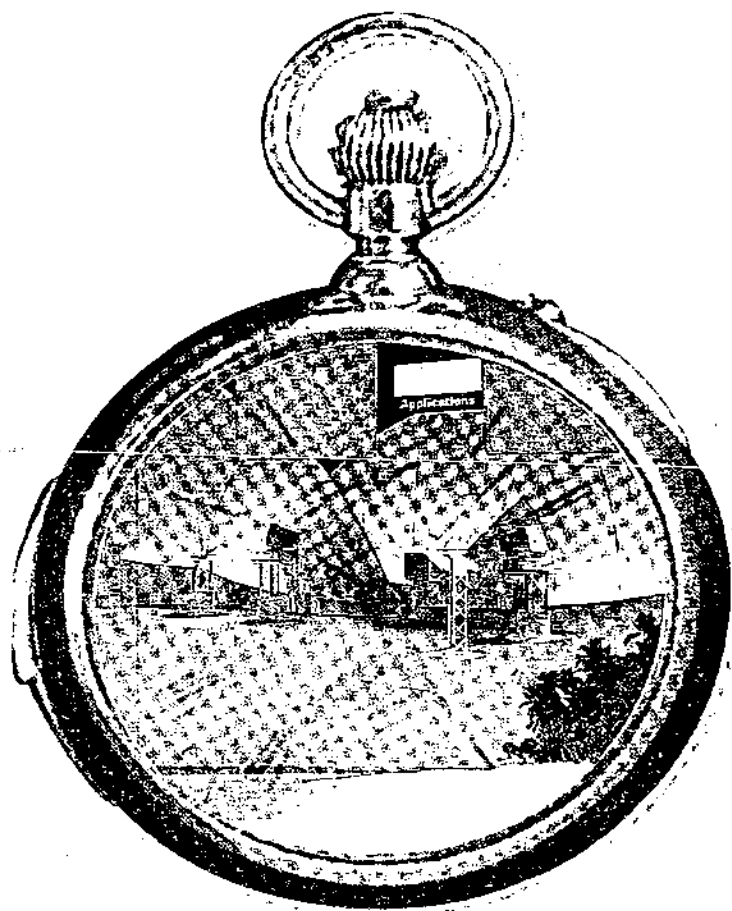


Π.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΑΙΔΕΙΑΣ & ΘΡΗΣΚΕΥΜΑΤΩΝ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ : Τουριστικών Επιχειρήσεων

ΘΕΜΑ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
Θεωρητική & Ερευνητική Προσέγγιση



Συγγραφέας:

Παναγόπουλος Αναστάσιος



Σπουδάστριες:

Βαζαίου Έλλη
Στασινοπούλου Ιωάννα

ΠΑΤΡΑ 2004

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6548
----------------------	------

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

➤ ΠΡΟΛΟΓΟΣ	1
➤ ΠΡΟΛΕΓΟΜΕΝΑ	2
☛ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1 ^ο	3
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	
1.1 Γενικά	4
1.2 Οτι-διακρίσεις του επαγγελματικού τουρισμού	5
1.3 Τα χαρακτηριστικά των μετακινούμενων επαγγελματικών ομάδων..	10
1.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού	11
1.5 Προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα..	15
1.6 Προτάσεις	18
☛ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	23
ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
2.1 Έννοια, στοιχεία και διαδικασία του συνεδριακού τουρισμού.....	24
2.2 Ιστορική ανασκόπηση	25
2.3 Συναφείς με τα συνέδρια εκδηλώσεις – Τουρισμός Σεμιναρίων, Συμποσίων, Συνελεύσεων κ.λ.π.....	27
2.4 Σύνδεση Συνεδρίων και Τουρισμού.....	28
2.5 Η ταυτότητα των Συνεδρίων Ανάλυση των παραγόντων / στοιχείων τους	31
☛ ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 ^ο	
ΑΓΟΡΑΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
3.1 Η συνεδριοτουριστική αγορά	48
3.2 Το συνεδριοτουριστικό προϊόν	50
3.3 Η τιμολογιακή πολιτική στο συνεδριακό τουρισμό	54
3.4 Η πώληση των συνεδρίων	56
3.5 Η διαχείριση του συνεδριακού τουρισμού	68
3.6 Οι λειτουργίες διαδικασίας προετοιμασίας και διεξαγωγής συνεδρίων .	76

☛	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο	79
	Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ	
4.1	Γενικά	80
4.2	Παγκόσμια κατάταξη διεθνών και εθνικών συνεδρίων το έτος 2000.	80
4.3	Ανάλυση απαντήσεων έρευνας της UIA	84
4.4	Ανάλυση έρευνας της ICCA	92
4.5	Διεθνείς συναντήσεις και διοργανώσεις	96
☛	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο	102
	ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ	
5.1	Θεσμικό πλαίσιο	103
5.2	Τα υπάρχοντα στη χώρα μας συνεδριακά κέντρα και οι λοιποί συνεδριακοί χώροι στα ξενοδοχεία ή σε άλλες κτιριακές εγκαταστάσεις.	104
☛	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο	107
	ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ	
6.1	Οι αδυναμίες του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας	108
6.2	Όροι και προϋποθέσεις για την δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου στην Ελλάδα	109
6.3	Υπάρχουσα συνεδριακή υποδομή στην Ελλάδα	118
6.4	Πορεία του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα	120
6.5	Οργανωτές συνεδρίων και εκδηλώσεων στην Ελλάδα	123
➤	ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ	133
➤	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ - ΛΥΣΕΙΣ	135
➤	ΕΠΙΛΟΓΟΣ	137
➤	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	140

ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Τουλάχιστον εδώ και δεκαπέντε χρόνια έχει καταστεί σαφές ότι η διεθνής άνοδος του επαγγελματικού τουρισμού και ιδιαίτερα του συνεδριακού τουρισμού θα μπορούσε να δώσει και στη χώρα μας ένα σημαντικό μερίδιο αυτής της αγοράς. Η υιοθέτηση του όρου «νέες μορφές» τουρισμού – για μορφές που δεν είναι αναγκαστικά νέες αλλά που μπορούν να αναπτυχθούν στα πλαίσια των συγκριτικών πλεονεκτημάτων που παρουσιάζει το «ελληνικό τουριστικό προϊόν» - παρέμεινε χωρίς σημαντικά και ουσιαστικά βήματα. Και φυσικά στα πλαίσια αυτού του όρου και της αντίστοιχης προσπάθειας εντάσσεται ο τουρισμός κινήτρων, ο εκθεσιακός και κυρίως ο συνεδριακός τουρισμός.

Ο απόηχος της δεύτερης ενεργειακής κρίσης σε συνδυασμό με τη βελτίωση της υποδομής και ανωδομής των παραδοσιακών τουριστικών προορισμών των ανταγωνιστών μας, αλλά και τη δυναμική εμφάνιση νέων, αρχίζει να δημιουργεί τους πρώτους τριγμούς στο ελληνικό τουριστικό οικοδόμημα.

ΠΡΟΛΕΓΟΜΕΝΑ

Η εξέταση του τουριστικού φαινομένου μας οδηγεί κατ' αρχήν στα τρία βασικά συνθετικά του στοιχεία που είναι : το «άτομο» σαν το ανθρώπινο στοιχείο της τουριστικής πράξης, ο «χώρος» σαν το απαραίτητο φυσικό στοιχείο για την πραγματοποίησή της και ο «χρόνος» σαν το προσωρινό στοιχείο που αναλώνεται τόσο με το ταξίδι αυτό καθαυτό όσο και με την παραμονή. Ενώ τα στοιχεία αυτά καθορίζουν στην ουσία την ύπαρξη ή όχι του φαινομένου αυτού, απαιτούνται κι άλλα προσδιοριστικά κριτήρια προκειμένου να διακρίνουμε και να χαρακτηρίσουμε τον τουρισμό.

Ο τουρισμός, που αποτελεί κλάδο της οικονομίας, έχει την ιδιότητα να επηρεάζει και να επηρεάζεται – κυρίως όμως να επηρεάζεται – από άλλους κλάδους και υποκλάδους της οικονομικής δραστηριότητας. Αλληλεπίδραση όμως δεν υφίσταται μόνο στο οικονομικό πεδίο, αλλά και στο γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται (κοινωνικό, πολιτιστικό, πολιτικό).

Η έντονη αυτή αλληλεπίδραση, οι πολλαπλές πτυχές και ιδιομορφίες μετά τον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, προβλημάτισαν αυτούς που ενέμειναν στον κλασσικό ορισμό που χαρακτήριζε τη βιομηχανία και τα προϊόντα της, για το αν είναι δόκιμος ή όχι ο όρος «τουριστική βιομηχανία». Ο τουρισμός σήμερα, εφόσον αναπτυχθεί σωστά, προσδίδει ταχεία οικονομική άνοδο στη χώρα υποδοχής του.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1ο

Ο ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

1.1 Γενικά

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μια από τις μορφές του τουρισμού με κριτήριο διάκρισης αυτό του ταξιδιωτικού σκοπού.

«Τα επαγγελματικά ταξίδια των στελεχών επιχειρήσεων αποτελούν σήμερα μια δραστηριότητα συνδεδεμένη με την γενικότερη επιχειρησιακή στρατηγική και την πρόοδο των εργασιών των επιχειρήσεων...». Έτσι ένα στέλεχος συχνά αποφασίζει ότι για κάποιους λόγους είναι προτιμότερο να ταξιδέψει «επί τόπου» και να αντιμετωπίσει το πρόβλημα, παρά να βασιστεί στη γραπτή ή τηλεφωνική κ.λ.π. επικοινωνία με τους συνεργάτες του. Είναι πολλοί οι πιθανοί λόγοι που οδηγούν στη συγκεκριμένη απόφαση, αναφέρονται δε ενδεικτικά :

- Για να συνεργαστεί με τοπικά ή περιφερειακά στελέχη υποκαταστημάτων, θυγατρικών εταιρειών με τους αντιπροσώπους ή πελάτες.
- Για να συμμετάσχει σε συνέδρια, σε σεμινάρια, σε διασκέψεις, ή για να γνωρίσει τη νέα τεχνολογία μέσω των ανάλογων κλαδικών εκθέσεων.
- Για να προωθήσουν προϊόντα, εφόσον είναι στελέχη επιχειρήσεων, ή για να περάσουν ευχάριστα εφόσον το ταξίδι τους αποτελεί επιβράβευση για επίτευξη κάποιου υψηλού επιχειρησιακού στόχου.

Η μορφή αυτή του τουρισμού δεν προσέχτηκε ιδιαίτερα, ίσως γιατί από την αρχή αυτή συνδυάστηκε - κακώς - με τους εμπορικούς αντιπροσώπους και τις συγκεκριμένες ανελαστικές δυνατότητές τους στις τουριστικές δαπάνες.

Η διεθνοποίηση όμως της επιχειρησιακής δραστηριότητας μεταξύ και άλλων προκάλεσε τη γιγάντιση του επαγγελματικού τουρισμού, γεγονός που είχε σαν συνέπεια να αφυπνιστεί το ενδιαφέρον των κρατικών φορέων και των ιδιωτικών επιχειρήσεων.

Στις μέρες μας έχει αρχίσει ένας αγώνας δρόμου και ανταγωνισμού, εθνικών κυβερνήσεων, ταξιδιωτικών γραφείων, αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, όπως και γραφείων ενοικιάσεως αυτοκινήτων, τεχνολογικού εξοπλισμού και άλλων επιχειρησιακών

δραστηριοτήτων ειδικότερου ενδιαφέροντος, για την απόσπαση όσο το δυνατόν μεγαλύτερου κομματιού από την ολοένα αυξανόμενη «πίτα» της επαγγελματικής τουριστικής αγοράς.

1.2 Οι διακρίσεις του επαγγελματικού τουρισμού

Με βάση τα προσδιοριστικά κριτήρια που υιοθετήσαμε, διακρίνοντας τον τουρισμό από τη γενική του θεώρηση, θα εξετάσουμε τις επιμέρους παραμέτρους του επαγγελματικού τουρισμού που είναι οι εξής :

Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση :

- Με τη χώρα προέλευσης,
- Με το οικονομικό αποτέλεσμα,
- Με τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου,
- Με τα μέσα μεταφοράς,
- Με τη χρηματοδότηση της μετακίνησης,
- Με τη μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη,
- Με το φύλο των μετακινούμενων,
- Με την ηλικία των μετακινούμενων,
- Με τον αριθμό των μετακινούμενων και τέλος,
- Με το συγκεκριμένο επαγγελματικό σκοπό.

1.2.1 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τη χώρα προέλευσης

Εδώ έχουμε διάκριση σε εσωτερικό και εξωτερικό επαγγελματικό τουρισμό. Σύμφωνα με στοιχεία της υπηρεσίας οικονομικών ερευνών του περιοδικού "Economist", σε κάθε 100 επαγγελματικά ταξίδια τα 28 πραγματοποιούνται στο εξωτερικό, ενώ τα υπόλοιπα 72 στο εσωτερικό. Η αναλογία αυτή αφορά τα επαγγελματικά ταξίδια σε παγκόσμια κλίμακα και παρά το γεγονός ότι υπάρχει και θα συνεχιστεί ακόμα και στη δεκαετία μας, αυξητική τάση, η αναλογία εμφανίζεται σταθερή.

1.2.2 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με το οικονομικό αποτέλεσμα

Ο ενεργητικός επαγγελματικός τουρισμός προσφέρει οικονομικά οφέλη στη χώρα προορισμού του τουρίστα και συγχρόνως αφαιρεί πόρους από τη χώρα προέλευσής του. Ταυτόχρονα αποτελεί παθητικό επαγγελματικό τουρισμό, για τη χώρα προέλευσής του. Βέβαια, θα πρέπει να σημειώσουμε πως ακόμα και ο παθητικός επαγγελματικός τουρισμός εμπεριέχει το στοιχείο του οικονομικού οφέλους μεσοπρόθεσμα ή μακροπρόθεσμα, με την έννοια ότι αποτελεί δαπάνη – επένδυση, έναντι αναμενόμενου «οφέλους».

Σε ότι αφορά τη χώρα μας και παρά το γεγονός ότι δεν έχουμε σαφή στατιστικά στοιχεία τόσο σε εθνικό και σε διεθνές επίπεδο, μπορούμε να εκτιμήσουμε ότι ο ενεργητικός της επαγγελματικός τουρισμός σε μεγέθη διακινούμενων είναι τετραπλάσιος από τον παθητικό και σε μεγέθη συναλλάγματος, εξαπλάσιος.

1.2.3 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τη χρήση ταξιδιωτικού γραφείου

Ένα επιχειρησιακό στέλεχος μπορεί να ρυθμίσει τα της διεκπεραίωσης του επαγγελματικού ταξιδιού είτε μόνο του είτε με τη βοήθεια της γραμματέως του, πολύ περισσότερο όταν οι προορισμοί είναι συγκεκριμένοι και επαναλαμβανόμενοι, μια και αφορούν δεδομένες ανάγκες της όποιας επιχειρησιακής δραστηριότητας και υπάρχει διαμορφωμένη πολιτική, που αφορά στην επιλογή του καταλύματος, του ταξιδιωτικού μέσου και στο ύψος των δαπανών του μετακινούμενου. Αυτή η πολιτική ποικίλλει σε κάθε επιχείρηση και φυσικά υπολογίζει την ιεραρχική θέση που κατέχει ο μετακινούμενος. Κάτω από αυτό το πρίσμα, η ρύθμιση του ταξιδιού δεν είναι ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση και το προσωπικό της γραμματειακής υποστήριξης μπορεί εύκολα να εξουκειωθεί.

Τα προηγούμενα αποτελούν περίπτωση μη *πρακτορειακού* τουρισμού.

Μπορεί όμως οι μετακινήσεις να πραγματοποιούνται με τη βοήθεια ταξιδιωτικού γραφείου και με αυτή την έννοια να έχουμε πρακτορειακό τουρισμό. Πράγματι είναι πολλές οι περιπτώσεις που οι επιχειρήσεις δε θέλουν να εμπλέκουν στην όλη διαδικασία το βοηθητικό τους προσωπικό και απευθείας αναζητούν τις υπηρεσίες του ταξιδιωτικού γραφείου που έχουν επιλέξει. Τούτο είναι συνηθέστερο σε μεγάλες επιχειρήσεις με πλήθος μετακινούμενων στελεχών σε εναλλασσόμενους προορισμούς.

1.2.4 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τα μέσα μεταφοράς

Στην περίπτωση των επαγγελματικών ταξιδιών η επιλογή του μέσου μεταφοράς είναι αυτή του αεροπλάνου. Ο χρόνος του ταξιδιώτη επαγγελματία είναι χρόνος εργασίας και θα πρέπει να επιστρέφει σύντομα στην «εργασιακή του βάση», να μην απουσιάσει μεγάλο διάστημα από την οικογένειά του, και κυρίως να περιορίσει την κόπωση του κατά τη μετάβαση και επιστροφή του. Τα ολοένα αυξανόμενα τέτοιου είδους ταξίδια άρχισαν εδώ και καιρό να απασχολούν ιδιαίτερα τις αεροπορικές εταιρείες που τα αντιμετωπίζουν σαν σημαντικότερο και πολύ ενδιαφέρον τμήμα του όγκου των εργασιών τους. Με το σκεπτικό αυτό, ο κλάδος της αεροπορικής μεταφοράς έχει γίνει τα τελευταία χρόνια ιδιαίτερα ανταγωνιστικός.

Λόγω της ιδιομορφίας του ταξιδιώτη επαγγελματία και της οικονομικής του άνεσης, οι Αεροπορικές εταιρείες εστιάζουν το ανταγωνιστικό τους πεδίο στο επίπεδο παροχής προσφερομένων υπηρεσιών. Οι δύο βασικοί άξονες αυτής τους της προσπάθειας αφορούν τόσο στις υπηρεσίες εδάφους όσο και στις υπηρεσίες και την άνεση που προσφέρουν κατά τη διάρκεια των πτήσεων.

Οι βασικές παρεχόμενες υπηρεσίες, που έχουν ιδιαίτερη σχέση για τον ταξιδιώτη επαγγελματία, είναι η συνέπεια στην τήρηση των δρομολογίων (χρόνος αναχώρησης – άφιξης) και η ατμόσφαιρα ηρεμίας κατά τη διάρκεια της πτήσης, δεδομένου ότι ο ταξιδιώτης επαγγελματίας εκμεταλλεύεται το χρόνο της πτήσης για την επαγγελματική προετοιμασία του.

1.2.5 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τη χρηματοδότηση της μετακίνησης

Οι ιδιοκτήτες επιχειρήσεων, κυρίως μικρομεσαίων, όταν ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, καταβάλλουν «εξ ιδίων» τις δαπάνες για τη μετακίνησή τους. Το ίδιο και οι ελεύθεροι επαγγελματίες που ταξιδεύουν για ενημέρωση ή συμμετοχή τους σε εκθέσεις. Σε αυτή την περίπτωση αναφερόμαστε στο *αυτοχρηματοδοτούμενο ή αυτόνομο ταξίδι*.

Όταν όμως η ίδια η επιχείρηση πληρώνει το ταξιδιωτικό κόστος του στελέχους της, τότε το ταξίδι είναι *χρηματοδοτούμενο*, πάντα φυσικά μέσα στα πλαίσια του προϋπολογισμού του ταξιδιού και της σχετικής πολιτικής της επιχείρησης.

1.2.6 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τα χρήματα που οι τουρίστες επαγγελματίες είναι διατεθειμένοι να ξοδέψουν (μέση κατά κεφαλή τουριστική δαπάνη)

Εξ ορισμού θα λέγαμε ότι ο επαγγελματικός τουρισμός δεν είναι ούτε «λαϊκός» ούτε «μέσος» αλλά «ποιοτικός» τουρισμός. Οι όποιες διαβαθμίσεις αφορούν στην τελευταία του διάκριση. Αξίζει να σημειωθεί ότι η μέση τουριστική δαπάνη ενός τουρίστα επαγγελματία εμφανίζεται αυξημένη περίπου 4 φορές σε σχέση με τη μέση τουριστική δαπάνη ενός κλασικού τουρίστα.

Ο τουρίστας που ταξιδεύει για επαγγελματικούς λόγους έχει και την οικονομική ευρωστία για να αντιμετωπίσει ταξίδι υψηλών οικονομικών προδιαγραφών, είτε σαν άτομο, είτε σαν εκπρόσωπος φορέα για λογαριασμό του οποίου ταξιδεύει. Ένα τέτοιο ταξίδι, πολλές φορές, κινείται σε προδιαγραφές δυσανάλογες με την πραγματική του οικονομική δυνατότητα, εφόσον έμμεσα επιδιώκει να βελτιώσει την εικόνα (image) είτε του ίδιου είτε του φορέα, τον οποίο εκπροσωπεί.

Άλλες πάλι φορές και κυρίως εδώ, αναφερόμαστε σε στελέχη μέσης και κατώτερης ιεραρχικής βαθμίδας, για τα οποία ιδιαίτερα σε περιόδους μείωσης της επιχειρησιακής δραστηριότητας ή δυσχερειών – ορίζονται πλαίσια μέσα στα οποία πρέπει να κινούνται οι ταξιδιωτικές δαπάνες.

1.2.7 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με το φύλο των μετακινούμενων

Τα τελευταία χρόνια ένα νέο στοιχείο σηματοδοτεί αλλαγές που σχετίζονται με τις προσφερόμενες τουριστικές υπηρεσίες στους τουρίστες επαγγελματίες. Αυτό είναι η ολοένα και σημαντικότερη παρουσία του γυναικείου φύλου στις μετακινήσεις επαγγελματικού χαρακτήρα.

Η κυρίαρχη τάση που έχουν γενικά επιβάλλει οι γυναίκες επαγγελματίες που ταξιδεύουν είναι κάλυψη της ανάγκης για υγιεινό φαγητό και τακτική σωματική άσκηση. Στο τελευταίο θα πρέπει να προσθέσουμε, σαν αυτονόητη διαπίστωση, το κάθε τι που σχετίζεται με την ατομική περιποίηση και εμφάνιση (κομμωτήριο, περιποίηση προσώπου, σάουνα, μασάζ, υδρομασάζ κ.λ.π.).

1.2.8 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με την ηλικία των μετακινούμενων

Την ιδιότητα του μετακινούμενου επαγγελματία σπάνια την έχουν οι νέοι ή αυτοί που ανήκουν στην τρίτη ηλικία. Συνήθως αφορά άτομα που βρίσκονται στην ηλικία γύρω στα σαράντα. Άλλωστε η ιδιότητα του υψηλού επιχειρηματικού στελέχους δύσκολα αποκτάται νωρίτερα, δυσκολότερα δε αργότερα. Πολλοί εργοδότες ή στελέχη αυτής της ηλικίας λόγω της συχνότητας των ταξιδιών τους έχουν χαρακτηριστεί «Ήπτάμενοι Ολλανδοί» ή «Σύγχρονοι Νομάδες». Πράγματι ευκολότερα φανταζόμαστε αυτή την ηλικία σε συνθήκες εργασίας χωρίς οκτάωρο ή Σαββατοκύριακο, με πολύωρες πτήσεις και έντονους ρυθμούς εργασίας.

1.2.9 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τον αριθμό των μετακινούμενων

Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τον αριθμό των μετακινούμενων διακρίνεται σε *ατομικό και ομαδικό* τουρισμό, με τα γνωστά ασαφή και ποικίλα, από χώρα σε χώρα, όρια που καθορίζουν

την «ομάδα». Σαν ελάχιστο αριθμητικό όριο καθορισμού έχει υιοθετηθεί η συμμετοχή τουλάχιστον τεσσάρων ατόμων.

Οι κυριότερες μορφές που συνιστούν τον ομαδικό επαγγελματικό τουρισμό είναι : ο συνεδριακός τουρισμός, ο τουρισμός interactive (κινήτρων) και τέλος ο εκθεσιακός τουρισμός.

Την τελευταία δεκαετία η συνεχώς αυξανόμενη συχνότητα και η *μαζική* μορφή αυτού του είδους των ομαδικών μετακινήσεων, κατέστησε αναγκαία τη *μαζική* παραγωγή των σχετικών τουριστικών υπηρεσιών. Με αυτές τις προϋποθέσεις ο τουρισμός μπορεί να χαρακτηριστεί και σαν *μαζικός*.

1.2.10 Ο επαγγελματικός τουρισμός σε σχέση με τον ταξιδιωτικό σκοπό, που καλείται να εκπληρώσει

Ο συγκεκριμένος σκοπός για τον οποίο ταξιδεύει ο τουρίστας επαγγελματίας – και ο οποίος βέβαια ποικίλλει σε κάθε περίπτωση όπως ενδεικτικά αναφέρθηκε στα προηγούμενα – αποτελεί βασική παράμετρο διάκρισης του επαγγελματικού τουρισμού (συνεδριακός, εκθεσιακός, κινήτρων κ.λ.π.).

1.3 Τα χαρακτηριστικά των μετακινούμενων επαγγελματικών ομάδων

Όπως θα δούμε στα επιμέρους κεφάλαια που αναφέρονται στις τρεις βασικές διακρίσεις του ομαδικού επαγγελματικού τουρισμού, τα οφέλη που προκύπτουν από το γεγονός των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που έχει μια τέτοια ομάδα στη συγκεκριμένη μετακίνησή της, είναι σημαντικά και πολλά.

Ενδεικτικά οι μετακινούμενες επαγγελματικές ομάδες χαρακτηρίζονται από :

- Τον υψηλό βαθμό συνοχής και την ομοιογένειά τους. Αποτελούνται από άτομα με κοινά ενδιαφέροντα, σε αντιδιαστολή με άλλες ομάδες μετακινούμενων που αποτελούν κατά κάποιο τρόπο μια «συλλογή» διαφορετικών ατόμων που αναγκαστικά συνυπάρχουν,

- Τη δυνατότητα να πραγματοποιήσουν ξανά την ίδια μετακίνηση είτε με την επαγγελματική τους ιδιότητα, είτε με την ιδιότητα του τουρίστα αναψυχής με τους οικείους τους,
- Την έγκαιρη επιλογή του τόπου και του ξενοδοχείου, δίνοντας έτσι όλο τον απαραίτητο χρόνο στον ξενοδόχο για καλύτερο προγραμματισμό των κρατήσεών τους και της όλης του επιχειρησιακής δραστηριότητας.
- Τη δυνατότητα για πραγματοποίηση υψηλής τουριστικής δαπάνης.
- Τον υψηλό βαθμό εξοικείωσής τους με άριστο επίπεδο παροχής τουριστικών υπηρεσιών και κατά συνέπεια το βαθμό απαίτησής τους για αντίστοιχη παρεχόμενη ποιότητα.
- Τη δυνατότητα που παρέχει η κοινωνικοοικονομική θέση των συμμετεχόντων να αποτελέσουν σημαντικούς διαφημιστικούς μοχλούς, μέσω της ... διαφήμισης «από το στόμα στο αυτί». Φυσικά θεωρείται αυτονόητο πως τούτο το τελευταίο μπορεί να λειτουργήσει όχι μόνο θετικά αλλά και αρνητικά και να υποβαθμίσει κάθε άλλη προσπάθεια προβολής και διαφήμισης, εφόσον η ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών δεν κριθεί ικανοποιητική.

1.4 Προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού

1.4.1 Γενικά

Ο επαγγελματικός τουρισμός, με τις επιμέρους μορφές του που σχετίζονται με το συγκεκριμένο ταξιδιωτικό σκοπό, έχουμε αναφέρει ότι αποτελεί επιλεκτικό τουρισμό που χαρακτηρίζεται από την πραγματοποίηση υψηλής τουριστικής δαπάνης. Ενώ υπάρχει πάντα η διατυπωμένη άποψη ότι η χρήση του όρου «επιλεκτικός» δεν είναι δόκιμη, όλοι συμφωνούν πως αποτελεί, με κάθε δυνατή προέκταση του όρου, ποιοτικό τουρισμό.

Οι τουρίστες επαγγελματίες δεν προσφέρουν μόνο την ποιότητα αλλά την αναζητούν σε κάθε της μορφή και πτυχή. Και την αναζητούν – ή καλύτερα την απαιτούν – εφόσον έχουν την διάθεση αλλά και τη δυνατότητα να την πληρώσουν ανάλογα.

Οι περισσότερες από τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού είναι κοινές και για τις τρεις κυριότερες μορφές του ομαδικού επαγγελματικού τουρισμού. Στη συνέχεια αναλύουμε σε συντομία τις προϋποθέσεις αυτές :

1.4.2 Ασφάλεια, κοινωνική ειρήνη, σταθερή πολιτική καιάσταση

Η προϋπόθεση αυτή είναι γενική και αφορά τον τουρισμό στο σύνολό του, δεδομένου ότι συνδέεται με το γενικότερο περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται. Και είναι πράγματι ευαίσθητος ο τουρισμός γιατί επηρεάζεται και από το κοινωνικό αλλά και το πολιτικό περιβάλλον. Ιδιαίτερα ευαίσθητος είναι ο τουρισμός που εξετάζουμε. Χωρίς να χρειάζεται περισσότερη ανάλυση η διατύπωση μας αυτή, υπενθυμίζουμε ότι αυτής της κατηγορίας ο τουρισμός μαινώθηκε λόγω της κρίσης του κόλπου – και όχι απλώς μειώθηκε – και ότι συνέδρια που προγραμματίστηκαν στη γειτονική Γιουγκοσλαβία αναζητούν το τελευταίο διμήνο άλλη χώρα υποδοχής τους.

1.4.3 Συνεδριακή και εκθεσιακή υλικοτεχνική υποδομή

Η άρτια και εξειδικευμένη υποδομή αποτελεί το βασικό κριτήριο που εξετάζεται πάντα με ιδιαίτερη σχολαστικότητα από το φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο ή την έκθεση αντίστοιχα. Η συγκεκριμένη αυτή υποδομή μπορεί να προσφέρεται είτε ενταγμένη στην ξενοδοχειακή μονάδα, είτε σε αυτόνομα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα. Το δεύτερο δεν αποκλείει το πρώτο· προφανώς το συμπληρώνει, με την έννοια ότι τα αυτόνομα κέντρα καλύπτουν ανάγκες σημαντικότερου μεγέθους – συνεδρίου και έκθεσης – από τα μεγέθη που μια ξενοδοχειακή μονάδα κατά τεκμήριο μπορεί να καλύψει. Η Πολιτεία ενέταξε στις ευεργετικές διατάξεις του αναπτυξιακού Νόμου τέτοιου είδους υποδομή και καθόρισε μάλιστα και προδιαγραφές της.

1.4.4 Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών με ανάλογες υπηρεσίες και αξιothέατα σε κοντινές σχευικά αποστάσεις

Η ποιότητα του τουρισμού αυτού απαιτεί και την ανάλογη προσφορά υπηρεσιών που σχετίζονται όχι μόνο με την παραμονή αλλά και κάθε πρόσθετη υπηρεσία που την καθιστά πιο αποτελεσματική και πιο ευχάριστη (πλήρες σύστημα επικοινωνιών μέσα στο ξενοδοχείο, γραμματειακή υποστήριξη όπου χρειάζεται, πλούσια και πρωτότυπα προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής μέσα και έξω από το ξενοδοχείο,.....)

1.4.5 Εύκολη πρόσβαση από τη χώρα εκκίνησης

Είναι πολύ σημαντικό η μετακίνηση να είναι ευχάριστη και ξεκούραστη. Αυτό σημαίνει πολλά πράγματα, κυρίως όμως :

- ✓ Αποφυγή, όπου είναι δυνατόν, αλλαγών αεροσκαφών και ενδιάμεσων στάσεων. Αυτό αποδεικνύει πως ευνοούνται προορισμοί με απευθείας συνδέσεις,
- ✓ Συνέπεια στην τήρηση δρομολογίων και παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου κατά τη διάρκεια της πτήσης,
- ✓ Άνετη εξυπηρέτηση από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και αναχώρηση. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία όταν πρόκειται για ομαδική διακίνηση. Όλα όσα αναφέρθηκαν προηγούμενα σχετίζονται φυσικά και με την,
- ✓ Χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου ή της χώρας προέλευσης (εκκίνησης) και του τόπου προορισμού του κύριου όγκου των επισκεπτών.

1.4.6 Γενικότερη υποδομή του τόπου υποδοχής

Θεωρείται προϋπόθεση πρωταρχικής σημασίας αυτή που σχετίζεται με το συγκοινωνιακό δίκτυο, με τις επικοινωνίες, με την ποιότητα όλων γενικά των προσφερόμενων υπηρεσιών (ταξιδιωτικές υπηρεσίες, ψυχαγωγία, ευχάριστο φυσικό και δομημένο περιβάλλον,

πολυκαταστήματα, νοσοκομεία κ.λ.π.). Επίσης δεν θεωρείται μικρότερης σημασίας η ποιότητα των κατοίκων και κυρίως αυτών που έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες αυτής της κατηγορίας.

1.4.7 *Ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες*

Οι κλιματολογικές συνθήκες, όπως τονίσαμε και σε προηγούμενα κεφάλαια, χωρίς να αποτελούν καθοριστικό παράγοντα – προϋπόθεση επιλογής, την ευνοούν. Η χώρα μας ως προς το κλίμα της θεωρείται ιδιαίτερα προνομιούχος. Το γεγονός πως οι επιμέρους τουριστικοί προορισμοί της εμφανίζουν διασπορά – με έστω και μικρές κλιματολογικές αποκλίσεις – της επιτρέπουν να στηρίζει επιμέρους προγράμματα προβολής, ιδιαίτερα όταν συνδυάζουν και την απαραίτητη υποδομή αλλά και ποικιλία φυσικών και πολιτιστικών, ιστορικών, θρησκευτικών αξιοθέατων.

1.4.8 *Η εικόνα (image) που έχει καθιερώσει η χώρα ή ο τόπος προορισμού*

Η προϋπόθεση αυτή αναφέρεται στην όλη εικόνα που έχει δημιουργήσει ο τόπος, σαν τόπος υποδοχής και διενέργειας συνεδρίων και εκθέσεων και που έχει φυσικά καταφέρει να την προβάλλει στις αντίστοιχες αγορές. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι θεωρούνται θετικά στοιχεία για συνεδριακό και εκθεσιακό τουρισμό τα παρακάτω χαρακτηριστικά του τόπου υποδοχής.

Συνεδριακού τουρισμού	Εκθεσιακού τουρισμού
α. Ήσυχος και με γραφικό χρώμα	α. Με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα
β. Με πολιτιστικά και πνευματικά ενδιαφέροντα	β. Και κατά δεύτερο λόγο το α, β και γ που αναφέρονται παράπλευρα
γ. Με έντονη επιστημονική έρευνα	
δ. Με ειρηνευτικές πρωτοβουλίες	

Σε ότι αφορά τις εκθέσεις, θα πρέπει να συμπληρώσουμε ότι η επιτυχής και επαναλαμβανόμενη διενέργειά τους σε ένα τόπο καθιερώνει «θεσμό». Για το λόγο αυτό κάθε προσπάθεια διαφήμισης και προβολής θα πρέπει να έχει τούτο σαν γνώμονα.

Θεωρείται επίσης αυτονόητο πως και για το συνεδριακό τουρισμό, βασικό στοιχείο κάθε προσπάθειας προβολής του τόπου θα πρέπει να είναι η προβολή των χαρακτηριστικών του, που αναφέραμε.

1.4.9 Η χώρα ή ο τόπος προορισμού να είναι γνωστός και να θεωρείται "in" (της μόδας)

Αυτό θεωρείται ιδιαίτερα σημαντικό όταν πρόκειται για ταξίδια κινήτρων. Ένα τέτοιο ταξίδι δε θα πρέπει απλώς να πετύχει από κάθε άποψη και να ικανοποιήσει απόλυτα τους συμμετέχοντες, αλλά θα πρέπει και ο προορισμός του να εντυπωσιάσει πριν και να παραμείνει «ανεξίτηλος» μετά. Θα πρέπει να «φαντάζει».

1.5 Προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στην Ελλάδα

1.5.1 Γενικά

Οι προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στη χώρα μας εμφανίζονται θετικές, γιατί σύμφωνα με αντικειμενικές εκτιμήσεις διαθέτει τις περισσότερες προϋποθέσεις από αυτές που αναφέρθηκαν.

Πέρα από αυτό το αναμφισβήτητο θετικό γεγονός, οι αισιόδοξες προοπτικές ισχυροποιούνται από τις έντονες αυξητικές τάσεις που εμφανίζουν στη διεθνή αγορά τα μεμονωμένα επαγγελματικά ταξίδια, τα συνέδρια και οι επιχειρησιακές συναντήσεις, τα ταξίδια «κίνητρα» και οι εκθέσεις.

1.5.2 Διαθέτει τις περισσότερες από τις απαραίτητες προϋποθέσεις

Η χώρα μας διαθέτει τις περισσότερες απαραίτητες προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του επαγγελματικού τουρισμού και είναι οι παρακάτω :

1. Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά, η οποία συνεχώς βελτιώνεται. Ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών ήδη διαθέτουν ή αποκτούν συνεδριακούς χώρους, με έμφαση στους κυριότερους επιμέρους τουριστικούς προορισμούς.
2. Ικανοποιητικές κλιματολογικές συνθήκες.
3. Θετική εικόνα (image) στις κυριότερες συναφείς τουριστικές αγορές.
4. Φυσικές ομορφιές και ποικιλία αξιοθέατων με διασπορά σε όλο τον Ελλαδικό χώρο, με έμφαση στους ήδη καθιερωμένους επιμέρους τουριστικούς προορισμούς της.
5. Δημιουργία εκθέσεων – θεσμών με κύρια (και όχι αποκλειστική) φροντίδα της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, η οποία αποκτά σημαντικές εγκαταστάσεις και στην Αθήνα.
6. Ευνοϊκή γεωγραφική θέση που συνεχώς, λόγω των εξελίξεων στην περιοχή, επιβεβαιώνεται. Η συμμετοχή της στην Ε.Ε της δίνει τη δυνατότητα να αποκομίσει τουριστικά οφέλη προβάλλοντας τα χαρακτηριστικά της γεωγραφικής της θέσης, που συνιστούν μια ευρωπαϊκή χώρα «διαφορετική».
7. Χαμηλό κόστος ζωής που επιτρέπει την πραγματοποίηση μεγαλύτερης διάρκειας παραμονής. Μην ξεχνάμε πως η Αθήνα αποτελεί ακόμη τη φθηνότερη Ευρωπαϊκή πρωτεύουσα.

1.5.3 Αποτελεί ήδη καθιερωμένο τουριστικό προορισμό

Το γεγονός αυτό – με όλες τις επιμέρους παραμέτρους του – της δίνει τη δυνατότητα να αναπτύξει ευκολότερα και με μικρότερο κόστος, τις κυριότερες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού.

Το γενικότερο ελληνικό τουριστικό προϊόν δεν αποκλείει την αγορά αυτή, δεδομένου ότι στη βάση του παραμένει το ίδιο, με μικρές διαφοροποιήσεις. Οι διαφοροποιήσεις αυτές, ιδιαίτερα αυτές που αποτελούν ποιοτικές επεμβάσεις στη γενικότερη υποδομή, έχουν

ευεργετικές επιδράσεις τόσο στις υπόλοιπες μορφές τουρισμού όσο και στους ίδιους τους κατοίκους της χώρας.

1.5.4 Διαθέτει αξιόλογο επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό, διεθνούς φήμης

Πράγματι, κορυφαίοι Έλληνες επιστήμονες και επαγγελματίες συμμετέχουν σε διεθνείς οργανισμούς και ενώσεις. Με την ιδιότητά τους αυτή μπορούν να επηρεάσουν τους φορείς προκειμένου να επιλέγονται ελληνικοί προορισμοί για τις όποιες μαζικές εκδηλώσεις τους.

Χαρακτηριστική είναι η συμβολή του διακεκριμένου Έλληνα Ψυχιάτρου και καθηγητή της Ψυχιατρικής της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Αθηνών Κωνσταντίνου Στεφανή, στις προσπάθειες του οποίου κυρίως οφείλεται η διεξαγωγή του Παγκόσμιου Ψυχιατρικού Συνεδρίου στην Αθήνα τον Οκτώβριο του 1989. Οι επτάμιση χιλιάδες συνέδριοι που πραγματοποίησαν μέση διάρκεια παραμονής στη χώρα μας δέκα ημερών και κατέβαλαν τιμές σχεδόν «πόρτας», επέτρεψαν στους ξενοδόχους της Αθήνας να χαρακτηρίσουν το μήνα αυτό «τουριστική άνοιξη».

Δε θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι η ελληνική ομοιογένεια διαθέτει πλέον αξιόλογο δυναμικό που διαπρέπει στις επιστήμες, στην πολιτική, σε κυβερνητικές υπηρεσίες, σε μεγάλους οργανισμούς, στο επιχειρησιακό και κοινωνικό γενικότερα πεδίο των χωρών που ζει. Η συμβολή και ενεργοποίηση αυτού του ομογενειακού δυναμικού, μπορεί να αποφέρει πολλά παρόμοια αποτελέσματα.

1.5.5 Ενωείται από τη διαπίστωση ότι η μόδα επανεμφανίζεται περιοδικά

Το 1975 πρωτοδιατυπώθηκε στην Αμερική η άποψη ότι οι τόποι τουριστικών προορισμών έχουν διάρκεια ζωής είκοσι πέντε ετών. Η άποψη αυτή προσπάθησε με επιστημονική τεκμηρίωση να εισάγει τα τουριστικά αγαθά – προϊόντα στο σκεπτικό του κύκλου ζωής που εμφανίζουν άλλα προϊόντα και υπηρεσίες. Στην πορεία, διαπιστώθηκε ότι η άποψη αυτή δεν ευσταθεί και ότι οι τουριστικοί προορισμοί

εμφανίζουν μια κυματοειδή περιοδικότητα σε ότι αφορά τη «μόδα» τους. Αυτή η τάση ευνοεί μεσοπρόθεσμα – όπως σημειώνει και ο Ν. Λαυρεντίδης – τις κλασικές χώρες παραδοσιακού ταξιδιωτικού τουρισμού. Σε αυτές φυσικά, συγκαταλέγεται και η Ελλάδα. Τούτο την κάνει να διεκδικεί με σοβαρότερα ερείσματα τον τουρισμό «κινήτρων», που είναι ιδιαίτερα ευαίσθητος σε ότι αφορά τη «μόδα» (in) των προορισμών του.

1.6 Προτάσεις

1.6.1 Γενικά

Αναλύοντας τις προοπτικές ανάπτυξης του επαγγελματικού τουρισμού στη χώρα μας, ξεκινήσαμε με την ευοίωνη διαπίστωση πως η χώρα μας «δικαιούται» και μπορεί να πάρει σημαντικό τμήμα αυτής της αγοράς. Η αγορά αυτή τονίσαμε ότι είναι ανερχόμενη σταθερά και ότι η χώρα μας διαθέτει πολλές από τις απαραίτητες προϋποθέσεις για να κατακτήσει σημαντικό τμήμα της (φυσικά δε διαθέτει όλες όσες τις χρειάζονται). Οι προτάσεις μας κατά συνέπεια εστιάζονται σε δυο βασικά σημεία : το ένα αφορά στη δημιουργία ή και βελτίωση τέτοιων προϋποθέσεων και το άλλο στη διαφήμιση και προβολή τους. Πιστεύουμε πως και τα δύο σημεία είναι εξίσου σημαντικά.

1.6.2 Προτάσεις

Είναι γεγονός πως οι προτάσεις αυτές έχουν διατυπωθεί και ειπωθεί τόσο στους αρμόδιους φορείς της πολιτείας όσο και σε κάθε άλλο ενδιαφερόμενο και εμπλεκόμενο μέλος της «τουριστικής οικογένειας» πολλές φορές. Συμβαίνει μάλιστα να έχουν διατυπωθεί τέτοιες προτάσεις και από άτομα με υψηλή ιεραρχική θέση στους σχετικούς φορείς. Πολλές δε φορές έχουν επαναληφθεί τα ίδια πράγματα αυτούσια.

Αρκεί κανείς να λάβει μέρος στις ετήσιες διασκέψεις τουρισμού που γίνονται τα τελευταία χρόνια στη χώρα μας και που συμμετέχουν σε αυτές, με ομιλίες ή παρεμβάσεις τους, εκπρόσωποι των αρμόδιων

φορέων της πολιτείας, τουριστικοί παραγωγοί, και εργαζόμενοι του κλάδου, για να το διαπιστώσει. Μέσα από αυτές τις διατυπώσεις και διαπιστώσεις και στο ίδιο κλίμα, κινούνται και οι προτάσεις που παραθέτουμε :

- i. Πρέπει να βελτιωθούν οι συνθήκες που σχετίζονται με την εξυπηρέτηση που παρέχεται από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων, κατά την άφιξη και αναχώρηση.
- ii. Να βελτιωθούν οι προσφερόμενες υπηρεσίες που παρέχονται από την Ο.Α. και σχετίζονται με την τήρηση του ακριβούς χρόνου αναχωρήσεων - αφίξεων, και το επίπεδο προσφερόμενων υπηρεσιών κατά τη διάρκεια των πτήσεων.
- iii. Να πυκνώσουν τα δρομολόγια της Ο.Α., ιδιαίτερα στο εσωτερικό, ούτως ώστε να μειωθεί η εξάρτηση που έχουν οι κυριότεροι τουριστικοί προορισμοί συνεδρίων και ταξιδιών «κινήτρων» από τις πτήσεις charter.
- iv. Να βελτιωθεί η πρώτη εικόνα που δίνουν στον ταξιδιώτη τα σημεία εισόδου στη χώρα μας (αεροδρόμια, λιμάνια, μαρίνες κ.λ.π.).
- v. Να βελτιωθεί το τηλεπικοινωνιακό μας δίκτυο.
- vi. Να συνεχιστεί ο ρυθμός προσαρμογής ξενοδοχείων υψηλών προδιαγραφών με τις απαιτήσεις αυτής της αγοράς (δημιουργία συνεδριακών χώρων, εκπαίδευση του προσωπικού τους, υποδομή για ψυχαγωγία, παροχή απόλυτης και ποικίλης επικοινωνιακής κάλυψης, διαφήμιση και προβολή τους στις ειδικές αυτές αγορές) και οι νέες ξενοδοχειακές κατασκευές να προβλέπουν δημιουργία συνεδριακών χώρων μεγάλης δυναμικότητας.
- vii. Να ενταθεί η διαφημιστική «καμπάνια» της χώρας μας στο εξωτερικό και να *αυξήσει η πολιτεία τις απαραίτητες σχετικές δαπάνες*, τόσο για την ευρύτερη τουριστική αγορά όσο και για τις μορφές του επαγγελματικού τουρισμού. Ιδιαίτερα για το συνεδριακό τουρισμό και των κινήτρων, βασικό στοιχείο της διαφήμισης θα πρέπει να είναι η μοναδικότητα της ελληνικής «ατμόσφαιρας», που διαφοροποιεί αισθητά το προϊόν της από άλλες ανταγωνίστριες χώρες.

Οι παρακάτω πιο συγκεκριμένες προτάσεις, που αφορούν στην εντατικοποίηση και συγκεκριμενοποίηση της διαφήμισης και προβολής της χώρας μας (επικοινωνιακό marketing), αποτελούν προτάσεις που διατυπώθηκαν πρόσφατα από το Νίκο Λαυρεντίδη, δ/ντή επί τρία περίπου έτη του γραφείου του Συνεδριακού Τουρισμού του Ε.Ο.Τ. στο Άσκοι του Ηνωμένου Βασιλείου και σε αυτόν οφείλεται σε μεγάλο βαθμό η κινητικότητα και ενεργοποίηση πολλών σχετικών πρωτοβουλιών των τελευταίων χρόνων. Σύμφωνα με αυτές θα πρέπει :

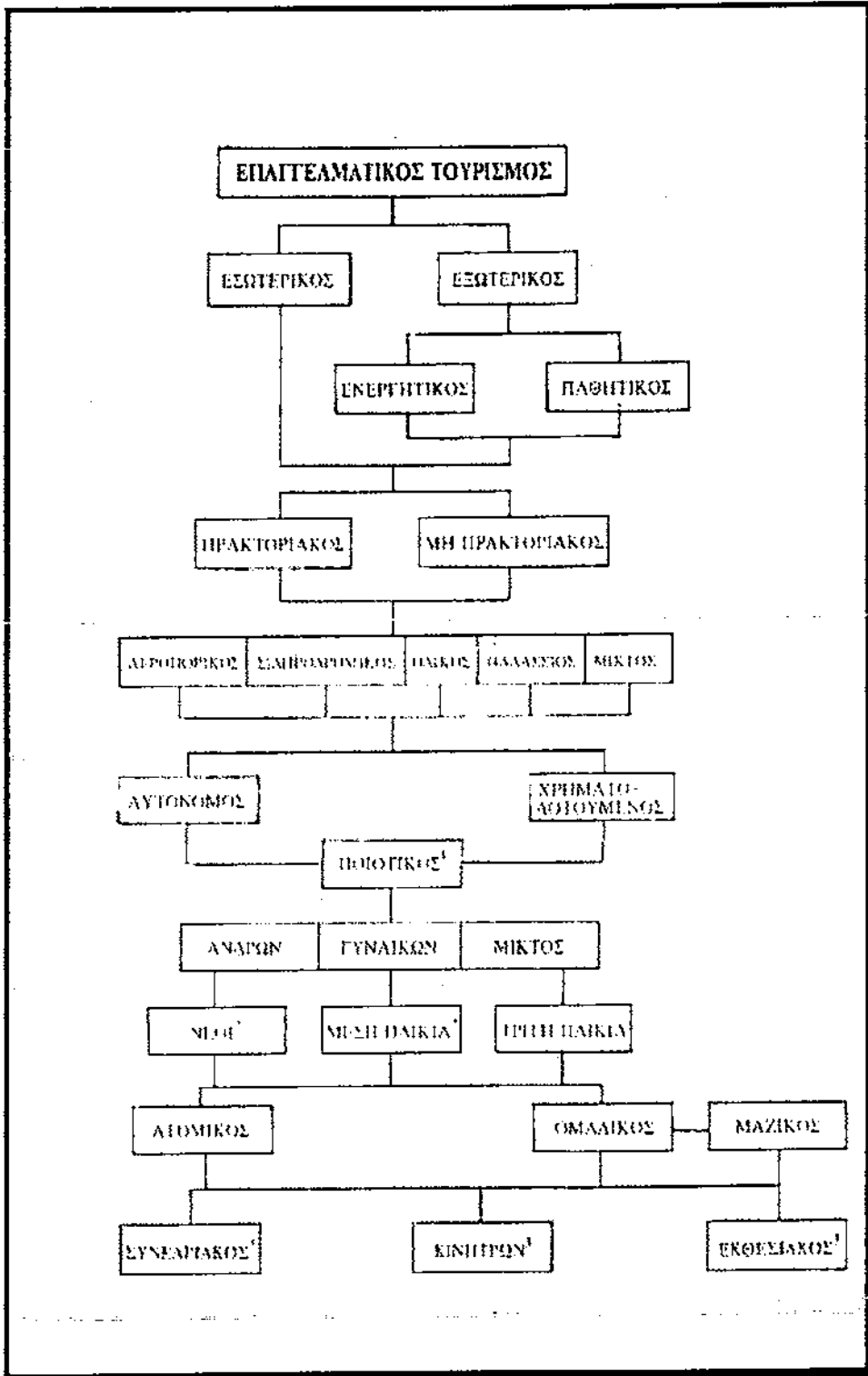
1. Να ενεργοποιηθεί το ελληνικό και ομογενειακό επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό που διαπρέπει στην Ελλάδα και το εξωτερικό (γνωριμία, επαφές, προσκλήσεις και γενικά διαρκής αλληλοενημέρωση).
 2. Να γυριστούν επαγγελματικά video ξεχωριστά για συνέδρια, ταξίδια κινήτρων και επιχειρησιακές συναντήσεις.
 3. Να προετοιμαστούν αντίστοιχα, διαφημιστικά φυλλάδια υψηλών προδιαγραφών με όλο το απαραίτητο ενημερωτικό υλικό.
 4. Να εξεταστεί η συνδιαφήμιση της χώρας μας, σε ειδικά περιοδικά συνεδρίων, με ανταγωνιστικούς προορισμούς καθόσον τα (μεγάλα) συνέδρια γίνονται κάθε χρόνο στον ίδιο τόπο.
 5. Να προσκληθούν πιθανοί αγοραστές του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος, για επισκέψεις σε αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες και επαφή με την ελληνική «ατμόσφαιρα» (ιστορία, πολιτισμός, παράδοση, μοναδικότητα τοπίου, «χρωμάτων» και τρόπου ζωής.
- vii. Να δημιουργηθούν μεγάλα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα στις κυριότερες πόλεις. Αθήνα, Πάτρα, Ηράκλειο και Ρόδο. Για την Αθήνα το πρόβλημα της δημιουργίας μεγάλου συνεδριακού κέντρου χρονίζει, αδικαιολόγητα. Μέχρι πριν λίγους μήνες συνέδρια έως και 1.800 ατόμων μπορούσαν να φιλοξενηθούν μόνο σε ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα του ξενοδοχείου Intercontinental, ενώ τώρα τα κατά τι μεγαλύτερα (1961 άτομα) και στην αρτιότερη τεχνικά αίθουσα του «Μεγάρου Μουσικής Αθηνών». Πιστεύουμε να μην έπαιξε αρνητικό ρόλο στη δημιουργία του συνεδριακού κέντρου της

Αθήνας η διαπίστωση ότι μόνο το 2,8% των πραγματοποιούμενων συνεδρίων αφορά μεγέθη μεγαλύτερα των 2.500 συνέδρων. Κάτι τέτοιο θα ήταν λάθος γιατί :

- Συνέδρια τέτοιου μεγέθους είναι συνήθως παγκόσμια και έχουν τεράστια προβολή.
- Συνέδρια παγκόσμια, με την δυναμική που τα διέπει, έχουν τη δυνατότητα να καθιερώσουν ένα τόπο σαν τόπο διεξαγωγής συνεδρίων.
- Και κατά συνέπεια οι ευνοϊκές και ποικίλες πολλαπλασιαστικές επιπτώσεις τους είναι εντονότερες.

Με τις τρεις προηγούμενες επισημάνσεις μας, πιστεύουμε ότι το στάδιο «Ειρήνης και Φιλίας» δεν μπορεί να καλύψει ποιοτικά τις απαιτήσεις τέτοιων συνεδρίων.

Διάγραμμα 1. Διακρίσεις επαγγελματικού τουρισμού



ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2ο

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΤΗΣ ΕΝΝΟΙΑΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

2.1 Έννοια, στοιχεία και διαδικασία του Συνεδριακού Τουρισμού

Συνέδριο, στην Ελληνική γλώσσα, σημαίνει σύναξη ατόμων σε ένα χώρο, για να συζητήσουν και να πάρουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα.

Συνεκδοχικά, συνέδριο σημαίνει και το σύνολο των ατόμων που παίρνει μέρος σε αυτή τη σύναψη (συγκέντρωση) που ονομάζονται συνέδριοι.

Όταν το συνέδριο γίνεται σε διαφορετικό τόπο από εκείνον της μόνιμης κατοικίας των συνέδρων, είναι αναγκαία η μετακίνησή τους. Και όταν τα προς συζήτηση θέματα είναι επαγγελματικά, τότε η μετακίνηση ονομάζεται επαγγελματικό ταξίδι. Όταν, τέλος, το επαγγελματικό ταξίδι εμπλουτιστεί με τουριστικά προϊόντα προς χάριν των συνέδρων, τότε γίνεται λόγος για συνεδριακό τουρισμό.

Έτσι, Συνεδριακός τουρισμός, είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, στο οποίο οι συνέδριοι, που έχουν επαγγελματική ιδιότητα, ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εκτός του συνεδρίου χρόνο (στο περιθώριο του συνεδρίου ή σε προγραμματισμένο σκόπιμα, πριν, ενδιάμεσα και μετά το συνέδριο χρόνο) έχουν τουριστικές δραστηριότητες.

Από τον παραπάνω ορισμό προκύπτουν οι παράγοντες ή στοιχεία του Συνεδριακού τουρισμού, που είναι :

- Οι Συνέδριοι / τουρίστες.
- Ο τόπος του Συνεδρίου (τουριστικός προορισμός).
- Ο χώρος του Συνεδρίου (το Συνεδριακό Κέντρο).
- Ο σκοπός του Συνεδρίου (ο λόγος για τον οποίο γίνεται το συνέδριο).
- Η τουριστική "Επένδυση" του Συνεδρίου (το σύνολο των τουριστικών υπηρεσιών που παρέχεται στους συνέδρους).
- Η Διοίκηση (Management) του Συνεδρίου (Διαχείριση, οργάνωση, υποστήριξη κ.λ.π.).

Σήμερα ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί την κυριότερη μορφή του Επαγγελματικού τουρισμού και αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής επαγγελματικής τουριστικής αγοράς δηλαδή το 16% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς (αφού, όπως προαναφέρθηκε ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας τουριστικής αγοράς).

Ο Συνεδριακός Τουρισμός υποστασιοποιείται με την εξής γενική διαδικασία :

Αν μια επιχείρηση ή ένας επαγγελματικός σύλλογος ή μια επιστημονική ένωση ή ένα σωματείο ή ένα οποιοδήποτε και για οποιονδήποτε σκοπό συγκροτημένο σύνολο, θέλει να γνωστοποιήσει μια δραστηριότητά του, να επιδείξει ένα νέο προϊόν ή υπηρεσία, να κάνει μια επιστημονική ανακοίνωση, να παρουσιάσει τις νέες εξελίξεις της επιστήμης και της τεχνολογίας, να κοινοποιήσει νέες γνώσεις, να κάνει δημόσιες σχέσεις, να προωθήσει την πολιτική Marketing κ.λ.π. τότε αποφασίζει (δυνητικά) να οργανώσει, να χρηματοδοτήσει και να πραγματοποιήσει ένα συνέδριο, σε ένα συνεδριακό κέντρο που βρίσκεται σε έναν κατάλληλο και όμορφο τουριστικό προορισμό και να προσφέρει στους συνέδρους εντελώς δωρεάν ελκυστικά και ακριβά τουριστικά προϊόντα με σκοπό να τους κάνει να ασπαστούν τις απόψεις του ή να τους "προσεταίρισει" στις επαγγελματικές επιδιώξεις του με απώτερο στόχο την εξασφάλιση επαγγελματικού έμμεσου ή άμεσου οφέλους.

Η παραπάνω διαδικασία υποστασιοποίησης του Συνεδριακού Τουρισμού θα αναλυθεί στις παραγράφους που ακολουθούν.

2.2 Ιστορική ανασκόπηση

Η πρώτη μορφή Συνεδρίων ήταν ο θεσμός των Αμφικτιονιών στην Αρχαία Ελλάδα.

Οι Αμφικτιονίες ήταν συγκεντρώσεις αντιπροσώπων των γειτονικών Ελληνικών φύλων και αργότερα των γειτονικών πόλεων – Κρατών, για λόγους θρησκευτικούς στην αρχή αλλά έπειτα και για λόγους πολιτικούς, πολεμικούς, φορολογικούς, επίλυσης τοπικών ζητημάτων

κ.λπ. Με την πάροδο του χρόνου οι Αμφικτιονίες εξελίχθησαν σε τοπικές πολιτικές ενώσεις που μεριμνούσαν για τα κοινά συμφέροντα, κατά το σύστημα των σημερινών ομοσπονδιών.

Στην πρώτη Αμφικτιονία αναφέρεται εκείνη των Θερμοπυλών το έτος 1522 π.χ. η οποία αργότερα γινόταν δυο φορές το χρόνο, το φθινόπωρο στην αρχαία Μαλιακή Ανθήλη και την άνοιξη στους Δελφούς, με τη συμμετοχή δώδεκα Ελληνικών Φύλων που κατοικούσαν στην ευρύτερη περιοχή της Κεντρικής Ελλάδας.

Αμφικτιονίες γίνονταν επίσης στη Βοιωτία και στον Πόρο και πιθανώς και σε άλλες αρχαίες πόλεις, με πιο γνωστή εκείνη της Δήλου στην οποία συμμετείχε και το κράτος των Αθηνών και η οποία πήρε σοβαρές αποφάσεις για τα Νησιά του Αιγαίου και τη Μικρασιατική Ελλάδα.

Οι Αμφικτιονίες γίνονταν συνήθως στα προαύλια των Ναών και συμμετείχαν σε αυτές δυο αντιπρόσωποι κάθε αμφικτιονικής πόλης μετά ψήφου ή και περισσότεροι χωρίς δικαίωμα ψήφου ή και ακόμη και όλοι οι κάτοικοι των αμφικτιονικών πόλεων, οπότε και η Αμφικτιονία λεγόταν Εκκλησία των Αμφικτιονιών.

Το συνέδριο κάθε αμφικτιονίας είχε την υπέρτατη αρμοδιότητα επί όλων των αμφικτιονικών πόλεων και οι αποφάσεις του ήταν υποχρεωτικά εκτελεσιές.

Το θεσμό των Αμφικτιονιών διαδέχθηκε αργότερα ο θεσμός των "Κοινών" που επικράτησε στον ελληνικό χώρο για τρεις ολόκληρους αιώνες.

Οι συγκεντρώσεις πολιτών για την επίλυση τοπικών ζητημάτων δεν ήταν άγνωστες και για άλλες αρχαίες χώρες. Και γινόταν σε όλη την ιστορική περίοδο, από τότε που ο άνθρωπος ζούσε μαζί με συνανθρώπους του και διάφορα προβλήματα που δημιουργούσε η συμβίωση αυτή έπρεπε να ληφθούν με κοινές αποφάσεις που λαμβάνονταν σε διάφορες συγκεντρώσεις.

Από τον 18^ο αιώνα και κυρίως από τον 19^ο αιώνα, που άρχισαν να ιδρύονται διάφορες επιχειρήσεις με τη μορφή οργανωμένων συνόλων, άρχισαν να γίνονται οι πρώτες επιχειρησιακές συγκεντρώσεις μέσα στις

επιχειρήσεις και αργότερα και στο ευρύτερο περιβάλλον τους για επίλυση επιχειρησιακών και επαγγελματικών προβλημάτων.

Ο Συνεδριακός όμως τουρισμός με τη σημερινή του μορφή εμφανίστηκε όπως ήδη αναφέρθηκε στις ΗΠΑ τη δεκαετία του 1960 για να αναπτυχθούν μετά και οι άλλες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού.

Σήμερα είναι μια συνηθισμένη επιχειρηματική τακτική, που συνεχώς διευρύνεται αφού τα αποτελέσματά της είναι ευνοϊκά για τους οργανωτές των συνεδρίων.

2.3 Συναφείς με τα συνέδρια εκδηλώσεις - Τουρισμός Σεμιναρίων, Συμποσίων, Συνελεύσεων κ.λ.π.

Στη γλώσσα μας οι λέξεις συνέδριο, συνέλευση, διάσκεψη, συνδιάσκεψη, σύσκεψη, συμβούλιο, σύνοδος, συγκέντρωση, σύναξη, συνάθροιση και σύγκληση είναι συνώνυμες στην ευρεία τους έννοια και όλες σημαίνουν, με μικρές παραλλαγές, συγκέντρωση πολλών ανθρώπων μαζί σε ένα μέρος, για ένα συγκεκριμένο σκοπό και συνήθως για να εκφράσουν και να ανταλλάξουν απόψεις, ιδέες, γνώμες, γνώσεις και πληροφορίες και να πάρουν από κοινού αποφάσεις για θέματα που τους ενδιαφέρουν.

Πολλές τέτοιες συγκεντρώσεις γίνονται καθημερινά σε διάφορα οργανωμένα σύνολα. Σε επιχειρήσεις, σε επαγγελματικές ενώσεις, σε συνδικαλιστικές οργανώσεις, σε Σωματεία και Συνδέσμους, σε επιστημονικούς συλλόγους, σε πολιτικά κόμματα, σε Οργανισμούς, σε Επιμελητήρια, σε Ιδρύματα, σε ομίλους, σε Σχολεία και σε λοιπούς Δημόσιους και ιδιωτικούς φορείς.

Και είναι δυνατόν να γίνονται περιοδικά σε ορισμένη χρονική περίοδο, έκτακτα όταν παρουσιαστεί ανάγκη, στον τόπο που εδρεύει το οργανωμένο σύνολο ή σε άλλο τόπο. Έτσι διακρίνονται οι τοπικές, περιφερειακές, εθνικές, διεθνείς ή και παγκόσμιες συγκεντρώσεις ανάλογα με τον τόπο στον οποίο γίνονται και οι εβδομαδιαίες, μηνιαίες, ετήσιες, κλπ. συγκεντρώσεις ανάλογα με τη χρονική περιοδικότητά τους.

Τέτοιες συγκεντρώσεις είναι και τα Σεμινάρια, τα πνευματικά Συμπόσια, τα Fora, οι διαλέξεις και οι ομιλίες, οι ημερίδες και οι διημερίδες, τα πάνελ, τα στρογγυλά τραπέζια κλπ. που αποτελούν περισσότερο τεχνικές εκπαίδευσης (μερικές από τις 34 τεχνικές που χρησιμοποιούνται) παρά επαγγελματικές συγκεντρώσεις.

Όταν όμως οι συγκεντρώσεις αυτές γίνονται εκτός τόπου της μόνιμης διαμονής των συμμετεχόντων και χρειάζεται μετακίνησή τους στον τόπο που γίνονται, και αν οι συγκεντρώσεις εμπλουτίζονται με τουριστικές δραστηριότητες, τότε γίνεται λόγος για τουρισμό με επιθετικό προσδιορισμό προερχόμενο από την ονομασία της συγκέντρωσης, όπως π.χ. Τουρισμός Σεμιναρίων, Συμποσίων, Συνελεύσεων κλπ.

Οι μορφές αυτές τουρισμού είναι όμοιες με το Συνεδριακό Τουρισμό, οργανώνονται με τον ίδιο τρόπο και έχουν τα ίδια χαρακτηριστικά και τα ίδια προϊόντα με τα συνεδριοτουριστικά προϊόντα, για αυτό και δεν εξετάζονται χωριστά. Εξ άλλου κατά κανόνα αυτές οι συγκεντρώσεις έχουν πολύ μικρή διάρκεια, γίνονται στον τόπο των οργανωτών τους και ο αριθμός των συμμετεχόντων είναι μικρός. Εξαιρεση ίσως να αποτελούν τα διακρατικά Σεμινάρια μακράς διάρκειας τα όποια προβλέπουν και ταξίδια στις χώρες των συμμετεχόντων και τα οποία αρκετά συχνά εμπλουτίζονται με τουριστικές δραστηριότητες. Τέτοια Σεμινάρια χρηματοδοτούνται από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο διαφόρων ερευνητικών ή αναπτυξιακών προγραμμάτων.

2.4 Σύνδεση Συνεδρίων και Τουρισμού

Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν από το Συνέδριο ένα υλικό ή άυλο όφελος, άμεσα ή έμμεσα, βραχυχρόνια ή μακροχρόνια. Δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα Συνέδριο, συνήθως πολύ δαπανηρό, χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Στη διαδικασία προϋπολογισμού κερδών και δαπανών ενός Συνεδρίου, οι φορείς, που ενεργούν πάντοτε σύμφωνα με τη βασική οικονομική αρχή και με αυτή της ανταποδοτικότητας, διαπίστωσαν ότι τα

κέρδη ενός Συνεδρίου θα υπερκάλυπταν τις δαπάνες πραγματοποίησής τους αν οι σύνεδροι ήταν τα κατάλληλα πρόσωπα.

Σαν κατάλληλα πρόσωπα κρίνονται οι σύνεδροι όταν :

- ❑ Είναι "σπουδαίοι", δηλαδή υψηλού κοινωνικού, επαγγελματικού, οικονομικού και επιστημονικού επιπέδου (Καθηγητές, Τεχνοκράτες, Υψηλόβαθμα διοικητικά ή πολιτικά στελέχη, Καλλιτέχνες κλπ.).
- ❑ Ανήκουν στην κατηγορία των λεγόμενων "διαμορφωτών της κοινής γνώμης".
- ❑ Έχουν επαγγελματικές δραστηριότητες όμοιες ή σχετικές με αυτές των φορέων και επί πλέον έχουν κύρος και φήμη μέσα στον επαγγελματικό τους χώρο.
- ❑ Εξυπηρετούν τις Δημόσιες Σχέσεις των φορέων και τους σκοπούς του Συνεδρίου λόγω της θέσης τους, της φήμης τους, της κοινωνικής παρουσίας τους κλπ.
- ❑ Είναι επιδεικτικοί των συνθημάτων και της φιλοσοφίας του Συνεδρίου και αποδέχονται μια άτυπη ή τυπική, φανερή ή λανθάνουσα, συνεργασία με τους φορείς.
- ❑ Προσφέρουν με την παρουσία τους βοήθεια στους φορείς για την εκπλήρωση των σκοπών του Συνεδρίου.

Οι σύνεδροι όμως που συγκεντρώνουν τα παραπάνω προσόντα δεν είναι πρόθυμοι να συμμετέχουν σε οποιοδήποτε συνέδριο και πολύ περισσότερο δε δέχονται να πληρώσουν έστω και μια δραχμή για να πάνε στον τόπο του συνεδρίου. Ούτε είναι διατεθειμένοι να χάσουν τον πολύτιμο χρόνο τους, χωρίς ανταμοιβή.

Έτσι οι φορείς των Συνεδρίων είναι υποχρεωμένοι να προκαθορίζουν τις ανταμοιβές των κατάλληλων συνέδρων και να θεσπίζουν κίνητρα προσέλευσής τους στα Συνέδρια. Ένα από τα καταλληλότερα και πιο ισχυρά κίνητρα αποδείχθηκε στην πράξη το κίνητρο του τουρισμού. Και οι φορείς το εκμεταλλεύονται. Διαλέγουν δηλαδή έναν ελκυστικό τουριστικό προορισμό, μέσα ή έξω από τη χώρα τους, που διαθέτει ένα κατάλληλο Συνεδριακό Κέντρο (Τα καλύτερα Συνεδριακά Κέντρα υπάρχουν στους καλύτερους τουριστικούς

προορισμούς), καταρτίζουν το πρόγραμμα του Συνεδρίου και το εμπλουτίζουν με υψηλής ποιότητας τουριστικά προϊόντα, που καλύπτουν όλες τις ανάγκες μετακίνησης, διαμονής, διατροφής, ψυχαγωγίας, περιήγησης, συμμετοχής σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις των συνέδρων, προσφέρουν αυτά τα προϊόντα εντελώς δωρεάν, όχι μόνο στους συνέδρους αλλά και στους συνοδούς τους, προσκαλούν τους συνέδρους και στην κατάλληλη εποχή του έτους πραγματοποιούν το συνέδριο.

Η ανταμοιβή των συνέδρων δεν περιορίζεται στο πανάκριβο τουριστικό πακέτο. Οι συνέδροι ωφελούνται από τη συμμετοχή τους στο Συνέδριο, γιατί συναντούν και γνωρίζουν σπουδαία πρόσωπα και επιτυχημένους επαγγελματίες, με τους οποίους κάθε σχέση κρίνεται χρήσιμη. Ενημερώνονται για νέα προϊόντα και υπηρεσίες, για τεχνολογίες αιχμής και γίνονται κοινωνοί του επαγγελματικού γίγνεσθαι. Αναπτύσσουν κοινωνικές σχέσεις με καινούργιους ανθρώπους, που θα τους ωφελήσουν επαγγελματικά. Χρησιμοποιούν σαν πρόσθετο προσόν τους τη συμμετοχή τους στο Συνέδριο, αφού στην πράξη θεωρείται προσόν. Η ανταμοιβή αυτή είναι αρκετά ικανοποιητική και πολλοί συνέδροι θεωρούν τύχη ή επιτυχία τους να συμμετέχουν σε ένα Συνέδριο.

Το τουριστικό κίνητρο και η ωφέλεια που αποφέρει η συμμετοχή σε ένα συνέδριο, ανταμείβουν πλήρως τους υποψήφιους συνέδρους που συχνά "τρέχουν" να συμμετάσχουν στο συνέδριο, χωρίς πολλές παρακλήσεις.

Το κόστος του προσφερομένου δωρεάν τουριστικού πακέτου μαζί με κόστος οργάνωσης και πραγματοποίησης ενός συνεδρίου είναι τεράστιο. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι η μέση δαπάνη ανά συνέδρο και ημέρα είναι στις χαμηλές αγορές 100 δολάρια ΗΠΑ, στις μεσαίες 250-300 δολάρια και στις υψηλές 400-500 δολάρια. Δηλαδή η συνολική δαπάνη ενός συνεδρίου διάρκειας 4 ημερών, με συμμετοχή 500 συνέδρων ανέρχεται σε 200.000 δολάρια στις χαμηλές συνεδριακές αγορές, σε 500.000 - 600.000 δολάρια στις μεσαίες και σε 800.000 - 1.000.000 δολάρια στις υψηλές συνεδριακές αγορές. Και σε δραχμές, σε 70 εκατομμύρια, σε

175-210 εκατομμύρια και σε 280-350 εκατομμύρια αντίστοιχα (1 δολάριο = 350 δραχμές). Και γεννάται το ερώτημα αν η δαπάνη αυτή μπορεί να υπερκαλυφθεί από τα οφέλη που προσδοκά ο φορέας που πραγματοποιεί το Συνέδριο. Η απάντηση είναι καταφατική και δικαιολογείται από το εξής παράδειγμα.

Εστω ένα υποθετικό Συνέδριο, που πραγματοποιεί μια Φαρμακοβιομηχανία διάρκειας 4 ημερών και με συμμετοχή 500 συνέδρων - γιατρών, για να επιδείξει και συστήσει ένα ευρείας κατανάλωσης νέο φάρμακο της. Για το συνέδριο αυτό η Φαρμακοβιομηχανία θα δαπανήσει στην Ελληνική συνεδριακή αγορά 200 περίπου εκατομμύρια δραχμές.

Η δαπάνη αυτή θα καλυφθεί σε ένα χρόνο αν μόνο οι 200 από τους πεντακόσιους συνέδρους - γιατρούς πειστούν να συνταγογραφούν το φάρμακο για ένα χρόνο. Αν οι γιατροί που συνταγογραφούν το φάρμακο γίνουν περισσότεροι και ο χρόνος συνταγογράφησης μακρύτερος, τα κέρδη της Φαρμακοβιομηχανίας θα είναι πολλαπλάσια της δαπάνης του Συνεδρίου.

Έτσι δικαιολογείται η θέσπιση του τουριστικού κινήτρου στα Συνέδρια. Και είναι το κίνητρο που εδραίωσε τον Συνεδριακό τουρισμό και τον καθιέρωσε σαν μια από τις δυναμικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού και ο συνδυαστικός κρίκος που συνδέει τις επαγγελματικές με τις τουριστικές δραστηριότητες.

2.5 Η ταυτότητα των Συνεδρίων -Ανάλυση των παραγόντων / στοιχείων τους.

2.5.1 Σκοποί, αντικείμενα και τύποι Συνεδρίων

Αναφέρθηκε ήδη ότι, οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν κάποιο όφελος, μικρό ή μεγάλο, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο. Και ότι δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα Συνέδριο, συνήθως δαπανηρό, χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Συνεπώς πρωταρχικός σκοπός κάθε Συνεδρίου είναι η εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους. Ακόμη και όταν οι φορείς που πραγματοποιούν τα Συνέδρια είναι κρατικοί φορείς ή φορείς κοινωφελών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων. Στη περίπτωση αυτή το κέρδος μπορεί να μην είναι το μέγιστο, μπορεί να μην είναι δραχμικό, μπορεί να μην προσδιορίζεται και αποτιμάται εύκολα, αλλά πάντοτε υπάρχει. Ίσως να είναι κοινωνικό ή άυλο (φήμη, image, παρουσία) ή να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία / Δημοσιότητα, Δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων κλπ.) αλλά πάντοτε επιδιώκεται.

Για να επιτευχθεί ο πρωταρχικός σκοπός ενός Συνεδρίου πρέπει πρώτα να επιτευχθούν οι "κατ'επίφασιν" σκοποί του που είναι αυτοί που αναγράφονται στην πρόσκληση που στέλνεται στους συνέδρους για να δηλώσουν συμμετοχή στο συνέδριο, η οποία και προσδιορίζει την πραγματοποίηση του Συνεδρίου χρονικά και τοπικά και το αντικείμενο του Συνεδρίου.

Στο αντικείμενο του Συνεδρίου ονομάζονται τα θέματα ή οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα συζητηθούν ή θα λάβουν χώρα στο Συνέδριο. Τα θέματα ή οι εκδηλώσεις αυτές επιλέγονται αποκλειστικά από τους φορείς (και όχι από τους συνέδρους) και αντιπροσωπεύουν τους μερικότερους σκοπούς του Συνεδρίου η επίτευξη των οποίων οδηγεί στην επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού.

Μερικότεροι σκοποί ενός Συνεδρίου μπορούν να είναι ένα, δυο ή περισσότερα από τα παρακάτω θέματα ή εκδηλώσεις :

Επίδειξη ενός προϊόντος ή νέας υπηρεσίας.

Παρουσίαση νέων εξελίξεων της Επιστήμης και της τεχνολογίας.

Επιστημονικές ανακοινώσεις.

Γνωστοποίηση μιας δραστηριότητας.

Κοινοποίηση νέων γνώσεων.

Εξάσκηση πολιτικών Marketing.

Δημοσιότητα και Δημόσιες Σχέσεις.

Προώθηση πωλήσεων.

Είσοδος σε μια συγκεκριμένη αγορά ή αύξηση του μεριδίου της υπάρχουσας αγοράς.

Προσέλκυση νέων πελατών.

Γνωριμία με συνεργάτες και επιβεβαίωση συνεργασίας.

Προσέλκυση νέων συνεργατών, επενδυτών.

Εξαγγελία προγραμμάτων ερευνών.

Εξαγγελία κινήτρων.

Επιστημονική ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση.

Εξαγγελία μιας αλλαγής της επαγγελματικής τακτικής.

Επίτευξη άτυπων ή τυπικών συνεργασιών κλπ.

Ανάλογα με τα αντικείμενα των συνεδρίων, τα θέματα δηλαδή ή τις εκδηλώσεις που συζητούνται ή λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια των συνεδρίων, τα συνέδρια διακρίνονται σε διάφορους τύπους όπως τα επιστημονικά, τα επαγγελματικά, τα πολιτικά, τα κομματικά, τα επιχειρηματικά, τα αθλητικά κλπ. συνέδρια.

Υπάρχουν και άλλα κριτήρια διάκρισης των συνεδρίων σε διάφορους τύπους που θα εξετασθούν στις παραγράφους που ακολουθούν (γεωγραφικό κριτήριο, κριτήριο τμηματοποίησης αγοράς, κριτήριο μεγέθους, κριτήριο χρόνου κλπ.).

2.5.2 Οι φορείς των Συνεδρίων

Φορείς συνεδρίων ονομάζονται τα φυσικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου ή Ιδιωτικού Δικαίου, που έχουν την εξουσία να αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου, να δίδουν τις σχετικές εντολές και να αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών.

Οι φορείς των συνεδρίων διακρίνονται βάσει ορισμένων κριτηρίων, όπως η νομική τους προσωπικότητα, η ύπαρξη επιχειρηματικότητας, το είδος της δραστηριότητάς τους και τον Εθνικό ή Διεθνή χαρακτήρα τους.

Μια πιο απλή διάκριση είναι αυτή που τους διακρίνει σε Δημόσιους φορείς σε Ιδιωτικούς φορείς και σε φορείς που ανήκουν σε Υπερεθνικούς ή Παγκόσμιους Οργανισμούς.

1. Δημόσιοι Φορείς Συνεδρίων

Είναι οι φορείς που "ανήκουν" στο Δημόσιο Τομέα. Στη χώρα μας τέτοιοι φορείς είναι :

- i. Το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του ΕΟΤ που έχει καταστατική αποστολή να μεριμνά για την οργάνωση συνεδρίων και εκθέσεων που αφορούν τον Ελληνικό Τουρισμό και την προβολή του. Δηλαδή με άλλες λέξεις ο ΕΟΤ είναι ο Δημόσιος Φορέας που ασχολείται με το Συνεδριακό και Εκθεσιακό Τουρισμό στη χώρα μας.
- ii. Το Τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου Πολιτισμού που υπάγεται στη Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης και έχει καταστατική αποστολή να οργανώνει και να εποπτεύει διεθνή, πανελλήνια, περιφερειακά και τοπικά συνέδρια, που έχουν σαν αντικείμενο την προβολή της Εθνικής πολιτιστικής κίνησης και να συμμετέχει σε Συνέδρια που γίνονται στο εξωτερικό ή και διευκολύνει άλλους φορείς Συνεδρίων, που έχουν συναφές αντικείμενο.
- iii. Το Γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, που έχει καταστατική αποστολή να σχεδιάζει, να μελετά και να οργανώνει συνέδρια, ημερίδες, συναντήσεις και λοιπές συνεδριακές εκδηλώσεις με σκοπό την προώθηση των επιστημών, της έρευνας και της τεχνολογίας.
- iv. Λοιποί Δημόσιοι Φορείς που, όχι καταστατικά αλλά περιπτωσιακά (όχι εξ αποστολής αλλά εξ ανάγκης ειδικών περιπτώσεων), αποφασίζουν να οργανώσουν διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις για τη λήψη αποφάσεων για σημαντικά θέματα.
- v. Ημικρατικός φορέας Συνεδρίων είναι η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και Συνέδρια, Διεθνή και Εθνικά και διαθέτει και Συνεδριακό Κέντρο.

Η συμβολή των παραπάνω φορέων στην πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων ποικίλλει. Άλλοτε περιορίζεται μόνο στη λήψη της απόφασης πραγματοποίησης άλλοτε αναλαμβάνουν και την οργάνωση

των Συνεδρίων, άλλοτε χρηματοδοτούν μερικώς ή ολικώς τα Συνέδρια. Ο ΕΟΤ π.χ. δεν προσφέρει πάντοτε άμεση οικονομική βοήθεια αλλά συνεισφέρει σε εκδηλώσεις Κοινωνικού τύπου και σε ξεναγήσεις. Το Υπουργείο Πολιτισμού και η Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας μπορούν να χρηματοδοτήσουν εξ ολοκλήρου ή σε συνδυασμό, με διάφορες χορηγίες τα συνέδρια με τουριστικό, επιστημονικό, ανθρωπιστικό, οικονομικό και κοινωνικοπολιτικό ενδιαφέρον.

2. Ιδιωτικοί Φορείς Συνεδρίων

Ιδιωτικοί φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση συνεδρίων, δίδουν τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους, είναι οι Διοικήσεις των οργανωμένων ιδιωτικών συνόλων, όπως των Επιχειρήσεων, των Επαγγελματικών συλλόγων, των επιστημονικών ενώσεων, των Σωματείων, των διαφόρων Εμπορικών Συνεταιρισμών, των διαφόρων Ενώσεων, των Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, των Πολιτικών Κομμάτων, των συνδικαλιστικών ενώσεων κλπ., επιχειρησιακού ή μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

Και πρέπει να τονιστεί ότι η πλειονότητα των Συνεδρίων που γίνονται σε όλες τις χώρες είναι συνέδρια που αποφασίζονται από ιδιωτικούς φορείς. Και ιδιωτικοί φορείς ήταν οι πρώτοι φορείς που συνέδεσαν τα Συνέδρια με τον τουρισμό, οι πρωτοπόροι δηλαδή του Συνεδριακού τουρισμού.

3. Οι διεθνείς Οργανισμοί σαν φορείς Συνεδρίων

Μια από τις κυριότερες δραστηριότητες των παγκόσμιων και διεθνών Οργανισμών είναι να παίρνουν αποφάσεις για μεγάλα ζητήματα που απασχολούν την παγκόσμια κοινότητα ή τις χώρες μέλη τους και να διαμορφώνουν μια κοινά αποδεκτή πολιτική αντιμετώπισης αυτών των ζητημάτων ή να επιβεβαιώνουν την πολιτική που αποφασίστηκε από προηγούμενα συνέδρια.

Πολλές από τις αποφάσεις αυτές παίρνονται σε διεθνή συνέδρια τα οποία προβλέπονται είτε από το Καταστατικό των Οργανισμών αυτών, είτε

αποφασίζονται περιπτώσιακά από τις Διοικήσεις τους. Μερικά από τα Συνέδρια αυτά είναι πολύ γνωστά και αποτελούν σταθμούς στην αντιμετώπιση διεθνών ζητημάτων.

Τα πιο γνωστά συνέδρια είναι αυτά που αποφασίζονται από τους διάφορους οργανισμούς των Ηνωμένων Εθνών όπως :

- την Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας (WHO)
- τον Οργανισμό Τροφίμων και Γεωργίας (FAO)
- τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (WTO)
- το Διεθνές Γραφείο Εργασίας (ILD)
- την Ύπατη Αρμοστεία για τους Πρόσφυγες (UNHCR)
- τον Οργανισμό Εκπαίδευσης, Επιστήμης και Πολιτισμού (UNESCO)
- το Ταμείο των Ηνωμένων Εθνών για τα παιδιά (UNISEF) κλπ.

Πολύ γνωστά είναι επίσης τα προβλεπόμενα από την Ευρωπαϊκή Ένωση συνέδρια στα οποία συζητούνται μείζονα θέματα που αφορούν τις χώρες μέλη της.

Καθοριστικά για τα παγκόσμια προβλήματα περίθαλψης και παροχής βοήθειας, είναι τα συνέδρια της Διεθνούς Επιτροπής του Ερυθρού Σταυρού (ICRC).

Τα αντικείμενα αυτών των Συνεδρίων είναι θέματα παγκόσμιου ενδιαφέροντος.

Τα πιο γνωστά θέματα για τα οποία έγιναν διεθνή συνέδρια είναι :

- Τα ανθρώπινα δικαιώματα.
- Το περιβάλλον.
- Ο έλεγχος χημικών, βιολογικών και πυρηνικών όπλων.
- Το παγκόσμιο εμπόριο.
- Η προστασία από γενοκτονίες.
- Η πολιτιστική κληρονομιά.
- Η αλλαγή του κλίματος της Γης.
- Η αντιμετώπιση της πείνας κλπ.

2.5.3 Οι οργανωτές των Συνεδρίων

Οργανωτές Συνεδρίων είναι φυσικά πρόσωπα ή επαγγελματικές ενώσεις ή διάφορες Τουριστικές Επιχειρήσεις ή Εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση των συνεδρίων. Οι οργανωτές συνεδρίων δεν είναι φορείς συνεδρίων που αποφασίζουν να πραγματοποιηθούν τα συνέδρια και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους, οργανώνουν μόνο, τα συνέδρια. Αντίθετα ένας φορέας συνεδρίων, μπορεί να αναλάβει και την οργάνωσή τους, οπότε φορέας και οργανωτής συμπίπτουν στο ίδιο φυσικό ή Νομικό πρόσωπο.

Ποιοι είναι οι οργανωτές συνεδρίων, ποια επαγγελματική οργάνωση έχουν, ποια είναι τα καθήκοντα τους κλπ. θα αναφερθεί παρακάτω στην ομώνυμο υποπαράγραφο της παραγράφου "Οργάνωση και Διοίκηση Συνεδρίων".

2.5.4 Οι σύνεδροι και οι συνοδοί των συνέδρων

Ποιοι και πόσοι σύνεδροι θα παρακολουθήσουν ένα συνέδριο, αποφασίζεται από το φορέα πραγματοποίησης του συνεδρίου, ο οποίος τους προσκαλεί με ονομαστικές προσκλήσεις, ύστερα από επιλογή που κάνει σύμφωνα με τον τύπο του συνεδρίου και τους μερικότερους σκοπούς που επιδιώκονται.

Τα πρόσωπα που κρίνονται "κατάλληλα" για να συμμετέχουν σε ένα συνέδριο σαν σύνεδροι, αναφέρθηκαν παραπάνω.

Η επαγγελματική ιδιότητα των συνέδρων εξαρτάται από το είδος των συνεδρίων και από τη φύση των φορέων που αποφασίζουν την πραγματοποίησή τους.

Στα επιστημονικά συνέδρια είναι προφανές ότι οι σύνεδροι είναι επιστήμονες όπως γιατροί, φαρμακοποιοί, οικονομολόγοι, οικολόγοι, μηχανικοί, ερευνητές, καθηγητές κλπ. ανάλογα με τα αντικείμενα των συνεδρίων. Φορείς των συνεδρίων αυτών είναι επιστημονικοί σύλλογοι, επιστημονικές ενώσεις, Εκπαιδευτικά Ιδρύματα κλπ.

Στα επιχειρησιακά συνέδρια, οι σύνεδροι είναι στελέχη επιχειρήσεων, εμπορικοί αντιπρόσωποι, πωλητές, επενδυτές, μέτοχοι,

παραγωγοί και διακινητές προϊόντων κλπ. ανάλογα με τη φύση του φορέα που τα πραγματοποιεί και τα προς συζήτηση θέματα.

Στα Κομματικά, Πολιτικά και Κοινωνικά συνέδρια, σύνεδροι είναι τα μέλη των αντίστοιχων Κομμάτων, Πολιτικών Ενώσεων και Κοινωνικών Ομάδων.

Στα συνέδρια που πραγματοποιούν διάφοροι σύνδεσμοι, σύλλογοι, ενώσεις, συνεταιρισμοί, εταιρίες, συνδικαλιστικά όργανα, κοινωνικοπολιτικά σύνολα κλπ., σύνεδροι είναι τα μέλη των συνόλων αυτών ή άνθρωποι που σχετίζονται ή ενδιαφέρονται με τα σύνολα αυτά και τις δραστηριότητές τους.

Στα συνέδρια των Διεθνών Οργανισμών, οι σύνεδροι είναι αντιπρόσωποι από όλες τις χώρες μέλη του Οργανισμού.

Γενικό χαρακτηριστικό των συνέδρων είναι ότι είναι καταξιωμένοι αντιπρόσωποι του συνόλου που εκπροσωπούν. Κάθε σύνεδρος, σε ένα συνέδριο, αντιπροσωπεύει μια επιστήμη, μια επιχείρηση, μια εταιρεία, έναν οργανισμό, ένα κόμμα, μια χώρα, μια επαγγελματική ένωση, μια ομάδα ανθρώπων και γενικά ένα κοινωνικό, οικονομικό, πολιτιστικό σύνολο, τοπικό, εθνικό ή διεθνές και πρέπει να είναι "πραγματικός" αντιπρόσωπος του συνόλου αυτού. Πρέπει δηλαδή να έχει την εξουσία και την ευθύνη έκφρασης των απόψεων του συνόλου που αντιπροσωπεύει, την δυνατότητα έκφρασης, την απαιτούμενη επιστημονική ή επαγγελματική γνώση και πείρα, την κατάλληλη προσωπικότητα και την εξοικείωση με τις πρακτικές ενός Συνεδρίου, για να στηρίξει τις απόψεις του και να κάνει αισθητή την παρουσία του στο χώρο του Συνεδρίου.

Τέτοιοι σύνεδροι είναι συνήθως τα επιτυχημένα στελέχη του κάθε συνόλου. Και η επιτυχία ενός στελέχους κρίνεται από τις επαγγελματικές του επιδόσεις, τη γενική και ειδική μόρφωση που διαθέτει, την έντονη κοινωνική του συμμετοχή και παρουσία, τη γλωσσομάθεια του, την κοσμοπολίτικη εμπειρία του κλπ. Τα στελέχη με αυτά τα προσόντα είναι ανώτερα στελέχη, υψηλού οικονομικού επιπέδου και απαιτητικά στην εξυπηρέτησή τους.

Προ παντός όμως και αυτό δεν πρέπει να ξεχνιέται, πρέπει να έχουν τα προσόντα που ο φορέας ενός Συνεδρίου αναζητά σε κάθε σύνεδρο για να τον κρίνει "κατάλληλο".

Όσον αφορά τους συνοδούς των συνεδρών (σύλλογοι, γραμματείς, βοηθούς κλπ.) έχει εκτιμηθεί ότι στο 72% των πραγματοποιούμενων συνεδρίων, λίγοι ή πολλοί σύνεδροι είχαν συνοδούς και μόνο στο 285 των συνεδρίων οι σύνεδροι δεν είχαν συνοδούς. Και ο αριθμός των συνοδών είναι από 10-70% του αριθμού των συνεδρών. Ο αριθμός αυτός επειδή δεν είναι σταθερός πρέπει πάντοτε να επιβεβαιώνεται από τους οργανωτές.

Οι συνοδοί, δεν συμμετέχουν στα Συνέδρια ή έχουν μικρή συμμετοχή, αλλά αναπτύσσουν έντονη πολιτιστική και τουριστική δράση στους ενδιάμεσους χρόνους ή στην αρχή και στο τέλος των συνεδρίων και μοιράζονται μαζί με τους συνέδρους τα τουριστικά κυρίως προϊόντα του συνεδριακού τουρισμού.

Οι φορείς και οι οργανωτές των Συνεδρίων αλλά και οι υπεύθυνοι των συνεδριακών χώρων, αντιμετωπίζουν με ιδιαίτερη προσοχή τους συνοδούς, καταρτίζουν ιδιαίτερα προγράμματα για τις δραστηριότητες που επιθυμούν να έχουν, φροντίζουν για την ψυχαγωγία τους και γενικά τους εξυπηρετούν, καλύτερα πολλές φορές από όσο εξυπηρετούν τους συνέδρους. Στην πράξη, ένας σύνεδρος μένει ευχαριστημένος από ένα σύνεδριο αν ευχαριστηθεί ο συνοδός του.

2.5.5 Οι επίσημοι, οι εισηγητές, οι χορηγοί, οι δημοσιογράφοι και οι λοιποί εμπλεκόμενοι σε ένα σύνεδριο.

Εκτός από τους φορείς, τους οργανωτές, τους συνέδρους και τους συνοδούς τους και πολλοί άλλοι άνθρωποι εμπλέκονται στις συνεδριοτουριστικές δραστηριότητες. Μεταξύ αυτών διακρίνονται :

1. Οι επίσημοι

Σαν επίσημοι χαρακτηρίζονται οι αντιπρόσωποι των τοπικών αρχών που συνήθως εγκαινιάζουν τα συνέδρια και απευθύνουν τους εναρκτήριοιους χαιρετισμούς. Και όσο πιο σπουδαίο θεωρείται ένα συνέδριο, τόσο πιο σπουδαίοι είναι και οι επίσημοι.

Επίσημοι επίσης θεωρούνται και τα πολύ σπουδαία πρόσωπα (VIPs) που προέρχονται από άλλους χώρους, τα οποία μπορούν να προσδώσουν κύρος ή δημοσιότητα με την παρουσία τους.

Φυσικά η παρουσία επισήμων δεν είναι υποχρεωτική ή δεν εξασφαλίζεται πάντοτε από τους οργανωτές, πάντοτε όμως είναι επιθυμητή.

2. Οι εισηγητές

Όταν κατά τη διάρκεια του Συνεδρίου θα γίνουν εισηγήσεις, οι εισηγητές πρέπει να είναι οι κορυφαίοι ή τουλάχιστον οι καλύτεροι της επιστήμης ή του επαγγελματικού κλάδου ή της επιχειρηματικής δραστηριότητας ή της τεχνολογίας, θέματα των οποίων θα παρουσιαστούν ή θα συζητηθούν στο συνέδριο.

Συνήθως επειδή είναι δύσκολη η παρουσία των κορυφαίων ή των καλύτερων επιδιώκεται η παρουσία μόνο ενός εξ αυτών, ο οποίος χαρακτηρίζεται και κύριος εισηγητής, ο οποίος και θα πρέπει να είναι ο ειδήμων του αντικειμένου του συνεδρίου.

3. Οι Δημοσιογράφοι

Όταν το συνέδριο αποτελεί τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές γεγονός που συμβάλλει στη διαμόρφωση της επικαιρότητας, όταν έχει διαφημιστεί, όταν ενδιαφέρει πολλούς και γενικώς όταν "πουλάει" στην αγορά των ειδήσεων, τότε το συνέδριο καλύπτεται από δημοσιογράφους της έντυπης και της ηλεκτρονικής δημοσιογραφίας. Και αυτή η κάλυψη επιδιώκεται από τους οργανωτές του συνεδρίου καθόσον συμβάλλει στην επιτυχία των σκοπών του.

4. Οι χορηγοί

Τα τελευταία χρόνια στα συνέδρια και κυρίως στα μεγαλύτερα από αυτά γίνεται ευρεία χρήση του θεσμού της χορηγίας. Χορηγοί στην προκειμένη περίπτωση είναι φυσικά πρόσωπα ή οργανωμένα σύνολα (συνήθως επιχειρήσεις) που αναλαμβάνουν οικειοθελώς μέρος της δαπάνης των συνεδρίων, για να επιτύχουν μέσω αυτών, τους δικούς τους σκοπούς. Οι σκοποί αυτοί είναι να αποκτήσουν δημοσιότητα, να προάγουν τις Δημόσιες σχέσεις τους, να γνωρίσουν και να γνωριστούν με/από τους συνέδρους, να προβληθούν και να διαφημιστούν, να επιδιώξουν συνεργασίες, παράλληλα με τους φορείς των Συνεδρίων. Έχουν δικαίωμα να διανέμουν διαφημιστικά φυλλάδια, προσπέκτους, προγράμματα ενεργειών κλπ. τα οποία μάλιστα τοποθετούνται, μαζί με τα παρόμοια των φορέων, μέσα στους φακέλους των συνέδρων. Συχνά επίσης εκθέτουν προϊόντα στους χώρους των συνεδρίων για να τα γνωστοποιήσουν στους συνέδρους.

5. Το λοιπό προσωπικό των συνεδρίων

Στην κατηγορία αυτή υπάγεται το τεχνικό προσωπικό που χειρίζεται τον πολύπλοκο σύγχρονο εξοπλισμό των χώρων των συνεδρίων, οι διερμηνείς οι οποίοι χρησιμοποιούνται όταν υπάρχουν ανάγκες διερμηνείας και το προσωπικό της γραμματειακής υποστήριξης των συνεδρίων.

6. Το προσωπικό της τουριστικής υποστήριξης των συνεδρίων

Όταν γίνεται λόγος για συνέδρια, στην πραγματικότητα γίνεται λόγος για συνεδριακό τουρισμό γιατί σήμερα τα περισσότερα Συνέδρια, τουλάχιστον τα μεγαλύτερα, γίνονται σε τουριστικούς προορισμούς, διαφορετικούς από τους τόπους των συνέδρων.

Ένα κομμάτι του Συνεδριακού Τουρισμού και ίσως το μεγαλύτερο είναι η τουριστική υποστήριξη των συνέδρων σε όλα τα επίπεδα της τουριστικής δραστηριότητας. Και όλο το προσωπικό που εμπλέκεται σε αυτή την υποστήριξη δεν είναι άμεσα συνεδριακό προσωπικό αλλά έμμεσα οπωσδήποτε είναι. Και κανένα συνέδριο δεν μπορεί να πραγματοποιηθεί επιτυχώς χωρίς το προσωπικό αυτό.

2.5.6 Οι τόποι των συνεδρίων

Στο Συνεδριακό τουρισμό σαν τόποι των συνεδρίων εννοούνται, πρώτον ο χώρος μέσα στον οποίο πραγματοποιούνται τα συνέδρια (Συνεδριακά Κέντρα, Συνεδριακοί χώροι Ξενοδοχείων, Συνεδριακοί χώροι άλλων κτιριακών εγκαταστάσεων) και δεύτερον ο Τουριστικός προορισμός ο οποίος φιλοξενεί τους χώρους των Συνεδρίων.

Όσον αφορά τους χώρους μέσα στους οποίους πραγματοποιούνται τα συνέδρια, οι πιο αντιπροσωπευτικοί από αυτούς είναι τα Συνεδριακά Κέντρα, των οποίων οι προδιαγραφές ανέγερσης (θέση, μέγεθος, εξοπλισμός, κατηγορίες κλπ.) έχουν θεσπιστεί νομοθετικά, όπως αναφέρεται παρακάτω στην παράγραφο των Συνεδριακών Κέντρων.

Προς τα πρότυπα των Συνεδριακών Κέντρων τείνουν και οι λοιποί Συνεδριακοί χώροι των Ξενοδοχείων και των λοιπών κτιρίων, οι οποίοι επίσης θα εξεταστούν σε επόμενες παραγράφους.

Όσον αφορά τους ευρύτερους τόπους των Συνεδρίων, δηλαδή τους τουριστικούς προορισμούς που φιλοξενούν συνέδρια, οι φορείς και οι οργανωτές των συνεδρίων καταβάλλουν προσπάθειες επιλογής των καταλληλότερων και των πιο ελκυστικών για να κάνουν τα συνέδρια τους πιο ενδιαφέροντα και επιθυμητά.

Κατάλληλοι και ελκυστικοί για τη φιλοξενία συνεδρίων είναι οι Τουριστικοί προορισμοί που διαθέτουν :

- ☉ Καλό φυσικό περιβάλλον που συνδυαζόμενο με την κατάλληλη εποχή τους έτους και τις καλές κλιματολογικές συνθήκες να αποτελεί ένα ευχάριστο περιβάλλον διαμονής.
- ☉ Υψηλής ποιότητας ανθρωπογενές περιβάλλον (πολιτιστικό, ιστορικό, κοινωνικό).
- ☉ Υψηλής ποιότητας τουριστική υποδομή και ενδιαφέρουσες τουριστικές ατραξιόν.
- ☉ Κατάλληλη Συνεδριακή υποδομή (υλικοτεχνική, εξοπλισμού, υποστηρικτική).
- ☉ Πολιτική ευστάθεια και εγγυημένες υπηρεσίες ασφαλείας.

☞ Κατάλληλο προσωπικό με δυνατότητες άσκησης Συνεδριακού Management.

Τόποι με τα παραπάνω χαρακτηριστικά θεωρούνται σήμερα οι τουριστικοί προορισμοί των χωρών της Δυτικής Ευρώπης, της Βόρειας Αμερικής, της Αυστραλίας και οι μεγάλοι τουριστικού ενδιαφέροντος χώρες της Νοτιοανατολικής Ασίας. Και οι πόλεις που φιλοξενούν τα συνέδρια είναι οι ιστορικές πρωτεύουσες των χωρών αυτών και οι κοσμοπολίτικες και ονομαστές, για διάφορους λόγους πόλεις.

Στατιστικά, η ήπειρος που φιλοξενεί κάθε χρόνο τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι η Ευρώπη, η αντίστοιχη χώρα και οι ΗΠΑ και η αντίστοιχη πόλη είναι το Παρίσι. 6. Στο σύνολο των Συνεδρίων (Διεθνή + Εθνικά όλων των τύπων) η πρώτη χώρα είναι οι ΗΠΑ όπου κάθε χρόνο γίνονται 20.000 συνέδρια διαφόρων τύπων που τα παρακολουθούν 10 εκατομμύρια άνθρωποι.

Ανάλογα με τους παραπάνω τρόπους τα συνέδρια διακρίνονται σε τοπικά, εθνικά, περιφερειακά, διεθνή.

Σαν διεθνές θεωρείται ένα συνέδριο, όταν ο ελάχιστος αριθμός των συμμετεχόντων είναι 300, ο ελάχιστος αριθμός των ξένων είναι 40%, ο ελάχιστος αριθμός διαφορετικών εθνοτήτων είναι 5 και η ελάχιστη διάρκεια είναι 3 ημέρες.

Τα τελευταία χρόνια πολλά συνέδρια πραγματοποιούνται σε πλωτά συνεδριακά κέντρα δηλαδή σε Κρουαζιερόπλοια και οι οργανωτές τους συνδυάζουν με αυτό τον τρόπο, το Συνεδριακό με το θαλάσσιο τουρισμό. Και αυτό το νέο συνεδριοτουριστικό προϊόν παρουσιάζει μεγάλη ζήτηση.

Η χώρα μας δεν φιλοξενεί πολλά διεθνή συνέδρια. Η τουλάχιστον δε φιλοξενεί τόσα όσα έπρεπε, αφού σαν τουριστικός προορισμός, θεωρείται ελκυστική. Ενώ δηλαδή διαθέτει τα φυσικά, περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, ιστορικά και τουριστικά προσόντα, δε διαθέτει δυστυχώς τα καθαρώς συνεδριακά προσόντα. Και συγκεκριμένα είναι ελλειμματική σε συνεδριακή υποδομή και στο συνεδριακό Management, αν και τα τελευταία χρόνια καταβάλλεται μια μεγάλη προσπάθεια, κυρίως εκ

μέρους της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, να αποκτηθούν και αυτά τα προσόντα.

2.5.7 Οι χρόνοι των Συνεδρίων

Με τον όρο "χρόνοι των Συνεδρίων" εννοούνται οι τρεις χρονικοί προσδιορισμοί των συνεδρίων και συγκεκριμένα η διάρκεια των Συνεδρίων, η εποχή του έτους κατά την οποία γίνονται και η χρονική τους περιοδικότητα.

1. Διάρκεια των Συνεδρίων

Τα συνέδρια διαρκούν 3-8 ημέρες. Οι μικρότερης διάρκειας συγκεντρώσεις χαρακτηρίζονται συνήθως (αλλά όχι υποχρεωτικά) σαν ημερίδες ή διημερίδες και οι μεγαλύτερης διάρκειας χαρακτηρίζονται σαν σεμινάρια. Οι παγκόσμιες στατιστικές (5) δείχνουν ότι το 9% των συνεδρίων διαρκεί 1 ημέρα, το 39% διαρκεί 2-3 ημέρες, το 42% διαρκεί 4-5 ημέρες και το 10% διαρκεί από 6-8 ημέρες.

Η διάρκεια των συνεδρίων αποφασίζεται από τους φορείς τους που αναλαμβάνουν το κόστος τους. Και επειδή το κατά ημέρα κόστος είναι μεγάλο η διάρκεια πρέπει να είναι όσο γίνεται μικρή σε συνδυασμό πάντοτε με τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα των συνεδρίων.

2. Η εποχή των Συνεδρίων

Τα συνέδρια πραγματοποιούνται συνήθως κατά την άνοιξη και το φθινόπωρο, δηλαδή στην ενδιάμεση τουριστική εποχή.

Ο λόγος αυτής της χρονικής τοποθέτησης είναι ότι αφ' ενός αποφεύγονται τα "κακά" του θερινού τουρισμού και του τουριστικού μπουύγιου (συμφόρηση, υψηλές τιμές, χαμηλή ποιότητα κλπ.) και αφ' ετέρου αποφεύγονται οι κακές καιρικές συνθήκες του χειμώνα.

Πράγματι ο Συνεδριακός τουρισμός θεωρείται αντιεποχική εναλλακτική μορφή τουρισμού και εδραιώνεται σαν τέτοια γιατί την προτιμούν και οι σύνεδροι που προτιμούν τα ήπια εναλλακτικά τουριστικά προϊόντα (πολιτιστικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά) και οι επιχειρηματίες που φιλοξενούν τα συνέδρια (υπεύθυνοι συνεδριακών

κέντρων και λοιπών συνεδριακών κέντρων και λοιπών συνεδριακών χώρων), αλλά και οι Δημόσιοι τουριστικοί φορείς που υιοθετούν κίνητρα εναντίον της τουριστικής εποχικότητας (φθηνά εισιτήρια στους πολιτιστικούς χώρους, φθηνές τιμές διαμονής κλπ.).

Οι διεθνείς στατιστικές (5) επιβεβαιώνουν τα παραπάνω. Έτσι την άνοιξη και το φθινόπωρο γίνονται το 74% των συνεδρίων, ενώ μόνο το 21% γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα. Οι προτιμώμενοι μήνες είναι ο Σεπτέμβριος (18%), ο Οκτώβριος (14% και ο Μάιος και ο Ιούνιος (13% έκαστος).

3. Η συχνότητα των Συνεδρίων

Πολλοί Δημόσιοι και Ιδιωτικοί φορείς θεωρούν και αντιμετωπίζουν τα συνέδρια σαν εργαλείο του Management και του Marketing. Και πιστεύουν ότι αν το εργαλείο αυτό χρησιμοποιείται κατάλληλα αποφέρει αντίστοιχα κέρδη.

Σύμφωνα με την άποψη αυτή τα συνέδρια πρέπει να επαναλαμβάνονται όσο γίνεται συχνότερα. Έτσι πολλά οργανωμένα σύνολα πραγματοποιούν συνέδρια σε ετήσια βάση ή κάθε 2 ή 3 ή και περισσότερα χρόνια. Η χρονική περιοδικότητα των συνεδρίων είναι δυνατόν να προβλέπεται από τα καταστατικά των συνόλων ή και να αποφασίζεται μέσω Διοικητικών διαδικασιών.

Σήμερα υπολογίζεται ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, το 25% γίνονται κάθε 3, 4 ή 5 χρόνια και το 10% γίνονται μόνο μια φορά και δεν επαναλαμβάνονται.

2.5.8 Τα μεγέθη των Συνεδρίων

Το μέγεθος ενός Συνεδρίου καθορίζεται από τον αριθμό των συνέδρων που συμμετέχουν σε αυτό.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία 8. που καθορίζει τις προδιαγραφές των Συνεδριακών Κέντρων, ορίζεται το μέγεθος των Συνεδριακών Κέντρων και συνεκδοχικά από το μέγεθος αυτό καθορίζεται και το μέγεθος των συνεδρίων. Έτσι διακρίνονται τα μικρά συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 200-500 σύνεδροι, τα μεσαία συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 501-

1200 συνέδροι και τα μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 1021-3000 συνέδροι.

Φυσικά υπάρχουν και συνέδρια με λιγότερους από 200 και περισσότερους από 3000 συνέδρους. Γι' αυτό και γίνεται περισσότερο η διάκριση των μεγεθών των συνεδρίων που έχει καθιερώσει η UIA (Union of International Associations) και που κατατάσσει τα συνέδρια σε 6 μεγέθη. Στα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν μέχρι 100 συνέδροι, σε αυτά με 101-250 συνέδρους, σε αυτά με 251-500 συνέδρους, σε αυτά με 501-1000 συνέδρους, σε αυτά με 1001-2500 συνέδρους και σε αυτά με 2500 και περισσότερους συνέδρους.

Σύμφωνα με αυτή τη διάκριση και την έρευνα της Συνεδριακής αγοράς το 92% των συνεδρίων υπάγεται στις τέσσερις πρώτες κατηγορίες (μέχρι 1000 συνέδροι) και μόνο το 8% των συνεδρίων έχει άνω των 1000 συνέδρων, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των συνεδρίων (65%), που αντιπροσωπεύει τα επιχειρηματικά συνέδρια, έχει μέχρι 250 συνέδρους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3ο

Η ΑΓΟΡΑΛΟΓΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

3.1 Η συνεδριοτουριστική αγορά

3.1.1 Το μέγεθος της αγοράς

Όπως ήδη αναφέρθηκε ο επαγγελματικός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% της συνολικής παγκόσμιας αγοράς και έχει την πρώτη θέση στον ετήσιο ρυθμό μεγέθυνσης τα τελευταία 30-40 χρόνια, μεταξύ όλων των μορφών τουρισμού.

Ο Συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει το 40% του επαγγελματικού τουρισμού δηλαδή το 16% της συνολικής παγκόσμιας αγοράς.

Στη χώρα μας η συνεδριοτουριστική αγορά δεν έχει αυτό το μέγεθος, αλλά περιορίζεται στο 7-8% της Ελληνικής τουριστικής αγοράς. Και αυτό γιατί, αν και η χώρα μας αποτελεί ελκυστικό τουριστικό προορισμό και διαθέτει όλα τα φυσικά, περιβαλλοντικά, πολιτιστικά, ιστορικά, τουριστικά, γεωγραφικά και κλιματολογικά προσόντα για να φιλοξενήσει συνέδρια, δεν διαθέτει δυστυχώς την κατάλληλη Συνεδριακή υποδομή, το απαραίτητο προσωπικό και τις δυνατότητες του αναγκαίου Συνεδριακού Management. Έτσι φιλοξενεί λιγότερα από όσα θα έπρεπε συνέδρια.

Πρέπει όμως να σημειωθεί ότι από το 1990 και μετά οι τουριστικοί επιχειρηματίες και κυρίως οι Ξενοδόχοι, μπήκαν δυναμικά στη συνεδριακή αγορά, με την κατασκευή συνεδριακών χώρων και τη διαφήμιση των συνεδριοτουριστικών προϊόντων. Ήδη έχουν, το μεγαλύτερο μερίδιο της αγοράς (85%) και κάθε νέο ξενοδοχείο που κατασκευάζεται έχει απαραίτητως και συνεδριακές αίθουσες. Τα υπάρχοντα 251 ξενοδοχεία με συνεδριακούς χώρους αποτελούν ικανοποιητική υποδομή και αν καλυφθούν τα κενά του ειδικευμένου προσωπικού και των Στελεχών του Συνεδριακού Management, ασφαλώς η χώρα μας θα φιλοξενήσει στο μέλλον περισσότερα συνέδρια.

Ικανοποιητική θεωρείται και η υποδομή σε επαγγελματικές εταιρείες οργάνωσης συνεδρίων και οι εταιρείες υπηρεσιών διερμηνείας.

3.1.2 Η Συνεδριοτουριστική πελατεία

Για τον προσδιορισμό της συνεδριοτουριστικής πελατείας πρέπει να απαντηθούν οι εξής ερωτήσεις :

- i. Ποιοι και γιατί κάνουν Συνεδριακό τουρισμό.
- ii. Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των τουριστών του Συνεδριακού τουρισμού.
- iii. Ποτέ γίνεται ο Συνεδριακός τουρισμός.
- iv. Από πού έρχονται οι τουρίστες, που πάνε και πως διακονούνται...

Επειδή οι ερωτήσεις αυτές έχουν ήδη απαντηθεί στις προηγούμενες παραγράφους και προς αποφυγή επαναλήψεων, γίνονται οι παρακάτω παραπομπές

Στην ερώτηση πότε γίνεται ο Συνεδριακός τουρισμός η απάντηση δόθηκε στην παράγραφο 2.5.7 η εποχή των Συνεδρίων.

Όσον αφορά την ερώτηση για την προέλευση των τουριστών του Συνεδριακού Τουρισμού πρέπει να γίνει η εξής διάκριση.

Όταν ένα Συνέδριο είναι τοπικό ή εθνικό, οι σύνεδροι είναι ημεδαποί και κάνουν εσωτερικό τουρισμό για να μεταβούν στον τόπο του Συνεδρίου.

Όταν το Συνέδριο είναι διεθνές οι σύνεδροι είναι αλλοδαποί τουρίστες μαζί με ημεδαπούς.

Στα διεθνή συνέδρια που φιλοξενεί η χώρα μας οι σύνεδροι προέρχονται κατά κανόνα από τις Ευρωπαϊκές χώρες. Τα τελευταία όμως χρόνια γίνονται συνέδρια στα οποία συμμετέχουν σύνεδροι από τις Βαλκανικές χώρες και από τις παρευξείνιες χώρες στα πλαίσια διαβαλκανικών ή διαπαρευξείνιων συμφωνιών. Στα επιστημονικά κυρίως, συνέδρια οι σύνεδροι είναι δυνατόν να προέρχονται από όλες τις χώρες του κόσμου.

Οι σύνεδροι των διεθνών συνεδρίων μετακινούνται πάντοτε αεροπορικώς. Η μικρή διάρκεια των Συνεδρίων δεν επιτρέπει μεγάλης διάρκειας ταξίδια με άλλα συγκοινωνιακά μέσα. Οι σύνεδροι των εθνικών συνεδρίων, μπορούν να μετακινηθούν και με άλλα μέσα, λόγω των μικρών εσωτερικών αποστάσεων.

Όσον αφορά τους τόπους στους οποίους γίνονται τα συνέδρια, δηλαδή τους τουριστικούς προορισμούς των συνεδριακών τουριστών και αυτοί περιγράφηκαν επαρκώς.

3.2 Το συνεδριοτουριστικό προϊόν

3.2.1 Η φύση του προϊόντος

Σε κάθε κύκλωμα (τουριστικό, εμπορικό, επιχειρησιακό, επιστημονικό, παροχή υπηρεσιών κλπ.), όλοι οι εμπλεκόμενοι "δίδουν" και "παίρνουν". Ο νόμος της ανταλλαγής εφαρμόζεται σε όλες τις δραστηριότητες.

Στο συνεδριοτουριστικό κύκλωμα εμπλέκονται, όπως αναπτύχθηκε ήδη, οι φορείς, οι οργανωτές, οι χορηγοί, οι συνέδριοι και οι συνοδοί τους, τα συνεδριακά κέντρα ή οι συνεδριακοί χώροι των ξενοδοχείων και το λοιπό ειδικό ή βοηθητικό προσωπικό. Και μεταξύ αυτών των εμπλεκομένων ανταλλάσσονται τα συνεδριοτουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες.

i. Τι δίδουν και τι παίρνουν οι φορείς των Συνεδρίων

Οι φορείς των Συνεδρίων δίδουν :

- Καλύπτουν την υψηλή δαπάνη πραγματοποίησης των συνεδρίων.
- Επιδεικνύουν νέα προϊόντα τους ή νέες επιχειρήσεις τους.
- Επιδεικνύει νέες τεχνολογίες.
- Κάνουν επιστημονικές ανακοινώσεις.
- Ανακοινώνουν νέες ανακαλύψεις.
- Μεταφέρουν και διαδίδουν νέες γνώσεις.
- Εκπαιδεύουν τους Συνέδρους.
- Ανακοινώνουν και θεσπίζουν κίνητρα:
- Δίδουν ευκαιρίες συνάντησης ανθρώπων που ενδιαφέρονται για τα ίδια θέματα.
- Συμβάλλουν στο γίνεσθαι μιας δραστηριότητας, μιας τεχνολογίας, μιας επιστήμης.

- ☐ Αν οι φορείς είναι κοινωφελείς (Εθνικοί, Διεθνείς, Παγκόσμιοι), επιλύουν προβλήματα, δίδουν οδηγίες, θεσπίζουν τακτικές για θέματα που απασχολούν τα μέλη τους.

Έναντι αυτών που δίδουν, οι φορείς των Συνεδρίων παίρνουν :

- ☉ Χρησιμοποιούν τα Συνέδρια σαν αποτελεσματικό εργαλείο άσκησης της πολιτικής Marketing που χρησιμοποιούν.
- ☉ Κάνουν δημόσιες σχέσεις και αυξάνουν τη δημοσιότητά τους.
- ☉ Προωθούν τα προϊόντα τους ή τις υπηρεσίες που προσφέρουν προβάλλοντας και διαφημίζοντάς τα.
- ☉ Επιδιώκουν συνεργασία.
- ☉ Εκμεταλλεύονται την παρουσία των συνέδρων, που συνήθως είναι "σπουδαία" πρόσωπα.
- ☉ Προσεταιρίζονται τους συνέδρους στην επιδίωξη των σκοπών τους ιδίως όταν οι σύνεδροι ανήκουν στους διαμορφωτές της κοινής γνώμης.
- ☉ Και όπως ήδη τονίστηκε στην παράγραφο για το σκοπό των συνεδρίων, πάντοτε παίρνουν ένα κέρδος άμεσο ή έμμεσο, μακροχρόνιο ή βραχυχρόνιο, μικρό ή μεγάλο.

ii. Τι δίδουν και τι παίρνουν οι σύνεδροι

Οι σύνεδροι που συμμετέχουν στα συνέδρια δίδουν :

- ☉ Την εργασία τους κατά τη διεξαγωγή των συνεδρίων.
- ☉ Την παρουσία τους που επειδή είναι συνήθως "σπουδαία" πρόσωπα στο χώρο τους, εκτιμάται ιδιαίτερα (πωλούν το κύρος, τη φήμη και τις ικανότητές τους).
- ☉ Τις γνώσεις και τις εμπειρίες τους.
- ☉ Διαμορφώνουν την κοινή γνώμη υπέρ των φορέων.
- ☉ Γίνονται η γέφυρα μεταξύ των φορέων και του κοινού που ενδιαφέρει τους φορείς (π.χ. μεταξύ της παραγωγής και κατανάλωσης).
- ☉ Συμμαχούν και βοηθούν με τους φορείς για την επίτευξη των στόχων των συνεδρίων.

Και έναντι αυτών που δίδουν, παίρνουν τα παρακάτω :

- ☉ Ένα πολύ ακριβό, υψηλής ποιότητας και πλήρες τουριστικό πακέτο, εντελώς δωρεάν για τους ίδιους και για τους συνοδούς τους.
- ☉ Συναντούν γνωστούς, φίλους και επιτυχημένους συνέδρους.
- ☉ Ενημερώνονται, πληροφορούνται και συμμετέχουν στο επιστημονικό, τεχνολογικό, επιχειρησιακό γίγνεσθαι.
- ☉ Γνωρίζουν νέα πρόσωπα και αναπτύσσουν νέες κοινωνικές σχέσεις.
- ☉ Χρησιμοποιούν σαν πρόσθετο προσόν στο βιογραφικό τους, τη συμμετοχή τους στα συνέδρια, αφού στην πράξη έτσι θεωρείται.

iii. Τι δίδουν και τι παίρνουν οι χορηγοί

Οι χορηγοί δίδουν μόνο χρήματα για να καλύψουν ένα μέρος της δαπάνης των συνεδρίων και έναντι αυτών των χρημάτων αυξάνουν τη δημοσιότητά τους και προωθούν τις δημόσιες σχέσεις τους. Προβάλλονται και διαφημίζονται μέσω των συνεδρίων. Γνωρίζονται με σπουδαιές προσωπικότητες και εξασφαλίζουν συνεργασίες. Κάνουν γνωστή την παρουσία τους στα συνέδρια, ιδίως όταν αυτά αποτελούν γεγονότα.

iv. Τι δίδουν και τι παίρνουν τα Συνεδριακά Κέντρα

Στην προκειμένη περίπτωση το "δούναι - λαβείν" είναι πιο εμπορικό. Τα Συνεδριακά Κέντρα (αλλά και οι συνεδριακοί χώροι των Ξενοδοχείων ή άλλων εγκαταστάσεων) εμπορεύονται τη συνεδριακή και τουριστική τους υποδομή, την ενοικιάζουν ή την εκχωρούν προσωρινά με άλλους τρόπους, έναντι χρηματικού αντιτίμου που καθορίζεται στο συμφωνητικό συνεργασίας τους με τους φορείς ή τους οργανωτές των συνεδρίων.

Τα καθαρώς συνεδριακά προϊόντα που προσφέρουν είναι οι συνεδριακοί χώροι, η επίπλωσή τους και ο ειδικός εξοπλισμός τους (καθίσματα, τραπέζια, πάγκοι, αναλόγια, εξέδρες, οπτικοακουστικά μέσα) και το ειδικευμένο για την διεξαγωγή των συνεδρίων προσωπικό.

Τα καθαρώς τουριστικά προϊόντα είναι αυτά που προσφέρει μια Ξενοδοχειακή Μονάδα Lux ή 5 αστέρων, ενισχυμένα με πρόσθετες

ψυχαγωγικές, πολιτιστικές, αθλητικές κλπ. δραστηριότητες που οι φορείς ή οργανωτές των συνεδρίων εντάσσουν στο πακέτο που προσφέρεται στους συνέδρους.

Δεν πρέπει να ξεχνιέται ότι υπάρχουν και συνέδρια στα οποία η συμμετοχή πληρώνεται. Οι σύνεδροι δηλαδή καταβάλλουν όλα τα έξοδα συμμετοχής τους και οι φορείς ή οργανωτές των συνεδρίων, όχι μόνον δεν πληρώνουν αλλά και κερδίζουν από την πραγματοποίηση των συνεδρίων. Και σε αυτή την περίπτωση τα συνεδριοτουριστικά προϊόντα είναι τα ίδια. Αλλάζει όμως το ποιος δίδει τι και το ποιος παίρνει τι.

3.2.2 Προσφορά και ζήτηση των συνεδριοτουριστικών προϊόντων

Κάθε μορφή τουρισμού που παρουσιάζει συνεχή αύξηση, όπως ο Συνεδριακός τουρισμός, στηρίζεται στη μεγάλη ζήτηση των προϊόντων της και στη δημιουργούμενη για την ικανοποίησή της προσφορά.

Ο Συνεδριακός τουρισμός αναπτύχθηκε τα τελευταία τριάντα χρόνια και σήμερα αντιπροσωπεύει το 40% του επαγγελματικού τουρισμού που με τη σειρά του αντιπροσωπεύει το 40% της παγκόσμιας τουριστικής κίνησης. Αυτό σημαίνει ότι τα ποσοστά αυτά αντιπροσωπεύουν και την προσφορά και τη ζήτηση των συνεδριοτουριστικών προϊόντων.

Το πιο σημαντικό όμως είναι ότι η ζήτηση των προϊόντων του Συνεδριακού τουρισμού συνεχώς αυξάνει παγκοσμίως και στη χώρα μας. Αυτό οφείλεται στη διαπίστωση ότι τα συνέδρια αποδείχθηκαν αποτελεσματικό εργαλείο του Marketing και όσο πιο συχνά γίνονται τόσο καλύτερα αποτελέσματα φέρουν. Και όταν συνδέονται με τον τουρισμό, γίνονται πιο ελκυστικά, με αποτέλεσμα να αυξάνεται η συνεδριακή πελατεία.

Η ζήτηση των συνεδριοτουριστικών προϊόντων στη χώρα μας θα αυξηθεί στο μέλλον. Πρώτον γιατί οι ξένοι φορείς και οργανωτές, που γνωρίζουν την καλή τουριστική υποδομή και τα άλλα πλεονεκτήματα της χώρας μας, θα την επιλέξουν σαν τόπο πραγματοποίησης των συνεδρίων τους, αν φυσικά ικανοποιηθούν και από τη συνεδριακή υποδομή και

δεύτερον γιατί η εσωτερική συνεδριακή αγορά μεγεθύνεται και οι επαγγελματικές τουριστικές δραστηριότητες πολλαπλασιάζονται.

3.3 Η τιμολογιακή πολιτική στο Συνεδριακό Τουρισμό

Ο Συνεδριακός Τουρισμός είναι μια από τις πιο ακριβές εναλλακτικές μορφές τουρισμού και οι τιμές των συνεδριοτουριστικών προϊόντων είναι από τις πιο υψηλές σε σύγκριση με τις τιμές των προϊόντων άλλων μορφών τουρισμού. Αυτό οφείλεται και σε αντικειμενικούς λόγους και σε λόγους τιμολογιακής πολιτικής. Οι κυριότεροι από τους λόγους αυτούς είναι :

1. Η πολιτεία με την απόφαση για την ανέγερση Συνεδριακών Κέντρων καθορίζει ότι η ξενοδοχειακή τους υποδομή πρέπει να είναι Lux ή 5 αστέρων. Στην ίδια κατηγορία υπάγονται και τα περισσότερα Ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους και ανταγωνίζονται μέσα στη συνεδριακή αγορά. Οι τιμές όμως της κατηγορίας αυτής είναι οι υψηλότερες.
2. Το τουριστικό πακέτο που προσφέρεται στους συνέδρους δεν περιλαμβάνει μόνο στέγαση και τις συνήθεις επισιτιστικές υπηρεσίες, αλλά και πρόσθετες δαπανηρές τουριστικές υπηρεσίες (Δεξιώσεις έναρξης και πέρατος των συνεδρίων, επίσημα γεύματα, περισσότερα coffee breaks, πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις, περιηγήσεις και πιθανώς μικρές κρουαζιέρες).
3. Κατά τη διάρκεια των Συνεδρίων εφαρμόζονται παράλληλα προγράμματα απασχόλησης, ψυχαγωγίας και περιηγήσεων για τους συνοδούς των συνέδρων, προγράμματα τα οποία αυξάνουν τη δαπάνη του Συνεδρίου.
4. Οι συνέδροι επειδή κατά κανόνα είναι εύποροι, επιτυχημένοι, πολυταξιδεμένοι και κοσμοπολίτες, ικανοποιούνται μόνο με υψηλής ποιότητας και ακριβά τουριστικά προϊόντα και αυτά επιζητούν.
5. Οι φορείς των Συνεδρίων προτιμούν να πληρώσουν υψηλές τιμές για να προσελκύσουν υψηλής στάθμης συνέδρους, δεδομένου μάλιστα

ότι τα τελικά κέρδη τους από ένα συνέδριο θα είναι υψηλότερα των δαπανών τους.

6. Οι τιμές κατασκευής της ειδικής τουριστικής υποδομής των συνεδριακών χώρων, οι τιμές της επίπλωσής τους και οι τιμές του ειδικού εξοπλισμού τους με σύγχρονα οπτικοακουστικά και ηλεκτρονικά μέσα είναι υψηλές και οι αντίστοιχες αποσβέσεις τους κυμαίνονται σε υψηλά ποσοστά.
7. Οι λοιπές υποστηρικτικές υπηρεσίες των συνεδρίων όπως οι υπηρεσίες της διερμηνείας είναι πολύ ακριβές.

Και ενώ υφίστανται οι παραπάνω λόγοι, οι Διοικήσεις των συνεδριακών Κέντρων και των Ξενοδοχείων με συνεδριακούς χώρους, πρέπει να τιμολογήσουν τα συνεδριοτουριστικά προϊόντα που πωλούν, λαμβάνοντας υπόψη και τους γενικούς παράγοντες τιμολόγησης, όπως :

1. Τον υπάρχοντα ανταγωνισμό στο εγγύς και στο ευρύτερο ή ακόμα και στο διεθνές περιβάλλον και τη μορφή της συνεδριοτουριστικής αγοράς.
2. Το κατά μονάδα κόστος των προϊόντων.
3. Τις οικονομικές διακυμάνσεις.
4. Την επίδραση των μεσαζόντων του συνεδριοτουριστικού κυκλώματος, στις τιμές των προϊόντων.
5. Την εποχή στην οποία επιθυμεί ο φορέας να γίνει το συνέδριο σε συνδυασμό με την πληρότητα των Ξενοδοχειακών χώρων.
6. Την επιδίωξη μελλοντικής συνεργασίας με τον φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο.
7. Την πιθανή δημοσιότητα και την καλή φήμη που θα αποκτήσει το Συνεδριακό Κέντρο ή το Ξενοδοχείο, στην περίπτωση που το συνέδριο αποτελεί γεγονός και συγκεντρώνει τα φώτα των ΜΜΕ.

Γενικά ο Συνεδριακός Τουρισμός θεωρείται μια από τις πιο "πλούσιες" και συναλλαγματοφόρες μορφές τουρισμού και οι τουρίστες που τον προτιμούν ξοδεύουν κατά μέσο όρο τρεις φορές περισσότερα από όσα ξοδεύει ο μέσος τουρίστας.

3.4 Η πώληση των συνεδρίων

3.4.1 Γενικά

Ο ξενοδόχος δεν είναι ο μόνος που ωφελείται από την προσέλκυση της αγοράς των συνεδρίων, των ταξιδιών «κινήτρων» και των εκθέσεων, αλλά μαζί του και αρκετοί άλλοι, στων οποίων κατά συνέπεια τη συνδρομή μπορεί να υπολογίζει. Παράλληλα για να αντιμετωπίσει καλύτερα το ανταγωνιστικό πεδίο μέσα στο οποίο δρα θα πρέπει πρώτα να «μετρήσει» τις «δυνάμεις» του, τις δυνατότητές του. Πράγματι ο ξενοδόχος οφείλει να διαπιστώσει τις όποιες δυνατότητες του παρέχει η μονάδα του για την απόκτηση αυτής της αγοράς. Η βαθειά ανάλυση των δυνατοτήτων του ξενοδοχείου του, προσδιορίζει σε μεγάλο βαθμό και την παραγωγή του όλου συνεδριακού του προϊόντος. Επίσης οφείλει να γνωρίζει την ποσότητα, την ποιότητα, το είδος και τη διαθεσιμότητα των επιμέρους συνθετικών στοιχείων που απαρτίζουν το σχετικό προϊόν. Για να θεωρήσει όμως την τιμή του προϊόντος του, την τιμολογιακή του δηλαδή πολιτική, θα πρέπει να εξετάσει παραμέτρους οι βασικότερες των οποίων είναι :

- ✦ Το προσφερόμενο προϊόν,
- ✦ Η ζήτηση,
- ✦ Ο ανταγωνισμός

Η ξενοδοχειακή μονάδα θα πρέπει να λειτουργεί με κάποια πρότυπα παροχής υπηρεσιών και να χρησιμοποιήσει συγκεκριμένες τεχνικές και μεθόδους, ώστε οι υπηρεσίες της – στοιχεία και αυτά του προϊόντος – να βρίσκονται στο επιθυμητό επίπεδο. Με το σκοπό αυτό παρουσιάστηκαν τα κεφάλαια επτά και οκτώ, που συγκεκριμενοποιούν αυτά τα πρότυπα, τις τεχνικές και μεθόδους για την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνέδρων.

3.4.2 Η διάθεση του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος

Στην περίπτωση του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος, ο ξενοδόχος θα πρέπει να δώσει απάντηση στο δίλημμα, εάν θα το διαθέσει μόνος του ή μέσω ενδιάμεσου. Τις περισσότερες φορές αισθάνεται πως μπορεί να αποφύγει τους ενδιάμεσους, γιατί έχει βάσιμους λόγους, να αισιοδοξεί για τη διάθεση του προϊόντος του, μέσω άμεσης συνεργασίας τόσο σε εθνικό όσο και σε διεθνές επίπεδο.

Είναι θεμιτός ο προβληματισμός του, ωστόσο θα πρέπει να αποφασίσει ποια κανάλια διανομής θα επιλέξει και κυρίως να δημιουργήσει τις προϋποθέσεις εκείνες που θα του επιτρέψουν να έρθει σε απευθείας επαφή με τους (υποψήφιους) δυνητικούς πελάτες.

3.4.2.1 Παρέμβαση των ταξιδιωτικών γραφείων

Όσο πιο μακριά βρίσκεται ο τόπος διεξαγωγής του συνεδρίου από τον τόπο κατοικίας των συνέδρων, τόσο περισσότερο αναγκαία είναι η παρέμβαση ενός τουριστικού γραφείου. Αυτό συμβαίνει σπανιότερα όταν το συνέδριο οργανώνεται στην ίδια χώρα. Για το λόγο αυτό, ο ρόλος των τουριστικών γραφείων δεν πρέπει να παραβλέπεται. Σημειώνουμε ότι συχνά εμφανίζεται την τελευταία στιγμή και το θέμα της προμήθειάς του μπορεί να δημιουργήσει πρόβλημα αν δεν έχει προβλεφθεί. Το τουριστικό γραφείο σαν ενδιάμεσος, αναλαμβάνει συνήθως όλο το «πακέτο» στο οποίο το ξενοδοχείο έχει ένα τμήμα του, εφόσον προστίθενται και άλλες υπηρεσίες (κυρίως μεταφοράς).

Ο οργανωτής του συνεδρίου μπορεί να επιλέξει την ξενοδοχειακή μονάδα πρώτος αυτός και όχι το ταξιδιωτικό γραφείο. Στην περίπτωση αυτή θα ισχύσει η αρχική τιμή που συμφωνήθηκε μεταξύ οργανωτή και ξενοδοχείου και το τουριστικό γραφείο θα προσφέρει – και φυσικά θα κερδίσει – μόνο από το υπόλοιπο τμήμα του «πακέτου». Η παραπάνω διατύπωση δεν αφορά τον οργανωτή συνεδρίων που είναι ο ταξιδιωτικός πράκτορας ή και το αντίστροφο.

3.4.2.2 Διάθεση μέσω συνεργασίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο

«Στην περίπτωση αυτή, ανεξάρτητες ξενοδοχειακές μονάδες. Μιας χώρα ή πολλών χωρών, ιδρύουν μια εταιρεία ή ένα συνεταιρισμό για διάθεση του προϊόντος τους. Η ιδέα αυτή, έχει κερδίσει στη χώρα μας αρκετό έδαφος και ήδη σε τουλάχιστον τρεις περιπτώσεις, πιστεύουμε πως θα υλοποιηθεί σύντομα.

3.4.3 Μέσα και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων του συνεδριακού ξενοδοχειακού προϊόντος

Αναζητώντας συνέδρια θα πρέπει να έχουμε υπόψη μας ότι απαιτείται συνήθως μακρόχρονη και επίμονη προσπάθεια και βέβαια υπομονή. Τα συνέδρια τα οποία επιτυγχάνονται για μια κοντινή ημερομηνία, είναι σχετικά σπάνια. Πως είναι δυνατόν να έρθουμε σε επαφή με τους ιδύνοντες ή και με τους οργανωτές, ώστε να πραγματοποιήσουμε την πώληση των συνεδριακών υπηρεσιών μας ; Οι δυνατότητες για μια τέτοια επικοινωνία παρουσιάζονται παρακάτω με κάποια σειρά.

Πόσο απαραίτητο είναι το επιχειρησιακό διαφημιστικό έντυπο ;

Πολλές ξενοδοχειακές μονάδες στο (γενικό) διαφημιστικό φυλλάδιο (prospectus) που χρησιμοποιούν, αναφέρουν και τις συνεδριακές δυνατότητες τους, προβάλλοντας εκείνα τα στοιχεία, που κατά τη γνώμη τους θεωρούν ουσιαστικότερα.

Άλλες πάλι, ιδιαίτερα εκείνες που από την κατασκευή τους πρόβλεψαν συνεδριακή πελατεία, με στόχο να αποτελέσει βασική πηγή εσόδων, έχουν ιδιαίτερο φυλλάδιο. Σε αυτό προβάλλονται κυρίως χώροι και υπηρεσίες από συνεδριακή σκοπιά μια και το διαφημιστικό αυτό φυλλάδιο απευθύνεται στην ειδική αγορά των συνεδρίων. Μπορεί ακόμη να περιλάβει κάθε στοιχείο συνεδριακής υποδομής του, που εμπλουτίζει το "image" των συνεδριακών δυνατοτήτων της μονάδας και μπορεί να αποκαλέσει το ενδιαφέρον της «υποψήφιας» πελατείας.

Ο τιμοκατάλογος των βασικών συνεδριακών υπηρεσιών που προσφέρει το ξενοδοχείο, μπορεί να αποτελεί ένθετο του φυλλαδίου (εντύπου).

Γενικό ή ειδικό, το επιχειρησιακό διαφημιστικό έντυπο ή φυλλάδιο, σε συνδυασμό με τον τιμοκατάλογο των συνεδριακών ξενοδοχειακών υπηρεσιών, είναι απόλυτα απαραίτητο στα χέρια του πωλητή.

Ο φάκελος των συνεδριακών ξενοδοχειακών υπηρεσιών :

Είναι ένα πληρέστερο μέσο προβολής. Ένας τέτοιος «φάκελος» μπορεί να αποτελείται ενδεικτικά από :

- ✓ Ένα φάκελο σε άριστη ποιότητα και πρωτοτυπία στη εμφάνισή του, με την επωνυμία και τη διεύθυνση της μονάδας, στον οποίο θα περιλαμβάνονται όσα αναφέρονται στη συνέχεια,
- ✓ Ένας κατάλογος αιθουσών με λεπτομέρειες σχετικά με τη χωρητικότητά τους, τις εναλλακτικές διευθετήσεις τους, τις πιθανές χρήσεις τους,
- ✓ Κατόψεις των αιθουσών και διαστάσεις τους,
- ✓ Δείγματα menus των διαφόρων ειδών των επισιτιστικών εκδηλώσεων,
- ✓ Φωτογραφίες των αιθουσών,
- ✓ Κατάλογος με το συνεδριακό οπτικοακουστικό εξοπλισμό που διατίθεται,
- ✓ Φωτογραφίες παρουσίασης εδεσμάτων κατά τη διάρκεια διεξαγωγής επιτυχημένης επισιτιστικής εκδήλωσης,
- ✓ Φωτογραφίες με τους συνεδριακούς χώρους σε χρήση,
- ✓ Δυνατότητες ψυχαγωγίας ενηλίκων και παιδιών (φωτογραφικό υλικό),
- ✓ Φωτοτυπίες ευχαριστηρίων επιστολών.

Η συμμετοχή σε εκθέσεις ειδικού ενδιαφέροντος

Αυτές οργανώνονται μέσα στα πλαίσια γενικότερων εκθέσεων τουρισμού. Συνήθως οι εκθέσεις αυτές είναι κοινές για τον συνεδριακό, κινήτρων και εκθεσιακό τουρισμό. Μπορεί όμως να αποτελούν, και

υπάρχουν αρκετές τέτοιες αυτοδύναμες εκδηλώσεις, μόνο για συνεδριακό τουρισμό κ.λ.π.

Οι παλιοί πελάτες και φίλοι της επιχείρησης

Για να αποκτήσει ένα ξενοδοχείο «καλό όνομα», πρέπει να έχει οργανώσει τουλάχιστον ένα συνέδριο. Ένας απλός τρόπος, συνήθως αποτελεσματικός, είναι να προσεγγίσει ο ξενοδόχος μεμονωμένους πελάτες, τους οποίους δέχεται από καιρό, επιστήμονες, εμπόρους, βιομηχάνους, πολιτικές προσωπικότητες ή προσωπικότητες της οικονομικής ζωής, με τους οποίους έχει φιλικές σχέσεις. Ο ξενοδόχος θα επιδιώξει να τον συστήσουν ή να υποβάλλουν την υποψηφιότητα του ξενοδοχείου του για συγκεντρώσεις οργανώσεων ή συνδέσμων, όπου μετέχουν και βαρύνει η γνώμη τους.

Οι ενέργειες αυτών, των «πρεσβευτών», επιτρέπουν την πώληση χωρίς καθυστέρηση, γιατί η φιλία είναι ισχυρό όπλο. Πρέπει όμως ο ξενοδόχος να μην απογοητεύσει τους φίλους τους, πρέπει να πετύχει, για το λόγο αυτό, πρέπει οι στόχοι της μονάδας να είναι χαμηλότεροι των δυνατοτήτων της στην αρχή. Πρέπει να αποκτηθεί πείρα, σε όλα τα επίπεδα.

Η συμπαράσταση των φίλων και πελατών, εξαρτάται πολλές φορές από τη βοήθεια που τους υπόσχεται ο ξενοδόχος, για την προπαρασκευή και την εκτέλεση του συνεδρίου. Ιδιαίτερα εάν ο φορέας στον οποίο ανήκουν δε χρησιμοποιεί επαγγελματίες οργανωτές αλλά μόνο οργανωτική επιτροπή.

Οι συστάσεις

Οι συστάσεις έχουν πρωταρχική σημασία. Ο ικανοποιημένος πελάτης στέλνει τους φίλους του. Για το λόγο αυτό, παίζει μεγάλο ρόλο η επιτυχία της διεξαγωγής ενός συνεδρίου. Αυτό το γνωρίζει κάθε ξενοδόχος, ακόμα και εκείνος που δεν έχει καθίσει ποτέ σε επαγγελματικά θρανία. Οι συστάσεις, χωρίς να κοστίζουν τίποτα, σημαίνουν πολλά.

Οι φιλικές και κοινωνικές επαφές

Η παρουσία του αρμόδιου στελέχους της μονάδας σε εκδηλώσεις που πραγματοποιούν μαζικοί φορείς, αποτελεί σημαντική πηγή επαφών. Φυσικά δεν πουλά τίποτε εκεί αλλά συναντά κόσμο και διευρύνει τις επαγγελματικές γνωριμιές του, το τελευταίο, του επιτρέπει να πραγματοποιήσει ευκολότερα μια επίσκεψη στο γραφείο του στελέχους του φορέα που γνώρισε, ή να κλείσει συνάντηση για τον πωλητή.

Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων

Η επαφή του ξενοδοχείου πρέπει να είναι συνεχής επαφή με τους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων. Αποτελούν μια σημαντική δύναμη και πηγή εργασιών, ιδιαίτερα αν τα γραφεία αυτά παρουσιάζουν μια καθιερωμένη προσφορά : οργανωτής που στη συνέχεια προσφέρει ταξιδιωτικές υπηρεσίες ή ταξιδιωτικό γραφείο που αποφάσισε να προσφέρει και οργανωτικές υπηρεσίες.

Τα μαζικά μέσα επικοινωνίας

Οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση αποτελούν πηγή πληροφοριών. Υπάρχουν πολλές ειδικευμένες εφημερίδες και περιοδικά, κυρίως στις Ηνωμένες Πολιτείες αλλά και στην Ευρώπη που ασχολούνται κυρίως με συνέδρια για τα οποία ενδιαφέρονται οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες των πόλεων, αλλά σπάνια απομονωμένα ξενοδοχεία μέσης ή μικρής δυναμικότητας.

Αντίθετα, η τακτική ανάγνωση ενός ορισμένου αριθμού ημερησίων εφημερίδων και περιοδικών είναι πολύτιμη, γιατί περιέχουν πληροφορίες για συνέδρια που έλαβαν χώρα άλλου. Είναι πιθανό, εάν υπάρξει άμεση ενεργοποίηση από το ξενοδοχείο να δημιουργηθεί μελλοντική συνεργασία.

Ο ξενοδόχος πρέπει να αγοράζει και το διεθνή τύπο. Οι τοπικές εφημερίδες δεν επαρκούν. Αν ένα διεθνές συνέδριο διεξάγεται σε μια χώρα, υπάρχουν λίγες πιθανότητες να επανέλθει σε αυτή πριν από αρκετά χρόνια. Με σωστές προσπάθειες μπορεί να έρθει στη δικιά μας.

Ο ξενοδόχος, αν γίνει συνδρομητής σε μερικές γνωστές εφημερίδες του εξωτερικού, θα μπορεί να βρίσκει πληροφορίες και συγχρόνως να ικανοποιεί τους πελάτες του θέτοντας αυτές τις εφημερίδες στη διάθεσή τους στο αναγνωστήριο.

Ακόμη και το ραδιόφωνο και η τηλεόραση είναι πηγή πληροφοριών. Στα πλαίσια μορφωτικών και επιστημονικών εκπομπών, αναφέρονται συνέδρια των σχετικών φορέων που πραγματοποιήθηκαν διεθνώς. Η έγκαιρη πληροφόρηση και προετοιμασία του μπορούν να αποτελέσουν σημαντικό όπλο για τον ξενοδόχο.

Η αναζήτηση μέσω ταχυδρομείου (άμεση δημοσιότητα)

Σχετικά εύκολη είναι η προμήθεια καταλόγων με διευθύνσεις που ενδιαφέρουν. Οι ταχυδρομικές αποστολές μπορούν να περιλαμβάνουν μια απλή επιστολή ή ακόμα διαφημιστικά φυλλάδια, Post Cards, και ημερολόγια.

Τα προβλήματα που παρουσιάζονται σε ότι αφορά τον αριθμό των παραληπτών αλλά και την αποστολή αυτή καθαυτή, διαφέρουν ανάλογα με το μέγεθος, τις τιμές, και τη θέση του συγκεκριμένου ξενοδοχείου. Δεν θα αντιμετωπισθεί κατά τον ίδιο τρόπο ένα ανεξάρτητο ξενοδοχείο ή ένα ξενοδοχείο που είναι μέλος μιας αλυσίδας.

Η επιλογή, της ενδεχόμενης συνεδριακή πελατείας που θα έχει γίνει μετά την εκτίμηση των δυνατοτήτων του ξενοδοχείου, θα καθορίζει τη γεωγραφική ακτίνα μιας τέτοιας αποστολής.

Αν ο ξενοδόχος περιοριστεί στην ίδια του τη χώρα, μπορεί να καταρτίσει καταλόγους των οργανώσεων, των μεγάλων επιχειρήσεων, των προσωπικοτήτων της οικονομικής και πολιτικής ζωής της χώρας. Θα γράψει πρώτα επιστολές, μετά θα επισκεφθεί τους υποψήφιους πελάτες, ενδεχόμενα θα στείλει και άλλες επιστολές και τέλος θα παρουσιάσει την προσφορά του. Αλλά ο τρόπος αυτός είναι ο χρονοβόρος, δαπανηρός και απαιτεί λεπτούς χειρισμούς. Προϋποθέτει συνεχή προσπάθεια μεγάλης διάρκειας. Δεν πρέπει ο ξενοδόχος να περιοριστεί σε μια επιστολή, θα πρέπει να γίνουν πολλές επαναλήψεις.

Ο ξενοδόχος θα ασχοληθεί ιδιαίτερα με την κατάρτιση δελτιοθήκης. Είναι μια κοπιαστική, δύσκολη, αλλά ουσιώδης εργασία, όπου τα λάθη δεν συγχωρούνται.

Μερικά παραδείγματα :

- ✦ Ορθογραφία των επωνύμων
- ✦ Λάθη στα ονόματα
- ✦ Λάθη στους τίτλους
- ✦ Αποστολή στον προηγούμενο κάτοχο της θέσης, όταν μάλιστα αυτός έχει ... πεθάνει από καιρό.

Η δαπάνη της άμεσης δημοσιότητας, η δύσκολη εργασία της οργάνωσης και ενημέρωσης μιας δελτιοθήκης, η πρακτική εργασία που πρέπει να επακολουθήσει, προϋποθέτουν ότι ο ξενοδόχος αποβλέπει σε μακρόπνοη αναζήτηση συνεδρίων και ότι διαθέτει κάποιον ετήσιο προϋπολογισμό για το σκοπό αυτό. Προϋπολογισμό που θα διατίθεται για αρκετά χρόνια.

Οι παραλήπτες των αποστολών θα πρέπει να είναι τα άτομα εκείνα που μέσα στο χώρο τους έχουν τη δυνατότητα λήψης αποφάσεων (ιθύνοντες) και στους μεν μικρούς σχετικά οργανισμούς – επιχειρήσεις – συλλόγους, τα πράγματα είναι πιο εύκολα, όταν όμως με τον τρόπο αυτό πλησιάζουμε μεγάλες επιχειρήσεις θα πρέπει να αναζητήσουμε το αρμόδιο εξουσιοδοτημένο άτομο.

Δεν είναι εύκολο να έχει στη διάθεσή του κανείς ονόματα. Σε περίπτωση αμφιβολιών, είναι δυνατόν να ελεγχθούν τα ονόματα τηλεφωνικά από τις γραμματείες. Πρέπει όμως γι' αυτό να διαθέτει κανείς τα κάποια στοιχεία, δεν μπορεί να αρχίσει από το τίποτε. Αυτό το παράδειγμα μεταξύ άλλων, δείχνει τον περιπλοκο χαρακτήρα της εργασίας αυτής και των δυσκολιών που παρουσιάζονται κατά τη διαδικασία προσέγγισης.

Οι αεροπορικές εταιρείες

Οι αεροπορικές εταιρείες αποτελούν φυσικό σύμμαχο. Πράγματι και αυτές παρέχουν υπηρεσίες. Η αντιστοιχία μιας θέσης αεροπλάνου

και μια κλίνης ξενοδοχείου είναι άμεση. Εάν δεν καταληφθούν μέσα σε μια ορισμένη περίοδο, η δυνατότητα πώλησής τους για την περίοδο αυτή έχει εκλείψει για πάντα. Οι αεροπορικές εταιρείες λοιπόν επιθυμούν να μεταφέρουν συνέδρους, για μικρά ή μεγάλα συνέδρια, κυρίως τις εποχές κατά τις οποίες έχουν λίγους πελάτες, που είναι λογικά οι ίδιες με εκείνες που δημιουργούν προβλήματα πληρότητας στα ξενοδοχεία. Για το λόγο αυτό πρέπει να διερευνηθεί κάθε περίπτωση συνεργασίας τους.

Διαφήμιση σε ειδικό περιοδικό τύπο

Προτιμάται η διαφήμιση σε περιοδικό ειδικών αγορών. Υπάρχουν αυτά που σχετίζονται με την οργάνωση συνεδρίων και επιχειρησιακών συναντήσεων, οπότε ο στόχος του ξενοδόχου είναι η προσέλκυση πελατείας μέσω των οργανωτών των συνεδρίων. Υπάρχουν επίσης πολλά περιοδικά κατά κλάδους επιχειρησιακής, επιστημονικής ή άλλης δραστηριότητας. Η διαφήμιση σε αυτά στοχεύει σε αναγνώστες με υψηλή ιεραρχική θέση, στους φορείς που τα ενδιαφέροντά τους καλύπτονται μέσω των περιοδικών αυτών.

Συνιστάται σωστή επιλογή σε έγκυρα περιοδικά και κυρίως συνέπεια σ' αυτήν. Το σχετικό κονδύλι δε θα πρέπει να μοιράζεται σε πολλούς στόχους «και από λίγο».

Επίσης πρέπει σαν πιο αποτελεσματικός, να επιλέγεται χώρος στις δεξιές σελίδες και μάλιστα στο πάνω τμήμα τους.

Προσωπικά τηλεφωνήματα

Θεωρούνται διεθνώς αποτελεσματικά. Θα πρέπει όμως να γίνονται από έμπειρο άτομο. Δε θεωρείται υπερβολή αν συστήσουμε να γίνονται από τον υπεύθυνο της προσπάθειας των πωλήσεων.

Θα πρέπει να ακολουθείται ένα διάγραμμα ροής των μηνυμάτων που μεταδίδονται. Ο συσχετισμός κόστους και αποτελέσματος θα πρέπει να εκτιμάται σε περιοδικά χρονικά διαστήματα.

Παροχή φιλοξενιών

Ο ξενοδόχος, μέσα στα πλαίσια των γνωριμιών και των καλών σχέσεων που πρέπει να διατηρεί με τις πιθανές πηγές πελατείας του, θα πρέπει να έχει υπόψη του ότι η προσφορά φιλοξενίας σε κάποια άτομα, θα του δώσει ίσως οφέλη στο μέλλον.

Η φιλοξενία θα πρέπει να απευθύνεται στα άτομα εκείνα που λόγω της θέσης τους σε συγκεκριμένους φορείς, έχουν την δυνατότητα να επηρεάσουν στη λήψη των σχετικών αποφάσεων.

Με τον τρόπο αυτό, εξοικειώνονται με το προϊόν που κάποια στιγμή μπορεί να προτείνουν. Έχουν τη δυνατότητα να το προτείνουν με μεγαλύτερη σιγουριά και χωρίς κίνδυνο να βρεθούν εκτεθειμένοι.

3.4.4 Η πρώτη προσωπική επαφή με τον υποψήφιο πελάτη

Με κάποιον από όλους τους τρόπους που μέχρι τώρα αναφέραμε, ο ξενοδόχος θα αποκτήσει τη δυνατότητα μιας πρώτης και ουσιαστικής επαφής με τον υποψήφιο πελάτη.

Ο υποψήφιος πελάτης έχει εκδηλώσει μεν ενδιαφέρον αλλά απαιτούνται κι άλλες προσπάθειες μέχρι τελικά να πειστεί ο ίδιος – και ενδεχόμενα να πείσει και άλλους που θα λάβουν μέρος στη λήψη της τελικής απόφασης. Η επίσκεψη θα πρέπει να γίνει από το αρμόδιο στέλεχος των πωλήσεων το οποίο θα πρέπει να δώσει μια σαφή εικόνα των δυνατοτήτων της μονάδας.

Θα πρέπει, μετά την αποχώρηση του πωλητή, ο υποψήφιος πελάτης να μην έχει κανένα κενό στην ενημέρωσή του. Για το λόγο αυτό, η ενημέρωσή του θα πρέπει να γίνει σε κάθε λεπτομέρεια και να καλύψει θέματα και πέρα από αυτά που γίνονται γνωστά μέσα από το «φάκελο» των ξενοδοχειακών συνεδριακών υπηρεσιών.

Αρκετές φορές η συνάντηση γίνεται πιο αποτελεσματική εάν πέρα από το έντυπο διαφημιστικό υλικό ο πωλητής δείξει βιντεοταινία ή slides σχετικές με τις υπηρεσίες που προσπαθεί να πουλήσει.

Με την «και' αρχήν» συμφωνία που ενδεχόμενα θα προκύψει, πρέπει ο πωλητής να επιβεβαιώσει πότε και σε ποιον θα πρέπει να υποβάλλει την προσφορά του.

3.4.5 Η επίσκεψη του υποψήφιου πελάτη στο ξενοδοχείο πριν το κλείσιμο της συνεργασίας

Σπάνια είναι τα συνέδρια που ανατίθενται σε ένα ξενοδοχείο χωρίς να έλθουν επί τόπου οι οργανωτές για να εξετάσουν τις δυνατότητές του. Αυτή η επίσκεψη αποτελεί για μερικούς την ευκαιρία συνδυασμού διακοπών και εργασίας.

Μια σωστή υποδοχή επί τόπου βοηθάει στο «κλείσιμο της δουλειάς». Πρέπει ο ξενοδόχος να απαντήσει σε πολλά και καίρια ερωτήματα. Θα παρουσιάσει τον απαιτούμενο εξοπλισμό διασαφηνίζοντας όλες τις λεπτομέρειες, κυρίως ως προς τις υπηρεσίες και τις τιμές τους.

Κυρίως δε, πρέπει να τους μεταφέρει την αισιοδοξία του ότι οι υπηρεσίες που μόλις αγόρασαν θα ικανοποιήσουν τους συνέδρους. Κάτι που εκτός από το ξενοδοχείο αφορά τόσο τους οργανωτές όσο και τους ιθύνοντες του φορέα. Ο τελικός και κύριος χρήστης των υπηρεσιών αυτών θα είναι ο σύνοδος.

Συνήθως η επιβεβαίωση της συμφωνίας επισφραγίζεται με την υπογραφή του ιδιωτικού συμφωνητικού, γνωστού και ως συμβολαίου.

3.4.6 Η υπογραφή του ιδιωτικού συμφωνητικού

Με ιδιωτικό συμφωνητικό, που μπορεί ακόμη να έχει τον τύπο μιας επιστολής (letter of agreement), συμφωνούνται και γραπτά αυτά που διεξοδικά συζητήθηκαν και συμφωνήθηκαν με τον πελάτη. Θα πρέπει δε να περιλαμβάνονται στη γραπτή συμφωνία τα εξής :

- Ονοματεπώνυμα και ιδιότητες των ατόμων που συμφωνούν και οι επωνυμίες των Επιχειρήσεων ή Οργανισμών που εκπροσωπούν,
- Διεθνείς ημερομηνίες διεξαγωγής του συνεδρίου και ώρες έναρξης και λήξης των εργασιών,

- Αριθμό και είδος δωματίων (μονόκλινα, δίκλινα κ.λ.π.) και τιμές αυτών,
- Ακριβείς ημερομηνίες άφιξης – αναχώρησης των συνέδρων,
- Χώροι του ξενοδοχείου που θα διατεθούν για το συνέδριο, ενοίκιο των χώρων, διευθέτηση αυτών,
- Φιλοξενίες και μειωμένες τιμές που ενδεχόμενα θα προσφερθούν σε αριθμό συνέδρων, προσωπικού ή και οργανωτών κατά τη διάρκεια του συνεδρίου ή και κατά την προετοιμασία του,
- Βοηθητικοί χώροι που θα χρησιμοποιούνται από τους οργανωτές (κυρίως γραφεία) κατά τη διάρκεια του συνεδρίου,
- Διαδικασία κρατήσεων δωματίων συνέδρων (μέσω του ξενοδοχείου ή της οργάνωσης),
- Χώροι εκθέσεων – επιδείξεων (ώρες λειτουργίας – διαθέσιμα μέσα από το ξενοδοχείο),
- Γεύματα – δείπνα (menu – τιμή, διάταξη καθισμάτων),
- Προσφορές κατά τα διαλείμματα του συνεδρίου (coffee breaks),
- Χρήση οπτικοακουσικών μέσων,
- Τρόπος χρέωσης των συνέδρων,
- Μέθοδος πληρωμής – ύψος προκαταβολής,
- Ακύρωση της συμφωνίας – κόστος ακύρωσης.

Σε περιπτώσεις μεγάλων συνεδρίων, που «κλείνονται» πολύ, καιρό πριν, είναι δυνατόν το ιδιωτικό συμφωνητικό να αφήνει ορισμένα κενά, τα οποία με την πάροδο του χρόνου, με νέες επαφές ή συνεχή αλληλογραφία, καλύπτονται.

Με την υπογραφή του ιδιωτικού συμφωνητικού κλείνει ένας ολόκληρος κύκλος των προσπαθειών των πωλήσεων. Στην ουσία τότε θεωρείται ότι η πώληση έχει πραγματοποιηθεί. Από τη στιγμή εκείνη και μετά αρχίζει ένας νέος κύκλος προσπαθειών, που στοχεύουν στο να καλυφθούν και προετοιμαστούν με τον καλύτερο τρόπο οι λειτουργίες διεξαγωγής του συνεδρίου.

3.5 Η διαχείριση του Συνεδριακού Τουρισμού

Στη θεωρία του τουρισμού, "τουριστικό κύκλωμα" σημαίνει το σύνολο ανθρώπων, επιχειρήσεων, Υπηρεσιών, μέσων και εγκαταστάσεων που εμπλέκονται στην τουριστική διαδικασία.

Το κύκλωμα αυτό περιλαμβάνει :

- ☐ Τους τουρίστες (εσωτερικούς και εξωτερικούς)
- ☐ Τους οργανωτές ταξιδιών (tour operators, ταξιδιωτικά Γραφεία, τουριστικοί πράκτορες).
- ☐ Τους μεταφορείς (Αεροπορικές, ναυτιλιακές, σιδηροδρομικές, οδικές εταιρίες, Ιδιωτικές ή Δημόσιες που αναλαμβάνουν τη μεταφορά των τουριστών).
- ☐ Το ειδικό τουριστικό προσωπικό (Ξεναγοί, Animateurs, αρχηγοί εκδρομών, συνοδοί βουνού, υπεύθυνοι ασφαλείας, υπεύθυνοι αθλημάτων, cruise directors, τουριστική αστυνομία, οδηγοί αυτοκινήτων).
- ☐ Τις βοηθητικές τουριστικές υπηρεσίες (Καταστήματα τουριστικών ειδών, τουριστικών οδηγών και βιβλίων, λεξικών, χαρτών, ειδών λαϊκής τέχνης, δώρων, προϊόντων περιοχής και υπηρεσίες παροχής ψυχαγωγίας, θέατρα, κινηματογράφοι, χορευτικά κέντρα κλπ.).
- ☐ Τις συνεργαζόμενες υπηρεσίες (Τράπεζες, Γραφεία συναλλάγματος, Πρεσβείες, Προξενεία).
- ☐ Τον ντόπιο πληθυσμό των τουριστικών προορισμών.

Το κύκλωμα του Συνεδριακού τουρισμού συμπίπτει με το παραπάνω κύκλωμα με τις εξής διαφορές.

- ☉ Τη θέση των τουριστών κατέχουν οι συνέδροι και οι συνοδοί τους.
- ☉ Στην κατηγορία των οργανωτών ταξιδιών κατατάσσονται και τα συνεδριακά κέντρα που έχουν ξενοδοχειακή υποδομή που είναι δυνατό να παρέχουν και επισιτιστικές υπηρεσίες.
- ☉ Στην κατηγορία του ειδικού τουριστικού προσωπικού κατατάσσεται και το ειδικό συνεδριακό προσωπικό.

3.5.1 Οι φορείς των συνεδρίων

Μέσα στο παραπάνω κύκλωμα δραστηριοποιούνται οι φορείς των συνεδρίων όπως αυτοί περιγράφηκαν στην παράγραφο 2, ε, ii.

3.5.2 Οι οργανωτές των συνεδρίων

Οργανωτές συνεδρίων είναι φυσικά πρόσωπα ή επαγγελματικές ενώσεις ή διάφορες τουριστικές υπηρεσίες ή Εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, που αναλαμβάνουν την οργάνωση και τη διαχείριση των Συνεδρίων.

Οι οργανωτές συνεδρίων δεν αποφασίζουν για την πραγματοποίηση των συνεδρίων ούτε αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους, ενέργειες που ανήκουν στην αρμοδιότητα των φορέων των συνεδρίων. Απλά οργανώνουν τα συνέδρια, για λογαριασμό των φορέων.

i. Καθήκοντα των οργανωτών συνεδρίων

Την επιλογή του τουριστικού προορισμού και του Συνεδριακού Κέντρου ή του Ξενοδοχείου που διαθέτει συνεδριακούς χώρους.

Την επιλογή των συνέδρων και του μεγέθους του Συνεδρίου.

Την επιλογή του χρόνου και της διάρκειας του Συνεδρίου.

Την επιλογή των θεμάτων ή των εκδηλώσεων που θα αναπτυχθούν ή θα λάβουν χώρα κατά τη διάρκεια του συνεδρίου.

Την επιλογή των εισηγητών.

Την οικονομική επένδυση του Συνεδρίου (προϋπολογισμός, πραγματοποίηση δαπανών, δικαιολογητικά, απόδοση λογαριασμού).

Την τουριστική επένδυση του Συνεδρίου.

Τον καθορισμό των επισιτιστικών υπηρεσιών.

Τη γνωστοποίηση και προβολή του Συνεδρίου και την εφαρμογή της πολιτικής Marketing.

Την υπόδειξη χορηγών.

Την οργάνωση, επίβλεψη, συντονισμό και έλεγχο όλων των προσυνεδριακών, συνεδριακών και μετασυνεδριακών εργασιών.

ii. Διάκριση των οργανωτών συνεδρίων

Οργανωτές Συνεδρίων είναι δυνατό να είναι :

a) Οι φορείς των συνεδρίων

Πολύ συχνά οι φορείς των συνεδρίων που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση του, αναλαμβάνουν και την οργάνωση του συνεδρίου χρησιμοποιώντας δικό τους προσωπικό.

Όταν οι φορείς κάνουν πολλά συνέδρια, περιπτώσιακά ή κατά καταστατική υποχρέωση, τότε θεσπίζουν οργανικές Διευθύνσεις ή Τμήματα ή Γραφεία ή τις λεγόμενες επιτροπές συνεδρίων, που αναλαμβάνουν τη μερική ή ολική οργάνωση των συνεδρίων. Αυτό συμβαίνει κυρίως στους Δημόσιους φορείς συνεδρίων και στους διεθνείς και παγκόσμιους οργανισμούς που πραγματοποιούν τα μεγάλα διεθνή συνέδρια.

b) Τα Συνεδριακά Κέντρα

Τα μεγάλα αυτοτελή Συνεδριακά Κέντρα και τα Ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους και δραστηριοποιούνται στη συνεδριοτουριστική αγορά, πολλές φορές δεν περιορίζονται στην παραχώρηση των χώρων τους και του εξοπλισμού τους στους φορείς ή στους οργανωτές συνεδρίων, αλλά αναλαμβάνουν και την όλη οργάνωση των συνεδρίων.

Και πρέπει να τονιστεί ότι στην πράξη οι πλέον ειδήμονες οργανωτές Συνεδρίων είναι τα Συνεδριακά Κέντρα, που εξ αποστολής έχουν σαν αποκλειστική απασχόλησή τους τα συνέδρια, άρα διαθέτουν την απαραίτητη εμπειρία, τις απαραίτητες διοικητικές ικανότητες και γνώσεις μαζί με το απαραίτητο προσωπικό και τον αναγκαίο εξοπλισμό, που εγγυούνται την επιτυχή διεξαγωγή των συνεδρίων.

c) Οι οργανωτές ταξιδιών (tour operators, ταξιδιωτικά γραφεία)

Τα τελευταία χρόνια, οι οργανωτές ταξιδιών που έχουν σαν βασική τους δραστηριότητα την παραγωγή των τουριστικών πακέτων του οργανωμένου τουρισμού, αναλαμβάνουν και την παραγωγή πακέτων

Συνεδριακού Τουρισμού μέσα στα οποία περιλαμβάνεται και η οργάνωση των συνεδρίων. Αναλαμβάνουν δηλαδή εκτός από το τουριστικό μέρος του συνεδριακού τουρισμού, για το οποίο αναμφίβολα είναι έμπειροι και ικανοί διαχειριστές και το καθαρά συνεδριακό μέρος του, που είναι η προετοιμασία, η διεξαγωγή και η μετασυνεδριακή εκτίμηση των συνεδρίων.

d) Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων

Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων είναι τα φυσικά πρόσωπα ή οι εταιρίες που ασχολούνται αποκλειστικά και κατ' επάγγελμα με την οργάνωση συνεδρίων.

Οι επαγγελματίες αυτοί δικτυώνονται σε εθνικά και διεθνή επαγγελματικά σωματεία και ενώσεις οι κυριότερες των οποίων είναι :

- Η International Congress and Convention Association (ICCA).
- Η Union of International Association (UIA).
- Η Association Internationales des palais de Congress (AIPC).
- Η Asian Association of Convention and Visitor Bureaux (AACVB).
- Η International Association of Professional Congress Organisers (IAPCO).
- Η European Federation of Conference Towus (EFCT) στην οποία υπάγονται και οι Ελληνικές πόλεις Θεσσαλονίκη, Ρόδος, Κως.

Αναλογα με τις ειδικότερες εργασίες και την προέλευση των επαγγελματιών οργανωτών συνεδρίων, αυτοί διακρίνονται σε :

- Τα Convention Bureaux που συνήθως εμπλέκονται στην παρουσίαση και προώθηση των τουριστικών προορισμών και των Συνεδριακών χώρων, στο σχεδιασμό των προϊόντων και στην πολιτική τιμών. Είναι τα γραφεία που γνωρίζουν τους τουριστικούς προορισμούς και τα συνεδριακά κέντρα, γνωρίζουν τα προϊόντα τους και τις τιμές τους και κάνουν προσφορές στους φορείς των συνεδρίων που αναζητούν τους κατάλληλους τόπους των συνεδρίων.
- Τα Meeting Planning Groups (MPG) είναι οι επιτροπές ή τα πρόσωπα στα οποία οι φορείς των συνεδρίων αναθέτουν την

οργάνωση των συνεδρίων. Ένα MPG μπορεί να αποτελείται από εθελοντές υπάλληλους των φορέων που ορίζονται περιπτώσιακά, οπότε ονομάζεται Amateur Meeting Planner (AMP) ή να αποτελείται από επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που είναι υπάλληλοι των φορέων (οργανικό τμήμα), οπότε ονομάζεται Professional Meeting Planner (PMP).

- Ένας φορέας όμως μπορεί να αναθέσει την οργάνωση ενός συνεδρίου του σε έναν εξωτερικό επαγγελματία οργανωτή συνεδρίων, τον λεγόμενο PCO (Professional Congress Organized) που είναι ο κατ' εξοχήν επαγγελματίας οργανωτής συνεδρίων. Ο PCO που μπορεί να είναι φυσικό πρόσωπο ή εταιρία αναλαμβάνει την οργάνωση και τη διαχείριση ενός συνεδρίου σε όλα τα στάδιά του.

Στη χώρα μας οι οργανωτές συνεδρίων είναι συνήθως εταιρίες πολλαπλών δραστηριοτήτων, εταιρίες δηλαδή που έχουν τουριστικές δραστηριότητες, δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης, δραστηριότητες οργάνωσης εκθέσεων και παράλληλα αναλαμβάνουν και δραστηριότητες οργάνωσης συνεδρίων.

iii. Οι διαδικασίες διαχείρισης ενός Συνεδρίου

Στην υποστασιοποίηση ενός συνεδρίου όλες οι ενέργειες που γίνονται κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες, καθεμιά από τις οποίες αντιστοιχεί σε ένα από τα τρία στάδια του συνεδρίου. Έτσι στο πρώτο στάδιο, που είναι το στάδιο της προετοιμασίας του συνεδρίου γίνονται οι λεγόμενες προσυνεδριακές ενέργειες, στο δεύτερο στάδιο που είναι το στάδιο της διεξαγωγής του συνεδρίου, γίνονται οι λεγόμενες ενέργειες κατά την διεξαγωγή του συνεδρίου και στο τρίτο στάδιο που είναι το στάδιο αξιολόγησης του συνεδρίου, γίνονται οι λεγόμενες μετασυνεδριακές ενέργειες.

Οι παραπάνω ενέργειες είναι αναλυτικά οι παρακάτω :

a) Προσυνεδριακές ενέργειες

Αυτές οι ενέργειες διαρκούν 1 μήνα έως 1 έτος (ίσως και παραπάνω), γίνονται από τους φορείς των συνεδρίων, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών κέντρων ή ξενοδοχείων και περιλαμβάνουν:

Απόφαση του φορέα να πραγματοποιηθεί το συνέδριο. Πρώτη εκτίμηση μεγέθους και προϋπολογισμού του Συνεδρίου. Επιλογή χρόνου, τόπου, συνέδρων και οργανωτών του συνεδρίου.

Πρώτες συνεννοήσεις, συναντήσεις γνωριμίας, ενημερώσεις μεταξύ φορέων, οργανωτών και υπευθύνων Συνεδριακού Κέντρου ή Ξενοδοχείου.

Υπογραφή συμβολαίου ή ιδιωτικού συμφωνητικού.

Κατάρτιση προγράμματος προσυνεδριακών, συνεδριακών και μετασυνεδριακών ενεργειών.

Προσυνεδριακές επαφές. Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και συνεργασίας.

Εσωτερικές συσκέψεις υπευθύνων των Συνεδριακών Κέντρων και Ξενοδοχείων για κατανομή αρμοδιοτήτων.

Κρατήσεις δωματίων – Κατάρτιση κατάλογου συνέδρων – συνοδών.

Επιβεβαίωση κρατήσεων με απαντητικά δελτία.

Έλεγχος συνεδριακών χώρων και του εξοπλισμού τους.

Κατάρτιση σχεδίου υποδοχής συνέδρων, επισήμων και VIP's.

Έλεγχος επισιτιστικών υπηρεσιών.

Έλεγχος δυναμότητα, ποσότητας και ποιότητας της γραμματειακής υποστήριξης.

Προετοιμασία των εκθεσιακών χώρων, αν κατά τη διάρκεια του συνεδρίου προβλέπονται και παράλληλες εκθεσιακές δραστηριότητες.

Στολισμός, διακόσμηση, αγορά αναμνηστικών δώρων.

Κατάρτιση προγράμματος ψυχαγωγίας συνέδρων και συνοδών και λοιπών τουριστικών δραστηριοτήτων.

Επαφή με εισηγητές, επιβεβαίωση ημέρας και ώρας εισηγήσεων.

Προετοιμασία δεξίωσης υποδοχής.

Προετοιμασία τελετής έναρξης Συνεδρίου, χαιρετισμών, Δημοσιογραφικής και τηλεοπτικής κάλυψης.

Οργάνωση και προετοιμασία Υπηρεσίας Α' βοηθειών - Έλεγχος σχεδίων διαχείρισης κρίσεων.

Τελική επιλογή εμπλεκόμενου προσωπικού. Ενημέρωση και προετοιμασία προσωπικού.

Τελική σύσκεψη φορέων, οργανωτών, υπευθύνων Συνεδριακών χώρων. Ρύθμιση λεπτομερειών, επιβεβαιώσεις.

Έκδοση Δελτίου Τύπου.

b) *Ενέργειες κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου*

Οι ενέργειες αυτές διαρκούν, όσο και το συνέδριο δηλαδή 2-5 ημέρες και σε αυτές εμπλέκονται οι φορείς, οι οργανωτές, οι υπεύθυνοι των συνεδριακών χώρων, οι σύνεδροι και οι συνοδοί τους, οι επίσημοι, οι εισηγητές, το τεχνικό προσωπικό και οι τρίτοι που ενδιαφέρονται για το συνέδριο. Οι ενέργειες αυτές περιλαμβάνουν :

- Υποδοχή συνέδρων, συνοδών, επισήμων και VIP's.
- Διανομή φακέλων στους συνέδρους.
- Διαδικασίες Check in και ιδιαίτερες διαδικασίες εγγραφής και πληρωμής όταν οι σύνεδροι πληρώνουν για τη συμμετοχή τους στο συνέδριο.
- Δεξίωση υποδοχής.
- Τελετή έναρξης συνεδρίου.
- Χαιρετισμοί.
- Εισηγήσεις ή εκδηλώσεις κατά την διεξαγωγή του συνεδρίου.
- Coffee breaks κατά τη διάρκεια των συνεδρίων.
- Γεύματα - δείπνα (ανάλογα με πρόβλεψη) και λοιπές επισιτιστικές υπηρεσίες.
- Γραμματειακή υποστήριξη.
- Εφαρμογή των προγραμμάτων της τουριστικής επένδυσης του συνεδρίου για τους συνέδρους και τους συνοδούς τους.
- Συνεχής έλεγχος σωστής λειτουργίας εγκαταστάσεων και εξοπλισμού.

- Παροχή υπηρεσιών διερμηνείας.
- Δημοσιογραφική και τηλεοπτική κάλυψη – Αναμνηστικές φωτογραφίες.

c) Μετασυνεδριακές ενέργειες

Οι ενέργειες αυτές διαρκούν 7-30 ημέρες, γίνονται από τους φορείς, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών χώρων και περιλαμβάνουν :

- Τελετή πέρατος Συνεδρίου – Δεξίωση αποχαιρετισμού.
- Αναχώρηση συνέδρων.
- Διαδικασίες check out.
- Αποκατάσταση χώρων – Επιστροφή εξοπλισμού (σε περίπτωση ενοικίασής του).
- Αξιολόγηση συνεδρίου. Η αξιολόγηση γίνεται από τους φορείς, οργανωτές και υπευθύνους συνεδριακών χώρων χωριστά ή σε κοινή σύσκεψη όπου εξετάζονται οι αδυναμίες και οι παραλείψεις, οι δυσλειτουργίες του εξοπλισμού, η μη ικανοποιητική απόδοση του προσωπικού, οι αδυναμίες της διοίκησης αλλά και οι θετικές απόψεις των θεμάτων αυτών και εξάγονται συμπεράσματα, διατυπώνονται προτάσεις και υπολογίζονται ευθύνες. Πολλές φορές αποστέλλονται ερωτηματολόγια στους συνέδρους με επιστολές και απαντητικά έντυπα και παρακαλούνται να εκφράσουν τη γνώμη τους για το συνέδριο γενικώς και για την ποιότητα των συνεδριακών υπηρεσιών.
- Οικονομικές ρυθμίσεις και λογιστικοί έλεγχοι.
- Απόδοση λογαριασμού – Αποπληρωμές.
- Ανταλλαγή ευχαριστηρίων επιστολών.

3.6 Οι λειτουργίες διαδικασίας προετοιμασίας και διεξαγωγής συνεδρίων

3.6.1 Το management και ο ρόλος του

Ένα συνέδριο συνδυάζει την παροχή όλων των προσφερόμενων από το ξενοδοχείο υπηρεσιών. Κατά συνέπεια, είναι μεγάλη η αναλογία του σωστού προγραμματισμού και συντονισμού όλων των απαραίτητων λειτουργιών.

Είναι πιθανόν, αυτός που διαπραγματεύθηκε και τέλος «αγόρασε» για λογαριασμό του ξενοδοχείου το συνέδριο, να μην είναι το ίδιο πρόσωπο με αυτό που θα ασχοληθεί με τη διεξαγωγή του.

Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, που ένα σημαντικό μέρος της πελατείας τους αποτελείται από συνέδρια, έχουν υπεύθυνο συντονιστή της προετοιμασίας και διεξαγωγής τους. Αυτό είναι ο διευθυντής συνεδρίων (convention service Mgr.) που συνήθως αναφέρεται στο γενικό διευθυντή της μονάδας και επικοινωνεί έχοντας όλη την απαραίτητη συνεργασία με τα λειτουργικά τμήματα που εμπλέκονται (κρατήσεις, υποδοχή, υπνοδωμάτια, τμήματα επισιτισμού, δεξιώσεων κλπ.).

Σε μεσαίου μεγέθους μονάδες, ή γενικά στα ξενοδοχεία εκείνα που σπάνια διενεργούνται συνέδρια, ο διευθυντής δεξιώσεων είναι ο πιο αρμόδιος από τα στελέχη για να ασχοληθεί με την προετοιμασία και διεξαγωγή τους. Άλλοτε, ένας μόνιμος συνεργάτης του έχει τον τίτλο του υπεύθυνου των συνεδρίων και εκχωρείται σε αυτόν κάθε σχετική αρμοδιότητα.

Σε μικρότερες μονάδες, με μικρό κύκλο εργασιών συνεδριακής πελατείας και με δυνατότητες μόνο για μικρά συνέδρια (μέχρι τριάντα άτομα, κυρίως συνεδριάσεις Δ.Σ., κλπ.), ο Maire d' Hotel με τη βοήθεια του διευθυντή του ξενοδοχείου αναλαμβάνει την όλη προετοιμασία και διεξαγωγή της.

Η επικοινωνία με τα τμήματα του ξενοδοχείου που εμπλέκονται στο συνέδριο, θα πρέπει να αρχίσει πολύ πριν τη διεξαγωγή του. Εσωτερικές συσκέψεις βοηθούν στο να καλυφθούν όλα τα σχετικά θέματα στην παραμικρή τους λεπτομέρεια.

Από τη στιγμή που με μια επιστολή ή με ένα ιδιωτικό συμφωνητικό «κλείστηκε η δουλειά» και μέχρι την αξιολόγηση που γίνεται μετά το τέλος της διεξαγωγής της, μεσολαβούν ορισμένες απαραίτητες εργασίες. Εργασίες που πρέπει να πραγματοποιηθούν από το στέλεχος που αναλαμβάνει την προπαρασκευή και διεξαγωγή, ανεξάρτητα από το συγκεκριμένο του τίτλο.

Ο «ρόλος» του διευθυντή συνεδρίων – εάν αυτός είναι ο τίτλος του – και μέσα στο διάστημα που οριοθετήθηκε προηγούμενα, περιγράφεται σε οκτώ στάδια. Πιο συγκεκριμένα ο διευθυντής συνεδρίων :

1. Παραλαμβάνει τη σχετική αλληλογραφία με τον πελάτη, καθώς και το ιδιωτικό συμφωνητικό που έχει υπογραφεί. Ελέγχει για τυχόν ασάφειες,
2. Πραγματοποιεί την καταγραφή του συνεδρίου στο βιβλίο «εκδηλώσεων – συνεδρίων» και ενδεχομένως συνεργάζεται με τον πωλητή για μεγαλύτερη ενημέρωση,
3. Έρχεται σε επαφή με τους οργανωτές του συνεδρίου και δημιουργεί μαζί τους πνεύμα εμπιστοσύνης και συνεργασίας. Διευκρινίζεται εκεί ασάφειες και κενά που δεν καλύφθηκαν ακόμη.
4. Ενημερώνει γραπτά (υπηρεσιακά σημειώματα, φωτοτυπημένα σχετικά έντυπα) όλα τα συνεργαζόμενα τμήματα. Αρχίζει ο σωστός προγραμματισμός. Αποστέλλονται στα μέλη του φορέα τα σχετικά έντυπα κρατήσεων (με την προϋπόθεση φυσικά ότι οι κρατήσεις των δωματίων θα γίνουν με ευθύνη της μονάδας και όχι μέσω του φορέα που πραγματοποιεί το συνέδριο). Τα έντυπα αυτά, αφού συμπληρωθούν από τους υποψήφιους συνέδρους, θα επιστραφούν και θα επέχουν θέση εντολής κράτησης.
5. Συγκαλεί εσωτερικές συσκέψεις με τους υπεύθυνους των τμημάτων που θα συνεργαστούν για τη διεξαγωγή. Εκεί ρυθμίζονται κενά που δεν καλύφθηκαν από την εσωτερική αλληλογραφία.
6. Προσκαλεί τους οργανωτές ή και τους εκπροσώπους του φορέα, σε κοινή σύσκεψη λίγες ημέρες πριν από την έναρξη του συνεδρίου. Σε αυτήν συμμετέχουν και οι υπεύθυνοι των τμημάτων, όπου

επαναλαμβάνεται – επιβεβαιώνεται η όλη προετοιμασία στη λεπτομέρεια της.

7. Επιβλέπει, παρακολουθεί και ελέγχει κατά τη διάρκεια του συνεδρίου, έτοιμος να προλάβει κάθε δυσάρεστη εξέλιξη.
8. Ρυθμίζει σε συνεργασία (όπως και στο στ) μετά τη διεξαγωγή, θέματα τελικής χρέωσης. Γνωρίζει επίσης ότι ο ικανοποιημένος πελάτης είναι πολύ πιθανόν να προτιμήσει ξανά τη μονάδα.

Είναι σαφές, ότι ορισμένα από τα στάδια αυτά συμπυκνώνονται, ή δεν υπάρχουν καθόλου σε ορισμένες περιπτώσεις. Ο χειρισμός και η προετοιμασία που απαιτείται για δύο διαφορετικά συνέδρια είναι μεγάλη. Όσο μεγάλη μπορεί να είναι και η διαφορά μεταξύ ενός διεθνούς συνεδρίου, με την αιγίδα της Ε.Ο.Κ, που κλείστηκε 16 χρόνια πριν, για 750 συνέδρους και θα διαρκέσει 8 ημέρες, από μια σύσκεψη 30 στελεχών από την «ΠΕΙΡΑΪΚΗ ΠΑΤΡΑΪΚΗ» και θα διαρκέσει 2 ημέρες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4ο

Η ΠΟΡΕΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΠΑΡΚΟΣΕΜΟΣ

4.1 Γενικά

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζεται η πορεία του Συνεδριακού Τουρισμού σε παγκόσμιο επίπεδο. Συγκεκριμένα αναφέρονται στοιχεία από την έρευνα της UIA (Union of International Associations – Σύνδεσμος Πελατών Συνεδριακών Υπηρεσιών) που έγινε το 1994.

Επίσης αναλύονται στοιχεία της έρευνας που διεξήχθη από την ICCA (International Conference and Congress Association – Διεθνής Ένωση Συνεδριών και Σεμιναρίων) και δημοσιεύθηκε στο περιοδικό «Business και Τουρισμός», στο τεύχος Σεπτεμβρίου 1998. Γίνεται αναφορά στην εξέλιξη του Συνεδριακού Τουρισμού παγκοσμίως την περίοδο 1995-1998.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι έρευνες ανάλογου περιεχομένου είναι ελάχιστες, λόγω της δυσχέρειας που υπάρχει στην συγκέντρωση στατιστικών στοιχείων για τον Συνεδριακό Τουρισμό στις χώρες που λαμβάνουν μέρος σε αυτές τις έρευνες.

4.2 Παγκόσμια κατάταξη διεθνών και εθνικών συνεδρίων το έτος 2000

Πίνακας 1. Παγκόσμια ταξινόμηση των διεθνών και εθνικών συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν το 2000.

ΗΠΕΙΡΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ
ΕΥΡΩΠΗ	58,95%	49,75%	9,20%
Β. ΑΜΕΡΙΚΗ	14,75%	11,95%	2,80%
ΑΣΙΑ	13,15%	10,12%	3,03%
Ν. ΑΜΕΡΙΚΗ	5,57%	4,60%	0,97%
ΑΦΡΙΚΗ	5,23%	4,92%	0,31%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	2,35%	2,06%	0,29%
ΣΥΝΟΛΟ	100,00%	83,40%	16,60%

Πίνακας 2. Παγκόσμια ταξινόμηση των εγγεγραμμένων αποκλίσεων περιόδου 1995-2000.

ΗΠΕΙΡΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ
ΕΥΡΩΠΗ	+0,28%	+3,35%	-3,07%
Β. ΑΜΕΡΙΚΗ	+0,49%	+0,64%	-0,15%
ΑΣΙΑ	+0,27%	+0,40%	-0,13%
Ν. ΑΜΕΡΙΚΗ	+0,56%	+0,58%	-0,02%
ΑΦΡΙΚΗ	+0,02%	+0,82%	-0,80%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	+0,24%	+0,25%	-0,01%
ΣΥΝΟΛΟ	+1,86%	+6,04%	-4,18%

Πίνακας 3. Κυριότερες χώρες που φιλοξένησαν διεθνή και εθνικά συνέδρια το 1997 σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΧΩΡΑ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΗΠΑ	8,82%+	2,37%-	11,19%-
ΓΑΛΛΙΑ	6,91%+	1,84%+	8,75%+
ΑΓΓΛΙΑ	5,23%+	1,95%-	7,18%=
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	4,63%+	1,62%-	6,25%+
ΙΤΑΛΙΑ	3,99%+	0,30%-	4,29%=
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	3,15%+	0,74%-	3,89%-
ΒΕΛΓΙΟ	3,03%-	0,32%-	3,35%-
ΑΥΣΤΡΙΑ	2,78%+	0,43%-	3,21%+
ΕΛΒΕΤΙΑ	2,66%+	0,19%-	2,85%-
ΙΣΠΑΝΙΑ	2,39%-	0,34%-	2,73%-
ΚΑΝΑΔΑΣ	2,28%+	0,39%-	2,67%-
ΔΑΝΙΑ	1,76%+	0,13%-	1,89%-
ΙΑΠΩΝΙΑ	1,57%-	0,97%+	2,54%-
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1,39%+	0,13%-	1,52%+
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	1,35%+	0,23%-	1,58%+
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	1,31%+	0,29%+	1,60%+
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1,15%+	0,00%	1,15%+
ΙΝΔΙΑ	1,02%-	0,07%-	1,09%-
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	0,94%+	0,12%=	1,06%-
ΕΛΛΑΔΑ	0,92%+	0,00%	0,92%-
ΣΟΥΗΔΙΑ	0,89%-	0,41%+	1,30%-

Πρέπει να επισημανθεί ότι τα στοιχεία + & - δίπλα σε κάθε ποσοστό υποδηλώνουν τις αλλαγές που έχουν επέλθει σε σχέση με το 1997.

Οι χώρες που έχουν εκτυπωθεί με έντονα γράμματα βρίσκονται σε συνεχή άνοδο στην παγκόσμια κατάταξη.

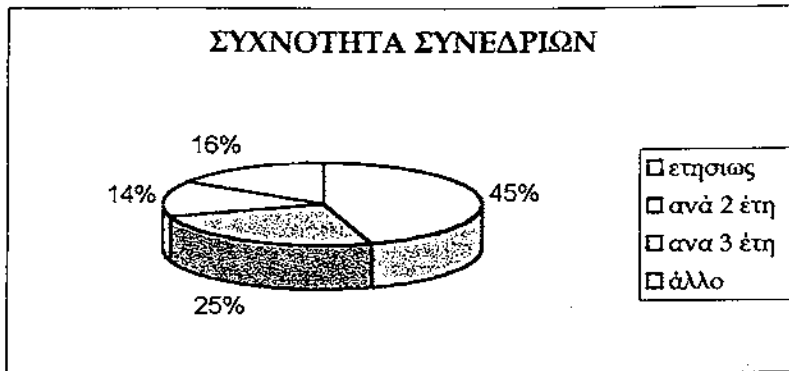
Πίνακας 4. Κυριότερες πόλεις που φιλοξένησαν διεθνή και εθνικά συνέδρια σε παγκόσμιο επίπεδο.

ΠΟΛΗ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΣΥΝΟΛΟ
ΠΑΡΙΣΙ	2,54%+	1,44%-	3,98%-
ΒΙΕΝΝΗ	1,99%+	0,27%+	2,03%+
ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	1,88%+	0,14%-	2,02%+
ΛΟΝΔΙΝΟ	1,70%+	0,58%-	2,28%+
ΓΕΝΕΥΗ	1,32%-	0,06%-	1,64%+
Ν. ΥΟΡΚΗ	1,05%+	0,03%-	1,08%+
ΚΟΠΕΝΧΑΓΗ	1,03%-	0,08%+	1,11%-
ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ	0,99%+	0,25%-	1,24%+
ΣΤΡΑΣΒΟΥΡΓΟ	0,99%+	0,09%-	1,08%+
WASHINGTON	0,91%+	0,14%-	1,05%-
ΒΕΡΟΛΙΝΟ	0,89%-	0,29%+	1,18%-
ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ	0,78%-	0,08%-	0,86%-
ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	0,75%+	0,56%-	1,31%=
ΡΩΜΗ	0,73%-	0,13%+	0,86%-
ΛΙΣΣΑΒΩΝΑ	0,72%+	0,00%	0,72%+
ΜΑΔΡΙΤΗ	0,71%+	0,28%-	0,99%+
ΕΛΣΙΝΚΙ	0,70%+	0,03%+	0,73%+
ΠΡΑΓΑ	0,69%+	0,04%-	0,73%+
ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ	0,63%-	0,04%-	0,67%-
BANGKOK	0,61%+	0,16%+	0,77%+
ΣΕΟΥΛ	0,53%+	0,08%-	0,61%-
HONG-KONG	0,50%-	0,51%-	1,01%-

Τα στοιχεία + και - δίπλα σε κάθε ποσοστό υποδηλώνουν τις αλλαγές που έχουν επέλθει σε σχέση με το 1996.

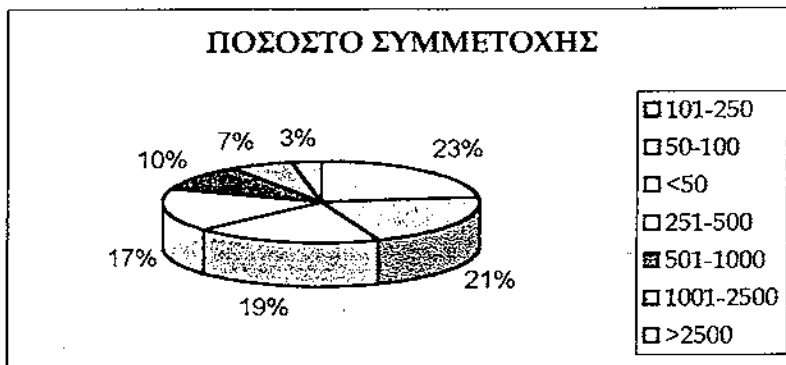
Οι πόλεις που έχουν εκτυπωθεί με έντονα γράμματα βρίσκονται σε συνεχή άνοδο στην παγκόσμια κατάταξη.

4.3 Ανάλυση απαντήσεων έρευνας της UIA



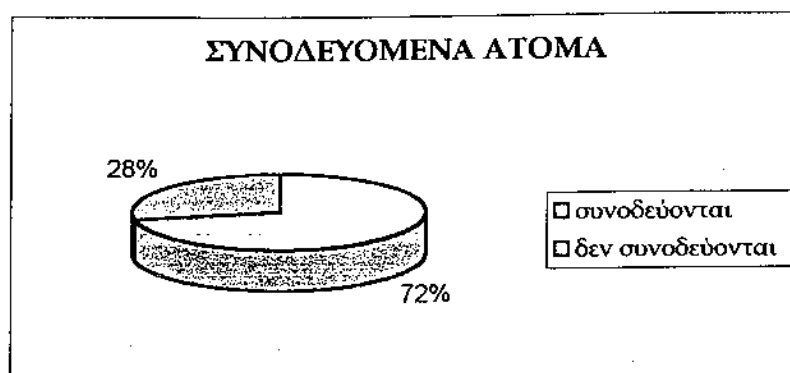
Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει την συχνότητα με την οποία επαναλαμβάνονται οι συναντήσεις συνεδριακού χαρακτήρα από τους διοργανωτές τους.

- 45% επαναλαμβάνονται ετησίως
- 25% επαναλαμβάνονται ανά 2 έτη
- 14% επαναλαμβάνονται ανά 3 έτη
- 16% έχουν συχνότητα που ποικίλει από 4 έως 6 έτη

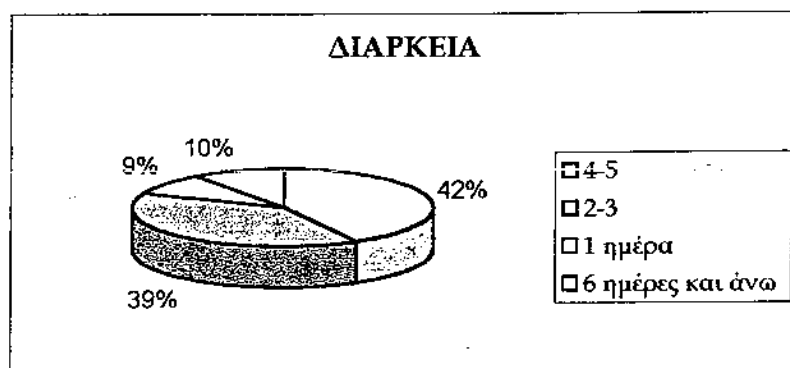


Το ποσοστό συμμετοχής των συνέδρων στις εκδηλώσεις είναι, κατά περίπτωση :

- 23% από 101 έως 250 συνέδροι
- 21% από 50 έως 100 συνέδροι
- 19% λιγότερο από 50 συνέδροι
- 17% από 251 έως 500 συνέδροι
- 10% από 201 έως 1000 συνέδροι
- 6,5% από 1001 έως 2500 συνέδροι
- 3% άνω των 2500 συνέδρων

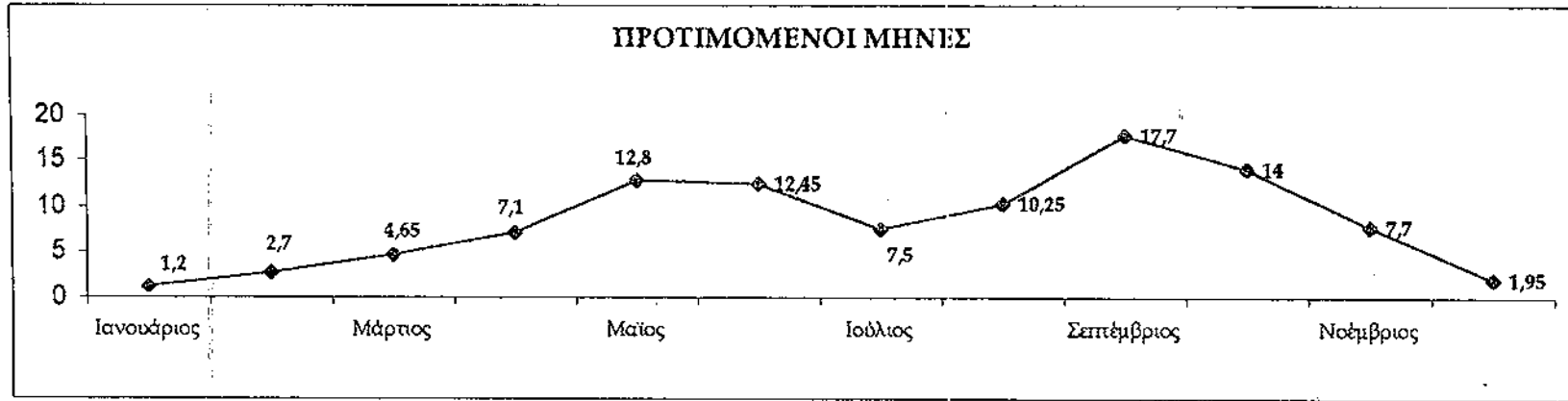


Ο παραπάνω πίνακας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι 72% των συνεδρίων περιλαμβάνει συνοδευόμενα άτομα, ενώ μόλις το 28% των συνεδρίων δεν περιλαμβάνει συνέδρους που συνοδεύονται.



Η διάρκεια ενός συνεδρίου κυμαίνεται συνήθως από μία έως έξι ημέρες. Αναλυτικότερα συμπεραίνουμε ότι :

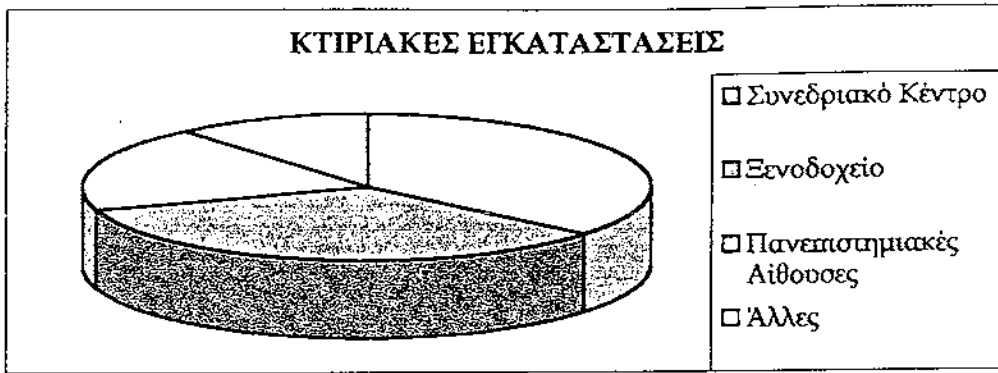
- 42% των συνεδρίων διαρκεί τέσσερις έως πέντε ημέρες
- 39% διαρκεί έως και τρεις ημέρες
- 9% διαρκεί μία ημέρα
- 10% διαρκεί έξι ημέρες και άνω



Αναλύοντας το παραπάνω σχεδιάγραμμα καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι πιο δημοφιλής στις προτιμήσεις των διοργανωτών συνεδρίων, ως προς την επιλογή του χρόνου διοργάνωσής τους, είναι ο μήνας Σεπτέμβριος με ποσοστό 17,7%. Ακολουθεί ο μήνας Οκτώβριος με ποσοστό 14% ενώ οι υπόλοιποι μήνες, κατά σειρά προτίμησης, έχουν ως εξής :

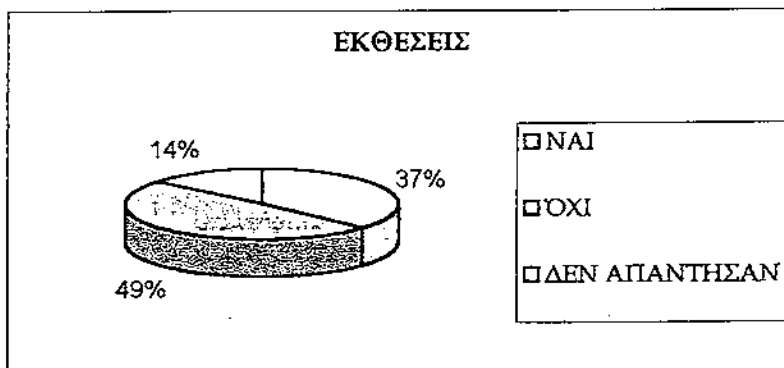
- Μάιος 12,8%
- Ιούνιος 12,45%
- Αύγουστος 10,25%
- Νοέμβριος 7,7%
- Ιούλιος 7,5%
- Απρίλιος 7,1%
- Μάρτιος 4,65%
- Φεβρουάριος 2,7%
- Δεκέμβριος 1,95%

Πηγή : **''Τουρισμός και Οικονομία''**, τεύχος Δεκεμβρίου 2003, σελ. 131

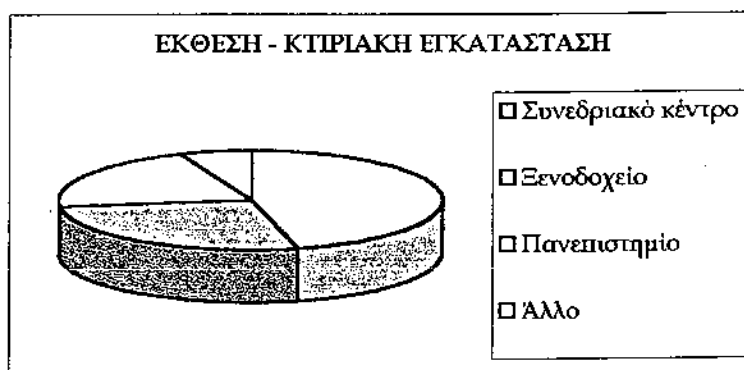


Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει τις προτιμήσεις των διοργανωτών συνεδρίων σε σχέση με την επιλογή του χώρου που θα πραγματοποιηθεί ένα συνέδριο. Αναλυτικότερα συμπεραίνουμε ότι :

- 36% προτιμά τα Συνεδριακά Κέντρα
- 34% προτιμά τις Ξενοδοχειακές Συνεδριακές αίθουσες
- 19% προτιμά τις Πανεπιστημιακές Αίθουσες Συνεδριακού τύπου
- 11% προτιμά διαφορετικές από τις παραπάνω Συνεδριακές εγκαταστάσεις

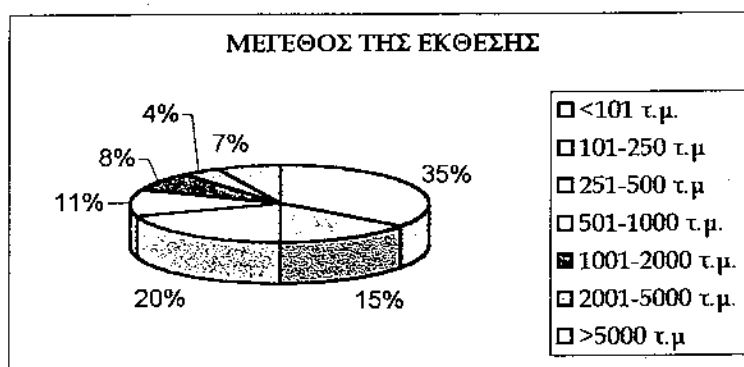


Στην ερώτηση αν τα συνέδρια συνοδεύονται από εκθέσεις, 37% των ερωτηθέντων απάντησε θετικά, 49% απάντησε αρνητικά και 14% δεν έδωσε απάντηση.



Σύμφωνα με τον παραπάνω πίνακα, οι προτιμήσεις των ερωτηθέντων σε σχέση με τον χώρο πραγματοποίησης ενός συνεδρίου, όταν όμως αυτό συνοδεύεται από έκθεση, έχουν ως εξής :

- 46% προτιμά τα Συνεδριακά Κέντρα
- 27% προτιμά τα Ξενοδοχεία
- 21% προτιμά τα Πανεπιστήμια
- 6% προτιμά άλλους χώρους



Ο παραπάνω πίνακας παρουσιάζει την έκταση των εκθέσεων που συνοδεύουν συνήθως τις συνεδριακές εκδηλώσεις. Αξιοσημείωτο είναι ότι το 50% των εκθέσεων καταλαμβάνει χώρο έως 25 τ.μ., γεγονός που ευνοεί την εύρεση συνεδριακών χώρων με δυνατότητα ταυτόχρονης φιλοξενίας εκθέσεων.

Αναλυτικότερα :

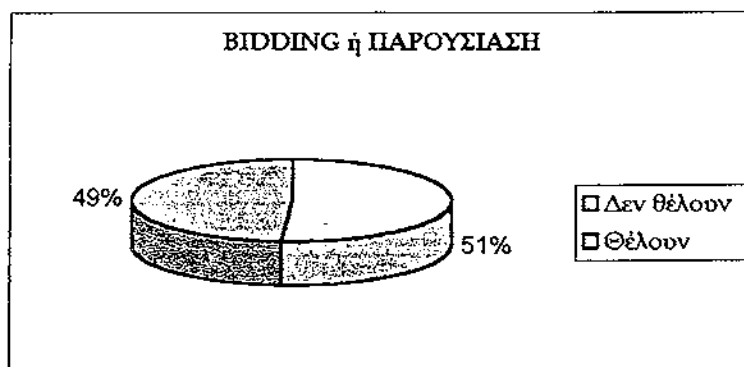
- 35% των εκθέσεων είναι έκτασης λιγότερο των 100 τ.μ.
- 15% των εκθέσεων είναι μεταξύ 101 και 250 τ.μ.
- 20% των εκθέσεων είναι μεταξύ 251 και 500 τ.μ.
- 11% των εκθέσεων είναι μεταξύ 501 και 1000 τ.μ.
- 8% των εκθέσεων είναι μεταξύ 1001 και 2000 τ.μ.

- 4% των εκθέσεων είναι μεταξύ 2001 και 5000 τ.μ.
- 75% των εκθέσεων είναι άνω των 5000 τ.μ.



Στην ερώτηση : "Πόσα χρόνια απαιτούνται για να γίνει η επιλογή του τελικού προορισμού διεξαγωγής ενός συνεδρίου" :

- Το 35% απάντησε < των 2 ετών
- Το 40% απάντησε : 2-3 έτη
- Το 14% απάντησε : 4 έτη
- Το 4% απάντησε : 5 έτη
- Το 7% απάντησε : 6 έτη και άνω



Το 51% των ερωτηθέντων δεν θεωρεί ότι η παρουσίαση του υποψήφιου Συνεδριακού χώρου, εκ μέρους των διοργανωτών, αποτελεί παράγοντα επηρεασμού τους για την επιλογή τους. Αντιθέτως, το 49% απαιτεί την προβολή του υποψήφιου Συνεδριακού χώρου.

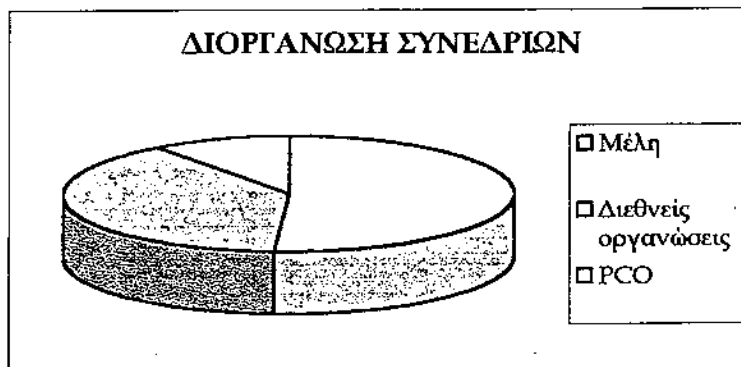
ΤΕΛΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

Το ερώτημα που τέθηκε σχετικά με το ποιός αποφασίζει για την επιλογή του τελικού προορισμού, έχει δύο υποερωτήματα :

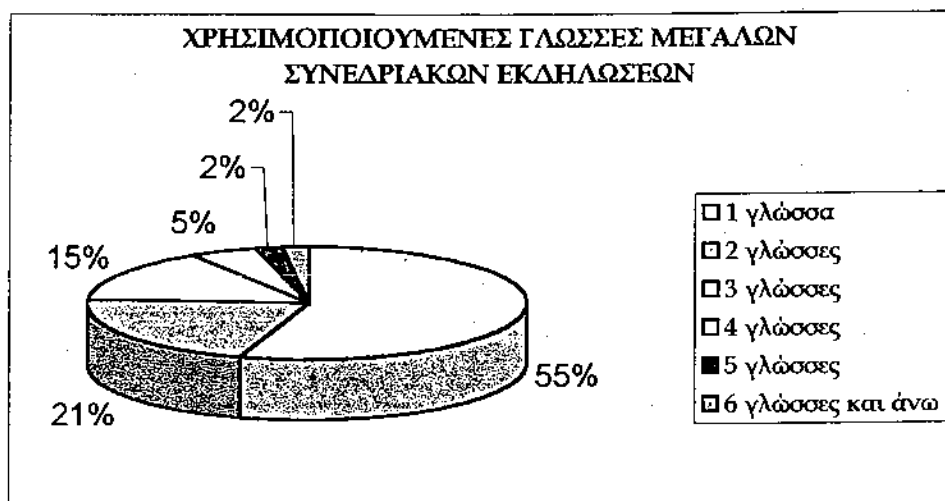
- i. ' ' Ποιός κάνει την πρόταση ;
- ii. Ποιός παίρνει την τελική απόφαση' ' ;

Παρακάτω γίνεται ανάλυση των απαντήσεων που συγκεντρώθηκαν :

ΠΡΟΤΑΣΗ		ΑΠΟΦΑΣΗ
31,5%	ΣΥΜΒΟΥΛΙΟ	49,1%
27,8%	ΓΕΝΙΚΗ ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ	6,65%
17,1%	ΠΡΟΕΔΡΟΣ	10,25%
8,55%	ΓΕΝΙΚΗ ΣΥΝΕΛΕΥΣΗ	23,70%
7,85%	ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ	5,05%
7,65%	ΑΛΛΟΙ	5,25%

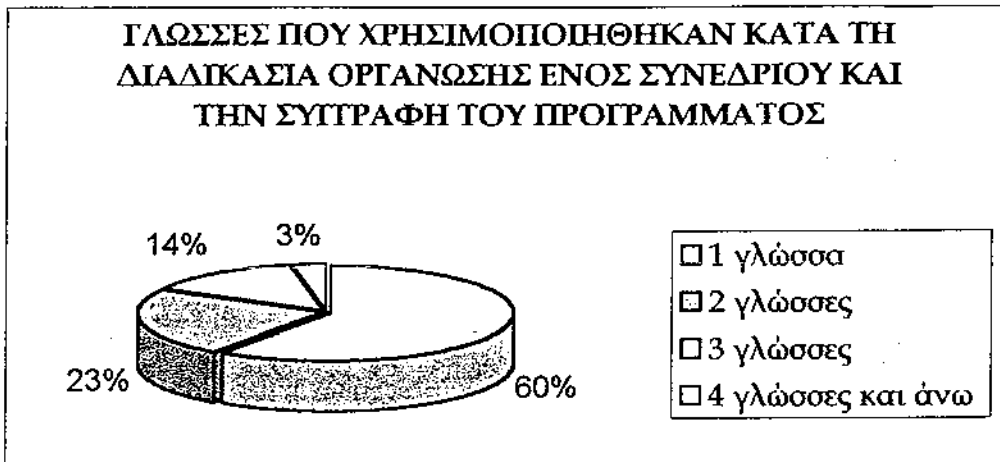


Συμφωνά με τον παραπάνω πίνακα, η πλειοψηφία των συνεδριακών εκδηλώσεων (51%), διοργανώνεται από τα μέλη τους, 39% διοργανώνονται από διεθνείς οργανώσεις ενώ μόνο 10% των εκδηλώσεων διοργανώνεται από Επαγγελματίες Διοργανωτές Συνεδρίων (PCO – Professional Congress Organizer).



Από τον παραπάνω πίνακα συμπεραίνουμε ότι η πλειοψηφία των συνεδρών (55%) χρησιμοποιεί μια γλώσσα για την γραπτή και προφορική επικοινωνία τους κατά την διάρκεια μιας μεγάλης συνεδριακής εκδήλωσης.

- 21% χρησιμοποιεί δύο γλώσσες
- 15% χρησιμοποιεί τρεις γλώσσες
- 5% χρησιμοποιεί τέσσερις γλώσσες
- 2% χρησιμοποιεί πέντε γλώσσες
- 2% χρησιμοποιεί έξι γλώσσες και άνω



Σύμφωνα με την έρευνα, κατά την συγγραφή του προγράμματος ενός συνεδρίου και την διαδικασία οργάνωσής τους, χρησιμοποιούνται συνήθως μία έως έξι γλώσσες.

- Μια γλώσσα χρησιμοποιεί το 60%
- Δύο γλώσσες χρησιμοποιεί το 23%
- Τρεις γλώσσες χρησιμοποιεί το 14%
- Τέσσερις γλώσσες και άνω χρησιμοποιεί το 3%

4.4 Ανάλυση έρευνας της ICCA

Η Ελλάδα είναι πράγματι, μια ιδανική χώρα. Η σπάνια γεωγραφική της θέση, το κλίμα της, ο πλούτος των διάσπαρτων αρχαιοτήτων, η ιστορική της σχέση με τις τέχνες και τις επιστήμες, δυνατότητα σε πολλές περιοχές της Ελλάδας να εξασφαλισθεί μεγάλος αριθμός ξενοδοχειακών κλινών σε πολύ μικρή ακτίνα από το συνεδριακό κέντρο.

Πολλοί διαχρονικοί παράγοντες που συνδέουν ιστορικά την Ελλάδα με πληθώρα επαγγελμάτων. Το όνειρο κάθε γιατρού, απ' όλο τον κόσμο είναι να επισκεφθεί την Κω, την γενέτειρα του Ιπποκράτη, κάθε νομικού, τον Άρειο Πάγο στην Πνύκα, κάθε αθλητή, την Αρχαία Ολυμπία και τόσα άλλα.

Σύμφωνα, όμως με τις διεθνείς στατιστικές η χώρα μας βρίσκεται στις τελευταίες θέσεις ανά τον κόσμο από άποψη προσέλκυσης διεθνών συνεδρίων.

Τι διαστάσεων είναι τα διεθνή συνέδρια όμως ; Το μικρότερο από αυτά ξεκινά με το λιγότερο χίλια άτομα, το μεσαίου μεγέθους

περιλαμβάνει γύρω στα 10-15.000 άτομα και το μεγαλύτερο μπορεί να φτάνει τις 100.000 άτομα. Βεβαίως, οι μεγάλοι αυτοί αριθμοί αφορούν κυρίως τις ΗΠΑ, ενώ σε αυτά τα νούμερα δεν υπολογίζονται τα συνοδά πρόσωπα, οι συνεργάτες δηλαδή αυτών που συμμετέχουν στο συνέδριο. Επομένως, τα οικονομικά οφέλη είναι ορατά και άμεσα.

Σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της Διεθνούς Ένωσης Συνεδρίων και Σεμιναρίων (ICCA), η Ευρώπη παραμένει ο πιο σημαντικός προορισμός στον κόσμο, αν και τελευταία η Ασία παρουσιάζει μια σταθερή άνοδο και ήδη φιλοξενεί διπλάσιο αριθμό διεθνών συνεδρίων από ότι η Βόρεια Αμερική. Μόνο, όμως, το 6% των εδρών των διεθνών οργανισμών έχουν έδρα την Ασία, ενώ η Β. Αμερική κατέχει το 20%. Τα πράγματα είναι πολύ πιο ξεκάθαρα σε επίπεδο χωρών. Κατά την διάρκεια του χρόνου που μας πέρασε, οι Ηνωμένες Πολιτείες, η Γαλλία και η Ιαπωνία, έχασαν ένα μεγάλο μερίδιο της αγοράς. Ο αριθμός των διεθνών συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν στη Δανία μειώθηκε δραματικά : από 101 συνέδρια το 1996 σε 58 το 1997. Στην Αυστρία ο αριθμός των συνεδρίων έπεσε από 87 το 1996, σε 55 το 1997, όπως και στην Ουγγαρία από 68 σε 29. Η Μεγάλη Βρετανία διατηρεί σταθερά τη δεύτερη θέση, καθώς και η Αυστραλία την τρίτη.

ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΑΝΑ ΧΩΡΑ

1. Η.Π.Α.	197	190	148
2. Ηνωμένο Βασίλειο	176	159	147
3. Αυστραλία	78	118	118
4. Γερμανία	118	119	107
5. Ισπανία	110	114	103
6. Ολλανδία	140	124	102
7. Γαλλία	141	125	98
8. Ιταλία	114	112	93
9. Ιαπωνία	132	118	82
10. Φινλανδία	63	83	68
11. Καναδάς	72	64	64
12. Δανία	79	101	58
13. Σουηδία	57	66	58
14. Βέλγιο	62	66	57
15. Νορβηγία	49	46	57
16. Αυστρία	80	87	55
17. Ελβετία	51	62	44
18. Ελλάδα	30	38	43
19. Ταϊλάνδη	20	21	42
20. Χονγκ Κονγκ	35	45	42
21. Βραζιλία	37	25	39
22. Ισραήλ	58	72	37
23. Κορέα	24	34	36
24. Νότια Αφρική	22	31	32
25. Πορτογαλία	28	37	31
26. Ουγγαρία	45	68	29
27. Τσεχία	39	30	29
28. Εθνικιστική Κίνα	14	17	26
29. Μαλαισία	15	28	24
30. Ιρλανδία	28	27	24
31. Μεξικό	20	24	23
32. Ινδία	15	16	22
33. Τουρκία	23	18	21

34. Σιγκαπούρη	46	26	19
35. Αργεντινή	23	13	19
36. Ινδονησία	24	25	18
37. Κίνα	39	31	18
38. Ισλανδία	10	14	17
39. Πολωνία	17	16	15
40. Σλοβενία	10	6	13
41. Φιλιππίνες	17	18	11
42. Κούβα	3	2	9
43. Χιλή	15	5	8
44. Μαρόκο	7	5	7
45. Νέα Ζηλανδία	11	9	7
46. Πουέρτο Ρίκο	4	2	6
47. Ρουμανία	3	7	6
48. Σλοβακία	5	8	6
49. Κολομβία	10	3	5
50. Βενεζουέλα	5	10	5
51. Άλλες	169	131	92
Σύνολο Συνεδρίων	2.590	2.616	2.240

Οι πόλεις που συγκεντρώνουν το μεγαλύτερο αριθμό συνεδρίων, εναλλάσσονται στην πρώτη θέση σχεδόν κάθε χρόνο.

Η Κοπεγχάγη έπεσε από την κορυφή και μοιράζεται την τρίτη θέση με το Λονδίνο ενώ την πρωτιά παίρνει η Βαρκελώνη την οποία ακολουθεί το Σινδεϋ. Η Αγγλία και η Αυστραλία είναι οι μόνες χώρες που έχουν παραπάνω από μια πόλεις τους, στις 14 πρώτες στον κόσμο.

Σε ερώτηση της ICCA προς τους οργανωτές συνεδρίων αναφορικά με τους συνεδριακούς χώρους που προτιμούσαν στο μέλλον, το 40% από αυτούς προτίμησε τα συνεδριακά κέντρα, το 28% τα πανεπιστήμια και το 26% τα ξενοδοχεία.

Στην πραγματικότητα, όμως, το 51% των συνεδρίων γίνονται σε συνεδριακά Κέντρα, το 22% σε ξενοδοχεία και το 18% σε αίθουσες πανεπιστημίων. Αναφορικά με τα οικονομικά οφέλη των συνεδρίων,

υπολογίζεται ότι ο μέσος όρος συμμετοχής κατ' άτομο, σε ένα διεθνές συνέδριο, είναι 482 δολάρια.

➤ **Σπουδαιότητα**

Τα διεθνή συνεδριακά κέντρα που λειτουργούν στην Ευρωπαϊκή Κοινότητα και γενικότερα στην Ευρώπη, αλλά και τα άλλα ανά τον κόσμο, τα διαχειρίζονται όχι οι ιδιώτες, αλλά φορείς κρατικοί δημοτικοί, οργανισμοί κ.λ.π. Κι αυτό γιατί προάγουν τα συμφέροντά της πόλης.

Τα συνέδρια που οργανώνονται, σε μεγέθη από 500 - 15.000 συμμετοχές, εκτός των συνοδών προσώπων, ενισχύουν πολλαπλασιαστικά την οικονομική και πολιτιστική ζωή της πόλης. Εξυπηρετούν την προβολή της και γενικότερα δίνουν προοπτικές για νέες επιχειρηματικές εγκαταστάσεις, επενδύσεις κλπ. Μέσα από τα συνέδρια προωθούνται οι νέες γνώσεις και ενημερώσεις που αφορούν όλους τους τομείς της παγκόσμιας ζωής.

Γι' αυτό, τα συνεδριακά κέντρα, παράλληλα με τα συνέδρια που οργανώνονται σ' αυτά, στεγάζουν εκθέσεις που αντιστοιχούν στα επαγγελματικά ενδιαφέροντα που έχουν οι μετέχοντες σύνεδροι.

Κι αυτό επαυξάνει την οικονομική σημασία και την προσφορά των συνεδριακών κέντρων στη ζωή της πόλης.

Τα συνεδριακά κέντρα είναι εξειδικευμένες εγκαταστάσεις, με πολλαπλές συνεδριακές αίθουσες και λειτουργούν με διεθνείς προδιαγραφές. Πρόκειται περί κτιριακών εγκαταστάσεων που προβάλλουν την πόλη. Απασχολούν ένα ευρύτατο φάσμα επαγγελματιών και τεχνικών.

Τα διεθνή συνεδριακά κέντρα είναι κτιριακά συγκροτήματα προβολής της ιστορίας της πόλης.

4.5. Διεθνείς συναντήσεις και διοργανώσεις

Οι συναντήσεις, οι οποίες λαμβάνονται υπόψη στα παρακάτω στατιστικά στοιχεία διοργανώνονται ή γίνονται με τη χορηγία διεθνών οργανώσεων, οι οποίες βρίσκονται στο διεθνή κατάλογο "Yearbook of

International organizations''. Οι συναντήσεις συμπεριλαμβάνονται στο ημερολόγιο ''International Congress Calendar'', καθώς επίσης και ορισμένες εθνικές συναντήσεις στις οποίες υπάρχουν διεθνείς συμμετοχές και διοργανώνονται από εθνικούς οργανισμούς ή από διεθνείς ενώσεις. Ειδικά αυτές οι τελευταίες πρέπει να πληρούν τις παρακάτω προδιαγραφές :

- Ελάχιστος αριθμός συμμετεχόντων : 300
- Ελάχιστος αριθμός αλλοδαπών : 40%
- Ελάχιστος αριθμός εθνικοτήτων που συμμετέχουν : 5
- Ελάχιστη διάρκεια : 3 ημέρες

Πίνακας 5. Κατάταξη συνεδρίων ανά ήπειρο για το 2000

ΣΕΙΡΑ	ΗΠΕΙΡΟΣ	ΣΥΝΟΛΟ	ΔΙΕΘΝΗ ΣΥΝΕΔΡΙΑ	ΕΘΝΙΚΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ
1.	ΕΥΡΩΠΗ	56,85%	47,76%	9,09%
2.	Β. ΑΜΕΡΙΚΗ	15,81%	12,10%	3,71%
3.	Ν. ΑΜΕΡΙΚΗ	13,46%	9,82%	3,64%
4.	ΑΦΡΙΚΗ	4,95%	4,17%	0,78%
5.	ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	4,26%	3,02%	1,24%
6.	ΣΥΝΟΛΟ	100%	81,03%	18,97%

Πίνακας 6. Ποσοστό συνεδρίων σε σχέση με το μέγεθος του συνεδρίου

	2000	1999	1998
Λιγότεροι από 100	12,78%	11,45%	14,65%
Από 100 – 500	54,70%	57,16%	61,22%
Από 501 – 1.000	17,17%	15,09%	14,47%
Από 1.001 – 3.000	11,21%	9,95%	9,36%
Πάνω από 3.000	4,24%	3,14%	3,50%

Η συνολική κατάσταση του 2000 παρουσιάζει μια αύξηση στον αριθμό των διεθνών συναντήσεων που έγιναν παγκοσμίως σε 184 διαφορετικές χώρες.

Περίπου 9.500 διεθνείς συναντήσεις συμπεριλήφθηκαν σε αυτή την καταμέτρηση σε συμφωνία με τα παραπάνω κριτήρια. Η συγκεκριμένη καταμέτρηση αντιπροσωπεύει σχεδόν το 79,3% του συνολικού αριθμού συναντήσεων, οι οποίες πραγματοποιήθηκαν σε ολόκληρο τον κόσμο. Το υπόλοιπο ποσοστό των 20,7% εξαιρέθηκε από την καταμέτρηση λόγω του ότι δεν πληρούσε τα προαναφερόμενα κριτήρια.

Σε σύγκριση με το 1999, η συνολική αύξηση που καταγράφηκε το 2000 πλησιάζει το 2,97%. Σε επίπεδο διεθνών συναντήσεων είναι της τάξης του 1,86%, ενώ των εθνικών συναντήσεων με διεθνείς συμμετοχές είναι της τάξης του 1,11%.

Σε επίπεδο περιοχών, η πορεία καταγράφηκε ως εξής :

- ♣ Ευρώπη : 2,04%
- ♣ Βόρεια Αμερική : 1,54%
- ♣ Αυστραλία : 0,58%
- ♣ Ασία : 0,22% (σημειώθηκε μείωση του ποσοστού αύξησης σε σχέση με το 97)
- ♣ Νότια και Κεντρική Αμερική : 0,36% (σημειώθηκε μείωση του ποσοστού αύξησης σε σχέση με το 97).
- ♣ Αφρική : 0,61% (σημειώθηκε μείωση του ποσοστού αύξησης σε σχέση με το 97).

Όπως υποδηλώνεται από τα παραπάνω, το 2000 σε σχέση με το 1999 φαίνεται ότι η σημαντικότερη ανάπτυξη παρουσιάστηκε στην Ευρώπη και στη Βόρεια Αμερική, ενώ τάσεις ανόδου σταθεροποιούνται στην Αυστραλία. Οι υπόλοιπες περιοχές παρουσιάζουν μείωση.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι το ποσοστό της αύξησης στην Ευρώπη βρίσκεται σε σταθερή μείωση από το 1993 με εξαίρεση τη χρονιά του 2000 που παρουσιάστηκε μια μικρή αύξηση σε σχέση με αυτή του 1999 κατά 0,34%.

2000	1999	1998	1997	1996	1995	1994	1993
56,85%	56,51%	57,85%	58,61%	58,59%	59,76%	61,42%	62,30%

Πίνακας 7. *Αύξηση συνεδρίων 1998/1997*

ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	ΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ
ΗΠΑ	12,53%	1
ΑΓΓΛΙΑ	6,78%	3
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	5,87%	4
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	3,55%	7
ΒΕΛΓΙΟ	3,23%	8
ΑΥΣΤΡΙΑ	2,98%	10
ΣΟΥΗΔΙΑ	1,98%	14
ΚΙΝΑ	1,86%	15
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	1,76%	17
ΙΝΔΙΑ	1,28%	20
Ν. ΑΦΡΙΚΗ	1,21%	22
ΙΣΡΑΗΛ	1,02%	24
ΡΩΣΙΑ	1,01%	25

Το 52,59% του συνολικού αριθμού των συνεδρίων που οργανώθηκαν παγκοσμίως έλαβε χώρα στις δέκα μεγαλύτερες χώρες του κόσμου, ενώ το 71,49% στις είκοσι μεγαλύτερες χώρες του κόσμου, ενώ οι αντίστοιχες τιμές για το 1997 ήταν 50,91% και 69,25%.

Πίνακας 8. *Μείωση συνεδρίων 2000/1999*

ΧΩΡΑ	ΠΟΣΟΣΤΟ ΕΠΙ ΤΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ	ΘΕΣΗ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ
ΓΑΛΛΙΑ	6,88%	2
ΙΤΑΛΙΑ	4,00%	5
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	3,60%	6
ΙΣΠΑΝΙΑ	3,17%	9
ΙΑΠΩΝΙΑ	2,51%	11
ΚΑΝΑΔΑΣ	2,42%	12
ΕΛΒΕΤΙΑ	2,35%	13
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	1,80%	16
ΔΑΝΙΑ	1,56%	18
ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	1,38%	19
ΕΛΛΑΔΑ	1,08%	23

Το 2000 τα στατιστικά στοιχεία ανά χώρα σε σχέση με εκείνα του 1999 παρουσιάζουν ότι στη Νορβηγία η αύξηση παρέμεινε σταθερή με ποσοστό επί του συνόλου 1,23%.

Πίνακας 9. Αριθμός συνεδρίων ανά πόλη

ΠΟΛΗ	1998	ΠΟΛΗ	1999
ΠΑΡΙΣΙ	2,60%-	N. ΥΟΡΚΗ	0,97%=-
ΛΟΝΔΙΝΟ	2,11%-	ΡΩΜΗ	0,92%-
ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ	1,95%-	SIDNEY	0,85%-
ΒΙΕΝΝΗ	1,93%=-	ΣΤΡΑΣΒΟΥΡΓΟ	0,84%-
ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ	1,44%+	ΕΛΣΙΝΚΙ	0,84%=-
ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ	1,38%-	ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ	0,83%+
ΓΕΝΕΥΗ	1,14%-	ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ	0,80%-
ΒΕΡΟΛΙΝΟ	1,11%+	HONG KONG	0,84%-
ΚΟΠΕΓΧΑΓΗ	1,10%-	ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ	0,78%-
ΛΙΣΑΒΟΝΑ	1,09%+	ΠΡΑΓΑ	0,67%-
ΟΥΑΣΙΓΚΤΟΝ	1,07%-	ΜΟΝΤΡΕΑΛ	0,66%+
ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ	1,03%+	ΙΕΡΟΥΣΑΛΗΜ	0,63%+
ΜΑΔΡΙΤΗ	1,01%+		

Αν η ταξινόμηση γίνει ανά πόλη, βλέπουμε ότι το 2000 στις δέκα μεγαλύτερες πόλεις συγκεντρώθηκε το 15,85% του συνόλου, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό στις προηγούμενες χρονιές ήταν : 1999 - 16,48%, 1998 - 18,07%, 1997 - 18,58%, 1996 - 17,48%, 1995 - 17,70%, 1994 - 19,46% γεγονός το οποίο υποδηλώνει μια «αποκέντρωση» του συνεδριακού τουρισμού προς τις μικρότερες πόλεις.

Τη χρονιά του 2000 παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση του αριθμού των συνεδρίων στα οποία ο αριθμός των συνέδρων υπερέβαινε τα 1.000 άτομα, της τάξης του 2,50%.

Πίνακας 10. Εποχή διεξαγωγής συνεδρίων για το έτος 1998

ΣΕΙΡΑ	ΜΗΝΑΣ	ΠΟΣΟΣΤΟ
12	Ιανουάριος	2,72%-
10	Φεβρουάριος	3,49%-
7	Μάρτιος	6,63%+
8	Απρίλιος	6,43%-
4	Μάιος	9,49%-
3	Ιούνιος	11,35%-
9	Ιούλιος	6,41%-
6	Αύγουστος	6,81%-
1	Σεπτέμβριος	14,11%+
2	Οκτώβριος	12,69%+
5	Νοέμβριος	8,35%-
11	Δεκέμβριος	3,10%-

Οι καλύτεροι μήνες κατά το έτος 2000 για την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, σύμφωνα με τον πίνακα που προηγήθηκε απεδείχθησαν οι Σεπτέμβριος, Οκτώβριος, Νοέμβριος, Μάιος και Ιούνιος, οι οποίοι συγκέντρωσαν συνολικά ποσοστό μεγαλύτερο του 46% επί του συνόλου. Ο χειρότερος μήνας για τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου ήταν ο Ιανουάριος, ενώ οι μήνες Αύγουστος, Ιούλιος, Μάρτιος και Απρίλιος ήταν πάνω – κάτω στα ίδια επίπεδα.

Τα τελευταία χρόνια τα σύγχρονα ηλεκτρονικά μέσα έχουν τεθεί στην υπηρεσία των συνεδρίων.

Μελλοντικά σύμφωνα με τους ειδικούς η νέα μορφή "ηλεκτρονικών συναντήσεων" μέσω Internet, ενδέχεται να επιφέρει πλήγμα στο συνεδριακό τουρισμό, δεδομένου ότι οι συνέδροι δεν θα χρειάζεται να μετακινούνται από τον τόπο διαμονής τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5ο
ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

5.1 Θεσμικό Πλαίσιο

Όλα τα αφορώντα τα Συνεδριακά Κέντρα καθορίστηκαν με την υπ' αριθμό 23908/9/4/91 Κοινή Υπουργική Απόφαση που δημοσιεύτηκε στο υπ' αριθμό 208 φύλλο της Εφημερίδας της Κυβέρνησης, τεύχος Β και συμπληρώθηκε με διόρθωση που δημοσιεύτηκε στο ΦΕΚ 298/τεύχος Β/8.5.91.

Η παραπάνω απόφαση καθορίζει τις προδιαγραφές ανέγερσης Συνεδριακών Κέντρων για την υπαγωγή τους στο καθεστώς κινήτρων του Ν. 1832/90 και περιέχει τα εξής Κεφάλαια :

1. Στόχοι
2. Γενικά
 - 2.1 Ορισμός
 - 2.2 Μεγέθη Συνεδριακών Κέντρων.
3. Διαδικασία έγκρισης Συνεδριακών Κέντρων
4. Επιλογή θέσης Συνεδριακών Κέντρων
 - 4.1 Κριτήρια (προδιαγραφές)
 - 4.2 Δικαιολογητικά
5. Κυριοδομικές προδιαγραφές
6. Προδιαγραφές Ηλεκτρομηχανολογικών Εγκαταστάσεων και Εξοπλισμού
7. Δικαιολογητικά Έγκρισης Σχεδίων.

Ολόκληρη η παραπάνω απόφαση ως έχει μαζί με τη διόρθωση της δεν μπορεί να παρατεθεί στο βιβλίο αυτό λόγω της έκτασής της (20 περίπου σελίδες του βιβλίου), είναι όμως διαθέσιμη από το Εθνικό Τυπογραφείο σε κάθε ενδιαφερόμενο.

5.2 Τα υπάρχοντα στη χώρα μας Συνεδριακά Κέντρα και οι λοιποί συνεδριακοί χώροι στα Ξενοδοχεία ή σε άλλες κτιριακές εγκαταστάσεις.

5.2.1 Γενικά

Το σύνολο των Συνεδριακών Κέντρων στη χώρα μας, όσων τουλάχιστον θέλησαν να απογράψουν, ανέρχεται σε 46 και το σύνολο των Ξενοδοχείων που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους ανέρχεται σε 251 με συνολικό αριθμό αιθουσών πάνω από 600. Οι περισσότερες από τις αίθουσες αυτές έχουν χωρητικότητα 50-150 συνέδρων, αρκετές έχουν χωρητικότητα 150-600 συνέδρων, μερικές δεκάδες έχουν χωρητικότητα 600-1000 συνέδρων, ενώ λιγότερες από 10 αίθουσες έχουν χωρητικότητα 1000 και άνω συνέδρων.

Φαίνεται ότι μόνο το 15% των συνεδριακών χώρων βρίσκεται σε Συνεδριακά Κέντρα, που κατά κανόνα είναι Δημόσια, και το 85% βρίσκεται σε Ξενοδοχεία.

Χαρακτηριστικό είναι ότι στη χώρα μας δεν υπάρχουν συνεδριακοί χώροι με μεγάλη χωρητικότητα. Τα πολύ μεγάλα συνέδρια, κατά κανόνα κομματικά, γίνονται στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας και στο Ολυμπιακό Στάδιο που δεν είναι συνεδριακοί χώροι, αλλά προσωρινά εξοπλίζονται για να παρέχουν συνεδριακές εξυπηρετήσεις.

Χαρακτηριστικό επίσης είναι ότι τα Συνεδριακά Κέντρα με χωρητικότητα πάνω από 3000 συνέδρους δεν υπάγονται στις ευεργετικές διατάξεις του Ν. 1892/90 Περί κινήτρων και γι' αυτό το λόγο και ίσως και για άλλους λόγους, το συνεδριακό Κέντρο Αθηνών που σχεδιάστηκε από την αρχή της δεκαετίας του 1990 να γίνει στο Ν. Φάληρο ουδέποτε έγινε.

5.2.2 Το κυριότερα Συνεδριακά Κέντρα

Τα κυριότερα Συνεδριακά Κέντρα στον Ελληνικό χώρο είναι αυτά που φαίνονται στον πίνακα που ακολουθεί.

Ο κατάλογος των Ξενοδοχείων που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους είναι μακρύς. Διατίθεται στους ενδιαφερόμενους από τον ΕΟΤ / Τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων, από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο και περιέχει με όλες τις λεπτομέρειες των χώρων (αίθουσες, ονομασία αιθουσών, διαστάσεις, χωρητικότητα κατά τύπο διευθέτησης χώρων, βοηθητικοί χώροι, λουπές παρεχόμενες υπηρεσίες κλπ.), στους επαγγελματικούς οδηγούς Συνεδρίων.

5.2.3 Εξοπλισμός Συνεδριακών Χώρων

Τα Συνεδριακά Κέντρα, σύμφωνα με την προαναφερθείσα Υπουργική απόφαση για τις προδιαγραφές ανέγερσής τους, (8), είναι αυτοτελή ή συνδυάζονται με Ξενοδοχεία Lux και 5 αστέρων. Αυτό σημαίνει ότι διαθέτουν υποδομή στέγασης, διατροφής, ψυχαγωγίας των συνέδρων εκτός από τη συνεδριακή υποδομή. Το ίδιο συμβαίνει και για τα ξενοδοχεία που έχουν συνεδριακούς χώρους.

Το σημαντικό στην προκειμένη περίπτωση είναι ο πρόσθετος συνεδριακός εξοπλισμός που χρειάζεται για να πραγματοποιηθούν τα συνέδρια. Ο εξοπλισμός αυτός, που πρέπει να βρίσκεται σε κάθε αίθουσα συνεδρίων περιλαμβάνει :

- ⊕ Εγκαταστάσεις σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων.
- ⊕ Εγκαταστάσεις κλιματισμού.
- ⊕ Εγκαταστάσεις ταυτόχρονης μετάφρασης.
- ⊕ Εγκαταστάσεις γραμματειακής υποστήριξης.
- ⊕ Τηλεφωνικές και τηλετυπικές εγκαταστάσεις.
- ⊕ Εγκαταστάσεις διδασκαλίας, επίδειξης και έκθεσης.

Στις εγκαταστάσεις των σύγχρονων οπτικοακουστικών μέσων περιλαμβάνονται τα διάφορα ηχητικά συστήματα, τα μηχανήματα προβολής (διασκόπια, επιδιασκόπια, κινηματογραφικές μηχανές, μηχανήματα προβολής Slides), τα ηλεκτρονικά μηχανήματα (H/Y, Τηλεοράσεις, Video, Ηλεκτρονικοί πίνακες), τα ατομικά ακουστικά μέσα (ακουστικά, μικρόφωνα).

Ιδιαίτερη σημασία για τα διεθνή συνέδρια έχει ο εξοπλισμός των συνεδριακών χώρων με εγκαταστάσεις ταυτόχρονης μετάφρασης που περιγράφονται λεπτομερώς στην Υπουργική απόφαση 239087/91 και στο πρότυπο 2603 του Διεθνούς Οργανισμού τυποποίησης (ISO).

Ο παραπάνω εξοπλισμός είναι δυνατό να είναι μόνιμα εγκαταστημένος στους συνεδριακούς χώρους ή και να μεταφέρεται από χώρο σε χώρο, ή και να ενοικιάζεται από επιχειρήσεις που εμπορεύονται τα διάφορα οπτικοακουστικά μέσα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6ο

ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

6.1 Οι αδυναμίες του Συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας

Σαν κυριότερες αδυναμίες του Συνεδριακού Τουρισμού στη χώρα μας μπορούν να αναφερθούν οι παρακάτω :

1. Η χώρα μας δεν μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα Συνέδρια γιατί δεν υπάρχει Συνεδριακό Κέντρο κωρητικότητας πάνω από 2000 συνέδρους και όπως ήδη αναφέρθηκε τα συνέδρια μεγαλύτερου μεγέθους γίνονται σε άλλους χώρους (Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, Ολυμπιακό Στάδιο) που εξοπλίζονται προσωρινά για να λειτουργήσουν σαν συνεδριακοί χώροι.
2. Οι γνωστές τουριστικές αδυναμίες της χώρας μας (χαμηλής ποιότητας τουριστικές υπηρεσίες, κακές συγκοινωνίες, υποβαθμισμένοι κόμβοι συγκοινωνιών κλπ.) επιδρούν δυσμενώς στην ανάπτυξη του Συνεδριακού τουρισμού.
3. Η εκπαίδευση στο Συνεδριακό τουρισμό θεωρείται ελλιπής σε όλες τις τουριστικές σχολές και η έλλειψη κατάλληλου προσωπικού οργάνωσης και διαχείρισης συνεδρίων είναι εμφανής κατά τη διαδικασία στελέχωσης των συνεδριακών χώρων.
4. Η μη επαρκής προβολή και η μη σωστή χρήση των πλεονεκτημάτων της χώρας μας σαν ελκυστικού προορισμού φιλοξενίας συνεδρίων εκ μέρους των φορέων του συνεδριακού τουρισμού μειώνει την εξωτερική συνεδριακή πελατεία.
5. Μη ικανοποιητική ανάπτυξη του θαλάσσιου Συνεδριακού Τουρισμού σε σύγκριση με τη διατιθέμενη υποδομή (Ελληνικές Θάλασσες και στόλος Κρουαζιερόπλοιων), αν και τα τελευταία χρόνια παρατηρείται έντονη δραστηριότητα στον τομέα αυτό.
6. Οι περισσότεροι συνεδριακοί χώροι βρίσκονται σε ξενοδοχεία που λειτουργούν εποχικά για την εξυπηρέτηση των αναγκών του μαζικού παράκτιου θερινού τουρισμού, σε κεκορεσμένες τουριστικά περιοχές, και παρά τις ομολογουμένως φιλότιμες προσπάθειες των ιδιοκτητών τους για την φιλοξενία των συνεδρίων εκτός της τουριστικής εποχής, ακόμη και κατά τη διάρκεια του χειμώνα

(λόγω των καλών κλιματολογικών συνθηκών), τα αποτελέσματα δεν είναι ακόμη ικανοποιητικά.

7. Η απροθυμία των ελληνικών επιχειρήσεων να διοργανώνουν συνέδρια και να τα εκμεταλλεύονται σαν αποτελεσματικό εργαλείο Marketing, μειώνει την εσωτερική συνεδριακή πελατεία. Η απροθυμία αυτή οφείλεται στην έλλειψη εμπειριών και γνώσεων, στο μικρό μέγεθος των επιχειρήσεων και στο μεγάλο κόστος των συνεδρίων που οι επιχειρηματίες θεωρούν βέβαιη δαπάνη έναντι της αβέβαιης μελλοντικής ωφέλειάς τους από τα συνέδρια.

6.2 Όροι και προϋποθέσεις για την δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου στην Ελλάδα

Ως συνεδριακό κέντρο ορίζεται κάθε στεγασμένος χώρος συγκέντρωσης κοινού, που καλύπτει τις ανάγκες αμιγών συνεδριακών εκδηλώσεων ή μεικτών εκδηλώσεων, όπως είναι τα συνέδρια σε συνδυασμό με άλλες συναφείς πολιτιστικές, κοινωνικές, εκθεσιακές ή/και ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, τόσο σε οπτικό όσο και σε περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Από πλευράς μεγέθους, τα συνεδριακά κέντρα διακρίνονται σε τρεις κατηγορίες με κριτήριο τον αριθμό των συνέδρων που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα και όχι αθροιστικά στο σύνολο των συμπληρωματικών αιθουσών. Οι κατηγορίες αυτές είναι οι ακόλουθες :

- Συνεδριακό κέντρο μικτού μεγέθους (200 – 500 σύνεδροι)
- Συνεδριακό κέντρο μεσαίου μεγέθους (501 – 1.200 σύνεδροι)
- Συνεδριακό κέντρο μεγάλου μεγέθους (1.201 – 3.000 σύνεδροι)

Κάθε συνεδριακό κέντρο, ανεξάρτητα από το μέγεθός του, είναι δυνατό να ανεγερθεί είτε αυτοτελώς είτε σε συνδυασμό με κάποια τουριστική εγκατάσταση, όπως είναι το ξενοδοχείο κλασικού τύπου και το ξενοδοχείο τύπου επιπλωμένων δωματίων. Εξυπακούεται ότι η εν λόγω τουριστική εγκατάσταση ανεγείρεται με βάση τις ισχύουσες

προδιαγραφές του ΕΟΤ ή έχει ανεγερθεί στο παρελθόν κατά τις ισχύουσες για τη δυναμικότητα και την τάξη τις τεχνικές προδιαγραφές.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία απαραίτητη προϋπόθεση για την ανέγερση συνεδριακού κέντρου σε κάποιο μέρος είναι η ύπαρξη και η λειτουργία στην ευρύτερη περιοχή (15-30 χλμ. ανάλογα με το μέγεθος του συνεδριακού κέντρου) ξενοδοχειακών καταλυμάτων ΑΑ-ΑΑ' τάξης, δυναμικότητας διπλάσιας του αριθμού των συνέδρων που προβλέπονται κατά περίπτωση. Είναι αυτονόητο ότι μέρος ή το σύνολο του απαιτούμενου αριθμού κλινών μπορεί να ανεγείρεται σε συνδυασμό με το συνεδριακό κέντρο, εφόσον βέβαια δεν απαγορεύεται ή δεν υπόκειται σε περιορισμούς η δημιουργία νέων κλινών στην περιοχή.

Κατ' εξαίρεση, μικρού μεγέθους συνεδριακά κέντρα επιτρέπεται να δημιουργούνται σε παραδοσιακά κτίσματα, χωρίς να λαμβάνονται υπόψη τα παραπάνω :

❖ Οι ενισχύσεις

Για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, ο οποίος αξίζει να σημειωθεί πως θεωρείται ένας από τους βασικούς άξονες της τουριστικής πολιτικής μας, ο αναπτυξιακός νόμος 2601/98 προβλέπει μια σειρά από ενισχύσεις, όπως :

- ✦ Επιχορήγηση της τάξης του 35%, αν πρόκειται για συνεδριακό κέντρο σε συνδυασμό με ξενοδοχειακή κατάσταση, ή του 40%, αν πρόκειται για αυτοτελές συνεδριακό κέντρο.

Αυτή δίνεται για την ενίσχυση τόσο μιας εγκεκριμένης επενδυτικής δαπάνης αυτής καθ' εαυτής όσο και του επιχειρηματικού σχεδίου που αφορά στην πραγματοποίηση της εν λόγω δαπάνης.

- ✦ Επιδότηση τόκων της τάξης του 35% ή του 40%, αν πρόκειται για αυτοτελές συνεδριακό κέντρο.

Συνίσταται στην επιδότηση από το Δημόσιο των τόκων που πρέπει να καταβάλλουν οι επιχειρήσεις για μεσομακροπρόθεσμα δάνεια (τουλάχιστον τετραετούς διάρκειας) που έχουν συνάψει, έστω να υλοποιήσουν εγκεκριμένη επενδυτική δαπάνη.

☞ Επιδότηση χρηματοδοτικής μίσθωσης της τάξης του 35% ή του 40%, αν πρόκειται για αυτοτελές συνεδριακό κέντρο.

Συνίσταται στην κάλυψη από το Δημόσιο μέρους των δόσεων της χρηματοδοτικής μίσθωσης που έχει συναφθεί για την απόκτηση καινούριου μηχανολογικού και άλλου εξοπλισμού.

☞ Φορολογική απαλλαγή της τάξης του 70% ή του 100%, αν πρόκειται για αυτόνομο συνεδριακό κέντρο.

Αύτη καλύπτει ολόκληρη την ή μέρος της πραγματοποιούμενης εγκεκριμένης επενδυτικής δαπάνης.

Συνίσταται στην απαλλαγή από την καταβολή φόρου εισοδήματος για τα μη διανεμόμενα επιχειρηματικά κέρδη την πρώτη δεκαετία μετά την πραγματοποίηση της επένδυσης.

Όλες οι προαναφερθείσες ενισχύσεις δίνονται με την προϋπόθεση ότι το ύψος της επένδυσης φθάνει τα 250 εκατ. δρχ τουλάχιστον ή, για περιοχές όπως η Ροδόπη, η Ξάνθη, η ΒΙΠΕ ΕΤΒΑ της περιφέρειας Ηπείρου, τα νησιά με πληθυσμό μέχρι 3.100 κατοίκους σύμφωνα με την απογραφή του 1991, τα νησιά Β. Αιγαίου, η Θάσος, τα Δωδεκάνησα (πλην της πόλης της Ρόδου) και η παραμεθόρια ζώνη της χώρας, τα 150 εκατ. δρχ. Επίσης, δεν είναι δυνατόν να τύχουν ενίσχυσης συνεδριακά κέντρα δυναμικότητας άνω των 3.000 συνέδρων.

❖ **Οι προδιαγραφές**

Για να σταθεί δυνατή η υπαγωγή ενός συνεδριακού κέντρου στο καθεστώς των ενισχύσεων που προβλέπει ο αναπτυξιακός νόμος, πρέπει αυτό να πληρεί τις αναγκαίες τεχνικές και λειτουργικές προϋποθέσεις ώστε να διασφαλίζονται :

- Η ικανοποιητική κάλυψη και στήριξη του από πλευράς κοινωνικής υποδομής, εξοπλισμού, ειδικής τουριστικής υποδομής και ανωδομής.
- Η άρτια διάταξη και διαμόρφωση των χώρων του για την κάλυψη των αναγκών ενός σύγχρονου συνεδρίου με βάση τη διεθνή εμπειρία.

- Η πληρότητα των εγκαταστάσεων, των υπηρεσιών και του απαραίτητου εξοπλισμού για την επιτυχημένη οργάνωση συνεδρίων.
- Η ασφάλεια των συνέδρων και του προσωπικού.

❖ **Η διαδικασία έγκρισης**

Η διαδικασία έγκρισης όσον αφορά στην ανέγερση συνεδριακών κέντρων περιλαμβάνει τρία στάδια :

A. Έγκριση σκοπιμότητας - χωροθέτησης

- Για συνεδριακά κέντρα που βρίσκονται σε περιοχές όπου δεν απαιτείται προέγκριση χωροθέτησης (βλ. Ν. 1650/86 άρθρο 4, παρ. 6), ο ενδιαφερόμενος πρέπει να υποβάλλει στην αρμόδια, για την κλαδική – τομεακή πολιτική Διεύθυνση του ΕΟΤ τοπογραφικό διάγραμμα σε κλίμακα 1:5.000 με τη θέση του γηπέδου, θεωρημένο από την αρμόδια πολεοδομική υπηρεσία σχετικά με τη δυνατότητα δημιουργίας συνεδριακού κέντρου, σύμφωνα με τις θεσμοθετημένες χρήσεις γης στην περιοχή. Επίσης, πρέπει να υποβληθεί τεχνική έκθεση που αφορά στα απαιτούμενα για την επιλογή της θέσης του συνεδριακού κέντρου στοιχεία. Σε αυτήν τη φάση ο ΕΟΤ εξετάζει τη σκοπιμότητα δημιουργίας του προτεινόμενου κέντρου. Σημειώνεται ότι η έγκριση σκοπιμότητας φέρει την υπογραφή του γ.γ. του ΕΟΤ και αποτελεί προϋπόθεση της έγκρισης καταλληλότητας του οικοπέδου/γηπέδου.
- Από την μεριά για συνεδριακά κέντρα που βρίσκονται σε περιοχές όπου απαιτείται προέγκριση χωροθέτησης, ο ενδιαφερόμενος πρέπει να υποβάλλει στην αρμόδια υπηρεσία του ΥΠΕΧΩΔΕ (Νόμος Αττικής: Διεύθυνση Πολεοδομικού Σχεδιασμού, Περιφέρεια Κ. & Δ. Μακεδονίας : Διεύθυνση Περιβάλλοντος & Χωροταξίας της Περιφέρειας, λοιπή χώρα : Διεύθυνση Χωροταξίας) πλήρη φάκελο με τα δικαιολογητικά που απαιτούνται για τη χωροθέτηση ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και τεχνική έκθεση που αφορά στην επιλογή της θέσης του συνεδριακού κέντρου,

σύμφωνα με τα όσα προσδιορίστηκαν ανωτέρω, όπως επίσης την έγκριση σκοπιμότητας από τον ΕΟΤ.

Β. Καταλληλότητα οικοπέδου/γηπέδου

Πρέπει να υποβληθεί πλήρης φάκελος με τα δικαιολογητικά της επιλογής θέσης στην αρμόδια υπηρεσία του ΕΟΤ. Για την έγκριση ή την απόρριψη ακολουθείται η προβλεπόμενη για τις τουριστικές εγκαταστάσεις διαδικασία. Σημειώνεται ότι η έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου / γηπέδου για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου ισχύει δύο χρόνια και ότι για την ανανέωσή της απαιτείται η υποβολή των στοιχείων που προβλέπονται από τις αντίστοιχες προδιαγραφές κατά το χρόνο υποβολής της αίτησης.

Γ. Έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης

Πρέπει να υποβληθεί πλήρης φάκελος με τα δικαιολογητικά έγκρισης της αρχιτεκτονικής μελέτης, εγκεκριμένη μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων και μελέτη σχετική με την ηχομόνωση – ηχοπροστασία. Για την έγκριση ή την απόρριψη ακολουθείται και πάλι η προβλεπόμενη για τις τουριστικές εγκαταστάσεις διαδικασία. Η έγκριση αρχιτεκτονικής μελέτης από τον ΕΟΤ ισχύει τέσσερα χρόνια. Αν στο μεταξύ έχει εκδοθεί οικοδομική άδεια, η διάρκεια ισχύος της έγκρισης του ΕΟΤ ακολουθεί τη διάρκεια ισχύος της οικοδομικής άδειας. Αν μετά την παρέλευση τετραετίας δεν έχει εκδοθεί οικοδομική άδεια ή η άδεια που έχει εκδοθεί έχει μείνει ανεκτέλεστη και έχει λήξει, απαιτείται ανανέωση των εγκρίσεων του ΕΟΤ, σύμφωνα με τους όρους δόμησης και τις προδιαγραφές που ισχύουν όταν ζητείται η ανανέωση.

Τα δικαιολογητικά επιλογής θέσης

Τα δικαιολογητικά της επιλογής θέσης για συνεδριακό κέντρο περιλαμβάνουν :

- Τοπογραφικό διάγραμμα της ευρύτερης περιοχής σε κλίμακα 1:25.000, όπου σημειώνεται με ευκρίνεια η ακριβής θέση του οικοπέδου / γηπέδου, η σύνδεσή του με το οδικό και τα λοιπά

δίκτυα τεχνικής υποδομής της ευρύτερης περιοχής, καθώς και η χιλιομετρική απόσταση από τον πλησιέστερο Οργανισμό Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

- Τοπογραφικό διάγραμμα του γηπέδου / οικοπέδου με υψομετρικές καμπύλες σε κλίμακα 1:200 ως 1:1.000, όπου θα σημειώνονται ο βορράς, τα όρια ιδιοκτησίας και οι όμοροι ιδιόκτητες, οι διαστάσεις και ο υπολογισμός του εμβαδού της ιδιοκτησίας με βεβαίωση θεωρημένη από το ΥΠΕΧΩΔΕ, οι ισχύοντες όροι δόμησης, το οικοδομήσιμο τμήμα του οικοπέδου, τυχόν υφιστάμενα κτίσματα του γηπέδου και των όμορων ιδιοκτησιών, ο δρόμος προσπέλασης, το πλάτος και ο χαρακτηρισμός του, καθώς και η γωνία λήψης των φωτογραφιών που τεκμηριώνουν το διάγραμμα.
- Προκειμένου για γήπεδα εκτός σχεδίου πόλεων και εκτός ορίων οικισμών, υπεύθυνη δήλωση διπλωματούχου μηχανικού ότι η οδός προσπέλασης έχει το προβλεπόμενο πλάτος ασφαλτώσεως. Η δήλωση πρέπει να συνοδεύεται από οριοζοντιογραφία σε κλίμακα 1:200, στην οποία θα σημειώνεται το πλάτος ασφαλτώσεως ανά 50μ, και από τα οποία θα προκύπτουν τα δηλωνόμενα στην υπεύθυνη δήλωση. Αν η οδός προσπέλασης δεν είναι ασφαλτοστρωμένη (ολόκληρη ή μέρος της) ή δεν έχει το απαιτούμενο πλάτος, ο επενδυτής πρέπει να υποβάλλει υπεύθυνη δήλωση ότι έχει εξασφαλίσει έστω με προσύμφωνο αγοράς τις απαιτούμενες ιδιοκτησίες κατά μήκος της οδού, μέχρι τη συμβολή της με το κύριο κοινοτικό, δημοτικό ή επαρχιακό δίκτυο. Η δήλωση αυτή θα πρέπει να συνοδεύεται από έγγραφο του οικείου ΟΤΑ ότι θα αποδεχθεί τυχόν δωρεά ιδιωτικής γης για την απαιτούμενη διαπλάτυνση δημοτικού ή κοινοτικού δρόμου.
- Σειρά φωτογραφιών με επισήμανση του οικοπέδου / γηπέδου της εγκατάστασης, καθώς και φωτογραφίες της ευρύτερης περιοχής για πλήρη φωτογραφική τεκμηρίωση. Η παρουσίαση των φωτογραφιών πρέπει να γίνεται σε πινακίδες διαστάσεων DIN A4, στις οποίες θα αναφέρεται η ημερομηνία λήψης και τα στοιχεία του ιδιόκτητη.

- Τεχνική έκθεση που θα περιλαμβάνει τη θέση του γηπέδου, το νομικό καθεστώς δόμησης, τα χαρακτηριστικά της εγκατάστασης και έκθεση της υπάρχουσας υποδομής και ανωδομής, καθώς και τυχόν προγράμματα φορέων με ιδιαίτερη αναφορά αφ' ενός σε στοιχεία με τα οποία θα αποδεικνύεται ότι καλύπτονται οι προϋποθέσεις για την ανέγερση συνεδριακού κέντρου και αφ' ετέρου στις δυνατότητες ηλεκτροδότησης, υδροδότησης και τηλεφωνικής σύνδεσης με τις προδιαγραφές. Επίσης, θα πρέπει να υπάρχει περιγραφή του περιβάλλοντος χώρου.
- Όλα τα προαναφερόμενα δικαιολογητικά πρέπει να υποβάλλονται σε δύο χαρτοσημασμένα αντίτυπα, σφραγισμένα και υπογεγραμμένα από διπλωματούχο πολιτικό μηχανικό ή αρχιτέκτονα μέλος του ΤΕΕ. Επιπλέον απαιτείται υπεύθυνη δήλωση του αιτούντος ότι είναι ιδιόκτητης του οικοπέδου / γηπέδου που ορίζεται στο τοπογραφικό διάγραμμα. Σε περίπτωση περισσότερων του ενός ιδιοκτητών, υποβάλλονται είτε ανεξάρτητες δηλώσεις είτε κοινή, υπογεγραμμένη από όλους, με επισήμανση σχετικά με το ποσοστό συνιδιοκτησίας του καθενός. Επίσης, θα πρέπει να δηλώνεται ότι το οικόπεδο / γήπεδο αποτελεί ενιαία έκταση που δεσμεύεται στο σύνολό της για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου και ότι στο μέλλον για οποιοδήποτε αποδέσμευση τμήματος του οικοπέδου ή της έκτασης θα πρέπει να υπάρχει σύμφωνη γνώμη του ΕΟΤ. Τέλος, στην υπεύθυνη δήλωση θα πρέπει να αναγράφεται κατά πόσο το γήπεδο ή μέρος του αποτελεί χαρακτηρισμένη δασική έκταση και κατά πόσο αποτελεί προϊόν κατάτμησης αγροτικού κλήρου ή δασικής έκτασης.
- Σκαρίφημα γενικής διάταξης σε επίπεδο προσχεδίου (βλ. Π.Δ. 696/74).
- Διάφορες βεβαιώσεις - έγγραφα από συναρμόδιους φορείς, σε περίπτωση που το γήπεδο / οικόπεδο βρίσκεται κοντά σε αρχαιολογικό χώρο ή δασική έκταση, καθώς και άλλες βεβαιώσεις που αφορούν στην υδροδότηση και την κυκλοφοριακή σύνδεση του οικοπέδου / γηπέδου με το δρόμο προσπέλασης.

- Έγκριση χωροθέτησης από το ΥΠΕΧΩΔΕ εφόσον απαιτείται.
- Εγκεκριμένη μελέτη περιβαλλοντικών επιπτώσεων.

❖ **Προδιαγραφές ηλεκτρομηχανολογικών εγκαταστάσεων & εξοπλισμού**

Αυτές αναφέρονται στους θαλάμους των μεταφρασιών, την ηχομόνωση και ηχοπροστασία, καθώς και στην ακουστική.

Αναλυτικότερα ως προς τους θαλάμους μεταφρασιών τηρείται ο διεθνής κανονισμός ISO 2603. Ως προς την ηχομόνωση και την ηχοπροστασία πρέπει να επισημανθεί ότι οι αίθουσες των συνεδριακών κέντρων υπάγονται στην κατηγορία «υψηλής ακουστικής άνεσης» και ότι η κατασκευή τους ακολουθεί τα κριτήρια των χώρων συναθροίσεων. Ιδιαίτερη μέριμνα λαμβάνεται στην περίπτωση γεινιάσεως της αίθουσας με χώρους μηχανολογικών εγκαταστάσεων ή χώρους στους οποίους παράγονται θόρυβοι μεγάλης έντασης για την αποφυγή μετάδοσης θορύβων και κραδασμών προς την αίθουσα. Στην περίπτωση αυτή συνιστάται η απομόνωση της αίθουσας από τους χώρους όπου παράγονται οι θόρυβοι ή κραδασμοί με τη χρήση κατάλληλων υλικών.

Ως προς την ακουστική, ιδιαίτερα σημαντικό θεωρείται το να είναι καταληπτός ο λόγος, γεγονός που επιβάλλει η ακουστική να είναι τέτοια ώστε να εξασφαλίζεται η απρόσκοπτη επικοινωνία σε ποσοστό τουλάχιστον 90% των θέσεων των μεγάλων αιθουσών και στο σύνολο των θέσεων των μικρότερων. Παράλληλα, ο χρόνος αντήχησης των αιθουσών θα πρέπει να συμφωνεί με τις απαιτήσεις του κριτηρίου για το καταληπτό του λόγου που έχει επιλεγεί, σε συνάρτηση με το μέγεθός τους και το μέγεθος του ακροατηρίου, ενώ θα πρέπει να καταβληθεί κάθε δυνατή προσπάθεια, ώστε το ηχητικό πεδίο των αιθουσών να έχει καλή διάχυση στο φάσμα συχνοτήτων από 250 έως 2.500 Hz. Η ικανοποιητική ακουστική της αίθουσας επιτυγχάνεται με την κατάλληλη επιλογή των ακουστικών επιφανειών της. Σημειώνεται ότι το ηλεκτροακουστικό σύστημα της συνεδριακής αίθουσας θα πρέπει να διαθέτει επαρκή ισχύ, ώστε να δίνει εντάσεις μέχρι 100db σε όλες τις θέσεις με χαμηλή παραμόρφωση.

❖ **Δικαιολογητικά έγκρισης αρχιτεκτονικής μελέτης**

Αυτά περιλαμβάνουν :

- ✓ Φωτοαντίγραφο του έγγραφου καταλληλότητας του οικοπέδου.
- ✓ Αρχιτεκτονικά σχέδια ανά τύπο κτιρίου (4 όψεις σε κλίμακα 1:50, 2 τομές σε κλίμακα 1:50, κατόψεις σε κλίμακα 1:50, τοπογραφικό διάγραμμα της ευρύτερης περιοχής σε κλίμακα 1:25.000 διάγραμμα, διάγραμμα κάλυψης του οικοπέδου / γηπέδου θεωρημένο από το αρμόδιο πολεοδομικό γραφείο σε κλίμακα 1:200 έως 1:1.000 τοπογραφικό διάγραμμα του οικοπέδου / γηπέδου σε κλίμακα 1:200 έως 1:1.000).
- ✓ Τεχνική έκθεση όπου θα αναφέρονται τα βασικά υλικά που θα χρησιμοποιηθούν κατά περίπτωση.
- ✓ Όσα επιπλέον έγγραφα και εγκρίσεις συναρμόδιων φορέων έχουν ζητηθεί με το έγγραφο καταλληλότητας του οικοπέδου / γηπέδου.

Σημειώνεται ότι σε ειδικές περιπτώσεις κατά τη φάση έγκρισης αρχιτεκτονικής μελέτης είναι δυνατόν να ζητηθούν εκ μέρους του ΕΟΤ γνωματεύσεις άλλων φορέων, όπως αρχαιολογικής επιτροπής.

❖ **Το συμβατικό κόστος**

Το συμβατικό κόστος των συνεδριακών κέντρων καθορίζεται στο πρακτικό που συνέταξε για τον καθορισμό συμβατικού κόστους τουριστικών εγκαταστάσεων (δύνανται να υπαχθούν στις διατάξεις του αναπτυξιακού νόμου 2601/98) για τα έτη 1998/1999 τριμερής επιτροπή αποτελούμενη από εκπροσώπους των ΕΟΤ, ΕΚΤΕ και ΕΤΒΑ τον Νοέμβριο του 1998.

Το ανά μ² κατασκευαστικό κόστος των συνεδριακών κέντρων είναι υψηλό λόγω των ειδικών προδιαγραφών τους, ανέρχεται δε με τα σημερινά δεδομένα στα 792 € την τιμή αυτή περιλαμβάνονται όλες οι οικοδομικές κατασκευές και οι απαραίτητες ηλεκτρομηχανολογικές εγκαταστάσεις, καθώς και οι επενδύσεις και ο εμπειρηγμένος εξοπλισμός. Δεν περιλαμβάνεται ο κινητός και ειδικός ηλεκρακουστικός εξοπλισμός, ο οποίος πρέπει να κοστολογείται ιδιαίτερα, ούτε τα έργα διαμόρφωσης

του περιβάλλοντος χώρου και τα άλλα εξωτερικά έργα, τα οποία θα πρέπει να κοστολογούνται αναλυτικά κατά περίπτωση. Πάντως, σε γενικές γραμμές, το ανά θέση κόστος κατασκευής ενός συνεδριακού κέντρου ανέρχεται στα 8.000 € για κέντρα μικρού μεγέθους, στα 6310 € για κέντρα μεσαίου μεγέθους και στα 5.720 € για κέντρα μεγάλου μεγέθους.

6.3 Υπάρχουσα συνεδριακή υποδομή στην Ελλάδα

Χωρητικότητες και μεγέθη

Στην Ελλάδα υπάρχουν περίπου 250 αίθουσες σε συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία που μπορούν να φιλοξενήσουν συνέδρια.

Η πλειονότητά τους (47%) είναι μέγιστης κύριας χωρητικότητας 150-300 ατόμων. Ακολουθούν με ποσοστό 30% οι αίθουσες χωρητικότητας 300-500 ατόμων, 11% αυτές των 500-800 ατόμων, το 5% των 800-1.000 ατόμων και 5,5% άνω των 1.000 ατόμων.

Τα περισσότερα κατ' αναλογία συνεδριακά κέντρα (27%) υπάρχουν στην κατηγορία 800-1.000 ατόμων, ενώ ακολουθούν με 20% στην κατηγορία 150-300 ατόμων. Το ίδιο ποσοστό έχει και η κατηγορία άνω των 1.000. Σε απόλυτα μεγέθη προηγείται η κατηγορία των 150-300 ατόμων με 21 συνεδριακά κέντρα και ακολουθεί η κατηγορία των 300-500 με 8.

Γεωγραφική κατανομή

Χωροταξικά, η μεγαλύτερη συγκέντρωση ξενοδοχειακής συνεδριακής υποδομής στην κατηγορία χωρητικότητα 150-300 ατόμων βρίσκεται στην Κρήτη και τη Μακεδονία με 18% εκάστη και ακολουθεί η Αττική με 15,5%. Τα Δωδεκάνησα έχουν ποσοστό 8,5% του συνόλου της κατηγορίας και ακολουθούν οι Κυκλάδες με 7% και τα Ιόνια νησιά με 6%. Τα ακριτικά νησιά του Β. Αιγαίου έχουν το 3,6% του συνόλου των συνεδριακών κέντρων.

Οι πόλεις με την υψηλότερη κάλυψη σε ξενοδοχειακά κέντρα στην κατηγορία είναι η Αθήνα, η Ρόδος, η Θεσσαλονίκη, το Ηράκλειο, η

Μύκονος. Τη μεγαλύτερη γεωγραφική διασπορά έχει η Κρήτη, η οποία έχει συγκεντρώσει ξενοδοχειακά κέντρα σε οκτώ διαφορετικές περιοχές. Στην αμέσως επόμενη κατηγορία (300-500), στην πρώτη θέση βρίσκεται η Αττική με ποσοστό 27,5%, ακολουθεί η Κρήτη με 26%, τα Δωδεκάνησα με 14% και η Μακεδονία με περίπου 11% του συνόλου της κατηγορίας. Τη μεγαλύτερη γεωγραφική διασπορά έχει η Κρήτη και ακολουθεί η Μακεδονία.

Στην κατηγορία των 500-800 ατόμων η Αττική έχει το 36% του συνόλου των ξενοδοχείων και η Κρήτη το 32%. Στην επόμενη κατηγορία (800-1.000) η Χαλκιδική παίρνει το προβάδισμα, καθώς συγκεντρώνει το 50% της ξενοδοχειακής υποδομής και στη μεγάλη κατηγορία (άνω των 1.000 ατόμων) υπάρχει συγκέντρωση στην Αττική (35%), την Πελοπόννησο (35%) και την Κρήτη (20%).

Κατηγορίες Ξενοδοχείων

Στη μικρή κατηγορία (150-300) η πλειονότητα (58%) είναι ξενοδοχεία Α' κατηγορίας, ενώ στη χωρητικότητα των 300-500 ατόμων το 38% ανήκει στην κατηγορία delux (πολυτελείας) και το 52% στην Α' κατηγορία. Πλειοψηφούν τα ξενοδοχεία Α' κατηγορίας (64%) και στη χωρητικότητα 500-800 ατόμων, ενώ στις δύο κατηγορίες μεγάλων χωρητικότητας (800-1.000 ατόμων και άνω των 1.000) κυριαρχούν τα ξενοδοχεία deluxe με ποσοστό 50% και 67% αντίστοιχα.

Από την παράθεση των στοιχείων καταλαβαίνουμε ότι η κατανομή των ξενοδοχειακών συνεδριακών κέντρων είναι ανεξάρτητη από την τουριστική κίνηση μιας περιοχής. Βλέπουμε, για παράδειγμα, ότι μεγάλα συνεδριακά κέντρα λείπουν από τα τουριστικά κέντρα. Τα ξενοδοχεία της Κρήτης και της Ρόδου έχουν πολύ μικρότερη μέση χωρητικότητα από αντίστοιχα άλλων περιοχών, όπως τα μεγάλα αστικά κέντρα που δεν λειτουργούν αμιγώς τουριστικά, για παράδειγμα, η Αθήνα, η Θεσσαλονίκη και η Πάτρα. Αυτό δείχνει ότι το συνεδριακό ενδιαφέρον προσδιορίζεται από την επιχειρηματική δραστηριότητα μιας περιοχής.

Επίσης, βλέπουμε από τους πίνακες ότι τα μεγάλα συνεδριακά κέντρα γίνονται πόλος έλξης τουρισμού για την ευρύτερη περιοχή. Για παράδειγμα, η Κως έχει κερδίσει πάρα πολλούς τουρίστες από τη διοργάνωση των ιατρικών συνεδρίων.

Ακόμη περισσότερο εμφανής είναι αυτή η κατάσταση, αν αναφερθούμε στην τουριστική ανάπτυξη που δημιούργησε το συνεδριακό κέντρο του Πόρτο Ύδρα στην ευρύτερη περιοχή της Ερμιόνης, αλλά και της Αργολίδας κατ' επέκταση.

Η έλλειψη του συνεδριακού κέντρου Αθηνών

Όπως προαναφέραμε, η συνεδριακή υποδομή στην Αθήνα περιορίζεται σε χώρους συνεδρίων και εκθέσεων στα τρία ή τέσσερα μεγαλύτερα ξενοδοχεία, ενώ για τα μεγαλύτερα συνέδρια χρησιμοποιείται κυρίως ο χώρος του Σταδίου Ειρήνης και Φιλίας. Είναι όμως επιτακτική η ανάγκη για τη δημιουργία ενός ενιαίου και αυτόνομου λειτουργικά χώρου, ο οποίος θα μπορούσε να φιλοξενήσει εκδηλώσεις 500 έως 5.000 ατόμων.

Η επιτροπή του ΕΟΤ που έχει μελετήσει το ζήτημα έχει καταλήξει σε περίπου 12 υποψήφιους χώρους κατασκευής του κέντρου. Τα κριτήρια της τελικής επιλογής θα εξαρτηθούν από τον ιδιώτη κατασκευαστή που θα αναλάβει και τη διοίκηση του συγκροτήματος. Η επιλογή της τοποθεσίας του συνεδριακού κέντρου θα γίνει με βάση τη μη επιβάρυνση του κέντρου της Αθήνας, αλλά κυρίως σε συσχέτιση με τα νέα μεγάλα έργα που βρίσκονται σε εξέλιξη (αεροδρόμιο Σπάτων, Αττική Οδός, Μέτρο).

6.4 Πορεία του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα

Μπορεί η Ελλάδα να είναι η χώρα όπου γεννήθηκε το δικαίωμα του «συνέρχεσθαι» και η αρχαιοελληνική εκκλησία του Δήμου να αποτελεί εν μέρει τον πρόγονο των σημερινών πολιτικών συνεδρίων, ωστόσο η σημερινή παρουσία της Ελλάδας στον χώρο του συνεδριακού τουρισμού μόνο ικανοποιητική δεν μπορεί να χαρακτηριστεί. Από τη μία η έλλειψη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου που θα αποτελεί πόλο έλξης διεθνών

συνεδρίων, από την άλλη η αρκετά χαλαρή, μέχρι πρόσφατα τουλάχιστον, στάση της πολιτείας απέναντι στο ζήτημα του συνεδριακού τουρισμού, έχουν οδηγήσει στο δυσάρεστο φαινόμενο να καταλαμβάνει η Ελλάδα μια από τις τελευταίες θέσεις της διεθνούς συνεδριακής αγοράς. Ωστόσο, τον τελευταίο καιρό κάτι δείχνει να «κινείται» στον χώρο των συνεδρίων, ενώ η Ολυμπιάδα του 2004 φαντάζει για μια ακόμη φορά ως σανίδα σωτηρίας.

Όπως παραδέχεται όλοι οι σχετικοί με τον χώρο φορείς, είναι ιδιαίτερα αρνητικό για την εικόνα της χώρας μας το γεγονός ότι η Αθήνα είναι η μόνη πρωτεύουσα της Ευρωπαϊκής Ένωσης που δεν διαθέτει διεθνές συνεδριακό κέντρο. Εξάλλου, σημαντικά προβλήματα φαίνεται να προκαλεί η έλλειψη ανάλογων μεγάλων εγκαταστάσεων διεθνών προδιαγραφών και στην υπόλοιπη Ελλάδα, ενώ τμήμα του προβλήματος φαίνεται να είναι και η έλλειψη αυτού που θα αποκαλούσαμε «συνεδριακή συνείδηση», καθώς οι φορείς που δραστηριοποιούνται στον χώρο αυτό εμφανίζονται να λειτουργούν αποσπασματικά και χωρίς κανέναν συντονισμό κινήσεων. Βεβαίως, κατά τα τελευταία χρόνια η πολιτεία δείχνει να ευαισθητοποιείται περισσότερο σε σχέση με το ζήτημα του συνεδριακού τουρισμού και στην κατεύθυνση αυτή κινείται και ο αναπτυξιακός νόμος βάσει του οποίου επιχορηγείται κατά 40% η δημιουργία συνεδριακών κέντρων. Εξάλλου, τα μεγάλα έργα που βρίσκονται σε εξέλιξη εν όψει της Ολυμπιάδας του 2004 φαίνεται πως θα «ανοίξουν τον δρόμο» και τη δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου.

Ωστόσο, παρά τα όποια προβλήματα, η συνεδριακή κίνηση στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια παρουσιάζει σημεία ανάκαμψης, ιδιαίτερα σ' ότι αφορά τα διεθνή συνέδρια που πραγματοποιούνται σε παραθαλάσσιες τουριστικές περιοχές και νησιά. Τη μερίδα του λέοντος στη διοργάνωση συνεδρίων κατέχουν, φυσικά, Αθήνα και η Θεσσαλονίκη, ενώ «ανεβαίνουν» σημαντικά περιοχές, όπως η Ρόδος, Κρήτη, η Κέρκυρα και η Σαντορίνη. Αξιοσημείωτη είναι, εξάλλου, και η διοργάνωση διεθνών επιστημονικών κυρίως συνεδρίων σε ιστορικού και τουριστικού ενδιαφέροντος περιοχές όπως οι Δελφοί, το Ηράκλειο, η Σάμος και η Χαλκιδική.

Αναφορικά με τα είδη των συνεδρίων που πραγματοποιούνται στη χώρα μας, στα πανελλήνια και τοπικά προηγούνται τα συνέδρια των πολιτικοκοινωνιολογικών επιστημών, τα οποία συγκεντρώνουν συνήθως και τον μεγαλύτερο αριθμό συμμετεχόντων, ενώ ακολουθούν αυτά που αναφέρονται στις ανθρωπιστικές επιστήμες και αμέσως μετά τα συνέδρια τεχνικών και νομικών.

Στα διεθνή συνέδρια, σημαντική είναι η παρουσία των επιστημονικών και ιδιαίτερα των ιατρικών συνεδρίων, αν και σ' αυτό τον τομέα αποκτούν προβάδισμα τα συνέδρια των ανθρωπιστικών επιστημών. Τέλος, οι εποχές με τη μεγαλύτερη δραστηριότητα στον χώρο των συνεδρίων είναι η Άνοιξη (Απρίλιος - Μάιος) και η περίοδος από αρχές Σεπτεμβρίου έως και τις αρχές Νοεμβρίου.

Σ' ότι αφορά την εκθεσιακή δραστηριότητα, η έλλειψη αρκετών και ικανοποιητικών εκθεσιακών χώρων είναι, επίσης, φανερή και για τον λόγο, αυτό οι εκθέσεις που πραγματοποιούνται στην Αττική, όπου και διοργανώνονται 50-60 μεγάλες εκθέσεις ετησίως, δεν μπόρεσαν ποτέ να ανταποκριθούν στη ζήτηση συμμετοχής. Σύμφωνα με στοιχεία του Συνδέσμου Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων, μεγάλο πρόβλημα αποτελεί το υψηλό κόστος της οργάνωσης των εκθέσεων, κάτι που προκύπτει από την ακαταλληλότητα των χρησιμοποιούμενων χώρων οι οποίοι συχνά στερούνται στοιχειωδών εγκαταστάσεων. Τέλος, ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών των εκθέσεων που πραγματοποιούνται στην Αττική φτάνει στα 2.500.000 άτομα, εκ των οποίων το 40% (1.000.000) προέρχονται από περιοχές εκτός Αττικής, ενώ κάποιοι απ' αυτούς προέρχονται από το εξωτερικό.

6.5 Οργανωτές Συνεδρίων & Εκδηλώσεων στην Ελλάδα

AFEA TRAVEL & TOURISM SA

Λυκαβηπτού 39-41, Κολωνάκι 106 72, τηλ. 3647601, Fax : 3643511, E-mail : afeacongress@afea.gr.

AIRTOUR GREECE SA

Κηφισίας 212 & Περικλέους 2, Ν. Ψυχικό 154 51, τηλ.: 6778400-7, Fax : 6778191, E-MAIL : cconstan@airtour.gr.

AMERICAN EXPRESS TRAVEL RELATED SERVICES

Ερμού 2, Αθήνα 102 25, τηλ.: 3244975-9, Fax : 3227893.

AMPHITRION CONGRESS & TRAVEL

Συγγρού 7, Αθήνα 117 43, τηλ.: 9249701, Fax : 9249836, E-mail : prdept@amphitrion.gr.

ANDY'S TOURS SA

Καλλιρρόης 89, Αθήνα 117 45, τηλ. : 9229511, Fax : 9236012, E-mail : andys@travelling.gr.

C. & C. INTERNATIONAL SA

Αρκαδίας 31, Αθήνα 115 26, τηλ.: 7483401-5, Fax : 7704563.

CHARITOS TRAVEL LTD

Αρσενίου 35, Κέρκυρα 491 00, τηλ. : (0661) 46611-9, Fax: (0661) 36825, E-mail : chariots-travel@ker.forthnet.gr.

CONCEPTOURS TRAVELLERS' SERVICES

Βαλαωρίτου 4, Αθήνα 106 71, τηλ. 3600812, Fax : 3600861, E-mail : conceptours@travelling.gr.

CONFAIR

Αλεξανδρείας 112, Θεσσαλονίκη 546 46, τηλ. : (031) 414982, Fax :
(031) 428570.

CORFU SYNSPOTS CONVENTION BUREAU

Εθνικής οδού Παλαιοκαστρίτσας 24, Κέρκυρα 491 00, τηλ. : (0661)
42444, Fax: (0661) 45068.

CRETA TRAVEL BUREAU

Επιμενίδου 20-22, Ηράκλειο Κρήτης 712 02, τηλ. : (081) 227002-3,
Fax : (081) 223749, E-mail : creta@her.forthnet.gr.

DINERS WORLD TRAVEL SA

Μενεκράτους 11, Αθήνα 116 36, τηλ. : 9270950, Fax.: 9270650.

DOMINATE TRAVEL

Καποδιστρίου 14, Ηράκλειο Κρήτης 713 06, τηλ.: (081) 232378, Fax :
(081) 212800.

DOUCAS INTERNATIONAL SA

Βενιζέλου 8, Θεσσαλονίκη 546 24, τηλ. : (031) 569984-7, Fax : 286610,
E-mail : info@doucas.gr.

EPSILON LTD

Βούρβαχη 4, Αθήνα 117 43, τηλ. : 9248200-6, Fax : 9217339,

• Έτος ίδρυσης : 1981

- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Βάνα Δαμάσκου
- Κυριότεροι Πελάτες : Volvo, Panasonic, Allied Dunbar, Ford, Oki.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Συνολική υποστήριξη σε επαγγελματικά και επιστημονικά συνέδρια, σε υπηρεσίες μεταφορών. Διαμονής και διατροφής, τεχνικού εξοπλισμού, γραμματειακής κάλυψης, τουριστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων.

ERA LTD

Αλεξάνδρου Σούτσου 8, Αθήνα 106 71, τηλ. : 3634944, Fax : 3631690,
E-mail : info@era.gr.

ERASMUS ORIZON LTD

Δεινοκράτους 99, Αθήνα 115 21, τηλ : 7257693-5, Fax : 7257512.

FARE TOURS

Πολυχάρους 4, Καλαμάτα 241 00, τηλ. : (0721) 90900, Fax : (0721)
26293, E-mail: faretrvl@compulink.gr.

COLDAIR TOURS SA

Ομήρου 13, Αθήνα 106 72, τηλ.: 3600845-7, Fax : 3608920, E-mail :
goldairtours@travelling.gr

- Έτος ίδρυσης : 1990
- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Τάκης Μελέτης
- Κυριότεροι Πελάτες : Toyota Hellas, BMG, Lavipharm Hellas, TIMES/CNN/FORTUNE, American Vision, Interlaw.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Πλήρη οργάνωση και υποστήριξη σε επιστημονικά συμπόσια και συνέδρια (σχεδιασμός, προϋπολογισμός, marketing, εξεύρεση χορηγών και πηγών χρηματοδότησης, λειτουργία έκθεσης, πλήρης γραμματειακή υποστήριξη, συντονισμός και διαχείριση του επιστημονικού προγράμματος και εργασιών (Abstracts), γραφείο Τύπου, συνεντεύξεις Τύπου, προβολή στα ΜΜΕ, πλήρης σχεδιασμός και επιμέλεια όλων των εντύπων, κοινωνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις, περιηγήσεις, εκδρομές, συνεχής και τελικός απολογισμός), εταιρικές συναντήσεις, επιστημονικές ημερίδες, εκδηλώσεις προώθησης και παρουσίασης νέων προϊόντων (product launches), ταξίδια κινήτρων, συμμετοχή σε εκθέσεις και συνέδρια εξωτερικού.

FORUM

Μητροπόλεως 18, Θεσσαλονίκη 546 24, τηλ. : (031) 257128, Fax : (031) 231849, E-mail : gsamaras@med.auth.gr.

FREI TRAVEL SA

Νίκης 24, Αθήνα 105 57, τηλ. : 3215600, Fax : 3219296, E-mail : frei@travelling.gr.

GOLDEN SUN HOLIDAYS

Μιχ. Πετρίδη 22, Ρόδος 851 00, τηλ. : (0241) 24592, Fax : (0241) 30467, E-mail : goldensun@otenet.gr.

HELIOTOPOS SA

Τερψιχόρης 38, Π. Φάληρο 175 62, τηλ. : 9884004, Fax : 9883059 : E-mail : helio@hol.gr.

HELLENIC TOURS SA

Ερμού 23-25, Αθήνα 105 63, τηλ. : 3359700, Fax : 3234947, E-mail : inboc@hltm.ath.forthnet.gr.

- Έτος ίδρυσης : 1953
- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Αναστάσιος Διαβάτης
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Εισερχόμενος τουρισμός, συνεδριακός τουρισμός με εξειδίκευση στα incentive tours, τα event themes και τα επαγγελματικά ταξίδια για επιχειρήσεις. Διοργάνωση σεμιναρίων, συνεδρίων και διασκέψεων. Ανάλυση της συνολικής ευθύνης της οργάνωσης και οικονομικής διαχείρισης του συνεδρίου. Δημιουργία δημιουργικών και πρωτότυπων προγραμμάτων για πεripιτετειώδεις ξεναγήσεις σε όλη την Ελλάδα. Έκδοση εισιτηρίων, κρατήσεις ξενοδοχείων στην Ελλάδα και σε όλο τον κόσμο, κρουαζιέρες, περιηγήσεις στην Ελλάδα και το εξωτερικό, ειδικό τμήμα μεταφορών (ενοικιάσεις αυτοκινήτων και λιμουζινών, ταξί, πολυτελών πούλμαν

στην Ελλάδα και τον κόσμο), ενοικιάσεις όλων των τύπων των πλοίων θαλάσσιου τουρισμού.

HI AD

Ερμού 18, Θεσσαλονίκη 546 24, τηλ. : (031) 288491, Fax : (031) 274619, E-mail : pagalos@otenet.gr.

- Έτος ίδρυσης : 1990
- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Μαριάνα Πάγκαλου
- Κυριότεροι πελάτες : Δήμος Τυχερού Ν. Έβρου, Εμπορικός Σύλλογος Θεσ/κης, Υπουργείο Γεωργίας, UNESCO.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Διοργανώσεις συνεδρίων, προωθήσεις προσώπων, πολιτικών κομμάτων, συνεντεύξεις Τύπου, διαφημίσεις, εκτυπώσεις, πολιτιστικά γεγονότα.

ILIOS HOLIDAYS LTD

Ξεν. Σιρατηγού 46, Κέρκυρα 491 00, τηλ. : (0661) 38089, Fax : (0661) 35416, E-mail : ilioshol@otenet.gr.

INTRAV

Πεντέλης 2, Αθήνα 105 81, τηλ. : 3230931-4, Fax : 3230935, E-mail : intrav@travelling.gr.

KM TRAVEL & TOURISM LTD

Βουλιαγμένης 501, Ηλιούπολη 163 41, τηλ. : 9934101, Fax : 9934210, E-mail : kmtravel@kmtravel.gr.

- Έτος ίδρυσης : 1974.
- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Θάνος Μαρίνος.
- Κυριότεροι Πελάτες : Warner Lambert, Pharmacia & Upjohn, Mc Donalds, General Electric, Sun Microsystems.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Corporate travel, corporate meetings, conference & congresses, DMC incentives.

MARTAKIS TOURISM CONSULTANTS

Κ. Σχινά 3, Αθήνα 114 73, τηλ. : 6432306, Fax : 6456233.

MEDI TOURS

Πανεπιστημίου 39, Αθήνα 105 64, τηλ. : 3247715-7, Fax : 3238531, E-mail : meditours@ath.forthnet.gr.

- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Γιώργος Μαρίνος.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Εξερχόμενος τουρισμός, οργάνωση συνεδρίων, incentives, special events, οργανωμένα ταξίδια, περιηγήσεις και εκδρομές, κρατήσεις ξενοδοχείων, yachting, κρουαζιέρες.

MONOGRAM EXCLUSIVE TRAVEL

Βαλαωρίτου 7, Αθήνα 106 71, τηλ. : 3643960-3, Fax : 3643964,
E-mail: monogram@travelling.gr.

Mr. TRAVEL

Λεωφ. Μεσογείων 274, Χολαργός 155 62, τηλ.: 6510047, Fax : 6531567, E-mail : mrtravel@compulink.gr.

- Έτος ίδρυσης : 1979
- Κυριότεροι Πελάτες : Sanyo Hellas, Seafarm Ionia, Legrand, Babyland, Αγροτική Τράπεζα.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Οργάνωση επιχειρηματικών groups για εκθέσεις, εκδόσεις εισιτηρίων (εσωτερικού – εξωτερικού), συνέδρια (εντός & εκτός Ελλάδας), Tour Operators, commercial accounts, VIP service, incentives.

NORSTAR ENTERPRISES

Ποσειδώνος 73, Π. Φάληρο 175 62, τηλ. : 9852105-7, Fax : 9881552,
E-mail : mahi@hol.gr.

NOSTALGIA TRAVEL

Ε. Αντιστάσεως 62, Κως 853 00, τηλ. : (0242) 27531-3, Fax : (0242) 27530.

OPTION CONVENTION & MEETING ORGANIZERS

Αμαρυσίας Αριέμιδος 19, Μαρούσι 151 24, τηλ. : 6898496, Fax : 6897214, E-mail : option@otenet.gr.

- Έτος ίδρυσης : 1994.
- Υπεύθυνος Επικοινωνίας : Παναγιώτης Αρετάκης.
- Κυριότεροι Πελάτες : Kraft Jacobs-Suchard, BDF Hellas, Fort James Hellas, Rothmans Distribution SA, Συνεταιριστική Τράπεζα Λαμίας.
- Παρεχόμενες Υπηρεσίες : Δημιουργία παρουσιάσεων, βιντεοπαραγωγές, σκηνικά, διακόσμηση χώρων, γιγαντομορφές προϊόντων, εταιρικά παιχνίδια, happenings (χορευτικά, εφέ, πυροτεχνήματα).

PANOS TRAVEL LTD

Φιλελλήνων 4, Αθήνα 105 57, τηλ. : 3230380-1, Fax : 3245049,
E-mail: panos@travelling.gr.

PLOTIN TRAVEL

Λαγουμιζή 24, Καλλιθέα 176 71, τηλ. : 9229785, Fax : 9232689,
E-mail : plotinof@otenet.gr.

PONTOS TRAVEL SA

Πηνειού 2 & Κύπρου 35, Γλυφάδα 166 75, τηλ. : 8980103, Fax: 8980164, E-mail : pontos@travelling.gr.

PREMIER DESTINATIONS

Δασκαρόλη 67^A, Γλυφάδα 166 75, τηλ. : 9604171, Fax : 9646472, E-mail : premier@her.forthnet.gr.

RODOS TOURS ΕΠΕ

Αμμοχώστου 29, Ρόδος 851 00, τηλ. (0241) 35964, Fax : (0241) 38216.

SCARABEE TRAVEL

Ελ. Βενιζέλου 11, Κως 853 00, τηλ. (0242) 23311, Fax : (0242) 25845.

SYNTONOS CONGRESS

Ερμού 18^Α..., Θεσσαλονίκη 546 24, τηλ. : (031) 244987, Fax : (031) 239926.

TRAVEL PLAN

Χρήστου Λαδά 9, Αθήνα 102 37, τηλ. : 3238801-4, Fax : 3222152, E-mail : info@travelplan.gr.

TRIAENA TOURS & CONGRESS

Μέγαρο Αισλεί, Λεωφ. Μεσογείων 15, Αμπελόκηποι 115 26, τηλ. : 7499300, Fax : 7705752, E-mail : congress@triaena.gr.

TRITON HOLIDAYS

Ν. Πλαστήρα 9, Ρόδος 851 00, τηλ. : (0241) 21690, Fax : (0241) 31625, E-mail : info@tritondmc.gr.

XENIA TRAVEL BUREAU

Πανεπιστημίου 15, Αθήνα 105 64, τηλ. : 3313730-3, Fax : 3313795, E-mail : xenia@travelling.gr.

ZITA CONGRESS & TRAVEL

Βουλής 46 & Νικοδήμου, Σύνταγμα 10558, τηλ. : 3239744-47, Fax: 3241720.

ZORPIDIS SA

Εγνατίας 76, Θεσσαλονίκης 546 24, τηλ. : (031) 244000, Fax : (031) 242364.

EY ZHN AE

Λ. Συγγρού 132, Αθήνα 176 71, τηλ. : 9216285, Fax : 9229995.

ΣΥΜΒΟΛΗ ΕΠΕ

Πάτριου 8, Θεσσαλονίκη 551 33, τηλ. : (031) 425159, Fax : (031)
4245169.

ΣΥΝΔΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η περαιτέρω ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στη χώρα μας είναι και δυνατή και σκόπιμη. Δυνατή γιατί η χώρα μας είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός και διαθέτει επί πλέον τα πολιτιστικά, ιστορικά και κοινωνικά στοιχεία για να ελκύσει την προσοχή των συνέδρων, των φορέων και των οργανωτών των συνεδρίων. Διαθέτει ακόμη αν όχι, την άριστη, την αρκετά ικανοποιητική συνεδριακή υποδομή και άριστη τουριστική εμπειρία.

Είναι σκόπιμη η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού λόγω των πλεονεκτημάτων της αντιεποχικής μορφής τουρισμού και των υψηλών τιμών των συνεδριακών προϊόντων.

Η χώρα μας μέσω των συνεδρίων και των ικανοποιημένων συνέδρων γίνεται γνωστότερη, διαφημίζεται και προβάλλεται γιατί συχνά οι σύνεδροι είναι διαμορφωτές της κοινής γνώμης.

Οι ικανοποιημένοι σύνεδροι είναι σίγουρο ότι θα ξαναέλθουν στη χώρα μας σαν τουρίστες μιας άλλης μορφής τουρισμού και θα φέρουν μαζί τους περισσότερους τουρίστες.

Η υπάρχουσα δομή του Θαλάσσιου Συνεδριακού Τουρισμού (οι μοναδικές ελληνικές θάλασσες και ο μεγάλος στόλος των κρουαζιερόπλοιων με έμπειρα πληρώματα και με ναυτική παραδοσιή0 επιτρέπει ιδιαίτερα την φιλοξενία πλωτών συνεδρίων.

Πολλά από τα συνέδρια θεωρούνται πηγές γνώσεων και πληροφοριών και τέτοιες πηγές είναι σκόπιμο να φιλοξενούνται στη χώρα μας, αφού οι Έλληνες σύνεδροι επιστήμονες και επαγγελματίες, σίγουρα θα αποκτήσουν ευκολότερα και φθηνότερα αυτές τις γνώσεις και τις πληροφορίες.

PROTASEIN-ANZEIGEN

Πολλά είναι τα προβλήματα, για τα οποία πρέπει να βρεθούν λύσεις και εμποδίζουν την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Μερικά από αυτά είναι :

1. Υποβαθμισμένες συγκοινωνίες και επικοινωνίες.
2. Προβληματικές αερογραμμές και ελλιπές ground landing.
3. Έλλειψη επίσημων στατιστικών στοιχείων.
4. Πρόβλημα accessibility, με αποτέλεσμα πολλοί προορισμοί να εξαρτώνται αποκλειστικά από πτήσεις charter.

Οι προτάσεις που έχουν υποβληθεί από τους αρμόδιους φορείς του Ε.Ο.Τ. έχουν ως εξής :

- i. Να ενεργοποιηθεί το ελληνικό και ομογενειακό επιστημονικό και επαγγελματικό δυναμικό.
- ii. Να γυριστούν επαγγελματικά video για ταξίδια incentives και συνέδρια.
- iii. Να εξετασθεί η πιθανότητα συνδιαφήμισης της χώρας μας με ειδικά περιοδικά συνεδρίων.
- iv. Να προσκληθούν πιθανοί αγοραστές του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος για επισκέψεις σε αξιόλογες ξενοδοχειακές μονάδες.
- v. Να δημιουργηθούν μεγάλα αυτόνομα συνεδριακά κέντρα στις κυριότερες πόλεις με προοπτική τα συνέδρια που θα πραγματοποιούνται σε αυτούς τους χώρους να έχουν τη δυνατότητα:
 - Να καθιερώσουν τη χώρα μας ως τόπο διεξαγωγής συνεδρίων με όλες τις ευνοϊκές συνέπειες που θα έχει η ενέργεια αυτή.
 - Να προβάλλουν παγκοσμίως την Ελλάδα.

Επίσης θα πρέπει να γίνουν διαφημιστικά φυλλάδια υψηλών προδιαγραφών για τον συνεδριακό τουρισμό, συνοδευόμενα από το απαραίτητο ενημέρωτικό υλικό.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Ο συνεδριακός τουρισμός εν κατακλείδι, κατά το μαγικό ραβδί της διαφοροποίησης του τουριστικού προϊόντος, είναι αυτός που μπορεί να προσφέρει τη μέγιστη αξιοποίηση κάθε ξενοδοχειακού χώρου κατά τη διάρκεια της ημερολογιακής χρονιάς, προσφέροντας έτσι συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι των παραδοσιακών μορφών τουρισμού.

Ο συνεδριακός τουρισμός φαίνεται πως αποδίδει το διπλάσιο κατά κεφαλή εισόδημα από το μαζικό τουρισμό, σύμφωνα όμως με τους ειδικούς, η νέα μορφή "ηλεκτρονικών συναντήσεων" μέσω Ίντερνετ, ενδέχεται να επιφέρει πλήγμα στο συνεδριακό τουρισμό, δεδομένου ότι οι συνέδροι δεν θα χρειάζεται να μετακινούνται από τον τόπο διαμονής τους για την παρακολούθηση ενός συνεδρίου.

Ας ελπίσουμε πως με την ανάληψη των Ολυμπιακών Αγώνων το 2004 από την Αθήνα θα αναγκάσει τους ιθύνοντες για την δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου, αφού η πόλη θα αποτελέσει το κέντρο του παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Κατά τις εκτιμήσεις του κλάδου, η Ολυμπιάδα θα είναι καθοριστικής σημασίας για την περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

Δε θα βοηθήσει μόνο στην οριστική ανανέωση των ξενοδοχειακών εγκαταστάσεων, αλλά και όλου του προϊόντος που λέγεται τουρισμός.

Γεγονός είναι πάντως, ότι τα βήματα που ήδη γίνονται από τις τουριστικές επιχειρήσεις στη χώρα μας, δίνουν κάθε λόγο αισιοδοξίας για το μέλλον του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

1. Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.
2. Κέντρο Προγραμματισμού και Οικονομικών Ερευνών.
3. Κ.Ν. Καραβίτης. "Συνέδρια - Εκδηλώσεις : πωλήσεις και διεξαγωγή τους".
4. Λούκος Κ. "Αποφασιστικός Ρόλος του Συνεδριακού Τουρισμού". Τουρισμός και Οικονομία. Δεκέμβρης 1990.
5. Κ.Ν. Καραβίτης "Επαγγελματικός Τουρισμός συνεδρίων κινήτρων - εκθέσεων : οργάνωση συνεδρίων για τα ξενοδοχεία". 1992, εκδόσεις Interbooks.
6. Σημειώσεις του καθηγητού Κου Λάσκαρη. Τουριστική Οικονομία, σελ. 65-66.
7. Σημειώσεις του καθηγητού Κου Σπηλιόπουλου Ιωάννη, οργάνωση Συνεδρίων, σελ. 36-88.
8. Μανώλης Σφακιανάκης, Εναλλακτικές Μορφές Τουρισμού...

Ελληνικός Περιοδικός τύπος για τον Τουρισμό.

- Τουρισμός, Ιούλιος 2004, Ετήσια Έκδοση της Εφημερίδας Σύμβουλος Επιχειρήσεων.
 - Φιλοξενία και Τουρισμός.
 - Τουρισμός και Οικονομία, Ιανουάριος 2001.
 - Εφημερίδα Express. "Αφιέρωμα στον συνεδριακό τουρισμό". Φεβρουάριος.
 - Synedrio Guide 2001.
-
- Συνέδριο, ετήσιος Διεθνής Οδηγός 1999.

Άλλες Πηγές

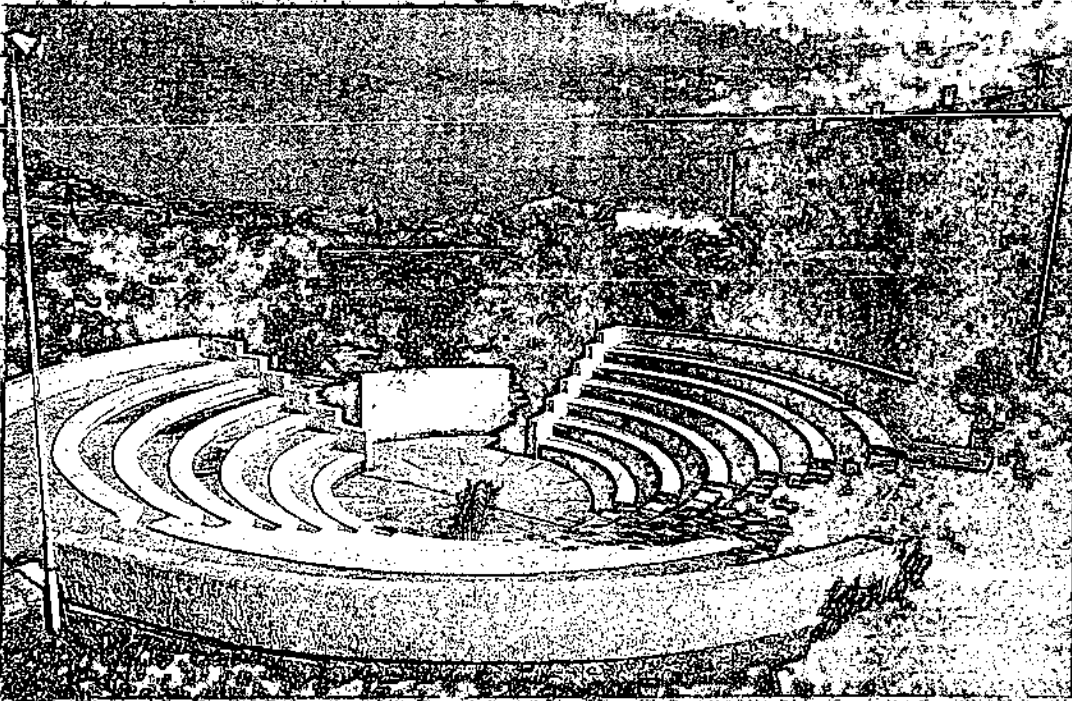
- ☉ Πτυχιακές με θέμα Οργάνωση Συνεδρίων
- ☉ Έρευνα της ICAA (Διεθνής Ένωση Συνεδρίων & Σεμιναρίων).
- ☉ Εκπαιδευτικό Κέντρο Εθνικής Τράπεζας της Ελλάδος Α.Ε.

ПАРАРТНМА

S Y N E D R I O

D E S T I N A T I O N

G R E E C E



ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

Ιανουάριος 2001

Α΄ ΦΑΣΗ

Η πρώτη φάση της μελέτης περιλαμβάνει τρία μέρη

• Μέρος Ι

Στο μέρος Ι επιχειρείται η ανάλυση, διερεύνηση και καταγραφή της υπάρχουσας κατάστασης καθώς και των τάσεων ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού. Λόγω της πολυσημίας της ορολογίας γύρω από τον συνεδριακό τουρισμό αναφέρονται στην αρχή και επεξηγούνται οι σημαντικότεροι όροι που χρησιμοποιούνται για τον συνεδριακό τουρισμό και παρουσιάζονται οι κατηγορίες των ειδών συνεδριακού τουρισμού σύμφωνα με το ICCA (International Conference and Convention Association).

Οι δύο μεγάλες κατηγορίες κατά το ICCA της αγοράς του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού (του «International Meeting Market») είναι τα Corporate (επιχειρηματικά συνέδρια) και τα Non Corporate (μη επιχειρηματικά συνέδρια) και προσδιορίζονται από το status (καθεστώς) του διοργανωτή. Η ευρύτερη κατηγορία των Non Corporate Meetings περιλαμβάνει δύο μεγάλες κατηγορίες, τα συνέδρια που διοργανώνονται από διεθνείς κρατικούς οργανισμούς (Association Meetings, συνέδρια οργανώσεων, συνδέσμων, μη κρατικών). Τα επιχειρηματικά συνέδρια (Corporate Meetings) είναι συνήθως επαγγελματικά συνέδρια μικρής τάξης μεγέθους ατομών και διαρκούν 1 έως 2 ημέρες, ενώ τα Non Corporate Meetings και ειδικότερα τα Association Meetings είναι μεγάλα συνέδρια με διάρκεια 3 έως 5 ημέρες με μεγαλύτερες ανάγκες και γι' αυτό χρησιμοποιούν συνήθως αμιγή συνεδριακά κέντρα.

Από τα στοιχεία 1991-1998 για τον διεθνή συνεδριακό τουρισμό του ICCA διαπιστώνεται ότι η προτίμηση των διοργανωτών για τον χώρο διεξαγωγής συνεδρίων είναι της τάξης του 50-52% για αμιγώς συνεδριακά κέντρα, 20-22% για ξενοδοχεία και 24-28% σε πανεπιστήμια και άλλους χώρους.

Στα Corporate Meetings προτιμούνται κατά ICCA 74-80% τα ξενοδοχεία. Οι κατ' εξοχήν μήνες του συνεδριακού τουρισμού είναι Μάιος, Οκτώβριος και ακολουθούν Ιούνιος, Σεπτέμβριος. Η μέση διάρκεια (πάντα για Association Meetings) είναι 4,5 ημέρες, ο μέσος όρος κόστους συμμετοχής σε συνέδριο ήταν 81 δολάρια ανά ημέρα το 1998 και συνολικά 366 δολάρια ανά συνέδριο. Ο μέσος όρος συμμετεχόντων ανά συνέδριο κυμαίνεται σε 600-700 άτομα και μόλις ένα ποσοστό 6-8% έχουν συμμετοχή πάνω από 1999 άτομα.

Την πρώτη θέση στην προτίμηση συνεδρίων για την διεξαγωγή συνεδρίων την κατέχει ακόμα η Ευρώπη. Στη δεύτερη και τρίτη θέση βρίσκονται αντίστοιχα η Αμερική και η Ασία. Στην Ευρώπη, η Μ.Βρετανία, η Ισπανία, η Ολλανδία και η

Γαλλία είναι μεταξύ των κυριότερων προτιμώμενων χωρών προορισμού. Το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη είναι από τους αγαπητούς προορισμούς. Μαδρίτη, Βιέννη, Κοπεγχάγη, Βαρκελώνη από τις πόλεις που παρουσιάζουν τάσεις ανόδου, Παρίσι, Νίκαια πάντα δημοφιλή, ενώ η Αθήνα, στην 35η θέση διεθνώς και στην 25η στην Ευρώπη, σημειώνει μια ικανοποιητική κίνηση αν σκεφτεί κανείς ότι δεν διαθέτει μεγάλο συνεδριακό κέντρο.

Μεγάλη είναι η συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην ανάπτυξη του τουρισμού μιας χώρας. Σύμφωνα με στοιχεία της PCMA, στις ΗΠΑ η «συνεδριακή» δραστηριότητα καλύπτει το 1/3 του συνολικού ξενοδοχειακού τζίρου και το 22% της αεροπορικής διακίνησης. Χαρακτηριστική είναι και η συμβολή του στην διαμόρφωση του ΑΕΠ των ΗΠΑ, καταλαμβάνοντας την 22η θέση μεταξύ των διαφόρων κλάδων σχηματισμού του ΑΕΠ. Ο τζίρος του «συνεδριακού τουρισμού» κατανέμεται σε μια σειρά τουριστικών κλάδων.

Η πρωτοβουλία διενέργειας ενός διεθνούς συνεδρίου προέρχεται συνήθως από την αντίστοιχη ομάδα που θέλει να οργανώσει ένα τέτοιο γεγονός. Προς τον σκοπό αυτό οι διοργανωτές αναζητούν πληροφορίες είτε μόνοι τους είτε αναθέτουν σε ένα γραφείο, που θα συγκεντρώσει αυτή την πληροφόρηση για λογαριασμό τους. Στο εξωτερικό αυτή η «παροχή πληροφόρησης» καλύπτεται και από τα Convention Bureaux (C.B. ή C.V.B.), απ' όπου συνήθως ο διοργανωτής αντλεί τις πρώτες πληροφορίες. Το C.B. είναι βασικά μια μη κερδοσκοπική μονάδα (οργανισμός) που ασχολείται και αναλαμβάνει την προώθηση, τη διαφήμιση, την προβολή, πολλές φορές ακόμη και την πώληση και τη γενικότερη εξυπηρέτηση προς όφελος διενέργειας ενός συνεδρίου σε προορισμό/ούς της ευρύτερης περιοχής που αντιπροσωπεύει. Η «αγορά» των συνεδρίων είναι μια πολύ απαιτητική αγορά και έτσι τα CB's πρέπει να στέκονται στο ύψος τους, αν θέλουν να μείνουν αξιόπιστα.

Χωροθέτηση εγκαταστάσεων : Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια μορφή τουρισμού στην οποία ο σύνεδρος - τουρίστας συνδυάζει την εργασία με την αναψυχή, με αποτέλεσμα να έχει αυξημένες απαιτήσεις, τόσο σε ό,τι αφορά τη «συνεδριακή υποδομή» με την στενή έννοια όσο και τις υποδομές «ποιότητας ζωής» (πολιτιστικής, κοινωνικής, αναψυχής κ.λπ.). Το γεγονός αυτό καθιστά διεθνώς ελκυστικούς τόπους προορισμού του συνεδριακού τουρισμού κυρίως δύο τύπους περιοχών : Ο πρώτος τύπος περιοχής περιλαμβάνει τα μητροπολιτικά κέντρα. Στην πλειονότητά τους διεθνώς τα μητροπολιτικά κέντρα που διαθέτουν πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού έχουν αναπτύξει κατάλληλη αυτοτελή υποδομή με την μορφή συνεδριακών κέντρων (Σ.Κ.). Ο δεύτερος τύπος περιοχής περιλαμβάνει τα τουριστικά παραθεριστικά κέντρα, θέρετρα, όπου το συνέδριο συνδιάζεται με θαλάσσιο ή ορεινό ή άλλη μορφή τουρισμού διακοπών. Στις περιπτώσεις αυτές τα συνέδρια κατά κανόνα διοργανώνονται σε χώρους που διαθέτουν οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις. Από την διεθνή πρακτική βλέπουμε ότι ο συνεδριακός τουρισμός προϋποθέτει, συμβαδίζει και αναπτύσσεται κατ' αρχήν με τα δίκτυα μεταφορών και κυρίως με αεροπορικό, σιδηροδρομικό, οδικό δίκτυο, προϋποθέτει δηλαδή ολοκληρωμένες μεταφορές,

ένα σύστημα μεταφοράς από και προς τον προορισμό-προέλευση. Η χωροθέτηση συνεδριακών χώρων πρέπει να εξασφαλίζει επομένως άνετες προσβάσεις με σιδηρόδρομο, αυτοκίνητο, αεροπλάνο και κατάλληλη συγκοινωνία, μετρό, λεωφορεία, ταξί. Πρέπει να εξασφαλίζει επίσης και μια πολιτιστική γενικότερη υποδομή, επίσης μια άρτια ξενοδοχειακή τουριστική εξυπηρέτηση.

Στον διεθνή χώρο βλέπουμε συνεδριακά κέντρα χωροθετημένα εντός της πόλης, αλλά και στην περιφέρεια των πόλεων, πάντοτε όμως να εξασφαλίζουν ταχεία πρόσβαση, υψηλή ξενοδοχειακή προσφορά, υψηλή «τουριστική» υποδομή και παροχή υπηρεσιών στους συνέδρους.

Case Studies : Με ειδική αναφορά στις ΗΠΑ, τη Γαλλία, το Ηνωμένο Βασίλειο, τη Γερμανία, την Ιαπωνία, την Αυστρία, την Τουρκία, την Πορτογαλία, την Κύπρο και των συνεδριακών κέντρων τους, δίδονται όλα εκείνα τα εξειδικευμένα στοιχεία (ασκηθείσα πολιτική, θεσμικό πλαίσιο κ.λπ.) που διαμόρφωσαν και διαμορφώνουν τον συνεδριακό τουρισμό στις χώρες αυτές.

• Μέρος II

Στο μέρος II γίνεται η διερεύνηση των προοπτικών για την ανάπτυξη των δραστηριοτήτων αυτών στην Ελλάδα στο πλαίσιο του διεθνούς ανταγωνισμού. Δημιουργήθηκε μια τράπεζα στοιχείων (Data Bank), που περιέχει στοιχεία των συνεδριακών χώρων σε αμιγή συνεδριακά κέντρα και σε συνεδριακούς χώρους σε ξενοδοχεία.

Γίνεται επίσης καταγραφή και χαρτογράφηση των ξενοδοχειακών και ΑΑ τάξης ξενοδοχείων ανά νομό και εξετάζονται συμπεράσματα για τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού σε σχέση με το ξενοδοχειακό δυναμικό συνεδριακή υποδομή.

Ο διεθνής ανταγωνισμός των προσφερόμενων υπηρεσιών και των πακέτων τιμών μεταξύ των συνεδριακών προορισμών είναι πάρα πολύ μεγάλος.

Οι παράμετροι που επιδρούν στην επιλογή του τρόπου διενέργειας ενός συνεδρίου είναι :

- Κόστος.
- Μεταφορά-μετακίνηση-εύκολη πρόσβαση.
- Συνεδριακοί χώροι. Ποιότητα προσφερόμενων χώρων σε αμιγή Σ.Κ. ή Σ.Κ. σε ξενοδοχεία ή άλλου τύπου υπηρεσίες που παρέχουν (facilities).
- Ποιότητα προσφερόμενων ξενοδοχείων (για παραμονή των συνέδρων).
- Γαστρονομία.
- Παράλληλες εκδηλώσεις-κοινωνική υποδομή (social events)
- Φήμη/image χώρας, συνεδριακού κέντρου-ελκυστικότητα προορισμού.
- Ασφάλεια.

Η χώρα μας επιζητεί ένα τμήμα αγοράς της διεθνούς συνεδριακής αγοράς έχοντας να προσφέρει κατ' αρχήν : το κλίμα της, τα αξιοθέατά της, το φυσικό περιβάλλον, το πολιτισμικό περιβάλλον της, το image της, το γεγονός ότι είναι τουριστικός προορισμός. Λαμβάνοντας υπόψη τις αναγκαίες προϋποθέσεις (δίκτυο μεταφοράς-συγκοινωνιών, ύπαρξη ξενοδοχείων υψηλής τουριστικής στάθμης [νοείται πολυτελείας και υπερπολυτελείας] συνεδριακοί χώροι υψηλής ποιότητας), οι προοπτικές ανάπτυξης διεθνούς συνεδριακού τουρισμού για οποιαδήποτε περιοχή της Ελλάδας που δεν θα εξυπηρετείται από αεροδρόμιο και που δεν θα διαθέτει ξενοδοχεία υψηλής ποιότητας (σε μια ακτίνα 40 λεπτών) που να λειτουργούν όλο τον χρόνο, είναι πολύ περιορισμένες.

• Μέρος III

Στο τρίτο μέρος επιχειρείται, με βάση την ανάλυση που έγινε στο Ααε μέρος και τη διερεύνηση των προοπτικών που εξετάστηκαν στο Βαε μέρος, η σύνθεση πρότασης για διαμόρφωση κριτηρίων – προϋποθέσεων με στόχο την ανάπτυξη, οργάνωση και χωροθέτηση των απαιτούμενων υποδομών για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας.

Για να καθιερωθεί ένας τόπος ως συνεδριακός προορισμός στον διεθνή ανταγωνισμό, πρέπει να μπορεί να προσφέρει υψηλής ποιότητας διεθνές αεροδρόμιο με πυκνό δίκτυο πτήσεων, έναν ικανό αριθμό ξενοδοχείων υψηλής ποιότητας, κατάλληλους συνεδριακούς χώρους, εξειδικευμένες υπηρεσίες που χρειάζονται για τη διοργάνωση συνεδρίων, τουριστικά αξιοθέατα και τελικά καλή σχέση τιμής και ποιότητας προσφερόμενου προϊόντος.

Σε μια διαμορφωμένη ήδη αγορά όπου διεθνώς η προσφορά των «συνεδριακών χώρων» είναι αντιστόφως ανάλογη από την τάση αύξησης των εκδηλώσεων «meetings» και όπου υπάρχει μεγάλος ανταγωνισμός και μεγάλο «κυνήγι» πελατών, η χώρα μας χρειάζεται, κατά τη γνώμη μας, κατ' αρχήν να βάλει κάποια τάξη στην υπάρχουσα υποδομή, να οργανωθεί και μέσω μιας στρατηγικής να επιδιώξει την ανάπτυξη του «συνεδριακού τουρισμού». Σε αυτό θα συμβάλλει :

- Ένα θεσμικό πλαίσιο και πιστοποίηση των «γραφείων τουρισμού» που οργανώνουν (διοργανώνουν) συνέδρια και εκδηλώσεις.
- Η δημιουργία δικτύου Convention Bureau.
- Η απογραφή και η πιστοποίηση των συνεδριακών χώρων που ήδη λειτουργούν είτε αυτοτελώς σαν συνεδριακά κέντρα ή σε άλλους χώρους όπως ξενοδοχεία, επιμελητήρια, δήμους και κατηγοριοποίησή τους.
- Δημιουργία ενός συνεδριακού δικτύου για διεθνή συνεδριακό τουρισμό πιστοποιημένων συνεδριακών χώρων και η συμπλήρωση των αντίστοιχων

υποδομών έτσι ώστε να δημιουργηθούν «συνεδριακοί προορισμοί» ανταγωνίσιμοι και ανταποκρινόμενοι στα διεθνή πρότυπα.

Β' ΦΑΣΗ

Η Β' Φάση της μελέτης περιλαμβάνει δύο μέρη :

• Μέρος Ι

Με βάση αυτά που αναλύθηκαν και εξετάστηκαν στην Α' Φάση, οι χωροταξικές κατευθύνσεις που προτείνονται για την ανάπτυξη των συνεδριακών υποδομών με στόχο τον εμπλουτισμό της τουριστικής προσφοράς, την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και προσέλκυση τουριστών υψηλής στάθμης έτσι ώστε η χώρα να εδραιωθεί ως «συνεδριακός προορισμός» και με την παραδοχή ότι ο χρονικός ορίζοντας από την εκδήλωση ενδιαφέροντος για την δημιουργία μιας συνεδριακής υποδομής μέχρι την λειτουργία της και την εδραίωσή της στο διεθνές ανταγωνιστικό πεδίο, παρέρχεται τουλάχιστον μια πενταετία, διαμορφώνεται η εξής πρόταση (μεσοπρόθεσμος στόχος) :

1. Συμπλήρωση των συνεδριακών υποδομών κατ' αρχήν στα δύο βασικά μητροπολιτικά κέντρα (Αθήνα-Θεσσαλονίκη) και στους ανεπτυγμένους τουριστικούς πόλους Ρόδο, Κέρκυρα, Κω, Ηράκλειο, που ήδη εξασφαλίζουν βασικές προϋποθέσεις όπως :

- ✓ Ξενοδοχειακή υποδομή Α' και ΑΑ' τάξης, που λειτουργεί καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ✓ Αεροπορική σύνδεση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ✓ Υψηλή τουριστική υποδομή και κοινωνική υποδομή (social events), image, ενδιαφέροντα.
- ✓ Λοιπές εγκαταστάσεις και υπηρεσίες που είναι απαραίτητες για την άρτια οργάνωση συνεδρίων με στόχο την κάλυψη μεσαίων και μεγάλων συνεδρίων υψηλών απαιτήσεων.

2. Δημιουργία μεμονωμένων μονάδων αυτοτελών Σ.Κ. ή σε ξενοδοχεία, για κάλυψη κυρίως των μικρών έως και μεσαίων συνεδρίων σε δευτερευόντα μητροπολιτικά κέντρα και τουριστικούς προορισμούς της χώρας, με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, εφόσον καλύπτονται βασικές προϋποθέσεις όπως :

- ✓ Ξενοδοχειακή υποδομή Ααε και Αααε τάξης με ξενοδοχεία που λειτουργούν καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ✓ Αεροπορική σύνδεση καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.
- ✓ Κατάλληλες υπηρεσίες και δυνατότητες για τη διοργάνωση συνεδρίων.

Η ανάπτυξη συνεδριακών προορισμών έτσι ώστε να είναι ανταγωνιστικοί για την προσέλκυση του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού, δεν εμποδίζει βεβαίως τη δημιουργία μικρών συνεδριακών κέντρων για την κάλυψη τοπικών αναγκών σε

τοπικό ή νομαρχιακό επίπεδο, που όμως αφού δεν διαθέτουν αεροπορική σύνδεση, ξενοδοχεία κ.λπ. δεν είναι ανταγωνιστικά στον διεθνή συνεδριακό τουρισμό με διεθνή πρότυπα.

Με το πλέγμα προτάσεων επιδιώκεται η επίτευξη του μακροχρόνιου τελικού στόχου για την ανάπτυξη του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού που επιγραμματικά διατυπώνεται σε «Δημιουργία συνεδριακών προορισμών ποιότητας» και που θα επιτευχθεί (σε συνδυασμό με τις άλλες απαραίτητες υποδομές που πολλές φορές αναφέρθηκαν, όπως συγκοινωνιακό δίκτυο, δίκτυο μεταφορών, αεροδρόμια, τηλεπικοινωνιακές υποδομές, κοινωνικές υποδομές), με:

- ✓ Ποιοτικά πιστοποιημένα συνεδριακά κέντρα.
- ✓ Ποιοτικά πιστοποιημένα CVB.
- ✓ Ποιοτικά πιστοποιημένα γραφεία οργάνωσης συνεδρίων.
- ✓ Ποιοτικά πιστοποιημένα κατάλληλα ξενοδοχεία με υποδομή.

Ειδικότερα, διατυπώνονται οι εξής προτάσεις :

- Είκοσι τρεις (23) προτάσεις (αρμοδιότητας υπ. Ανάπτυξης-ΕΟΤ/ΥΠΕΧΩΔΕ/Δ/σης Χωροταξίας) για τη συμπλήρωση, τροποποίηση στην ΚΥΑ 23908/91 ΦΕΚ 208/Β/91 και ΦΕΚ 298/Β/91-προδιαγραφές ανέγερσης συνεδριακών κέντρων. Η ανωτέρω ΚΥΑ περιέχει μια σειρά πολλών αρκετά ολοκληρωμένων διατάξεων και με αρκετά στοιχεία, ιδίως στις κτιριοδομικές προδιαγραφές. Η «χωροταξική διάσταση» της σχετικής απόφασης επίσης, εξασφαλίζει κατ' αρχήν «χωρικές κατευθύνσεις» σε εθνικό επίπεδο και προδιαγράφει έναν μηχανισμό αξιολόγησης. Οι προτάσεις για πιθανές τροποποιήσεις που προτείνονται, στόχο έχουν τα ανεγειρόμενα συνεδριακά κέντρα να ανταποκριθούν στον διεθνή ανταγωνισμό και στις διεθνείς απαιτήσεις και βασίζονται σε στοιχεία ανάλυσης της εμπειρίας άλλων κρατών, στις αντίστοιχες προδιαγραφές και στις εγκεκριμένες προτάσεις της Ααε φάσης, εστιάζονται στις παραγράφους 1, 2, 3, 4 της σχετικής ΚΥΑ.
- Έξι (6) προτάσεις (αρμοδιότητας υπ. Ανάπτυξης/ΕΟΚ) για τη συμπλήρωση της Υ.Α. Τ4486 ΦΕΚ 2202/Β/22/12/99, που αναφέρεται στις προϋποθέσεις χορήγησης ειδικού σήματος λειτουργίας σε επιχειρήσεις συνεδριακών κέντρων. Προτείνεται η συμπλήρωση έτσι ώστε κατά τη χορήγηση του ειδικού σήματος λειτουργίας να πιστοποιείται η εύρυθμη και ποιοτική λειτουργία του Σ.Κ., όπως επίσης η κατηγοριοποίηση των Σ.Κ.
- Δύο (2) προτάσεις (αρμοδιότητας ΥΠΕΘΟ με τη σύμφωνη γνώμη και εισήγηση ΕΟΤ) που αφορούν τον Αναπτυξιακό Νόμο 2601/98. Προτείνεται η μελέτη και άλλων μορφών χρηματοδότησης, όπως επίσης η ενίσχυση για «εκσυγχρονισμό» παλαιών Σ.Κ. σε συνδιασμό με «ποιοτική» αναβάθμιση.
- Προτάσεις για τα περιεχόμενα τεχνοοικονομικής μελέτης (προς ΕΟΤ - ΥΠΕΘΟ). Προτείνεται η τεχνοοικονομική μελέτη να περιέχει τρία βασικά

κεφάλαια, ήτοι έρευνα – αγορά, επιχειρηματικό σχέδιο οργάνωσης και λειτουργίας και τέλος, την καθ' εαυτό τεχνοοικονομική μελέτη κόστους – ωφέλειας (ΑΚΩ) κατά τα πρότυπα της Ε.Ε.

- Πρόταση για ομάδα εμπειρογνομόνων (προς ΕΟΤ – ΥΠΕΧΩΔΕ). Αναλύεται η πρόταση «ομάδας εμπειρογνομόνων» για τον χειρισμό των πολυποίκλων θεμάτων που αφορούν τον σχεδιασμό και τη λειτουργία Σ.Κ. η γνωμοδοτική αυτή επιτροπή μπορεί να αποτελείται από στελέχη του ΕΟΤ – ΥΠΕΧΩΔΕ και εξειδικευμένους μελετητές και εμπειρογνώμονες που θα καλούνται κατά περίπτωση και πρόβλημα.
- Πρόταση για σύνταξη και έκδοση οδηγού (προς ΕΟΤ – ΥΠΕΧΩΔΕ). Επειδή από τη σύνταξη της βασικής ΚΥΑ 23908/91 ΦΕΚ 208/Β/91 και ΦΕΚ 298/Β/91 για τον «Καθορισμό προδιαγραφών ανέγερσης Σ.Κ.» έχει περάσει σχεδόν δεκαετία και στα θέματα κτιριοδομικών προδιαγραφών έχουν επέλθει στον χώρο των διεθνών συνεδριακών κέντρων σημαντικές αλλαγές, κυρίως με την ανάπτυξη νέων οπτικοακουστικών μέσων, αλλά και νέων τάσεων για αύξηση εκθεσιακών χώρων κ.λπ., προτείνεται η προαναφερθείσα επιτροπή να επιμεληθεί και έναν «οδηγό» «σχεδιάζοντας συνεδριακά κέντρα». Στη συνέχεια, αναλύεται η πρόταση σύνταξης του οδηγού και δίνονται ενδεικτικά περιεχόμενα και κείμενα που πρέπει να περιέχει σύμφωνα με τα πρότυπα που έχουν υιοθετήσει άλλες χώρες και διεθνείς οργανισμοί.

• Μέρος II

Το πλέγμα προτάσεων συμπληρώνεται με αναφορά περαιτέρω και σε άλλες προτάσεις, που αφορούν κυρίως τα CVB και την «ποιοτική πιστοποίηση» έτσι ώστε με όλες αυτές τις προτεινόμενες ενέργειες να επιτευχθεί τελικά ο στόχος, που μαζί με τις άλλες προτεινόμενες ενέργειες οδηγεί στην δημιουργία συνεδριακών προορισμών ποιότητας.

- **Convention Bureaux.** Προτείνεται η ίδρυση και η λειτουργία CVB ή CV κατ' αρχήν σε εθνικό επίπεδο (CVB Hellas), για την προώθηση του διεθνούς συνεδριακού τουρισμού της χώρας. Το εθνικό CVB συμπληρώνεται με τα CVB των συνεδριακών προορισμών κατ' αρχήν CVB Αθήνας, CVB Θεσσαλονίκης και CVB τουριστικών πόλεων (Ρόδος – Ηράκλειο – Κως – Κέρκυρα). Με την ολοκλήρωση των βασικών υποδομών των απαραίτητων ξενοδοχείων και της ύπαρξης όλων των άλλων facilities για την οργάνωση συνεδρίων, σταδιακά και σε άλλους πόλους θα δημιουργηθούν περαιτέρω συνεδριακοί προορισμοί για τον διεθνή συνεδριακό τουρισμό και θα οργανωθεί μακροχρόνια το δίκτυο των CVB σε τοπικό – νομαρχιακό – περιφερειακό επίπεδο.

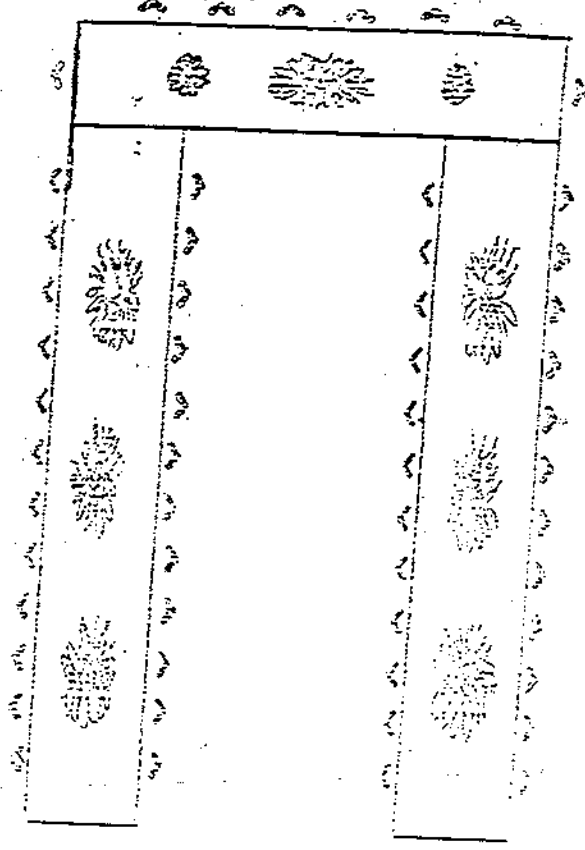
- Απογραφή και πιστοποίηση των συνεδριακών χώρων - ποιοτικά πιστοποιημένοι συνεδριακοί προορισμοί. Αναλύεται πρόταση της απογραφής και πιστοποίησης των συνεδριακών χώρων σε συνδιασμό με την πιστοποίηση της ποιότητας ως απαραίτητη προϋπόθεση της ανάπτυξης του διεθνούς ποιοτικού συνεδριακού τουρισμού και στην Ελλάδα. Αναφέρονται οι φορείς πιστοποίησης και οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται σε άλλες χώρες (κυρίως Γερμανία και Ισπανία), καθώς και οι διαδικασίες που μπορούν να εφαρμοστούν στην Ελλάδα προσαρμοσμένες στα ελληνικά δεδομένα. Ειδική αναφορά γίνεται στο πρόγραμμα «ποιοτικής πιστοποίησης» της Ισπανίας και προτείνεται αντίστοιχος χειρισμός μέσω ενός Φορέα Πιστοποίησης Ποιοτικού Τουρισμού.

ΣΧΕΔΙΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

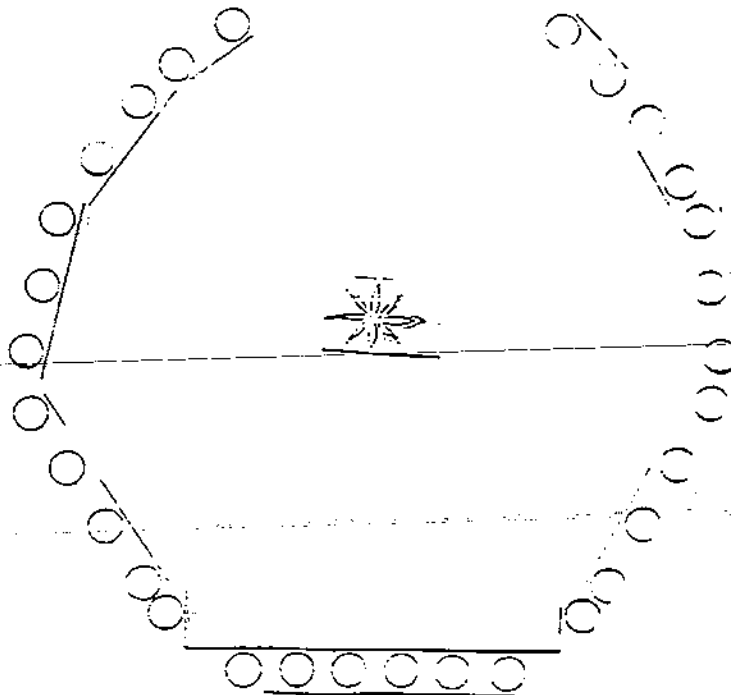
a)

ΣΧΕΔΙΟ 56 ΘΕΣΕΩΝ



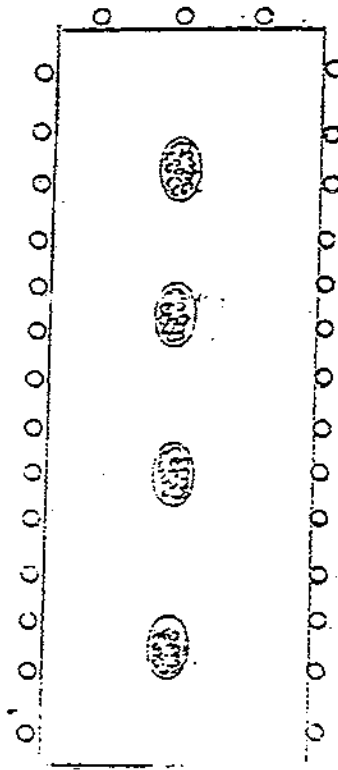
β)

ΣΧΕΔΙΟ ΠΕΤΑΛΟ 30 ΘΕΣΕΩΝ



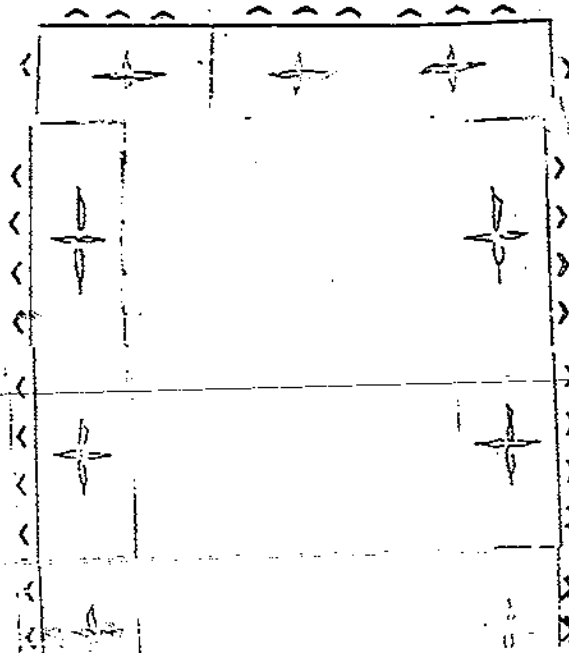
γ)

ΣΧΕΔΙΟ ΓΙΑ ΔΙΠΛΩΜΑΤΕΣ 34 ΘΕΣΕΩΝ



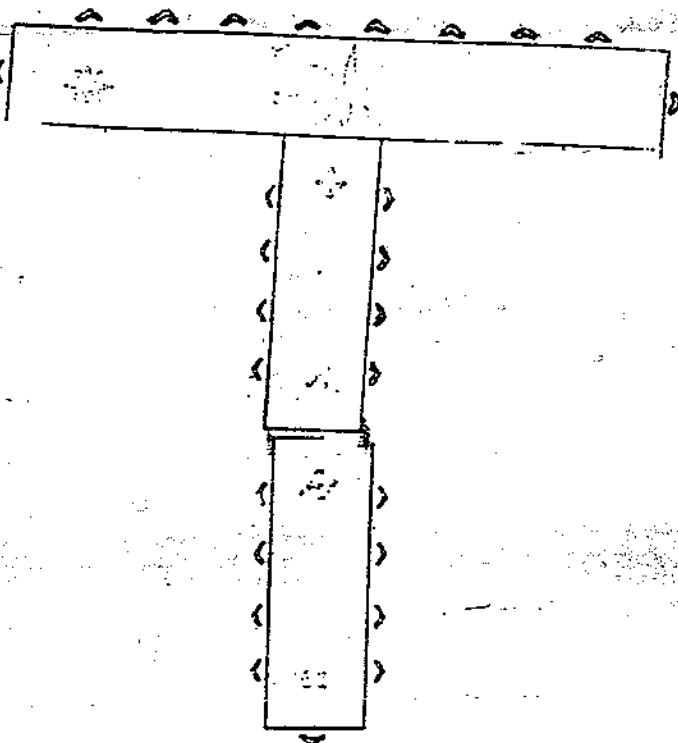
δ)

ΤΥΠΟΣ ΠΕΤΑΛΟ ΑΔΟΓΟΥ 35 ΘΕΣΕΩΝ



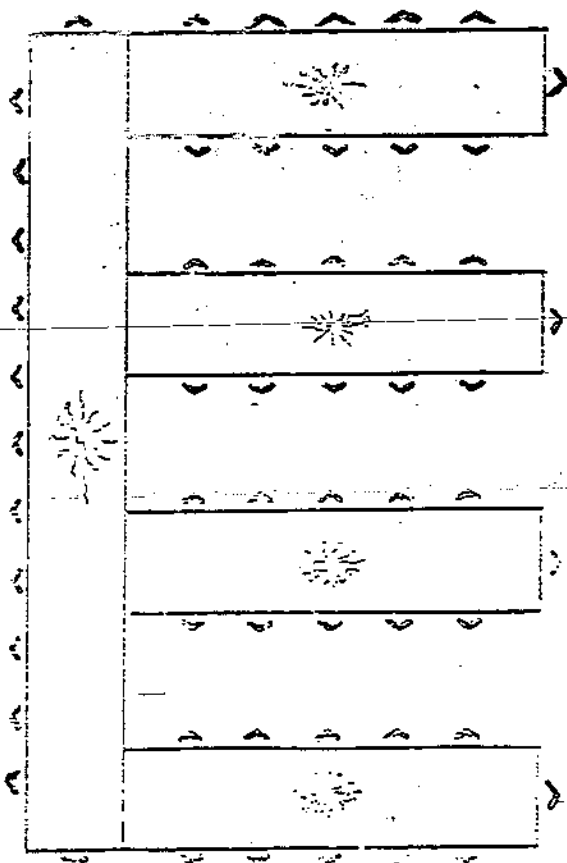
ε)

ΣΧΕΔΙΟ "Τ" 27 ΘΕΣΕΩΝ



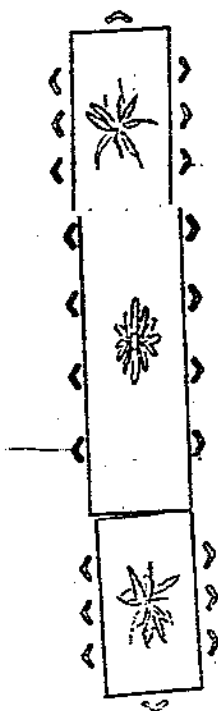
στ)

ΣΧΕΔΙΟ "Ε" 56 ΘΕΣΕΩΝ



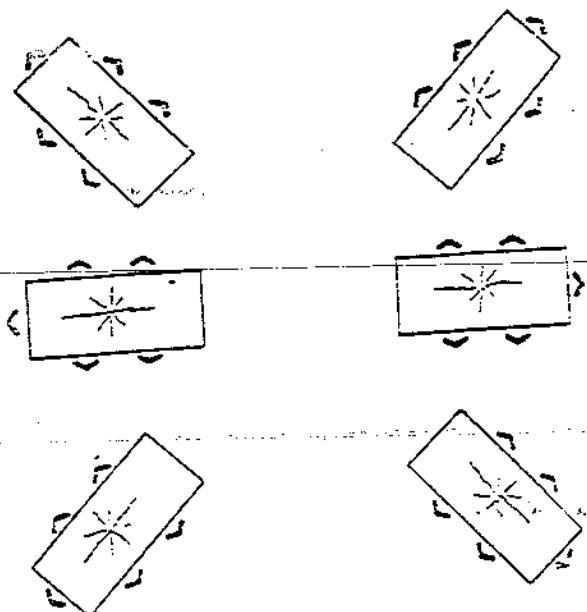
ζ)

ΣΧΕΔΙΟ "I" 22 ΘΕΣΕΩΝ



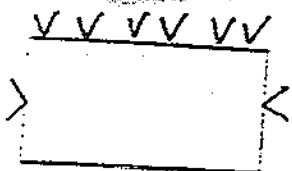
η)

ΣΧΕΔΙΟ 30 ΘΕΣΕΩΝ



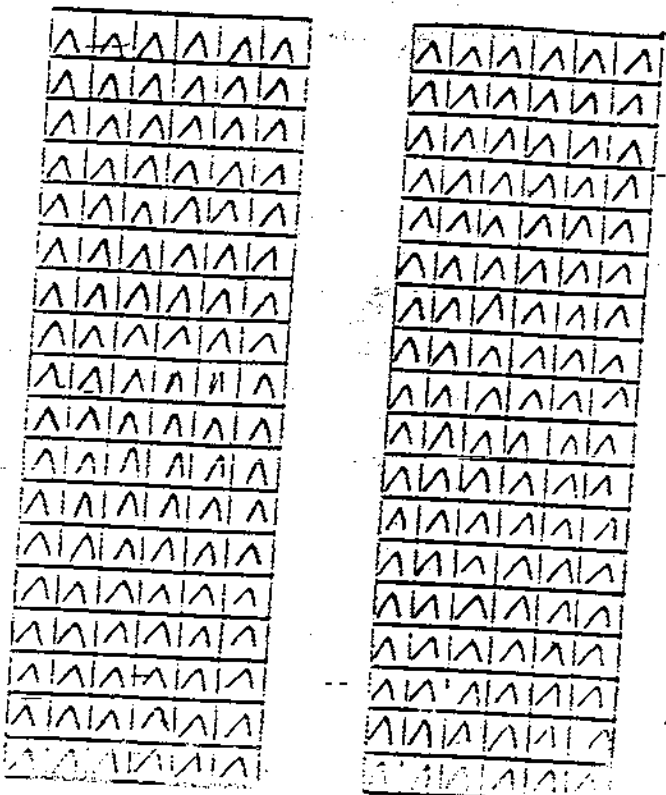
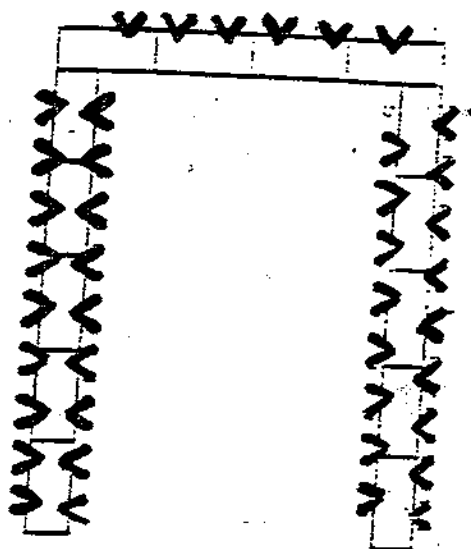
Σχέδιο 1

Καθίσματα με κεντρικό θύλακο



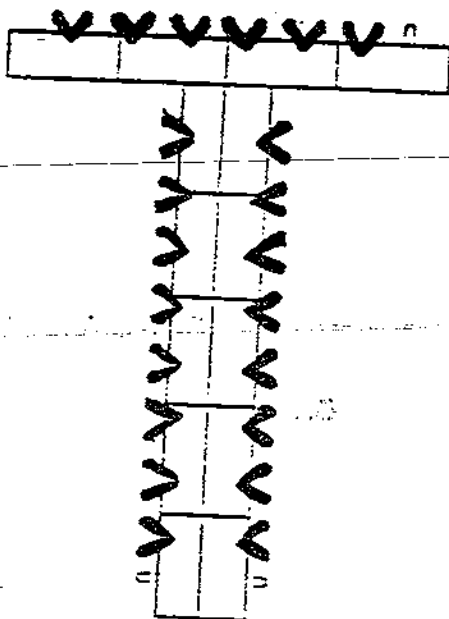
Σχέδιο 2

Σχήμα " Π " η " θ "



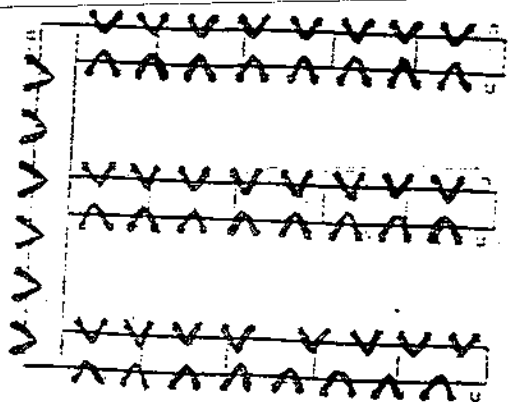
Σχέδιο 3

Σχήμα " α "



Σχέδιο 4

Σχήμα " β "



ΧΡΗΣΙΜΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΟΡΟΙ

Η γνώση των όρων που χρησιμοποιούνται στο χώρο της οργάνωσης συνεδρίων είναι απαραίτητη όχι μόνο για τα στελέχη των επιχειρήσεων που προσφέρουν τις σχετικές υπηρεσίες - και ιδιαίτερα για τα νέα στελέχη που θέλουν να αφήσουν τις βοηθητικές θέσεις και να προχωρήσουν σε μια ανώτερη, αλλά και τους υπεύθυνους των εταιριών που θέλουν να διοργανώσουν ένα συνέδριο ή άλλου είδους εκδήλωση, για να μπορέσουν να μιλήσουν την ίδια γλώσσα και να συνεννοηθούν αποφεύγοντας τους σκοπέλους των παρεξηγήσεων.

Amenities

Αντικείμενα προσφερόμενα "τιμής ένεκεν" σε επισκέπτες. Η γραφική ύλη, οι ρόμπες και τα αντικείμενα του μπάνιου, τα καλάθια με φρούτα ή ένα μπουκάλι κρασί είναι από τα πιο συνηθισμένα αντικείμενα που προσφέρονται "τιμής ένεκεν". Ειδικοί της οργάνωσης συνεδρίων αναφέρουν ότι το πιο σημαντικό που θα μπορούσε να προσφερθεί στον πελάτη είναι η δυνατότητα να φτιάχνει καφέ στο δωμάτιό του, ειδικά όταν οι υποχρεώσεις του απαιτούν πολύ πρωινό εγερτήριο έπειτα από βραδινές επαγγελματικές συναντήσεις. Είναι επίσης λογικό να ζητηθούν πρόσθετες πειστές για χρήση σε αθλητικές εγκαταστάσεις καθώς και η παροχή αντικειμένων πρώτης ανάγκης που έχουν ξεχαστεί ή καθεί (π.χ. οδοντόβουρτσες, ξυραφάκια κλπ.). Ο διοργανωτής θα πρέπει έγκαιρα να ενημερωθεί για τη δυνατότητα υλοποίησης των προαναφερομένων.

Υποδομή για εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες

Η νομοθεσία της Αμερικής και της Ευρωπαϊκής Ένωσης επιβάλλει στα κράτη - μέλη να λαμβάνουν υπόψη τα άτομα με ειδικές ανάγκες όταν πρόκειται για την κατασκευή δημόσιων κτιρίων όπως συνεδριακά κέντρα και ξενοδοχεία. Όσο περίεργο και να φαίνεται τα περισσότερα γκρουπ περιλαμβάνουν τουλάχιστον ένα άτομο με ειδικές ανάγκες. Το άτομο αυτό θα μπορούσε, για παράδειγμα, να πάσχει από διαβήτη, γεγονός που συνεπάγεται την ανάγκη παροχής ψυκτικής μονάδας για τη

σωστή φύλαξη φαρμάκων. Η εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες ξεπερνά το στενό πλαίσιο της κατασκευής ράμπας για τη διέλευση αναπηρικών καθισμάτων, οπότε ο διοργανωτής πρέπει να είναι σε ετοιμότητα για την αντιμετώπιση κάθε πιθανής ειδικής ανάγκης.

Audiovisual - A/V (Οπτικοακουστικά Μέσα)

Η χρήση ήχου και εικόνας όπως ο συνδυασμός ραδιοφωνικών και τηλεοπτικών τεχνικών, καθώς και εξοπλισμού για την πραγματοποίηση παρουσίασης. Έμπειροι οργανωτές διατείνονται ότι οι σύγχρονες ανάγκες συμμετεχόντων σε συνέδρια περιλαμβάνουν πολύ περισσότερα από έναν slide projector 35mm. Πλέον ο εξοπλισμός συνδυάζει video, οθόνες photo CD, ηλεκτρονικούς υπολογιστές κ.α. Άλλες παράμετροι που πρέπει να απασχολήσουν είναι η πιθανότητα ο προμηθευτής του εξοπλισμού να μην εδρεύει στο συνεδριακό κέντρο και να πρέπει να μεταφέρει τα μηχανήματα. Τι βαθμό ετοιμότητας διαθέτει ο προμηθευτής, ώστε να εξυπηρετήσει μια ανάγκη ή μια αλλαγή της τελευταίας στιγμής.

Banquet Event Order - BEO

(Εντολή Παραγγελίας για Τροφοδοσία)

Μια τυποποιημένη φόρμα που χρησιμοποιείται για να προσδιοριστούν οι λεπτομέρειες που αφορούν στα φαγητά, ποτά ή διαλείμματα για καφέ, η οποία προορίζεται για τον υπεύθυνο του catering. Ένας καλός τρόπος να προληφθούν και, κατά συνέπεια, να αποφευχθούν λάθη κατά τη διάρκεια ενός γεύματος είναι να συγκριθεί εγκαίρως η Εντολή με τις αρχικές σημειώσεις του διοργανωτή και να σημειωθούν οι διαφοροποιήσεις σε αριθμό ατόμων ή σε απαιτήσεις.

Bid Document / Bid Manual (specifications) /

Request For Proposal – RFP

[Επίσημη Προσφορά (τεχνική-οικονομική) /

Εγχειρίδιο Τεχνικών Προδιαγραφών / Αίτημα Προσφοράς]

Η έννοια της Επίσημης Προσφοράς καλύπτει την τεχνική και οικονομική πρόταση που παραθέτει στο διοργανωτή το κέντρο προορισμού ή το ξενοδοχείο στο οποίο έχει δηλωθεί ενδιαφέρον για την οργάνωση μιας εκδήλωσης. Το Εγχειρίδιο Τεχνικών Προδιαγραφών είναι μια έκθεση που περιλαμβάνει και ορίζει τις απαιτήσεις ενός διοργανωτή όσον αφορά στη διοργάνωση μελλοντικών εκδηλώσεων και επιπλέον συχνά περιλαμβάνει προτιμήσεις προορισμού και τρόπους λήψης απόφασης – είναι ίδιο με το Αίτημα Προσφοράς.

Blocked Space / Room Block

(Προκράτηση Χώρου / Προκράτηση Δωματίων)

Προκράτηση – για περιορισμένο χρόνο – δωματίων και εκθεσιακού χώρου, αιθουσών συναντήσεων ή άλλων χώρων εκδηλώσεων για την αξιοποίησή τους σε συγκεκριμένη μελλοντική διοργάνωση εκδήλωσης. Ο όρος Room Block συνήθως αναφέρεται στη δέσμευση υπνοδωματίων. Ο διοργανωτής, θα πρέπει να ενημερωθεί για την πολιτική του ξενοδοχείου ή του συνεδριακού κέντρου αναφορικά με τη σταδιακή ή και μερική αποδέσμευση δωματίων κατά την κρίσιμη ημερομηνία. Επίσης, θα πρέπει να ξέρει τους κανονισμούς για τις κρατήσεις της τελευταίας στιγμής.

Business Center.

(Κέντρο Εξυπηρέτησης / Γραμματειακής Υποστήριξης)

Ο χώρος μέσα σε ένα ξενοδοχείο ή συνεδριακό κέντρο που διαθέτει εξοπλισμό γραφείου (π.χ. φωτοτυπικό, fax κλπ.) και άτομα που γνωρίζουν τη χρήση τους και επιπλέον παρέχουν γραμματειακή υποστήριξη. Οι απαιτήσεις που σύγχρονα συνεδριακά κέντρα θα πρέπει να είναι σε θέση να καλύψουν, με κόστος ομολογουμένως υψηλό για τον πελάτη, περιλαμβάνουν γραμματειακή υποστήριξη (τηλεφωνικές

κλήσεις, αποστολή fax κλπ.), εκτυπώσεις μέσω εκτυπωτών laser και πρόσβαση στο Internet μέσω modem. Οι διοργανωτές οφείλουν να ενημερώνονται αναλυτικά για τις δυνατότητες των συνεδριακών κέντρων, ειδικά σε ό,τι αφορά την ευχέρεια του προσωπικού να υλοποιήσει τροποποιήσεις ή αλλαγές σε υλικό παρουσίασης την τελευταία στιγμή. Επίσης, είναι σημαντικό να γνωρίζουν εάν υπάρχει σταθερός εξωτερικός συνεργάτης για την παραγωγή slides ή ακόμη για την αναπαραγωγή και το δέσιμο εντύπων.

Cancellation Clause

(Όρος Ακύρωσης / Διακοπής)

Όρος σε μια σύμβαση συνεργασίας, σύμφωνα με τον οποίο προβλέπονται οι κυρώσεις και για τα δυο συμβαλλόμενα μέρη σε περίπτωση μη συμμόρφωσης με τους όρους της συνεργασίας. Διοργανωτές με θητεία χρόνων δίνουν έμφαση στην ανάγκη επιβολής κυρώσεων σε όλα ανεξαιρέτως τα συμβαλλόμενα μέρη στο πλαίσιο μιας συνεργασίας σε περίπτωση ακύρωσής της. Συνήθως παρατηρείται ότι οι όροι ακύρωσης σε συμβάσεις τείνουν να είναι ευνοϊκότεροι για τους προμηθευτές. Συνεπώς ένας διοργανωτής οφείλει να διαβάσει με προσοχή όλη τη σύμβαση και να εκφράσει εγκαίρως τις αντιρρήσεις του.

Catering Sales Manager

Υπεύθυνος πωλήσεων των υπηρεσιών τροφοδοσίας εκδηλώσεων μιας ξενοδοχειακής μονάδας. Απαραίτητος εφόσον η διοργάνωση περιλαμβάνει γεύματα ή coffee breaks.

Complete Meeting Package - CMP

(Συνολικό Πακέτο Συνεδριακών Υπηρεσιών)

Σχήμα τιμολόγησης συνεδριακών κέντρων ή ξενοδοχείων, που περιλαμβάνει - σε μια τιμή - όλες τις υπηρεσίες που αφορούν σε μια διοργάνωση συνεδρίου : διαμονή, διατροφή, χρήση αιθουσών και υπηρεσίες υποστήριξης. Η λογική του "πακέτου" βρίσκεται σε υψηλή θέση στις προτιμήσεις των διοργανωτών, αν και οι περισσότεροι έμπειροι

επισημαίνουν ότι οι τιμές κάθε υπηρεσίας χωριστά και του πακέτου πρέπει να συγκρίνονται με προσοχή. Βέβαια, δεν χρειάζεται να αναφέρουμε ότι τέτοιου είδους σχήματα γλιτώνουν το διοργανωτή από πολύ κόπο και χρόνο, επιτρέποντάς του έτσι να προϋπολογίσει με ακρίβεια τα έσοδα και έξοδά του.

Commercial Rate (Corporate Rate / Rack Rate)

Τα τιμολόγια Commercial και Corporate αφορούν σε ειδικές τιμές, οι οποίες προσφέρονται σε επιχειρήσεις που έχουν δεσμεύσει και εγγυηθεί για την κράτηση ορισμένου αριθμού δωματίων και χώρων. Η τιμή Rack είναι η τιμή "πόρτας" ή τιμοκαταλόγου που δίνει ένα ξενοδοχείο ή συνεδριακό κέντρο. Η τιμή Rack ουδέποτε δίνεται και - ομοίως - ουδέποτε γίνεται αποδεκτή από διοργανωτή για ομαδική κράτηση. Ομαδική κράτηση μπορεί να θεωρηθεί και μια κράτηση για ομάδα 15 ατόμων. Για τέτοιου είδους κράτησης μπορεί να απαιτηθεί μεγάλη έκπτωση, δηλαδή Group Rate. Συνήθως αυτό το κοστολόγιο είναι ακόμη χαμηλότερο από την ειδική τιμή που δίνεται στο πλαίσιο του Corporate Rate.

Conference / Meeting

Εκδήλωση που σχεδιάζεται από εταιρία ή οργανισμό με σκοπό την ανταλλαγή απόψεων και ιδεών, τη μεταφορά ενός μηνύματος ή τη δημοσιοποίηση κάποιας ειδήσης. Συνήθως οι εκδηλώσεις που ορίζονται ως οργανωμένες ή meetings είναι σύντομης διάρκειας, έχουν συγκεκριμένους στόχους και είναι μικρότερης κλίμακας εκδηλώσεις από τα συνέδρια, τις συνελεύσεις και τις συνδιασκέψεις.

Confirmed Reservations / Confirmation

(Επιβεβαιωμένες Κρατήσεις / Επιβεβαίωση)

Προφορική ή γραπτή βεβαίωση εκ μέρους συνεδριακού κέντρου ή ξενοδοχείου αναφορικά με την αποδοχή μιας κράτησης. Για να είναι δεσμευτική η βεβαίωση πρέπει να αναφέρει τις λεπτομέρειες της κράτησης, όπως είναι ο σκοπός, η ημερομηνία, το κόστος, η κατηγορία

κράτησης και ο αριθμός των ατόμων. Παρ' ότι οι διοργανωτές συνήθως λειτουργούν με βάση συμβόλαια, δελτία παραγγελίας και τα λεγόμενα "letters of intent", δηλαδή επίσημες επιστολές όπου περιγράφονται οι απαιτήσεις του διοργανωτή, οι προαναφερόμενοι όροι χρησιμοποιούνται συχνά και είναι σωστό να γνωρίζουμε τη σημασία τους.

Congress (Συνδιάσκεψη)

Τακτική συνάντηση ομάδας ανθρώπων με σκοπό τη συζήτηση ενός συγκεκριμένου θέματος. Συχνά μια συνδιάσκεψη διαρκεί αρκετές ημέρες, παράλληλα δε είναι δυνατόν να γίνονται επιμέρους συναντήσεις διαφόρων ομάδων. Οι περισσότερες συνδιασκέψεις διεθνούς χαρακτήρα δεν επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο, αλλά με μικρότερη συχνότητα, αντίθετα με τις εθνικής κλίμακας, οι οποίες συνήθως πραγματοποιούνται ετησίως.

Association

Ένας μη κυβερνητικός, διεθνής οργανισμός που λειτουργεί ως φορέας εκπροσώπησης ατόμων με κοινά ερευνητικά ενδιαφέροντα, π.χ. "Παγκόσμια Φαρμακευτική Ένωση", "Παγκόσμιος Οργανισμός Εμπορίου" κλπ. Τέτοιου χαρακτήρα οργανισμοί συνήθως αριθμούν μερικοί... εκατοντάδες χιλιάδες μέλη, που επικοινωνούν μεταξύ τους μέσα από ειδικές περιοδικές εκδόσεις, κόμβους στο διαδίκτυο και φυσικά καθιερωμένες συναντήσεις είτε σε τοπικό ή και περιφερειακό επίπεδο. Για παράδειγμα, όταν κάποιο ξενοδοχείο φιλοξενεί το Ετήσιο Πανερωπαϊκό ή Μεσογειακό Συνέδριο Γαστρεντερολόγων, οι σύνεδροι συγκροτούν μια υποομάδα - μέλος ενός ανάλογου οργανισμού παγκόσμιας εμβέλειας. Τα περιφερειακά συνέδρια συνήθως προγραμματίζονται δυο έως τρία χρόνια πριν τη διεξαγωγή τους. Αναφορικά με τις παγκόσμιες συναντήσεις τους, συνήθως έχουν εθιμοτυπικό χαρακτήρα και πραγματοποιούνται κάθε πέντε ως οκτώ χρόνια - η ταυτόχρονη προσέλευση και συνεύρεση τόσων χιλιάδων ανθρώπων αποτελεί μια ιδιαίτερα δύσκολη υπόθεση λόγω του καοτικού κλίματος που δημιουργείται. Συνήθως συνδυάζονται με κλαδικές

εκθέσεις και πλείστες εξωσυνεδριακές εκδηλώσεις (δεξιώσεις, gala - dinners, περιηγήσεις κλπ., η χρηματοδότηση των οποίων είναι προϊόν χορηγίας).

Convention

Οι ανοικτές συναντήσεις μεταξύ μελών διεθνών οργανισμών. Συνήθως πλαισιώνονται από παρελκόμενες εκδηλώσεις ψυχαγωγικού και ενημερωτικού χαρακτήρα. Μια επιτυχημένη διοργάνωση αυτής της κατηγορίας προϋποθέτει χρονοβόρες προετοιμασίες που πολλές φορές διαρκούν και πέντε χρόνια. Αξίζει να σημειωθεί ότι κατά τη λήξη τους συνήθως ανακοινώνονται οι ημερομηνίες και ο προορισμός των επόμενων.

Convention & Visitors Bureau

Ένας μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα τοπικός οργανισμός, που έχει συγκροτηθεί με σκοπό τη συγκέντρωση και διοχέτευση πληροφοριών αναφορικά με ένα ευρύτατο πλέγμα υπηρεσιών επιχειρηματικού τουρισμού (ξενοδοχεία, οργανωτές συνεδρίων, καταστήματα, τράπεζες, δημόσιες υπηρεσίες, εστιατόρια, μέσα μαζικής μεταφοράς, λιμουζίνες VIP Service κλπ.).

Μεταξύ των δραστηριοτήτων ενός τέτοιου Οργανισμού Προώθησης (CVB) εντάσσονται οι συμμετοχές σε κλαδικές εκθέσεις, η παραγωγή προωθητικού υλικού (έντυπου - οπτικοακουστικού), οι φιλοξενίες δημοσιογράφων, οι προσκλήσεις διακεκριμένων προσωπικοτήτων παγκοσμίου βεληνεκούς σε πολιτιστικές εκδηλώσεις, οι διαφημιστικές καταχωρήσεις σε εξειδικευμένα M.M.E. κλπ. Τα έξοδα λειτουργίας του CVB προκύπτουν από τη συλλογική συνεισφορά των φορέων που συμμετέχουν στη συγκρότησή του.

Cut-Off Date

Η καταληκτική ημερομηνία για την οριστική κράτηση ή ακύρωση μιας συνεδριακής αίθουσας ή κάποιου αριθμού δωματίων σε ένα ξενοδοχείο. Συνήθως η ημερομηνία αυτή ορίζεται βάση συμβολαίου στις

30 ημέρες πριν την έναρξη διεξαγωγής. Ωστόσο οι καθημερινές επαφές που αναπτύσσονται μεταξύ των οργανωτών και του φορέα διοργάνωσης δημιουργούν ένα άτυπο πλαίσιο περαιτέρω διαπραγματεύσεων.

Name Badges

Η ειδική κονκάρδα που προμηθεύεται κάθε συνέδρος πριν ή κατά την άφιξη του στον τόπο διεξαγωγής ενός συνεδρίου. Ένα name badge συνήθως περιλαμβάνει το όνομά του και την ιδιότητά του, μια φωτογραφία καθώς επίσης και έναν αύξοντα αριθμό που ενδέχεται να περιλαμβάνει και το ιστορικό του (πόσες φορές έχει συμμετάσχει στο παρελθόν, αν προσέρχεται μόνος του κλπ.). Η συγκέντρωση και καταχώρηση των συνέδρων στα αρχεία των PCOs συγκροτούν μια βάση δεδομένων.

Professional Conference Organizer (PCO)

Κατά την ακριβή μετάφραση του όρου, πρόκειται για μια εταιρεία που ασχολείται κατ' αποκλειστικότητα με τη διοργάνωση συνεδρίων από το στάδιο αναζήτησης προορισμού, την επιλογή εισηγητών, θεματολογίας, τη συγκέντρωση των abstracts, την αναζήτηση χορηγών επικοινωνίας και διεξαγωγής, τη συγκρότηση υλικού για την προβολή του συνεδρίου (δημιουργία σχετικού site στο internet για δηλώσεις συμμετοχής και εγγραφή συνέδρων, συγκρότηση γραφείου τύπου, διαφημιστικών φυλλαδίων κλπ.), μέχρι την επιλογή υπηρεσιών αυτόματης μετάφρασης, υλικοτεχνικού εξοπλισμού, επιχειρηματικών δώρων, κλπ.



PROFESSIONAL
CONGRESS
ORGANIZERS

PUBLIC RELATIONS
AGENCIES

OUTDOOR ACTIVITIES

HOTELS -
CONFERENCE CENTERS

TRANSLATIONS
AUDIOVISUAL SYSTEMS
& EQUIPMENTS

INTERPRETERS -
TRANSLATORS

PUBLIC RELATIONS ITEMS

GRAPHIC ARTS

BUS HIRE

CAR RENTAL

CRUISES & YACHTING

CATERING

BUSINESS LUNCH
RESTAURANTS

COMPUTERS & SOFTWARE

CONFERENCE
FURNITURES

AUDIO & LIGHTING

CONFERENCE
DECORATIONS

FESTIVAL FIREWORKS

INSCRIPTIONS

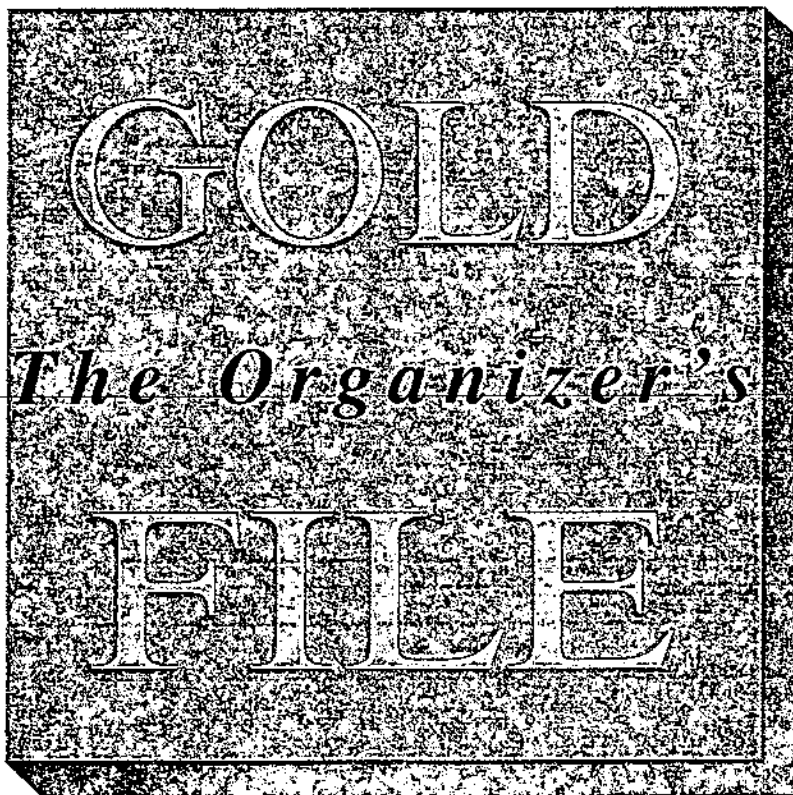
CONFERENCES
CONCLUSIONS

ICONS

BALLOONS

CYPRUS
PROFESSIONAL
CONGRESS ORGANIZERS

CYPRUS
HOTELS -
CONFERENCE CENTERS





PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZERS

Afea Congress

39-41, Lycabettus str.
106 72 Athens
Tel. 01-3646412-3
Fax: 01-3646415

A. Argyriou

Airtour Greece Ltd

330, Thisseos str.
176 75 Kallithea
Tel. 01-9395000, 9395660
Fax: 01-9395303

G. Papakonstantinou

A.R.T.S. & Holidays

3, Filellinon str.
105 57 Athens
Tel. 01-3235351-3
Fax: 01-3235354, 3247650
M. Tzenaki

Corfu Holidays Travel

P.O. Box 129
7, Skaramanga sq.
491 00 Corfu
Tel. 0661-36241, 31386
Fax: 0661-43003
V. Kontos

C.P.R. Conferences-Public Relations

50, Georgiou sq.
262 27 Patra
Tel. 061-270388, 223335
Fax: 061-223335
L. Simonoviki-Kordopati

C. T. Congress

19, Amerikis str.
106 72 Athens
Tel. 01-3607120, 3635104
Fax: 01-3603392

Deal Ltd

28, Zaimi str.
106 83 Athens
Tel. 01-8223055, 8235396

Fax: 01-8223678
H. Karagianni

Diktyнна Travel

6, Agiou Markou str.
731 00 Chania, Crete
Tel. 0821-41458, 50443
Fax: 0821-43930
M. Mylonaki

Dion Tours

54, Tsimiski str.
546 23 Thessaloniki
Tel. 031-287246
Fax: 031-287280
J. Apostolopoulos

Eurocorfu Travel

40 A Alexandras ave.
491 00 Corfu
Tel. 0661-46886, 48500
Fax: 0661-46887
P. Theodorou

Eurozante S.A

Airport street
281 00 Zante
Tel. 0695-41883-6
Fax: 0695-44323
P. Tsipos

Fairways Club Business Travel Services

2, Nikis str.
105 63 Athens
Tel. 01-3250064, 3250332
Fax: 01-3312178
G. Exarhos

F-Zein Ltd

132, Syngrou ave.
176 71 Athens
Tel. 01-9230263, 9216285
Fax: 01-9229995
T. Papadimitriou

Hazlis Congress Organisers Ltd

31-33, Evangelistrias str.
& Syngrou ave.
176 71 Kallithea
Tel. 01-9576488-9
Fax: 01-9576489
N. Passarivakis

Heliotopos Conference Organizers

Imerovighi
847 00 Santorini

Tel. 0286-23670-1
Fax: 0286-23672
K. Konstantinides

Hellenic Tours

23-25, Ermou str.
105 63 Athens
Tel. 01-3243715
Fax: 01-3234947
A. Diavatis

Hera' s Travel & Tourism

5, Stadiou str.
105 62 Athens
Tel. 01-3311994-5
Fax: 01-3311996
M. Kitrilakis, I. Sivera

Hydra Travel

4, Apollonos str.
105 57 Athens
Tel. 01-3312711-4,
3224655
Fax: 01-3232120
A. Stavropoulos

Interad - M. M. Yoel & Associates Ltd

28, Akadimias str.
106 71 Athens
Tel. 01-3644611, 3645629
Fax: 01-3644441
M. Yoel

International Public Relations & Advertising Center

8, Mourouzi str.
106 74 Athens
Tel. 01-7241040, 7235227
Fax: 01-7235227
T. Georgandopoulou

Internel

12, Mandilara str.
412 22 Larisa
Tel. 041-626570, 618319
Fax: 041-626570
Y. Giannakidis

Medair Atente Travel & Tourism

132, Syngrou ave.
176 71 Athens
Tel. 01-9240777 (15 lines)
Fax: 01-9215064
A. Georgakopoulos

Medi Tours Ltd

39, Panepistimiou str.

105 64 Athens
Tel. 01-3239812, 3239817
Fax: 01-3239817
Telex: 210827
*G. Marinos,
M. Vermeulen*

Mirror Advertising

26, Skoufa str.
106 73 Athens
Tel. 01-3604766-7
Fax: 01-3614286
E-Mail: mirror@eexi.gr
A. Brellis

Mr. Travel Ltd

5-7, Kidathineon str.
105 58 Athens
Tel. 01-3254777, 3232017
Fax: 01-3246055
Nousos

Navigator Ltd

31, Akadimias str.
106 72 Athens
Tel. 01-3609801, 3606323
Fax: 01-3634271
V. Malafi

Nostalgia Travel

62, E. Antistaseos str.
853 00 Kos
Tel. 0242-27531-3
Fax: 0242-27530
K. Kougioumtzoglou

Option Convention & Meeting Organizers

11, Parodos Ag. Thomas
151 24 Maroussi
Tel. 01-6898496
Fax: 01-6897214
P. Aretakis

Palandjian World Tourist Service

24, Mitropoleos str.
541 10 Thessaloniki
Tel. 031-222731, 262886
Fax: 031-279590
S. Palandjian

Pontos Travel S.A

602 A, Vouliagmenis ave.
164 52 Argiroupoli
Tel. 01-9961800-19
Fax: 01-9938820
T. Sourlas

Το ΣΥΝΕΔΡΙΟ
τυπώνεται σε
7.000 αντίτυπα

Κυκλοφορεί

στην Ελλάδα
με Συνδρομές,
καθώς και
από κεντρικά
Περίπτερα και
Βιβλιοπωλεία.

Επιπλέον

στην Ευρώπη
Αμερική, Ασία,
με Συνδρομές
και διανομή σε
εθνείς Εκθέσεις.

Rodos Tours Ltd

Ammohostos str.
100 Rodos
Tel. 0241-21010-3
Fax: 0241-74025
Hatziliamis

**On Tourist
Enterprises Ltd**

Eftihidou str.
535 Athens
Tel. 01-7520857, 7015392
Fax: 01-7520857, 7015392
Karabatos

**Antonos
Congress**

A, Ermou str.
524 Thessaloniki
Tel. 031-244967, 239926
Fax: 031-239926

**Travelway
Tourism-Shipping**

Syngrou ave.
22 Athens
Tel. 01-9304291 (10
lines)
Fax: 01-9429103
Hambas

Maena Congress

Ch. Trikoupi str.
579 Athens
Tel. 01-3609511-5
Fax: 01-3607962
Astras

Anton Holidays

Box 84
N. Plastira str.
100 Rodos
Tel. 0241-21690
Fax: 0241-31625
Segren

Bus-Diplomatic 5-

Vas. Alexandrou str.
528 Athens
Tel. 01-7253200
Fax: 01-7219100
Stouraitis, B. Escallon

On Tourist Club

Voulas str.
558 Athens
Tel. 01-3239744-7,
0406
Fax: 01-3241720
Kaplanidis

**PUBLIC
RELATIONS
AGENCIES****Maro N.
Linardatos**

6, Alexandr. Soutsou str.
106 71 Athens
Tel. 01-3632089, 3617277
Fax: 01-3610121

**OUTDOOR
ACTIVITIES****Trekking Hellas**

7, Filellinon str.
105 57 Athens
Tel. 01-3250317, 3250853
Fax: 01-3234548
M. Tsoukias

**HOTELS -
CONFERENCE
CENTERS****CENTRAL GREECE
& EVIA****Amalia**

10, Amalias ave.
105 57 Athens
Tel. 01-3237301-9
Fax: 01-3238792
S. Narli

Amalia Delphon

1, Apollonos str.
330 54 Delphi
Tel. 0265-82101
Fax: 0265-82290
S. Narli

Argo

Ag. Marina
180 10 Egina
Tel. 0297-32266, 32471
Fax: 0297-32472
C. & D. Shinohortis

Armonia

1, Armonias str.
166 71 Vouliagmeni
Tel. 01-8963184, 8960030
Fax: 01-8963698
Telex: 223379 AMHL
GR
D. Nomidis

Astir Palace

40, Apollonos str.
166 71 Vouliagmeni
Tel. 01-8960211-311
Fax: 01-8962582, 8963194

**Athenaum
Intercontinental**

89-93, Syngrou ave.
117 45 Athens
Tel. 01-9023666
Fax: 01-9243000
D. Tzouanopoulos

**Athens College
Theatre**

15, Stefanou Delta str.
154 52 P. Psychiko
Tel. 01-6717523, 6714621
Fax: 6744676
M. Sotiriou

Chandris

385, Syngrou ave.
175 64 P. Faliro
Tel. 01-9414824, 9425123
Fax: 01-9425055, 9425082
C. Economou

Coral

35, Poseidonos ave.
175 61 P. Faliro
Tel. 01-9816441
Fax: 01-9831207
N. Houliaras

**Demokritos
(Ekefe)**

153 10 Ag. Paraskevi

Tel. 01-6535683
Fax: 01-6512172
G. Karvounakis

E.E.P.C.

12 km National Road of
Athens - Lamia
144 52 Metamorfosi
Tel. 01-2846006-035
Fax: 01-2829089
M. Hatzidaki

Electra Palace

18, N. Nikodimou str.
105 57 Athens
Tel. 01-3241401
Fax: 01-3241875
Y. Retsos

Esperia Palace

22, Stadiou str.
105 64 Athens
Tel. 01-3238001
Fax: 01-3238100
I. Patsis

**European Cultural
Centre of Delphi**

9, Fryniou str., Plaka
105 58 Athens
Tel. 01-3312781-5
Fax: 01-3312786
E. Florenti

Fenix

1, Artemisiou str.
166 75 Glyfada
Tel. 01-8981255
Fax: 01-8949122
A. Papanikolaou

Golden Age

57, Michalakopoulou str.
115 28 Athens
Tel. 01-7240861
Fax: 01-7213965
P. Vogiatzis

Golden Coast

Marathon Beach
190 05 Marathonas
Tel. 0294-57100,
01-3620662
Fax: 0294-57300,
01-3641391
I. Kakari

Holiday Inn

50, Michalakopoulou str.
115 28 Athens



5. 932 δpx.

στοιχίζει
η καταχώρηση
στο ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
εργαλείο των
decision makers.

Για να
καταχωρηθεί και
η επιχείρησή σας
στείλτε μας
την σελίδα 165



Tel. 01-7248322-9
Fax: 01-7248187
A. Moussamas

Holidays in Evia

Eretria, 340 08 Evia
Tel. 0229-62611-3
Fax: 0229-61300
10, Stadiou str.
105 64 Athens
Tel. 01-3246128-148
Fax: 01-3255244
G. Kampis

Interhall

124, Kifisias ave.
& Katehaki str.
115 26 Athens
Tel. 01-9851342-3
Fax: 01-9842180
V. Molin

International Olympic Academy

4, Kapsali str.
106 74 Athens
Tel. 01-7244810, 7249235
Fax: 01-7244813
F. Serpieris

Ledra Marriott

115, Syngrou ave.
117 45 Athens
Tel. 01-9347711
Fax: 01-9358603

Linea

57, Sygrou ave.
117 45 Athens
Tel. 01-9217006, 9235999
Fax: 01-9218442
D. Skalotheou

Linea Expo Center

74 A, Pireos-Athens ave.
185 47 N. Faliro
Tel. 01-9248568-9
Fax: 01-9218442, 9240088
*K. Stathopoulos,
D. Skalotheou*

Mare Nostrum

190 03 Vravrona
Tel. 0294-48412, 47712
Fax: 0294-47790
A. Papaioannou

Margi House

11, Litous str.
166 71 Vouliagmeni
Tel. 01-8962061 (6 lines)

Fax: 01-8963957, 8960229
G. Stavridis

Miramare

Eretria
341 00 Halkida
Tel. 0229-61112, 61134
Fax: 0229-61190

Novotel

4-6, Michael Voda str.
104 39 Athens
Tel. 01-8250422
Fax: 01-8837816
G. Zouzoukis

Paliria

2, El. Venizelou str.
341 00 Halkida
Tel. 0221-28001-6
Fax: 0221-81959
V. Basinas

Palmariva Eretria Beach

Malakonta
340 08 Eretria
Tel. 0229-62411-17
Fax: 0229-62418
H. Jefeve, K. Gerontites

Park

10, Alexandras ave.
106 82 Athens
Tel. 01-8832712-9
Fax: 01-8238420
J. Dimitriades

Peace & Friendship Stadium

Ethnarhou Makariou ave.
185 47 N. Faliro, Piraeus
Tel. 01-4893000, 4819511
Fax: 01-4123889, 4812410
Telex: 241408 PDS GR
S. Tserikonis

Port of Piraeus Authority

2, 2nd Merarhias str.
185 35 Piraeus
Tel. 01-4617015
Fax: 01-4614985
S. Michalounakou

Spetses

180 50 Spetses
Tel. 0298-72602-4
Fax: 0298-72494
P. Athinaios

NORTH GREECE

Aigli

3, Ag. Nicolaou str.
546 33 Thessaloniki
Tel. 031-270715
Fax: 031-270016
N. Zafiriou

Apollon - Assos Odeon Cinema-Theater

1, P. Mela str.
653 02 Kavala
Tel. 051-223403, 223548
Fax: 051-834959
E. Moschidis

Capsis

18, Monastiriou str.
546 29 Thessaloniki
Tel. 031-521321, 521421
Fax: 031-510555
P. Zahariades

Dion Resort

Limin (Gritsa)
602 00 Litohoro
Tel. 0352-61322-3
Fax: 0352-61220
G. Pavlides

Electra Palace

9, Aristotelous sq.
546 24 Thessaloniki
Tel. 031-232221
Fax: 031-235947
J. Frangias

Galaxias

2, Gr. Lambraki str.
570 19 Ag. Triados beach
Thessaloniki
Tel. 0392-22291, 26081
Fax: 0392-24364
E. Sapountzi

Gerakina Beach

Gerakini
631 00 Halkidiki
Tel. 0371-52302, 51337-9
Fax: 0371-52118
Y. Samalekis

Helexpo Conference Centre

154, Egnatias str.
546 36 Thessaloniki
Tel. 031-291229
Fax: 031-226516

Lingos

1, Tagm. Naoum str.
531 00 Florina
Tel. 0385-28322-3, 23391
Fax: 0385-29643
A. Rompapas

Nepheli

1, Komnion str.
552 36 Panorama
Thessaloniki
Tel. 031-342002
Fax: 031-342080
A. Galariniosis

Paseges Conference Center of Thessaloniki

140 km Thessaloniki-
Moudania str.
P.O.Box 412
570 01 Themi
Tel. 031-474054-5
Fax: 031-474038
K. Malamas

Poseidon Palace

Leptokaria
600 63 Pieria
Tel. 0352-31624
Fax: 0352-31680
V. Tzovas

Queen Olga

44, Queen Olga's ave.
546 41 Thessaloniki
Tel. 031-824621-10
Fax: 031-830550, 868581
I. Logdanidou

Sani Beach

Kassandra
630 77 Chalkidiki
Tel. 0374-31231,
031-312320
Fax: 0374-31293,
031-317881
D. Krikellis

Sithonia Beach-Casino Magic

N. Marmaras
630 81 Chalkidiki
Tel. 0375-72500
Fax: 0375-72703
A. Andonis

Sun Beach

Agia Triada
570 19 Thessaloniki
Tel. 0392-51221

ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
τυπώνεται σε
17.000 αντίτυπα

Κυκλοφορεί
στην Ελλάδα
με συνδρομές,
καθώς και
από κεντρικά
Περίπτερα και
Βιβλιοπωλεία.

Επιπλέον
στην Ευρώπη
Αμερική, Ασία,
με συνδρομές
και διανομή σε
εθνείς Εκθέσεις.

c: 0392-51245
 Tsaluhidis

**Thessaloniki
 Technology Park
 Management and
 Development
 Corporation S.A**
 P.O. Box 328
 55101 Thessaloniki
 Tel: 031-980202
 Fax: 031-980280
 Apostolidou

Samis
 10 km Nat. str. Kastoria-
 Thessaloniki
 55100 Kastoria
 Tel: 0467-85334 (5 lines)
 Fax: 0467-85777
 Tsamis

**Thessalia
 Tirus
 Thessalian Islands
 Loponnesse**

**Thessalia
 Kalambakas**
 10 km Kalambaka
 Tel: 0432-81216
 Fax: 0432-81457
 Narli

Thessalia Nafpliou
 10 km Nafplio
 Tel: 0752-24401
 Fax: 0752-24400
 Narli

Thessalia Olympias
 10 km Olympia
 Tel: 0624-22190
 Fax: 0624-22444
 Narli

**Thessaloniki
 Larisa**
 10 km, Larisa-Volos
 55136 Larisa
 Tel: 041-626570, 618319
 Fax: 041-626570
 Giannakidis

**Thessaloniki
 Deligiorgi str.**
 55121 Volos
 Tel: 0421-36511-15
 Fax: 0421-28645

P. Maredis

Louis Grand Hotel
 Glyfada
 11500 Corfu
 Tel: 0661-94280, 94140
 Fax: 0661-94146
 A. Antoniou

**Margarona-
 Preveza**
 48100 Preveza
 Tel: 0682-24360
 Fax: 0682-24369
 S. Narli

Mediterranee
 Lassi
 28100 Argostoli,
 Kefallonia
 Tel: 0671-28760-3, 24757
 Fax: 0671-24758
 T. Pantoulis

**Metsovo
 Conference Center
 "Diasselo"**
 44200 Metsovo, Epirus
 9, Hadziyanni Mexi str.
 11528 Athens
 Tel: 01-7291406, 7243144
 Fax: 01-7243145
 Lilly Magoula

Porto Rio-Casino Rio
 Rio -Patra, Greece
 Tel: 061-992102, 992124
 Fax: 061-992115
 Telex: 312207 GRAV
 GR
 3, Parnonos str.
 15125 Marousi
 Tel: 01-6122901-2
 Fax: 01-6127427
 G. Haralabakopoulos

Preveza Beach
 Kanali-Kastrossikia
 48100 Preveza
 Tel: 0682-51481-4, 51261
 Fax: 0682-51474
 Telex: 322103 PREV GR
 K. Cambourakis

Pharae Palace
 Navarinou coast str.
 24100 Kalamata
 Tel: 0721-94420-24
 Fax: 0721-93969
 N. Gotsi

Xenia Nafpliou
 Akronafplia
 21100 Argolida
 Tel: 0752-28981-5
 Fax: 0752-28987

Zante Beach
 Laganas, 29100 Zante
 Tel: 0695-51130-2
 Fax: 0695-51135
 85, Dimokratous str.
 11521 Athens
 Tel: 01-7245500
 Fax: 01-7290470
 A. Nicoloudakis

Zante Park
 Laganas, 29100 Zante
 Tel: 0695-52310, 51948
 Fax: 0695 51949
 C. Tetrades

CRETE

Agapi Beach
 Amoudara
 71500 Heraklion
 Tel: 081-311084, 250502
 Fax: 081-258731
 C. Foskolakis

Atlantis
 2, Igiass str.
 71202 Heraklion
 Tel: 081-229103
 Fax: 081-226265
 I. Tsaoussi

Bella Maris
 Anissaras
 70014 Hersonissos
 Tel: 0897-21410
 Fax: 0897-21400
 Telex: 0897-21410
 WWW U.R.L. locator:
 http://www.maris.gr
 e-mail:
 bella@m41.maris.gr
 N. Dandaris

Candia Maris
 Ammoudara-Gazi
 Heraklion
 Tel: 081-314632
 Fax: 081-250669
 Telex: 081-314632
 WWW U.R.L. locator:
 http://www.maris.gr
 e-mail:
 candia@m41.maris.gr

N. Kodakis

**Capsis Beach
 Resort &
 Conference Centre**
 Aghia Pelagia
 71500 Heraklion, Crete
 81, D. Gounari str.
 15125 Marousi
 Tel: 6142083-7
 Fax: 6142072
 S. Vlachoulis

Creta Maris
 70014 L. Hersonissou
 Tel: 0897-22115
 Fax: 0897-22130
 Telex: 0897-22115
 WWW U.R.L. locator:
 http://www.maris.gr
 e-mail:
 creta@m41.maris.gr
 J. Koukoulakis

**Creta Paradise
 Beach Resort**
 P.O. Box 89, Gerani
 73100 Chania
 Tel: 0821-61315, 61190
 Fax: 0821-61134
 Telex: 291332 CPH GR
 3, Karageorgi Servias str.
 10563 Athens
 Tel: 01-3227852, 3234266
 Fax: 01-3223054
 E-Mail:
 louis@hellas.hol.gr
 Http://www.vacation.fort
 hnet.gr/cretpara.html
 A. S. Gregoriades

Creta Star & Royal
 Scaleta
 74100 Rethymno
 Tel: 0831-71812, 71902
 Fax: 0831-71791
 M. Chrisotakis

**Crete Resort
 Offices**
 P.O. Box 1447
 71110 Heraklion
 Tel: 081-391910-4
 Fax: 081-391915
 M. Balothiari

Elounda Bay
 Elounda
 72100 Ag. Nikolaos
 Tel: 0841-41502, 41702
 Fax: 0841-41783, 41373



5.932 δρχ.
 στοικίζει
 η καταχώρηση
 στο ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
 εργαλείο των
 decision makers.

Για να
 καταχωρηθεί και
 η επιχείρησή σας
 στείλτε μας
 την σελίδα 165



E-Mail:
bay@compulink.gr
Internet: <http://www.compulink.gr/eloundabay>

Elounda Beach

Elounda
721 00 Ag. Nikolaos
Tel. 0841-41412, 41812
Fax: 0841-41373
E-Mail: elohotel@compulink.gr
Internet: <http://www.compulink.gr/eloundabeach>

Elounda Mare

P.O. Box 31
721 00 Ag. Nikolaos
Tel. 0841-41102-3
Fax: 0841-41307
Telex: 262533 MARE GR
E-Mail: elmare@compulink.gr

Fodele Beach

P.O. Box 1354
715 00 Heraklion
Tel. 081-521251-5
Fax: 081-521249
G. *Gyftakis*

Hermes

Akti Koundourou
721 00 Ag. Nikolaos
Tel. 0841-28363, 28367
Fax: 0841-28754
V. *Peikidis*

Louis Creta Princess Beach & Club

P.O. Box 9
730 14 Platanias
Tel. 0821-62221
Fax: 0821-62406
Telex: 0291100 MALB GR
3, Karageorgi Servias str.
105 63 Athens
Tel. 01-3227852, 3234266
Fax: 01-3223054
E-Mail:
plus12@ath.forthnet.gr
page <http://www.vacation.forthnet.gr>
T. Papavasiliou

Marina

Gouves
700 14 Heraklion
Tel. 0897-41112

Fax: 0897-41362
A. *Haidousis*

Panorama

P.O. Box 73
731 00 Chania
Tel. 0821-31700, 96700
Fax: 0821-31708
Telex: 0291140
N. *Skentzos*

Paradise Lyktos Beach

722 00 Terapetra
Tel. 0842-61713
Fax: 0842-61318
G. *Tsaparas*

Porto Elounda Mare

P.O. Box 31
721 00 Ag. Nikolaos
Tel. 0841-41903
Fax: 0841-41889
Telex: 262289 POEM GR
E-Mail: elporto@compulink.gr

Porto Rio-Casino

Rio-Patra
Tel. 061-992102, 992124
Fax: 061-992115
3, Paronos str.
151 25 Marousi
Tel. 01-6122901-2
Fax: 01-6127427

Samaria

1866 Square
731 35 Chania
Tel. 0821-71271-5
Fax: 0821-71270
N. *Perogiannis*

Silva Maris

700 14 L. Hersonissou
Tel. 0897-22850
Fax: 0897-21404
Telex: 262523 SILM GR
WWW U.R.L. locator:
<http://www.maris.gr>
e-mail:
silva@m41.maris.gr
N. *Foudoulakis*

Vitsentzos Cornaros

18-20, Malikouti str.
712 02 Heraklion
Tel. 081-243921
Fax: 081-225438
S. *Tsagarakis*

AEGEAN ISLANDS

Aphrodite Beach

Kalafati Beach
846 00 Mykonos
Tel. 0289-71367-8
Fax: 0289-71525
I. *Kalamara*

Caravia Beach

P.O. Box 28 Marmari
853 00 Kos
Tel. 0242-41291-4, 23185
Fax: 0242-41215
E. *Stephanides*

Conference Centre Petros M. Nomikos

Phira Santorini
17-19, Akti Miaouli
185 35 Piraeus
Tel. 01-4170895-9,
4176908
Fax: 01-4171777
E-Mail: 101513.631
@compuserve.com
G. *Konstantatos*,
L. *Levidi*

Continental Palace

G. Papandreou str.
853 00 Kos
Tel. 0242-22737
Fax: 0242-23727
N. *Samaras*

Delphinia

Mythimna
811 08 Lesvos
Tel. 0253-71373, 71580
Fax: 0253-71524
A. *Bentolis*

Doryssa Bay

Potokaki Beach,
Pythagorion
831 03 Samos
Tel. 0273-61360, 61390
Fax: 0273-61463
N. *Kritsalakis*

Homerion Cultural Center of Chios 5,

Polytechniou str.
821 00 Chios
Tel. 0271-44391, 44333
Fax: 0271-44379
J. *Anadiotis*

Kalypso

Kallitheas ave.

851 00 Faliraki, Rodos
Tel. 0241-85621-3, 85455
Fax: 0241-85553
G. *Karagiannis*

Kipriotis Village

Psalidi, 853 00 Kos
Tel. 0242-27640-9
Fax: 0242-23590
K. *Kipriotis*

Lakitira

Kardamaina, 853 02 Kos
Tel. 0242-91537, 91540
Fax: 0242-91541
S. *Arkatinis*

Metropolitan Capsis Resort & Conference Centre

81, D. Gounari str.
151 25 Maroussi
Tel. 01-6142083-7
Fax: 01-6142072
S. *Viachoulis*

Myconian Ambassador

Platys Gialos
846 00 Mykonos
Tel. 0289-24233, 24166
Fax: 0289-24233
P. *Dahilidis*

Myconos Municipal Center for Culture

Matoyani,
846 00 Mykonos
Tel. 0289-27190-1, 24036
Fax: 0289-27192, 22229
V. *Michelis*

Porto Paros

Ag. Ioannis Naousis
841 00 Paros
Tel. 0284-52010-17
Fax: 0284-51720
G. *Malepitzopoulos*

Rodos Palace & Convention Center

Trianton ave.
Ixia, 851 00 Rodos
Tel. 0241-25222
Fax: 0241-25350
M. *Kambourakis-Barboutsis*

Rodos Park Suites

12, R. Ferraïou str.
851 00 Rodos

Το ΣΥΝΕΔΡΙΟ
τυπώνεται σε
17.000 αντίτυπα

Κυκλοφορεί
στην Ελλάδα
με Συνδρομές,
καθώς και
από κεντρικά
Περίπτερα και
Βιβλιοπωλεία.

Επιπλέον
στην Ευρώπη
Αμερική, Ασία,
με Συνδρομές
και διανομή σε
εθνείς Εκθέσεις.

el. 0241-24612
ax: 0241-24613
Soulounias

Santorini Image

essaria
17 00 Santorini
el. 0286-31874-5
ax: 0286-31174
Stolis

Illias Dameia

O. Box 51
g. Paraskevi-Vothonas
17 00 Santorini
el. 0286-32532-4
ax: 0286-32535
Sackley

TRANSLATIONS AUDIOVISUAL SYSTEMS EQUIPMENTS

Bankal

, Vouliagmenis ave.
14 52 Argiroupoli
el. 01-9967007-9
ax: 01-9910691
Politou

ctuel S.A.

, R. Ferraïou str.
5 63 P. Faliro
el. 01-9850062, 9829725
ax: 01-9851193
*Kossifidou,
Arvanitides*

D.T.S

Pindou str.
1 21 Pefki
el. 01-61.25.030
ax: 61.21.514
Karabela

audiocom

, Pindarou str.
6 73 Athens

Tel. 01-3641513-4
Fax: 01-3641525
A. Laventzis

Audio-Video Conference Support

18, Katrami str.
115 24 Athens
Tel. 01-6915114, 6926826
Fax: 01-6493781
A. Tsakiris

Bon Studio AEBE

6, Zaimi str.
106 83 Athens
Tel. 01-3809605
Fax: 01-3845755
A. Bofiliaki

Cinevideo

19, Kalogera str.
113 61 Athens
Tel. 01-8618724, 8678773
Fax: 01-8225803
F. Konstantinides

Damkalidis S.A

44, Zefirou str.
175 64 P. Faliro
Tel. 01-9410888
Fax: 01-9427058

Diaskepsi

28, Mitropoleos str.
545 24 Thessaloniki
Tel. 031-276012, 282307
Fax: 031-276012
B. Pallioura

Eglezakis Imaging

6, Arapaki str.
176 76 Athens
Tel. 01-9577030
Fax: 01-9515135
A. Hadjiandreou

E.M.S.

P.O. Box 15045
540 02 Thessaloniki
Tel. 031-555100
Fax: 031-550973
K. Valsamidou

Estece

4, Meg. Alexandrou str.
185 33 Piraeus
Tel. 01-4116962, 4122165
Fax: 01-4122165
S. Doukakis

Expolight Linero

83, D. Themeli str.
851 00 Rodos
Tel. 0241-21602, 39895
Fax: 0241-21602
K. Mastromina

Kim Ltd.

38, Michalakopoulou str.
115 28 Athens
Tel. 01-7216318
Fax: 01-7212637
D. Konstantinakis

Laskaridis

32, Demokratias ave.
151 27 Melissa
Tel. 01-8041587, 8032352
Fax: 01-8049371
C. Laskaridis

3M Hellas Ltd

20, Kifisias ave.
151 25 Marousi
Tel. 01-6842902, 6842913
Fax: 01-6843281
C. Barakos

Mecon O.E

15, Amaroussiou str.
141 23 Likovrissi
Tel. 01-2818765, 2833990
Fax: 01-2818765
M. Economou

Medex Trade Ltd.

33, Apostolopoulou str.
152 31 Halandri
Tel. 01-6879548
Fax: 01-6879558

Media & Space

9-11, Aristeidou str.
152 34 Halandri
Tel. 01-6858653, 6843485
Fax: 01-6858653
K. Louropoulou

Panou Audiovisual

19, Efstathiou str.
115 24 Athens
Tel. 01-6494030, 6922588
Fax: 01-6480305

P.C. Systems S.A

40, Papanikoli ave.
152 32 Halandri
Tel. 01-6850900
Fax: 01-6851181
T. Papadopoulos

P.C. Systems S.A

5, Aristotelous
& Tsimiski str.
546 24 Thessaloniki
Tel. 031-230740
Fax: 031-229637
C. Toumazos

Photo Olympia

7, Char. Trikoupi str.
106 78 Athens
Tel. 01-3634066
Fax: 01-3635050
F. Violantzis

Podimatas Audiovisual

9-11, Evdiloú str.
157 73 Zografou
Tel. 01-7771644
Fax: 01-7778656
P. Podimatas

Pouliadis

3, Aristotelous str.
& 150, Syngrou ave.
176 71 Kallithea
Tel. 01-9242072
Fax: 01-9241066

Sony Hellas

Tel. 01-6875697-8

TCS

18-22, Sirinon str.
162 31 Vironas
Tel. 01-7256138
Fax: 01-7242834
T. Mariettos

Telmaco S.A

69, George Vlahou str.
115 25 N. Psychico
Tel. 01-6777400
Fax: 01-6777406
A. Grassou

TVS

11, Iridanou str.
115 28 Athens
Tel. 01-7212606
Fax: 01-7258214
P. Papaioannou

Videorythmos S.A

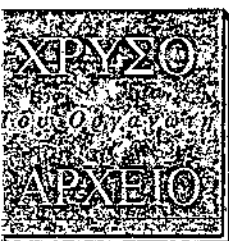
6, Sivitanidou str.
176 76 Kallithea
Tel. 01-9329552, 9587507
Fax: 01-9591035
G. Douzas



5.932 δρχ.
στοιχίζει
η καταχώρηση
στο ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
εργαλείο των
decision makers.

Για να
καταχωρηθεί και
η επιχείρησή σας
στείτε μας
την σελίδα 165



INTERPRETERS TRANSLATORS

BICI

7, Spyrou Merkouri str.
152 32 Athens
Tel. 01-6815961
Fax: 01-6848687
G. Haratsis

Catoptron Translations

6, Herodotou str.
106 75 Athens
Tel. 01-7212090
Fax: 01-7229218
A. Begni, B. Plakoula

Communication S.A

18-20, Ipirou str.
104 33 Athens
Tel. 01-8216088
Fax: 01-8218304
*N. Pratsinis,
A. Georgopoulou*

Congress Consultants

2, Kefallinias str.
113 61 Athens
Tel. 01-8225255
Fax: 01-8235258
H. Dalambira

Diaskepsi

28, Mitropoleos str.
545 24 Thessaloniki
Tel. 031-276012, 282307
Fax: 031-276012
B. Pallioura

Hellenic Association of Conference Interpreters

2, Kefallinias str.
113 61 Athens
Tel. 01-8216789
Fax: 01-8221945
M. Doudouni

Interpretations Center

5, Ag. Sofias str.
546 23 Thessaloniki
Tel. 031-230382

Fax: 031-263325
Z. Kantargi-Lousta

Interverbum

6, Alkmanos str.
115 28 Ilisia
Tel. 01-7216341,
094-454498
D. Tsertsides

Logos Translations

63, Ag. Varvaras str.
152 31 Halandri
Tel. 01-6715439
Fax: 01-6715439
A. Katsibiri

Mendor

28, 28 October
& Seizani str.
142 31 N. Ionia
Tel. 01-2715855, 2757802
Fax: 01-2715855
S. Kalaitzi

Texto

8, Polomonos str.
116 35 Athens
Tel. 01-7231201, 7258365
Fax: 01-7258365
O. Brehier

Triantafillou Vass.

104, El. Venizelou ave.
176 76 Kallithea
Tel. 01-9596813,
093-337026
Fax: 01-9590898

Xynos Translation Services

130, Solonos str.
106 81 Athens
Tel. 01-3303750-1
Fax: 01-3303750
Modem: 01-3303751
E-Mail: xynos@hotmail.gr
M. Xynos

PUBLIC RELATIONS ITEMS

Adamco

25A, Solomou str.
106 82 Athens
Tel. 01-3818906, 3805526
Fax: 01-3841747
K. Adamopoulou

Alfaprint

269, Likourgou str.
176 75 Kallithea
Tel. 01-9302410, 9595683
Fax: 01-9302410
A. Oreopoulos

Anco Leather

20, Damvergi str.
121 31 Peristeri
Tel. 01-5771300
Fax: 01-5767300
A. Kottas

Antika

33, Mamouri str.
104 39 Athens
Tel. 01-8815446
Fax: 01-8839587
H. Gyras

Apostolidis Peter

157-159, Platonos str.
176 74 Kallithea
Tel. 01-9417072, 9418654
Fax: 01-9418654

Avramakos

23, Keramikou str.
104 37 Athens
Tel. 01-5232444
Fax: 01-5232887
E. Avramakos

Bartuggi Hellas

47, Samou str.
151 25 Marousi
Tel. 01-6891902-4
Fax: 01-6832476
M. Tiriakidis

Bamby Calf Karantzolas

52, Aishilou str.
105 54 Athens
Tel. 01-3253590
Fax: 01-3253590
S. D. Karantzolas

Castro

30, Kefallinias str.
144 52 Metamorfosi
Tel. 01-2823810, 2810671
Fax: 01-2825546

M. Markakis

Conecta

29, Ag. Anargiron str.
143 43 N. Halkidona
Tel. 01-2182700, 2182702
Fax: 01-2182701
D. Mistriotis

Deon

24, Ikoniou str.
171 23 N. Smirmi
Tel. 01-9315775
Fax: 01-9340592
E. Theohari

Dorodiafimistiki SA

Industrial Area A3
570 22 Sinthos
Thessaloniki
Tel. 031- 796751-5
Fax: 031- 796785
E. Apostolou

Dyas Evan

82, Amvr. Frantzi
& 30, Kap. Varda str.
117 44 Athens
Tel. 01-9023869
Fax: 01-9016748
E. Anassontzi

Duroflex

29, Economidou str.
121 32 Peristeri
Tel. 01-5745052, 5768508
Fax: 01-5745052
P. Intzoglou

Eurocenter Promotions

32, Vas. Georgiou B' str.
116 35 Athens
Tel. 01-7254068, 7250244
Kritsas

Footprints Ltd.

4, Alyos str. (Hilton)
115 28 Athens
Tel. 01-7221592, 7258144
Fax: 01-7292928
H. Foka, A. Sapounakis

Forum Hellas

14, Kodrou str.
105 58 Athens
Tel. 01-3255288
Fax: 01-3242926
T. Pagiavlas

ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
τυπώνεται σε
7.000 αντίτυπα

Κυκλοφορεί
στην Ελλάδα
σε Συνδρομές,
καθώς και
από κεντρικά
περίπτερα και
βιβλιοπωλεία.

Επιπλέον
στην Ευρώπη
μερική, Ασία,
με Συνδρομές
και διανομή σε
θνητές Εκθέσεις.

Goldtime Everest

1, Vriliou str.
14 76 Athens
Tel. 01-6422564
Fax: 01-6428261
A. Stamatopoulos

Ionata F.

Menandrou str.
105 53 Athens
Tel. 01-3251274, 3213562
Fax: 01-3213562

Green Line S.A.

5 B, Grigoriou E' str.
152 33 Halandri
Tel. 01-6850233
Fax: 01-6848501
Tsourlakis

Latzimanolis

2, Moshou str.
P.O. Box 151
151 00 Rodos
Tel. 0241-32115
Fax: 0241-22279

Enkel-Pelican

1 km Varis-Koropiou
Koropi, Industrial Zone
Tel. 01-6625129, 6626406
Fax: 01-6626232
Ioannidou

Informecanica Ltd.

1, Irous str.
104 42 Athens
Tel. 01-5130013, 5130908
Fax: 01-5130494
Antoniadou

Andarakis

1, Thiseos str.
106 71 Kallithea
Tel. 01-9565933, 9563630
Fax: 01-9581709
Kandarakis

Okkonis

Arsakiou arc.
105 64 Athens
Tel. 01-3226355, 3226123
Fax: 01-3235266
Lambropoulos

Roukas

15-16, Lykourgou arc.
105 52 Athens
Tel. 01-3222574, 3240698
Fax: 01-3223086

M. Koutas

Metaxa E. Co.

80, Imittou Str.
116 34 Athens
Tel. 01-7510952, 7011410
Fax: 01-7014371

Metro Time

30, Merarhias str.
621 23 Serres
Tel. 0321-54100, 66900
Fax: 0321-66900

Mihail A. & Co.

28, Farantaton str.
115 27 Athens
Tel. 01-7755519, 7773314
Fax: 01-7780122
E. Mihail

Nika Vas. Co O.E

114, Esperidon str.
176 72 Kallithea
Tel. 01-9512204, 9512871
Fax: 01-9512412
S. Nika

Offerta S.M. Ltd.

1, Ifigenias str.
166 71 Vouliagmeni
Tel. 01-8957670
Fax: 01-8990023
Z. Fotopoulou

Omikron

23, Platonos str.
124 62 Haidari
Tel. 01-5818927
Fax: 01-5821312
S. Tsigou

Pallis S.A

8, Ermou str.
105 63 Athens
Tel. 01-3242115-9
H. Pallis

Psarros S.A

9, Spiromiliou arc.
105 64 Athens
Tel. 01-3235775, 3230401
F. Psarros

Roukas George

8, Epaminonda str.
157 72 Zografou
Tel. 01-7489175-6
Fax: 01-7489175
G. Roukas

Stabo

11-13, Karaiskaki str.
157 72 A. Ilisia
Tel. 01-7782770
Fax: 01-7488591
A. Mavrogenis

Syllektis Publications

22, Al. Soutsou str.
106 71 Athens
Tel. 01-3610776
V. Christianos

Theofylaktos

153, Philadelphias ave.
136 71 Aharnai
Tel. 01-2684710-11
Fax: 01-2684712

Theologos

5, Vas. Georgiou A' ave.
185 31 Piraeus
Tel. 01-4120214, 4131782
Fax: 01-4177825

Triantafillou

2, Pipinou str.
& 7, Souliou str.
173 42 Ag. Dimitrios
Tel. 01-9912034
Fax: 01-9938307

Vergina Gold Center

Argasi, 291 00 Zante
Tel. 0695-28299
Fax: 0695-28299
G. Stasinopoulos

Vergina Gold Center

Ancient Olympia
270 65 Olympia
Tel. 0624-22642
Fax: 0624-22642
G. Stasinopoulos

Vergina Shop's Center Gold, Silver, Souvenir Centre

Zante Royal Palace Hotel
291 00 Vassilikos, Zante
Tel. 0695-35492
Fax: 0695-35498
G. Stasinopoulos

Vlahopoulos K. SA

26-28, Asklipiou str.

106 80 Athens
Tel. 01-3605811-3
Fax: 01-3602204
A. Latsis

GRAPHIC ARTS**Informecanica Ltd.**

25, Irous str.
104 42 Athens
Tel. 01-5130013, 5130908
Fax: 01-5130494
A. Antoniadou

Ink

10, Hansen str.
111 44 Athens
Tel. 01-2281201
Fax: 01-2281247
G. Bizanis

Kronos S.A

30, Athens ave.
Tel. 01-5233414, 5234041
Fax: 01-5239050
M. Kelemeni

Stabo

11-13, Karaiskaki str.
157 72 A. Ilisia
Tel. 01-7782770
Fax: 01-7488591
A. Mavrogenis

Οργάνωση Μέσων Ερμηνείας Περιβάλλοντος

3, Tsoha str.
115 21 Athens
Tel. 01-6443089
Fax: 01-6426268
S. Adamantiadou

Pyramid Applied Inspiration S.A

138, El. Venizelou str.
146 71 N. Erithrea
Tel. 01-6209911-2
Fax: 01-6209913
M. Magrioti



5.932 δρχ.

στοιχίζει

η καταχώρηση
στο ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
εργαλείο των
decision makers.

Για να
καταχωρηθεί και
η επιχείρησή σας
στείλτε μας
την σελίδα 165



BUS HIRE

Giotis Tours

10, Mitr. Gennadiou
& Egnatias str.
546 31 Thessaloniki
Tel. 031-256676-7
Fax: 031-533628
C. Charalampous

Dion Tours

54, Tsimiski str.
546 23 Thessaloniki
Tel. 031-287246
Fax: 031-287280
J. Apostolopoulos

Charitos Travel

35, Arseniou str.
491 00 Corfu
Tel. 0661-44611-8
Fax: 0661-35138

CAR RENTAL

Ansa International

33, Sygrou ave.
117 43 Athens
Tel. 01-9216304
Fax: 01-9216436
S. Papadopoulou

Budget Car Rental

47, Kountouriotou str.
811 00 Mytilini
Tel. 0251-29600, 25846
Fax: 0251-25846
M. Ktiotis

Payless Car Rental

49, Kountouriotou str.
811 00 Mytilini
Tel. 0251-43555, 43558
Fax: 0251-42853
K. Spanelis

Volan Ltd.

338, Aharmon
& Nirvanas str.
111 44 Athens
Tel. 01-2020007, 2010810
Fax: 01-2020007
V. Nanopoulos

CRUISES & YACHTING

Corsair Yachts

43, King Paul str.
154 52 Athens
Tel. 01-6712633
Fax: 01-6724727
N. Demestihias

Ghiolman Greek Holidays

7, Filellinon str.
Tel. 01-3230330
Fax: 01-3223251
M. Ghiolman

Kassaros Travel

3, Tr. Tsoumaga str.
442 00 Metsovo
Tel. 0656-41800, 41662
Fax: 0656-41262
S. Kassaros

Kyriakoulis S.A

51, Poseidonos ave.
175 62 P. Faliro
Tel. 01-9886187, 9815148
Fax: 01-9844529, 9817823
S. Kyriakoulis

CATERING

Aigli S.A

3, Ag. Nikolaou str.
546 33 Thessaloniki
Tel. 031-270715
Fax: 031-270016
N. Zafiriou

Alpina

15, Amalias
& Santarozza str.
184 54 Nikea
Tel. 01-4971435
Fax: 01-4942283
D. Gounaridis

Arhontospito

14, Spartis str.
112 52 Athens

Tel. 01-8629561, 8659422
G. Michaelidis

Intercatering S.A

12, Fivis & I. Metaxa str.
166 74 Glyfada
Tel. 01-8942223, 8946625
Fax: 01-8943326
A. Toutziaridis

La Fourchette Full Services

19, Pigasou str.
151 25 Marousi
Tel. 01-6817494,
094-342632
Fax: 01-6817494
K. Kyriakopoulos

Omilos

Yacht Club
of Vouliagmeni
166 71 Laimos
Vouliagmeni
Tel. 01-8960741, 8963539
Fax: 01-9670363
R. Melachrinou

Thyreos

154, El. Venizelou str
146 71 N. Erithrea
Tel. 01-6291654, 6203075
Fax: 01-6203014
T. Konstantellos

Tottis Class Services

3, Aristotelous sq.
546 24 Thessaloniki
Tel. 031-232775, 267115
Fax: 031- 267115
G. Tottis

BUSINESS LUNCH RESTAURANTS

Arhontospito

14, Spartis str.
112 52 Athens
Tel. 01-8629561, 8659422
G. Michaelidis

Belle Helene

1, Paleologou str.
145 63 Politia, Kifisia
Tel. 01-8073659, 6209938
Fax: 01-8077164
J. Angelopoulos

Bouillabaisse

28, Zisimopoulou str.
175 64 P. Faliro
Tel. 01-9419082, 9425203
Fax: 01-9419082
S. Leontitsis

Chang's House

15, Doiranis str.
176 71 Kallithea
Tel. 01-9595191, 9595179
Fax: 01-9520910
P. Chang

Daphne's

4, Lyssikratous str., Plaka
105 58 Athens
Tel. 01-3227971, 3221624
Fax: 01-3227971
G. Konstantinides

Kastellorizo

1. 330, Thisseos ave.
176 75 Tzitzifis
Tel. 01-9302370-1

2. 334, Thisseos ave.
176 75 Tzitzifis
Tel. 01-9429027

3. 28, Vas. Georgiou str.
166 74 Glyfada
Tel. 01-8948246, 8944388

4. Poseidonos ave.
166 72 Varkiza
Tel. 01-9655022, 9659809

5. 2, Platanon str.

(N. Kifisia's square)
Tel. 01-8001057, 8075540
S. Stavrou

Kollias

Kalokerinou & Dramas
187 56 Piraeus
Tel. 01-4629620
Fax: 01-4619150
T. Kollias

Kona Kai

Ledra Marriot
115, Syngrou ave.

ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ
τυπώνεται σε
7.000 αντίτυπα

Κυκλοφορεί
στην Ελλάδα
με Συνδρομές,
καθώς και
από κεντρικά
Περίπτερα και
Βιβλιοπωλεία.

Επιπλέον
στην Ευρώπη
Αμερική, Ασία,
με Συνδρομές
και διανομή σε
θνεϊς Εκθέσεις.

17 45 Athens
Tel. 01-9347711

Kouti
3, Adrianou str.
05 55 Athens
Tel. 01-3244794, 3213229

E. Kakogianni,
D. Missoulis
La Buona Sera
Kennedy sq.
52 34 Halandri
Tel. 01-6834808
I. Vasilas

Ansion
Shistis str.
85 33 Kastella, Piraeus
Tel. 01-4222139
Tavoularis

Milton's
1, Adrianou
Nikodimou str.
05 56 Athens
Tel. 01-3249129
Fax: 01-3249171
f. Massopoulos

Dimilos
Yacht Club
f Vouliagmeni
66 71 Laimos
Vouliagmeni
Tel. 01-8960741, 8963539
Fax: 01-9670363
L. Melachrinou

Drohoos
Parou str.
45 62 Kifisia
Tel. 01-8012730
C. Karagiannis

**COMPUTERS &
SOFTWARE**

Lim Ltd.
3, Michalakopoulou str.
15 28 Athens
Tel. 01-7216318
Fax: 01-7212637
A. Konstantinakis

Metron Computers
75, Foskolou str.
291 00 Zante
Tel. 0695-41007
Fax: 0695-41007
D. Negas

Mitos S.A
P.O. Box 1447
711 10 Heraklion
Tel. 081-391910-3
Fax: 081-391915
M. Ingram

**CONFERENCE
FURNITURES**

Laskaridis
32, Demokratias ave.
151 27 Melissa
Tel. 01-8041587, 8032352
Fax: 01-8049371
C. Laskaridis

**Tottis
Class Services**
3, Aristotelous sq.
546 24 Thessaloniki
Tel. 031-232775, 267115
Fax: 031-267115
G. Tottis

**AUDIO &
LIGHTING**

Echorama
17, Ag. Glykerias str.
111 47 Athens
Tel. 01-2131882
Fax: 01-2131882
A. Panorios

**CONFERENCE
DECORATION**

**Aihmi Technical-
Commercial Ltd**
6, Marathonos str.
181 20 Koridallos
Tel. 01-4944194-6
Fax: 01-4944193
V. Kapakis

Hatzokou Flowers
79, El. Venizelou str.
171 23 N. Smirni
Tel. 01-9318627
Fax: 01-9318627
M. Lambrinidou

Pantelaion Plants
61, Strofilliou str.
145 64 Kifisia
Tel. 01-8072242, 6205968
Fax: 01-6208726
D. Pantelaion

The Balloon
47-51, Sokrarous str.
176 72 Kallithea
Tel. 01-9523805, 9596783
Fax: 01-9521257
G. Tragomalos

Vision Advertising
2, Dilou str.
111 47 Athens
Tel. 01-2134697-8
Fax: 01-2134698
P. Theodorides

**FESTIVAL
FIREWORKS**

**Pyrotechnica
Hellas**
17, Str. Makrigrigianni str.
111 47 Athens
Tel. 01-2136357,
094-582700
Fax: 01-2136357
J. Kazakopoulos

INSCRIPTIONS

**Συνεδριακή
Παρουσίαση Ν.
Μαυρέας-Α.
Μπήλιος**
35, Syngrou ave.
117 43 Athens
Tel. 01-9232133,
9523656
Fax: 01-9221647
N. Mavreas, D. Bilios

**CONFERENCES
CONCLUSIONS**

**Σύμβουλοι
Πρωτοποριακών
Επιχειρηματικών
Δραστηριοτήτων**
42, Ippokratous str.
106 80 Athens
Tel. 01- 3648300,
3632000
Fax: 01-3610882
M. Koutsopoulou

ICONS

Sofia Rera-Kontuli
1, I. Anesti str.
190 02 Peania
Tel. 01-6646327
Fax: 01-6646327
A. Kontulis

BALLOONS

Zeppelin Hellas
83, Gennimata str.
165 62 A. Glyfada
Tel. 01-9649409
Fax: 01-9611065
K. Tsigas



5. 932 δρχ.
στοιχίζει
η καταχώρηση
στο ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
εργαλείο των
decision makers.

Για να
καταχωρηθεί και
η επιχείρησή σας
στείτε μας
την σελίδα 165



HOTELS CONFERENCE CENTERS

PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZERS

**Amathus
Navigation Co Ltd.**
2, Syntagmatos sq.
P.O. Box 3023
Limassol
Tel. 00357-5-369122
Fax: 00357-5-341940
G. Dimitriou

**Everest General
Tourist Agency Ltd.**
20, Leonidou str.
P.O. Box 2271
1519 Nicosia
Tel. 00357-2-447437-8
Fax: 00357-2-366502
E. Thomas

**Hull, Blyth,
Araouzos Ltd.**
P.O. Box 17
3036 Limassol
Tel. 00357-5-362223
Fax: 00357-5-747662,
374534
D. Pitsillidou

**Kinisis Travel
& Tours**
7 A, Demetsanis str.
P.O. Box 7031
Nicosia
Tel. 00357-2-472274
Fax: 00357-2-450221
C. Kakkouras

Aeneas
P.O. Box 476, Ayia Napa
Tel. 00357-3-724000
Telefax: 00357-3-723677
A. Antoniou

Annabelle
P.O. Box 401
8125 Paphos
Tel. 00357-6-238333
Fax: 00357-6-245502
Telex: 5481 Annabelle Cy
N. Michaelidou

Apolitonia Beach
P.O. Box 594, Limassol
Tel. 00357-5-323351
Fax: 00357-5-321683
Telex: 2268
APOLLOTEL CY
C. Zenios

**Beau Rivage -
Sunotel**
P.O. Box 557, Larnaca
Tel. 00357-4-646600
Fax: 00357-4-645804
Telex: RIVAGE CY
E. Stylianou

Cypria Maris
P.O. Box 456, Paphos
Tel. 00357-6-238111
Fax: 00357-6-238125
S. Lambrou

**Forum
by Intercontinental**
Grivas Dhigenis ave.
P.O. Box 1390
1507 Nicosia
Tel. 00357-2-356666
Fax: 00357-2-351918
T. Overmeer

Hawaii Beach
P.O. Box 4500, Limassol
Tel. 00357-5-311333
Fax: 00357-5-311888

M. Mavroudis

Imperial Beach
P.O. Box 284, Paphos
Tel. 00357-6-245415
Fax: 00357-6-244293
Telex: 6419 Paphos
K. Pirillos

**International
Conference Centre
of Cyprus**
P.O. Box 5670, Nicosia
Tel. 00357-2-313444
Fax: 00357-2-312333
Telex: 6393 CICC CY

Laura Beach
P.O. Box 520, Paphos
Tel. 00357-6-244900
Fax: 00357-6-244911
G. Christodoulou

**Ledra
Beach-Sunotel**
P.O. Box 3003, Paphos
Tel. 00357-6-244848
Fax: 00357-6-244611
Telex: 6411LEDOTEL
A. Papakyriakou

Le Meridien
P.O. Box 6560
3308 Limassol
Tel. 00357-5-634000
Fax: 00357-5-634222,
329529
Telex: 6242 MERIT CY
K. Socratous

**Marathon
Beach -Sunotel**
P.O. Box 4197, Limassol
Tel. 00357-5-320122
Fax: 00357-5-329387
Telex: 5775 CY
C. Christou

**Nausica
Beach-Sunotel**
P.O. Box 83, Protaras
Tel. 00357-3-831160
Fax: 00357-3-831519
Telex: 4578
G. Phokas

Paphos Beach
P.O. Box 136
Posidonos ave., Paphos
Tel. 00357-6-233091
Fax: 00357-6-242818

Telex: 3202
PAPHOTEL CY
N. Michaelidou

**Phaethon Beach
Sunotel & Club**
P.O. Box 1017, Paphos
Tel. 00357-6-247600
Fax: 00357-6-247169
Telex: 5957
A. Pierides

**Poseidonia
Beach-Sunotel**
P.O. Box 1206, Limassol
Tel. 00357-5-321000
Fax: 00357-5-327040
Telex: 2805
C. Damianou

**Princess
Beach-Sunotel**
P.O. Box 858, Larnaca
Tel. 00357-4-645500
Fax: 00357-4-645508
Telex: 6483
A. Kameris

St. Raphael Resort
Amathus ave.
P.O. Box 1064
3594 Limassol
Tel. 00357-5-321100
Fax: 00357-5-324394
T. Frangos

The Churchill
P.O. Box 1626, Limassol
Tel. 00357-5-324444
Fax: 00357-5-323494
P. Pieridis

5.932 δρχ.
στοικίζει
η καταχώρηση
ΧΡΥΣΟ ΑΡΧΕΙΟ.

6 μήνες
εργαλείο των
decision makers.

Για να
ατακωθθεί και
επιχείρησή σας
στείλτε μας
την σελίδα 165



ΤΟ ΜΕΓΑΛΥΤΕΡΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ

Το Νέο Συνεδριακό Κέντρο του Creta Maris, το οποίο ολοκληρώθηκε πρόσφατα και εγκαινιάσε τη λειτουργία του με τη διοργάνωση συνεδρίου 1500 ατόμων, είναι το πιο μεγάλο συνεδριακό κέντρο της Κρήτης - δυναμικότητας 4500 ατόμων - και ένα από τα μεγαλύτερα της Ελλάδας.

Πράλληλα, μέχρι το τέλος του 2001 θα έχει ολοκληρωθεί η νέα πτέρυγα 220 δωματίων - επέκταση του Ξενοδοχείου Creta Maris, η οποία θα συνδέεται άμεσα με το Συνεδριακό Κέντρο.

Το Συνεδριακό Κέντρο του Creta Maris βρίσκεται στη νοτιοδυτική τμήμα του Ξενοδοχείου δίπλα στο ανοιχτό θέατρο. Έχει αναπτυχθεί σε δύο επίπεδα συνολικής έκτασης 5000 τ.μ., εκ των οποίων τα 3500 τ.μ. είναι προς χρήση συνεδριακή χρήση με 5 κύριες αίθουσες και τα 1500 αφορούν σε ενδασιακές - βοηθητικούς χώρους.

Το κάτω επίπεδο αποτελείται από 4 κύριες αίθουσες, οι οποίες μπορούν να χωριστούν με διαχωριστικά υψηλής ηχομόνωσης σε 11 αίθουσες με ανεξάρτητες εισόδους. Στο κέντρο βρίσκεται η μοναδική αίθουσα με κολώνες που ονομάζεται Εκθεσιακή, και γύρω της αναπτύσσονται 4 ή 8 - ανάλογα με τη διαμόρφωση - άλλες αίθουσες.

Στο επάνω επίπεδο είναι η Κεντρική Αίθουσα Συνεδρίων, που μπορεί να χωριστεί σε τρία μέρη με διαχωριστικά υψηλής ηχομόνωσης και με ανεξάρτητες εισόδους.

Διαθέτει 5 ανελκυστήρες βαρέως τύπου για τους συνέδρους ή το συνεδριακό υλικό και 6 κύριες προσβάσεις από διάφορα σημεία. Δύο εισοδοί είναι για οχήματα, ενώ υπάρχει και μια είσοδος η οποία συνδέει εσωτερικά το Συνεδριακό Κέντρο με τη νέα πτέρυγα - επέκταση του Creta Maris.

Το νέο Συνεδριακό Κέντρο του Creta Maris είναι σχεδιασμένο και εξοπλισμένο βάσει των πλέον σύγχρονων προδιαγραφών.



ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ

creta maris
maris hotels



παρέχοντας τη δυνατότητα για τη διοργάνωση υψηλών απαιτήσεων συνεδρίων αλλά και εκθέσεων στο πλαίσιο ενός συνεδρίου ή ανεξάρτητα.

Οι 3 οθόνες τις οποίες μπορούν να γίνουν παράλληλες προβολές, οι προβολείς όλων των ειδών, τα ειδικά καθίσματα, εγκεκριμένα από το British Standard Institute, η δυνατότητα video conference είναι μόνο μερικά από τα μέσα που διαθέτει και που εξαιριάζουν την άρτια διεξαγωγή των εργασιών του συνεδρίου σε ένα περιβάλλον υψηλής τεχνολογίας. Παράλληλα, υπάρχει η δυνατότητα για μεταφραστικές υπηρεσίες, ειδικός χώρος για τον Τύπο (press room) και δύο γραμματείες.

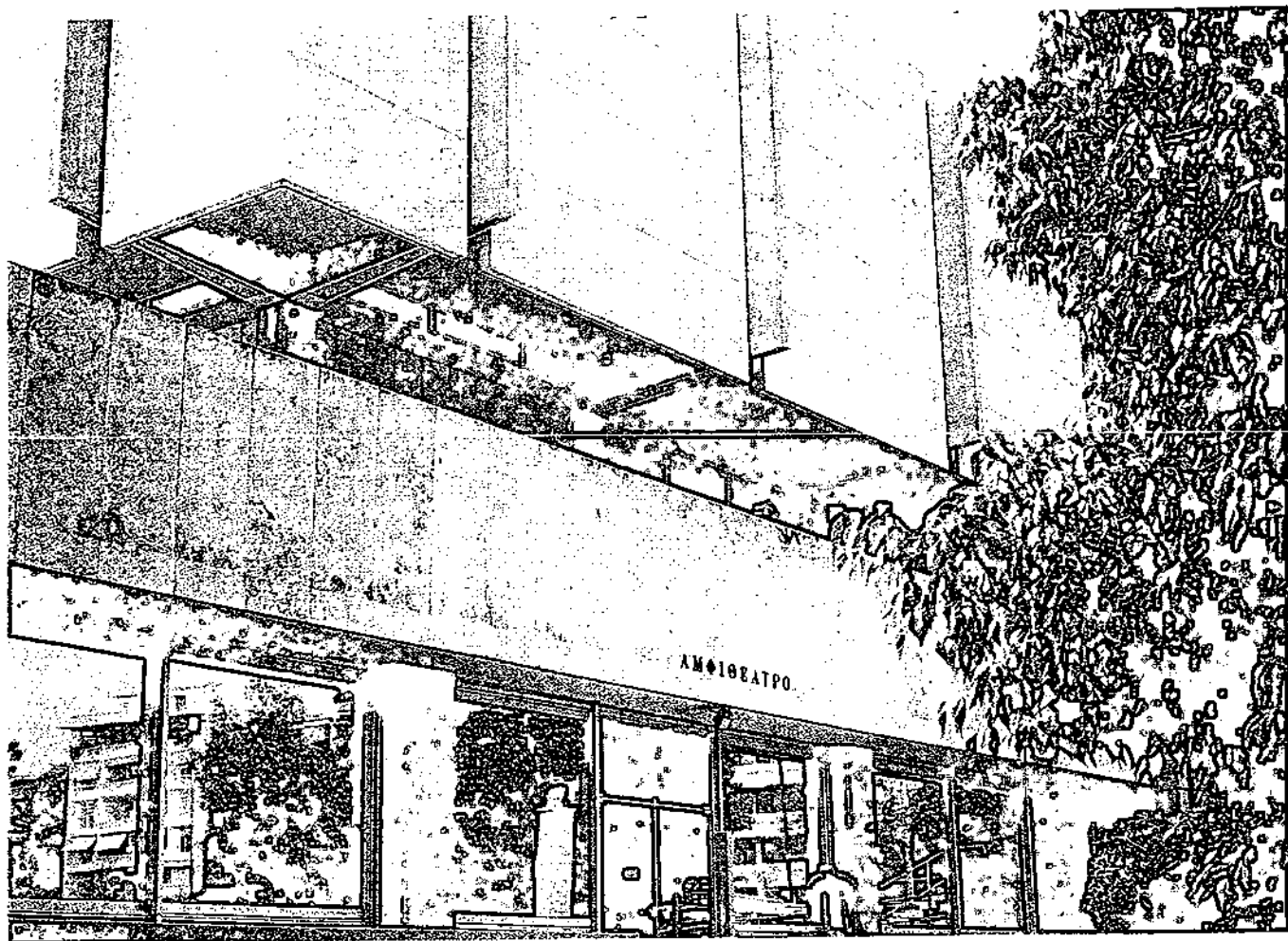
Για τους πολυσέχλους επαγγελματίες συνέδρους ή άλλους φιλοξενοούμενους στο ξενοδοχείο λειτουργούν τα Executive Resort Offices, τα οποία μπορούν να καλύψουν πλήρως όλες τις ανάγκες σε γραμματειακή υποστήριξη, υποδομών γραφείου, παροχή Internet κ.λπ.

Όσον αφορά στη παράθεση γευμάτων, επίσημων δείπνων, cocktails ή δεξιώσεων το άρτιο οργανωμένο ειδικό τμήμα του Creta Maris προσφέρει μια μεγάλη ποικιλία εδεσμάτων ελληνικής και διεθνούς κουζίνας. Εξίσου μεγάλη δυνατότητα επιλογής υπάρχει στη διοργάνωση διαφόρων άλλων εκδηλώσεων όπως theme parties, μουσικές εκδηλώσεις, παράλληλες εκδηλώσεις συνεδρίων.

Creta Maris

700 14 Αιμέντας Χερσονήσου
Τηλέ: +30-897-22115, Fax: +30-897-22.130
E-mail: creta@maris.gr
<http://www.maris.gr>
Κριτίσιες:
Τηλέ: +30-81-343110, Fax: +30-81-346088
E-mail: reserv@maris.gr

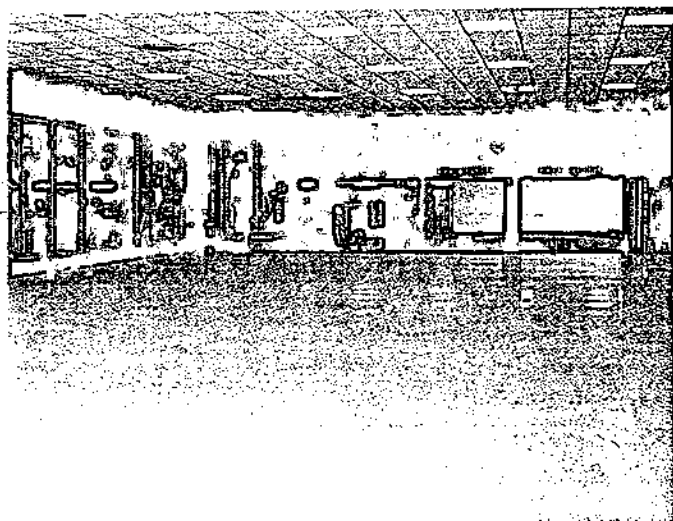
ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ



Στο κεντρικότερο σημείο της Αθήνας, στη διασταύρωση των οδών Βασ. Σοφίας & Ριζάρη 2, βρίσκεται το Συνεδριακό κέντρο του Πολεμικού Μουσείου.

Με σύγχρονο τεχνικό εξοπλισμό και έμπειρο - ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό καλύπτει όλες τις ανάγκες για την οργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων, εκθέσεων, δεξιώσεων και άλλων εκδηλώσεων.

Δεν είναι τυχαίο που μεγάλα Πανελλήνια και Παγκόσμια συνέδρια έχουν πραγματοποιηθεί με μεγάλη επιτυχία στο Συνεδριακό Κέντρο του Πολεμικού Μουσείου.



Address: Βασ. Σοφίας & Ριζάρη 2, Αθήνα

Tel: 72.44.464, 72.52.975-6

Fax: +30-1-72.45.838

Contact person: Ιωάννης Κοροδήμος

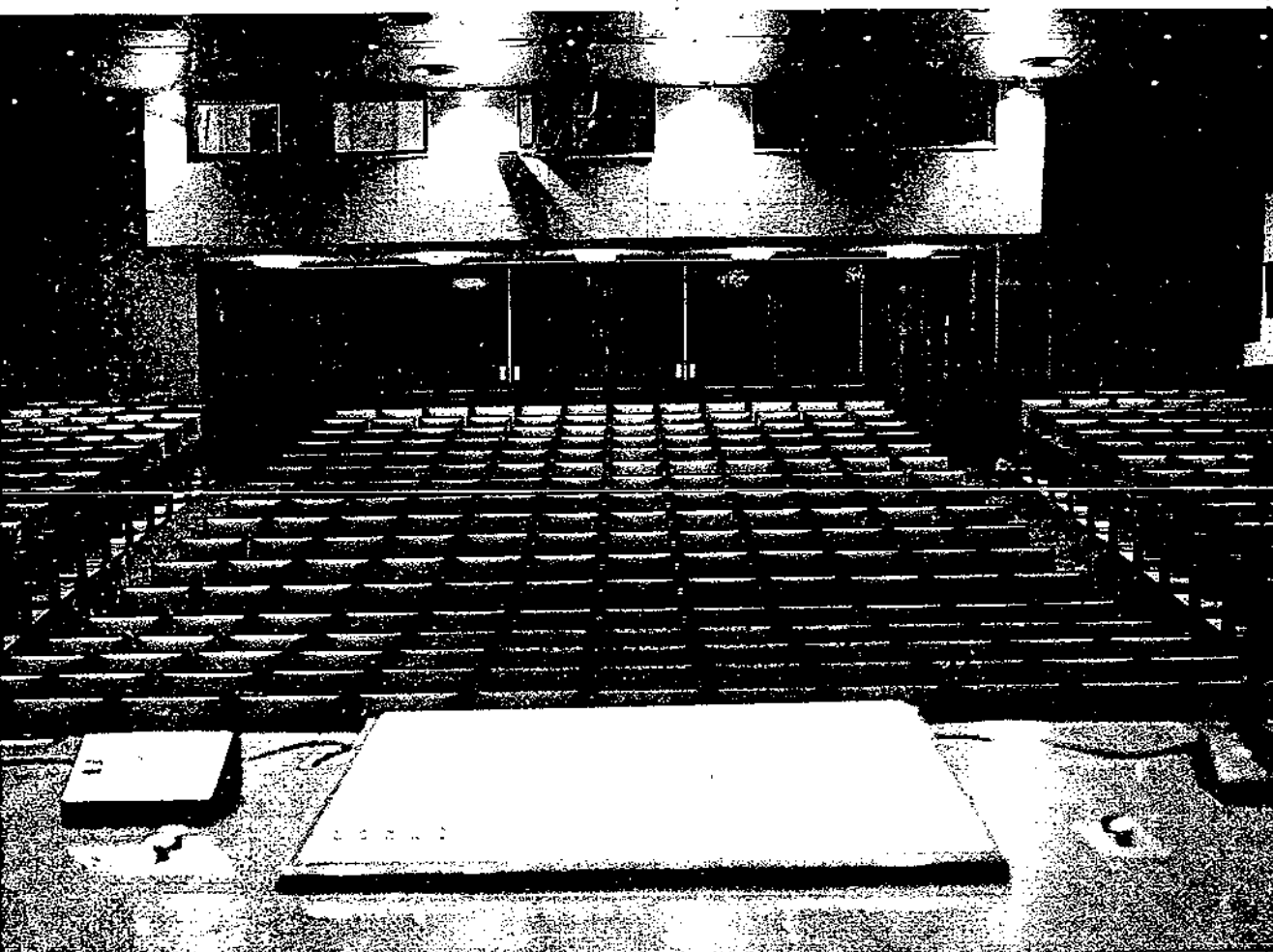
Open: All year round

Location:

Στο κεντροζότερο σημείο της Αθήνας, δίπλα σε σταθμό του metro.

Conference Hall facilities:

Facilities	Capacity
Φουτερέ	800 άτομα
Αμφιθέατρο	600 άτομα



Audiovisual:

Άψογο ηχητικό σύστημα. Συστήματα ταυτόχρονης μετάφρασης σε 5 γλώσσες. Μικρόφωνο σε κάθε θέση. Μεγάλη κινηματογραφική οθόνη. Ταυτόχρονη προβολή μέχρι 3 διαφανειών (slides) στην οθόνη. Διαφανοσκόπια και επιδιασκόπια. Data projector (τελευταίας τεχνολογίας). Βιντεοσκόπηση και μαγνητοφώνηση των εκδηλώσεων, δυνατότητα προβολής films 35 mm και 16 mm με Dolby Surround, δυνατότητα τηλεδιάσκεψης.

Restaurant:

Υπηρεσίες catering από την Intercatering. Συνδυασμός γεύσεων από την Ελληνική αλλά και τη διεθνή κουζίνα. Μεγάλη ποικιλία αγαθών για γεύματα εργασίας, δεξιώσεις, cocktails, με εξαιρετικό service.

ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Διεύθυνση: Γρηγορίου Λαμπράκη

Τηλ: 031-893731

Φαξ: 031-893731

Επιπελάκης: Δημήτριος Κουτούζογλου

Λειτουργία: All year round

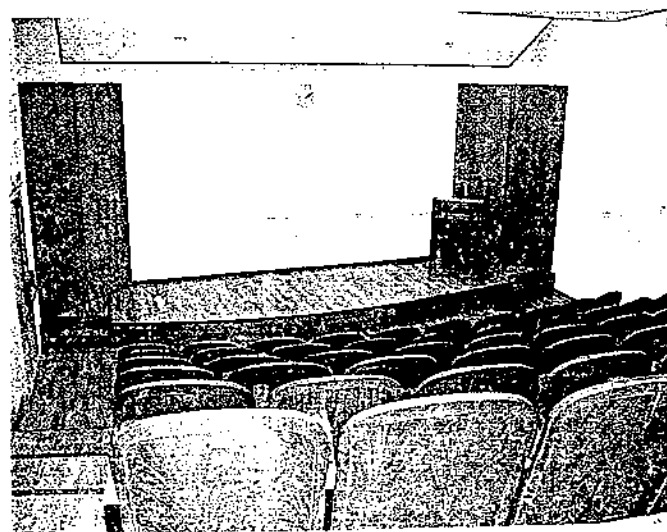
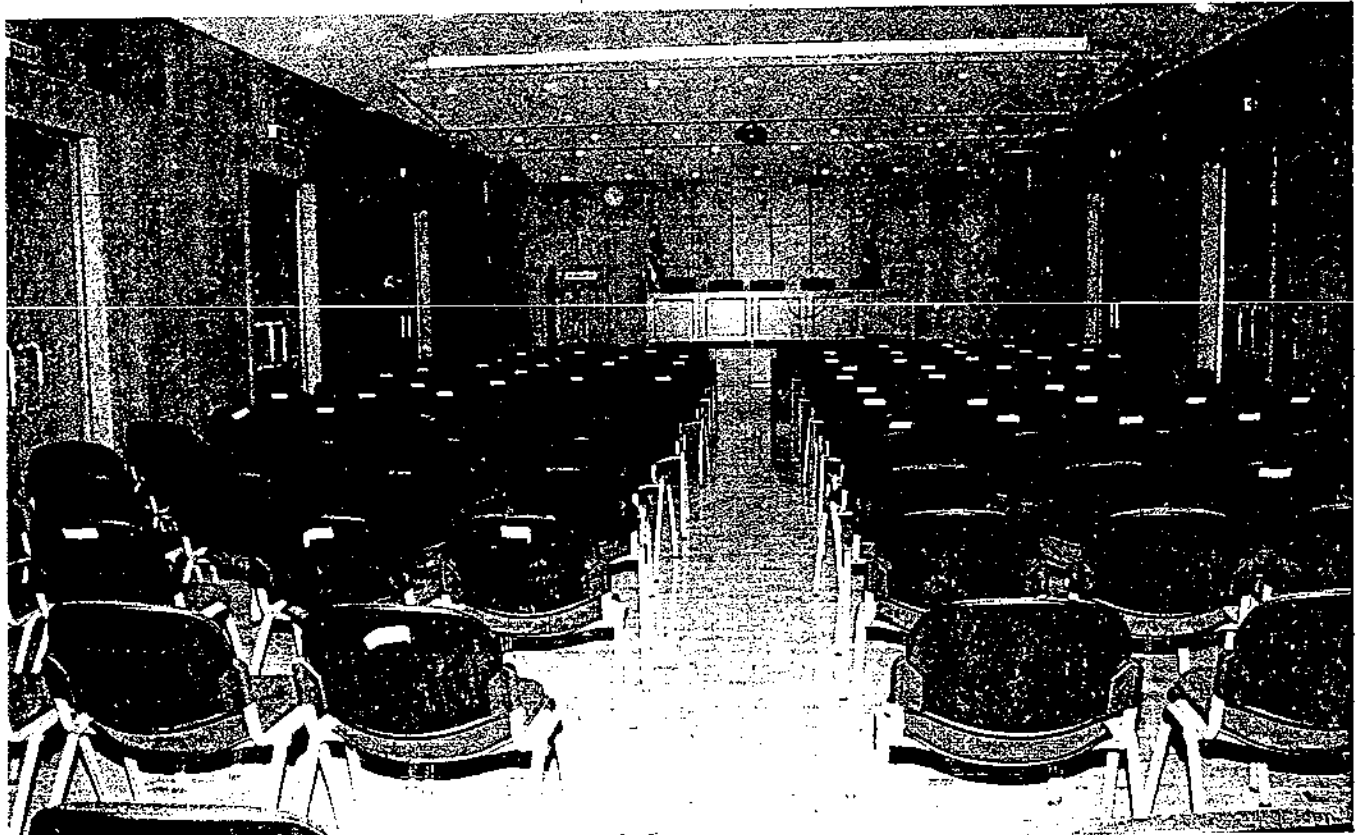
Προσέγγιση:

Έναντι από το 424 Γ.Σ.Ν. και το Πανεπιστήμιο
Μακεδονία

Restaurants:

Υπηρεσίες catering από την Intercatering.

Συνδυασμός γεύσεων από την Ελληνική αλλά και τη



διεθνή κουζίνα. Μεγάλη ποικιλία αγαθών για
γεύματα εργασίας, δεξιώσεις, cocktails, με εξαιρετικό
service.

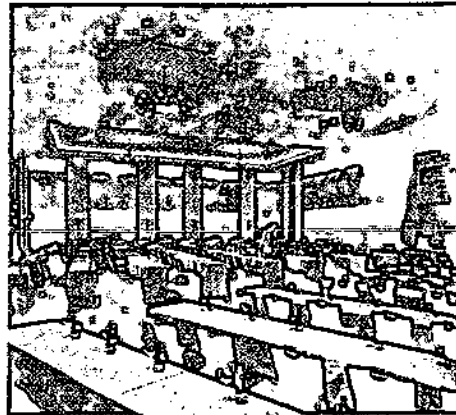
Conference Hall facilities:

Halls	Capacity
Φουαγιέ	250 άτομα
Συνεδριακή Αίθουσα	200 άτομα
Αμφιθέατρο	70 άτομα

Υπηρεσίες:

Άρρογο ηχητικό σύστημα, Συστήματα αερίσματος
μετάφρασης, Οθόνη, Προβολές Διαφανειών, Data
projector (τελευταίας τεχνολογίας), Δυνατότητα
Τηλεδιάσκεψης.

HYATT REGENCY THESSALONIKI



Feel the Hyatt touch.

LOCATION

From	Distance	Time by car
Airport	3 km	5 min
Regency Casino	1 km	3 min
City Center	12 km	20 min
Sea Port	15 km	25 min
Chalkidiki	45 km	50 min

- Large outdoor venues for garden cocktail parties or theme evenings, stylish and innovative events
- Internationally trained Catering Management team available for total event coordination

ACCOMMODATION

152 deluxe guest rooms including 34 suites and 20 luxury Regency Club rooms. All rooms have individual climate control, mini bar, cable / satellite TV, radio, separate shower and bath, in-room safes, international direct-dial digital phone lines with voice mail and modem jacks.

SERVICES & FACILITIES

Concierge • Express check-out • Laundry and valet services • All major credit cards accepted • Gift shop • Parking for 530 cars • Baby sitter on request • Multi-lingual staff • 24-hour Room Service • Currency exchange

RECREATIONAL FACILITIES

Fitness Center - Club Olympus - with equipped gymnasium, steam rooms, saunas and massage • indoor jacuzzi • air-conditioned squash court • 2 hard-surfaced tennis courts • 17 m length indoor lap pool • large free-form outdoor pool • children's pool

RESTAURANTS & BARS

Lobby Lounge: Overlooking the lush hotel gardens and pool, serving refreshments, hot beverages and pastries.
Ambrosia: Delightful Mediterranean style restaurant featuring authentic Greek specialities and international cuisine.
Oceana: Freshly caught fish and grilled meat in the largest garden settings

CONFERENCE CENTER

A wide range of conference and banquet facilities suitable for large and small events or meetings:

- The "Grand Ballroom" seats up to 1050
- Large foyer area adjacent to the Grand Ballroom for pre-function exhibition purposes
- A range of exhibition areas
- Six meeting rooms of various sizes
- The elegant "Regency Ballroom" for private banquets and corporate meetings

DIMENSIONS AND CAPACITIES

Function Rooms	m ²	Ft ²	Theater	Classroom	Dinner	Cocktail Party/Capacity
Grand Ballroom*	650.0	6.997.3	1.050	440	550	800
Ephesus*	149.0	1.604.0	130	78	100	100
Epidauros*	97.0	1.044.2	90	40	72	
Pre - function / foyer	185.0	1.991.5	220	150	140	140
Boardroom	25.0	269.1			14	
Regency Ballroom	355.0	3.821.6	320	160	240	300

* Can be separated into 3 soundproof sections

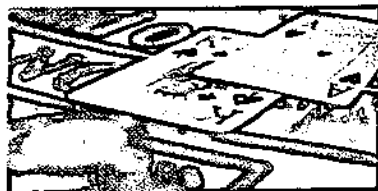
HYATT REGENCY CASINO

Europe's largest and most luxurious casino, offering an extensive selection of recreation and leisure activities.

The casino offers various amenities including:
 Restaurants - Bars - Theatre - Games - Gift Shop - Parking of 2,000 spaces

GAMES

- American Roulette
- Black jack
- Punto Banco
- Stud Poker
- 911 Slot machines.



A CONFERENCE RESORT & CASINO

ΑΜΑΛΙΑ HOTEL

ΚΑΛΑΜΠΑΚΑ

Ένα ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ στη σκιά των Μετεώρων

Στο υπέροχο ξενοδοχείο ΑΜΑΛΙΑ της Καλαμπάκας, ένα από τα ωραιότερα συνεδριακά κέντρα της Ελλάδας συμπλήρωσε δύο χρόνια επιτυχημένης λειτουργίας, φιλοξενώντας ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων και κοινωνικών εκδηλώσεων.

Στη σκιά των βράχων των Μετεώρων με απόλυτο σεβασμό στο περιβάλλον, το Ξενοδοχείο ΑΜΑΛΙΑ ξεκίνησε τη λειτουργία του το 1991, περιφέροντας πολυτέλεια, άνεση αλλά και τη δυνατότητα της απόλαυσης ενός μοναδικού στον κόσμο τοπίου.

Τα Μετέωρα!

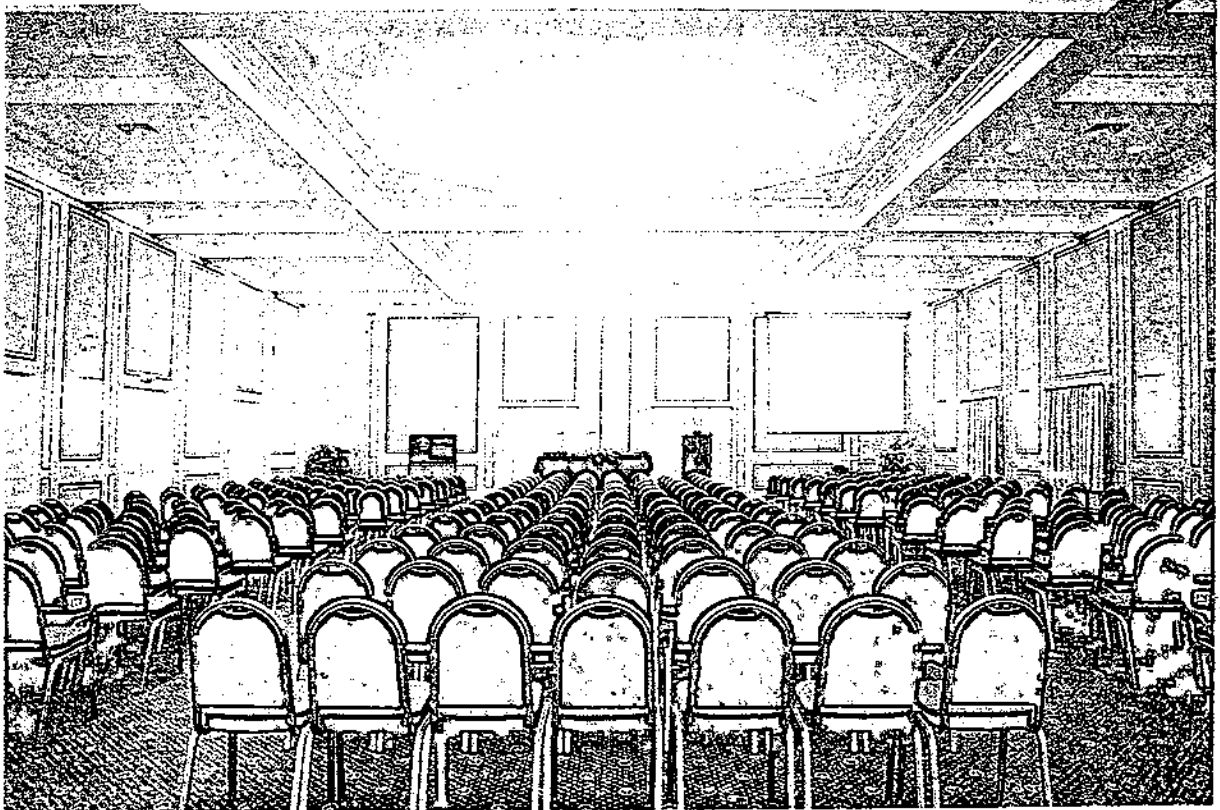
Και όχι μόνο...

Το βουνό Κόζιακας, που θεωρείται η Ελβετία της Ελλάδας, κυριαρχεί στην περιοχή. Γραφικά χωριά, βυζαντινά μνημεία αιώνων, λίμνες, δάση, απίστευτη ομορφιά σε απόσταση 15 μέχρι το πολύ 50 χιλιομέτρων, είναι η πρόκληση για την επιλογή του Ξενοδοχείου ΑΜΑΛΙΑ στην Καλαμπάκα.

Με 175 δωμάτια, με το ανεξάρτητο Συνεδριακό Κέντρο - δυναμικότητας 1000 ατόμων και εξοπλισμένο με σύγχρονα

οπτικοακουστικά μέσα - με άνετους βοηθητικούς χώρους, πισίνα, εστιατόρια, bar, διακόσμηση εξαιρετικής αισθητικής σε συνδυασμό με το υψηλό επίπεδο services αποτελεί το χώρο, στον οποίο κάθε σπινδελος θα ήταν ευγνώμων να ζήσει κάποιες ημέρες.

Οποιαδήποτε εποχή του χρόνου, το Ξενοδοχείο ΑΜΑΛΙΑ, με το νέο Συνεδριακό του Κέντρο, προσφέρεται ως προνομιακός συνεδριακός χώρος και ως ευκαιρία επικοινωνίας με το μοναδικό φυσικό, ιστορικό και πνευματικό περιβάλλον της περιοχής.



**Συνεδριακό Κέντρο
Ξενοδοχείου ΑΜΑΛΙΑ
Καλαμπάκα**

Κεντρικά Γραφεία: Ζαλόγγου 4,
153 43 Αγ. Παρασκευή, Αθήνα

Τηλ. Κέντρο: 01-60.72.000

Fax: 01-60.72.135-6

E-mail: hotamal@hellasnet.gr

Web site: www.amalia.gr
www.amaliahotels.com

Τοποθεσία

350 χιλ. από Αθήνα
250 χιλ. από Θεο/νίκη
260 χιλ. από Ιωάννινα
68 χιλ. από Λάρισα
130 χιλ. από Βόλο

Κατηγορία: Α'

Λειτουργεί όλο το χρόνο

Διανυκτερεύσεις

Δωμάτια 175

Σουίτες 2

Εστιατόρια

2 εστιατόρια με Διεθνή
& Ελληνική Κουζίνα

Bar

Κεντρικό bar

Καφετέρια

Υπηρεσίες

Πισίνα

Συνάλλαγμα

Parking

Χρηματοκιβώτιο

Ενοικιάσεις αυτοκινήτων

Αίθουσα τηλεόρασης

Μονοπάτι περιπάτου

Οργάνωση εκδρομών

Συνεδριακές αίθουσες

Main lounge 520 άτομα

Garden Hall 180 άτομα

Meeting room 50 άτομα

Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

Μικροφωνική & Ηχητική
εγκατάσταση

Slide & Overhead projector

Τηλεόραση, Video

Οθόνες (ηλεκτρονική, οροφής)

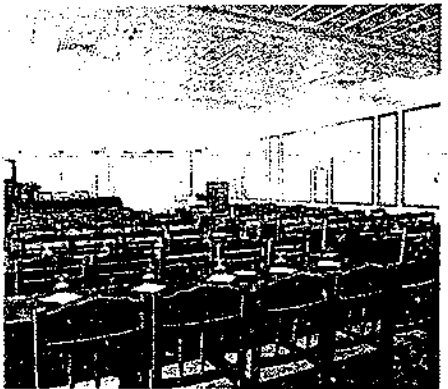
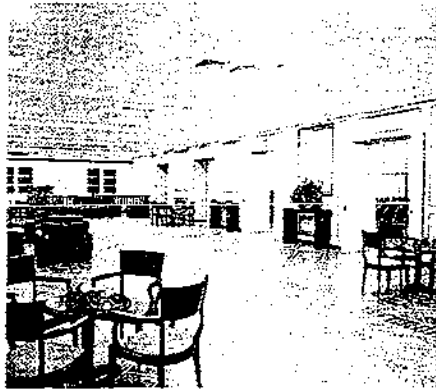
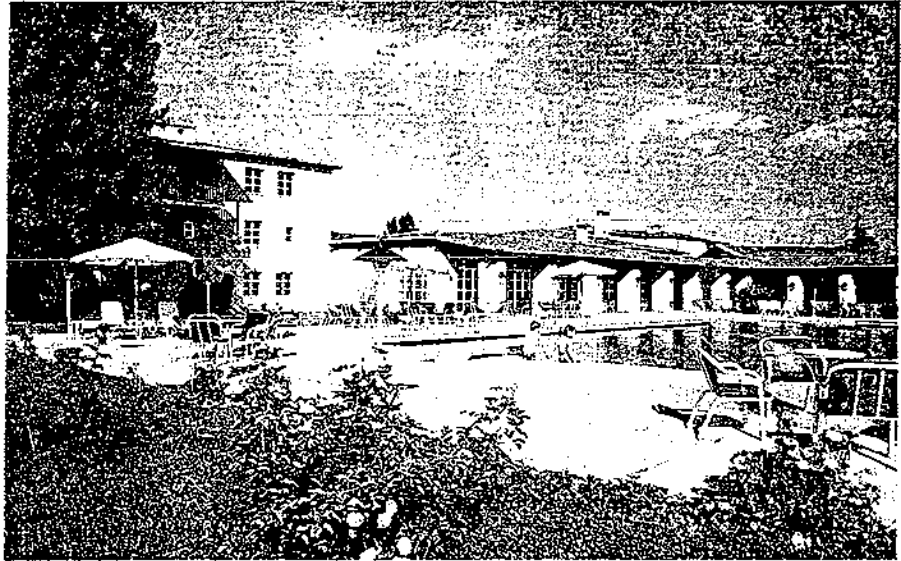
Flipchart, Laser pointer

Φωτοτυπικό μηχάνημα, Fax

Ηλεκτρονικός Υπολογιστής

Γραμματειακή υποστήριξη

Οποδήποτε άλλο ζητηθεί



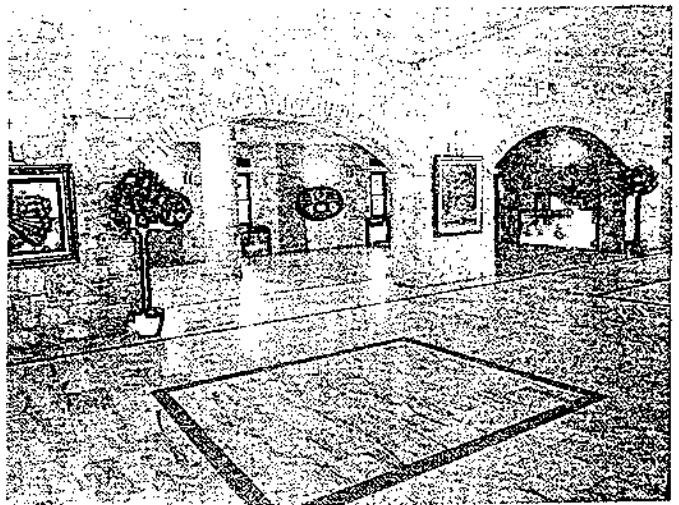
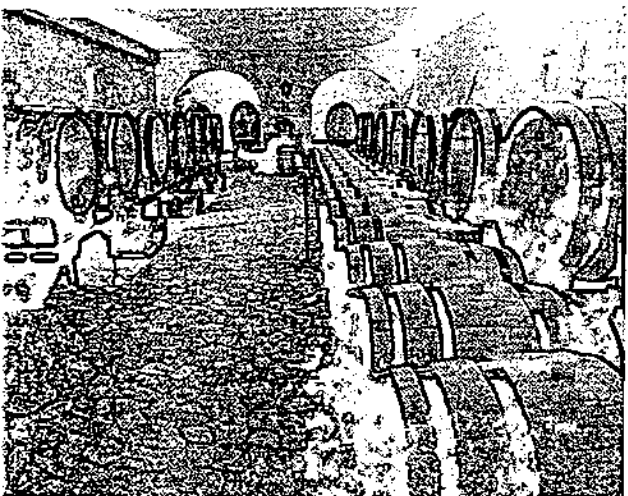
ΚΕΛΛΑΡΙ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ

160 χλμ. Λεωφ. Αθηνών - Σπατών
153 44 Παλλήνη
Τηλ: 60.32.510, Κιν: 0945-334529
Fax: 60.32.511



Ένα παραδοσιακό πέτρινο κελλάρι στην Παλλήνη Αττικής δίνει μια ξεχωριστή νότα στην "μοντέρνα" εποχή μας. Συνεχίζοντας την παράδοσή της η οικογένεια Παπαχρήστου με ξεχωριστή περίσσια αγάπη, καλλιεργεί τον ιδιόκτητο τιμελώνα της φτιάχνοντας τα περίφημα κρασιά με την επωνυμία "Αμπελώνες Παπαχρήστου" από τις ποικιλίες Sardone και Cabernet Sauvignon.

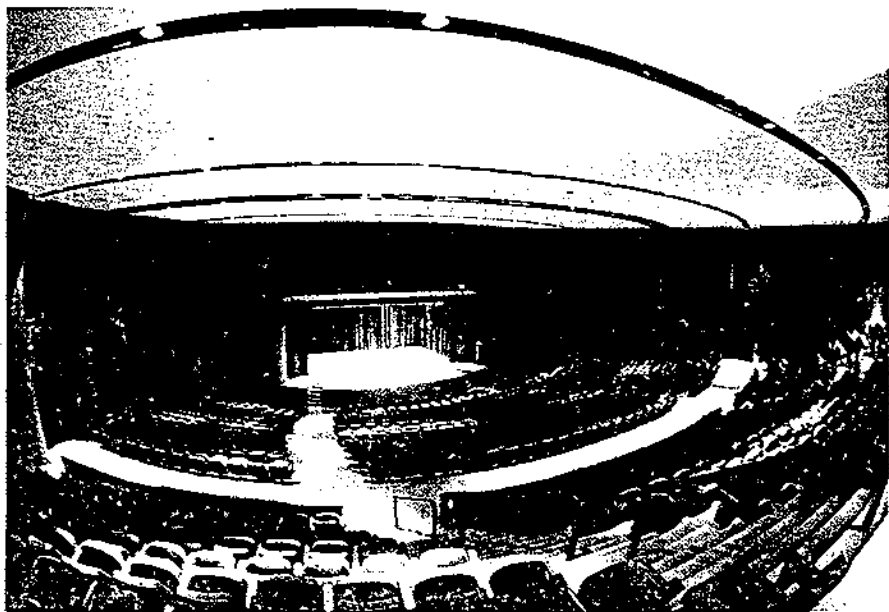
Η γεντρική κλιμασιζόμενη αίθουσα του Κελλαριού προσφέρεται να φιλοξενήσει υψηλού επιπέδου Συνέδρια, Σεμινάρια και Δεξιώσεις από 50 έως 280 άτομα δίνοντάς τους τις διαστάσεις που τους αξίζουν.



Athens College Theatre

A prestigious multi-purpose venue, ideal for conferences, company presentations, seminars, large-group assemblies etc.

During its 17 years of operation, Athens College Theatre has hosted hundreds of such events - both international and national / local.



Athens College Theatre

15, Stefanou Delta St.
15452 Psychiko, Athens, Greece

Tel: +30-1-67.98.100,
+30-1-67.98.169

Fax: +30-1-67.44.676

Contact person

Mrs. Margarita Sotiriou

Location

35 min. from airport
25 min. from Athens center

Conference Halls facilities

Main Conference Hall 830 pers.
Auxiliary Halls
Facilities for smaller groups
Large-two level foyer / gallery
for exhibitions, receptions

Audio-visual equipment

Double cassette player
CD player SONY
13 microphones
Slide projector
Mixer with 16 inputs
2 equalisers
Audio & monitor amplifier
2 monitors
Sophisticated lighting equipment
Movie projector 35 & 16 mm
1 follow spot 2000 Watt

Other facilities

Bar
Large parking lot
Open-air plaza for receptions

ΑΘΗΝΑΪΣ



Στο Βοτανικό και την Ιερά Οδό, μια περιοχή που συνδυάζει την υποριζική μνήμη με τη νεότερη κενότητα της πόλης, το παλιό εργοστάσιο μεταξουργίας ΑΘΗΝΑΪΣ μεταμορφώθηκε σ' ένα πολυμορφικό κέντρο συνεδριακών χώρων, πολιτιστικών δραστηριοτήτων, κοινωνικών εκδηλώσεων και ποιητικών επίλογων ημεραγορίας.

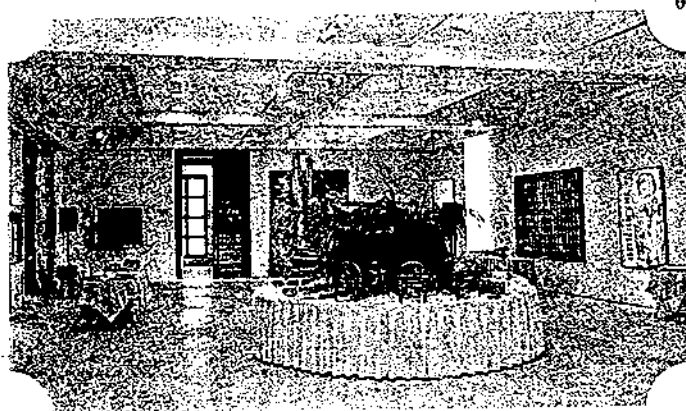
Ο ΟΜΙΛΟΣ Μ. Γ. ΜΑΜΙΑΑΚΗ, ύστερα από πρωτοβουλία της και **Μαριλένας Μαμιάκη-Κοκκινέα** και του σιζόγου της και **Νάσου Κοκκινέα**, επένδυσε περισσότερο από 4,5 δισ. δοχ. για να αναμορφώσει μία έκταση 6.000 τ.μ. σ' ένα πρωτοποριακό πνευματικό συγκρότημα υψηλών προδιαγραφών και αισθητικής, το οποίο είναι σε θέση να φιλοξενεί ταυτόχρονα επαγγελματίες εκδηλώσεις, συνέδρια, ημερίδες, εκθέσεις, κινηματογραφικά θέατρα και πολιτιστικά δρώμενα.

Η αρχιτεκτονική μελέτη διατήρησε πολλά στοιχεία της φαινογνωσίας του ιστορικού βιομηχανικού χώρου και γεφύρωσε την περιόδο με τις απαιτήσεις του σύγχρονου πολίτη, αλλάζοντας εν βάθρον την απρόσωπη εικόνα του

αμφιβατικού συνεδριακού κέντρου και διαμορφώνοντας μια νέα πρόταση για την δημιουργική δράση και την ποιότητα ζωής.

Οι συνεδριακοί χώροι της ΑΘΗΝΑΪΑΣ φιλοξενούν επιχειρηματίες, επαγγελματίες, για κοινωνικές εκδηλώσεις, καλύπτοντας συνολική έκταση 1.100 τ.μ.

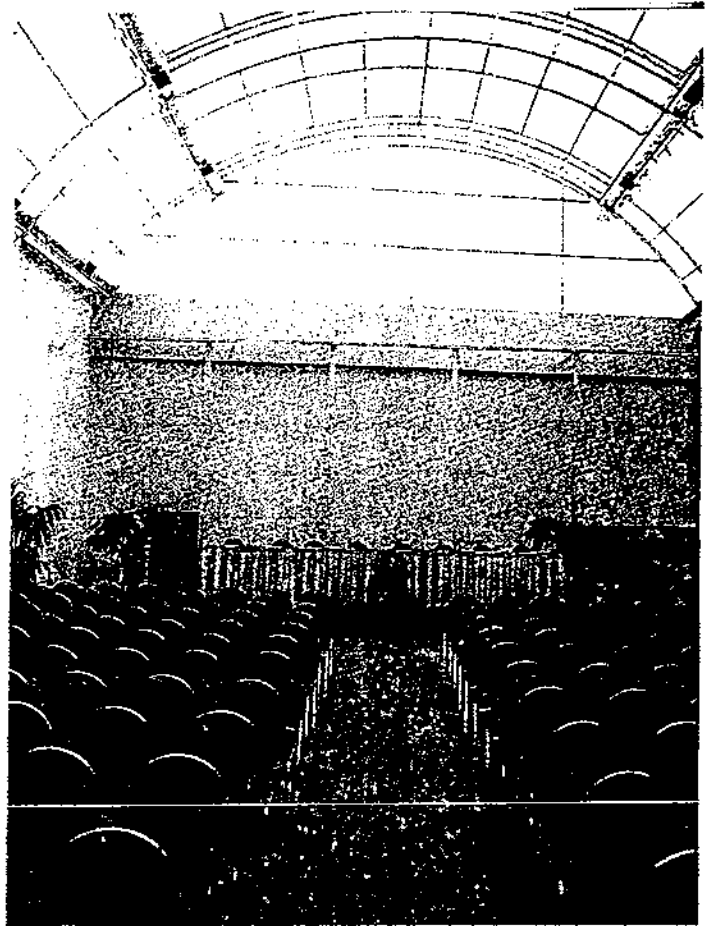
Η μεγάλη συνεδριακή αίθουσα **SILK ROOM** (500 τ.μ. και 750 θέσεων), το **ART HALL** (300 τ.μ. και 400 θέσεων) και



το εντυπωσιακό **ATRIUM** (300 τ.μ. και 300 θέσεων) συνθέτουν ένα πρότυπο συνεδριακό κέντρο το οποίο διαθέτει σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, σθόνες 3x4 μ., υποδομή γραμμών ISDN, teleconference, business center, εύκολη πρόσβαση στο internet και πλήρη γραμματειακή υποστήριξη.

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός όλων των αιθουσών προέβλεψε απλετο φηνακό φωτισμό και ενιαία χωροτάξη διαρρύθμιση, αποφεύγοντας ενδιάμεσα στατικά στοιχεία και εξαφανίζοντας στους συνέδρους τελείες συνθήκες ορατότητας και ακουστικής.

Ενοργανωμένες με το γενικότερο πολυμορφικό χαρακτήρα της



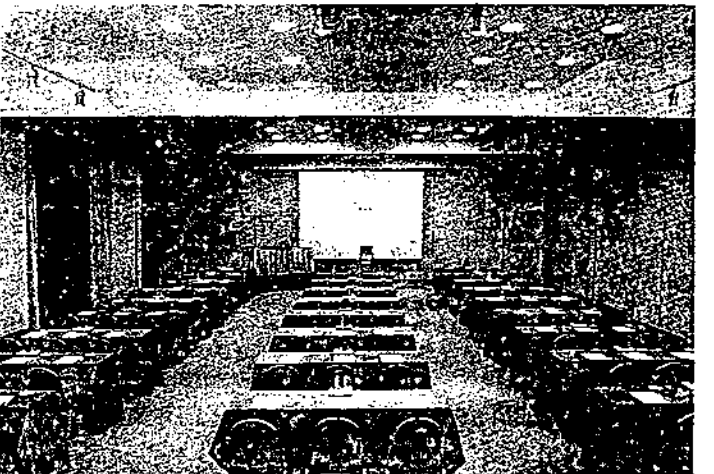
ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ, όλες οι αίθουσες λειτουργούν ως χώροι πολλαπλών χρήσεων. Ιδιαίτερα, το πρωτοποριακής σχεδίασης **ATRIVM** διαθέτει συγκριμένη γαλιανή οροφή που επιτρέπει στην αίθουσα να λειτουργεί τόσο τους χειμερινούς μήνες, όσο και τους θερινούς.

Το **ART HALL** στεγάζει αντιπροσωπευτικά έργα κορυφαίων σύγχρονων Ελλήνων δημιουργών από τη συλλογή του Ιδρύματος Περδωή. Θα μετατρέπεται σε χώρο πολλαπλών χρήσεων και θα φιλοξενεί επίσης εκθέσεις Ελλήνων και ξένων καλλιτεχνών, ενώ θα υπάρχει και η δυνατότητα εκθεσιακών ανταλλαγών με μεγάλα μουσεία και κέντρα σύγχρονης τέχνης στην Ευρώπη και την Αμερική. Παράλληλα, οι δύο κινηματογραφικές αίθουσες **ΑΘΗΝΑΪΣ 1** και **ΑΘΗΝΑΪΣ 2** μπορούν να χρησιμοποιηθούν τις προηγές

ώρες και ως **Auditoriums** για συνέδρια, ημερίδες, παρουσιάσεις και ομιλίες, συμπληρώνοντας τη λειτουργία ενός σύγχρονου και πολυδύναμου συνεδριακού κέντρου.

Για να ικανοποιήσει τις αυξημένες απαιτήσεις του σύγχρονου συνεδριακού κοινού, η **ΑΘΗΝΑΪΣ**, με τον σερφ Γιάννη Τσιλέτη, δίνει έμφαση στην ποιότητα των υλικών, την ποιότητα γεμιστικών συνθέσεων και την άριστη εξυπηρέτηση από ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό.

Συνδυάζοντας προηγμένη τεχνολογία με υψηλή αισθητική και ποιότητα στηθεοίς, η **ΑΘΗΝΑΪΣ** αντιμετωπίζει τη συνεδριακή δραστηριότητα από μια νέα, σύγχρονη οπτική γωνία, ανατρέποντας τη συνήθης ιεραρχία των συμβατικών συνεδριακών χώρων.



AMARILIA HOTEL

Amarilia Hotel is located in Vouliagmeni, one of the most peaceful and green suburbs of Athens. The distance from the center of Athens is close enough for clients who need to transfer and far enough to enjoy the tranquility, cleanliness and picturesque area.

Accommodation: 100 luxurious rooms and suites, all with sea or mountain view, private bathrooms, air-conditioning, color TV, and direct-dial telephone. Facilities: Artemis Restaurant (400 seats), Piano Bar, outdoor swimming pool, conference and banqueting facilities. Conference facilities: 3 halls with natural light, capacity of up to 300 people, professional equipment (overhead and slide projector, video, flipchart, TV, screen). Guest Services: 24-hour concierge, 18-hour room service, currency exchange, business services (internet, fax, copy), doctor on call, tours & car hire, laundry, postal service, safe boxes, free parking. Nearby attractions: Cape Sounion, Spa Lake of Vouliagmeni, Glyfada golf course and shopping center

GENERAL INFORMATION

Built in: 1989

Renovated in: 1998

Number of rooms: 100

Number of Beds: 220

Facilities: Air condition throughout, Central heating, Swimming Pool, Piano Bar, Pool Bar, Roof Garden, Free parking, Meeting and Dining Facilities

GUEST ROOM FACILITIES

- ✓ Air condition
- ✓ Business Services (Internet, fax, copy)
- ✓ Color TV
- ✓ Direct Dial Phone
- ✓ Bath

GUEST SERVICES

- ✓ Sea View Balcony
- ✓ Currency Exchange
- ✓ Mail & Postage
- ✓ Tours & Car Rental
- ✓ Concierge 24 hours
- ✓ Room Service
- ✓ Laundry Service
- ✓ Safe Box
- ✓ Doctor on call
- ✓ Free Parking

MEETING FACILITIES

- ✓ Hall A
- ✓ Hall B
- ✓ Pergola

DINING FACILITIES

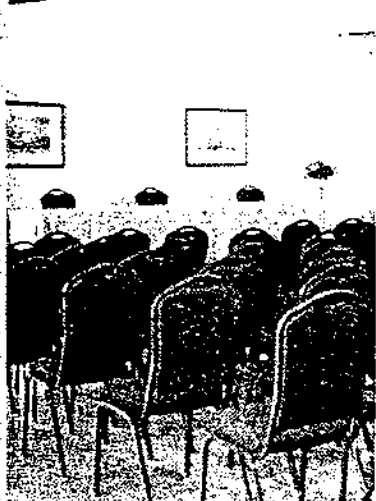
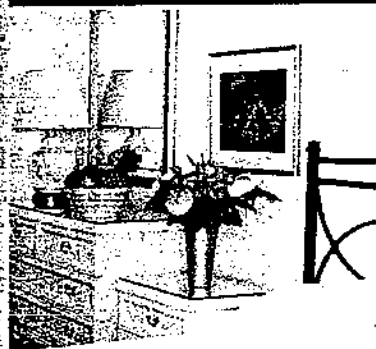
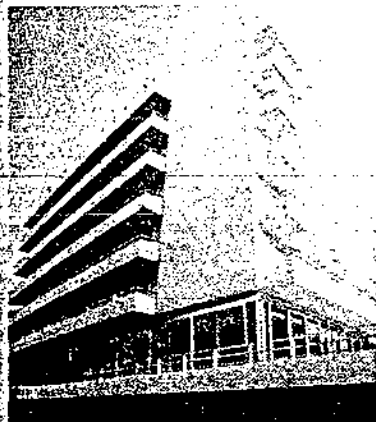
- ✓ Piano Bar
- ✓ Main Restaurant & Pergola
- ✓ Pool Bar Restaurant

ATTRACTIONS-ENTERTAINMENT DISTANCES

- | | |
|---|------------------------------------|
| ✓ Glyfada Shopping Center | ✓ Athens Center 17klm |
| ✓ Sports/Recreation Centers | ✓ International Airport 7klm |
| ✓ Glyfada & Vouliagmeni
Yacht Marina | ✓ Peace & Friendship Stadium 12klm |
| ✓ Spa Lake of Vouliagmeni | ✓ Athens New Airport (2001) 25klm |
| ✓ Glyfada Golf Course | ✓ Piraeus Port 20klm |
| ✓ Cape Sounion | |
| ✓ Cave of Peania | |

Ag. Nikolaou 13, Vouliagmeni, 166 71 Athens, Greece

Tel.: +301 8990391. Fax: +301 8955790. www.amarilia.gr. E-mail: info@amarilia.gr.



Category: De Luxe

Location:

45 min. from airport

5 min. from Athens centre

Hotel is open: All year round

Address: 10 Alexandras Ave.,
10682 Athens, Greece

Tel.: +30-1-88.32.711-19

Fax: +30-1-82.38.420

E-mail: park-hotel@otenet.gr

Web site: <http://www.park-hotel.gr>

Contact persons:

Mr. Yannis Simos

General Manager

Mr. Theodore Alexandris

Sales & Marketing Manager

Accommodation:

Rooms 124

Suites 19

Restaurant & Bars

"Alexandras"

"Astra" Roof Garden

Park Cafe

Venus Bar

Facilities

Pool

Laundry / Dry cleaning

Women's / Men's Hairdresser

Shops, Parking

Conference Halls facilities

Pandora I+II 370 prs

Alkyonida A+B+C 380 prs

Pandora I+II &

Alkyonida A 750 prs

Pandora I 280 prs

Pandora II 120 prs

Alkyonida A 150 prs

Alkyonida B 160 prs

Alkyonida C 70 prs

Alkyonida B+C 230 prs

Oratio 450 prs

Audio-visual

Microphones,

Overhead, Slides & Video proj.,

Screen, Flipcharts,

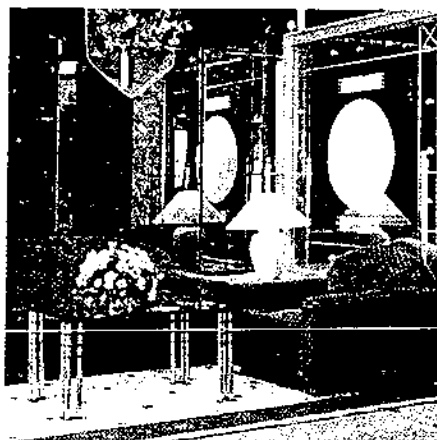
V, Interpretation,

videowall



PARK HOTEL

Athens

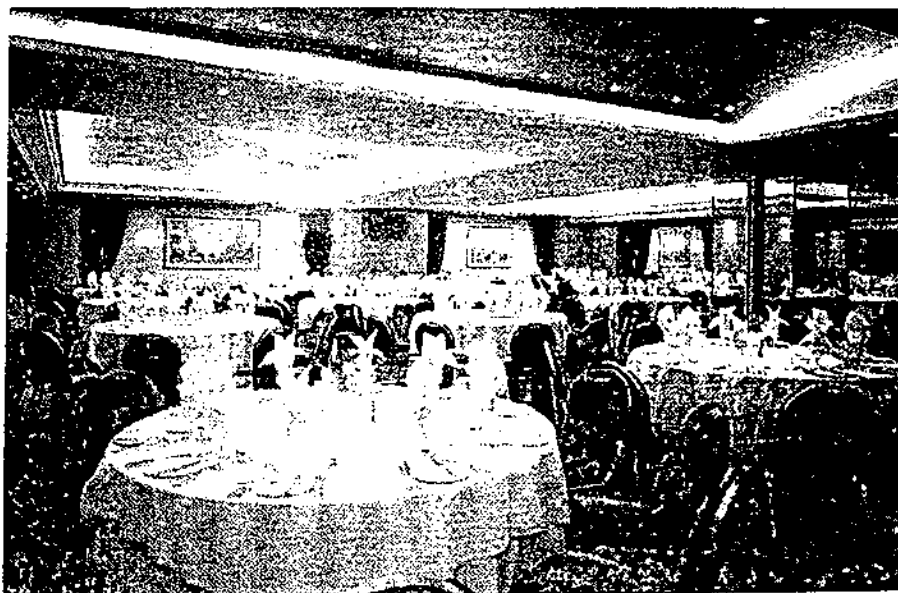
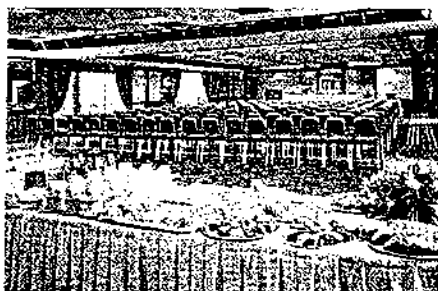


Στο κέντρο της Αθήνας με θέα το καταπράσινο Πεδίο του Άρεως, το Ξενοδοχείο PARK προσφέρει την αισθητική του κλασικού με διακριτική πολυτέλεια.

Για κάθε κοινωνική και επαγγελματική εκδήλωση υπάρχει ο κατάλληλος χώρος. Ο σύγχρονος οπτικοακουστικός εξοπλισμός και η πλήρης γραμματειακή υποστήριξη που εγγυώνται την επιτυχία της.

Τα καινούργια executive δωμάτια προσφέρουν φιλοξενία 5 αστέρων για εσάς ή/και τους συνεργάτες σας.

Στο κέντρο της Αθήνας επιλέξτε Ξενοδοχείο PARK



Επαγγελματική επιτυχία είναι να ξεχωρίζεις στο χώρο σου (εσωτερικό ή εξωτερικό).

Χώρος Αίγλη. Για ξεχωριστές εκδηλώσεις επαγγελματικού ενδιαφέροντος.

Στο χώρο της ξεχωρίζεις ανέκαθεν. Σημείο συνάντησης και δημιουργίας των πιο διακεκριμένων επωνυμιών του 20ού αιώνα, η ιστορική «Αίγλη του Ζαπταίου» ταύτισε με το χώρο, την κομψότητα και τον επαγγελματισμό. Οχι τυχαία, σήμερα, διατηρώντας τις αξίες αυτές στον πιο σύγχρονο φιλοσοφίας της, η «Αίγλη» επιστρέφει στην «αριστοκρατική» ολοκαίνουργια και σύγχρονη.

Εσωτερικοί και εξωτερικοί, χειμώνα-καλοκαίρι, οι χώροι της «Αίγλης» διακρίνονται για τη λειτουργικότητά τους και την ατμόσφαιρα που αποπνέουν. Η «Αίγλη» διαθέτει 2 αίθουσες εκδηλώσεων κατάλληλες-με την ανάλογη διαμόρφωση - να φιλοξενήσουν: Συνέδρια, Γενικές Συνελεύσεις, Σεμινάρια ή Εισαγωγές, Εταιρικές Συναντήσεις για γεύμα ή δείπνο, Παρουσιάσεις ή Εκθέσεις νέων προϊόντων, Συνεντεύξεις Τύπου, Διαλέξεις κ.λπ.

Η Α' αίθουσα είναι δυναμικής 150-300 ατόμων-ανάλογα με το χαρακτήρα και τις ανάγκες της εκάστοτε εκδήλωσης-, ενώ η Β' αίθουσα, ακόμα μεγαλύτερη σε χωρητικότητα, μπορεί να χωριστεί σε 2 ή 4 μικρότερες, για να φιλοξενήσει από 85-700 άτομα.

Το πραγματικά ξεχωριστό, όμως, νέο meeting point του κέντρου για επαγγελματικό μινιμάλ είναι το **Platis Bistrôt Café**: ένας χώρος μοναδικής ατμόσφαιρας και εξαιρετικά υψηλών προδιαγραφών εξοπλισμού, που προσφέρεται από νωρίς το πρωί ως αργά το βράδυ, για πρωινό, για καφέ, για ελαφρύ brunch, για γεύμα ή δείπνο - συνοδεία εξαιρετικών κρασιών και επιδορπίων Au Délicieux.

Το menu, δημιουργικότατο, με εμπνευστή και δημιουργό τον αγαπημένο σεφ Jean-Louis Capsalas. Συμβουλές για κρασί - από προσεκτικά επιλεγμένες επικέτες- από τον Mark Davis. Την ποιότητα της κουζίνας, αλλά και της μοναδικά επιμελημένης ατμόσφαιρας, καθώς και της οργάνωσης όλων των εκδηλώσεων, υπογράφει το όνομα «Platis», κορυφαίο στο Event Design, με μεγάλη εμπειρία και επιτυχία στη διοργάνωση πολυπληθών εκδηλώσεων κάθε μορφής.

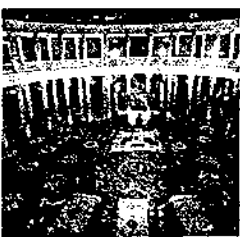
Η ποιότητα αναβάθμιση της «Αίγλης» έγινε με τρόπο μοναδικό: συνδυάζοντας το μοντέρνο με το κλασικό - διατηρώντας και αξιοποιώντας, με κάθε σεβασμό, όλα τα «ιστορικά» στοιχεία του χώρου. Το αποτέλεσμα: Ένας μοναδικός, πολυχώρος ιδανικός για επαγγελματικές εκδηλώσεις. Με εύκολη πρόσβαση, δίπλα στο ιστορικό και επαγγελματικό κέντρο της Αθήνας, και με άμεσο parking για συναντήσεις αριστείας χωρίς άγχος, από νωρίς το πρωί ως αργά το βράδυ.

Βίθωδος από τη Λεωφόρο Βασιλίσσης Όλγας

Τηλέφωνο κρατήσεων: (01) 336 9300

Fax: (01) 325 2952

e-mail: aegli@aeelizappiou.gr



ΑΙΓΛΗ

Αίσθηση στο χώρο της



ΙΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΩΝ ΚΑΙ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΩΝ
ΣΠΟΥΔΩΝ

Το Ιωνικό Κέντρο ιδρύθηκε στη Χίο το 1977. Μορφωτικό Ίδρυμα, με διεθνή δραστηριότητα, λειτουργεί τώρα και στην Αθήνα, οργανώνοντας εκπαιδευτικά προγράμματα, σεμινάρια, ομιλίες, εκθέσεις, συνέδρια. Στόχος του Κέντρου είναι η ανάπτυξη του Ιωνικού Πνεύματος και του Ελληνικού Πολιτισμού.

Το Ιωνικό Κέντρο στεγάζεται σε ένα άρτια ανακατασκευασμένο νεοκλασικό κτίριο στην Πλάκα.

Οι χώροι του φωτεινοί και απεριόριστα λιτοί, διατίθενται για την φιλοξενία εκθέσεων, συνεδρίων, σεμιναρίων - εκδηλώσεων που αναζητούν έναν ξεχωριστό χώρο.



ΙΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ

Λυσίου 11, 105 56 Πλάκα
Τηλ: 32.46.614
Fax: 32.14.412
E-mail: ioniccetre@hol.gr
Web site: <http://www.ionic.gr>
Υπεύθυνος: Ισίδωρος Κιολεόγλου
Χρόνος λειτουργίας
Καθ' όλη τη διάρκεια του έτους

Προσφερόμενες Υπηρεσίες

- Οργάνωση & Φιλοξενία συνεδρίων
- Γραμματειακή & τεχνική υποστήριξη
- Catering
- Δεξιώσεις, γεύματα, κοκτέιλ, καφέ
- Διαμονή, Μεταφορές
- Ενημερωτικές εισηγήσεις φιλοξενομένων επί Ελληνικών θεμάτων
- Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, Μουσεία - Ξεναγήσεις
- Διεομηνεία - Μεταφράσεις
- Πωλητήριο βιβλίων, δίσκων & έργων τέχνης

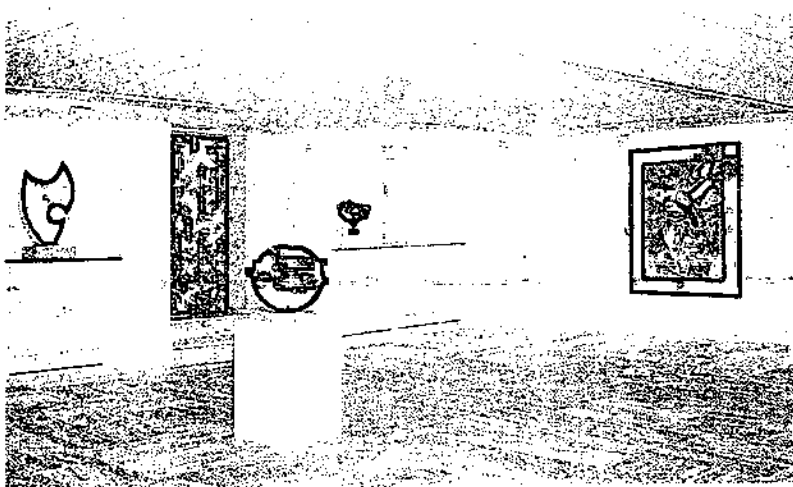
- Επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους, Μουσεία - Ξεναγήσεις
- Διεομηνεία - Μεταφράσεις
- Πωλητήριο βιβλίων, δίσκων & έργων τέχνης

Χώροι φιλοξενίας

- Αίθουσα πιρτουλάσεων, δεξιώσεων **ΙΩΝΙΑ**, με καφέ - εστιατόριο
- Αίθουσα Συνεδρίων **ΑΕΡΗΔΕΣ**, 200 θέσεων
- Αίθουσα Σεμιναρίων & Εκθέσεων **ΑΠΕΛΛΗΣ**, 100 θέσεων
- **ΛΙΘΡΙΟ**
- Αίθουσες Σεμιναρίων



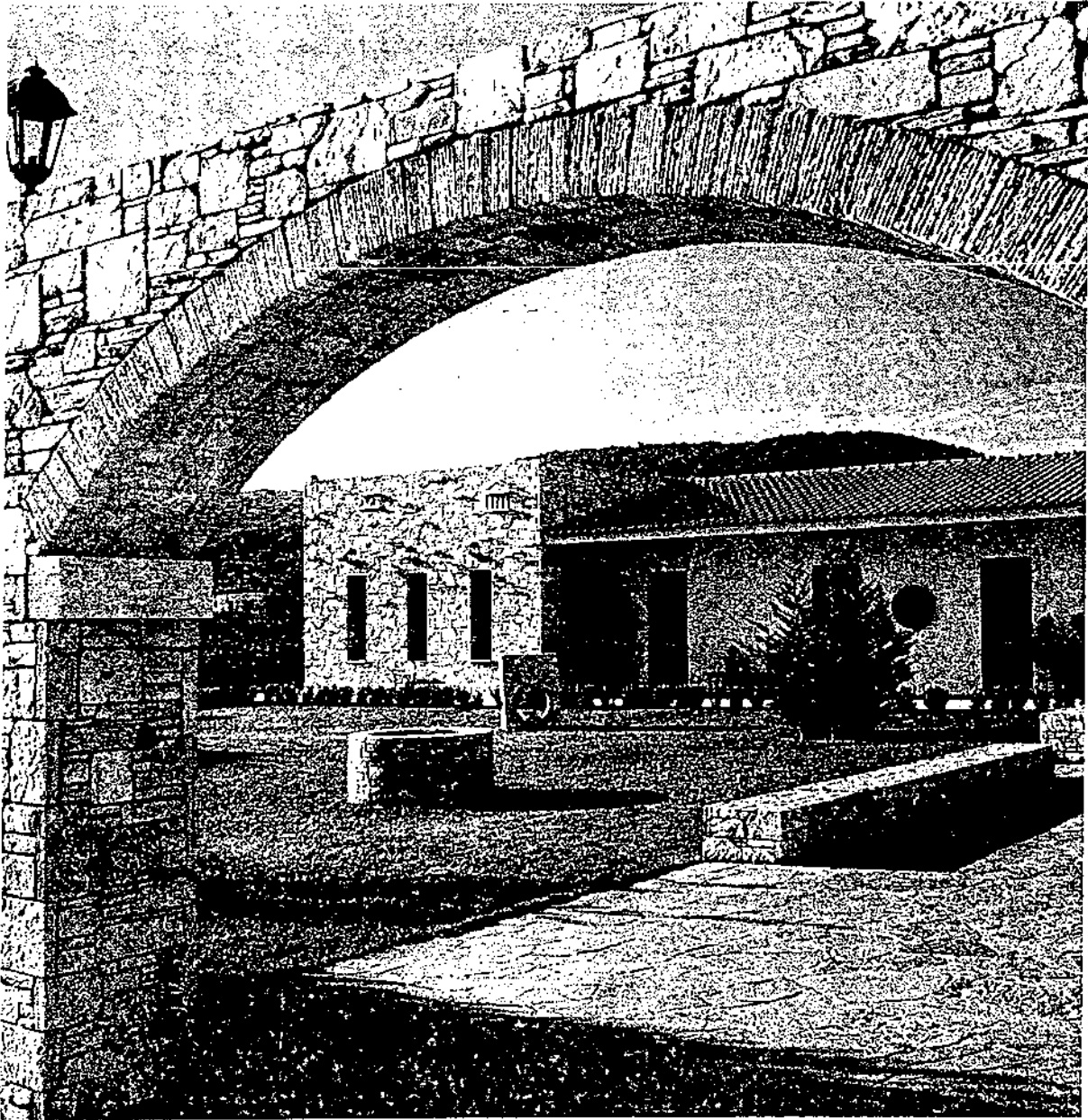
Αίθουσα ΑΕΡΗΔΕΣ



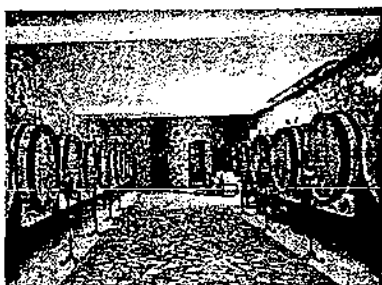
Αίθουσα ΑΠΕΛΛΗΣ

HOUSE CELLAR

Athens



SYNEDRIO 1989



Ενα παραδοσιακό πέτρινο κελάρι στην Παλλήνη Αττικής δίνει μία ξεχωριστή νότα στη "μοντέρνα" εποχή μας. Συνεχίζοντας την παράδοσή της, η οικογένεια Παπαχρήστου με ξεχωριστή και περίσσια αγάπη καλλιεργεί τον ιδιόκτητο αμπελώνα της, φτιάχνοντας τα περίφημα κρασιά, με την επωνυμία "Αμπελώνες Παπαχρήστου", από τις ποικιλίες Sardone και Cabernet Sauvignon. Η κεντρική κλιματιζόμενη αίθουσα του House Cellar μπορεί να φιλοξενήσει υψηλού επιπέδου Συνέδρια, Σεμινάρια και Δεξιώσεις, από 50 έως 250 άτομα, προσφέροντάς τους την ποιότητα που τους αξίζει.

A traditional stone cellar at Pallini, Attiki, lends a special note to our "modern" times. Continuing its tradition, the Papachristos family still tends its private vineyard with devoted affection and still produces the celebrated wines, known as "Papachristos Vineyards", from Sardone and Cabernet Sauvignon varieties. The central air-conditioned hall of House Cellar can host high level Congresses, Seminars and Receptions for 50 to 250 persons, providing the service they deserve.

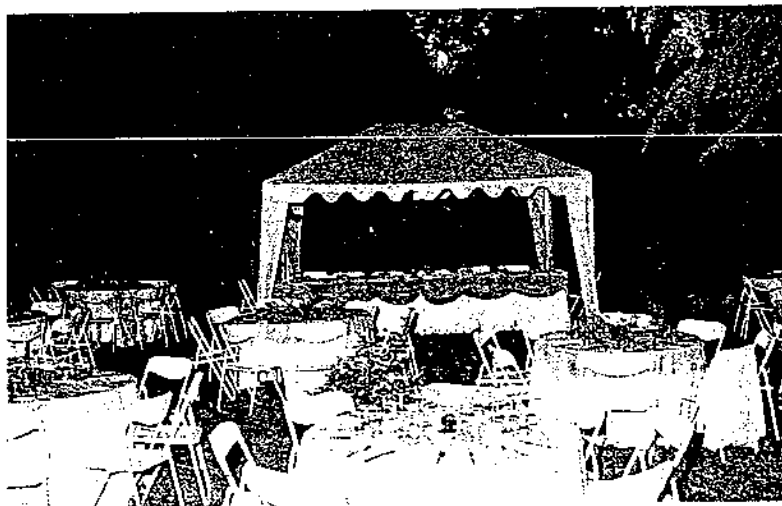
House Cellar

16th km Athens-Spata Rd.,

190 02 Pallini

Tel.: +30-1-60.32.510.

Fax: +30-1-60.32.511



SYNEDRIO 1998



MEDITERRANEAN AGRONOMIC INSTITUTE OF CHANIA

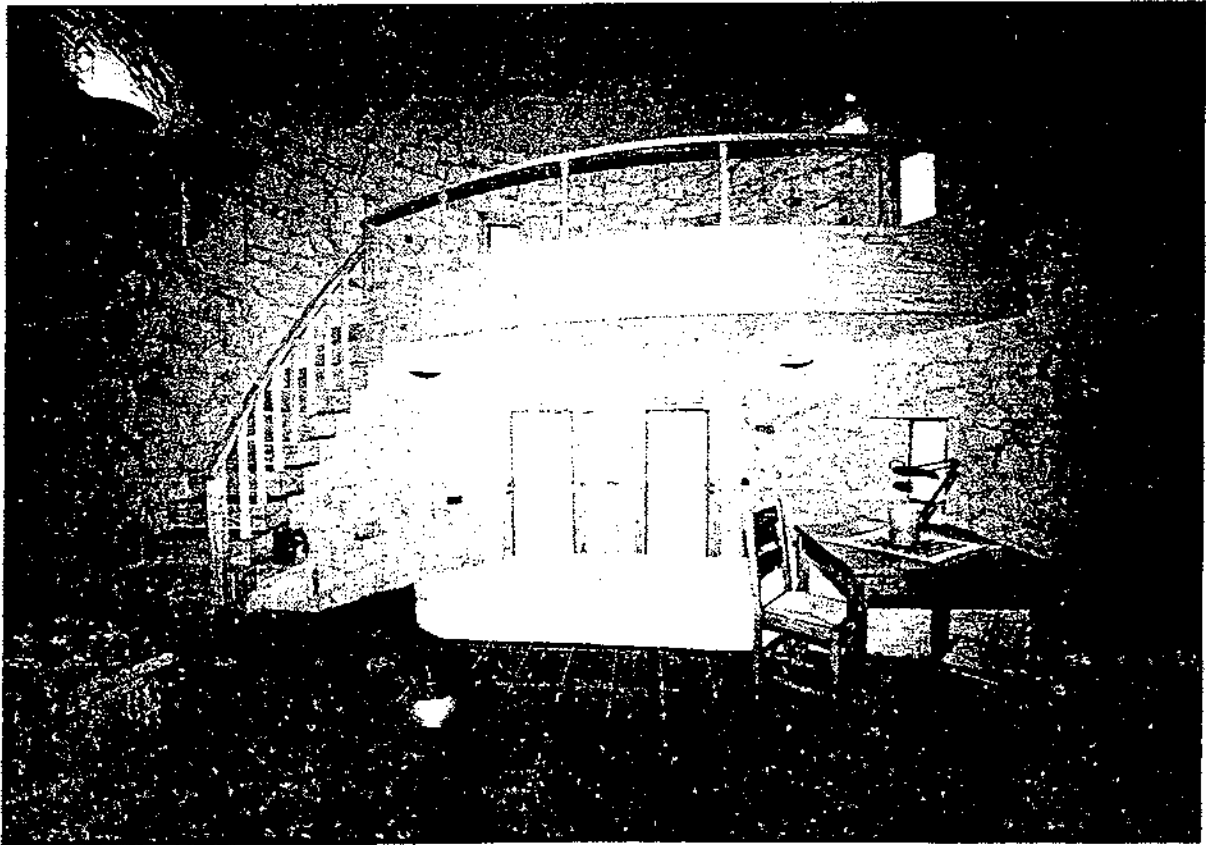
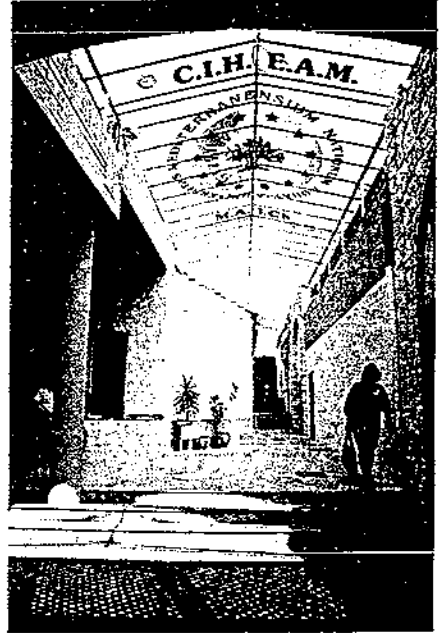
Conference Center-Crete

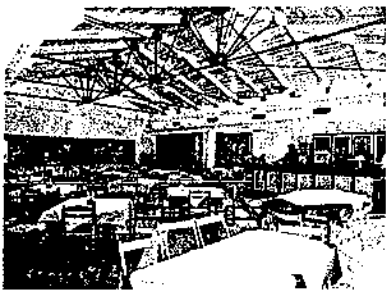


The
Mediterranean
Agronomic Institute of Chania (MAICh)
is one of the four institutes of the
International Centre for Advanced
Mediterranean Agronomic Studies,
featuring extensive facilities for post-
graduate studies and a Conference Centre

of a versatile design combining first-
class service, comfort and state-of-the-
art equipment.

Superbly located in a picturesque,
typical Mediterranean pine-forest
setting, 3 km away from the city of
Chania and 13 km from the
international airport, the complex is
carefully designed to meet the highest
standards in hosting all kinds of
conferences, congresses, seminars,
professional meetings, presentations,
exhibitions, etc.





**Mediterranean Agronomic Institute of
Chania (MAICH)**

Address: Alysilio Agrokypio, P.O. Box 83,

731 00 Chania, Crete, Greece

Tel.: +30-821-81151-3,

Fax: +30-821-81154,

Telex: 291279 GR

E-mail: confer@maich.gr

Web site: <http://www.maich.gr>

Contact person: Mr. Atkinoos Nikolaidis, Director

Location

13 km from the Chania International Airport

3 km from the center of Chania City

Accommodation

Academic Village: a complex of 15 luxurious stone houses

Residence Hall: 120 rooms with private facilities

Restaurant

Mediterranean: Delicious traditional Greek and international dishes

Facilities

Parking area • Card phones • TV lounge

Facilities for the disabled • Indoor sports

Table tennis • Billiards • Gymnasium

Outdoor sports • Basketball • Tennis courts

Computer room

Conference Facilities

Aristotle: a luxurious 180-seat auditorium

Thalis-Heraklitus: a multipurpose hall, total capacity 200 seats

Socrates-Theophrastus-Pythagoras-

Demokritus: can function as one, total capacity 260 seats

Archimides-Epikouras: Flexible seating, total capacity 300 seats

Audiovisual

Slide projector • Overhead projector • Screens

Video projector • Flipcharts • Laser pointers

Simultaneous interpreting system and booths

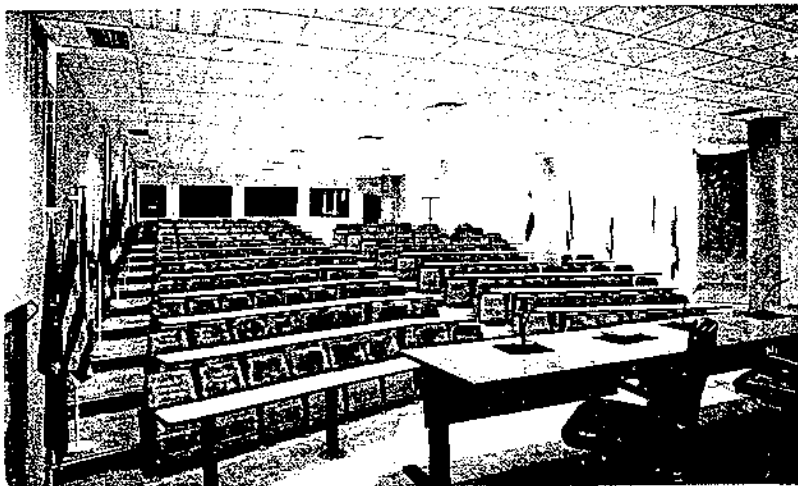
Microphone & sound installation • TV

Exhibition stands & decoration

Philips PROscreen 60 (large format video

projector) • Internet presentation • Video

recorders • Cordless microphones



SYNEDRIO 1999

HILTON

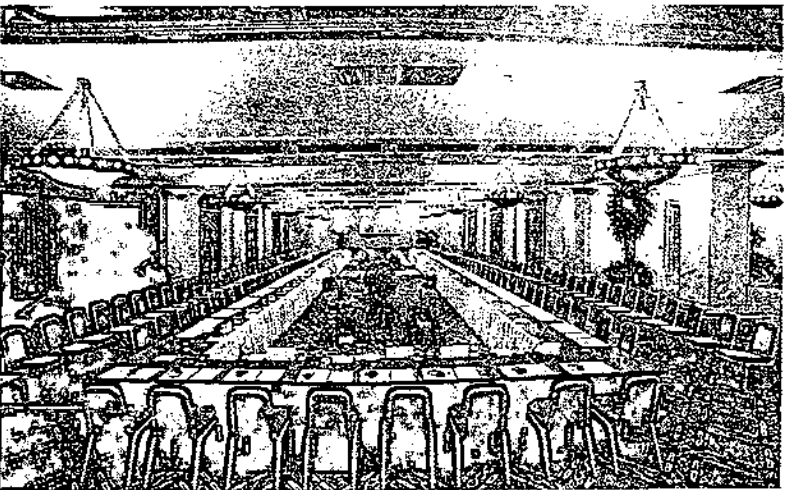
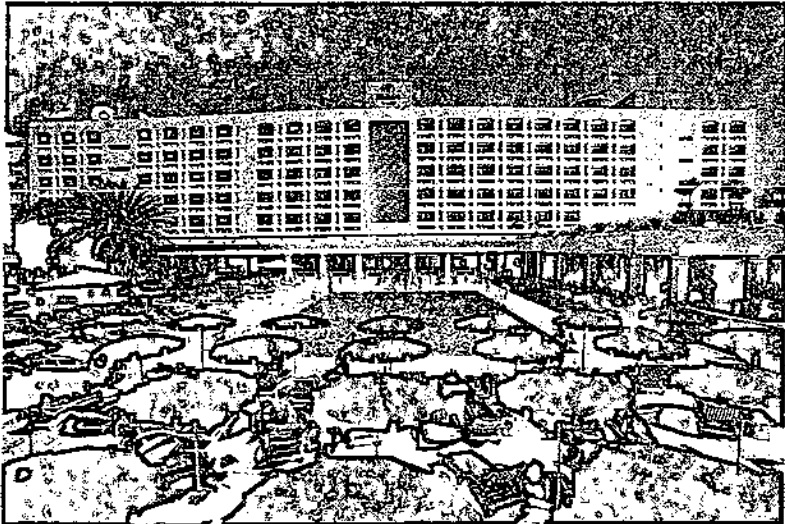
Hotel-Nicosia, Cyprus

Looking after our reputation... for more than thirty years, we have set a standard in banqueting and conference organisation, which is unsurpassed in Cyprus. The Cyprus Hilton's outstanding facilities combine with our production and staging expertise and our culinary mastery, to make us the perfect venue for all events and meetings, no matter what the size.

Our banqueting and conference team are resourceful and enthusiastic professionals, who

handle even the most demanding requirements, with ease and who host state banquets for world leaders, wedding receptions for thousands, conferences for international corporations and dinner for a family of five, as a matter of course.

The personal service, commitment to changing guests' needs and attention to detail, found at all Hilton International Hotels, are what our reputation for excellence is built on. We take great pride in maintaining it.



Hilton Hotel

Address: Archbishop Macarios III Av. Nicosia, Cyprus

Tel: +357-2-377 777

Fax: +357-2-377 788

E-mail: HIH.CYFOM@SPHUNET.COM.CY

Conference facilities

Banquet Rooms (in theatre style)

Berengaria Ballroom ABC 1000 pers.

Berengaria Ballroom A 400 pers.

Berengaria Ballroom B 250 pers.

Berengaria Ballroom C 150 pers.

Berengaria Foyer A

Berengaria Foyer BC

Othello 100 pers.

Desdemona 150 pers.

Akamas AB 200 pers.

Akamas A 100 pers.

Akamas B 100 pers.

Athera AB 100 pers.

Athera A 50 pers.

Athera B 50 pers.

Kantara AB 200 pers.

Kantara A 100 pers.

Kantara B 100 pers.

Meeting Rooms

Olympus 2000 Boardroom

Meeting Room 2001, 90 pers.

Meeting Room 2002, 90 pers.

Meeting Room 2003, 90 pers.

Meeting Room 2004, 35 pers.

Audiovisual

76 mm sound movie projector, overhead

projector, 35 mm slide projector, portable stage,

wireless simultaneous translation equipment,

4 microphones, booths, T.V., video & movie

camera.

Lighting load for ceiling in Ballroom A,B,C.

ATHENAEUM INTER-CONTINENTAL ATHENS

Ever since the Athenaeum Inter-Continental, Athens opened in 1982, it has held a unique fascination for its guests. It was designed to meet the needs of the most discerning business and leisure travellers as well as the ever increasing demands of conference and banqueting organisers. By focusing on the consistent delivery of the highest possible service standards and by offering an environment of discreet luxury and comfort, the Athenaeum Inter-Continental, Athens promises to make even the shortest stay a unique and memorable experience.

Accommodation in Style and Comfort

Each of the 543 guest rooms and suites of the Athenaeum Inter-Continental, Athens

is distinguished by supreme comfort and elegance, the very essence of perfection blended with style. Our 54 luxuriously appointed spacious suites, including a Presidential suite of 315 square metres, are dedicated to those who seek absolute quality on all levels.

Club Inter-Continental

A world of exclusive privileges

Club Inter-Continental combines the benefits of an exclusive club with the facilities and all-round hospitality of a first class business hotel.

Situated on the 8th and 9th floors, with 61 rooms and 17 suites, Club Inter-Continental offers that extra touch, with higher levels of personalised service, supe-

rior accommodation and exclusive privileges:

* Access to the Club Inter-Continental lounge which offers complimentary breakfast, tea and coffee throughout the day and cocktails in the evening.

* A dedicated reception desk on the Club Inter-Continental floor.

* Exclusive use of specially appointed meeting facilities.

* Access to the lounge's comprehensive library of books, CD's and video cassettes.

Making the best impression

Masters in the organisation of Conferences & Banquets

The Athenaeum Inter-Continental, Athens provides the experience and facili-



ties to secure the success of your business meetings and conferences.

With a meeting space area of more than 2,500 square meters, we can offer the perfect theatre for your production, whatever the occasion or scale of the event being organised.

The "Athenaeum Ballroom", one of the largest function rooms in Greece, can

comfortably accommodate up to 2,000 people.

The "Athenaeum Conference Centre", a unique concept dedicated to the highest levels of professionalism, represents the ideal venue for meetings of up to 150 people, held in an ambiance of comfort, luxury and elegance.

In addition, the "Aphrodite" room bene-

fitting from natural daylight as well as a number of other function rooms may be adopted, according to the needs of your meeting or banquet.

State of the art audio-visual technology, exquisite culinary creations from the Executive Chef and his team, the experience and know how of our Conference & Banqueting department serve as the best guarantees for the success of your event.

Athenaeum Inter-Continental, Athens

Address: 89-93 Syngrou Av.,
117 45 Athens, Greece

Tel: +30-1-92.06.000

Fax: +30-1-92.06.500

Internet Home Page

<http://www.travelweb.com>

<http://interconti.com>

E-mail: athens@interconti.com

Contact Person

Campbell W. Black

Gen. Manager

Andrie Pavlidou

Public Relations Manager

Location

20 min. from the East & West

Airports

5 min. from Athens city centre

10 min. from Piraeus city centre

Category: ***** deluxe

Accommodation

Rooms: 543 luxury guest rooms
(including suites)

Suites: 53 and one Presidential Suite
of 315 sqm

Club Inter-Continental: 61 rooms
and 17 suites

Business Rooms

Rooms for non-smokers and for the
disabled

Restaurants & Bars

Pergola & Premiere

Cafe Vienna

Kava Bar

La Piazza Snack Bar

Facilities

Laundry/Dry Cleaning

Business Centre

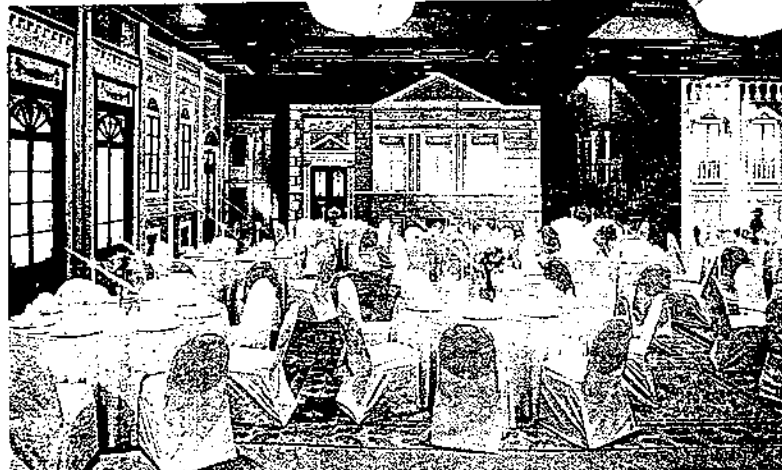
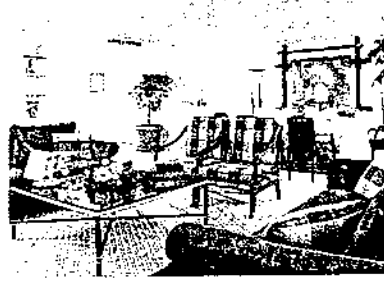
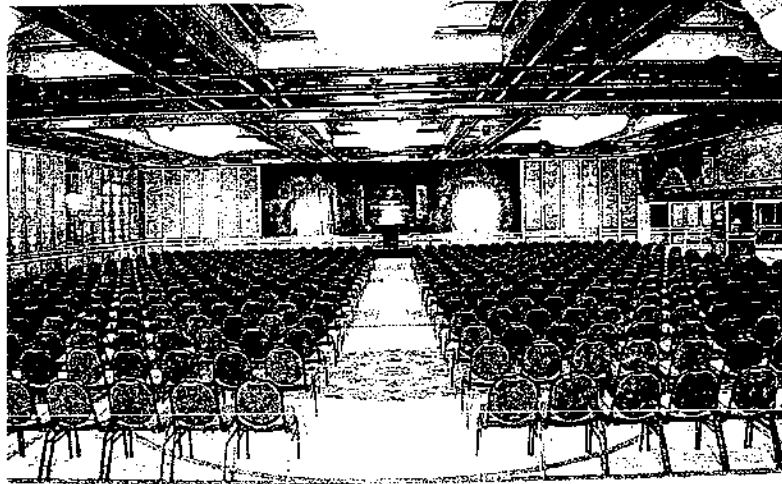
Parking

Health Club

Pool

Ladies Hairdresser and Barber Shop

Shops



CONFERENCE CENTRE OF CORFU

Location: 1.5 km from the port.

1.5 km from the Airport

TEL: +30-661-39.912

FAX: +30-661-41.470

Accommodation: 4 Suites for VIP.s

Restaurant: 400 persons

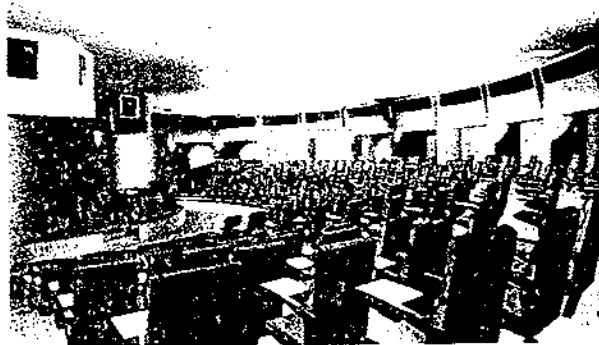
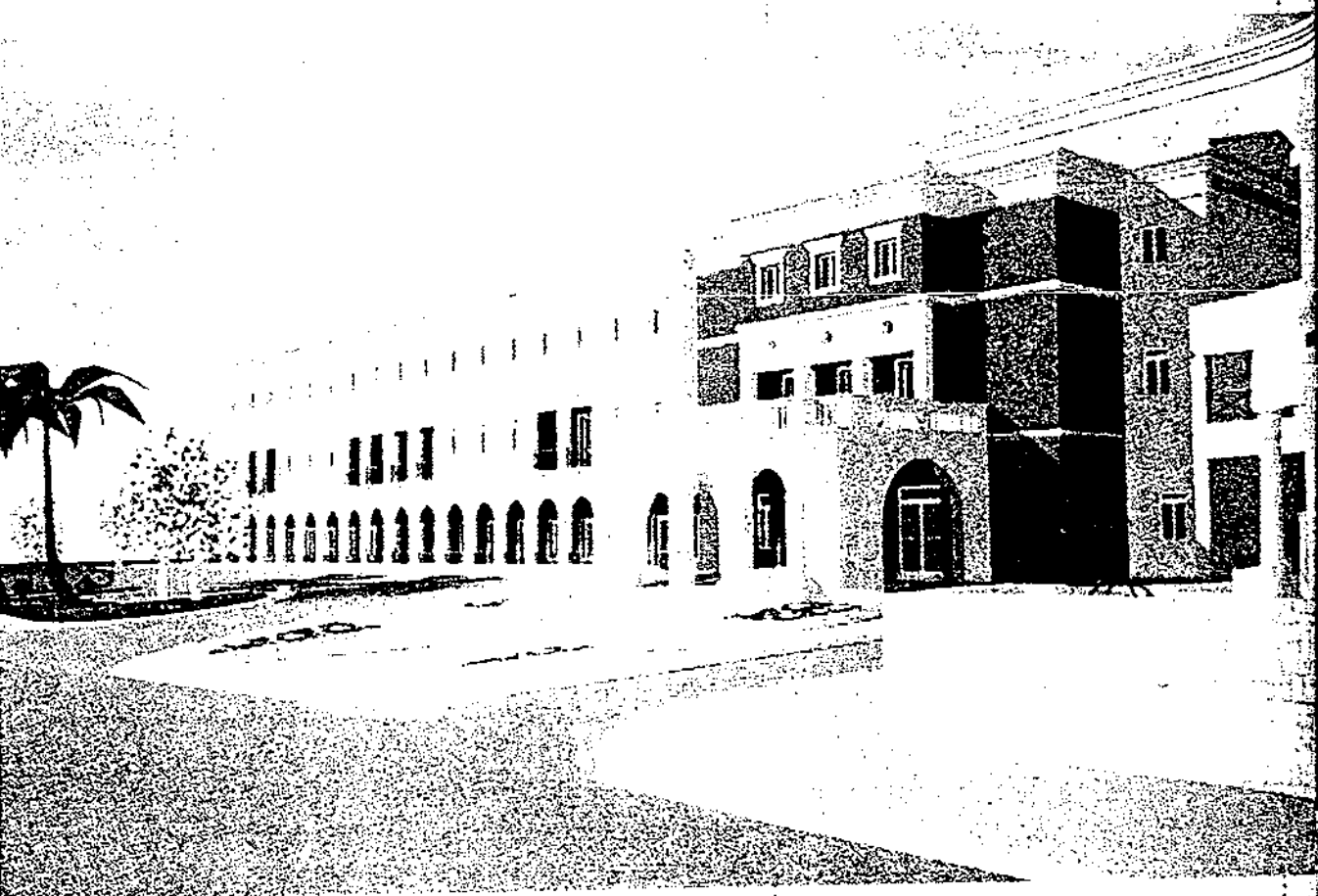
Facilities: Bank, Shops, Pharmacy, Clinic, Radio sta-

tion, Post office, Security, Library, Hairdresser,

Business Center, Press Room, Theater - Cinema,

Byzantine Church, Underground garage for 30

VIP.s cars, Open garage for 300 cars, Bars



Conference and Event facilities:

Amphitheatre for 900 persons

3 Halls for 300 persons each one

15 Halls for 80 - 100 persons each one

Open amphitheatre for 1000 persons

Theater - Cinema for 400 persons

Exhibition area

Auditorium:

15 cabins for automatic interpretation, TV, Full technical support

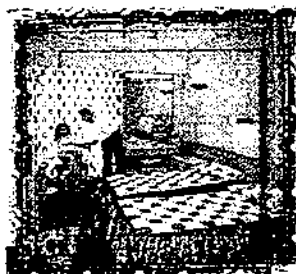
ASTIR

ΠΑΤΡΑ



ASTIR
HOTEL

Αγίου Ανδρέου 16, 262 23 Πάτρα
Τηλ.: [061] 277.502, 276.311
Fax: [061] 271.644 - Τlx: 312617-asth GR
E-mail: astir-hotel@typorama.gr
Internet: www.astir-hotel.gr



Το ξενοδοχείο μας διαθέτει 120 ευρύχωρα δωμάτια, πλήρως εξοπλισμένα με air - condition, τηλεόραση, Mini - Bar και υπέροχη θέα στον Πατραϊκό κόλπο ή στο Μεσαιωνικό κάστρο της πόλης μας.

Οι υπεριώχρονες αίθουσές μας, με πλήρη εξοπλισμό είναι κατάλληλες για συνέδρια, σεμινάρια, εκθέσεις, δεξιώσεις, διαλέξεις και εκδηλώσεις της δικής σας επιλογής.



Το καλοκαίρι, η πισίνα μας θα σας δροσίζει και η σάουνα θα σας χαλαρώσει.

Το εστιατόριο ΓΑΙΚΗ, η πλέον ευχάριστη και καλεϊσθητή γωνιά της Πάτρας, σας παρέχει την δυνατότητα να απολαύσετε μοναδικές Ελληνικές και διεθνείς γεύσεις.

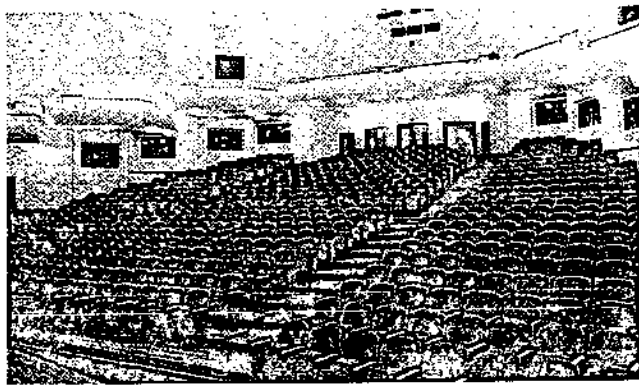


Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο Πανεπιστημίου Πατρών

Ο μεγαλύτερος και αρτιότερα εξοπλισμένος χώρος της Δ. Ελλάδας

Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας σε έκταση 25 στρεμμάτων και είναι το πρώτο αμιγές συνεδριακό κέντρο της Ελλάδας και ο μεγαλύτερος συνεδριακός χώρος της Νοτιοδυτικής Ελλάδας. Έχει αναπτυχθεί σε δύο επίπεδα συνολικής επιφάνειας 9.300 m² και μπορεί να φιλοξενήσει 2.500 συνέδρους. Είναι σχεδιασμένο με διεθνείς προδιαγραφές, εφοδιασμένο με τον πιο σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό, ενώ ταυτόχρονα παρέχει και τη δυνατότητα διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων (θέατρο, μουσική, χορό) και εκθέσεων υψηλών απαιτήσεων.

Περιλαμβάνει μία Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα χωρητικότητας 1080 ατόμων, με κατάλληλη υποδομή ώστε να υποδέχεται τόσο συνεδριακές όσο και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις ένα ακόμα αμφιθέατρο 250 θέσεων, 12 παράλληλες αίθουσες με χωρητικότητα από 140 έως 45 θέσεις, εκθεσιακούς χώρους και χώρους δεξιώσεων συνολικής επιφάνειας 1.300 m², μεταφραστικούς θαλάμους, χώρους για συνεντεύξεις τύπου, γραμματεία, γραφεία, βοηθητικούς χώρους και χώρους υγιεινής, προσβάσεις για φορητά, parking 500 θέσεων αυτοκινήτων και πούλμαν και όλες τις διευκολύνσεις για εξυπηρέτηση αναπήρων.



Το ΣΠΚ διαθέτει τα πιο σύγχρονα οπτικοακουστικά συστήματα διεθνών προδιαγραφών. Σε όλο το κτιριακό συγκρότημα του Συνεδριακού κέντρου υπάρχει δομημένη καλωδίωση που επιτρέπει την άμεση σύνδεση ηλεκτρονικών υπολογιστών στο Internet τη δημιουργία ασφαλών Workgroups και Intranets, τη σύνδεση τηλεφωνικών συσκευιών και εικονοηλέφωνων, την τηλεσυνδιάσκεψη και την τηλεργασία ανάμεσα σε όλους του χώρους του κέντρου αλλά και με τον υπόλοιπο κόσμο μέσω σύγχρονου τηλεπικοινωνιακού κόμβου.

Παρέχει δυνατότητα προβολής διαφανειών, slides, ηλεκτρονικών παρουσιάσεων καθώς και σημάτων VHS, S-Video, RGB και VGA. Έχει μόνιμη E1 (T1) σύνδεση με τη μεγαλύτερη σύμπραξη Internet της Ευρώπης Ten-155. Στον

εξοπλισμό του περιέχονται προβολείς όλων των τύπων (5 video projectors, 11 overhead projectors, 11 slides projectors), 8 φορητοί ηλεκτρονικοί υπολογιστές (laptops) 12,5 και 14,5 ιντσών με πλήρη υποστήριξη πολυμέσων και Internet, 6 DVD players, 4 videos VHS, 1 presidential visual video, 1 video camera, 1 CD player, γραμμές ISDN, ψηφιακές μικροφωνικές εγκαταστάσεις με ασύρματα και πέτου μικρόφωνα, κεντρικό σύστημα ήχου, δυνατότητα ηχογράφησης και βιντεοσκόπησης, σταθερές ηλεκτρικές και φορητές οθόνες, 12 pontiums, γκισέ γραμματείας, κεντρικός κλιματισμός, υπηρεσίες fax, E-mail, τραπέζια που καλύπτουν όλες τις δυνατότητας διάταξης (round tables, bridge tables, classroom tables, banquet tables) κ.λπ.



Το ΣΠΚ ξεκίνησε τη λειτουργία του τον Ιούνιο του 1999 και εγκαινιάστηκε από τον Πρόεδρο της Ελληνικής Δημοκρατίας κ. Κ. Στεφανόπουλο τον Ιούλιο του 2000. Στον ενάμιση χρόνο λειτουργίας του έχουν πραγματοποιηθεί με επιτυχία 150 εκδηλώσεις: επιστημονικά συνέδρια, διαλέξεις, εκθέσεις βιβλίου, εκδηλώσεις τραπέζων, Επιμελητηρίων και άλλων οικονομικών φορέων, υπουργείων, συναυλίες, χορευτικές και θεατρικές παραστάσεις, ενώ βρίσκεται σε συνεργασία με το Υπουργείο Πολιτισμού, τα Μέγαρα Μουσικής Αθηνών και Θεσσαλονίκης και τα πολιτιστικά κέντρα των Δήμων Κεφαλληνίας, Ιωαννίνων, Βόλου και Βέροιας στα πλαίσια της *Αμφικτιονίας Πολιτισμού*.

Φιλόδοξια του Πανεπιστημίου Πατρών είναι το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο να αποτελέσει πόλο έλξης και μοχλό ανάπτυξης της επιστημονικής και πολιτιστικής ζωής της ευρύτερης περιοχής της Δυτικής Ελλάδας και της χώρας γενικότερα, προσφέροντας ένα χώρο διεθνών προδιαγραφών και υψηλών απαιτήσεων ποιότητας.

Για περισσότερες πληροφορίες επισκεφτείτε την ηλεκτρονική διεύθυνση: www.confer.upatras.gr ή επικοινωνήστε με την υπεύθυνη λειτουργίας κ. Ανδρονίκη Χρυσάφη: Τηλ.: (061) 993.999 - Fax: (061) 994.999 - Email: confer@upatras.gr



Συνεδριακό και Πολιτιστικό Κέντρο Πανεπιστημίου Πατρών

Το Συνεδριακό & Πολιτιστικό Κέντρο του Πανεπιστημίου Πατρών έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιοπολίτη Πατρας σε έκταση 25 στρεμμάτων και είναι το πρώτο αμιγές συνεδριακό κέντρο της Ελλάδας και ο μεγαλύτερος συνεδριακός κόμβος της Νοτιοδυτικής Ελλάδας. Έχει ονομαστικά σε δύο επίπεδα συνολική επιφάνεια 9.380 α² και μπορεί να φιλοξενήσει 2.500 συνέδρους. Είναι σχεδιασμένο με διεθνείς προδιαγραφές, εφοδιασμένο με τον πιο σύγχρονο τεχνολογικό εξοπλισμό, ενώ τουυτόχρονα παρέχει και τη δυνατότητα διοργάνωσης πολιτιστικών εκδηλώσεων (θέατρο, μουσική, χορός) και θέσεων υψηλών αποτάσεων.

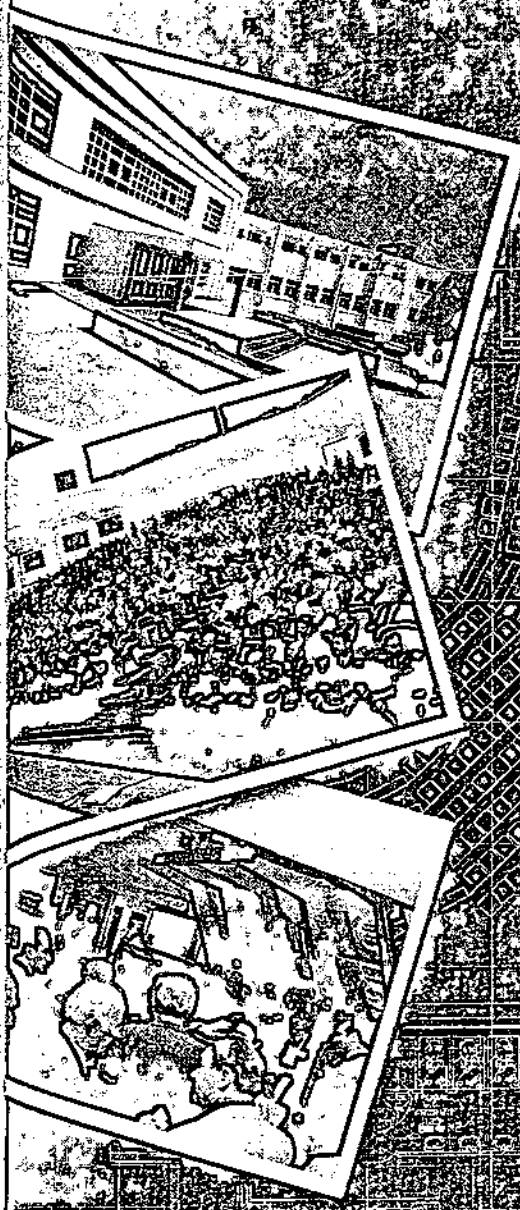
Το κτίριο διαθέτει το πιο σύγχρονο ηλεκτροακουστικό σύστημα υψηλής ποιότητας, εκ δόξης κίτρινο, συγκροτήματα του συνεδριακού κέντρου υπάρχει θαμνική κοσμοποίηση που επιτρέπει τη σύνθεση τηλεφωνικών συσκευών και επικοινωνιών των τηλεσυνεδρίων, αέρας και την πληρωσία ανάμεσα σε όλους του χώρους του κέντρου αλλά και με τον παρακολούθημα σύγχρονα τηλεοπτικοακουστικού κύβου.

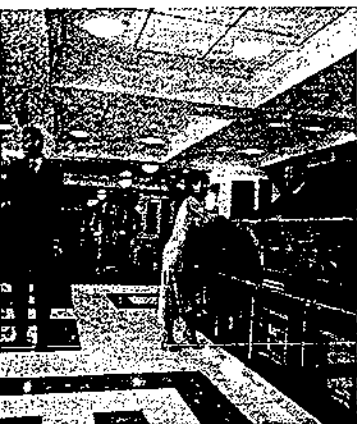
Γόνατο / Ground floor	Θέσεις / Seats
Γ-1 Κύριο Αίθουσα / Main Hall	1.080
Γ-2 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	45
Γ-3 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	45
Γ-4 Αμφιθέατρο / Auditorium	250
Γ-5 Χώρος Υποδοχής (600 α ²) / Foyer (600 α ²)	
Γ-6 Αίθουσα Πολύπλοκων Χρήσεων (200 α ²) / Multiple Use Hall (200 α ²)	
Γ-7 Γραφείο (15 α ²) / Office (15 α ²)	
Γ-8 Γραφείο (12 α ²) / Office (12 α ²)	
Γ-9 Γραφείο / Medical Room	
Π-10 Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων / Parallel Meetings Hall 120	
Π-11 Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων / Parallel Meetings Hall 75	
Π-12 Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων / Parallel Meetings Hall 75	
Π-13 Αίθουσα Παράλληλων Συνεδριάσεων / Parallel Meetings Hall 75	

Οι Αίθουσες Παράλληλων Συνεδριάσεων έχουν τη δυνατότητα να αναρρυθγούν ανά δύο
The Parallel Meetings Halls with a different arrangement of the spaces may also be used as 2 Halls

1ος όροφος / 1st Floor	Θέσεις / Seats
Π-1 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	45
Π-2 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	45
Π-3 Χώρος Υποδοχής (470 α ²) / Foyer (470 α ²)	
Π-4 Γραφείο (15 α ²) / Office (15 α ²)	
Π-5 Γραφείο (12 α ²) / Office (12 α ²)	
Π-6 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	50
Π-7 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	50
Π-8 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	50
Π-9 Αίθουσα Σεμιναρίων / Seminar Hall	50

Για περισσότερες πληροφορίες, ελάτε/καλέστε με το
ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
 ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥΠΟΛΗ, 265 00 ΠΑΤΡΑ
 Τηλ.: 0611 993999, 996315-16 • Fax: 0611 994999
 E-mail: confer@upatras.gr
 URL: http://www.confer.upatras.gr





You will experience the efficiency and comfort of the PORTO RIO as you enter the reception area. Outstanding decor! Faultless service!



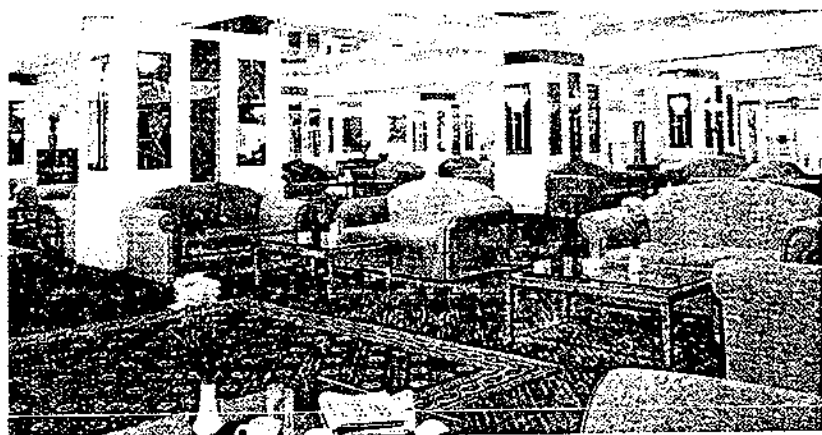
Enjoy the comfort of the PORTO RIO's luxurious rooms and the excellent room service. Rooms and suites offer bathroom, air conditioning, direct-dial phone, TV, music, mini bar, verandas



Try your luck playing the most popular casino games in our cosmopolitan Casino: roulette, Black Jack, Stud Poker, Punto Banco and Slot Machines

PORTO RIO HOTEL

newly renovated



Add prestige to your professional meetings by arranging a business meal or conference at the PORTO RIO, with its impressive, fully-equipped multipurpose conference and meeting facilities.
Capacity: 10 - 350 persons



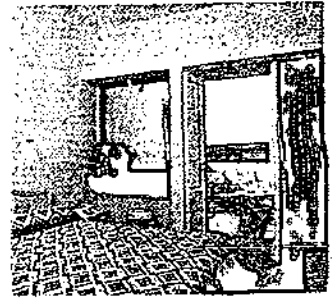
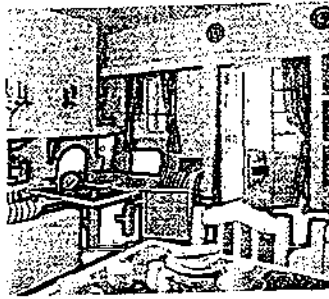
Enjoy comfort & quality!

RIO, GR-260 00 PATRAS. TEL: +30-61-992.212. FAX: +30-61-992.115. TELEX: (31) 2207GR
Athens Office: 18 Voukourestiou Str., Tel: +30-1-36.18.145. Fax: +30-1-36.18.175

www.portorio-casino.gr



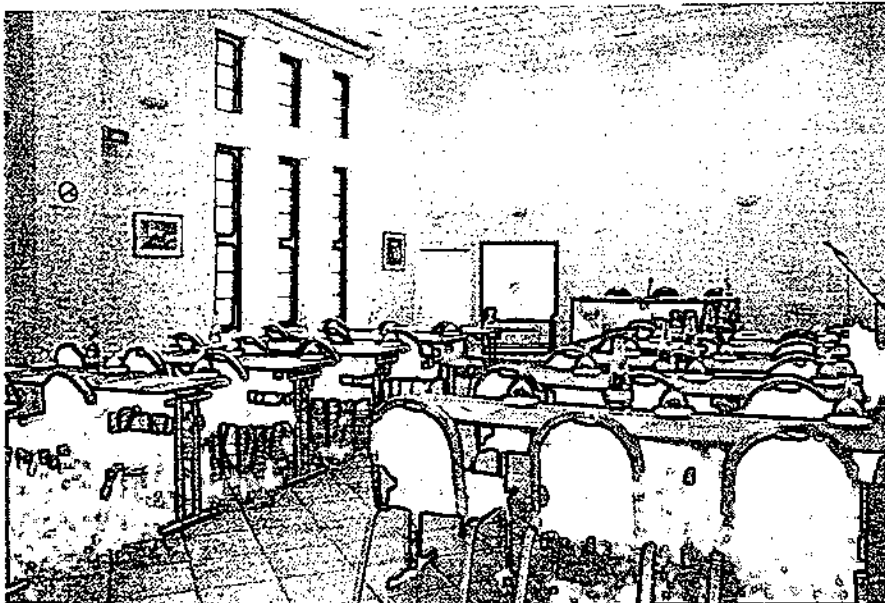
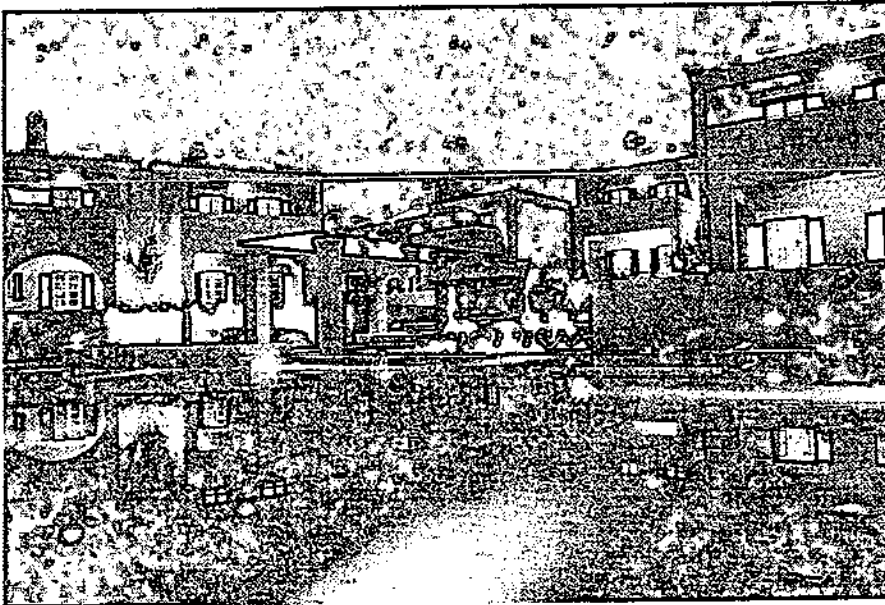
Traditional Residences - Spetses



The complex incorporates a carefully restored early 20th century building, which has been officially declared and listed as one of the island's most significant historic monuments. The complex offers its guests an authentic

taste of luxury and tradition combined. Catering for leisure and business, the complex also boasts a fully equipped, purposely designed conference room, professional staff and wide range of services that ensure the success of every conference, business meeting, reception

and gala. The island is conveniently located very near the mainland and is easily accessible by hydrofoil from Piraeus, thus making it an ideal basis for day-trips to the country's major historic and archaeological sights and a relaxing alternative to the big city busy life.



Nissia Traditional Residences

Category: A'

Location: 1hr & 40 min. from the

Piraeus Port to Spetses Island

3 min. from the Spetses port

3 min. from the town center

Hotel is open: All year round

Address:

Kounoupitsa - Spetses Island

Tel: +30-298-75.000-11

Fax: +30-298-75.012

Athens office:

33, Nileos str.,

Thissio, 118 51 Greece

Tel: +30-1-34.62.879

Fax: +30-1-34.65.313

E-mail: nissia@otenet.gr,

Web page: www.nissia.gr

Accommodation:

14 Studios, 10 Suites, 5 Maisonettes, 2

Presidential suites (situated in the two towers of the restored building)

Restaurant and Bar

Facilities:

Fully equipped kitchen, Fire place, Colour TV, Pool (with section for children)

Conference facilities:

Meeting Room for 100 persons

(Theatre)

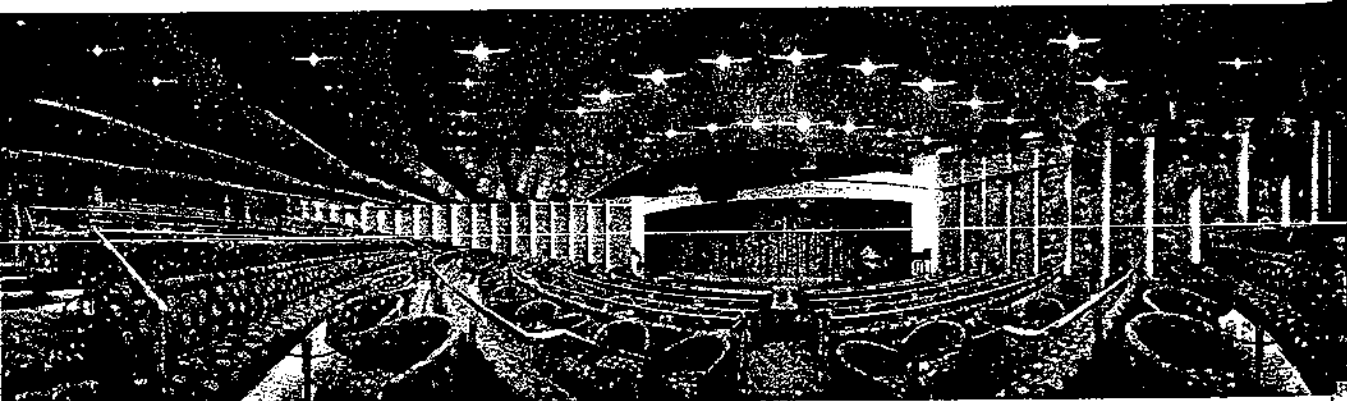
Audiovisual:

Microphone and Sound installation, Slide projector, Overhead projector, TV Screens, Flipcharts

Συνέδρια εν πλω...



του Μιχάλη Μπενάκη, Διευθυντή της Festival Cruises Ltd

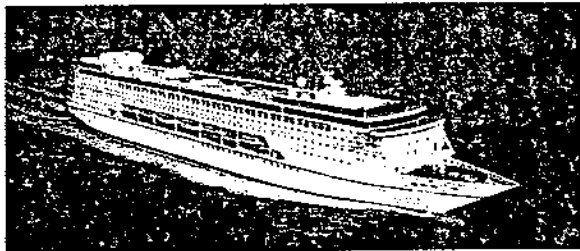


Ο συνεδριακός τουρισμός δεν είναι πρωτόγνωρη δραστηριότητα. Μέχρι σήμερα σημαντικά συνέδρια έλαβαν χώρα σε μεγάλες πόλεις, επιφορτισμένοι να ξενοδοχειακοί μονάδων που φιλοξένησαν τους συμμετέχοντες και κατέστησαν ενχάρητοι τη διαμονή τους.

Εκτός όμως απ' τις γνωστές ξενοδοχειακές μονάδες, για τη διεξαγωγή συνεδρίων κατάλληλες αναδεικνύονται και οι κρουαζιέρες.

Την ιδέα έχουν ήδη πραγματοποιήσει μεγάλες αμερικανικές εταιρείες και αρκετές μεσαίες και δυναμικές επιχειρήσεις που πολύ έξυπνα εξμεταλλεύονται τις κρουαζιέρες για τα incentives και τα συνέδρια τους. Και δεν είναι τυχαίο!

Τα νεότευκτα κρουαζιερόπλοια όπως είναι γνωστό, αποτελούν υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες, κατάλληλες να φιλοξενήσουν και να ταξιδέψουν μεγάλο αριθμό επιβατιών. Ταυτόχρονα, διαθέτουν πλήθος οργανωμένων επαγγελματικών και συνεδριακών χώρων με σύγχρονες εγκαταστάσεις, επικοινωνιακό εξοπλισμό και οπτικοακουστικά



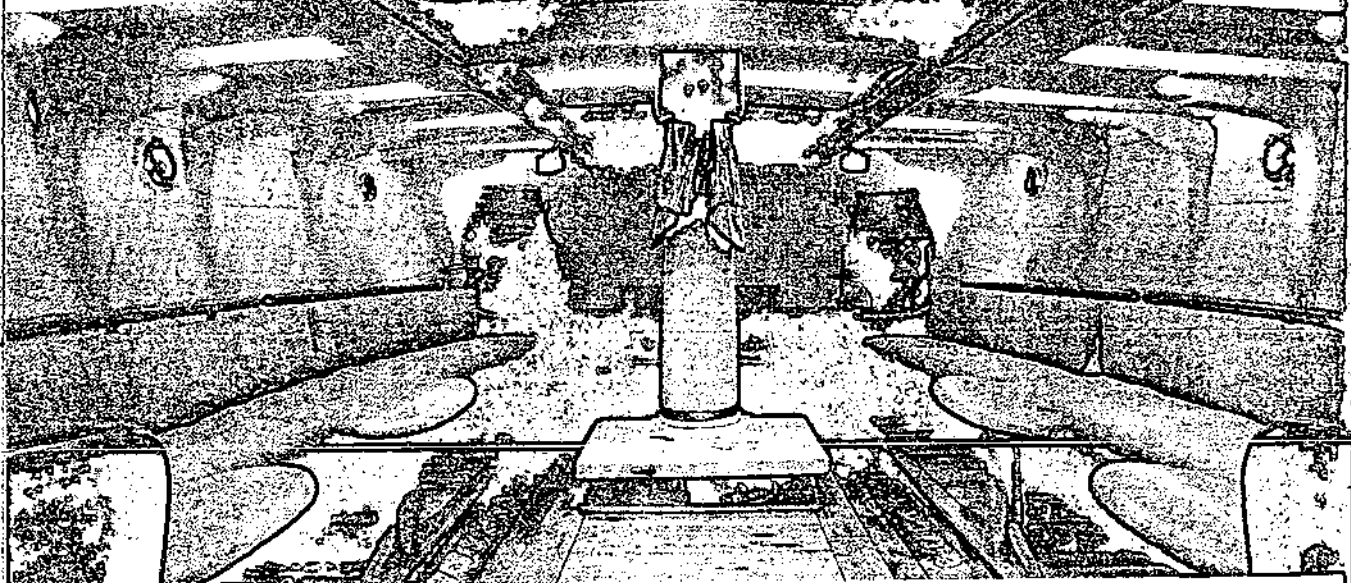
μέσα. Λίθουσες ειδικά διαμορφωμένες και τεχνολογικά εξοπλισμένες, διαφόρων μεγεθών, επιτρέπουν τη διεξαγωγή μεγάλων και μικρών συνεδριακών.

Επιπλέον, τα κρουαζιερόπλοια είναι χώροι όπου οι ταξιδιώτες μπορούν να επικοινωνήσουν μεταξύ τους πολύ πιο εύκολα και γρήγορα απ' ότι σε κάποιο ξενοδοχείο στην ξηρά. Ο κλειστός χώρος του πλοίου διευκολύνει τη συγκέντρωση των συμμετεχόντων και τους παροτρύνει να έρθουν σε επαφή μεταξύ τους, ανταλλάσσοντας ιδέες και απόψεις. Τους παρέχει παράλληλα τη δυνατότητα μιας διαρκούς και άμεσης παρουσίας, κάτι που συντελεί ιδιαίτερα στην αποδοτική προβολή του θέματος που τους ενδιαφέρει, καθώς βρίσκονται όλοι στον ίδιο χώρο και μάλιστα εν πλω.

Αυτό βέβαια τους δίνει και τη δυνατότητα να γνωριστούν πολύ καλύτερα μεταξύ τους, γιατί μπορούν όχι μόνο να δουλέψουν αλλά και να διασκεδάσουν μαζί, πράγμα που βοηθά τη συνεργασία και βελτιώνει το επίπεδο των σχέσεων. Το κρουαζιερόπλοιο, επίσης, καθώς είναι υπερσύγχρονα εξοπλισμένο, είναι σε θέση να ικανοποιήσει τα ενδιαφέροντα όχι μόνο των συνέδρων αλλά και όσων στη διάρκεια του συνεδρίου - κρουαζιέρας επιθυμούν να ξεδέψουν το χρόνο τους έξω απ' τις αιθουσές συνεδριάσεων. Κάνοντας εξόσκηση στο γκολφ, κάνοντας ηλιοθεραπεία, στην πισίνα ή στους χώρους υδροθεραπείας, στο γυμναστήριο ή στις αιθουσές μασάζ, φρονίζοντας απ' τα καταστήματα κ.ά.

Τέλος, όλοι έχουν τη δυνατότητα ν' αλλάζουν παραστάσεις, καθώς το πλοίο επισκέπτεται καθημερινά κι ένα διαφορετικό μέρος και να συνδυάσουν ένα διακοπές, δουλειά και διασκέδαση.

ΦΟΙΒΟΣ



Meetings στο Αρχιπέλαγος

Το ιστοφόρο ΦΟΙΒΟΣ αποτελεί την απάντηση σε όσους διοργανώνουν μια εκδήλωση ή ένα Συνέδριο και επιθυμούν να εντάξουν κάτι ξεχωριστό στο πρόγραμμά τους που θα εντυπωσιάσει τους καλεσμένους...

Ο ΦΟΙΒΟΣ είναι ένα ξύλινο παλιό σκαφί του 1948 - από τα περάματα που έκαναν τα εμπορικά δραμολόγια στις Κυκλάδες - μετατράπηκε σε πολυτελές σκάφος αναψυχής το 1998 από τα χέρια του Μικονιάτη καλλιτέχνη Ζαννή Κουκιά. Έξι χρόνια χρειάστηκαν για να μεταμορφωθεί και να ανακαινισθεί από έμπειρους τεχνίτες της Σύρου, με γνώση και εμπειρία.

Ο σημερινός του ιδιοκτήτης - λάτρης των αυτών μορφών και των πρωτογενών υλικών - έχει χρησιμοποιήσει με μέτρο και στις σωστές αναλογίες υλικά όπως το δέρμα, τα κράμματα μετάλλων για την επένδυση διαφόρων συσκευών και οργάνων, ακόμα και μάρμαρο και βέβαια πολύ και καλό ξύλο για την διακόσμηση του σκάφους. Το παλιό αμπόρι έχει διαμορφωθεί σε σαλόνι. Με ζεστά και φωτεινά χρώματα, και αφήνοντας το φως του ήλιου να μπαίνει από την οροφή του, δημιουργεί μια ευχάριστη και ξεκούραστη αίσθηση. Στα πλαίσια του τοιχώματα υπάρχουν αναπαυτικοί κινιπέδες

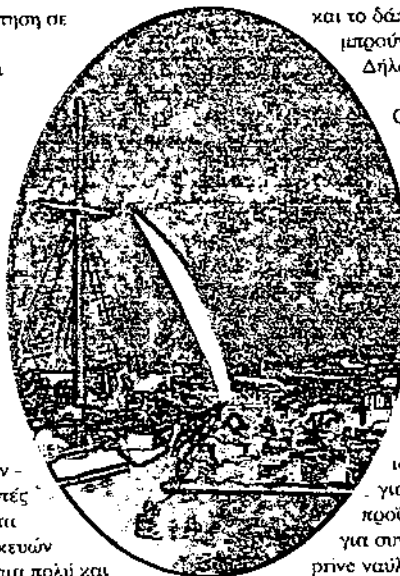
και το δάπεδο έχει περιμετρικά ένα "κέντημα" από μπρούντζο σε σχέδιο παρμένο από ψηφιδωτά της Δήλου.

Ο εξοπλισμός του είναι απόλυτα σύγχρονος και διαθέτει μικροφωνική και στερεοφωνική εγκατάσταση για να εξυπηρετήσει ανάγκες συσκέψεων και άλλων εκδηλώσεων.

Ο ΦΟΙΒΟΣ προσφέρει: Εξωτερικό Κατάστρωμα - Τραπεζαρία για 45 - 50 άτομα, Εσωτερικό χώρο - σαλόνι για περίπου 30 άτομα, Μπάρ, Στερεοφωνική & Μικροφωνική εγκατάσταση, Air condition, Colour TV, Stereo Music.

Έτσι ο ΦΟΙΒΟΣ μπορεί να αποτελέσει μια ιδανική λύση για μικρές exclusive εκδρομές, για γεύματα ή δείπνα, παρουσιάσεις προϊόντων και "χαλαρές" συναντήσεις στελεχών, για συναντήσεις & εκδηλώσεις συλλόγων ή για μια private ναύλωση κάτω από τον έναστρο ουρανό...

Για πληροφορίες μπορείτε να απευθυνθείτε στο
INTRO Marketing & Consulting, Τηλ. 3390274, Fax: 3390276,
E-mail: intro@otenet.gr



Τα Do's και Don'ts

ΤΟΥ MEETING PLANNER

της **Ματίνας Γκίκα**

Διευθύντριας πωλήσεων της **Γ. Κυπριώτης & Υιοί ΑΕ**



Υπάρχει μία έκφραση που συχνά χρησιμοποιείται για να ορίσει την έννοια της επιτυχίας ενός συνεδρίου. "Το πλέον επιτυχημένο συνέδριο είναι αυτό κατά την διάρκεια του οποίου έγιναν τα λιγότερα λάθη".

Αν κάποιος σκεφθεί πόσο άνθρωποι χρειάζονται για να συντονίσουν άψογα όλες τις υπηρεσίες που απαιτούνται για την διεξαγωγή μίας συνάντησης μεγάλου αριθμού ανθρώπων, θα αντιληφθεί ότι χρειάζεται βαθιά γνώση πολλών εμπλεκόμενων επαγγελματιών και μεθοδικότητα για να οργανωθεί επιτυχημένα ένα συνέδριο. Ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, λεωφορεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, εμπορικές εταιρείες, καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, εταιρείες οπτικοακουστικού εξοπλισμού είναι μερικές από τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου.

Οι λίστες που παρατίθενται παρακάτω είναι απαραίτητες ακόμη και στους πλέον έμπειρους οργανωτές συνεδρίου για την αξιολόγηση των παραμέτρων που θα επηρεάσουν την συμμετοχή και άριστη διεξαγωγή μίας συνάντησης.

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Η επιλογή προορισμού παίζει τον πλέον σημαντικό ρόλο στην επιτυχία του συνεδρίου. Ο οργανωτής συνεδρίου ή εταιρικής συνάντησης θα αξιολογήσει τους υποψήφιους προορισμούς αφού εξετάσει όλες τις παραμέτρους που θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την επιτυχία του συνεδρίου του.

ΑΠΑΙΤΗΣΕΙΣ ΣΥΝΑΝΤΗΣΗΣ

Πριν επιλέξετε προορισμό απαντήστε τα ακόλουθα:

- Από που έρχονται οι περισσότεροι συμμετέχοντες;
- Θα πρέπει ο χώρος της συνάντησης να εναλλάσσεται;
- Τι είδους διαμονή μπορούν να πληρώσουν οι συμμετέχοντες;
- Θα πρέπει ο χώρος διαμονής να θεωρηθεί σημείο εκκίνησης για ταξίδια / εκδρομές πριν και μετά το συνέδριο;
- Ποιες είναι οι προβλεπόμενες ανάγκες σε δωμάτια, άλλες ανέσεις και υπηρεσίες;
- Ποιες είναι οι προγραμματιζόμενες ημερομηνίες του

συνεδρίου;

- Ποια είναι η προβλεπόμενη συμμετοχή;

ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Το ιστορικό της συνάντησης είναι το "χαρτί" της επιτυχίας. Η καλή γνώση του ιστορικού θα καθορίσει την άριστη προετοιμασία σε όλα τα πεδία αναγκών.

- Αριθμός και τύπος δωματίων που κρατήθηκαν
- Αριθμός συμμετεχόντων που δεν προκλήθηκαν
- Τύπος και αριθμός επιβεβαιωμένων εκδηλώσεων
- Ετήσια προσέλευση σε κάθε μία από αυτές
- Τρόποι άφιξης και αναχώρησης
- Διαφημιστική βοήθεια από ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα και γραφεία
- Ιστορικό πληρωμών της διοργάνωσης
- Λεπτομέρειες για το εκθεσιακό πρόγραμμα (εάν υπάρχει)

Για κάθε έτος να υπολογιστούν το έξοδα για τα παρακάτω:

- φαγητό και ποτά
- δωμάτια ξενοδοχείων
- εκθέματα
- υπηρεσία διαματίου, εστιατόρια
- άλλες δραστηριότητες επί τόπου

CONVENTION BUREAUS / ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ - ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

Για τις επισκέψεις με γραφεία - ξενοδοχεία, να διατυπωθούν τα παρακάτω:

- όνομα, τίτλος, διεύθυνση, τηλέφωνο
- υπηρεσίες που θα προσφέρει το γραφείο
- διάρκεια επαφών με το ξενοδοχείο
- όνομα του γενικού διευθυντή, του διευθυντή πωλήσεων, του υπεύθυνου συνεδρίων, του υπεύθυνου κρατήσεων και του υπεύθυνου υπηρεσιών

Μην ξεχάσετε να μιλήσετε για τον υπεύθυνο του συνεδριακού τμήματος που έρχεστε σ'επαφή:

- θέση
- χρόνος υπηρεσίας στο κέντρο
- όνομα του διεκδικητή υπηρεσιών
- που θα τον βρείτε
- αντικαταστάτης

ΕΛΕΓΧΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ - ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ

- αριθμός μονόκλιων, δίκλιων και σουιτών
- τιμές πόρτας για την κάθε κατηγορία
- πολιτική δωρεάν δωματίων
- οικιακά / εμφάνιση
- επαρκής δημόσιος χώρος
- χωρητικότητα / διατάξεις αιθουσών
- φωτισμός, εξοπλισμός, έλεγχος θερμοκρασίας
- ηχομόνωση
- ηχητικά συστήματα
- διαχωριστικά
- χώρος σκηνής
- εκθεσιακός εξοπλισμός
- πολιτική αχθοφόρων
- διαθέσιμος εξοπλισμός / υπηρεσίες
- πρόσβαση στις κοινότομες από τους χώρους των επισιτιστικών εκδηλώσεων
- ανελευτηρίες
- ασφάλεια / πυρασφάλεια
- υπηρεσίες για άτομα με ειδικές ανάγκες
- απόσταση από την πόλη και το αεροδρόμιο
- σχέδια ανακαίνισης
- συμπόσιονα συνέδρια - χώροι ψυχαγωγίας, διασκέδασης, στάθμευσης αυτοκινήτων
- πολιτική πίστωσης, φιλοδωρημάτων, ποτού
- θεματικά πάρτι
- αξιώσεις προσωπικού
- θηροφείο

Να ερευνηθούν οι τοπικοί επίπαιδα τα παρακάτω:

- βοήθεια της τοπικής αυτοδιοίκησης
- δημόσιες συγκοινωνίες
- εναλλακτικές λύσεις υπερπλήρωσης
- διασκέδαση
- προσβασιμότητα
- διαφημιστική βοήθεια
- κλίμα
- διακοπές

ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ / ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

Διερευνήστε τα παρακάτω:

- τιμολογιακή δομή του χώρου
- άλλοι οργανωτές που έχουν χρησιμοποιήσει τον ίδιο χώρο
- πολιτική δωρεάν δωματίων
- τιμές σε χώρους συγκρίσιμων περιοχών

Διαπραγματευτείτε λογικές τιμές γκροπ:

- ενιαία τιμή
- κλιμακωμένη τιμή
- άλλη

Πάρτε τις προσφορές ψυγηνού και αφηψημιάτων ή καθυρίστε ημερομηνία διαπραγματεύσεως

Ηθικαί θέματα διαπραγματεύσεως:

- προκοπιακό
- οργανωτική εκθεσιακό χώρο
- ημερομηνία δυνατότητας ακύρωσης δωματίων
- διεκδίκηση προκοπιακό, πίστωσης
- μέρα ψυχαγωγίας
- τεχνολογία
- μίσθιο αιθουσών εκδηλώσεων
- χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων
- διασκέδαση, καθαριότητα, ασφάλεια

Κάντε προσωρινές κρατήσεις και συμφωνήστε στην ημερομηνία τελικής επιβεβαίωσης (option).

Όλες οι συμφωνίες σας θα πρέπει να είναι έγγραφες:

- η πρόταση
- το συμφωνητικό / συμβόλαιο

ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΠΡΙΝ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Οργανώστε συνάντηση με το προκοπιακό ώστε να συζητήσετε τα παρακάτω:

- απαιτήσεις εκδήλωσης, έκθεσης
- διαθέσιμος εξοπλισμός, υπηρεσίες, συνεργεία οργάνωσης
- επιπρόσθετες χρεώσεις
- ημερομηνίες εγκατάστασης, αποξήλωσης
- ημερομηνίες release
- υποστήριξη ψυγηνού και αφηψημιάτων / ποτών, τιμές
- εργατικά ζωνοθημιοί
- τοπικοί και κτηριακοί κανονισμοί
- μεταφορικές απαιτήσεις

Απαιτήστε από το συνεδριακό κέντρο:

- πλήρη διαγράμματα με αναλογίες μεγεθών των χώρων που έχουν κρατηθεί
- οδηγίες χρήσεως εξοπλισμού, υπηρεσιών
- συγχειρίδιο των πολιτικών λειτουργίας και διαδικασιών

Καθορισμός των διαδικασιών για το χειρισμό των χρεώσεων του προσωρινού προγράμματος.

Καθορίστε την ημερομηνία για προ-συνεδριακή ενημέρωση λίγες ημέρες πριν την έναρξη του.

Οργανώστε την μετ-συνεδριακή κριτική, διεκπεραίωση αρχείων

ΣΥΧΝΗ ΕΠΑΝΕΞΕΤΑΣΗ ΟΛΩΝ ΤΩΝ ΠΑΡΑΜΕΤΡΩΝ

(follow up)

Επανεξετάστε τον προγραμματισμό σας:

- επανεξέταση συμβολαίου
- επανεξέταση του προκοπιακού προγράμματος σε σχέση με τους χώρους που έχουν κρατηθεί
- επανελέγχος των βοηθητικών χώρων (backup space)
- επανεξέταση της πολιτικής ακυρώσεων, εκπαιδεύσεων από δικαιώματα και μη έλευσης συμμετεχόντων

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΑΝΑΓΚΕΣ

- καταγράψτε τις προβλεπόμενες οπτικοακουστικές ανάγκες
- επανεξετάστε τον κατάλογο επί τόπου με τεχνικούς
- κρίνετε τις ανάγκες υφίσταται για τον μη υπάρχοντα εξοπλισμό

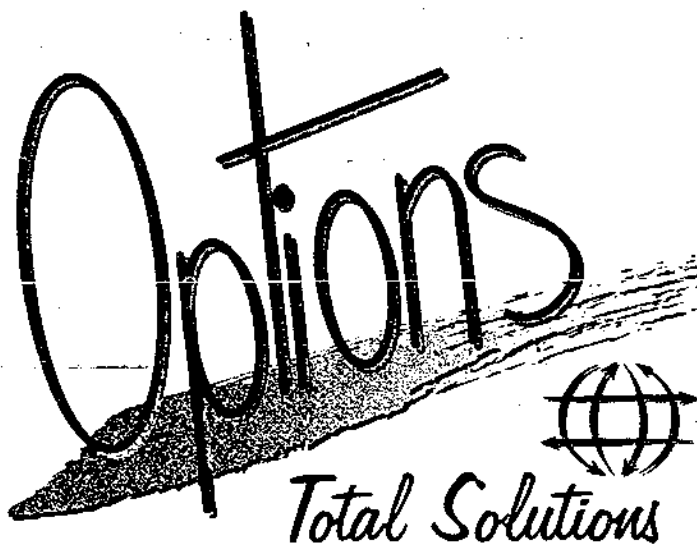
OPTIONS EUROCONGRESS

Η Options Eurocongress είναι εταιρία εξειδικευμένη στην διοργάνωση συνεδρίων, με σφραγίδα πανευρωπαϊκής παρουσίας στις ελί μέρους αγορές και έχει αναπτύξει έντονα δραστηριότητες, για τη διοργάνωση:

- Κάθε μορφής και μεγέθους συνεδρίων και κογκρέσιων
- Ταξιδίων κινήτρων
- Προγραμμάτων εκπαίδευσης
- Προγραμμάτων προώθησης και Marketing

Η εταιρία διαθέτει πολύ υψηλά επιχειρηματικά πρότυπα με προσωπικό ανστηρά εκπαιδευμένο, υψηλής στάθμης και προϊόντων, επαγγελματική εμπειρία στον επιχειρηματικό κόσμο, πολυγλωσσία, πολυεθνές και με κατάρτιση των επιχειρηματιών αρχών διαχείρισης (management), marketing, οικονομικών, δημοσίων σχέσεων και τεχνολογίας πληροφορικής. Με σκοπό πάντοτε να ξεχωρίζει σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα, η Εταιρία δημιουργήσει συνθήκες τόσο στρατηγικού προοικονομολογισμού όσο και λειτουργικών διαδικασιών και πρακτικής, επιτυγχάνοντας έτσι μια σχέση (εξάρτησης) με πανευρωπαϊκό πελατολόγιο όπου παρέχονται οι υπηρεσίες της επί ετήσιας βάσης με πολυετή συμβόλαια συνεργασίας. Με τον τρόπο αυτό εξασφαλίζει τη σταθερότητα των οικονομικών παρεμέτρων επιχειρηματικής λειτουργίας, δίνοντας της την ευκαιρία να αναπτύξει επιπλέον διασυνδέσεις και προϊόντα για τη μέλλουσα ανάπτυξη. Η Options Eurocongress Ltd είναι μέλος του Χρηματιστηρίου Αξιών Κύπρου και γραφεία της εταιρίας λειτουργούν στη Λευκωσία.

Λευκωσία, Αθήνα, Βουξέλλες, Λονδίνο, Ρωσία και πολύ σύντομα στη Νέα Υόρκη, Ισπανία και Τωνγκάι.
Προγραμματισμός



Αναπόσπαστο μέρος των υπηρεσιών που προσφέρει είναι ο προγραμματισμός, συντονισμός, οργάνωση και επίβλεψη του συνεδρίου.

Ο προγραμματισμός του συνεδρίου περιλαμβάνει σχέδιο δράσης με την καθοδήγηση του οργανισμού, για την εξασφάλιση της επιτυχίας του. Η Options Eurocongress Ltd αναλαμβάνει τον συντονισμό της οργάνωσης και της σχέσης με τους ομιλητές, χορηγούς, κυβερνητικούς και άλλους φορείς. Η οργάνωση του συνεδρίου είναι πολύ σημαντική, για την αποφυγή οποιονδήποτε προβλημάτων και για την άμεση αντιμετώπιση περιστασιών. Μέλος της οργάνωσης είναι το μέγιστο και η προβολή του συνεδρίου, η εξασφάλιση των ξενοδοχείων, οι διαθεσιμότητες των μεταφορών των συνεδριών και ομιλητών, οι κοινωνικές εκδηλώσεις, η εξασφάλιση των αναγκαίων μέσων για τη διεξαγωγή του συνεδρίου και.

Προϋπολογισμός

Για κάθε συνέδριο η "Options" αναλαμβάνει:

- Να ετοιμάσει τον οικονομικό προϋπολογισμό. Ο προϋπολογισμός αυτός περιλαμβάνει όλες τις απαραίτητες υπηρεσίες και προϊόντα, που είναι αναγκαία για την διεξαγωγή του συνεδρίου, ούτως ώστε ο οργανισμός να είναι ενημερωμένος από την αρχή για τα υπολογισμένα έσοδα του συνεδρίου.
- Τον οικονομικό έλεγχο επί τωστικά διατηρήματα και ενημέρωση της οργανωτικής επιτροπής.
- Την υλοποίηση του συνεδρίου, με την εξασφάλιση οικονομικών πόρων και χορηγιών.

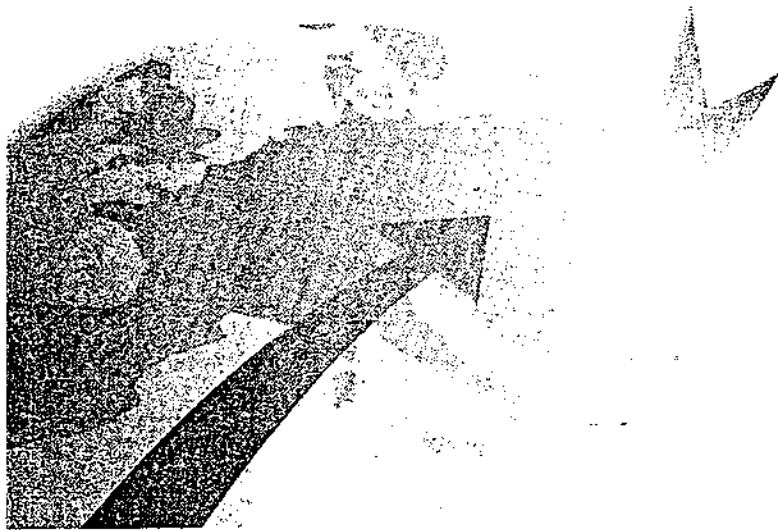
Γραμματεία

Στην ολοκλήρωση του επιστημονικού προγράμματος του συνεδρίου και την εξασφάλιση των ομιλητών, περιλαμβάνεται και ο σχεδιασμός των ταξιδιωτικών πακέτων για τις εγγραφές των συνεδριών. Η εταιρία αναλαμβάνει τόσο τον σχεδιασμό των κατώτερων πακέτων (ξενοδοχείο, μεταφορές, κοινωνικές εκδηλώσεις), που θα ελλείψει τον σύνδεσμο στο συγκεκριμένο συνέδριο, όσο και τις εγγραφές των συνεδριών και γενικά την όλη γραμματειακή υποστήριξη του συνεδρίου.

ΘΥΓΑΤΡΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΙΕΣ

Ekthesis cnd Ltd

Η Ekthesis C.M.D., ειδικεύεται στην οργάνωση εξειδικευμένων εκθέσεων. Οι εκθέσεις αυτές μπορούν να διοργανωθούν και μέσα στο πλαίσιο ενός συνεδρίου. Η Ekthesis C.M.D. αναλαμβάνει την πλήρη



οργάνωση και προώθηση της εξέλιξης.

CMD Sports Marketing & Events

Μέλος της εταιρίας μας είναι και η εταιρεία CMD Sports Marketing & Events, η οποία εξειδικεύεται στην οργάνωση και προώθηση αθλητικών εκδηλώσεων.

Η αθλητική εκδήλωσή που θα οργανωθεί, μπορεί να είναι μέσα στο πλαίσιο κάποιου συνεδρίου ή ένα ανεξάρτητο αθλητικό γεγονός. Η CMD Sports Marketing & Events αναλαμβάνει την εξεύρεση χορηγών, την προβολή και το σχεδιασμό μαρκετινγκ και εργαζόμαστε την ομιλή και πετυχημένη διοργάνωση της εκδήλωσης.

Options PR & Communications

Η Options PR & Communications αναλαμβάνει την κάλυψη του συνεδρίου, από όλα τα ΜΜΕ τόσο στην Κύπρο όσο και στο εξωτερικό, ενώ παράλληλα λειτουργεί και ταυτόχρονα σαν γραφείο Marketing, προβολής και δημοσιότητας, για εξωτερικούς πελάτες.

Web & Media Progress

Η Web & Media Progress αναλαμβάνει τη ζωντανή μετάδοση του συνεδρίου μέσω του διαδικτύου, την παραγωγή πολυμέσων και την έκδοση των προγραμμάτων ψηφιακή μορφή (CD-ROM).

Before you make any decisions,
It pays to study your *OPTIONS*

OPTIONS Conferences & Incentives

OPTIONS Exhibitions

OPTIONS Sports & Events

OPTIONS Public Relations

OPTIONS Multimedia Network

THE TOTAL SOLUTION

Within less than a decade, Options Eurocongress has managed to rightfully claim its place among the Professional Congress Organizers in Europe. How? By offering the conference and incentive travel market a complete package of products and services. By ensuring that each event is vigorously promoted and marketed, and by satisfying the individual needs of our clients as well as their guests. In other words, by studying your requirements and responding to them with a total solution that spells success for your conference, congress or corporate event.

FLASH BACK

Options Eurocongress, an independent company, was founded by two dynamic entrepreneurs, Andreas Drakon and Maries Papadopoulos. Its initial objective was to serve the European medical associations. Its strategy, the total solution. After undertaking successfully to organize a series of congresses, Options Eurocongress was listed on the Cyprus

OPTIONS EUROCONGRESS S.A. ATHENS

78, Syngrou Ave.

11742 Athens

Tel.: +30-1-922 0540, 922 2161

Fax: +30-1-922 2298

E-mail: options@gr.ath.torfn.net.gr

http://www.options.com.cy

OPTIONS EUROCONGRESS NICOSIA

Navarimou & J. Zanettou Streets

P.O.Box 7413

1645 Nicosia, Cyprus

Tel.: +357-2-779.800, 775.596

Fax: +357-2-781.114

E-mail: ekthesis@logos.cy.net

OPTIONS EUROCONGRESS Ltd. LIMASSOL

28A Skipi Soterias

P.O.Box 4723, Limassol, CYPRUS

Tel.: +357-5-399 840, 399 722

Fax: +357-5-399 494

OPTIONS EUROCONGRESS BELGIUM Sprl

BRUSSELS

129 Rue Washington

1050 Brussel, BELGIUM

Tel.: +32-2-346 5301, 346 5643

Fax: +32-2-346 5435, 346 3637

OPTIONS EUROCONGRESS Ltd. LONDON

(Correspondence address)

82 High Road, East Finchley, London

NO 9PN ENGLAND

Fax: +44-181-444-1919

OPTIONS EUROCONGRESS RUSSIA

Donskaya st. 18/7 off. 60

117049 Moscow

Russia

Tel.: +7-95-93.73.630

Fax: +7-95-93.73.631

E-mail: Libra@glasnet.ru



Stock Market. The acquisition and establishment of specialized subsidiaries to support its core operations followed, allowing it to penetrate the congress, conference and incentive market as a whole.

Today, more than ever before, Options Eurocongress is active in various platforms to achieve the remarkable results associated with its name.

OPTION EUROCONGRESS

Gaining recognition as one of the leading Professional Congress Organizers (PCO) in Europe is the result of dedication and uncompromising standards.

Perfection in performance...

...is achieved within a dynamic framework of products and services that are continuously adjusted to the fast changing needs of our clientele.

We at Options are committed to providing a total solution, a complete congress management package you can totally rely on. One which covers every angle, before, during and after your scheduled event.

First Things First

Any of our local or international offices can arrange an initial meeting with a qualified Options consultant. Getting to know you, your requirements, budgets and time scale will allow us to present a tailor-made quotation and proposal that will prove to be clear, realistic and reliable.

Both in the conceptual phase as well as during implementation, an open line of communication between consultant and client is of prime importance.

Step-by-step Support

Options Congresses' success is not coincidental. It is based on client satisfaction. Satisfaction that comes from seeing results. Impressive results. These are achieved following a systematic 1-2-3 plan of action which involves:

1. Venue selection and scheduling
- Correspondence & communication
- Data processing, comparison and analysis

- Venue selection
- Scheduling of on-site exhibition and support activities
2. Controlled marketing and promotion
- Full advertising campaign including the production of promotional material, media plan and press conference
- Full scale modern marketing
- Development of sponsorship programs and securing funds
- Securing the support of public authorities and government bodies
- Organization of special events
3. Comprehensive ground and travel arrangements
- Venue preparation including decor, staging, security and support staff
- Hotel accommodation, travel and transfer arrangements
- Business services, banking facilities, technical equipment and translations
- Menus, special theme events, social events, entertainment
- By undertaking to carry the entire administrative burden, Option Congresses' objective is to allow your organization to focus on an event which will stand out for its high standard of management and professionalism.

Money Matters

Option Congress is in a position to eliminate all financial risks by guaranteeing the success of your event. Alternatively a pre-agreed fee arrangement for our full-service package can ensure that expenditure remains within the prescribed limits. Regular consultant/client communication provides financial updates as well as relevant management information. After the event, a full report including the financial results will be presented.

To this end, the following methodology is applied:

- Budgeting of the event in cooperation with the client
- Ensuring that any unforeseen deviation is approved by the client
- Setting up and adhering to report schedule and format
- Monitoring income and expenditure regularly, before and during the event

Recognition

To date, the following esteemed societies and associations are among our valued clients that

have entrusted us with the organization of their congresses:

- The European Society for Regional Anaesthesia (ESRA)
- The Society of Anaesthesiologists (ESA)
- The Congress of Surgery (EUROSURGERY)
- The European Association of Palliative Care (EAPC)
- The European School of Oncology (Cyprus Section/ESO)
- The International conference on Comprehensive Cancer Care (ICCCC)
- The University of Cyprus
- The Junior Chamber Cyprus
- The Cyprus Bar Association
- The Institute of Certified Public Accountants of Cyprus
- The European Piano Teachers Association (EPTA)
- The European Children's television Centre (ECTC)

YOUR OPTIONS, TODAY, ALSO ARE:

- **OPTIONS Conferences & Incentives**
Organizers high-calibre congresses from planning to implementation, control and follow-up.
- **OPTIONS Exhibitions**
For successful exhibitions and trade shows based on complete location, industry and market know-how.
- **OPTIONS Sports & Events**
Manages financially secure, high-profile sporting and cultural events marked by innovation and creativity.
- **OPTIONS Public Relations**
Enhances your corporate image through effective advertising campaigns, media consultancy services and positive exposure.
- **OPTIONS Multimedia Network**
A company of computer experts with its own server, specializing in multimedia presentations, electronic marketing and website design and creation.
Options Eurocongress and its subsidiaries create a close-knit network that offers you large-scale organizational expertise supported by the most advanced global promotion and marketing instruments and strategies.
Direct contact with key figures and companies, a strong European presence, the latest technology and highly trained professional, multilingual staff are the cornerstones of our success, and yours.



Γραφικά Συνεδρίων

ή... γραφικά συνέδρια;

Γράφει ο Χρήστος Αντύπας
Διευθύνων Σύμβουλος της ΟΣΤΡΑΚΟ ΑΕ

Η ανθρώπινη επικοινωνία απαιτεί

Λόγο και Εικόνα.

Εφόσον Συνέδριο σημαίνει

«σύναξις πολλών ανθρώπων

προς σύσκεψιν και λήψιν αποφάσεων

επί σημαινόντων ζητημάτων»

(Λεξικόν Νέας Ελληνικής Γλώσσης, Πρωίας)

ας αφήσουμε το Λόγο στους ειδικούς

κι ας σταθούμε στην Εικόνα

ως δυναμική κι απαραίτητη οδό

για την εμπέδωση του Λόγου.

Η οργάνωση ενός συνεδρίου αποτελεί ιδανικό πεδίο δοκιμασίας των πιντονοιστικών, διοικητικών και οργανωτικών ικανοτήτων του project manager. Ανεξάρτητα από το ύψος, τη δομή και το μέγεθος του συνεδρίου, η οργανωτική ομάδα βρίσκεται σε διαρκή εγρήγορση με στόχο μοναδικό την επιτυχία του.

Χορηγοί · Ομιλητές · Ακροατήριο

Από την επιλογή του θέματος και του αντίστοιχου panel των ομιλητών μέχρι και την πλήρη οριστικοποίηση του ακροατηρίου, από την ανεύρεση των χορηγών μέχρι τη συμφωνία για την επικοινωνιακή τους παρουσία στο συνέδριο, ο υπεύθυνος δρά και ενεργεί κάτω από εξαντλητικές συνθήκες.

Συνηθέστατη, όμως, είναι και η πρακτική να εξαντλούνται όλες οι προσπάθειες στο τρίπτυχο «χορηγοί-ομιλητές-ακροατήριο». Έτσι, μεριζιά απλά, αλλά ιδιαίτερος ουσιαστικά, σιμεία αφήνονται στην τύχη τους, ή αντιμετωπίζονται με προσέγγιση ήσσονος αποτελεσματικότητας.

Επικοινωνιακό Υλικό

Κυρίαρχο κομμάτι σ'αυτά τα «μικρά» πράγματα αποτελεί το επικοινωνιακό υλικό του συνεδρίου σε όλες του τις παραλλαγές. Οι προσκλήσεις, οι επιστολές, τα έντυπα εκδήλωσης ενδιαφέροντος, τα δελτία τύπου, οι καταχωρήσεις και βέβαια, πάνω απ' όλα τα γραφικά, τα banners και τα posters. Όλα αυτά πρέπει να αλληλοσυμπληρώνονται, να έχουν ενιαία αισθητική, με τον λογότυπο της εκδήλωσης πάντοτε εμφανή και, βέβαια, πάντοτε με τα ίδια χρώματα.

Είναι σημαντικό η εκτύπωση των βασικών εντύπων να γίνεται μια φορά. Με τον τρόπο αυτό εξοικονομείται χρόνος, εξασφαλίζεται ομοιόμορφη αεικίνηση των σημάτων και των γραφικών και δημιουργείται οικονομία κλίμακας στο κόστος παραγωγής.

Γραφικά Συνεδρίου

Με τον όρο «Γραφικά Συνεδρίου» εννοούμε οτιδήποτε εκτίθεται σε μεσαίο ή μεγάλο μέγεθος και αποτελεί σημείο ενημέρωσης ή επικοινωνίας προς το ευρύ κοινό. Τα μεγάλα banners στην εξωτερική πλευρά του κτηρίου όπου γίνεται το συνέδριο, τα μικρότερα στους εσωτερικούς χώρους, το εμφανές banner πίσω από το panel των ομιλητών με το θέμα του συνεδρίου, τα λάβαρα με τα επικοινωνιακά μηνύματα των χορηγών, όπως και κάθε άλλη ενέργεια που αποσκοπεί στη διαζίνηση μηνυμάτων σε μεγάλη διάσταση, αποτελούν την ειρύτερη ομάδα εφαρμογών γνωστότερη ως «γραφικά επικοινωνίας».

Η Μέχρι Τώρα Πρακτική

Βυθισμένοι στους ιδιγλωδείς οργανωτικούς ρυθμούς του συνεδρίου οι project managers αφήνουν, συνήθως, για το τέλος τις μικρές αλλά εντόνως σημαντικές ενέργειες επικοινωνιακής στρατηγικής στον τομέα των γραφικών. Έτσι, με τα στενά χρονικά περιθώρια να πιέζουν για κάτι «γρήγορο» και με την συνεπαγόμενη αδυναμία εξερεύνησης της αγοράς για τις λύσεις που προσφέρονται, οι οργανωτές οδηγούνται σε συμβιβασμό των αρχικών τους σκέψεων με κάλοιο αποτέλεσμα που πολύ απέχει από την αισθητική αρτιότητα.

Πρόχειρα κατασκευασμένα banners, γραψίματα και λογότυποι αυτοκόλλητοι με χρωματιστούς περιορισμούς, χαμηλής ποιότητας υλικά και τοποθέτηση στο χώρο με βαβελική νοοτροπία είναι οτιδήποτε που μπορεί να ικανοποιούν εν μέρει κάποιες οργανωτικές ανάγκες, πλητουν όμως καιρία την αισθητική πλευρά της διοργάνωσης.

Η Αισθητική Πλευρά

Επιλέγοντας το χώρο της εκδήλωσης ο υπεύθυνος πρέπει να τον ανταμείψει σε πλήρη λειτουργία και να θέσει τον εαυτό του σε κλίμα σεμιά του ακροατηρίου. Τότε θα κατανοήσει τη μεγάλη σημασία που έχει η σωστή διαμόρφωση του χώρου με στοιχεία που να δημιουργούν την αίσθηση του «οικείου», με στοιχεία που να προβάλλουν το επιθυμητό μήνυμα χωρίς να είναι επιθετικά, με στοιχεία που να ισορροπούν τους σενδριους στη συμμετοχή, συνθήκη απόλυτης επιθυμητή. Όλα αυτά, συνδυασμένα με τρόπο που να τονώνουν την αισθητική πλευρά της εκδήλωσης, παρέχονται σε μεγάλη έκταση από την σύγχρονη τεχνολογία η οποία τόσο σε προγράμματα δημιουργίας, όσο και σε μηχανήματα παραγωγής δίνει την δυνατότητα άριστης παρουσίασης από την πλευρά των γραφικών.

Και η Πρακτική Αντιμετώπιση

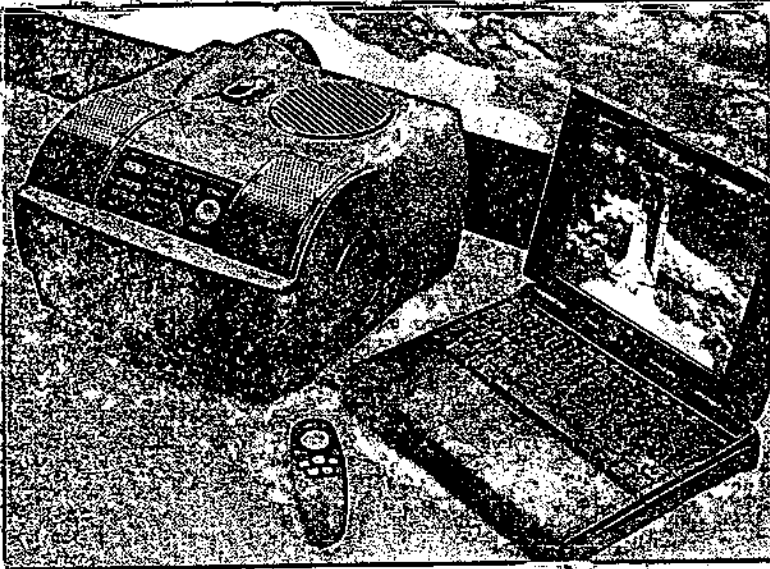
Πέρα όμως από τη θεωρητική αναφορά στην ανάγκη διαμόρφωσης του χώρου, με απαιτήσεις αισθητικής αρτιότητας, υπάρχουν σημαντικά πρακτικά ζητήματα που πρέπει να αντιμετωπιστούν με ιδιαίτερη προσοχή και σχολαστικότητα.

- Ο συνολικός αριθμός των γραφικών, το μέγεθος και το υλικό της εκτύπωσης, η διαδικασία και ο χρόνος της τοποθέτησης είναι στοιχεία που πρέπει να συνυπολογιστούν και να αποφασιστούν έγκαιρα με κεντρικό βέβαια σημείο αναφοράς το διαθέσιμο budget.
- Η αρχική συνεννόηση με τους ομιλητές για ενδεχόμενη ανάγκη ιδιαίτερων γραφικών κατά τη διάρκεια της ομιλίας τους είναι χρήσιμη ώστε να προβλεφθεί ο απαιτούμενος εξοπλισμός (portable stands, roll-ups κλπ.).
- Η αποθήκευση, η μεταφορά και η τοποθέτηση των γραφικών (τα logistics της εκδήλωσης) πρέπει να μελετηθούν ιδιαίτερα ώστε να εξασφαλιστεί η ανείρησή τους σε άψογη κατάσταση. Ο συνδυασμός μεγέθους και είδους υλικού πρέπει να διαθέτει εκείνη την αντοχή που δεν θα δημιουργεί «πνοζεφάλους» κατά τη χρησιμοποίηση των γραφικών.
- Καθοριστικό για το είδος του υλικού που θα χρησιμοποιηθεί είναι το σημείο της ανάρτησής του (εσωτερικός ή εξωτερικός χώρος) καθώς και η επιθυμητή διάρκεια της ζωής του. Στις περιπτώσεις που τα γραφικά θα χρησιμοποιηθούν αρκετές φορές, η επιλογή του υλικού πρέπει να εξασφαλίζει μεγάλη διάρκεια ζωής και πάντα σε καλή κατάσταση.
- Ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην προετοιμασία του δημιουργικού του θέματος ώστε να επιτρέπονται μεγάλες μεγεθύνσεις χωρίς αλλοίωση της ποιότητας.

S Y N E D R I O

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ

ΔΙΑΡΜΗΝΕΙΣ



ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ : Η ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΜΙΑΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Η επιλογή των κατάλληλων οπτικοακουστικών μέσων και η σωστή τους χρήση, αποτελούν σημαντικότερα παράγοντα για την επιτυχία ενός συνεδρίου. Οι σύγχρονες μορφές επικοινωνίας αλλάζουν, εκτός από παραδοσιακούς τομείς της ζωής μας, διάφορες επιμέρους δραστηριότητες και ως ένα μεγάλο βαθμό διαμορφώνουν μια νέα αντίληψη για τις δημόσιες σχέσεις.

Ένα συνέδριο, ως μέσο παρουσίασης, προβολής ή γενικότερα επικοινωνίας δεν θα μπορούσε παρά να αξιοποιήσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα νέα δεδομένα. Τα σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα από τα απλούστερα μέχρι και τα πλέον σύνθετα δίνουν τεράστιες δυνατότητες, αλλά παράλληλα, πληθαίνουν τις προϋποθέσεις επιτυχίας ενός συνεδρίου.

Σαν κυριότερος εξοπλισμός μπορούν να χαρακτηριστούν τα ακόλουθα :

1. Ηχητικά συστήματα. Μικρόφωνα, ενισχυτές, ηχεία.
2. Φωτισμός.
3. Οθόνες προβολής.
4. Slide projectors.
5. Κινηματογραφικές μηχανές προβολής.
6. Επιδιασκόπιο / overhead.
7. Video - Δορυφορική τηλεόραση.
8. Σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης.
9. Μαγνητόφωνα, φωτοτυπικά, υπολογιστές.
10. Σύστημα επικοινωνίας - τηλεφωνικές εγκαταστάσεις με ασύρματη και ενσύρματη μέθοδο.

Αποτελούν αναμφισβήτητα τμήμα της οργάνωσης ενός συνεδρίου και η σωστή τους χρήση προϋποθέτει επαγγελματισμό, πείρα, αλλά πολλές φορές και σκηνοθετική φαντασία. Από την προβολή διαφανειών

έχουμε περάσει στις οθόνες Vidiwall, στην ταυτόχρονη μετάφραση σε μια, δυο ή και περισσότερες γλώσσες κλπ.

Η χρησιμοποίηση της τεχνολογίας είναι προφανές ότι διευκολύνει τους συμμετέχοντες σε ένα συνέδριο. Τους καθιστά από απλούς θεατές - όπως γίνεται πολλές φορές - σε ισότιμους συνομιλητές, πράγμα που επιδρά καταλυτικά στη σχέση τους με τους οργανωτές του συνεδρίου.

Από την άλλη, όμως, όσο αυξάνονται οι δυνατότητες που παρέχει η χρήση των νέων τεχνολογιών, αυξάνονται ταυτόχρονα και οι κίνδυνοι.

Στη χώρα μας υπάρχουν πολλές εταιρείες που ασχολούνται με την ενουκίαση ή πώληση οπτικοακουστικών μέσων και η σωστή επιλογή είναι μείζονος σημασίας για τη διαμόρφωση του τελικού αποτελέσματος.

Ενδεικτικά, αν και οι τιμές εξαρτώνται από μια πληθώρα παραγόντων, μπορούμε να πούμε ότι η πλήρης οπτικοακουστική κάλυψη (μετάφραση σε δυο γλώσσες, Vidiwall κλπ.) ενός συνεδρίου, στο οποίο συμμετέχουν 200 άνθρωποι κυμαίνεται στα 4,5 έως 5 εκατομμύρια.

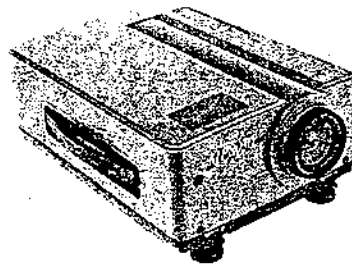
Επισημαίνουμε ακόμα μια φορά ότι η τιμή είναι ενδεικτική και ενδέχεται να υπάρχουν μεγάλες αποκλίσεις, ανάλογα με τα επιμέρους κάθε φορά δεδομένα.

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Ένας ειδικός σάς συμβουλεύει

Ένας από τους καθήκοντες για σημαντικούς παρόντες, που καθορίζουν την επιτυχία ή αποτυχία ενός συνεδρίου, είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός.

Είναι σημαντικό ο οργανωτής να επιλέξει τον εξοπλισμό εκείνον, που είναι πραγματικά απαραίτητος, για τη ποσότητα και την ποιότητα παροχής του υλικού, που ο πελάτης επιθυμεί να έχει κατά τη συνεδρίαση. Για να αποφύγει λοιπόν το ιαχμόδιο γκαϊν είν να σας εξηγήσουμε, δίνοντάς σας τον κατάλληλο εξοπλισμό για την τεχνική κάλυψη, θα πρέπει να ενημερώσετε τον



επιθυμώ τεχνικό, σχετικά με τα ακούσιμα και ανάλογα με το τι θα χρησιμοποιήσει.

1.- Μεταφραστικός Εξοπλισμός

- Εμφάνση γλώσσας (επιπλέοντος-εξωτερικού)
- Διάταξη γλώσσας (θεατρική, σχολική, Π.Δ.Σ.)
- Αριθμός γλωσσών προς μεταφραση
- Αριθμο ατόμων
- Αριθμο ατόμων στο panel
- Ηχοζεύξη ημι ομιλούν

2.- Ηχητικός Εξοπλισμός

- Εμφάνση γλώσσας (επιπλέοντος-εξωτερικού)
- Διάταξη γλώσσας (θεατρική, σχολική, Π.)
- Ηχοζεύξη ημι ομιλούν
- Αριθμο ατόμων στο panel
- Ασύρματα μικρόφωνα χειρός ή πέτσινα

3.- Προβολικός Εξοπλισμός

- Διπλή ή μονή προβολή
- Είδος προβολικών μέσων που θα χρησιμοποιηθούν
- Ανάσπαζο
- Slide projector για την προβολή slides
- Overhead projector για την προβολή διαφανειών A4
- Video projector για την προβολή video ή P.C.

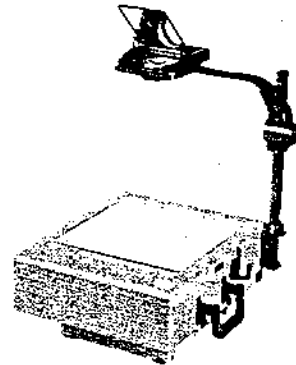
4.- Φωτισμός

Είναι απαραίτητος σε όλα τα είδη προβολής. Απαραίτητο επίσης κρίνεται και το Dimmer για την κατάλληλη απόρριψη του φωτισμού, μέσα στην αίθουσα.

5.- Βιντεολήψη (camera)

Είδος camera (BETA, SVHS, VHS)
Σταθερή ή κινητή camera
Βιντεοκάμερα

Επιθυμώντας όλα τα πιο πάνω, και κατά περίπτωση, ο τεχνικός που θα καλύψει το συνέδριο θα είναι προετοιμασμένος και



εξοπλισμένος με όλα τα απαραίτητα μηχανήματα για εργασία, έτσι ώστε το συνέδριο να καλύφθει απολύτως και να αποφευχθούν οι ανομαλίες, οι καθυστερήσεις και οι εννευρισμοί, που ανήθως συμβαίνουν στις περιπτώσεις αεραβός που οι υπεύθινοι τεχνικοί δεν έχουν ενημερωθεί λεπτομερώς από τον οργανωτή για το τι επιθυμεί ο πελάτης του.

Δημήτρης Δέλιος
Τεχνικός Προϊστάμενος
Technical Support of Congresses

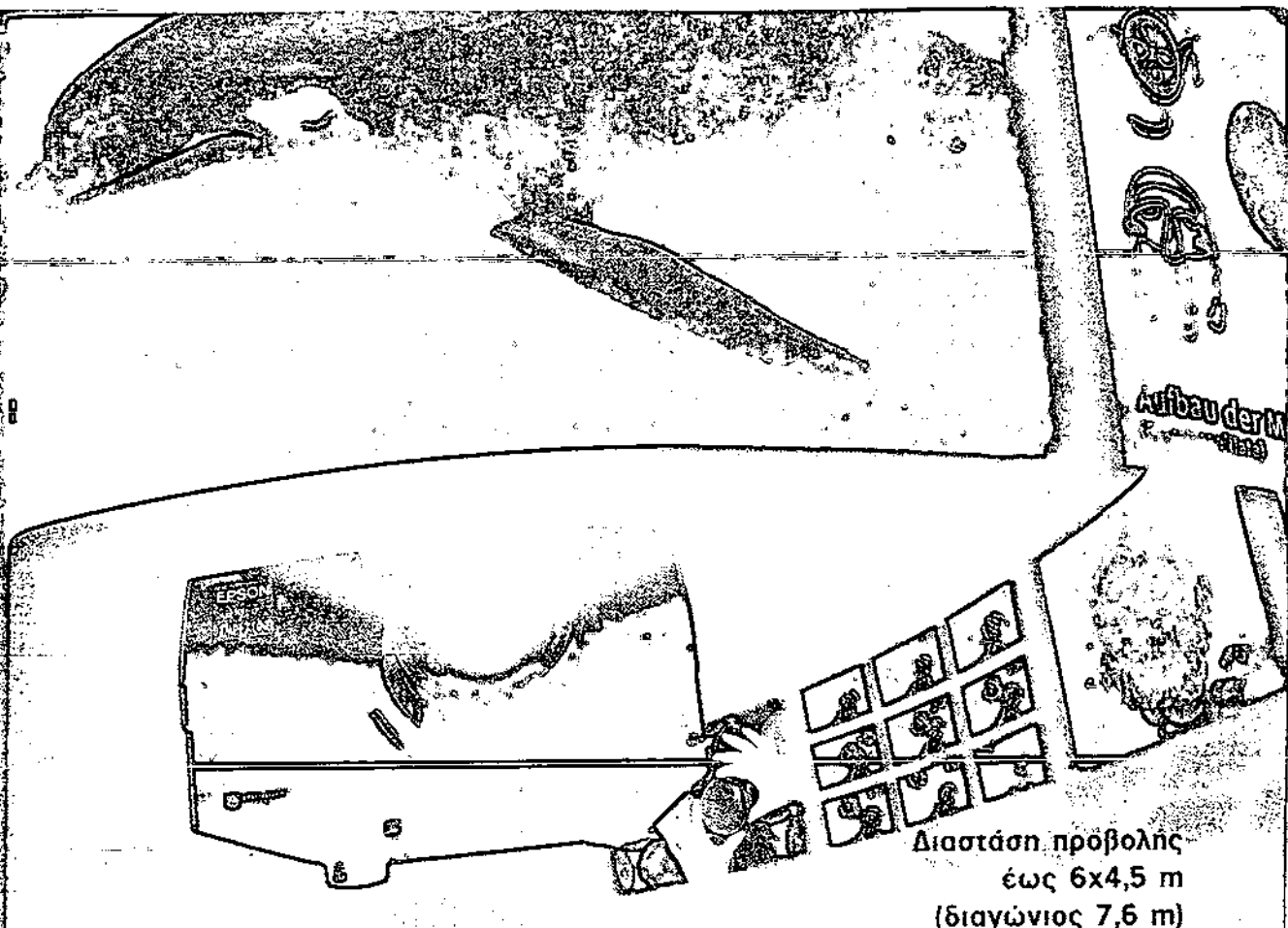


στην περίπτωση ηχοζεύξης από κινητήρα, θα πρέπει να συνεννοηθείτε με τους διευθυντές.

σε περίπτωση χρησιμοποίησης overhead projector, προτείνουμε τη χρήση αυτών των μικρόφωνων πέτσινα.

στην περίπτωση αυτή, ο Οργανωτής θα πρέπει να γνωρίζει:

- α.- video, το είδος του video (BETA ή VHS) καθώς και το σύστημα που διατίθεται και είναι (VHS-PAL ή VHS-NTSC)
- β.- P.C., την ανάλυση του υπολογιστή (1024 x 768, 800 x 600 κ.λπ.), το είδος του υπολογιστή (συμβατό με IBM ή Macintosh).



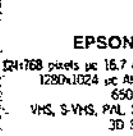
Διαστάση προβολής
έως 6x4,5 m
(διαγώνιος 7,6 m)

EPSON Projectors

Όταν μια εικόνα αξίζει όσο χίλιες λέξεις



EPSON EMP-5100
800x600 pixels με 16,7 εκατ. χρώματα
1024x768 με AirB τεχνολογία
750 ANSI Lumens
VHS, S-VHS, PAL, SECAM, NTSC
3D Sound System
Βάρος 6,6 Kg



EPSON EMP-7100
824x768 pixels με 16,7 εκατ. χρώματα
1280x1024 με AirB τεχνολογία
650 ANSI Lumens
VHS, S-VHS, PAL, SECAM, NTSC
3D Sound System
Βάρος 6,7 Kg



EPSON EMP-7300
1024x768 pixels με 16,7 εκατ. χρώματα
1280x1024 με AirB τεχνολογία
1000 ANSI Lumens
VHS, S-VHS, PAL, M-PAL, N-PA1, SECAM,
NTSC 4.43, NTSC 3.58
3D Yamaha Ymersion Sound System
Βάρος 6,2 Kg

Για άψογες παρουσιάσεις, η EPSON θέτει νέα πρότυπα σε κάθε κατηγορία με τους νέους video-data projectors EMP-5100, EMP-7100 και EMP-7300 προσφέροντας αναλύσεις SXGA, SVGA, XGA ή VGA. Με μικρό μέγεθος και βάρους αποτελούν ιδανική επιλογή για τους επαγγελματίες που μετακινούνται διαρκώς, ενώ η επιφάνεια ατήριξης τους δεν ξεπερνά μια σελίδα A4. Η κορυφαία ποιότητα εικόνων που προσφέρει η προηγμένη τεχνολογία Polysilicon TFT με active LCD Panel, σε συνδυασμό με την εκπληκτική τους φωτεινότητα αποτελούν εγγύηση για την επιτυχία κάθε παρουσίασης ακόμα και στο φως της ημέρας.

Μπορούν να συνδεθούν ταυτόχρονα με 3 πηγές εικόνων: PC, notebook, MAC ή μηχανή video ακόμα και αν υποστηρίζουν διαφορετικά πρότυπα. Η δυνατότητα για rear και ceiling projection καθώς και ο πλήρης τηλεχειρισμός των λειτουργιών τους εξασφαλίζουν μοναδική ευελιξία.

Το περιεχόμενο παραρτήματος σχετικά με τους Epson Projectors κυματίζει από 200 έως 250 σελίδες με εικόνες και εγχειρίδια. Περιεχόμενο: 212x293x912x468, 2 Συσκευές 142, 14, 2/6 71

ΤΙΤΛΟΣ: _____

ΥΠΟΥΧΟ: _____

ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ: _____

ΔΕΚΑΜΗΝΗ: _____

ΤΑΧΥΔΡΟΜΙΟ: _____

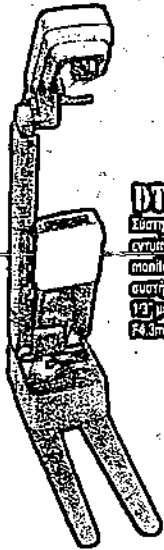
Τ.Κ.: _____

ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ

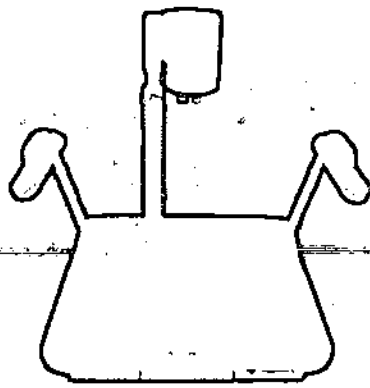
ΠΟΥΛΙΑΔΗΣ & ΣΥΝΕΡΓΑΤΕΣ Α.Ε.Β.Ε. <http://www.pouliadis.gr>
Αθήνα, Α. Συγγρού 142 - Τηλ: 9242072 - Fax: 9241060
665 ΑΙΓΙΝΗΣ Παιονίου Ουρανού 3 - Τηλ: 564 036 - Fax: 564 393

SYMBOL OF TECHNOLOGY

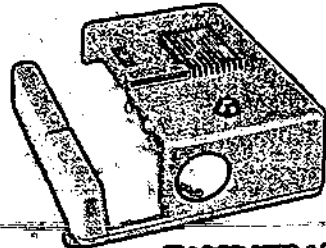




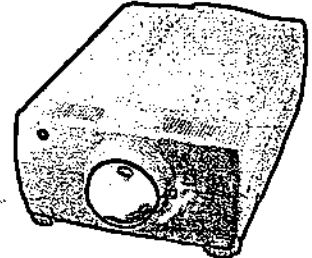
DT-50PAL
 Εύχρηστη προβάλλει αντικειμένων, κυρίως, διαφανών σε video monitor ή video-projector μέσω συστήματος PAL. Διαθέτει CCD 1/3" με 450 TV Lines, φακός F4.8mm θάρος 0,8 κιλά.



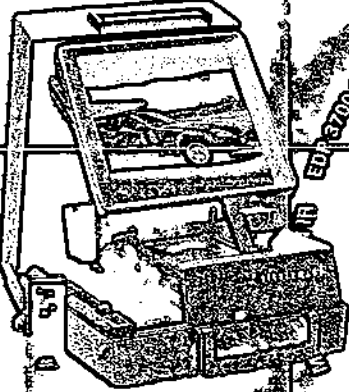
EV-50APPAL
 Εφύλα στα 480.000 pixels και CAD 1/2" in. Δίνει 450 TV lines για υψηλής ευκρίνειας και φωτεινότητας εικόνες. Η φωτεινή δόση του είναι ιδανική για διαφάνειες και X-rays. Όπως και η σύνδεση με RS-232 για εισαγωγή στοιχείων από υπολογιστή. Με φακό f=1.4-2.1 και ζεύγη 8x καλύπτει πλήρως τις ανάγκες όποιου περιβάλλοντος.



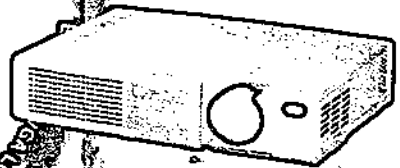
MAGIC 500 AES18
 - Φακός 50mm
 - Λαμπά αλογόνου 230V/150W
 - Ασύρματο χειριστήριο
 - Αυτόματη εστίαση
 - Ρυθμιζόμενα κλιβ. ύψος



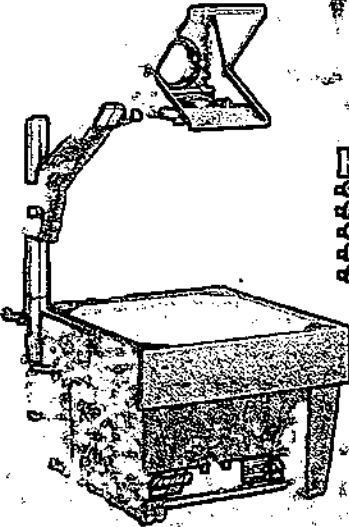
EDP 3500 SVGA LCD VIDEO-DATA PROJECTOR
 Διαπερατότητα 1500 ANSI lumens, ανάλυση 800x600 pixels
 Μηλεγειριστήριο με δέκτη Laser - Φακός powered zoom 1,3x με powered focus. Διαφάνεια 1,1 & 2,12mm και θάλασσο 148,4x92,9mm, με δυνατότητα διαγωγής εικόνας από 76cm έως 7,60m, σε απόσταση προβάλλει από 1,1m έως 14m. Θάρος 6,9 kg.



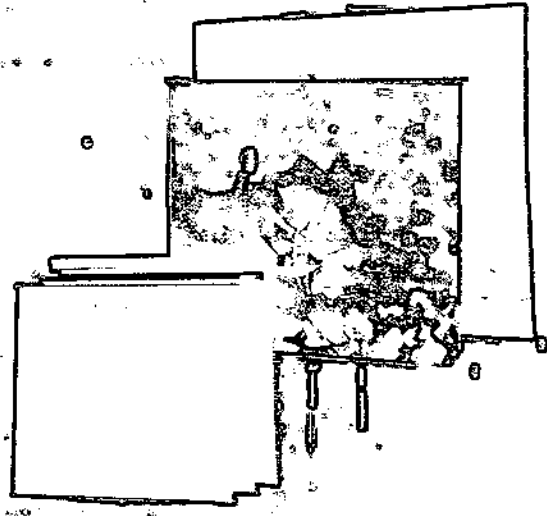
MAGIC SCREEN 18
 Είναι ανώτερη προβάλλει διαφανών που προσφέρει άριστη ποιότητα προβάλλει και μπορεί να λειτουργήσει σε οποιοδήποτε περιβάλλον της έκθεσης. Παρέχει τη δυνατότητα ασύρματου τηλεχειρισμού.



EDP 510 SVGA LCD VIDEO-DATA PROJECTOR
 Προβάλλει μέσω Ηλεκτρονικού Υπολογιστή ή video
 - 800 ANSI lumens, ανάλυση εικόνας 1024x768 pixels. Πλήθους υποδοχών για σύνδεση με όλα τα μοντέλα υπολογιστών και συσκευών βίντεο.
 - Θάρος 2,5 kg



FAMULUS ALPHA 50
 - Φακός 4 στοιχείων F=308
 - Λαμπά αλογόνου 230V/250W
 - Διαπερατότητα 2300 lumens
 - Εμπροσθία εργασία 28,5x24,5 εκ.
 - Διαθέτει εφεδρική λαμπά



Shinjo Image & Projector Ltd

Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑΣ ΣΤΗΝ ΕΚΒΑΣΗ ΕΝΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Όπως όλοι γνωρίζουμε, συνέδριο σημαίνει, πρώτα απ' όλα και πάνω απ' όλα, επικοινωνία. Και αν για να υπάρξει επικοινωνία μεταξύ δυο, έστω, ανθρώπων είναι απαραίτητο οι άνθρωποι αυτοί να μιλάνε και φυσικά να καταλαβαίνουν την ίδια γλώσσα, τότε καταλαβαίνουμε πόσο σημαντικό είναι για ένα διεθνές συνέδριο, ένα συνέδριο όπου μπορεί να συμμετέχουν εκατοντάδες άνθρωποι από τα τέσσερα σημεία του ορίζοντα, να υπάρχει η δυνατότητα μιας κοινής γλώσσας στην οποία οι άνθρωποι αυτοί θα μπορέσουν να επικοινωνήσουν. Στην πολυγλωσσική "Βαβυλωνία" των διεθνών συνεδρίων θα μπορούσαμε να πούμε με βεβαιότητα πως οι διερμηνείς δεν είναι μόνο οι "αφανείς ήρωες" που κάνουν όλους σχεδόν τους συνέδρους να "κρέμονται" κυριολεκτικά από τα χείλη τους. Είναι τις περισσότερες φορές ένας από τους βασικούς παράγοντες επιτυχίας ενός συνεδρίου, αφού χάρη σ' αυτούς οι συμμετέχοντες μπορούν να πετύχουν αυτό για το οποίο και πραγματοποιείται ένα συνέδριο : να επικοινωνήσουν.

Κατ' αρχήν πρέπει να ξεκαθαρίσουμε ότι η αποστολή των διερμηνέων, δεν είναι να μεταφράζουν λέξη προς λέξη τα όσα λέγονται, κάτι που εξάλλου δεν μπορεί να γίνει έτσι κι αλλιώς. Δουλειά τους είναι να διερμηνεύουν, να αποδίδουν δηλαδή σωστά τα νοήματα των λόγων που εκφωνούν οι συμμετέχοντες σε ένα συνέδριο, χωρίς να χρησιμοποιούν απαραίτητα τις ίδιες λέξεις μ' αυτούς. Ένας καλός διερμηνέας οφείλει να αποδίδει όσο γίνεται πιο πιστά, ως προς το νόημα, αυτά που ακούει χωρίς να παρεμβάλλει δικές του γνώσεις ή απόψεις σχετικές με το θέμα που αναπτύσσει ο ομιλητής. Επίσης, είναι πολύ βασικό να αποδίδει και το γενικότερο ύφος του ομιλητή, αν για παράδειγμα αυτός απευθυνθεί σε κάποιον από τους συνέδρους με το μικρό του όνομα ή με ιδιαίτερη οικειότητα, αυτό πρέπει να αποδοθεί και από τον διερμηνέα καθώς τέτοιες εκδηλώσεις είναι καθοριστικές για το επικοινωνιακό "κλίμα" που δημιουργείται σε ένα συνέδριο. Οφείλει, τέλος, να μεταφέρει με πιστότητα τα όσα λέγονται ακόμη και αν

αντιληφθεί κάποιο λάθος εκ μέρους του ομιλητή, αφού ο τελευταίος φέρει την ευθύνη για τα όσα αναφέρει στην ομιλία του.

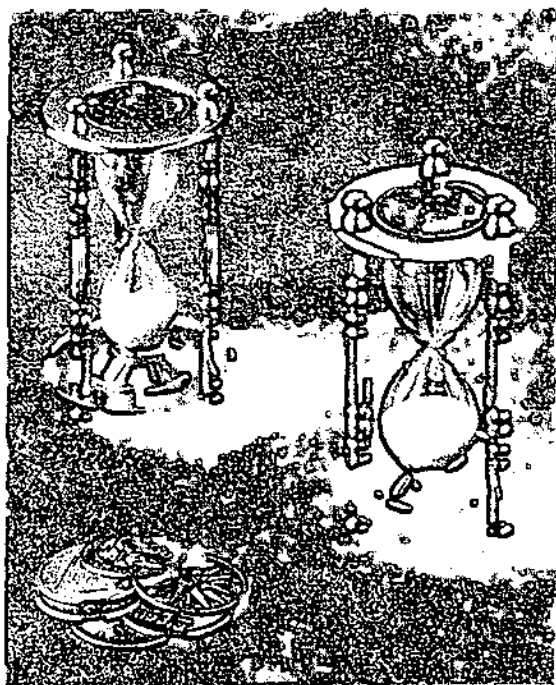
Εκτός από τη γνωστή σε όλους μας ταυτόχρονη διερμηνεία μέσω ακουστικών (interpretation simultanee), υπάρχει η διαδοχική διερμηνεία (consecutive) κατά την οποία ο διερμηνέας αρχίζει να μιλά αφού ο ομιλητής ολοκληρώσει μια παράγραφο του λόγου του και η ψιθυριστή (chuchotage), η οποία εφαρμόζεται όταν υπάρχει ένας μόνος ξένος στη διοργάνωση και δίπλα σ' αυτόν υπάρχει ο διερμηνέας προκειμένου να διερμηνεύει ψιθυριστά.

Όσο καλός κι αν είναι όμως ένας διερμηνέας δεν μπορεί να γλιτώσει σχεδόν ποτέ από τα διάφορα απρόοπτα, άλλοτε ενοχλητικά και άλλοτε ευτράπελα, που συμβαίνουν σε κάθε συνέδριο. Για παράδειγμα, πως πρέπει να αντιδράσει ο διερμηνέας όταν ο ομιλητής μιλά υπερβολικά γρήγορα ή κακοποιεί μια γλώσσα που δεν γνωρίζει ή ακόμα χειρότερα, όταν χρησιμοποιεί υπερβολικές, πομπώδεις και καμιά φορά γελοίες εκφράσεις ; Επίσης, τι γίνεται στην περίπτωση που τα αίματα "ανάβουν" και το συνέδριο μετατρέπεται σε πραγματικό πανδαιμόνιο φωνών, φαινόμενο αρκετά συχνό σε συνέδρια όπου συμμετέχουν Έλληνες ; Ψυχραιμία και ετοιμότητα, είναι οι λέξεις κλειδιά σ' αυτές τις περιπτώσεις. Η πιο δύσκολη και ταυτόχρονα ευτράπελη κατάσταση για έναν διερμηνέα συνεδρίου είναι αυτή κατά την οποία οι σύνεδροι αποφασίζουν την τελευταία στιγμή να πουν εκτός κειμένου διάφορα ανέκδοτα ή ιστορίες για πρόσωπα που μόνο οι ίδιοι γνωρίζουν και δεν αποδίδονται εύκολα σε άλλη γλώσσα, οπότε στις περιπτώσεις αυτές ο διερμηνέας αντιδρά με γερές δόσεις αυτοσχεδιασμού.

Σε ό,τι αφορά τις γλώσσες των συνεδρίων, την πρωτιά κατέχουν φυσικά τα αγγλικά, χωρίς ωστόσο να αποκλείονται και οι λιγότερο γνωστές. Τέλος, ένας διερμηνέας συνεδρίου εργάζεται σε βάρδιες μέχρι 7 ωρών, για τις οποίες λαμβάνει ως αμοιβή περίπου 265€ με 270€.

Ἐνθουμοῦμαι

ΔΩΡΑ
ΔΗΜΟΣΙΩΝ
ΣΧΕΣΕΩΝ



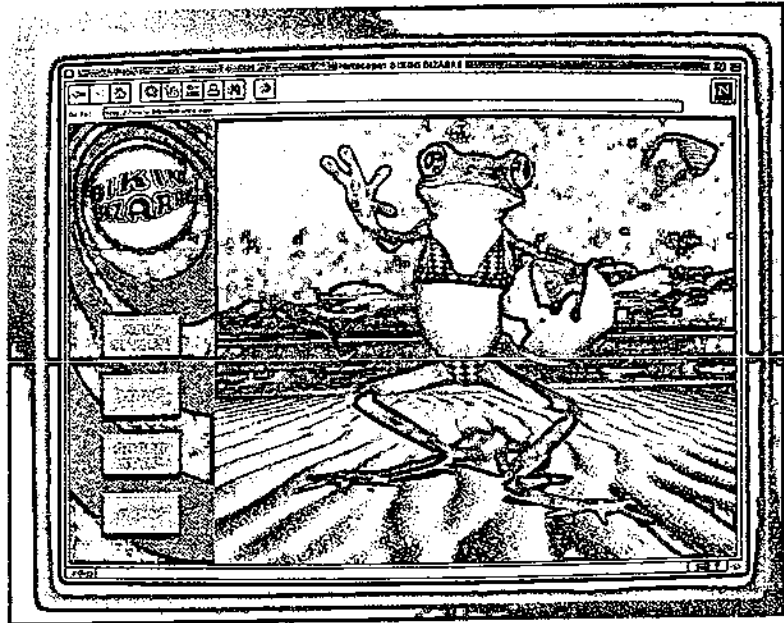
“ΧΕΙΡΟΠΙΑΣΤΗ” ΑΝΑΜΝΗΣΗ

της Έλενας Ρέντα

“Η με άλλα λόγια το “χειροποίητο” που θα γίνει κομψότερη και πιο ευχάριστη τη διαμονή των ανενδόνων! Το επιχειρηματικό δώρο, ή αλλιώς, το “ribbon gift”, κατά τους αμερικανούς, τους πρόποτες διδάξαντες και αριστοτέχνες της επιχειρηματικής φιλοξενίας!

Ένα “δωράκι ζήτη από το μαξιλάρι”, ανεξάρτητα από τη μορφή ή το χόμπι του, προσφέρεται από τον χορηγό της εκδήλωσης, προκειμένου να εκφράσει την εκτίμησή ή την επιβράβειση προς τους καλεσμένους, παίζοντας παρ’όλην τα σημαντικά ρόλο στην περαιτέρω στήριξη των σχέσεων τους. Ανάλογα με την περίπτωση, η προσφορά αυτή μπορεί να είναι ένα δείγμα της πολιτιστικής κληρονομιάς ή της τοπικής κουλτούρας ή αντίθετα, κάποιο σύγχρονο αξιολογούμενο, απαραίτητο στους απαιτητικούς business travelers. Όπως χαρακτηριστικά είχε αναφέρει κάποτε και ο Howard Henry, εκπρόσωπος του Association of Incentive Marketing -AIM-, “ένα επιχειρηματικό δώρο, σίματ, δεν είναι επιβεβλημένο, πάντοτε όμως είναι ευπρόσδεκτο και εξυπνώνει το ήθος των παρασκευαστών”.

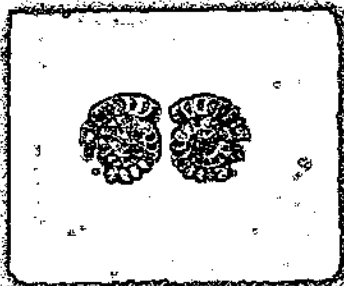
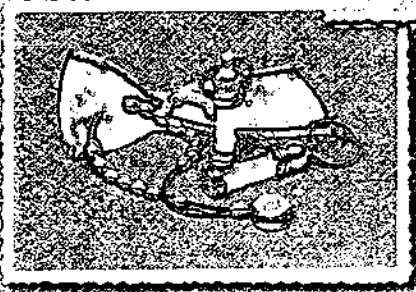
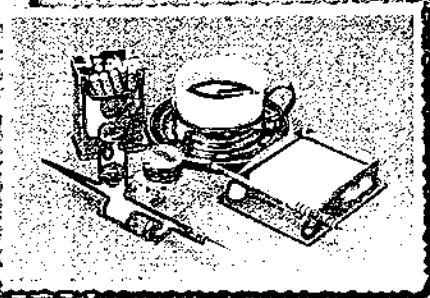
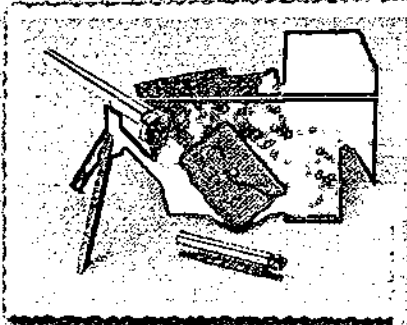
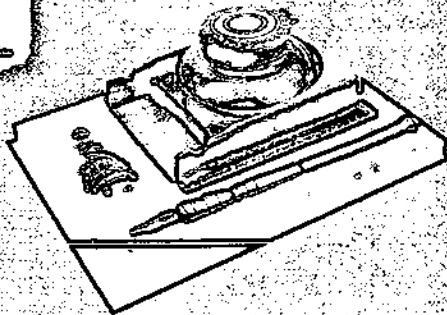
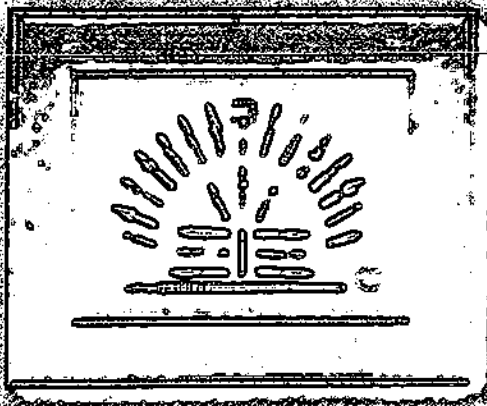
Ανάλογα με τη σχολικότητα, την ιατρολογία ή τη χρονική στιγμή που προκρίνεται ένα δώρο, εντάσσεται σε κάποια από τις παρακάτω κατηγορίες:
Καλωσόρισμα. Μπορεί να είναι το κλάδι με τα φρούτα, ή το μπουζούκι με το φρέσκο κρασί, που θα γευθεί ο επισκέπτης στην είσοδο του διοργανωτή, ενώ τακτοποιεί τις αποσκευές του, ή λίγο αργότερα, απολαμβάνοντας το ηλιοβασιλευμένο, από τη βεράντα του ξενοδοχείου. Αξίζει να σημειωθεί ότι πολλές ελληνικές μονάδες διαθέτουν τη δική τους σκέψη με κάποια τοπική παραγωγή, συσκευασμένα σε μπουζούκια με την επωνυμία του ξενοδοχείου.
Άνεση και Ευκολία. Τέτοια δώρα θα φανούν χρήσιμα σε όλη τη διάρκεια της παραμονής. Τι



καλύτερα, για παράδειγμα, από ένα πανοράμι με αντιμιαστικά προϊόντα και ένα καπέλο, όταν το σπιντόρο λειτουργούσε σε μια παραλιακή τοποθεσία! Η ακόμη μια ημερίδα -χριστουγεννιάτικη ζήτη από το μαξιλάρι- κατά τη διάρκεια ενός incentive trip, ώστε να μπορέσει ο ταξιδιώτης να ποικίσει τα συναισθηματικά του με τους δικούς του ανθρώπους, εκατοντάδες ή χιλιάδες χιλιόμετρα μακριά! Σχεδιάστε ότι η αμερικανική εταιρεία “Neet Feet” κατασκευάζει υπαρκτά με ανάγλυφο ο λογότυπο στο κάτω μέρος της σόλας, ώστε να αφήνουν έντονα ίχνη στην άμμο. Προμήνυμα. Εδώ το δώρο λειτουργεί ως προοίμιος ενός happening. Όταν για παράδειγμα, το πρόγραμμα των περιηγήσεων εκδηλώσεων περιλαμβάνει ένα τουρνουά γκολφ μεταξύ των ανενδόνων, το βράδυ της προηγούμενης ημέρας μπορεί να τοποθετηθεί μέσα στο δωμάτιο ένα καλαθάκι με μπανίτσες ή μια πετσέτα με το λογότυπο του σπιντόρου, συνοδευόμενα από ένα χορομορφικό, χειρόγραφο σημείωμα. Η

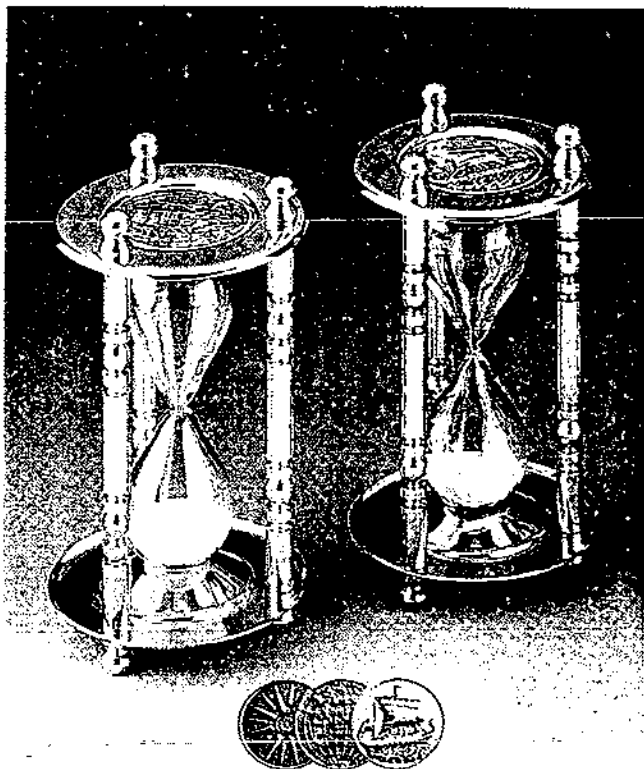
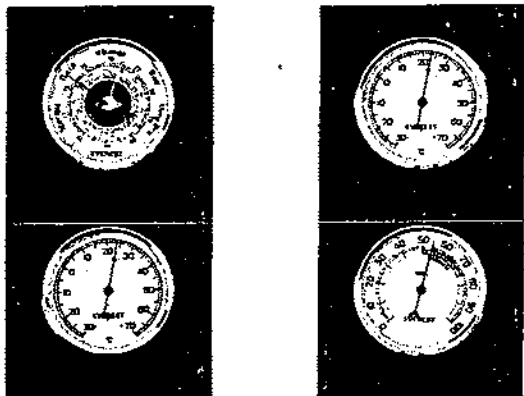
ακόμη, πώς θα σας φαινόταν αν βρίσκατε ένα καπέλο καπετάνιο, πριν από το προγραμματισμένο δείπνο επάνω σε χρονιά μερόπλοιο. Αξίζει να σημειωθεί ότι αραττές είναι οι ελληνικές επιχειρήσεις, που κατά τη διάρκεια των incentive trips, στην προκρίθειά τους να δημοσιεύσουν ένα πρόσθετο κίνητρο για αύξηση των πωλήσεων, προσφέροντας μικρά δωράκια που αντανακλούν μια ιδέα από τον προορισμό της επομένης χρονιάς.
Αναγνώριση και εκτίμηση. Πρόκειται για δώρα με πρόσθετη φινέτσα και χορηγική αξία, τα οποία προσφέρονται επιλεκτικά στα υψηλόβαθμα στελέχη ή τους σπινδοίους τους, λειτουργώντας ως αντανακλάση της “αυτοθεώρησης” της επιχείρησης.
Ανάμνηση. Σε κάθε περίπτωση, οι προσκεκλημένοι θα θυμούνται καλύτερα τις εμπειρίες τους, αν επιστρέψουν στο σπίτι τους με δώρα, που παραπέμπουν στο “χρόνια και τη γεύση” του τόπου που επισκέφθηκαν.

SYNEDRHO 1999



Ειδικές κατασκευές και σχεδιασμός
κατ' αποκλειστικότητα
σε αντικείμενα και έντυπα.

ημερολόγια - ευρετήρια - σημειώσεις



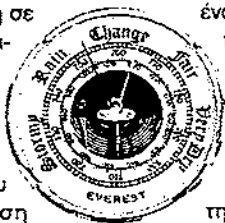
Τι είναι το βαρόμετρο;

Πρόκειται για ένα όργανο που μετρά την ατμοσφαιρική πίεση και μας δίνει προβλέψεις του καιρού μέσα στις προ-σεχείς 24 / 48 ώρες.

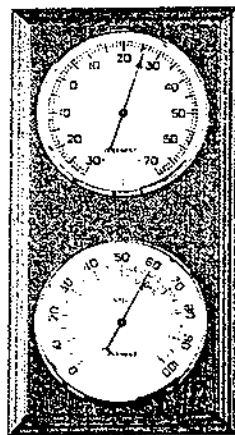
Αυτό επιτυγχάνεται από ένα μεταλλικό πνεύμονα κενό από αέρα, ευαίσθητο στις μεταβολές των ατμοσφαιρικών πιέσεων που πραγματοποιούνται στις διάφορες τοποθεσίες και που προσδιορίζουν τη βελτίωση ή την επιδείνωση του καιρού. Οι μεταβαλλόμενες ατμοσφαιρικές πιέσεις συστέλλουν ή διαστέλλουν τον πνεύμονα που μεταφέρει την κίνηση σε έναν δείκτη (μαύρο).

Το βαρόμετρο α-δύο δείκτες, δείχνει την πίε-σαφί που χρη-σημείο αναφο-ση του μαύρου ριστερά (μείωση πίεσης) μας δείχνει επι-αντίθετα προς τα δεξιά (αύξηση της ατμοσφαιρικής πίε-σης) τη βελτίωσή του.

Για τη ρύθμιση του βαρομέτρου αρκεί να περιστρέψουμε τη μικρή βίδα που βρίσκεται στο πίσω μέρος του οργάνου ώστε να συμπέσει ο μαύρος δείκτης στην ένδειξη που υποδεικνύει ο τοπικός μετεωρολογικός σταθμός. Οι μονάδες μέτρησης της ατμοσφαιρικής πίεσης είναι τα χιλιοστά της στήλης υδραργύρου (mmHg) και τα Hectopascal (hPa).

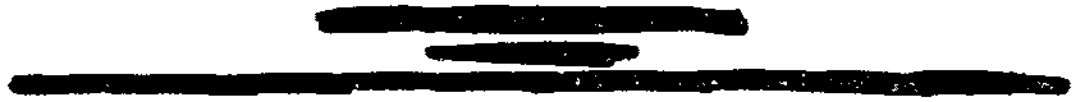


ποτελείται από έναν μαύρο που ση και έναν χρυ-σημιοποιείται σαν ράς. Η μετατόπι-δείκτη προς τα α- της ατμοσφαιρικής δεινωση του καιρού ενώ



ΡΟΛΟΓΙΑ - ΒΑΡΟΜΕΤΡΑ - ΥΓΡΟΜΕΤΡΑ - ΘΕΡΜΟΜΕΤΡΑ - ΣΕ ΕΥΛΟ MASSIF
ΕΠΙΤΡΑΠΕΖΙΑ & ΕΠΙΤΟΙΧΙΑ

GOLDTIME - EVEREST





του Κωνσταντίνου Καραγκούνη
Εκδόση

ΕΝ ΤΕΛΕΙ...

Στο περσινό SYNEDRIO με τον τίτλο "Καλημέρα Internet" είχα περιγράψει τις αλλαγές που έρχονται - και στο Συνεδριακό χώρο - με την εξάπλωση του Internet.

Σε ορωμένους φίλους φάνηκε πρόωρο.

Σήμερα ένα χρόνο μετά δεν τους φαίνεται και τόσο...

Τον χρόνον τα πράγματα θα είναι ακόμη πιο διαφορετικά!

Πιστέψτε με.

Το ποτάμι δεν γυρίζει πίσω.

Νομοτελειακά ο 21ος αιώνας θα είναι ο αιώνας του Internet.

Και στα Συνεδριακά.

Και προετοιμαστείτε...

Έτσι και αλλιώς η προσαρμογή στις νέες συνθήκες θέλει χρόνο.

Θα μου πείτε και το SYNEDRIO τι κάνει.

Μήπως "δάσκαλε που δίδαικες..."

Όχι. Εμείς προχωράμε. Έχουμε πολύ δρόμο βέβαια μπροστά μας.

Αλλά προχωράμε.

Αναμορφώσαμε το SYNEDRIO.gr

Ένα ειδικό On-Line περιοδικό εβδομαδιαίας ενημέρωσης

με Ειδήσεις, Συνεντεύξεις, Άρθρα, Προορισμούς,

Συμβουλές οργάνωσης, Τεχνικές παρουσίασης,

τα Συνέδρια που θα γίνουν, Who is Who των ανθρώπων του

χώρου, Αγορά εργασίας, νέα των ειδικών διεθνών

Associations και Εκθέσεων, Agenda και ΟΔΗΓΟ.

Έναν Οδηγό για να βρείτε συνεργάτες από ένα

Συνεδριακό Κέντρο μέχρι ένα μολύβι και από ένα video wall μέχρι τον επαγγελματία Οργανωτή που θα τα κάνει όλα.

Ο ΟΔΗΓΟΣ για να βρείτε συνεργάτες υπάρχει και σε

ανεξάρτητο αγγλόγλωσσο web site, το MICE.gr

(από τον καθιερωμένο πλέον διεθνώς όρο MICE που σχηματίζεται από τα αρχικά των λέξεων Meeting, Incentive, Congress / Conference / Convention, Event / Exhibition).

Οδηγός - "εργαλείο" των ασπυρταχού ενδιαφερομένων να ετοιμάσουν μία Εκδήλωση στην Ελλάδα.

Στην προβολή του θα έχουμε βέβαια και τη συμπαράσταση της European Association Quality MICE Magazines, της οποίας το SYNEDRIO είναι το μόνο μέλος από την Ελλάδα.

Με την ευκαιρία να τονίσουμε, ότι ο όρος MICE αλλά και MICE Industry, MICE Planner, MICE Specialist, MICE Magazine δημιουργήθηκε από την ανάγκη να καλύπτεται όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων, που το Congress ή έστω το Meeting δεν κάλυπτε.

Έτσι λοιπόν θεωρήσαμε, ότι το MICE.gr εκφράζει καλύτερα το περιεχόμενο ενός

MICE Planner's Guide to Greece.

Ιδιαίτερα στο εξωτερικό.

Να πούμε ακόμη, ότι το "έντυπο" SYNEDRIO κυκλοφορεί 3 φορές τον χρόνο, με το πρώτο τεύχος κάθε χρόνου να είναι και Οδηγός.

Α Ι Τ Η Σ Η

Προς το Διοικητικό Συμβούλιο του Συνεδριακού και Πολιτιστικού Κέντρου Πανεπιστημίου Πατρών.

Αρ. Πρωτοκόλλου:

Ημερομηνία:

ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΦΟΡΕΑ

Όνομα:

Εύθυνος:

E-mail:

Τηλ:

Φαξ:

Δ.Ο.Υ. / Α.Τ.:

Τηλ:

Φαξ:

Αρ. Τ.Κ.

Χώρα:

Δ.Ο.Υ.

ΥΠΟΧΡΩΜΕΝΟΣ

Όνομα:

Εύθυνος:

E-mail:

Τηλ:

Φαξ:

ΠΡΟΣΚΛΗΤΗΣ

Όνομα:

Εύθυνος:

ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

Αιτούμενος αριθμός συμμετεχόντων:

(Ημέρα - Ημερομηνία - Ώρα)

(Ημέρα - Ημερομηνία - Ώρα)

ΕΙΔΟΣ ΕΚΔΗΛΩΣΗΣ

..... 3.

..... 4.

ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ

Πηγή:

Ποσό:

Προβλεπόμενη ημερομηνία πληρωμής:

Προβλεπόμενη ημερομηνία λήξης:

Προβλεπόμενη ημερομηνία λήξης:

Προβλεπόμενη ημερομηνία λήξης:

Τοπικός

Περιφερειακός

Εθνικός

Διεθνής

Άλλος

Επιστημονικός

Ερευνητικός

Εκπαιδευτικός

Συνδικαλιστικός

Άλλος

Υπογραφή / Ιδιότητα / Σφραγίδα

ΕΛ' ΑΣΤΙΡ
Ρατζας
Hellas

Αρ. _____

Ημερομ. _____

Διοργανωτής

Διαχειριστής εορτής

ΣΥΜΦΩΝΗΤΙΚΟ ΕΟΡΤΩΝ ΚΑΙ ΙΔΙΩΤΙΚΩΝ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΩΝ

Συμφωνία μεταξύ του >
αφ' ενός ονομαζομένου

αφ' ετέρου ονομαζομένου "Διοργανωτής"

Όνομα διοργανωτού _____

Όνομα _____

Διεύθυνση _____ Αρ. Τηλ. _____

_____ Δ.Ο.Υ. _____

Υπογραφή _____ Γραμματέας _____

_____ η σύσταση _____

_____ ζες _____

_____ μηνία της εορτής _____ Ώρες: από _____ έως _____

_____ εορτής _____

_____ α ή αίθουσες που θα χρησιμοποιηθούν _____

_____ ιστος εγγυηθείς αριθμός ατόμων _____ ήμη κατ' άτομο _____

_____ για: _____ Δρχ. _____ Δρχ. _____

ΣΥΝΟΛΟ Δρχ. _____



ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Αθήνα, ημερομηνία.....



ΤΙΤΛΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Φόρμα Ημερήσιας Αποζημίωσης και Ταξιδιωτικών Εξόδων

Όνομα: τίτλος:

Εταιρεία/Οργανισμός:

Τηλ: Fax:

Διεύθυνση:

Χώρα: Ταχ. Κωδ.:

Συμμετέχω στο συνέδριο ως : πρόεδρος εισηγητής μέλος

Ημερομηνία άφιξης:

Ημερομηνία αναχώρησης:

Αριθμός λογαριασμού:

Αριθμός ημερών: x (ημερήσια αποζημίωση): = ECU

Εισητήρια: ECU

Σύνολο: ECU

.....
Υπογραφή

ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ 2000

ΚΟΣΤΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ - ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ

A. ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ

Κόστος / ημέρα / μονάδα

Καρτρίνα διερμηνείας, ασύρματοι δέκτες και διανομή δεκτών	374.17
Ηλεκτροκίνητη οθόνη 4X4 μ.	32.50
Ηλεκτροκίνητη οθόνη 2X2 μ.	13.50
Φόρητη οθόνη 2X2 μ.	13.50
Overhead Projector	39.30
Slide Projector	83.70
TV & Video	64.60
Video Data Projector συνεδριακών αιθουσών	366.90
Video Data Projector αιθουσών σεμιναρίων - συναντήσεων	190.75
Visualizer	110.05
Ηλεκτρονικός φωτοτυπικός πίνακας	154.07
Flipchart	14.70
Laser Pointer	16.15
Ηλεκτρονικός Υπολογιστής	93.90
Εκτυπωτής (Laser A/M ή Jet έγχρωμος)	47.00
Εξοπλισμός και σύνδεση με internet	126.20
Τηλεφωνική μονάδα / μονάδα internet	0.09
Μικροφωνική και μεγαφωνική εγκατάσταση συνεδριακών αιθουσών	161.40
Μικροφωνική και μεγαφωνική εγκατάσταση εκπαιδευτικών αιθουσών	96.85
Κάμερα	79.20

B. ΑΛΛΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

Κόστος / ημέρα / μονάδα

Τεχνικός για οπτικοακουστικό εξοπλισμό ή Η/Υ (7 ώρες)	93.91
Επιπλέον ώρα παρενστάς τεχνικού	6.45
Άτομο για γραμματειακή υποστήριξη (7 ώρες)	67.50
Audiovisual Reception (αίθουσα, οπτικοακουστικός εξοπλισμός και τεχνικός)	88.04
Διερμηνεία 4 ώρες (Ελληνικά - Αγγλικά)	381.50
Βιντεοσκόπηση με σύστημα Beta (για 8 ώρες)	616.28
Βιντεοσκόπηση με σύστημα Super VHS (για 8 ώρες)	293.50
Μαγνητοφώνηση πρακτικών	170.20
Απομαγνητοφώνηση πρακτικών / ώρα	88.05
Πανό 5X0,60 για πάνελ συνεδριακών αιθουσών	293.50
Ταμπελάκια πέτου	0.63
Ταμπελάκια ομιλητών	0.63
Μπλακ - στυλό	1.05
Pontium	38.15
Φωτοτυπίες απλές	0.06
Φωτοτυπίες με θερμοκόλληση	0.07
Φωτοτυπίες με σπιράλ	0.10
Εκτυπώσεις ή φωτοτυπίες σε διαφάνειες για O/H Projector	0.80
Εκτυπώσεις από Η/Υ	0.10
Έγχρωμες εκτυπώσεις από Η/Υ	0.10
Ανθοδέσμη	76.30

Στις αναγραφόμενες τιμές, δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ 18%

**ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΣ
ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
2000
Α. ΑΙΘΟΥΣΕΣ**

Ημερήσια Χρέωση

Μεγάλη συνεδριακή αίθουσα 450 ατόμων	1320,00
Μεσαία συνεδριακή αίθουσα 300 ατόμων	998,00
Μικρή συνεδριακή αίθουσα 100 ατόμων	352,16
Μικρή συνεδριακή αίθουσα 100 ατόμων (από ενοποίηση δύο αιθουσών σεμιναρίων - συναντήσεων)	346,30
Αίθουσα σεμιναρίων - συναντήσεων ¹	229,00
Εργαστήριο Πληροφορικής / Multimedia 12 σταθμών εργασίας ²	381,50
Εργαστήριο Πληροφορικής / Multimedia 20 σταθμών εργασίας	454,20
Χρήση επιπλέον workshop room	594,00
Γραφείο εισηγητών	94,00
Αίθριο (εσπατόριο 360 ατόμων)	631,00

Β. ΕΚΘΕΣΙΑΚΟΣ ΧΩΡΟΣ

Ημερήσια Χρέωση

Εκθεσιακός χώρος / τετραγωνικό μέτρο	22,45
Εκθεσιακός χώρος με δομή / τετραγωνικό μέτρο	37,40

Γ. ΔΙΑΜΟΝΗ

Χρέωση / άτομο

Μονόκλινο δωμάτιο με πρωινό στο ξενώνα του Κέντρου	42,55
Μονόκλινα δωμάτια σε συνεργαζόμενα ξενοδοχεία A' cat. (συμπεριλαμβανομένου πρωινού, όλων των φόρων και μεταφοράς όπου απαιτείται)	από 41,00 έως 70,40
Δίκλινα δωμάτια σε συνεργαζόμενα ξενοδοχεία A' cat. (συμπεριλαμβανομένου πρωινού, όλων των φόρων και μεταφοράς όπου απαιτείται)	από 53,00 έως 82,00

Στις αναγραφόμενες τιμές, εκτός των δωματίων συνεργαζόμενων ξενοδοχείων, δεν περιλαμβάνεται ΦΠΑ 18%

¹ Στην τιμή των αιθουσών σεμιναρίων - συναντήσεων περιλαμβάνεται η χρήση 2 workshop rooms. & πινάκων.

² Στην τιμή των εργαστηρίων πληροφορικής / multimedia περιλαμβάνεται η χρήση video/data projector & οθόνης 2Χ2 και πινάκων.

^{3,4} Οι τιμές ποικίλουν ανάλογα με την σεζόν και την τιμή πόρτας των ξενοδοχείων.

TRAINING ROOMS

FEATURES/EQUIPMENT	PROTAGORAS	PYTHAGORAS & HERACLITOS
• Square meters	80	80
• Twenty COMPAQ Workstations	✓	✓
• UNIX system	✓	✓
Foreign language / professional terminology lab	✓	
• Multimedia applications	✓	✓
• IT programs	✓	✓
• Screen 2x2m	✓	✓
• Video/data projector	✓	✓
• Photo C.D.	✓	✓
• Multimedia P.C.	✓	✓
• Flipcharts	✓	✓
• Electronic photostatic boards	✓	✓
• Mobile interpretation booths	✓	✓
• Air conditioning system	✓	✓
• Ventilation system	✓	✓

SEMINAR ROOMS

FEATURES/EQUIPMENT	
• Square meters	80
• Theater style	60
• U style	27
• School style	30
• Screen 2x2m	✓
• Flipcharts	✓
• Electronic photostatic boards	✓
• O/H projector	✓
• Slide projector	✓
• Video - T.V	✓
• Portable video camera	✓
• L.C.D	✓
• Mobile interpretation booths	✓
• Air conditioning system	
• Ventilation system	

You may find more information in our Internet pages at the site of Travelling Internet: <http://www.travelling.gr> at the category: «Conference facilities» .

(<http://www.travelling.gr/conekt>)

