

**Α.Τ.Ε.Ι ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΜΕ ΘΕΜΑ :

**« Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ ,
ΠΑΡΕΛΘΟΝ ,ΠΑΡΟΝ ,ΜΕΛΛΟΝ . »**

ΟΝΟΜ/ΝΥΜΟ : ΜΙΧΑΗΛ ΜΑΡΙΑ

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ : Κα. ΜΑΡΙΑ ΒΕΝΙΕΡΗ-ΙΓΓΛΕΣΗ

ΑΘΗΝΑ 2007

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ.....4

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....5

**1.1 ΜΑΖΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΩΝ
ΜΟΡΦΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.....6**

**1.2 ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ.....8**

**1.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ-ΓΕΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ
1.3.1 ΠΟΤΕ ΚΑΙ ΓΙΑΤΙ ΣΧΕΤΙΖΟΥΜΕ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΜΕ ΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ.....13**

**1.3.2 ΟΡΟΛΟΓΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....14**

**1.3.3 ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΚΑΙ ΦΟΡΕΙΣ ΠΟΥ ΣΧΕΤΙΖΟΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ.....18**

1.3.4 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ.....28

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

**Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ**

2.1 Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....32

**2.2 ΑΡΩΓΟΣ Η ΤΡΟΧΟΠΕΔΗ Η ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΤΩΝ
ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΣΤΗΝ ΧΩΡΑ ΜΑΣ ;.....33**

2.3 Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΡΙΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

| | |
|---|-----------|
| 2.3.1 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ, ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΚΑΙ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ..... | 35 |
| 2.3.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ..... | 44 |
| 2.4 ΤΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ..... | 45 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

3.1 Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΠΟΛΗ

| | |
|---|-----------|
| 3.1.1 ΤΑ ΠΛΕΟΝΕΚΤΗΜΑΤΑ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ..... | 82 |
|---|-----------|

| | |
|--|-----------|
| 3.1.2 ΠΑΓΙΑ ΤΑ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ..... | 86 |
|--|-----------|

3.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

| | |
|--|-----------|
| 3.2.1 S.W.O.T ANALYSIS: Η ΑΤΤΙΚΗ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ..... | 89 |
|--|-----------|

| | |
|--|--|
| 3.2.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ | |
|--|--|

3.3 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ

| | |
|--------------------------|-----------|
| 3.3.1 ΓΕΝΙΚΑ..... | 97 |
|--------------------------|-----------|

| | |
|--|-----------|
| 3.3.2 ΠΕΡΙΛΗΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΠΟΥ ΑΚΟΛΟΥΘΕΙΤΑΙ ΓΙΑ ΤΟΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ..... | 98 |
|--|-----------|

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Σκοπός της εργασίας είναι να δείξει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στον νομό Αττικής επισυμαίνοντας τα προβλήματα της πορείας αυτής.

Ξεκινώντας από τις αμφικτιονίες στην αρχαία Ελλάδα και φτάνοντας στην επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην χώρα μας το 2004 βλέπουμε πως ο νομός Αττικής και η Αθήνα έχουν όλα τα τυπικά προσόντα και πληρούν όλες τις προϋποθέσεις ώστε να αναρχηθούν στις πρώτες θέσεις του παγκόσμιου χάρτη όσον αφορά τους συνεδριακούς προορισμούς.

Δεν μπορούμε να παραβλέψουμε κάποια πάγια προβλήματα στην παραπάνω προσπάθεια όπως η έλλειψη μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου στην Αττική καθώς και η έλλειψη αμιγώς συνεδριακών γραφείων και η ελλιπής νομοθετική ρύθμιση.

Η συνεργασία ιδιωτικού και δημόσιου τομέα είναι η μοναδική συνταγή που μπορεί να φέρει την Αττική στην θέση που της αξίζει στις προτιμήσεις των διοργανωτών συνεδρίων σε παγκόσμια εμβέλεια.

Ο ιδιωτικός τομέας έχει την τεχνογνωσία και την εμπειρία ενώ ο ιδιωτικός μόνο μπορεί να χρηματοδοτήσει σημαντικές προσπάθειες στα πλαίσια των κοινοτικών πλαισίων στήριξης και δημιουργώντας ένα νομικό πλαίσιο που θα κατοχυρώνει τους ασχολούμενους επαγγελματιές με τον συνεδριακό τουρισμό.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Εξέχουσα θέση στον παγκόσμιο χάρτη κατέχει η γεωγραφική θέση της Ελλάδας η οποία αποτελεί σταυροδρόμι τριών ηπείρων.

Η θέση της έχει συντελέσει και από πλευράς γεωλογικών φαινομένων στην δημιουργία μιας μοναδικής ποικιλίας φυσικής ομορφιάς, όπου αν συνδυασθεί με την εξαιρετική ποικιλία ενδιαφερόντων που προκύπτουν από την πολιτισμική κληρονομιά της, επιτρέπουν την ικανοποίηση και των πλέων εξειδικευμένων και απαιτητικών επιθυμιών του επισκέπτη.

Την έλξη που ασκούν αυτοί οι δύο παράγοντες ενισχύουν ακόμα περισσότερο η θάλασσα που είναι παράγοντας ισορρόπησης του Ελληνικού φυσικού περιβάλλοντος ,οι κλιματολογικές συνθήκες οι οποίες παρουσιάζουν ιδιαίτερο ενδιαφέρον αφού παρά την ηπιότητα τους επιτρέπουν ένα ευρύ φάσμα τουριστικών δραστηριοτήτων από χιονοδρομικό μέχρι γυμνισμό στα μέσα του φθινοπώρου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

1.1 Μαζικός τουρισμός - ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού στην Ελλάδα.

Ο τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί μία σημαντική οικονομική δραστηριότητα ,που κατέχει κυρίαρχη θέση στον τριτογενή τομέα. Η Ελλάδα αποδείχτηκε από την πρώτη στιγμή που εμφανίστηκε στην αγορά, μία αξιόλογη περιοχή του τουριστικού ρεύματος και γρήγορα καθιερώθηκε σαν παραδοσιακός προορισμός του οργανωμένου μαζικού τουρισμού.

Με την παρουσία του οργανωμένου μαζικού τουρισμού ,ο οποίος αποτελεί ένα σταθερό κοινωνικό φαινόμενο μεγάλης χρονικής διάρκειας, δημιουργήθηκαν ενδογενή προβλήματα ,όπως η εποχικότητα της ζήτησης ,η υπερσυγκέντρωση της προσφοράς, οι περιφερειακές ανισότητες, η εξάρτηση από τις εισαγωγές ,τα συναλλαγματικά ελλείμματα και η υποβάθμιση του περιβάλλοντος.

Έτσι η τουριστική πολιτική της Ελλάδας αποβλέποντας στην αντιμετώπιση των άνωθεν προβλημάτων έθεσε στόχους όπως η άμβλυνση της εποχικότητας ,η αποκέντρωση της προσφοράς, η περιφερειακή ανάπτυξη , προώθηση των επενδύσεων και η εισροή συναλλάγματος καθώς και η περιβαλλοντική προστασία .

Πρόσφορο μέσο για την επίτευξη των στόχων αυτών είναι ο περιορισμός του μαζικού οργανωμένου τουρισμού με παράλληλη ενθάρρυνση των νέων μορφών .Έτσι επιτυγχάνονται σε μεγάλο βαθμό ,τόσο οι τουριστικοί, όσο και οι γενικότεροι αναπτυξιακοί στόχοι, καθώς ορισμένες νέες μορφές τουρισμού δεν είναι εποχικές συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και οδηγούν σε νέα τουριστική πελατεία είτε νέα τουριστική δραστηριότητα ,

Στις νέες μορφές περιλαμβάνονται όσες αναπτύχθηκαν μετά ή παράλληλα με τον μαζικό τουρισμό και συχνά σε σχέση μ'αυτόν. Η

σχέση αυτή εμφανίζεται είτε ως συμπληρωματική είτε ως αντιθετική με την έννοια της προσφοράς νέων αναγκών των τουριστών και ιδιαίτερα κάποιων ομάδων τους. Οι νέες μορφές τουρισμού κατέληξαν να λειτουργούν με οργανωμένη και συχνά μαζική μορφή, διαφέροντας από τον κλασσικό μαζικό τουρισμό μόνο στο θέμα της εξειδικευμένης η οποία ανταποκρίνεται στο ειδικό κίνητρο του ταξιδιού.

Εναλλακτικές μορφές τουρισμού

- Τουρισμός Περιπέτειας
- Χειμερινός Τουρισμός
- Αθλητικός Τουρισμός
- Τουρισμός Υγείας
- Ιαματικός Τουρισμός
- Θαλάσσιος Τουρισμός
- Θρησκευτικός Τουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Αγροτουρισμός
- **Επαγγελματικός τουρισμός**
- Πολιτιστικός τουρισμός
- Κοινωνικός τουρισμός
- Τουρισμός αναπήρων

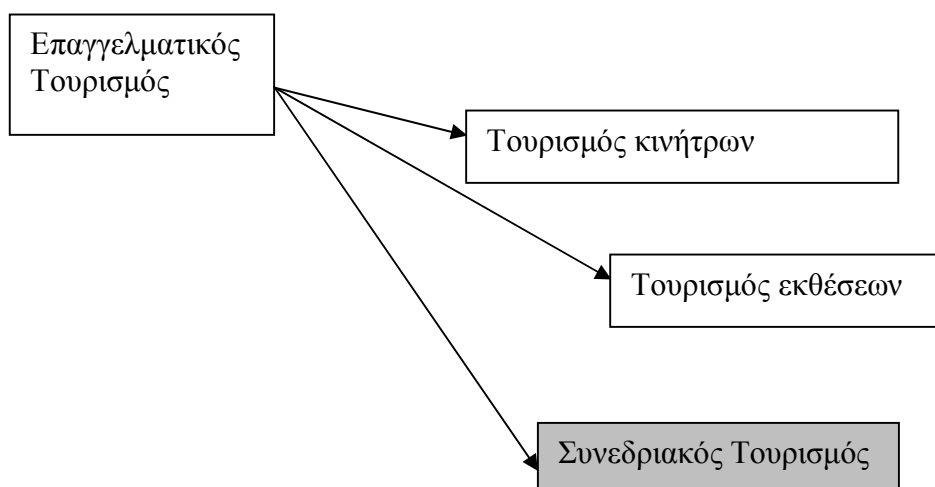
1.2 Επαγγελματικός τουρισμός-Συνεδριακός τουρισμός

Ο επαγγελματικός τουρισμός αποτελεί μία από τις βασικότερες εναλλακτικές μορφές τουρισμού στην Ελλάδα και δημιουργεί μία πολύ μεγάλη και σφαιρική αγορά. Ο όρος αγορά χρησιμοποιείται για να καλύψει ποικίλες ομάδες καταναλωτών, στους οποίους δημιουργείται η ανάγκη να αγοράσουν ένα προϊόν ή μία υπηρεσία. Αυτό το είδος τουρισμού χαρακτηρίζεται από συνέδρια ,συναντήσεις και σεμινάρια. Οι

άνθρωποι ταξιδεύουν για επαγγελματικούς σκοπούς ώστε να εκπληρώσουν επαγγελματικούς

και επιχειρηματικούς στόχους . Παρ'όλα αυτά το γεγονός ότι τα ταξίδια είναι μέρος της δουλειάς τους είναι και ένα κοινό σημείο που χαρακτηρίζει αυτή την συγκεκριμένη αγορά τουρισμού. Ο επαγγελματικός τουρισμός διαχωρίζεται σε 3 εξειδικευμένους τομείς : τα συνέδρια ,τα ταξίδια κινήτρων και τις εκθέσεις όπως φαίνεται στο σχήμα 2.

Σχήμα 2:Οι Ειδικές Μορφές Επαγγελματικού Τουρισμού



ΠΗΓΗ : Ηγουμενάκης Ν., Τουριστική Ανάπτυξη

Ο επαγγελματικός τουρισμός ,συχνά αγνοείται όσον αφορά τον σχεδιασμό τουριστικής στρατηγικής από τους αρμόδιους φορείς. Ο επαγγελματίας τουρίστας συνήθως ταξιδεύει για ποικίλους λόγους και κατά την διάρκεια του ταξιδιού του θα αγοράσει τα ίδια ή και όμοια προϊόντα με αυτούς που ταξιδεύουν για παραθεριστικούς λόγους .Οι επαγγελματίες τουρίστες ξοδεύουν χρήματα τόσο για διασκέδαση όσο και αναψυχή , καθώς στους προορισμούς τους είναι αδύνατο σε πολλές περιπτώσεις να ξεχωρίσουν το επαγγελματικό στοιχείο του ταξιδιού τους

από αυτό του τουριστικού. Συνέπειες των παραπάνω είναι ότι ο επαγγελματικός τουρισμός υπολογίζεται όπως οι άλλες μορφές τουρισμού ,στις επίσημες στατιστικές για τον τουρισμό από όλες τις χώρες.

Ο επαγγελματικός τουρισμός είναι λιγότερο εποχιακός από τον παραθεριστικό . σταθερότητα των επαγγελματικών ταξιδιών καθ 'όλη την διάρκεια του έτους ,είναι ένα επιπλέον υπέρ για τις εταιρείες μεταφοράς. Αυτές λοιπόν μπορούν επακριβώς να

προβλέψουν και να οργανώσουν τις προγραμματισμένες υπηρεσίες τους ,βάση του επιπέδου ζήτησης για αυτές. Οι επαγγελματίες τουρίστες μπορούν να ενθαρρυνθούν να ταξιδεύουν περισσότερο συχνά ,από τις χαμηλότερες τιμές. Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται να ενδιαφέρονται περισσότερο για το κόστος των ταξιδιών τους ,κάτι που έχει αναγνωριστεί από μεγάλες αλυσίδες τουριστικών γραφείων και γίνεται προσπάθεια να ανταποκριθούν στην ανάγκη αυτή με εκπτώσεις και αεροπορικές προσφορές για τους πελάτες που κάνουν συχνά επαγγελματικά ταξίδια.

Μία σημαντική κοινωνική αλλαγή που επηρεάζει τον επαγγελματικό τουρισμό και αξίζει να αναφερθεί ,είναι η αύξηση των γυναικών τουριστών στον χώρο.

Τα συνέδρια στην Ελλάδα λειτουργούν υπό το νομοθετικό πλαίσιο που καθορίζει ο νόμος 2557/97, Βασικός φορέας που ασχολείται για την προώθηση του συνεδριακού Τα συνέδρια αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο στον επιχειρηματικό και επαγγελματικό κόσμο /επιτρέποντας στους συμμετέχοντες ,να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και να έρθουν σε επαφή με άλλα άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Σε ετήσια βάση γίνονται πολλά συνέδρια πολιτικών κομμάτων ,εργατικών σωματείων /επαγγελματικών σωματείων κ.λ.π. Συνήθως η συμμετοχή ενθαρρύνεται

με την διοργάνωση συνεδρίων σε μακρινούς προορισμούς. Αυτό έχει επιτευχθεί με την κατασκευή κτιριακών

εγκαταστάσεων και συνεδριακών κέντρων σε πολλά σημαντικά επαγγελματικά και τουριστικά θέρετρα.

Παρόλο που ένα συνέδριο μεγάλης κλίμακας μπορεί να είναι πολύ επικερδές ο μέσος όρος των δαπανών ανά ημέρα από τους συνέδρους είναι αρκετό μεγαλύτερος σε σχέση με άλλες μορφές τουρισμού. Εκδηλώσεις αυτού του μεγέθους υπάρχουν σχετικά λίγες ,ειδικά διεθνείς και η κλίμακα του ανταγωνισμού μεταξύ των κέντρων καθιστά δύσκολη την εξασφάλιση ετήσιας χρήσης αυτών των συνεδριακών κέντρων .

εκτός και αν εξυπηρετούν και άλλους σκοπούς .Έτσι τέτοια κέντρα χρησιμοποιούνται και ως εκθεσιακοί χώροι όπου συναυλίες και άλλες τέτοιου είδους εκδηλώσεις πραγματοποιούνται για να τραβήξουν την αγορά καθ' όλη την διάρκεια του έτους,

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι εξαιρετικά σημαντικός για την τουριστική ανάπτυξη της χώρας διότι διαπραγματεύεται τιμές πολύ υψηλότερες από ότι ο συμβατικός τουρισμός ,λειτουργεί καθ 'όλη την διάρκεια του έτους με έμφαση στην χαμηλή σαιζόν, βελτιώνει σημαντικά τα έσοδα των εμπλεκόμενων και συντελεί στην αναβάθμιση του εισερχόμενου τουρισμού.

Λόγω των παραπάνω ο συνεδριακός τουρισμός βρίσκεται σε ανάπτυξη τα τελευταία χρόνια. Η ανάγκη του ανθρώπου για επικοινωνία και άμεση φυσική επαφή ,δεν σταματά ποτέ όσο και αν βελτιωθεί η τεχνολογία. Η πλούσια ιστορική κληρονομιά της Ελλάδας ,ο πολιτισμός της ,η πλεονεκτική της γεωγραφικά θέση , οι μοναδικές φυσικές ομορφιές της αυτόματα της δίνουν συγκριτικό πλεονέκτημα σε σχέση με άλλους προορισμούς.

Ενώ ο συνεδριακός και εκθεσιακός τουρισμός είναι συνδεδεμένος με την πορεία της οικονομίας ,υπήρξε μια σταθερή αύξηση του αριθμού

των συνεδρίων , τα οποία ήταν συνέπεια της αυξανόμενης ανάγκης για επαγγελματική εξειδίκευση και της ανάγκης για μεγαλύτερη επικοινωνία σε διεθνές επίπεδο. Ο συνεδριακός τουρισμός ,εκτός των σημαντικών οικονομικών ωφελειών ,αποδίδει κυρίως ποιοτικά οφέλη όπως η προβολή της χώρας ή της πόλης διοργάνωσης του συνεδρίου ,η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου κ.λ.π. Για αυτό τον λόγο παρατηρείται μια έντονη παγκόσμια τάση, κράτη, πόλεις, περιοχές και γενικά προορισμοί με την μέριμνα κρατικών και ιδιωτικών φορέων να ανταγωνίζονται στην παγκόσμια τουριστική αγορά ώστε να καθιερωθούν ως συνεδριακοί προορισμοί.

Τα συνέδρια μπορεί να είναι τοπικά ,εθνικά ή διεθνή και έχουν μικρή διάρκεια (3-5 ημέρες κατά μέσο όρο).Σημαντικό είναι να αναφερθεί ότι ανεξαρτήτως του μεγέθους του συνεδρίου, ο αριθμός των επισκεπτών πολλές φορές διπλασιάζεται αφού συνηθίζεται οι σύνεδροι να συνοδεύονται από τους συζύγους τους, τους συναδέλφους τους κ,λ.π. Για αυτό τον λόγο ο οργανωτής του συνεδρίου θα πρέπει να αντιμετωπίσει τους συνοδεύοντες με διαφορετική στρατηγική αφού οι στόχοι τους είναι αμιγώς τουριστικοί .τουρισμού είναι ο

E.O.T.



1.3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ – ΓΕΝΙΚΑ **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ**

1.3.1 Πότε και γιατί σχετίζουμε το συνέδριο με τον τουρισμό;

Αυτό συμβαίνει όταν οι σύνεδροι που συμμετέχουν σε αυτό δεν προέρχονται πάντα από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο και κάνουν χρήση των υπηρεσιών που ανήκουν στην τουριστική βιομηχανία, όπως ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, εστιατόρια κ.ά. προκειμένου να εξυπηρετηθούν. Επίσης, όταν ένα συνέδριο εταιρείας δεν πραγματοποιείται μέσα στις εγκαταστάσεις τις, αλλά χρησιμοποιούνται συνεδριακοί χώροι, ξενοδοχεία κ.ά. που έχουν δημιουργηθεί για να εξυπηρετούν πρωτίστως την τουριστική βιομηχανία. Έτσι, το συνέδριο εντάσσεται στον τουρισμό και πιο συγκεκριμένα στον επαγγελματικό τουρισμό ανεξάρτητα, για παράδειγμα, από τη διάρκεια του, η οποία μπορεί να είναι μερικές ώρες ή μέρες, από το μέγεθος του που μπορεί να ανέρχεται σε δέκα, εκατό ή χίλια άτομα, ή από τη διεθνή ή την εθνική συμμετοχή των συνέδρων.

Τα συνέδρια αποτελούν ένα σημαντικό στοιχείο στον επιχειρηματικό και επαγγελματικό κόσμο, επιτρέποντας στους

συμμετέχοντες, να εμπλουτίσουν τις γνώσεις τους και να έρθουν σε επαφή, με άλλα άτομα που έχουν κοινά ενδιαφέροντα. Σε ετήσια βάση γίνονται πολλά συνέδρια πολιτικών κομμάτων, εργατικών σωματείων, επαγγελματικών σωματείων κ.λ.π. Συνήθως η συμμετοχή ενθαρρύνεται με την διοργάνωση των συνεδρίων σε μακρινούς προορισμούς. Αυτό έχει επιτευχθεί τα τελευταία χρόνια με την κατασκευή κτιριακών εγκαταστάσεων και συνεδριακών κέντρων σε πολλά σημαντικά επαγγελματικά και τουριστικά θέρετρα ανά όλο τον κόσμο, όπως στο Βερολίνο, τη Κοπεγχάγη, το Αμβούργο και το Λας Βέγκας. Οι Ηνωμένες Πολιτείες, πρωτοπόροι στον τομέα της ανάπτυξης συνεδριακών υπηρεσιών, έχουν κατασκευάσει μερικά από τα μεγαλύτερα συνεδριακά κέντρα στο κόσμο, τα οποία φιλοξενούν μέχρι και 10.000 συμμετέχοντες. Στην Βρετανία τα τελευταία χρόνια, ένας μεγάλος αριθμός συνεδριακών κτιρίων έχει χτισθεί στο Λονδίνο και σε άλλα θέρετρα ώστε να επιτευχθεί αποκέντρωση, ενίσχυση και προώθηση των μικρότερων πόλεων.

1.3.2 Ορολογία συνεδριακού τουρισμού

Συνέδρια (conventions Η.Π.Α ,congress Ευρώπη)

Τα συνέδρια ουσιαστικά είναι οι συναντήσεις ανθρώπων με κοινά ενδιαφέροντα και συνήθως ιδιότητα με σκοπό την παρουσίαση ή και συζήτηση κοινού θέματος και ενδεχομένως την λήψη αποφάσεων. Η ιδιότητα των συμμετεχόντων έχει σχέση με τον φορέα που συγκαλεί το συνέδριο Τα περισσότερα συνέδρια επαναλαμβάνονται ετήσια ,άλλα ανά διετία τριετία κ.λ.π. Εκτός από το κύριο σώμα του συνεδρίου στις περισσότερες περιπτώσεις υπάρχουν μικρότερα συνεδριακά τμήματα που απασχολούνται με υποθέματα του συνεδρίου.

Διασκέψεις -Συνδιασκέψεις (Conference)

Συνέδριο με μεγάλη διάρκεια το οποίο απαιτεί ενεργό συμμετοχή των συμμετεχόντων.

Συσκέψεις

Χαρακτηριστικό των συσκέψεων είναι το ολιγομελές των συμμετεχόντων που έχουν όμως συνεδριακό χαρακτήρα. Οι συσκέψεις πραγματοποιούνται από ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς και υπάρχει ισότιμη συμμετοχή.

Συνελεύσεις

Συνήθως διοργανώνονται από επιχειρήσεις για ενημέρωση των μετοχών ή από συνδικαλιστικούς ή άλλους φορείς.

Διαλέξεις - Ομιλίες

Η παρουσίαση γενικού ή ειδικού θέματος από εξειδικευμένο ομιλητή.

Ημερίδες

Συναντήσεις οι οποίες ως χαρακτηριστικό έχουν την μικρή διάρκεια τους.(μία ημέρα).

Φόρουμ (Forum)

Συνάντηση στην οποία υπάρχει πάνελ ομιλητών και συνήθως επακολουθεί ελεύθερη συζήτηση με την συμμετοχή ακροατηρίου. Ο συντονιστής είναι επιφορτισμένος με την ομαδοποίηση ερωτήσεων , θέσεων και απόψεων.

Συμπόσια

Ο όρος συμπίπτει εννοιολογικά με τα φόρουμ και αναφέρεται στην πνευματική τροφή που λαμβάνουν οι συμμετέχοντες.

Workshop

Ελεύθερη συζήτηση συμμετεχόντων για την εμπειριστατωμένη ανάλυση κάποιου θέματος .Πολλές φορές ο όρος χρησιμοποιείται και για προγραμματισμένες επιχειρηματικές συναντήσεις.

Συναντήσεις

Είναι κυρίως συνεδριακού ενδιαφέροντος και έχουν συνεδριακά χαρακτηριστικά.

Κατηγορίες συνεδρίων

- Εμπορικά συνέδρια. Συνήθως διοργανώνονται από σχετικούς φορείς και οι σκοποί τους ταυτίζονται με τις επιδιώξεις των φορέων . Πολλές φορές συνοδεύονται από μικρές εμπορικές εκθέσεις

- Επιστημονικά συνέδρια . Τα επιστημονικά συνέδρια είναι ιδιαίτερα σημαντικό αφού συνήθως επαναλαμβάνονται και έχουν ευρεία συμμετοχή. Συνήθως οι σύνεδροι συνδυάζουν συνέδριο και διακοπές , γεγονός που σημαίνει μεγαλύτερη κατά κεφαλήν δαπάνη κατά άτομο που συμμετέχει στο συνέδριο.

- Κομματικά .Κοινωνικά . Πολιτικά συνέδρια. Πολλές κομματικές οργανώσεις διοργανώνουν τακτά συνέδρια τα οποία όμως αφορούν την εσωτερική συνεδριακή αγορά .Ενδιαφέρον έχουν οι ενώσεις πολιτικών κομμάτων συναφούς ιδεολογικού χαρακτήρα που διοργανώνουν συνέδρια στις χώρες που ανήκουν

τα μέλη τους. Συνέδρια επίσης διοργανώνουν κοινωνικές οργανώσεις ,πρωτοβουλίες πολιτών ,ενώσεις γυναικών κλπ.

• Συνέδρια διεθνών οργανισμών. Οι διάφοροι διεθνείς οργανισμοί διοργανώνουν συνέδρια με στόχο τόσο την συζήτηση θεμάτων που τους απασχολούν, όσο και την προβολή της ένωσης.

1.3.3 Οργανισμοί και φορείς που σχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα.

Οι βασικοί πυλώνες για την διοργάνωση και την υλοποίηση ενός συνεδρίου είναι:

Ο φορέας

Ο φορέας είναι αυτός που προκαλεί το συνέδριο Συνήθως είναι κάποιος δημόσιος ή ιδιωτικός φορέας του εσωτερικού ή του εξωτερικού που έχει άμεση σχέση με το αντικείμενο του συνεδρίου, Σε πολλές περιπτώσεις ο φορέας και ο διοργανωτής ταυτίζονται,

Ο διοργανωτής

Ο διοργανωτής αναλαμβάνει την διοργάνωση και υλοποίηση του συνεδρίου.

Τελευταία υπάρχει εξειδίκευση στον τομέα αυτό ενώ σε πολλές περιπτώσεις την διοργάνωση αναλαμβάνουν γραφεία γενικού τουρισμού. Οι διοργανωτές των συνεδρίων μπορεί να ανήκουν σε μία από τις παρακάτω κατηγορίες :

- ί. Εξουσιοδοτημένη επιτροπή από την διοίκηση του φορέα.

Αυτή μπορεί να είναι μόνιμης σύνθεσης και λειτουργίας, ιδίως μάλιστα εάν ο φορέας

ii. πραγματοποιεί συχνά συνέδρια ή εκδηλώσεις συναφούς χαρακτήρα. Είναι γνωστή σαν οργανωτική επιτροπή .

iii. Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων που λειτουργούν συνήθως μέσω γραφείων δημοσίων σχέσεων ,είτε γενικού χαρακτήρα ,είτε ειδικευμένου στην οργάνωση αποκλειστικά συνεδρίων.

iv. Ταξιδιωτικά γραφεία Αρκετά ταξιδιωτικά γραφεία με εμπειρίες στο "συνεδριακό τουριστικό πακέτο" ,έχουν προσλάβει εξειδικευμένο προσωπικό στην οργάνωση συνεδρίων, κυρίως από τον ευρύτερο χώρο των δημοσίων σχέσεων. Με τον τρόπο αυτό στοχεύουν σε κέρδος 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 την 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 καινούργιους.

Ο κατάλληλος συνεδριακός χώρος

Είναι ο χώρος που διεξάγονται τα συνέδρια. Ο χώρος αυτός είναι συνήθως στεγασμένος με κατάλληλο οπτικοακουστικό υλικό. Εκτός από τα κατάλληλα εξοπλισμένα συνεδριακά κέντρα ,συνέδρια γίνονται επίσης σε αίθουσες ξενοδοχείων ,αθλητικούς χώρους κλπ.

Υπηρεσίες .Βασικές η δορυφορικές

Οι υπηρεσίες είναι το προϊόν που προσφέρουν οι εταιρείες που δραστηριοποιούνται στην παροχή υπηρεσιών από διατίθενται από τον διοργανωτή(π.χ catering)

Οι συμμετέχοντες

Οι συμμετέχοντες είναι οι σύνεδροι οι οποίοι είναι και οι τελικοί χρήστες της υπηρεσίας .Πολλές φορές έχουν άμεση σχέση με τον φορέα . Ο συμμετέχων συνήθως καταβάλει δικαιώματα συμμετοχής προκειμένου να λάβει μέρος στις εργασίες του συνεδρίου χωρίς η παραπάνω παρατήρηση να είναι απόλυτη.

Τα συνέδρια διακρίνονται σε κατηγορίες με βάση τα παρακάτω κριτήρια:

Την τοπική ,εθνική ή διεθνή συμμετοχή των συνέδρων Το αντικείμενο τους (επιστημονικό ,επαγγελματικό κλπ) Την διάρκεια τους σε ημέρες Των αριθμό των συνέδρων

Φορείς συνεδρίων

1. Φορείς μη επιχειρησιακού χαρακτήρα (επιμελητήρια, σύνδεσμοι ,οργανώσεις ,συνδικαλιστικοί φορείς επιστημονικές ενώσεις, ομοσπονδίες κλπ)

2. Φορείς επιχειρησιακού χαρακτήρα (επιχειρήσεις εθνικού ή διεθνή χαρακτήρα)

Ενδεικτικά αναφέρονται οι φορείς και οι υπηρεσίες που συσχετίζονται με τον συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα:

- Υπουργείο Τουρισμού
- Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)
- Σύνδεσμος Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (Σ.Ε.Π.Ο.Σ)

- Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων (Σ.Ε.Ο.Ε.Σ)
- Σύνδεσμος Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (Σ.Ε.Τ.Ε)
- Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος
- Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων

CONVENTION & VISITORS BUREAU (ΓΡΑΦΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ)

Οι περισσότερες χώρες του κόσμου που έχουν αναπτύξει μία αξιόλογη συνεδριακή δραστηριότητα διαθέτουν πολλά τέτοια γραφεία. Όσον αφορά τη χώρα μας, η Ελλάδα διαθέτει προς το παρόν μόνο ένα γραφείο συνεδριακού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη, η ίδρυση του οποίου βασίστηκε κυρίως στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Επίσης, όπως είναι εύλογο, απουσιάζουν και οι σχετικοί οργανισμοί για την άδεια και τη λειτουργία τέτοιων γραφείων. Όμως, έχει ανατεθεί συγκεκριμένη μελέτη από τη γραμματεία τουρισμού για τη δημιουργία γραφείων συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα και άλλους τουριστικούς προορισμούς.

Η ίδρυση των CVB προέρχεται κατ'εξοχήν από την ανάγκη των συνεδριακών προορισμών να ικανοποιήσουν τις υψηλές απαιτήσεις των τουριστών που ταξιδεύουν για επαγγελματικούς λόγους, παρέχοντάς τους αμερόληπτες, τεκμηριωμένες, άμεσες και επαγγελματικές πληροφορίες σχετικά με την υποδομή και τις υπηρεσίες του προορισμού. Επίσης, τα CVB είναι η απόδειξη ότι όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς στην οργάνωση ενός συνεδρίου, από τους διερμηνείς μέχρι τις υπηρεσίες τροφοδοσίας, μπορούν να συντονιστούν και να προσφέρουν ένα ολοκληρωμένο προϊόν. Γι' αυτό το λόγο έχει διαπιστωθεί ότι η ύπαρξη παρόμοιων γραφείων εμπνέει εμπιστοσύνη και ασφάλεια στους buyers, οι οποίοι επιζητούν και

χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες που τους παρέχονται. Με άλλα λόγια τα αποτελεσματικά και αποδοτικά CVB αποτελούν το μικρόκοσμο μιας άρτια οργανωμένης τουριστικής βιομηχανίας.

Το CVB είναι κατά κανόνα ένας μη κερδοσκοπικός οργανισμός ο οποίος προσελκύει εγχώρια και διεθνή γεγονότα και υποστηρίζει την εκτέλεσή τους, προωθεί τον προορισμό στη διεθνή συνεδριακή αγορά και συγχρόνως χρησιμεύει ως βάση πληροφοριών η οποία καταγράφει την υποδομή και τις υπηρεσίες που παρέχονται από τον προορισμό.

Συνήθως τα CVB είναι νομικά πρόσωπα ιδιωτικού δικαίου, αλλά συχνά συνεργάζονται με το δημόσιο τομέα. Η συνεργασία μεταξύ του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα είναι υψίστης σημασίας για την αποτελεσματικότητα των CVB. Από τη μία η παρουσία του δημοσίου είναι απαραίτητη τόσο για τη χρηματοδότησή τους όσο και για τη σύνταξη κανονισμών και αδειών που βοηθούν την ομαλή λειτουργία και ευελιξία τους. Από την άλλη, ο ιδιωτικός τομέας είναι αυτός που έχει την εμπειρία, την τεχνογνωσία και την τεχνολογία που είναι απαραίτητες για να διεκπεραιωθούν οι λειτουργίες των CVB.

Το συνεδριακό γραφείο διαμορφώνει τον κατάλογο των μελών του από τις τοπικές επιχειρήσεις του προορισμού και της ευρύτερης περιοχής που ανήκουν άμεσα ή έμμεσα στην τουριστική βιομηχανία. Συνήθως θέτει ορισμένες προδιαγραφές τις οποίες πρέπει να πληρούν όσοι θέλουν να γίνουν μέλη του.

Τα μέλη που μπορούμε να δούμε εγγεγραμμένα σε ένα συνεδριακό γραφείο με την προϋπόθεση ότι πληρούν τις προδιαγραφές που έχουν οριστεί είναι τα εξής:

- Ξενοδοχεία κάθε κατηγορίας
- Συνεδριακοί χώροι και συνεδριακά κέντρα
- Εστιατόρια
- Πολιτιστικά κέντρα και εγκαταστάσεις αναψυχής

- Μεταφορικές εταιρείες
 - αεροπορικές εταιρείες
 - εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων
 - εταιρείες με ταξί και πούλμαν
- Κρουαζιερόπλοια και ιστιοπλοϊκά
- Επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων (PCO) και τοπικές εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων (DMC)
- Εταιρείες επιχειρηματικών δώρων
- Εταιρείες τεχνικής και οπτικοακουστικής υποστήριξης
- Διερμηνείς και μεταφραστές
- Εταιρείες διεξαγωγής συνεδρίων
- Τουριστικά γραφεία
- Ασφαλιστικές εταιρείες
- Διαφημιστικές εταιρείες ή εταιρείες δημοσίων σχέσεων

PROFESSIONAL CONFERENCE ORGANISERS (ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ)

Γνωστότεροι με την αγγλική ορολογία που έχει επικρατήσει στο διεθνή συνεδριακό χώρο ως PCO, οι επαγγελματίες αυτοί έχουν τη συνολική ευθύνη για την ομαλή και επιτυχή έκβαση του συνεδρίου.

Αρχικά επιδιώκουν να προσελκύσουν το συνέδριο στον προορισμό τους, εάν αυτό είναι διεθνές, ή να πείσουν τον ενδιαφερόμενο buyer να αναθέσει στους ίδιους τη διεξαγωγή του συνεδρίου, εάν αυτό είναι τοπικού ή εθνικού χαρακτήρα. Στις δύο αυτές περιπτώσεις η διεκδίκηση είναι μία πολύπλοκη διαδικασία δεδομένου ότι ο ανταγωνισμός που επικρατεί είναι ιδιαίτερα ισχυρός. Ειδικότερα όμως για τα συνέδρια διεθνούς χαρακτήρα οι PCO αναλαμβάνουν την παρουσίαση του προορισμού στους ενδιαφερόμενους buyers, τονίζοντας τα προτερήματα σε σχέση με τους άλλους υποψήφιους προορισμούς. Μάλιστα, αρκετοί οργανωτές

παρομοιάζουν το συγκεκριμένο στάδιο με τη διεκδίκηση μιας μικρής Ολυμπιάδας, αφού η διαδικασία της διεκδίκησης ενός συνεδρίου θυμίζει τις δραστηριότητες που αναλαμβάνουν οι χώρες οι οποίες φιλοδοξούν να κερδίσουν τους εκάστοτε Ολυμπιακούς Αγώνες.

Ο PCO που κερδίζει τελικά το συνέδριο αναλαμβάνει να συντονίσει και να διεκπεραιώσει όλες τις απαραίτητες δραστηριότητες μίας ιδιαίτερα μακροσκελούς λίστας, ξεκινώντας το να ερευνήσει και να καταλήξει στο κατάλληλο, σε συνάρτηση πάντα με το διαθέσιμο προϋπολογισμό, συνεδριακό χώρο που θα ικανοποιεί τις απαιτήσεις των συνέδρων. Συγχρόνως, είναι υπεύθυνος της οργάνωσης του συνεδριακού προγράμματος, καθώς και ενός κοινωνικού προγράμματος για τα άτομα που ενδεχομένως συνοδεύουν τους συνέδρους. Επιπλέον, στέλνει αναλυτικά ενημερωτικά φυλλάδια στους συμμετέχοντες με το πρόγραμμα του συνεδρίου, ενώ συγχρόνως ασχολείται με το σχεδιασμό λογοτύπων, αφισών και άλλων εντύπων, ενώ αν το συνέδριο είναι διεθνές θα χρειαστεί να μεταφράσει όλα τα παραπάνω στις αντίστοιχες γλώσσες του συνεδρίου.

Όμως οι υποχρεώσεις του δε σταματούν εδώ. Ο PCO είναι υπεύθυνος, μεταξύ άλλων, για την εγγραφή των συμμετεχόντων στο συνέδριο, για την εξασφάλιση της διαμονής τους και για τη μεταφορά τους προς και εντός του συνεδριακού προορισμού. Βέβαια, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι μέσα σε αυτό το χρονικό διάστημα πρέπει να συντονίσει όλες τις σχετικές με το συνέδριο υπηρεσίες, όπως είναι η τεχνική υποστήριξη, τα οπτικοακουστικά μέσα, οι διερμηνείς, οι δεξιώσεις, η διακόσμηση, ο χώρος στάθμευσης, καθώς και η ασφάλεια και άνεση των συνέδρων. Αφού θα έχει προγραμματίσει όλα τα παραπάνω, δεν πρέπει να εφησυχάσει γιατί οφείλει πάντα να λαμβάνει υπ' όψιν του ότι ανά πάσα στιγμή, και κυρίως την τελευταία, μπορεί να προκύψει κάποιο πρόβλημα το οποίο θα κληθεί να λύσει, όπως μία απεργία στους ελεγκτές εναέριας κυκλοφορίας, μία ξαφνική καλοκαιρινή μπόρα που καταστρέφει την υπαίθρια εκδήλωση, ένας

προσκεκλημένος ομιλητής που αρρώστησε, άλλαξε γνώμη, χάθηκε, ακόμη και απεβίωσε.

Με λίγα λόγια οι PCO είναι το άλφα και το ωμέγα για την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου. Γι' αυτό το λόγο προτιμώνται όσοι έχουν πείρα, καλή φήμη, καθώς και μία αξιόλογη λίστα πελατών. Επιπλέον, το προσωπικό αυτών των γραφείων πρέπει να επιδεικνύει ιδιαίτερες ικανότητες προσαρμογής στις εκάστοτε συνθήκες και τις ενδεχόμενες αντιξοότητες και να εμπνέει την εμπιστοσύνη των buyers.

Όσον αφορά τον προϋπολογισμό και το κόστος ενός συνεδρίου, ο διοργανωτής χρειάζεται να τα μελετήσει με ιδιαίτερη προσοχή. Σε κάποιες μάλιστα περιπτώσεις, όπως είναι τα συνέδρια που κλείνονται αρκετούς μήνες ή ακόμη και χρόνια νωρίτερα, ο PCO πρέπει να προπληρώσει για ορισμένα έξοδα, κυρίως αυτά που αφορούν την προώθηση του συνεδρίου, προτού λάβει κάποια έσοδα από τους συμμετέχοντες. Έτσι, όταν τα ποσά που καλείται να προπληρώσει είναι μεγάλα, ο διοργανωτής μερικές φορές αναγκάζεται να πάρει δάνειο το οποίο εξοφλεί μετά την ολοκλήρωση του συνεδρίου. Τα κυριότερα έξοδα που πρέπει να καλύψει είναι τα εξής:

- Ενοικίαση συνεδριακού χώρου
- Κόστος διαμονής των συνέδρων, συνοδών, προσκεκλημένων, ομιλητών κ.λπ.
- Υπηρεσίες τροφοδοσίας
- Κοινωνικά προγράμματα, π.χ. μεταφορά, διασκέδαση, επισιτισμός κ.λπ.
- Υλικό για το συνέδριο (κονκάρδες, Cd-Rom, έντυπα)
- Έξοδα διεξαγωγής του συνεδρίου, όπως οπτικοακουστικός εξοπλισμός, τεχνικοί για την υποστήριξη του συνεδρίου, διερμηνείς, γραμματεία κ.λπ.
- Έντυπο υλικό για την προώθηση του συνεδρίου (μπροσούρες, δελτία τύπου, ταχυδρομήσεις, διαφημίσεις κ.ά.)
- Φόροι, ασφάλεια, υπηρεσίες κούριερ και απρόβλεπτα έξοδα.

Προκειμένου ο διοργανωτής να μπορεί να ελέγχει τον προϋπολογισμό και τα έξοδα και να αποφύγει ή να προβλέψει ενδεχόμενα προβλήματα, είναι καλό να κάνει μια καταγραφή αυτών των δραστηριοτήτων.

Οι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων πληρώνονται για τις υπηρεσίες τους όχι μόνο από τους buyers, οι οποίοι τους αναθέτουν την οργάνωση του συνεδρίου, αλλά συγχρόνως παίρνουν μια προμήθεια περίπου 8-10% από το συνεδριακό κέντρο, το ξενοδοχείο και τις άλλες υπηρεσίες που επιλέχθηκαν από το συνέδριο μέσω του γραφείου τους.

Η πείρα ενός PCO κρίνεται και από την ικανότητά του να επιλέγει πάντα τον καταλληλότερο χώρο για τη διεξαγωγή της εκδήλωσης που έχει αναλάβει, είτε πρόκειται για αίθουσα ξενοδοχείου, για συνεδριακό κέντρο ή για κάποιον άλλο χώρο. Προκειμένου να είναι σίγουρος ότι θα επιλέξει το σωστό χώρο, συνήθως κάνει μια επίσκεψη σε αυτόν και ελέγχει τα χαρακτηριστικά του, καθώς και ορισμένες βασικές παροχές και υπηρεσίες του. Ο Carey (1997) προτείνει να έχει ο διοργανωτής πάντα μαζί του σε αυτές τις επισκέψεις μια βασική λίστα με όλα όσα χρειάζεται να ελέγξει, έτσι ώστε να εξοικονομήσει χρόνο, να σιγουρευτεί ότι έχει εξετάσει και επιθεωρήσει όλα όσα τον ενδιαφέρουν και να αποφύγει δυσάρεστες καταστάσεις.

Η πείρα και οι ικανότητες των PCO κρίνονται και από την αποτελεσματικότητά τους να διαπραγματεύονται με τους προμηθευτές πάνω στις τιμές των υπηρεσιών που τους προτείνονται. Αυτό το φαινόμενο παρατηρείται κυρίως στο κλείσιμο των συνεδριακών χώρων. Πέρα όμως από το κόστος ενοικίασης μιας αίθουσας, ο έμπειρος PCO γνωρίζει ότι υπάρχει μία επιπλέον λίστα υπηρεσιών οι οποίες επιτρέπουν διαπραγματεύσεις μεταξύ αυτού και του προμηθευτή. Αν διαπραγματευτεί αποτελεσματικά, τότε θα μπορέσει να παρέχει περισσότερες και καλύτερες υπηρεσίες στους πελάτες του, χρησιμοποιώντας τον ίδιο προϋπολογισμό.

DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES (ΤΟΠΙΚΕΣ ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ)

Οι Destination Management Companies (DMC) είναι το δεξί χέρι κάθε PCO. Εδρεύουν στο συνεδριακό προορισμό και το πλεονέκτημά τους είναι ότι γνωρίζουν πολύ καλά την τοπική αγορά και τους προμηθευτές, έχουν μεγάλη αγοραστική δύναμη και προσωπικές επαφές με σημαντικούς παράγοντες του τόπου.

Οι δραστηριότητές τους δε διαφέρουν ιδιαίτερα από αυτές ενός PCO: εντοπίζουν συνεδριακούς χώρους κανονίζουν τη διαμονή των συνέδρων στα ξενοδοχεία, βοηθούν στις διαδικασίες για τη μεταφορά τους και οργανώνουν προγράμματα για την αναψυχή τους. Επίσης, συχνά σχεδιάζουν προγράμματα για τον τουρισμό κινήτρων.

Οι DMC οφείλουν να είναι δημιουργικοί, πρωτότυποι και εφευρετικοί στις ιδέες που προτείνουν για τα προγράμματα αναψυχής. Άλλωστε τους βοηθάει το γεγονός ότι εδρεύουν στο συνεδριακό προορισμό και έτσι είναι σε θέση να ενημερώνονται άμεσα για τις υπηρεσίες, υπάρχουσες και καινούργιες, που παρέχονται. Βέβαια, κάθε πρόγραμμα που προτείνουν είναι προσαρμοσμένο τόσο στο χαρακτήρα των πελατών και των συνοδών τους, όσο και στον προϋπολογισμό που διαθέτουν, αλλά έχουν υπ' όψιν τους ότι το προτεινόμενο πρόγραμμα πρέπει οπωσδήποτε να διαφέρει από αυτό ενός κοινού τουριστικού πακέτου.

Συνεπώς, η επιτυχία και η φήμη ενός DMC εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την πρωτοτυπία και τη φαντασία του, καθώς και από την ικανότητά του να αντιλαμβάνεται και να προσαρμόζει τις προτιμήσεις των συνέδρων και των συνοδών τους

CONFERENCE PRODUCTION COMPANIES (ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ)

Πρόκειται για εταιρείες που υπάρχουν προς το παρόν μόνο στο εξωτερικό, οι οποίες ασχολούνται αποκλειστικά με τη διεξαγωγή ενός συνεδρίου, δηλαδή αναλαμβάνουν το σχεδιασμό, τη διαμόρφωση, το φωτισμό, τα ειδικά εφέ και τα ηχητικά συστήματα του συνεδριακού σκηνικού. Είναι εμπειρογνώμονες σε θέματα οπτικοακουστικών μεθόδων και τεχνολογίας, ενώ συγχρόνως χρειάζεται να χρησιμοποιούν και αυτές τη φαντασία τους προκειμένου να διοργανωθεί ένα συνέδριο που όχι μόνο δε θα είναι βαρετό, αλλά θα μείνει κιάλας αξέχαστο στους συμμετέχοντες.

VENUE FINDING AGENCIES (ΕΤΑΙΡΕΙΕΣ ΕΥΡΕΣΕΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΧΩΡΩΝ)

Μόλις ο πελάτης δώσει τις απαραίτητες πληροφορίες σχετικά με την επιθυμούμενη περιοχή, τις ημερομηνίες διεξαγωγής, τον αριθμό των συνεδρίων, τον αριθμό των διασπώμενων αιθουσών, τον προϋπολογισμό, το είδος του συνεδριακού χώρου και τα απαραίτητα οπτικοακουστικά μέσα, η εταιρεία αυτή αναλαμβάνει να του απαντήσει. Μέσω fax ή τηλεφώνου του γνωστοποιούν μία λίστα με τρεις κατά κανόνα συνεδριακούς χώρους τους οποίους κρίνουν καταλληλότερους για τις ανάγκες του, ενώ συγχρόνως του στέλνουν ταχυδρομικά τα σχετικά διαφημιστικά φυλλάδια με τις φωτογραφίες των χώρων αυτών.

Οι εταιρείες ευρέσεως συνεδριακών χώρων δε χρεώνουν τον πελάτη για τις υπηρεσίες που του προσφέρουν, αλλά παίρνουν προμήθεια 8-10% από τις κρατήσεις που έγιναν στους συνεδριακούς χώρους μέσω του γραφείου τους. Ορισμένες φορές αναλαμβάνουν και τις κρατήσεις για τη διαμονή των συνέδρων.

1.3.4 ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΑ

Έρευνα που πραγματοποιήθηκε από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού ,έδειξε ότι ο συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει την ημέρα μιάμιση φορές περισσότερα χρήματα από όσα ξοδεύει ο μεμονωμένος τουρίστας και δύο με τρεις φορές περισσότερα από όσα δαπανά ο τουρίστας του οργανωμένου γκρουπ. Ο συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει αρκετά χρήματα κατά την διάρκεια του ταξιδιού του, εκτιμά και ενδιαφέρεται να γνωρίσει τις πολιτιστικές και ιστορικές καταβολές του τόπου που επισκέπτεται. Αναζητά ποιότητα στην εξυπηρέτηση του και αν μείνει ικανοποιημένος πιθανώς να ξαναεπισκεφθεί την ίδια χώρα ,πόλη ή περιοχή κάποια άλλη χρονική περίοδο για ψυχαγωγία αυτή την φορά .

Ο συνεδριακός τουρίστας είναι επί το πλείστον επιστήμονας, πανεπιστημιακός, οικονομικός παράγοντας ή επιχειρηματίας .Βρίσκεται σε παραγωγική ηλικία ,ταξιδεύει συχνά, είναι κατά κανόνα οικογενειάρχης και συμμετέχει ως μέλος σε σωματεία ,ενώσεις . Διαβάζει εξειδικευμένα έντυπα ενώ προτιμά την μετακίνηση με αεροπλάνο ή αυτοκίνητα ιδιωτικής χρήσεως αφού συνήθως η οικονομική του κατάσταση είναι από μεσαία έως πολύ καλή. Ο συγκεκριμένος πελάτης έχει ιδιαίτερες συνήθειες και απαιτήσεις σε σχέση με τα μέσα μεταφοράς ,τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό των συνεδριακών χώρων ,τον τόπο διαμονής και την ποιότητα διανυκτέρευσης ,διατροφής /εξυπηρέτησης και διασκέδασης του.

Αναζητά ποιότητα στην εξυπηρέτηση του και αν μείνει ικανοποιημένος, πιθανώς να επισκεφτεί ξανά την ίδια χώρα κάποια άλλη χρονική περίοδο, πιθανών για διαφορετικό λόγο, με την οικογένεια του ή

με φίλους του. Επιτυχία θεωρείται για κάθε συνεδριακό προορισμό να καταφέρει να επιμηκύνει το επαγγελματικό ταξίδι του συνέδρου για λόγους αναψυχής. Με σωστές προτάσεις και προκλήσεις ο τουρίστας μπορεί να πειστεί να δημιουργήσει χρόνο για διακοπές μέσα από ένα επαγγελματικό ταξίδι, δίνοντας του τα κίνητρα να παραμείνει έστω και για το Σαββατοκύριακο προσφέροντας του προκαταβολικά ένα καλό λόγο να παρατείνει την διαμονή του, πριν ακόμα οριστικοποιήσει την πτήση του. Τα μεγαλύτερα συνέδρια πραγματοποιούνται από φαρμακευτικές επιχειρήσεις, από ιατρικούς συλλόγους ή πολυεθνικές επιχειρήσεις . Οι σύνεδροι στις παραπάνω περιπτώσεις είναι άτομα υψηλής οικονομικής στάθμης, οι οποίοι έχουν κάποιες συγκεκριμένες απαιτήσεις και προκειμένου να μείνουν ευχαριστημένοι, οι οργανωτές καταβάλουν κάθε δυνατό μέσο. Λόγω των αυξημένων απαιτήσεων τους πολλές φορές έχουν κάποιες ιδιαιτερότητες τις οποίες οι διοργανωτές προσπαθούν να ικανοποιήσουν, παρέχοντας τους υπηρεσίες αρκετά εξειδικευμένες και δίνουν την δυνατότητα στις επιχειρήσεις που έχουν τέτοιες πρόσθετες υπηρεσίες να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα που τις καθιστά διαφορετικές και συνεπώς ικανές να προωθήσουν τον εγχώριο συνεδριακό τουρισμό. Οι υπηρεσίες και οι εγκαταστάσεις που μπορεί να προσφέρει κάθε συνεδριακός προορισμός, αποτελεί βασική προϋπόθεση για να προτιμηθεί για την πραγματοποίηση μιας εκδήλωσης. Όπως έχει προαναφερθεί, ο συνεδριακός τουρίστας απαιτεί υψηλού επιπέδου υπηρεσίες και αυτές καλείται να αποκτήσει η Ελλάδα προκειμένου να ανταγωνιστεί τους υπόλοιπους προορισμούς. Στο σημείο αυτό, θα πρέπει να τονισθεί ότι εκτός από τις υψηλού επιπέδου τουριστικές υπηρεσίες που αναζητά ο συνεδριακός τουρίστας, παράλληλα δίνει μεγάλη έμφαση στο θέμα της ασφάλειας. Σύμφωνα με τον καθηγητή Ron Davidson του Πανεπιστημίου του Westminster οι σύνεδροι που επισκέπτονται μια ξένη χώρα και ιδιαίτερα οι Αμερικάνοι

θέλουν να νιώθουν πως υπάρχει ένα καλό σύστημα ασφάλειας σε όλους τους χώρους που βρίσκονται, ότι παίρνονται τα κατάλληλα μέτρα στα αεροδρόμια και στα συνεδριακά κέντρα από την χώρα που φιλοξενούνται, προκειμένου να μην νιώθουν ευάλωτοι και εκτεθειμένοι σε κινδύνους.

Ο ικανοποιημένος από πλευρά οργάνωσης, διαμονής και φιλοξενίας σύνεδρος αποτελεί πηγή διαφήμισης για την χώρα που θα επισκεφτεί, αφού γυρνώντας στη χώρα του θα μοιραστεί τις εμπειρίες που αποκόμισε με την οικογένεια του, τους φίλους και το εργασιακό του περιβάλλον. Είναι λοιπόν πολύ σημαντικό, ο συνεδριακός τουρίστας να μείνει ικανοποιημένος από τις υπηρεσίες που θα του προσφερθούν, ώστε να ξαναγυρίσει στον ίδιο προορισμό. Το καλύτερο είδος προβολής και προώθησης μιας περιοχής αποτελεί η γνώμη του ίδιου του τουρίστα, εφόσον αυτή είναι θετική. Στην αντίθετη περίπτωση που μπορεί να γίνει κατακριτής και δεν μείνει ικανοποιημένος το μόνο που επιτυγχάνεται είναι η δυσφήμιση της χώρας και η αποφυγή της από τους γνωστούς του, που θα σπεύσουν να την κατατάξουν σε προορισμό προς αποφυγήν.

Οι επαγγελματίες τουρίστες ξοδεύουν χρήματα τόσο για διασκέδαση όσο και αναψυχή, καθώς στους προορισμούς τους είναι δύσκολο ή και αδύνατον σε πολλές περιπτώσεις να ξεχωρίσουν το επαγγελματικό στοιχείο του ταξιδιού τους από αυτό του τουριστικού. Συνέπειες των παραπάνω είναι ότι ο επαγγελματικός τουρισμός υπολογίζεται όπως οι άλλες μορφές τουρισμού, στις επίσημες στατιστικές για τον τουρισμό από όλες τις χώρες. Η μορφή αυτή του τουρισμού είναι λιγότερο εποχιακή από αυτή του παραθεριστικού. Η σταθερότητα των επαγγελματικών ταξιδιών καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, είναι ένα επιπλέον υπέρ για τις εταιρείες μεταφοράς οι οποίες μπορούν επακριβώς να προβλέψουν και να οργανώσουν τις προγραμματισμένες υπηρεσίες τους, βάση του επιπέδου ζήτησης για αυτές. Τον τελευταίο καιρό

παρατηρείται οι επαγγελματίες τουρίστες να ενδιαφέρονται περισσότερο για το κόστος των ταξιδιών τους, κάτι που έχει αναγνωριστεί από μεγάλες αλυσίδες τουριστικών γραφείων και γίνεται προσπάθεια να ανταποκριθούν στην ανάγκη αυτή με εκπτώσεις και αεροπορικές προσφορές για τους πελάτες που κάνουν συχνά επαγγελματικά ταξίδια.

Κατά την διαμονή τους σε ένα ξενοδοχείο, οι επαγγελματίες τουρίστες είναι πιθανόν να ζητήσουν και διάφορα άλλα είδη υπηρεσιών, όπως την ενοικίαση αυτοκινήτου, γραμματειακές υπηρεσίες, δυνατότητα σύνδεσης στο διαδίκτυο. Οι απαιτήσεις τους για ασχολίες αναψυχής κατά την διάρκεια της ημέρας μπορεί να είναι λιγότερες από αυτές των παραθεριστών, επικεντρώνονται όμως κυρίως σε βραδινές ασχολίες. Δεν θα πρέπει να παραβλέπεται ότι πολλές φορές συνοδεύονται και από τους συζύγους τους, οι οποίοι επιθυμούν να γνωρίσουν τα αξιοθέατα της περιοχής. Μία σημαντική κοινωνική αλλαγή που επηρεάζει τον επαγγελματικό τουρισμό, είναι η αύξηση των γυναικών τουριστών στον χώρο. Αυτή η διαπίστωση απαιτεί και την ανάλογη υποδομή στα ξενοδοχεία, να είναι δηλαδή προετοιμασμένα να καλύψουν τις ανάγκες μιας γυναίκας παίρνοντας ακόμα και μέτρα προστασίας για αυτές που ταξιδεύουν μόνες.

Οι επαγγελματίες τουρίστες απαιτούν να λαμβάνουν διαφορετική μεταχείριση από τα άλλα είδη τουριστών. Οι περισσότεροι ταξιδεύουν πρώτη θέση, δέχονται ειδική μεταχείριση από τα ταξιδιωτικά γραφεία, τους προσφέρετε η χρήση ειδικών χώρων στα αεροδρόμια και τους τοποθετούν κατά την άφιξη τους στα δωμάτια των ξενοδοχείων λουλούδια ή φρούτα. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να αναμένουν ανάλογη συμπεριφορά και κατά τη διάρκεια της διαμονής τους στο ξενοδοχείο. Το προσωπικό του ξενοδοχείου πρέπει να είναι άριστα εκπαιδευμένο ώστε να μπορεί να καλύψει τις προαναφερόμενες ανάγκες και απαιτήσεις αυτού του είδους των τουριστών. Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε από

το Πανεπιστήμιο Αιγαίου, παρουσιάστηκαν σημαντικά δημογραφικά στοιχεία για τους Έλληνες καταναλωτές του επαγγελματικού τουρισμού, τα οποία μπορούν να δώσουν σε όλους τους ενδιαφερόμενους σημαντικές πληροφορίες. Συγκεκριμένα προέκυψε ότι το 35% των ατόμων που συμμετέχουν σε ταξίδια επαγγελματικού τουρισμού είναι υψηλόμισθα. Σε ποσοστό 60% των ερωτηθέντων αποδείχθηκε ότι ταξιδεύουν μόνοι τους ενώ το 35% με συναδέλφους. Συνεπώς το ελληνικό κοινό δεν συνοδεύεται από κάποιο μέλος της οικογένειας του ή κάποιο φιλικό του πρόσωπο κατά την διεξαγωγή του ταξιδιού άρα δεν δίνονται τα σωστά κίνητρα για την προσέλκυση της συγκεκριμένης μερίδας τουριστών αυτής των συνοδών. Όσον αφορά την ηλικία των επαγγελματιών τουριστών το μεγαλύτερο ποσοστό κυμαίνεται μεταξύ 31 με 45 ετών, με την πλειοψηφία να είναι άνδρες αφού είναι αυτοί που καταλαμβάνουν τις υψηλές ιεραρχικά θέσεις στις εταιρίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2
Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΟΝ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ
ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

2.1 Η ιστορία του συνεδριακού τουρισμού

Είναι αναμφισβήτητο ιστορικό γεγονός ότι οι έννοιες 'συνέδριο' και 'συμπόσιο' γεννήθηκαν και εδραιώθηκαν στην Ελλάδα. Οι Αρχαίοι Έλληνες ήταν οι πρώτοι που συνειδητοποίησαν την πολύ μεγάλη πολιτισμική σημασία του δημοκρατικού διαλόγου και της δημιουργικής ανταλλαγής απόψεων. Βασιζόμενοι σε αυτό θέσπισαν ολόκληρο το κοινωνικοπολιτικό τους σύστημα. Ο συνεδριακός τουρισμός έχει τις ρίζες του στην αρχαία Ελλάδα και συγκεκριμένα στις αρχαίες Αμφικτιονίες.

Βάση ιστορικών πηγών ,οι Αμφικτιονίες ήταν θρησκευτικές οργανώσεις στις οποίες οι κάτοικοι γειτονικών περιοχών συμμετείχαν και συζητούσαν θέματα σχετικά με τον ναό ,τις σχέσεις τους και τις διαφορές που υπήρχαν μεταξύ των πόλεων. Σιγά σιγά ,χωρίς να χάσουν τον θρησκευτικό τους χαρακτήρα ,οι αμφικτιονίες έγιναν θεσμοί και κάποτε ομοσπονδίες πόλεων κρατών.

Οι αμφικτιονίες συνέρχονταν πάντα σε ιερούς χώρους όπου γίνονταν και πανηγύρια. Η διαφορά ήταν ότι ενώ στα πανηγύρια πήγαινε πλήθος κόσμου ,στις αμφικτιονίες έρχονταν δύο αντιπρόσωποι από κάθε πόλη-κράτος. Ο ένας λεγόταν « πυθαγόρας » και ο άλλος « ιερομνήμονας » . Δύο φορές το χρόνο συνεδρίαζαν και κάποτε οι αποφάσεις τους ήτανε τόσο σοβαρές που γίνονταν νόμοι οι οποίοι ρύθμιζαν σχέσεις κρατών σε πανελλήνιο επίπεδο. Σπουδαία αμφικτιονία ήταν αυτή που συνερχόταν

στο ιερό της Δήμητρας , κοντά στις Θερμοπύλες ,κι αργότερα μεταφέρθηκε στους Δελφούς ,που έγινε πόλη ανεξάρτητη και ιερή ,για να μην ανήκει σε κανένα κράτος. Αργότερα οι αμφικτιονίες αντικαταστάθηκαν από τα «Κοινά» κάτι σαν συμμαχία ,ομοσπονδίες πόλεων κρατών.

2.2 Αρωγός ή τροχοπέδη η διεξαγωγή των Ολυμπιακών αγώνων στην χώρα μας.

Οι προσδοκίες

Την τελευταία δεκαετία η πεποίθηση που κυριαρχούσε σχετικά με την διοργάνωση των Ολυμπιακών αγώνων ήταν ότι αποτελούσε ένα πολύ καλό διαφημιστικό χαρτί που για την βιομηχανία του τουρισμού μας αποτελεί την χρυσή ευκαιρία για την περαιτέρω ανάπτυξη της. Οι αγώνες έδιναν την ευκαιρία να προβληθεί μαζικά η χώρα μας και να παρουσιάσουν σε όλο τον κόσμο την υποδομή, την κουλτούρα ,την ζωή την ιστορία και πολλά άλλα πλεονεκτήματα της Ελλάδας. Ενδεικτικό του γεγονότος της προβολής είναι ότι στην προηγούμενη Ολυμπιακή χώρα ,την Αυστραλία την χρονιά των Ολυμπιακών Αγώνων έγιναν 200 μεγάλα συνέδρια. Και όπως είχε κατ' εξακολούθηση πει ο Κος. John Morse Διευθύνων Σύμβουλος της Αυστραλιανής Αρχής Τουρισμού την περίοδο των Αγώνων : «Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ήταν ότι καλύτερο συνέβη στην τουριστική βιομηχανία της Αυστραλίας ».

Ευσεβής πόθος για την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων στην Ελλάδα ,μέσα στα πλαίσια της Παγκοσμιοποίησης που συντελείται και όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό ,ήταν η καλύτερη προβολή της με στόχο την μεγιστοποίηση διεξαγωγής συνεδρίων τα επόμενα έτη. Τα συνέδρια που σχετίστηκαν με την διοργάνωση των Αγώνων φιλοξένησαν

ανώτερα στελέχη των Αγώνων ,καθώς και Διεθνή μέλη ειδικών επιτροπών της χώρας μας που συντόνιζαν τις εκδηλώσεις.

Αυτό που πρέπει να σημειωθεί είναι ότι πέραν των συνεδρίων που σχετίζονται με την διοργάνωση των Αγώνων ,μερικές φορές παρατηρούνται αντίθετες αντιδράσεις. Τότε παρατηρείται το φαινόμενο «aversion affect» ,κατά το οποίο ο φόβος της ταλαιπωρίας λόγω της αυξημένης κίνησης στην διοργανώτρια πόλη αποθαρρύνει τους επισκέπτες.

Η μετά-ολυμπιακή εποχή

Το 2004 σημαδεύτηκε από την οργάνωση και τη επιτυχημένη διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων. Η Ελλάδα έγινε το κέντρο της προσοχής για δισεκατομμύρια ανθρώπους καταφέροντας να επιτύχει τους πιο ασφαλείς, εντυπωσιακούς και μοναδικούς αγώνες. Η εικόνα της Ελλάδας παγκοσμίως βελτιώθηκε, ύστερα από μήνες συκοφαντικής δυσφήμισης από κάποιους δημοσιογράφους, καταφέροντας να αποδείξει και στους πιο δύσπιστους ότι μια τόσο μικρή πληθυσμιακά χώρα μπορεί να διοργανώσει μια τόσο λαμπερή γιορτή.

Η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, θεωρήθηκε μείζονος σημασίας για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, καθώς όπως έχει αποδειχθεί και στο παρελθόν από άλλες χώρες που φιλοξένησαν τους αγώνες πριν, κατά την διάρκεια και μετά την ολυμπιακή περίοδο γνώρισαν σημαντική ανάπτυξη και στο συνεδριακό τουρισμό. Οι πόλεις που διοργάνωσαν στο παρελθόν Ολυμπιακούς Αγώνες είχαν μια ευρύτερη ευκαιρία προβολής η οποία διαρκεί περίπου 10 χρόνια, όσο

περίπου είναι το διάστημα που η διοργανώτρια χώρα κρατάει πάνω της τα φώτα της δημοσιότητας.

Σύμφωνα με μελέτη του ΣΕΤΕ που πραγματοποιήθηκε ύστερα από τους Ο.Α. της Αθήνας, 3,9 δις τηλεθεατές ανά τον κόσμο παρακολούθησαν τους αγώνες, 16.000 εκπρόσωποι ραδιοτηλεοπτικών μέσων και 5.500 εκπρόσωποι του γραπτού τύπου και φωτογράφοι ασχολήθηκαν με τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Αθήνας, δίνοντας έμφαση στην οργάνωση και την προετοιμασία τους.

Αναφορικά με το 2004 ,και την διοργάνωση των Ολυμπιακών από την πόλη των Αθηνών ,λόγω της προβολής από τα ΜΜΕ ,αναμενόταν ότι θα υπάρξει αύξηση των επισκεπτών στην πόλη, η οποία πιθανότατα θα κορυφωνόταν τα αμέσως επόμενα 3-4 χρόνια . Συνδυάζοντας εγκαταστάσεις ανταγωνιστικού επιπέδου με μια δυναμική διαφημιστική εκστρατεία από τους αρμόδιους φορείς η προσδοκώμενη αύξηση θα μπορούσε να αποβεί αξιοσημείωτη.

2.3 Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΡΙΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΠΟΛΕΩΝ

2.3.1 Τουριστική ανάπτυξη , οικονομικά οφέλη μετά τους αγώνες και αξιοποίηση των Ολυμπιακών εγκαταστάσεων.

Η χώρα που διοργανώνει επιτυχώς Ολυμπιακούς αγώνες είναι συνήθως σημείο αναφοράς και συγκρίσεων για πολλά χρόνια. Όσο δε μικρότερη είναι η χώρα και όσος μεγαλύτερη είναι η επένδυση που πραγματοποιεί για κάλυψη πραγματικών αναγκών στην οικονομική κοινωνική –πολιτιστική υποδομή και στην προβολή της στην παγκόσμια σκηνή τόσο μεγαλύτερα είναι τα οφέλη που προκύπτουν από την διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Από τα συμπεράσματα της ανάλυσης προκύπτει ότι ενώ το κόστος των Ολυμπιακών Αγώνων είναι πάντοτε υψηλό και καθίσταται συνεχώς υψηλότερο λόγω των νέων απαιτήσεων για ασφάλεια σε εποχή έξαρσης της τρομοκρατίας ,τα οφέλη για τις χώρες και τις πόλεις που τους διοργανώνουν εξακολουθούν να είναι μεγάλα. Τα οφέλη αυτά καθίστανται μεγαλύτερα ιδιαίτερα αν από τις αρμόδιες κρατικές αρχές και από τους επιχειρησιακούς φορείς της χώρας σχεδιασθεί και εφαρμοστεί σωστή στρατηγική για την αξιοποίηση της τεράστιας προβολής και της ουσιαστικής αναβάθμισης της εικόνας της χώρας ,καθώς και για την αξιοποίηση των νέων αθλητικών εγκαταστάσεων και της οικονομικής και κοινωνικής-πολιτιστικής υποδομής που πάντοτε παραμένουν ως κληρονομιά των αγώνων.

Ειδικότερα ,τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν για τις επιχειρήσεις και για τη χώρα είναι τα

Βραχυπρόθεσμα όσο και μακροπρόθεσμα ,αφού η εκμετάλλευση και κεφαλαιοποίηση των πλεονεκτημάτων που προκύπτουν από την υποδομή και την προβολή που απολαμβάνει η χώρα που διοργανώνει τους Ολυμπιακούς αγώνες μπορεί να λάβει χώρα για πολλά χρόνια και στο μέλλον.

Η αποτελεσματικότερη δυνατή αξιοποίηση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων αποτελεί πρόκληση για κάθε διοργανώτρια χώρα ,αφού από την μια μεριά υπάρχει η δυνατότητα ,με την σωστή και αποτελεσματική χρήση τους αποκόμισης σημαντικών χρηματοοικονομικών εσόδων και κοινωνικών ωφελειών απ'αυτές τις εγκαταστάσεις και απ'την άλλη υπάρχει η πρόκληση της συντήρησης και διτήρησής τους

σε άριστη κατάσταση, που συνεπάγεται λειτουργικό και κεφαλαιακό κόστος που πρέπει να μπορεί να καλυφθεί. Η χρησιμοποίησή των αθλητικών εγκαταστάσεων και η αξιοποίηση της τεράστιας προβολής από την επιτυχή διοργάνωση των Αγώνων είναι δυνατό να πραγματοποιηθεί σε υψηλότερο βαθμό από τις χώρες που έχουν την δυνατότητα να αναπτύξουν τις δραστηριότητες τους στους τομείς του τουρισμού .Οι ολυμπιακές εγκαταστάσεις και η αναβαθμισμένη τουριστική και συνεδριακή υποδομή μπορούν να προσαρμοστούν κατάλληλα στην μεταολυμπιακή περίοδο και ακόμα να επεκταθούν και ενισχυθούν περαιτέρω έτσι ώστε να συμβάλλουν στην προσφορά νέων μορφών υπηρεσιών τουρισμού (επιχειρηματικών ,συνεδριακών κ.λ.π) με στόχο την παγκόσμια αγορά ,την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την αύξηση των δαπανών ανά επισκέπτη.

Παρακάτω θα βρείτε ανάλυση Του κόστους των αγώνων ,τα πλεονεκτήματα και τα οφέλη που προέκυψαν στις διοργανώτριες πόλεις .

ΣΕΟΥΛ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

Με όλη την δημοσιότητα που έλαβαν οι αγώνες ,ο τουρισμός αναπτύχθηκε σημαντικά καθώς οι Κορεάτες εντυπωσίασαν όλο τον κόσμο με τον πλούτο της πολιτιστικής κληρονομιάς τους που ανέδειξαν οι αγώνες. Κατασκευάστηκαν νέα ξενοδοχεία και έγινε επέκταση διάφορων τουριστικών εγκαταστάσεων.

Στα δύο χρόνια πριν από τους αγώνες η προσφορά ξενοδοχειακών δωματίων αυξήθηκε κατά 64% δημιουργώντας

φόβους υπερπροσφοράς , που όμως αποδείχθηκαν υπερβολικοί καθώς οι αφίξεις τουριστών αυξήθηκαν σημαντικά . Το 1986 ο αριθμός των τουριστών ήταν μόνο 1.7εκατ., ενώ σήμερα η Κορέα δέχεται περίπου 5.5εκατ. τουρίστες ετησίως.

ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες συνέβαλαν στην επιτάχυνση της οικονομικής ανάπτυξης της Κορέας , η οποία είχε ήδη σημειώσει πολύ υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης τα προηγούμενα 15 έτη , καθώς επίσης στην ανάπτυξη βιομηχανιών που σχετίζονται με τον αθλητισμό , όπως βιομηχανίες αθλητικών ειδών, ψυχαγωγίας , αλλά και ηλεκτρονικής και τηλεπικοινωνιακής τεχνολογίας.

Επίσης βοήθησαν στο να γίνουν γνωστά παγκοσμίως διάφορα εμπορικά σήματα της χώρας, δίνοντας νέα ώθηση στην ανάπτυξη τομέων παραγωγής εξαγωγίμων προϊόντων αλλά και προϊόντων υποκατάστατων εισαγόμενων.

Έτσι η Κορέα εισέπραξε σημαντικά ποσά συναλλάγματος από την αύξηση της τουριστικής κίνησης, τόσο κατά το 1988 όσο και κατά τα επόμενα έτη, αλλά και κατά τα επόμενα έτη , αλλά και από την προώθηση λοιπών εξαγωγών της , με ευνοϊκές επιπτώσεις στην αύξηση του Α.Ε.Π.

Οι αγώνες της Κορέας δεν οδήγησαν σε ανησυχητική αύξηση του πληθωρισμού ή σε ύφεση της οικονομίας. Αντίθετα συνέβαλαν στην αύξηση της εμπιστοσύνης των καταναλωτών και επιχειρηματιών για την δυνατότητα της χώρας να επιτύχει υψηλούς ρυθμούς ανάπτυξης και σε μεγάλο βαθμό έδωσαν νέα κίνητρα για την εντατικοποίηση της προσπάθειας για ανάπτυξη. Σημειώνεται ότι πριν από την έναρξη των Αγώνων

το 1988 η Κορέα προχώρησε στην πλήρη απελευθέρωση της κίνησης βραχυπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων κεφαλαίων ,που ενίσχυσαν τις διασυνδέσεις της οικονομίας της με τις ανεπτυγμένες οικονομίες της ελεύθερης αγοράς.

Οι αγώνες προέβαλαν την επιτυχημένη οικονομία της Κορέας σε παγκόσμιο επίπεδο με τις ευνοϊκές επιπτώσεις που αυτό συνεπάγεται. Σήμερα η Κορέα συμπεριλαμβάνεται μεταξύ των πιο δυναμικά αναπτυσσόμενων χωρών του κόσμου και παρά την μεγάλη οικονομική κρίση που την έπληξε στα τέλη του 1997 ,αποτελεί ανταγωνιστική απειλή ακόμα και για τις Η.Π,Α και την Ευρώπη. Για τον λόγο αυτό πιέζεται έντονα από τις ανεπτυγμένες χώρες να εγκαταλείψει οριστικά τις όποιες παρεμβατικές τακτικές ακολουθεί για την παραγωγή ακόμα και σήμερα.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Η ύπαρξη αθλητικής υποδομής υψηλού επιπέδου μετά την διοργάνωση των Αγώνων συνέβαλε στην ανάπτυξη του αθλητισμού στην Κορέα. Από το 1988 και μετά η Κορέα διατήρησε υψηλό το επίπεδο του αθλητισμού της με συνέπεια στις παγκόσμιες αθλητικές εκδηλώσεις να κατατάσσεται πάντα στην πρώτη δεκάδα μεταξύ άνω των 22 χωρών.

Επίσης το υψηλό επίπεδο της αθλητικής υποδομής της Κορέας της επέτρεψε να επιτύχει την ανάληψη της διοργάνωσης του Παγκόσμιου κυπέλλου ποδοσφαίρου το 2002. Όλα αυτά μπορούν να αποδοθούν στις νέες συνθήκες στον τομέα του αθλητισμού που επικράτησαν στην Ν.Κορέα μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες της Σεούλ.

ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

Η προβολή της πόλης της Βαρκελώνης αυξήθηκε εντυπωσιακά κατά την διάρκεια και μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 1992 ,ενώ η σημαντικά βελτιωμένη υποδομή της συνέβαλε στην ουσιαστική αύξηση της προσβασιμότητας της από το εσωτερικό και από το εξωτερικό και στην βελτίωση της ανταγωνιστικότητας της ως τουριστικού και συνεδριακού προορισμού.

Έτσι ενώ πριν τους Ολυμπιακούς του 1992 η Βαρκελώνη θεωρούνταν η 16^η πιο δημοφιλής τουριστική περιοχή της Ευρώπης ,μέχρι το 1999 είχε φτάσει στην 3^η θέση. Πάντως δεν απέφυγε την εμφάνιση πλεονάσματος ξενοδοχειακών δωματίων στα πρώτα έτη μετά τους Ολυμπιακούς Αγώνες. Έτσι το 1993 το επίπεδο πληρότητας έπεσε στα επίπεδα του 50%.Στην συνέχεια όμως η κατάσταση άρχισε να βελτιώνεται σταδιακά με αποτέλεσμα το 2003-2004 τα ξενοδοχεία της πόλης να απολαμβάνουν επίπεδο πληρότητας που πλησιάζει το 75% .Μεταξύ άλλων ,η Βαρκελώνη έχει κερδίσει μια αξιοζήλευτη θέση στην Ευρωπαϊκή αγορά ως ο πιο ελκυστικός προορισμός ταξιδιών και ως πόλη ιδανική για την διεξαγωγή συνεδρίων και εκδηλώσεων Ευρωπαϊκού και παγκόσμιου ενδιαφέροντος. Εκτιμάται ότι η πόλη φιλοξενεί περί τα 700 μεγάλα συνέδρια ετησίως.

ΤΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Όσον αφορά στις επιδράσεις των Ολυμπιακών αγώνων στην οικονομία της Ισπανίας , ο υψηλός ρυθμός ανάπτυξης της περιοχής της

Βαρκελώνης πριν και μετά τους Αγώνες αποτέλεσε προωθητικό παράγοντα για την επίτευξη υψηλότερων ρυθμών ανάπτυξης στην οικονομία ως σύνολο.

Η Βαρκελώνη έδωσε μεγάλη σημασία στην αστική ανάπλαση της. Άλλωστε ο βασικός στόχος της ανάληψης των Αγώνων της πόλης ήταν η προώθηση έργων υποδομής τα οποία ακόμα και σήμερα γίνεται παραδεκτό ότι δεν θα είχαν υλοποιηθεί αν δεν είχαν διενεργηθεί οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Σύμφωνα με έρευνα που διεξήχθη ένα χρόνο μετά τους Αγώνες ένα υψηλότατο ποσοστό των κατοίκων (79%) της Βαρκελώνης δηλώνει ικανοποιημένο από τις συνθήκες διαβίωσης στην πόλη τους.

Πάντως το 1993 σημειώθηκε πτώση της οικονομικής δραστηριότητας και στην περιοχή της Βαρκελώνης ως αποτέλεσμα της οικονομικής κρίσης που επικρατούσε στην Ευρώπη τα προηγούμενα δύο χρόνια. Η ύφεση του 1992-1003 οφείλεται σε λόγους ανεξάρτητους με τους αγώνες κυρίως στην χρηματοοικονομική κρίση που ανέσκηψε και στην Ισπανία το έτος αυτό.

Στην περίοδο μετά το 1994 άρχισε η σταθερή ανοδική πορεία της οικονομίας της Ισπανίας με αποκορύφωμα το 2000 όπου ο ρυθμός ανάπτυξης έφτασε το 5,2%. Επίσης το ποσοστό των επενδύσεων στο ΑΕΠ ανήλθε στο 25,4% 1990 έναντι 21,5% το 1987(θα μπορούσε στις επενδύσεις προετοιμασίας) ενώ στην συνέχεια το ποσοστό αυτό έπεσε πάλι στο 20,6 το 1996 για να επανέλθει στο 25,6% το 2000.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 1992 κληροδότησαν στην Βαρκελώνη μια σημαντική και πολύτιμη κληρονομιά εγκαταστάσεων αθλητικών και μη. Οι υποδομές όπως το Ολυμπιακό χωριό αναβάθμισε αποφασιστικά τις υποβαθμισμένες περιοχές της Βαρκελώνης στις οποίες είχαν χτιστεί

συνέβαλε στην ανάπτυξη αυτών των περιοχών. Εκθέσεις ,συνέδρια και μεγάλες αθλητικές διοργανώσεις παγκόσμιου βελινεκούς φιλοξενούνται έκτοτε στην πόλη προσφέροντας μια σημαντική πηγή εσόδων για τις επιχειρήσεις της περιοχής αλλά και μία συνεχή διαφημιστική προβολή της πόλης μέσω αυτών των εκδηλώσεων προς όφελος του τουρισμού.

ΣΙΔΝΕΥ

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

Η θετική εικόνα που εκπέμπεται από την διοργάνωση των Αγώνων θεωρείται ως ο βασικός παράγοντας που έδωσε την δυνατότητα στο Σίδνευ να κερδίσει την διοργάνωση 45 μεγάλων συνεδρίων από το 2004 ως το 2012. Σημειώνεται ότι η πληρότητα των ξενοδοχείων του Σίδνευ ήταν πολύ υψηλή το 1999-2000 ενώ περιορίστηκε το 2001 με ταυτόχρονη πτώση των τιμών κατά περίπου 5%. Τόσο στο Σίδνευ όσο και στην Ατλάντα παρατηρήθηκε στην μεταολυμπιακή περίοδο εμφάνιση προβλημάτων από τις μικρές και ανεξάρτητες τουριστικές επιχειρήσεις που δεν είχαν την ευκαιρία να ανταγωνιστούν με επιτυχία τις μεγάλες μονάδες.

Γενικά σε όλες τις χώρες που διοργάνωσαν Ολυμπιακούς Αγώνες παρατηρήθηκε αξιοσημείωτη μείωση του βαθμού πληρότητας των ξενοδοχειακών μονάδων καθώς η προσφορά ήταν σημαντικά αυξημένη σε σχέση με την ζήτηση.

ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΩΝ ΑΓΩΝΩΝ

Όσον αφορά στα οικονομικά οφέλη των αγώνων του Σίδνευ οι σχετικές έρευνες δείχνουν ότι τα άμεσα οικονομικά οφέλη μπορεί να μην ήταν τελικά τόσο σημαντικά αφού η αύξηση του τουρισμού δεν ήταν η

αναμενόμενη .Πάντως οι Ολυμπιακοί αγώνες που είχαν σημαντικές θετικές επιδράσεις σε πολλούς τομείς της οικονομικής δραστηριότητας εξακολουθούν να αποτελούν το βασικό εργαλείο για την προβολή του Σίδνευ και την προσπάθεια ανάπτυξής του ως τόπου τουριστικού προορισμού υψηλού επιπέδου. Η επίδραση των Ολυμπιακών αγώνων τόσο στην αύξηση των επενδύσεων όσο και στην αύξηση του ΑΕΠ της Αυστραλίας ήτανε σημαντική. Ιδιαίτερα για τη μετα-ολυμπιακή περίοδο θα πρέπει να ληφθεί υπ' όψη το

Γεγονός ότι το 2000-2001 η παγκόσμια οικονομία βρισκόταν σε μεγάλη ύφεση , ενώ η Αυστραλία είχε ανάπτυξη άνω του 2,5%. Η συμβολή των Ολυμπιακών αγώνων σε αυτή την ανάπτυξη δεν μπορεί να είναι ευκαταφρόνητη.

ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΩΝ

Είναι προφανές ότι το Σίδνευ με το σημερινό αριθμό ξένων τουριστών που κατάφερε να προσελκύσει και την μεγάλη απόσταση από τις περισσότερες αναπτυγμένες χώρες του κόσμου αντιμετωπίζει μεγαλύτερες δυσκολίες αποτελεσματικής χρησιμοποίησης Ολυμπιακών εγκαταστάσεων του απ' ότι η Βαρκελώνη ή η Αθήνα που μπορεί ευκολότερα να καταστούν χώροι διοργάνωσης μεγάλων αθλητικών γεγονότων ,συνεδρίων ,εκθέσεων απ' όλη την Ευρώπη και τον κόσμο.

2.3.2 Συμπεράσματα από την εμπειρία των Ολυμπιακών πόλεων

Είναι πολύ νωρίς να προχωρήσουμε σε ουσιαστικά συμπεράσματα για τα αποτελέσματα των Ολυμπιακών αγώνων στην χώρα μας είτε αυτά είναι οικονομικά ή μη. Κρίνοντας από την πορεία τριών Ολυμπιακών πόλεων η χώρα μας θα μπορέσει να παραδειγματιστεί και να πορευτεί έτσι ώστε να αποσβέσει όσον το δυνατό καλύτερα αυτή την μεγάλη σε σημασία και

κόστος διοργάνωση. Τρία είναι τα κυριότερα κοινά σημεία ανάμεσα στις τρεις πόλεις Σίδνευ ,Βαρκελώνη και Σεούλ:






1. Η αύξηση ανάληψης μεγάλων αθλητικών οργανώσεων ,εκθέσεων και συνεδρίων
2. Η χαμηλή τουριστική κίνηση αμέσως μετά τους Αγώνες λόγω της μεγάλης προσφοράς τουριστικών υπηρεσιών
3. Η αναγνωρισιμότητα και αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού.

2.4

ΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΟ ΝΟΜΟ ΑΤΤΙΚΗΣ



[Grande Bretagne Hotel](#)






| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-------------------------------|--------|-------|--------|---------------------|---|---|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |
| The Grand Ballroom A | 11 | 13.30 | 5.1 | 146.30 | 200 | 80 | - | 200 | 130 |
| The Grand Ballroom B | 11 | 13.30 | 5.1 | 146.30 | 200 | 80 | - | 200 | 130 |
| The Grand Ballroom C | 11 | 13.30 | 5.1 | 146.30 | 200 | 80 | - | 200 | 130 |
| The Grand Ballroom Total Area | 33 | 13.30 | 5.1 | 439.90 | 600 | 240 | - | 390 | 600 |
| The Golden room A | 7.50 | 11 | 4.5 | 82.50 | 100 | 50 | - | 100 | 80 |
| The Golden Room B | 7.50 | 11 | 4.5 | 82.50 | 100 | 50 | - | 100 | 80 |
| The Golden Room C | 7.50 | 11 | 4.5 | 82.05 | 100 | 50 | - | 100 | 80 |
| The Golden Room D | 5.80 | 11 | 4.5 | 63.80 | 80 | 30 | - | 80 | 60 |
| The Golden | 28.30 | 11 | 4.5 | 311.30 | 380 | 180 | - | 380 | 300 |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------|----|----|-----|-----|-----|----|---|-----|-----|
| Room Total Area | | | | | | | | | |
| The Royal room | 11 | 13 | 4.5 | 143 | 180 | 80 | - | 180 | 110 |
| The Athenian Hall | 12 | 8 | 4.8 | 96 | - | - | - | 120 | - |



[Divani Acropolis Palace](#)


Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U Cocktail Banquet
m²     






| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|----------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Aspassia | 32 | 12.50 | 3.2 | 400 | 450 | 280 | - | 400 | 300 |
| Aristotelis (A + B) | 20 | 15 | 3.2 | 310 | 280 | 150 | - | 280 | 240 |
| Aristotelis (A) | 16 | 11.50 | 3.2 | 185 | 110 | 70 | 42 | 180 | 150 |
| Aristotelis (B) | 13.80 | 9 | 3.2 | 125 | 80 | 50 | 30 | 100 | 90 |
| Socrates R.G | 15 | 22 | - | 330 | - | - | - | 250 | 170 |
| Socrates Indoor | 9.50 | 14 | 2.9 | 130 | 140 | 80 | 32 | 100 | 80 |
| Socrates Outdoor | 8.10 | 24.50 | - | 200 | - | - | - | 150 | 110 |
| Erechthion | 14.50 | 13.50 | 3 | 195 | 300 | 180 | 60 | 220 | 180 |
| Themistocles A+B | 15.50 | 12 | 2.5 | 185 | 140 | 90 | - | 160 | 130 |
| Themistocles | 12 | 9 | 2.5 | 110 | 80 | 60 | 30 | 100 | 90 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------|----|---|-----|----|----|----|----|----|----|
| A | | | | | | | | | |
| Themistocles B | 12 | 6 | 2.5 | 75 | 60 | 30 | 28 | 60 | 40 |








King George II - GrecoTel City Hotel






Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U Cocktail Banquet
m²     

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|--|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| King George Ballroom Area I, II & III | - | - | 3 | 320 | 410 | 200 | 120 | 410 | 230 |
| Area I | 7.50 | 9 | 3 | 67 | 70 | 30 | 20 | 70 | 40 |
| Area II | 7.50 | 12.20 | 3 | 91.50 | 110 | 50 | 30 | 110 | 70 |
| Area III | 14.70 | 12.20 | 3 | 179.30 | 230 | 120 | 70 | 230 | 120 |
| Board Room | 6.10 | 11.60 | 3 | 70.70 | 80 | 50 | 28 | 80 | 50 |



Athens Hilton Hotel

Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U Cocktail Banquet
m²     

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|----------------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Terpsichore A + B + C | 44.60 | 16.30 | 5.7 | 727.90 | 750 | 450 | 160 | 800 | 750 |
| Terpsichore A | 25.40 | 16.30 | 5.7 | 414.50 | 400 | 200 | 60 | 450 | 350 |
| Terpsichore B | 12 | 16.30 | 5.7 | 196.10 | 250 | 150 | 40 | 275 | 150 |
| Terpsichore C | 7.20 | 16.30 | 2.8 | 117.70 | 150 | 100 | 30 | 175 | - |
| Terpsichore D | 32.80 | 15.80 | 5.7 | 518.30 | 400 | 240 | - | 550 | 500 |
| Erato | 24.10 | 8.20 | 5.7 | 518.30 | 180 | 110 | 60 | 250 | 145 |
| Erato A | 7.30 | 8.20 | 5.7 | 59.80 | 55 | 35 | 15 | 70 | - |
| Erato B | 9.50 | 8.20 | 5.7 | 77.90 | 70 | 40 | 15 | 80 | - |
| Erato C | 7.30 | 8.20 | 5.7 | 59.80 | 55 | 35 | 15 | 70 | - |
| Terpsichore Ballroom | 40.30 | 21.40 | 5.7 | 1443 | 2000 | 900 | - | 2000 | 1500 |
| Hesperides | 26.10 | 16.80 | 5.7 | 438.50 | 430 | 180 | - | 400 | 300 |
| Galaxy | 20 | 12.50 | 3.5 | 250 | 260 | 135 | 40 | 300 | 180 |
| Multi Faction Room | 32.60 | 10.50 | 2.67 | 451.10 | - | - | - | 400 | 300 |
| Room 1 | 10.50 | 7.20 | 2.67 | 75.60 | 60 | 30 | 20 | 50 | 60 |
| Room 2 | 13.30 | 10 | 2.67 | 133 | 120 | 70 | 25 | 120 | 72 |
| Room 3 | 14.80 | 6.80 | 2.67 | 100.60 | 110 | 60 | 30 | 80 | 64 |
| Room 4 | 16.50 | 8.60 | 2.67 | 141.90 | 150 | 150 | 100 | 35 | 130 |
| Meeting Room 1 | 5.25 | 4.80 | 2.65 | 25.20 | 20 | 10 | 12 | - | - |
| Meeting Room 2 | 6.70 | 5.50 | 2.65 | 36.90 | 20 | 10 | 12 | - | - |
| Meeting Room 3 | 6.70 | 8.60 | 2.65 | 57.60 | - | - | - | - | - |
| Meeting Room 4 | 6.45 | 8.70 | 2.65 | 57.60 | 50 | 40 | 20 | 50 | 48 |

| | | | | | | | | | |
|-------------------------------|-------|-------|------|-------|-----|----|----|------|-----|
| Meeting Room 5 | 6 | 8.10 | 2.65 | 49 | 50 | 30 | 20 | 50 | 48 |
| Meeting Room 4 & 5 | 16.80 | 12.40 | 2.65 | 56.10 | 110 | 60 | 35 | 120 | 96 |
| Pool Terrace | - | - | - | - | - | - | - | 1000 | 500 |








Andromeda Athens Hotel & Apartments

| | | | | | | | | | |
|------------------|---------------|--------------|---------------|----------------------|---|---|---|---|---|
| Room name | Length | Width | Height | Area | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
| | | | | m² |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|--------------|----|------|-----|---|-----|-----|----|-----|----|
| Oasis | 12 | 7.50 | 2.4 | - | 100 | 600 | 40 | 120 | 90 |
| City | 5 | 3.60 | 2.2 | - | - | - | - | - | - |








St. George Lycabettus Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|-------------------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|---|
| Aphrodite | - | - | 2.88 | 186 | 200 | 85 | - | - | 150 |
| Hydra | - | - | 2.93 | 92 | 120 | 35 | 35 | 96 | 72 |
| Phaedra | - | - | 2.93 | 94 | 210 | 40 | 15 | 190 | 112 |
| Andros | - | - | - | - | 150 | 70 | - | 150 | 112 |
| Grand Balcon | - | - | 3.2 | 137 | - | - | - | - | 120 |
| Hydra Hall | - | - | - | - | - | - | - | - | 280 |
| Phaedra & Hydra | - | - | - | - | - | - | - | 300 | 200 |
| Aphrodite & Grand Balcon | - | - | - | - | - | - | - | - | 280 |
| Phaedra small | - | - | 2.93 | 45 | - | 32 | - | - | - |



Royal Olympic Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|---|
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|---|

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|----|------|------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|
| The Royal Restaurant | 16 | 20 | - | 320 | - | - | 150 | 350 | 200 |
| The Ball-Room | 40 | 10 | 2.94 | 400 | 350 | 320 | 150 | 350 | 320 |
| The Abbey | 7 | 13 | - | 90 | 60 | 50 | 40 | 80 | 60 |
| The Blue Salon | 5 | 10 | - | 50 | 32 | 24 | 30 | 40 | 30 |
| The Congress Hall | 40 | 15 | 3.05 | 600 | 550 | 500 | 250 | 600 | 500 |
| The Foyer of the Congress Hall | 25 | 16 | - | 400 | 350 | 300 | 150 | 350 | 300 |
| Suites 555 | 7 | 3.50 | - | 24.50 | 10 | 10 | - | - | - |
| Templar's | 12 | 16 | 3.58 | 180 | 200 | 180 | 130 | 200 | 150 |
| The Business Lounge | 9 | 4.20 | - | 38.80 | 14 | 14 | - | - | - |



Park Hotel Athens

| | | | | | | | | | |
|------------------|---------------|--------------|---------------|----------------|----------------|------------------|----------------|-----------------|----------------|
| Room name | Length | Width | Height | Area | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
| | | | | m ² | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|------------------------|-------|-------|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| Total Space | - | - | - | 580 | 750 | 400 | - | 750 | 650 |
| Pandora I + II | 12.40 | 22.90 | - | 284 | 370 | 200 | - | 380 | 300 |
| Alkionida A+B+C | 9 | 33 | - | 296 | 380 | 200 | - | 400 | 320 |
| Pandora | 12.50 | 32 | - | 400 | 500 | 250 | - | 550 | 450 |

| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|-------|-------|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| I+II + Alkionida A | | | | | | | | | |
| Pandora I | 12.49 | 14 | - | 174 | 280 | 140 | - | - | - |
| Pandora II | 12.40 | 8.90 | - | 110 | 120 | 60 | - | - | - |
| Alkionida A | 12.90 | 8.80 | - | 113 | 150 | 80 | - | - | - |
| Alkionida B | 9.15 | 12.90 | - | 118 | 160 | 80 | - | 170 | 120 |
| Alkyonida C | 9.15 | 7.10 | - | 65 | 70 | 40 | - | - | - |
| Alkyonida B + C | 9.15 | 20 | - | 183 | 230 | 120 | - | 250 | 180 |
| Erato | 11.67 | 30 | - | 350 | 400 | 220 | - | 400 | 360 |








N. J. V. Athens Plaza - Greotel City Hotel

| | | | | | | | | | |
|------------------|---------------|--------------|---------------|-------------------------------|---|---|---|---|---|
| Room name | Length | Width | Height | Area m² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------|---|-------|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| Pacific 1 | 8 | 10 | - | 80 | 100 | 60 | - | 100 | 70 |
| Pacific 2 | 8 | 10 | - | 80 | 50 | 40 | - | 80 | 50 |
| Pacific 1 & 2 | 8 | 21 | - | 160 | 200 | 100 | - | 200 | 120 |
| Atlantic | 8 | 13.50 | - | 108 | 70 | 45 | - | 100 | 70 |
| Total Space | - | - | - | 268 | 300 | 145 | - | 350 | 250 |








Intercontinental

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-------------------|--------|-------|----------|---------------------|---|--|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |
| Aegean Sea | 19 | 25 | 2.55-4.8 | 475 | 450 | 150 | 60 | 420 | 400 |
| Syros I | 6.30 | 6 | 2.75 | 38 | 35 | 25 | 12 | 30 | 25 |
| Syros II | 6.15 | 6 | 2.75 | 37 | 35 | 25 | 12 | 30 | 25 |
| Syros I+II | 12.50 | 6 | 2.75 | 75 | 60 | 35 | 30 | 60 | 50 |
| Delos | 12.50 | 9 | 3.05 | 112.50 | - | - | - | 80 | 80 |
| Mykonos | 5.50 | 5 | 2.75 | 28 | 20 | 15 | 12 | - | 15 |
| Corfu I | 14 | 9 | 2.55-2.8 | 126 | 130 | 80 | 40 | 110 | 110 |
| Corfu II | 9 | 9 | 2.55-2.8 | 81 | 80 | 50 | 30 | 60 | 600 |
| Corfu I+II | 23 | 9 | 2.55-2.8 | 207 | 200 | 130 | 60 | 170 | 180 |
| Crete | 10 | 6 | 2.55-2.8 | 60 | 60 | 30 | 25 | 50 | 45 |
| Chios | 9 | 19 | 2.55-2.8 | 171 | 140 | 90 | 45 | 150 | 150 |
| Rodos | 16 | 12.60 | 3.25 | 200 | 150 | 80 | 40 | 150 | 150 |








Ledra Marriott Hotel Athens

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|---|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Aegean Ballroom | 28 | 12 | 4.6 | 336 | 460 | 240 | - | - | 380 |
| Aegina / Hydra & Spetses (each) | 7 | 12 | 4.6 | 84 | 80 | 60 | 30 | - | 80 |
| Aegina / Hydra or Hydra/ Spetses | 14 | 12 | 4.6 | 168 | 200 | 110 | 45 | - | 160 |
| Aegina / Hydra or Hydra / Spetses (combined) | 21 | 12 | 4.6 | 252 | 370 | 130 | 65 | - | 260 |
| Milos & Poros (each) | 7 | 6 | 2.7 | 42 | 25 | 20 | 15 | - | 23 |
| Milos / Poros (combined) | 7 | 12 | 2.7 | 84 | 80 | 60 | 30 | - | 80 |
| Pre-function Area Aegean | 28 | 8 | 2.7 | 224 | - | - | - | - | - |
| Myconos / Delos (combined) | 16.50 | 6.20 | 2.6 | 102 | 120 | 70 | 35 | - | 90 |
| Myconos & Delos (each) | 8.25 | 6.20 | 2.6 | 51 | 40 | 20 | 20 | - | 40 |
| Rodos A,B & C (combined) | 10.80 | 18.30 | 2.8 | 198 | 150 | 100 | 55 | - | 190 |

| | | | | | | | | | |
|--------------------------------|------|------|-----|----|----|----|----|---|----|
| Rodos A | 6.80 | 9.70 | 2.8 | 66 | 60 | 40 | 27 | - | 60 |
| Rodos B | 6.80 | 8.35 | 2.8 | 57 | 50 | 40 | 23 | - | 40 |
| Rodos C | 5.50 | 6.30 | 2.8 | 35 | 24 | 20 | 19 | - | 30 |
| Per-function Area Rodos | 4 | 12 | 2.8 | 48 | - | - | - | - | - |








Holiday Inn Athens

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|---------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Athina | - | - | 2.9 | 150 | 120 | 55 | - | 60 | 70 |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|------|-----|-----|-----|---|------|-----|
| Athina + Cosmos C | - | - | 2.9 | 220 | 170 | 90 | - | 100 | 130 |
| Cosmos A | - | - | 3.3 | 160 | 190 | 100 | - | 120 | 100 |
| Cosmos B | - | - | 3.3 | 220 | 220 | 110 | - | 170 | 150 |
| Cosmos C | - | - | 2.9 | 70 | 60 | 40 | - | 50 | 50 |
| Cosmos Total | - | - | - | 450 | 500 | 160 | - | 450 | 260 |
| Cronos | - | - | 2.2 | 40 | - | - | - | - | - |
| Hermes | - | - | 2.35 | 70 | 60 | 40 | - | 40 | 40 |
| Apollon | - | - | 3.25 | 90 | 75 | 40 | - | 80 | 60 |
| Poseidon | - | - | 2.7 | 130 | 90 | 50 | - | 80 | 80 |
| Zeus | - | - | 2.65 | 270 | 250 | 110 | - | 200 | 180 |
| Congress A/B/C | - | - | 3 | 70 | 50 | 40 | - | 50 | 40 |
| Congress A+B+C | - | - | 3 | 210 | 220 | 140 | - | 150 | 120 |
| Congress D | - | - | 3 | 145 | 175 | 95 | - | 100 | 100 |
| Congress E | - | - | 3 | 270 | 280 | 110 | - | 220 | 140 |
| Congress A+B+C+D+Lob | - | - | 3 | 625 | 650 | 350 | - | 700 | 450 |
| Congress Total | - | - | - | 890 | - | - | - | 1000 | - |
| Pool | - | - | - | 150 | - | - | - | 250 | 180 |



Athenaem Inter-Continental






| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|--------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Athenaem Ballroom | 45 | 33 | 5 | 1485 | 2200 | 750 | - | 2500 | 1430 |
| Ballroom I | 33 | 14 | 5 | 462 | 550 | 220 | - | 350 | 280 |
| Ballroom II | 33 | 17 | 5 | 561 | 600 | 220 | - | 350 | 280 |
| Ballroom III | 33 | 14 | 5 | 462 | 550 | 220 | - | 350 | 280 |
| Vip Lounge | 14 | 12 | 2.25 | 168 | 100 | 60 | - | 120 | 80 |
| Lamda | 8 | 12 | 2.25 | 96 | 80 | 50 | - | 60 | 50 |
| Omega | 14 | 12 | 2.25 | 168 | 100 | 60 | - | 120 | 80 |
| Delta | 8 | 6 | 2.25 | 48 | 50 | 40 | - | 40 | 30 |
| Sigma | 6 | 6 | 2.25 | 36 | 40 | 30 | - | 30 | 25 |
| Theta | 9 | 6 | 2.25 | 54 | 50 | 40 | - | 40 | 30 |
| Socrates | 7 | 11 | 2.5 | 77 | 50 | 30 | - | - | - |
| Platon | 7 | 11 | 2.5 | 77 | 50 | 30 | - | - | - |
| Pericles | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Solon | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Aristotelis | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Omiros | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Achilleas | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Sofocles | 3.70 | 6.70 | 2.5 | 25 | 10 | - | - | - | - |
| Athenaem | 21.70 | 6.35 | 3.8 | 140 | 150 | 100 | - | 130 | 100 |
| Athenaem I | 7.15 | 6.35 | 3.8 | 45 | 40 | 27 | 18 | 40 | 30 |
| Athenaem II | 8.10 | 6.35 | 3.8 | 51 | 60 | 36 | 18 | 40 | 30 |
| Athenaem III | 6.45 | 6.35 | 3.8 | 43 | 36 | 25 | 18 | 40 | 30 |
| Athenaem I + II | 15.25 | 6.35 | 3.8 | 97 | 100 | 72 | 42 | 90 | 60 |
| Athenaem II + | 14.55 | 6.35 | 3.8 | 94 | 100 | 72 | 42 | 90 | 60 |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|-------|-------|------|-----|----|----|---|-----|-----|
| III | | | | | | | | | |
| Boardroom | 4.50 | 6.65 | 3.54 | 30 | - | - | - | - | - |
| Aphrodite Main | 22.60 | 7.50 | 3.2 | 250 | - | - | - | 180 | 130 |
| Aphrodite Privete | 7.50 | 15.10 | 3.2 | 114 | 90 | 60 | - | - | 50 |
| Aphrodite Main + Privete | - | - | 3.2 | 364 | - | - | - | 250 | 180 |






Athinais Conference Centre

Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U Cocktail Banquet
 m²     

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|--------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Silk room / foyer | 36.75 | 11.80 | 4 | 500 | 750 | 430 | - | 800 | - |
| Silk Room | 18.70 | 11.80 | 4 | 350 | 200 | 150 | - | - | - |
| Foyer | 12.70 | 11.80 | 4 | 150 | 120 | 100 | - | - | - |
| Art Hall | 22.28 | 10.66 | 4.2 | 300 | 270 | 160 | - | 500 | - |
| Atrium | 19.26 | 11.95 | - | 300 | 270 | 160 | - | 500 | - |
| Auditorium 1 | - | - | - | 288 | 300 | - | - | - | - |
| Auditorium 2 | - | - | - | 187 | 200 | - | - | - | - |



Helexpo's Congress Centre

| Room name | Area m ² | Theatre | Classroom | Banquet |
|-----------|---------------------|---|--|---|
| | |  |  |  |
| Room 1 | 2100 | 2100 | 1272 | 2100 |
| Room 2 | 500 | 528 | 384 | 600 |
| Room 3 | 800 | 800 | 504 | 900 |
| Room 4 | 500 | 528 | 384 | 600 |
| Room 5 | 200 | 154 | 110 | 200 |
| Room 6 | 200 | 154 | 110 | 200 |








Athens Megaron

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banque t |
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|---|--|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|------------------------------|---|-------|-------|---|------|---|---|---|---|
| Hall of the friends of Music | - | 25 | 13.05 | - | 1961 | - | - | - | - |
| Dimitris Mitropoulos Hall | - | 12.50 | 7 | - | 494 | - | - | - | - |
| Conference Centre Room I | - | - | - | - | 80 | - | - | - | - |








Aegli Conference Centre

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|-----------------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Euangelos Zappas Hall | - | - | 5 | 239 | 300 | 160 | 90 | 250 | 180 |
| E. Zappas Foyer | - | - | 3.15 | 140 | - | - | - | 100 | - |
| Olympia I & II Halls | - | - | 3.15 | 223 | 150 | 120 | 75 | 250 | 200 |
| Olympia III & IV Halls | - | - | 3.15 | 260 | 260 | 150 | 90 | 300 | 236 |
| Olympia Foyer | - | - | 3.15 | 103 | - | - | - | 80 | - |
| Veranda | - | - | 3.5 | 273 | - | - | - | 250 | 220 |
| Aegli Prive | - | - | 3-3.10 | 115 | 50 | - | 30 | 100 | 60 |
| Aegli Prive Foyer | - | - | 2.50-4 | 65 | - | - | - | 50 | - |








Holiday Inn Athens - Attica Avenue

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|----------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Central Hall | - | - | 3.3 | 200 | 200 | 110 | 50 | - | 180 |
| Attica A | - | - | 3.3 | 50 | 50 | 30 | 20 | 40 | 50 |
| Attica B | - | - | 3.3 | 70 | 80 | 40 | 30 | 60 | 60 |
| Attica C | - | - | 3.3 | 50 | 50 | 30 | 20 | 40 | 50 |
| Attica A+B+C | - | - | 3.3 | 170 | 150 | 90 | 45 | 160 | 120 |
| Attica A+B+B+C | - | - | 3.3 | 120 | 120 | 80 | 50 | 100 | 100 |
| V.I.P. Room | - | - | 3.3 | 40 | 40 | 25 | 15 | - | - |



Airotel Parthenon Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Caryatides | - | - | - | - | 45 | 30 | 25 | - | - |
| Acropolis | - | - | - | - | 150 | 100 | 80 | - | - |



Airotel Alexandros Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banque t |
|-------------------|--------|-------|--------|------------------------|---------|-----------|------------|----------|-------------|
| | | | | | | | | | |
| Artion | - | - | - | - | 110 | 48 | 35 | - | - |
| Millennium | - | - | - | - | 110 | 48 | 35 | - | - |
| Executive | - | - | - | - | 60 | 32 | 25 | - | - |








Airotel Stratos Vassilikos Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banque t |
|----------------------------|--------|-------|--------|------------------------|---------|-----------|------------|----------|-------------|
| | | | | | | | | | |
| Olympia | - | - | - | - | 340 | 140 | 55 | - | - |
| Hephaestus | - | - | - | - | 70 | 40 | 25 | - | - |
| Myrina | - | - | - | - | 130 | 60 | 45 | - | - |
| Aegean | - | - | - | - | 90 | 50 | 35 | - | - |
| Lemnos | - | - | - | - | 90 | 50 | 35 | - | - |
| Aegean & Lemnos | - | - | - | - | 150 | 90 | - | - | - |








Amalia Hotel

Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U shape Cocktail Banquet

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|---------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|---|
| Athina | - | - | 3 | 85 | 80 | 30 | 20 | 80 | 75 |
| Conference Room A | - | - | 2.9 | 150 | 150 | 50 | 50 | - | - |
| Conference Room A+C | - | - | 2.9 | 202 | 220 | 80 | - | - | - |
| Conference Room B | - | - | 2.9 | 64 | 50 | 25 | 30 | 60 | 30 |
| Banquet Area D | - | - | - | 176 | - | - | - | 180 | 100 |
| Areas A+B+C+D | - | - | - | 618 | - | - | - | 450 | 300 |








Athens Golden Age Hotel

| Room name | Classroom  | Theatre  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|-----------------|--|--|--|---|--|
| Σειρήνες 2 | 200 | 350 | 73 | 350 | 230 |
| Σειρήνες Golden | 112 | 250 | 64 | 240 | 146 |
| Σαπφώ | 90 | 200 | 50 | 250 | 146 |
| Ερατώ | 100 | 170 | 55 | 170 | 180 |
| Καλυψώ | 25 | 60 | 22 | 80 | 60 |
| | 76 | 80 | 31 | 80 | 86 |








Athens Acropolis - Grecotel City Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|----------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Plaka | 8.40 | 8.20 | 2.8 | - | 80 | 50 | 36 | 90 | 60 |
| Agora | 12.70 | 8.20 | 2.8 | - | 150 | 80 | 50 | 140 | 100 |
| Thissio | 8.40 | 8.20 | 2.8 | - | 80 | 50 | 36 | 90 | 60 |
| Plaka & Agora | 21.10 | 8.20 | 2.8 | - | 250 | 140 | 85 | 240 | 160 |
| Thissio & Agora | 21.10 | 8.20 | 2.8 | - | 250 | 140 | 85 | 240 | 160 |
| Athina | 29.40 | 8.20 | 2.8 | - | 370 | 230 | 115 | 380 | 320 |
| Erechthio | 5.80 | 3.80 | 2.8 | - | 20 | 15 | - | - | - |
| Parthenon | 6 | 3.80 | 2.8 | - | 30 | 20 | - | - | - |
| Total Space | - | - | - | 310 | 455 | 266 | 160 | 410 | 2 |








Novotel Athens Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|---|
| Nymphes | - | - | - | 620 | 800 | 450 | 120 | 750 | - |
| Armonia | - | - | - | 350 | 380 | 260 | 80 | 350 | - |
| Nefeli | - | - | - | 270 | 260 | 190 | 70 | 300 | - |
| Pleiades | - | - | - | 285 | 330 | 240 | 70 | 350 | - |
| Electra | - | - | - | 155 | 160 | 130 | 50 | 160 | - |
| Alkyoni | - | - | - | 130 | 130 | 100 | 50 | 140 | - |
| Artemis | - | - | - | 40 | 40 | 25 | 20 | - | - |
| Orion | - | - | - | 20 | 15 | 12 | 10 | - | - |
| Calypso | - | - | - | 84 | 80 | 60 | 30 | - | - |
| Ikarus | - | - | - | 50 | 40 | 35 | 20 | - | - |



Esperia Palace Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|--------------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|---|
| Olympia | - | - | 3.25 | 109 | 110 | 50 | 50 | 100 | 60 |
| Acropolis | - | - | 4 | 171 | 250 | 120 | 90 | 250 | 150 |
| Athena | - | - | 4 | 144 | 90 | 50 | 40 | 130 | 100 |
| Meeting Room | - | - | 4 | 19 | - | - | 10 | - | - |



Omonia Grand - Greotel City Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banque t |
|---------------------------|--------|-------|--------|------------------------|-------------|---------------|----------------|--------------|-----------------|
| Plaka | 8.40 | 8.20 | - | 69 | 80 | 50 | - | - | 90 |
| Agora | 12.70 | 8.20 | - | 105 | 160 | 90 | - | 140 | 75 |
| Thisio | 8.30 | 8.20 | - | 68 | 65 | 50 | - | 90 | - |
| Plaka & Agora | 21.10 | 8.20 | - | 175 | 230 | 140 | - | 240 | 150 |
| Agora & Thisio | 21 | 8.20 | - | 174 | 230 | 140 | - | 240 | 150 |
| Athina | 29.40 | 8.20 | - | 244 | 370 | 230 | - | 350 | 240 |
| Karyatis | 5.80 | 3.60 | - | 21 | 25 | 12 | - | 20 | - |
| Erexthio | 5.80 | 3.80 | - | 22 | 30 | 12 | - | 20 | - |
| Parthenon | 6 | 3.80 | - | 23 | 30 | 12 | - | 20 | - |



Best Western Ilisia Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banque t |
|-----------------|--------|-------|--------|------------------------|-------------|---------------|----------------|--------------|-----------------|
| Muses | - | - | - | - | 90 | 50 | 50 | - | - |
| Athina I | - | - | - | - | 40 | 30 | 35 | - | - |
| Athina | - | - | - | - | 120 | 90 | 60 | - | - |

| | | | | | | | | | |
|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| II | | | | | | | | | |
|-----------|--|--|--|--|--|--|--|--|--|



Zafolia Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-----------|--------|-------|--------|---------------------|---|---|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|---------------------|---|---|---|---|-----|-----|----|-----|-----|
| Thalia | - | - | - | - | 200 | 120 | 50 | 250 | 180 |
| Ermis | - | - | - | - | 60 | 30 | 25 | - | 250 |
| Meeting Room | - | - | - | - | - | - | 12 | - | - |








Titania Hotel

| Room name | Area m ² | Capacity |
|-----------|---------------------|----------|
| Nice | 300 m ² | 50-900 |
| Apollo | | |
| Athina | | |








The Athenian Callirhoe Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|-----------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|--|
| Christina Hall | 14.05 | 6.45 | 2.7 | 91 | 80 | 35 | 30 | 80 | 50 |
| Prive Hall | 6.95 | 4.25 | 2.7 | 30 | 20 | 16 | 15 | 20 | 20 |
| Callirhoe | 9.20 | 6.65 | 2.6 | 61 | 65 | 40 | 32 | 65 | 60 |
| Meeting Room | 6.75 | 4.70 | 2.6 | 30 | - | - | 14 | - | - |








President Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|-----------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Conference | 12.55 | 24.70 | 3.1 | 335 | 350 | 190 | 80 | - | 250 |
| Makedonia Hall | 12.90 | 33.10 | 2.7 | 417 | 600 | 350 | - | - | 400 |
| Mezzanine | 10.30 | 6.05 | 2.3 | 235 | 25 | - | 20 | - | - |
| Roof Pool | 21.70 | 8.05 | 2.8 | 184 | 80 | 60 | 40 | - | 110 |








Best Western Fenix Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|-----------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Attica Centre | 155 | 12 | 5 | 186 | 210 | 135 | 54 | - | 200 |
| Attica I | 12 | 5 | 5 | 60 | 50 | 40 | 30 | - | 40 |
| Attica II | 12 | 5.50 | 5 | 66 | 50 | 40 | 30 | - | 40 |
| Attica III | 12 | 5 | 5 | 60 | 45 | 40 | 30 | - | 30 |
| Attica I & II | 105 | 12 | 5 | 126 | 100 | 85 | 45 | - | 120 |
| Attica & Foyer | 15.50 | 16.10 | 5-35 | 250 | 300 | - | - | - | 220 |
| Xios Hall | 13.50 | 16 | 3 | 216 | 180 | 110 | 54 | - | 200 |
| Xios I | 16 | 6 | 3 | 96 | 80 | 40 | 30 | - | 70 |
| Xios II | 12 | 10 | 3 | 120 | 120 | 60 | 40 | - | 120 |
| Hermes Room | 6.80 | 8 | 2.6 | 96 | 100 | 60 | 40 | - | 80 |
| Executive Boardroom | 25 | 5 | 3 | 34 | 16 | 16 | 14 | - | - |
| Iro Hall | 5 | 12 | 3 | 250 | 250 | - | 54 | - | 280 |
| Conference 3 | 5 | 3 | 2.9 | 15 | 10 | 8 | 10 | - | 8 |
| Conference 4 | 5 | 3 | 2.9 | 15 | 10 | 8 | 10 | - | 8 |
| Conference 3 & 4 | 5 | 6 | 2.9 | 30 | 20 | 16 | 16 | - | 16 |
| Conference 5 | 5 | 3 | 2.9 | 15 | 10 | 8 | 10 | - | 8 |
| Conference 6 | 5 | 3 | 2.9 | 15 | 10 | 8 | 10 | - | 16 |
| Conference 5 & 6 | 9 | 5 | 2.9 | 45 | 30 | 25 | 20 | - | 24 |








Oasis Hotel / Apartments

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|-------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Kefallonia | - | - | - | 350 | 120 | 80 | 50 | 350 | 300 |
| Macedonia | - | - | - | 300 | 100 | 50 | 30 | 200 | 150 |
| Macedonia | - | - | - | - | 70 | 70 | - | - | - |








Pentelikon Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|------------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|--|
| Silver Room A | 4.10 | 9.10 | 6.75 | 129 | 150 | 96 | 70 | 250 | - |
| Silver Room B | 4.10 | 15.15 | 5.75 | 84 | 80 | 56 | 25 | 150 | - |
| Silver Room C | 4.10 | 18.95 | 5.0 | 95 | - | - | - | - | - |
| Silver Room A & B | 4.10 | 24.30 | 12.5 | 213 | 270 | - | - | 400 | - |
| Silver Ballroom | 4.10 | 43.20 | 62.5 | 308 | - | - | - | - | - |
| Foyer | 4.10 | 6.65 | 7.9 | 53 | - | - | - | - | - |
| Bridge | 2.90 | 11.10 | 14.4 | 135 | 90 | 56 | 35 | 120 | - |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------|------|-------|-------|-----|----|----|----|------|-----|
| Room | | | | | | | | | |
| Belle Epoque | 2.75 | 11.10 | 13.95 | 156 | 80 | 48 | 35 | - | 150 |
| Silver Room A + B + C | - | - | - | - | - | - | - | 500 | - |
| Veranda Silver | - | - | - | - | - | - | - | 250 | - |
| Silver Room & Veranda | - | - | - | - | - | - | - | 1000 | - |



Emmantina Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|---------------------|--------|-------|--------|---------------------|---|---|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |
| Emerald Room | - | - | - | - | 125 | 70 | 50 | - | - |



Theoxenia Palace Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-----------|--------|-------|--------|---------------------|---|---|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------|----|----|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| Adonis Ball Room | 33 | 11 | - | 360 | 400 | 200 | - | 500 | 350 |
| Arion Ball Room | - | - | - | 260 | 100 | 60 | - | 280 | 220 |
| Athena Meeting Room | 10 | 5 | - | 50 | - | - | - | - | - |








Gaia Conference Centre

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-----------|--------|-------|--------|---------------------|---|--|---|---|---|
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------|---|---|---|-----|-----|---|---|-----|-----|
| Angelos Goulandris | - | - | - | 375 | 265 | - | - | - | - |
| Foyer | - | - | - | 180 | - | - | - | 200 | - |
| Atrium | - | - | - | 320 | 400 | - | - | 400 | 330 |








Lagonissi Grand Resort

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|----------------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Olympia | 16.50 | 13 | 3.8 | 224 | 180 | 100 | 50 | - | 184 |
| Ilida | 9 | 6.50 | 3.8 | 73 | 50 | 35 | 15 | - | 56 |
| Amphitriti | 15 | 8 | 4 | 126 | 100 | 70 | 35 | - | 45 |
| Delphi | 12 | 6.50 | 2.5 | 80 | 60 | 48 | 20 | - | 48 |
| Zeus | 30 | 30 | 5.5 | 860 | 980 | 610 | 120 | - | 600 |
| Athina | 24 | 13 | 4.5 | 280 | 345 | 182 | 50 | - | 180 |
| Artemis | 24 | 13 | 4 | 280 | 345 | 182 | 50 | - | 180 |
| Herodion / Epidaurous | - | - | 4 | - | - | - | - | - | - |








Dais Conference Centre

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|---|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|--|
| Amphitheatre/Conference Hall | - | - | - | - | 430 | - | - | - | - |
| Amphitheatre Foyer | - | - | - | - | - | - | - | 300 | - |
| Conference Room | - | - | - | - | 60 | 60 | - | - | - |
| Multi purpose hall/Gallery | - | - | - | - | 100 | - | - | 300 | 150 |
| Restaurant | - | - | - | - | - | - | - | - | 120 |








Best Western Coral Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|-------------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Nereus | - | - | - | 300 | 200 | 150 | 60 | 350 | 300 |
| Nereus (partitioned) | - | - | - | - | 200 | 150 | 60 | 250 | 200 |
| Doris | - | - | - | 30 | 30 | 20 | 20 | - | - |
| Pasithea | - | - | - | 80 | - | - | - | 120 | 100 |
| Helios | - | - | - | 110 | 60 | 40 | 40 | 120 | 100 |








Avra Smartotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|--|
| Room I | - | - | - | 52 | 92 | 50 | - | 90 | 70 |
| Room II | - | - | - | 33 | 50 | 24 | - | 50 | 40 |
| Room III | - | - | - | 34 | 60 | 32 | - | 60 | 40 |
| Room I & II | - | - | - | 85 | 130 | 64 | - | 130 | 100 |
| Room II & III | - | - | - | 67 | 140 | 64 | - | 130 | 90 |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|
| Room I, II & III | - | - | - | 119 | 220 | 100 | - | 170 | 140 |
|---------------------------------|---|---|---|-----|-----|-----|---|-----|-----|



Greotel Cape Sounio

| Room name | Length | Width | Height | Area m² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|--|---------------|--------------|---------------|-------------------------------|--|---|--|---|--|
| Main Meeting Room (Meeting room 1&2) | - | - | - | 480 | 560 | 380 | 140 | 600 | 500 |
| Meeting Room 1 | - | - | - | 210 | 210 | 140 | 60 | 200 | 160 |
| Meeting Room 2 (Connected to Break Out rooms 1 & 2) | - | - | - | 270 | 300 | 200 | 80 | 250 | 200 |
| Break out Room 1 | - | - | - | 90 | 90 | 60 | 40 | - | - |
| Break out Room 2 | - | - | - | 65 | 70 | 40 | 25 | - | - |
| Break out Room 1 & 2 | - | - | - | 155 | 110 | 80 | 50 | - | - |
| Break out Room 3 | - | - | - | 70 | 80 | 50 | 30 | - | - |

| | | | | | | | | | |
|---------------------------------|---|---|---|-----|-----|----|----|---|---|
| Break out Room 4 | - | - | - | 90 | 90 | 60 | 40 | - | - |
| Break out Room 3 & 4 | - | - | - | 160 | 130 | 90 | 60 | - | - |
| Press Room | - | - | - | 32 | 30 | 20 | 15 | - | - |



Sofitel Athens Airport Hotel

| | | | | | | | | | |
|------------------|---------------|--------------|---------------|---------------------------|---|--|---|---|---|
| Room name | Length | Width | Height | Area m² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
| | | | | |  |  |  |  |  |

| | | | | | | | | | |
|----------------------|------|------|----------|-----|-----|-----|----|-----|-----|
| Callisto I | 14 | 20 | 3.5-4.00 | 280 | 240 | 170 | - | 300 | 220 |
| Callisto II | 16 | 20 | 3.5-4.01 | 320 | 310 | 210 | - | 400 | 270 |
| Callisto I+II | 30 | 20 | 3.5-4.00 | 600 | 600 | 420 | - | 700 | 450 |
| Selini 1 | 5 | 4 | 2.5 | 20 | 16 | 9 | - | - | - |
| Selini 2 | 5 | 4 | 2.5 | 20 | 16 | 9 | - | - | - |
| Selini 3 | 5 | 4 | 2.5 | 20 | 16 | 9 | - | - | - |
| Cassiopeia | 8 | 5 | 2.8 | 40 | 22 | 18 | 19 | 30 | - |
| Orion | 8.40 | 8.40 | 2.8 | 70 | 50 | 30 | 19 | 50 | - |
| Serius | 8 | 12 | 2.8 | 96 | - | - | - | - | - |
| Vega | 8.50 | 9.50 | 2.8 | 80 | 70 | 50 | 27 | 70 | - |



Astir Palace Nafsika

Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U shape Cocktail Banquet

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre | Classroom | U shape | Cocktail | Banquet |
|-------------------|--------|-------|-----------|---------------------|---------|-----------|---------|----------|---------|
| Cosmos Hall A+B+C | - | - | 4.95-3.00 | 540 | 540 | 350 | 90 | 650 | - |
| Cosmos Hall A | - | - | 4.95 | 145 | 140 | 100 | 50 | - | - |
| Cosmos Hall B | - | - | 4.95 | 145 | 140 | 100 | 50 | - | - |
| Cosmos Hall C | - | - | 3 | 250 | 220 | 150 | 55 | - | - |
| Atlas Hall A+B | - | - | 3.10-2.80 | 333 | 200 | 140 | 50 | 250 | - |
| Atlas Hall A | - | - | 3.10-2.80 | 171 | 150 | 80 | 40 | - | - |
| Atlas Hall B | - | - | 3.10-2.80 | 162 | 130 | 70 | 40 | - | - |
| Iris Room | - | - | 3.10-2.80 | 145 | 140 | 100 | 50 | 130 | - |
| Cronos Room | - | - | 2.35 | 56 | 55 | 35 | 15 | - | - |
| Pergola | - | - | - | - | - | - | - | 1000 | - |
| Pool Area | - | - | - | - | - | - | - | 1000 | - |








Astir Palace Aphrodite

Room name Length Width Height Area Theatre Classroom U shape Cocktail Banquet

| | | | | | | | | | |
|------------------------|---|---|-----------|-------|-----|-----|----|-----|---|
| Aegean Hall A | - | - | 2.80-3.45 | 240 | 200 | 140 | 45 | - | - |
| Aegean Hall B | - | - | 3.45 | 108 | 80 | 50 | 25 | - | - |
| Aegean Hall A+B | - | - | 2.80-3.45 | 348 | 300 | 180 | 45 | 300 | - |
| Helios Hall | - | - | 2.57-4.00 | 109 | 100 | 60 | 40 | 80 | - |
| Poros Room | - | - | 3.5 | 89 | 60 | 40 | 25 | 50 | - |
| Spetses Room | - | - | 2.35 | 31.37 | 30 | 20 | 15 | - | - |
| Pool Area | - | - | - | - | - | - | - | 700 | - |



Divani Apollon Palace & SPA

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet  |
|-----------------|--------|-------|--------|------------------------|--|---|---|---|--|
| Congress | 35.75 | 21.10 | 5 | 755 | 1200 | 600 | 160 | 1200 | 700 |
| 1 | 10.50 | 8.25 | 5 | 86 | 100 | 50 | 45 | 80 | 60 |
| 2 | 10.50 | 7.20 | 5 | 75 | 75 | 35 | 40 | 50 | 40 |
| 3 | 10.50 | 7.20 | 5 | 75 | 75 | 35 | 40 | 50 | 40 |
| 4 | 13.10 | 10.50 | 5 | 137 | 180 | 90 | 60 | 140 | 120 |
| 5 | 13.10 | 10.60 | 5 | 139 | 180 | 90 | 60 | 140 | 120 |
| 6 | 15.45 | 10.60 | 5 | 164 | 190 | 100 | 70 | 170 | 140 |
| 1-2 | 15.45 | 10.50 | 5 | 162 | 190 | 100 | 70 | 170 | 140 |
| 1-2-3 | 22.65 | 10.50 | 5 | 238 | 300 | 150 | 100 | 300 | 200 |

| | | | | | | | | | |
|----------------------------------|-------|-------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 1-2-3-4 | 35.75 | 10.50 | 5 | 375 | 600 | 300 | 150 | 460 | 330 |
| 1-2-6 | 21.10 | 15.45 | 5 | 326 | 450 | 230 | 100 | 400 | 280 |
| 1-2-3-F-6 | 22.65 | 21.10 | 5 | 478 | 620 | 320 | 115 | 600 | 420 |
| 2-3 | 14.40 | 10.50 | 5 | 151 | 180 | 90 | 65 | 150 | 120 |
| 2-3-4 | 27.50 | 10.50 | 5 | 259 | 460 | 230 | 110 | 380 | 240 |
| 3-4 | 20.30 | 10.50 | 5 | 213 | 270 | 140 | 90 | 250 | 180 |
| 3-4-5-F | 21.10 | 20.30 | 5 | 428 | 580 | 250 | 110 | 500 | 360 |
| 4-5 | 21.10 | 13.10 | 5 | 276 | 420 | 220 | 95 | 350 | 240 |
| 5-F | 20.30 | 10.60 | 5 | 215 | 280 | 140 | 90 | 250 | 180 |
| 5-F-6 | 35.75 | 10.60 | 5 | 379 | 600 | 30 | 150 | 460 | 330 |
| 6-F | 22.65 | 10.60 | 5 | 240 | 300 | 150 | 100 | 300 | 200 |
| Aphrodite (A+B+C) | - | - | - | 273 | 180 | 150 | - | 250 | - |
| Aphrodite (A) | - | - | - | 53 | 40 | 30 | - | 25 | - |
| Aphrodite (B) | - | - | - | 50 | 40 | 30 | - | 25 | - |
| Aphrodite (C) | - | - | - | 138 | 150 | 100 | - | 90 | - |
| Athina (A+B) Hall | - | - | - | 385 | 300 | 250 | - | 350 | - |
| Athina (A) | - | - | - | 230 | 180 | 150 | - | 150 | - |
| Athina (B) | - | - | - | 98 | 70 | 50 | - | 50 | - |
| Poseidon (A+B+C) | - | - | - | 391 | 500 | 250 | - | 350 | - |
| Poseidon (A) | - | - | - | 71 | 50 | 50 | - | 40 | - |
| Poseidon (B) | - | - | - | 75 | 50 | 50 | - | 40 | - |
| Poseidon (C) | - | - | - | 170 | 100 | 110 | - | 150 | - |
| Platon | - | - | - | 60 | 40 | 20 | - | 25 | - |
| Kleoniki | 14.25 | 13.60 | 2.7 | 194 | 220 | 110 | 55 | 220 | 300 |
| Kleoniki A | 14.25 | 6.70 | 2.7 | 96 | 100 | 50 | 45 | 100 | 80 |
| Kleoniki B | 14.25 | 6.90 | 2.7 | 98 | 100 | 50 | 45 | 100 | 80 |








The Margi Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banque t  |
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|---|---|--|--|---|
|-----------|--------|-------|--------|------------------------|---|---|--|--|---|

| | | | | | | | | | |
|--------------|---|---|---|-----|-----|-----|----|-----|-----|
| M-Hall A | - | - | - | 71 | 84 | 42 | 26 | 142 | 72 |
| M-Hall B | - | - | - | 60 | 76 | 27 | 24 | 120 | 48 |
| M-Hall C | - | - | - | 130 | 160 | 78 | 36 | 260 | 116 |
| M-Hall D | - | - | - | 65 | - | - | - | 120 | 86 |
| M-Hall | - | - | - | 326 | 500 | 192 | 72 | 520 | 322 |
| Pergola | - | - | - | 100 | 120 | 45 | 28 | 200 | 96 |
| Foyer M Hall | - | - | - | 72 | - | - | - | 70 | 40 |
| J-Hall A | - | - | - | 46 | 54 | 24 | 20 | 95 | 48 |
| J-Hall B | - | - | - | 80 | 88 | 42 | 30 | 160 | 84 |
| J-Hall C | - | - | - | 55 | 66 | 33 | 20 | 110 | 48 |
| J-Hall | - | - | - | 181 | 270 | 148 | 59 | 360 | 196 |
| Foyer J Hall | - | - | - | 160 | - | - | - | 160 | 80 |



Armonia & Paradise Hotel

| Room name | Length | Width | Height | Area m ² | Theatre  | Classroom  | U shape  | Cocktail  | Banquet t  |
|----------------------|--------|-------|--------|------------------------|--|--|---|---|---|
| Armonia | 17 | 20 | 3.5 | 340 | 400 | 130 | 70 | 400 | 250 |
| Venus | 19 | 6 | 2.7 | 114 | 130 | 70 | 50 | 150 | 100 |
| Danae | 14 | 7 | 2.7 | 98 | 80 | 50 | 35 | 100 | 70 |
| Hera | 8 | 8 | 2.5 | 64 | 50 | 30 | 20 | 50 | 40 |
| Artemis | 10 | 6 | 2.5 | 70 | 60 | 40 | 25 | 60 | 50 |
| Armonia 1 | 17 | 6 | 3.5 | 102 | 120 | 65 | 50 | 150 | 100 |
| Armonia 2 | 17 | 7 | 3.5 | 119 | 130 | 65 | 50 | 150 | 100 |
| Armonia 3 | 17 | 6 | 3.5 | 102 | 120 | 60 | 40 | 130 | 90 |

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΑΤΤΙΚΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

3.1 Η ΑΘΗΝΑ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΠΟΛΗ

3.1.1 Τα πλεονεκτήματα της Αθήνας

Πολιτιστικός πλούτος

Η Ελλάδα έχει να παρουσιάσει πλούσια αρχαιολογική και πολιτιστική κληρονομιά. Η ιστορία μπορεί να χρησιμοποιηθεί ώστε να αποτελέσει η χώρα πόλο έλξης διεθνών συνεδρίων. Οι περισσότεροι σύνεδροι-τουρίστες, είναι άτομα με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και η δυνατότητα εκμάθησης της ελληνικής ιστορίας παράλληλα με την διεξαγωγή ενός συνεδρίου τραβάει το ενδιαφέρον τους. Πολλοί είναι οι ξένοι που διδάσκονται την αρχαία ελληνική γλώσσα στα πανεπιστήμια τους και θεωρούν τιμή να γνωρίζουν τον αρχαίο πολιτισμό.

Οι μικρές αποστάσεις της πρωτεύουσας από σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως των Δελφών και των Μυκηνών, δίνουν την δυνατότητα τόσο στους συνέδρους όσο και στους συνοδούς τους, να τους επισκεφτούν και να θαυμάσουν τον αρχαίο ελληνικό πολιτισμό. Αλλά και η Αθήνα έχει πολλά μουσεία, αρχαιολογικούς χώρους και φυσικά την Ακρόπολη που μπορεί ο τουρίστας να επισκεφτεί. Μπορούν να χρησιμοποιηθούν ιστορικά μέρη και χώροι, σε ειδικές περιπτώσεις, για την έναρξη ή το κλείσιμο εκδηλώσεων όπως ενός διεθνούς συνεδρίου, πράγμα το οποίο θα δώσει πρωτοτυπία και φαντασία στο συνέδριο και σίγουρα θα προκαλέσει τα ευγενή σχόλια των επισκεπτών.

Γεωγραφική θέση της πόλης

Η θέση της Ελλάδας, την ευνοεί γεωγραφικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αφού ανήκει στα Βαλκάνια και μπορεί να αποτελέσει κέντρο διοργάνωσης βαλκανικών συνεδρίων. Βρίσκεται επίσης στη Μεσόγειο, συνδέεται με τις υπόλοιπες χώρες και τέλος ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ένωση και με τις κατάλληλες προϋποθέσεις μπορεί να αξιοποιήσει τη θέση της. Ειδικότερα για την Αθήνα, η γεωγραφική θέση της πόλης καθιστά δυνατή την πραγματοποίηση περιηγήσεων και κρουαζιέρων κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, αφού μπορεί και συνδυάζει την εύκολη προσέγγιση προς βουνό και θάλασσα. Το λιμάνι του Πειραιά είναι μόλις 20 λεπτά από το κέντρο της Αθήνας, από όπου μπορούν να προγραμματιστούν μονοήμερες κρουαζιέρες για τα νησιά του Αργοσαρωνικού, δίνοντας την δυνατότητα στους συνέδρους να χαλαρώσουν, αλλά και να γνωρίσουν καλύτερα τα μέρη που θα επισκεφτούν.

Οικονομική πόλη

Η Αθήνα συγκαταλέγεται σε σχέση με τις υπόλοιπες Ευρωπαϊκές πόλεις, Παρίσι, Βαρκελώνη, Λονδίνο στις πιο οικονομικές. Οι μεταφορές, το φαγητό και η διασκέδαση είναι προσιτά σε όλες τις εισοδηματικές τάξεις. Ένα πλεονέκτημα της Αθήνας, είναι η εισαγωγή του ευρώ στη ζωή των Ελλήνων. Το νέο νόμισμα, ωφελεί τους τουρίστες, διότι δεν χρειάζεται μέσα στην Ευρωζώνη, να εξαργυρώνουν το συνάλλαγμα που διαθέτουν σε νομίσματα της χώρας προορισμού τους, με συναλλαγματικό κόστος και χάσιμο χρόνου.

Φιλόξενοι κάτοικοι

Ένα βασικό πλεονέκτημα του τόπου, είναι η φιλόξενη διάθεση των πολιτών. Η πόλη της Αθήνας φημίζεται για την φιλοξενία των ανθρώπων της και τη σωστή συμπεριφορά απέναντι στους τουρίστες. Ο σύνεδρος φεύγοντας θα έχει την έντονη αίσθηση της επιτυχίας του συνεδρίου, θα πάρει μαζί του τη γεύση της κουλτούρας του λαού και θα νιώσει την ανθρώπινη επαφή. Ο τουρισμός συμβάλλει στην γνωριμία και αλληλοκατανόηση, που οδηγούν τελικά σε πολλές, θετικές επιδράσεις στις σχέσεις μεταξύ των χωρών - λαών.

Επίπεδο ξενοδοχειακών υπηρεσιών

Το υψηλό επίπεδο ξενοδοχειακών υπηρεσιών, το εξειδικευμένο προσωπικό που λειτουργεί στις ξενοδοχειακές μονάδες, το σωστό και γρήγορο δθΓνίοβ, είναι στοιχεία που συναντά κάποιος στην πλειοψηφία των ξενοδοχείων τόσο της πρωτεύουσας όσο και της περιφέρειας. Η Αθήνα είναι ένας γνωστός

τουριστικός προορισμός διεθνώς και οι υπηρεσίες που προσφέρει μπορούν να συναγωνιστούν τις υπόλοιπες ευρωπαϊκές πόλεις και όχι μόνο. Ο τουρισμός προσφέρει πολύτιμα έσοδα τόσο στις επιχειρήσεις όσο και στην εθνική οικονομία. Οι επενδύσεις που έκαναν οι επιχειρηματίες τα τελευταία χρόνια είναι μεγάλες, δημιουργώντας ξενοδοχειακά καταλύματα υψηλών προδιαγραφών, λόγω των απαιτήσεων της Ολυμπιάδας του 2004, Οι προετοιμασίες των ξενοδοχείων έγιναν με εντατικούς ρυθμούς και μέσα στα σχέδια ήταν και η διαμόρφωση υπεσύγχρονων χώρων συνεδρίων. Η ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών έχει σχέση και με την χρησιμοποίηση του κατάλληλου και καλά εκπαιδευμένου προσωπικού σε όλες τις τουριστικές δραστηριότητες. Μην ξεχνάμε ότι στον τουρισμό που είναι

φαινόμενο κατ' εξοχήν ανθρώπινης επικοινωνίας και προσφοράς υπηρεσίας όλα καταλήγουν στο πώς θα προσφερθεί η τουριστική υπηρεσία. Η κατάσταση που επικρατεί σήμερα στην Ελλάδα στο χώρο της τουριστικής εκπαίδευσης είναι υψηλή και τα άτομα που εργάζονται στο χώρο προέρχονται από εξειδικευμένες σχολές με εξειδικευμένες σπουδές στον τουριστικό τομέα. Ο σπουδαστής, στον τομέα του τουρισμού παράλληλα με τις θεωρητικές γνώσεις έχει την δυνατότητα και της πρακτικής εμπειρίας. Τα επαγγελματικά στελέχη και οι υπάλληλοι του χώρου, γνωρίζουν τουλάχιστον μία ξένη γλώσσα, αφού οι απαιτήσεις και ο ανταγωνισμός του χώρου με τις άλλες χώρες απαιτεί εξειδίκευση στον τομέα του τουρισμού. Το πολύγλωσσο προσωπικό είναι προτέρημα της Αθήνας και γενικότερα της χώρας, σε αντίθεση με άλλες χώρες όπως η Ισπανία, που υστερούν στο τομέα αυτό. Η σωστά προγραμματισμένη εκπαίδευση έχει ως αποτέλεσμα να διατίθενται σωστά οι πόροι ώστε οι απόφοιτοι των Τουριστικών Σχολών να ασχολούνται στον τουρισμό και όχι σε άλλες απασχολήσεις.

Ελληνική κουζίνα

Η Ελλάδα έχει μια μακρά γαστρονομική παράδοση εδώ και πολλά χρόνια. Η ελληνική κουζίνα συνδυάζει την απολαυστική γεύση με την υγιεινή διατροφή (μεσογειακή κουζίνα, ελαιόλαδο, ελληνικά τυριά). Κατά την διεξαγωγή ενός συνεδρίου, οι ξένοι σύνεδροι έχουν την δυνατότητα να δοκιμάσουν τις ελληνικές παραδόσεις και να γνωρίσουν τα ήθη και τα έθιμα που ακολουθεί εδώ και αιώνες ο ελληνικός λαός. Η Αθήνα δεν υστερεί και στον τομέα της διασκέδασης, αφού υπάρχουν δεκάδες επιλογές νυχτερινής ζωής. Η πόλη είναι ασφαλής ακόμα και τη νύχτα και ειδικά τους καλοκαιρινούς μήνες και βόλτες στα πλακόστρωτα δρομάκια της Πλάκας κάτω από την φωτισμένη Ακρόπολη είναι εξαιρετικές.

Κλίμα

Ο συνεδριακός τουρισμός ενθαρρύνεται από την ύπαρξη κατάλληλων κλιματολογικών συνθηκών, διότι διευκολύνουν το έργο των συμμετεχόντων και απλοποιούν τις διαδικασίες οργάνωσης ενός συνεδρίου. Το κλίμα ενός τόπου, αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την επιλογή του. Σύμφωνα με στοιχεία της Ευρωπαϊκής Ένωσης το κλίμα (45%) και η θέα (49%) είναι οι δύο πιο καθοριστικού παράγοντες για την επιλογή του συνεδριακού προορισμού. Το κόστος του ταξιδιού (35%) και το κόστος της διαμονής (33%) έρχονται δεύτερα.

Το κλίμα της Αθήνας επιτρέπει την οργάνωση συνεδρίων όχι μόνο μεταξύ των μηνών Μαΐου - Οκτωβρίου, αλλά και τον υπόλοιπο χρόνο. Η ηλιοφάνεια 300 ημέρες το χρόνο και οι ήπιοι χειμώνες επιτρέπουν στους συμμετέχοντες, να συνδυάζουν εργασία και διακοπές. Το κλίμα παρουσιάζεται ευνοϊκό τα τελευταία χρόνια, λόγω της μικρής σε διάρκεια κακοκαιρίας, με συνέπεια να μπορεί να ξεπεραστεί το πρόβλημα της εποχικότητας.

3.1.2 Πάγια τα προβλήματα του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα.

Εδώ και αρκετά χρόνια γίνεται συζήτηση για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα και έχουν γράψει δεκάδες άρθρα για τα οφέλη και τη σπουδαιότητα του, έγκριτα στελέχη και δημοσιογράφοι από το χώρο του τουρισμού. Η Ελλάδα μέχρι πρόσφατα αν και είχε όλες τις προϋποθέσεις να γίνει ένας καταξιωμένος συνεδριακός προορισμός (κλίμα, μνημεία, φυσικές ομορφιές, δυνατότητα για business and pleasure) αντιμετωπίζει :

- α) έλλειψη κατάλληλης υποδομής,

β) έλλειψη επαγγελματισμού, που στον συνεδριακό τουρισμό δεν συγχωρείται καθώς οι συμμετέχοντες προέρχονται κατά κανόνα από τα υψηλότερα οικονομικά και κοινωνικά στρώματα

γ) στερεότυπα που έχουν διαμορφωθεί εδώ και δεκαετίες και η αντίληψη που κυριαρχεί στο εξωτερικό ότι η Ελλάδα σημαίνει ήλιος, θάλασσα και μνημεία αποτελούσαν τροχοπέδη στην ανάπτυξη αυτής της μορφής τουρισμού. Στην έλλειψη κατάλληλης υποδομής και επαγγελματισμού έγκειται το ότι ο συνεδριακός τουρισμός δεν αποτελεί το αποκλειστικό αντικείμενο για πολλές από τις επιχειρήσεις που ασχολούνται με αυτόν και είναι λίγες οι επιχειρήσεις για τις οποίες ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί το κύριο αντικείμενο. Σε ότι δε αφορά τη χρήση των παγίων και του κεφαλαιουχικού εξοπλισμού, ακόμη και στις περιπτώσεις όπου αυτά έχουν μορφή εξειδικευμένη για το συνεδριακό τουρισμό, η χρήση τους δεν περιορίζεται σε αυτόν. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί κατά κανόνα ένα μόνο από τα αντικείμενα με τα οποία ασχολούνται επιχειρήσεις του τουριστικού τομέα, οι οποίες ως εκ τούτου αδειοδοτούνται και λειτουργούν με βάση θεσμικές ρυθμίσεις που έχουν θεσπιστεί έχοντας υπόψη τις ανάγκες και τις ιδιαιτερότητες όχι των συνεδριακών δραστηριοτήτων ειδικά, αλλά άλλων δραστηριοτήτων του τουριστικού τομέα. Ως αποτέλεσμα της πλήρους ελευθερίας ενασχόλησης με το συνεδριακό κλάδο, χωρίς εκ του νόμου να τίθεται καμία προϋπόθεση, αρκετές επιχειρήσεις του κλάδου που θεωρούν ότι έχουν κάνει σημαντικές επενδύσεις και έχουν καταβάλει πολλές προσπάθειες για να ανδρωθούν, παραπονούνται ότι πάσχουν από αθέμιτο ανταγωνισμό από πολύ μικρότερες, αυτοσχέδιες τρόπον τινά μονάδες «που λειτουργούν από το σπίτι» και οι οποίες εκτός των άλλων φοροδιαφεύγουν. Παρόλο που η Ελλάδα διαθέτει πολλές προϋποθέσεις για να διεκδικήσει σημαντικό μερίδιο στην οργάνωση συνεδρίων, δυστυχώς κάθε χρόνο χάνει αυτή την ευκαιρία. Η ευθύνη της πολιτείας

είναι μεγάλη, διότι δεν χαράζει μια ενιαία τουριστική πολιτική και στρατηγική όσο αφορά τον συνεδριακό τουρισμό. Δεν ορίζονται κριτήρια για το ποιος θα ασχοληθεί με τον συνεδριακό τουρισμό, δείχνοντας να μην έχει τις γνώσεις για το αντικείμενο, τη διεθνή πραγματικότητα και τον διεθνή ανταγωνισμό. Την παραπάνω άποψη, συμμερίζεται και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων, όπου σε παλαιότερη συνέντευξη του, ο Πρόεδρος του, στο περιοδικό Τουρισμός & Οικονομία υποστήριξε ότι οι επαγγελματίες οργανωτές δεν έχουν την κάλυψη και τη στήριξη της πολιτείας στη διεθνή συνεδριακή αγορά, με αποτέλεσμα να μην μπορούν να διεκδικήσουν μεγάλα συνέδρια. Η έλλειψη ενός νομοθετικού θεσμικού πλαισίου, εντός του οποίου θα πρέπει να κινείται ένας ιδιώτης ή μία εταιρεία που αναλαμβάνει τη διοργάνωση ενός συνεδρίου, έχει αφήσει τον χώρο οργάνωσης συνεδρίων απροστάτευτο. Το επιχείρημα ότι η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, με τις συγκριτικά υψηλές απαιτήσεις από άποψη οργάνωσης, εξειδίκευσης, ποιότητας και εξοπλισμού, μπορεί να ζημιώνεται από την τελείως ανεξέλεγκτη είσοδο στον κλάδο πολύ μικρών μονάδων, με περιορισμένα μέσα και δυνατότητες και μερικές φορές και με αμφίβολη αξιοπιστία, που μπορεί να αφήνουν δυσμενείς εντυπώσεις στους πελάτες, δεν στερείται βαρύτητας. Σχετικά είναι χρήσιμο να αναφερθεί ότι σύμφωνα με αδημοσίευτη μελέτη που στηρίχτηκε στις απαντήσεις ξένων οργανωτών που έχουν διεξαγάγει συνέδρια στην Ελλάδα, μεταξύ των ασθενών σημείων που επισημαίνονται είναι και «η έλλειψη ικανοποιητικής στάθμης επαγγελματισμού» και «η έλλειψη επιχειρηματικής διαφάνειας».

Ο Σ.Ε.Π.Ο.Σ έχει καλέσει τον Ε.Ο.Τ. και το Υπουργείο Ανάπτυξης, να επισπεύσει τις αναγκαίες νομοθετικές διαδικασίες ώστε να εξυγιανθεί ο χώρος της οργάνωσης συνεδρίων και ζήτησε συγκεκριμένα να

κατοχυρωθούν νομοθετικά οι εξής προϋποθέσεις όσον αφορά τα συνεδριακά τουριστικά γραφεία :

- ο μισθωμένος χώρος του τουριστικού γραφείου να είναι τουλάχιστον 100 τ.μ.
- να διαθέτει το τουριστικό γραφείο δίκτυο ηλεκτρονικών υπολογιστών, με δυνατότητα τουλάχιστον 25 τερματικών, όπως επίσης και τα κατάλληλα προγράμματα συνεδρίων
- το τμήμα οργάνωσης συνεδρίων να απασχολεί τουλάχιστον 3 μόνιμους υπαλλήλους, το δε έκτατο προσωπικό να έχει τη νόμιμη άδεια εργασίας.
- το προσωπικό του τμήματος οργάνωσης συνεδρίων να γνωρίζει άριστα δύο γλώσσες, με κύρια την αγγλική.
- να υπάρχει ο απαραίτητος μηχανολογικός εξοπλισμός, καθώς επίσης να καταβάλλεται πρόσθετη εγγυητική επιστολή 30 εκατ. δρχ.

Η απουσία συντονιστικού οργάνου για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό αλλά και η έλλειψη στατιστικών δεδομένων, δυσχεραίνουν τον καθορισμό της ακριβούς θέσης της χώρας στη διεθνή σκηνή αλλά και του μεριδίου της στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων. Έτσι αμφισβητούνται τα ποσοστά και οι θέσεις που εμφανίζονται παγκοσμίως για την Ελλάδα καθώς δεν γίνεται πλήρης απογραφή των διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων που λαμβάνουν χώρα. Η έλλειψη του συντονιστικού οργάνου έχει αρνητικές συνέπειες όπως, η ανεπαρκής προβολή του συνεδριακού προϊόντος, με αποτέλεσμα η όποια προβολή να γίνεται

μεμονωμένα, χωρίς συνέπεια και συνέχεια. Τα αρμόδια όργανα του Ε.Ο.Τ. θα πρέπει να κάνουν αυτοψίες κυρίως στα ξενοδοχεία, να παρατηρούν τους χώρους που πραγματοποιούνται, να ελέγχουν της νομιμότητα τους και να παρακολουθούν για παρανομίες και τυχόν φοροδιαφυγές.

3.2 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ **ΑΤΤΙΚΗΣ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ**

Ο συνεδριακός τουρισμός, σαν κάθε «τουριστικό προϊόν» ,σε μια παγκόσμια αγορά ,δεν μπορεί παρά να ακολουθήσει και εκείνος τους κανόνες της αγοράς και μάλιστα μιας διαμορφωμένης αγοράς όπου η προσφορά και η ζήτηση διαμορφώνει ήδη το μερίδιο αγοράς του καθενός. Ο νομός Αττικής πληρεί πολλές και βασικές προϋποθέσεις έτσι ώστε να αποτελεί έναν

εν δυνάμει-από τους πρώτους συνεδριακούς προορισμούς της συνεδριακής αγοράς, εγχώριας και διεθνούς.

3.2.1 S.W.O.T ANALYSIS: Η ΑΤΤΙΚΗ ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ

Η ανάλυση S.W.O.T λειτουργεί σαν μία πρώτη προσέγγιση των εσωτερικών Δυνάμεων (Strengths) ,Αδυναμιών (Weaknesses) , Ευκαιριών (Opportunities) και Απειλών (Threats) της πρότασης ‘Αττική: συνεδριακός προορισμός’. Η καταγραφή αυτή ,λαμβάνει στοιχεία από την ανάλυση της υπάρχουσας κατάστασης και βοηθάει στην εξαγωγή

συμπερασμάτων σχετικά με την δυναμικότητα της Αττικής ως συνεδριακό προορισμό.

1. **Δυνάμεις (Strengths)** ,δηλ. οι εσωτερικές συνθήκες που στηρίζουν την θέση της περιοχής της Αττικής ,με έμφαση στην Αθήνα ,και σχετίζονται άμεσα με την τουριστική συνεδριακή υποδομή και χαρακτηρίζονται ως πλεονεκτήματά της.

2. **Αδυναμίες (Weaknesses)** ,δηλ. οι εσωτερικές συνθήκες που μειώνουν την θέση της Αττικής ως συνεδριακό προορισμό και χαρακτηρίζονται ως προβλήματα.

3. **Ευκαιρίες (Opportunities)** ,δηλ. οι τρέχουσες ή μελλοντικές συνθήκες του ‘περιβάλλοντος’ που ενεργούν θετικά για την ενδυνάμωση και την ανάπτυξη της θέσης του νομού Αττικής και της Αθήνας ως συνεδριακό προορισμό.

4. **Απειλές (Threats)** ,δηλ. οι τρέχουσες ή μελλοντικές συνθήκες του ‘περιβάλλοντος’ που ενεργούν αρνητικά για την θέση του νομού Αττικής και της Αθήνας ως συνεδριακό προορισμό.

Στην συνέχεια παρουσιάζονται όλα τα παραπάνω σε μορφή πίνακα , για να έχουμε μία συνολική εικόνα των πλεονεκτημάτων ,προβλημάτων ,ευκαιριών και απειλών που αφορούν στην Αττική ως συνεδριακό προορισμό.

| ΔΥΝΑΜΕΙΣ | ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ | ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ | ΑΠΕΙΛΕΣ |
|---|--|--|--|
| -ΑΡΙΣΤΕΣ ΚΛΙΜΑΤΟΛ.ΣΥ ΝΘΗΚΕΣ ΚΑΙ ΠΛΗΘΩΡΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΩΝ -ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΑ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΜΕ ΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΚΑΙ ΣΥΝ.ΚΕΝΤΡΑ -ΑΡΙΣΤΗ | -ΜΗ ΥΠΑΡΞΗ ΘΕΣΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΙΣΤΟΠΟΙΗΣΗ ΣΥΝ.ΓΡΑΦΕΙΩΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΚΑΤΟΧΥΡΩΣΗ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΤΩΝ -ΕΛΛΕΙΨΗ ΜΕΓΑΛΟΥ (ΜΗΤΡΟΠΟΛΙΤ. ΣΥΝ.ΚΕΝΤΡΟΥ) -ΕΛΛΕΙΨΗ | -ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗ ΤΩΝ ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΕΡΓΩΝ -ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΥΠΟΔΟΜΗ -ΑΝΑΛΗΨΗ ΜΕΓΑΛΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩ Ν -ΑΜΒΛΥΝΣΗ ΤΗΣ | -ΑΘΕΜΙΤΟΣ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΣ ΜΕΤΑΞΥ ΤΩΝ ΟΡΓΑΝΩΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ -ΜΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΜΕΝΗ ΘΕΜΑΤΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΣΤΙΣ ΕΙΔΙΚΕΣ ΑΓΟΡΕΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ |

| | | | |
|--|---------------------|------------------|--|
| ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΤΩ Ν ΟΛΥΜΠΙΑΚΩΝ ΑΓΩΝΩΝ ΤΟΥ 2004 | CVB. -ΓΛΩΣΣΑ | ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ Σ | |
|--|---------------------|------------------|--|

3.2.2 Ανάπτυξη και προοπτικές του νομού Αττικής ως συνεδριακό προορισμό

Όπως σημειώθηκε και προηγουμένως, ο τουριστικός τομέας στην ελληνική οικονομία έχει ήδη αποκτήσει διαστάσεις τέτοιες ώστε να είναι πλέον δύσκολο να αναμένονται υψηλοί ρυθμοί ποσοτικής του επέκτασης για μακρά περίοδο στα πρότυπα του παρελθόντος. Είναι σαφές και αποτελεί γενικά αποδεκτή εκτίμηση ότι, η μεν περαιτέρω ανάπτυξη του τομέα μπορεί να προκύψει μόνο ως συνισταμένη συνδυασμένων προσπαθειών σε πολλά

επίπεδα, με έμφαση και στο ποιοτικό στοιχείο, η δε ανταγωνιστικότητά του προϋποθέτει σταδιακή μετατόπιση από τουριστικά «προϊόντα» απλών μορφών και μέτριας ποιότητας, σε σχέση με τα οποία η τιμή είναι το αποφασιστικό στοιχείο για την προσέλκυση πελατείας και η ζήτηση για τα οποία θα τείνει να στραφεί σε λιγότερο τουριστικά αναπτυγμένες χώρες, με χαμηλότερο κόστος εργασίας, σε απαιτητικότερα «προϊόντα» με υψηλότερες εισροές ποιοτικών στοιχείων. Δίχως συνεχή προσπάθεια τόνωσης της ανταγωνιστικότητας, ιδιαίτερα με την ενίσχυση των θέσεων μας στα τμήματα εκείνα της αγοράς όπου και οι προοπτικές είναι καλύτερες, μπορεί να προκύψουν σοβαρές δυσχέρειες όχι μόνο στην προσπάθεια αύξησης του μεριδίου μας στη διεθνή αγορά αλλά ακόμη και για τη διατήρησή του. Κάτω από τις συνθήκες αυτές η ανάπτυξη ενός κλάδου, όπως ο συνεδριακός τουρισμός με τα χαρακτηριστικά του, αποκτά μεγάλη σημασία έστω και αν δε μπορεί να αναμένεται να συνεισφέρει εντυπωσιακά σε όγκο στην ανάπτυξη του τομέα. Περιθώρια για την παραμέληση πηγών ανάπτυξης και στηριγμάτων της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα δεν υπάρχουν. Με δεδομένη όμως την ανάγκη για πλήρη αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρουσιάζει ο συνεδριακός κλάδος για την ανάπτυξη και τη στήριξη της ανταγωνιστικότητας του τομέα, για να χαραχθεί πολιτική και για να ληφθούν αποφάσεις για δέσμευση πόρων για την προώθηση της περαιτέρω ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, είναι χρήσιμο να εκτιμηθούν τα περιθώρια μέσα στα οποία είναι πιθανό να κινηθούν τα σχετικά μεγέθη στο προσεχές μέλλον. Ο σχηματισμός εικόνας για τις τάξεις μεγεθών για τις οποίες πρόκειται είναι χρήσιμο στοιχείο για τον σχεδιασμό.

| ΚΑΤΑΤΑΞΗ | ΠΟΛΗ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΕΝΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ 2005-2016 |
|-----------------|-------------|--|
| 1 | ΚΟΠΕΝΓΧΑΓΗ | 116 |

| | | |
|----|-------------------|-----|
| 2 | ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ | 115 |
| 3 | ΒΙΕΝΝΗ | 96 |
| 4 | ΠΑΡΙΣΙ | 92 |
| 5 | ΒΕΡΟΛΙΝΟ | 91 |
| 6 | ΠΕΚΙΝΟ | 83 |
| 7 | ΠΡΑΓΑ | 81 |
| 8 | ΧΟΝΓΚ ΚΟΝΓΚ | 77 |
| 9 | ΣΙΔΝΕΥ | 77 |
| | ΑΜΣΤΕΡΝΤΑΜ | 76 |
| 11 | ΣΕΟΥΛ | 75 |
| 12 | ΚΕΙΠ ΤΑΟΥΝ | 72 |
| 13 | ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ | 71 |
| 14 | ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ | 70 |
| 15 | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΥΠΟΛΗ | 68 |
| 16 | ΛΙΣΣΑΒΩΝΑ | 68 |
| | ΑΘΗΝΑ | 65 |
| 18 | ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ | 61 |
| 19 | ΒΑΝΚΟΥΒΕΡ | 60 |
| 20 | ΜΟΝΤΡΕΑΛ | 60 |
| 21 | ΡΙΟ ΝΤΕ ΝΤΖΑΝΕΙΡΟ | 59 |
| | ΛΟΝΔΙΝΟ | 55 |
| 23 | ΡΩΜΗ | 53 |
| 24 | ΣΙΝΓΚΑΠΟΥΡΗ | 49 |
| 25 | ΕΛΣΙΝΚΙ | 47 |
| 26 | ΔΟΥΒΛΙΝΟ | 46 |
| 27 | ΜΠΟΥΕΝΟΣ ΑΙΡΕΣ | 45 |
| | ΜΟΝΑΧΟ | 45 |
| | ΓΛΑΣΚΩΒΗ | 45 |
| | ΜΠΑΝΚΟΚ | 45 |
| 31 | ΜΑΔΡΙΤΗ | 43 |
| | ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ | 43 |

ΠΗΓΗ :ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2010-Β'ΕΚΔΟΣΗ 2003

Συνήθως η εκτίμηση των μελλοντικών τάσεων έχει ως αφετηρία τις εξελίξεις στα σχετικά μεγέθη στο πρόσφατο παρελθόν αλλά και παλαιότερα. Και όπως έχει επισημανθεί, τα διαθέσιμα στοιχεία είναι αποσπασματικά και περιορισμένα. Έτσι η λογική των εκτιμήσεων που ακολουθούν δε στηρίζεται τόσο στην προβολή των τάσεων των σχετικών μεγεθών για την Ελλάδα

αλλά περισσότερο στην εμπειρία άλλων χωρών και στο τι θα μπορούσε κανείς να αναμένει αν ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα εξελισσόταν προς την κατεύθυνση που αυτό έχει συμβεί σε ορισμένες άλλες χώρες. Ακριβώς δε λόγω και της αβεβαιότητας ως προς τα σημερινά μεγέθη και την πορεία τους στο παρελθόν γίνονται εναλλακτικές εκτιμήσεις. Ειδικότερα παρουσιάζονται δύο σενάρια. Βασικό σημείο αφετηρίας για το πρώτο είναι η αύξηση του μεριδίου της χώρας μας στην περίοδο έως και το 2010 στο συνεδριακό τουρισμό από το σημερινό του επίπεδο, που φαίνεται να υστερεί σημαντικά σε σχέση με το μέσο όρο, προς το μέσο όρο. Για το δεύτερο σενάριο γίνεται δεκτό ότι, με βάση μια περισσότερο συγκροτημένη προσπάθεια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην προσεχή δεκαετία, η χώρα μας θα κατορθώσει να επιτύχει κάποιο σημαντικό βαθμό εξειδίκευσης στον κλάδο αυτό, με το μερίδιό της να υπολείπεται ακόμη σε πολύ σημαντικό βαθμό του αντίστοιχου μεριδίου σε άλλες χώρες που έχουν επιτύχει εξειδίκευση στο είδος αλλά να είναι λίγο υψηλότερο από το μέσο όρο. Στη δεύτερη αυτή περίπτωση γίνονται δεκτές ευνοϊκότερες παραδοχές για την εξέλιξη και ορισμένων άλλων βασικών παραμέτρων του κλάδου. Όχι διότι η ταχύτερη ανάπτυξη συμβαδίζει πάντοτε και με υψηλότερες επιδόσεις από όλες τις απόψεις αλλά για να οριοθετηθούν με αδρότερο τρόπο οι πιθανές εξελίξεις και να αποφευχθεί η παράθεση και άλλων σεναρίων με ενδιάμεσες τιμές, κάτι που δε θα ήταν χρήσιμο στην παρούσα περίπτωση. Και στα δύο σενάρια υιοθετούνται – ως σημείο αναφοράς μάλλον παρά ως εκτιμήσεις καθαυτές – κοινές απλουστευτικές παραδοχές για την πιθανή εξέλιξη των βασικών μεγεθών του τουριστικού τομέα στο σύνολό του. Αυτό όχι διότι στην περίπτωση αυτή η πρόβλεψη δεν υπόκειται σε αβεβαιότητες, που θα δικαιολογούσαν διαφορετικές υποθέσεις για κάθε σενάριο, αλλά διότι μια τέτοια πρόβλεψη δεν αποτελεί εν προκειμένω αντικείμενο. Άλλωστε, όπως είναι σαφές, η ουσία των συμπερασμάτων δε

θα επηρεαζόταν από διαφορετικές αλλά εύλογες εκτιμήσεις ως προς τα σύνολα του τουριστικού τομέα.

3.3 ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

3.3.1 ΓΕΝΙΚΑ

Ασφαλώς η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ,ακόμη και με την ευνοϊκότερη εκδοχή ,δεν μπορεί να επηρεάσει αποφασιστικά το συνολικό αριθμό ξένων επισκεπτών ,αλλά ούτε και τον μέσο ετήσιο ρυθμό μεταβολής του. Τέτοιου είδους προσδοκίες δε φαίνεται να δικαιολογούνται . Η ανάπτυξη όμως αυτή είναι αναγκαία και σημαντική έτσι ώστε , μαζί και με την πρόοδο σε άλλους κλάδους ,να υπάρξει το επιθυμητό αποτέλεσμα.

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

- Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από τον μέσο επισκέπτη .
- Η ένταση της εποχικότητας του συνεδριακού τουρισμού είναι αρκετά μικρότερη από το γενικό τουρισμό ,πράγμα που έχει μεγάλη σημασία για το βαθμό αξιοποίησης του δυναμικού του τομέα και την αποδοτικότητά του
- Η κατανομή της συνεδριακής κίνησης στη διάρκεια του έτους είναι σε αρκετά μεγάλο βαθμό συμπληρωματική και όχι ανταγωνιστική με την κατανομή του γενικού τουρισμού .
- Οι συνεδριακές εκδηλώσεις δημιουργούν ζήτηση για γενικό τουρισμό με αυξημένη μέση ημερήσια δαπάνη.

- Η χωροταξική κατανομή της συνεδριακής κίνησης μπορεί να την καταστήσει πολύ αξιόλογο εργαλείο για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών συγκέντρωσής της.
- Η συμπεριφορά της ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών διαφέρει από τη συμπεριφορά της ζήτησης του φθηνού μαζικού τουρισμού αιχμής ,που αποτελεί την κυρίαρχη συνιστώσα της συνολικής ζήτησης.

3.3.2 Περιληπτική περιγραφή της πολιτικής που ακολουθείται για τον συνεδριακό τουρισμό.

i) Άξονες γενικής αναπτυξιακής πολιτικής

Σε ότι αφορά τον νομό Αττικής τα έργα που πραγματοποιήθηκαν για την διευκόλυνση της διεξαγωγής των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004 έχουν βελτιώσει την υποδομή στην ευρύτερη περιοχή ,πράγμα που θα συμβάλλει και στην αύξηση της ελκυστικότητας της πρωτεύουσας ως τόπου διεξαγωγής συνεδρίων. Παράλληλα μετά την επιτυχή διεξαγωγή των Αγώνων ,το γόητρο της πόλης αλλά και της χώρας έχει αυξηθεί διεθνών και οι όποιες αμφιβολίες για την καταλληλότητά τους ως τόπο διεξαγωγής μεγάλων ιδίως συνεδρίων έχουν εξαλειφθεί .Η επιτυχής διεξαγωγή της μεγαλύτερης και απαιτητικότερης εκδήλωσης διεθνώς έχει καταστήσει την Αθήνα και κατ' επέκταση και τη χώρα κατά τεκμήριο κατάλληλη για όποια άλλη εκδήλωση .

ii) Η ειδική πολιτική για τον συνεδριακό τουρισμό

Σε αντιδιαστολή με την γενική υποδομή ,όπου η πρόοδος που σημειώνεται είναι πολύ σημαντική και μπορεί μεν να μην αναφέρεται στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αλλά επίσης συμβάλλει και σ' αυτήν ,η πρόοδος από την άποψη των ειδικών μέτρων και της

εξειδικευμένης μέριμνας του δημοσίου για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού είναι εξαιρετικά περιορισμένη.

Στα σχετικά προγραμματικά κείμενα το θέμα του συνεδριακού τουρισμού αναφέρεται εντελώς παρενθετικά και ποιοτικά ,χωρίς συγκεκριμένες παρεμβάσεις και κονδύλια. Ειδικότερα οι παρεμβάσεις στον τομέα της ειδικής τουριστικής υποδομής από το Υποπρόγραμμα Τουρισμός του Κοινωνικού Πλαισίου Στήριξης 1994-2000 αφορούσαν κατά κύριο λόγο τον θαλάσσιο και ιαματικό τουρισμό καθώς και ορισμένα σχέδια της λεγόμενης Ολοκληρωμένης Τουριστικής Ανάπτυξης (ΟΤΑ). Τόσο στο ΚΠΣ II όσο και στο ΚΠΣ III μεγάλο μέρος των σχετικών πόρων κατευθύνονται προς την επιδότηση των ιδιωτικών τουριστικών επενδύσεων.

Σύμφωνα με όλες τις ενδείξεις σε ελάχιστους από τους τομείς της ειδικής μέριμνας φαίνεται να έχουν αναληφθεί αξιόλογες δράσεις. Γενικά μπορεί να λεχθεί ότι ,εκτός από κάποιες γενικές αναφορές ,το κράτος και η τοπική αυτοδιοίκηση στην Ελλάδα δεν έχουν κανένα είδος συγκροτημένης πολιτικής για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.

iii) Συνεδριακά κέντρα

Κατά καιρούς έχουν καταρτιστεί από ορισμένους φορείς προμελέτες ή μελέτες σκοπιμότητας για τη δημιουργία μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Αττική .Κοινό χαρακτηριστικό των πορισμάτων τους είναι ότι με καθαρά ιδιωτικά και οικονομικά κριτήρια το εγχείρημα δεν φαίνεται να δικαιολογείται. Όπως άλλωστε φαίνεται και από την πείρα , στις περισσότερες περιπτώσεις η δημιουργία μεγάλων σύγχρονων συνεδριακών εγκαταστάσεων δεν είναι εφικτή χωρίς κάποιας μορφής επιδότηση ή οικονομική ενίσχυση από δημόσιους φορείς. Σε κάθε περίπτωση αν επρόκειτο για επενδυτική ευκαιρία ,ο ιδιωτικός τομέας θα είχε ανταποκριθεί από πολλού και δεν θα τίθεται θέμα παρέμβασης του δημοσίου.

iii) Γραφεία Συνεδρίων και φιλοξενίας

Για τη δημιουργία Γραφείων Συνεδρίων και Φιλοξενίας δε φαίνεται να γίνεται ακόμη σοβαρός λόγος πέραν των ήδη υπαρχόντων ,παρά τις προτάσεις που έχουν γίνει από ενδιαφερόμενους κλάδους και το ενδιαφέρον που έχει επιδειχθεί .Από την πλευρά του δημοσίου δε φαίνεται να αποδίδεται σοβαρή σημασία στο θέμα και διατηρούνται πολλές αμφιβολίες για την αποδοτικότητα των πόρων που διοχετεύονται προς την κατεύθυνση αυτή.

iv) Κατάρτιση στελεχών και ειδική προβολή για το συνεδριακό τουρισμό

Για τα θέματα της ειδικής εκπαίδευσης και της ειδικής προβολής για το συνεδριακό τουρισμό δεν υπάρχει πρόοδος. Φαίνεται να επικρατεί η εντύπωση ότι η πολιτική που ακολουθείται από τις δύο αυτές απόψεις Για τον τουρισμό γενικά ,είναι επαρκής για την κάλυψη και των αναγκών του συνεδριακού τουρισμού ,χωρίς να χρειάζεται να ληφθεί καμιά ειδική μέριμνα.

v) Επιδότηση για τη δημιουργία συνεδριακών χώρων και εγκαταστάσεων

Η μόνη ουσιαστική έως τώρα παρέμβαση του κράτους για τον συνεδριακό τουρισμό είναι η επιδότηση του κόστους κατασκευής συνεδριακών εγκαταστάσεων ,παλαιότερα στο πλαίσιο των επιχορηγήσεων και επιδοτήσεων για τις τουριστικές επενδύσεις γενικά, με τον τελευταίο δε αναπτυξιακό νόμο (26010/98) παρέχονται ισχυρά κίνητρα επένδυσης σε συνεδριακές εγκαταστάσεις με τη μορφή της επιχορηγήσεις που μπορεί στην περίπτωση της δημιουργίας αυτοτελών κέντρων να φθάσει το 40% του κόστους κατασκευής ,ανεξαρτήτως περιοχής. Το ποσοστό της επιχορήγησης περιορίζεται έως και το 35% στην περίπτωση της επέκτασης ή της δημιουργίας συνεδριακών εγκαταστάσεων ως τμημάτων ξενοδοχείων. Χωρίς να υποτιμά κανείς τη

σημασία αυτής της μορφής παρέμβασης ,αξίζει να σημειωθούν και ορισμένοι κίνδυνοι που μπορεί να προκύψουν από τη μονομέρεια αυτή του ενδιαφέροντος του δημοσίου για τον συνεδριακό τουρισμό.

Ενθαρρύνοντας την κατασκευή εγκαταστάσεων και χώρων χωρίς να φροντίζει κανείς και για την τόνωση της ζήτησης είναι ενδεχόμενο να προκύψει υπερβάλλον αναπασχόλητο δυναμικό και η συνακόλουθη σπατάλη πόρων.

Πολιτική για την ανάπτυξη το Συνεδριακού Τουρισμού

Τα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας λειτουργούν με υψηλά πρότυπα όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό ,καταφέροντας να προσφέρουν υψηλού επιπέδου υπηρεσίες .Οι επιχειρηματίες που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό εντάσσονται στον ευρύτερο κλάδο του συνεδριακού τουρισμού ,ο οποίος παλεύει για την καθιέρωση του συνεδριακού τουρισμού στην Αθήνα και την μετατροπή της πόλης σε ένα ανταγωνιστικό συνεδριακό προορισμό. Τα πολυτελή ξενοδοχεία είχαν την δυνατότητα με τους Ολυμπιακούς Αγώνες του 2004 να γίνουν γνωστά σε ευρύ κοινό ,αφού τους δόθηκε η ευκαιρία να φιλοξενήσουν προσωπικότητες διεθνείς από τον επιχειρηματικό και οικονομικό κόσμο. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ήταν η αφορμή προκειμένου να ξεκινήσει η Αθήνα μια σημαντική πορεία στην διοργάνωση συνεδρίων.

Προκειμένου ο συνεδριακός τουρισμός να αναπτυχθεί ακόμα περισσότερο στην πρωτεύουσα και οι επιχειρήσεις που σχετίζονται με αυτόν προτείνεται:

1. να υπάρχει συντονισμός ενεργειών και δράσεων.
2. να υπάρχει ενιαία εθνική στρατηγική όσον αφορά τον συνεδριακό τουρισμό
3. να θέτονται σε λειτουργία οικονομίες κλίμακας με κοινές δράσεις προώθησης και προβολής

4. να υπάρχει συνεργασία και δικτύωση μεταξύ των γραφείων συνεδρίων και των ξενοδοχείων για ανταλλαγή πληροφοριών ,προϊόντων ,υπηρεσιών αλλά και αιτημάτων από οργανωτές συνεδρίων

5. να δημιουργηθεί στην Αθήνα ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο 10.000 συνέδρων. Με την απόκτηση ενός τέτοιου έργου, θα επωφεληθούν τα ξενοδοχεία της πρωτεύουσας αφού θα λειτουργούν σαν αρωγός σε αυτό ,έχοντας εξασφαλίσει υψηλές πληρότητες σε περιόδους που η τουριστική κίνηση στην Αθήνα είναι μειωμένη. Το μητροπολιτικό συνεδριακό κέντρο ξεκίνησε να λειτουργεί ως ιδέα στο χώρο του πρώην ανατολικού αερολιμένα στο Ελληνικό ,το οποίο έχει εγκαταλειφθεί ως πρόταση και ως ιδανική λύση προβάλλεται το να διαμορφωθεί σε συνεδριακό κέντρο οι εγκαταστάσεις του tae kwon do στο Φάληρο ,όπου και αυτή όμως η πρόταση καθυστέρησε αφού ξεκίνησε ο διαγωνισμός για τα Ολυμπιακά ακίνητα για την εμπορική αξιοποίηση του κλειστού γυμναστηρίου ,το οποίο θα μετατραπεί σε Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο ,ικανοποιώντας ένα πάγιο αίτημα του επιχειρηματικού κόσμου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΒΙΒΛΙΑ

- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ- Ι . ΣΠΗΛΙΩΠΟΥΛΟΣ
- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ –Ν.ΗΓΟΥΜΕΝΑΚΗΣ-
INTERBOOKS
- ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ, ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ
ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ-Κ.ΚΡΑΒΑΡΙΤΗΣ-INTERBOOKS
- ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2010-Β' ΕΚΔΟΣΗ 2003
- TOURISM DEVELOPMENT PRINCIPLES, PROCESSES AND
POLICIES-CARTNER

ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ

- www.traveldailynews.gr- ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΠΕΡΙΟΔΙΚΟ
- CONGRESSES 2005-HELLENIC SUN EDITIONS
- ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ-ΤΕΥΧΟΣ 175-ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ 2004

ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ

- www.sete.gr
- www.hapco.gr
- www.greekconference.com
- www.leoburnett.gr
- www.eot.gr

