



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ: «Συνεδριακός τουρισμός Νομού Αττικής»

ΦΟΙΤΗΤΕΣ: Ιωάννα Μαγκλή / Αρ. Μητρώου: 3974
 Νικόλαος Τσανός / Αρ. Μητρώου: 4026
 Εμμανουήλ Φιλιππής / Αρ. Μητρώου: 4094

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: Ι. Σπηλιόπουλος

ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ 2007

ΠΑΤΡΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

1	ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	4
2	ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	5
2.1	Έννοια του συνεδριακού τουρισμού.....	5
2.2	Διακρίσεις συνεδρίων.....	6
2.3	Το προφίλ του συνεδριακού τουρίστα	9
2.4	Ορολογία των συνεδριακών εκδηλώσεων	11
2.4.1	Συνέδρια	11
2.4.2	Διασκέψεις - Συνδιασκέψεις	12
2.4.3	Συσκέψεις	12
2.4.4	Συνελεύσεις.....	12
2.4.5	Διαλέξεις - Ομιλίες.....	12
2.4.6	Ημερίδες	13
2.4.7	Φόρουμ (Forum).....	13
2.4.8	Συμπόσια	13
2.4.9	Σεμινάρια.....	14
2.4.10	Meeting (Συναντήσεις).....	14
3	ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	15
3.1	Ιθύνοντες οργανωτές - σύνεδροι	15
3.1.1	Ιθύνοντες (εντεταλμένοι)	15
3.1.2	Οργανωτές συνεδρίων.....	16
3.1.3	Σύνεδροι	17
3.2	Φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων.....	18
3.2.1	Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.....	18
3.2.2	Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα.....	19
3.2.3	Ιδιωτική πρωτοβουλία.....	19
3.3	Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων.....	20
3.4	Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων.....	21
3.5	Προετοιμασία οργάνωσης συνεδρίου.....	23
3.5.1	Τύποι συνεδριακών χώρων.....	27
3.5.2	Εξοπλισμός των χώρων	41
3.5.3	Ανθρώπινο δυναμικό.....	47
3.5.4	Έντυπα υλικά	51
3.5.5	Πρόγραμμα	52
3.5.6	Διακόσμηση χώρων.....	53
3.5.7	Επισιτιστικές υπηρεσίες.....	53
3.5.8	Ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους.....	56
3.5.9	Υποδοχή - αναχώρηση των συνέδρων.....	57
3.5.10	Αξιολόγηση της διεξαγωγής του συνεδρίου.....	58
4	Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ.....	60
4.1	Η σημασία του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Αττικής.....	60
4.2	Φορείς του συνεδριακού τουρισμού στην Αττική.....	64

4.2.1	Δημόσιοι και κρατικοί φορείς.....	64
4.2.2	Ιδιωτικές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών διοργάνωσης συνεδρίων	68
4.3	Ο ρόλος της Αττικής στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού	72
4.4	Συνεδριακοί χώροι στο Νομό Αττικής	73
4.4.1	Ανεξάρτητοι Συνεδριακοί χώροι.....	73
4.4.2	Συνεδριακά κέντρα σε ξενοδοχεία αναψυχής.....	102
5	ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ	103
5.1	Διάθεση του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος	103
5.2	Παρέμβαση των ταξιδιωτικών γραφείων.....	103
5.3	Διάθεση μέσω συνεργασίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.....	104
5.4	Το τμήμα πωλήσεων του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος	104
5.5	Μέσα και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος	105
5.6	Τιμολογιακή πολιτική.....	112
6	ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ.....	115
6.1	Η Αθήνα ως κέντρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου	115
6.2	Η συμβολή των συνεδρίων στον τουρισμό και την ξενοδοχειακή αγορά.....	116
6.3	Προτάσεις και απόψεις σχετικών φορέων	116
6.3.1	Σύγχρονο και μεγάλο συνεδριακό κέντρο	118
6.3.2	Απόψεις και προτάσεις φορέων συνεδριακού τουρισμού	119
6.4	Επίλογος.....	120
	ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	122
	ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	132

1 ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ως τουρισμό θεωρούμε τη μετακίνηση ατόμου ή ατόμων από το γεωγραφικό περιβάλλον της μονίμου διαμονής τους σε ένα άλλο γεωγραφικό περιβάλλον, η οποία είναι προσωρινή, αποσκοπεί στην ικανοποίηση ψυχικών επιθυμιών ή πνευματικών περιεργειών και η οποία προκαλεί ως αποτέλεσμα τη δημιουργία οικονομικών δραστηριοτήτων.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αναπτύχθηκε με βάση ένα μοντέλο προσφοράς, το οποίο βασιζόταν στο παραδοσιακό τρίπτυχο «ουρανός - θάλασσα - εγκάρδια φιλοξενία», έχοντας επενδύσει αποκλειστικά στους απεριόριστους φυσικούς πόρους και την ιδιοσυγκρασία των ανθρώπων της. Το μοντέλο αυτό συνέβαλε για πολλά χρόνια στην εικόνα της ανάπτυξης του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος. Με την τουριστική ανάπτυξη όμως και των άλλων χωρών και κατά συνέπεια τον συνεχώς αυξανόμενο ανταγωνισμό δημιουργήθηκε η ανάγκη αναζήτησης και άλλων πηγών προσέλκυσης του τουριστικά μετακινούμενου ατόμου. Για το λόγο αυτό ήταν αναγκαία η δημιουργία μιας τουριστικής επιλογής προσανατολισμένης στην προσέλκυση τουριστών με ειδικά ενδιαφέροντα και απαιτήσεις. Τουρίστες δηλαδή με υψηλή συναλλαγματική απόδοση και δεδομένο ενδιαφέρον για προσέλευση σε περιόδους εκτός της καθιερωμένης τουριστικής αιχμής.

Σε αυτή την ανάγκη ανταποκρίθηκε με επιτυχία ο Συνεδριακός Τουρισμός. Η ανάπτυξη του Συνεδριακού προϊόντος συνεπάγεται σημαντικά οφέλη για την οικονομία και τον ελληνικό τουρισμό. Προς αυτή την κατεύθυνση προσανατολίζεται τα τελευταία χρόνια η προσπάθεια τόσο των κρατικών όσο και των ιδιωτικών φορέων στην Ελλάδα με έμφαση στα μεγάλα αστικά κέντρα και ιδιαίτερα στο Νομό Αττικής.

Αυτό θα πραγματευτούμε παρακάτω αναλύοντας την πορεία της ανάπτυξης και τις προοπτικές εξέλιξης του Συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Αττικής τα τελευταία χρόνια.

2 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

2.1 Έννοια του συνεδριακού τουρισμού

Με τον όρο συνέδριο εννοούμε τη γενική και επίσημη συνεδρίαση ενός νομοθετικού σώματος, μιας κοινωνικής ή οικονομικής ομάδας με σκοπό την παροχή πληροφοριών για μια συγκεκριμένη κατάσταση και τη μελέτη των δεδομένων, που ως αποτέλεσμα θα έχει τη συναίνεση των συνέδρων για την ακολούθηση συγκεκριμένης πολιτικής. Συνήθως είναι περιορισμένης διάρκειας με προκαθορισμένους στόχους αλλά όχι σταθερή συχνότητα.

Στις ΗΠΑ ο όρος «Convention» χρησιμοποιείται για να περιγράψει μεγάλα διεθνή αλλά κυρίως εθνικής εμβέλειας επιχειρηματικά συνέδρια για ενημερωτικούς ή εμπορικούς σκοπούς, επειδή στις εκεί χρησιμοποιείται ο όρος «Congress» μόνο για το Κοινοβούλιο.

Συνεδριακός τουρισμός, σύμφωνα με τον Kaspar, είναι το σύνολο των σχέσεων και εκδηλώσεων που προκύπτουν από την αλλαγή του τόπου και την παραμονή προσώπων που συναντώνται με κύριο σκοπό την ανταλλαγή επιστημονικών ή εξειδικευμένων πληροφοριών και για τα οποία ο τόπος της συνέλευσης δεν είναι ούτε κύρια κατοικία μήτε τόπος εργασίας.

Θα πρέπει να προσεχθεί ότι στον τουρισμό «συνεδριακός τουρισμός» εν αντιθέσει προς τον όρο «συνέδριο» κάτοικοι και εργαζόμενοι στον τόπο του συνεδρίου δεν περιλαμβάνονται στην λειτουργία σαν συμμετέχοντες του συνεδρίου.

Η διεθνής Ομοσπονδία (Union des Association Internationales U.A.I.) εφαρμόζει μία κατηγοριοποίηση των συνεδρίων ανάλογα προς το αντικείμενο που πραγματεύεται η συγκέντρωση.

Μία παραπέρα διαφοροποίηση των τύπων συνεδρίων προκύπτει λαβαίνοντας υπόψη τη χρονική διάρκεια. Ο όρος «ημερίδα» χρησιμοποιείται περισσότερο για συνέδρια που διαρκούν από μία μέχρι δύο ημέρες, η έκφραση «συνέδριο» χρησιμοποιείται για συναθροίσεις μεγαλύτερης διάρκειας.

Από την κατανομή των συνεδρίων με βάση το σκοπό και τον στόχο προκύπτουν τέσσερις βασικοί τύποι:

- Διεθνή και εθνικά συνέδρια και ημερίδες

Κύριος σκοπός: Ανταλλαγή πληροφοριών

- Σεμινάρια και εκπαιδευτικές παρουσιάσεις

Κύριος σκοπός: Κατάρτιση και επιμόρφωση

- Παρουσίαση προϊόντων (sales presentation)

Κύριος σκοπός: Προώθηση πωλήσεων στους υπεύθυνους διάθεσης

- Ταξίδια επιβράβευσης (incentive meetings)

Κύριος σκοπός: Παρότρυνση συνεργατών του τομέα πωλήσεων για ενίσχυση της δραστηριότητας πωλήσεων (ταξίδια κινήτρων σαν επιβράβευση για τις αποτελεσματικές πωλήσεις).

2.2 Διακρίσεις συνεδρίων

Τα συνέδρια διακρίνονται ανάλογα με τη διάρκεια, το μέγεθος τους την εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων, τον τρόπο χρηματοδότησης τους και τέλος την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι σύνεδροι. Στη βάση των φορέων που τα διοργανώνουν, τα συνέδρια διακρίνονται ως εξής:

Επιστημονικά συνέδρια

Τα επιστημονικά συνέδρια, κυρίως τα ιατρικά συνέδρια, μπορούν να έχουν μια

ιδιαίτερη αξία και να επαναλαμβάνονται στο ίδιο μέρος μετά από ορισμένο χρονικό διάστημα. Πολλοί γιατροί και άλλοι επιστήμονες συνδυάζουν διακοπές και συνεχή εκπαίδευση-ενημέρωση. Αυτό το φαινόμενο είναι ιδιαίτερα σημαντικό, καθόσον η ενημέρωση συνδυάζεται και με μια ευχάριστη αλλαγή Το φορολογικό καθεστώς πολλών κρατών ενθαρρύνει την οργάνωση αυτών των συγκεντρώσεων.

Οι δαπάνες του συνεδρίου αφαιρούνται από το ετήσιο φορολογητέο εισόδημα, τουλάχιστον κατά ένα μέρος. Τα επιστημονικά συνέδρια παρουσιάζουν το πλεονέκτημα ότι η διάρκεια τους είναι κατά κανόνα μεγάλη. Τέλος, τα συνέδρια αυτά ενδιαφέρουν συγχρόνως και επιχειρήσεις που επιθυμούν να παρουσιάσουν τα συναφή με το συνέδριο προϊόντα τους. Αυτό σημαίνει πως συνδυάζονται με πολλές παράλληλες εκδηλώσεις και κυρίως με εκθέσεις. Συνήθως επιχορηγούνται από το κράτος αλλά και από τις επιχειρήσεις των οποίων τα προϊόντα σχετίζονται με το συνέδριο.

Εμπορικά συνέδρια

Τα εμπορικά καθώς και τα συνέδρια επαγγελματιών φορέων έχουν άμεση σχέση με τις επιδιώξεις των φορέων που τα συγκαλούν. Αυτές οι επιδιώξεις μπορεί να ποικίλουν από φορέα σε φορέα και μπορεί να είναι: η αύξηση της παραγωγικότητας, των κερδών, η διεύρυνση της αγοράς. Όλα αυτά φυσικά όχι για λογαριασμό του ίδιου του φορέα αλλά των μελών του, που μπορεί να είναι νομικά πρόσωπα (ενώσεις, εταιρείες, οργανισμοί) ή φυσικά πρόσωπα.

Τα συνέδρια αυτά συμφέρουν οικονομικώς τον ξενοδόχο. Πολύ συχνά, μεγάλες πολυεθνικές εταιρείες, ενώσεις παραγωγών, συνεταιριστικές, ακόμη και μεμονωμένοι κατασκευαστές αξιοποιούν αυτές τις συγκεντρώσεις, για να προωθήσουν τα προϊόντα τους. Εάν το ξενοδοχείο διαθέτει τους αναγκαίους χώρους και τα τεχνικά μέσα, ένα ξενοδοχείο διαθέτει τους αναγκαίους χώρους και τα τεχνικά μέσα, ένα τέτοιο συνέδριο θα μπορεί να συνοδεύεται από μια έκθεση. Η έκθεση έχει και η ίδια ενοίκιο και

συνδυάζεται με γεύματα και δεξιώσεις, που είναι εξίσου αποδοτικές. Γενικά ένα ξενοδοχείο έχει συμφέρον να επιδιώκει συνέδρια τα οποία περιλαμβάνουν και εκθέσεις.

Συνέδρια κομματικού, κοινωνικού, πολιτικού περιεχομένου

Συνέδρια διοργανώνονται επίσης από πολιτικά κόμματα, κοινωνικές οργανώσεις (π. χ. συνδικαλιστικές, γυναικείες ενώσεις) και από πολιτικές ενώσεις. Οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι εθνικοί ή διεθνείς. Σκοπός αυτών των συνεδρίων είναι ο απολογισμός του έργου των φορέων, η χάραξη στρατηγικής τους, η λειτουργία και ανάπτυξη τους κ.λπ.

Συνέδρια διεθνών οργανισμών

Οι διεθνείς οργανισμοί αποτελούν, θα λέγαμε, την απόρροια της διεθνούς συνεργασίας. Η συμμετοχή κάποιου κράτους ως μέλους ενός διεθνούς οργανισμού του δίνει το δικαίωμα να συμμετέχει σε συνέδρια που οργανώνει ο οργανισμός αυτός. Το χαρακτηριστικό αυτής της κατηγορίας των συνεδρίων είναι ότι οργανώνονται από κρατικές υπηρεσίες του κράτους-μέλους του οργανισμού.

Η συνήθης ορολογία για τα συνέδρια αυτά είναι διεθνής διάσκεψη ή διεθνής συνδιάσκεψη. Υπάρχει άμιλλα μεταξύ των κρατών-μελών για την καλύτερη οργάνωση και διεξαγωγή του συνεδρίου, με αποτέλεσμα να προβάλλονται και οι καλύτερες τουριστικές υπηρεσίες τους. Συνήθως τα συνέδρια αυτά είναι σε ετήσια βάση. Ενδεικτικά αναφέρουμε το συνέδριο του Διεθνούς Γραφείου Εργασίας (κάθε έτος), της Παγκόσμιας Οργάνωσης Υγείας, του Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού, της Διεθνούς Ολυμπιακής Επιτροπής κ.λπ.

Συσκέψεις

Χαρακτηρίζονται από το μικρό αριθμό συμμετεχόντων καθώς και από τη μικρή τους διάρκεια (λίγες ώρες έως δύο ημέρες). Επίσης άλλο χαρακτηριστικό είναι το υψηλό επίπεδο θέσης των συμμετεχόντων, μέσα στην εταιρεία, οργάνωση ή γενικά το φορέα.

Η αλλαγή του χώρου που συνήθως πραγματοποιείται η σύσκεψη και που συνήθως βρίσκεται μέσα στις εγκαταστάσεις των γραφείων του φορέα, είναι κάτι που όλοι οι συμμετέχοντες θα το ήθελαν. Μια μικρή αίθουσα σε ένα κοντινό ξενοδοχείο ή ακόμη καλύτερα μια ειδικά διαμορφωμένη σουίτα ξενοδοχείου εξασφαλίζει άνεση στα στελέχη και συντελεί αποφασιστικά στη λήψη αποφάσεων. Οι αποφάσεις μπορεί να συνδυάζονται με *γεύματα εργασίας*.

Σεμινάρια

Τα σεμινάρια μπορούν να αποτελέσουν μια σταθερή πελατεία σε ξενοδοχεία απομονωμένα από μεγάλα αστικά κέντρα. Απαραίτητη προϋπόθεση φυσικά γι' αυτό είναι οι χώροι τους και οι εγκαταστάσεις τους να ανταποκρίνονται στις όποιες ειδικές ανάγκες.

2.3 Το προφίλ του συνεδριακού τουρίστα

Πριν αναλύσουμε το συνεδριακό τουρίστα, τι απαιτεί και τι προσφέρει, θα ήταν σκόπιμο να ρίξουμε μια ματιά στο προφίλ των οργανισμών, ενώσεων, συλλόγων, επιχειρήσεων κ.λ.π., που λειτουργούν ως φορείς οργάνωσης του όποιου συνεδρίου πραγματοποιείται.

Σύμφωνα με στοιχεία της U.I.A. (Union of International Association) σε μια καταμέτρηση 1800 και άνω διεθνών συλλόγων, οι 1586 διοργανώνουν κατά 42% ετήσιες

συγκεντρώσεις, κατά 24% κάθε δύο χρόνια και το υπόλοιπο 34% κάθε τρία ή τέσσερα χρόνια. Η αγορά που ανοίγεται επομένως είναι ιδιαίτερα μεγάλη και αυτό γιατί οι διεθνείς ενώσεις και οι σύλλογοι αυξάνουν με ταχύτατους ρυθμούς γιατί δημιουργούν παραρτήματα σε όλο και περισσότερες χώρες.

Επιπλέον, η στροφή των κοινωνιών στην αυστηρά εξειδικευμένη γνώση που θα φέρει την πρόοδο, αλλά και η ανάγκη ολοένα και περισσότερων νέων στοιχείων που θα εμπλουτίσουν την εμπειρία των εργαζομένων - προκειμένου να εξελιχθούν στους χώρους δουλειάς, είναι σημεία που κυριαρχούν στο σύγχρονο τρόπο του σκέπτεσθαι και πράττειν.

Βάσει λοιπόν αυτών των στοιχείων είναι εύκολο να σκιαγραφήσουμε τη φυσιολογία, τις ανάγκες, τις συνήθειες και τις απαιτήσεις του συνεδριακού τουρίστα. Ο οποίος σε γενικές γραμμές είναι συνήθως επιστήμονας ή επιχειρηματίας με πανεπιστημιακή μόρφωση, ταξιδεύει συχνά, είναι οικογενειάρχης και συμμετέχει ως μέλος σε διάφορα σωματεία, συλλόγους, κ.λ.π. Διαβάζει εξειδικευμένα έντυπα σχετικά με τα ενδιαφέροντα του και, αν αθλείται, επιλέγει σχετικά ακριβά σπορ, όπως ιστιοπλοΐα, τένις, γκολφ. Η ηλικία του είναι η πλέον παραγωγική (από 35 έως 65) και η οικονομική του κατάσταση από μεσαία έως πάρα πολύ καλή. Προτιμά τη μετακίνηση με αεροπλάνο και εκτιμά ιδιαίτερα τα στοιχεία που έχουν σχέση με την πολιτιστική και ιστορική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτεται.

Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις τέχνης, όπως θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, αλλά και ξεναγήσεις σε παραδοσιακούς χώρους, μουσεία, αρχαιολογικά μνημεία, πινακοθήκες, τον ενδιαφέρουν και δέχεται να συμπληρώνουν το πρόγραμμα των εργασιών του συνεδρίου.

Ακόμη, έχει αποδειχθεί πως όταν το συνέδριο γίνεται μέσα στο ξενοδοχείο, ο συνεδριακός τουρίστας αφήνει τρεις έως τέσσερις φορές περισσότερα χρήματα στο μπαρ από τον τουρίστα διακοπών. Ο συγκεκριμένος πελάτης επομένως, έχει ιδιαίτερες συνήθειες και σαφώς απαιτήσεις, που σχετίζονται με τα μέσα μεταφοράς του, τις

εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό των χώρων διεξαγωγής του συνεδρίου, τον τόπο διαμονής και την ποιότητα διατροφής, εξυπηρέτησης και διασκέδασης του.

Το 12% του συνολικού τζίρου των ξενοδοχείων Α' και LUX κατηγοριών προέρχεται από συνέδρια και business travel. Για τα ξενοδοχεία της Αθήνας το ποσοστό αυτό αγγίζει το 30-35% του τζίρου τους. Η δαπάνη ενός συνέδρου, προκειμένου να συμμετάσχει σε ένα συνέδριο, είναι κατά μέσο όρο 250-300\$ την ημέρα. Το 50-70% των συνεδριακών δαπανών πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο, το οποίο με την τακτική διοργάνωση τέτοιων εκδηλώσεων πετυχαίνει υψηλότερες πληρότητες και μεγάλα κέρδη.

2.4 Ορολογία των συνεδριακών εκδηλώσεων

2.4.1 Συνέδρια

Είναι η συνάντηση ατόμων με κοινά ενδιαφέροντα και ιδιότητα με σκοπό τη συζήτηση θέματος και ενδεχομένως τη λήψη αποφάσεων.

Το θέμα του συνεδρίου εξαρτάται από την κοινή ιδιότητα κάτω από την οποία συνέρχονται οι συμμετέχοντες. Μπορεί να αφορά την επιστήμη, την πολιτική, την τεχνολογία, το εμπόριο κ.λπ. Η κοινή ιδιότητα των συμμετεχόντων σχετίζεται με το φορέα, υπό την ευθύνη του οποίου συνέρχονται.

Τα περισσότερα συνέδρια, πραγματοποιούνται σε τακτική βάση συνήθως ετήσια. Αποτελούνται τις περισσότερες φορές, σε ότι αφορά τη διεξαγωγή τους, από το κυρίως συνέδριο στο οποίο συμμετέχουν όλοι οι σύνεδροι και από άλλα μικρότερα συνεδριακά τμήματα, δευτερεύοντα, γνωστά σαν συνεδριάσεις επιτροπών του συνεδρίου.

Για το κυρίως συνέδριο, απαιτείται μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα ή κάποιο αμφιθέατρο μεγέθους ανάλογου του αριθμού των συνέδρων. Για τις δευτερεύουσες

συνεδριάσεις απαιτούνται μικρότεροι χώροι, όσοι και ο αριθμός των επιτροπών.

2.4.2 Διασκέψεις - Συνδιασκέψεις

Οι όροι αυτοί είναι συνώνυμοι μεταξύ τους και χρησιμοποιούνται για να περιγράψουν ένα συνέδριο όταν αυτό περιλαμβάνει συζητήσεις σε μεγαλύτερη διάρκεια και απαιτεί την συμμετοχή των ατόμων σε αυτό. Ισχύουν και εδώ όσα αναφέρθηκαν για το συνέδριο.

2.4.3 Συσκέψεις

Αφορούν συναντήσεις λίγων ατόμων και έχουν συνεδριακό χαρακτήρα. Είναι γνωστές ως συσκέψεις στρογγυλής τράπεζας. Ο όρος αυτός συνιστά ότι τα άτομα συμμετέχουν στη σύσκεψη ισότιμα. Με την καθοδήγηση ενός προέδρου καταλήγουν, σε συμπεράσματα ή αποφάσεις, ανάλογα με το αν αποτελούν συμβουλευτικό σώμα ή εκτελεστικό.

2.4.4 Συνελεύσεις

Έχει επικρατήσει ο όρος αυτός κυρίως για να περιγράψει συναντήσεις ενημέρωσης και αλληλογνωριμίας, μεταξύ των μετόχων μιας επιχείρησης και της Διοίκησης της ή μεταξύ των μελών μιας συνδικαλιστικής οργάνωσης.

2.4.5 Διαλέξεις - Ομιλίες

Διάλεξη είναι η παρουσίαση ενός συγκεκριμένου θέματος, από κάποιον που χαρακτηρίζεται ειδήμων στον τομέα του. Χαρακτηρίζεται από την αναλυτική

παρουσίαση της. Μπορεί να αφορά θέμα γενικού ενδιαφέροντος ή ειδικού, όπως επίσης και να ακολουθεί ή όχι συζήτηση στο τέλος. Το μέγεθος του ακροατηρίου ποικίλει. Οι ομιλίες αφορούν θέματα γενικού ενδιαφέροντος με παρουσίαση πιο εύκαμπτη, και λιγότερη επιστημότητα.

2.4.6 Ημερίδες

Είναι συναντήσεις πανηγυρικού χαρακτήρα που διαρκούν μια ημέρα. Περιλαμβάνουν χαιρετιστήριες ομιλίες ή και διαλέξεις. Χαρακτηρίζονται έτσι συχνά, συνέδρια επιστημονικών ενώσεων, κυρίως ιατρικών, ημερήσιας διάρκειας.

2.4.7 Φόρουμ (Forum)

Ο όρος αυτός περιγράφει συναντήσεις με *πάνελ* εισηγητών. Χαρακτηριστικό γνώρισμα τους είναι ότι ακολουθεί κατευθυνόμενη συζήτηση στην οποία μπορεί να συμμετέχει και το ακροατήριο. Ο συντονιστής της όλης διαδικασίας ομαδοποιεί θέσεις, απόψεις και προβλήματα και οδηγεί ανάλογα τη διαδικασία. Οι συμμετέχοντες συνήθως κάθονται σε διατάξεις τραπεζιών ή εδράνων και σπανιότερα σε διατάξεις μόνο καθισμάτων.

2.4.8 Συμπόσια

Ο όρος αυτός δεν υποδηλώνει ένα πλούσιο και επίσημο γεύμα ή δείπνο. Αφορά «πνευματική τροφή» που προσφέρεται με επιστημότερο τρόπο από ότι στο φόρουμ. Το συμπόσιο είναι σχεδόν συνώνυμο με το φόρουμ.

2.4.9 Σεμινάρια

Στο ευρύ κοινό είναι γνωστή μόνο μια πλευρά αυτού του όρου: αυτή που συνδέεται με τον παραδοσιακό τρόπο διδασκαλίας - άσχετα αν χρησιμοποιούνται σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα και βοηθήματα - και στόχο έχει την συμπληρωματική μόρφωση ή εξειδίκευση κάποιων ατόμων. Ωστόσο, ο όρος αυτός καθορίζει το είδος της εκπαιδευτικής διαδικασίας η οποία έχει τα χαρακτηριστικά του συμποσίου και του φόρουμ. Ο αριθμός των συμμετεχόντων στο σεμινάριο είναι μικρός. Αντίθετα ο αντίστοιχος αριθμός σε συμπόσια ή φόρουμ είναι μεγαλύτερος.

2.4.10 Meeting (Συναντήσεις)

Ο όρος «meeting» έχει καθιερωθεί σαν όρος και στη γλώσσα μας. Αφορά συναντήσεις καθαρά ενδοεπιχειρησιακού ενδιαφέροντος οι οποίες δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα με τη στενή έννοια του όρου. Αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές συναντήσεις.

3 ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΚΑΙ ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

3.1 Ιθύνοντες οργανωτές - σύνεδροι

Για την πραγμάτωση οποιουδήποτε συνεδρίου είναι εξ ορισμού θα λέγαμε απαραίτητη η ύπαρξη και ενεργοποίηση - για διαφορετικούς ίσως λόγους και με διαφορετικά κίνητρα - του ανθρώπινου τρίπτυχου των ιθυνόντων ή εντεταλμένων, των οργανωτών και των συνέδρων.

Κάποια πρόσωπα με την υψηλή ιεραρχική θέση που κατέχουν -στους φορείς, οργανώσεις, ενώσεις, συλλόγους, επιχειρήσεις κ.λ.π.- έχουν τη δυνατότητα να συναποφασίσουν για τη διεξαγωγή, τον τόπο και το χρόνο του συνεδρίου. Αυτούς γενικά ονομάζουμε ιθύνοντες ή εντεταλμένους. Δεν είναι απαραίτητο οι ιθύνοντες να αποφασίζουν πάντα οι ίδιοι για όλες τις τεχνικές διαδικασίες του συνεδρίου. Αυτό είναι δουλειά των οργανωτών του.

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

3.1.1 Ιθύνοντες (εντεταλμένοι))

Από τα κοινά σημεία των συνεδρίων είναι ότι ο κάθε ιθύνων έχει μια προσωπική και συγκεκριμένη άποψη για το σκοπό των συγκεντρώσεων και τον τρόπο διεξαγωγής τους. Ανάμεσα στο πλήθος των ενδεχομένων απόψεων και στόχων αναφέρονται:

- η επιθυμία να γίνει το συνέδριο γνωστό στο ευρύ κοινό, που συνεπάγεται την αναζήτηση και επαφή με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης,
- η έμφαση στο να συμπεριληφθούν στο πρόγραμμα κοσμικές εκδηλώσεις και

εορταστικά γεύματα,

- ή αντίθετα με τα προηγούμενα, η επιδίωξη μιας οικογενειακής ατμόσφαιρας, για την προώθηση των επαφών μεταξύ των συμμετεχόντων και την αύξηση της συνοχής τους.

Γενικά μπορούμε να πούμε πως οι ιθύνοντες επιδιώκουν υπέρμετρα την προβολή, τόσο του φορέα που εκπροσωπούν όσο και την δική τους, μέσω της επιτυχίας του συνεδρίου και αυτό βέβαια διότι, είτε είναι αιρετοί στη διοίκηση του φορέα, είτε όχι, η επιτυχία του συνεδρίου θα τους επιτρέψει να χρησιμοποιήσουν τις «δάφνες» τους ανάλογα.

3.1.2 Οργανωτές συνεδρίων

Οι οργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μια από τις παρακάτω κατηγορίες.

- Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από τη διοίκηση του φορέα. Αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις συναφούς χαρακτήρα. Είναι γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή. Στην επιτροπή αυτή μπορεί να συμμετέχουν (συνήθως τιμητικά) και κάποιοι από τους ιθύνοντες.
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων, είτε γενικού χαρακτήρα, είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων.
- Ταξιδιωτικά γραφεία. Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο συνεδριακό τουριστικό πακέτο έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση των συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος που δεν προέρχεται μόνο από το συνεδριακό τουριστικό πακέτο αλλά και από άλλες σχετικές δραστηριότητες που το εξυπηρετούν.

Θα πρέπει επίσης να τονιστεί πως αυτόνομα συνεδριακά κέντρα και μεγάλες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, με κύριο όγκο εργασιών τα συνέδρια, λειτουργούν και σαν επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, εφόσον τούτο ζητηθεί από τον πελάτη-φορέα του συνεδρίου. Οι οργανωτές επιδιώκουν να μείνουν ικανοποιημένοι τόσο οι ιθύνοντες όσο και οι σύνεδροι διότι ενδιαφέρονται και για τη δική τους προβολή. Οι επαγγελματίες οργανωτές, πρόσθετα ενδιαφέρονται για το κέρδος τους αλλά και για την καλή τους φήμη, που θα τους επιτρέψει όχι μόνο να διατηρήσουν τον πελάτη-φορέα και στο μέλλον, αλλά στο να αποκτήσουν και καινούριους.

3.1.3 Σύνηδροι

Οι σύνεδροι αποτελούν πολυπληθέστερη κατηγορία από τις δύο προηγούμενες. Σε ότι αφορά τις επιθυμίες τους, αυτές διαφοροποιούνται από το φύλο των συνέδρων, από την ηλικία τους, από την ιδιότητα με την οποία λαμβάνουν μέρος και από το γεγονός εάν συνοδεύονται από τους/τις συζύγους τους σ' αυτό.

Όπως σημειώνει ο Raymont Jaussi, οι σύνεδροι σε γενικές γραμμές «εκδηλώνουν πολύ διαφορετικό ενδιαφέρον ακόμη και ενθουσιασμό για τους σκοπούς και την επιτυχία του συνεδρίου. Ενδιαφέρον, που ίσως σε μέγεθος ξεπερνά και το ενδιαφέρον των ιθυνόντων ή και των οργανωτών. Συχνά, το συνέδριο είναι μια ευκαιρία για τους συμμετέχοντες να αλλάξουν περιβάλλον, ατμόσφαιρα, να διασκεδάσουν, ακόμη και αν οι ιθύνοντες και οι οργανωτές δε δίνουν πολλή σημασία σε αυτή την πλευρά του συνεδρίου....».

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

Από την άλλη πλευρά, οι σύνεδροι, λόγω του αριθμού τους αλλά κυρίως λόγω της υψηλής κοινωνικοοικονομικής τους θέσης, αποτελούν μια τεράστια διαφημιστική

δύναμη τόσο για τον τόπο διεξαγωγής του συνεδρίου όσο και για το ξενοδοχείο. Ο ενθουσιασμός που μετά το συνεδριακό ταξίδι μπορεί κανείς να διακρίνει στη φωνή τους, όταν αναφέρονται στον τόπο διεξαγωγής ή στο συγκεκριμένο ξενοδοχείο, σημαίνει πολλά χωρίς να κοστίζει σαν διαφήμιση (Marketing through servicing).

3.2 Φορείς των συνεδριακών εκδηλώσεων

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου προϋποθέτει την ύπαρξη του αντίστοιχου φορέα ο οποίος αποφασίζει την πραγματοποίησή του. Ο φορέας έχει και την τελική ευθύνη για την επιτυχία του συνεδρίου, άσχετα αν κάποιες φορές την αναθέτει σε εξουσιοδοτημένα όργανα.

Οι φορείς διακρίνονται με κριτήρια όπως:

- την υπόστασή τους, από καθαρά νομική άποψη,
- τον εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα τους,
- το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους (στόχο),
- τον επιχειρησιακό ή μη χαρακτήρα της λειτουργίας τους.

3.2.1 Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι τα επιμελητήρια, κρατικοί οργανισμοί, διεθνείς οργανισμοί. Είναι επίσης συνδικαλιστικές οργανώσεις και σωματεία, κοινωφελείς οργανισμοί, πολιτιστικοί και επιμορφωτικοί, επιστημονικές ενώσεις, επαγγελματικές, εμπορικές ενώσεις ή ομοσπονδίες.

Οι επωνυμίες που χρησιμοποιούνται είναι πολλές και συνήθως αυτό συμβαίνει στο χώρο των σωματείων μη συνδικαλιστικού χαρακτήρα. Ένα τέτοιο σωματείο ιδρύεται και με τις επωνυμίες «σύλλογος», «εταιρεία», «σύνδεσμος» κ.λπ.

3.2.2 Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα

Τέτοιοι φορείς είναι κυρίως οι επιχειρήσεις με κάθε είδους νομική υπόσταση, με εθνικό ή διεθνή χαρακτήρα κ.λπ. Είναι επίσης και συνασπισμοί επιχειρήσεων και φυσικά οι φορείς αυτοί μπορεί να είναι και πολυεθνικοί εφόσον οι δραστηριότητες τους επεκτείνονται και σε χώρες του εξωτερικού.

Ο επιχειρησιακός χαρακτήρας των φορέων αυτών, προδικάζει και το είδος των εκδηλώσεων που πραγματοποιούν. Οι εκδηλώσεις αυτές έχουν χαρακτήρα ενδοεπιχειρησιακό και αποτελούν τις λεγόμενες επιχειρησιακές ή εταιρικές συναντήσεις, οι οποίες αν και δεν έχουν συνεδριακό χαρακτήρα, ωστόσο αποτελούν μια σημαντική αγορά που συγκεντρώνει μεγάλο ενδιαφέρον.

Οι συναντήσεις που πραγματοποιούν οι φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα είναι δυνατόν να αφορούν:

- συναντήσεις επιχειρησιακών στελεχών για σοβαρά θέματα (οργάνωσης, παραγωγής, πωλήσεων κ.λ.π.)
- συναντήσεις ολιγομελών διοικητικών οργάνων, όπως διοικητικών συμβουλίων, επιτροπών κ.λ.π.,
- παρουσιάσεις νέων προϊόντων,
- σεμινάρια και γενικά συναντήσεις εκπαιδευτικού χαρακτήρα,
- συνελεύσεις μετόχων και
- συναντήσεις και ταξίδια κινήτρων.

3.2.3 Ιδιωτική πρωτοβουλία

Η συμμετοχή του ιδιωτικού τομέα στην οργάνωση συνεδρίων επικεντρώνεται κατά κύριο λόγο στα τουριστικά γραφεία, πάρα πολλά από τα οποία έχουν ειδικό τμήμα συνεδρίων, επανδρωμένο πολλές φορές από ένα ουσιαστικά άτομο. Εν συνεχεία

ακολουθούν τα μεγάλα ξενοδοχεία που συνήθως έχουν ξεχωριστό τμήμα συνεδρίων, μέσω του οποίου κάνουν απευθείας τις επαφές τους με τους διεθνείς οργανισμούς και τις μεγάλες εταιρείες προσπαθώντας έτσι να εξασφαλίσουν την πληρότητα των συνεδριακών τους εγκαταστάσεων, χωρίς την παρεμβολή μεσαζόντων (Tour Operators). Και τέλος έρχονται οι ενώσεις, σωματεία, σύλλογοι κ.λ.π. που αναλαμβάνουν οι ίδιοι τη διοργάνωση των συνεδρίων τους.

Δυστυχώς, σε πολλές περιπτώσεις, τα συνέδρια αποτελούν μια συμπληρωματική δραστηριότητα μέσα στις πολλές που μπορεί να έχει ένα τουριστικό γραφείο, με συνέπεια να μη δίνεται πάντα η απαιτούμενη προσοχή σε οργανωτικά και διαδικαστικά θέματα και έτσι να δημιουργείται δυσμενής εικόνα για το εκάστοτε γραφείο και πολύ περισσότερο για τον ελληνικό τουρισμό γενικότερα.

Στο χώρο όμως της ιδιωτικής πρωτοβουλίας ουσιαστικότερη συμβολή στην ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού είναι αυτή της HELEXPO - Δ.Ε.Θ. Α.Ε. σαν ο επίσημος οργανωτής διεθνών εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων

Σαν συμπλήρωμα στους παραπάνω φορείς πρέπει να αναφέρουμε και την ύπαρξη εταιρειών μεταφραστών - διερμηνέων και ενοικίασης τεχνικού εξοπλισμού (μηχανών προβολής, μεταφραστικών συστημάτων κ.λ.π.) στις οποίες απευθύνονται οι περισσότεροι από τους προαναφερθέντες φορείς για την εξασφάλιση της απαραίτητης υποστήριξης των συνεδρίων τους και οι οποίες παίζουν σημαντικό ρόλο στην άρτια οργάνωση ενός συνεδρίου.

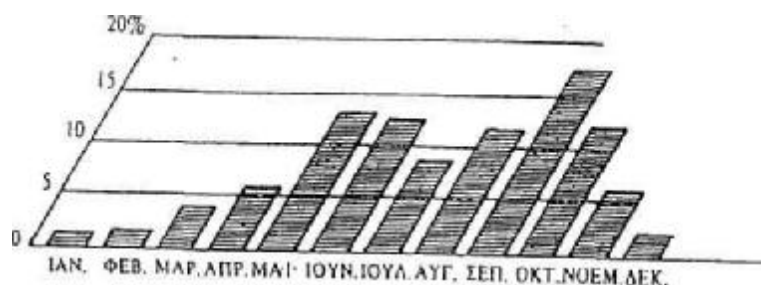
3.3 Επιλογή του χρόνου διεξαγωγής των συνεδρίων

Οι φορείς κάτω από την αιγίδα των οποίων πραγματοποιείται το συνέδριο, λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τους το χρόνο διεξαγωγής του. Η επιλογή γίνεται με βασικό γνώμονα την προσέλκυση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού συνέδρων. Για το λόγο

αυτό, γίνεται συνδυασμός των κλιματολογικών συνθηκών που επικρατούν στον τόπο επιλογής για τη διεξαγωγή του συνεδρίου και του βαθμού της επαγγελματικής απασχόλησης των υποψηφίων συνέδρων του φορέα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

Ενώ ο Σεπτέμβριος και ο Μάιος είναι οι μήνες που πραγματοποιούνται τα περισσότερα συνέδρια, αντίθετα ο Ιανουάριος εμφανίζει το μικρότερο αριθμό διεξαγωγής τους (προφανώς λόγω της εορταστικής ατμόσφαιρας των ημερών και των διακοπών που τις συνοδεύουν και οι οποίες έχουν ήδη απομακρύνει πολλούς από τις εργασίες τους).

Η επιλογή θερινών μηνών για διεξαγωγή, συνδυάζεται με προορισμούς που δεν έχουν ιδιαίτερα ζεστό κλίμα και προσφέρουν παράλληλα με το συνέδριο αυτό καθεαυτό και εναλλακτική θεώρηση διακοπών έστω και ολιγοήμερων.



Διάγραμμα 3-1: Συνήθης ποσοστιαία κατανομή συνεδριών ανά μήνα

3.4 Επιλογή του τόπου διεξαγωγής των συνεδρίων

Παρακάτω αναφέρονται τα κριτήρια εκείνα, που παίζουν σημαντικό ρόλο στην επιλογή του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων.

- Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής είναι το σημαντικότερο κριτήριο από την πλευρά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.
- Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης των

συνέδρων.

- Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά, η χρονοαπόσταση παίζει ρόλο που τον καθορίζει η διάρκεια του συνεδρίου.
- Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης που περιέχεται στο συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου. Όπως ψυχαγωγικές εκδηλώσεις, κ.λπ.
- Η γενικότερη εικόνα που προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων : πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα κ.λπ.
- Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

Σαν πρόσθετα στοιχεία επιλογής λειτουργούν και άλλα. Φυσικά, πάντα παράλληλα θα λέγαμε με τα ορθολογιστικά.

- Πολλά συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη γιατί ισχύει μια εκ περιτροπής επιλογή μεταξύ των κάθε φορά επικρατέστερων υποψηφίων χωρών. Όταν υπάρχουν χορηγοί είναι φυσικό να προσπαθούν να επηρεάσουν, για τη διεξαγωγή τους, υποψηφιότητες χωρών ή πόλεων στις οποίες εστιάζουν την όποια δραστηριότητα τους.
- Εθνικοί φορείς, όταν πραγματοποιούν συνέδρια με ευρεία διεθνή συμμετοχή, είναι αυτονόητο πως επιλέγουν τόπο διεξαγωγής μέσα στα εθνικά τους όρια.
- Η σειρά του ξενοδοχείου έρχεται μετά. Αφού δηλαδή έγινε η επιλογή της χώρας και της πόλης που θα διεξαχθεί το συνέδριο. Τότε δηλαδή λειτουργεί ο ανταγωνισμός σε επίπεδο ξενοδοχείου. Πολλοί όμως είναι αυτοί που ισχυρίζονται πως ήδη οι ξενοδοχειακές μονάδες έχουν δώσει το «παράν» τους στο αρχικό στάδιο της επιλογής. Εμείς συμφωνούμε με το σκεπτικό αυτό, διότι το ξενοδοχειακό κατάλυμα με τις όποιες συνεδριακές του δυνατότητες βαραίνει σημαντικά στην απόφαση της επιλογής της χώρας ή και της πόλης,

με δεδομένο ότι αποτελεί τμήμα της όλης απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής της.

- Τα κρουαζιερόπλοια την τελευταία δεκαετία αποτελούν ένα δημοφιλή χώρο διεξαγωγής μικρών και μεσαίων συνεδρίων.
- Η Ευρώπη σαν ήπειρος διεξαγωγής συνεδρίων δέχεται το 60, 5% του ολικού αριθμού, η Βόρειος Αμερική το 15%, η Ασία τι 12, 5%, η Νότιος Αμερική το 5, 4%, η Αφρική το 4, 4% και η Αυστραλία το 2, 2%. Στην Ευρώπη, οι πόλεις που δέχονται τα περισσότερα διεθνή συνέδρια είναι το Παρίσι, το Λονδίνο, η Γενεύη, στις Ηνωμένες Πολιτείες η Ουάσιγκτον και στην Ασία η Σιγκαπούρη. Η περίπτωση του Ελσίνκι είναι αξιομνημόνευτη γιατί λαμβάνει και αυτή ένα σταθερό μερίδιο από το συνεδριακό τουρισμό. Και είναι αξιομνημόνευτη η περίπτωση της γιατί βρίσκεται στο τελευταίο βορειοανατολικό σημείο του Ευρωπαϊκού Βορρά, είναι μια από τις πιο ακριβές πρωτεύουσες της Ευρώπης και έχει παρατεταμένο βαρύ χειμώνα και μικρό καλοκαίρι.
- Πολλά διεθνή συνέδρια δεν πραγματοποιούνται στην ίδια πόλη γιατί ισχύει μια εκ περιτροπής επιλογή μεταξύ των κάθε φορά υποψηφίων χωρών. Όταν υπάρχουν χορηγοί είναι φυσικό να προσπαθούν να επηρεάσουν, για τη διεξαγωγή τους, υποψηφιότητες χωρών ή πόλεων στις οποίες επικεντρώνονται οι δραστηριότητες τους.

3.5 Προετοιμασία οργάνωσης συνεδρίου

Η προετοιμασία της οργάνωσης ενός συνεδρίου περιλαμβάνει τα ακόλουθα βήματα:

1. Η όλη διαδικασία προγραμματισμού και οργάνωσης συνεδρίου ξεκινάει με ένα συμβόλαιο ανάθεσης του συνεδρίου από τον πελάτη σε κάποια εταιρεία. Αυτό το συμβόλαιο δεν είναι τίποτα άλλο από μία τυπική σύμβαση ανάληψης του συνεδρίου από τον πελάτη προς το γραφείο.

2. Το γραφείο με τη σειρά του βρίσκει τις εταιρείες αλλά και τους οργανισμούς κοινής ωφέλειας που μπορεί να ενδιαφέρονται να διαφημιστούν μέσω του συνεδρίου. Αυτές οι εταιρείες θα αποτελέσουν ένα είδος σπόνσορα (sponsors) που θα συμβάλλει μαζί με τους οργανωτές στην κάλυψη του συνεδρίου από οικονομικής πλευράς.
3. Γίνεται γνωστοποίηση του συνεδρίου μέσω των μέσων μαζικής ενημέρωσης, καταχωρήσεις στον τύπο, σε διάφορα έντυπα που σχετίζονται με το αντικείμενο του συνεδρίου και στο διαδίκτυο.
4. Το επόμενο βήμα είναι η πληροφόρηση των εταιρειών μέσω ενός σχεδιαγράμματος χώρου, για το σημείο στο οποίο θα τοποθετήσουν τα stands τους μέσα στον εκθεσιακό χώρο. Η επιλογή του περιπτερού ανήκει στις εταιρείες, οι οποίες τις περισσότερες φορές επιδιώκουν τα stands τους να βρίσκονται κοντά στις εταιρείες των οποίων τα προϊόντα δεν είναι ανταγωνιστικά.
5. Η τελική κατανομή του χώρου όσον αφορά τα περίπτερα, ταχυδρομείται στον κάθε σπόνσορα καθώς επίσης και η επιβεβαίωση της κράτησης του περιπτερού που έχει διαλέξει. Δείγμα αυτής της διαδικασίας αποτελεί το διάγραμμα που παραθέτουμε.
6. Στη συνέχεια, το γραφείο έρχεται σε επαφή με τους ομιλητές. Πάντοτε βέβαια σε συνεργασία με την οργανωτική επιτροπή που έχει ήδη συνομιλήσει Μαζί τους, τους ενημερώνει με σχετικές επιστολές για το πρόγραμμα του συνεδρίου και τους ευχαριστεί για την παρουσία και συμμετοχή τους σ' αυτό.
7. Επιπλέον, το γραφείο αναλαμβάνει να κάνει τις κρατήσεις δωματίων για τους προσκεκλημένους ομιλητές καθώς επίσης όταν χρειασθεί και τις κρατήσεις αεροπορικών ή οδικών εισιτηρίων για τη μεταφορά τους προς και από τον τόπο που λαμβάνει χώρα το συνέδριο.
8. Είναι προφανές ότι οι διοργανωτές δεν είναι πάντοτε σε θέση να καλύψουν τα έξοδα για την προετοιμασία και την εκτέλεση ενός συνεδρίου που ο προϋπολογισμός του πολλές φορές φτάνει το ύψος των εκατομμυρίων ευρώ. Είναι φυσικό λοιπόν να στρέφονται σε εταιρείες που ανταποκρίνονται στη λογική του συνεδρίου και να ζητούν

τη συμβολή τους σε οικονομικό επίπεδο έχοντας σαν αντάλλαγμα, γι' αυτή τους τη συμβολή, τη διαφημιστική τους προβολή.

9. Οι εταιρείες ενημερώνονται για το συνέδριο με τυπική επιστολή και παρακαλούνται να έλθουν σε επαφή το συντομότερο δυνατό με το γραφείο.

10. Οι τρόποι διαφήμισης των εταιρειών (σπόνσορες) είναι αρκετοί. Μερικοί από αυτούς είναι:

- Περίπτερα μέσα στην έκθεση, τα λεγόμενα stands.
- Διαφήμιση των εταιρειών και των προϊόντων τους στις σελίδες του προγράμματος. Συνήθως οι διαφημίσεις αυτές μπαίνουν στις εσωτερικές σελίδες του προγράμματος ή στο οπισθόφυλλο.
- Αφίσες στις οποίες μεταξύ των άλλων αναφέρονται οι σπόνσορες του συνεδρίου.
- Αναφορά στο πρόγραμμα των εκδηλώσεων αλλά και στις αφίσες όλων εκείνων των οργανισμών ή των φορέων που έναντι χρηματικών ποσών θέτουν το συνέδριο υπό την αιγίδα τους.
- Διαφήμιση του συνεδρίου σε έντυπα.

11. Το γραφείο αναλαμβάνει επίσης να καλέσει προς χαιρετισμό του συνεδρίου τις αρχές της πόλης που γίνεται το συνέδριο, έτσι ώστε να δείξουν και αυτές με τη σειρά τους, ότι είναι σύμφωνες ως προς το κλίμα και την λογική τέτοιων ενεργειών.

12. Όσον αφορά τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, η συνεργασία τους με το γραφείο επικεντρώνεται στους εξής τρεις βασικούς τομείς:

- Στην ενοικίαση του συνεδριακού χώρου και τον απαραίτητο εξοπλισμό
- Στην κράτηση δωματίων
- Στην οργάνωση δεξιώσεων, coffee-lunch breaks κ.λ.π.

13. Το γραφείο, πάντοτε σε συνεννόηση με την οργανωτική επιτροπή, έρχεται σε επαφή με ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους στο μέγεθος αλλά και τις προκαθορισμένες προδιαγραφές για την πραγμάτωση του συνεδρίου στο συγκεκριμένο

χώρο.

14. Αφού γίνει η επιλογή του ξενοδοχείου, το γραφείο με σχετική επιστολή του προς αυτό, ζητά την κράτηση θέσεων για ορισμένο χρονικό διάστημα και τους παρακαλεί να αποστείλουν τις ανάλογες τιμές. Αφού το ξενοδοχείο απαντήσει βγαίνει η τελική τιμή η οποία μπαίνει στο πρόγραμμα. Είναι σύνηθες το φαινόμενο, στη διαδικασία της κράτησης δωματίων να εμπλέκονται περισσότερα από ένα ξενοδοχεία, διαφορετικών κατηγοριών και διαφορετικού τιμοκαταλόγου. Έτσι ώστε να δίνεται στους συνέδρους η δυνατότητα να διαλέξουν μόνοι τους το ξενοδοχείο της αρεσκείας τους, σύμφωνα πάντα με την οικονομική δυνατότητα τους αλλά και τις υπηρεσίες που επιθυμούν να τους προσφερθούν. Αυτό βέβαια ισχύει μόνο για τους συνέδρους και όχι για τους ομιλητές, που άλλωστε είναι προσκεκλημένοι, των οποίων τα έξοδα, όπως είναι φυσικό και για τα δωμάτια, είναι διευθετημένα από οικονομικής πλευράς από την οργανωτική επιτροπή.

15. Το επόμενο βήμα έχει σχέση με την δημοσιότητα του συνεδρίου. Αυτό γίνεται γνωστό μέσα από σχετικές ανακοινώσεις σε εφημερίδες, έντυπα, περιοδικά (επιστημονικά και μη), ειδησεογραφικά πρακτορεία, τηλεόραση, ραδιόφωνο καθώς επίσης με έκδοση επίσημου δελτίου τύπου. Και κατά τη διάρκεια του συνεδρίου όμως το γραφείο, σε συνδυασμό με τους οργανωτές και το ξενοδοχείο, αναλαμβάνει να καλέσει τους εκπροσώπους του ημερησίου περιοδικού τύπου, φωτορεπόρτερ και εκπροσώπους των ΜΜΕ. Αναγκαιότητα αποτελεί για ένα καλά οργανωμένο συνέδριο, να παρέχεται ένας καλά οργανωμένος χώρος, κατάλληλα εξοπλισμένος ως προς τη διευκόλυνση της εργασίας των ανταποκριτών, δημοσιογράφων, φωτορεπόρτερ αλλά και με απώτερο σκοπό τη δημιουργία κατάλληλων εντυπώσεων που επηρεάζουν την κοινή γνώμη.

16. Όσον αφορά το επισιτιστικό τμήμα του συνεδρίου, αυτό πολλές φορές το αναλαμβάνει το ανάλογο τμήμα του ξενοδοχείου που έχει αναλάβει το συνέδριο. Ειδικότερα για τα πρωινά που συνήθως περιλαμβάνονται στην κράτηση δωματίου, εξυπηρετεί καλύτερα ο μπουφές, αφού προσφέρει μεγαλύτερη ποικιλία ειδών, υποσκελίζοντας στο ελάχιστο τις τοπικές ιδιορρυθμίες των προσκεκλημένων.

3.5.1 Τύποι συνεδριακών χώρων

Οι απαραίτητοι χώροι σ' ένα ξενοδοχείο που αφορούν τη συνεδριακή του πελατεία, οφείλουν να καλύπτουν τις συγκεκριμένες ανάγκες της, που συνδέονται με το συνέδριο αυτό καθαυτό. Είναι αυτοί που κυρίως πρέπει να απεικονίζονται στο διαφημιστικό έντυπο της μονάδας, για τη συνεδριακή της αγορά. Οι χώροι αυτοί κατατάσσονται σε:

- χώρους συνεδριάσεων (συσκέψεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, ομιλιών
- κ.λ.π.)
- χώρους εκθέσεων και
- χώρους συνεστιάσεων (δεξιώσεων, συγκεντρώσεων, μπουφέ, καλωσορίσματος κ.λ.π.)

Η διάθεση από το ξενοδοχείο των χώρων του για ένα συνέδριο προϋποθέτει αρχικά την απόλυτη γνώση των χώρων του ξενοδοχείου σε κάθε λεπτομέρεια. Οι διαστάσεις των χώρων, η χωρητικότητα τους σε άτομα, που φυσικά ποικίλει ανάλογα με τη διαρρύθμιση ή και χρήση του χώρου (οι σύνεδροι χρησιμοποιούν μόνο καθίσματα ή και έδρανα-τραπέζια; η συνεστίαση είναι σε στυλ μπουφέ ή απαιτεί πλήρες σερβίρισμα; τι χωρητικότητα προσφέρει η χρήση τετράγωνων και τι στρογγυλών τραπεζιών;) είναι σοβαρά στοιχεία, που σε συνδυασμό με το είδος, το μέγεθος και το πρόγραμμα του κάθε συνεδρίου, βοηθούν τη μονάδα ν/α μεγιστοποιήσει το κέρδος της και να προσφέρει τις καταλληλότερες υπηρεσίες της.

Δεν θα πρέπει να παραγνωρίζεται το γεγονός ότι πολλοί οργανωτές - μεταφέροντας ίσως και την επιθυμία των αντίστοιχων φορέων που εκπροσωπούν- δε θέλουν την παρουσία στη μονάδα και άλλων εκδηλώσεων παράλληλα με τη δική τους. Το ξενοδοχείο θα πρέπει να εμφανίσει εναλλακτικές λύσεις και συνδυασμούς ούτως ώστε σε ένα τέτοιο ενδεχόμενο να μην υπάρχουν σημεία τριβής και δυσαρέσκειας.

Το «σπάσιμο» μιας διάσκεψης σε ομάδες εργασίας (workshops) αυξάνει την

ανάγκη για μικρότερους και περισσότερους χώρους. Ίσως, στην περίπτωση αυτή, αν η λύση των διαχωριστικών των χώρων δεν είναι επιθυμητή από τον πελάτη, θα πρέπει να προτείνεται, εφόσον το μέγεθος το επιτρέπει, η χρήση των πιο εύκολα προσπελάσιμων διαθέσιμων υποδοματίων. Οι σουίτες πολλές φορές χρησιμοποιούνται για πολύ μικρού μεγέθους συσκέψεις.

Η κύρια αίθουσα συνεδριάσεων μπορεί να αποτελεί κατασκευή με σταθερή διάταξη καθισμάτων και μόνιμες ηχητικές και οπτικοακουστικές εγκαταστάσεις (αυτόματη μετάφραση κ.λ.π.). Σε μια τέτοια περίπτωση -που συνεπάγεται υψηλό κόστος επένδυσης- το ξενοδοχείο έχει δυνατότητα να δεχθεί διεθνή συνέδρια. Φυσικά υπερέχει σε κάθε άποψη από τους ανταγωνιστές του εφόσον αυτοί δεν διαθέτουν κάτι παρόμοιο.

Ωστόσο παραμένει πάντα στην επικαιρότητα η άποψη ότι θα πρέπει κάθε αίθουσα να έχει τη δυνατότητα προσαρμογής σε όλα τα είδη των δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων. Η άποψη αυτή τεκμηριώνεται από το σκεπτικό ότι τα κεφάλαια που θα δαπανηθούν θα πρέπει να αποδώσουν και ανάλογα. Πράγματι μια τέτοια επένδυση αποδίδει συνήθως με συνεχή και σταθερό κύκλο εργασιών συνεδρίων και όχι από πιθανές και ευκαιριακές συνεργασίες.

Ανεξάρτητα από το γεγονός του κόστους που αφορά την κατασκευή και τον εξοπλισμό ενός τέτοιου χώρου, λαμβάνεται πάντα υπόψη ότι αυτός μπορεί ενδεχόμενα να αποστερήσει τη μονάδα από άλλα τμήματα εκμετάλλευσης (εσόδων). Ιδιαίτερα για τα ξενοδοχεία πόλης η ένταξη των μόνιμων συνεδριακών αιθουσών γίνεται συνήθως σε υπόγειους χώρους. Τούτο συμβαίνει γιατί το κόστος της γηπεδικής έκτασης είναι μεγάλο και οι υψηλοί όροι δόμησης που ισχύουν επιβάλλουν συγκεκριμένα κατασκευαστικά πρότυπα. Ένα από αυτά είναι και η κατακόρυφη ανάπτυξη με πρόσθετη εκμετάλλευση των υπόγειων χώρων.

Η συνεδριακή αίθουσα, είτε αποτελεί μόνιμη εγκατάσταση με καθίσματα εντοιχισμένα σε σταθερή διάταξη, είτε όχι, θα πρέπει να τηρεί βασικές κατασκευαστικές αρχές που συνίστανται σε:

- σωστή ένταξη της αίθουσας στην υπόλοιπη ξενοδοχειακή εγκατάσταση η οποία θα επιτρέπει:
 - το διαχωρισμό της κυκλοφορίας μεταξύ συνέδρων που είναι ένοικοι του ξενοδοχείου και μη,
 - τη δημιουργία πρόσθετων εισόδων-εξόδων για τους συνέδρους που δεν είναι ένοικοι, με προσπέλαση είτε απευθείας από το δρόμο είτε από κάποιο τμήμα του περιβάλλοντος χώρου (αίθριο, κήπο κ.λ.π.),
 - την απρόσκοπτη κυκλοφορία-μεταφορά από και προς τα επισιτιστικά τμήματα και τους αποθηκευτικούς χώρους του συνεδριακού εξοπλισμού,
- δημιουργία βεστιαρίων, τουαλετών και προθαλάμου (για δημιουργία γραφείου υποδοχής ή και εγγραφής συνέδρων),
- δημιουργία χολ εισόδου που εξυπηρετεί ποικίλους σκοπούς, όπως:
 - χώρος συγκέντρωσης και αναμονής,
 - χώρος σερβιρίσματος καφέ και αναψυκτικών,
- εύκολη και γρήγορη αποχώρηση από την αίθουσα με τη δημιουργία των κατάλληλων εισόδων-εξόδων και διαδρόμων,
- πρόβλεψη για σύστημα κλιματισμού ανανέωσης του αέρα του χώρου.
- πυροπροστασία υψηλών προδιαγραφών,
- κατάλληλη διακόσμηση,
- σωστή επιλογή του μόνιμου και κινητού εξοπλισμού και επίπλωσης,
- δυνατότητα αυξομείωσης του χώρου και εναλλαγής της χρήσης του.

3.5.1.1 Εναλλαγή χρήσεων

Συχνά δημιουργείται η ανάγκη αλλαγής της διαρρύθμισης του χώρου. Η ανάγκη αυτή προκύπτει βασικά από την εναλλαγή της χρήσης. Όταν δηλαδή στον ίδιο χώρο θα πρέπει να γίνει συνεστίαση και στη συνέχεια κινηματογραφική προβολή ή διάλεξη και μία ώρα αργότερα μπουφές. Έπιπλα, σκεύη και οπτικοακουστικά μέσα θα πρέπει να

βρίσκονται σε χώρους-αποθήκες κοντά στους συνεδριακούς χώρους. Ο χρόνος και το κόστος εργασίας αυτών των αλλαγών, θα πρέπει να είναι γνωστά στο ξενοδοχείο και να συνεκτιμούνται κάθε φορά.

Η αλλαγή της χρήσης σχετίζεται πολλές φορές και με την αυξομείωση του αρχικού χώρου. Αυτό επιτυγχάνεται με τη χρήση των κινητών χωρισμάτων (τοιχών) που μεταφέρονται εύκολα και «κουμπώνουν» στο δάπεδο, μεταξύ τους και στην οροφή. Εφόσον η ποιότητα τους είναι καλή, προσφέρουν ηχομόνωση σε ικανοποιητικό βαθμό.

Το ενδεχόμενο της εναλλαγής της χρήσης και της αυξομείωσης του αρχικού χώρου δημιουργεί σοβαρό πρόβλημα στη διακόσμηση του χώρου. Αυτή θα πρέπει να γίνει από ειδικούς και έμπειρους διακοσμητές με βάση την πολλαπλότητα των χρήσεων της αίθουσας. Γίνεται εύκολα αντιληπτό το πόσο δύσκολο είναι να συνδυαστούν διακοσμητικά στοιχεία που να ταιριάζουν τόσο με την αυστηρή ατμόσφαιρα ενός συνεδρίου όσο και με το χαρούμενο κλίμα μιας γαμήλιας δεξίωσης.

3.5.1.2 Διευθέτηση χώρων με καθίσματα

Η διευθέτηση του συνεδριακού χώρου με καθίσματα, έδρανα ή τραπέζια, εξαρτάται από το μέγεθος, το είδος και το πρόγραμμα του συνεδρίου σε συνδυασμό με το μέγεθος της διατιθέμενης αίθουσας. Τα καθίσματα χρησιμοποιούνται όταν οι σύνεδροι είναι πολλοί γιατί εξοικονομούν χώρο, ή όταν ο χώρος είναι πολύ μικρός, γιατί δημιουργούν πιο οικεία και ζεστή ατμόσφαιρα.

Οι διατάξεις που θα περιγραφούν στη συνέχεια είναι γνωστές σαν διατάξεις θεατρικού τύπου ή διατάξεις ακροατηρίου (theatrical or auditorium style set-up). Σε αυτές λοιπόν τις διατάξεις πρέπει να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, που για 400 ή και περισσότερους συνέδρους θα πρέπει να έχουν πλάτος 1,80-2m. Για λιγότερα από 400 άτομα οι διάδρομοι απαιτούν πλάτος 1,20-1,60m. Απαιτούνται επίσης διπλοί

διάδρομοι, ιδίως όταν υπάρχει διάλογος μεταξύ ομιλητού και συνέδρων (με μικρόφωνα τοποθετημένα κατά μήκος των διαδρόμων).

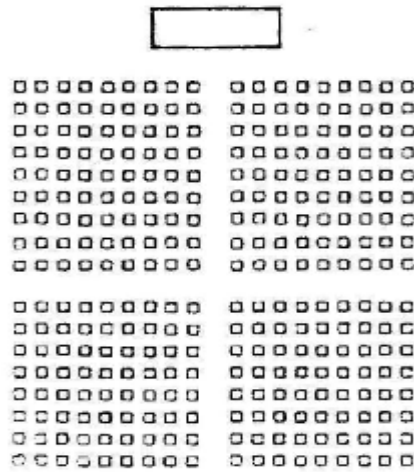
Ακόμη πρέπει να λαμβάνεται υπόψη: Το διάστημα, (απόσταση μεταξύ διπλανών καθισμάτων) πρέπει να είναι τουλάχιστον 5cm. Η απόσταση (απόσταση ενός καθίσματος από το μπροστινό του) πρέπει να είναι 85cm από κέντρο σε κέντρο καθίσματος. Είναι ευνόητο, όταν χρησιμοποιούνται καρεκλοπολυθρόνες ή πολυθρόνες, το διάστημα θα πρέπει να είναι μεγαλύτερο από 5cm και να φθάνει στα 8-10cm.

Η πρώτη σειρά καθισμάτων θα πρέπει να απέχει τουλάχιστον 1,80m από την μπροστινή πλευρά της εξέδρας ή την πλευρά του τραπεζιού των επικεφαλής.

Υπάρχουν εκτός από τις διατάξεις κλασικού θεατρικού τύπου -όπου τα καθίσματα έχουν διάταξη ευθειών- και παραλλαγές του τύπου αυτού, όπως: ο ημικυκλικός, ο κυκλικός, ο σχήματος V.

3.5.1.2.1 Κλασικός θεατρικός τύπος

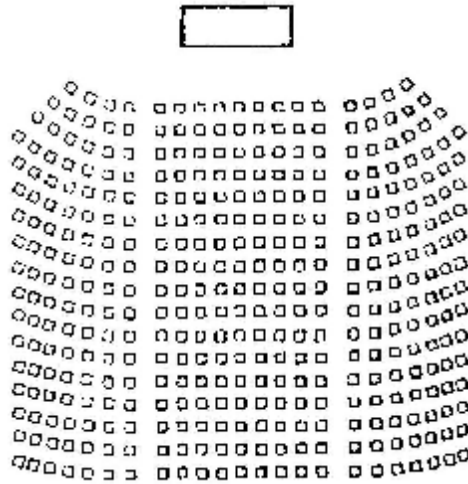
Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες. Η πρώτη σειρά απέχει από την εξέδρα 1,80m. Η διάταξη αυτή αξιοποιεί στο έπακρο τον υπάρχοντα χώρο. Υπενθυμίζεται ότι τα διαστήματα των καθισμάτων πρέπει να είναι 5cm, η δε απόσταση 85cm. Οι διάδρομοι προσπέλασης για περισσότερα από 400 άτομα απαιτούν πλάτος 1,80-2m, ενώ για λιγότερα από 400 άτομα 1,20-1,60m.



Σχήμα 3-1: Κλασικός θεατρικός τύπος

3.5.1.2.2 Ημικυκλικός θεατρικός τύπος

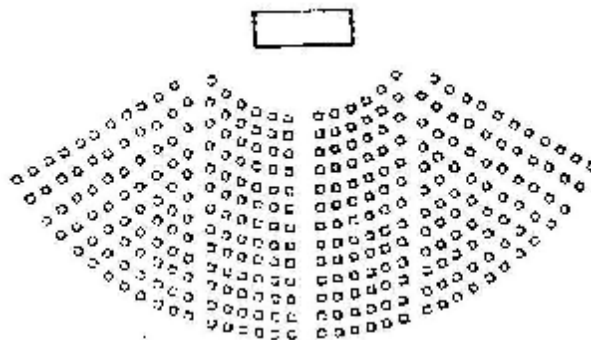
Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων (μεταξύ διαδρόμων προσπέλασης) είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική. Οι πρώτες σειρές καθισμάτων πρέπει να απέχουν 3,70m. Τα διαστήματα και οι αποστάσεις είναι τα ίδια με τον κλασικό θεατρικό τύπο. Οι διάδρομοι προσπέλασης απαιτούν μικρότερο πλάτος απ' ότι στον κλασικό θεατρικό τύπο.



Σχήμα 3-2: Ημικυκλικός θεατρικός τύπος

3.5.1.2.3 Κυκλικός θεατρικός τύπος

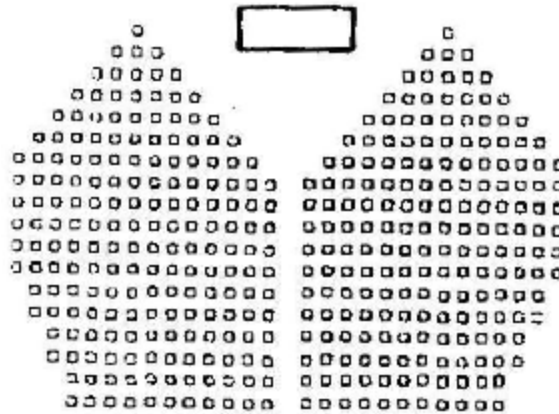
Η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ η αναγκαιότητα για οριζόντιους διαδρόμους αποκτά εκ των πραγμάτων δευτερεύουσα σημασία. Ισχύουν οι ίδιες αποστάσεις, διαστήματα και αριθμητικά δεδομένα, που ισχύουν και για τον ημικυκλικό τύπο.



Σχήμα 3-3: Κυκλικός θεατρικός τύπος

3.5.1.2.4 Διάταξη σχήματος V

Όπως και οι προηγούμενοι δύο τύποι διατάξεων (ημικυκλικός και κυκλικός) δεν παρέχει δυνατότητα στο χώρο για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων. Κατά τα άλλα ισχύει ότι και για τους δύο προηγούμενους τύπους.



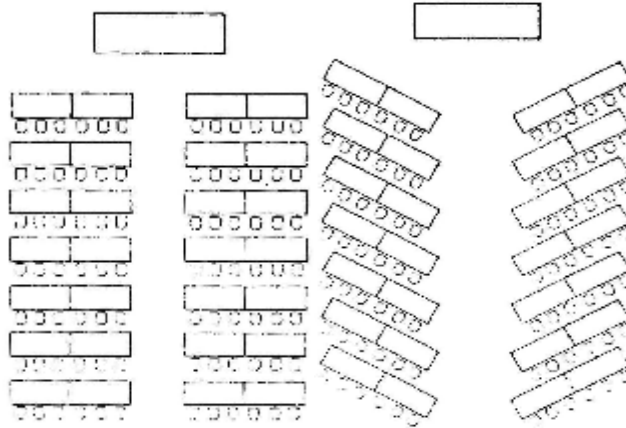
Σχήμα 3-4: Διάταξη σχήματος V

3.5.1.2.5 Διευθέτηση χώρων με έδρανα

Τα έδρανα έχουν πλάτος 45-46m. Η χρήση τους παρέχει μεγαλύτερη άνεση απ' ό τι τα καθίσματα. Θα πρέπει και εδώ, όπως και στη διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης, με κάπως μεγαλύτερο πλάτος όμως. Η απόσταση εδράνων διαφορετικών σειρών (μπροστά-πίσω) θα πρέπει να είναι 1-1,1m, ενώ η απόσταση της πρώτης σειράς των εδράνων από την εξέδρα πρέπει να είναι 2,50-3,50m. Η χρήση των τραπεζιών-εδράνων παρέχει μικρή απόδοση του χώρου, γιατί χρησιμοποιούνται μόνο από τη μία πλευρά τους. Με τον τρόπο αυτό εξυπηρετούνται συνέδρια με μικρό αριθμό συμμετεχόντων. Η διάταξη των εδράνων είναι γνωστή σαν «σχολικό στυλ».

Στα έδρανα τοποθετούνται καράφες νερού με ποτήρια και σταχτοδοχεία για κάθε

τέσσερα άτομα (έναντι τριών για διάταξη μόνο με καθίσματα), καθώς και μολύβια και μπλοκ σημειώσεων για κάθε άτομο.



Σχήμα 3-5: Διευθέτηση χώρων με έδρανα

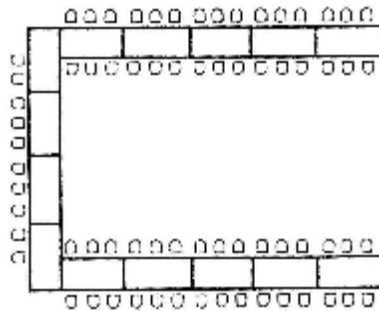
3.5.1.2.6 ΔΙΕΥΘΕΤΗΣΗ ΧΩΡΩΝ ΜΕ ΤΡΑΠΕΖΙΑ

Χρησιμοποιούνται τραπέζια που έχουν πλάτος 76cm. Υπάρχουν πολλοί τρόποι διάταξης τους που ποικίλουν με τη χρήση του χώρου. Τα τραπέζια, όταν χρησιμοποιούνται για συνέδρια μεγάλου αριθμού ατόμων, εξοικονομούν χώρο γιατί εκμεταλλευόμαστε και τις δύο πλευρές τους σε αντίθεση με τα τραπέζια-έδρανα. Η χρήση τραπεζιών σε συνέδρια μικρού αριθμού ατόμων, δίνει ατμόσφαιρα συνοχής και σχετικής οικειότητας. Στη συνέχεια θα παραθέσουμε τους πιο αντιπροσωπευτικούς σχηματικούς τύπους διατάξεων τραπεζιών. Οι ίδιες διατάξεις λειτουργούν και για παραθέσεις γευμάτων-δείπνων.

Οι πλάτες των καθισμάτων πρέπει να απέχουν από τον τοίχο ή από οποιαδήποτε άλλα εμπόδια ή καθίσματα 1-1,30m, για να είναι πιο εύκολη η προσπέλαση και για τους συνέδρους και για τους τραπεζοκόμους.

3.5.1.2.7 Σχηματικός τύπος II

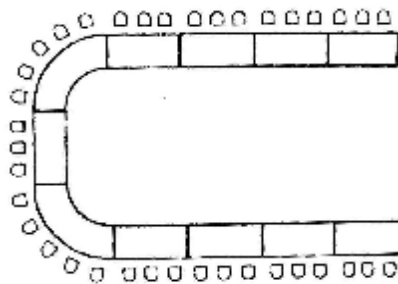
Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων. Απαραίτητος χώρος για κάθε άτομο θεωρείται αυτός των 60cm. Στα τραπέζια της κεφαλής δεν τοποθετούνται από την εσωτερική πλευρά καθίσματα.



Σχήμα 3-6: Σχηματικός τύπος II

3.5.1.2.8 Πέταλο

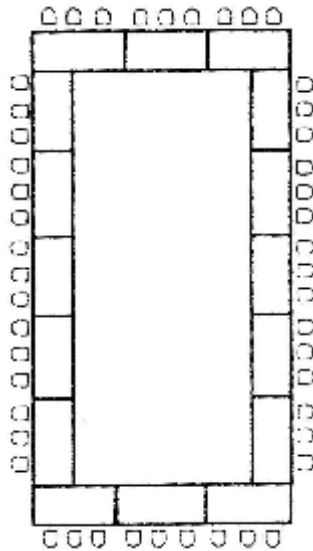
Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».



Σχήμα 3-7: Πέταλο

3.5.1.2.9 Ο τύπος του κλειστού II

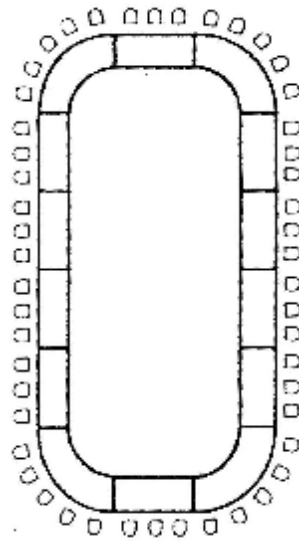
Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμερισθεί η τυπικότητα, εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι κεφαλής. Συχνότερη χρήση του έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπεζιών δεν τοποθετούνται καθίσματα.



Σχήμα 3-8: Ο τύπος του κλειστού Π

3.5.1.2.10 Ο τύπος του κλειστού πετάλου

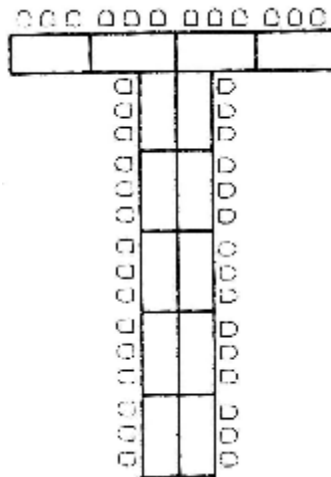
Είναι παραλλαγή του τύπου κλειστού Π, που εξυπηρετεί κι αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.



Σχήμα 3-9: Τύπος του κλειστού πετάλου

3.5.1.2.11 Ο τύπος T

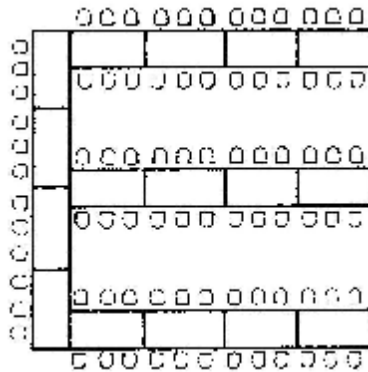
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.



Σχήμα 3-10: Ο τύπος T

3.5.1.2.12 Ο τύπος E

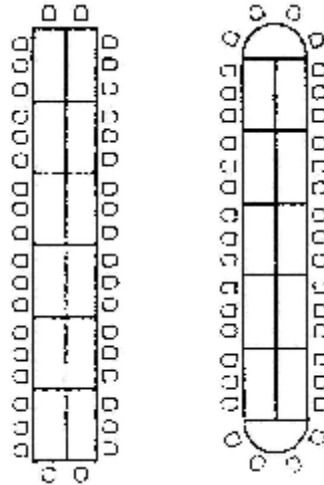
Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου E αποτελεί ο τύπος «κτένα», όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπέζιων. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.



Σχήμα 3-11: Ο τύπος E

3.5.1.2.13 Ο τύπος I

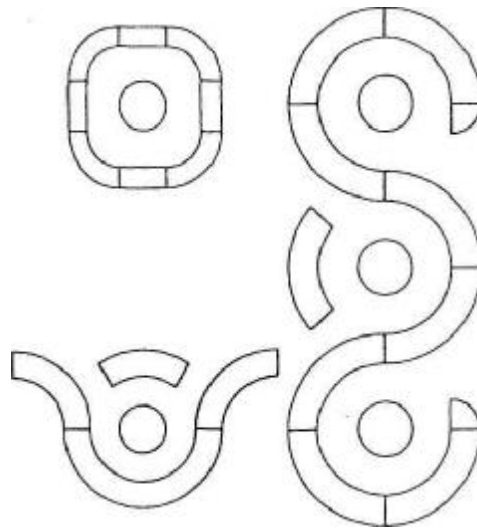
Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.



Σχήμα 3-12: Ο τύπος Ι

3.5.1.2.14 Διάταξη με χρήση τραπεζιών τύπου «σερπαντίνας»

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



Σχήμα 3-13: Διάταξη με χρήση τραπεζιών τύπου «σερπαντίνας»

3.5.2 Εξοπλισμός των χώρων

Ο συγκεκριμένος εξοπλισμός που είναι απαραίτητος σε ένα ξενοδοχείο για τη διεξαγωγή συνεδρίων αφορά την επίπλωση και τον οπτικοακουστικό εξοπλισμό του συνεδριακού χώρου.

3.5.2.1 Επίπλωση

Η αρχική επιλογή θα πρέπει να καλύπτει τις παρακάτω βασικές ιδιότητες: αντοχή και στερεότητα, ευκολία αποθήκευσης, ευκολία και ελαστικότητα στη χρήση.

Καθίσματα και τραπέζια

Τα καθίσματα που χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνέδρια έχουν διαστάσεις 46x46cm με 43cm ύψος. Οι στοιβαζόμενες καρεκλοπολυθρόνες, που δεν προσδίδουν βέβαια ιδιαίτερη επισημότητα, έχουν διαστάσεις μεγαλύτερες (51x51x43). Οι αναδιπλούμενες, όπως και οι στοιβαζόμενες, είναι εύκολες στη μεταφορά και στην αποθήκευση, δεν είναι όμως άνετες ούτε πάντα σταθερές. Για το λόγο αυτό θα πρέπει να επιλέγονται με προσοχή και να είναι καλής ποιότητας. Τα καθίσματα του τύπου 46x46x43 χρησιμοποιούνται κυρίως σε συνεστιάσεις.

Τα τραπέζια έχουν ύψος συνήθως 76cm. Οι διαστάσεις του κλασικού τετράγωνου τραπέζιού είναι 76x76x76. Ενώ τα 76-78cm θεωρούνται τυπικό πλάτος, το μήκος είναι δυνατόν να είναι μεγαλύτερο, οπότε έχουμε τραπέζια τύπου παραλληλόγραμμου. Τα τραπέζια με πλάτος 45-46cm είναι του τύπου τραπέζια-έδρανα και χρησιμοποιούνται μόνο από τη μία τους πλευρά κυρίως για συσκέψεις. Η πρακτική οδήγησε στη λύση, για

εξοικονόμηση χώρου, ακόμη μικρότερης διάστασης στα τραπέζια-έδρανα, αυτής των 38-40cm. Τραπέζια με το κλασικό πλάτος των 76cm χρησιμοποιούνται σαν τραπέζια της κεφαλής του συνεδρίου. Αυτού του πλάτους τραπέζια χρησιμοποιούνται επίσης σαν βάσεις εκθεμάτων.

Τα στρογγυλά τραπέζια χρησιμοποιούνται περισσότερο για συνεστιάσεις και ποικίλουν σε διαστάσεις. Η διάμετρος του 1,20m παρέχει δυνατότητα εστίασης για 4-6 άτομα, του 1,50m για 8-10 άτομα και του 1,80m για 10-12 άτομα. Τέτοια τραπέζια εξυπηρετούν επίσης και μικρές ομάδες εργασίας (workshops). Μία μικρή ποσότητα ημικυκλικών τραπεζίων βοηθά ιδιαίτερα σε πρωτότυπες διατάξεις. Τραπέζια τύπου «σερπαντίνας» μας δίνουν τη δυνατότητα για πρωτότυπη και λειτουργική διάταξη σε εστιάσεις τύπου μπουφέ.

Εξέδρες και αναλόγια

Οι εξέδρες, που διατίθενται σε μεγάλη ποικιλία μεγεθών και τύπων, χρησιμοποιούνται για να υπερυψώσουν είτε το τραπέζι των τιμώμενων προσώπων σε συνεστίαση, είτε τη θέση των ομιλητών στα συνέδρια. Ατέλειες ή μικροφθορές καλύπτονται με χαλί ή μοκέτα. Χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή για τυχόν ατυχήματα (σημαντικό ύψος χωρίς σκαλοπάτια, μοκέτα ή χαλί που αναδιπλώνει). Ειδικοί τύποι χρησιμοποιούνται σε επιδείξεις μόδας (πασαρέλες).

Τα αναλόγια διατίθενται και αυτά σε ποικιλία. Από άποψη σχήματος, ενδιαφέρουν οι τύποι των αναλογίων που έρχονται σε απευθείας επαφή με το δάπεδο (ή εξέδρα) και οι τύποι που είτε αποτελούν ενιαίο σταθερό σύνολο με τραπέζι, είτε ακουμπούν πάνω σε αυτό. Προτιμούνται οι τύποι που διαθέτουν μόνιμο λαμπτήρα και έτοιμες καλωδιώσεις μικροφωνικών εγκαταστάσεων, που να απολήγουν όταν χρειαστεί σε πρίζες.

Οι πίστες χορού, ιδιαίτερα σε αίθουσες που είναι στρωμένες με μοκέτα είναι

απαραίτητες. Οι συναρμολογούμενες πίστες αποτελούνται από κομμάτια πλακών που συνδέονται εύκολα και δεν καταλαμβάνουν μεγάλο χώρο στην αποθήκευσή τους.

3.5.2.2 Οπτικοακουστικός εξοπλισμός

Βασικό στοιχείο στη διεξαγωγή ενός συνεδρίου είναι ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός. Υπάρχουν ξενοδοχεία που χωρίς να διαθέτουν τέτοιο εξοπλισμό συμμετέχουν στην αγορά συνεδρίων. Στην περίπτωση αυτή έχουν τη δυνατότητα να υποδεικνύουν στον οργανωτή ειδικές επιχειρήσεις - γραφεία, που νοικιάζουν τέτοιο εξοπλισμό, διαθέτοντας και το κατάλληλο προσωπικό. Διευθύνσεις τέτοιων γραφείων και πρόσφατες προσφορές τιμών τους θα πρέπει να παρέχονται από τον ξενοδόχο στον οργανωτή.

Οι κύριοι λόγοι που συνήθως ξενοδοχειακές μονάδες δε διαθέτουν το σύνολο ή τμήμα του αναγκαίου εξοπλισμού είναι οι εξής:

- Υπάρχει ελάχιστη συνεδριακή πελατεία και η απόσβεση τέτοιας δαπάνης είναι αμφίβολη
- Η προμήθεια τέτοιου εξοπλισμού, που η τεχνολογική πρόοδος σε ελάχιστα χρόνια τον καθιστά ξεπερασμένο, κρίνεται ασύμφορη
- Δεν υπάρχει ο απαιτούμενος αποθηκευτικός χώρος
- Υπάρχουν πολλές δυνατότητες ενοικίασης εξοπλισμού σε χαμηλές τιμές.

Πρέπει να τονισθεί όμως πως η ύπαρξη οπτικοακουστικού εξοπλισμού στη μονάδα, εξασφαλίζει ευκολότερα συμμετοχή στην αγορά συνεδριακών εκδηλώσεων. Τα είδη του σχετικού εξοπλισμού που θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και απαραίτητα παρουσιάζονται παρακάτω.

Ηχητικά συστήματα

Τα μικρόφωνα, οι βάσεις τους, οι ενισχυτές και τα ηχεία είναι τα πιο απαραίτητα. Η καλή απόδοση τους και η σωστή διανομή του ήχου μέσα στο χώρο είναι βασική. Όταν υπάρχει προβολή θα πρέπει να καταβάλλεται μέριμνα ώστε η ένταση του ήχου να βρίσκεται κοντά στην οθόνη, γιατί έχει αποδειχθεί ότι οι άνθρωποι καταλαβαίνουν καλύτερα, όταν εικόνα και ήχος προέρχονται από την ίδια κατεύθυνση. Όταν δεν διαθέτουμε ασύρματα μικρόφωνα απαιτούνται προεκτάσεις στις καλωδιώσεις. Είναι απαραίτητο, εφόσον επιλέγεται ενσύρματο σύστημα, οι καλωδιώσεις να εφαρμόζονται στο δάπεδο με τη βοήθεια αυτοκόλλητων ταινιών. Ο έλεγχος των εγκαταστάσεων πριν από τα συνέδριο είναι απαραίτητος.

Φωτισμός

Εάν η εξέδρα βρίσκεται σε μόνιμη θέση είναι εύκολο να γίνει προμήθεια και τοποθέτηση με τη βοήθεια ειδικών, πρόσθετου φωτισμού σε σταθερά σημεία. Σε περιπτώσεις αλλαγών των θέσεων της εξέδρας χρησιμοποιούνται πρόσθετα κινητά στοιχεία φωτισμού. Γενικά, ο φωτισμός πρέπει να είναι επαρκής χωρίς να κουράζει, να πλησιάζει το φυσικό φως της ημέρας και καθ' όλη τη διάρκεια του συνεδρίου να ελέγχεται από ειδικούς.

Οθόνες προβολής

Προτιμούνται ή οι εντελώς λευκές ή αυτές με αργυρόχρωμη μεταλλική επιφάνεια, που τοποθετούνται στον τοίχο σε ειδικά άγκιστρα. Οι τυλιγμένες σε ρολό που στηρίζονται σε τρίποδα και είναι ενσωματωμένες μαζί του είναι δύσχρηστες και για καθαρά πρακτικούς λόγους πρέπει να αποφεύγονται.

Μηγάνημα προβολής slides

Υπάρχουν πολλοί τύποι και το γεγονός ότι ο κάθε τύπος έχει το δικό του δίσκο για slides, δημιουργεί πρόβλημα. Ο τύπος Carouzel της Kodak (2x2 ή 35mm) λόγω της διάδοσης του, μειώνει το πρόβλημα αυτό. Η δυνατότητα προβολής πίσω από την οθόνη καλύπτει τη θέα του μηχανήματος, αλλά αφαιρεί χώρο από την αίθουσα. Η χρήση τηλεχειριστηρίου, διευκολύνει το χρήστη. Η σύνδεση του με μαγνητόφωνο το οποίο θα παρέχει μουσική επένδυση ή παράλληλη αφήγηση κάνει πιο ζωντανή και αποτελεσματική τη χρήση του.

Κινηματογραφικές μηχανές προβολής

Η χρήση τους κατά τη διάρκεια των συνεδρίων έχει αρχίσει να μειώνεται. Οι ταινίες των 16mm (που είναι συνήθως το μέγεθος των κινηματογραφικών ταινιών) κάνουν για οποιαδήποτε μηχανή προβολής.

Επιδιασκόπιο

Είναι μηχανήμα που προβάλλει οτιδήποτε απαιτείται, αφού πρώτα τυπωθεί σε διαφάνεια. Ειδικοί τύποι επιδιασκοπιων μπορούν να συνδέονται με ηλεκτρονικό υπολογιστή του οποίου η οθόνη προβάλλεται μέσω του μηχανήματος αυτού στον τοίχο.

View-graph

Προβάλλει τις σημειώσεις του ομιλητή που γράφονται τη στιγμή της ομιλίας με ειδικό μολύβι πάνω στη γυάλινη οθόνη του μηχανήματος.

Video - Δορυφορική τηλεόραση

Η χρήση του video έχει επεκταθεί σε μεγάλο βαθμό γιατί αποτελεί την πιο εύχρηστη και ασφαλή μέθοδο προβολής. Χρησιμοποιείται συνήθως σε ολιγομελείς ομάδες και η προβολή γίνεται μέσω της οθόνης της τηλεόρασης. Τελευταία, όμως με τη συνεχή εξέλιξη της τεχνολογίας, έχουν κυκλοφορήσει στο εμπόριο τεράστιες οθόνες τηλεόρασης που χρησιμοποιούνται και για μεγαλύτερες ομάδες ατόμων. Ακόμη, υπάρχει το σύστημα της βιντεοπροβολής, που επιτρέπει στον ομιλητή να προβάλλει την εικόνα του στην οθόνη της τηλεόρασης μέσω μιας κάμερας που τον κινηματογραφεί και μεταδίδει ταυτόχρονα.

Μέσω της δορυφορικής τηλεόρασης παρέχεται η δυνατότητα ταυτόχρονου διαλόγου και οπτικής επαφής ατόμων που βρίσκονται σε άλλα σημεία της Γης. Καθιερώθηκε με τον όρο «τηλεδιάσκεψη».

Σε πολλές εκδηλώσεις γίνεται η χρήση μόνιτορ και κλειστού κυκλώματος τηλεόρασης.

Μεταφραστικές Εγκαταστάσεις

Αποτελεί πάγια εγκατάσταση και τη διαθέτουν οι μονάδες εκείνες που εξυπηρετούν μεγάλα διεθνή συνέδρια. Ο αριθμός των γλωσσών-καναλιών καθορίζει το κόστος της εγκατάστασης αλλά και τη δυνατότητα να αναλάβει το ξενοδοχείο συνέδρια μεγάλων απαιτήσεων.

Το κάθε σύστημα ταυτόχρονης μετάφρασης περιλαμβάνει:

- μικρόφωνο και ακουστικά σε κάθε θέση συνεδρίου και σύστημα επιλογής του καναλιού (γλώσσας) επιθυμίας του, διακόπτη αυξομείωσης του ήχου,
- ειδικές καμπίνες για τους μεταφραστές,
- τεχνικό κέντρο με τα μηχανήματα συντονισμού,

Ο αριθμός των γλωσσών που χρησιμοποιούνται σε μεγάλα διεθνή συνέδρια είναι

9-12. Για κάθε γλώσσα απαιτείται ο αντίστοιχος μεταφραστικός θάλαμος με την κατάλληλη ηχομόνωση. Το σύστημα διατίθεται είτε σαν ασύρματο είτε με καλωδιώσεις.

Μαγνητόφωνα, γραφομηχανές, φωτοτυπικά μηχανήματα

Μέρος του κινητού εξοπλισμού που χρησιμοποιείται για μαγνητοφωνήσεις ομιλιών, δακτυλογράφηση κειμένων και αναπαραγωγή έντυπου υλικού.

Η μονάδα, όπως και σε άλλες περιπτώσεις, εφόσον δεν μπορεί να προσφέρει τέτοια υπηρεσία, δίνει στον οργανωτή διευθύνσεις, τηλέφωνα και προσφορές ειδικών γραφείων.

Συστήματα επικοινωνίας και τηλεφωνικές εγκαταστάσεις με ασύρματη ή ενσύρματη μέθοδο

Τα συστήματα επικοινωνίας και τηλεφώνου, γενικότερα, θεωρούνται σημαντικά σε μεγάλα και σύνθετα συνέδρια ώστε να μπορούν να επικοινωνούν άμεσα οι παρευρισκόμενοι. Οι ανοικτές γραμμές και οι συσκευές που κτυπούν σε άλλο χώρο μόλις σηκώσει ο ομιλητής το ακουστικό και χωρίς να επιλέξει νούμερο, όπως και τα ασύρματα ή επαναφορτιζόμενα τηλέφωνα, έχουν μεγάλη χρήση και χρησιμότητα.

Στο σημείο αυτό αναφέρουμε την απαραίτητη ύπαρξη μεγάλου αριθμού τηλεφωνικών εξωτερικών γραμμών. Η υποδομή αυτή διευκολύνει την επικοινωνία των συνέδρων (με την έδρα της δραστηριότητας τους) και των εκπροσώπων του Τύπου που πιθανόν να καλύπτουν το συνέδριο για λογαριασμό εφημερίδας ή περιοδικών.

3.5.3 Ανθρώπινο δυναμικό

Τα συνέδρια είναι εξαιρετικά σύνθετες και πολυεπίπεδες εκδηλώσεις. Η οργάνωση τους δεν μπορεί να είναι τυχαία αλλά πρέπει να αναλαμβάνεται από ξενοδοχεία που διαθέτουν άρτια εκπαιδευμένο και εξειδικευμένο προσωπικό, όπως και κατάλληλους χώρους και εγκαταστάσεις.

Το ανθρώπινο δυναμικό αποτελεί το έμψυχο μέρος του εξοπλισμού του συνεδρίου. Θα πρέπει να είναι εξειδικευμένο, όμως υπάρχουν περιπτώσεις όπου εξειδικεύεται από τους φορείς ή τα τμήματα εκπαίδευσης του ίδιου του ξενοδοχείου. Κατά τη διάρκεια της εκπαίδευσης διενεργούνται ειδικά σεμινάρια επιμόρφωσης για το προσωπικό, ώστε να ενημερωθεί πλήρως για τη στρατηγική που θα πρέπει να ακολουθήσει.

Η σωστή οργάνωση και συνεργασία μεταξύ του διευθυντή και της ομάδας του, συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην καλή διεξαγωγή και επιτυχία του συνεδρίου. Μεγάλη σημασία έχει και η ικανότητα του διευθυντή να δίνει σύντομες και ακριβείς εντολές οι οποίες να γίνονται αμέσως κατανοητές χωρίς παραπέρα παρεξηγήσεις. Αυτό είναι αποτέλεσμα πείρας και συνεχούς εξάσκησης και από τις δύο πλευρές. Η επικοινωνία αυτή είναι απαραίτητη για να μη χάνεται πολύτιμος χρόνος.

Το ανθρώπινο δυναμικό είναι η ψυχή του συνεδρίου. Η απόλυτη συνεργασία, η υπακοή και πειθαρχία, οι συγχρονισμένες κινήσεις, η ταχύτητα και η αγάπη για τη δουλειά αυτή, είναι μερικά από τα βασικά προσόντα που απαιτούνται.

Συνήθως, υπάρχει ένας μόνιμος πυρήνας ο οποίος ενισχύεται με έκτακτο κατά περίπτωση προσωπικό. Τούτο αφορά κυρίως ειδικότητες που σχετίζονται με τις υπηρεσίες που προσφέρει το ξενοδοχείο στην καθημερινή του πελατεία (υποδοχή, υπνοδωμάτια, καθαριότητα, προετοιμασία και σερβίρισμα φαγητών και ποτών, ψυχαγωγία κ.λ.π.). Αφορά επίσης και προσωπικό που απασχολείται με τη διεξαγωγή των δεξιώσεων (διαρρυθμίσεις αιθουσών συνεστίασης, σερβίρισμα κ.λ.π.).

Κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου, εκτός από τις δύο παραπάνω κατηγορίες

προσωπικού που είναι απαραίτητες -και που φυσικά ενισχύονται με έκτακτο ή και μερικής απασχόλησης προσωπικό - απαιτούνται και άλλες ειδικότητες. Οι τεχνικοί που χειρίζονται το συνεδριακό οπτικοακουστικό εξοπλισμό πρέπει να επιλέγονται με προσοχή και να έχουν άρτια τεχνική εκπαίδευση αλλά και εξοικείωση με το συγκεκριμένο τύπο του εξοπλισμού που διαθέτει η μονάδα. Η ίδια προσοχή στην επιλογή τους, απαιτείται και όταν ο εξοπλισμός αυτός έχει μισθωθεί από ειδικά γραφεία, χωρίς να έχει διατεθεί προσωπικό για το χειρισμό του.

Αρκετές φορές η μονάδα καλείται να εξυπηρετήσει τον οργανωτή τροφοδοτώντας τον με το κατάλληλο προσωπικό, που θα απασχοληθεί με τη διεξαγωγή του συνεδρίου, ή την εξυπηρέτηση των συνέδρων πάνω σε θέματα που δεν καλύπτουν οι υπηρεσίες του ξενοδοχείου (συνοδοί, ξεναγοί, δακτυλογράφοι, διερμηνείς κ.λ.π.).

Είναι απίθανο, ακόμη και η μεγαλύτερη μονάδα, να μπορεί να απασχολεί όλο το χρόνο μια ομάδα τέτοιων επαγγελματιών. Όταν μάλιστα απαιτείται εξειδικευμένη εκπαίδευση, άπταιστη γνώση ξένων γλωσσών, γνώση δακτυλογράφησης ή και χειρισμού υπολογιστή ενώ συγχρόνως αυτοί οι ειδικοί γνωρίζουν τους χώρους και τις εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου.

Οι συνοδοί που καθοδηγούν και συνοδεύουν τους συνέδρους, σύμφωνα με το πρόγραμμά τους, θα πρέπει να γνωρίζουν καλά την περιοχή και να είναι σε θέση να τους ενημερώνουν και να τους πληροφορούν σωστά. Η καλή εμφάνιση τους καθώς και η άριστη συμπεριφορά τους θεωρούνται απαραίτητα. Αρκετές μονάδες με μεγάλο κύκλο εργασιών που αφορά συνέδρια προσλαμβάνουν για όλο το χρόνο ή για μια συγκεκριμένη περίοδο ένα άτομο, που συντονίζει και διευθύνει την εργασία των συνοδών.

3.5.3.1 Διευθυντής συνεδρίων

Όπως και σε άλλες μεγάλες εκδηλώσεις, η επιτυχία ενός συνεδρίου ξεκινά από τις

πρώτες συζητήσεις με τον ενδιαφερόμενο οργανισμό και τις πρώτες αποφάσεις. Ο υπεύθυνος οργανωτής του συνεδρίου πρέπει να πάρει, όσο το δυνατόν νωρίτερα, πλήρη και ακριβή στοιχεία από τον οργανισμό. Πρέπει επίσης να τονίσει στον οργανισμό ότι η αλλαγή πολυάριθμων, έστω και λεπτομερειακών, αποφάσεων κατά τη διαδρομή της οργάνωσης του συνεδρίου αποτελεί θανάσιμο κίνδυνο για την τελική επιτυχία του. Γι' αυτό ακριβώς το λόγο, οι αρχικές αποφάσεις πρέπει να παίρνονται μετά από πολλή σκέψη και εξέταση όλων των παραγόντων, για να μην αποδεικνύεται στη συνέχεια ανέφικτη η υλοποίηση τους, είτε από έλλειψη αρκετού χρόνου ή χρημάτων είτε από αντικειμενική ανεπάρκεια ή έλλειψη χώρων, μέσων κ.λ.π. Αυτό δεν σημαίνει βέβαια ότι το οποιοδήποτε σχετικό οργανόγραμμα δεν μπορεί να είναι ελαστικό. Από το σημείο αυτό όμως μέχρι του να ανατρέπεται κάθε μέρα και από ένα στοιχείο του, όπως γίνεται συχνά, υπάρχει τεράστια απόσταση.

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

Μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες που ένα σημαντικό μέρος της πελατείας του αποτελείται από συνέδρια, έχουν υπεύθυνο συντονιστή της προετοιμασίας και διεξαγωγής του. Αυτός είναι ο διευθυντής συνεδρίων (Convention Service Manager) που συνήθως αναφέρεται στον γενικό διευθυντή της μονάδας και επικοινωνεί έχοντας όλη την απαραίτητη συνεργασία με τα τμήματα που εμπλέκονται.

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 σ' αυτόν κάθε σχετική αρμοδιότητα.

Σε μικρότερες μονάδες με μικρό κύκλο εργασιών συνεδριακής πελατείας και με δυνατότητες μόνο για μικρά συνέδρια, ο maitre d' hotel με την βοήθεια του διευθυντή

του ξενοδοχείου αναλαμβάνει την όλη προετοιμασία και διεξαγωγή τους.

3.5.3.2 Γραμματεία

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

Δύο από τα βασικά εργαλεία της γραμματείας, για την καλή άσκηση του έργου της, είναι ένας πίνακας ανακοινώσεων, συνεχώς ενημερωμένος με οποιαδήποτε αλλαγή του προγράμματος ή με άλλα θέματα που αφορούν τους συνέδρους και ένας πίνακας μηνυμάτων προς και από τους συνέδρους. Φυσικά, όσο πιο σωστή δουλειά έχει γίνει στην οργανωτική υποδομή της γραμματείας και του τρόπου που θα εργαστεί, τόσο μεγαλύτερες είναι οι πιθανότητες να πετύχει στη δύσκολη αποστολή της.

3.5.4 Έντυπα υλικά

Τα έντυπα υλικά που συνήθως χρησιμοποιούνται είναι τα εξής:

- μεγάλοι φάκελοι για την αποστολή έντυπου υλικού,
- τελικό πρόγραμμα,
- αποδείξεις καταβολής αντιτίμου συμμετοχής,
- έντυπα για την υποβολή ερωτήσεων κατά τη διάρκεια του συνεδρίου (αν δεν

αποφασιστεί να υποβάλλονται προφορικά),

- προσκλήσεις για τις διάφορες εκδηλώσεις στα πλαίσια του συνεδρίου,
- περιλήψεις ή και ολόκληρα κείμενα εισηγήσεων – ομιλιών,
- έντυπο με χρήσιμες πληροφορίες για τον τόπο όπου γίνεται το συνέδριο,
- κάρτες ή επιστολές καλωσορίσματος για τα δωμάτια των ξενοδοχείων,
- διπλώματα παρακολούθησης του συνεδρίου,
- έντυπο εντυπώσεων,
- τόμος πρακτικών του συνεδρίου.

Εκτός από αυτά και άλλα τυχόν ειδικότερα έντυπα που θα χρειαστούν, απαραίτητα είναι και τα παρακάτω υλικά:

- ντοσιέ χάρτινα, πλαστικά ή δερμάτινα, με χρυσοτυπία ή μεταξοτυπία του σήματος, της επωνυμίας, του τόπου και του χρόνου του συνεδρίου,
- μολύβια διαρκείας, μαρκαδόροι κ.λπ,
- μπλοκ σημειώσεων απλά, εγχάρακτα ή τυπωμένα με το σήμα του συνεδρίου,
- κονκάρδες πέτου οι οποίες θα πρέπει να παραλλάσσουν χρωματικά για τους συνέδρους, τους παρατηρητές, τους οργανωτές, τους εκπροσώπους των ΜΜΕ κ.λπ.,
- πινακίδες αιθουσών, ονομάτων ομιλητών, τίτλου του συνεδρίου για το ξενοδοχείο, το βήμα, το πούλμαν κ.λπ.,
- μαυροπίνακες ή πίνακες «εμαγιέ» (συρόμενους ή σταθερούς),
- κιμωλίες ή ειδικούς μαρκαδόρους,
- μολύβια, στυλό,
- πίνακες ανακοινώσεων.

3.5.5 Πρόγραμμα

Η οργάνωση ενός συνεδρίου δεν μπορεί να προχωρήσει αν δεν έχει καταρτισθεί από τα πρώτα βήματα ένα - στοιχειώδες έστω - πρόγραμμα. Αυτό θα αποτελέσει τον οδηγό για όλη την οργάνωση του συνεδρίου. Το ίδιο αυτό πρόγραμμα, με τις απαραίτητες προσαφαιρέσεις και αλλαγές που θα γίνονται προοδευτικά, θα μετασχηματιστεί κάποια στιγμή στο τελικό πρόγραμμα πριν τη διεξαγωγή του συνεδρίου.

3.5.6 Διακόσμηση χώρων

Η διακόσμηση του χώρου μπορεί να γίνει με την προσθήκη φυτών, λουλουδιών σε χώρους που δεν υπήρχε πριν ανάλογη διακόσμηση, καθώς επίσης και με προσθήκη μεγάλων φωτογραφιών, αφισών κ.λ.π.

Όταν πρόκειται για διεθνές συνέδριο οι σημαίες όλων των χωρών των εκπροσώπων του συνεδρίου είναι κάτι που δεν μπορεί να παραληφθεί, αρκεί βέβαια να μην είναι το μόνο διακοσμητικό στοιχείο αφού αποτελεί εύκολη λύση όσον αφορά τη διακόσμηση.

Τέλος, θα πρέπει να προσθέσουμε ότι λίγη φαντασία και δημιουργικότητα θα μπορούσαν να συντελέσουν σε μια πρωτότυπη διακόσμηση των χώρων του συνεδρίου και γι' αυτό πολλές φορές κρίνεται απαραίτητη η πρόσληψη διακοσμητών γι' αυτή τη δουλειά.

3.5.7 Επισιτιστικές υπηρεσίες

Η συμμετοχή των επισιτιστικών υπηρεσιών είναι απαραίτητη για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου. Πρόκειται δηλαδή για ένα σημαντικό μέρος του συνεδριακού πακέτου και ταυτόχρονα αποφέρει σημαντικό κέρδος στο ξενοδοχείο όπου λαμβάνει χώρα το

συνέδριο.

Τα είδη των μενού που θα προσφερθούν, ο τρόπος σερβιρίσματος, ο ξενοδοχειακός χώρος όπου θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις και ο αριθμός των συμμετεχόντων σε αυτές έχουν μεγάλη σημασία. Οι αρχικές συμφωνίες περιγράφουν είδη μενού, τρόπο σερβιρίσματος, τον ξενοδοχειακό χώρο που θα γίνουν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις, και τον αριθμό συμμετεχόντων σε αυτές. Για συνέδρια που κλείνονται καιρό πριν, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στην κοστολόγηση των υπηρεσιών διατροφής.

Ο διευθυντής του τμήματος δεξιώσεων ή για μικρότερα ξενοδοχεία ο διευθυντής επισιτισμού είναι εκείνοι που αναλαμβάνουν να προσφέρουν αυτές τις υπηρεσίες στους συνέδρους. Φυσικά, ασχολούνται και με κάθε είδους εκδήλωση που απαιτεί παροχή διατροφής, (επίσημες δεξιώσεις σε γάμους, αρραβώνες, γεύματα εργασίας, παιδικά γενέθλια κ.λπ).

Ο διευθυντής συνεδρίων ενημερώνει όχι μόνο το τμήμα δεξιώσεων αλλά και την κουζίνα που θα παρασκευάσει το συγκεκριμένο μενού. Ο διευθυντής δεξιώσεων αναλαμβάνει το σερβίρισμα του μενού και τις σχετικές με αυτό υπηρεσίες, όπως η κατάλληλη διαρρύθμιση του χώρου.

Η χωρητικότητα σε άτομα των αιθουσών που χρησιμοποιούνται για εστίαση (τραπεζαρίες, εστιατόρια, αίθουσες δεξιώσεων) ποικίλει ανάλογα με το είδος της συγκεκριμένης εκδήλωσης.

Κατά τη διεξαγωγή των συνεδρίων είναι δυνατόν να υπάρχουν:

- Προγεύματα, γεύματα ή δείπνα με κλασικό τρόπο ή σε στυλ μπουφέ.
- Δείπνα με κάποιο καλλιτεχνικό πρόγραμμα ή χορό.
- Προσφορά καφέ στα διαλείμματα των συνεδριάσεων (coffee breaks).
- Προσφορά ποτών και ορεκτικών στην έναρξη του συνεδρίου (reception party).
- Προσφορά ποτών, η οποία είναι δυνατόν να γίνει με έναν από τους παρακάτω

τρόπους:

- Ανοικτό μπαρ (open bar), όπου οι σύνεδροι επιλέγουν ποτά της αρεσκείας τους και οι διοργανωτές τα εξοφλούν μετά. Αυτό γίνεται σε καθορισμένους χώρους και χρόνους. Οι χρεώσεις όσον αφορά το συγκεκριμένο τύπο μπαρ γίνονται με τρεις βασικούς τρόπους:
 - § Βάσει των ποτών που καταναλώθηκαν από τους καλεσμένους
 - § Βάσει του αριθμού των καλεσμένων
 - § Βάσει του αριθμού μπουκαλιών που ανοίχθηκαν
- Μπαρ τοις μετρητοίς, όπου οι σύνεδροι πληρώνουν οι ίδιοι τα ποτά που θα καταναλώσουν. Η πληρωμή γίνεται με δύο τρόπους, είτε τοις μετρητοίς είτε με κουπόνια που αγοράζονται και παραδίδονται κατά την αγορά του ποτού.

Ανταπόκριση των συνέδρων στις υπηρεσίες διατροφής

Είναι δύσκολο στους οργανωτές του συνεδρίου να γνωρίζουν τον ακριβή αριθμό των συνέδρων. Υπολογίζεται ένας ελάχιστος και ένας μέγιστος αριθμός συμμετοχής και έτσι καθορίζεται η συμφωνία. Εάν π.χ. η συμφωνία για ελάχιστη συμμετοχή στο δείπνο είναι για 300 άτομα και συμμετέχουν μόνο 280 θα καταβληθεί το αντίτιμο για τους 300.

Οικονομική επιβάρυνση

Κλασικοί τρόποι της επιβάρυνσης αποφεύγονται γιατί σε μεγάλο αριθμό συνέδρων είναι χρονοβόροι.

Εκτός αυτού, ο τρόπος χρέωσης με υπογραφές δεν συνιστάται γιατί μερικοί σύνεδροι μπορεί να μην είναι πελάτες του ξενοδοχείου. Η πρακτική της αποστολής προσκλήσεων λύνει πολλά προβλήματα. Οι προσκλήσεις είναι δυνατόν να συλλέγονται είτε στην είσοδο του χώρου που γίνεται η εκδήλωση, είτε στα τραπέζια.

Το μέτρημα των πιάτων που σερβίρονται από την κουζίνα δεν εξυπηρετεί πάντα γιατί δεν αποτελεί αμοιβαίο τρόπο ελέγχου της οικονομικής επιβάρυνσης τόσο από την πλευρά της επιχείρησης όσο και από την πλευρά του πελάτη.

3.5.8 Ψυχαγωγία των συνέδρων και των συνοδών τους

Η ψυχαγωγία των συνέδρων έχει μεγάλη σημασία, εφόσον πολλοί από αυτούς συνδυάζουν τη συμμετοχή τους στο συνέδριο με τις ετήσιες ή ολιγοήμερες διακοπές τους. Είναι ήδη γνωστή η αναγκαιότητα της ψυχαγωγίας και απασχόλησης των συνοδών και συνέδρων, ενηλίκων ή και παιδιών. Το ξενοδοχείο γνωρίζει τις δυνατότητες του για προσφορά τέτοιων υπηρεσιών και φροντίζει να προσφέρει τις καταλληλότερες για κάθε περίπτωση (από άποψη είδους, πλήθους δραστηριοτήτων και φυσικά τιμής).

Γενικά, θα πρέπει να αποφεύγονται τα υπερφορτωμένα προγράμματα που δεν αφήνουν περιθώρια ξεκούρασης, τα ψώνια σαν κύρια και αποκλειστική δραστηριότητα, τα κοινά και εκτός μόδας θέματα και η ένταση. Αντίθετα, συνιστώνται ήπιες μορφές ψυχαγωγίας και διασκέδασης, πρωτοτυπία και απασχόληση με εκλεπτισμένο ύφος.

Φορείς με επιχειρησιακό χαρακτήρα, επιθυμούν για τα μέλη τους τη συμμετοχή σε ομαδικά αθλήματα και παιχνίδια, γιατί πιστεύουν πως βελτιώνουν με τον τρόπο αυτό τη συλλογική προσπάθεια και συνεργασία μεταξύ τους. Ευθύνη του ξενοδοχείου είναι να μειώσει στο ελάχιστο - σε ότι φυσικά εξαρτάται απ'αυτό - τους κινδύνους μικροτραυματισμών και ατυχημάτων.

Όσον αφορά τις συζύγους των συνέδρων οι κύριες δραστηριότητες που θα μπορούσαν να προτιμηθούν είναι:

- Συγκεντρώσεις σε μια ειδικά διαμορφωμένη αίθουσα με ζεστή και φιλική ατμόσφαιρα, όπου οι σύνεδροι θα μπορούν άνετα να ξεκουραστούν διαβάζοντας ή συζητώντας,

- Εκδηλώσεις με την τρέχουσα γυναικεία μόδα κατά τη διάρκεια των οποίων να σερβίρονται κοκτέιλ και να δίδονται αναμνηστικά δώρα. Οι εκδηλώσεις αυτές μπορούν να χρηματοδοτηθούν και από μπουτίκ γυναικείων ρούχων που βρίσκονται στην περιοχή της μονάδας με σκοπό τη συμμετοχή και προβολή τους,
- Οργάνωση περιπάτων στα εμπορικά κέντρα αγορών της πόλης με σκοπό τα ψώνια. Για τη μεταφορά από και προς τα σημεία προορισμού είναι υπεύθυνο το ξενοδοχείο,
- Ξενάγηση στα ιστορικά μνημεία της περιοχής. Η παρουσία ξεναγού είναι απαραίτητη,
- Στούντιο ομορφιάς,
- Ομιλίες από προσκεκλημένους γιατρούς, ψυχολόγους, κοινωνιολόγους κ.λπ.

Θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή στον τομέα της ψυχαγωγίας των συνοδών των συνέδρων αφού από την μέχρι τώρα διεθνή εμπειρία που αφορά τα συνέδρια διαπιστώνεται ότι τρεις στους δέκα συνέδρους συνοδεύονται.

3.5.9 Υποδοχή - αναχώρηση των συνέδρων

Το Α και το Ω μιας εκδήλωσης αποτελεί ο τρόπος με τον οποίο υποδεχόμαστε και αποχαιρετούμε τους καλεσμένους μας. Είναι περιττό να τονιστεί ότι μια όμορφη και σωστή υποδοχή αποτελεί την πρώτη και μεγαλύτερη ψυχολογική επένδυση στους καλεσμένους που τους προδιαθέτει ευνοϊκά ότι πρόκειται να εξασφαλιστεί η χωρίς ταλαιπωρία, γρήγορη, άνετη διεκπεραίωση και μεταφορά τους από το σημείο άφιξης προς το ξενοδοχείο. Αυτό είναι πολλές φορές αποτελεσματικότερο από την προσφορά λουλουδιών γιατί το άρωμα των λουλουδιών δεν μπορεί να καλύψει την ταλαιπωρία.

Ενώ συνήθως οι οργανωτές φροντίζουν το θέμα της υποδοχής, σπάνια ασχολούνται με την εξίσου σημαντική «τελευταία γεύση» του ξεπροβοδίσματος. Παρά

το γεγονός ότι είναι γνωστή η δύναμη της τελευταίας εντύπωσης, συνήθως οι καλεσμένοι χάνουν τους οικοδεσπότες και τους οργανωτές κατά τις τελευταίες ώρες πριν από την αναχώρησή τους. Κι όμως, ένα ζεστό ξεπροβόδισμα μπορεί να απαλύνει κάποιες ατέλειες της οργάνωσης ή και να ενισχύσει σημαντικά τις καλές εντυπώσεις.

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

3.5.10 Αξιολόγηση της διεξαγωγής του συνεδρίου

Η διεξαγωγή ενός συνεδρίου με τρόπο ικανοποιητικό θα επιτρέψει στο ξενοδοχείο να αποκτήσει την απαραίτητη φήμη. Αυτό εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό από τις προετοιμασίες και τα μέτρα που έχουν ληφθεί από την αρχή. Ένα από τα κλειδιά της επιτυχίας αφορά στον καθορισμό των υπευθύνων για κάθε τομέα δραστηριότητας, καθώς και τη συνεχή επίβλεψη και παρακολούθηση κατά τη διεξαγωγή.

Μεταξύ του τέλους μιας συνεδριακής εκδήλωσης και της διεξαγωγής της επόμενης είναι αναγκαία μια αξιολόγηση. Η αξιολόγηση βοηθά στο να μην ξαναγίνουν τα ίδια λάθη και αποτελεί ένα απαραίτητο συμπλήρωμα των λειτουργιών της διεξαγωγής του συνεδρίου.

3.5.10.1 Αξιολόγηση κατά μονάδα

Η κριτική της διεξαγωγής μπορεί να γίνει σε εσωτερικές συσκέψεις και θα πρέπει να είναι αντικειμενική και συγχρόνως αυστηρή. Θα περιλαμβάνει απαραίτητα όλες τις λειτουργίες της διεξαγωγής του συνεδρίου που έγιναν με ευθύνη του ξενοδοχείου. Η

αξιολόγηση των συγκεκριμένων δραστηριοτήτων ευθύνης των οργανωτών, δίνει στον ξενοδόχο την πολύτιμη εμπειρία ώστε να δώσει χρήσιμες συμβουλές στους οργανωτές του επόμενου συνεδρίου.

Η αξιολόγηση από τη μονάδα που αφορά τα συνολικά και επιμέρους οικονομικά μεγέθη καθώς και η σύγκριση τους με πρότυπα, αποτελεί προέκταση της αξιολόγησης που αναφέρθηκε. Άλλωστε αυτού του είδους η αξιολόγηση αποτελεί και μία από τις απαραίτητες λειτουργίες της διοίκησης σε κάθε επίπεδο (έλεγχος).

3.5.10.2 Κριτική από τον πελάτη

Με το γενικό όρο «πελάτης», δίνεται η δυνατότητα κριτικής στους ιθύνοντες, στους οργανωτές, στους συνέδρους ή και στις τρεις αυτές ομάδες. Με τους οργανωτές, το ξενοδοχείο έρχεται άμεσα σε επικοινωνία πριν και κατά τη διάρκεια της διεξαγωγής, ενώ λιγότερο με τους ιθύνοντες και αισθητά λιγότερο με τους συνέδρους.

Η αξιολόγηση σε βάθος μπορεί να γίνει με συγκεκριμένες ερωτήσεις, που απαντά ο πελάτης και που περιέχονται σε ειδικό έντυπο, το οποίο συνήθως παραδίδεται στον πελάτη κατά την άφιξη του ή του ταχυδρομείται μετά. Όταν του ταχυδρομείται μετά την εκδήλωση θα πρέπει να συνοδεύεται από κάποια επιστολή.

Εάν ο πελάτης παραμείνει πραγματικά ικανοποιημένος από την όλη διεξαγωγή, μπορεί να αποστείλει μια ευχαριστήρια επιστολή. Αυτού του είδους οι επιστολές και εφόσον με την άδεια του αποστολέα μπορούν να χρησιμοποιηθούν από το ξενοδοχείο, χρησιμεύουν για προσέλκυση νέας πελατείας. Με την έννοια αυτή έχουν τη δυνατότητα να αποτελέσουν συστατικές επιστολές.

Πέρα από αυτά, η ευχαριστήρια επιστολή προς την ξενοδοχειακή μονάδα ικανοποιεί μια σειρά από στελέχη και προσωπικό, για διαφορετικούς λόγους τον καθένα, και φανερώνει πως πολλά πράγματα έγιναν σωστά.

4 Η ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ

4.1 Η σημασία του συνεδριακού τουρισμού στο Νομό Αττικής

Αναμφίβολα ο συνεδριακός τουρισμός προσφέρει μεγάλες δυνατότητες στα ξενοδοχεία. Με δεδομένες τις περιορισμένες προοπτικές του τουρισμού διακοπών, τα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας πρέπει να εστιάσουν τις προσπάθειες τους στην ανάπτυξη του επιχειρηματικού τουρισμού. Ο ρόλος και η σημασία του συνεδριακού τουρισμού αποτελούν το αντικείμενο της μελέτης της διπλωματικής εργασίας σε επίπεδο «Master of Science» του κ. Π. Μακάρη, στο Πανεπιστήμιο του Surrey (Μ. Βρετανία), η οποία εκπονήθηκε το 1993 με τη μέθοδο του ερωτηματολογίου και συμπεριέλαβε όλα τα μεγάλα αθηναϊκά ξενοδοχεία.

Τα προβλήματα του αθηναϊκού τουρισμού είναι λίγο πολύ γνωστά. Η Ελλάδα γενικότερα έχει καθιερωθεί ως τόπος και προορισμός ήλιου, άμμου και θάλασσας, ενώ τα ελληνικά νησιά έχουν αναπτυχθεί σε ανεξάρτητους προορισμούς, χωρίς τη μεσολάβηση ενδιάμεσου σταθμού. Αυτή η πραγματικότητα οδήγησε σε τουριστική ζήτηση με έντονη εποχικότητα, μείωση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης καθώς και στη δραματική μείωση του ποσοστού των αφίξεων στην πρωτεύουσα έναντι των συνολικών αφίξεων στη χώρα. Σαν να μην ήταν τα παραπάνω αρκετά, η τουριστική εικόνα της πρωτεύουσας στο εξωτερικό είναι πολύ χαμηλή, λόγω των αναρίθμητων προβλημάτων υποδομής που την χαρακτηρίζουν.

Σαν αποτέλεσμα, η αθηναϊκή ξενοδοχειακή αγορά αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα σε όλο της το φάσμα. Δεν είναι πλέον λίγοι εκείνοι που υποστηρίζουν ότι η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού θα μπορούσε να βοηθήσει στο να λυθούν κάποια από τα προβλήματα αυτά. Η προθυμία συμμετοχής των διευθυντών στην εν λόγω έρευνα σηματοδότησε το ενδιαφέρον των ξενοδόχων για τη συνεδριακή αγορά.

Μεθοδολογία

Η έρευνα είχε τρία βασικά αντικείμενα μελέτης. Ένα μικρό σχετικά μέρος αφορούσε στην εκτίμηση του μεγέθους της συνεδριακής αγοράς, ενώ το κύριο βάρος δόθηκε στην αξιολόγηση των παραγόντων που καθορίζουν την επιτυχία των ξενοδοχείων στη συνεδριακή αγορά. Η αξιολόγηση έγινε με σύστημα «tick box», με διαβαθμίσεις από «όχι σημαντικό» (1), «σημαντικό» (2), «πολύ σημαντικό» (3) έως «εξαιρετικά σημαντικό» (4), και με τον τρόπο αυτό αξιολογήθηκαν 28 παράγοντες. Με τον ίδιο τρόπο αξιολογήθηκαν και 10 από τα προβλήματα που πιθανόν δημιουργεί η φιλοξενία συνεδρίων στη λειτουργία των ξενοδοχείων. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται παρακάτω.

Μέρος 1^ο

Η κατάταξη των παραγόντων κατά σειρά σπουδαιότητας έγινε με βάση το μέσο όρο που συγκέντρωσε ο κάθε παράγοντας προσθέτοντας τις αξιολογήσεις που έλαβε από όλους τους ερωτηθέντες και διαιρώντας με τον πληθυσμό τους.

Στο σημείο αυτό θα ήταν χρήσιμο να γίνουν κάποιες αρχικές διαπιστώσεις. Οι συνεδριακές εγκαταστάσεις των ξενοδοχείων αποτελούν το βασικότερο παράγοντα επιτυχίας. Η καλή μόνωση από ήχο και φως, η πολυτέλεια, η άνεση και η καταλληλότητα της συνεδριακής αίθουσας, καθώς επίσης και η επάρκεια τεχνικής υποστήριξης, είναι οι πιο καθοριστικοί παράγοντες για την επιτυχία ενός ξενοδοχείου στη συνεδριακή αγορά.

Σχεδόν εξίσου σημαντική είναι η πείρα του ξενοδοχείου στη φιλοξενία συνεδρίων και η διοικητική του υποδομή σε σχέση με τα συνέδρια. Οι οργανωτές συνεδρίων αισθάνονται μεγαλύτερη ασφάλεια όταν πραγματοποιούν τα συνέδρια τους σε ξενοδοχεία όπου επιτυχημένα συνέδρια έχουν πραγματοποιηθεί στο παρελθόν και έχουν

κάποιο άνθρωπο που να είναι αποκλειστικά επιφορτισμένος με την ευθύνη της απρόσκοπτης διεξαγωγής του συνεδρίου, τουλάχιστον όσον αφορά τις λειτουργίες του ξενοδοχείου.

Είναι χαρακτηριστικό το ότι οι διευθυντές των ξενοδοχείων της Αθήνας, αντιλαμβάνονται ότι η πολιτική τιμών που ακολουθούν είναι σχετικά δευτερεύουσας σημασίας, για την επιτυχία τους στη συνεδριακή αγορά. Οι προαναφερόμενοι παράγοντες αξιολογούνται σαν πολύ περισσότερο σημαντικοί. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι η έρευνα περιορίστηκε στα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα ξενοδοχεία της Αθήνας, στην οποία η έλλειψη συνεδριακών αιθουσών τοποθετεί τα ξενοδοχεία σε πλεονεκτική θέση απέναντι στους οργανωτές, κατά τον καθορισμό των τιμών, ειδικά όταν πρόκειται για μεγάλο συνέδριο, όπου η διαθεσιμότητα κατάλληλων αιθουσών είναι περιορισμένη. Το ανάλογο συμβαίνει και κατά την αξιολόγηση της πολιτικής κρατήσεων των ξενοδοχείων, η οποία επίσης έχει αξιολογηθεί σαν παράγοντας δευτερεύουσας σημασίας.

Μέρος 2^ο

Το δεύτερο μέρος της μελέτης προσπάθησε να ανιχνεύσει τα κυριότερα προβλήματα που δημιουργούνται στα ξενοδοχεία λόγω της φιλοξενίας συνεδρίων. Μία σειρά από πιθανά προβλήματα ζητήθηκε να αξιολογηθούν από τους διευθυντές που συμμετείχαν στην έρευνα, τα οποία έχουν μέσο όρο μικρότερο από 2, θεωρούνται δηλαδή ως μη σημαντικά. Στο τμήμα αυτό του ερωτηματολογίου παρατηρήθηκε μια διαφοροποίηση στις απαντήσεις μεταξύ των ξενοδοχείων που ανήκουν σε αλυσίδα ξενοδοχείων και των ανεξάρτητων επιχειρήσεων. Τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε αλυσίδες θεώρησαν όλα τα πιθανά λειτουργικά προβλήματα ως καθόλου σημαντικά. Στις ανεξάρτητες επιχειρήσεις παρατηρήθηκε ένας μεγάλος προβληματισμός. Παρ'όλα αυτά όλοι οι ερωτηθέντες υποστήριξαν ότι ένα συνέδριο δεν προκαλεί προβλήματα στη λειτουργία των ξενοδοχείων, εφόσον υπάρχει η κατάλληλη οργάνωση, προγραμματισμός

και εμπειρία.

Μέρος 3^ο

Στο τρίτο μέρος, η έρευνα προσπάθησε να κάνει μια αρχική εκτίμηση του μεγέθους της συνεδριακής αγοράς και να εντοπίσει τα χαρακτηριστικά στα οποία οι διευθυντές των ξενοδοχείων της Αθήνας δίνουν περισσότερη σημασία. Σε γενικές γραμμές λοιπόν, η συνεδριακή αγορά καλύπτει τη στιγμή αυτή ένα ποσοστό της τάξεως του 12%-14% της συνολικής κίνησης στα ξενοδοχεία της Αθήνας. Στο ίδιο μέρος της έρευνας, αξιολογήθηκαν τα βασικά χαρακτηριστικά του συνεδριακού τουρισμού. Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν πολύ σημαντικό το γεγονός ότι τα συνέδρια πραγματοποιούνται, κατά κύριο λόγο, εκτός της περιόδου μεγάλης ζήτησης, δηλαδή τον Απρίλιο, Μάιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο. Μερικοί διευθυντές, μάλιστα, υποστήριξαν ότι τα συνέδρια δημιουργούν τη δική τους «peak season».

Ένα ακόμα ενδιαφέρον στοιχείο, είναι το βάρος που έδωσαν όλοι οι ερωτηθέντες σε δευτερογενή χαρακτηριστικά της συνεδριακής αγοράς. Όλοι οι ερωτηθέντες θεωρούν πολύ σημαντική την προβολή του εκάστοτε ξενοδοχείου, λόγω της φιλοξενίας μεγάλων συνεδρίων, στα μέσα μαζικής ενημέρωσης. Δίνεται επίσης η δυνατότητα στα ξενοδοχεία να γίνουν γνωστά σε πιθανούς μελλοντικούς πελάτες που γνώρισαν το ξενοδοχείο και σχημάτισαν για αυτό μια πρώτη εντύπωση μέσα από το συνέδριο. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι ανεξάρτητες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις θεωρούν ακόμη περισσότερο σημαντικά τα παραπάνω χαρακτηριστικά για τις δυνατότητες του συνεδριακού τουρισμού. Αυτό είναι φυσιολογικό, με δεδομένο τις περιορισμένες δυνατότητες προβολής μιας μεμονωμένης επιχείρησης τόσο στο εξωτερικό, όσο πολύ περισσότερο στο εσωτερικό.

Αντίθετα, τα ξενοδοχεία που ανήκουν σε αλυσίδες απολαμβάνουν μια πλατιά αναγνωρισμένη ποιότητα των υπηρεσιών τους στο εσωτερικό και στο εξωτερικό.

4.2 Φορείς του συνεδριακού τουρισμού στην Αττική

4.2.1 Δημόσιοι και κρατικοί φορείς

Αρμόδιος φορέας που να αντιπροσωπεύει διεθνώς την Ελλάδα, επίσημα, με αντικείμενο του αποκλειστικά τη διοργάνωση συνεδρίων και την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, δεν υπάρχει, και αίτημα όλων όσων ασχολούνται με τα συνέδρια είναι η δημιουργία του, προκειμένου να υπάρξει εξέλιξη στο χώρο και προσέλκυση πελατών.

Οι επίσημοι φορείς που διαθέτουν τμήματα - θα λέγαμε αμιγή - που γνωρίζουν τα θέματα και ενισχύουν ή κάποτε χρηματοδοτούν και συνέδρια, είναι το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ, η Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης του Υπουργείου Πολιτισμού (ΥΠ.ΠΟ.) και το Γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (Γ.ΓΕ.Τ.)

Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης - Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού

Το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ ιδρύθηκε το 1976 (Π.Δ. 884, ΦΕΚ 8/12/76 αρ. 325). Η διεύθυνση δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης ενισχύθηκε με τη δημιουργία του τμήματος αυτού που είχε σκοπό τη «μέριμνα οργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων αφορούντων εις τον ελληνικό τουρισμό ή συνεδρίων και εκθέσεων διών προβάλλεται τούτος».

Ακόμη συνηγορούσε τη συμμετοχή σε συνέδρια και εκθέσεις που διοργανώνουν άλλοι φορείς, καθώς και τη διοργάνωση σε συνεργασία με το γραφείο διεθνών σχέσεων με χαρακτήρα αναπτυξιακό και οικονομικό.

Η μέριμνα οργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων προέβλεπε την έμμεση χρηματοδότηση εκδηλώσεων, την προβολή της χώρας στο εξωτερικό ως συνεδριακού

προορισμού καθώς και τη συμμετοχή των γραφείων εξωτερικού του ΕΟΤ σε τουριστικές εκθέσεις (BIT, ITB, WTM) κ.ά.

Ο ΕΟΤ αν και έχει κατά καιρούς δείξει ενδιαφέρον στην ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού, δεν έσκυψε με την επαγγελματική σοβαρότητα που απαιτείται στα θέματα του συνεδριακού τουρισμού. Μοναδική εξαίρεση που επιβεβαίωσε τον κανόνα ήταν η δημιουργία το 1989 στο Ascott της Αγγλίας συνεδριακού γραφείου το οποίο, μέσα σε 14 μήνες λειτουργίας του κατάφερε να αυξήσει κατά 40% τις εκδηλώσεις αυτού του τύπου στην Ελλάδα τον πρώτο χρόνο και κατά 60% τον δεύτερο, στέλνοντας 550 αποστολές υλικού σε διάφορους υποψήφιους πελάτες. Ακόμη έφτασαν εξαιτίας του 128 incentive groups. Το γραφείο αυτό κάλυπτε με επιτυχία την Βόρεια Ευρώπη και την Ιρλανδία, ωστόσο έκλεισε το 1990 για οικονομικούς λόγους.

Έκτοτε, ουδέν σημαντικό ακολούθησε. Τα διάφορα 5ετή προγράμματα τουριστικής ανάπτυξης και χάραξης νέας τουριστικής πολιτικής άφησαν πολλές φορές έξω τη χρηματοδότηση συνεδριακών κέντρων, άφησαν μελέτες και σχέδια στα συρτάρια, και άλλοτε λόγω έλλειψης των απαραίτητων κονδυλίων, άλλοτε λόγω γραφειοκρατικών διαδικασιών και αναβολών και αντικειμενικών δυσκολιών, τελικά η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ακολούθησε ρυθμούς χελώνας, απελπιστικά αργούς και οδυνηρά αποκαρδιωτικούς για όσους εργάζονται στο χώρο και περιμένουν από το κράτος να ενισχύσει τις υποδομές και τις προσπάθειες τους.

Υπουργείο Πολιτισμού

Το Τμήμα Συνεδρίων υπάγεται στη διεύθυνση πολιτιστικής κίνησης του υπουργείου. Σύμφωνα με το άρθρο 22 του Π.Δ.941/1997, οι αρμοδιότητες του τμήματος περιλαμβάνουν:

- Οργάνωση και εποπτεία διεθνών ή πανελληνίων και τοπικών συνεδρίων και συναφών εκδηλώσεων,

- προσπάθεια προσέλκυσης διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα,
- οικονομική ενίσχυση συνεδρίων και εκδηλώσεων,
- παροχή διευκολύνσεων, εξοπλισμού, οργανωτικών λύσεων κ.λ.π. στους φορείς των συνεδρίων,
- έκδοση φυλλαδίων ενημερωτικού χαρακτήρα,
- προβολή της πνευματικής και καλλιτεχνικής δραστηριότητας στην Ελλάδα,
- σύναψη διεθνών σχέσεων.

Το ΥΠΠΟ κρατά στοιχειώδες αρχείο με τα συνέδρια που οργάνωσε κατά καιρούς, χρηματοδοτεί αρκετά άλλα, σε ορισμένα παρέχει σύστημα αυτόματης μετάφρασης και προσπαθεί να συγκεντρώσει και να εκδώσει στοιχεία για τη συνεδριακή κίνηση της χώρας, χωρίς ωστόσο να εντάσσει σ' αυτά και τα συνέδρια που διοργάνωσαν άλλοι φορείς ή ιδιώτες.

Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ)

Το συγκεκριμένο γραφείο της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας σύμφωνα με το Π.Δ. 248/ΦΕΚ 116/10.5.89, μεταξύ άλλων σχεδιάζει, μελετά και οργανώνει τα συνέδρια, ημερίδες και λοιπές εκδηλώσεις της ΓΓΕΤ, διεθνείς συναντήσεις επιστημόνων (των οποίων αναλαμβάνει να φροντίσει και τη φιλοξενία τους) και εισηγείται την ηθική και οικονομική υποστήριξη συνεδρίων και συναντήσεων με αντικείμενο θέματα των θετικών, εφαρμοσμένων και ιατρικών επιστημών.

Τόσο το ΥΠΠΟ όσο και η ΓΓΕΤ δεν ασχολούνται ενεργά με την προσέλκυση και την οργάνωση αυτή καθεαυτή συνεδρίων.

Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων

Ο Σ.Ε.Ο.Ε.Σ. Ιδρύθηκε στη διάρκεια της δεκαετίας του '80, πρωτοβουλία των καταξιωμένων οργανωτών εκθέσεων και συνεδρίων του ιδιωτικού τομέα, με

αντικειμενικό σκοπό να βοηθήσει και να συντονίσει την προσπάθεια βελτίωσης των συνθηκών λειτουργίας του θεσμού και εξασφάλισης των εκθετών και των συνέδρων επιχειρηματιών, βιομηχάνων, βιοτεχνών και εμπόρων, από αμφιβόλου ποιότητας εκδηλώσεις. Για το σκοπό αυτό έθεσε ως στόχο την επίλυση των χρόνιων προβλημάτων του κλάδου υλοποιώντας κατ' αρχήν τους ακόλουθους στόχους:

- Θέσπιση σύγχρονου νομοθετικού πλαισίου που διέπει το θεσμό των εκθέσεων και συνεδρίων.
- Σύνταξη κώδικα επαγγελματικής δεοντολογίας, που να επιβληθεί μέσω των αρμοδίων υπουργείων σ' όλους τους ασχολούμενους με τις εκθέσεις και τα συνέδρια.
- Παρέμβαση στη δημιουργία σύγχρονου εκθεσιακού και συνεδριακού κέντρου καταρχή στην Αθήνα αλλά και στην περιφέρεια, για τη λειτουργία του θεσμού κάτω από σύγχρονες συνθήκες και την εξασφάλιση των συμφερόντων των οργανωτών εκθέσεων και συνεδρίων.
- Επικοινωνία και συνεργασία με διεθνείς φορείς για την από κοινού αντιμετώπιση προβλημάτων και την χάραξη πολιτικής για τις προοπτικές και την εξέλιξη των εκθέσεων και συνεδρίων.

Άλλοι φορείς

- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε.)
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας (Ξ.Ε.Ε.)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Γραφείων (ΗΑΤΤΑ)
- Ένωση Ξενοδόχων Αττικής (Ε.Ξ.Α.)
- Athens Convention & Visitors Bureau (ACVB)
- Hellenic Association of Professional Congress Organizers (HAPCO)
- Ακαδημία Τουριστικών Ερευνών και Μελετών (Α.Τ.Ε.Μ.)
- Ένωση Ελληνικών Γραφείων Εισερχόμενου Τουρισμού
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξεναγών (Π.Ο.ΞΕΝ.)
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (Π.Ο.Ξ.)

HELEXPO

Μεγάλη διοργανώτρια εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη ανάμεσα σε άλλες εταιρείες είναι η HELEXPO Α.Ε. Ειδικότερα, διοργανώνει κάθε χρόνο μεγάλες εμπορικές εκθέσεις στην Ελλάδα και την ευρύτερη περιοχή, με ένα σύνολο εκθετών που ξεπερνούν τους 8.000 ετησίως και ένα σύνολο επισκεπτών από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό που ξεπερνούν το 1.600.000.

Η HELEXPO ΑΕ εκτός από το Διεθνές Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλονίκης, όπου είναι και η έδρα της, διαθέτει και το Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής. Διοργανώνει κάθε Σεπτέμβριο μια Γενική Διεθνή Έκθεση παγκόσμιας εμβέλειας και περί τις 20 διεθνείς κλαδικές εκθέσεις, ενώ φιλοξενεί ετησίως κατά μέσο όρο 14 εκθέσεις τρίτων.

Οι εκθεσιακοί τομείς της HELEXPO είναι ο αγροτικός, τα τρόφιμα και τα ποτά, τα δομικά υλικά και η ψύξη-θέρμανση, το έπιπλο, το βιβλίο, και οι εκδόσεις, η αλιεία και οι υδατοκαλλιέργειες. Επίσης, είναι η πληροφορική, ο τουρισμός, το κόσμημα, η Τοπική Αυτοδιοίκηση, ο αθλητισμός και η ψυχαγωγία, τα μηχανήματα, το μάρμαρο, οι πρώτες ύλες επιπλοποιίας, οι μεταφορές και τα logistics, καθώς και η αρτοποιία, η ζαχαροπλαστική και ο καφές, το μέταλλο, η κτηνοτροφία και η πτηνοτροφία, η υγεία και η φροντίδα. Σημαντική είναι και η έκθεση που διοργανώνει για άτομα με αναπηρίες.

4.2.2 Ιδιωτικές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών διοργάνωσης συνεδρίων

Επιχειρήσεις που παρέχουν οπτικοακουστικό εξοπλισμό σε συνεδριακούς και εκθεσιακούς χώρους

ANDREADIS AUDIOVISUAL

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ & ΜΕΤΑΦΡΑΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ/ΕΚΘΕΣΕΙΣ/ΣΥΝΕΔΡΙΑ/ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ / ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

COM N. ΠΡΑΤΣΙΝΗΣ - Κ. ΖΗΣΙΜΟΥ ΟΕ

ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ, ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ

P.C. PODIMATAS AUDIOVISUAL SA

ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

QUALISOUND AUDIO SYSTEMS

ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ/ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ

SOUND WAVE TELEMIT

ΕΝΟΙΚΙΑΣΕΙΣ & ΠΩΛΗΣΕΙΣ ΗΧΗΤΙΚΩΝ & ΦΩΤΙΣΤΙΚΩΝ ΜΗΧΑΝΗΜΑΤΩΝ / ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΑ ΗΧΕΙΑ COMMUNITY / ΕΞΕΔΡΕΣ / ΚΕΡΚΙΔΕΣ / ΠΙΣΤΕΤΕΣ ΧΟΡΟΥ ΓΙΑ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

VISION ADVERTISING ΕΠΕ

ΚΑΤΑΣΚΕΥΗ ΕΚΘΕΣΙΑΚΩΝ ΠΕΡΙΠΤΕΡΩΝ & ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

VISION MEDIA ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΙΔΗΣ ΦΩΤΗΣ

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ / ΕΚΘΕΣΕΙΣ / ΣΥΝΕΔΡΕΙΑ / ΕΤΑΙΡΙΚΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ / ΟΘΟΝΕΣ PLASMA / VIDIWALL / VIDEO - DATA PROJECTORS

ΠΑΝΟΥ ΑΕΒΕ

ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ/ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ

ΣΥΜΠΟΣΙΟΝ

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ/ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ

AMS INTERNATIONAL FAIRS**AUDIO BRAIN ΕΠΕ**

ΕΝΔΟΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ/ΗΧΟΣΥΣΤΗΜΑΤΑ/ΗΧΟΥ, ΕΙΚΟΝΑΣ ΚΑΙ ΦΩΤΙΣΜΟΥ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ/ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ/ΔΙΔΑΣΚΑΛΙΑΣ ΜΕΣΑ

BICI EVENT MANAGEMENT

ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ/ΔΙΕΡΜΗΝΕΙΑ/ΜΕΤΑΦΡΑΣΕΙΣ

CONFERENCE HELLAS ΕΠΕ**EUROSOUND A.E.**

ΗΛΕΚΤΡΙΚΑ ΗΧΗΤΙΚΑ/ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ/ΗΧΗΤΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ ΑΙΘΟΥΣΩΝ/ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

INTERTECH A.E.

ΤΗΛΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΚΑ/ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ

SONY HELLAS A.E.

ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΑ ΜΕΣΑ

TAF DESIGN**VIDEORYTHMOS A.E.**

ΕΙΣΑΓΩΓΗ/ΞΕΝΟΙ ΟΙΚΟΙ/ΟΠΤΙΚΕΣ/ΑΚΟΥΣΤΙΚΕΣ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ

Πίνακας 4-1: Επιχειρήσεις που παρέχουν οπτικοακουστικό εξοπλισμό σε συνεδριακούς και εκθεσιακούς χώρους

Διερμηνείς και Μεταφραστές

- B.I.C.I. - INTERPRETERS
- INTERPRETATION & TRANSLATION CENTER
- SECRETARIAT OF CONFERENCE INTERPRETERS

- COMMUNICATION S.A.
- LEXIS

Εταιρίες που παρέχουν διαφημιστικά - επιχειρηματικά δώρα στον χώρο των συνεδρίων με προϊόντα για τη γραμματεία

- ART PLUS
- BARTUGGI
- DYAS EVAN LTD
- E. GARYFALLOPOULOS
- FLASH ENTERPRISES
- GLASSFORM & TIXIS - ΥΛΗ
- GOLDTIME - EVEREST Δ. & Ν. ΣΤΑΜΑΤΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.
- GREEN LINE
- INFORMECANICA
- METAXA
- PRESS METAL
- PRESTIGE
- S. KANDARAKIS
- SISTERS G. GONATA LTD
- SLALOM
- STABO PROMOTION & CONGRESS
- STIXIS
- UNIDEA
- VELERIS ART
- ΑΒΡΑΜΑΚΟΣ
- ΑΦΟΙ Κ. ΣΑΡΑΦΙΔΗ Α.Ε.Β.Ε.
- ΕΚΔΟΣΕΙΣ ΑΠΟΣΤΟΛΙΔΗΣ
- Κ. ΛΟΥΜΙΩΤΗΣ - Α. ΓΙΑΝΝΟΥΛΗΣ Ο.Ε.
- ΚΥΡΙΑΖΟΠΟΥΛΟΣ ΝΙΚΟΣ
- ΣΑΜΙΝΘΟΣ

Τουριστικά πρακτορεία που δραστηριοποιούνται στον τομέα των συνεδρίων και

οργανωτές

- AFEA S.A. CORPORATE TRAVEL CONSULTANTS-CONGRESS AND EVENT MANAGEMENT
- AMPHITRION HOLIDAYS S.A. CONGRESS ORGANISING BUREAU
- C & C INTERNATIONAL S.A.
- EPSILON TRAVEL
- ERASMUS CONFERENCES, TOURS & TRAVEL S.A.
- EUROSTAR S.A. - TRAVEL PLAN
- EVEREST TRAVEL & CONGRESSES
- FREI S.A. TRAVEL - CONGRESS
- GOLDAIR S.A.
- HELLENIC TOURS S.A.
- J. GRAPSAS S.A.
- LA GRECA D.M.C.
- MARINE TOURS SA
- NEREUS CONGRESS & CONFERENCES
- PREMIER DESTINATIONS S.A.
- TRIAENA TOURS & CONGRESS S.A.
- ZITA CONGRESS & TRAVEL S.A.

Επιχειρήσεις που παρέχουν Catering σε συνέδρια που οργανώνονται σε ξενοδοχεία, πολυώρους ή αποκλειστικά συνδριακούς χώρους

- DIETHNES
- EUREST PLATIS
- ALPINA CATERING
- MA CUISINE
- ATHINAIS
- ODOS KASSANDRAS
- OS DIA MAGEIAS
- INTERCATERING
- LA FOURCHETTE

Stands & banners

- QUICK TEAM
- ARCHITECTONOFILIA
- HOTTEX
- EXPOSYSTEM S.A.
- APSTAGE
- GOLD LINE
- ΠΑΠΑΘΑΝΑΣΙΟΥ Α. ΚΩΝ/ΝΟΣ ΕΠΕ

4.3 Ο ρόλος της Αττικής στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

Η Αττική λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει, είναι σε θέση με ορθολογικό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέλκυση σημαντικών διεθνών συνεδρίων, με τα ανάλογα ασφαλώς συναλλαγματικά, τουριστικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και πολιτικά οφέλη.

Αρχικά οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν και η υψηλή μέση μηνιαία θερμοκρασία, σε σχέση με αυτή που επικρατεί σε άλλες πόλεις της Ευρώπης, κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μαρτίου - Μαΐου και Σεπτεμβρίου - Νοεμβρίου για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας. Επίσης η πολιτιστική κληρονομιά και ειδικότερα η σύνδεση με ιστορικά πρόσωπα και γεγονότα αποτελεί κίνητρο για την διοργάνωση συνεδρίων, με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στην Αττική.

Επιπλέον η σημαντική γεωγραφική θέση της Ελλάδας, που αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική, καθώς και το γεγονός ότι ανήκει στα Βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την καθιστά σημαντικό κέντρο οργάνωσης συνεδρίων ευρωπαϊκών, μεσογειακών, διαβαλκανικών και χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Ακόμη, σημαντικό πλεονέκτημα αποτελεί το ειρηνικό κλίμα,

εσωτερικό και εξωτερικό, που επικρατεί στην Ελλάδα. Καθώς επίσης και το ενοποιημένο νόμισμα (Ευρώ-Euro) μεταξύ των κρατών της Ευρωπαϊκής Ένωσης μετά την ένταξη της Ελλάδας στην Ο.Ν.Ε.

Τέλος αξίζει να αναφερθεί ότι όλα τα μέσα μαζικής μεταφοράς έχουν εκσυγχρονιστεί και βελτιωθεί ως προς την ποιότητα των υπηρεσιών και την ταχύτητα των μεταφορών. Τα μέσα μαζικής μεταφοράς μιας πόλης αποτελούν ένα σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης συνέδρων αφού εξασφαλίζουν την σωστή και γρήγορη μετακίνησή τους μέσα στην πόλη. Στην Αθήνα και γενικότερα σε ολόκληρο τον νομό της Αττικής υπάρχει ένα άρτιο συγκοινωνιακό δίκτυο το οποίο εξυπηρετεί γρήγορα και με ασφάλεια χιλιάδες πολίτες σε καθημερινή βάση. Το συγκοινωνιακό δίκτυο αποτελείται από: λεωφορεία, τρόλεϋ, ταξί, μετρό, τραμ, ηλεκτρικό σιδηρόδρομο, προαστιακό σιδηρόδρομο.

Θα πρέπει να επισημάνθει το γεγονός ότι υπάρχει συγκοινωνιακή σύνδεση με όλους εκείνους τους προορισμούς που ενδιαφέρουν έναν επισκέπτη-σύνεδρο. Υπάρχει σύνδεση με τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», με το λιμάνι του Πειραιά, καθώς επίσης και με το κέντρο της πόλης σε οποιοδήποτε σημείο της και όλους τους αρχαιολογικούς χώρους, μουσεία και αξιοθέατα της πόλης.

Όλα τα παραπάνω χαρακτηριστικά, το καθένα από μόνο του δεν μπορεί να αποτελέσει σοβαρό λόγο για την προσέλκυση συνεδρίων. Το γεγονός όμως ότι όλα αυτά συνυπάρχουν στην ίδια χώρα μπορεί να αποτελέσει κίνητρο για να αναδειχθεί η Ελλάδα και ειδικά η πρωτεύουσα της σε διεθνές συνεδριακό κέντρο ιδιαίτερης σημασίας.

4.4 Συνεδριακοί χώροι στο Νομό Αττικής

4.4.1 Ανεξάρτητοι Συνεδριακοί χώροι

Αίγλη Ζαπείου

Διεύθυνση: Κήπος Ζαπείου, 105 57 – Αθήνα.
Τηλ: 210 3223551-4, 210 3369300
Fax: 210 3252952
Συνεδριακό Κέντρο
E-mail: aegli@aeglizappiou.gr
Web: www.aeglizappiou.gr

Αίθουσες: 3
Χωρητικότητα: 50-1.000 άτομα

Ιδανικό σημείο συνεδρίασης μέσα στην καρδιά της Αθήνας, με ευχάριστη ατμόσφαιρα, υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και «εκκεντρικά κλασικές» εγκαταστάσεις, η Αίγλη είναι ο ιδανικός χώρος για μια κοινωνική, πολιτιστική ή επιχειρησιακή εκδήλωση. Οι παρακείμενοι ανοικτοί χώροι του Ζαπείου μπορούν να χρησιμοποιηθούν πρόσθετα για γεγονότα μεγαλύτερης κλίμακας.

Athens Golf Club

Τέλος οδού Ποσειδώνος, 16610 Γλυφάδα
Τηλ: 210 9680140
Fax: 210 8982497
E-mail: sales@agc.gr

Πολυχώρος
Αίθουσες: 5
Χωρητικότητα: 200-500 άτομα

Μακρόχρονη πείρα στη διοργάνωση εταιρικών events που εγγυάται την άρτια διεκπεραίωση συνεδρίων, παρουσιάσεων και κάθε είδους επαγγελματικών εκδηλώσεων. Δυνατότητα επιλογής ανάμεσα σε διαφορετικής χωρητικότητας αίθουσες και άψογη εξυπηρέτηση από το εξειδικευμένο προσωπικό.

Εκπαιδευτικό Κέντρο Αγροτικής Τράπεζας - Συνεδριακό Κέντρο

Ελευθερίου Βενιζέλου 154, 14671, Νέα Ερυθραία
Τηλ: +30 210-6291454

Φαξ: +30 210-6202687
E-mail: synergy@ate.gr
Web: www.ate.gr

Αίθουσες: 9
Χωρητικότητα: 15-700

Το Εκπαιδευτικό Κέντρο της ΑΤΕ αποτελείται από 2 κτιριακά συγκροτήματα 13.500 τ.μ. Μπορεί να εξυπηρετήσει περισσότερα από 600 άτομα την ημέρα παρέχοντας πλήρεις υπηρεσίες επιμόρφωσης. Προσφέρει δυνατότητες διοργάνωσης και πραγματοποίησης συνεδρίων, ημερίδων, διεθνών διασκέψεων και συμποσίων. Στους ξενώνες του μπορούν να φιλοξενηθούν 150 άτομα και παρέχεται η δυνατότητα διατροφής, άθλησης και ψυχαγωγίας μεγάλου αριθμού φιλοξενούμενων.

ΔΑΪΣ, Πολιτιστικό και Αθλητικό Κέντρο

Μεσογείων 151, 15125 Μαρούσι
Τηλ: 210 6186060, 210 6186050
Fax: 210 6186066
E-mail: cultural@daiscenter.gr

Πολυχώρος
Αίθουσες: 3
Χωρητικότητα: 60-1.500 άτομα

Η πολυμορφικότητα και η ποικιλία των χώρων του Δαΐς , ο άριστος οπτικοακουστικός εξοπλισμός, οι γευστικές προτάσεις του τμήματος catering και το φιλικό και πρόθυμο προσωπικό , είναι μερικοί από τους λόγους για τους οποίους το Δαΐς αποτελεί την πρώτη επιλογή εταιριών υψηλών απαιτήσεων για τις κάθε είδους εκδηλώσεις τους.

Κέντρο Τεχνών στο ACS

Γκαρίττου 53, 15234, Χαλάνδρι

Τηλ: +30 210-6393341
Φαξ: +30 210-6393072
Web: www.artscenter.gr
E-mail: info@artscenter.gr

Το Κέντρο Τεχνών πολιτιστικό, συνεδριακό και αθλητικό κέντρο υψηλών προδιαγραφών, εγκαινιάστηκε τον Μάιο του 2004, ως χώρος φιλοξενίας πολιτιστικών, αθλητικών και συνεδριακών διοργανώσεων ξεχωριστών απαιτήσεων. Η ίδρυση και η διαχειρισή του ανήκει στο Σωματείο, μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα «Αμερικανο-Ελληνικό Κέντρο Τεχνών Χαλανδρίου»

Το Κέντρο Τεχνών διαθέτει έμπειρο και εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό για την υποστήριξη όλων των ειδών των διοργανώσεων και πλήρη οπτικοακουστικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας.

Χώροι

Οι χώροι του κτιριακού συγκροτήματος διακρίνονται για τη λειτουργικότητά τους, τον άρτιο τεχνολογικό τους εξοπλισμό και την καλαισθησία τους και διατίθενται για τη διοργάνωση ποικίλων εκδηλώσεων.

Το Κέντρο Τεχνών διατίθεται για συνέδρια και ημερίδες, εκθέσεις, τηλεοπτικές και κινηματογραφικές παραγωγές, ηχογραφήσεις, συνεντεύξεις τύπου, δεξιώσεις, αθλητικές εκδηλώσεις, συναυλίες κλασικής και σύγχρονης μουσικής, Έχει ήδη φιλοξενήσει με μεγάλη επιτυχία θεατρικές και χορευτικές παραστάσεις, συναυλίες κλασικής και σύγχρονης μουσικής, καλλιτεχνικές εκθέσεις, συνέδρια, εταιρικές εκδηλώσεις και εστιάσεις, παραγωγές διαφημιστικών σποτ κ.α.

Το Κέντρο Τεχνών διαθέτει έμπειρο και εξειδικευμένο τεχνικό προσωπικό για την υποστήριξη όλων των ειδών των διοργανώσεων και πλήρη οπτικοακουστικό εξοπλισμό τελευταίας τεχνολογίας.

Το κτιριακό συγκρότημα περιλαμβάνει τους χώρους:

- Κύρια Αίθουσα- Θέατρο Lobby Αίθριο Υπαίθριο Χώρο Πίσίνα Μπάσκετ Τένις Parking
- Κύρια Αίθουσα – Θέατρο

Χαρακτηριστικά αίθουσας

Χωρητικότητα 550 θέσεις, έκταση 530 τ.μ. Σκηνή 110 τ.μ. με orchestra pit elevator, σειρά παταριών σε διάφορα ύψη, καρέκλες και αναλόγια. Η κυρίως σκηνή χωρίζεται από το προσκήνιο με αυλαία, πίσω από την οποία υπάρχει δυνατότητα ανάρτησης μηχανοκίνητης οθόνης. Η οθόνη εναλλακτικά μπορεί να τοποθετηθεί και μπροστά από την αυλαία ή σε οποιοδήποτε από τα σταγκόνια της σκηνής. Υπερσκήνιο με 20 μηχανοκίνητα σταγκόνια για την εξυπηρέτηση κάθε φύσεως φωτιστικών και σκηνικών αναγκών. Πλήρες ηχητικό σύστημα αποτελούμενο από κρεμαστά μεγάφωνα Mc Cauley και κονσόλα Midas Verona τοποθετημένη μέσα στο control room. Δυνατότητα για τοποθέτηση κονσόλας στο εσωτερικό της αίθουσας (FOH) και επάνω στη σκηνή (STAGE) καθώς και δυνατότητα σύνδεσης εξωτερικού συνεργείου ηχογράφησης. Πλήρες σύστημα θεατρικού φωτισμού με εξοπλισμό από την εταιρεία ETC. Για τις ανάγκες φωτισμού της σκηνής υπάρχουν δυο φωτιστικές γέφυρες στο εσωτερικό της αίθουσας και πολλαπλά σημεία ανάρτησης στο εσωτερικό της σκηνής. Λευκό φόντο κατάλληλο για προβολή ή κυκλόγραμμα. Δυνατότητα προβολής video, d.v.d. και παρουσιάσεων μέσω ηλεκτρονικού υπολογιστή. Κατάλληλα διαμορφωμένο control room από το οποίο γίνεται ο έλεγχος του ήχου, του φωτισμού και των προβολών. Υποδομή καλωδίωσης triax για τηλεοπτική κάλυψη μέσω OB VAN.

Το θέατρο διαθέτει επίσης:

- Δύο καμπίνες μεταφραστών.
- Δύο ομαδικά και τρία ατομικά καμαρίνια με w.c. και ντους.
- Δύο αίθουσες πολλαπλών χρήσεων - για δοκιμές, παράλληλες συνεδριάσεις κ.α. - χωρητικότητας έως 40 ατόμων.
- Πλήρες σύστημα ενδοεπικοινωνίας.
- Πλήρες σύστημα ανακοινώσεων με ζώνες στην κυρία αίθουσα, στα καμαρίνια,

- στο lobby και το αίθριο.
- Εύκολη πρόσβαση φορτηγού για φορτω-εκφορτώσεις στο πλάι της σκηνής.
 - Κλιματισμό
 - Υποστηρικτικές Υπηρεσίες
 - Οργάνωση και παραγωγή εκδηλώσεων.
 - Προσωπικό γραμματείας. Γραφείο τύπου. Τεχνικό προσωπικό. Προσωπικό ασφαλείας, καθαρισμού και ταξιθεσίας. Δημιουργικό και εκτυπώσεις. Κατασκευή σκηνικών. Ενοικίαση και λειτουργία επιπλέον οπτικοακουστικού εξοπλισμού.

Lobby

Πολυτελές κλιματιζόμενο lobby 350 τ.μ., με οργανωμένη reception, υποδομή γραμματείας, βεστιάριο καθώς και ανεξάρτητη ηχητική εγκατάσταση. Βρίσκεται ανάμεσα στην κύρια αίθουσα και το θέατρο. Το lobby διατίθεται για: Συνέδρια και ημερίδες Εκθέσεις Συνεντεύξεις τύπου Δεξιώσεις. Το lobby συμπληρώνεται από ανεξάρτητο, κατάλληλα διαμορφωμένο, κλιματιζόμενο αίθριο 200 τ.μ. Το αίθριο διατίθεται για: Φιλοξενία εστίασεων Coffee breaks Δεξιώσεις Εκθέσεις

Catering

Τις υπηρεσίες εστίασης του χώρου έχει αναλάβει η Intercatering A.E. Το Κέντρο Τεχνών διαθέτει:

- Εστιατόριο δυναμικότητας 500 ατόμων κατάλληλο για δεξιώσεις, γεύματα και δείπνα.
- Το ACS Cafe, δυναμικότητας 300 ατόμων κατάλληλο για coffee breaks.
- Ειδικό χώρο για την εστίαση πολύ μεγάλων εκδηλώσεων που μπορεί να φιλοξενήσει μέχρι 1.000 άτομα.

Parking

Ιδιόκτητο πάρκινγκ, εκτάσεως 1,500 τ.μ. για την εξυπηρέτηση των επισκεπτών. Το πάρκινγκ βρίσκεται επί της οδού Καζαντζάκη (όπισθεν της κεντρικής εισόδου του Κέντρου Τεχνών) και παραμένει ανοιχτό καθόλη τη διάρκεια των εκδηλώσεων.

Εύκολη Πρόσβαση

- Άμεση πρόσβαση με τα πόδια από το σταθμό Μετρό «Χαλάνδρι».
- Με το λεωφορείο αρ. 403 που περνάει από τους σταθμούς Μετρό «Κατεχάκη» και «Εθνική Άμυνα».
- Ιδιόκτητο πάρκινγκ, εκτάσεως 1,500 τ.μ. για την εξυπηρέτηση του κοινού.
- Πρόσβαση για άτομα με ειδικές ανάγκες.

Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Μεγάρου Μουσικής Αθηνών

Βασιλίσσης Σοφίας & Κόκκαλη, 11521, Αθήνα

Τηλ: +30 210-7282704

Φαξ: +30 210-7290174

E-mail: lenia@megaron.gr

Web: www.megaron.gr

Το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών βρίσκεται πραγματικά στην καρδιά της Αθήνας, στην συμβολή της Λεωφόρου Βασ. Σοφίας με την οδό Κόκκαλη. Τώρα το Μέγαρο Μουσικής έχει και την δική του "ομώνυμη" στάση στο δίκτυο του Μετρό. Η συγκοινωνία με το κέντρο αλλά και άλλα σημεία της πόλης έχει γίνει πολύ ευκολότερη. Συγκεκριμένα ο χρόνος μετάβασης από το Μέγαρο Μουσικής στην Πλατεία Συντάγματος είναι μόνον 3'30". Οι χώροι για στάθμευση σύντομα θα είναι πολλοί περισσότεροι καθώς βρίσκεται υπό κατασκευή μεγάλος υπόγειος χώρος στάθμευσης αυτοκινήτων.

Αίθουσες: 4

Χωρητικότητα: 10-2.000 άτομα

Το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο του Μεγάρου Μουσικής είναι ένα από τα μεγαλύτερα και πιο σύγχρονα πολυπολιτισμικά κέντρα διεθνώς, αρχίζει σταδιακά τη λειτουργία του. Εντυπωσιακή είναι η υπερσύγχρονη αίθουσα «Αλεξάνδρα Τριάντη», το κεντρικό Foyer κυκλοφορίας κοινού και το αίθριο. Η αίθουσα «Αλεξάνδρα Τριάντη» είναι 1.750 θέσεων, με μεγάλες σκηνικές ευκολίες και υπερσύγχρονο εξοπλισμό, και αποτελεί την εστία ποικίλων εκδηλώσεων υψηλών προδιαγραφών, όπως διεθνή επιστημονικά συνέδρια, μουσικές, χορευτικές, λυρικές και θεατρικές εκδηλώσεις σε

παραγωγές μεγάλων διαστάσεων και απαιτήσεων.

Πολυχώρος Αθηναΐς

Καστοριάς 34-36, 10478, Αθήνα
 Τηλ: +30 210-3480000
 Φαξ: +30 210-3480007
 Web: www.athinai.com.gr
 E-mail: athinai@athinai.com.gr

Πολυχώρος
 Αίθουσες: 7
 Χωρητικότητα: 100-800 άτομα

Μια εντυπωσιακή αίθουσα με συρόμενο γυάλινο θόλο, δημιουργεί ένα μοναδικό σκηνικό που μαγεύει με τη φυσική ομορφιά του.

A T R I U M	
V E N U E S	
A T R I U M	
Theater:	270
Classroom:	160

Η κεντρική συνεδριακή αίθουσα πήρε το όνομά της από το ακριβό μετάξι που σημάδεψε τον πρώτο κύκλο ζωής της ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ.

S I L K R O O M	
V E N U E S	
S I L K R O O M	
Theater:	750
Classroom:	430

Ένας γοητευτικός χώρος πολλαπλών χρήσεων που φιλοξενεί έργα τέχνης σύγχρονων Ελλήνων δημιουργών από τη συλλογή Πιερίδη.

ART HALL

V E N U E S	
ART HALL	
Theater:	270
Classroom:	160

Δύο πλήρως εξοπλισμένες αίθουσες συνεδρίων, που υπογραμμίζουν τον πολυμορφικό χαρακτήρα της ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ.

AUDITORIUM 1

V E N U E S	
AUDITORIUM 1	
Seats:	300

AUDITORIUM 2

V E N U E S	
AUDITORIUM 2	
Seats:	210

Οι συνεδριακές αίθουσες καλύπτουν συνολική έκταση 1.600 τ.μ. και μπορούν να φιλοξενήσουν επιχειρηματικές διασκέψεις, εταιρικές παρουσιάσεις, προϊόντικές εκθέσεις, επιστημονικές ημερίδες και κοινωνικές εκδηλώσεις. Ο φυσικός φωτισμός και η ενιαία διαρρύθμιση των χώρων εξασφαλίζουν ιδανικές συνθήκες ορατότητας και ακουστικής. Με πρωτοποριακή σχεδίαση, προηγμένο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, άρτια τηλεπικοινωνιακή υποδομή και δυνατότητες εκθεσιακής προβολής, οι αίθουσες της ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ συνθέτουν ένα πρότυπο συνεδριακό κέντρο σύγχρονης τεχνολογίας και υψηλής αισθητικής.

Δημιουργώντας ένα πολυδιάστατο περιβάλλον, όπου λειτουργικότητα και τέχνη συνυπάρχουν αρμονικά, η ΑΘΗΝΑΪΣ αλλάζει την απρόσωπη εικόνα των συμβατικών συνεδριακών κέντρων και διαμορφώνει μια ολοκληρωμένη πρόταση για τις νέες, αυξημένες απαιτήσεις του 21ου αιώνα.

Athinais catering

Το Athinais Catering οργανωμένο σύμφωνα με τις υψηλές προδιαγραφές της

σύγχρονης εστίασης προσφέρει πλέον την τέχνη του εξωτερικού Catering στον Χώρο σας.

Εστιατόρια

Τα δύο εστιατόρια της ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ προτείνουν ένα απολαυστικό ταξίδι στους κόσμους της γεύσης και εμπλουτίζουν το τοπίο της αθηναϊκής γαστρονομίας, καλύπτοντας, παράλληλα, τις αυξημένες απαιτήσεις ενός σύγχρονου συνεδριακού κέντρου.

Capsis Πολιτιστικό Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο

Πάρνωνος 10, 15125, Αθήνα
Τηλ: +30 210-6142083
Φαξ: +30 210-6142072
E-mail: sales@capsis.gr
Web: www.capsis.gr

Το νέο και υπερσύγχρονο Πολιτιστικό Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Capsis βρίσκεται στο Μαρούσι, μόλις 20 λεπτά από το Αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» και 15-λεπτά από τον Ηλεκτρικό Αμαρουσίου, 50 μέτρα από τη Λεωφ. Κηφισίας και δίπλα στην έξοδο της «Αττικής Οδού» και στο Ολυμπιακό Στάδιο.

Αίθουσες: 9 αίθουσες πολλαπλών χρήσεων από 40 έως 230 άτομα και ιδιωτικό πάρκινγκ.
Χωρητικότητα: 40-230 άτομα

Το κέντρο έχει συνολική χωρητικότητα έως 800 άτομα. Διαθέτει ένα υπέροχο roof garden, Είναι ιδανικό για ημερίδες, ομιλίες, σεμινάρια, συνέδρια, executive meetings, εκθέσεις, εκδηλώσεις, παρουσιάσεις, γεύματα εργασίας, δεξιώσεις, cocktails κ.λπ., πάντα σε συνδυασμό με τη διακριτική πολυτέλεια των αιθουσών, το έμπειρο και εξειδικευμένο προσωπικό, το άψογο service και την προσωπική φροντίδα της οικογενείας Καψή.

- Διαθέτει Roof Garden με πανοραμική θέα της Αθήνας

- 2 ιδιωτικούς χώρους στάθμευσης για 45 οχήματα
- Προσφέρει σύγχρονο οπτικοακουστικό εξοπλισμό, μεταφραστικές υπηρεσίες και τεχνική υποστήριξη.
- Ποικιλία γευμάτων για κάθε γούστο με έναν συνδυασμό διεθνούς και Ελληνικής κουζίνας.

Δημόκριτος – Εθνικό Κέντρο Φυσικών Επιστημών

Π. Γρηγορίου και Νεαπόλεως, 15310, Αγία Παρασκευή
 Τηλ: +30 210-6535683
 Φαξ: +30 210-6512172
 E-mail: efthi@gel.dimokritos.gr
 Web: www.dimokritos.gr

Βρίσκεται στην Αγ. Παρασκευή Αττικής, σε μία έκταση 600.000 τ.μ. Οι κτιριακές εγκαταστάσεις του Κέντρου καλύπτουν μια έκταση 35.000 τ.μ. Είναι μια άριστη επιλογή για τη διοργάνωση επιστημονικών συνεδρίων και παρουσιάσεων.

Συνεδριακό Κέντρο
 Αίθουσες: 4
 Χωρητικότητα: 100-410 άτομα

Room	Sq(m)	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
Central Amphitheatre	450	418				
Foyer	300				450	120
Room 1 Amphitheatre	115	80	80	30	100	50
Room 2 IPC	108	80	70			
Room 3 IMS	87	80				
Room 4 IPT	99	70				
Room 5 RRP	35	30				
Room 6 INT-RP	45	30				

Ίδρυμα Ευγενίδου

Λεωφ. Συγγρού 387, 175 64 Αμφιθέα
 Τηλ: 210 9411181
 Fax: 210 9417372
 Συνεδριακό Κέντρο
 Αίθουσες: 4
 Χωρητικότητα: 140-410 άτομα

Συνεδριακοί χώροι με φόντο το Νέο Ψηφιακό Πλανητάριο του Ευγενίδειου Ιδρύματος, με διάμετρο θόλου 25 μέτρα και επιφάνεια 950 τετραγωνικών μέτρων, το μεγαλύτερο και καλύτερα εξοπλισμένο ψηφιακό Πλανητάριο στον κόσμο. Εκτός από τις αίθουσες συνεδρίων, το Ευγενίδειο Ίδρυμα διαθέτει 1.800 τ.μ. εκθεσιακών χώρων και μια επιστημονική βιβλιοθήκη.

Θέατρο Κολλεγίου Αθηνών

Στεφάνου Δέλτα 15, 154 52 Ψυχικό
Τηλ: 210 6716523
Fax: 210 6744676

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 1
Χωρητικότητα: 600-830 άτομα

Σύγχρονος χώρος που λειτουργεί από τον Δεκέμβριο 1982 και κατά τα πρώτα 20 χρόνια της δραστηριότητας του πραγματοποιήθηκαν εκεί περισσότερες από 5.000 εκδηλώσεις με 2,5 εκατ. θεατές. Οι χώροι του έχουν φιλοξενήσει επίσης σημαντικά επιστημονικά συνέδρια, εκθέσεις και άλλες εκδηλώσεις οργανισμών, επιχειρήσεων κ.λπ.

Ίδρυμα Μείζονος Ελληνισμού-Κέντρο «Ελληνικός Κόσμος»

Πειραιώς 254, 177 78 Μοσχάτο
Τηλ: 210 4835300
Fax: 210 4834634

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 2
Χωρητικότητα: 40-500 άτομα

Μια ιδιαίτερη συνεδριακή πρόταση που συνδυάζει συνεδριακή διοργάνωση με πολιτιστικά δρώμενα. Στεγάζεται σε παλαιό βιομηχανικό κτίριο, το οποίο, αν και διατήρησε σημαντικά στοιχεία της αρχικής του χρήσης, μετασκευάστηκε σε ένα

υπερσύγχρονο, ζωντανό μουσείο που επιδιώκει να γίνει πηγή μάθησης και να ανταποκριθεί στις ανάγκες της σύγχρονης «κοινωνίας της γνώσης».

Ιωνικό Κέντρο

Λυσίου 11, 10556, Πλάκα
Τηλ: +30 210-3246614
Φαξ: +30 210-3214412
Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 4
Χωρητικότητα: 30-200 άτομα

Ένα καλαίσθητο συνεδριακό κέντρο στην ιστορική γειτονιά της Πλάκας, κατάλληλο για μικρού μεγέθους συνέδρια, παρουσιάσεις και άλλες εκδηλώσεις.

Αίθουσες και Χώροι

- 200 ατόμων, ΙΩΝΙΑ 200 θέσεων, ΑΕΡΗΔΕΣ 100 θέσεων, ΑΠΕΛΛΗΣ 10-50 θέσεων
- 200 ατόμων, ΕΠΙΚΟΥΡΕΙΟΣ 200 ατόμων, ΘΕΩΡΕΙΟ
- 50 ατόμων
- Αίθουσα Υποδοχής και Δεξιώσεων
- Αίθουσα Συνεδρίων, Παρουσιάσεων . Αίθουσα Εκθέσεων και Συμποσίων .
- Αίθουσα επιμέρους Συναντήσεων . Εστιατόριο - Καφέ
- Δώμα – Roof Garden
- Πωλητήριο Βιβλίων και Έργων Τέχνης
- Αίθριο

Εθνικό Κέντρο Ερευνών

Βασ. Κωνσταντίνου 48, 116 35 Αθήνα
Τηλ: 210 7224969
Fax: 210 7246618

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 1
Χωρητικότητα: 250-500 άτομα

Το Εθνικό Ίδρυμα Ερευνών (ΕΙΕ) είναι νομικό πρόσωπο ιδιωτικού δικαίου, μη

κερδοσκοπικού χαρακτήρα, εποπτευόμενο από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας & Τεχνολογίας (Γ.Γ.Ε.Τ.) του Υπουργείου Ανάπτυξης. Το ΕΚΤ παρέχει εθνικές υπηρεσίες ηλεκτρονικής πληροφόρησης και υποστήριξης σε θέματα έρευνας, επιστήμης και τεχνολογίας με διεθνή εμβέλεια. Η Βιβλιοθήκη Επιστήμης και Τεχνολογίας παρέχει μοναδικές υπηρεσίες στο σύνολο της ελληνικής επιστημονικής κοινότητας.

Εκπαιδευτικό Κέντρο Εθνικής Τράπεζας

Λεωφόρος Ποσειδώνος 41-43, 16675 Γλυφάδα
Τηλ: 210 8917500
Fax: 210 8917177
www.trainingcentrenb.gr

Αίθουσες: 9
Χωρητικότητα: 10-450 άτομα

Το Εκπαιδευτικό Κέντρο της Εθνικής Τράπεζας είναι ένα σύγχρονο κέντρο για την εξυπηρέτηση όλων των συνεδριακών αναγκών της τράπεζας, αλλά και άλλων διοργανωτών. Το κέντρο διαθέτει δύο μεγάλες συνεδριακές αίθουσες, συνολικής χωρητικότητας 450 ατόμων καθώς και 7 μικρότερες συνεδριακές αίθουσες, χωρητικότητας 10-60 ατόμων η κάθε μία. Το κέντρο διαθέτει και 30 μονόκλινα δωμάτια για την εξυπηρέτηση των συνέδρων, συνεργασία με catering κ.λπ. Το κέντρο λειτουργεί και ως πιστοποιημένο ΚΕΚ.

Helexpo Palace – Attica Exhibition & Congress

Λεωφόρος Κηφισίας 39, 15123, Αθήνα
Τηλ: +30 210-6168888
Φαξ: +30 210-6168800
E-mail: eska@helexpo.gr
Web: www.helexpo.gr

Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 4

Χωρητικότητα: 120-400 άτομα

Το πρώτο Εκθεσιακό Κέντρο στην Αττική που σχεδιάστηκε για εκθεσιακή και συνεδριακή χρήση, από γνωστά μελετητικά γραφεία σε συνεργασία με την HELEXPO-ΔΕΘ. Πρόκειται για ένα προηγμένο τεχνολογικά Εκθεσιακό Κέντρο στην Ελλάδα, κατάλληλο για φιλοξενία τόσο εμπορικών όσο και καταναλωτικών εκθέσεων. Ιδανικό για εταιρικές εκδηλώσεις, με δυνατότητα να φιλοξενεί περισσότερες από μία εκδηλώσεις παράλληλα.

Κέντρο Γαία-Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας

Όθωνος 100, 145 62 Κηφισιά
Τηλ: 210 8015010, 210 8015870, 210 8086405, 210 8087345
Fax: 210 8080674
www.gnhm.gr

Αίθουσες: 1
Χωρητικότητα: 265 άτομα

Το 2001 το Μουσείο Γουλανδρή Φυσικής Ιστορίας προχώρησε στη λειτουργία του Κέντρου Περιβαλλοντικής Έρευνας και Εκπαίδευσης ΓΑΙΑ. Το Κέντρο περιλαμβάνει μεγάλο αίθριο, εκθεσιακούς χώρους, ερευνητικά εργαστήρια, βιβλιοθήκη, αμφιθέατρο 265 θέσεων, αίθουσες συλλογών, αίθουσες περιοδικών εκθέσεων και προβολών, διοικητικές υπηρεσίες, εστιατόριο, πωλητήριο και χώρους στάθμευσης.

Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης

Νεοφύτου Δούκα 4, 106 74 Αθήνα (Νέα Πτέρυγα – Μέγαρο Σταθάτου: Βασιλίσσης Σοφίας & Ηροδότου 1)
Τηλ: 210 7228321
www.cycladic-m.gr

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 2






Χωρητικότητα: 80-150 άτομα

Συνεδριακοί χώροι στο Μουσείο Κυκλαδικής Τέχνης, το οποίο ιδρύθηκε το 1986 με σκοπό να στεγάσει τη συλλογή με έργα Κυκλαδικής και Αρχαίας Ελληνικής Τέχνης των Νικολάου και Αικατερίνης Γουλανδρή. Το Ίδρυμα Νικολάου Π. Γουλανδρή, στο οποίο ανήκει από το 1985 η συλλογή, έχει αντικείμενο τη μελέτη του πολιτισμού του Αιγαίου από τους αρχαίους έως τους νεότερους χρόνους.

Odos Kassandras

Καστοριάς & Κασσάνδρας 11, 104 47 Αθήνα
 Τηλ: +30 210-34.70.004
 Φαξ: +30 210-34.70.140.
 Web: www.odoskassandras.gr

Η «Οδός Κασσάνδρας» αποτελείται από εξειδικευμένα στελέχη του χώρου και έχει την εμπειρία και την κατάλληλη τεχνογνωσία να ανταποκρίνεται επιτυχώς και στις πιο αυστηρές απαιτήσεις, παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες.

CONFERENCE & EVENT FACILITIES						
Halls	Sq.m	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
						
		(prs)	(prs)	(prs)	(prs)	(prs)
ODOS KASSANDRAS	280	260	190	90	450	260

Πολεμικό Μουσείο - Eravlis

Λεωφόρος Βασιλίσσης Σοφίας & Ριζάρη 2, 10675, Αθήνα
 Τηλ: +30 210-7244464
 Φαξ: +30 210-7245838
 Web: www.warmuseum.gr

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 1
Χωρητικότητα: 406 άτομα

Το Πολεμικό Μουσείο εγκαινιάστηκε το 1975 και σκοπός του είναι η έκθεση πολεμικών κειμηλίων και η τεκμηρίωση και μελέτη της πολεμικής ιστορίας από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα. Στο Μουσείο υπάρχει επίσης σημαντική και καλά οργανωμένη βιβλιοθήκη. Φιλοξενεί συνέδρια, παρουσιάσεις βιβλίων και άλλες εκδηλώσεις.

Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας

Λεωφόρος Εθνάρχου Μακαρίου 1, 18545 Παλαιό Φάληρο
Τηλ: +30 210-4893381
Φαξ: +30 210-4123889
E-mail: emmak@in.gr

Συνεδριακό Κέντρο
Αίθουσες: 12
Χωρητικότητα: 80-14.690 άτομα

Το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας είναι κοινώς γνωστό με τα αρχικά του ως «ΣΕΦ». Είναι το πλέον πολυ-λειτουργικό κλειστό γήπεδο στην Ελλάδα, καθώς εκτός από μπάσκετ μπορεί επίσης να φιλοξενήσει αγώνες στίβου, βόλεϊ, γυμναστικής, παγοδρομιών, super-cross κ.λπ., αλλά και συναυλίες, συνέδρια και εκθέσεις. Από τον Απρίλιο του 2002 έως και τις αρχές του 2004, έγιναν έργα εκσυγχρονισμού, συνολικού κόστους 7.300.000 ευρώ.

Συνεδριακό Κέντρο Εθνικής Ασφαλιστικής

Λεωφ. Συγγρού 103-105, 117 45 Αθήνα
Τηλ: 210 9099000, 210 9099447
Fax: 210 90 99 111
E-mail: hbogiatzhs@insurance.nbg.gr

Αίθουσες: 1 κύρια, 1 βοηθητική και τεχνικοί χώροι
Χωρητικότητα: 10-550 άτομα

Η «ΕΘΝΙΚΗ ΑΣΦΑΛΙΣΤΙΚΗ» υλοποιώντας συνεχώς τα οράματά της για αναβάθμιση του κοινωνικού και πολιτισμικού γίνεσθαι δημιούργησε ένα σύγχρονο συνεδριακό κέντρο, στα νέα της γραφεία στη Λεωφόρο Συγγρού. Πρόκειται για ένα κτίριο με εντυπωσιακή αρχιτεκτονική και έκταση 70.000 τ.μ. με θέα την Ακρόπολη, το οποίο φιλοδοξεί να καθιερώσει τη χαρακτηριστική παρουσία του στη Λ. Συγγρού. Ήδη βρίσκεται σε εξέλιξη διαγωνισμός για την ανάθεση του μάνατζμεντ του συνεδριακού κέντρου σε ιδιώτη.

Συνεδριακό Κέντρο Ελληνικής Εταιρίας Διοίκησης Επιχειρήσεων (Ε.Ε.Δ.Ε.)

Λεωφ. Ιωνίας 200 και Ιακωβάτων 60, 11144, Αθήνα
Τηλ: 210 2112000
Fax: 210 2112020-1
E-mail: eede@eede.gr
Web: www.eede.gr

Αίθουσες: 1 κεντρική και 25 μικρότερες
Χωρητικότητα: 10-500 άτομα

Το Κέντρο Επαγγελματικής Κατάρτισης (ΚΕΚ) και Συνεδριακό Κέντρο της ΕΕΔΕ ολοκληρώθηκε το 1995 και η αισθητική και λειτουργική του αρτιότητα το τοποθετεί στην πρωτοπορία, ανάμεσα στα καλύτερα του είδους του στην Ευρώπη. Οι μεγάλες δυνατότητες των χώρων, του εξοπλισμού και της γενικότερης υποδομής, το έχουν καταστήσει πόλο έλξης μεγάλων εκδηλώσεων εκπαιδευτικού χαρακτήρα όχι μόνο για τα μέλη αλλά και για σημαντικό αριθμό επιχειρήσεων και οργανισμών. Η κεντρική αίθουσα, με χωρητικότητα 500 ατόμων, είναι ένας χώρος μοναδικής αρχιτεκτονικής προοπτικής, μελετημένος και σχεδιασμένος με τα υψηλότερα διεθνή πρότυπα, που εντυπωσιάζει με το κύρος, την αισθητική και λειτουργική του επάρκεια και την τεχνολογική πληρότητα υποδομής. Η ευελιξία και η προσαρμοστικότητά του τον

καθιστούν ιδανικό για κάθε είδους συνεδριακές δραστηριότητες επαγγελματικού ή πολιτιστικού χαρακτήρα.

Συνεδριακό Κέντρο Ελληνοαμερικανικής Ένωσης

Μασσαλίας 22, Αθήνα
Τηλ: 210 3680000
www.hau.gr
E-mail: hau@hau.gr

Αίθουσες: 1 κύρια, 1 foyer και 25 μικρότερες αίθουσες συνολικής χωρητικότητας 520 ατόμων.
Χωρητικότητα: 10-250 άτομα (κύρια αίθουσα)

Το κτίριο της Ελληνοαμερικανικής Ένωσης, που χτίστηκε το 1961, σε σχέδια του Γραφείου Δοξιάδη, ανακατασκευάστηκε πλήρως το 1998 και αποτελεί το μοναδικό κτίριο πολλαπλών χρήσεων που προσφέρει υπηρεσίες συνεδριακού κέντρου στο κέντρο της Αθήνας. Συνδυάζοντας εργονομικούς χώρους, τέλεια οργάνωση, φιλικό περιβάλλον και εύκολη πρόσβαση, το συνεδριακό κέντρο της Ελληνοαμερικανικής Ένωσης προσφέρεται για κάθε είδους εκδηλώσεις μεγάλης ή μικρής κλίμακας, πως συνέδρια, σεμινάρια, παρουσιάσεις, ημερίδες κ.λπ. Εκτός από την κεντρική αίθουσα εκδηλώσεων εντυπωσιακή είναι η αίθουσα «Τζον Φ. Κέννεντυ» και η αίθουσα «Νίκος Χατζηκυριάκος Γκίκας».

Συνεδριακό Εκθεσιακό Κέντρο Τεχνολογικού Πολιτιστικού Πάρκου Λαυρίου

Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου 19 500, Λαύριο
Τηλ.: 22920 69184
Fax.: 22920 27530
E-mail: info@lavrioconference.gr
Web: www.lavrioconference.gr

Αίθουσες: 9
Χωρητικότητα: 10-600 άτομα

Το Τεχνολογικό Πολιτιστικό Πάρκο Λαυρίου αποτελεί ιδανικό τόπο για τη φιλοξενία συνεδρίων, εκθέσεων, πολιτιστικών εκδηλώσεων και σεμιναρίων. Η ιστορία της περιοχής, ο πλούτος των μνημείων της και η σημαντική βιομηχανική παράδοση αποτελούν βασικούς παράγοντες προσέλκυσης επισκεπτών. Οι πρόσφατα ανακαινισμένες εγκαταστάσεις του Τ.Π.Π.Λ. περιλαμβάνουν περίπου 1.280 τ.μ. συνεδριακών χώρων. Το Τ.Π.Π.Λ. διαθέτει, επίσης, υπαίθριο θέατρο 700 - 1200 θέσεων, εκτεταμένους κήπους που προσφέρονται για εκδηλώσεις, καθώς και πάρκινγκ.

Metropolitan Hotel Chandris

Λεωφ. Συγγρού 385, 17564, Αθήνα
Τηλ: +30 210-9471000
Φαξ: +30 210-9471210
E-mail: metropolitan@chandris.gr
Web: www.chandris.gr

Αίθουσες: 8
Χωρητικότητα: 10-450 άτομα

Το Ξενοδοχείο Metropolitan, πλήρως ανακαινισμένο, βρίσκεται δίπλα στο Ολυμπιακό πάρκο του Φαλήρου και απέχει μόλις 10 λεπτά από το Σύνταγμα και τον Πειραιά. Η οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων γίνεται σε οκτώ υπερσύγχρονες συνεδριακές αίθουσες συνολικού εμβαδού 1.350 τ.μ. Το ξενοδοχείο έχει μεγάλη πείρα στον χώρο του συνεδριακού τουρισμού και για τον λόγο αυτό το προτιμούν οι μεγαλύτερες επιχειρήσεις.

Mont Parnes Casino

Mont Parnes, 13 601 Πάρνηθα
Τηλ: 210 2469111-5
Fax: 210 2460768

Αίθουσες: 3

Χωρητικότητα: 15-80 άτομα

Το Regency Casino Mont Parnes δεν έχει σχεδιαστεί με στόχο να φιλοξενεί μεγάλα συνέδρια. Ωστόσο, η εξαιρετική θέση του στο όρος Πάρνηθα και οι ανακαινισμένες εγκαταστάσεις του μπορούν να φιλοξενήσουν ολιγομελείς επαγγελματικές συναντήσεις. Στο Mont Parnes υλοποιείται μεγάλο πρόγραμμα ριζικής ανακαίνισης και πλέον διαθέτει νέα διακόσμηση με σύγχρονη αισθητική, νέους χώρους παιχνιδιών, νέο εστιατόριο υψηλών απαιτήσεων, νέο cafe-bar που λειτουργεί σε 24ωρη βάση, και το Salon Prive, ένα κομψό στολίδι για την υψηλή πελατεία του.

Novotel Athens

Μιχαήλ Βόδα 4-6, 10439, Αθήνα

Τηλ: +30 210-8200700

Φαξ: +30 210-8200777

E-mail: H0866@accor.com

Web: www.novotel.com

Αίθουσες: 8

Χωρητικότητα: 10-800 άτομα

Στην καρδιά της πόλης και κοντά στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, την Ομόνοια και τους σιδηροδρομικούς σταθμούς. Το ξενοδοχείο διαθέτει 195 σύγχρονα δωμάτια, ευρύχωρες αίθουσες συνεδριάσεων, ένα μεγάλο πάρκινγκ αυτοκινήτων, πισίνα και 2 εστιατόρια. Ιδανική θέση για τους business travellers.

Park Hotel Athens





Λεωφ. Αλεξάνδρας 10, 10682, Αθήνα

Τηλ: +30 210-8894500
 Φαξ: +30 210-8238420
 E-mail: info@athensparkhotel.gr
 Web: www.athensparkhotel.gr

Αίθουσες: 6
 Χωρητικότητα: 50-700 άτομα

Το πλήρως ανακαινισμένο 5 αστέρων ξενοδοχείο πόλης με την πολυετή πείρα στον χώρο των συνεδρίων και των επαγγελματικών και κοινωνικών συναντήσεων. Πολύ κοντά στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, το πεδίο του Άρεως, τα εμπορικά καταστήματα του κέντρου, την Ακρόπολη και το ιστορικό κέντρο της Αθήνας.

CONFERENCE & EVENT FACILITIES

Halls	Sqm	Theatre	Classroom	Cocktail	Banquet
		 (prs)	 (prs)	 (prs)	 (prs)
PANDORA + ALKYONIDES	580	700	450	700	550
PANDORA I+II	284	320	200	300	250
ALKYONIDA A+B+C	296	330	250	400	300
PANDORA I+II + ALKYONIDA A	400	450	250	550	450
PANDORA I	174	200	140	-	-
PANDORA II	110	120	60	-	-
ALKYONIDA A	113	110	80	-	-
ALKYONIDA B+C	183	220	120	250	160
ERATO	370	400	220	400	300

Philippos

Μητσαίων 3, Αθήνα
Τηλ: 210 9223611-4
Web: www.philipposhotel.gr

Αίθουσες:3
Χωρητικότητα: 10-150 άτομα

Το ξενοδοχείο Philippos που βρίσκεται κοντά στο κέντρο της πόλης καλ ύπτι με τις ανακαινισμένες, λειτουργικές και καλά εξοπλισμένες αίθουσες συνεδρίων του όλες τις επαγγελματικές και τις κοινωνικές ανάγκες σας. Οι αίθουσες συνεδριάσεων είναι εξοπλισμένες με οθόνη TV, VCR, μικρόφωνα, υπερυψωμένο προβολέα, τηλεοπτικό προβολέα, και σύνδεση με fast Internet.

Plaza Resort Hotel

52° χιλιόμετρο Λεωφόρου Αθήνας – Σουνίου, Παραλία Αναβύσσου
Τηλ: +30 22910-75000
Φαξ: +30 22910-75200
E-mail: info@plaza-resort.com
Web: www.plaza-resort.com






Αίθουσες: 11
Χωρητικότητα: 12-500 άτομα

Το θέρετρο Plaza αποτελεί τον ιδανικό τόπο συναντήσεως για τις διασκέψεις και τις συνεδριάσεις. Προσφέρει έναν συνδυασμό διακριτικής πολυτέλειας, επαγγελματικών υπηρεσιών, προηγμένης τεχνολογίας και περιβάλλοντος χώρου, το νέο ξενοδοχείο 5 αστερών αποτελεί εγγύηση επιτυχίας. Προσφέρει δύο μεγάλες αίθουσες διασκέψεων και επτά μικρότερες αίθουσες συνεδριάσεων με φυσικό φως της ημέρας.

POLIS GRAND HOTEL

Πατησίων 19 & Βερανζέρου 10
 Τηλ: 210 5243156
 Φαξ: 210 5233688
 E-mail: manager@polisgrandhotel.gr
 Web: www.polisgrandhotel.gr

CONFERENCE & EVENT FACILITIES






Halls	Sqm	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
						
		(prs)	(prs)	(prs)	(prs)	(prs)
MYCONOS	-	110	55	40	180	130
DELOS	-	65	50	40	100	80
PAROS	-	60	25	25	70	50
SANTORINI	-	50	20	20	60	30
ROOF GARDEN	-	65	35	-	180	110

President Hotel

Λεωφ. Κηφισίας 43, 115 23 Αθήνα
 Τηλ: 210 6989000
 Fax: 210 6924968
www.president.gr
 E-mail: president@president.gr

Αίθουσες: 4
 Χωρητικότητα: 35-450 άτομα

Η επιτυχία του President Hotel στο χώρο των συνεδρίων και επαγγελματικών συναντήσεων οφείλεται αφενός στην καλή θέση του ξενοδοχείου και αφετέρου στην πολύχρονη πείρα στον χώρο αυτό. Το ξενοδοχείο President μπορεί να καλύψει με απόλυτη επιτυχία κάθε επαγγελματική συνάντηση.

CONFERENCE & EVENT FACILITIES						
Halls	Sqm	Theatre	Classroom	U Shape	Cocktail	Banquet
						
		(prs)	(prs)	(prs)	(prs)	(prs)
ATLAS	413	650	450	180	550	400
EUROPE	335	450	300	140	400	320
EUROPE A	166	250	150	70	150	120
EUROPE B	150	150	100	50	100	90
OLYMPIA	228	220	150	80	200	220
LOBBY	133	220	100	50	300	200
MEZZO	173	60	40	30	100	-
ROOF	371	60	60	35	200	150

Residence Georgio

Χαλκοκονδύλη 14, 10677 Αθήνα.

Τηλ: 210 5205300

Fax: 210 5205309

Web: www.residencegeorgio.gr

Αίθουσες: 3

Χωρητικότητα: 10-100 άτομα

Ένα νέο ξενοδοχείο στην καρδιά της Αθήνας κοντά στην Πλατεία Ομονοίας και στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο. Πολυτέλεια και άνεση χαρακτηρίζει τις υπηρεσίες του ξενοδοχείου, το οποίο προσφέρεται για επαγγελματικές συναντήσεις.

Royal Olympic Hotel

Αθανασίου Διάκου 28-34, 11743, Αθήνα

Τηλ: +30 210-9288400

Φαξ: +30 210-9233317

E-mail: info@royalolympic.com

Web: www.royalolympic.com

Αίθουσες: 7

Χωρητικότητα: 24-700 άτομα

Πρόσφατα ανακαινισμένο (Φεβρουάριος 2004) το ξενοδοχείο Royal Olympic Hotel είναι ένας τόπος συνάντησης για πολλαπλούς σκοπούς, που ξεχωρίζει για τη λειτουργικότητα και τη μοναδική ατμόσφαιρα που δημιουργούν τα φημισμένα μακεδονικά ψηφιδωτά του. Η κεντρική συνεδριακή αίθουσα μπορεί να διαιρεθεί σε δύο αίθουσες.

Saint George Lycabettus Hotel

Κλεομένους 2, 106 75 Αθήνα

Τηλ: 210 7290711-9

Fax: 210 7290439

E-mail: info@sglycabettus.gr

Web: www.sglycabettus.gr

Αίθουσες: 6

Χωρητικότητα: 10-450 άτομα

Το St George Lycabettus Hotel είναι ένα ξενοδοχείο Boutique που βρίσκεται στο Κολωνάκι, πολύ κοντά στον λόφο του Λυκαβηττού. Το ST George Lycabettus είναι ένα ορόσημο στην ελληνική φιλοξενία, αλλά και στον επαγγελματικό τουρισμό, λόγω της θέσης του, αλλά και του υψηλού επιπέδου των υπηρεσιών του.

Semiramis Hotel

Χαρ. Τρικούπη 48, 14562 Κεφαλάρι

Τηλ: 210 6284400

Fax: 210 6284499

Web: www.semiramisathens.com

Αίθουσες: 3

Χωρητικότητα: 10-150

Μια πολύ ιδιαίτερη πρόταση, για συνέδριο ή επαγγελματική συνάντηση σε ένα μοναδικό design hotel. Οι χώροι συναντήσεων και οι εσωτερικοί συνεδριακοί χώροι, χωρητικότητας 150 ατόμων, περικλείονται από δύο πλευρές κατασκευασμένες από γυαλί, που δίνουν τη δυνατότητα για φυσικό φωτισμό του χώρου κατά τη διάρκεια της ημέρας. Ο χώρος μπορεί να χωριστεί σε δύο τμήματα, προσφέροντας τη δυνατότητα ευελιξίας για επαγγελματικά ραντεβού, γεύματα, και παρουσιάσεις. Διαθέτει επίσης άμεση πρόσβαση στον χώρο της πισίνας, ιδανικό σημείο για διαλείμματα, cocktails και εκδηλώσεις. Ο εκθεσιακός χώρος τέχνης του ξενοδοχείου παρουσιάζει θέματα που θα εναλλάσσονται δύο φορές ετησίως.

Sofitel Athens Airport Hotel

Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος», 19019 Σπάτα

Τηλ: +30 210-3544000

Φαξ: +30 210-3544444

E-mail: h3167-sb@accor.com

Web: www.accor.com

Το ξενοδοχείο έχει φιλοξενήσει από συνεδριάσεις των Συνόδων Κορυφής, μέχρι μικρές επαγγελματικές συναντήσεις, παρουσιάσεις προϊόντων, gala και παρουσιάσεις. Το Sofitel έχει διαμορφώσει μια νέα εμπειρία επιχειρησιακής συνεδρίασης στους τόπους συναντήσεως των ξενοδοχείων, βασισμένη στο υποδειγματικό σέρβις, στις πολυτελείς συνεδριακές αίθουσες και στο εξειδικευμένο προσωπικό.

The Athenian Kallirohe

Καλλιρρόης και Πετμεζιά, 117 43 Αθήνα

Τηλ: 210 5248511

Fax: 210 5248517

Αίθουσες: 1

Χωρητικότητα: 60-150 άτομα

Ένα νέο και με πρωτότυπο σχεδιασμό ξενοδοχείο που πολύ σύντομα έγινε προσφιλής χώρος για τη διοργάνωση επαγγελματικών συναντήσεων και μικρού μεγέθους συνεδρίων. Σε εξαιρετική θέση, πολύ κοντά στην Ακρόπολη, το κέντρο, αλλά και την παραλιακή, το Athenian Kallirohe εγγυάται την επιτυχία κάθε επαγγελματικής συνάντησης.

Theoxenia Palace

Φιλαδέλφεως 2, Κηφισιά

Τηλ. 210 6233622-6

Fax: 210 6231675

Web: www.theoxeniapalace.com

Αίθουσες: 6

Χωρητικότητα: 10-800 άτομα

Στο Theoxenia Palace οι συνεδριακές εγκαταστάσεις και οι αίθουσες δεξιώσεων συνδυάζουν χώρους υψηλής αισθητικής με απaráμιλλη οργάνωση και σέρβις. Διατηρώντας μία άνετη ατμόσφαιρα που εναρμονίζει η θαυμάσια αρχιτεκτονική του χώρου, οι αίθουσες του Theoxenia Palace μπορούν να φιλοξενήσουν μια κοινωνική εκδήλωση ή ένα εταιρικό γεγονός με τον ίδιο επιτυχημένο τρόπο.

The Margi

Λητούς 11, 166 71 Βουλιαγμένη

Τηλ: 210 8962061-5

Fax: 210 8960229

Αίθουσες: 6

Χωρητικότητα: 10-700 άτομα

Το ξενοδοχείο Margi μπορεί να φιλοξενήσει από απλές επιχειρηματικές συναντήσεις μέχρι και μεγάλα συνέδρια. Διαθέτει συνεδριακές αίθουσες που προσαρμόζονται κατάλληλα για να φιλοξενήσουν 10-700 άτομα. Φυσικός φωτισμός, κλιματισμός και τεχνολογικός εξοπλισμός τελευταίας τεχνολογίας εγγυώνται την άψογη διοργάνωση κάθε επιχειρηματικού event. Τέσσερις από τις δέκα σουίτες του μετατρέπονται, ώστε να φιλοξενήσουν επιχειρηματικές συναντήσεις 10-20 ατόμων.

Τιτάνια Hotel

Πανεπιστημίου 52, 10678 Αθήνα
Τηλ. 210 332 6000
Fax: 210 330 0700
Web: www.titania.gr

Αίθουσες: 3
Χωρητικότητα: 10-1.000 άτομα

Αποβλέποντας στην ικανοποίηση των αυξημένων απαιτήσεων του σύγχρονου συνεδριακού κοινού το Τιτάνια Hotel δημιούργησε το Europe Conference & Banqueting Hall, αποτελούμενο από τρεις αίθουσες συνεδρίων (Νίκη - Απόλλων - Αθηνά), το Olympia Foyer και το Vergina Restaurant μοναδικής αρχιτεκτονικής σχεδίασης και αισθητικής. Οι αίθουσες συνεδρίων Νίκη - Απόλλων - Αθηνά συνολικού εμβαδού 300 τ.μ. με άριστη ηχομόνωση δύνανται να διαμορφωθούν ανάλογα με τις ανάγκες. Η μεγάλη πείρα του ξενοδοχείου σφραγίζει την απόλυτη επιτυχία των επαγγελματικών εκδηλώσεων, δικαιώνοντας απόλυτα την επιλογή των επαγγελματιών.

Zafolia

Λεωφ. Αλεξάνδρας 87-89, 114 74 Αθήνα
Τηλ: 210 6449002

Fax: 210 6442042

Web: www.zafoliahotel.gr

Αίθουσες: 2

Χωρητικότητα: 15-250 άτομα

Το ξενοδοχείο Ζαφόλια, πρόσφατα ανακαινισμένο, προσφέρει άνεση, ποιότητα καθώς και διακριτική πολυτέλεια στη φιλοξενία του. Η φιλική εξυπηρέτηση του προσωπικού του προδιαθέτει για μια ευχάριστη διαμονή. Η προνομιακή του θέση εξασφαλίζει εύκολη πρόσβαση σε όλα τα σημεία της Αθήνας.

4.4.2 Συνεδριακά κέντρα σε ξενοδοχεία αναψυχής

AKS HOTELS CONFERENCE CENTER

Λεωφ.Κηφησίας 346, 15233, Χαλάνδρι

Τηλ: +30 210-6856992

Φαξ: +30 210-6852440

E-mail: info@akshotels.com

Web: www.akshotels.com

NEPTUNE HOTELS RESORT CONVENTION CENTER AND SPA ATHENS

HEAD OFFICE

Βεντίρη 9, 11528, Αθήνα

Τηλ: +30 210-6142083

Φαξ: +30 210-6142072

E-mail: neptuneheadoffice@neptune.gr

Web: www.neptune.gr

5 ΠΩΛΗΣΗ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

5.1 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 με την παρέμβαση τρίτων. Τις περισσότερες φορές αισθάνεται πως μπορεί να αποφύγει τους μεσάζοντες, 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 πελάτες.

5.2 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 αυτό το λόγο, ο ρόλος των τουριστικών γραφείων δεν πρέπει να παραβλέπεται. Συχνά εμφανίζεται την τελευταία στιγμή και το θέμα της προμήθειας του τουριστικού γραφείου που μπορεί να δημιουργήσει πρόβλημα αν δεν έχει προβλεφθεί. Το τουριστικό γραφείο σαν μεσάζων, 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 θα κερδίσει μόνο από το υπόλοιπο τμήμα του «πακέτου».

5.3 Διάθεση μέσω συνεργασίας σε εθνικό και διεθνές επίπεδο

Στην περίπτωση αυτή, ανεξάρτητες ξενοδοχειακές μονάδες μιας ή πολλών χωρών, ιδρύουν μια εταιρεία ή ένα συνεταιρισμό για διάθεση του προϊόντος τους. Η ιδέα αυτή έχει κερδίσει και στη χώρα μας αρκετό έδαφος.

5.4 Το τμήμα πωλήσεων του ξενοδοχειακού συνεδριακού προϊόντος

Σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες, όχι μόνο της χώρας αλλά και διεθνώς, τα στελέχη των πωλήσεων επιθυμούσαν έναν ευρύτερο και ίσως πιο πομπώδη τίτλο. Ο τίτλος του marketing manager δόθηκε σε πολλούς με αποτέλεσμα να διευρυνθεί η χρήση της λανθασμένης ορολογίας.

Ο διευθυντής συνεδρίων του ξενοδοχείου είναι αυτός που έχει την ευθύνη και φροντίδα της διεξαγωγής των συνεδρίων στο ξενοδοχείο. Τις πωλήσεις πραγματοποιεί ο διευθυντής πωλήσεων συνεδρίων. Τα στελέχη που ασχολούνται με τη διαφήμιση και τις δημόσιες σχέσεις συνεργάζονται στενά μέσα στα πλαίσια της στρατηγικής που καθόρισε η επιχείρηση. Σε μεγάλες μονάδες υπάγονται και οι δύο στο διευθυντή του πιβΓκβίηα και μέσω αυτού στο Γενικό Διευθυντή. Πολλές φορές, ιδιαίτερα σε μικρότερα ξενοδοχεία, για να τονιστεί το πόσο στενή και άρρηκτη πρέπει να είναι η συνεργασία τους, η θέση είναι ενοποιημένη. Έτσι ο πωλητής είναι συγχρόνως και παραγωγός των αντίστοιχων υπηρεσιών και αντίστροφα.

Γενικά, η ανάπτυξη και η διαρθρωτική δομή του τμήματος των συνεδριακών

πωλήσεων, σχετίζεται με το εύρος και τη σύσταση αυτή καθεαυτή του τμήματος διεξαγωγής συνεδρίων. Το τμήμα ή η υπηρεσία πωλήσεων συνεδρίων κινείται μέσα σε ένα δεδομένο οικονομικό προϋπολογισμό και μέσα στα πλαίσια του θα πρέπει να καλύπτει τους στόχους της.

5.5 Μέσα και τεχνικές προώθησης των πωλήσεων του ξενοδοχειακού συνεδριακού 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:

Πόσο απαραίτητο είναι το επιχειρησιακό διαφημιστικό έντυπο;

Πολλές ξενοδοχειακές μονάδες στο γενικό διαφημιστικό φυλλάδιο (ρίθδρβοϋδ) 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 και αυτό το διαφημιστικό 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 προκαλέσει το ενδιαφέρον της υποψήφιας πελατείας.

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

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 στην εμφάνιση του, με την επωνυμία και τη διεύθυνση της μονάδας, στον οποίο θα περιλαμβάνονται όσα αναφέρονται στη συνέχεια,
- ένα κατάλογο αιθουσών με λεπτομέρειες σχετικά με τη χωρητικότητα τους, τις εναλλακτικές διευθετήσεις τους, τις πιθανές χρήσεις τους,
- κατόψεις των αιθουσών και διαστάσεις τους,
- δείγματα μενού 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), (ι) φωτοτυπίες ευχαριστήριων επιστολών.

Η συμμετοχή σε εκθέσεις ειδικού ενδιαφέροντος

Αυτές οργανώνονται μέσα στα πλαίσια γενικότερων εκθέσεων τουρισμού. Συνήθως οι εκθέσεις αυτές είναι κοινές για το συνεδριακό, εκθεσιακό και τον τουρισμό κινήτρων. 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 ένα ισχυρό όπλο. Πρέπει όμως ο ξενοδόχος να μην απογοητεύσει τους φίλους του, 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 γνωριμίες 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 με τους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων. Αποτελούν μια σημαντική δύναμη και πηγή εργασιών, ιδιαίτερα αν τα γραφεία αυτά παρουσιάζουν μια καθετοποιημένη προσφορά: οργανωτής που στη συνέχεια προσφέρει ταξιδιωτικές υπηρεσίες ή ταξιδιωτικό γραφείο που αποφάσισε να προσφέρει και οργανωτικές υπηρεσίες.

Τα μέσα μαζικής επικοινωνίας

Οι εφημερίδες, το ραδιόφωνο και η τηλεόραση αποτελούν πηγή πληροφοριών. Υπάρχουν πολλές ειδικευμένες εφημερίδες και περιοδικά που ασχολούνται κυρίως με συνέδρια για τα οποία ενδιαφέρονται οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες των πόλεων, αλλά σπάνια τα 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 αλλού. 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 μία χώρα, υπάρχουν λίγες πιθανότητες να επανέλθει σε αυτή πριν από αρκετά χρόνια. Με σωστές προσπάθειες μπορεί να έρθει στη δική 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 διάθεση 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 μία απλή επιστολή ή ακόμη διαφημιστικά φυλλάδια, postcards και ημερολόγια.

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

Η επιλογή, της ενδεχόμενης συνεδριακής 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 χρονοβόρος, δαπανηρός και απαιτεί λεπτούς χειρισμούς. Προϋποθέτει συνεχή προσπάθεια μεγάλης διάρκειας. Δεν πρέπει ο ξενοδόχος να περιοριστεί σε μία επιστολή, θα πρέπει να γίνουν πολλές επαναλήψεις.

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

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 δυνατότητα λήψης αποφάσεων 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.

Οι αεροπορικές εταιρείες

Οι αεροπορικές εταιρείες αποτελούν φυσικό σύμμαχο. Πράγματι και αυτές

παρέχουν υπηρεσίες. Η αντιστοιχία μιας θέσης αεροπλάνου και μιας κλίνης ξενοδοχείου είναι άμεση. Εάν δεν καταληφθούν μέσα σε μια ορισμένη χρονική περίοδο, η δυνατότητα πώλησης τους 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 επιχειρηματικών 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 ιεραρχικά θέση, στους φορείς που τα ενδιαφέροντα 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 ιδιαιτέρως 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.

Παρογή 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 τη 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.

5.6 Τιμολογιακή πολιτική

Το ελληνικό γενικό τουριστικό προϊόν διαθέτει αρκετά συγκριτικά πλεονεκτήματα σε σχέση με τις υπόλοιπες ανταγωνιστικές χώρες. Το ίδιο και για παραπλήσιους λόγους, συμβαίνει και μπορεί στο μέλλον να συμβεί εντονότερα, με το ελληνικό τουριστικό-συνεδριακό προϊόν. Ο ξενοδόχος με τη σειρά του θα πρέπει να εντοπίσει ή να δημιουργήσει, τα συγκριτικά εκείνα πλεονεκτήματα της μονάδας του που διαφοροποιούν το συνεδριακό προϊόν του, έναντι των ανταγωνιστών του. Γίνεται αντιληπτό ότι ο ανταγωνισμός του ξενοδόχου δεν εντοπίζεται αναγκαστικά στο «διπλανό» του ξενοδοχείο. Ο ανταγωνισμός του, τις περισσότερες φορές, είναι διεθνής.

Οι τιμές προσδιορίζονται κυρίως με βάση τον ελεύθερο ανταγωνισμό. Τα στενά πλαίσια τιμών που για κάθε κατηγορία διαμόρφωσε η πολιτεία, δεν αποτελούν πλέον

σημείο προβληματισμού στις περισσότερες περιπτώσεις. Τα πλαίσια αυτά ξεπεράστηκαν αφού επί σειρά ετών παρατηρείται συνεχής διεύρυνση των ορίων τους (κατώτατο-ανώτατο). Τα τελευταία χρόνια καθορίζεται μόνο η κατώτατη τιμή για κάθε κατηγορία και παραμένει «ανοικτή» η ανώτατη τιμή.

Η αγορά έχει διαμορφώσει ορισμένα επίπεδα τιμών που εξαρτώνται από πολλούς παράγοντες όπως:

- την ποσότητα και το είδος των παρεχόμενων υπηρεσιών.
- την ποιότητα τους,
- το χρόνο που ζητούνται και παρέχονται οι συγκεκριμένες υπηρεσίες και
- την όλη επένδυση σε υποδομή και συγκεκριμένες εγκαταστάσεις.

Ο ξενοδόχος, πρέπει να καθορίσει τις τιμές του με τρόπο που να του επιτρέπει ευελιξία. Ευελιξία, που προσδιορίζεται από τον χρόνο υποδοχής του συνεδρίου και την πληρότητα που έχει για το διάστημα αυτό το ξενοδοχείο του. Έτσι, θα μπορέσει να λειτουργήσει πιο ανταγωνιστικά. Συνήθως επιλέγει τις τιμές του μέσα από πλαίσια τιμών που ο ίδιος έχει προκαθορίσει.

Θεωρείται αυτονόητο πως τα πλαίσια δεν είναι ανακοινώσιμα, παρά μόνο η ανώτατη τιμή τους, γιατί σε αντίθετη περίπτωση μειώνεται η διαπραγματευτική ικανότητα. Οι τιμές είναι δυνατόν να ποικίλουν ανάλογα με τις εποχές του έτους (υψηλή περίοδος, μέση ή χαμηλή) και τη διαφαινόμενη πληρότητα.

Η τιμή δίνεται κατ'αποκοπή και φυσικά βασίζεται κυρίως στο αν το δωμάτιο χρησιμοποιείται από ένα, δύο ή τρία άτομα. Οι τιμές αφορούν:

- δωμάτιο και πρωινό (BB),
- ημιδιατροφή (HB) και
- πλήρη διατροφή (FB).

Οι προσφορές του ξενοδοχείου της πόλης ή ενός απομονωμένου ξενοδοχείου δεν θα είναι όμοιες. Το πρώτο έχει λίγες πιθανότητες διεξαγωγής συνεδρίου που

περιλαμβάνει και πλήρη διατροφή, ενώ το δεύτερο θα δεχθεί σπάνια συνέδριο που να αρκείται σε παροχή μόνο δωματίου και πρωινού. Ας μην ξεχνάμε πως η ελαστικότητα της τιμής δε θα πρέπει να αντανakλά μόνο το κόστος του προϊόντος και κάποιο επιθυμητό κέρδος, αλλά και τη δυνατότητα της πελατείας-«στόχου», τι δηλαδή μπορεί αλλά και τι θα ήθελε να πληρώσει.

Από το ξενοδοχείο δεν διατίθεται στους συνέδρους μόνο η στέγαση και οι κλασικές επισιτιστικές υπηρεσίες, αλλά επιπρόσθετα και ο χώρος για το συνέδριο με τον οπτικοακουστικό και λοιπό εξοπλισμό του, οι επίσημες δεξιώσεις, η ψυχαγωγία και οι κοσμικές εκδηλώσεις που απαιτούν ξεχωριστές επιμέρους τιμές οι οποίες δίνονται στον πελάτη είτε ξεχωριστά και αναλυτικά, είτε σαν ενιαίο σύνολο μαζί με την τιμή του υπνοδωματίου-πρωινών-γευμάτων.

Το ενοίκιο της αίθουσας συνεδρίασης, των οπτικοακουστικών μέσων και των άλλων χώρων για χρήση των συνέδρων είναι δυνατόν σε μερικές περιπτώσεις να μη χρεωθεί. Ιδίως μάλιστα αν έχουν επιτευχθεί υψηλές τιμές πώλησης των άλλων υπηρεσιών. Ο ξενοδόχος κινούμενος μέσα στα πλαίσια πώλησης των υπηρεσιών του που ο ίδιος καθόρισε, θα πρέπει να γνωρίζει από ποιο σημείο και μετά μπορεί να κάνει τέτοιου είδους παροχές. Αυτές ενώ μπορεί να κοστίζουν λίγο, συχνά δελεάζουν τον πελάτη.

6 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

6.1 Η Αθήνα ως κέντρο της Νοτιοανατολικής Μεσογείου

Σε συνέντευξη στην εφημερίδα Ημερησία ο υφυπουργός τουριστικής ανάπτυξης Αναστάσιος Λιάσκος αισιοδοξεί ότι η Αθήνα μπορεί να γίνει το κέντρο του συνεδριακού τουρισμού της Ν.Α Μεσογείου. «Η χώρα μας μπορεί να περιμένει πολλά από τον συνεδριακό τουρισμό στο μέλλον. Η Αθήνα σύντομα θα αποκτήσει σύγχρονη συνεδριακή και εκθεσιακή υποδομή με το συνεδριακό κέντρο που θα δημιουργηθεί στο Π. Φάληρο και μετά την επιτυχή διοργάνωση της Ολυμπιάδας υπάρχουν φιλοδοξίες ότι θα αναδεχθεί ως κέντρο συνεδριακού τουρισμού στην ευρύτερη περιοχή της Ν.Α Μεσογείου.

Ο συνεδριακός τουρισμός συμβάλλει στην αύξηση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης, διαφοροποιεί τον ελληνικό τουρισμό από μαζικό σε εναλλακτικό και αμβλύνει την εποχικότητα του τουριστικού μας προϊόντος».

Ο υφυπουργός τουριστικής ανάπτυξης τονίζει ότι «η δημιουργία του συνεδριακού κέντρου θα είναι σύντομα γεγονός ξεπερνώντας έτσι τα προβλήματα που είχαν συσσωρευτεί κατά το παρελθόν. Γενικότερα ο εμπλουτισμός του συνεδριακού προϊόντος περιλαμβάνεται στις άμεσες προτεραιότητες του υπουργείου και για την υλοποίηση του στρατηγικού σχεδιασμού που έχουμε στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και τις δημιουργίας των ειδικών υποδομών που αποτελούν προϋπόθεση ανάπτυξης, απαιτούνται συνέργιες κάτι το οποίο πραγματοποιείται».

Τέλος ο κ. Λιάσκος προσθέτει πως «η αξιοποίηση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων θα προχωρήσει με θεσμικές ρυθμίσεις που προβλέπονται σε σχετικό νομοσχέδιο το οποίο θα ψηφιστεί στη βουλή. Αν λάβουμε υπόψη ότι το Σίδνει, η Άτλαντα και η Βαρκελώνη έτυχαν σημαντική αύξηση συνεδρίων τη χρόνια μετά τους

Ολυμπιακούς αγώνες περιμένουμε ότι κάτι ανάλογο θα συμβεί και για την Αθήνα, γεγονός που θα συμβάλλει σημαντικά, τόσο στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, όσο και στον ποιοτικό εμπλουτισμό του τουριστικού μας προϊόντος, που αποτελεί άμεση προτεραιότητα της πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου τουριστικής ανάπτυξης».

6.2 Η συμβολή των συνεδρίων στον τουρισμό και την ξενοδοχειακή αγορά

Σε άρθρο του στην εφημερίδα Ημερησία ο πρόεδρος την ένωσης ξενοδόχων Αττικής Γιώργος Τσακίρης τονίζει ότι είναι γνωστό και επιβεβαιωμένο ότι από τις πλέον προσοδοφόρες μορφές τουρισμού είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Σύμφωνα με στοιχεία διεθνών εκμεταλλευτών συνεδριακών κεντρωθήκατε σύνεδρος ξοδεύει ημερησίως στην πόλη που διεξάγεται το συνέδριο κατά μέσο όρο 300 με 500 ευρώ για τη διαμονή, τη σίτιση και τα ψώνια του. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι για κάθε ευρώ που εισπράττεται ως έσοδο του συνεδριακού χώρου το έσοδο για την πόλη είναι 10 με 15 φορές παραπάνω. Από τα παραπάνω βγαίνει αβίαστα το συμπέρασμα ότι για την υψηλή ανταποδοτικότητα των επενδύσεων σε συνεδριακές υποδομές τόσο για τον ιδιωτικό όσο και για το δημόσιο τομέα.

6.3 Προτάσεις και απόψεις σχετικών φορέων

Η προβολή που είχε η Ελλάδα κατά τους Ολυμπιακούς Αγώνες σε συνδυασμό με τις βελτιωμένες υποδομές (αεροδρόμιο, μετρό, συνεδριακά κέντρα, ανακαινισμένα ξενοδοχεία, CVB Αθήνας και Θεσσαλονίκης) καθώς επίσης και το γεγονός ότι το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης συζητά και συνεργάζεται με τους φορείς του συνεδριακού τουρισμού για την επίλυση των προβλημάτων στον κλάδο, προοιωνίζονται ένα καλύτερο μέλλον για τα συνέδρια στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα κατέχει μόλις το 0,7% της παγκόσμιας αγοράς, όταν άλλες χώρες και συγκεκριμένα οι πόλεις Βιέννη, Πράγα, Βουδαπέστη και Άμστερνταμ κατέχουν πάνω από 3% η καθεμία.

Η χώρα μας βρίσκεται ήδη πολύ χαμηλά στη διεθνή κατάταξη συνεδριακών προορισμών (23^η), αναφορικά με τον αριθμό των συνεδρίων που πραγματοποιήθηκαν, επί του συνόλου των 40 χωρών, τη στιγμή που στις ΗΠΑ έγιναν 232 συνέδρια, στην Ισπανία 220 και στο Ηνωμένο Βασίλειο 177.

Ο ετήσιος τζίρος από τα συνέδρια στην χώρα μας φθάνει τα 180 εκατ. Ευρώ, ποσοστό 10% στα έσοδα από τις τουριστικές εισπράξεις (σύνολο περίπου 10 εκατ. ευρώ), ποσό που εκτιμάται ότι θα αυξηθεί λόγω των νέων συνεδριακών χώρων που έχουν δημιουργηθεί. Παράλληλα, οι στατιστικές θέλουν το 9% των αφίξεων στην Ελλάδα, περισσότερους δηλαδή από ένα εκατομμύριο επισκέπτες, να αποτέλεσαν επαγγελματίες επισκέπτες που παρακολούθησαν συνέδρια, παρουσιάσεις και εκθέσεις.

Το πολύ καλό κλίμα, οι ευνοϊκές καιρικές συνθήκες, η εύκολη πρόσβαση σε χώρες τόσο της Ευρώπης όσο και της Ασίας και της Αφρικής, σε συνδυασμό με την κατάλληλη υποδομή και διαφήμιση ειδικά λόγω της Ολυμπιάδας, μπορούν να μετατρέψουν τη χώρα μας σε έναν διεθνούς φήμης συνεδριακό προορισμό.

Η επίδραση των Ολυμπιακών αγώνων στον τουρισμό της χώρας που τους φιλοξενεί είναι συνήθως μεγαλύτερη τα χρόνια αμέσως μετά τους Αγώνες. Χαρακτηριστικά, στο Σύνρει, μετά τη διεξαγωγή των Αγώνων το 2000, το συνεδριακό κέντρο της πόλης δέχθηκε 260 προσφορές για διεξαγωγή συνεδρίων, οι οποίες περιελάμβαναν 309.590 συμμετέχοντες και πάνω από 1,5 εκατομμύριο διανυκτερεύσεις, με υπολογιζόμενη οικονομική επίδραση στην πόλη της τάξης των 1,2 δισ. δολαρίων.

Στην Βαρκελώνη, μετά τους Ολυμπιακούς του 1992, παρουσιάστηκε κατακόρυφη αύξηση του αριθμού συναντήσεων, συμμετεχόντων και διανυκτερεύσεων στην πόλη κατά τον επόμενο χρόνο. Τα συνέδρια, οι σύνεδροι και οι διανυκτερεύσεις στην πόλη

λόγω συνεδρίων παρουσίασαν εντυπωσιακή αύξηση στα επόμενα έτη, γεγονός το οποίο αποδεικνύει περίτρανα ότι η πόλη της Βαρκελώνης εκμεταλλεύτηκε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τις συνεδριακές υποδομές που δημιουργήθηκαν για τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1992.

Στην δική μας περίπτωση η έλλειψη βασικής συνεδριακής υποδομής στην Αθήνα, το ανεπαρκές μάρκετινγκ και η έλλειψη νομοθετικού πλαισίου που αφήνει περιθώρια δράσης σε ερασιτέχνες, είναι τα σημαντικότερα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού της Ελλάδας.

6.3.1 Σύγχρονο και μεγάλο συνεδριακό κέντρο

Ο Σπύρος Γκίνης εκπρόσωπος των ταξιδιωτικών πρακτόρων τονίζει ότι υπάρχει μια ενθαρρυντική κινητικότητα στα μικρά και τα μικρομεσαία συνέδρια στην Αθήνα και στην υπόλοιπη χώρα, λόγω της παγκόσμιας προβολής και της καλής εικόνας που έδειξε η χώρα με την άρτια και επιτυχή διεξαγωγή των ολυμπιακών αγώνων δυστυχώς όμως δεν άλλαξαν ούτε οι συνθήκες, ούτε η αρνητική καθημερινότητα (χώροι, κυκλοφοριακό, νοοτροπία). Απαραίτητη δε είναι η δημιουργία ενός μεγάλου σύγχρονου συνεδριακού κέντρου 5.000-10.000 θέσεων. Μόλις δημιουργηθεί αυτό το κέντρο η προβολή των συνεδριακών και άλλων δυνατοτήτων που έχουμε θα είναι μεγαλυθώ αποκτήσουμε και σωστή σχέση υπηρεσιών και τιμών γιατί οι συναγωνισμός πόλεις είναι πολλές και ισχυρά οργανωμένες (Παρίσι, Λονδίνο, Ρώμη, Βαρκελώνη, Μαδρίτη, Κων/πόλη). Το ανθρώπινο υλικό και ο εξοπλισμός μάλλον περισσεύουν παρά υστερούν, αλλά θα χρειαστεί βελτίωση με τη δημιουργία μεγάλων συνεδριακών κέντρων.

Επιπλέον, η δημιουργία ενός πλαισίου λειτουργίας του Athens CVB και προώθηση του από την πλευρά του κράτους με τη δημιουργία ενός φορέα που θα αναλάβει τον συντονισμό τη συνολικής προσπάθειας προβολής της χώρας μας ως συνεδριακού προορισμένου βοηθούσε σημαντικά στην ανάπτυξη του Athens CVB.

Στην Αθήνα εδώ και 3 χρόνια λειτουργεί το Athens CVB το οποίο έχει αναλάβει το βάρος της στήριξης, της προβολής του προϊόντος, καθώς και της πληροφόρησης των πελατών όσον αφορά τη συνεδριακή αγορά. Κεντρικός μοχλός της προσπάθειας αυτής εξακολουθεί να αποτελεί ιδιωτική πρωτοβουλία. Γίνεται επιτακτική η ίδρυση ενός κεντρικού φορέα, κρατικού ή χρηματοδοτημένου κατά το μείζον από το κράτος, ο οποίος σε συνεργασία με τους τοπικούς φορείς θα αναλάβει να προβάλλει και εκπροσωπεί τη χώρα μας, διεθνώς, ως συνεδριακό προορισμό.

6.3.2 Απόψεις και προτάσεις φορέων συνεδριακού τουρισμού

Μιλώντας ειδικότερα για την Αθήνα και την ανάπτυξη της ως συνεδριακό προορισμό υπάρχουν αρκετά πλεονεκτήματα αλλά και μειονεκτήματα. Ανάμεσα στα σημαντικότερα πλεονεκτήματα, συγκαταλέγονται, οι καλές κλιματολογικές συνθήκες και η πληθώρα των αρχαιολογικών χώρων. Επίσης η γεωγραφική θέση της χώρας, δίνει τη δυνατότητα συνδυασμού των συνεδρίων με τη διοργάνωση κρουαζιέρας. Παράλληλα, άλλα στοιχεία που διαθέτει η Αθήνα και αν τα εκμεταλλευτεί σωστά μπορεί να βοηθήσουν ουσιαστικά στην καθιέρωσή της ως προορισμό συνεδρίων είναι η ελληνική φιλοξενία, η ασφάλεια σε σχέση με άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες, η νυχτερινή ζωή, αλλά και το πολύγλωσσό προσωπικό.

Περνώντας στα μειονεκτήματα, αξίζει να αναφέρουμε ότι εκτός από τις σοβαρές ελλείψεις σε υποδομές, είναι η έλλειψη μεγάλου αριθμού ειδικευμένων στελεχών στην οργάνωση συνεδρίων και η μόλυνση της ατμόσφαιρας σε συνδυασμό με το έντονο κυκλοφοριακό πρόβλημα. Σημαντική φυσικά παράμετρο αποτελεί και το marketing για το συνεδριακό τουρισμό το οποίο απουσιάζει παντελώς. Ο δρ. Δημήτρης Κούτουλας αναφέρει ότι για το συνεδριακό τουρισμό της Ελλάδας ουδέποτε ασκήθηκε επαγγελματικό Μάρκετινγκ, γεγονός που αντανακλάται στο χαμηλό μερίδιο που έχει η χώρα μας σε αυτήν την αγορά.

Παράλληλα, για να μπορέσει η Αθήνα να γίνει καταξιωμένη συνεδριακή πόλη, απαιτείται η κατασκευή του διεθνούς συνεδριακού το οποίο σύμφωνα με τις τελευταίες εξελίξεις θα κατασκευαστεί μέσω συμπράξεων δημόσιου – ιδιωτικού τομέας (ΣΔΙΤ), ενώ πρέπει παράλληλα να υπάρξει έντονη και μεθοδευμένη προβολή της χώρας ως συνεδριακό προορισμό.

6.4 Επίλογος

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες και η προβολή της Αττικής αναθέρμαναν το τουριστικό ενδιαφέρον και ουσιαστικά επανατοποθέτησαν την Αττική στον τουριστικό χάρτη.

Αρκετές επιχειρήσεις παρουσιάστηκαν έτοιμες για αυτή την εξέλιξη με αποτέλεσμα να αποκομίζουν πλέον σημαντικά οικονομικά οφέλη. Αποτελούν δε παράδειγμα προς μίμηση για τους υπόλοιπους, ώστε να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους και να αρχίσουν πλέον να δίνουν σημασία και στη λεπτομέρεια. Τα ολυμπιακά έργα αποτελούν καταπληκτική κληρονομιά, η οποία θα μπορούσε να χρησιμοποιηθεί για το συνεδριακό/ εκθεσιακό τουρισμό, μέσω της διοργάνωσης φεστιβάλ, events, εκθέσεων, συνεδρίων κ.ά. που δυστυχώς ακόμη μένει ανεκμετάλλευτη.

Έχει διαπιστωθεί αύξηση της ζήτησης για τη μετα-ολυμπιακή Αθήνα, και πιστεύουμε ότι αυτό δεν είναι μια παροδική ή συγκυριακή φάση, καθόσον η Αθήνα προσφέρεται πλέον ως καινούργιο προϊόν. Μέχρι τώρα η αγορά έχει ανταποκριθεί σε αυτή την πρόκληση, αλλά για να συντηρηθεί σε αυτό το επίπεδο, χρειάζεται οργάνωση, σχεδιασμός και πρόβλεψη. Για παράδειγμα, το Μητροπολιτικό Συνεδριακό Κέντρο, το οποίο αποτελεί καθολικό αίτημα όλων των εμπλεκόμενων φορέων, πρέπει να ολοκληρωθεί και να λειτουργήσει το συντομότερο δυνατό. Μέσα από τη μέχρι σήμερα λειτουργία του Athens CVB, έχει αποδειχθεί ότι μπορούν να προσελκυστούν στην Αττική αρκετά συνέδρια, και να αποκτήσουμε αυτοπεποίθηση όσον αφορά τις δυνατότητές μας ως προορισμού.

Τα συνεδριακά κέντρα φιλοξενούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων, κέντρα και άλλα ιδρύματα. Με την υπάρχουσα υποδομή σε συνεδριακούς χώρους, η πόλη είναι αδύνατον να αυξήσει σημαντικά το μερίδιο της στη διεθνή αγορά, ως συνεδριακός προορισμός. Υπάρχει η πολύ σημαντική έλλειψη μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου. Συνεπώς, το σημαντικότερο πρόβλημα της Αθήνας ως συνεδριακού προορισμού είναι η έλλειψη ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου καθώς η Αθήνα αποτελεί τη μοναδική πρωτεύουσα στην Ευρώπη η οποία δεν διαθέτει ένα τέτοιο συνεδριακό κέντρο.

Επίσης, η Ελλάδα και ταυτόχρονα η Αθήνα χάνει ένα μεγάλο αριθμό συνεδρίων, γιατί κάποιες άλλες χώρες και πρωτεύουσες προσφέρουν φθηνότερα πακέτα. Για παράδειγμα η Κων/πόλη προσφέρει χαμηλότερες τιμές και έτσι επηρεάζει τον ανταγωνισμό με αποτέλεσμα ένας αριθμός συνέδρων να την προτιμούν ως συνεδριακό προορισμό.

Επιπλέον, η έλλειψη συντονισμού δημόσιας και ιδιωτικής πρωτοβουλίας με αποτέλεσμα να μην προωθείται σωστά ή σε κάποιες περιπτώσεις καθόλου το συνεδριακό προϊόν του νομού Αττικής με αποτέλεσμα η γενική εικόνα της Ελλάδας και ειδικότερα της Αθήνας να είναι ιδιαίτερα περιορισμένη στο εξωτερικό

Ένα άλλο στοιχείο που αφορά τον συνεδριακό τουρίστα είναι ότι πλέον αναζητεί έντονα το value-for-money. Ο σημερινός συνεδριακός τουρίστας έχει ταξιδέψει αρκετά, έχει γνωρίσει και αξιολογήσει διάφορους προορισμούς και συνεδριακά κέντρα, επιζητεί τις σωστές συνεδριακές εγκαταστάσεις, το καλό σέρβις και γνωρίζει πολύ καλά τη σχέση ποιότητας / τιμής.

Το συμπέρασμα σύμφωνα με την έρευνά μας που αναπτύσσεται παραπάνω είναι ότι η Αττική θα κατορθώσει στο μέλλον να γίνει ένας από τους κορυφαίους συνεδριακούς προορισμούς στην Ευρώπη. Έχουν γίνει πολλές ενέργειες προς αυτό το στόχο, μένουν όμως ακόμα να επιλυθούν πολλά προβλήματα.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

Είναι γνωστό ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι μια από τις πλέον κερδοφόρες μορφές τουρισμού. Αυτό οφείλεται στο κοινωνικό-οικονομικό προφίλ των ατόμων που συμμετέχουν σε συνέδρια, δηλαδή άτομα με υψηλό βιοτικό επίπεδο που είναι συνηθισμένα να απολαμβάνουν άριστο επίπεδο παροχής υπηρεσιών. Γι' αυτό το λόγο όλοι οι παράγοντες που θα συμβάλλουν στην επιτυχημένη οργάνωση μιας εκδήλωσης πρέπει να εξετάζονται σοβαρά. Ένας από αυτούς τους παράγοντες, ο οποίος έχει καθοριστικό ρόλο στην επιτυχημένη έκβαση ενός συνεδρίου, είναι το θέμα των επισιτιστικών εκδηλώσεων που θα πραγματοποιηθούν.

Αρχικά όταν ο αριθμός των συνέδρων είναι μεγαλύτερος από 40 άτομα, καλύτερα να προτιμάται ο μπουφές από το σερβιριστό φαγητό (που σημαίνει ότι το 1ο, 2ο πιάτο και το επιδόρπιο είναι προκαθορισμένα), διότι υπάρχει πολύ μεγαλύτερη ποικιλία σε σχέση με τα προκαθορισμένα menu, με αποτέλεσμα να ελαχιστοποιείται η πιθανότητα να υπάρχουν παράπονα για το φαγητό. Με το μπουφέ μπορούμε να προσφέρουμε μεγάλη ποικιλία από εδέσματα, σαλάτες και επιδόρπια, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να ικανοποιήσουμε τις διαφορετικές διατροφικές συνήθειες και τα διαφορετικά "γούστα" των συμμετεχόντων.

Επιπλέον στις περιπτώσεις που λαμβάνουν μέρος στην εκδήλωση συνέδριοι από το εξωτερικό, είναι χρήσιμο τα διάφορα γεύματα να περιλαμβάνουν ελληνική κουζίνα (παραδοσιακά φαγητά, τυριά, γλυκά, φρούτα). Η Μεσογειακή κουζίνα γενικότερα είναι μια κλασική περίπτωση του "τερπνόν μετά του ωφελίμου" καθώς είναι διάσημη ως πολύ υγιεινή και νόστιμη με αποτέλεσμα ολόένα και περισσότεροι άνθρωποι από κάθε σημείο του πλανήτη ενδιαφέρονται να γνωρίσουν προϊόντα και γεύσεις από τη Μεσόγειο.

Μία ακόμα αξιοσημείωτη παρατήρηση για τον οργανωτή της εκδήλωσης, αν μετά το γεύμα συνεχίζεται το συνέδριο, είναι να έχει προβλέψει να συνοδεύουν το φαγητό

μόνο αναψυκτικά και όχι κρασί ή μύρες. Είναι σημαντικό γιατί δεν πρέπει στην φυσιολογική χαλάρωση που θα νιώσουν οι σύνεδροι μετά το φαγητό να προστεθεί υπνηλία που πιθανόν θα προκαλέσει το αλκοόλ.

Ένα βασικό στοιχείο που ενισχύει την όλη εικόνα του συνεδρίου είναι η εναλλαγή χώρων στις επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δηλαδή είναι προτιμότερο να διαφέρει ο χώρος του γεύματος από αυτόν του δείπνου. Αν το συνέδριο γίνεται σε ξενοδοχείο το οποίο δεν προσφέρει ή δεν έχει διαθέσιμο τη συγκεκριμένη ημέρα άλλο εστιατόριο, τότε μπορεί να επιλεγεί ένας χώρος εκτός ξενοδοχείου. Αυτή η αλλαγή παραστάσεων όσο απλή και αν ακούγεται, είναι ουσιώδης και συμβάλλει αποφασιστικά στην ενίσχυση της θετικής εικόνας της εκδήλωσης.

Συμπερασματικά οι οργανωτές συνεδρίων θα πρέπει να εστιάζουν την προσοχή τους όχι μόνο στην άρτια συνεδριακή υποδομή (αίθουσες, οπτικοακουστικός εξοπλισμός κ.λπ) αλλά και σε ένα άλλο παράγοντα που είναι ο τομέας των επισιτιστικών εκδηλώσεων. Αναμφίβολα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συνεδρίου, επομένως χρήζει ιδιαίτερης προσοχής από την πλευρά του οργανωτή, η επιλογή των φαγητών/ποτών αλλά και των χώρων που θα πραγματοποιηθούν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι συνέδριο δεν σημαίνει μόνο εργασία αλλά αποτελεί συνδυασμό εργασίας, ψυχαγωγίας και διασκέδασης.

Επιχειρήσεις που παρέχουν Catering σε συνέδρια που οργανώνονται σε ξενοδοχεία, πολυχώρους, ή αποκλειστικά συνδριακούς χώρους:

ALPINA CATERING

ΑΜΑΛΙΑΣ & ΣΑΝΤΑΡΟΖΑ 15, 184 54 ΝΙΚΑΙΑ ,
ΤΗΛ.: 210 4971435, 4942283 - FAX. : 2104949435

Ο όμιλος Επιχειρήσεων ALPINA ιδρύθηκε το 1978.
Αφού εξυπηρέτησε επάξια την εστίαση για 18 χρόνια στην λιανική πώληση (εστιατόρια) δημιούργησε στις αρχές του 1993 το ALPINA'S CATERING LTD.

Η ALPINA CATERING δραστηριοποιείται και στο βιομηχανικό catering (Σίτιση επιχειρήσεων) με μεγάλη δυνατότητα καθημερινής παραγωγής.

Η Εταιρεία έχει την δυνατότητα να διοργανώνει δεξιώσεις ή διάφορες εκδηλώσεις (coffee break - ή απλά πάρτυ) απεριόριστου αριθμού ατόμων σε χώρους δικούς της ή σε χώρους επιλογής των πελατών, σε όλη την Ελλάδα.

Δώρα επιχειρήσεων (καλάθια στολισμένα)

Η Alpina catering ltd αναλαμβάνει, καλάθια, και δημιουργία εντυπωσιακών δώρων για επιχειρήσεις.

ΟΡΕΚΤΙΚΑ

ΤΣΙΖ-ΡΟΛΛΣ

ΣΠΡΙΝΓΚ-ΡΟΛΛΣ

ΣΠΑΝΑΚΟΠΙΤΑ ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ

ΤΥΡΟΠΙΤΑ ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ

ΠΡΑΣΟΠΙΤΑ

ΠΟΥΓΚΙ ΜΕ ΤΥΡΙ

ΠΟΥΓΚΙ ΜΕ ΚΥΜΑ

ΚΙΧΙ ΤΥΡΙ

ΜΠΟΜΠΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ

ΜΠΡΙΟΖ

ΠΛΑΤΩ ΤΥΡΙΩΝ (ΕΜΕΝΤΑΛ-ΚΕΦ/ΡΑ-ΚΑΠΝΙΣΤΟ-ΡΟΚΦΟΡ-
ΠΑΡΜΕΖΑΝΑ-ΓΚΟΥΝΤΑ-ΦΕΤΑ-ΛΑΒΑΣ - ΚΑΤΣΙΚΙΣΙΟ
ΓΑΛΛΙΚΟ)

ΠΛΑΤΩ ΑΛΛΑΝΤΙΚΩΝ (ΓΑΛΛΟΠΟΥΛΑ ΚΑΠΝ. - ΣΑΛΑΜΙ
ΑΕΡΟΣ - ΖΑΜΠΟΝ - ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΑΛΛΑΝΤΙΚΟ)

ΖΑΜΠΟΝ ΓΙΟΡΚ

ΜΕΛΙΤΖΑΝΑ ΤΥΛΙΧΤΗ

ΚΕΦΤΕΔΑΚΙΑ

ΜΠΙΦΤΕΚΑΚΙΑ VIENNA

ΠΑΤΑΤΟΚΡΟΚΕΤΕΣ

ΤΥΡΟΚΡΟΚΕΤΕΣ

ΚΡΕΜΜΥΔΟΚΡΟΚΕΤΕΣ

ΣΑΡΙΚΟΠΙΤΑΚΙ

ΓΟΥΟΝ ΤΟΝ

ΝΤΑΜΠΛΙΝ
ΠΡΟΣΟΥΤΟ ΝΤΙ ΠΑΡΜΑ
ΜΕΛΙΤΖΑΝΑ ΠΑΠΟΥΤΣΑΚΙ
ΚΟΛΟΚΥΘΑΚΙ ΠΑΠΟΥΤΣΑΚΙ
ΡΕΓΓΑΤΟΝΙ
ΤΟΡΤΕΛΙΝΙΑ
ΤΑΛΙΑΤΕΛΕΣ ΜΕ ΜΑΝΙΓΑΡΙΑ
ΠΑΣΤΙΤΣΑΚΙ
ΜΟΥΣΑΚΑΔΑΚΙ
ΦΙΛΕΤΑΚΙΑ ΧΟΙΡΙΝΑ ΣΧΑΡΑΣ
ΦΙΛΕΤΑΚΙΑ ΑΠΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΣΧΑΡΑΣ
ΨΑΡΟΝΕΦΡΙ ΤΥΛΙΧΤΟ (ΜΠΕΙΚΟΝ - ΠΗΠΕΡΙΑ)
ΣΝΙΤΣΕΛΑΚΙΑ ΑΠΟ ΦΙΛΕΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ
ΣΟΥΒΛΑΚΑΚΙΑ ΑΠΟ ΦΙΛΕΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ
ΣΟΥΒΛΑΚΑΚΙΑ ΧΟΙΡΙΝΑ
ΣΟΥΒΛΑΚΙΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ
ΣΟΥΒΛΑΚΙ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΕΧΟΤΙΣΑ
ΦΤΕΡΟΥΓΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟΥ ΣΙΚΚΕΝ WINS
ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ - ΜΠΕΙΚΟΝ
ΔΙΑΦΟΡΑ ΚΑΝΑΠΕΔΑΚΙΑ
ΔΙΑΦΟΡΑ ΤΑΡΤΑΚΙΑ

ΚΡΕΠΕΣ

ΖΑΜΠΟΝ-ΤΥΡΙ
ΜΑΝΙΓΑΡΙΑ ΜΠΕΙΚΟΝ ΤΥΡΙ
4 ΤΥΡΙΑ
ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΜΑΓΙΟΝΕΖΑ ΤΥΡΙ
ΣΠΑΝΑΚΙ
ΓΛΥΚΕΣ ΔΙΑΦΟΡΕΣ

ΣΦΟΛΙΑΤΕΣ

ΤΥΡΟΠΙΤΑΚΙ
ΣΠΑΝΑΚΟΠΙΤΑΚΙ
ΛΟΥΚΑΝΙΚΟΠΙΤΑΚΙ
ΚΡΟΥΑΣΑΝΑΚΙ ΒΟΥΤΥΡΟΥ

ΚΡΟΥΑΣΑΝΑΚΙ ΖΑΜΠΟΝ-ΤΥΡΙ

ΜΑΝΙΤΑΡΟΜΠΟΥΡΕΚΑΚΙ

ΜΠΟΥΓΑΤΣΑΚΙ

ΨΑΡΙΚΑ

ΓΑΡΙΔΑ ΚΑΠΡΙ ΝΤΕ ΣΕΦ

ΓΑΡΙΔΑ ΣΥΝΤΡΙΒΑΝΙ

ΣΟΛΩΜΟΣ ΚΑΠΝΙΣΤΟΣ ΜΕ ΑΓΓΟΥΡΑΚΙ

ΣΟΛΩΜΟΣ ΚΑΠΝΙΣΤΟΣ ΣΕ ΚΑΝΑΠΕ

ΧΤΑΠΟΔΙ

ΧΤΑΠΟΔΙ ΜΕ ΜΑΚΑΡΟΝΑΚΙ

ΑΣΤΑΚΟΣ

ΚΑΛΑΜΑΡΑΚΙ

ΑΣΤΑΚΟΟΥΡΑ

ΣΟΥΠΙΑ

ΒΑΚΑΛΛΟΣ

ΔΙΑΦΟΡΑ ΨΑΡΙΑ

ΚΡΕΑΤΙΚΑ.

ΦΙΛΕΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ ΣΧΑΡΑΣ

ΦΙΛΕΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΣΧΑΡΑΣ

ΦΙΛΕΤΟ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΑΛΑ ΑΛΠΙΝΑ

ΦΙΛΕΤΟ ΣΩΣ ΜΠΕΑΡΝΕΖ

ΣΚΑΛΟΠΙΝΙΑ ΣΩΣ ΜΑΔΕΡΑ

ΤΟΥΡΝΕΤΟ ΜΠΟΜΠΙΑΝΤΟΥΡ

ΣΤΡΟΥΘΟΚΑΜΗΛΟΣ ΑΛΑ ΒΙΡΤΖΙΝΙΑ

ΑΡΝΙΣΤΟ ΦΟΥΡΝΟ

ΓΟΥΡΟΥΝΟΠΟΥΛΟ

ΝΟΥΑ ΜΟΣΧΑΡΙ

ΜΠΟΥΤΙ ΧΟΙΡΙΝΟ ΟΛΟΚΛΗΡΟ

ΣΟΥΒΛΑΚΙ ΧΟΙΡΙΝΟ

ΣΟΥΒΛΑΚΙ ΨΑΡΟΝΕΦΡΙ

ΣΟΥΒΛΑΚΙ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ ΜΕ ΜΠΕΙΚΟΝ

BARBEQUE

ΠΑΪΔΑΚΙΑ ΑΡΝΙΣΙΑ

ΠΑΪΔΑΚΙΑ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

ΦΙΛΕΤΟ ΧΟΙΡΙΝΟ □ ΚΟΤΟΠΟΥΛΟ

ΜΠΟΝ ΦΙΛΕ

ΛΟΥΚΑΝΙΚΟ ΧΩΡΙΑΤΙΚΟ

ΜΠΙΦΤΕΚΙΑ

ΣΥΚΩΤΙ

ΔΙΑΦΟΡΑ ΣΟΥΒΛΑΚΙΑ

Κατά επιλογή πελάτη γίνονται μασκέ μπουφέ**ΣΑΛΑΤΕΣ**

ΠΑΤΖΑΡΟΣΑΛΑΤΑ

ΑΛΠΙΝΑ SALAD

ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ ΣΑΛΑΤΑ

ΠΡΑΣΙΝΗ

ΤΟΝΟΣΑΛΑΤΑ

ΓΑΡΙΔΟΣΑΛΑΤΑ

ΣΑΛΑΤΑ ΣΕΦ

ΖΑΡΝΤΙΝΙΕΡΑ ΛΑΧΑΝΙΚΩΝ

ΠΑΣΤΙΤΣΙΕΡΑ

ΠΑΤΑΤΟΣΑΛΑΤΑ

ΜΕΞΙΚΑΝΑ

ΧΩΡΙΑΤΙΚΗ ΠΑΤΑΤΟΣΑΛΑΤΑ

ΨΑΡΙ ΑΘΗΝΑΙΑ

DIP'S

MIX SALAD

LA MAISON ΣΑΛΑΤΑ

ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ

ΛΟΥΚΟΥΜΑΔΕΣ

ΠΙΤΑΡΑΚΙΑ ΜΕ ΜΕΛΙ

ΓΛΥΚΑ ΔΙΑΦΟΡΑ

ΤΟΥΡΤΕΣ

ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΜΕΛΙ

ΓΙΑΟΥΡΤΙ ΜΕ ΑΝΑΝΑ ΑΛΛΑ ΑΛΠΙΝΑ

**ΓΙΑ ΤΟ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΟ CATERING ΟΛΗ Η ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΚΟΥΖΙΝΑ**

ΩΣ ΔΙΑ ΜΑΓΕΙΑΣ

Κύπρου 55 Μπουρνάζι
12132 Περιστέρι
Τηλ.: 210-5787.463
210-5757.402
Fax: 210-5787.464
e-mail: info@osdiamagias.gr

Οι επαγγελματικές σας εκδηλώσεις είναι ακόμα μια δραστηριότητα μας. Επιμελούμαστε από ένα εταιρικό δείπνο λίγων ατόμων έως και τα εγκαίνια πολλών καλεσμένων. Οι έμπειροι chef της εταιρείας μας θα φροντίσουν το γευστικό κομμάτι της οργάνωσης προτείνοντας διαφορετικά μενού για μπουφέ ή καθιστό ανάλογα την περίπτωση.

**ATHINIAIS CATERING**

Το Athinaiis Catering οργανωμένο σύμφωνα με τις υψηλές προδιαγραφές της σύγχρονης εστίασης προσφέρει πλέον την τέχνη του εξωτερικού Catering.

Η συνεργασία με αίθουσες αλλά και υπαίθριους χώρους στα πιο μαγευτικά σημεία σε όλη την Αττική αλλά και εκτός δίνουν την δυνατότητα επιλογής του σκηνικού στο οποίο θα πραγματοποιηθεί η δεξίωση

Το ειδικά εκπαιδευμένο προσωπικό της Αθηναΐδας με κυβερνήτη τον Chef είναι έτοιμο

να προσφέρει ένα αξέχαστο ταξίδι στην τέχνη των γεύσεων από όλο τον κόσμο.

Εστιατόρια

Τα δύο εστιατόρια της ΑΘΗΝΑΪΔΑΣ προτείνουν ένα απολαυστικό ταξίδι στους κόσμους της γεύσης και εμπλουτίζουν το τοπίο της αθηναϊκής γαστρονομίας, καλύπτοντας, παράλληλα, τις αυξημένες απαιτήσεις ενός σύγχρονου συνεδριακού κέντρου.

Steak House Votanikos

Ο Βοτανικός προσφέρει εμπνευσμένες δημιουργίες μεσογειακής κουζίνας αλλά και αγαπημένες καθημερινές γεύσεις. Η σύγχρονη αισθητική του χώρου, το ανεπιτήδευτο ύψος και η ζεστή ατμόσφαιρα δημιουργούν το ιδανικό κλίμα, όχι μόνο για μια βραδινή έξοδο αλλά και για ένα απογευματινό γεύμα ή μεσημεριανό brunch.

Στο Βοτανικό, τα επαγγελματικά γεύματα χάνουν το συμβατικό τους χαρακτήρα και μεταβάλλονται σε πηγή δημιουργίας και έμπνευσης. Η χαλαρή ατμόσφαιρα και οι ελαφρές γεύσεις συνθέτουν ένα αποδοτικό «εργασιακό περιβάλλον», ενώ ένας περίπατος στους χώρους της Αθηναΐδας αφήνει τη φαντασία να γεννήσει νέες και πρωτότυπες ιδέες.

Restaurant Red



Το exclusive gourmet εστιατόριο της Αθηναΐδας αποτελεί μια εμπειρία γευσιγνωσίας. Σε έναν ατμοσφαιρικό χώρο βυθισμένο στο χρώμα του πάθους, οι εμπνεύσεις και η φαντασία του executive chef και της ομάδας του δημιουργούν τολμηρούς και απροσδόκητους συνδυασμούς μεσογειακών γεύσεων.

Στα 4 χρόνια λειτουργίας του έχει βραβευθεί με **3 χρυσούς σκούφους** και ήδη από τον πρώτο χρόνο κατατάχθηκε ανάμεσα στα **δέκα καλύτερα εστιατόρια της Αθήνας**.

Red Perfect Bar



Ένα μοντέρνο μπαρ που ξεχωρίζει για τη minimal αισθητική και τις ποιοτικές μουσικές επιλογές του. Ιδανικό για μια βραδινή έξοδο, μπορεί επίσης να φιλοξενήσει φιλικά πάρτυ, reunions ή εορταστικές συγκεντρώσεις.

INTERCATERING



Με την πολύχρονη εμπειρία της στις επαγγελματικές εκδηλώσεις, η Intercatering έχει τη δυνατότητα να διοργανώνει κάθε είδους εκδήλωση όπως συνέδρια, σεμινάρια, επαγγελματικά γεύματα κ.ά.

Η Intercatering μπορεί επίσης να αναλάβει τη διακόσμηση και την ηχητική και μουσική κάλυψη είτε στο χώρο του πελάτη ή σε ένα από τους νέους που συνεργάζεται κατ' αποκλειστικότητα. Κάποιοι από αυτούς είναι το Κέντρο Τεχνών στο Χαλάνδρι, το Μουσείο Γουλανδρή στην Κηφισιά κλπ.

Η Intercatering διαθέτει μία παραγωγική μονάδα έκτασης 3000 τ.μ., μηχανήματα τελευταίας τεχνολογίας καθώς επίσης και εξειδικευμένο προσωπικό. Έτσι έχει τη δυνατότητα να διοργανώνει εκδηλώσεις για πάνω από 3000 άτομα και να προσφέρει τις καλύτερες υπηρεσίες της.

LA FOURCHETTE



Η La Fourchette ABEE έχει οργανωμένο τμήμα που υποστηρίζει εταιρικές εκδηλώσεις, συνέδρια και εκθέσεις, έχοντας συνεργασία με τους κατάλληλους χώρους. Οι υπηρεσίες που προσφέρει περιλαμβάνουν:

- Καθημερινή σίτιση των 1800 συνέδρων - εκθετών -επισκεπτών -διοργανωτών για τέσσερις ημέρες.
- Λειτουργία κυλικείου.
- Διοργάνωση κοκτέιλ 1500 ατόμων

EUREST PLATIS

Οι υπηρεσίες που προσφέρει η εταιρεία είναι

- Δείπνο
- Επιχειρηματικές Εκδηλώσεις
- Meeting
- Παρουσιάσεις Προϊόντων
- Κοκτέιλ
- Συνέδρια
- Σεμινάρια
- Συνεντεύξεις Τύπου
- Γενικές Συνελεύσεις
- Κοπή Πίττας
- Εκδηλώσεις για το Προσωπικό
- Καθημερινή Τροφοδοσία

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Εφημερίδα «Ημερησία» (2005). Αφιέρωμα στον Συνεδριακό Τουρισμό, 17 Απριλίου 2005.
- Κραβαρίτης, Κ. Ν., (1992). Επαγγελματικός Τουρισμός – Συνεδρίων – Κινήτρων – Εκθέσεων. Interbooks, Αθήνα.
- Λάσκαρις, Σ. Γενικές Αρχές Τουρισμού. Διδακτικές Σημειώσεις - Α.Τ.Ε.Ι. Πάτρας.
- Λύτρας, Π. Ν., (1989). Ο Τουρισμός προς το 2000: Θεωρητικές επισημάνσεις και πρακτικές προσεγγίσεις.
- Σπηλιόπουλος, Ι. Οργάνωση Συνεδρίων και Εκδηλώσεων. Διδακτικές Σημειώσεις - Α.Τ.Ε.Ι. Πάτρας.
- Χυτήρης, Λ. Ν., (1991). Το Management των Ξενοδοχειακών Επιχειρήσεων. Interbooks, Αθήνα.

ΑΛΛΕΣ ΠΗΓΕΣ

- Διαδίκτυο: Traveldailynews.gr, Synedrrio.gr, Know-How.gr, Express.gr, GNTO.gr, ACVB.gr, ιστοσελίδες ξενοδοχείων.
- Περιοδικός Τύπος: «Ξενία», «Τουρισμός και Οικονομία», «Συνέδριο», «Χρήμα και Τουρισμός»
- Ταξιδιωτικοί Οδηγοί: Greek Travel Pages, Travelling, Tourist Guide of Greece.
- Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος