην Αρένα), μεταδίδονται πληροφορίες στην κοινή γνώμη, αλλά επιτυγχάνεται γενικότερα επικοινωνιακή πληροφόρηση με τη χρησιμοποίηση και νέων Μέσων. Τα νέα αυτά Μέσα είναι οι

"τοιχοκολλήσεις" ανακοινώσεων πάνω σε ειδική πέτρα, μάρμαρο ή χαλκό, τα "ημερολόγια" (acta diurna, είδος χρονικού κι αργότερα acta urbana και τα diurna commentaria ένα είδος εφημερίδας), τα ειδικά άτομα που μετέδιδαν ειδήσεις κ.α. Φυσικά χρησιμοποιήθηκε και το θέατρο, χωρίς όμως, να φτάσει στο ύψος και στην επίδραση του ελληνικού θεάτρου.

Στην προσπάθειά τους για ανάπτυξη Σχέσεων, οι Ρωμαίοι, χρησιμοποίησαν και πολλά Μέσα της προπαγάνδας (κυρίως τις επιδείξεις, τα σύμβολα και τη ρητορική).

Στην ακμή της ισχύος της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας εμφανίστηκε ο Χριστιανισμός. Η νέα θρησκεία έλαβε περισσότερο από οποιαδήποτε άλλη υπόψη της την κοινή γνώμη. Στηρίχθηκε στη διαλεκτική της "πίστεως δια της πειθούς" και δίδαξε την αποκατάσταση της ισότητας μεταξύ των λαών, των φυλών, των φύλων, των κοινωνικών τάξεων κλπ.²⁵ Επειδή η νέα αυτή θρησκεία είχε ανάγκη διαδόσεως κι επιβολής, για το λόγο αυτό χρησιμοποίησε νέα τεχνική στη πληροφόρηση και νέα μεθοδολογία επικοινωνίας (πορείες Αποστόλων, οργάνωση κοινοτήτων με κοινωνική δραστηριότητα, χρησιμοποίηση συμβόλων - ιχθύς, περιστέρα, ταύ - σύγκληση Οικουμενικών Συνόδων ευρείας αντιπροσωπευτικότητας κ.α.).²⁶ Επιπλέον ο Χριστιανισμός υιοθέτησε σαν Μέσο εκφράσεως την τότε "διεθνή" γλώσσα, την Ελληνική, αλλά και το ελληνικό πνεύμα. Αυτά τα δύο στοιχεία βοήθησαν θετικά το Χριστιανισμό στην επικράτησή του, ιδιαίτερα μάλιστα στην Ανατολή, όπου "παν ότι εγένετο χριστιανικόν εγένετο και ελληνικόν".²⁷

Μετά την αναγνώριση του Χριστιανισμού (Διάταγμα των Μεδιολάνων, το 313), την πτώση της Ρωμαϊκής Αυτοκρατορίας και τις ανακατατάξεις που αυτή επέφερε, η Εκκλησία αρχίζει να παίζει σημαντικό ρόλο στη κοινωνία της εποχής του Μεσαίωνα που ακολούθησε.

5. ΜΕΣΑΙΩΝΑΣ

Την περίοδο του Μεσαίωνα (476 - 1453) θα την εξετάσουμε χωριστά για την Δύση και χωριστά για την Ανατολή, μια και η κάθε περιοχή είχε τα δικά της κοινωνικά χαρακτηριστικά κι ανέπτυξε το δικό της τρόπο διακυβερνήσεως και κατά συνέπεια σημειώνεται διαφορετική παρουσίαση στα θέματα της μαζικής επικοινωνίας.

Στη Δύση, κατά τον Μεσαίωνα, η δύναμη του κράτους μειώθηκε προς όφελος της Εκκλησίας. Η Ρωμαιοκαθολική Εκκλησία αγωνίστηκε για να προσεταιριστεί την κοινή γνώμη όχι μόνο για πνευματικά θέματα αλλά κυρίως για πολιτικά (επιβολή του Πάπα επί της πολιτικής εξουσίας, πολιτική και στρατιωτική δραστηριότητα όπως οι σταυροφορίες κ.α.). Παράλληλα σημειώνεται η κοινωνική παρουσία των επαγγελματιών Συντεχνιών,²³ κοινωνικοθρησκευτικών ομάδων (Lollards) και της αστικής τάξεως.

Οι νέες αυτές οργανωμένες κοινωνικές ομάδες είχαν ανάγκη προβολής αλλά και επιβολής των απόψεών τους και γι' αυτό χρησιμοποίησαν τα τότε διαθέσιμα Μέσα επικοινωνίας (βιβλία, θρησκευτικά φυλλάδια, εμπορικές επιστολές κλπ.) για να επιτύχουν την πληροφόρηση του κοινού και την

επικοινωνιακή επαφή. Οι εμπορικές επιστολές (lettere mercantili) περιείχαν εκτός των εμπορικών πληροφοριών και σημαντικές πολιτικές ειδήσεις της εποχής, με σκοπό την αλληλοενημέρωση των επιχειρήσεων.

Στην Αγγλία, το 1215, ο Ιωάννης ο Ακτήμονας παραχώρησε τη Magna Charta Libertatum, που έδωσε νέες διεξόδους στην ελευθερία της σκέψεως και της εκφράσεως κι επηρέασε πνευματικά και τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές χώρες.

Σαν γενική παρατήρηση μπορεί να σημειωθεί ότι η Ρωμαιοκαθολική Εκκλησία, ιδίως μετά το σχίσμα, στάθηκε εκφραστής αντιφιλελεύθερου και αντιεπικοινωνιακού πνεύματος. Χρησιμοποίησε μόνο έντονα την προπαγάνδα²⁹ για την επιβολή των δικών της κατευθυνόμενων σκοπών.

Στην Ανατολή, η Βυζαντινή Αυτοκρατορία υπήρξε στην ουσία μια κοινοπολιτεία, ένα πολυποίκιλα φυλετικό και πολυποίκιλα πλουραλιστικό κράτος από απόψεως φυλετικών μειονοτήτων, εθνικοτήτων και θρησκευτικών δογμάτων.³⁰ Κάτω από αυτές τις συνθήκες οι Βυζαντινοί Αυτοκράτορες χρησιμοποίησαν ένα είδος Διεθνών Δημοσίων Σχέσεων για να αναπτύξουν τις σχέσεις τους με τους άλλους λαούς (φίλους, σύμμαχους, κατεχόμενους, εχθρικούς) και παράλληλα προσπάθησαν να επικοινωνήσουν με την κοινή γνώμη της Αυτοκρατορίας. Η νεοεπιβληθείσα Χριστιανική θρησκεία,³¹ η διπλωματία³² και το εμπόριο³³ ήταν τα κύρια Μέσα που χρησιμοποιήθηκαν για την ανάπτυξη των Διεθνών Δημοσίων Σχέσεων. Στο εσωτερικό, στον Ιππόδρομο η πολιτική ηγεσία (αυτοκράτορας) επικοινωνούσε με το λαό και λαμβάνονταν αποφάσεις που επηρέαζαν εξουσιαστικά την εθνική ζωή. Άλλος

τόπος λαϊκών συγκεντρώσεων ήταν ο χώρος των εκκλησιών όπου οι εκκλησιαστικές τελετές (πανηγύρεις και παννυχίδες) ασκούσαν άμεση επιρροή στο λαϊκό συναίσθημα. Αυτή η επαφή με την κοινή γνώμη ήταν αναγκαία για την τόνωση του εθνικού φρονήματος και την ενημέρωση του Αυτοκράτορα μια και η "πολιτικοστρατιωτική τυραννία των αυλικών παραγόντων δημιούργησε στο Βυζάντιο μια οικονομική τυραννία... Μερικοί αυτοκράτορες εφίλοτιμήθησαν να βελτιώσουν κάπως την αθλιότητα αυτή, κι έλαβαν μερικά μέτρα: να ρυθμίσουν την εργασίαν, να επιβάλλουν διατιμήσεις σε είδη πρώτης ανάγκης, να καθορίσουν την φορολογική ισότητα ανάμεσα στην Πρωτεύουσα και τις Επαρχίες", γράφει ο αρχιμανδρίτης Θ. Φραγκιαδάκης.³⁴

Μέσα επικοινωνίας στο Βυζάντιο ήταν επίσης η ζωγραφική, η μουσική, το θέατρο (η Εκκλησία προσπάθησε όχι με μεγάλη επιτυχία να αναπτύξει και το θρησκευτικό θέατρο), τα "χειρόγραφα", τα ημερολόγια (calendaria) κ.α. Φορείς της επικοινωνίας ήταν εκτός από τους εμπόρους, οι μισθοφόροι, οι μοναχοί και οι "χρονογράφοι".

Σε γενικές γραμμές μπορεί να ειπωθεί ότι οι Δημόσιες Σχέσεις στην περίοδο της Βυζαντινής Αυτοκρατορίας υπήρξαν απαραίτητο μέσο εκφράσεως των απόψεων του παραμελημένου λαού αλλά παράλληλα και της κρατικής πολιτικής, ιδιαίτερα της εξωτερικής.

6. ΑΝΑΓΕΝΝΗΣΗ – ΝΕΟΤΕΡΟΙ ΧΡΟΝΟΙ

Η αντίδραση κατά της απολυταρχίας της Καθολικής Εκκλησίας και κατά της καταπίεξης της ελευθερίας του

πνεύματος και της σκέψεως οδήγησε τη Δύση στη Μεταρρύθμιση. Ο δέκατος πέμπτος και δέκατος έκτος αιώνας χαρακτηρίζονται από την επικράτηση της Μεταρρυθμίσεως και κυρίως από την Αναγέννηση. Η Αναγέννηση – που ήταν αποτέλεσμα της ανακαλύψεως νέων χωρών, της εφευρέσεως της τυπογραφίας και της χρησιμοποίησεως της πυριτίδας – επέβαλλε τον ανθρωπισμό (Humanismus). Οι ουμανιστές φιλόσοφοι και συγγραφείς, που πίστευαν στην αναβίωση της κλασικής παιδείας, απευθύνθηκαν κυρίως στην κοινή γνώμη για να τους βοηθήσει στην πραγμάτωση των επιδιώξεών τους. Έτσι στην περίοδο αυτή, η δύναμη της κοινής γνώμης είτε με την υποταγή της είτε με τη συνεργασία μαζί της, όπως πρέσβευαν οι πιο φωτισμένοι από τους ιθύνοντες. Όλα τα μεγάλα πνεύματα αυτής της περιόδου (ο Λούθηρος, ο Μακιαβέλι, ο John Milton, ο John Locke, ο Pascal, ο Βολταίρος, ο Hobbes, ο Hume, ο J.J. Rousseau, ο Βάκων κ.α.) υπογράμμισαν στα έργα τους τη δύναμη της κοινής γνώμης και την ανάγκη να στηρίζεται η διακυβέρνηση των χωρών πάνω σ' αυτή.³⁵

Μέσα για την ανάπτυξη σχέσεων με την κοινή γνώμη ήταν η φιλοσοφία, η τέχνη, η ρητορική. Κορυφαίο σταθμό στην εξέλιξη της επικοινωνίας με την κοινή γνώμη αποτελεί η εμφάνιση της εφημερίδας τον δέκατο έβδομο αιώνα,³⁶ ενώ βέβαια γενικά η ανακάλυψη της τυπογραφίας συνέτεινε αλματωδώς στη διάδοση των ιδεών και στην ανάπτυξη επικοινωνιακών διαύλων.

Παράλληλα, τα "Salons" στη Γαλλία και τα "Coffee Houses" στην Αγγλία αποτέλεσαν σπουδαιότατους χώρους

συναθροίσεως και αναπτύξεως των απόψεων της αστικής τάξεως, που ανέβαινε σαν δύναμη, ερχόταν σε σύγκρουση με τους παλιούς φθαρμένους πια κοινωνικούς, οικονομικούς και πολιτικούς θεσμούς και με φιλελεύθερες τάσεις ζητούσε τα ηνία της διακυβερνήσεως. Δεν είναι παράξενο ότι η ιστορία απένειμε στους φιλόσοφους και στους κοινωνικούς ερευνητές της περιόδου αυτής την επωνυμία "Διαφωτιστές", μια και αυτοί ξύπνησαν και παρακίνησαν σε δραστηριοποίηση την κοινή γνώμη.

Το 1695 καθιερώθηκε στην Αγγλία η ελευθεροτυπία, ενώ το άρθρο 11 της Διακηρύξεως των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου και του Πολίτη το 1776 και η πρώτη τροποποίηση του Αμερικανικού Συντάγματος του 1791 διακήρυξαν έγγραφα την ελευθερία του Τύπου, που αποτελεί και το κύριο Μέσο Κοινωνικής Επικοινωνίας.

Η Γαλλική Επανάσταση (1789) που έγινε στο όνομα της κοινής γνώμης, υπήρξε και η αποθέωση της αναγνώρισεως της σημασίας της.³⁷ Ο Ναπολέων χρησιμοποίησε στο έπακρον τη μεθοδολογία των Δημοσίων Σχέσεων με τους πολίτες και τους στρατιώτες για εθνικούς στόχους αλλά και για τους προσωπικούς του σκοπούς.³⁸

Μετά την πτώση του Ναπολέοντα, οι ιθύνοντες του ευρωπαϊκού χώρου υιοθετούν την ακριβώς αντίθετη διαδικασία, της καταπνίξεως δηλαδή της κοινής γνώμης. Η Ιερή Συμμαχία κι ο Μέττερνιχ υπήρξαν οι κύριοι φορείς αυτού του αντιεπικοινωνιακού πνεύματος, ακολουθούμενοι από τον Bismarck, που αυτός, όμως, προσπάθησε να χρησιμοποιήσει

ορισμένες μεθόδους προσεταιρισμού της κοινής γνώμης, αλλά με απώτερο στόχο την καθυπόταξή της.³⁹

Η Ελλάδα, όπως γνωρίζουμε, πλήρωσε ακριβά κατά την επανάσταση του 1821 τη γενική τάση της πολιτικής των Ευρωπαίων ιθυνόντων να καταπνίξουν την κοινή γνώμη.⁴⁰

Ο δέκατος ένατος αιώνας, ο αιώνας της "εκβιομηχανίσεως", δημιουργεί νέες ανακατατάξεις στην παγκόσμια οικονομία. Το κέντρο βάρους αρχίζει να μετατοπίζεται από την αγροτική οικονομία, σ' εκείνη των βιομηχανικών πόλεων. Αυτό δημιουργεί μεγάλες κοινωνικές αναταραχές και οικονομικές μεταβολές, μια και στην αρχή η πρώτη βιομηχανική επανάσταση⁴² δημιουργεί απερίγραπτη δυστυχία.⁴² Μια νέα κοινωνία δημιουργείται. Μια κοινωνία με πολλά προβλήματα δράσεως κι αναπτύξεως κι έντονη την ανάγκη επικοινωνίας με το κοινό.

Στο τέλος του αιώνα αυτού, πρέπει ιδιαίτερα να σημειωθεί η συμβολή των Χριστιανικών αιρέσεων των Κουάκερς και των Μεθοδιστών, στην ηθικοποίηση της οικονομίας και των εμπορικών συναλλαγών. Οι οπαδοί αυτών των αιρέσεων όχι μόνο ήταν απόλυτα έντιμοι στις συναλλαγές τους, αλλά διακρίνονταν και για την πατρική φροντίδα προς τους εργαζομένους τους. ήταν αναμφισβήτητα οι πρώτοι που ακολούθησαν την οδό της εφαρμογής των Ανθρώπινων Σχέσεων, καθοδηγούμενοι από το θρησκευτικό τους πιστεύω. Επιπλέον, οι ίδιοι, πολλές φορές από θρησκευτικό ειρηνισμό κι από απέχθεια προς τον ανέντιμο ανταγωνισμό απέκρουαν εμπορικές πράξεις που δεν ήταν σύμφωνες με τις ηθικές αρχές.

7. ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΕΠΟΧΗ

Στη σύγχρονη μορφή τους οι Δημόσιες Σχέσεις εμφανίστηκαν την πρώτη δεκαετία του εικοστού αιώνα, στις ΗΠΑ. Προέκυψαν από μια αναγκαιότητα της εποχής εκείνης στις σχέσεις μεταξύ επιχειρηματικών μονάδων και κοινού.

Αν εξετάσουμε τις σχέσεις αλληλεξαρτήσεως μεταξύ του περιβάλλοντος χώρου και της επιστήμης της Κοινωνικής Επικοινωνίας θα δούμε ότι οι Δημόσιες Σχέσεις υπηρέτησαν κατ' αρχήν της ανάγκης επικοινωνίας και κοινωνικής ευθύνης (Social responsibility) των οικονομικών μονάδων και παραγόντων και των κοινωνικών ομάδων.

Την εποχή εκείνη, στις ΗΠΑ, ίσχυε ο φιλελευθερισμός της οικονομίας στην χειρότερη αρνητική μορφή του. Τα μεγάλα επιχειρηματικά μονοπώλια, κάτω από το ισχυρό δόγμα του "Laisser faire", είχαν καταστεί τυραννικά κι ανεξέλεγκτα (η ασύδοτη απληστία του Αμερικανού επιχειρηματία παρέμεινε σαν χαρακτηριστικό της ίδιας εποχής). Τα μονοπώλια δεν έδιναν καμία σημασία στον παράγοντα άνθρωπος και στην αξία της κοινής γνώμης και επίσης παρέσυραν την κρατική εξουσία – που κατά βάση ήταν κάτω από τον έλεγχο αυτών των ισχυρών οικονομικών δυνάμεων – στην υιοθέτηση της ίδιας τακτικής, δηλαδή της παραγνωρίσεως των παραδεκτών αξιών του κοινωνικού βίου.

Η τεχνολογική πρόοδος όχι μόνο δεν λάμβανε υπόψη της τον μέσο άνθρωπο – καταναλωτή, αλλά κι αναπτυσσόταν σε βάρος του. Δημιουργήθηκε κατ' αυτό τον τρόπο, ένας

καίριος δικασμός μεταξύ παραγωγού και καταναλωτή και μεταξύ εργοδότη και εργαζόμενου.

Κάτω από αυτές τις συνθήκες, με την πάροδο των χρόνων, η κοινή γνώμη άρχισε να αντιδρά και να ζητά, κατά τρόπο έντονο και αποφασιστικό, να χυθεί φως στη δραστηριότητα των οικονομικών συγκροτημάτων. Ο πέπλος του μυστηρίου και της απομονώσεως, που ήταν η έκφραση της επιχειρηματικής νοοτροπίας της εποχής, δεν μπορούσε πλέον ν' αντέξει. Οι προσπάθειες των μονοπωλίων να εξαφανίσουν τις μεσαίες επιχειρήσεις και να καθυποτάξουν έτσι την καταναλωτική κοινωνία είχε οριστικά εξεγείρει την κοινή γνώμη. Στην κίνηση αυτή κατά των μονοπωλίων στοιχήθηκαν διάφορα στρώματα του λαού: πολιτικοί και θρησκευτικοί ηγέτες, διανοούμενοι, εργάτες, γεωργοί, εργατικές Ενώσεις κλπ. Ο Τύπος, με τη σειρά του, απελευθερώθηκε κι αυτός σιγά – σιγά από τον έλεγχο των τραστί κι άρχισε, εκφράζοντας την κοινή γνώμη, να ζητά δημοσιότητα για τις ενέργειες των επιχειρήσεων.⁴³

Η συνδυασμένη αυτή ενέργεια κοινής γνώμης – Τύπου – εργατικών Ενώσεων κι ανεξάρτητων κοινωνικών παραγόντων δεν άργησε να παρασύρει με το μέρος τους την Κυβέρνηση. Ο Πρόεδρος Θεοδ. Ρούζβελτ⁴⁴ εξάγγειλε αυστηρό πρόγραμμα για τον δημόσιο έλεγχο των μονοπωλίων κι επέβαλλε τη δημοσιότητα των ενεργειών τους, ιδρύοντας ιδιαίτερο "Γραφείο των Επιχειρήσεων" (Corporations) στο υπουργείο Εμπορίου & Εργασίας. Οι επιχειρήσεις κατάλαβαν ότι πέρασε πια η εποχή του "The public be damned", κι αναζήτησαν τρόπους επαφής

κι επικοινωνίας με το κοινό, Ανάπτυξη Σχέσεων, μέσα στα πλαίσια του νέου πνεύματος "The public be informed".

Πατέρας των Δημοσίων Σχέσεων στη σύγχρονη μορφή τους, θεωρείται ο 26^{ος} Πρόεδρος των ΗΠΑ Ivy Lee⁴⁵ (1858 – 1919). Εργαζόμενος από το 1903, για λογαριασμό διαφόρων επιχειρήσεων – αρχικά για τη βιομηχανία του ανθρακίτου σε περίοδο μεγάλης απεργιακής κρίσεως και στη συνέχεια των Σιδηροδρόμων Πενσυλβάνιας και των Ροκφέλλερ - ο Lee, για να τις αποκαταστήσει στη συνείδηση της κοινής γνώμης, βασίστηκε στο παραμελημένο ανθρώπινο παράγοντα (του καταναλωτή) και στους ίδιους τους εργαζόμενους σ' αυτές. Κύρια προσπάθειά του ήταν να εξανθρωπίσει τις επιχειρήσεις, να τους δώσει νέα κίνητρα και νέα εξωτερική "εικόνα". Πίστεψε ο Lee ότι το πνεύμα της αδιαφορίας για τα συναισθήματα της κοινής γνώμης και η τακτική της μυστικότητας που επικρατούσε στις ενέργειες των διαφόρων επιχειρηματικών μονάδων, τόσο ανάμεσά τους όσο και με το κοινό, έπρεπε ν' αντικατασταθεί με την πληροφόρηση και την παροχή στο κοινωνικό σύνολο αντικειμενικών στοιχείων, για να μπορεί αυτό να κρίνει ανεπηρέαστα και να τις καταξιώνει ελεύθερα, ώστε να επιτευχθεί η έμμεση λαϊκή συμμετοχή στο έργο των επιχειρήσεων.

Επίσης ο Lee επιδίωξε την ανάπτυξη καλών σχέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων, των καταναλωτών, όπως και μεταξύ εκείνων των ομάδων (Κοινοτήτων της περιοχής) που γειτόνευαν με εγκαταστάσεις βιομηχανικών συγκροτημάτων. Ο Lee καθιέρωσε και την ιεραρχική εξάρτηση των Δημοσίων Σχέσεων: υποστήριξε, δηλαδή, και εφάρμοσε την Αρχή της απευθείας

εξαρτήσεως των υπευθύνων των Δημοσίων Σχέσεων με τους ιεραρχικά επικεφαλής των επιχειρήσεων.⁴⁶

Τη δραστηριότητά του αυτή ο Lee την ονόμασε "Δημοσιότητα" (Publicity), παρόλο ότι γνώριζε ότι στην ουσία ήταν Δημόσιες Σχέσεις.⁴⁷ Η εργασία του στηριζόταν ακριβώς στην παροχή τιμών κι αντικειμενικών πληροφοριών, στην ελεύθερη κι ελεγμένη δημοσιότητα, με ελευθερία κρίσεως κι αποδοχής από την κοινή γνώμη.

Η προσπάθεια του Lee δεν ήταν εύκολη. Πολλές οικονομικές μονάδες υιοθέτησαν τις αρχές του, όχι τόσο γιατί πίστεψαν σ' αυτές, αλλά σαν μέσο προσωρινής αποκαταστάσεως των σχέσεών τους με τις διάφορες κοινωνικές ομάδες πιέσεων ή μέσα στα πλαίσια της ακολουθούμενης πολιτικής του πατερναλισμού⁴⁸ που είναι εντελώς αντίθετη με εκείνη των Δημοσίων Σχέσεων. Οι μονάδες αυτές, κατά βάθος, αποζητούσαν πάντα την ευκαιρία ν' απαγκιστρωθούν από τις αρχές που τους είχε επιβάλλει ο Lee.

Με τους διαδόχους του Lee – E. Bernays⁴⁹, Th. Vail, G. Greel, E. Davis, J. Hagerty κ.α. – άρχισαν να εδραιώνονται περισσότερο οι Δημόσιες Σχέσεις με τη σύγχρονη μορφή τους και να γίνονται αναπόσπαστο μέρος της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Η περαιτέρω μάλιστα ανάπτυξη των Μέσων Δημοσιότητας πρόσφερε με τη σειρά της μεγαλύτερες δυνατότητες για την άσκηση του έργου της Επικοινωνίας και της Αναπτύξεως Σχέσεων. Στις προεδρικές εκλογές του 1912, ο Πρόεδρος H. Wilson διακήρυξε ότι η "Δημοσιότητα" ήταν ένα από τα εξαγνιστικά στοιχεία της Αμερικανικής πολιτικής ζωής.

Στην περίοδο του α' παγκοσμίου πολέμου οι Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιήθηκαν για πρώτη φορά κι έξω από τον επιχειρηματικό χώρο. Η Κυβέρνηση των ΗΠΑ τις επιστράτευσε για την διαφώτιση των πολιτών πάνω στους σκοπούς του πολέμου. Συγκεκριμένα, ο Πρόεδρος Wilson ίδρυσε την περίφημη υπό τον G. Greel "Committee on Public Information", με ιδιαίτερα τμήματα για το εσωτερικό και το εξωτερικό της χώρας.⁵⁰

Μετά τον πόλεμο σημειώνεται η συνεχής κι αποτελεσματική παρουσία των Δημοσίων Σχέσεων σε ενέργειες γενικών θεμάτων, εκτός από εκείνα που είχαν οικονομικό αντικείμενο: το 1918, π.χ., το Εθνικό Λιθουανικό Συμβούλιο που είχε την έδρα του στις ΗΠΑ, αναθέτει σε γραφείο Δημοσίων Σχέσεων την οργάνωση εκστρατείας για τη δημιουργία πνεύματος συμπάθειας μεταξύ του Αμερικανικού λαού για την εθνική αποκατάσταση του λαού της Λιθουανίας, που είχε ενσωματωθεί στην ΕΣΣΔ, το επόμενο έτος η Καθολική Εκκλησία ιδρύει Γραφείο Δημοσιότητας, το 1920 έγιναν οι πρώτες σφυγμομετρήσεις της κοινής γνώμης για λογαριασμό εμπορικών εταιρειών κ.α.

Η περίοδος της βιομηχανικής αναπτύξεως και της οικονομικής ευημερίας που ακολούθησε στις ΗΠΑ, οδήγησε τους επιχειρηματίες στη σκέψη ότι δεν ήταν πια αναγκαία η συνεργασία τους με την κοινή γνώμη. Η άποψη αυτή, σε συνδυασμό με το κλίμα της γενικής οικονομικής ευφορίας, παραλίγο να πνίξει στη γέννησή του το θεσμό της Αναπτύξεως Σχέσεων με το κοινό.

Η οικονομική όμως κρίση του 1929, που οδήγησε στην πλήρη διακοπή των σχέσεων μεταξύ των οικονομικών συγκροτημάτων και μεγάλων τμημάτων του λαού των ΗΠΑ που καταστράφηκε οικονομικά, έφερε πάλι στην επιφάνεια την αναγκαιότητα για τη χρησιμοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων. Η προσφυγή στις αρχές τους κρίθηκε σαν απαραίτητη για να εδραιωθούν οι σχέσεις και ν' αποκατασταθεί η εμπιστοσύνη μεταξύ των παραγόντων της οικονομικής ζωής των ΗΠΑ και του λαού.⁵¹

Έτσι, στη χρονική περίοδο από το 1929 ως το 1941 που εφαρμόστηκε η αρχή του New Deal του Προέδρου Φρ. Ρούσβελτ, οι Δημόσιες Σχέσεις έφθασαν στο στάδιο της ωριμάνσεως.⁵² Το New Deal έθεσε νέες αρχές, μέσα και προοπτικές στην οικονομική ζωή που έδωσαν παράλληλη άνθηση κι άνοδο και στη Κοινωνική Επικοινωνία. Το πνεύμα και η φιλοσοφία της νέας επιστήμης των Δημοσίων Σχέσεων όχι μόνο αποτέλεσε πρωτοποριακή μέθοδο διακυβερνήσεως, αλλά άρχισε ν' αποτελεί αποφασιστικό παράγοντα στον καθορισμό της πολιτικής και στην άσκηση της δραστηριότητας Εκκλησιών, Ανώτατων Σχολών, σωματείων, οργανωμένων κοινωνικών ομάδων, τραπεζών κλπ.⁵³

Ιδιαίτερη φυσικά σημασία απόκτησαν σ' αυτή την ίδια περίοδο οι Δημόσιες Σχέσεις των οικονομικών μονάδων, που είχαν σαν κύριο στόχο ν' αποκαταστήσουν την πίστη του καταναλωτικού κοινού προς αυτές. Η αποκατάσταση αυτής της πίστεως που τόσο είχε κλονιστεί μετά την κρίση του 1929, αποτελούσε έργο εθνικής ανάγκης για να μπορέσει να ισχυροποιηθεί η εθνική οικονομία των ΗΠΑ, σκοπό για τον

οποίο εργάστηκαν εντατικά όλοι οι παράγοντες της Αμερικανικής ζωής.

Με την κήρυξη του β' παγκοσμίου πολέμου αποδείχθηκε η μεγάλη σημασία και η αποτελεσματικότητα των Δημοσίων Σχέσεων στον τομέα των Κρατικών Υπηρεσιών. Οι Αμερικανοί, καταπονημένοι από τον α' παγκόσμιο πόλεμο κι επειδή μόλις είχαν συνέλθει από την οικονομική κρίση του 1929, αντιμετώπιζαν με φυσιολογική δυσφορία την πιθανότητα αναμιξέως τους στον πόλεμο. Οι αρχές του δόγματος Μονρόε είχαν αρχίσει και πάλι να κατακτούν κατά τρόπο επικίνδυνο, έδαφος. Από την άλλη πλευρά, η Ναζιστική και Ιαπωνική προπαγάνδα κατέβαλλαν σύντομες προσπάθειες για την επικράτηση του απομονωτισμού μια και γνώριζαν ότι ο μεγάλος κίνδυνος για τις δυνάμεις του Άξονα ήταν η εμπλοκή των ΗΠΑ στον πόλεμο. Ενώ, λοιπόν, το πνεύμα και η νοοτροπία του Αμερικανικού λαού βρισκόταν σε τέτοιο κρίσιμο σημείο, οι Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιήθηκαν από την Κυβέρνηση των ΗΠΑ για να προετοιμάσουν ψυχικά το λαό για την πιθανή συμμετοχή του στο νέο πόλεμο. Πιστεύεται γενικά ότι αν δεν είχαν προηγηθεί οι ενέργειες των Δημοσίων Σχέσεων, το ζύπνημα στο Περλ Χάρμπορ, στον ψυχολογικό τομέα, θα ήταν ίσως ακόμη πιο τραγικό!

Κατά τη διάρκεια του β' παγκοσμίου πολέμου οι Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιήθηκαν από τις ΗΠΑ κατά τρόπο έντονο και συστηματικό για διάφορους σκοπούς: η κρατική μηχανή τις χρησιμοποίησε για ν' αντιστρατευτεί την εντυπωσιακή προπαγανδιστική προσπάθεια του φασισμού και για ν' αναπτύξει πνεύμα εθελοντικής συμμετοχής του

Αμερικανικού λαού στις προσπάθειες των "Συμμάχων του Ελεύθερου Κόσμου".⁵⁴

Παράλληλα, οι επιχειρηματικές μονάδες χρησιμοποίησαν τις Δημόσιες Σχέσεις για να διατηρήσουν ζωντανή την εμπορική επωνυμία τους. Οι επιχειρήσεις αυτές απασχολημένες με την τροφοδότηση της πολεμικής μηχανής των ΗΠΑ, διέτρεχαν τον κίνδυνο να λησμονηθούν από τους καταναλωτές οι επωνυμίες και τα προϊόντα τους, των οποίων η κατασκευή είχε ανασταλεί λόγω πολέμου. Γι' αυτό απευθύνθηκαν στη μεθοδολογία των Δημοσίων Σχέσεων, μια και δεν είχαν προϊόντα ώστε να διαφημιστούν, για να πετύχουν την διατήρηση της εμπορικής φυσιογνωμίας κι επωνυμίας τους στη μνήμη και στη συνείδηση της κοινής γνώμης.

Το πνεύμα και η μεθοδολογία των Δημοσίων Σχέσεων, σε ότι είχε σχέση με τις Δημόσιες Υπηρεσίες και ιδιαίτερα με τις Ένοπλες Δυνάμεις, άρχισε να χρησιμοποιείται κατά τη διάρκεια του πολέμου κι από τους δυτικούς συμμάχους των ΗΠΑ, με πρώτη την Μ. Βρετανία, που κι αυτή είχε σοβαρά προβλήματα επικοινωνίας με το λαό της αλλά και με τα στρατευμένα παιδιά της που βρίσκονταν διασκορπισμένα σ' όλα σχεδόν τα παιδιά των μαχών.⁵⁵ Ο β' παγκόσμιος πόλεμος μεταφύτευσε, δηλαδή, σε περιορισμένη βέβαια κλίμακα, τις Δημόσιες Σχέσεις κι εκτός του Αμερικανικού χώρου.

Η σε ευρύτερα πλαίσια χρησιμοποίηση της Κοινωνικής Επικοινωνίας έφερε, όπως είναι φυσικό, παράλληλη επαγγελματική ανάπτυξη της νέας επιστήμης. Δημιουργήθηκαν τα πρώτα στελέχη, μπήκαν οι βάσεις της

θεωρητικής κατάρτισεως, δημιουργήθηκε επιστημονικό πνεύμα στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων, επαγγελματική συνείδηση κλπ. Με τον τρόπο αυτό η μεταπολεμική περίοδος βρήκε τις Δημόσιες Σχέσεις σε δημιουργική ανάπτυξη.

Όταν, λοιπόν, στη μεταπολεμική περίοδο, σημειώθηκε η αποκαλούμενη "επιστροφή στον παράγοντα Άνθρωπο", οι Δημόσιες Σχέσεις βρέθηκαν έτοιμες για να παίξουν μεγάλο και σοβαρό ρόλο στην οικοδόμηση της νέας κοινωνίας.

Η "επιστροφή στον Άνθρωπο" είχε σαν έκφραση:

1. Τη δημιουργία του "Κοινωνικού Κράτους" που ενδιαφέρεται για να παράσχει ευημερία και κοινωνική πρόνοια σε όσο το δυνατόν περισσότερες ομάδες των πολιτών του.
2. Τη δεύτερη περίοδο της βιομηχανικής επανάστασης που προέκυψε από την αύξηση των αναγκών του ανθρώπου κι από το πρόβλημα της μαζικής ικανοποίησής τους.⁵⁶
3. Την έμπρακτη εφαρμογή της αρχής ότι καμιά ανθρώπινη προσπάθεια δεν μπορεί να ευδοκιμήσει αν δε στηρίζεται στην κοινωνική αναγνώριση κι αποδοχή.
4. Την αμερόληπτη και ελεύθερη πληροφόρηση που επιτρέπει την δημιουργία προϋποθέσεων ελέγχου και συμμετοχής της κοινής γνώμης στις προσπάθειες που αναλαμβάνονται στον οποιοδήποτε τομέα της ανθρώπινης δραστηριότητας.

Όχι λοιπόν, μόνο στον Αμερικανικό χώρο, αλλά και στην Ευρώπη οι Δημόσιες Σχέσεις άρχισαν ν' αναπτύσσονται

και να σταθεροποιούνται σαν φιλοσοφία και σαν μεθοδολογία επικοινωνίας, αναπτύξεως σχέσεων και συνεργασίας με την κοινή γνώμη.

Ο Ευρωπαϊκός χώρος που ήταν προηγμένος και γαλουχημένος με τις φιλελεύθερες αρχές της εκτιμήσεως της ανθρώπινης αξιοπρέπειας μ' ένα ήθος καθαρά ευρωπαϊκό, αποτέλεσε πρόσφορο έδαφος για την θεμελίωση της Κοινωνικής Επικοινωνίας. Ο σπόρος τους έδωσε καρπούς πολύ νωρίτερα απ' ότι θα περίμενε κανείς, με αποτέλεσμα οι Δημόσιες Σχέσεις να υποστούν στην Ευρώπη μεταμόρφωση προς το καλύτερο, να σημειώσουν μεγαλύτερη θεμελιακή πρόοδο και να υπερβούν τα Αμερικανικά πρότυπα.

Η είσοδος του Αμερικανικού τύπου οργανώσεως της επιστήμης των Δημοσίων Σχέσεων στην Ευρώπη πραγματοποιήθηκε ευθύς μετά την λήξη του πολέμου: στην Γαλλία το 1946, στην Μ. Βρετανία το 1948, στην Ιταλία το 1950, στη Δ. Γερμανία το 1958 κλπ. Συναφής υπήρξε και η εισδοχή των Δημοσίων Σχέσεων σε χώρες άλλων ηπείρων, όπως στην Κεντρική και Νότια Αμερική, στην Αυστραλία, στην Ν. Ζηλανδία, στην Ιαπωνία, στην Κορέα, στη Ν. Αφρική κ.α. Εισδοχή που σημείωσε παράλληλη βελτίωση του θεωρητικού υπόβαθρου και των πρακτικών μεθόδων που χρησιμοποιούνται για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων.

Με την εισδοχή των Δημοσίων Σχέσεων στις διάφορες χώρες ιδρύθηκαν και τα σχετικά επιστημονικά κι επαγγελματικά σωματεία για να περιλάβουν τους επαγγελματίες ή τους φίλους – ενδιαφερόμενους για τη νέα επιστήμη. Τα σωματεία αυτά της κάθε χώρας ίδρυσαν

περιφερειακές ενώσεις, όπως το Ευρωπαϊκό Κέντρο Δημοσίων Σχέσεων (C.E.R.P), την I.F.P.R.A., που περιλαμβάνει χώρες της Νότιας, Κεντρικής και Βόρειας Αμερικής, την P.P.P.R.F. που περιλαμβάνει την περιοχή από την Νήσο Χαβάη ως το Πακιστάν. Στις περιφερειακές αυτές Ενώσεις περιλαμβάνονται τόσο σωματεία, όσο κι άτομα επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων. Τέλος, σαν χαρακτηριστικό στοιχείο, σημειώνεται ότι από το 1980 αρχίζουν να αναγνωρίζονται οι Δημόσιες Σχέσεις στην Κίνα.

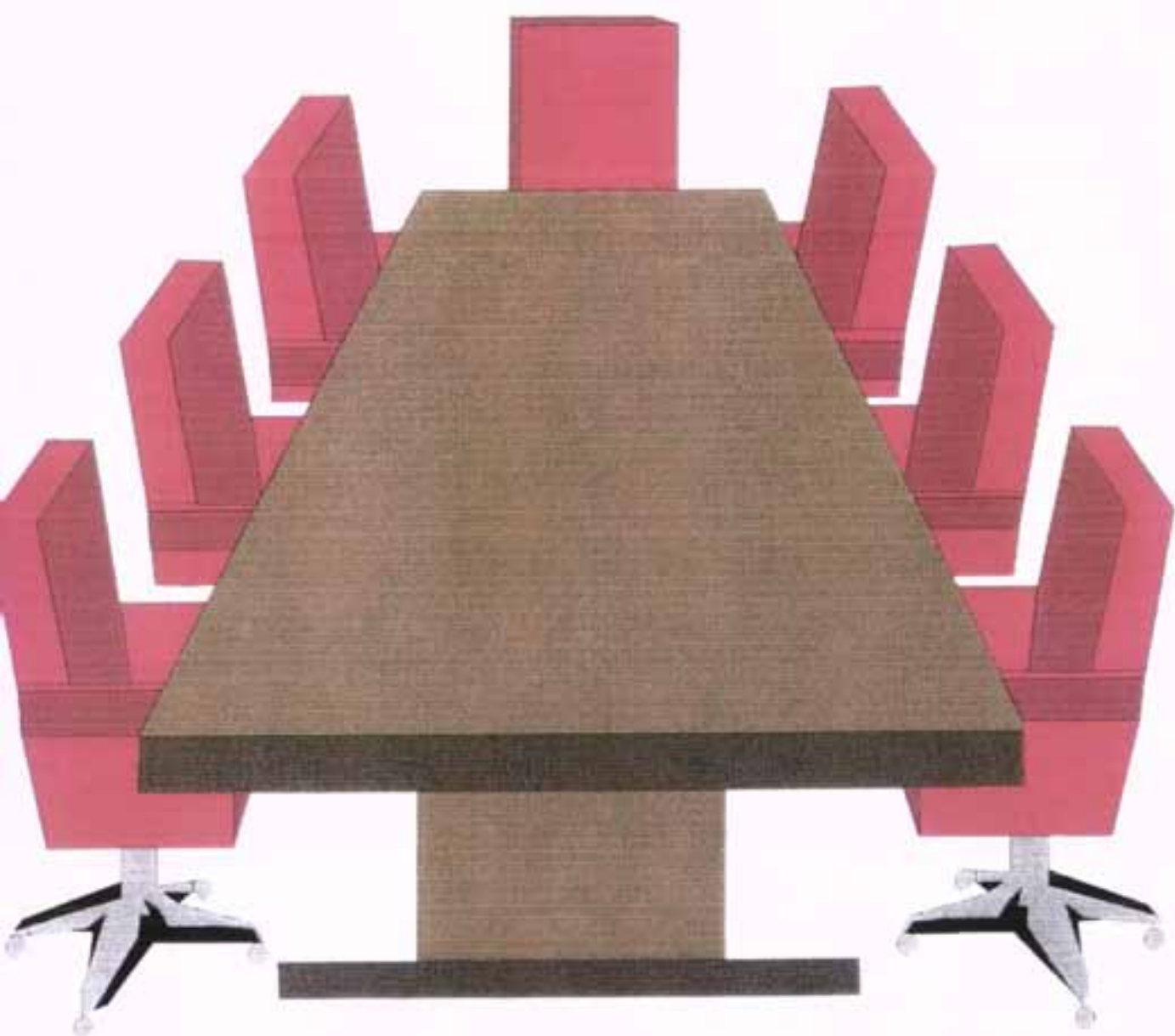
Εκτός από τις περιφερειακές Ενώσεις των Δημοσίων Σχέσεων, υπάρχει η Διεθνής Ένωση των Δημοσίων Σχέσεων (I.P.R.A.)⁵⁷, που αποτελείται από επαγγελματίες διαφόρων χωρών.

Σήμερα σ' ολόκληρο τον κόσμο, οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν καθιερωθεί κι εξυπηρετούν συνειδητά κι αποτελεσματικά την κρατική και ιδιωτική δραστηριότητα σ' όλους τους τομείς. Οι απασχολούμενοι από τις Δημόσιες Σχέσεις ανέρχονται σε πολλές χιλιάδες άτομα, όπως και εκατοντάδες δισεκατομμύρια δραχμές, ή πλέον ευρώ, διατίθενται κάθε χρόνο για τα σχετικά προγράμματα Αναπτύξεως Σχέσεων.

Η ιστορία της αναπτύξεως των Δημοσίων Σχέσεων, είναι όπως αναλύσαμε παραπάνω, συνυφασμένη με την ιστορία της κοινωνίας των ανθρώπων. Τις συνδέει αιτιώδης αλληλουχία γεγονότων, έργων, καταστάσεων και αναγκών. Όσο προοδεύει η ανθρώπινη κοινωνία, αυξάνονται οι ανάγκες και βελτιώνεται η θέση του ανθρώπου τόσο παράλληλα προοδεύουν οι Δημόσιες Σχέσεις για να εξυπηρετούν το άτομο, σαν κοινωνική, βιολογική και ψυχολογική οντότητα.

Το πνεύμα των Δημοσίων Σχέσεων αναγνωρίζεται σήμερα από όλους τους παράγοντες της εθνικής ζωής διαφόρων κρατών. Η αναγνώριση αυτή είναι περισσότερο σημαντική, αν ληφθεί υπόψη ότι έγινε μέσα σε μικρό χρονικό διάστημα, μέσα στις δυσχέρειες των παγκοσμίων πολέμων και συνεχών τοπικών συρράξεων, σε περιόδους σημαντικών μεταβολών και μεγάλων εθνικών και κοινωνικών ανακατατάξεων, σε εποχές δημιουργίας νέων τάσεων και συσχετισμών δυνάμεων στις ανθρώπινες κοινωνίες. Είναι βέβαιο ότι σ' αυτή την μέσα σε αντιξοότητες αναγνώριση και καταξίωση της Κοινωνικής Επικοινωνίας, βοήθησε η μεγάλη δύναμή της που πηγάζει από τις πολύ ανθρώπινες προοπτικές της. Αυτές οι ίδιες προοπτικές αποτελούν και την πιο θετική εγγύηση για το μέλλον των Δημοσίων Σχέσεων.

Δεν πρέπει όμως να παραγνωριστεί το γεγονός ότι αυτή η απότομη ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων και η εισδοχή τους στη ζωή των οργανωμένων κοινωνιών χωρίς να είναι απόλυτα θεμελιωμένη η θεωρητική βάση και σαφώς καθορισμένοι οι κανόνες της πρακτικής ενασκήσεώς τους, δημιούργησε, όπως είναι φυσικό, πολλά προβλήματα: προβλήματα που αναφέρονται σε θέματα ηθικής (αρχών, περιεχομένου, στόχων, συνόρων με άλλες παρόμοιες λειτουργίες κ.α.). Οι διεθνείς οργανώσεις και οι εθνικές ενώσεις των επαγγελματιών των Δημοσίων Σχέσεων για να θεραπεύσουν αυτά τα προβλήματα, προσπάθησαν να θέσουν μερικά ευκρινή όρια με την ψήφιση των Κωδίκων Ηθικής.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ Β'

**Συνεδριακός Τουρισμός και
Συνεδριακή Υποδομή στην Ελλάδα.
Προβλήματα - Έργα - Προτάσεις**

Η Αθήνα εξακολουθεί να είναι η μοναδική ευρωπαϊκή πρωτεύουσα που δεν διαθέτει επίσημα ένα ικανό σε χωρητικότητα, άρτια εξοπλισμένο και «ξεκάθαρο» – σε χαρακτηρισμό – συνεδριακό και εκθεσιακό κέντρο. Τόσο η Αθήνα όσο και η περιφέρεια διαθέτουν πολλές και διαφορετικής δυνατότητας αίθουσες (και γήπεδα), στα οποία φιλοξενούνται πολλές άλλοτε μεγάλες, άλλοτε μικρές, διοργανώσεις.

Ωστόσο, πάγιο αίτημα της ελληνικής τουριστικής οικογένειας είναι η δημιουργία στην πρωτεύουσα της χώρας ενός συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου προδιαγραφών εποχής και μέλλοντος προκειμένου να επιτευχθούν δύο σημαντικοί στόχοι: α) να αποτελέσει η δημιουργία του κέντρου αυτού λύση για την φιλοξενία μεγάλων σε αριθμό συνεδρίων, τα οποία υλοποιούνται σε αθλητικές συνήθως εγκαταστάσεις – χώρους ακατάλληλους για ποιοτική προσφορά και β) να βοηθηθεί η Αθήνα και ο τουρισμός της, να αποκτήσει ταυτότητα και ρόλο συνεδριακού προορισμού και να προσαρμοστεί το προϊόν της στις απαιτήσεις της εποχής.

Το που και το πώς θα δημιουργηθεί ένα τέτοιο κέντρο, είτε εκθεσιακό, είτε συνεδριακό, είτε συνεδριακό – εκθεσιακό, είτε ένα αμιγώς συνεδριακό, είτε ένα αμιγώς εκθεσιακό, είναι το ζήτημα των τελευταίων εξελίξεων και τάσεων:

Όσοι διοργανώνουν συνέδρια μεγάλα – σε αριθμό συνέδρων, ζητούν την δημιουργία ενός τεράστιου σε δυνατότητα συνεδριακού κέντρου. Όσοι διοργανώνουν συνέδρια μικρότερης δυνατότητας συμφωνούν αλλά δεν επιμένουν κιόλας, αφού εξυπηρετούνται σε χώρους ιδανικούς

για μικρά και μεσαία συνέδρια που υπάρχουν σε όλη την επικράτεια. Όσοι ασχολούνται με τον τομέα των εκθέσεων κατά κύριο λόγο, υποστηρίζουν θερμά πως η εκθεσιακή δραστηριότητα αποφέρει τα μέγιστα στη χώρα, περισσότερα και από αυτή τη συνεδριακή δραστηριότητα και το τεκμηριώνουν με τα δικά τους στοιχεία που καταθέτουν σε φορείς και άλλους.

Οι συγκεκριμένοι, λοιπόν, προτείνουν τη δημιουργία και ενός εκθεσιακού κατά κύριο λόγο, κέντρου, που έχει ανάγκη όπως τονίζουν, η πρωτεύουσα και δηλώνουν πως δεν έχουν πρόβλημα να είναι και αυτόνομο εκθεσιακό (να μην είναι δηλαδή κατ' ανάγκη και συνεδριακό ταυτόχρονα) αρκεί να δημιουργηθεί.

Τα προηγούμενα χρόνια πολλές ιδέες κατατέθηκαν στο τραπέζι και στα χαρτιά για τον ιδανικό τρόπο: Ο Ιππόδρομος, η βάση Ελληνικού, το ΚΕΒΟΠ, τα εργοστάσια στην Πειραιώς, στη Δραπετσώνα, στο Κερατσίνι, το οικόπεδο της ΒΙΟΧΑΛΚΟ στον Ελαιώνα κλπ. Δύο προτάσεις μόνο, η μια αυτή του Ιππόδρομου και η άλλη αυτή του αεροδρομίου του Ελληνικού φαίνεται πως έχουν τους υπέρμαχούς τους, πλέον, αφού οι άλλες εγκαταλείφθηκαν - η κάθε μία για διαφορετικούς λόγους. Το ΠΕΧΩΔΕ δείχνει την προτίμησή του προς τον Ιππόδρομο (λόγω και του 2004) και οι διοργανωτές εκθέσεων (Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων - ΣΕΟΕΣ) με επικεφαλής τον πρόεδρό τους κ. Τ. Κούμανη υποστηρίζουν πως οι εγκαταστάσεις του αεροδρομίου που από το 2001 «δεν θα πετά ούτε πουλί» είναι ιδανικές για τη δημιουργία συνεδριακού - εκθεσιακού κέντρου. Μάλιστα

δηλώνουν πως ακόμη και αν πρόκειται να δημιουργηθεί συνεδριακό κέντρο εκεί, οι ίδιοι θα αγωνιστούν σκληρά προκειμένου αυτοί οι χώροι να αποτελέσουν τουλάχιστον τόπο διεξαγωγής εκθέσεων και να αξιοποιηθούν με ιδανικό τρόπο.

Λοιπόν, κάποια στιγμή, έγινε μια πρόταση:

Τόσο η μελέτη σκοπιμότητας για τη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα όσο και η κατασκευή του στην πορεία να μπουν οι ιδέες μας και οι προτάσεις μας για το Γ' ΚΠΣ. Η Ευρώπη απάντησε πως έχει ήδη προσφέρει για το συνεδριακό κέντρο της Αθήνας που ονομάζεται Μέγαρο Μουσικής...

Έτσι, τώρα άλλοι πλέον δρόμοι ίσως βοηθήσουν να επιχορηγηθεί μια τέτοια επένδυση... Όλα αυτά, σε μια εποχή όπου, όπως προβλέπει το *World Travel and Tourism Councils* τη δεκαετία 1997 - 2007, η αύξηση των επαγγελματικών ταξιδιών θα φτάσει το 31%. Σε μια εποχή που όλοι κατανοούμε πως μεγάλα διεθνή συνέδρια κακώς φιλοξενούνται σε χώρους γηπέδων αφενός (αλλά και στο Μέγαρο Μουσικής πώς να χωρέσουν...).

Σε μια εποχή που ακριβώς και λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 η ευρύτερη δημοσιότητα της χώρας θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί και υπέρ του συνεδριακού τουρισμού κλπ.

Μια ενδιαφέρουσα νέα πρόταση της κας Ντίας Καψή, η οποία έχει εργασθεί ιδιαίτερα στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και εκτιμά πως δεν είναι δυνατόν ως τουριστική χώρα να μην διαθέτουμε ένα μεγάλο και σύγχρονο συνεδριακό κέντρο προδιαγραφών. Είπε πως ιδανική λύση θα αποτελούσε

η δημιουργία ενός «Συνεδριακού Χωριού», σε μια μεγάλη έκταση εκτός Αθηνών και σε ιδανική απόσταση από το νέο αεροδρόμιο Ελευθέριος Βενιζέλος, το οποίο, πέραν των συνεδριακών και εκθεσιακών εγκαταστάσεων θα περιλαμβάνει νέα ξενοδοχεία με ικανό αριθμό κλινών, καταλύματα κλπ. Μια άλλη άποψη της κας Καψή είναι η αξιοποίηση των ερημωμένων και ερειπωμένων εγκαταστάσεων στο Λαύριο. Ωστόσο, πέραν του συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου της Αθήνας, ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα έχει και άλλα πολλά, προβλήματα να αντιμετωπίσει και αυτά αφορούν τόσο την πολιτεία όσο και τους επαγγελματίες του χώρου.

Η καλή πρόθεση της πολιτείας για προώθηση του συνεδριακού προϊόντος της Ελλάδας στις διεθνείς αγορές, αλλά και για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητάς του, υπάρχει.

Αυτό προκύπτει τόσο από τις ειδικές ενισχύσεις για την δημιουργία αυτοτελών συνεδριακών κέντρων εκτός ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων σε όλες τις περιοχές της χώρας (όπως ορίστηκαν από τον νέο αναπτυξιακό νόμο 2601/98) όσο και από την ένταξη σχετικών δράσεων υπέρ του συνεδριακού τουρισμού στο επιχειρησιακό πρόγραμμα Τουρισμός - Πολιτισμός μέσω των Β' και Γ' ΚΠΣ .

Πέραν τούτων στη «σύνοψη της φιλοσοφίας και των παρεμβάσεων του Γ' ΚΠΣ για τον τουρισμό», τονίζεται ξεκάθαρα πως η «οργάνωση και ενίσχυση των μεγάλων ειδικών επενδύσεων (ΠΟΤΑ, συνεδριακό κέντρο Αθηνών, ίδρυση θεματικών πάρκων όπως π.χ. εκείνο της Μυθολογίας κλπ.)» αποτελεί όχι απλώς στόχο αλλά συγκεκριμένο τομέα

παρέμβασης. Και για την προβολή, το κλίμα είναι εξίσου θετικό. Όμως την υπάρχουσα κατάσταση, την περιέγραψε με αρκετή σαφήνεια, η ίδια η επιτροπή κατάρτισης ΣΠΑ (τομέας τουρισμού) στην Πρόταση Σχεδίου Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΣΠΑ 2000 – 2006) τον Μάρτιο του 1999.

Όπως, λοιπόν, είχε γραφεί στην πρόταση του ΣΠΑ 2000 – 2006 και «όσον αφορά την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, η Ελλάδα ήταν 18^η στην κατάταξη των χωρών ως προς τον αριθμό των διεθνών συνεδρίων που φιλοξενούν. Η υπάρχουσα υποδομή σε οργανωμένους χώρους συνεδρίων είναι ανεπαρκώς ανεπτυγμένη, αν ληφθεί υπόψη ο δυναμισμός και οι προοπτικές του τομέα. Για την εξυπηρέτηση συνεδρίων λειτουργούν σήμερα 13 αυτοτελή (εκτός ξενοδοχείων) συνεδριακά κέντρα, που μπορούν να υποδεχτούν συνολικά 12.000 συνέδρους. Παράλληλα, λειτουργούν συνεδριακές εγκαταστάσεις μέσα σε 51 ξενοδοχεία στο σύνολο της χώρας, με κυμαινόμενη δυναμικότητα. Υπό αποπεράτωση είναι δύο αυτοτελή συνεδριακά κέντρα (στην Κω και στην Θεσσαλονίκη) και άλλα 11 μέσα σε ξενοδοχεία».

Στην ίδια πρόταση και στο σημείο που γινόταν η εκτίμηση των αποτελεσμάτων της πορείας του Β' ΚΠΣ είχαν επισημανθεί τα εξής – που αφορούν τον συνεδριακό τουρισμό: «Στο μέτρο 1.4 έχουν ενταχθεί οριστικά 24 εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής που υλοποιούνται από ιδιώτες μέσω του αναπτυξιακού νόμου και αφορούν 13 συνεδριακά κέντρα (επίσης ένα υδροθεραπευτήριο, δύο γήπεδα γκολφ, τρία κέντρα θαλασσοθεραπείας και πέντε μαρίνες και έχει κατ' αρχήν ενταχθεί η δημιουργία μιας ΠΟΤΑ στην περιοχή της

Μεσσηνίας σε έκταση 5.500 στρεμμάτων στην οποία θα δημιουργηθούν: ξενοδοχειακά συγκροτήματα ΑΑ και Α τάξης, δυναμικότητας 2.400 κλινών, τρία γήπεδα γκολφ, κέντρο θαλασσοθεραπείας, εμπορικά κέντρα, αθλητικά κέντρα, συγκροτήματα εστίασης και αναψυχής, λαογραφικό κέντρο, συγκρότημα παραθεριστικής κατοικίας και λουτρικές εγκαταστάσεις, δεσμεύσεις 130.203.268 ECUs). Από τα παραπάνω, έχουν ολοκληρωθεί τρία συνεδριακά κέντρα, ένα κέντρο θαλασσοθεραπείας, ένα γήπεδο γκολφ και ένας λιμένας αναψυχής. Οι υπόλοιπες επενδύσεις βρίσκονται σε διαφορετικά στάδια υλοποίησης, όμως ο σχεδιασμός του μέτρου έχει ολοκληρωθεί όσον αφορά τις δεσμεύσεις και οι σχετικοί δείκτες έχουν υπερκαλυφθεί. Το μέτρο σήμερα παρουσιάζει απορρόφηση επί του προϋπολογισμού 25,78% και εκτιμάται, ότι η απορροφητικότητα του μέτρου θα αυξηθεί σημαντικά με την έναρξη, πολύ σύντομα, της υλοποίησης της ΠΟΤΑ Μεσσηνίας».

Ακόμη, τονίζεται πως «ειδικό μέτρο θα πρέπει να καλύψει την δημιουργία συνεδριακού κέντρου της Αθήνας, που όπως φαίνεται δεν μπορεί παρά να αποτελέσει μικτή επένδυση (δημόσιος και ιδιωτικός τομέας).

Στο σημείο αυτό επισημαίνουμε πως οι τουριστικοί φορείς στις εξειδικευμένες προτάσεις τους προς τον ΕΟΤ σχετικά με το Γ' ΚΠΣ, αναφέρονται συγκεκριμένα στα περι ανάπτυξης των ειδικών μορφών τουρισμού και στη σημασία ενίσχυσης των εγκαταστάσεων συνεδριακού τουρισμού: πιο συγκεκριμένα, επί τούτου, α) το ΞΕΕ όσο και η ΠΟΞ τονίζουν πως για τα συνεδριακά κέντρα, όπως και για τα κέντρα

θαλασσοθεραπείας, τα κέντρα προπονητικού – αθλητικού τουρισμού, τα γήπεδα γκολφ κλπ η συνολική δαπάνη δράσης εκτιμάται ότι θα φτάσει στα 80 δις δρχ., ενώ το ποσό της επιδότησης για την περίπτωση ιδιωτικών επενδύσεων αυτής της μορφής θα πρέπει – όπως υποστηρίζουν – να ανέρχεται στο 50%, β) ο ΣΕΤΕ, σ' ότι αφορά τις εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής εκτιμά πως πρέπει να ισχύσει ποσοστό επιχορήγησης και επιδότησης τόκων 50% για τις επενδύσεις σε συνεδριακά κέντρα και γήπεδα γκολφ εκτός ξενοδοχειακών μονάδων.

Ο ΣΕΤΕ μάλιστα, προκειμένου να καταδείξει αφενός τη σημασία του συνεδριακού εκθεσιακού τουρισμού για την χώρα και αφετέρου τον τρόπο με τον οποίο το θέμα αντιμετωπίζεται τόνισε (δια στόματος του κ. Γ. Δρακόπουλου γεν. διευθυντή): «Ανάμεσα στις ειδικές μορφές τουρισμού που προκύπτουν από την τμηματοποίηση της αγοράς ο συνεδριακός τουρισμός αναφέρεται με ιδιαίτερα μεγάλη συχνότητα. Στον χαρακτηρισμό του συνεδριακού τουρισμού σαν ειδική μορφή τουρισμού ξεχνάμε πολλές φορές ότι πρέπει να στηριχθεί στο βασικό προϊόν του Ελληνικού Τουρισμού και να θεωρηθεί σαν προστιθέμενη αξία πάνω σ' αυτό. Όμως, είτε από κεκτημένη ταχύτητα είτε από επιφανειακή προσέγγιση, δεν αναφερόμαστε ταυτόχρονα και στον εκθεσιακό τουρισμό, ο οποίος παρουσιάζει το πλεονέκτημα των επαναλαμβανόμενων σε τακτά χρονικά διαστήματα δραστηριοτήτων, σε αντίθεση με τον συνεδριακό, ο οποίος δεν χαρακτηρίζεται από περιοδικότητα.

Αναμφίβολα και οι δύο αυτές συγγενείς μορφές είναι σίγουρο ότι μπορούν να τονώσουν την τουριστική ζήτηση και

μάλιστα στην εκτός αιχμής περίοδο με ότι θετικό αυτό συνεπάγεται για την οικονομία και την απασχόληση. Δυστυχώς όμως καμία σοβαρή προσπάθεια δεν έχει γίνει μέχρι σήμερα από πλευράς πολιτείας, δεδομένου ότι το ενδιαφέρον όλων ανεξαιρέτως των κυβερνήσεων παραμένει διαχρονικά φιλολογικό, όχι μόνο για τον συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό αλλά γενικά για τον τουρισμό.».

Ο πρόεδρος της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων κ. Β. Πλεύρης τόνισε τα εξής:

«Για να συνεχίσει να αναπτύσσεται με κανονικούς ρυθμούς ο συνεδριακός τουρισμός ή χώρα μας θα πρέπει:

α) να βελτιωθούν οι συνθήκες διαβίωσης στα μεγάλα αστικά κέντρα

β) να κατασκευαστεί μεγάλο συνεδριακό κέντρο στην πρωτεύουσα, ικανό να φιλοξενήσει πάνω από 300 συνέδρους

γ) να ενισχυθούν τα κίνητρα για βελτίωση και κατασκευή νέων συνεδριακών χώρων

δ) να εντείνει τη διαφημιστική προβολή του κλάδου, ο ΕΟΤ

ε) να δραστηριοποιηθούν οι επιστημονικοί σύλλογοι της χώρας και τα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα στην κατεύθυνση της διοργάνωσης επιστημονικών συνεδρίων».

Η Ελλάδα, συνεχίζει ο κ. Πλεύρης, διαθέτει την κατάλληλη ειδική υποδομή, όπως μεγάλα ξενοδοχειακά συγκροτήματα, συνεδριακά κέντρα πλήρως εξοπλισμένα, πλούσια πολιτιστική κληρονομιά και ένα πολυπληθές επιστημονικό δυναμικό με σημαντικές επαφές με διεθνή επιστημονική κοινότητα.

Επιπλέον οι συνέδροι μπορούν να συνδυάσουν τις επαγγελματικές τους ασχολίες με ψυχαγωγία. Επομένως, η χώρα μας προσφέρεται για ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού. Τα μειονεκτήματα της χώρας μας έχουν να κάνουν με τις ελλείψεις στις δημόσιες υποδομές (αεροδρόμια, συγκοινωνιακή υποδομή, τηλεπικοινωνίες κλπ).

Επιπλέον, τα μεγάλα ποιοτικά κέντρα, υστερούν σε ποιότητα αστικού περιβάλλοντος και υποδομές σε σχέση με τα ανταγωνιστικά κέντρα της βόρειας και κεντρικής Ευρώπης. Η ιδιωτική πρωτοβουλία και πιο συγκεκριμένα τα μεγάλα και πολυτελή ξενοδοχεία είναι αυτά που διασώζουν το γόητρο της χώρας μας. Έτσι, ουδείς αρνείται ότι είμαστε οι ιδανικοί οικοδεσπότες, όποτε χρειάστηκε να φιλοξενήσουμε διεθνείς συναντήσεις στη χώρα μας. Ο αριθμός των επιστημονικών συνεδρίων που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα είναι ικανοποιητικός. Υστερούμε στη διοργάνωση συνεδρίων επιχειρήσεων, συγκέντρωσης πωλητών ή επίδειξης νέων προϊόντων. Για το γεγονός αυτό ενδέχεται να ευθύνεται και το γεγονός ότι η παραγωγική βάση της χώρας μας είναι περιορισμένη.

Πάντως, ο συνεδριακός τουρισμός θα πρέπει να αποτελεί μέγιστη προτεραιότητα, τόσο για τους επιχειρηματίες του κλάδου όσο και για τον ΕΟΤ, διότι εξασφαλίζει στην τουριστική βιομηχανία της χώρας μας πελάτες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και συμβάλλει στην άμβλυση της εποχικότητας».

Διαπιστώνουμε πως αποτελεί κοινό τόπο η άποψη πως συνεδριακός τουρισμός «αγκαλιάζεται» προφορικά και

παραγκωνίζεται πρακτικά. Οφείλουμε να επισημάνουμε πως μέσα στη χρονιά Νοέμβριος 1998 – Νοέμβριος 1999 ελάχιστα υλοποιήθηκαν υπέρ του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος σε επίπεδο πρακτικό, πέραν αυτών που αφορούν α) μια τουριστική πολιτική και συμπεριλαμβάνει στους κόλπους της τη συνεδριακή δυνατότητα της χώρας και θέλει να την προβάλλει στις διεθνείς αγορές, και β) της κίνησης πολλών ιδιωτών να δημιουργήσουν νέα συνεδριακά κέντρα υψηλής ποιότητας και ενίοτε καλύτερης δυνατότητας από τα υπάρχοντα (είτε σε επίπεδο ποιότητας υπηρεσιών είτε σε επίπεδο κωρητικότητας) εκ των οποίων αρκετά μέχρι το τέλος του 2001 θα είναι έτοιμα μετά βεβαιότητας. Αυτό όμως που ακόμη δεν έχει γίνει είναι μια βαθιά ανάλυση της συνεδριακής αγοράς σε διεθνές επίπεδο, που να συλλέξει την σπουδαιότερη πληροφορία η οποία θα φτάνει από το εξωτερικό και κυρίως και από τους ίδιους τους διοργανωτές συνεδρίων (είτε φορείς, είτε ενώσεις, είτε συλλόγους, είτε οργανισμούς, είτε μεγάλα πρακτορεία – διοργανωτές κλπ). Και εννοούμε την πληροφορία εκείνη που εξηγεί εμμέσως πλην σαφώς γιατί επιλέγεται μια χώρα και όχι μια άλλη, μια πόλη και όχι μια άλλη, ένας χώρος και όχι ένας άλλος, κι όλες τις άλλες παραμέτρους: τα μεγέθη των συνεδρίων, το περιεχόμενο των εργασιών, το προφίλ του συνεδριακού πελάτη, τις διευκολύνσεις που ζητούνται, τα παράλληλα προγράμματα και εκδηλώσεις στο πλαίσιο του συνεδρίου κλπ. και πέρα από αυτά το σπουδαιότερο: πως μπορούμε να προσφέρουμε τα αναγκαία για να αναβαθμιστεί το συνεδριακό μας προϊόν και ποια θα

είναι τα έξτρα που θα το κάνουν να δείχνει ιδιαίτερο, πρωτότυπο και ενδιαφέρον.

Αυτά δεν μπορούν να γίνουν ποτέ χωρίς να υπάρχουν:

1) conventions bureaux και σχετική δουλειά από τα γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού, 2) προσπάθεια σύνδεσης με εταιρίες και επιστημονικούς φορείς, συλλόγους κλπ. απ' όλο τον κόσμο, 3) προσφορά ειδικών πακέτων συνεδριακών οργανώσεων, 4) βελτίωση γενικής και ειδικής υποδομής, 5) σταθερή ποιότητα και έλεγχος του χώρου για απομόνωση των μη επαγγελματιών, 6) πλήρης καταγραφή της συνεδριακής μας βιομηχανίας 7) στατιστικά στοιχεία – υλικό έρευνας και μελέτης για τους ειδικούς, 8) βελτίωση της αεροπορικής σύνδεσης των τουριστικών προορισμών με τις ξένες πρωτεύουσες τους περισσότερους μήνες του χρόνου, 9) επαφή με τους διεθνείς οργανισμούς συνεδριακού τουρισμού (*UIA, ICCA, ESAE, SITE, MWA, ETTFA, FFCT, IAPCO, WATE, BACD, IACVB* κ.α.). Η συνεδριακή υποδομή βελτιώνεται. Ιδιώτες αλλά και πόλεις και περιφέρειες έχουν πλέον αντιληφθεί την σπουδαιότητα του θέματος και τους ενδιαφέρει να ενταχθούν στο παιχνίδι του υγιούς ανταγωνισμού. Ο συνεδριακός τουρίστας είναι ένας από τους καλύτερους πελάτες που η χώρα επιθυμεί να κερδίσει.

Επομένως, θα ήταν σκόπιμο κάποια στιγμή να επιτύχουμε τρόπους που θα βρίσκουν στην καρδιά τον στόχο τους, δηλαδή να προκαλούν ευθέως τις ειδικές ομάδες να διοργανώσουν στην Ελλάδα το συνέδριό τους ή να αποφασίσουν πως για τουρισμό κινήτρων είμαστε ο ιδανικός προορισμός. Φυσικά, αυτό προϋποθέτει πολλά, τα οποία ταυτόχρονα πρέπει να κατακτηθούν. Συμπερασματικά

επιλέγουμε να επιμείνουμε στο θέμα της προβολής του συνεδριακού τουρισμού, στην ανάγκη να προστατευθεί ο χώρος από τους τυχαίους και περιστασιακούς – μη επαγγελματίες, στην ανάγκη να γίνει σύντομα ορατό το συνεδριακό κέντρο της Αθήνας αλλά και στη δυναμική του χώρου της διοργάνωσης εκθέσεων που για την Ελλάδα αποκτά νέες διαστάσεις.



ΚΕΦΑΛΑΙΟ Γ'

**Η ανάγκη ίδρυσης ενός συνεδριακού
κέντρου στην Αθήνα.**

Τρόπος οργάνωσης.

Θέσεις - απόψεις - εκτιμήσεις

ΓΙΑΤΙ ΕΠΙΒΑΛΛΕΤΑΙ Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ

Το 1997, η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών (ΕΞΑ), είχε τονίσει σε δελτίο Τύπου που εστάλη ότι: η ανυπαρξία συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα έγινε πασιφανής κατά τη διάρκεια του forum που οργάνωσε ο ΕΟΤ για την ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα.

Αυτό τονίστηκε σε ανακοίνωση της Ε.Ε.Α., η οποία με την ευκαιρία του γεγονότος απέστειλε τηλεγράφημα προς το Γεν. Γραμ. του ΕΟΤ, ο οποίος ήταν και αυτόπτης μάρτυς της ανυπαρξίας αυτού του ζητούμενου χώρου. Ο τότε Γ.Γ. του ΕΟΤ, κ. Ν. Σκουλάς έδωσε εντολή όπως το forum για τα συνέδρια να μεταφερθεί από το στάδιο που πραγματοποιείτο, σε αθηναϊκό ξενοδοχείο μετά τη διαπίστωση ότι ο χώρος αυτός (στον οποίο διεξάγονται ετησίως πολλά διεθνή συνέδρια) δεν τηρούσε κάποιες βασικές προϋποθέσεις, με αποτέλεσμα να διαπιστωθούν για άλλη μια φορά οι γνωστές δυσμενείς συνέπειες για την ποιοτική εικόνα της συνεδριακής Αθήνας. Η ΕΞΑ στο τηλεγράφημά της υποστηρίζει ότι ήρθε η ώρα για την ανάληψη σταυροφορίας για την δημιουργία ενός σύγχρονου συνεδριακού κέντρου, ανάγκη για την οποία είχε αποδεχθεί και ο Πρωθυπουργός κ. Σημίτης και δεν απομένει παρά η ανάληψη συντονισμένων πρωτοβουλιών προς την κατεύθυνση της υλοποίησης του μεγάλου αυτού έργου. Το συνεδριακό κέντρο, τονίζει η ΕΞΑ, αποτελεί μια από τις απαραίτητες προϋποθέσεις για την αποφασιστική βελτίωση της πληρότητας των αθηναϊκών ξενοδοχείων.

Σε επόμενα υπομνήματα, ανακοινώσεις, δελτία Τύπου κλπ η ΕΞΑ έμεινε σταθερή στην άποψή της την οποία διατηρεί μέχρι και σήμερα:

1. Η υπάρχουσα υποδομή για συνεδριακές εκδηλώσεις (ξενοδοχεία, Μέγαρο Μουσικής και Ηεlexpro) περιορίζει την ανάληψη συνεδρίων με μέγεθος μέχρι 2000 συνέδρους και εκθεσιακή κάλυψη μέχρι 800τμ (πραγματικά).
2. Τα ευρωπαϊκά και παγκόσμια συνέδρια απαιτούν εξυπηρέτηση 4000 έως 15000 ατόμων και εκθεσιακή κάλυψη από 2500τμ έως 4000τμ (πραγματικά).
3. Το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας (ΣΕΦ) που έχει κάποιες δυνατότητες, από απόψεως χώρων, έχει δύο βασικά μειονεκτήματα:
 - Δεν έχει εμφάνιση ενός συνεδριακού κέντρου.
 - Χρειάζεται σοβαρά ποσά για την μετατροπή των αιθουσών προθερμάνσεων σε συνεδριακούς ή εκθεσιακούς χώρους. Μάλιστα, κάθε φορά που θα γίνεται ένα τέτοιο συνέδριο και αυτό κάνει την επιλογή της Αθήνας οικονομικά ασύμφορη από την μεριά των διοργανωτών έναντι ανταγωνιστικών χώρων που διαθέτουν πλήρη συνεδριακά κέντρα.
4. Η υπάρχουσα υποδομή δεν προσφέρει ενιαίους χώρους πάνω από 1000 – 1200 άτομα για "Welcome receptions" ή "Closing ceremonies".
5. Η Αθήνα έχει σημαντική ξενοδοχειακή υποδομή άνω των 30000 κλινών περί το κέντρο της Αθήνας, εκ των

οποίων τα 10000 ανήκουν στην κατηγορία πολυτελείας και 4 αστέρων.

Συνεπώς επειδή η Αθήνα δεν θεωρείται πλέον τουριστικός προορισμός διακοπών, τα ξενοδοχεία της μπορούν να επιβιώσουν μόνο αν υπάρχουν ειδικές μορφές τουρισμού όπως ο συνεδριακός.

6. Η Αθήνα έχει χάσει εκ των ανωτέρω λόγων, τα τελευταία πέντε χρόνια, τουλάχιστον 15 μεγάλα πανευρωπαϊκά συνέδρια, εκτός από τ' άλλα συνέδρια που δεν περιλαμβάνουν την Αθήνα στους προορισμούς τους, λόγω γνώσης των ανωτέρω λόγων.

ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΟ ΕΡΓΟ	ΧΑΡΑΚΗΤΗΡΙΣΤΙΚΑ	ΕΚΟΠΙΜΟΤΗΤΑ	ΠΡΟΒΛ. ΚΟΣΤΟΣ
Συνεδριακό / εκθεσιακό κέντρο	Χωρητικότητα: 5000 χρήση πολυμέσων, μετατροπή σε αίθουσα πολλαπλών χρήσεων. Παράλληλη λειτουργία σαν εκθεσιακό κέντρο. Έκταση: έως 4000τμ (πραγματικά)	Διοργάνωση συνεδρίων, εκθέσεων, σεμιναρίων, συμποσίων. Τόνωση του συνεδριακού τουριστικού προϊόντος.	20 δισ. εκατ. δρχ.
Κέντρα τουριστικής πληροφόρησης	Επιτόπια γραφεία πληροφόρησης κέντρα οργάνωσης επεξεργασίας και διάχυσης της πληροφόρησης, χρήση διαδικτύου, cd rom, έντυπα.	Κυρίως για την εξυπηρέτηση των αναγκών των Ο.Α. 2004 αλλά και της Πολιτιστικής Ολυμπιάδας. Επιπλέον, παροχή υπηρεσιών στους επισκέπτες της πόλης.	3 δισ. εκατ. δρχ.
Γραφεία συμβουλευτικής στήριξης ΜΜΕ	Εξοπλισμός με πολυμέσα, έντυπο υλικό, ειδικούς συμβούλους.	Αύξηση της ανταγωνιστικότητας, ηλεκτρον. προώθηση πωλήσεων, αποδοτικότερη διαχείριση, απόκτηση τεχνογνωσίας.	2 δισ. εκατ. δρχ.

Γ. ΚΟΥΜΑΝΗΣ: Επιμένουμε για τις εγκαταστάσεις του Ελληνικού.

"Έχουμε προσεγγίσει την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας και την 129 Πτέρυγα Μάχης και προσπαθούμε να πείσουμε όλους πως ο ιδανικός κατά την άποψή μας χώρος του Αεροδρομίου Ελληνικού, μπορεί να μετατραπεί σε εκθεσιακό – τουλάχιστον – κέντρο!" Επίσης ο κ. Κούμανης υποστηρίζει ότι "οι χώροι του αεροδρομίου μετατρέπονται εύκολα σε εκθεσιακούς και συνεδριακούς. Η λύση αυτή εξυπηρετεί όχι μόνο τις ανάγκες των επαγγελματιών του χώρου αλλά και της ευρύτερης περιοχής που διαθέτει πολλές ξενοδοχειακές μονάδες και κατάλληλη γενικότερη υποδομή για να στηρίξει τις εκθέσεις που θα διοργανώνονται". Στο σημείο αυτό, ο κ. Κούμανης μας επεσήμανε την πάγια θέση του Συνδέσμου Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων: Πως η ανάγκη δημιουργίας πολύ μεγάλων συνεδριακών κέντρων που από κάποιους έντονα αναφέρεται και υποστηρίζεται τα τελευταία χρόνια αποτελεί ένδειξη άγνοιας ή έστω ανεύθυνη υπερβολή.

Και τεκμηριώνει την άποψή του υποστηρίζοντας πως το 80% των συνεδρίων που γίνονται παγκοσμίως, είναι της τάξης των 1500 ατόμων και τα χαρακτηριζόμενα "μεγάλα" ούτε καν φθάνουν το 5%.

Έτσι, μια τέτοιου μεγέθους επένδυση ενδέχεται να αποδειχθεί μη βιώσιμη και μη κερδοφόρα. Αντίθετα, η δημιουργία ενός σύγχρονου εκθεσιακού κέντρου θα ενίσχυε τη δύναμη και τη δυναμική της εκθεσιακής δραστηριότητας

στην Αττική που αντιστοιχεί σε άνω των 20 δισ. δρχ. εκθεσιακό τζίρο ετησίως, σε άνω των 3.000.000 σε αριθμό ενδιαφερομένων επισκεπτών, σε πολλά δις δραχμές ετήσια έξοδα από μισθώματα που καταβάλλονται στους υπάρχοντες εκθεσιακούς χώρους, σε άνω των 100 περίπου εκθέσεων σε αριθμό κατά έτος, οι οποίες επαναλαμβάνονται σταθερά κάθε χρόνο κλπ. Αυτά χωρίς να υπολογίζουμε τους απασχολούμενους υπαλλήλους εργατοτεχνίτες, έκτακτους συνεργάτες, το ΦΠΑ κλπ.

Είναι αρκετή η σύγκριση μεταξύ συνεδριακής και εκθεσιακής δραστηριότητας και αντίστοιχων τζιρών για να γίνει εμφανές, υποστηρίζει ο κ. Κούμανης, τι είδους επένδυση έχει ανάγκη η Αττική.

Για όλα αυτά, ο Σύνδεσμος, έχει επιλέξει το δρόμο της δράσης. Σύντομα, ίσως υπάρξουν αποτελέσματα και για την κοινοπραξία που έχουν αποφασίσει να δημιουργήσουν οι 4 - 5 μεγαλύτεροι οργανωτές εκθέσεων.

Ν. ΚΑΨΗ: Απουσιάζει ένα πενταετές αναπτυξιακό πρόγραμμα για τον τουρισμό.

Η κα. Ντία Καψή ασχολήθηκε με το αντικείμενο του συνεδριακού τουρισμού από το 1979 τολμώντας μεγάλες επενδύσεις - σε εποχές που δεν διαφαινόταν καθαρά η δυναμική του χώρου.

Αυτές οι επενδύσεις απέδωσαν μέσα από σκληρή δουλειά πολλών χρόνων, όπως είπε η ίδια.

Συμπλήρωσε δε, πως "αν ο Συνεδριακός Τουρισμός αποδώσει κάποτε κέρδη - με την πάροδο του χρόνου - τότε

τους χειμερινούς μήνες απαιτεί ακόμη μεγαλύτερη προσπάθεια αλλά και την συμπαράσταση της πολιτείας.

Συμπαράσταση σε επίπεδο υποστήριξης του ιδιώτη – επενδυτή, προσπάθεια για ανατροπή του κλίματος δυσπιστίας για το συνεδριακό προϊόν της χώρας μας στις ξένες αγορές και προσπάθεια για έλεγχο του ρόλου και της προσφοράς των ενδιαμέσων και των μεσολαβητών μεταξύ διοργανωτών συνεδρίου και ξενοδοχείων.

Ακόμη, τονίζει, απαιτείται σωστό μάρκετινγκ από πλευράς των επισήμων φορέων του τουρισμού και η στοιχειώδης σταθερή θέση για το ποιους τουρίστες – πελάτες – σύνεδρους επιθυμούμε και σε ποιους απευθυνόμαστε ως χώρα τουριστική, είτε καλοκαίρι, είτε χειμώνα. Η Ελλάδα, κακώς, αλλά δεν αποτελεί συνεδριακό προορισμό.

Και όχι μόνο αυτό: απουσιάζει ένα σταθερό πρόγραμμα – ένα πενταετές τουλάχιστον πρόγραμμα – ανάπτυξης του τουρισμού.

Οι συχνές αλλαγές γενικών γραμματέων στον ΕΟΤ και τα χρόνια προβλήματα του κλάδου δημιουργούν εμπόδια στην τουριστική ανάπτυξη, πόσο μάλλον στην προώθηση ειδικότερων στόχων όπως είναι η ενδυνάμωση του συνεδριακού τουρισμού.

Η Ρόδος προσπαθεί να αποκτήσει ταυτότητα συνεδριακής πόλης. Το χειμερινό πρόγραμμα μπορεί να ενισχύσει μια τέτοια προσπάθεια αλλά και οι επιχειρήσεις να ενισχυθούν από αυτό.

Το ίδιο ισχύει και για την Κρήτη αν και εκεί υπάρχουν περισσότερες δυσκολίες.

Απαιτείται όλοι όσοι εμπλεκόμεθα με τον χώρο να κατανοήσουμε τη δυνατότητά μας και για τον συνεδριακό και γενικότερα για τον τουρισμό, να ενοποιηθούν οι εταιρίες, να ενισχυθεί η δυνατότητά μας στις αγορές, να δούλέψουμε όλοι παράλληλα.

Όσο για την πρωτεύουσα και το συνεδριακό κέντρο, η κα. Καψή υποστηρίζει μια ενδιαφέρουσα πρόταση: την δημιουργία ενός υπερσύγχρονου συνεδριακού και εκθεσιακού κέντρου σε έκταση μικρής σχετικά απόστασης από το νέο αεροδρόμιο που θα θυμίζει συνεδριακό χωρίο, αφού θα συμπεριλαμβάνει νέες ξενοδοχειακές μονάδες, καταστήματα κλπ. ή την αξιοποίηση των βιομηχανικών εγκαταστάσεων στο Λαύριο.

A. ΑΓΓΕΛΟΠΟΥΛΟΣ: Ανάγκη η αναπροσαρμογή της τουριστικής πολιτικής.

"Η ανάγκη αντιμετώπισης της στασιμότητας και της ακαμψίας που παρουσιάζει η τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας τα τελευταία 15 χρόνια, η οποία κυρίως οφείλεται στη μονοσήμαντη τουριστική πολιτική, βάση της οποίας αποτελεί η προσέλκυση εποχικού τουρισμού, οδήγησε στην αναζήτηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, μια εκ των οποίων είναι και ο συνεδριακός τουρισμός" επισημαίνει ο κ. Αγγελόπουλος, μέλος του Δ.Σ. της εταιρίας Aldemar. Και συνεχίζει: η χώρα μας υπερέχει σε συγκριτικά πλεονεκτήματα που θα μπορούσαν να την καθιερώσουν σαν προορισμό υψηλής προτεραιότητας στην διεθνή αγορά (γεωγραφική θέση, πλούσια πολιτισμική και πολιτιστική κληρονομιά, άριστες

κλιματολογικές συνθήκες, φυσική ομορφιά, ήλιος, θάλασσα...). Με τους Ολυμπιακούς Αγώνες μάλιστα ενισχύεται η φήμη της στην παγκόσμια τουριστική αγορά και καθιερώνεται σαν προορισμός μακροπρόθεσμης προοπτικής.

Η συνεδριακή υποδομή που διέθεταν τα πολυεθνικά ξενοδοχεία, κυρίως των Αθηνών, λειτούργησε αρχικά σαν άξονας προσέλκυσης συνεδρίων, των οποίων τα ενθαρρυντικά αποτελέσματα οδήγησαν σε περαιτέρω ανάπτυξη παρόμοιων πρωτοβουλιών, από Έλληνες επιχειρηματίες σε Αθήνα και περιφέρεια. Η υπάρχουσα υποδομή σε αίθουσες όμως, είναι ανεπαρκής για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων (κλίμακα δυναμικότητας 2000 - 10000 άτομα) με αποτέλεσμα να προτιμούνται άλλο προορισμοί όπως η Βαρκελώνη, Μαδρίτη, Βιέννη, Βερολίνο, Λισαβόνα, Ρώμη κλπ. Είναι άμεση, λοιπόν, η ανάγκη δημιουργίας αυτόνομων συνεδριακών κέντρων μεγαλύτερης χωρητικότητας σε πανελλαδική κλίμακα, τα οποία σε συνδυασμό με το πολύ καλό επίπεδο των παρεχόμενων ξενοδοχειακών υπηρεσιών θα λειτουργήσουν σαν πόλος έλξης διεθνών συναντήσεων. Παράλληλα θα πρέπει να γίνουν συντονισμένες κινήσεις προώθησης στα αντίστοιχα κέντρα αποφάσεων του εξωτερικού. Προκύπτει, λοιπόν, αυτονόητα η ανάγκη αναπροσαρμογή της γενικότερης τουριστικής πολιτικής της χώρας μας και ανάληψη των απαραίτητων ενεργειών οι οποίες θα αναδείξουν την ποιοτική σύνθεση του συνεδριακού της προϊόντος και ενισχύουν τη θέση της στο διεθνή ανταγωνισμό.

Κ. ΚΑΝΑΡΑΣ: Υπερέχουμε ως χώρα, υστερούμε όμως σε συνεδριακή υποδομή.

Η χώρα μας, υποστηρίζει ο κ. Καναράς, υπερέχει σε συγκριτικά πλεονεκτήματα που θα μπορούσαν να την καθιερώσουν σαν προορισμό πρώτης προτεραιότητας στη διεθνή αγορά (γεωγραφική θέση, πλούσια πολιτισμική και πολιτιστική κληρονομιά, άριστες κλιματολογικές συνθήκες, φυσική ομορφιά, θάλασσα κλπ.).

Υστερεί όμως σε αυτόνομη συνεδριακή υποδομή σε αίθουσες οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν μεγάλα παγκόσμια συνέδρια (κλίμακα δυναμικότητας 2000 – 10000 άτομα). Κάποιες λύσεις που έχουν δοθεί ενίοτε (χρησιμοποίηση Σταδίου Ειρήνης & Φιλίας, κλειστό Ολυμπιακού Σταδίου) εμφανίζουν αντικειμενικά μειονεκτήματα παρά την αξιόλογη προσπάθεια των διοργανωτών. Η υφιστάμενη συνεδριακή υποδομή των ξενοδοχείων, κυρίως των Αθηνών, είναι ανεπαρκής για την προσέλκυση παγκοσμίων συνεδρίων μεγάλου μεγέθους, με αποτέλεσμα να προτιμούνται άλλο προορισμοί όπως Βαρκελώνη, Μαδρίτη, Βιέννη, Βερολίνο, Λισαβόνα, Ρώμη κλπ. Αυτόνομη προκύπτει άμεσα η ανάγκη ανέγερσης σύγχρονου συνεδριακού κέντρου στην περιοχή της Αττικής χωρητικότητας άνω των 10000 θέσεων με δυνατότητα χρήσης πολλαπλών βοηθητικών αιθουσών, χώρων εκδηλώσεων, εκθεσιακών χώρων κλπ.

Λαμβάνοντας δε υπόψη το πολύ καλό επίπεδο των παρεχόμενων υπηρεσιών που έχουν τα ξενοδοχεία θα μπορεί συνολικά να αντεπεξέλθει στις υψηλές απαιτήσεις της διεθνούς

αγοράς και μακροπρόθεσμα να λειτουργήσει σαν πόλος έλξης συνεδρίων για όλο τον ελλαδικό χώρο. Κάτι που θα λύσει σ' ένα μεγάλο μέρος το πρόβλημα του εποχικού τουρισμού και θα συνεισφέρει στην προσέλκυση πελατών – τουριστών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Όσον αφορά την περιφέρεια γίνονται πολλές αξιόλογες προσπάθειες παρά το πρόβλημα της δυσκολίας της μεταφοράς που υπάρχει και το οποίο κυρίως εντοπίζεται στη διοργάνωση διεθνών συναντήσεων.

Εδώ θα πρέπει να συμπεριλάβουμε μια σειρά ενεργειών της Aldemar, η οποία διαθέτοντας ξενοδοχεία σε τρεις διαφορετικούς προορισμούς προχώρησε σε σειρά επενδύσεως και στο συγκεκριμένο τομέα. Με τον εκσυγχρονισμό και την επέκταση των συνεδριακών εγκαταστάσεων του Paradise Royal Mare στην Ρόδο, οι οποίες μπορούν να φιλοξενήσουν συναντήσεις μέχρι 800 άτομα και με δυνατότητα χρησιμοποίησης πολλαπλών αιθουσών, την επέκταση των συνεδριακών χώρων στη Κρήτη δυναμικότητας πλέον 900 ατόμων καθώς και με την ανέγερση του υπερσύγχρονου αυτόνομου συνεδριακού κέντρου χωρητικότητας 2500 ατόμων στο ξενοδοχειακό συγκρότημα Olympian Village στη δυτική Πελοπόννησο, φιλοδοξεί να διεκδικήσει πρωτεύοντα ρόλο στη συνεδριακή αγορά.

Σε συνδυασμό με το διεθνούς φήμης Κέντρο Θαλασσοθεραπείας που διαθέτει στην Κρήτη καθώς και με τα υψηλών προδιαγραφών ξενοδοχεία της, προσβλέπει στη συνολική παρουσίαση ενός προϊόντος, το οποίο θα ανταπεξέρχεται με επιτυχία στις ανάγκες της πιο απαιτητικής αγοράς, που είναι η συνεδριακή αγορά.

ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΤΟΥ ΝΕΟΥ ΑΙΩΝΑ

Ευτυχώς, πολλοί ιδιώτες αποφάσισαν να προχωρήσουν στη δημιουργία νέων συνεδριακών χώρων υψηλών προδιαγραφών στις μονάδες τους. Επισημαίνουμε πως παρά τα προβλήματα γενικής και ειδικής υποδομής που βασανίζουν τις τουριστικές περιοχές, όπου τα νέα κέντρα δημιουργούνται και που ενίοτε δημιουργούν πρόσθετες δυσκολίες στην ανάπτυξη του συνεδριακού (και όχι μόνο) τουρισμού, η δημιουργία νέων κέντρων, όπου κι αν γίνονται, αποτελεί ένα ουσιαστικής σημασίας λιθαράκι στην προσπάθεια να αποκτήσει η χώρα συνεδριακή ταυτότητα και υποδομή.

GRECOTEL: Νέο συνεδριακό κέντρο και θεματικό χωριό στην Κέρκυρα.

Σε απόσταση 10 μόλις λεπτών από το Grecotel Corfu Imperial (περιοχή Κοιμμένου Κέρκυρας) και σε κοντινή απόσταση μεταξύ τους βρίσκονται το νέο συνεδριακό κέντρο του Grecotel και το θεματικό χωριό. Η ευρύτερη περιοχή είναι καταπράσινη και ιδιαίτερα όμορφη. Όσον αφορά το συνεδριακό κέντρο, έχει δυνατότητα 1400 θέσεων και διαθέτει χωριστούς χώρους συνεδρίασης και υπερσύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό. Έχει διαμορφωθεί ένας συνεδριακός χώρος τέτοιος ώστε υποστηρίζει με τον καλύτερο τρόπο τα συνέδρια.

Το θεματικό χωριό που υπάρχει από το 1975 σταμάτησε να λειτουργεί το 1995 και τώρα επαναφέρει αυθεντικές μνήμες της κερκυραϊκής ζωής του 19^{ου} αιώνα.

Με παραδοσιακά κτίρια, φούρνους, μπακάλικα, εκκλησία κ.α. αλλά και χώρους σύγχρονους, ικανούς να εξυπηρετήσουν τους επισκέπτες, διαμορφωμένους σύμφωνα με το χρώμα και ύφος της παλαιάς εποχής, το χωριό μπορεί να φιλοξενήσει 1400 άτομα ταυτόχρονα στην κεντρική πλατεία και 800 - 850 σε στεγασμένο χώρο. Πλήρως εξοπλισμένη "υπηρεσία κουζίνας" μπορεί να καλύψει τις ανάγκες που προκύπτουν, ενώ οι επισκέπτες μπορούν να παρακολουθήσουν όσα διαδραματίζονται γευματίζοντας, καθισμένοι σ' ένα απ' τα δέκα διαφορετικά επίπεδα με θέα στον κεντρικό χώρο εκδηλώσεων ο οποίος θυμίζει θέατρο.

Αξίζει να υπενθυμίσουμε πως η Grecotel S.A. αποτελεί σήμερα τη μεγαλύτερη ξενοδοχειακή αλυσίδα στην Ελλάδα και μια από τις μεγαλύτερες στη Μεσόγειο. Διαθέτει 23 ξενοδοχεία, τα 15 από τα οποία είναι τεσσάρων και πέντε αστέρων.

Τα ξενοδοχεία της βρίσκονται στην Κρήτη, στη Χαλκιδική, στην Πελοπόννησο και στη Μύκονο. Το Grecotel Myconos Blu άνοιξε τον Μάιο του 1996, ενώ άλλα τέσσερα ξενοδοχεία άνοιξαν το 1997 (το Grecotel Agari Beach στην Αμμουδάρα της Κρήτης, το Pella Beach στην Κασσάνδρα Χαλκιδικής, το Lakkoetra Beach κοντά στην Πάτρα και το Grecotel Rhodos Royal στο Φαληράκι της Ρόδου). Επτά ακόμη ξενοδοχεία στην Αθήνα, Θεσσαλονίκη και Κρήτη είναι συνδεδεμένα με την αλυσίδα.

Η Grecotel ως γνωστό είναι συνεταιίρος με την TUI που διαθέτει περί τα 100 ξενοδοχεία ανά τον κόσμο. Συνεργάζεται με περισσότερους από 60 Ευρωπαίους Tour Operator και

απασχολεί περισσότερους από 3000 εργαζόμενους. Η εταιρία έχει ξεχωρίσει για τη δράση της σχετικά με την προστασία του φυσικού και πολιτιστικού περιβάλλοντος των περιοχών όπου φιλοξενούνται τα ξενοδοχεία της και έχει δημιουργήσει από το 1990 τμήμα Περιβάλλοντος και Πολιτισμού.

Έχει επίσης κερδίσει περισσότερα από 60 διεθνή βραβεία για τις δράσεις και την ποιότητα της προσφοράς της.

Για την Grecotel ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μέσο αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος, αφού επιμηκύνει την τουριστική περίοδο, αμβλύνει την εποχικότητα και αυξάνει το επενδυτικό ενδιαφέρον.

Η εταιρία είναι γνωστή στον επιχειρηματικό κόσμο για την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών της στη διοργάνωση ελληνικών και διεθνών συνεδρίων.

Οι μονάδες της παρέχουν ιδανικές συνθήκες για κλαδικές ή υπηρεσιακές συγκεντρώσεις έως 1600 ατόμων.

Πελάτες της στο συνεδριακό χώρο είναι ως επί το πλείστον ιδιωτικές εταιρίες, ασφαλιστικοί οργανισμοί, επαγγελματικά σωματεία, τράπεζες και διάφοροι φορείς όπως ΔΕΚΟ, ΟΤΑ, πανεπιστήμια και υπουργεία.

Ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός των 70 συνεδριακών αιθουσών αποτελεί την τελευταία λέξη της τεχνολογίας, ικανοποιώντας έτσι και τους πιο απαιτητικούς συμμετέχοντες στα συνέδρια που διοργανώνονται.

CAPSIS HOTELS: Νέο συνεδριακό κέντρο στη Ρόδο.

Ένα νέο συνεδριακό κέντρο με το όνομα της αείμνηστης Μαρίκας Καψή, υπερσύγχρονο και χωρητικότητας 2500

ατόμων, λειτουργεί στο ξενοδοχείο Sofitel Hotel της Ρόδου. Το νέο συνεδριακό κέντρο εμπλουτίζει, ενδυναμώνει και ανανεώνει την προσφορά της Ρόδου, ενισχύει το ρόλο της ως συνεδριακού προορισμού στις διεθνείς αγορές και φυσικά βοηθά την προσπάθεια για χειμερινό τουρισμό στο νησί – όπως άλλωστε βοηθείται και απ' αυτή.

Αξίζει να σημειώσουμε πως το Sofitel Hotel της Ρόδου είναι ένα από τα μεγαλύτερα και φημισμένα ξενοδοχεία πέντε αστέρων. Βρίσκεται δίπλα στην παραλία Ιξιά, στη δυτική ακτή του νησιού κοντά στη μεσαιωνική πόλη της Ρόδου.

Το ξενοδοχείο έχει συνολικά 689 δωμάτια στα οποία περιλαμβάνονται 12 στούντιο, 37 σουίτες και 39 διαμερίσματα. Όλα τα δωμάτια είναι κλιματιζόμενα και νεοεπιπλωμένα. Το ξενοδοχείο έχει επίσης ειδικά δωμάτια για φιλοξενούμενους με ειδικές ανάγκες.

Έχει ήδη μέγιστη χωρητικότητα συνεδρίου για 1500 άτομα. Έχει 30 αίθουσες για 10 – 80 άτομα και 4 αίθουσες συνεδρίων για 80 – 500 άτομα. Όλες οι αίθουσες συνεδρίων είναι κλιματιζόμενες και εξοπλισμένες με μικροφωνική εγκατάσταση, οθόνη, εξέδρα, μεγάφωνα και τραπέζια συσκέψεων.

Η μονάδα αποτελείται από κυρίως κτίριο και πολλά διαμερίσματα που περιβάλλονται από ωραίους κήπους προς το Αιγαίο. Ανακαινίστηκε πριν από λίγο καιρό και είναι διακοσμημένο με ελληνικό χρώμα. Απέχει 3 χλμ. Από την πρωτεύουσα της Ρόδου. Το διεθνές αεροδρόμιο της Ρόδου απέχει 11 χλμ. Το ξενοδοχείο έχει υπηρεσία λιμουζίνας,

κατόπιν ζήτησης. Το λεωφορείο σταματάει μπροστά στο ξενοδοχείο και οδηγεί στην πόλη της Ρόδου.

Διαθέτει πισίνα θαλασσινού νερού με υδρομασάζ, κλειστή πισίνα γλυκού νερού, παιδική πισίνα και παιδική χαρά, σάουνα, μασάζ, γιακούζι, λέσχη υγιεινής και δύο γήπεδα τένις, υδατοσφαίριση, ποδόσφαιρο σε μικρό γήπεδο, μπιλιάρδο, πινγκ - πονγκ, νταρτς, παιχνίδια βίντεο, μπριτζ και άλλα παιχνίδια με τράπουλα. Ακόμη, υπαίθριο θέατρο, πλυντήριο και στεγνωτήριο, κοσμηματοπωλείο, γραμματειακές και επιχειρηματικές υπηρεσίες, χρηματοκιβώτιο, κατάστημα γυναικείων ειδών, εμπορικό κέντρο, φαγητά για χορτοφάγους και παιδιά, κομμωτήριο και πάρκινγκ. Φύλαξη παιδιών και υπαίθρια παιδική χαρά.

Το εστιατόριο Πανδώρα βρίσκεται στο ισόγειο και προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία ελληνικών και ξένων σπεσιαλιτέ. Μπορεί να χωρέσει 500 άτομα. Αυτό το εστιατόριο συνδέεται με το εστιατόριο Executive που τροφοδοτεί 150 άτομα. Το εστιατόριο Lagoon είναι υπαίθριο και σερβίρει ποικιλία μεσογειακών σπεσιαλιτέ. Το εστιατόριο αυτό είναι ιδανικό, ειδικά για την καλοκαιρινή περίοδο, για ειδικές υπηρεσίες έως 1000 άτομα. Παραδοσιακά ψαρικά σερβίρονται στην ψαροταβέρνα Δελφίνια. Υπάρχουν 4 μπαρ: το Lobby, το Chevalier, το Μύλος creperie πισίνα μπαρ και το μπαρ Lagoon που προσφέρει αναψυκτικά και διασκέδαση.

Η εταιρία Capsis Conference Centers & Resort Hotels, ωστόσο, έχει τη δική της παράδοση στα συνέδρια.

Το ξενοδοχείο Ακτή Καψή στη Αγία Πελαγία της Κρήτης είναι ένα από τα μεγαλύτερα κέντρα αναψυχής και συνεδρίων

στην Ελλάδα με συνολική χωρητικότητα 3500 ατόμων, δύο κέντρα συνεδρίων και ένα εκθεσιακό κέντρο με 10 κύριες αίθουσες συνεδρίων για 50 – 1200 συμμετέχοντες και 100 αίθουσες των 10 – 50 ατόμων. Όλες οι αίθουσες συνεδρίων κλιματιζονται και είναι εξοπλισμένες με μικροφωνική εγκατάσταση, οθόνη, εξέδρα, μεγάφωνα και τραπέζι συσκέψεων.

Το ξενοδοχείο βρίσκεται στην Κρήτη στην ιδιωτική κερσόνησο της Αγίας Πελαγίας, στο νότιο μέρος της Ελλάδας. Υπάρχει πρόσβαση σε τρεις αμμώδης παραλίες (μία ιδιωτική, μία δημόσια και μια κοντά στις βραχοσιπηλιές).

Το παραλιακό ξενοδοχείο περιβάλλεται από ένα τεράστιο άλσος 115.000 τμ. και αποτελείται από δύο κύρια συγκροτήματα κτιρίων και τρία συγκροτήματα μπανγκαλόους που συγκροτούν τυπικές κρητικές γωνιές. Εκτεταμένοι κήποι, πράσινοι δρόμοι και πάρκα με ζώα περιστοιχίζουν τις εγκαταστάσεις.

Συνολικός αριθμός δωματίων και μπανγκαλόους: 659 συμπεριλαμβάνοντας 60 σουίτες (σουίτες μιας κρεβατοκάμαρας, σουίτες με δύο κρεβατοκάμαρες, παιδικές σουίτες, βίλες /μπανγκαλόους, προεδρικές σουίτες). Διοικείται από μια από τις παλαιότερες οικογένειες ξενοδόχων της Ελλάδας και αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα και καλύτερα κέντρα συνεδρίων στην Μεσόγειο.

Το ξενοδοχείο Ακτή Καφή βρίσκεται 20 λεπτά από την πρωτεύουσα της Κρήτης, το Ηράκλειο, και το διεθνές αεροδρόμιο της πόλης. Εξυπηρετείται με δύο δρομολόγια λεωφορείου τη μέρα από και προς την πόλη του Ηρακλείου.

Με 659 συνολικά κλιματιζόμενα δωμάτια και μπανγκαλούς, το ξενοδοχείο προσφέρει τρεις διαφορετικούς τρόπους διαμονής. Αποτελείται από δύο κυρία κτίρια, το ένα πολυτελές με τα υψηλότερα στάνταρντς και το άλλο με παραδοσιακό κρητικό ύφος.

Υπάρχουν, επίσης, τρία συγκροτήματα μπανγκαλούς περιβαλλόμενα από κήπο σε εξίσου παραδοσιακό στυλ.

Το ξενοδοχειακό συγκρότημα έχει διακοσμηθεί με περισσή φροντίδα επηρεασμένη από την ελληνική παράδοση και κουλτούρα. Ακόμα, 60 σουίτες υπάρχουν διάσπαρτες στις εγκαταστάσεις.

Τα τρία κύρια εστιατόρια έχουν συνολική χωρητικότητα 1850 ατόμων και το καθένα διαθέτει διαφορετική κουζίνα και πρόγραμμα διασκέδασης.

Η ταβέρνα Ακτή Ποσειδώνας προσφέρει παραδοσιακές κρητικές και ελληνικές σπεσιαλιτέ. Η συνολική χωρητικότητα αυτής της ταβέρνας είναι 570 άτομα. Υπάρχει, επίσης, εστιατόριο εσωτερικής και εξωτερικής πισίνας, το ιδιωτικό εστιατόριο των Μουσών, ιδανικό για γκρουπ και ειδικές συναντήσεις. Υποδοχή κοκτέιλ και ειδική ψυχαγωγία προσφέρεται στα έξι κυλικεία του ξενοδοχείου, τα οποία μπορούν να καλύψουν μέχρι 1250 άτομα.

Το ξενοδοχείο έχει τρεις εξωτερικές πισίνες, μια παιδική πισίνα με χώρο παιχνιδιού, σάουνα, μασάζ, γιακούζι, δύο κέντρα υγρού στίβου, ιδιωτικό ζωολογικό κήπο, λέσχη υγιεινής, και τρία γήπεδα τένις. Επίσης μίνι γκολφ (18 τρύπες), μπιλιάρδο, πινγκ - πονγκ, νταρτς, παιχνίδια βίντεο, μπριτζ και άλλα.

Πλυντήριο και στεγνωκαθαριστήριο, κοσμηματοπωλείο, γραμματεία, χρηματοκιβώτια ασφαλείας, κατάστημα γυναικείων ειδών, κομμωτήριο και χώρος στάθμευσης. Επαρκής φροντίδα παιδιών.

Έχουν μικρή λέσχη, δωμάτιο παιχνιδιού, ντίσκο, πισίνα, ειδικά φαγητά, φύλαξη και εξωτερικό χώρο παιχνιδιού.

Μοναδική εμπειρία ο ιδιωτικός ζωολογικός κήπος των ξενοδοχείων και το θερμοκήπιο με πολλά είδη φυτών, φρούτων και λαχανικών.

LOUIS HOTELS, Forum Hotel Nicosia by Inter-Continental: Μικρά μυστικά μεγάλης επιτυχίας για συνέδρια και εκδηλώσεις.

Το Forum Hotel Nicosia by Inter-Continental, στην Λευκωσία της Κύπρου, το οποίο ανήκει στον μεγάλο οργανισμό Louis Hotels διαθέτει μια μοναδική αίθουσα (χωρίς κολώνες), τη Ledra, η οποία μπορεί να χωριστεί σε δύο μικρότερες ή να φιλοξενήσει μέχρι και 1650 άτομα (διάταξη θεάτρου), εκεί έχουν φιλοξενηθεί μέχρι σήμερα μερικά από τα σημαντικότερα συνέδρια και εκδηλώσεις που πραγματοποιήθηκαν στην Κύπρο. Το ξενοδοχείο διαθέτει ακόμα την αίθουσα Cyrria, η οποία μπορεί και αυτή να χωριστεί σε δύο μικρότερες και είναι σε θέση να φιλοξενήσει μέχρι 600 άτομα. Στη διάθεση των ενδιαφερομένων για εκδηλώσεις με μικρότερο αριθμό συμμετεχόντων βρίσκονται επίσης άλλοι πέντε χώροι.

Όλοι οι χώροι εκδηλώσεων διακρίνονται για την κομψότητα, τη διακριτική πολυτέλειά τους και την άνεση που προσφέρουν.

Το Forum Hotel Nicosia by Inter-Continental διαθέτει επίσης σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, ενώ στη διάθεση των συνέδρων βρίσκεται και το επιχειρηματικό κέντρο που προσφέρει γραμματειακή υποστήριξη στα αγγλικά και ελληνικά, ηλεκτρονικό υπολογιστή, φαξ, έγχρωμη φωτοτυπική και κινητή τηλεφωνία GSM.

Το ξενοδοχείο διαθέτει επίσης 194 δωμάτια και σουίτες, δύο εστιατόρια, βιεννέζικο καφέ και πισίνα. Στα παραπάνω αξίζει να σημειώσουμε τον υψηλό επαγγελματισμό και την υψηλή ποιότητα προσφερομένων υπηρεσιών.

PORTO ELOUNDA DE LUXE RESORT: Το ζητούμενο είναι η ποιότητα.

Εκλεπτυσμένο και φιλόξενο το Porto Elounda Mare δεν αποτελεί μόνο ένα πολυτελές θέρετρο αναψυχής αλλά και ένα ζωντανό χώρο που κάθε γωνιά του, όλο τον χρόνο, προσφέρει ιδανικές συνθήκες διαμονής και ιδανικές συνθήκες διαμονής και ιδανικές συνθήκες διεξαγωγής ενός μικρού μεν – αλλά απαιτητικού σε προδιαγραφές ποιότητας συνεδρίου – ή όποια άλλης συνάντησης εργασίας.

Σύνθημα και φιλοσοφία και βασική αρχή των δημιουργών του είναι η ποιότητα σ' ότι αφορά τον συνεδριακό τουρισμό είναι business... with pleasure! Οι δυνατότητες, το ύφος και η ταυτότητα της μονάδας το εγγυώνται.

Το Porto Elounda de luxe resort, μοναδικό μέλος της αλυσίδας Summit Hotels & Resorts στην Ελλάδα, είναι σχεδιασμένο από τον κ. Σπύρο Κοκοτό, δημιουργό όλων των ξενοδοχείων πολυτελείας στην Ελούντα. Τελώντας υπό την

επίβλεψη της οικογένειας Κοκοτού, όπως και το περίφημο Elounda Mare Hotel, το Porto Elounda ξεχωρίζει για την ιδιαιτερότητα της προσφοράς του. Είναι το πιο σύγχρονο από τα ξενοδοχεία της Ελούντας και διαθέτει το μοναδικό γήπεδο γκολφ (9 οπών par 3) στην Κρήτη.

Οι αίθουσες συνεδρίων, υπόδειγμα υψηλής αρχιτεκτονικής κι αισθητικής, έχουν θέα στη θάλασσα και είναι άρτια εξοπλισμένες με τα πιο σύγχρονα μέσα υποστήριξης συνεδρίων και εκδηλώσεων.

Μια ομάδα έμπειρων στελεχών του συγκροτήματος παρέχει κάθε δυνατότητα οργανωτικής υποστήριξης για μια επιτυχημένη εκδήλωση.

Οι αίθουσες συνεδρίων "Isola di Candia" και "Τηλέμαχος" στεγάζονται στο κεντρικό κτίριο, είναι χωρητικότητας 250 συνέδρων και 80 αντίστοιχα και διακοσμημένες με μοναδικές συλλογές, χαρτών της Κρήτης η μία, και παλαιών υφαντών η άλλη.

Μέσα στην εκτεταμένη παραθαλάσσια έκταση των 120000τμ. στις παρυφές ενός γηπέδου γκολφ εννέα οπών, δίπλα στην ιδιωτική αμμουδιά και μέσα σε κατάφυτους κήπους, βρίσκονται βίλες, μπανγκαλόους και δωμάτια που ανταποκρίνονται σε μεγάλο εύρος απαιτήσεων. Όλα αγναντεύουν τα κρυστάλλινα νερά του κόλπου του Μιραμπέλο και τα υψηλά σητειακά βουνά και όλα προσφέρουν διακριτική πολυτέλεια που ηρεμεί τη θωριά.

Το επιβλητικό κεντρικό κτίριο του Porto Elounda είναι διακοσμημένο με γνήσια παλαιά έπιπλα, χαλιά και αντικείμενα λαϊκής τέχνης. Στις πλατιές του βεράντες

στήνονται τα τραπέζια του μπαρ Κίρκη και των εστιατορίων Ναυσικά και Καλυψώ όπου σερβίρονται πρωινός μπουφές και δείπνο table d' hote.

Οι βίλες του Porto Elounda διαθέτουν ιδιωτικό κήπο 100 τμ. με πισίνα και προσφέρονται σε τρεις τύπους: ενός, δύο ή τριών υπνοδωματίων με ιδιαίτερο λουτρό και γκαρνταρόμπα για το καθένα. Διαθέτουν, επίσης, σαλόνι με τζάκι και χωριστή γωνιά για τραπεζαρία.

Πολλά από τα μπανγκαλόους στο συγκρότημα, βρίσκονται πάνω σε δική τους αμμουδιά και οι επιμήκεις τους βεράντες βρέχονται από το κύμα. Άλλα είναι χτισμένα πάνω στα φυσικά βράχια του τόπου και έχουν πρόσβαση σε διακριτικές χτιστές προκυμαίες με ομπρέλες και ξαπλώστρες κάτω από το μπαλκόνι τους.

Τα κλιμακωτά επίπεδα των δωματίων του κεντρικού κτιρίου προσφέρουν για ηλιοθεραπεία άνετα μπαλκόνια με ανθισμένες πρασιές. Εδώ βρίσκονται και 30 μοναδικά δωμάτια και σουίτες με άμεση πρόσβαση σε πέντε μεγάλες επιμήκεις πισίνες όπου σπάνια συναντά κανείς άλλο κολυμβητή.

Όποιο δωμάτιο επιλέξει κανείς, το Porto Elounda θα είναι ευρύχωρο, με άνετη και καλαισθητή επίπλωση και τον εξοπλισμό που απαιτεί κανείς από ένα ξενοδοχείο πολυτελείας: μαρμάρινο λουτρό με μουσική και τηλέφωνο, κλιματισμό, ψυγείο, μίνι μπαρ, τονικό τηλέφωνο, δορυφορική τηλεόραση και στεγνωτήρα μαλλιών. Στα μπαλκόνια, στις βεράντες και στους κήπους υπάρχουν τραπέζια και κουνιστές πολυθρόνες, ξαπλώστρες και ομπρέλες.

Το ξενοδοχείο παρέχει ποικιλία δραστηριοτήτων και αθλημάτων. Πέραν του γηπέδου τένις, των τραπεζιών πινγκ πονγκ και μπιλιάρδου, ξεχωρίζει το γήπεδο γκολφ του Porto Elounda, μοναδικό όχι μόνο στην Ελούντα αλλά και σε ολόκληρη την Κρήτη, το οποίο διαθέτει κατάστημα Pro Shop και σχολή και σχολή όπου βρετανός δάσκαλος PGA εκπαιδεύει παίκτες όλων των επιπέδων στο putting green, στο driving range στο ίδιο το γήπεδο από την πρώτη κιόλας ημέρα.

Επίσης, (ιδιαίτερα ενδιαφέρον για τους χειμερινούς μήνες) το Porto Elounda διαθέτει συγκρότημα με κλειστή θερμαινόμενη πισίνα, σάουνα, γνήσιο τουρκικό χαμάμ, γυμναστήριο και μασάζ.

Στην οργανωμένη παραλία (πίσω από την αμμουδιά υπάρχει πισίνα 250τμ. με γλυκό νερό και υπέροχο μπαρ) προσφέρονται όλα τα θαλάσσια σπορ: σκι και τζετ σκι, ιστιοπλοΐα και ιστιοσανίδα, αλεξίπτωτο και σχολή υποβρύχιων καταδύσεων. Στην άκρη της αμμουδιάς είναι το λιμανάκι με την ταβέρνα του Οδυσσέα για ουζάκι και φρέσκο ψάρι δίπλα στο κύμα καθώς και αυθεντική ελληνική κουζίνα.

Το επίκεντρο των βραδινών εκδηλώσεων αποτελεί η υπέροχη Πλαγιάδα, ανάμεσα στην παραλία και το γήπεδο του γκολφ. Εκεί, με σημείο αναφοράς την εκκλησία του Προφήτη Ηλία και προστατευμένα από κλασική ξύλινη οροφή βρίσκονται η γκαλερί, σειρά καταστημάτων καθώς και το εστιατόριο, όπου το πρωινό σε μπουφέ και το δείπνο a la carte προσφέρονται σε κοσμοπολίτικο περιβάλλον.

Ακόμη προσφέρονται τα ειδικά διαμορφωμένα τριήμερα και επαήμερα πακέτα διαμονής με πλούσιο ψυχαγωγικό πρόγραμμα:

- ❖ Weekend present for body and soul
- ❖ Weekend "Golfers Trial" και "7 nights in the golfers paradise", που περιλαμβάνουν και προγράμματα εκμάθησης γκολφ.

Ειδικά για τις ημέρες των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς το Porto Elounda προσφέρει σε όλους την ευκαιρία να περάσουν αξέχαστες διακοπές με τα πακέτα "Christmas in style" και "the 5th millennium on Crete", τριήμερο και πενθήμερο πρόγραμμα αντίστοιχα, με εορταστικές εκδηλώσεις προσαρμοσμένες στο πνεύμα και στις απαιτήσεις των ημερών.

ALDEMAR: Οργάνωση συνεδρίων, incentives και νέο συνεδριακό κέντρο.

Η Aldemar αποτελεί σήμερα μια από τις μεγαλύτερες ξενοδοχειακές αλυσίδες στην Ελλάδα με πέντε ιδιόκτητα ξενοδοχεία, συνολικής δυναμικότητας 5.000 κλινών και το πρώτο Κέντρο Θαλασσοθεραπείας στην Ελλάδα.

Όλα τα ξενοδοχεία της αλυσίδας είναι τεσσάρων και πέντε αστέρων. Είναι εγκατεστημένα στην Κρήτη (Royal Mare Village, Knossos Royal Village & Cretan Village), στην Ρόδο (Paradise Royal Mare) και στην δυτική Πελοπόννησο (Olympian Village) μόλις 13 χλμ. από την πόλη του Πύργου και κοντά στον αρχαιολογικό χώρο της αρχαίας Ολυμπίας.

Στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο λειτουργεί συνεδριακό κέντρο της Aldemar. Το νεοαποκτηθέν και ανακαινισμένο ξενοδοχείο της αλυσίδας είναι τεσσάρων αστέρων και βρίσκεται σε απόσταση 50 χλμ. από το αεροδρόμιο του Αράξου και 25 χλμ. από την αρχαία Ολυμπία, κοντά στην παραλία της πανέμορφης Σκαφιδιάς. Διαθέτει 89 δωμάτια στο κεντρικό κτίριο, 224 μπανγκαλούς και 19 σουίτες, ιδιαίτερα προσεγμένους χώρους, όλες τις ανέσεις, τρεις εξωτερικές πισίνες (spracius), μία παιδική και δεκαοκτώ μικρότερες (στα μπανγκαλούς), γήπεδα και χώρους άθλησης και δραστηριότητας κλπ. Οι συνεδριακοί χώροι και οι αίθουσες εκδηλώσεων (15) έχουν διαφορετική δυνατότητα: πρόκειται για χώρους 40τμ., 100τμ., 290τμ., 400τμ., 550τμ. και 1150τμ. και μπορούν από αναλόγως της αίθουσας, της εκδήλωσης και της διάταξης στο χώρο που θα επιλεγεί να εξυπηρετήσουν από 17 έως 3500 άτομα. Η συνεδριακή αίθουσα Olympia Exhibition Hall (400τμ.) μπορεί να φιλοξενήσει από 82 έως 500 άτομα, ενώ η Grand Olympic Arena (1150τμ.) από 900 έως 3500 άτομα.

Εξωτερικοί χώροι συμπληρώνουν τη δυνατότητα εξυπηρέτησης και άλλων εκδηλώσεων (cocktails, banquet κλπ.) ενώ υπάρχουν επίσης όλες οι απαραίτητες αίθουσες εργασίας για τους οργανωτές, δημοσιογράφους, συνέδρους κλπ. (press office, business computer center, telephone cabins, secretarial offices κλπ.). Φυσικά όλα αυτά υποστηρίζονται από τον πλέον σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό. Στην Aldemar ανήκει και το πρώτο Κέντρο Θαλασσοθεραπείας στην Ελλάδα. Εγκατεστημένο στην Κρήτη,

στο χώρο της πολυτελούς ξενοδοχειακής μονάδας Royal Mare Village λειτουργεί από το 1997 σύμφωνα με τις διεθνείς προδιαγραφές και την άδεια του ΕΟΤ, προσφέροντας εξειδικευμένα προγράμματα χαλάρωσης και αναζωογόνησης. Στο πλαίσιο της παροχής εξειδικευμένων και ποιοτικών υπηρεσιών η Aldemar έχοντας εισχωρήσει δυναμικά στο χώρο του επαγγελματικού τουρισμού, διαθέτει όλες τις προϋποθέσεις για την οργάνωση και υλοποίηση επαγγελματικών και επιτυχημένων συνεδρίων και incentives σε συνδυασμό με την αναψυχή και τις διακοπές. Διεθνή συνέδρια και incentives μεγάλων εταιριών εμπιστεύθηκαν τα τελευταία χρόνια την εταιρία. Στην Κρήτη, το Aldemar Knossos Royal Village διαθέτει αυτόνομο συνεδριακό κέντρο εκτάσεως 900τμ., δύο υπερσύγχρονες συνεδριακές αίθουσες (400 έως 500 ατόμων), οπτικοακουστικό εξοπλισμό που περιλαμβάνει overhead projectors, slides projectors, οθόνες προβολής, μικροφωνική καλωδιακή εγκατάσταση, ταυτόχρονο σύστημα μετάφρασης (4 γλώσσες), αλλά και βοηθητικές αίθουσες καθώς επίσης και ευρύχωρους κοινόχρηστους χώρους, που πλαισιώνουν το συνεδριακό κέντρο. Υπαίθριοι χώροι, γύρω από την πισίνα αλλά και στην παραλία, ενδείκνυνται για την οργάνωση gala nights, και ειδικών θεματικών βραδιών ενώ οι ίδιοι χώροι μπορούν να φιλοξενήσουν μέχρι 900 άτομα. Επίσης, 364 μπανγκαλόους και 49 ανεξάρτητες βίλες με ιδιαίτερη πισίνα, 6 εστιατόρια, 4 μπαρ, υπαίθριες πισίνες με καταρράκτες και νεροτσουλήθρα 40 μέτρων, θερμαινόμενη πισίνα, γυμναστήριο και εγκαταστάσεις για χερσαία και θαλάσσια σπορ.

Παραπλεύρως, η αλυσίδα διαθέτει ακόμη δύο ξενοδοχειακές μονάδες, το πολυτελές Royal Mare Village (415 δωμάτια μπανγκαλούς) και το γραφικό Cretan Village (342 μπανγκαλούς), τα οποία μπορούν να εξυπηρετήσουν μικρές συναντήσεις μέχρι 100 ατόμων. Το Κέντρο Θαλασσοθεραπείας Royal Mare Thalasso, σε άμεση επικοινωνία με το ξενοδοχείο Knossos Royal Village κάνει κάθε συνέδριο και incentive μια ξεχωριστή εμπειρία.

Στη Ρόδο, μόλις 10 χλμ. από την παλιά πόλη της Ρόδου το πλήρως ανακαινισμένο ξενοδοχειακό συγκρότημα Aldemar Paradise Royal Mare διαθέτει συνεδριακό κέντρο δυναμικότητας 650 ατόμων.

Οι χώροι του μπορούν να χωριστούν σε break out rooms ενώ ο εξοπλισμός του είναι ο πιο σύγχρονος. Το ξενοδοχείο διαθέτει, επίσης, χώρους που μπορούν να εξυπηρετήσουν μεγάλα banquets και δεξιώσεις. Στις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου ο επαγγελματίας επισκέπτης μπορεί να βρει 800 πλήρως ανακαινισμένα δωμάτια στο κεντρικό κτίριο, και μπανγκαλούς, πολυτελείς σουίτες, και διαμερίσματα. Μία σειρά από εστιατόρια και μπαρ, 10 πισίνες (εξωτερικές και μια εσωτερική θερμαινόμενη), και μια υδατοτσουλήθρα, πλήρης εγκαταστάσεις και μεγάλη ποικιλία από θαλάσσια και χερσαία σπορ μέχρι και γκολφ μόλις 10 χλμ. από το ξενοδοχείο.

Κύπρος, συνέδρια για όλες τις εποχές.

Η Κύπρος σήμερα πληροί όλες τις προϋποθέσεις που την καθιστούν ικανή να φιλοξενήσει με απόλυτη επιτυχία, διεθνή συνέδρια υψηλών απαιτήσεων, γιατί διαθέτει πληθώρα συνεδριακών χώρων με σύγχρονες τεχνικές διευκολύνσεις, πλεονεκτική γεωγραφική θέση, με δεκάδες αεροπορικές συνδέσεις προς όλες τις ανεπτυγμένες χώρες και κυρίως την Ελλάδα, μοντέρνα ξενοδοχεία με υψηλό επίπεδο υπηρεσιών σε ελκυστικές τιμές, προνομιακό μεσογειακό κλίμα όπου οι τέσσερις εποχές είναι δύσκολο να διαχωρισθούν, καθώς επίσης και ανεπτυγμένο τηλεπικοινωνιακό σύστημα, διεθνώς αναγνωρισμένο.

Οι πιο πάνω τέλειες... αναλογίες εγγυώνται κατά 100% την επιτυχία εθνικών και διεθνών συνεδρίων με υψηλές απαιτήσεις. Στην Κύπρο φιλοξενούνται συνέδρια από όλες σχεδόν τις χώρες της Ευρώπης, ακόμη και από την Αμερική. Χώρες προέλευσης κυριοτέρων συνεδρίων είναι: η Μ. Βρετανία, Γερμανία, Ρωσία, Σουηδία, Γαλλία, Ελλάδα, Ισραήλ, Βέλγιο, Ιταλία. Επίσης φιλοξενούνται συνέδρια από τις αραβικές χώρες, Ελβετία, Αυστρία, Ολλανδία και Αμερική. Από την Ελλάδα ο μέσος όρος μεγέθους των συνεδρίων που πραγματοποιούνται στην Κύπρο είναι 85 άτομα, η μέση διάρκεια συνεδρίου 4 - 5 ημέρες και οι συνηθείς πόλεις επιλογής είναι η Λεμεσός, η Πάφος και η Λευκωσία. Όπως φαίνεται στον παρακάτω πίνακα η χρονική κατανομή των συνεδρίων στην Κύπρο είναι ομοιόμορφη, γεγονός που αποδεικνύει ότι είναι κατάλληλος τόπος για συνέδρια όλες τις εποχές του χρόνου.

Κύπρος - συνέδρια	
Χώρα προέλευσης	Αρ. συνεδρίων κατ' έτος
Μ. Βρετανία	65
Γερμανία	25
Ρωσία	17
Σουηδία	18
Γαλλία	15
Ελλάδα	13
Ισραήλ	13
Βέλγιο	12
Ιταλία	11

Μήνας	%	Μήνας	%
Ιανουάριος	4,30	Ιούλιος	2,50
Φεβρουάριος	5,40	Αυγούστος	2,90
Μάρτιος	10,00	Σεπτέμβριος	15,40
Απρίλιος	7,90	Οκτώβριος	13,30
Μάιος	18,60	Νοέμβριος	9,00
Ιούνιος	8,20	Δεκεμβριος	2,50

COFFEE BREAK

Τα Coffee Breaks αποτελούν ένα σημαντικό κομμάτι των συνεδρίων. Για πολλούς ίσως είναι το πλέον σημαντικό, αφού εκεί γίνονται σχόλια, οι γνωριμίες και γενικότερα το χαλάρωμα, το ξεμούδιασμα ή ακόμη και το ξύπνημα μετά από ένα ενδεχομένως κουραστικό μονόλογο μέσα στην αίθουσα.



Για ορισμένους είναι μάλιστα η αναμενόμενη ευκαιρία για να καπνίσουν, κάτι το οποίο κατά κανόνα συνοδεύεται από... καφέ.

Και για τον οργανωτή όμως, τα Coffee Breaks είναι εξίσου σημαντικά, αφού σε σύντομο χρονικό διάστημα θα πρέπει να σερβίρει καφέ ή και αναψυκτικά μαζί με "cookies" ή και κάποιο "snack" σε χώρο με περιορισμένες δυνατότητες, που ενδεχομένως είναι μακριά από τις ευκολίες που παρέχει η κουζίνα, το εστιατόριο ή το μπαρ. Η ταχύτητα, η ποσότητα και η χρονική ακρίβεια συχνά απαιτούν ειδική οργάνωση και φροντίδα. Πιο συγκεκριμένα, αν θέλουμε το Coffee Break να συμβάλλει θετικά στην επιτυχία του συνεδρίου, είναι σημαντικά τα παρακάτω:

1. Ο καφές να είναι φρέσκος και να καλύπτει τις συγκεκριμένες ανάγκες ποιοτικά και ποσοτικά, έστω και αν στιγμιαία αυξηθούν οι ανάγκες, λόγω απρόβλεπτης συμμετοχής ή λόγω άλλων άγνωστων παραμέτρων.
2. Να μπορεί να σερβιριστεί ταχύτατα χωρίς να δημιουργεί καθυστερήσεις, ουρές αναμονής ούτε

βέβαια να είναι προσερβιρισμένος και πιθανόν κρύος.

3. Να έχει σταθερή ποιότητα καθ' όλη την διάρκεια του σερβιρίσματος και να είναι έτοιμος για το επόμενο Coffee Break χωρίς να είναι ξαναζεσταμένος. Να έχει ακόμη την ευελιξία, αν το Coffee Break καθυστερήσει για απρόβλεπτους λόγους, να είναι το ίδιο φρέσκος.
4. Η όλη διαδικασία να μπορεί να γίνει με ελάχιστο προσωπικό. Εάν δε οι σύνεδροι είναι μέχρι 20 άτομα, να μπορεί το σερβίρισμα να αντιμετωπισθεί με self service έτσι ώστε να περιορίζεται το εργατικό κόστος.

Η Meron με τη δεκαπενταετή πείρα στο τομέα αυτόν παρουσιάζει πρωτοποριακό σύστημα Cafitesse και Jaffajet για το σερβίρισμα καφέ και χυμού, ειδικά προσαρμοσμένο για τις συνεδριακές εκδηλώσεις: πιο συγκεκριμένα, το σύστημα Cafitesse έχει τη δυνατότητα και την ευελιξία να καλύψει όλες τις ανάγκες του καφέ στο Coffee Break όσο κανένα άλλο γνωστό σύστημα σήμερα, χαρίζοντας σημαντικά πλεονεκτήματα στον οργανωτή και στον caterer. Φρέσκος καφές, σε υψηλή ποιότητα, ανεξάντλητη ποσότητα, με μεγάλη ταχύτητα σερβιρίσματος, με 4 είδη καφέ, από μία μόνο συσκευή, σίγουρα αποτελεί μια καινοτομία που δύσκολα συγκρίνεται με οτιδήποτε άλλο γνωρίζεται μέχρι σήμερα.

Το σύστημα Cafitesse δεν είναι ούτε ακόμη μια μηχανή καφέ ούτε απλώς καφές ούτε απλώς κάποια μάρκα καφέ.

Cafitesse είναι ένα αρμονικό σύνολο στοιχείων και παραμέτρων που συνθέτουν ότι ακριβώς χρειάζεται για να παρέχετε ένα άριστο καφέ, συνδυάζοντας τις ιδανικότερες συνθήκες τόσο στην παρασκευή του όσο και στο σερβίρισμά του. Είναι μια σειρά από εξελιγμένα μηχανήματα παρασκευής και σερβιρίσματος καφέ μαζί με καφέ άριστης και σταθερής ποιότητας σε συσκευασία που πληροί προδιαγραφές ISO και HCCP, πλαισιωμένα από ένα οργανωμένο δίκτυο διανομής και υποστήριξης σε 50 και πλέον χώρες.

Τα παραπάνω μαζί με εντυπωσιακές δυνατότητες, όπως την παρασκευή καφέ σε 6 μόνο λεπτά, τη δυνατότητα σερβιρίσματος σε συνεχή ροή 1800 μερίδων καφέ, το σερβίρισμα καπουτσίνο, εσπρέσσο, φρέντο, φραπέ, φίλτρου κλπ. με το πάτημα ενός κουμπιού από ένα μόνο μηχάνημα, καθώς και το ηλεκτρονικό Portion Control για Self Service, θα σας χαρίσουν πρωτόγνωρες δυνατότητες και ευκολίες μαζί με μια μεγάλη ικανοποίηση για τον καφέ που σερβίρετε.

Επίσης, θα πρέπει να αναφερθεί ότι και κοστολογικά θα έχετε κερδίσει σημαντικά: αρκετές εργατοώρες του προσωπικού, αποφυγή απωλειών και "διαρροών καφέ", μερικών Kw σε ενέργεια, κόστους συντήρησης και ανταλλακτικών και την αρχική δαπάνη εξοπλισμού. Βέβαια το μεγαλύτερο και σοβαρότερο κέρδος έρχεται από την ποιότητα, την υγιεινή και τις απεριόριστες δυνατότητες που θα έχετε εξασφαλίσει με το σύστημα Cafitesse.

Σημαντικό "Gadget" για το συνεδριακό Coffee Break είναι το αυτόνομο trolley της Meron με τη δυνατότητα σερβιρίσματος 250 μερίδων καφέ σε φίλτρου, εσπρέσσο,

καπουτσίνο, νεσκαφέ, το οποίο σε χρόνο μηδέν μπορεί να μετακινηθεί οπουδήποτε χρειάζεται να σερβίρουμε καφέ η χυμό. Κατ' αυτόν τον τρόπο με ένα και μόνο μηχάνημα εξυπηρετούμε μία ή και περισσότερες εκδηλώσεις, διακόπτοντας την παροχή καφέ μόνο τόσο όσο χρειάζεται για να μετακινηθεί το trolley από τη μία εκδήλωση στην άλλη. Η ταχύτητα και η ευελιξία αυτή προσφέρουν ακόμη σημαντική μείωση προσωπικού, αφού η προπαρασκευή του Coffee Break ελαχιστοποιείται.

Παράλληλα με τον καφέ το σερβίρισμα κάποιου χυμού αποτελεί συνήθη πρακτική σε Coffee Breaks ειδικότερα σε θερμές ή ενδιάμεσες εποχές που κάτι δροσερό είναι εξίσου επιθυμητό.

Οι συσκευές Jaffajet προσφέρουν άμεση και ικανοποιητική λύση όσον αφορά την παρουσίαση, διατήρηση και σερβίρισμα του χυμού ακόμη και σε μορφή self service. Δύο ή και τρεις γεύσεις χυμού μπορούν να προσφερθούν χωρίς ιδιαίτερη δυσκολία, ενώ για ποσότητες που ξεφεύγουν τα συνήθη όρια, μπορεί να υπάρξει υποστήριξη με συσκευή τύπου Jaffajet Post Mix, η οποία μπορεί να ικανοποιήσει τις ανάγκες 1000 και πλέον ατόμων.

Στο σερβίρισμα του χυμού μπορείτε να αποκτήσετε σοβαρά επιπρόσθετα πλεονεκτήματα με τη συσκευή τύπου Jaffajet Post Mix της Meron:

- ❖ Ολόκληρη η συσκευασία του χυμού τοποθετείται μέσα στο μηχάνημα χωρίς να ανοιχθεί και έτσι ο χυμός δεν έρχεται σε επαφή ούτε καν με τον ατμοσφαιρικό αέρα.

- ❖ Η αναλογία - αραίωση συμπυκνωμένου χυμού παραμένει σταθερή ανεξάρτητα από την πίεση του δικτύου και το τελικό προϊόν έχει την ίδια σύνθεση από το πρώτο μέχρι το τελευταίο ποτήρι.
- ❖ Η επανατροφοδότηση του μηχανήματος για 60 λίτρα χυμού (300 ποτήρια) απαιτεί εργασία μόνο 30 δευτερολέπτων και τον ίδιο ακριβώς χρόνο απαιτεί και η καθημερινή του συντήρηση.

Σταθερή ποιότητα, μειωμένα εργατικά, υψηλές προδιαγραφές υγιεινής, ευκολία σερβιρίσματος, συνεχή ροή 60 λίτρων χυμού είναι μόνο μερικά από τα πλεονεκτήματα του συστήματος Jaffajet.

Αν λοιπόν η ταχύτητα, η ποιότητα, η οικονομία και η προδιαγραφές ISO και HCCP είναι στοιχεία επιθυμητά, ή μάλλον, απαραίτητα στο συνεδριακό πακέτο που προσφέρετε, τότε οι λύσεις Cafitesse και Jaffajet έχουν ακριβώς τα στοιχεία που χρειάζεστε.

Λύσεις που θα σας δώσουν τη χαρά να απολαύσετε και εσείς εκτός από τον καφέ σας ή το χυμό σας, την ικανοποίηση για το σύστημα που έχετε επιλέξει.

ΛΑΣΚΑΡΙΔΗΣ Α.Ε.: Και για συνεδριακά κέντρα.

Η εταιρία εξειδικεύεται στην επίπλωση και εξοπλισμό ξενοδοχείων, συνεδριακών κέντρων και αθλητικών εγκαταστάσεων και μάλιστα σε ολοκληρωμένα εξοπλιστικά προγράμματα σύγχρονα, αξιόπιστα, διαρκώς βελτιούμενα, με πλήρη υποστήριξη, πριν και μετά την πώλησή τους.

Η εταιρία πήρε τη σημερινή της μορφή μετά από μια δεκαπενταετή προσπάθεια ακολουθώντας ένα επιχειρησιακό σχέδιο, που της εξασφάλισε διακεκριμένη θέση στην ελληνική αγορά. Εκπροσωπεί μεγάλες εταιρίες και βιομηχανίες όπως ο Ιαπωνικός κολοσσός Kotobuki & Audience Systems, η SICO Incorporated των ΗΠΑ, η STOL της Σλοβενίας, η Schnakenberg της Γερμανίας, η HILLE και άλλες.

3M: Επαγγελματικές λύσεις

Σήμερα, που στο χώρο της επαγγελματικής επικοινωνίας η δύναμη της εικόνας – και άρα ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός – παίζει καθοριστικό ρόλο στην επιτυχία ενός συνεδρίου ή μιας παρουσίασης, η 3M προσφέρει μια πραγματικά ολοκληρωμένη λύση με το νέο φορητό προβολέα MP 8750. Ο MP 8750 μπορεί άνετα να χαρακτηριστεί σημείο αναφοράς στην κατηγορία του, γιατί προσφέρει την υψηλότερη φωτεινότητα (1500 ANSI lumens) σε σχέση με τους υπόλοιπους φορητούς προβολείς, με πραγματική ανάλυση οθόνης XGA (1024 X 768) και SXGA, SVGA, VGA στα 16,7 εκ. χρώματα. Διαθέτει την πρωτοποριακή τεχνολογία DLP (Digital Light Processing), που μεταφράζεται σε καλύτερη ευκρίνεια, ζωντάνια, και φυσικότητα στα χρώματα.

Οργάνωση Συνεδρίων

Η οργάνωση ενός συνεδρίου είναι ένα από τα δυσκολότερα έργα στο χώρο των Δημοσίων Σχέσεων, ιδίως όταν είναι διεθνές ή και πολυπρόσωπο. Κι αυτό, γιατί τα συνέδρια είναι εξαιρετικά σύνθετες και πολυεπίπεδες εκδηλώσεις.

Στην Ελλάδα - χώρα των συνεδρίων - επικρατεί μια «περίεργη», κατάσταση γύρω από την οργάνωσή τους. Σε μεγάλο αριθμό τα διεθνή συνέδρια, που διεξάγονται στον τόπο μας, οργανώνονται από Πρακτορεία Ταξιδίων, τα οποία «προσφέρουν» δωρεάν - ή σχεδόν δωρεάν - αυτές τις υπηρεσίες, για να πάρουν την ταξιδιωτική δουλειά (εισιτήρια, ξενοδοχεία, εστιατόρια, προγράμματα, εκδρομές κ.λπ.).

Παρ' όλα αυτά, και για οποιον αναμειχθεί στην οργάνωση ενός συνεδρίου - από οποιαδήποτε θέση και με οποιαδήποτε ιδιότητα - ο παρακάτω οδηγός σίγουρα θα φανεί χρήσιμος.

Προκαταρκτικά

Όπως και σε άλλες μεγάλες εκδηλώσεις, η επιτυχία ενός συνεδρίου ξεκινά από τις πρώτες συζητήσεις με τον ενδιαφερόμενο οργανισμό και τις πρώτες αποφάσεις. Ο υπεύθυνος οργανωτής του συνεδρίου πρέπει να πάρει όσο το δυνατόν νωρίτερα γίνεται πλήρη και ακριβή στοιχεία από τον οργανισμό. Πρέπει επίσης να τονίσει στον οργανισμό ότι η αλλαγή βασικών ή πολλών σε αριθμό - έστω και λεπτομερειακών - αποφάσεων, κατά τη διαδρομή της οργάνωσης του συνεδρίου, αποτελεί θανάσιμο κίνδυνο για την

τελική επιτυχία του. Γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο, οι αρχικές αποφάσεις πρέπει να παίρνονται μετά από πολλή σκέψη και εξέταση όλων των παραγόντων, για να μην αποδεικνύεται στη συνέχεια ανέφικτη η υλοποίησή τους, είτε από έλλειψη αρκετού χρόνου ή χρημάτων είτε από αντικειμενική ανεπάρκεια ή έλλειψη χώρων, μέσων κλπ. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι το οποιοδήποτε σχετικό οργανόγραμμα πρέπει ή μπορεί να είναι «αλύγιστο». Από το σημείο αυτό όμως, μέχρι του να ανατρέπεται κάθε μέρα κι από ένα κεφάλαιο του – όπως γίνεται συχνά – υπάρχει τεράστια απόσταση.

Αφού, λοιπόν, ο υπεύθυνος οργανωτής αντλήσει όλα τα στοιχεία, που χρειάζεται, θα καταρτίσει το πρώτο οργανόγραμμα, το οποίο και θα συζητήσει πάλι με τον οργανισμό, για να καταλήξει προοδευτικά στο οριστικό Διάγραμμα Οργάνωσης του Συνεδρίου.

Γραμματεία

Ο πρώτος μηχανισμός, που πρέπει να «στηθεί», είναι η Μόνιμη Γραμματεία του Συνεδρίου. Και όταν λέμε Μόνιμη Γραμματεία, δεν εννοούμε μόνο τηλέφωνα, γράμματα, τηλέτυπα, τέλεφαξ, διεκπεραίωση κλπ. Εννοούμε – κυρίως – το έργο εκατοντάδων υπεύθυνων επαφών και προετοιμασίας της υποδομής του Συνεδρίου. Κι αυτό σημαίνει ότι η στελέχωσή της πρέπει να γίνει με άξια και υπεύθυνα εκτελεστικά στελέχη. Αυτονόητο είναι ότι τα στελέχη αυτά πρέπει να ξέρουν τις αναγκαίες ξένες γλώσσες. Αν η γλώσσα είναι ιδιαίτερα «σπάνια» (π.χ. κινέζικα), πρέπει απαραίτητα να

προσληφθεί ως μόνιμος συνεργάτης – κι όχι όποτε χρειαστεί – στέλεχος, που να ξέρει αυτή τη γλώσσα.

Σύνεδροι – Καλεσμένοι

Οι καλεσμένοι ενός συνεδρίου χωρίζονται σε τρεις βασικές κατηγορίες:

α. τους συνέδρους

β. τους παρατηρητές

γ. τους επίσημους καλεσμένους, τους εκπροσώπους των Μ.Μ.Ε. και τυχόν ομιλητές – προσωπικότητες, που δεν είναι σύνεδροι.

Ένας άλλος διαχωρισμός, που πρέπει να ληφθεί υπόψη για πάρα πολλά οργανωτικά θέματα, είναι σε έλληνες και ξένους συνέδρους ακόμη και σε Έλληνες εντός ή εκτός έδρας – αν λάβουν μέρος και από άλλες περιοχές της Ελλάδας, εκτός από αυτή που γίνεται το συνέδριο.

Σαν κάποιο πρώτο μέτρο υπολογισμού των συμμετοχών, μπορεί να ληφθεί υπόψη η συμμετοχή στα προηγούμενα ίδια συνέδρια. Αν το συνέδριο γίνεται για πρώτη φορά, η πρόβλεψη είναι πολύ επικίνδυνη, γι' αυτό και πρέπει να οργανωθεί πολύ έγκαιρα η λήψη των σχετικών – απαντήσεων συμμετοχής από τους υποψήφιους συνέδρους.

Ένα άλλο στοιχείο, που πρέπει να «ανιχνευθεί» έγκαιρα, είναι ο αριθμός των συζύγων, που θα συνοδεύουν τους συνέδρους, αν προβλέπεται κάτι τέτοιο από την προκήρυξη του συνεδρίου.

Χώροι

Το επόμενο βήμα είναι ο καθορισμός των χώρων που απαιτούνται, τόσο για τη διαμονή των συνέδρων όσο και για τη διεξαγωγή του συνεδρίου. Το πρόβλημα στην Ελλάδα δεν είναι καθόλου εύκολο, ιδιαίτερα όταν προβλέπεται μεγάλος αριθμός συνέδρων ή /και ταυτόχρονες σπαστές συνεδριάσεις, εκτός από την ολομέλεια. Κι αυτό, όχι μόνο γιατί δεν υπάρχει στη χώρα μας Κέντρο Συνεδρίων με τους απαραίτητους χώρους και τον κατάλληλο εξοπλισμό, αλλά γιατί και τα ξενοδοχεία, που μπορούν να καλύψουν ικανοποιητικά τέτοιες ανάγκες, είναι ελάχιστα.

Ο καθορισμός λοιπόν των απαιτούμενων χώρων, η εξεύρεσή τους και το κλείσιμο τους αποτελεί τον πρώτο μεγάλο, σοβαρό και αποφασιστικό παράγοντα της επιτυχίας.

Χρόνος

Ο καθορισμός του χρόνου καθώς και της διάρκειας γίνεται με αποκλειστικό κριτήριο τις ανάγκες του συνεδρίου. Προκειμένου για τη χώρα μας, όπως είναι γνωστό, τα περισσότερα συνέδρια γίνονται τους καλοκαιρινούς μήνες, μια και πάντα όλα τα συνέδρια δεν είναι «αμιγή διασκέδασης»... Φυσικά, αν ο χρόνος δεν καθοριστεί έγκαιρα, μπορεί να ανατραπεί από την έλλειψη χώρων, που ούτως ή άλλως μετριούνται στα δάχτυλα του ενός χεριού.

Πρόγραμμα

Η οργάνωση ενός συνεδρίου δεν μπορεί να προχωρήσει, αν δεν έχει καταρτισθεί από τα πρώτα βήματα ένα -

στοιχειώδες έστω – πρόγραμμα. Αυτό θα αποτελέσει τον οδηγό για όλη την οργανωτική δουλειά. Το ίδιο αυτό πρόγραμμα, με τις απαραίτητες προσαφαιρέσεις και αλλαγές, που θα γίνονται προοδευτικά, θα μετασχηματιστεί κάποια στιγμή στο Τελικό Πρόγραμμα πριν – κατ' ευχή – από τη διεξαγωγή του συνεδρίου!

Αλληλογραφία

Με δεδομένα τα παραπάνω στοιχεία, κι αφού έχουν καθοριστεί κι οι οικονομικοί όροι της συμμετοχής των συνέδρων, η Μόνιμη Γραμματεία είναι έτοιμη να αρχίσει την αλληλογραφία. Φυσικά η αλληλογραφία προϋποθέτει ότι παράλληλα κι εν τω μεταξύ θα έχει τυπωθεί η απαραίτητη γραφική ύλη (επιστολόχαρτα – α' και β' σελίδες – φάκελοι, απαντητικά δελτάρια, αποδείξεις καταβολής δικαιωμάτων συμμετοχής, πληροφοριακά έντυπα κλπ.).

Η αλληλογραφία αυτή δεν είναι καθόλου εύκολη δουλειά. Ουσιαστικά πρόκειται για μια «επιστολική επικοινωνία» (direct mail) που έχει στόχο να «πουλήσει» το συνέδριο. Γι' αυτό ακριβώς, το «πακέτο» των εντύπων που θα σταλεί πρέπει να είναι καλαίσθητο, ελκυστικό και να «πείθει». Η δεύτερη προϋπόθεση, που πρέπει να καλύπτει αυτή η αλληλογραφία είναι η απόλυτη σαφήνεια. Υπάρχουν τρεις παράγοντες, που επιβάλλουν αυτή την ανάγκη: δυο γενικοί κι ένας ειδικός.

α. Οι περισσότεροι άνθρωποι διαβάζουν επιπόλαια.

β. Πολλοί άνθρωποι διαβάζουν αυτό που θα ήθελαν να διαβάσουν, κι όχι αυτό που είναι γραμμένο.

γ. Οι αποδέκτες της αλληλογραφίας δεν ξέρουν αυτά που έχουν στο μυαλό τους οι οργανωτές. Ιδιαίτερα οι ξένοι, δεν ξέρουν καν τη χώρα, πράγματα και συνήθειες, που μπορεί να είναι εντελώς διαφορετικά ή /και αντίθετα ακόμη από αυτά που ισχύουν στη χώρα τους.

Όλα αυτά και με στόχο την άρτια οργάνωση και άρα την αποτροπή παρεξηγήσεων και παράπονων επιβαρύνουν την παροχή πλήρων, λεπτομερειακών και σαφών πληροφοριών, μέχρι σημείου απλοϊκότητας, θα τολμούσα να πω. Ιδιαίτερη προσοχή επίσης πρέπει να δοθεί στη διαφοροποίηση των πληροφοριών, που χρειάζονται οι διαφορετικές κατηγορίες συνέδρων (Ξένοι – Έλληνες κλπ.).

Το «πακέτο» αυτής της επιστολικής επικοινωνίας πρέπει να περιέχει:

- α. Φάκελο
- β. Επιστολή
- γ. Πρόγραμμα (προκαταρκτικό)
- δ. Πληροφοριακό – διαφημιστικό έντυπο
- ε. Απαντητικό δελτάριο – δηλώσεις συμμετοχής.

Έντυπα – υλικά

Εκτός από τα έντυπα που αναφέρθηκαν ήδη, πρέπει να σημειωθούν και τα παρακάτω, τα οποία πρέπει φυσικά να είναι έτοιμα έγκαιρα:

- α. Μεγάλοι φάκελοι για την αποστολή έντυπου υλικού (προγραμμάτων κλπ.)
- β. Τελικό πρόγραμμα
- γ. Αποδείξεις καταβολής αντιτίμου συμμετοχής

δ. Έντυπα για την υποβολή ερωτήσεων κατά τη διάρκεια του συνεδρίου (αν δεν αποφασιστεί να υποβάλλονται προφορικά)

ε. Προσκλήσεις για τις διάφορες εκδηλώσεις στα πλαίσια του συνεδρίου

στ. Περιλήψεις ή /και ολόκληρα τα κείμενα εισηγήσεων – ομιλιών

ζ. Έντυπο με χρήσιμες πληροφορίες για τον τόπο που γίνεται το συνέδριο (κυρίως για τους ξένους)

η. Κάρτες ή επιστολές «ΚΑΛΩΣ ΟΡΙΣΑΤΕ» για τα δωμάτια των ξενοδοχείων

θ. Διπλώματα παρακολούθησης του συνεδρίου

ι. Έντυπο εντυπώσεων

ια. Τόμος πρακτικών του συνεδρίου.

Εκτός από αυτά ή /και άλλα τυχόν ειδικότερα έντυπα που θα χρειαστούν, χρειάζονται και τα παρακάτω υλικά:

α. Ντισιέ, κάρτινα, πλαστικά ή δερμάτινα, με χρυσοτυπία ή μεταξοτυπία του σήματος, της επωνυμίας, του τόπου και του χρόνου του συνεδρίου

β. Μολύβια διαρκείας, μαρκαδόροι ή στυλό, εγχάρακτα ή τυπωμένα με το σήμα του συνεδρίου

γ. Μπλοκ χαρτιού για σημειώσεις

δ. Κονκάρδες πέτου. Οι κονκάρδες πρέπει να παραλλάζουν χρωματικά για τους συνέδρους, τους παρατηρητές, τους οργανωτές, τους εκπροσώπους των Μ.Μ.Ε. κλπ.

ε. Πινακίδες αιθουσών, ονομάτων ομιλητών, τίτλου συνεδρίου για το ξενοδοχείο, το βήμα, τα πούλμαν κλπ.

Μετάφραση – διερμηνεία

Συνηθισμένη «αχιλλεία πτέρνα», που όχι σπάνια οδηγεί σε Βατερλό.

Τόσο η μετάφραση κειμένων όσο και η διερμηνεία ομιλιών, ανακοινώσεων, διάλογου κλπ. – ιδίως όταν είναι ταυτόχρονη – είναι δυο προβλήματα που απαιτούν ιδιαίτερη προσοχή. Οι άνθρωποι που θα χρησιμοποιηθούν πρέπει να ξέρουν άπταιστα και τις δύο γλώσσες και μάλιστα στην καθημερινή, τρέχουσα μορφή τους. Κι αν είναι αναπόφευκτο να μην ξέρουν το ίδιο καλά και τις δυο, τότε αυτή, που πρέπει απαραίτητα να χειρίζονται άπταιστα, είναι η γλώσσα στην οποία θα μεταφράσουν.

Όταν το θέμα του συνεδρίου είναι πολύ εξειδικευμένο, με πολλούς όρους, είναι απαραίτητη η προηγούμενη και έγκαιρη ενημέρωση των μεταφραστών και – κυρίως – των διερμηνέων (βλ. λεπτομέρειες στο κεφάλαιο «Οπτικοακουστικά μέσα»), πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο.

Κρατήσεις

Κατά κανόνα, τις κρατήσεις τις αναλαμβάνουν τα ταξιδιωτικά πρακτορεία. Ο υπεύθυνος όμως για την οργάνωση του συνεδρίου έχει καθήκον να είναι ενήμερος και σίγουρος ότι αυτή η δουλειά θα γίνει έγκαιρα και σωστά. Τα αεροπορικά ή /και άλλα εισιτήρια, οι «ανταποκρίσεις», τα ξενοδοχεία, τα πούλμαν, τα εστιατόρια και κέντρα διασκέδασης, οι περιηγήσεις, οι κρουαζιέρες, οι επισκέψεις σε διάφορους χώρους, αποτελούν το καθένα χωριστά μια δύσκολη και σοβαρή δουλειά, που πρέπει να οργανωθεί ως

την παραμικρή λεπτομέρεια, με την άγρυπνη παρακολούθηση του υπεύθυνου οργανωτή, ο οποίος πρέπει να εξασφαλίσει όχι μόνο την έγκαιρη κράτηση, αλλά και την ποιότητα των προσφερομένων υπηρεσιών.

Φυσικά, πρωταρχικό ρόλο στην επιτυχία αυτού του τμήματος της οργάνωσης, παίζει η επιλογή του πρακτορείου, εφόσον ανήκει στην αρμοδιότητα του υπευθύνου.

Υποδοχή – αναχώρηση

Περιπτώ να τονιστεί ότι μια όμορφη και σωστή υποδοχή, αποτελεί την πρώτη και μεγάλη ψυχολογική επένδυση στους καλεσμένους, που τους προδιαθέτει ευνοϊκά για ότι πρόκειται να ακολουθήσει. Κι όταν μιλάμε για υποδοχή, είναι πολύ σημαντικότερο να εξασφαλιστεί η χωρίς ταλαιπωρία, γρήγορη, άνετη διαπεραιώση και μεταφορά των καλεσμένων από τον σταθμό εισόδου στο ξενοδοχείο τους, παρά η προσφορά λουλουδιών. Η πρώτη μπορεί να καλύψει την έλλειψη των δεύτερων. Το άρωμα των λουλουδιών όμως δεν μπορεί να απαλείψει τις εντυπώσεις της ταλαιπωρίας.

Κι ενώ συνήθως οι οργανωτές φροντίζουν το θέμα της υποδοχής, σπάνια ασχολούνται με την εξίσου σημαντική – αν όχι σημαντικότερη «τελευταία γεύση» του «ξεπροβοδίσματος». Παρά το γεγονός ότι είναι γνωστή η δύναμη της τελευταίας εντύπωσης, συνήθως οι καλεσμένοι «χάνουν» τις τελευταίες ώρες πριν από την αναχώρησή τους, τους «οικοδεσπότες» και τους οργανωτές... Κι όμως, ένα ζεστό ξεπροβόδισμα μπορεί να απαλύνει κάποιες ατέλειες της οργάνωσης ή /και να ενισχύσει σημαντικά τις καλές εντυπώσεις...

Συνοδοί συνέδρων

Όχι σπάνια, οι συνέδροι συνοδεύονται από τις /τους συζύγους τους. Ακόμη, στη μεγάλη τους πλειοψηφία οι συνοδοί των συνέδρων είναι κυρίες. Ο οργανωτής λοιπόν πρέπει να λάβει υπόψη του τους συνοδούς των συνέδρων (κυρίες ή κύριους) και να καλύψει ευχάριστα τους κενούς χρόνους τους, με ξεναγήσεις, επισκέψεις, εκδηλώσεις κ.λπ.

Μετακινήσεις συνέδρων

Η ευθύνη των ομαδικών μετακινήσεων των συνέδρων, αλλά και η παροχή κάθε σχετικής χρήσιμης πληροφορίας ή /και μέσου για τις ατομικές μετακινήσεις τους είναι ιδιαίτερα βαριά, καθώς μάλιστα οι κυκλοφοριακές συνθήκες και οι συγκοινωνιακές στη χώρα μας είναι εξαιρετικά προβληματικές, ακόμη και για μας. Πόσο μάλλον λοιπόν για τους ξένους...

Τελετές έναρξης και λήξης

Συνηθίζεται τα συνέδρια να ανοίγουν και να κλείνουν πανηγυρικά, με την οργάνωση ειδικών τελετών. Το άνοιγμα γίνεται με την κήρυξη της έναρξης των εργασιών τους από κάποια προσωπικότητα (πολιτική, οικονομική, πνευματική ή άλλη) και το κλείσιμο με δεξίωση.

Διευκολύνσεις – υπηρεσίες

Οι οργανωτές πρέπει να φροντίζουν να κάνουν όσο πιο εύκολη γίνεται τη ζωή των συνέδρων, και ιδίως των ξένων, παρέχοντάς τους όσο περισσότερες υπηρεσίες και

διευκολύνσεις μπορούν. Μέσα σ' αυτά τα πλαίσια, απαραίτητη είναι η εγκατάσταση και λειτουργία στον χώρο του συνεδρίου γραφείων, των ΕΛ.ΤΑ., του ΟΤΕ, μιας Τράπεζας, της Ολυμπιακής Αεροπορίας, μιας επιχείρησης ενοικίασης αυτοκινήτων και ενός απόλυτα ενημερωμένου Γραφείου Πληροφοριών, για θέματα όχι μόνο του συνεδρίου, αλλά και – κυρίως – του τόπου, στον οποίο γίνεται το συνέδριο.

Γραμματεία

Βασικός μοχλός της ομαλής διεξαγωγής ενός συνεδρίου, είναι η Γραμματεία, που λειτουργεί επί τόπου. Τα στελέχη που θα απαρτίσουν τη Γραμματεία πρέπει να διακρίνονται από οργανωτική πληρότητα, ευελιξία, ταχύτητα, ψυχραιμία, δυνατότητα αποτελεσματικής αντιμετώπισης απροόπτων, αντοχή (οργανωτική και ψυχολογική) και να έχουν ευγενική και ευχάριστη συμπεριφορά. Απαραίτητο επίσης είναι μερικά από τα στελέχη της Γραμματείας – αν όχι όλα – να είναι τα ίδια που είχαν εργαστεί στην προκαταρκτική γραμματεία, για να έχουν τη συνέχεια της εικόνας και να ξέρουν πρόσωπα, πράγματα και – κυρίως – προβλήματα.

Δύο από τα βασικά «εργαλεία» της Γραμματείας, για την καλή άσκηση του έργου της, είναι ένας πίνακας ανακοινώσεων, συνεχώς ενημερωμένος με οποιαδήποτε αλλαγή του προγράμματος ή με άλλα θέματα, που αφορούν τους συνέδρους, κι ένας πίνακας «μηνυμάτων» προς και από τους συνέδρους. Φυσικά, όσο πιο σωστή δουλειά έχει γίνει στην οργανωτική υποδομή της Γραμματείας και του τρόπου

που θα εργαστεί, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να πετύχει στη δύσκολη αποστολή της.

Πρακτικά

Για την τήρηση των πρακτικών υπάρχουν ειδικευμένα γραφεία, τα οποία μαγνητοφωνούν και απομαγνητοφωνούν τις συνεδριάσεις. Ο οργανωτής πρέπει να φροντίσει για την έγκαιρη συμφωνία με ένα απ' αυτά, την κατατόπιση του, και την παρακολούθηση της δουλειάς (βλ. κεφάλαιο «Οπτικοακουστικά»).

Για λόγους αρχειακούς, μπορεί και να μαγνητοσκοπείται η όλη εκδήλωση ή τμήματά της.

Διακόσμηση

Όταν πρόκειται για διεθνές συνέδριο, οι σημαίες των χωρών των εκπροσώπων είναι ένα κατάλληλο στοιχείο, αρκεί να μην είναι το μόνο, όπως γίνεται συνήθως, μια κι αποτελεί την εύκολη λύση. Λίγη φαντασία και δημιουργικότητα θα μπορούσαν να συντελέσουν σε μια πιο πρωτότυπη διακόσμηση των χώρων του συνεδρίου, σχετική πάντοτε με το θέμα του.

Παράλληλες εκδηλώσεις

Δεν είναι σπάνιο να οργανώνονται διάφορες άλλες εκδηλώσεις, στα πλαίσια ενός συνεδρίου, όπως π.χ. εκθέσεις, δεξιώσεις, συγκεντρώσεις τύπου κλπ. Περισσότερο να λεχθεί ότι αυτές οι εκδηλώσεις πρέπει:

α. να προβλεφθούν και να ενταχθούν από την αρχή στο πρόγραμμα

β. να είναι εναρμονισμένες με το περιεχόμενο και το πνεύμα του συνεδρίου

γ. να αντιμετωπιστούν ως ξεχωριστή εκδήλωση η καθεμιά, από την πλευρά της αρτιότητας της οργάνωσής τους.

Έκδοση πρακτικών

Το υλικό που θα παραδώσει απομαγνητοφωνημένο το ειδικό γραφείο, χρειάζεται πάρα πολλή και ειδικευμένη δουλειά, για να πάρει τη μορφή μιας έκδοσης πρακτικών του συνεδρίου. Η εξεύρεση των κατάλληλων ανθρώπων για την επεξεργασία του υλικού και την επιμέλεια της έκδοσης πρέπει να έχει γίνει έγκαιρα, ώστε να είναι δυνατή η ολοκλήρωση του έργου πριν από το... επόμενο συνέδριο.

Λεύκωμα

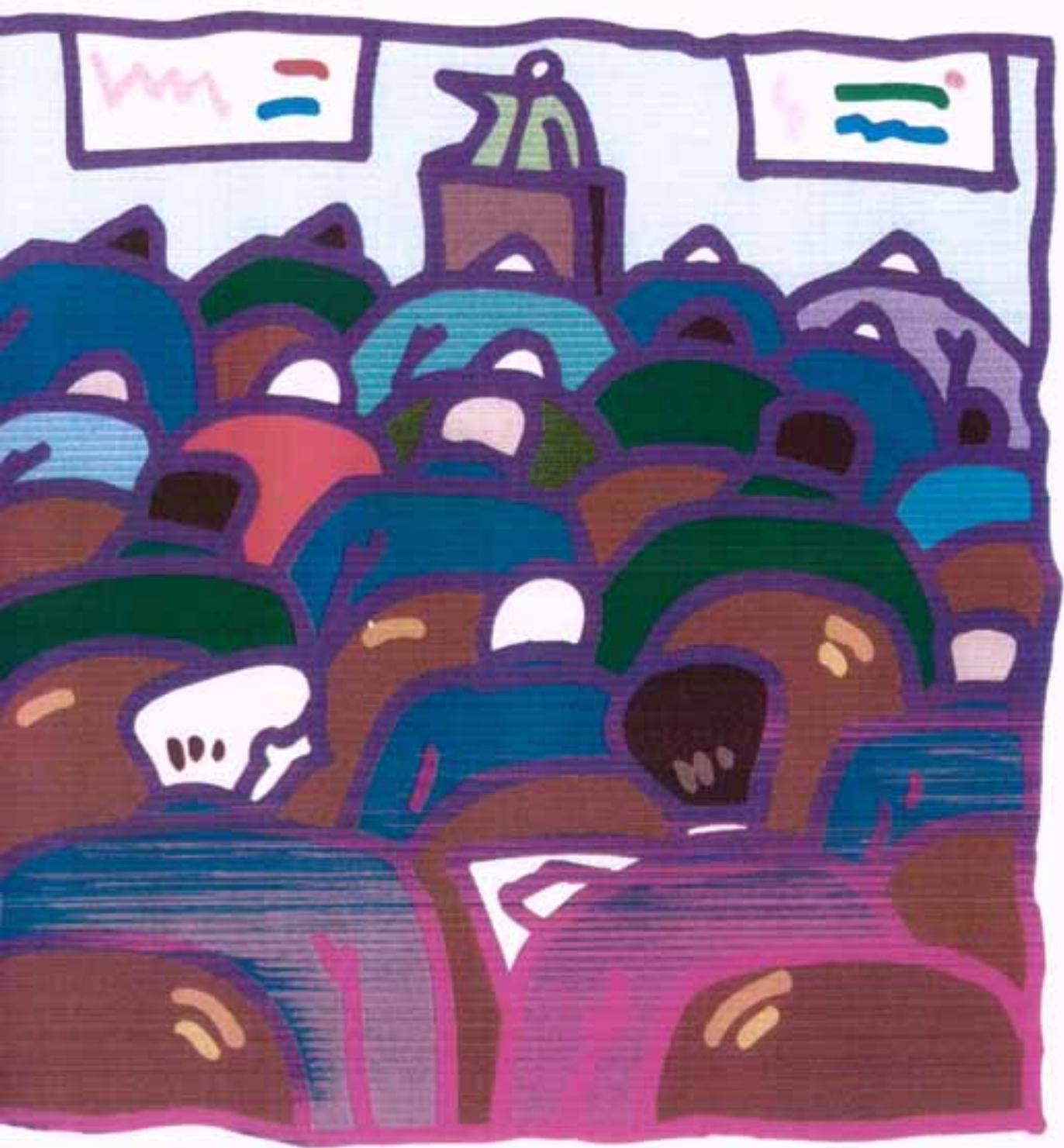
Η φιλοτέχνηση ενός λευκώματος, που θα περιέχει όλα τα στοιχεία της οργάνωσης του συνεδρίου (έντυπα, προσκλήσεις, οδηγίες, φωτογραφίες, δημοσιότητα και γενικά ότι μπορεί να «χωρέσει» σ' ένα λεύκωμα), είναι απαραίτητη, όχι τόσο για λόγους αναμνηστικούς, όσο γιατί θα αποτελεί ένα έτοιμο μοντέλο για την οργάνωση του επόμενου, ίδιου ή άλλου συνεδρίου.

Ευχαριστήριες επιστολές

Μετά τη λήξη του συνεδρίου, θα ήταν παράλειψη, να μη σταλούν ευχαριστήριες επιστολές, τόσο στους συνέδρους όσο – και κυρίως – σε όσους βοήθησαν στην οργάνωσή του.

Και ακόμη ηλεκτρονικό zoom και focus, δυνατότητα σύνδεσης με δύο H/Y και τρία video, ήχο Hi-Fi stereo surround, δύο εξόδους (1 RGB και audio stereo) πλήρες τηλεχειριστήριο και virtual mouse.

Χάρη στον εξοπλισμό του, το μικρό του βάρος (μόλις 7,2 κιλά) και την μακροζωία των εξαρτημάτων του (λάμπα με διάρκεια ζωής 2000 ωρών), ο νέος φορητός προβολέας multimedia MP 8750 της 3M, αποτελεί εγγύηση επιτυχίας για κάθε παρουσίαση υψηλών απαιτήσεων, ενώ είναι ιδανικός για επαγγελματίες και στελέχη επιχειρήσεων που η δραστηριότητά τους απαιτεί συχνές μετακινήσεις.



ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

1. Ο Ε. Bernays αναφέρει ότι τα κύρια συστατικά στοιχεία των Δημοσίων Σχέσεων (πληροφόρηση – επικοινωνία – πειθώ) είναι τόσο παλιά, όσο η κοινωνία: Public Relations (Oklahoma: University of Oklahoma Press, 1963) – Ο Δ. Καλιτσουνάκης σημειώνει: «Η ασφαλής εμπειρική διαπίστωση εμφανίζει ως γεγονός αναμφισβήτητον ότι οι άνθρωποι όλων των φυλών, όλων των εποχών και όλων των τμημάτων της γης ευθύς ως υπερέβησαν την πρωτόγονον αυτών μορφήν, συνηνώθησαν εις ομάδας μικροτέρας ή μεγαλυτέρας δια κοινωνικήν συμβίωσιν... (η οποία κοινωνική συμβίωσις) είναι η διαμόρφωσις μιας υπερατομικής βουλήσεως». Εγκυκλοπαιδικόν Λεξικόν «Ηλίου», τ. ΙΑ, σελ. 151.
2. Ο όρος «στάση», με τον οποίο μεταφέρουμε στα ελληνικά τον όρο «attitude» είναι ενεργητικότερος από τη «συμπεριφορά». Η συμπεριφορά περιλαμβάνει δράση, ενώ η στάση είναι ρυθμιστική της συμπεριφοράς.
3. Εγκυκλοπαιδικό λεξικό «Ηλιος», τ. Γ, σελ. 538 κ.ε. (λήμμα Άνθρωπος).
4. «Ο άνθρωπος του Νεάντερταλ, ήτο συγχρόνως σαρκοφάγος και φυτοφάγος», Εγκυκλοπαιδικό Λεξικό «Ηλίου», ο.π., σελ. 539.
5. «Η καθημερινή ζωή του νεολιθικού ανθρώπου που έζησε προ 10 χιλιάδων ετών είναι σχεδόν ομοία με την του χωρικού του 18^{ου} αιώνας εις μερικά απόκεντρα σημεία της

ευρωπαϊκής ηπείρου», Εγκυκλοπαιδικόν Λεξικόν «Ηλίου», ο.π. σελ. 542.

6. Είναι χαρακτηριστικό, έστω κι αν δεν έχει σαφή διαχρονικό προσδιορισμό, ότι τα δύο πρώτα παιδιά του Αδάμ και της Εύας ήταν αντίστοιχα γεωργός ο Κάιν και ποιμένας ο Άβελ. Γένεσις, δ', 1 – 2.
7. Κοινωνία είναι «ομάδα ανθρώπων ως οργανομένον όλον λαμβανομένων». Εγκυκλοπαιδικόν Λεξικόν «Ηλίου», τ. ΙΒ, σελ. 151.
8. Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, Εισηγήσεις στη Βιομηχανική Κοινωνία (Αθήνα, Παπαζήσης, 1983) σελ. 56.
9. Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, ο.π., σελ. 143
10. Λεπτομερειακά στοιχεία βρίσκονται σε: Κ. Μαγνήσαλη, Εισαγωγή στις Δημόσιες Σχέσεις (Αθήνα: Εταιρεία Μελετών Αναπτύξεως, 1970), τ. Α', σελ. 31 κ.ε. – Σπ. Ζομπανάκη, Συμβολή εις την ιστορίαν των Δημοσίων Σχέσεων (Αθήνα, 1965).
11. Κάτι ανάλογο εξακολουθεί να γίνεται και σήμερα ακόμη στα ελληνικά χωριά παρά την καταλυτική πληροφοριακή εισδοχή κι επιρροή της Τηλεοράσεως.
12. Σημαντικό το κινέζικο εγχειρίδιο της πολιτικοστρατιωτικής τεχνικής και της τέχνης της πολιτικής του 5^{ου} π.Χ. αιώνα: Sun Tzu, *The Art of War* (London: Oxford University Press, 1963).
13. Κλασικό το Ινδικό πολιτικό έργο του Kautilya Arthasastra. Βλ. Chanakya, *Kautilya' s Arthasastra* (Mysore: Sri Raghuvveer Printing Press, 1951) κ.α. – Βλ. Σχετικά και στο κεφάλαιο IV.

14. Αν λάβουμε σαν χρονολογία εγκαταστάσεως των Εβραίων στην Αίγυπτο τον 16^ο π.Χ. αιώνα.
15. Ο.π., σελ 28.
16. Ο Ν.Σ. Κυριαζής γράφει π.χ. ότι ο Θεμιστοκλής χρησιμοποίησε (είναι η πρώτη φορά που γινόταν αυτό) τα μαζικά «μέσα ενημερώσεως» της εποχής για να ενισχύσει τη θέση του. Για να αναγκάσει τους Αθηναίους να συναισθανθούν τον περσικό κίνδυνο, γίνεται χρηματοδότης (χορηγός) ενός θεατρικού έργου που έγραψε ο Φρύνικος, του «Μιλήτου Άλωσις». Είναι μια προειδοποίηση προς τους Αθηναίους. Πρέπει να ξέρουν ποια θα είναι η τύχη τους αν βρεθούν απροετοίμαστοι όταν οι Πέρσες θα φτάσουν στην Ελλάδα: Καταστροφή και υποδούλωση όπως συνέβη με την Μίλητο το 494 π.Χ.: «Θεμιστοκλής: ο πολιτικός, ο στρατηγός», Ιστορία, Απρίλιος 1984.
17. Σε πολλά κεφάλαια, αλλά ιδιαίτερα στο VIII 1155^α.
18. 37, 2.
19. XII 6 – 7, 16, 19, XIII 10 – 11 και XXI 6. – Ο Ξενοφών γενικά με τον όρο «οικονομία» (επιστήμης μεν τινός... όνομα είναι η οικονομία) αναφέρθηκε ευθέως στη σύγχρονη Επιστήμη της Διοικήσεως, όπως αναφέρει κι ο Θ. Φροντιστής, «ο Ξενοφών μας δίδαξε από το 400 π.Χ. το σύγχρονο μάνατζμεντ», Οικονομικός Ταχυδρόμος, 24.2.1983.
20. Ας μη λησμονούμε τα «Θεωρικά» που από την εποχή του Περικλή δίνονταν από το δημόσιο ταμείο της Αθήνας στους μη εύπορους για έξοδα θεάτρου. Αργότερα, τα «Θεωρικά» επεκτάθηκαν σε κάθε είδους αξιόλογων θεαμάτων ή σε καλλιτεχνικές και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις.

21. Νόμοι ΙΒ'.
22. Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, «Οι Αμφικτυονίες πρόδρομοι του ΟΗΕ», Κοινωνική Ελλάς, 1.1.1958.
23. Ο Γ. Αναστασόπουλος υποστηρίζει άλλωστε ότι «η πρώτη εφημερίδα, με την πραγματική έννοια της λέξεως ήταν οι «Βασίλειοι εφημερίδες», με εκδότη τον Ευμένη. Αυτός συγκέντρωνε όλες τις ειδήσεις και πληροφορίες που αφορούσαν τον Μ. Αλέξανδρο και τις καταχωρούσε στις «Βασίλειους εφημερίδες». Αλλά και η λέξη «εφημερίς» αυτή καθαυτή είναι πολύ παλαιότερη και ανάγεται στα ομηρικά χρόνια», «τα μέσα μαζικής ενημερώσεως στην Ελλάδα», Ναυτεμπορική, 19.2.1982.
24. Ακόμη και σήμερα π.χ. στην Ελλάδα βρίσκονται σε λειτουργία δημόσια έργα κατασκευασμένα από τους Ρωμαίους, ενώ άλλων ρωμαϊκών έργων επιζητείται στη σύγχρονη εποχή η εκ νέου κατασκευή τους (π.χ. η Εγνατία οδός που θα ενώσει την Ελλάδα με τον ευρύτερο ευρωπαϊκό χώρο).
25. «...Ουκ ένι Ιουδαίος ουδέ Έλλην ουκ ένι δούλος ουδέ ελεύθερος, ουκ ένι άρσεν και θήλυ, πάντες γαρ υμείς εις έστε εν Χριστώ Ιησού»: Παύλος, Προς Γαλάτας, γ - 28.
26. Γ.Α. Σωτηρίου, Χριστιανική και Βυζαντινή Αρχαιολογία (Αθήνα, 1962), τ. Α', σελ: 91 κ.ε.
27. Ν.Ε. Ελεοπούλου, Βυζαντινή ή Μεσαιωνική Ελληνική Ιστορία (Αθήνα: Κολλέγιον Αθηνών, 1938), ενότητα πρώτη. - «Ο Έλληνας άνθρωπος, ο Λατινός άνθρωπος και ο άνθρωπος της Ανατολής, προτού προφτάσει να πλάσει τον ιδανικό του τύπο, συναιρέθησαν σ' ένα άλλο τύπο ανθρώπου, τον άνθρωπο που δημιούργησε ο

- Χριστιανισμός»: I.M. Παναγιωτόπουλου, Ο Σύγχρονος Άνθρωπος (Αθήνα: Οι Εκδόσεις των Φίλων, 1966), σελ. 33.
28. Για τις Συντεχνίες ανάλυση σε Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, Εισηγήσεις στη Βιομηχανική Κοινωνιολογία, σελ. 31 κ.ε. – «Ασφαλώς δε αι Δημόσιαι Σχέσεις των συντεχνιών είναι οι πρόδρομοι των Δημοσίων Σχέσεων, τας οποίας εφαρμόζουν σήμερον αι επιχειρήσεις και οι οικονομικοί οργανισμοί»: Σπ. Ζομπανάκη, ό.π., σελ. 38.
29. Άλλωστε και η ίδια η λέξη προπαγάνδα χρησιμοποιήθηκε για πρώτη φορά από τον Πάπα Γρηγόριο ΙΕ΄.
30. Επί Ιουστινιανού, π.χ., οι θρησκευτικές μειονότητες στο Βυζάντιο υπολογίζονται σε 35 κι επί Λέοντος Γ΄ σε 70: Δ.Ι. Κωσταντέλου, «Η θέση των Ισραηλιτών στη Βυζαντινή Αυτοκρατορία», Χρονικά, Οκτώβριος 1979.
31. Ο ίδιος ο Ιησούς Χριστός αναγνώρισε τη σημασία της διερευνήσεως του παράγοντα της κοινής γνώμης όταν ρώτησε τους μαθητές Του «Τίνα με λέγουσιν οι άνθρωποι ότι είμαι εγώ ο Υιός του ανθρώπου;» και τό προεξέτεινε στο «Αλλά σεις τίνα με λέγετε ότι είμαι;» (Ματθαίου ιστ΄, 13 – 15). Εκτός αυτού ο Χριστιανισμός στηρίζεται στον έντιμο παραδειγματισμό και στη με έργα απόδειξη και συμπλήρωση των διδαχών. Μιλώντας σχετικά προς τους Αποστόλους ο Κύριος είπε: «...ας λάμψη το φως σας έμπροσθεν των ανθρώπων, δια να ίδωσι τα καλά σας έργα, και δοξάσωσι τον Πατέρα σας εν τοις ουρανοίς» (Ματθαίου ε΄, 16). Αρχές Δημοσίων Σχέσεων στο χριστιανισμό υπάρχουν πάρα πολλές: Ν. Παπαμιχαλάκη, «Αι τελέσεις των Δημοσίων Σχέσεων εις τα κείμενα της Καινής

Διαθήκης», Δελτίον Διοικήσεως Επιχειρήσεων, Δεκέμβριος 1970 και Ιανουάριος – Φεβρουάριος και Μάρτιος 1971.

32. St. Ranciman, *Byzantine Civilization* (London 1936), σελ. 155 κ.ε.
33. Μέχρι το 13^ο αιώνα το Βυζάντιο ήταν το κέντρο του διεθνούς εμπορίου.
34. «Κοινωνικό κλίμα», Ο Λόγος του Σταυρού (έκδοση της Μητροπόλεως Μεγάρων και Σαλαμίνας), Φεβρουάριος 1983. – Χαρακτηριστικά αξίζει να αναφερθεί το παρακάτω: «Ξεχωριστή σημασία έχει η χρησιμοποίηση των θεατρικών θεαμάτων του ιπποδρόμου για άσκηση κοινωνικ'ς κριτικής εκ μέρους των «δήμων». Αρκετές φορές, τα θεατρικά θεάματα του ιπποδρόμου έγιναν αφορμή για να διορθωθούν διάφορα «κακώς κείμενα» της βυζαντινής κοινωνίας. Ανάμεσα σ' άλλα παραδείγματα αναφέρεται και η περίπτωση ενός κρατικού λειτουργού, που είχε καταχραστεί το πλοίο και τα εμπορεύματα, που άνηκαν σε κάποια χήρα. Οι «δήμοι» αποφάσισαν να προσβάλλουν τη συμπεριφορά του μπροστά στον αυτοκράτορα, στον ιππόδρομο. Έβαλαν λοιπόν, έναν ταχυδακτυλουργό να «καταπιεί» ένα μικρό ομοίωμα του πλοίου. Το γεγονός προξένησε κατάπληξη στο κοινό, που παρακολουθούσε στον ιππόδρομο την επίδειξη του ταχυδακτυλουργού. Τότε κάποιος από τους επικεφαλείς των «δήμων» παρατήρησε μεγαλόφωνα ότι το κατόρθωμα του ταχυδακτυλουργού δεν ήταν κάτι το πολύ σπουδαίο, αφού ο τάδε άρχοντας κατάφερε να καταπιεί ολόκληρο αληθινό πλοίο, μαζί με το εμπόρευσμά του. Ο αυτοκράτορας ζήτησε να μάθει τι ακριβώς εννοούσε. Κι όταν έμαθε την άδικη ενέργεια του άρχοντα, τον ανάγκασε να επιστρέψει το

πλοίο και το εμπόρευσμά του και του στέρησε τη θέση και τον τίτλο»: Τ.Ν. Πετρή, «Το Θέατρο των Βυζαντινών», σε Χ. Πάτση, Ιστορία του Ελληνισμού και του Ελληνικού Πολιτισμού, τόμος 4, σελ. 430.

35. Είναι χαρακτηριστικό σ' αυτή ακριβώς την περίοδο ο Pascal ονόμασε την κοινή γνώμη «βασίλισσα του κόσμου», ο Βολταίρος απάντησε στον Pascal ότι «Αν η κοινή γνώμη είναι η βασίλισσα του κόσμου, τότε οι φιλόσοφοι κυβερνούν τη βασίλισσα»: Βλ. Pascal, *Pensées de Pascal*, Notes de Ch. Loua nier, (Paris: Bibliothèque Charpentier, 1854, σελ. 174). Ο Σαίξπηρ – γνώστης κι αυτός της ισχύος της κοινής γνώμης – βάζει στο στόμα του Ερρίκου του Δ' τη φράση «Κοινή γνώμη: αυτή που με βοήθησε (να φτάσω) στο στέμμα» («Opinion, that did help me to the crown») κ.α.: *The Dramatic Works of William Shakespeare* (London: Fisher Son & Co). First part of King Henry IV. Act III, scene II, σελ. 400.
36. Στη Γερμανία (Φρανκφούρτη) το 1615, στη Γαλλία το 1631, στην Αγγλία το 1662 κλπ. Βλ. Σπ. Ζομπανάκη, ο.π., σελ. 52.
37. Στο Γαλλικό υπουργείο Εσωτερικών ιδρύθηκε τότε το Γραφείο του Πνεύματος (*Bureau d'Esprit*). Το γραφείο αυτό «επρωικοδοτήθη με τεράστια ποσά, παρέσχεν επιχορήγησιν εις πολλούς εκδότας και απέστειλε βιβλία και φυλλάδια εις τας επαρχίας προς τόνωσιν του επαναστατικού πνεύματος» γράφει ο Σπ. Ζομπανάκης, ο.π., σελ. 54.
38. Ο Ναπολέων είχε, μεταξύ των άλλων, προσωπική εφημερίδα τον «Μηνύτορα» (*Moniteur*) και τον «Ταχυδρόμο της Αιγύπτου» για την καλλιέργεια σχέσεων με τους Αιγυπτίους.

39. Ο Bismarck ίδρυσε «Γραφείο Τύπου» στην κυβέρνηση και δημιούργησε «άλυσο» ελεγχόμενων απ' αυτών εφημερίδα.
40. Αξιζει σαν ιστορικό τεκμήριο της χρησιμοποίησεως του πνεύματος των Δημοσίων Σχέσεων να σημειώσουμε ότι ο Ρήγας Φεραίος, στην προσπάθειά του να εξεγείρει την τότε υπόδουλη Ελληνική κοινή γνώμη, χρησιμοποίησε μεθόδους επικοινωνίας με τα «θούρια», τα τραγούδια, πατριωτικού περιεχομένου, την έκδοση της «Μεγάλης Χάρτας» κ.α.
41. Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, Εισηγήσεις στην Βιομηχανική Κοινωνιολογία, σελ. 56.
42. Ο Μπ. Ράσσελ αναφέρει: «Δεν νομίζω ότι υπάρχει μελετητής της οικονομικής ιστορίας που θα αμφέβαλε ότι το μέσο επίπεδο ευημερίας στην Αγγλία κατά τις αρχές του δεκάτου ενάτου αιώνα, ήταν χαμηλότερο απ' ότι ήταν εκατό χρόνια παλαιότερα. Και αυτό οφειλόταν αποκλειστικά σχεδόν στην επιστημονική τεχνική». Επιστήμη και Κοινωνία (Αθήνα: Σ.Ι. Ζαχαρόπουλος, 1975), σελ. 29.
43. Ιστορικές, σχετικά, θα μείνουν οι προσπάθειες του δημοσιογράφου Η. Adams, που ζητούσε να εφαρμοσθεί η αρχή της Δημοσιότητας (Publicity) για τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων.
44. 26^{ος} Πρόεδρος των Ηνωμένων Πολιτειών (1858 – 1919).
45. Έζησε από 16/7/1977 – 9/11/1934.
46. Βλ. σχετικά παρακάτω για τη σημασία αυτής της αρχής στο Κεφάλαιο III, υπ. 21 και 22.
47. S.M. Cultlip – A.H. Center, Effective Public Relations (N.J.: Englewood Cliffs 1958), (2nd ed), σελ. 34. Την ονομασία «Δημοσιότητα» τη διατήρησε ο Lee μέχρι το 1919.

Μετά χρησιμοποίησε το «Δημόσιες Σχέσεις»: Κ. Μαγνήσαλη, ο.π., σελ. 67.

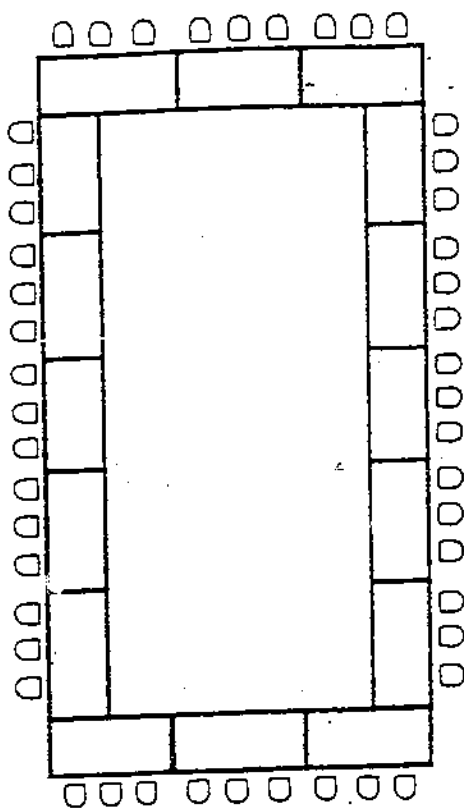
48. Δόγμα του 19^{ου} και των αρχών του 20^{ου} αιώνα, σύμφωνα με το οποίο οι σχέσεις μεταξύ εργοδοτών κι εργαζομένων ρυθμίζονται κατά τις αρχές της πατριαρχικής οικογενειακής καταστάσεως. Τα εργατικά συνδικάτα ήταν αντίθετα προς τον πατερναλισμό γιατί με το δόγμα αυτό οι εργαζόμενοι θεωρούνται σα να βρίσκονται μόνιμα σε υπανάπτυκτη κατάσταση, νομικά και διανοητικά.
49. Ο Bernays π.κ., εκτός από το πρώτο βιβλίο περί δημοσίων σχέσεων: *Crystallizing Public Opinion*, (New York: Boni and Liveright, 1923), υπήρξε κι ο πρώτος καθηγητής δημοσίων σχέσεων στο πανεπιστήμιο της Νέας Υόρκης την ίδια εποχή. Ο ίδιος χρησιμοποίησε πρώτος τον όρο «Σύμβουλος Δημοσίων Σχέσεων».
50. Βλ. σχετικά: G. Greel, *How we Advertised America* (New York, 1920).
51. R.F. Bonsal, «Public Relations and Depression», *American Gas Association Monthly*, 15.8.1933. Η κρίση του 1929 από την Αμερική ξεχύθηκε σε όλο τον κόσμο ανατρέποντας καθεστώτα, διαλύοντας αυτοκρατορίες, δημιουργώντας τρομακτικά μεγάλες στρατιές ανέργων για να καταλήξει έμμεσα στη δημιουργία του Χιτλερισμού και στο β' παγκόσμιο πόλεμο.
52. Ο E. Bernays: *Crystallizing Public Opinion* (Νέα έκδοση: Νέα Υόρκη 1951, σελ. XXXIX), ονομάζει αυτή τη περίοδο για τις δημόσιες σχέσεις «Came of age».
53. «Εκτός των μεγάλων επιχειρήσεων General Motors, general Foods, United States Steel, πολλά πνευματικά ιδρύματα

έρχονται σε επαφή με τους φορείς των Δημοσίων Σχέσεων. Τα Πανεπιστήμια Yale, Harvard, Columbia ιδρύουν Ινστιτούτα και έδρας Δημοσίων Σχέσεων, διάφοροι δε Εκκλησιαί της Αμερικής και φιλανθρωπικά ιδρύματα ομοίως... Το 1933 για πρώτη φορά οι Εγκυκλοπαίδειες ασχολήθηκαν με τις Δημόσιες Σχέσεις... Κατά την εποχή ταύτην κάμνουν την εμφάνισίν των αι Δημοσίου Σχέσεις και εις τας Τραπεζάς...»: Σπ. Ζομπανάκη, ό.π., σελ. 72.

54. Σημαντική επιρροή άσκησαν εκείνη την εποχή δύο Μέσα μαζικής επικοινωνίας: ο κινηματογράφος και το ραδιόφωνο. Επίσης στις Η.Π.Α. «Υπό την προστασίαν ή με χρηματοδότησιν της Αμερικανικής Κυβερνήσεως, παρεδίδοντο συνεχώς μαθήματα δια την οργάνωση και την εκτέλεσιν εκστρατειών διαφωτίσεως της κοινής γνώμης»: Σπ. Ζομπανάκη, ό.π., σελ. 75.
55. Στη Μεγάλη Βρετανία η πρώτη οργάνωση συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων ιδρύθηκε στο Λονδίνο το 1921, κι ο πρώτος Σύμβουλος σε μεγάλο οργανισμό διορίστηκε το 1929: N. Ellis, «Τα πάντα είναι θέμα υπολήψεως», Δελτίον Διοικήσεως Επιχειρήσεων», Σεπτέμβριος 1973.
56. Δ.Κ. Μαγκλιβέρα, Εισηγήσεις στη Βιομηχανική Κοινωνιολογία, σελ. 56.]
57. Οι συζητήσεις για την ίδρυση της I.P.R.A. άρχισαν στα τέλη του 1949. τον Μάρτιο του 1950 έγινε μια μικρή συγκέντρωση παραγόντων από διάφορες χώρες. Η.I.P.R.A. ιδρύθηκε την 1.5.1955 στο Λονδίνο από Ολλανδούς, Βρετανούς, Γάλλους, Νορβηγούς και Αμερικανούς.

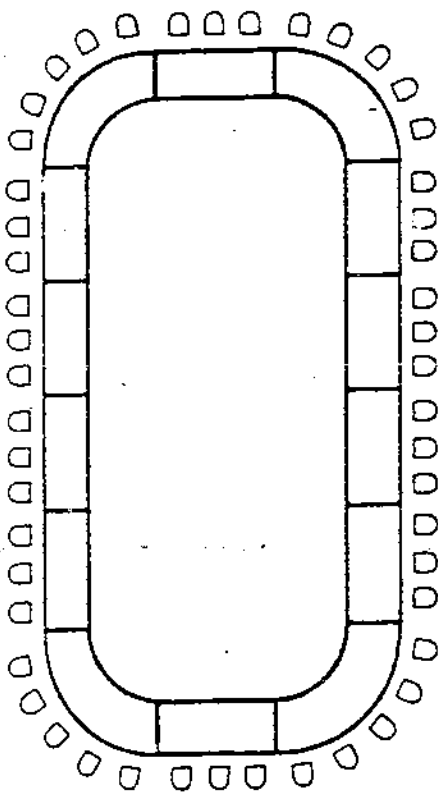
Ο τύπος του κλειστού Π, ο οποίος είναι ο ίδιος του Π αλλά, τοποθετούνται κάποια τραπέζια ώστε να κλειστεί.

Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα, εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι - «κεφαλής». Συχνότερη χρήση του έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπεζιών δεν τοποθετούνται καθίσματα.



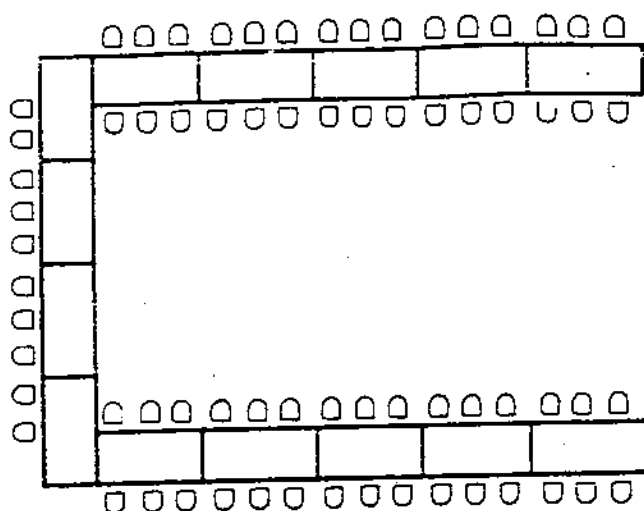
Ο τύπος του κλειστού πετάλου, ανάλογος με τον τύπο του πετάλου.

Είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού Π, που εξυπηρετεί κι αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.



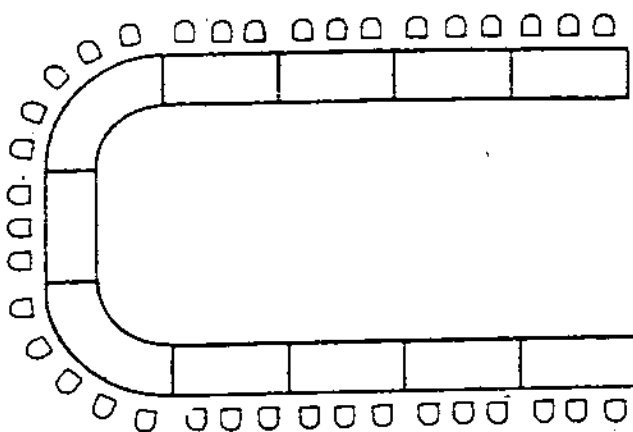
Σχηματικός τύπος Π, στον οποίο τοποθετούμε τα τραπέζια σε σχήμα Π

Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων. Απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο θεωρείται αυτός των 60cm. Στα τραπέζια της «κεφαλής», δεν τοποθετούνται από την εσωτερική πλευρά καθίσματα. Παραλλαγή τύπου Π θεωρείται ο τύπος



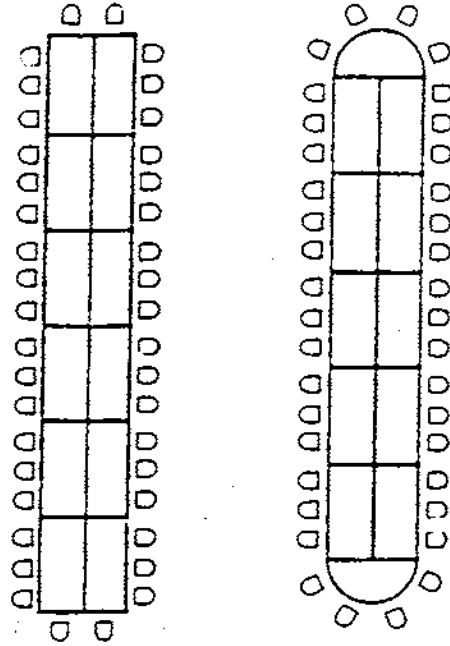
Πέταλο αλόγου, στην οποία τοποθετούμε τα τραπέζια σε σχήμα πετάλου

Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».



Ο τύπος σε σχήμα I, δηλαδή διοικητικού συμβουλίου, είτε με στρογγυλό, είτε με στενό ορθογώνιο τραπέζι.

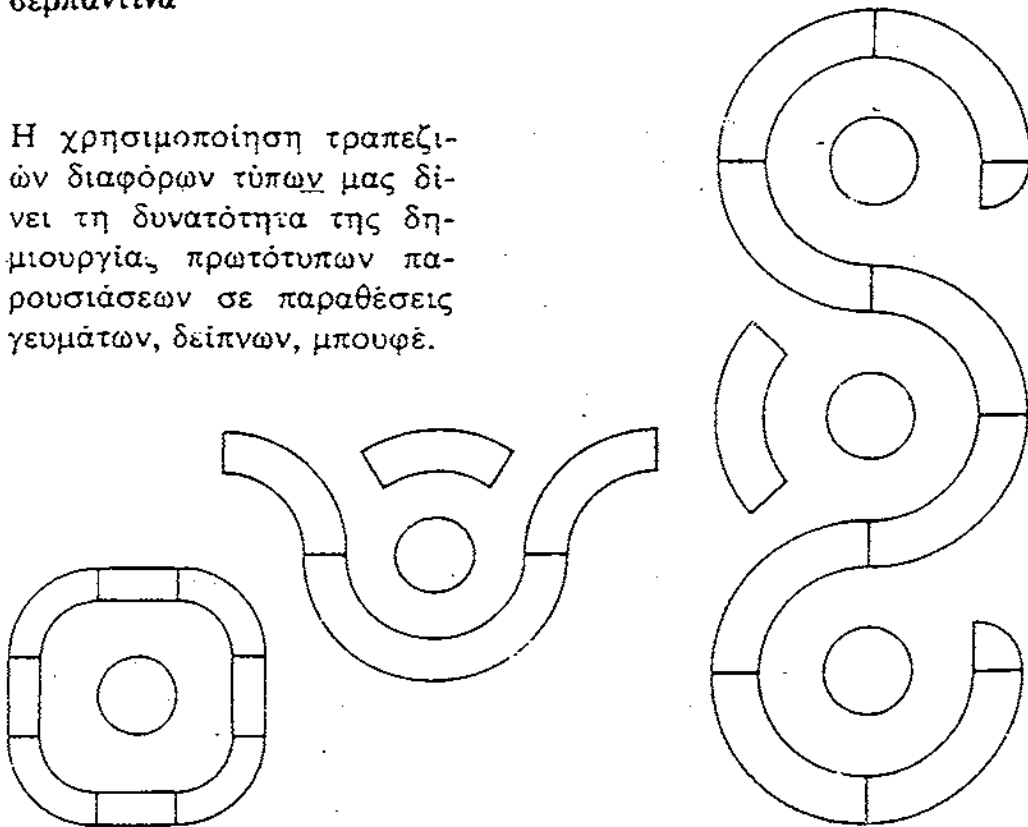
Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.



Ο τύπος αίθουσα σχολείου, κατά την οποία, η διάταξη του χώρου θυμίζει αίθουσα σχολείου, και τέλος

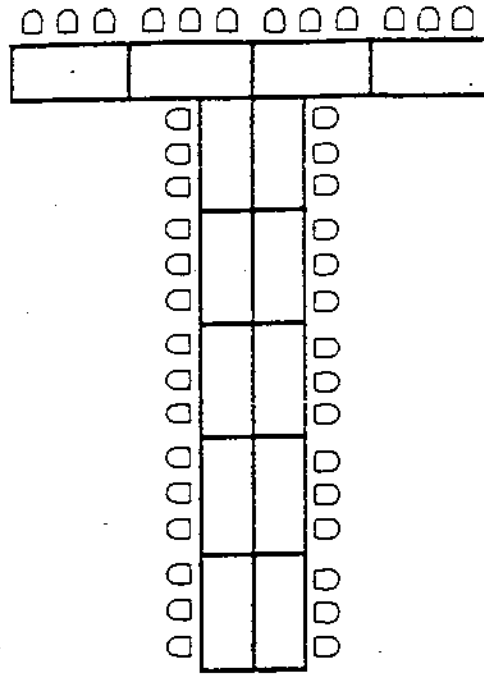
Ο τύπος "σερπαντίνα"

Η χρησιμοποίηση τραπέζιων διαφόρων τύπων μας δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.



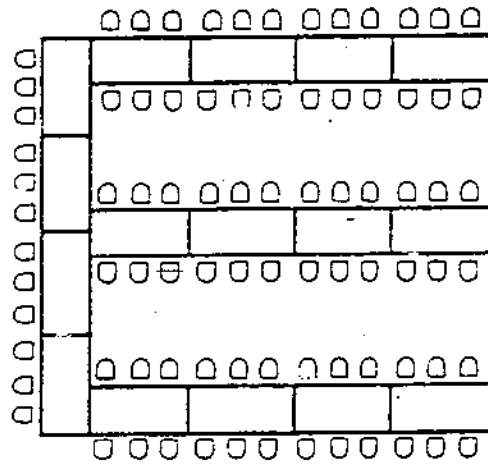
Ο τύπος T, διευθέτηση του χώρου με τραπέζια τοποθετημένα σε σχήμα T

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.



Ο τύπος σε σχήμα E

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου E αποτελεί ο τύπος «κτένα», όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπέζιων. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.





3^ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ-ΑΘΗΝΑ 1988



ΑΠΑΝΤΗΤΙΚΟΣ ΦΑΚΕΛΛΟΣ
ΤΟ ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΚΟ ΤΕΛΟΣ ΘΑ ΚΑΤΑΒΗΘΕΙ ΑΠΟ ΤΟΝ ΠΑΡΑΛΗΠΤΗ



ΕΔΕΕ
Ραβινέ 12-11521 Αθήνα



3^ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ-ΑΘΗΝΑ 1988



ΕΝΩΣΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ ΕΜΜΕΔΑΣ
Ραβινέ 12 - 11521 Αθήνα

ΤΑΧ. ΤΕΛΟΣ
ΚΑΤΕΒΗΘΗ



3^ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ-ΑΘΗΝΑ 1988



ΣΥΝΕΔΡΟΣ

Απαντητι-
κός φακέλ-
λος και κο-
κάρδα του
3ου Συνε-
δρίου Δια-
φήμισης.

Π. ΚΑΒΑΛΙΕΡΑΤΟΣ

“Περισσότερη και καλύτερη
επικοινωνία”

ΔΗΛΩΣΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΗΣ

3^ο ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ-ΑΘΗΝΑ 1988



Παρακαλούμε συμπληρώστε τη δήλωση αυτή και στείλτε τη
μαζί με την εξόφληση του δικαιώματος συμμετοχής, με ταχυδρομική
επιταγή, στα γραφεία της ΕΔΕΕ:

Ραβινέ 12, 11521 Αθήνα, τηλ. 7226990, ΦΑΞ: 7225885

ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ: _____

Διεύθυνση: _____

_____ Τηλ: _____

ΟΝΟΜΑΤΕΠΩΝΥΜΟ
ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ

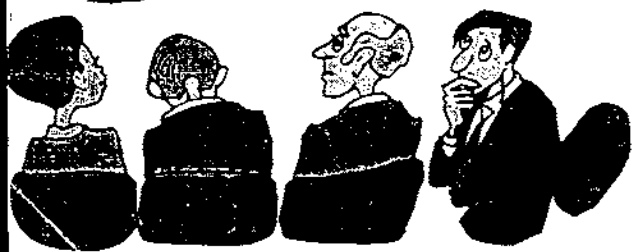
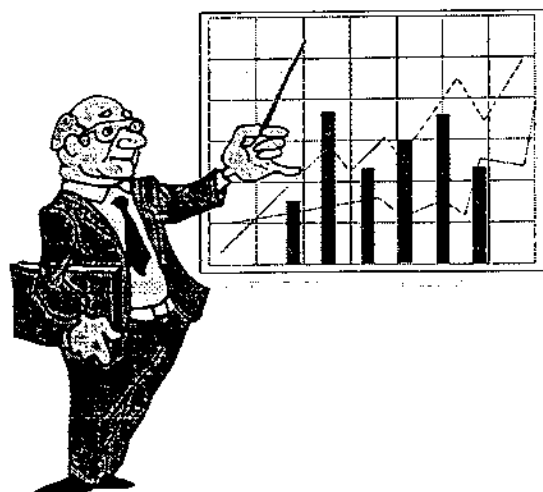
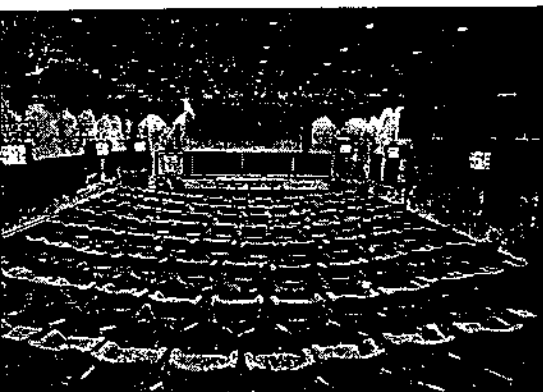
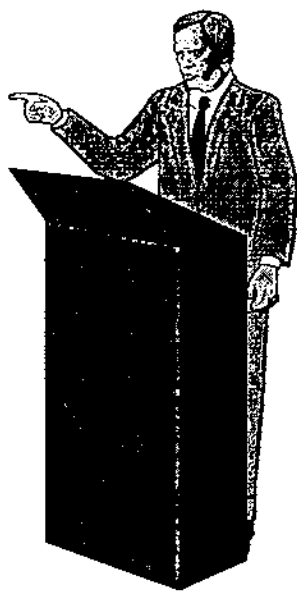
ΘΕΣΗ

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____
6. _____
7. _____
8. _____

**Η ΣΥΜΜΕΤΟΧΗ ΟΡΙΣΤΙΚΟΠΟΙΕΙΤΑΙ ΜΟΝΟ ΜΕΤΑ ΑΠΟ
ΤΗΝ ΚΑΤΑΒΟΛΗ ΤΟΥ ΑΝΤΙΤΙΜΟΥ**

Η δήλωση συμμετοχής στο 3ο Συνέδριο Διαφήμισης.





ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Κοινωνική Επικοινωνία (Εγχειρίδιο Δημοσίων Σχέσεων), Διονύσης Κ. Μαγκλιβέρας, Εκδόσεις Παπαζήση, 7^η έκδοση, Αθήνα 1987.
2. Περιοδικό «Τουρισμός & Οικονομία», τεύχος Σεπτεμβρίου.
3. Οργάνωση Συνεδρίων. Σχολή Διοίκησης & Οικονομίας Τμήμα Τουρισμού, Σπηλιόπουλος Ιωάννης, Πάτρα 1999 - 2000.
4. Άρθρο της Λίας Φαληρέα στο περιοδικό Τουρισμός & Οικονομία.
5. «Δημόσιες Σχέσεις και Τουριστική Ανάπτυξη», εκδόσεις Υπηρεσίας Περιφερειακής Αναπύξεως Θεσσαλίας, Λάρισα 1967.
6. Τουριστική Αγορά, τεύχος Οκτωβρίου.
7. Οργάνωση Συνεδρίων. Κατσώνη Βίκυ (ΝΒΑ) Πάτρα 1996.
8. «Επαγγελματικός Τουρισμός Συνεδρίων και κινήτρων», Κραβαρίτης Κ.
9. «Συνέδρια», εκδόσεις Κάππα.