

**ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ**

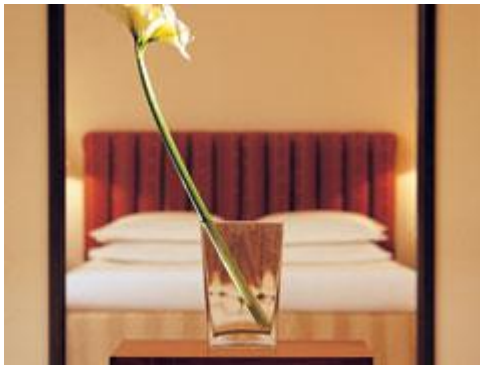
**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**



**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**“ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΤΟΥ <HYATT REGENCY THESSALONIKI>, ΣΥΝΔΕΣΗ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑ”.**



***ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑ***

**ΜΠΟΥΛΙΟΥΜΠΑΣΗ ΕΛΕΝΗ**

***ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ***

**Κα ΚΑΠΕΡΩΝΗ**

**ΠΑΤΡΑ ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2007**

## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.</b>	<b>Σελ.7</b>
<b>ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΗΥΑΤΤ.</b>	<b>Σελ.9</b>
<b>ΤΑΞΙΔΕΨΤΕ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ.</b>	<b>Σελ.12</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Εμπορικά Καταστήματα.</b></li><li>• <b>Εστιατόρια.</b></li><li>• <b>Διασκέδαση.</b></li><li>• <b>Λεωφορεία.</b></li><li>• <b>Μνημεία και Εκκλησίες.</b></li><li>• <b>Τα Αξιοθέατα της Πόλης που αξίζει να επισκεφθείτε.</b></li><li>• <b>Κοντινές Περιοχές.</b></li></ul>	
<b>ΗΥΑΤΤ REGENCY THESSALONIKI.</b>	<b>σελ.22</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Πώς φθάνετε στη Θεσσαλονίκη.</b></li><li>• <b>Από το Αεροδρόμιο στο Ξενοδοχείο.</b></li><li>• <b>Υπηρεσίες.</b></li><li>• <b>Χάρτες (Ελλάδος, Περιοχής Θεσσαλονίκης, Τοπικός χάρτης Θεσσαλονίκης).</b></li></ul>	
<b>REGENCY ENTERTAINMENT A.E: “ΑΛΛΑΓΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ”.</b>	<b>Σελ.28</b>
<b>ΑΡΘΡΟ: “ΣΤΟ ΠΡΟΣΚΗΝΙΟ ΤΗΣ ΓΕΥΣΗΣ”, από τη Βίκυ Τρόφωνα.</b>	<b>σελ.29</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Brand Names.</b></li></ul>	
<b>ΑΡΘΡΟ: “UERGEN VON MASSOW, Πρών Γενικός Διευθυντής του ΗΥΑΤΤ REGENCY THESSALONIKI.” 1/2004.</b>	<b>σελ.33</b>
<b>ΑΡΘΡΟ: “ΜΑΝΟΣ ΜΑΤΣΑΚΗΣ, Γενικός Διευθυντής του ΗΥΑΤΤ REGENCY THESSALONIKI.</b>	<b>σελ.36</b>
<b>Γ.ΤΣΑΜΑΣΛΗΣ, Αντινομάρχης Ανάπτυξης Εμπορίου και Ανταγωνιστικότητας: “ΑΓΟΡΑΝΟΜΙΚΕΣ ΔΙΑΤΑΞΕΙΣ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ”.</b>	<b>Σελ.38</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Πίνακας Ελεγχόμενων επιχειρήσεων.</b></li><li>• <b>Βασικές Αρχές της Αγορανομικής Νομοθεσίας.</b></li></ul>	

- *Ελεγχόμενες Επιχειρήσεις.*

**ΤΜΗΜΑ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ. Σελ.44**

- *Νομοθετικό Πλαίσιο.*
- *Οδηγός Υγιεινής του ΕΦΕΤ για τους Χώρους Τροφίμων στα Ξενοδοχεία.*
- *Κανόνες Υγιεινής.*
- *Χώροι Προετοιμασίας.*
- *Καθαρισμός και Απολύμανση Εξοπλισμού.*

**ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ F&B (FOOD & BEVERAGE) ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ. Σελ.57**

**Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ. Σελ.61**

- *Σωστό Προϊόν και απαραίτητη Ποσότητα.*
- *Ελεύθερες Αγορές.*
- *Αγορές κατόπιν Μειοδοτικών Διαγωνισμών.*
- *Σωστή Τιμή.*
- *Σωστός Προμηθευτής και Εξυπηρέτηση της Επιχείρησης.*
- *Ορθές Διαδικασίες Αγορών.*

**ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ σελ.65**

- *Χαρακτηριστικά.*
- *Οι Εφαρμογές των Συστημάτων Παραγγελιοληψίας.*
- *Η Τεχνολογία Barcode.*

**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ OUTLETS MANAGER, Κου ΝΑΣΛΑ. Της Ελένης Μπουλιουμπάση. Σελ.70**

- *Βασικές Κατηγορίες της Αλυσίδας Hyatt.*
- *Κουζίνες στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Τμήμα Προμηθειών στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Χωροταξική Δομή Εστιατορίων στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Ανθρώπινο Δυναμικό (Προσόντα, Καθήκοντα, Περιβολή, Επίπεδο Σπουδών).*
- *Room Service.*
- *Συστήματα Αυτόματης Παραγγελιοληψίας στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Εξοπλισμός Εστιατορίου.*
- *Καθαριότητα Επισιτιστικών Τμημάτων στο Hyatt Thessaloniki.*
- *Οργάνωση και Λειτουργία των Εστιατορίων στο Hyatt Regency*

*Thessaloniki.*

- *Ιεραρχία στους Chef.*
- *Χαρακτηριστικά των Εστιατορίων-Μπαρ στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Η Κουζίνα του Banquet.*
- *Οργάνωση Συνεδρίων και σύνδεση τους με τα Εστιατόρια.*
- *Τεχνολογικός Εξοπλισμός Συνεδρίων.*

**ΜΠΑΡ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI.σελ.84**  
**Ambrosia.**

- *Διακρίσεις.*
- *Christmas Spirit: Δείπνο Vive La France! Στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Δείγμα Menu Ambrosia.*
- *Lobby Lounge.*
- *Bar Aficionado.*
- *Oceana.*
- *Set Menu-Ενδεικτικά Menu.*
- *Εστιατόρια και Μπαρ στο Regency Casino Thessaloniki.*
- *Χριστουγεννιάτικη μπροσούρα του Hyatt Regency Thessaloniki.*

**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΜΕ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΟ-ΔΙΑΤΡΟΦΟΛΟΓΟ ΤΟΥ HYATT**  
**REGENCY THESSALONIKI, ΕΙΡΗΝΗ ΠΑΣΧΑΛΕΡΗ. Σελ.100**

- *Μήνας <My Health>.*

**ΔΕΞΙΩΣΕΙΣ ΓΑΜΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΜΕ ΤΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ ΤΟΥ**  
**HYATT REGENCY THESSALONIKI. σελ.102**

- *Γαμήλια Δεξίωση στο Hyatt Regency Thessaloniki.*
- *Επιλογές Menu.*
- *Δημιουργήστε το Menu σας.*
- *Προτάσεις Διακόσμησης.*
- *DJ's, Μουσική & Τεχνική Κάλυψη, Διοργάνωση-Διακόσμηση, Φωτογράφοι.*

**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΩΝ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΣΤΟ**  
**HYATT REGENCY THESSALONIKI. σελ.118**

**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ EXECUTIVE CHEF ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ HYATT**  
**REGENCY THESSALONIKI, Κου MICHEL JOST. Της Λίας Σπυρίδου.**  
**Σελ.124**

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.**

Σελ.126

- Τα Οφέλη που προκύπτουν από το Συνεδριακό Τουρισμό.
- Η Κατάσταση του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα σήμερα.
- Οι Επαγγελματίες του Χώρου.
- Ο Σύγχρονος Ρόλος ενός Επαγγελματία Διοργανωτή Συνεδρίων. (PCO-Tony Rogers)
- Οι Σχέσεις των Επαγγελματιών της Συνεδριακής Αγοράς. Διακριτοί Ρόλοι-Συνεργασία- Παροχή Υπηρεσιών Υψηλού Επιπέδου.

**ΑΡΘΡΟ: «ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ».**

(17/3/2006,ΑΠΕ).

Σελ.143

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ : «Ν.ΓΕΡΜΑΝΟΣ», 5/11/2005. <ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ: Η ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ>.**

Σελ.144

- 1<sup>η</sup> Ενότητα: Τα CVS και ο Συνεδριακός Τουρισμός.
- 2<sup>η</sup> Ενότητα: Ποιότητα και Επιτυχία στη Λειτουργία των Συνεδριακών Κέντρων.
- 3<sup>η</sup> Ενότητα: Η Συνεδριακή Αγορά σήμερα.
- Κλείσιμο Συνεδρίου-Συμπεράσματα.

**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI. σελ.163**

- Regency Ballroom.
- Grand Ballroom και Prefunction Area.
- Ephesus & Epidavrus & Boardrooms.
- Πακέτα και Ειδικές Προσφορές.
- Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός.
- Διαστάσεις και Χωρητικότητες Αιθουσών.
- Menu Εκδηλώσεων- Ενδεικτικά Menu.
- Gala Menu- Ενδεικτικά Menu.
- Buffet & Cocktail Menu- Ενδεικτικά Menu.
- Πακέτα Ποτών.
- Regular Open Bar.
- Business Centre στο Hyatt Regency Thessaloniki.
- Υπηρεσίες Εξυπηρέτησης Πελατών.

**ΑΡΘΡΟ: «ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ», του Αλέξη Σωτηρόπουλου, MSc, Καθηγητή στον Εκπαιδευτικό όμιλο Le Monde.**

Σελ.186

**ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI.**

- *Breakfast.*
- *Morning Coffee Breaks.*
- *Afternoon Coffee Breaks.*
- *Special Coffee Breaks.*
- *Δημιουργήστε το Δικό σας Coffee Break.*
- *Buffet.*
- *Light Buffet.*
- *Continental Barbeque.*
- *Texas Barbeque.*
- *Special Cocktail Events.*
- *Ζωντανές Παρουσιάσεις για Cocktail ή Buffet.*
- *Σερβιριστά Menu για Γεύμα και Δείπνο.*
- *Banquet Gala Dinner.*
- *Δημιουργήστε το δικό σας Menu.*
- *Επιλεγμένα Κρασιά.*
- *Πακέτα Ποτών.*
- *Premium Open Bar.*
- *Regular Open Bar.*

**Σελ.188**

**ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ.**

**Σελ.228**

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Όταν τον Απρίλιο του 1999 το Hyatt άνοιξε τις πύλες του, τα ξενοδοχειακά δεδομένα στη Θεσσαλονίκη μπήκαν σε μια τροχιά πέντε αστέρων. Η συμπρωτεύουσα απέκτησε ένα *extra large* στολίδι που συνδυάζει τη *flashy* αισθητική με ένα σύμπαν υπηρεσιών που καθιστούν τον επισκέπτη τιμώμενο πρόσωπο. Ο προσεγμένοι και πλούσιοι κήποι του ξενοδοχείου, οι μίνι πλην όμως εντυπωσιακοί καταρράκτες και οι πισίνες δημιουργούν μια εξωτική ατμόσφαιρα, ενώ τα πολυτελέστατα δωμάτια και η πληθώρα παροχών και ψυχαγωγικών προτάσεων καθιστούν το *Hyatt Regency* την ιδανικότερη επιλογή για ευχάριστες και διασκεδαστικές διακοπές στη στρατηγική απόσταση των 13 χιλιομέτρων από τη συμπρωτεύουσα. Ας πάρουμε όμως τα πράγματα από την αρχή. Με την είσοδό μας στο ξενοδοχείο θα προσέξουμε το εντυπωσιακό *lobby* με τους ευγενέστατους υπαλλήλους (η απροσποίητη ευγένεια χαρακτηρίζει όλους τους εργαζομένους στο *Hyatt*), αλλά και το ευρύχωρο και με θέα στους καταπράσινους κήπους *lobby lounge* το οποίο σερβίρει αναψυκτικά, ροφήματα, γλυκά και ελαφρά γεύματα. Τα δωμάτια (152 τον αριθμό και ανάμεσά τους 2 προεδρικές σουίτες, 4 *executive*, 10 *business* και 18 *junior suites*) δίνουν προτεραιότητα στον ζεστό παλ χρωματισμό που ηρεμεί το πνεύμα και μαζί με τη διακόσμηση βοηθούν τον φιλοξενούμενο να αισθανθεί οικεία. Διαθέτουν ατομικά ρυθμιζόμενο κλιματισμό, ηχομόνωση, δορυφορική τηλεόραση, διεθνείς απευθείας ψηφιακές τηλεφωνικές γραμμές με φωνητικό ταχυδρομείο και σύγχρονες δικτυακές συνδέσεις, ραδιόφωνο με ηχεία εγκατεστημένα και στο μπάνιο, *mini bar*, ξεχωριστό ντους και μπανιέρα. Τα περισσότερα έχουν άμεση πρόσβαση στον κήπο ενώ τα υπόλοιπα διαθέτουν ευρύχωρες βεράντες, που κάποιες βρίσκονται σε άμεση οπτική επαφή με τις εξωτερικές πισίνες (μία για ενήλικες και μία για παιδιά).

Οι γευστικές περιπλανήσεις μας ξεκινούν από το εστιατόριο *Ambrosia*, όπου η ποικιλία του καταλόγου αναπτύσσεται σε ποικίλα μενού, τα οποία αλλάζουν σε τακτά διαστήματα, δίνοντας στους συνδαιτυμόνες την ευκαιρία να ανακαλύψουν την πολυπολιτισμικότητα των γεύσεων είτε πρόκειται για σούσι είτε για πιο κλασικές αναφορές. Όμως κι αυτές φιλτράρονται μέσα από τις εμπνεύσεις του *Executive Sous Chef* του ξενοδοχείου, του Κωνσταντίνου Αραμπατζή. Εμείς, κινούμενοι σε θαλασσινές ρότες, δοκιμάσαμε ένα καλοψημένο φιλέτο τόνου, ταρτάρ με χαβιάρι σολομού και ντρέσινγκ γουασάμπι και μπισκ αστακού με *Remy Martin VSOP* και πουρέ σέλινο. Ως προς τα γλυκά, τον ουρανίσκο μας πλάνεψε η ποικιλία από σορμπέ μάνγκο, φρούτα του πάθους, λάιμ και ανανά. Επόμενη στάση στο *Bar Afficionado* όπου οι λάτρεις των πέπλων

καπνού μπορούν να περιπλανηθούν στον κόσμο των *cigars* και των παλαιωμένων ποτών μιας αυστηρώς επιλεγμένης συλλογής. Κι αν μπορούσαμε να χαρακτηρίσουμε το ξενοδοχείο ως προς τους... καιρούς, απλώς θα καταλήγαμε ότι είναι *all seasons classic*, αναλογιζόμενοι τις πολυάριθμες επιλογές του όπως, για παράδειγμα, το *Oceana Pool Bar & Grill*, ωκεάνιο και κυρίως καλοκαιρινό, που φωλιάζει ανάμεσα στους καταπράσινους κήπους και τις πισίνες, ενισχύοντας το τροπικό outfit που έρχεται να ενισχύσει τον resort χαρακτήρα του συγκροτήματος.

Στην *extra large* λογική του *Hyatt Regency* εντάσσονται ευέλικτες αίθουσες συσκέψεων και εκδηλώσεων, το *Club Olympus*, ένα high tech αθλητικό κέντρο με εσωτερική θερμαινόμενη πισίνα, δύο φωτιζόμενα γήπεδα τένις, αίθουσα squash και αρωματοθεραπείας. Και φυσικά το *Regency Casino* (με 38 ρουλέτες, 32 *Black Jack*, 6 *Poker* και 11 *Punto Banco*, εκτός από τα slot machines και διάφορες άλλες παροχές). Στην επικράτειά του εντάσσεται και το πολλάκις βραβευμένο με Χρυσό Σκούφο *Alfredo's*, όπου αποθεώνεται η γαστρονομική ματιά του *Regency Casino* μέσα σε ένα εκλεπτυσμένο περιβάλλον. Στο ίδιο σύμπαν βρίσκεται και το θέατρο *Vergina* του καζίνο, το οποίο έχει ήδη φιλοξενήσει πολλές παραστάσεις.

Κι αν τελικά θέλαμε να αποκωδικοποιήσουμε το ξενοδοχείο θα καταλήγαμε ότι το *Hyatt Regency* είναι πολυμορφικό. Διατηρεί το *city ID* του με τη γενναιοδωρία ενός resort.





## ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ ΗΥΑΤΤ

Υπάρχουν 215 αναγνωρισμένα με το εμπορικό σήμα της Hyatt, ξενοδοχεία και θέρετρα (πάνω από 90.000 δωμάτια), σε 43 χώρες σε όλον τον κόσμο, που διοικούνται από τη Hyatt, Hyatt Regency, Grand Hyatt, Park Hyatt. Συγχρόνως υπάρχουν επιπροσθέτως κι άλλα 49 ξενοδοχεία και θέρετρα υπό ανάπτυξη, συμπεριλαμβανομένων και 15 στην Κίνα.

Η εταιρεία (ξενοδοχειακή αλυσίδα) Hyatt, άνοιξε το πρώτο της ξενοδοχείο στις 27 Σεπτεμβρίου του 1957. Η πρώτη της ιδιοκτησία ήταν στο διεθνές αεροδρόμιο του Λος Άντζελες, όπου ονομάστηκε «*Hyatt House*». Ιδιοκτήτης ήταν ένας ντόπιος με πλούσιο επιχειρηματικό πνεύμα, με τ' όνομα Pritzker. Τα ξενοδοχεία Hyatt εκτείνονται επιθετικά κατά μήκος της Δυτικής Ακτής κατά τη διάρκεια της επόμενης δεκαετίας. Όπως και να χει, δεν ήταν μέχρι το 1967 όταν η Hyatt δημιούργησε την πρώτη εγκάρδια ξενοδοχειακή αλυσίδα και έκανε το όνομα της παγκοσμίως γνωστό. Το χαρακτηριστικό των ξενοδοχείων της ήταν η μεγάλη εγκάρδια αίθουσα υποδοχής ρωμαϊκού σπιτιού, με αφετηρία την παραδοσιακή αρχιτεκτονική, που άλλαξε την πορεία της βιομηχανίας καταλυμάτων. Η πρόκληση για τους αρχιτέκτονες ξενοδοχείων ήταν μεγάλη, κι έτσι δεν άργησαν να εξαφανίσουν τους μικρούς-χαμένους χώρους, και δημιούργησαν –προς τιμή της Hyatt-, ορθότερα μεγάλους, ανοιχτούς, «δημόσιους» χώρους.

Μέχρι το 1969 υπήρχαν 13 ξενοδοχεία της Hyatt στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής. Αυτή τη χρονιά, μια θυγατρική εταιρεία της Hyatt, άνοιξε το πρώτο της διεθνές ξενοδοχείο, στο Χονγκ Κονγκ, το «Hyatt

Regency». Τα «Hyatt Regency Hotels»», είναι ο πυρήνας της «Hyatt Hotels And Resorts»», που προσφέρουν στους επισκέπτες την ευκαιρία να διευρύνουν τους ορίζοντες τους και να αναζωογονηθούν. Οι αίθουσες αναμονής, υποδοχής, κοινής χρήσης, είναι σχεδιασμένα έτσι ώστε να αντανακλούν τον πολιτισμό του κάθε μέρους, τα φαγητά και ποτά που προσφέρονται έχουν ως βάση την υψηλή ποιότητα, και αρωγό την εξαιρετική τεχνοτροπία και τεχνολογία, και ακόμη υπάρχει δυνατότητα διεξαγωγής συνεδρίων και παροχές γυμναστηρίου-υγείας.

Τα «Grand Hyatt» και «Park Hyatt» εμπορικά σήματα, παρουσιάστηκαν το 1980, για να προάγουν, να αναγνωρίσουν και να εμπορευούνται τους διάφορους τύπους των «Hyatt Hotels And Resorts» παγκοσμίως. «Σερβίζουν» πλούσιους πολιτιστικά προορισμούς που ελκύουν κάθε είδους ταξιδιώτες, ως επίσης και υψηλής κλίμακας συγκεντρώσεις και συνέδρια. Τα ξενοδοχεία χαρακτηρίζονται από υψηλή ποιότητα και λεπτότητα συνδυάζοντας την εξαιρετική τεχνική, την έμπειρη παροχή υπηρεσιών και άνετες διευκολύνσεις, μοναδικά επίσημα γεύματα, και παροχή εξοπλισμού υψηλών προδιαγραφών για τη διεκπεραίωση μεγάλων συνεδρίων.

Τα «Park Hyatt Hotels», είναι τα «μικρότερα πολυτελείας» της αλυσίδας, τα οποία σχεδιάστηκαν για να εξυπηρετούν τους ιδιαίτερους ταξιδιώτες, που αναζητούν την απομόνωση, το εξατομικευμένο σέρβις και την κομψότητα ενός μικρού Ευρωπαϊκού Ξενοδοχείου. Προσφέρουν ταυτόχρονα την αίσθηση του ασύλου και της πολυτέλειας. Σε συνδυασμό με το ανώτερο επίπεδο τεχνικής, τα «Park Hyatt Hotels» προσφέρουν εξαιρετικά φαγητά και ποτά, οικεία και διακριτική παροχή υπηρεσιών και 24ωρο σέρβις.

Από τη δημιουργία της ξενοδοχειακής αλυσίδας «Hyatt Regency» τον Μάιο του 1980, τα ξενοδοχεία της έγιναν επικεφαλής στη δημιουργία και διαχείριση των πολυτελών καταλυμάτων. Εδώ συμπεριλαμβάνονται τα ακόλουθα: «Hyatt Regency Kauai» στη Χαβάη, «Hyatt Regency La Manga» στη Νότια Ισπανία, «Bali Hyatt» και «Grand Hyatt Bali» στην Ινδονησία, «Hyatt Regency Cheju» στη νότια ακτή της Κορέας, «Hyatt Regency Sanctuary Cove» και «Hyatt Regency Coolum Spa & Resort» στην Αυστραλία, «Hyatt Regency Guam» στη Μικρονησία, «Hyatt Regency Thessaloniki» στην Ελλάδα, «Hyatt Regency Katmandu» στο Νεπάλ και «Hyatt Regency Hue Hen» στην Ταϊλάνδη.

Σήμερα, η εταιρεία HYATT εξειδικεύεται στα πολυτελή ξενοδοχεία με δυνατότητα διεξαγωγής μεγάλων συνεδρίων και εκλεκτών υπηρεσιών για τον ταξιδιώτη-σύνεδρο-επιχειρηματία, διαχειρίζεται ξενοδοχεία σε κεντρικές και μικρότερες πόλεις, τοποθεσίες αεροδρομίων και ηγετικούς προορισμούς παραθέρισης σε όλον τον κόσμο. Σε πολλές πόλεις μάλιστα, η συνεισφορά τους είναι τεράστια, αφού αναζωογονούν την περιοχή σε προσφορά εργασίας, που έχει κατά συνέπεια την αύξηση του πληθυσμού.

Με τα νέα της ξενοδοχεία υπό ανάπτυξη, η διεθνής εταιρεία *HYATT*, προσφέρει πάνω από 20.000 θέσεις εργασίας παγκοσμίως. Έχει αποκτήσει το καλύτερο όνομα, όχι μόνο για τη φυσική της διακριτικότητα και την ενσωμάτωση της εκάστοτε τοπικής κουλτούρας, αλλά και για τη φιλοφροσύνη και το σέρβις που παρέχει στους πελάτες της, οι οποίοι φυσικά και την προτιμούν ξανά και ξανά.





## ΤΑΞΙΔΕΨΤΕ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ

Η Θεσσαλονίκη βρίσκεται στη βόρειο Ελλάδα, είναι πρωτεύουσα του ομώνυμου νομού και εκτείνεται από το λιμάνι μέχρι τις πλαγιές του Χορτιάτη. Η σύγχρονη πόλη ενώνεται με την παλιά.

Τα ξύλινα σπίτια και οι δρόμοι παραπέμπουν στην ανατολή και είναι τα μόνα που σώθηκαν από τη μεγάλη πυρκαγιά του 1917.

Σήμερα η Θεσσαλονίκη έχει περίπου 1.500.000 κατοίκους και είναι από τις λίγες πόλεις που έχει να επιδείξει τόσα σημαντικά μνημεία από την αρχαία, τη μεσαιωνική και τη βυζαντινή περίοδο.

Η Θεσσαλονίκη πήρε το όνομά της από το βασιλιά Κάσσανδρο το 317 π.Χ. που τη βάφτισε με το όνομα της γυναίκας του, της Θεσσαλονίκης. Η Θεσσαλονίκη ήταν αδελφή του Μεγάλου Αλεξάνδρου και κόρη του Φιλίππου Β από τη Θεσσαλή σύζυγό του, τη Νικησίπολη. Από τους πρώτους αιώνες της δημιουργίας της, η Θεσσαλονίκη παίζει σπουδαίο οικονομικό ρόλο στο Μακεδονικό κράτος, σαν το πρώτο λιμάνι της Μακεδονίας. Έτσι δημιουργήθηκε ένα νέο κέντρο του ελληνισμού στο βορρά, σε σπουδαία γεωγραφική θέση, που δε θα αργήσει να συγκεντρώσει την οικονομική δραστηριότητα ολόκληρης της σημερινής βόρειας Ελλάδας και να γίνει στους επόμενους αιώνες μεγάλο κέντρο στρατηγικό, οικονομικό, πνευματικό, χριστιανικό, γενικότερα κέντρο ελληνικού πολιτισμού.

Η προσπάθεια των Ρωμαίων να εκλατινιστεί η πόλη απέβη άκαρπη γιατί ο ελληνικός πολιτισμός αποδείχθηκε ανώτερος και εξελληνίζει τους Ρωμαίους αποίκους. Η πόλη υπέστη όμως πολλές επιδρομές από Σλάβους, Βούλγαρους και Γότθους, που όμως ποτέ δεν κατόρθωσαν να την καταλάβουν λόγω της πίστης και της γενναιότητας των πολιτών αλλά και των ισχυρών τειχών που την οχύρωναν. Πολλές φορές η λαϊκή πίστη

απέδιδε την σωτηρία της Θεσσαλονίκης στον πολιούχο Άγίο της, τον Άγιο Δημήτριο. Από τη Θεσσαλονίκη περνούσε και η Εγνατία οδός, ο δρόμος που ένωνε τη Ρώμη με την Κωνσταντινούπολη. Εδώ ο Απόστολος Παύλος δίδαξε πρώτος το χριστιανισμό και αφού ιδρύθηκε η χριστιανική κοινότητα, απέστειλε τις δύο επιστολές του, «προς Θεσσαλονικείς». Η Θεσσαλονίκη λεηλατήθηκε από τους Σαρακηνούς και τους Νορμανδούς και κατακτήθηκε από τους Φράγκους, τους Τούρκους και τους Γερμανούς. Το 1926 θεμελιώθηκε ο θεσμός που αποδείχθηκε πολύ σημαντικός για το οικονομικό και το εμπορικό μέλλον της πόλης.

Η Διεθνής Έκθεση. Ιδρυτής της είναι ο Νικόλας Γερμανός ο οποίος την εγκαινίασε το 1927. Η Θεσσαλονίκη όπως είναι φυσικό έχει τεράστια και συνεχή κίνηση όλες τις εποχές, μια που αποτελεί έναν ισχυρότατο τουριστικό πόλο. Η Θεσσαλονίκη μαζί με τη Χαλκιδική και την Πέλλα είναι το τρίδυμο πρόκλησης για κάθε επισκέπτη από όλα τα σημεία του κόσμου.



**ΕΜΠΟΡΙΚΑ ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ:** Εάν επιθυμείτε να εκδράμετε για αγορές, η καρδιά της πόλης είναι γεμάτη από καταστήματα σχεδιαστών, γκαλερί και εργαστήρια χειροτεχνίας. Οι τοπικοί τεχνίτες εξειδικεύονται στην επεξεργασία του δέρματος, του χαλκού και του μπρούτζου, καθώς και στα κοσμήματα υψηλής ποιότητας.

Οι κύριοι εμπορικοί δρόμοι της Θεσσαλονίκης είναι οι οδοί Τσιμισκή, Βενιζέλου, Αγίας Σοφίας, Ερμού, Μητροπόλεως, Εγνατία και Μητροπολίτου Ιωσήφ. Στα καταστήματα των δρόμων αυτών θα βρείτε κοσμήματα, γούνες, είδη λαϊκής τέχνης, χειροτεχνήματα, ενδύματα ακόμη και για τα πιο απαιτητικά γούστα.

**ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ:** Η Θεσσαλονίκη φημίζεται για τα καλά της εστιατόρια και την ξεχωριστή τους κουζίνα, τόσο στο κέντρο της πόλης όσο και στα προάστια και τις γύρω περιοχές. Τα καφέ γεμίζουν ζωή τους δρόμους της πόλης ενώ στα παραθαλάσσια εστιατόρια μπορεί κανείς να απολαύσει ποικιλία φρέσκων θαλασσινών γεύσεων.

Οι εκλεκτικοί της γεύσης μπορούν να επιλέξουν από τις πολυάριθμες παραδοσιακές ταβέρνες, τα ουζερί, τις ψησταριές, τα κομνά μπιστρό και τα καταστήματα γρήγορου φαγητού ή τα φημισμένα παραλιακά εστιατόρια που ετοιμάζουν εξαιρετικά ψητά κοτόπουλα. Τοπικές σπεσιαλιτέ είναι ο πατσάς, τα πείνιρλί, η μπουγάτσα, τα θαλασσινά, ιδιαίτερα τα τηγανητά μύδια και το μυδοπίλαφο, το κοτόπουλο στη σούβλα και τα σουτζουκάκια. Οι πλούσιοι αμπελώνες της περιοχής παράγουν κρασί που ανταγωνίζεται σε γεύση και ποιότητα αυτό της Ιταλίας και της Ισπανίας. Αξίζει να τους επισκεφθείτε. Η γνωστή αγορά Μοδιάνο θα γεμίσει τις αισθήσεις σας με την εικόνα και το άρωμα των φρεσκοκομμένων φρούτων και λαχανικών, τις απεριόριστες ποικιλίες ελιών, τα αρωματικά έλαια, τα μπαχαρικά και τα βότανα.

**ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ:** Για τους λάτρεις της νυχτερινής διασκέδασης, τις βραδινές ώρες θα ανακαλύψετε μία πόλη που σφύζει από ζωή. Τα νάιτκλαμπ, οι ντίσκο και τα μπαρ αφθονούν στη Θεσσαλονίκη, ενώ στα μαγαζιά της περιοχής του αεροδρομίου μπορεί κανείς να διασκεδάσει με ελληνική μουσική και μπουζούκια ή να επισκεφτεί ένα από τα μεγαλύτερα καζίνο στην Ευρώπη, το Regency Casino Thessaloniki. Θέατρα και Σινεμά Η Θεσσαλονίκη διαθέτει πολλά θέατρα και περίπου 100 σινεμά, μερικά από τα οποία είναι θερινά και σας δίνουν τη δυνατότητα να απολαύσετε ταινίες κάτω από τον ευχάριστο καλοκαιρινό ουρανό.

**ΛΕΩΦΟΡΕΙΑ:** Το σύστημα αστικών συγκοινωνιών σας δίνει τη δυνατότητα να μετακινηθείτε άνετα, γρήγορα και εύκολα χωρίς να αντιμετωπίσετε προβλήματα στάθμευσης ή μποτιλιαρίσματος. Η τιμή των εισιτηρίων είναι 0,44 Ευρώ, για τα εντός της πόλης δρομολόγια, και θα πρέπει να προμηθευτείτε τα εισιτήριά σας προτού ανεβείτε στο λεωφορείο. Εισιτήρια πωλούνται στα ειδικά εκδοτήρια αλλά και στα περισσότερα περίπτερα.

Το Hyatt Regency Θεσσαλονίκη βρίσκεται εκτός των ορίων της πόλης. Το εισιτήριο κοστίζει 0,44 Ευρώ, ενώ η στάση απέχει περίπου 8 λεπτά με τα πόδια από το ξενοδοχείο. Υπάρχει λεωφορείο κάθε 20 λεπτά για το κέντρο της πόλης, στο οποίο φθάνετε σε περίπου 25 λεπτά.



### ***ΜΝΗΜΕΙΑ ΚΑΙ ΕΚΚΛΗΣΙΕΣ:***

#### **Όρος Άθως**

Το πνευματικό περιβάλλον του Αγίου Όρους με τα ιστορικά μοναστήρια και τους 1700 μοναχούς δίνει την ευκαιρία στον επισκέπτη να ζήσει στιγμές μοναδικής θρησκευτικής κατάνυξης. Εδώ κήρυξε ο Απόστολος Παύλος τον Χριστιανισμό στους λαούς των Βαλκανίων το 50 μ.Χ.



#### **Λευκός Πύργος**

Το σύμβολο της Θεσσαλονίκης, ο Λευκός Πύργος, χτίστηκε το 15<sup>ο</sup> αιώνα ως παράκτιος αμυντικός πύργος. Αρχικά συνέδεε το ανατολικό με το νότιο τείχος της Θεσσαλονίκης, το οποίο κατεδαφίστηκε το 1866. Για

αιώνες χρησιμοποιήθηκε ως φυλάκιο φρουρών και ως φυλακή. Σήμερα λειτουργεί ως μουσείο με διάφορες συλλογές εικόνων, τοιχογραφιών και άλλων τεχνουργημάτων, τα περισσότερα από τα οποία χρονολογούνται από τη Βυζαντινή εποχή.

### **Αψίδα του Γαλάριου**

Χτίστηκε λίγο πριν από το 305 μ.Χ. σε ανάμνηση της νίκης του Γαλέριου κατά των Περσών το 297 μ.Χ. Υψώνεται στο σημείο που ενώνεται η Εγνατία με την Οδό Δημητρίου Γούναρη.

### **Ροτόντα**

Ένα κυκλικό κτίριο το οποίο ανεγέρθηκε το 306 μ.Χ. ως το Πάνθεον ή το Μουσολείο του Γαλέριου. Κατά τη βασιλεία του Μεγάλου Θεοδοσίου έγινε χριστιανική εκκλησία με λίγες μόνο αλλαγές και λίγα πρόσθετα στοιχεία. Τα μωσαϊκά της είναι μοναδικά για την εποχή (4<sup>ος</sup> αιώνας). Βρίσκεται στην οδό Δημητρίου Γούναρη.

### **Αχειροποίητος**

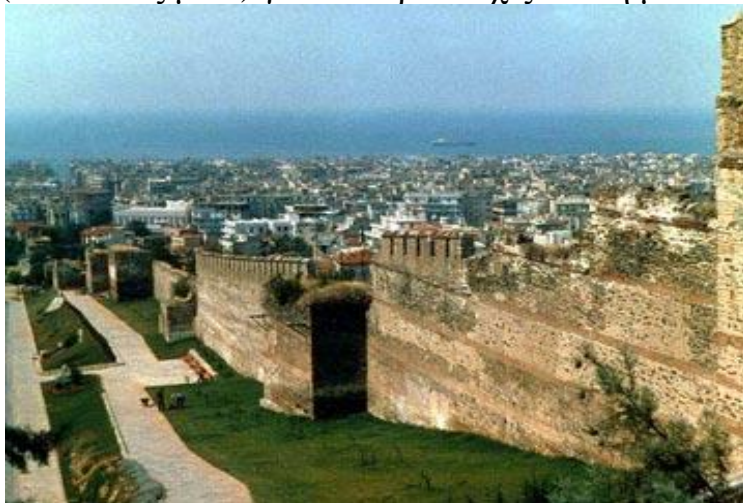
Μεγάλος ναός των πρώτων χριστιανικών χρόνων, ο οποίος χτίστηκε τον 5<sup>ο</sup> αιώνα. Τα μωσαϊκά στο εσωτερικό του ναού είναι απaráμιλλης ομορφιάς και αρμονίας χρωμάτων. Βρίσκεται στην οδό Αγίας Σοφίας.

### **Μονή Λατόμου (Όσιος Δαυίδ)**

Μία εκκλησία των πρώτων χριστιανικών χρόνων, χτισμένη στα τέλη του 5<sup>ου</sup> αιώνα. Τα έξοχα μωσαϊκά της, τα οποία απεικονίζουν τη "Δόξα του Κυρίου" ή το "Όραμα του Ιεζεκιήλ" είναι πασίγνωστα. Βρίσκεται στην Άνω Πόλη.

### **Βυζαντινά Οχυρωματικά Τείχη**

Κατασκευάστηκαν κατά τη διάρκεια της ηγεμονίας του Μεγάλου Θεοδοσίου (4<sup>ος</sup> αιώνας μ.Χ.) για να περιστοιχίζουν τη μεσαιωνική πόλη.





### **Αγία Αικατερίνη**

Χτισμένη τον 13<sup>ο</sup> αιώνα, έχει πολύ όμορφα διατηρημένο το εξωτερικό της τμήμα και κάποια τμήματα τοιχογραφιών.

### **Άγιοι Απόστολοι**

Ναός ρυθμού σταυροειδούς του 14<sup>ου</sup> αιώνα, με διακοσμημένη πρόσοψη, μωσαϊκά και τοιχογραφίες από την εποχή του Παλαιολόγου.

### **Μονή Βλατάδων**

Βρίσκεται στην Άνω Πόλη. Είναι γνωστή για το Πατριαρχικό Ίδρυμα Πατερικών Μελετών, το μοναδικό στον κόσμο. Η εκκλησία είναι σταυροειδούς ρυθμού με τρούλο (14<sup>ος</sup> αιώνας

### **Άγιος Δημήτριος**

Αναστηλώθηκε το 1948, μετά την καταστροφή του κατά τη μεγάλη πυρκαγιά του 1918, αντιγράφοντας το αρχικό σχέδιο της πεντάκλιτης βασιλικής. Η εκκλησία χτίστηκε πάνω στα ερείπια ρωμαϊκού λουτρού και έχει πλούσιο διάκοσμο με μωσαϊκά.

### **Κρύπτη**

Το ανατολικό τμήμα των λουτρών, εκεί όπου φυλακίστηκε, μαρτύρησε και ενταφιάστηκε ο Άγιος Δημήτριος.

### **Αγία Σοφία**

Ένα κτίριο του 8<sup>ου</sup> αιώνα, που αντιπροσωπεύει τη μετάβαση από τη βασιλική με τρούλο προς το σταυροειδή ρυθμό με τρούλο - περίφημα μωσαϊκά.



### Άγιος Νικόλαος Ορφανός

Χτίστηκε τον 14<sup>ο</sup> αιώνα και είναι διακοσμημένη με έξοχες τοιχογραφίες. Από το 17<sup>ο</sup> αιώνα έγινε μετόχι της Μονής Βλατάδων.

### Προφήτης Ηλίας

Χτίστηκε το 1360 από τον μοναχό Μακάριο Χούμνο, στα θεμέλια ενός βυζαντινού ανακτόρου.

Η κομβική θέση της Θεσσαλονίκης στη νοτιοανατολική Ευρώπη και οι υποδομές της, τα δύο της πανεπιστήμια (το Αριστοτέλειο και το Πανεπιστήμιο Μακεδονίας), η Διεθνής Έκθεση (*Helexpo*), το μεγάλο εμπορικό της λιμάνι, το διεθνές αεροδρόμιο "*Μακεδονία*", η Εγνατία Οδός και το σιδηροδρομικό της δίκτυο, την καταστούν ως σταυροδρόμι των Βαλκανίων.



## **ΤΑ ΑΞΙΟΘΕΑΤΑ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΠΟΥ ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ ΕΠΙΣΚΕΦΘΕΙΤΕ:**

**Άνω Πόλη** Η Ακρόπολη της Θεσσαλονίκης! Μία από τις πιο παραδοσιακές και γραφικές περιοχές της πόλης. Αποτελεί το πιο σημαντικό της σημείο, με τα βυζαντινά της τείχη, την αρχιτεκτονική της κληρονομιά και τα μνημεία που κεντρίζουν το ενδιαφέρον του επισκέπτη. Οι πολυάριθμες ταβέρνες που συναντούμε στην περιοχή συμπληρώνουν την εικόνα της πόλης!

**Δάσος του Σέιγ-Σου** Μία καταπράσινη όαση με θέα την πόλη, το δάσος αποτελεί το καταφύγιο πολλών πουλιών και μικρών ζώων αλλά και οικογενειών που θέλουν να ξεφύγουν για λίγες ώρες, να κάνουν πικνίκ στην εξοχή και να επισκεφτούν το ζωολογικό κήπο

**Χορτιάτης** Το βουνό Χορτιάτης, χιονισμένο το χειμώνα, δροσερό και αναζωογονητικό το καλοκαίρι, δεσπόζει στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Το χωριό του Χορτιάτη φημίζεται για τις πολλές ταβέρνες του και τις ποικιλίες κυνηγιού. Περάστε ένα βράδυ δίπλα στο τζάκι με ένα ποτήρι ρετσίνα, συνοδέψτε το με πεντανόστιμο φιλέτο από αρνί ή κοκκορέτσι και νιώστε τη μαγεία των γεύσεων.

**Πανόραμα** Όπως υποδεικνύει και το όνομά του, το προάστιο του Πανοράματος προσφέρει μαγευτική θέα στη θάλασσα και τα τριγύρω βουνά. Το κοσμοπολίτικο εμπορικό του κέντρο, με εξαιρετικά ζαχαροπλαστεία και κινέζικα εστιατόρια, αποτελεί μια θαυμάσια εναλλακτική λύση από το κέντρο της πόλης.

**Χαλκιδική** Η Θεσσαλονίκη βρίσκεται πολύ κοντά στην περιοχή της Χαλκιδικής, η οποία αποτελείται από τρεις χερσονήσους, την Κασσάνδρα, τη Σιθωνία και το Όρος Άθως. Τόπος διακοπών που συνδυάζει ιδανικά τα καθαρά καταπράσινα νερά, τα μεγάλα πευκοδάση, ένα άψογο δίκτυο συγκοινωνίας και μία καλά αναπτυγμένη τουριστική υποδομή, η Χαλκιδική αποτελεί τον αγαπημένο προορισμό διακοπών για τους έλληνες και τους ξένους τουρίστες.

**Δέλτα Αξιού** Ο Αξιός ποταμός, μολονότι βρίσκεται πολύ κοντά στο δυτικό τμήμα της πόλης, έχει διατηρήσει ανέγγιχτη τη χλωρίδα και την πανίδα του. Το δέλτα του ποταμού αποτελεί παράδεισο για τους παρατηρητές πουλιών, ενώ στο κοντινό χωριό του Καλοχωρίου σερβίρονται τα μεγαλύτερα μύδια που έχετε δει ποτέ, φρέσκα με λεμόνι και ελαιόλαδο.

**Χωριά του Θερμαϊκού** Οι παραλίες στην ανατολική πλευρά του Θερμαϊκού Κόλπου βρίσκονται πολύ κοντά σε μερικά από τα πιο

δημοφιλή χωριά, ιδιαίτερα κατά την περίοδο του καλοκαιριού, όπως η Περαία, οι Νέοι Επιβάτες, η Αγία Τριάδα, η Επανομή και η Νέα Μηχανιώνα. Στις ταβέρνες και τα ουζερί τους θα απολαύσετε φρέσκα ψάρια και μεζέδες, ενώ θα διασκεδάσετε στα παραθαλάσσια μπαρ και τα σύγχρονα κλαμπ. Οι παραλίες αυτές, με τα υπέροχα γαλάζια νερά και τις χρυσές αμμουδιές, έχουν βραβευθεί πολλές φορές με τη Μπλε Σημαία της Ευρωπαϊκής Ένωσης για την καθαρότητα του νερού τους.

**Αρετσού** Η παραλία της Αρετσούς βρίσκεται δίπλα στην Καλαμαριά, στο ανατολικό τμήμα της πόλης. Εκεί θα βρείτε και τη μαρίνα με τα πολυτελή σκάφη και τις γραφικές ψαρόβαρκες. Οι τοπικές ταβέρνες προσφέρουν φρέσκα ψάρια και κρασί δίπλα στη θάλασσα.

**Λαγκαδάς** Μόλις 20 χιλιόμετρα βόρεια της Θεσσαλονίκης, βρίσκεται η καταπράσινη, ορεινή και ανέγγιχτη περιοχή του Λαγκαδά, ο παράδεισος των ορειβατών. Η περιοχή φημίζεται για τα "αναστενάρια" του, που γιορτάζονται το Μάιο, κατά τα οποία οι ντόπιοι περπατούν πάνω σε αναμμένα κάρβουνα χωρίς να καίγονται, λόγω της βαθιά τους πίστης.

**Ημαθία** Μία περιοχή πλούσια σε βυζαντινά μνημεία και ιστορία. Εδώ βρίσκονται οι πόλεις Βέροια και Νάουσα, καθώς και δύο εξαιρετικά χιονοδρομικά κέντρα, τα Τρία-Πέντε Πηγάδια και το Σέλι.

#### ***ΚΟΝΤΙΝΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ:***

- Ωραιόκαστρο
- Ασβεστοχώρι
- Περαία
- Νέοι Επιβάτες
- Αγία Τριάδα
- Νέα Μηχανιώνα
- Επανομή
- Νέα Κρήνη
- Ασπροβάλτα



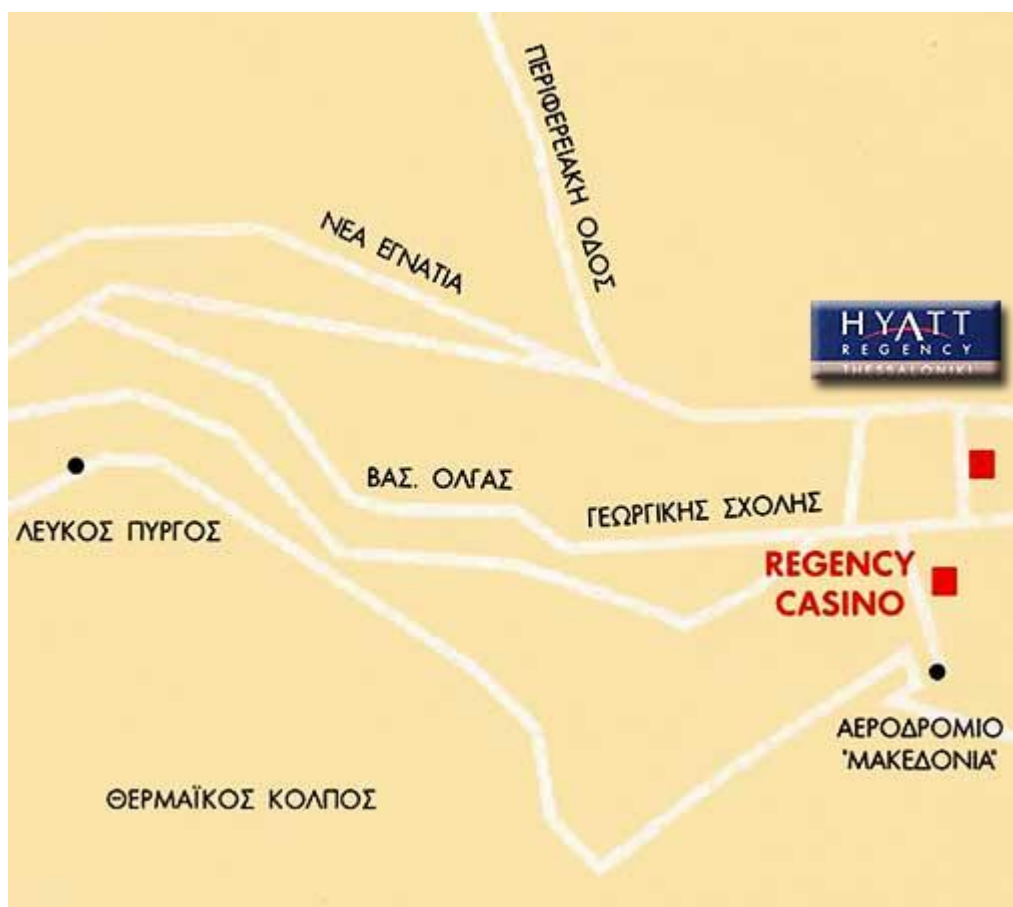
**Hyatt Regency Θεσσαλονίκη**  
**13ο χλμ. Θεσσαλονίκης-Περαίας**  
**57001 Θεσσαλονίκη**  
**Ελλάς**  
**Τηλ.: +30 2310 401 234**  
**Φάξ: +30 2310 401 100**  
**E-mail:**

**[http://thessaloniki.regency.hyatt.gr/thess\\_el/email.html](http://thessaloniki.regency.hyatt.gr/thess_el/email.html)**

Το *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη είναι το πρώτο ξενοδοχείο της διεθνούς αλυσίδας ξενοδοχείων Hyatt στην Ελλάδα. Απέχει μόλις 13 χιλιόμετρα από το κέντρο της πόλης και μόνο πέντε λεπτά από το διεθνές αεροδρόμιο "Μακεδονία" της Θεσσαλονίκης. Επίσης, σε λιγότερο από μία ώρα, μπορεί να βρεθεί κανείς σε μερικές από τις ωραιότερες παραλίες της Ελλάδας, στα μοναστήρια του Αγίου Όρους ή, σε λίγα λεπτά, στο μεγαλύτερο καζίνο της Ευρώπης, το *Regency Casino* Θεσσαλονίκη. Πρόκειται για ένα ξενοδοχείο ιδανικό για διαμονή επαγγελματιών αλλά και για όσους επιθυμούν μερικές μέρες ξεκούρασης και χαλάρωσης. Τα 152 υπέροχα πολυτελή δωμάτια συμπεριλαμβανομένων και 34 σουϊτών, είναι τα μεγαλύτερα δωμάτια και σουίτες στη Βόρειο Ελλάδα, βρίσκονται σε χαμηλά κτίσματα μέσα σε ένα εκπληκτικό περιβάλλον που συνδυάζει σε μια εκπληκτική ισορροπία την πισίνα, τον καταρράκτη και τους εντυπωσιακούς καταπράσινους κήπους. Στο εστιατόριο *Ambrosia*, μπορεί κανείς να απολαύσει την εξαιρετική κουζίνα του *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη. Οι συνεδριακές εγκαταστάσεις του ξενοδοχείου, το *Grand Ballroom*, το *Regency Ballroom*, οι έξι αίθουσες συνεδριάσεων και η μία αίθουσα συσκέψεων, καθώς και οι εντυπωσιακοί υπαίθριοι χώροι, είναι ιδανικές για να φιλοξενήσουν μικρές και μεγάλες εκδηλώσεις, συναντήσεις και συνέδρια. Σε απόσταση μόλις ενός χιλιομέτρου από το ξενοδοχείο, στο *Regency Casino* Θεσσαλονίκη, ένα από τα μεγαλύτερα και πολυτελέστερα καζίνο της Ευρώπης, θα βρείτε τη φαντασμαγορία και τη μαγεία του Λας Βέγκας συνδυασμένη και προσαρμοσμένη στην κομψότητα των ευρωπαϊκών προτύπων.

## **ΠΩΣ ΦΘΑΝΕΤΕ ΣΤΗ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ:**

Το αεροδρόμιο "Μακεδονία" της Θεσσαλονίκης απέχει μόλις πέντε λεπτά από το *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη. Πολλές ευρωπαϊκές αεροπορικές και charter εταιρείες πραγματοποιούν απευθείας πτήσεις από το Παρίσι, το Λονδίνο, το Βερολίνο, το Μιλάνο, το Άμστερνταμ, την Κολωνία, τη Φρανκφούρτη, την Κωνσταντινούπολη και τη Βουδαπέστη. Όλες οι μεγάλες αεροπορικές εταιρείες από τις Ηνωμένες Πολιτείες, την Ασία, την Ευρώπη, την Αφρική, τη Νότια Αμερική και τη Μέση Ανατολή πραγματοποιούν απευθείας πτήσεις στην Αθήνα, με ανταπόκριση 30 λεπτών στη Θεσσαλονίκη. Η Θεσσαλονίκη επίσης συνδέεται με απευθείας πτήσεις με τις μεγάλες ελληνικές πόλεις όπως το Ηράκλειο και τα Χανιά στην Κρήτη, τη Ρόδο, τη Σαντορίνη και τη Μύκονο.



## **ΑΠΟ ΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ:**

### **Με αυτοκίνητο**

□ Από το αεροδρόμιο κατευθυνθείτε προς τους φωτεινούς σηματοδότες, όπου θα δείτε πινακίδες που οδηγούν αριστερά προς τη Θεσσαλονίκη και δεξιά προς την Περαιά. Στρίψτε δεξιά για Περαιά.

- Αφού περάσετε τους φωτεινούς σηματοδότες του Καζίνο, στρίψτε δεξιά στους επόμενους σηματοδότες και στη συνέχεια αμέσως αριστερά για να διασχίσετε κάθετα την κεντρική οδό, με κατεύθυνση προς το *North College*.
- Συνεχίστε ευθεία και 200 μέτρα μετά θα δείτε την πινακίδα του ξενοδοχείου *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη.

### Με ταξί

Το κόμιστρο είναι περίπου 3,50 Ευρώ και περιλαμβάνει την επιβάρυνση αεροδρομίου.

### Με λεωφορείο (shuttle)

Υπάρχει λεωφορείο του ξενοδοχείου που εξυπηρετεί τη μεταφορά σας από και προς το αεροδρόμιο. Η στάση του λεωφορείου είναι στο χώρο στάθμευσης αυτοκινήτων ακριβώς έξω από τις Αφίξεις. Επικοινωνήστε με το ξενοδοχείο για να ενημερωθείτε για το δρομολόγιο του λεωφορείου.

<b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ/ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ/ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ/</b>	<b>ΠΟΛΗ/</b>		
<b>ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΟΛΗ</b>	<b>ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ</b>		
	<b>Ο</b>		
<b>7.00, 7.30</b>	<b>7.15, 7.45</b>		
<b>8.00, 8.30</b>	<b>8.15, 8.45</b>	<b>8.00</b>	
<b>9.00, 9.30</b>	<b>9.15, 9.45</b>		<b>9.30</b>
<b>10.00, 10.30</b>	<b>10.15, 10.45</b>	<b>10.30</b>	
<b>11.00, 11.30</b>	<b>11.15, 11.45</b>		<b>11.30</b>
<b>12.00, 12.30</b>	<b>12.15, 12.45</b>	<b>12.30</b>	
<b>13.00, 13.30</b>	<b>13.15, 13.45</b>		<b>13.30</b>
<b>14.00, 14.30</b>	<b>14.15, 14.45</b>	<b>14.30</b>	
<b>15.00, 15.30</b>	<b>15.15, 15.45</b>		
<b>16.00, 16.30</b>	<b>16.15, 15.45</b>		<b>16.00</b>
<b>17.00, 17.30</b>	<b>17.15, 17.45</b>		
<b>18.00, 18.30</b>	<b>18.15, 18.45</b>	<b>18.00</b>	
<b>19.00, 19.30</b>	<b>19.15, 19.45</b>		<b>19.00</b>
<b>20.00, 20.30</b>	<b>20.15, 20.45</b>	<b>20.00</b>	
<b>21.00, 21.30</b>	<b>21.15, 21.15</b>		<b>21.00</b>
<b>22.00, 22.30</b>	<b>22.15, 22.45</b>	<b>22.00</b>	
<b>23.00, 23.30</b>	<b>23.15, 23.45</b>		<b>23.00</b>



- Σημείο συνάντησης Αεροδρομίου: Στο πάρκινγκ λεωφορείων του αεροδρομίου.
  - Στάσεις στην Πόλη: Αρχαιολογικό μουσείο (Λευκός Πύργος), Πλατεία Αριστοτέλους, Τράπεζα της Ελλάδας (Πλατεία Ελευθερίας - Ίωνος Δραγούμη)
  - Από το κέντρο προς το ξενοδοχείο η διαδρομή ξεκινά από Λευκό Πύργο (Χωρίς Στάση)
- Απόσταση από το Ξενοδοχείο
- Αεροδρόμιο - 3 χιλιόμετρα, 5 λεπτά με αυτοκίνητο
  - Κέντρο Θεσσαλονίκης - 13 χιλιόμετρα, 20 λεπτά με αυτοκίνητο
  - Λιμάνι - 15 χιλιόμετρα, 25 λεπτά με αυτοκίνητο
  - Regency Casino* - 1 χιλιόμετρο, 3 λεπτά με αυτοκίνητο
  - Χαλκιδική - 45 χιλιόμετρα, 40 λεπτά με αυτοκίνητο

### **ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ:**

Το *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη προσφέρει σε όλους τους επισκέπτες του που θα το επιλέξουν για τη διαμονή τους τις εξής υπηρεσίες:

- Technology Concierge*
  - Θυρωρείο
  - Γρήγορο κλείσιμο λογαριασμών (*express check-out*)
  - Καθαριστήριο και υπηρεσία *valet*
  - Καταστήμα δώρων, διεθνούς τύπου και περιοδικών
  - Δωρεάν χώρο πάρκινγκ για 530 αυτοκίνητα
  - Φύλαξη παιδιών, κατόπιν αίτησης
  - Πολύγλωσσο προσωπικό
  - 24ωρη Εξυπηρέτηση Δωματίου
  - Ανταλλαγή Συναλλάγματος
  - Ενοικίαση λιμουζίνας ή αυτοκινήτου κατόπιν αίτησης
  - Υπηρεσία χρηματοκιβωτίου στο τμήμα υποδοχής αλλά κι ατομικά στα δωμάτια
  - Συναλλαγές με τις κυριότερες πιστωτικές κάρτες
  - Κεντρικό Σύστημα Κρατήσεων για το δίκτυο ξενοδοχείων *Hyatt* σε όλο τον κόσμο
  - Κοσμηματοπωλείο
  - ATM* 24ωρης λειτουργίας
- Υπηρεσίες Εξυπηρέτησης Πελατών

Το προσωπικό Εξυπηρέτησης Πελατών βρίσκεται στη διάθεσή σας για να σας βοηθήσει σε οποιοδήποτε αίτημά σας κατά τη διάρκεια της διαμονής σας. Θα σας εξυπηρετήσει σε κάθε περίπτωση, κλείνοντάς σας τραπέζι για γεύμα ή για δείπνο, οργανώνοντας μία ξενάγηση, παραγγέλλοντας λουλούδια, δίνοντας κρατήσεις σε άλλα ξενοδοχεία ή για λιμουζίνες.

Αν χρειάζεστε περισσότερες πληροφορίες, παρακαλώ επικοινωνήστε με την κυρία Σίντυ Μαγαζή, Υπεύθυνη της Υπηρεσίας Εξυπηρέτησης Πελατών, στο τηλέφωνο: 2310 401277 ή στο 8277 εάν καλείτε εσωτερικά από το ξενοδοχείο.

### **ΧΑΡΤΕΣ:**

#### **Χάρτης Ελλάδος.**



### Χάρτης περιοχής Θεσσαλονίκης



### Τοπικός χάρτης Θεσσαλονίκης



**REGENCY ENTERTAINMENT A.E.**  
**ΑΛΛΑΓΗ ΕΠΩΝΥΜΙΑΣ ΚΑΙ ΔΙΑΚΡΙΤΙΚΟΥ ΤΙΤΛΟΥ ΤΗΣ**  
**ΕΤΑΙΡΕΙΑΣ**  
**08-09-2006**

Το Διοικητικό Συμβούλιο της εταιρείας "Hyatt Regency Ξενοδοχειακή & Τουριστική (Ελλάς) ΑΕ" ενημερώνει το επενδυτικό κοινό ότι την 29η Ιουνίου 2006 η Τακτική Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρείας, μεταξύ των άλλων θεμάτων, αποφάσισε την αλλαγή της επωνυμίας της σε "Regency Entertainment Ψυχαγωγική & Τουριστική ΑΕ" με διακριτικό τίτλο "Regency Entertainment". Το Υπουργείο Ανάπτυξης με την αριθ. Κ2-12288 / 22.8.2006 απόφασή του ενέκρινε την τροποποίηση του σχετικού άρθρου του Καταστατικού της εταιρίας. Το Διοικητικό Συμβούλιο του Χρηματιστηρίου Αθηνών στη συνεδρίασή του της 7.9.2006 ενημερώθηκε για την ανωτέρω απόφαση.

Κατόπιν των ανωτέρω, με απόφαση του Δ.Σ. της εταιρίας, ορίζεται ότι από τις 12.9.2006, η επωνυμία της εταιρίας στο Χρηματιστήριο Αθηνών αλλάζει σε "Regency Entertainment Ψυχαγωγική & Τουριστική ΑΕ" με διακριτικό τίτλο "Regency Entertainment". Για περισσότερες πληροφορίες οι κ.κ. μέτοχοι μπορούν να απευθύνονται στο *Τμήμα Εξυπηρέτησης Μετόχων της εταιρείας (τηλ. 210 6149800, κος Χρήστος Τάγκας, κα Μαριάνα Σκουτζή)*.

Για περισσότερες πληροφορίες, μην διστάσετε να επικοινωνήσετε με: τον κύριο Νίκο Μπορνόζη, Πρόεδρο της Capital Link Inc. στην Νέα Υόρκη στο τηλ. (212) 661-7566, fax: (212) 661-7526. Το παραπάνω δελτίο τύπου καθώς και άλλες πληροφορίες είναι διαθέσιμες στην ιστοσελίδα της *Capital Link, www.c*



**ΑΡΘΡΟ: <ΣΤΟ ΠΡΟΣΚΗΝΙΟ ΤΗΣ ΓΕΥΣΗΣ>  
Από τη Βίκυ Τρύφωνα.**

**Τα εστιατόρια των ξενοδοχείων επανέρχονται δυναμικά στο προσκήνιο της γεύσης και αποφασίζουν πλέον να επενδύσουν σε μεγάλα ονόματα chef επιδιώκοντας να αναζητήσουν νέες κατευθύνσεις στη γαστρονομία.**

Τα ξενοδοχεία αντιλαμβανόμενα τον επισιτιστικό τομέα ως έναν τομέα που μπορεί να τους εξασφαλίσει ανταγωνιστικότητα και κέρδη, επιλέγουν τη δημιουργία εστιατορίων, μέσα στο χώρο των μονάδων τους τα οποία όμως λειτουργούν ως ξεχωριστές επιχειρηματικές μονάδες. Κάνουν αυτόνομη προώθηση των εστιατορίων τους, έχουν στόχο την προσέλκυση εξωτερικών πελατών που δεν διαμένουν στο ξενοδοχείο, και σε κάποιες περιπτώσεις τα εστιατόρια έχουν εντελώς διαφορετική διεύθυνση.

**Γιατί όμως τα ξενοδοχεία επιλέγουν πλέον να λειτουργούν εστιατόρια ως ξεχωριστές επιχειρηματικές μονάδες; Ο Διευθυντής Εποπτείας και Εκμεταλλεύσεως του Athens Hilton κ. Γιάννης Χωμενίδης εξηγεί:**  
«Μιλώντας πάντα για τα ξενοδοχεία πόλεως που διευθύνονται από διεθνείς ξενοδοχειακές αλυσίδες, οι τάσεις σήμερα είναι να αντιμετωπίζονται ως ξεχωριστές μονάδες και η εκάστοτε διεύθυνση του ξενοδοχείου να επικεντρώνει όλες τις δυνάμεις της και τα μέσα που διαθέτει με σκοπό τη συνεχόμενη αναβάθμιση του χώρου. Συχνά δε παρατηρείται το φαινόμενο η διεύθυνση του ξενοδοχείου να δίνει ιδιαίτερη σημασία στην εξεύρεση ενός στελέχους - chef με αναγνωρισμένες ικανότητες και με διεθνή εμπειρία ώστε να μπορεί να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις του κοινού.

Άλλωστε μην ξεχνάμε ότι η εστιατορική αγορά στη χώρα μας και ιδιαίτερα στην Αθήνα τα τελευταία χρόνια έχει να επιδείξει ένα σκληρό ανταγωνισμό που μόνο προς όφελος όλων μπορεί να οδηγήσει. Στην προηγούμενη δεκαετία τα εστιατόρια αυτού του είδους, ελλείπει σκληρού ανταγωνισμού είχαν ένα εξασφαλισμένο μερίδιο αγοράς ενώ αντιθέτως τα τελευταία χρόνια έχουν να ανταγωνιστούν προσπάθειες ιδιωτών εστιατόρων που έχουν αποδείξει ότι μπορούν να επιτύχουν ένα αξιοζήλευτο αποτέλεσμα σε όλα τα επίπεδα όπως στην ευρηματικότητα του μενού, στη δημιουργικότητα των εδεσμάτων, στην παρουσίαση των πιάτων, στο πολύ καλό service κ.λπ. Επίσης πολύ συχνά στις ημέρες μας αλλά και παλιότερα καταβάλλονταν ιδιαίτερες προσπάθειες με ποικίλες ενέργειες όπως γαστρονομικά festivals, ειδικές βραδιές κ.λπ. ώστε να προωθούνται οι πωλήσεις του εστιατορίου και να γίνεται όλο και πιο γνωστότερο στο ευρύ κοινό αποκτώντας όλο και μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς».

Ο Γενικός Διευθυντής του *Athenian Callirhoe Exclusive Hotel* κ. Αντώνης Φλούδας συμφωνεί: «Η έμφαση στην ποιοτική διαφοροποίηση των προσφερόμενων υπηρεσιών έχει γίνει πλέον συνείδηση από το μεγαλύτερο κομμάτι της ξενοδοχειακής αγοράς. Προς αυτή την κατεύθυνση επέλεξαν να κινηθούν όσοι εκ των ξενοδόχων αποφάσισαν να διαφοροποιήσουν τα επισιτιστικά τους τμήματα μέσω εξωτερικών συνεργασιών. Σε αυτή την προσπάθεια απαγκίστρωσης από το κλασικό ξενοδοχειακό μοντέλο, η συνεργασία με εστιατόρια προσφέρει επιχειρηματικά πλεονεκτήματα όπως το άνοιγμα στην αγορά της Αθήνας, την επιπλέον προσφορά επισιτιστικών επιλογών στην ενδοξενοδοχειακή πελατεία, και την προστιθέμενη αξία με την οποία αμφοτέρες οι επιχειρήσεις αλληλοτροφοδοτούνται. Η βασική προϋπόθεση βέβαια είναι οι παραπάνω συνεργασίες να είναι επιτυχημένες». Στο ***Callirhoe*** λειτουργεί το διάσημο πλέον **Etrusco**, στο οποίο είναι μέτοχοι τόσο ο ιδιοκτήτης του ξενοδοχείου κ. Βασίλης Βελάνης όσο και ο **chef κ. Etrusco Botrini**.

Ο κ. Φλούδας επισημαίνει «Μέρος του οράματος και της φιλοσοφίας του βασικού μετόχου του "*The Athenian Callirhoe Exclusive Hotel*" κ. Βασίλη Κ. Βελάνη, ήταν να επαναπροσδιορίσει τη θέση των εστιατορίων των ξενοδοχείων στο χάρτη της αθηναϊκής διασκέδασης. Τα ξενοδοχεία έπρεπε να καθοριστούν ξανά ως μια από τις επιλογές των Αθηναίων για τη διασκέδασή τους, κάτι που είχε εκλείψει αρκετά χρόνια πριν. Σε αυτή την προσπάθεια είχαμε την τύχη να συνεργαστούμε με τον κ. Ettore Botrini, έναν άνθρωπο που μοιράζεται μαζί μας τις ίδιες αξίες. Το *background* της οικογένειας *Botrini* αποτέλεσε εχέγγυο για την υλοποίηση του σχεδίου. Η μακρόχρονη εμπειρία του κ. *Etrusco Botrini* (*Executive Chef* διεθνών προσωπικοτήτων) και το εξαιρετικό ταλέντο του γιου του *Ettore* (*Best chef in Greece for 2005*) συναντήθηκαν με τη

φιλοσοφία και το status του "*The Athenian Callirhoe*" παράγοντας ένα άριστο αποτέλεσμα με τη μορφή του *Callirhoe Etrusco*».

**Αντίστοιχα ο κ. Κώστας Τζανέτος, Director of Food & Beverage του Ledra Marriott,** τονίζει: «Ο λόγος που τα εστιατόρια των ξενοδοχείων έχουν τα τελευταία χρόνια να επιδείξουν ποιοτικές και πρωτοποριακές προσεγγίσεις έχει να κάνει κυρίως με τη μεγάλη αύξηση και ραγδαία βελτίωση του ανταγωνισμού από τα ανεξάρτητα εστιατόρια, στην Αθήνα τουλάχιστον. Στην περίπτωση αυτή βλέπουμε ότι ο υγιής ανταγωνισμός λειτουργεί θετικά στη βελτίωση του τελικού προϊόντος. Άλλωστε και οι πελάτες των ξενοδοχείων, άρα και των εστιατορίων τους, είναι πολύ πιο «εκπαιδευμένοι» και ταξιδεύουν και συγκρίνουν πολύ περισσότερο από ό,τι πριν από 10 ή και 20 χρόνια. *Ο κύριος λόγος που κάποια ξενοδοχεία επιλέγουν να λειτουργήσουν εστιατόρια ή ανεξάρτητες επιχειρηματικές μονάδες στους χώρους τους έχει συχνά να κάνει με την προσπάθεια για τον περιορισμό των λειτουργικών εξόδων στο κομμάτι του επισιτισμού που είναι και τα υψηλότερα από όλα τα τμήματα ενός ξενοδοχείου*»

#### **BRAND NAMES:**

**\_ Γενικά ακόμα και αν ένα εστιατόριο δεν λειτουργεί ως ξεχωριστή οντότητα σε σχέση με το ξενοδοχείο, στόχος είναι γενικά το εστιατόριο να αναγνωρίζεται από τους πελάτες χωρίς απαραίτητα να συνδέεται με το ξενοδοχείο, να δημιουργήσει δηλαδή το δικό του *brand name*. «Το εστιατόριο Kona Kai του Ledra Marriott δεν είναι ανεξάρτητη επιχειρηματική μονάδα, αλλά θέλουμε να το γνωρίζουν οι πελάτες μας ως ξεχωριστή οντότητα, όπως ακριβώς το γνωρίζουν στα 23 χρόνια λειτουργίας του μέχρι τώρα. Ο λόγος είναι γιατί οι πελάτες του ανήκουν κατά 75% περίπου στην εγχώρια αγορά και μόνο κατά 25% είναι ένοικοι του ξενοδοχείου», τονίζει ο κ. Τζανέτος. Η ανάγκη είναι κάθε φορά να δημιουργείται ένα πολύ ιδιαίτερο προϊόν, διαφορετικό από ό,τι μπορεί να βρει ο πελάτης σε οποιοδήποτε άλλο εστιατόριο. Η δημιουργικότητα του chef παίζει πρωταγωνιστικό ρόλο στη διαφορετικότητα του κάθε εστιατορίου και βεβαίως το service είναι υψηλού επιπέδου. Για παράδειγμα, «το προϊόν του *Kona Kai* είναι Πολυνησιακή και Ιαπωνική (*Terpanyaki και Sushi*) κουζίνα, με κάποια πιάτα από την Κινέζικη κουζίνα, με προσπάθειες να προσαρμοστούν κάποιες γεύσεις στα γούστα των Ελλήνων πελατών (π.χ. πικάντικες και καυτερές γεύσεις)», αναφέρει ο κ. Τζανέτος.**

Ο κ Φλούδας περιγράφοντας το *Etrusco* αναφέρει: «Η έμφαση στη δημιουργικότητα ταυτόχρονα με την εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου συστήματος *customer service* καθιέρωσαν ταχύτατα το "*Callirhoe Etrusco*" στη συνείδηση των πελατών μας. Το menu χαρακτηρίζεται από τις ανεξάντλητες εμπνεύσεις του κ. Ettore Botrini, που αρέσκεται στο να δημιουργεί πάντα πέρα από τα καθιερωμένα, κρατώντας ταυτόχρονα τις

μεσογειακές του "πινελιές". Αρωγός στην επιτυχία το *service* του εστιατορίου το οποίο, με την καθοδήγηση του *Maitre* κ. Ηρακλή Ευθυμίου υπόσχεται στους πελάτες του "*Callirhoe Etrusco*" μια αξέχαστη εμπειρία. Το ολοκληρωμένο αποτέλεσμα αγκαλιάστηκε με ζεστασιά από τους πελάτες μας μέσα σε ελάχιστο χρονικό διάστημα με αποτέλεσμα να υπάρχει πλέον πολύ μεγάλο ποσοστό επαναλαμβανόμενων πελατών (*repeaters*). Το Αθηναϊκό κοινό λοιπόν αποτελεί το μεγαλύτερο ποσοστό των επισκεπτών, ακολουθούμενο κατά πόδας από τους *in house* πελάτες που μετά χαράς επιλέγουν πλέον να δειπνήσουν σε ένα από τα καλύτερα εστιατόρια της χώρας!

Κινήσεις όπως το 1ο Φεστιβάλ των Ελλήνων *Chef*, το οποίο φιλοξενήσαμε στις αρχές του 2005, θα έχουν την ανάλογη συνέχεια, δεδομένου ότι ο κ. Βασίλης Βελάνης αρέσκεται στις εκπλήξεις!».

**Η φιλοσοφία του Hilton είναι λίγο διαφορετική:** «Μια κουζίνα με έμφαση στη χώρα την οποία το εστιατόριο του ξενοδοχείου δραστηριοποιείται αλλά με μεγάλο ποσοστό αφιερωμένο στη λεγόμενη διεθνή κουζίνα αφού εκ των πραγμάτων απευθύνεται σε όλες τις εθνικότητες που διαμένουν στο ξενοδοχείο. Το λεγόμενο *target group* είναι μεγάλο αφού αποτελείται από επισκέπτες με σκοπό την εργασία, ψυχαγωγία, εκπαίδευση κ.λπ. Εδώ πρέπει να ληφθεί υπόψη και ο παράγοντας της χρέωσης δωματίου αφού και εδώ υπάρχει μια μεγάλη ακτίνα χρεώσεων αναλόγως την προέλευση και τον όγκο των κρατήσεων. Για αυτό το λόγο παρατηρείται πολύ συχνά ένα μεγάλο εύρος στα προσφερόμενα προϊόντα όπως για παράδειγμα ταυτόχρονη λειτουργία του *buffet* με τη διάθεση και ενός μενού *a la carte*, ειδικά *set* κ.λπ.», αναλύει ο κ. Χωμενίδης. **Μιλώντας για την τάση που επικρατεί στο εξωτερικό, όπου τα μεγαλύτερα κι καλύτερα εστιατόρια βρίσκονται εντός ξενοδοχείων, ο κ. Χωμενίδης τονίζει:** «Είναι αλήθεια ότι πολλά ξενοδοχεία στο εξωτερικό εμπιστεύονται τη λειτουργία ενός *concept restaurant* ή *αλλιώς theme restaurant* (θεματικού εστιατορίου) σε γνωστούς εστιατορες-chefs που έχουν καταφέρει και δημιουργήσει μια δυνατή παρουσία στη διεθνή γαστρονομική σκηνή. **Είναι γνωστά τα ονόματα του Γάλλου *chef Alain Ducasse*, του Αμερικανού *Todd English*, του Βρετανού *Gordon Ramsey* κ.λπ.** Αυτό γίνεται διότι τα τελευταία χρόνια οι ξενοδοχειακές αλυσίδες έχουν δώσει έμφαση στη «δύναμη» των κρατήσεων και των εσόδων δωματίων έτσι ώστε να υπολείπονται έναντι των ιδιωτών εστιατόρων -*chef*.

Ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα των ανωτέρω είναι η παρουσία εδώ και 2 χρόνια του άκρως επιτυχημένου εστιατορίου *Milos* που δραστηριοποιείται στο ξενοδοχείο μας.

Το εστιατόριο αυτό επιλέχθηκε μεταξύ πολλών για τη μοναδικότητά του και την εξειδίκευσή του στα θαλασσινά και στις αγνές πρώτες ύλες που συλλέγονται και παρασκευάζονται με πολύ μεράκι από τον κ. Σπηλιάδη».





**ΑΡΘΡΟ:**  
**UERGEN VON MASSOW:ΠΡΩΗΝ ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ**  
**ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI.**  
**-Ιανουάριος 2004.-**

«Το ξενοδοχείο *Hyatt Regency*, πρωτολειτούργησε τον *Απρίλιο του 1999*, με το προφίλ ενός ξενοδοχείου πόλεως, όπου θα συνδυάζονται τα όμορφα τοπία με την ευχάριστη διαμονή και την πολυποίκιλη παροχή υπηρεσιών όσον αφορά αυτήν ως ξεκούραση, ή ως προς τη διετέλεση μιας συγκέντρωσης ή ενός συνεδρίου, το τελευταίο πρωτοποριακό για τα τότε δεδομένα της Ελλάδας.

Το ξενοδοχείο σχεδιάστηκε για να ικανοποιήσει τις ανάγκες των εξεζητημένων πελατών, με μοναδικά σχεδιασμένα δωμάτια και αίθουσες φιλοξενίας και όλες τις επαγγελματικές ευκολίες που χρειάζεται ο σύγχρονος ταξιδιώτης.

Τώρα, στον πέμπτο χρόνο της λειτουργίας του, το *Hyatt Regency* στη Θεσσαλονίκη, αναδείχτηκε ως το νούμερο ένα ξενοδοχείο στην πόλη στην παροχή υπηρεσιών και τροφίμων, τόσο σε έλληνες, όσο και σε ξένους πελάτες.

Το *Hyatt Regency*, αναδείχτηκε σαν το κορυφαίο ως προς τις ανάγκες των πελατών του. Οι εκτεταμένες και καλά οργανωμένες αίθουσες συνεδρίων εναρμονίζονται με τις ανάγκες των διοργανωτών συνεδρίων. Η άψογη εξυπηρέτηση και το πλήθος των παρεχόμενων υπηρεσιών, όπως και η ύπαρξη οργανωμένου πάρκινγκ, το καθιστούν μια ιδανική επιλογή

για την πραγματοποίηση σοβαρών συνεδρίων. Όσον αφορά τις δεξιότητες, οι κήποι μας έχουν γίνει ένας πολύ δημοφιλής τόπος συγκέντρωσης, για τον εορτασμό οποιονδήποτε κοινωνικών εκδηλώσεων. Η ποιότητα του φαγητού και της εξυπηρέτησης από το εξειδικευμένο μας προσωπικό, έχουν πείσει τους επισκέπτες μας και τους έχουν κάνει να προτιμήσουν ξανά το ξενοδοχείο μας σε πολλές περιπτώσεις.

*Μερικά από τα γεγονότα που έλαβαν χώρα στο ξενοδοχείο μας, είναι τα ακόλουθα:*

- *Πολιτικά συνέδρια, όπως αυτό του Υπουργείου Αμύνης, με καλεσμένους υπουργούς αμύνης από την Ευρώπη και την Αμερική.*
- *Συνέδριο των ελλήνων και αμερικανών εθελοντών.*
- *Συνέδριο του Υπουργείου Ανάπτυξης.*
- *Πολιτικές συγκεντρώσεις ποικίλων θεμάτων, κ.α..*  
*Πολλοί φορείς πραγματοποίησαν εκδηλώσεις, όπως:*
- *Η ελληνική αντικαρκινική εταιρεία, το σώμα ελληνίδων οδηγών, η Χ.Α.Ν.Θ, κ.α..*
- *Επιδείξεις μόδας διασήμων ελλήνων σχεδιαστών όπως Λουκία, Μακης Τσελιος, Ασλανης, Παπαδοπουλου, Πασχαλιδης.*
- *Παρουσιάσεις αυτοκίνητων κορυφαίων εταιρειών όπως Nissan, Mercedes, Ford, Mitsubishi.*
- *Συγκεντρώσεις εταιρειών, εκπαίδευση και σεμινάρια.*
- *Διεθνείς εταιρείες όπως Amstel, msd, Acal Fiber.*

Η τοποθεσία που βρίσκεται το ξενοδοχείο, αποτελεί κρίσιμο αντικείμενο συζήτησης για πολλούς διοργανωτές συνεδρίων. Ενώ αρχικά πολλοί άνθρωποι πίστευαν πως το ξενοδοχείο είναι αρκετά μακριά από την πόλη, αυτή η λογική έχει αναιρεθεί τελείως. Η γειτνίαση του με το αεροδρόμιο, καθιστά πιο εύκολο στους συμμετέχοντες να προσεγγίσουν το ξενοδοχείο χωρίς να παγιδευτούν στην κυκλοφοριακή κίνηση. Οι τεράστιες εγκαταστάσεις *parking* βεβαιώνουν πως το μόνιμο πρόβλημα *parking* στη Θεσσαλονίκη, δεν έχει καμία απολύτως επίδραση στο ξενοδοχείο μας.

Το ότι βρίσκεται εκτός πόλεως, εγγυάται στους συμμετέχοντες στο συνέδριο πως μπορούν να συγκεντρωθούν εντελώς στα γεγονότα που πραγματοποιούνται στο ξενοδοχείο.

Κυρίως λόγω της θέσης, είχαμε την δυνατότητα να δημιουργήσουμε ένα θέρετρο όπου παρέχουμε εκτεταμένους κήπους, μεγάλες πισίνες και ψυχαγωγικές ευκολίες στους πελάτες μας.

Γενικά, ο τομέας των συνεδρίων είναι σημαντικός και συνεχώς θα αποτελεί τη ραχοκοκαλιά της μέριμνας του ξενοδοχείου μας. Θα προοδεύουμε ομόψυχα για την τελειότητα της εξυπηρέτησης που προσφέρουμε, και της κατάστασης του εξοπλισμού μας.

Ο στόχος μας είναι να κάνουμε τη Θεσσαλονίκη περισσότερο γνωστή στη διεθνή αγορά, ώστε να προσεγγίσει πιο πολλές δουλειές από το εξωτερικό προς την Ελλάδα. Αυτό βέβαια πρέπει να γίνει με τη συνεργασία των συνεταιίρων μας στην πόλη, με την *Πανελλήνια Ένωση Ξενοδόχων*, τον *Διεθνή Οργανισμό Συνεδρίων*, και τοπικούς φορείς της πόλης. Αυτό που χρειαζόμαστε, είναι ένα αξιοπρεπές σχέδιο *marketing* που θα προωθήσει τη Θεσσαλονίκη σαν ένα προορισμό που καλύπτει την αγορά των συνεδρίων και των εκθέσεων, ισάξια με άλλους ελκυστικούς προορισμούς παγκοσμίως.

Θα διατηρήσουμε την καλή μας σχέση με τους διάφορους διοργανωτές και συνεδρίων και εκδηλώσεων, δουλεύοντας μ' αυτούς ως συνεταιίρους, προκειμένου να επιτύχουμε την πλήρη ικανοποίηση των πελατών μας σήμερα και στο μέλλον.



**ΑΡΘΡΟ:  
ΜΑΝΟΣ ΜΑΤΣΑΚΗΣ:ΓΕΝΙΚΟΣ ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ ΣΤΟ HYATT  
REGENCY THESSALONIKI.**

Η χρονιά για το ξενοδοχείο μας ξεκίνησε δυναμικά και το πρώτο εξάμηνο εξελίχθηκε θετικά σε όλα τα πεδία. Στο διάστημα αυτό φιλοξενήθηκαν στους χώρους μας με απόλυτη επιτυχία, μεγάλες, σημαντικές και εξαιρετικά απαιτητικές εκδηλώσεις.

Η ενδεικτική απαρίθμηση ορισμένων μόνον από αυτές δίνει το στίγμα του μεγέθους και της σημαντικότητας τους. Το Δεκέμβριο διοργανώθηκε στο ξενοδοχείο το *Money Show*, ο *ετήσιος Χορός Των Ρόδων του Συλλόγου Φίλων του Παραρτήματος της Αντικαρκινικής Εταιρείας Μακεδονίας-Θράκης*, ο *ετήσιος Χορός της Γερμανικής Σχολής*, το *Gala Dinner του Πανελλήνιου Πνευμονολογικού Συνεδρίου* και η *Δημοπρασία της Hellenic Auctions*, σε συνεργασία με την ΕΛΕΠΑΠ.

Ακολούθησαν, τον Ιανουάριο η *ετήσια κοπή πίτας της Στοργής* και το *φιλανθρωπικό Gala του Αγίου Στυλιανού*, ενώ το Φεβρουάριο φιλοξενήθηκε στο Ξενοδοχείο ο *6<sup>ος</sup> Διεθνής Διαγωνισμός Οίνου*.

Το Μάρτιο διοργανώθηκε στο Ξενοδοχείο μας το *Τουρνουά Squash*, υπό την αιγίδα της *Διεθνούς Ομοσπονδίας Squash* και με συμμετοχές *υψηλότετου επιπέδου*, καθιστώντας τη Θεσσαλονίκη επιλογή και προορισμό διεθνών διοργανώσεων κύρους.

Στο πεδίο των αναβαθμίσεων και των συνεχών βελτιώσεων των υποδομών, εφαρμόζουμε πλέον το *high speed and wireless internet access* στα δωμάτια, στους συνεδριακούς χώρους, στο *Lobby Lounge* του

Ξενοδοχείου και στην περιοχή της πισίνας, παρέχοντας με αυτόν τον τρόπο μια σημαντική υπηρεσία στους πελάτες μας, τόσο σε αυτούς που διαμένουν στο *Hyatt Regency Thessaloniki*, όσο και σε αυτούς που το επισκέπτονται για επαγγελματικούς ή άλλους λόγους.

Βελτιώσαμε, επίσης, το φωτισμό στα γήπεδα τένις, προχωρήσαμε σε ανανέωση και αναβάθμιση της ηχητικής εγκατάστασης του *Grand Ballroom*, σε αντικατάσταση των διαδρόμων *jogging του Fitness Center Club Olympus* και σε μια σειρά άλλων εργασιών, με στόχο την αισθητική βελτίωση των χώρων και την ποιοτική αναβάθμιση των υπηρεσιών.

Η χρονιά ξεκίνησε όντως πολύ δυναμικά και είμαστε βέβαιοι ότι με τον ίδιο τρόπο θα συνεχιστεί και για τους επόμενους μήνες, με σταθερή επιλογή εκ μέρους μας την εμμονή στη φιλοξενία υψηλού επιπέδου.

**Γ. ΤΣΑΜΑΣΛΗΣ**  
**ΑΝΤΙΝΟΜΑΡΧΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ,**  
**ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑΣ**  
*Θεσσαλονίκη 13-10-2005*

Σχετικά με την συνέντευξη τύπου που θα διενεργηθεί την 13-10-2005 σας αποστέλλω τις *ισχύουσες Αγορανομικές Διατάξεις σχετικά με τους ελέγχους που διενεργούνται στα καταστήματα εστίασης* και σας γνωρίζω επί πλέον:

\* Οι καταγγελίες σχετικά με τα καταστήματα εστίασης διερευνούνται άμεσα από την Δ/ση Εμπορίου.

\* Μικτά κλιμάκια ελεγκτών της υπηρεσίας μας και της Δ/σης Υγείας διενεργούν συνεχείς ελέγχους στα καταστήματα εστίασης τις βραδινές ώρες για τον έλεγχο των συνθηκών Υγιεινής, των συνθηκών συντήρησης και αποθήκευσης των Τροφίμων και προβαίνουν σε δειγματοληψίες πρώτων υλών για την διαπίστωση της ποιότητάς τους. Επίσης ελέγχεται η κατάσταση των ελαίων στις φριτέζες τηγανίσματος, η επισήμανση των πρώτων υλών, η ημερομηνία διατηρησιμότητάς τους καθώς επίσης και ο τρόπος διακίνησής τους από τους προμηθευτές (Ειδικότερα η διακίνηση ψωμιού, τυροκομικών, κατεψυγμένων κ.λπ.).

\* Σε περίπτωση που διαπιστωθεί η παρουσία τροφίμων ακαταλλήλων προς βρώση καταστρέφονται και ακολουθεί παραπομπή στον Εισαγγελέα.

*Οι καταναλωτές οφείλουν:*

\* πριν μπουν στο κατάστημα να συμβουλευθούν τον τιμοκατάλογο που βρίσκεται ανηρτημένος στην είσοδο του καταστήματος για να ενημερωθούν για τις τιμές των ειδών του καταστήματος.

\* να ζητήσουν οπωσδήποτε τον τιμοκατάλογο πριν παραγγείλουν

\* να ελέγξουν τον λογαριασμό εάν τα είδη χρεώθηκαν στις τιμές του τιμοκαταλόγου.

\* Να συμπληρώσουν το δελτίο παραπόνων που υπάρχει σε κάθε κατάστημα εάν έχουν σοβαρά παράπονα η συγκεκριμένη καταγγελία για το κατάστημα.

**Ο ΑΝΤΙΝΟΜΑΡΧΗΣ Γ. ΤΣΑΜΑΣΛΗΣ**

## **1. ΠΙΝΑΚΑΣ ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

- \* Παραδοσιακά καφενεία
- \* Παραδοσιακές ταβέρνες
- \* Εστιατόρια
- \* Κοσμικές ταβέρνες
- \* Καφετέριες
- \* Μπαρ - Καφεμπάρ
- \* Καντίνες πάσης φύσεως
- \* Ζαχαροπλαστεία
- \* Κυλικεία
- \* Ταχυφαγεία (*FASTFOOD*)
- \* Σουβλατζίδικα
- \* Χώροι πρόχειρης Εστίασης
- \* Καφετέριες - Εστιατόρια Ξενοδοχείων\* Λοιπά παρόμοια καταστήματα.

## **2. ΒΑΣΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΗΣ ΑΓΟΡΑΝΟΜΙΚΗΣ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑΣ**

### **A. Νομοθετικό πλαίσιο:**

Ο Αγορανομικός Κώδικας (Ν.Δ. 136/46) και οι εκδιδόμενες, κατ' εξουσιοδότηση αυτού, Αγορανομικές Διατάξεις

Οι Νόμοι 1401/83 και 1732/87

Το άρθρο 24 του Ν. 703/77 "περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελευθέρου ανταγωνισμού"

Οι Αγορανομικές Διατάξεις εκδίδονται από τον Υπουργό Ανάπτυξης ή από εξουσιοδοτημένα απ' αυτόν, πρόσωπα, όπως οι Νομάρχες.

Είναι Νόμοι προσωρινής ισχύος, έχουν δε νομοθετικό περιεχόμενο. Κατ' ουσία είναι διοικητικές πράξεις εκτελεστές και ισχύουν σε ολόκληρη την Επικράτεια.

### **B. Κυρώσεις:**

Οι παραβάτες των Αγορανομικών Διατάξεων παραπέμπονται στα Ποινικά (Αγορανομικά Δικαστήρια) και τιμωρούνται με φυλάκιση (εξαγοράζεται) ή χρηματική ποινή ή και με τα δύο.

Σε περίπτωση που Αγορανομικά αδικήματα έχουν αποποινικοποιηθεί, οι παραβάτες παραπέμπονται στις Νομαρχιακές Επιτροπές για την επιβολή Διοικητικών κυρώσεων (χρηματικά πρόστιμα).

(άρνηση προσφοράς, έλλειψη πινακίδων, καταλόγων κ.λπ.

πρόστιμο άμεσο 300ευρώ Ν. 3190/2004

Στην περίπτωση που έχουμε υπέρβαση των τιμών του τιμοκαταλόγου και των πινακίδων ή είσπραξη κερδών μεγαλύτερων από τα ισχύοντα με Α.Δ., πέραν της ποινικής δίωξης που θα ασκηθεί, επιβάλλονται, σύμφωνα με τον Ν. 1401/83, Διοικητικά πρόστιμα, που κυμαίνονται από 733€-29.347€

### Γ. Γενικά:

Οι διενεργούμενοι σήμερα Αγορανομικοί έλεγχοι δεν συναρτώνται άμεσα με τον έλεγχο των τιμών, αλλά επικεντρώνονται κυρίως στην τήρηση των κανόνων διαφάνειας των συναλλαγών ανάμεσα στους πολίτες και τις Επιχειρήσεις.

Σκοπός των ελέγχων είναι η προστασία του εισοδήματος των καταναλωτών, του υγιούς Εμπορίου αφ' ενός και αφ' ετέρου της Εθνικής Οικονομίας από αθέμιτες πρακτικές και συμπεριφορές των επιχειρήσεων.

Οι τιμές των προϊόντων και των υπηρεσιών διαμορφώνονται ελεύθερα. Η λειτουργία των κανόνων του υγιούς Ανταγωνισμού, η αποφυγή των στρεβλώσεων του, η οικονομική αρχή της προσφοράς και της ζήτησης είναι οι μόνοι διαμορφωτές των τιμών και της ορθολογικοποίησής τους.

Εξαιρούνται οι τιμές των Φαρμάκων, των Παιδικών Τροφών και των Οπωροκηπευτικών. Επίσης δεν διαμορφώνονται ελεύθερα οι τιμές των εγχώριων Εμφιαλωμένων Νερών, Αναψυκτικών, Χυμών - Καφέδων κλπ, καθώς και των Τυποποιημένων - Συσκευασμένων ειδών που πωλούνται σε συγκεκριμένους χώρους. Οι χώροι αυτοί θα αναφερθούν πιο κάτω.

Σημείωση: Όπου αναφέρεται Α.Κ. σημαίνει Αγορανομικός Κώδικας, όπου Α.Δ. σημαίνει Αγορανομική Διάταξη.

### **3. ΕΛΕΓΧΟΜΕΝΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ**

Στα πλαίσια των αρμοδιοτήτων της Δ/νσής μας, οι έλεγχοι μας επικεντρώνονται κυρίως στην πιο κάτω Οικονομική Δραστηριότητα.

Καταστήματα Εστίασης - Αναψυχής (παραδοσιακά καφενεία, παραδοσιακές ταβέρνες, εστιατόρια, κοσμικές ταβέρνες, καφετέριες, μπαρ, καφεμπάρ, καντίνες πάσης φύσεως, ζαχαροπλαστεία, κυλικεία,



ταχυφαγεία (fast food), σουβλατζίδικα, χώροι πρόχειρης εστίασης, καφετέριες - εστιατόρια ξενοδοχείων κ.λπ. παρόμοια καταστήματα.

**Σε τι επικεντρώνονται οι έλεγχοι μας.**

**A. Εστίαση - Αναψυχή**

1. Η σύνταξη των τιμοκαταλόγων στην Ελληνική γλώσσα είναι υποχρεωτική. Προαιρετικά μπορεί, να συντάσσονται οι τιμοκατάλογοι και σε άλλη γλώσσα. Οι τιμοκατάλογοι πρέπει να είναι τοποθετημένοι τουλάχιστον στο 50% των τραπεζιών. Υποχρεωτική είναι και η τοποθέτηση τιμοκαταλόγου, στην κύρια είσοδο του καταστήματος, σε φωτιζόμενο "υαλόφρακτο" πλαίσιο, άρθρο 237 της Α.Δ. 14/1989.

2. Η σύνταξη των τιμοκαταλόγων πρέπει να είναι σύμφωνη με το άρθρο 234 της Α.Δ. 14/1989. Ιδιαίτερη σημασία πρέπει να δίδεται στην αναγραφή επί των τιμοκαταλόγων, της ποσότητας, σε ml, του ζύθου, οίνων, οινοπνευματωδών ποτών, μεταλλικών νερών και σόδας καθώς και στην αναγραφή της επωνυμίας ή του τίτλου της Επιχείρησης παραγωγής τους.

3. Είναι υποχρεωτική, σύμφωνα με το άρθρο 208 της Α.Δ. 14/1989, η αναγραφή από τα καταστήματα Εστίασης - Αναψυχής, στους τιμοκαταλόγους τους:

\* του είδους των χρησιμοποιούμενων ελαίων, δηλαδή ελαιόλαδο, σπορέλαια κ.λπ.

\* των ενδείξεων: προτηγανισμένο, προμαγειρευμένο, κατεψυγμένο και

\* η αναφορά αν το προσφερόμενο τυρί είναι φέτα (Π.Ο.Π.),

Προστατευμένης Ονομασίας Προϊόν, ή άλλο παρόμοιο.

4. Είναι υποχρεωτική η προσφορά, κατά το άρθρο 223 της Α.Δ. 14/1989, από Καφεενία, Καφέ Μπαρ, Καφεζαχαροπλαστεία και λοιπά Παρόμοια Καταστήματα:

\* του Ελληνικού καφέ εφ' όσον προσφέρονται και αλλού τύπου καφέδες

\* των Αναψυκτικών και Ποτών σε φιάλες, εφ' όσον προσφέρονται Χυμοί σε ποτήρια καθώς και η κατοχή και διάθεση ποτών Αεριούχων και μη, Εντόπιας Παραγωγής.

5. Είναι υποχρεωτική η τήρηση Διπλότυπων Μπλοκ παραγγελίας σε κάθε τραπέζι. Επίσης η Ταμειακή Απόδειξη θα πρέπει να συνοδεύεται με το πρωτότυπο του διπλοτύπου, άρθρο 235 της Α.Δ. 14/1989.

**6.** Υποχρεωτικά προσφέρονται Προσυσκευασμένοι Οίνοι και Ποτά εγχωρίως παραγόμενα, εφ' όσον προσφέρονται όμοια προϊόντα εισαγωγής καθώς και διάθεση Εγχώριων Οίνων χύμα από εστιατόρια και λοιπά παρόμοια Καταστήματα παρασκευής φαγητών άρθρο 244 της Α-Δ. 14/1989.

**7.** Υποχρεωτική τήρηση Δελτίων Παραπόνων σε ειδική θήκη στην έξοδο των καταστημάτων Εστίασης - Αναψυχής. Επίσης σε εμφανές σημείο του τιμοκαταλόγου θα αναγράφεται, στα Ελληνικά, Αγγλικά, Γαλλικά και Γερμανικά η ένδειξη: "το κατάστημα υποχρεούται να διαθέτει έντυπα δελτία σε ειδική θήκη δίπλα στην έξοδο για τη διατύπωση οποιασδήποτε διαμαρτυρίας" Α.Δ. 3/97.

**8.** Υποχρεωτική η αναγραφή της ενδεικτικής τιμής λιανικής πώλησης σε Εμφιαλωμένα Νερά που παράγονται στην Ελλάδα και διατίθενται σε συγκεκριμένους χώρους όπως: Αεροδρόμια, Αθλητικοί χώροι (Στάδια - Γήπεδα), Αρχαιολογικοί χώροι, Επιβατηγά πλοία, Σιδηρόδρομοι, Σταθμοί ΟΣΕ - ΚΤΕΛ, Κινηματογράφοι - Θέατρα, Α.Δ. 7/2003. Οι ενδεικτικές τιμές των ανωτέρω ειδών είναι οι ανώτερες επιτρεπόμενες, σύμφωνα με την Α.Δ. 10/2003.

**9.** Με την Α.Δ. 16/2003 στους παραπάνω αναφερθέντες χώρους έχουν καθοριστεί συγκεκριμένες τιμές για καφέδες, χυμούς, τσάι κλπ όπως:

- \* Ελληνικός καφές - Τσάι 1,5€κατ' ανώτατο όριο
- \* Στιγμιαίος - Φίλτρου 2,0€κατ' ανώτατο όριο
- \* Καπουτσίνο - Εσπρέσσο - Φρέντο - Σοκολάτα 2,5€κατ' ανώτατο όριο
- \* Φυσικοί χυμοί 2,5€κατ' ανώτατο όριο

Οι τιμές περιλαμβάνουν τον Φ.Π.Α.

Επίσης για όλα τα Συσκευασμένα - Τυποποιημένα προϊόντα που διατίθενται όπως έχουν αγορασθεί και πωλούνται με το σύστημα της Αυτοεξυπηρέτησης (Self-Service) έχουν καθορισθεί ανώτατα ποσοστά μικτού κέρδους 45%. Οι τελικές τιμές διαμορφώνονται με βάση την τιμή αγοράς, τα τυχόν μεταφορικά έξοδα, το ανωτέρω ποσοστό μικτού κέρδους και τον αναλογούντα Φ.Π.Α.

**10.** Οι Επιχειρήσεις λιανικής πώλησης ειδών όπως Κυλικεία - Καντίνες κ.λ.π, είναι υποχρεωμένες να έχουν σε κάθε είδος που εκθέτουν τοποθετημένη πινακίδα που ν' αναγράφει:

- \* την ποιότητα εφ' όσον προβλέπεται από άλλες διατάξεις
- \* την χώρα παραγωγής
- \* την τιμή πώλησης

Άρθρο 38§2 του Α.Κ. και άρθρο 69 της Α.Δ. 14/1989.

**11.** Οι τιμές που εισπράττονται από τους επιχειρηματίες είναι αυτές που αναγράφονται στις πινακίδες ή τους τιμοκαταλόγους, άρθρο 32§6 του Α.Κ. και άρθρο Ι του Ν. 1401/83.

### ***Β. Υποχρεώσεις υπευθύνων Ελεγχόμενων Επιχειρήσεων***

\* Να διευκολύνουν το έργο των ελεγκτών με το να παραδίδουν σε αυτούς όλα τα κατεχόμενα δικαιολογητικά, τιμολόγια κ.λπ. για τη διαπίστωση της τιμής αγοράς των διαφόρων προϊόντων.

ο Να αναφέρουν τα στοιχεία ταυτότητας τους.

ο Να αναφέρουν τη διεύθυνση κατοικίας τους.

ο Να αναφέρουν το Α.Φ.Μ. τους και την αρμόδια Δ.Ο.Υ.

\* Να συμμορφώνονται με τις παρατηρήσεις των ελεγκτών.

### ***Γ. Υποχρεώσεις Ελεγκτών***

\* Διενεργούν ελέγχους σύμφωνα με την σχετική εντολή ελέγχου.

\* Οι ελεγκτές δηλώνουν την ιδιότητα τους και επιδεικνύουν την εντολή ελέγχου.

\* Αν ζητηθεί η εντολή ελέγχου δίδεται φωτοτυπία της με μέριμνα του υπευθύνου της επιχείρησης.

\* Σε περίπτωση άρνησης, δυσχέρασης ή παρεμπόδισης ελέγχου γνωστοποιείται στον ελεγχόμενο ότι τούτο αποτελεί παράβαση της ισχύουσας Αγορανομικής Νομοθεσίας, άρθρο 30§14 του Α.Δ.

\* Ενημερώνουμε τον ελεγχόμενο για τις παραβάσεις που τυχόν διαπιστώσαμε καθώς και για τις κυρώσεις οι οποίες προβλέπονται από την ισχύουσα Νομοθεσία.

\* Αποφεύγουμε διαπληκτισμούς και η συμπεριφορά μας θα πρέπει να είναι στα πλαίσια της ευγένειας και της διακριτικότητας.

\* Την επόμενη ημέρα του ελέγχου συντάσσουμε την έκθεση Ελέγχου και σε συνεργασία με τους προϊσταμένους προβαίνουμε στις παρεπόμενες ενέργειες.

\* Οι ελεγκτές υποχρεούνται να τηρούν τους κανόνες εχεμύθειας τα δε στοιχεία των επιχειρήσεων που λαμβάνουν, κατά τον έλεγχο, είναι εμπιστευτικού χαρακτήρα.

## **ΤΜΗΜΑ ΤΡΟΦΟΔΟΣΙΑΣ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.**

Ένας από τους σημαντικότερους τομείς παροχής υπηρεσιών σε ένα ξενοδοχείο, είναι το τμήμα *Τροφίμων και Ποτών (F&B)*, που σχετίζεται με όλες τις εσωτερικές επισιτιστικές εγκαταστάσεις και λειτουργίες του ξενοδοχείου (*εστιατόρια, bars, room service, ζαχαροπλαστεία, καφετέριες*). Το τμήμα τροφίμων και ποτών ενός ξενοδοχείου, περιλαμβάνει όλους τους χώρους παραλαβής, αποθήκευσης, προετοιμασίας, μεταποίησης και κατανάλωσης τροφίμων και ποτών. Η σωστή οργάνωση και διαχείριση των προμηθειών και η λογική τιμολόγηση των υπηρεσιών με γνώμονα το συνολικό κόστος της προετοιμασίας και την ποιότητα των υλικών είναι παράγοντες που επιδρούν αποφασιστικά στην αύξηση της κερδοφορίας της επιχείρησης. Ωστόσο ακόμα μεγαλύτερο ρόλο παίζει η διαμόρφωση μιας ποιοτικής εικόνας για το ξενοδοχείο και η εξασφάλιση της εμπιστοσύνης των πελατών ως προς το θέμα της σίτισης τους.

Τα τελευταία χρόνια, με την έντονη πληροφόρηση γύρω από διεθνή διατροφικά σκάνδαλα (σπογγώδης εγκεφαλοπάθεια στις αγελάδες, νόσος των πουλερικών, εντοπισμός επικίνδυνων χρωστικών και άλλου είδους ουσιών σε διάφορα προϊόντα κ.λ.π) και τον κλονισμό της εμπιστοσύνης των καταναλωτών, έγινε φανερή η ανάγκη προστασίας της δημόσιας υγείας από κινδύνους που ελλοχεύουν στον τρόπο χειρισμού της τροφής στις επιχειρήσεις εστίασης. Προς αυτή την κατεύθυνση *θεσπίστηκαν νομοθετικά μέτρα σε ευρωπαϊκό, παγκόσμιο, και εθνικό επίπεδο τα οποία προσπαθούν να οριοθετήσουν την ασφαλή διαχείριση των πρώτων υλών και των τροφίμων σε όλα τα στάδια, από την παραγωγή ως την κατανάλωση.* Παράλληλα, η ανάγκη αποτελεσματικής προστασίας της δημόσιας υγείας και η επιθυμία ανάκτησης της εμπιστοσύνης του καταναλωτή, οδήγησαν στην καθιέρωση ειδικών προτύπων συστημάτων διασφάλισης ποιότητας (*ISO 9000, HACCP*) και ειδικών μηχανισμών ελέγχου και πιστοποίησης κάθε υπηρεσίας που σχετίζεται με την παραγωγή, την επεξεργασία, τη μεταφορά ή τη μεταποίηση τροφίμων.

### **ΝΟΜΟΘΕΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ:**

Οι γενικοί κανόνες υγιεινής των τροφίμων σε κάθε στάδιο ορίζονται με την υπ' αριθμόν 93/43 οδηγία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, η οποία έχει κανονιστική δράση για όλα τα κράτη-μέλη θέτει ως πρωταρχικό μέλημα της την προστασία της ανθρώπινης υγείας.

Το 2002 εκδίδεται επιπλέον μια γενική νομοθεσία για τα τρόφιμα που συν τοις άλλοις ορίζει ότι από τις αρχές του παρόντος έτους όλα τα τρόφιμα θα πρέπει να μπορούν να εντοπιστούν σε όλο το μήκος της τροφικής αλυσίδας. Παράλληλα, επιβάλλονται κανονισμοί σε επιμέρους

θέματα που αφορούν στη σήμανση των τροφίμων, στη χρήση φυτοφαρμάκων, συμπληρωμάτων διατροφής, ορμονών και «μεταλλαγμένων προϊόντων» και επιβάλλεται η εφαρμογή (από το 2006) νέων πιο επίκαιρων κανόνων υγιεινής και αυστηρότερων ελέγχων. Ειδικότερα όσον αφορά τις επιθεωρήσεις σε κοινοτικό επίπεδο τόσο μεμονωμένων εγκαταστάσεων όσο και κυβερνήσεων, το ρόλο έχει το Γραφείο Τροφίμων και Κτηνιατρικών θεμάτων (*ΓΤΚΘ*) που εδρεύει στην Ιρλανδία και είναι αρμόδιο για την επιτήρηση των ελέγχων που γίνονται σε εθνικό επίπεδο από τα κράτη-μέλη.

Με τον ίδιο ευρωπαϊκό κανονισμό αποφασίζεται η ίδρυση της Ευρωπαϊκής Αρχής για την Ασφάλεια των Τροφίμων (*ΕΑΑΤ*), η οποία έχει την ευθύνη εποπτείας όλων των σταδίων παραγωγής και εφοδιασμού τροφίμων και επιπλέον λειτουργεί συμβουλευτικά προς την Ευρωπαϊκή Επιτροπή για την κατάρτιση νομοθεσίας και προς τους φορείς λήψης αποφάσεων για την αντιμετώπιση κρίσεων.

Η συμμόρφωση της Ελληνικής νομοθεσίας προς την οδηγία 93/94 πραγματοποιείται στις 4/10/2000 (*ΜΥΑ 487/2000, ΔΕΚ 1219Β*) και επιβάλλει σε όλες τις επιχειρήσεις τροφίμων και ποτών να μεριμνήσουν για τη διασφάλιση της ποιότητας των προϊόντων που διαθέτουν στους καταναλωτές.

Παράλληλα, το Ελληνικό Υπουργείο Ανάπτυξης μέσω του Ενιαίου Φορέα Ελέγχου Τροφίμων (*ΕΦΕΤ*) έχει προχωρήσει στη σύνταξη εξειδικευμένων οδηγιών για τους κανόνες υγιεινής σε κάθε επιχείρηση και χώρο επισιτισμού. Ένας τέτοιος «Οδηγός Υγιεινής έχει συνταχθεί και για τις επισιτιστικές επιχειρήσεις των ξενοδοχείων σύμφωνα με το νομικό πλαίσιο που προαναφέραμε και τον *Codex Alimentations*. Στη συνέχεια θα παρουσιάσουμε τα βασικά σημεία του κανονισμού τα οποία αφορούν στις προδιαγραφές των χώρων παρασκευής, αποθήκευσης και συντήρησης τροφίμων, στο είδος του εξοπλισμού, στον τρόπο και τη συχνότητα καθαρισμού και απολύμανσης, στην εκπαίδευση και υγιεινή του προσωπικού και στον ορθό τρόπο διαχείρισης των τροφίμων.

### **ΟΔΗΓΟΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ ΤΟΥ ΕΦΕΤ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ:**

#### **-Αρχές λειτουργίας HACCP-**

Ο οδηγός υγιεινής του *ΕΦΕΤ* στοχεύει στον εντοπισμό και στην καθιέρωση των απαιτούμενων κανόνων υγιεινής στους χώρους τροφίμων του ξενοδοχείου ώστε το τελικό προϊόν που απευθύνεται στον πελάτη-καταναλωτή να είναι ασφαλισμένο απέναντι στους συνηθισμένους κινδύνους επιμόλυνσης που εμφανίζονται κυρίως στα στάδια της μεταφοράς, της αποθήκευσης και της παρασκευής. Η επιμόλυνση μπορεί να προέρχεται από βιολογικούς, χημικούς ή φυσικούς παράγοντες, δηλαδή από

παθογόνους μικροοργανισμούς ή βακτήρια που αναπτύσσονται μέσα στα τρόφιμα (σταφυλόκοκκος, σαλμονέλα κ.λ.π), από χημικές ουσίες (κατάλοιπα φυτοφαρμάκων, τοξικές ουσίες, απορρυπαντικά κ.τ.λ) και από ξένα σώματα ή άλλους εξωτερικούς παράγοντες αλλοίωσης (τροφικά, έντομα, οσμές, γυαλιά, τρίχες, σκόνη κ.ά). Ο ΕΦΕΤ αναγνωρίζει ως τον πλέον αποδεκτό τρόπο μείωσης των παραπάνω κινδύνων την εφαρμογή του προληπτικού συστήματος *HACCP* (*Hazard Analysis Critical Control Points*) από κάθε ξενοδοχείο και βασίζει τον κανονισμό υγιεινής του πάνω στις επτά αρχές λειτουργίας του *HACCP*.

Προσδιορισμός και ανάλυση των κινδύνων (*Hazard Analysis*) και καθορισμός των απαραίτητων προληπτικών μέτρων για τον έλεγχο τους.

Προσδιορισμός των κρίσιμων σημείων ελέγχου (*ΚΣΕ, Critical Control Points*). Πρόκειται, για τα σημεία, στάδια ή διαδικασίες που παρουσιάζουν υψηλό επίπεδο εμφάνισης κινδύνων για την ασφάλεια των τροφίμων και γι' αυτό χρήζουν ελέγχου.

Καθιέρωση κρίσιμων ορίων για κάθε *ΚΣΕ*. Το κρίσιμο όριο είναι η τιμή-κριτήριο το οποίο διαχωρίζει το αποδεκτό από το μη αποδεκτό και προκύπτει από κατάλληλες μετρήσεις ή παρατήρηση.

Σύστημα παρακολούθησης για κάθε *ΚΣΕ*.

Καθιέρωση των διορθωτικών ενεργειών για κάθε *ΚΣΕ*. Στην ουσία πρόκειται για των καθορισμό των διορθωτικών ενεργειών σε περίπτωση απόκλισης από τα κρίσιμα όρια που έχουν οριστεί για κάθε σημείο ελέγχου και για την κατανομή των επιμέρους αρμοδιοτήτων.

Καθιέρωση διαδικασιών επαλήθευσης και επικύρωσης του συστήματος *HACCP*.

Καθιέρωση της τεκμηρίωσης του συστήματος *HACCP*. Η ορθή λειτουργία του συστήματος πιστοποιείται μέσα από την τήρηση αρχείου για θέματα καθαρισμού χώρων και τροφίμων, θερμοκρασίας των ψυγείων και των τροφίμων, διορθωτικών ενεργειών κ.τ.λ)

Πέρα από το σύστημα *HACCP* το οποίο έχει προληπτική δράση, η οδηγία του ΕΦΕΤ δίνει έμφαση και στην τήρηση των αναγκαίων κανόνων υγιεινής τους οποίους εξειδικεύει ανάλογα με το χώρο και το στάδιο διαχείρισης της τροφής.

## ***ΚΑΝΟΝΕΣ ΥΓΙΕΙΝΗΣ:***

### ***-Σχεδιασμός και Κατασκευή Χώρων-***

Ο σχεδιασμός, η επιλογή των υλικών, η κατασκευή και η διαρρύθμιση των χώρων πρέπει να γίνεται με γνώμονα τον προορισμό λειτουργίας κάθε χώρου ο οποίος καθορίζει το απαιτούμενο μέγεθος αλλά και τη συχνότητα της ανάγκης καθαρισμού και απολύμανσης. Τα υλικά του δαπέδου, των τοίχων, της οροφής, των παραθύρων και των επιφανειών επαφής πρέπει να μην είναι απορροφητικά ώστε να αποτρέπουν τη

συσσώρευση ρύπων και να καθαρίζονται εύκολα και επιπλέον να μην περιέχουν τοξικές ουσίες που μπορεί να επιμολύνουν τα τρόφιμα.

Όλοι οι χώροι τροφίμων πρέπει να είναι εφοδιασμένοι με ένα καλό σύστημα μηχανικού εξαερισμού ή με ειδικούς ανεμιστήρες ώστε να αποφεύγεται ο σχηματισμός υγρασίας και μούχλας στις επιφάνειες των δωματίων, ενώ ειδικότερα όσον αφορά στους χώρους όπου δημιουργούνται ατμοί (κουζίνα) απαιτείται η ύπαρξη κατάλληλου μηχανισμού απορρόφησης των υδρατμών. Ωστόσο πρέπει να δοθεί προσοχή ώστε να μην επιτραπεί η εισροή και η κυκλοφορία μολυσμένου αέρα από άλλους χώρους του ξενοδοχείου (π.χ τουαλέτες, αποθήκες κ.τ.λ), ενώ η συντήρηση και αλλαγή των φίλτρων πρέπει να είναι συχνή.

Χώροι πλύσης (νιπτήρες) πρέπει να είναι εγκατεστημένοι και στις εγκαταστάσεις του προσωπικού και στο δωμάτιο προετοιμασίας φαγητού και να διαχωρίζονται ανάλογα με τη λειτουργία τους σε νιπτήρες για το πλύσιμο των χεριών και νιπτήρες για το πλύσιμο τροφίμων. Αν υπάρχει δυνατότητα, καλό θα ήταν να υπάρχει διαφορετικός νιπτήρας για το πλύσιμο των επικίνδυνων τροφίμων (ωμό κρέας, ψάρια, πουλερικά κ.τ.λ), που είναι πιο ευαίσθητα στην ανάπτυξη μικροοργανισμών, διαφορετικά θα πρέπει ο υπάρχων νιπτήρας να απολυμαίνεται μετά από κάθε χρήση.

Οι εγκαταστάσεις του προσωπικού (αποδυτήρια, τουαλέτες) θα πρέπει να αναλογούν στο μέγεθος της επιχείρησης και στον αριθμό των υπαλλήλων. Οι χώροι αυτοί πρέπει να χωρίζονται από τους χώρους τροφίμων με προθάλαμο και να είναι συνδεδεμένοι με κατάλληλο αποχετευτικό σύστημα.

Τέλος, σε όλους τους χώρους τροφίμων πρέπει να εξασφαλίζεται επαρκής φυσικός ή τεχνητός φωτισμός και τα φωτιστικά σώματα να είναι από άθραυστο γυαλί ώστε να μην υπάρχει ο κίνδυνος θραύσης και επιμόλυνσης των τροφών.

### ***ΧΩΡΟΙ ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑΣ:***

Ειδικότερα όσον αφορά στους χώρους προετοιμασίας και μεταποίησης τροφίμων, ο *ΕΦΕΤ* καθορίζει ειδικότερες παραμέτρους ασφαλείας για την εξασφάλιση ενός υψηλού επιπέδου υγιεινής. Έτσι λοιπόν, όσον αφορά στα δάπεδα, θα πρέπει να είναι κατασκευασμένα από μη τοξικά, μη απορροφητικά και στεγανά υλικά, τα οποία διευκολύνουν το συχνό καθαρισμό. Τέτοια υλικά είναι τα πλακάκια ή τα βιομηχανικά δάπεδα, ενώ απαγορεύεται η χρήση μωσαϊκού και ξύλου. Αντίστοιχα, για τις επιφάνειες των τοίχων πρέπει να προτιμώνται αδιάβροχα υλικά, όπως τα πλακάκια πορσελάνης, οι έποικες ρητίνες ή οι ανοξειδώτες επενδύσεις, σε ύψος έως δύο μέτρα από το έδαφος. Επιπλέον, θα πρέπει να βάφονται με ανοιχτόχρωμα χρώματα και η σύνδεση τους με το δάπεδο να είναι

απόλυτα στεγανή και στρογγυλεμένη ώστε να μη συσσωρεύονται ρύποι και να επιταχύνεται ο καθαρισμός.

Η οροφή θα πρέπει να είναι λεία και ελαιοχρωματισμένη, στιλβωμένη αν είναι ξύλινη ή υδροχρωματισμένη αν είναι από ασβεστοκονίαμα, και να συντηρείται συχνά ώστε να αποφεύγεται ο σχηματισμός μούχλας και η συγκέντρωση υγρασίας. Τα παράθυρα θα πρέπει να μένουν κλειστά όταν υπάρχει ο κίνδυνος επιμόλυνσης των τροφίμων από βρώμικο αέρα, αλλά για τις περιπτώσεις που ο εξαερισμός των χώρων απαιτεί να μένουν ανοικτά θα πρέπει να είναι εφοδιασμένα με ειδικά δικτυωτά πλέγματα που εμποδίζουν την είσοδο εντόμων στους χώρους τροφίμων. Οι πόρτες θα πρέπει να είναι λείες και χωρίς εσοχές ή διακοσμητικές προεξοχές, να ανοίγουν προς το εσωτερικό του δωματίου αυτόματα και να κλείνουν πάλι αυτόματα με ειδικό μηχανισμό.

Όσον αφορά στις επιφάνειες που έρχονται σε επαφή με τα τρόφιμα (εξοπλισμός, πάγκοι εργασίας κ.τ.λ) ισχύει και εδώ το κριτήριο της μη απορροφητικότητας των υλικών κατασκευής. Τέτοια υλικά είναι ο ανοξείδωτος χάλυβας, τα κεραμικά υλικά ή το κατάλληλο πλαστικό. Το κύριο πλεονέκτημα του ανοξείδωτου χάλυβα είναι ότι είναι ανθεκτικός στην υγρασία, στις αλλαγές της θερμοκρασίας και στην καθημερινή φθορά. Ειδικότερα όσον αφορά στις επιφάνειες κοπής ή σε άλλα σημεία όπου ακουμπούν τρόφιμα θα πρέπει να αποφεύγεται η χρήση ξύλου και να προτιμάται το σκληρό πλαστικό και μάλιστα διαφορετικού χρώματος, ανάλογα με το είδος των τροφίμων: πράσινο για λαχανικά, κίτρινο για κοτόπουλο, κόκκινο για κρέας και άσπρο για ψάρι.

### ***ΚΑΘΑΡΙΣΜΟΣ ΚΑΙ ΑΠΟΛΥΜΑΝΣΗ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ:***

Όλος ο εξοπλισμός και τα σκεύη πρέπει να καθαρίζονται και να απολυμαίνονται μετά από κάθε χρήση, ώστε να απομακρύνονται οι φανεροί ρύποι αλλά και να καταστρέφονται οι μηχανισμοί που αναπτύσσονται πάνω τους. Για το σκοπό αυτό, πρέπει να υπάρχουν ειδικές εγκαταστάσεις όπως νεροχύτες ή πλυντήρια για τα πιάτα και τα σκεύη, μάνικες και λάστιχα για τα σταθερά μέρη του εξοπλισμού, απορρυπαντικά και απολυμαντικά προϊόντα και φυσικά παροχή κρύου αλλά και ζεστού πόσιμου νερού.

### **-ΠΛΥΣΙΜΟ ΤΡΟΦΙΜΩΝ-**

Στις μεγάλες επιχειρήσεις πρέπει να υπάρχουν διαφορετικοί νεροχύτες για το πλύσιμο των τροφίμων με ειδική σήμανση ώστε να αναγνωρίζεται ο σκοπός του καθενός. Στις μικρότερες επιχειρήσεις αρκεί ο ένας νεροχύτης, ωστόσο είναι πολύ σημαντικό αυτός να απολυμαίνεται σωστά μετά από κάθε χρήση, ειδικά εφόσον έχει χρησιμοποιηθεί για το πλύσιμο



επικίνδυνων τροφίμων, όπως το ωμό κρέας. Τα λαχανικά πρέπει να πλένονται με χλωριωμένο νερό.

### **-ΜΕΤΑΦΟΡΑ-**

Τα μεταφορικά οχήματα που προμηθεύουν τα ξενοδοχεία με τρόφιμα και πρώτες ύλες πρέπει να τηρούν συγκεκριμένους κανόνες υγιεινής, να είναι καθαρά, να απολυμαίνονται τακτικά, να διαθέτουν την κατάλληλη σήμανση ότι πρόκειται για φορτηγά που μεταφέρουν αποκλειστικά τρόφιμα και να είναι εξοπλισμένα με σύστημα θερμομέτρησης των τροφίμων. Επίσης, ανάλογα με το είδος των μεταφερόμενων τροφίμων και τη χρονική διάρκεια της μεταφοράς, θα πρέπει να διαθέτουν μηχανική ή κρυογονική ψύξη, ειδικά θερμομέτρα καθώς και εξοπλισμό απογραφής και ελέγχου των συνθηκών ψύξης. Να σημειωθεί ότι η θερμομέτρηση αφορά στα τρόφιμα και όχι στη θερμοκρασία στο εσωτερικό του οχήματος.

Τα τρόφιμα που μεταφέρονται πρέπει να είναι σωστά συσκευασμένα και διαχωρισμένα ανάλογα με το είδος τους σε ειδικούς περιέκτες (καροτσάκια, σάκοι, κουτιά, δίσκοι, κιβώτια, κ.λ.π) που εμποδίζουν την επαφή. Ειδικότερα για τα έτοιμα προς κατανάλωση τρόφιμα, πρέπει κατά τη μεταφορά τους να διατηρούνται σε ερμητικά κλειστά δοχεία από ανοξείδωτο μέταλλο ή από ξύλο επενδυμένο εσωτερικά με γαλβανισμένη λαμαρίνα. Επιπλέον, σε αυτή την περίπτωση, η μεταφορική εταιρεία θεωρείται υπεύθυνη για κάθε αλλοίωση ή καταστροφή στα τρόφιμα και γι' αυτό πρέπει να διαθέτει κατάλληλα οχήματα και ειδική άδεια μεταφοράς γευμάτων ή γλυκισμάτων.

### **-ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ-**

Όλα τα σημεία και τα αντικείμενα που μπορεί να έρθουν σε επαφή με τρόφιμα (πάγκοι εργασίας, υλικά συσκευασίας, σκεύη, εργαλεία, μηχανήματα, γυαλικά και μαχαιροπίρουνα), πρέπει να κατασκευάζονται από υλικά που δε μολύνουν τα τρόφιμα και που μπορούν να καθαριστούν και ν' απολυμανθούν εύκολα. Προτείνονται το ανοξείδωτο μέταλλο, το πλαστικό, το αλουμίνιο ή ο επικασσιτερωμένος χαλκός (λιγότερο ανθεκτικός), ενώ απαγορεύεται η χρήση ξύλου και γαλβανισμένου μετάλλου για τον εξοπλισμό χειρισμού των επικίνδυνων ή έτοιμων προς κατανάλωση τροφίμων. Ο καθαρισμός των εργαλείων πρέπει να γίνεται απαραίτητα μετά από κάθε χρήση και σύμφωνα με τις οδηγίες του κατασκευαστή. Επιπλέον κάθε είδους εξοπλισμός πρέπει να έχει εξειδικευμένη χρήση, δηλαδή να υπάρχουν διαφορετικά σκεύη για κάθε είδος τροφίμων.

### **-ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΑΠΟΡΡΙΜΜΑΤΩΝ-**

Απαραίτητη είναι η χρήση δοχείων απορριμμάτων στους χώρους προετοιμασίας φαγητού, στην κατάλληλη θέση και ύψος ως προς τις επιφάνειες εργασίας.

Τα δοχεία αυτά, πρέπει να διαθέτουν ποδοκίνητο καπάκι, να είναι στεγανά και ευσταθή και να είναι κατασκευασμένα από αδιαπότιστα και ανθεκτικά υλικά όπως είναι η γαλβανισμένη λαμαρίνα και το πλαστικό. Καλό είναι επίσης να τοποθετείται στο εσωτερικό τους κάποια πλαστική σακούλα που διευκολύνει τη συλλογή και μεταφορά των απορριμμάτων και τον καθαρισμό του δοχείου.

Στο τέλος κάθε εργάσιμης μέρας πρέπει να γίνεται η απομάκρυνση των απορριμμάτων από το χώρο παρασκευής τροφίμων και η συγκέντρωση τους σε ειδικό χώρο εξωτερικά του κτιρίου. Οι χώροι αυτοί πρέπει να διαθέτουν κάδους με σκέπαστρο, να έχουν παροχή νερού ώστε να καθαρίζονται συχνά και αποχέτευση για την απομάκρυνση των υδάτων. Αν η συγκομιδή των απορριμμάτων δε γίνεται σε καθημερινή βάση συστήνεται οι χώροι αυτοί να είναι ψυχωμένοι ώστε να μην αναπτύσσονται εύκολα μικρόβια. Τέλος, τα υγρά απόβλητα (έλαια ή χημικά καθαρισμού) θα πρέπει να απομακρύνονται με υγιεινό τρόπο και σύμφωνα με αυτά που ορίζει η νομοθεσία για την προστασία του περιβάλλοντος. Σε καμία περίπτωση πάντως, δεν επιτρέπεται να διοχετεύονται σε μεγάλες ποσότητες μέσα στο αποχετευτικό σύστημα.

### **-ΠΑΡΟΧΗ ΝΕΡΟΥ-**

Για ορισμένες χρήσεις, όπως ο καθαρισμός των πρώτων υλών, το μαγείρεμα, το πλύσιμο των επιφανειών επαφής και το πλύσιμο των χεριών και του εξοπλισμού, απαιτείται η παροχή πόσιμου νερού προερχομένου από το κεντρικό υδρευτικό σύστημα ή από ειδικές δεξαμενές της επιχείρησης που πληρούν τις νόμιμες προδιαγραφές. Επίσης, από πόσιμο νερό πρέπει να παράγεται ο πάγος που χρησιμοποιείται ο πάγος για τα τρόφιμα και τα ποτά καθώς και ο ατμός στις συσκευές μαγειρέματος στον ατμό. Για άλλες χρήσεις που δεν επιδρούν στην ασφάλεια των τροφίμων, όπως το πλύσιμο των κάδων και των χώρων απορριμμάτων, η παραγωγή ψύξης και η κατάσβεση πυρκαγιάς, μπορεί να χρησιμοποιηθεί το δίκτυο παροχής μη πόσιμου νερού.

### **-ΥΓΙΕΙΝΗ ΚΑΙ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΥ-**

Σε όλους τους χώρους τροφίμων απαιτείται υψηλή στάθμη υγιεινής που καθορίζεται κατά πολύ από το βαθμό ατομικής καθαριότητας του προσωπικού. Ορισμένα μέτρα που πρέπει να τηρούνται απαραίτητα είναι το συχνό πλύσιμο των χεριών, η χρησιμοποίηση γαντιών μιας χρήσης που πρέπει ν' αλλάζονται κάθε δύο ώρες ή συχνότερα ανάλογα με

το είδος της εργασίας και η απαγόρευση του καπνίσματος και του φαγητού και ποτού στους χώρους τροφίμων. Επιπλέον, το προσωπικό που συμμετέχει στην Παρασκευή του φαγητού πρέπει να έχει κοντοκομμένα νύχια χωρίς βερνίκι, να φοράει σκούφο, να αφαιρεί από πάνω του αντικείμενα όπως κοσμήματα και πιαστράκια μαλλιών και να καλύπτει οποιοσδήποτε πληγές στα χέρια με χρωματιστούς και αδιάβροχους επιδέσμους, ώστε να αναγνωρίζονται εύκολα σε περίπτωση που αποκολληθούν.

Πολύ σημαντικό ρόλο για την υγιεινή του προσωπικού έχει και η ύπαρξη του κατάλληλου ρουχισμού, ανάλογα με την εργασία που επιτελεί ο καθένας. Έτσι λοιπόν, για το προσωπικό που βρίσκεται στους χώρους προετοιμασίας απαιτείται καθαρή ποδιά, σκούφος και γάντια, ενώ για το προσωπικό που εργάζεται στην παραλαβή και την αποθήκευση των προϊόντων, συνίσταται φόρμα εργασίας ή άλλη στολή. Τα μάλλινα ενδύματα δεν ενδείκνυνται, εκτός κι αν καλύπτονται πλήρως απ' τη στολή.

Φυσικά, η εφαρμογή της προσωπικής υγιεινής είναι προσωπική ευθύνη κάθε εργαζομένου, ωστόσο πρέπει να δοθεί και ιδιαίτερη βάση και στην εκπαίδευση του προσωπικού στις βασικές αρχές υγιεινής και ασφάλειας τροφίμων., σύμφωνα με το εκπαιδευτικό πρόγραμμα του ΕΦΕΤ και τις οδηγίες της όποιας εργασίας. Επιπλέον, λόγω της σοβαρότητας των πιθανών κινδύνων για τη δημόσια υγεία και της υπευθυνότητας της θέσης εργασίας στο χώρο τροφίμων, πρέπει να υπάρχει αυστηρά ως προϋπόθεση της πρόσληψης η επίδειξη πιστοποιητικού υγείας. Ακόμη, ο υπεύθυνος προσωπικού πρέπει να ενημερώνεται για κάθε σύμπτωμα αδιαθεσίας των εργαζομένων και ανάλογα αποφασίζει για τη διακοπή ή και την παύση της εργασίας όταν κρίνει ότι υφίσταται κάποιος κίνδυνος μετάδοσης της ασθένειας στα τρόφιμα.

### **-ΠΑΡΑΛΑΒΗ-**

Κατά τη διαδικασία παραλαβής των προϊόντων πρέπει να ελέγχεται η υγιεινή και η θερμοκρασία των οχημάτων μεταφοράς, η θερμοκρασία των τροφίμων, ο τρόπος που είναι συσκευασμένα και τοποθετημένα στο όχημα, αν υπάρχουν χημικές ή τοξικές ουσίες στον ίδιο χώρο με τα προϊόντα, αν υπάρχει οσμή από καύσιμα ή σημάδια μούχλας και σήψης, αν έχει περάσει η ημερομηνία λήξης, αν τα προϊόντα είναι φρέσκα και αν η συσκευασία τους είναι αλλοιωμένη. Οποσδήποτε, δεν θα πρέπει να γίνονται αποδεκτά τρόφιμα που δεν τηρούν τις σωστές προδιαγραφές ασφαλείας ή τρόφιμα που δεν μεταφέρθηκαν σωστά.

Πιο συγκεκριμένα στην οδηγία του ΕΦΕΤ παρατίθεται ένας ενδεικτικός πίνακας κριτηρίων που καθορίζουν το αν πρέπει να παραληφθούν ή να απορριφθούν οι πρώτες ύλες του τμήματος τροφοδοσίας. Έτσι, για παράδειγμα, σε ό,τι αφορά το κρέας και τον κιμά,

η μέγιστη θερμοκρασία παραλαβής ορίζεται στους 5 βαθμούς Κελσίου. Το προϊόν πρέπει να είναι κόκκινο, με φυσικό χρώμα λίπους, και η δομή του σφιχτή και ελαστική. Σε κάθε περίπτωση απορρίπτεται κρέας που το χρώμα του είναι καφέ ή πράσινο (κυρίως στο εσωτερικό του κιμά), η δομή του γλοιώδης και έχει ξινή μυρωδιά. Σε ότι αφορά το κοτόπουλο, ισχύουν τα ίδια κριτήρια παραλαβής και απόρριψης, με την επισήμανση να δίνεται ιδιαίτερη προσοχή για αλλοιώσεις στο χρώμα του πουλερικού γύρω από το λάρυγγα.

Για τα αυγά, η μέγιστη θερμοκρασία παραλαβής ορίζεται στους 7 βαθμούς Κελσίου. Το κέλυφος πρέπει να είναι καθαρό κι ανέπαφο, το ασπράδι συνδεδεμένο με τον κρόκο, ενώ ο κρόκος πρέπει να είναι ακέραιος, ανέπαφος και διακριτός. Το αυγό πρέπει να απορρίπτεται όταν το κέλυφος είναι σπασμένο, ραγισμένο ή λερωμένο ή όταν η μυρωδιά του είναι δυσάρεστη.

Για τα ψάρια η μέγιστη θερμοκρασία παραλαβής, όπως και στο κρέας, ορίζεται στους 5 βαθμούς Κελσίου. Το χρώμα τους πρέπει να είναι ζωνηρό, το δέρμα γυαλιστερό, τα βράγχια ζωνηρά και κόκκινα, τα μάτια γυαλιστερά και γεμάτα και η δομή σάρκας σφιχτή κι ελαστική. Απορρίπτονται όταν το χρώμα τους είναι θαμπό, τα βράγχια γκρίζα και το δέρμα τους στεγνό. Επιπλέον τα μάτια είναι θολά και περιφερειακά κόκκινα, έχουν έντονη μυρωδιά ψαρίλας, αμμωνίας και η δομή της σάρκας είναι χαλαρή, μαλακή. Ένας παραδοσιακός τρόπος ν'αναγνωρίζονται τα μπαγιατικά ψάρια, είναι το τεστ του αποτυπώματος. Όταν κατά την πίεση του δακτύλου πάνω στο σώμα του ψαριού αυτό παραμένει, είναι ένδειξη ότι το ψάρι δεν είναι φρέσκο.

Για τα όστρακα, μια ιδιαίτερα ευπαθή ομάδα τροφίμων, η μέγιστη θερμοκρασία παραλαβής ορίζεται στους 7 βαθμούς Κελσίου και πρέπει να είναι ζωντανά, τα κελύφη να είναι κλειστά και γερά και να μυρίζουν θάλασσα. Τα οστρακοειδή πρέπει να απορρίπτονται όταν τα κελύφη είναι ανοικτά, το περιεχόμενο μαλακό, γλοιώδες και έχουν μυρωδιά έντονης ψαρίλας.

Επίσης, κατά την παραλαβή και αποθήκευση πρέπει να τηρείται η ακόλουθη σειρά προτεραιότητας ανάλογα με την ευαισθησία των τροφίμων, ώστε να τοποθετούνται αυτά όσο το δυνατόν πιο γρήγορα στο ιδανικό περιβάλλον θερμοκρασίας: αρχικά μεταφέρονται και τοποθετούνται στους χώρους διατήρησης τα τρόφιμα ψύξης, μετά τα τρόφιμα κατάψυξης και τέλος τα τρόφιμα της μαναβικής.

#### **-ΠΡΟΕΤΟΙΜΑΣΙΑ ΤΡΟΦΙΜΩΝ-ΘΕΡΜΙΚΗ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑ-**

Κατά τη θερμική επεξεργασία των τροφίμων (ψήσιμο, μαγείρεμα), η ελάχιστη θερμοκρασία στο εσωτερικό τους πρέπει να φτάσει στους 70-75 βαθμούς Κελσίου για 2 λεπτά τουλάχιστον και ανάλογα με το είδος των τροφίμων. Τα έλαια που χρησιμοποιούνται για το τηγάνισμα πρέπει να

θερμαίνονται μέχρι την ανώτατη τιμή που έχει ορίσει ο προμηθευτής (180 βαθμούς Κελσίου), να φιλτράρονται πριν από κάθε χρήση ώστε να απομακρύνονται καμένα υπολείμματα τροφών και να αλλάζονται συχνά, ιδίως όταν παρατηρηθεί αλλοίωση στο χρώμα και την οσμή τους. Επίσης, διατίθενται στην αγορά και ειδικά κιτ για τον έλεγχο της ποιότητας των ελαίων.

Η οδηγία του *EΦΕΤ* ορίζει συγκεκριμένες απαιτήσεις για τη θερμοκρασία μαγειρέματος για ορισμένα τρόφιμα. Συγκεκριμένα το κοτόπουλο (ολόκληρο) πρέπει να μαγειρεύεται στους 74 βαθμούς Κελσίου για 15 δευτερόλεπτα. Το κοτόπουλο συνήθως επιμολύνεται με μεγάλο αριθμό μικροοργανισμών σε σχέση με τα άλλα κρέατα και γι αυτό πρέπει να μαγειρεύεται καλά. Σε ό,τι αφορά τη γέμιση και το γεμιστό κρέας, μαγειρεύεται επίσης στους 74 βαθμούς για 15 δευτερόλεπτα. Η γέμιση συμπεριφέρεται ως μονωτής θερμότητας, εμποδίζοντας τη να φτάσει στο κέντρο του κρέατος και γι' αυτό πρέπει να μαγειρεύεται ξεχωριστά. Ο κιμάς (μοσχάρι, χοιρινό ή άλλο κρέας ή ψάρι) μαγειρεύεται στους 68 βαθμούς Κελσίου για 15 δευτερόλεπτα. Η κιμαδοποίηση έχει ως αποτέλεσμα την μεταφορά και την ανάμειξη των μικροοργανισμών από την επιφάνεια σε όλη τη μάζα του κρέατος. Για το χοιρινό, το μοσχάρι και το αρνί, όταν πρόκειται για μπριζόλες, παντσέτα ή παιδάκια, μαγειρεύονται στους 63 βαθμούς για 15 δευτερόλεπτα. Τα ψητά κρέατα μαγειρεύονται στους 63 βαθμούς για 4 λεπτά.

Για το ψάρι απαιτείται μαγείρεμα στους 63 βαθμούς για 15 δευτερόλεπτα. Στην ίδια θερμοκρασία παρασκευάζονται και τ' αυγά. Εάν τα αυγά μαγειρεύονται και διατηρούνται για αργότερο σερβίρισμα ζεστά, τότε πρέπει να μαγειρευτούν σε μια εσωτερική θερμοκρασία των 68 βαθμών ή υψηλότερη για 15 δευτερόλεπτα, και ύστερα να διατηρηθούν στους 60 βαθμούς Κελσίου. Πιάτα που περιέχουν αυγά, πρέπει να μαγειρευτούν σε μια εσωτερική θερμοκρασία των 74 βαθμών για 15 δευτερόλεπτα. Ο *EΦΕΤ* επισημαίνει ότι πρέπει να μαγειρεύονται τόσα αυγά όσα χρειάζονται για τις ανάγκες της επιχείρησης ή τις παραγγελίες. Επιπλέον, δεν πρέπει να τοποθετούνται κοντά στο φούρνο ή στην ψησταριά.

### ***ΑΠΟΘΗΚΕΥΣΗ-ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ***

Ανάλογα με το είδος των τροφίμων, η αποθήκευση πρέπει να γίνεται σε δροσερούς και ξηρούς χώρους, σε θερμοκρασία περιβάλλοντος ή σε ελεγχόμενες συνθήκες ψύξης. Γενικά, εκτός ψυγείου τοποθετούνται τα τρόφιμα που είναι έτοιμα για κατανάλωση, ζεστά και που πρόκειται να σερβιριστούν άμεσα, τα τρόφιμα που λόγω της σύστασης τους συντηρούνται χωρίς ψύξη (αλεύρι, ζάχαρη, δημητριακά, όσπρια), οι

κονσέρβες πριν ανοιχτούν και τα 'ζωντανά' τρόφιμα και φρούτα που δεν είναι εντελώς ώριμα ακόμα.

Οι χώροι αποθήκευσης πρέπει να είναι καλά αεριζόμενοι και προφυλαγμένοι από υγρασία, έντομα και τρωκτικά. Τα φρέσκα φρούτα φυλάσσονται συνήθως σε ρηχά ράφια ώστε να μην πιέζονται από το βάρος. Τα λαχανικά θα πρέπει να τοποθετούνται σε ξεχωριστό μέρος, σε μεταλλικά ράφια ή δικτυωτά που επιτρέπουν την κυκλοφορία του αέρα. Όλα τα ράφια πρέπει να απέχουν από το έδαφος τουλάχιστον 20 εκατοστά.

Η λογική χρήση των προϊόντων που βρίσκονται στην αποθήκη πρέπει να ακολουθεί τη λογική της ανακύκλωσης (*first in first out*), ώστε να τηρούνται οι συνιστώμενες ημερομηνίες κατανάλωσης για κάθε προϊόν και να μην ξεμένουν μεγάλες ληγμένες ποσότητες που θα πρέπει να πεταχτούν. Στους αποθηκευτικούς χώρους, θα πρέπει να υπάρχουν ειδικά ράφια που να βοηθούν στη σωστή ταξινόμηση των προϊόντων ανά κατηγορία και να αποτρέπουν την άμεση επαφή και επιμόλυνση των τροφών. Συχνά ο αποθηκευτικός χώρος χωρίζεται σε δύο τμήματα, την κεντρική αποθήκη και την αποθήκη της κουζίνας.

Χημικές ουσίες και καθαριστικά θα πρέπει να βρίσκονται σε άλλο χώρο, σε ντουλάπι που κλειδώνει και ποτέ παρατημένες μες την αποθήκη τροφίμων.

### **-ΨΥΞΗ-**

Όσον αφορά στη διατήρηση των τροφίμων στα ψυγεία, η θερμοκρασία ορίζεται ανάμεσα στους 1-5 βαθμούς Κελσίου, ώστε να μην αναπτύσσονται μικροοργανισμοί και τα προϊόντα να διαρκούν περισσότερο. Η λογική της τοποθέτησης των προϊόντων στα ψυγεία ακολουθεί αυτή τη σειρά: τα νωπά προϊόντα πρέπει να τοποθετούνται χωριστά και κάτω από τα έτοιμα φαγητά και να είναι καλυμμένα, και τα φυτικά είδη να τοποθετούνται πάνω από τα ζωικά. Πριν τοποθετηθεί ένα έτοιμο προς κατανάλωση φαγητό στο ψυγείο θα πρέπει προηγουμένως να έχει κρυώσει (21 βαθμούς τουλάχιστον) και να μην έχει περάσει διάστημα μεγαλύτερο από δύο ώρες από όταν μαγειρεύτηκε. Τα τρόφιμα που έχουν μείνει εκτός ψυγείου σε θερμοκρασία από 5 έως 60 βαθμούς, για περισσότερο από τέσσερις ώρες πρέπει να απορρίπτονται.

### **-ΚΑΤΑΨΥΞΗ-**

Η θερμοκρασία καταψύξεως πρέπει να είναι τουλάχιστον -18 βαθμούς Κελσίου. Η απόψυξη πρέπει να γίνεται με ειδικό τρόπο, είτε σε θάλαμο απόψυξης σε θερμοκρασία ίση ή μικρότερη από 5 βαθμούς, είτε με τρεχούμενο πόσιμο νερό (21 βαθμούς), είτε σε φούρνο μικροκυμάτων. Απαγορεύεται να επανατοποθετηθεί στην κατάψυξη ένα προϊόν που έχει προηγουμένως αποψυχθεί πλήρως. Αν δε μαγειρευτεί άμεσα, μπορεί να

τοποθετηθεί στην ψύξη, αλλά μόνο για δύο ώρες. Σε περίπτωση που τα ψυγεία και οι καταψύκτες παρουσιάσουν βλάβη ή υπάρξει διακοπή ρεύματος, θα πρέπει οι πόρτες τους να παραμένουν κλειστές ώστε να μη διαφεύγει η ψύξη.

Τέλος, είναι απαραίτητο η ακολουθία προγράμματος απόψυξης, καθαρισμού, απολύμανσης και συντήρησης των ψυγείων και των καταψυκτών σύμφωνα πάντα και με τις οδηγίες του κατασκευαστή.

### **-ΑΠΟΛΥΜΑΝΣΗ-**

Ο χώρος τροφίμων αποτελεί πόλο έλξης για κάθε είδους τρωκτικά και έντομα γι' αυτό δεν πρέπει να αμελείται ο συχνός καθαρισμός και η απολύμανση όλων των χώρων. Συνιστάται να γίνεται τακτικός έλεγχος, ειδικά στις αποθήκες, από ειδικά επαγγελματικά συνεργεία που μπορούν να εγγυηθούν ότι η διαδικασία αυτή θα γίνει με τον ασφαλέστερο δυνατό τρόπο και ότι τα εντομοκτόνα που θα χρησιμοποιηθούν θα είναι εγκεκριμένα. Ποτέ δεν θα πρέπει να ψεκάζονται οι επιφάνειες εργασίας, ενώ η απολύμανση των χώρων παρασκευής ειδικά θα πρέπει να επιχειρείται μόνο όταν υπάρχει ένδειξη της παρουσίας τρωκτικών και ποτέ για προληπτικούς λόγους.

### **-ΕΛΕΓΧΟΣ-**

Το σύστημα διασφάλισης ποιότητας *HACCP* αλλά και ο «Οδηγός Υγιεινής» του *ΕΦΕΤ* δίνουν μεγάλη σημασία στη δυνατότητα ελέγχου και επαλήθευσης του συστήματος σε κάθε στάδιο. Έτσι καθορίζονται κάποια προληπτικά μέτρα ελέγχου για κάθε πιθανό κίνδυνο.

Στη φάση της παραλαβής των πρώτων υλών ο κίνδυνος εντοπίζεται στην παραλαβή συστατικών που έχουν επιμολυνθεί με μικροοργανισμούς, χημικές ουσίες ή ξένες ύλες. Για να προληφθούν τα προβλήματα, πρέπει η προμήθεια να γίνεται από αξιόπιστους προμηθευτές και να είναι καθορισμένες οι συνθήκες μεταφοράς/παραλαβής. Επιπλέον, πρέπει να γίνεται τακτικός έλεγχος των οχημάτων διανομής, των κωδικών ημερομηνίας, των θερμοκρασιών μεταφοράς, της κατάστασης του τροφίμου και της συσκευασίας.

Στη φάση της διατήρησης των πρώτων υλών (συστατικών) οι κίνδυνοι ελλοχεύουν από την ανάπτυξη μικροοργανισμών από ακατάλληλες συνθήκες ή αποθήκευση παρατεταμένου χρόνου, καθώς και από την επιμόλυνση των τροφίμων από τη μη τήρηση κανόνων υγιεινής κατά την αποθήκευση. Τα μέτρα που πρέπει να λαμβάνονται είναι η αποθήκευση στις κατάλληλες θερμοκρασίες, η τήρηση της ανακύκλωσης των προϊόντων, η κάλυψη/πακετάρισμα των προϊόντων και η σωστή τοποθέτηση στα ψυγεία, καθώς και ο διαχωρισμός ωμών-μαγειρεμένων τροφίμων. Επιπλέον τακτικός έλεγχος πρέπει να γίνεται στις θερμοκρασίες αποθήκευσης και στην ημερομηνία λήξης των υλών.

Κατά την απόψυξη των συστατικών ή και των τροφίμων, είναι δυνατόν ν'αναπτυχθούν μικροοργανισμοί, γι'αυτό και επιβάλλεται να γίνεται απόψυξη των συστατικών ή των τροφίμων σε θερμοκρασία από 2 έως 5 βαθμούς Κελσίου ή σε τρεχούμενο νερό θερμοκρασίας μικρότερης των 21 βαθμών, καθώς και τακτική παρακολούθηση των θερμοκρασιών απόψυξης.

Κατά την προετοιμασία των τροφίμων αναπτύσσονται μικροοργανισμοί λόγω παραμονής των τροφίμων σε θερμοκρασία περιβάλλοντος ή από αλληλομόλυνση των τροφίμων (επιμόλυνση με μικρ/σμούς, χημικές ουσίες ή ξένα σώματα). Για το λόγο αυτόν ο χρόνος παραμονής των προϊόντων στη θερμοκρασία της κουζίνας πρέπει να είναι περιορισμένος, πρέπει να γίνεται χρήση καθαρού εξοπλισμού, να εξασφαλίζεται με εποπτικούς ελέγχους η καλή ατομική υγεία και υγιεινή του προσωπικού και η εφαρμογή κανόνων υγιεινής για την αποφυγή αλληλομόλυνσης. Τέλος, πρέπει να γίνεται διαχωρισμός ωμών και μαγειρεμένων τροφίμων.

Κατά τη θερμική επεξεργασία των τροφίμων επιβιώνουν μικροοργανισμοί και είναι δυνατή η χημική επιμόλυνση λόγω επανελλειμένης χρήσης λιπών και ελαίων κατά το τηγάνισμα. Γι' αυτό πρέπει να τηρείται πιστά ο κανονισμός του *ΕΦΕΤ* για την επεξεργασία των πρώτων υλών όπως πρωτοαναφέρθηκε.

Για την ψύξη, η ανάπτυξη σπορογόνων μικροοργανισμών που επιβίωσαν της θέρμανσης αποτελεί άμεσο κίνδυνο αν δε γίνεται ταχεία ψύξη των τροφίμων από 60 βαθμούς σε 10 σε χρονικό διάστημα μικρότερο των δύο ωρών, και κατόπιν διατήρηση σε θερμοκρασία μικρότερη των 5 βαθμών Κελσίου, με τα τρόφιμα αν είναι δυνατόν καλυμμένα.

Τέλος, κατά το σερβίρισμα, ζεστό ή κρύο, μπορεί να αναπτυχθούν μικροοργανισμοί, για το λόγο αυτό πρέπει η κατανάλωση των τροφίμων να γίνεται εντός 4 ωρών μετά το σερβίρισμα.



## **ΜΕΓΙΣΤΟΠΟΙΗΣΤΕ ΤΗΝ ΚΕΡΔΟΦΟΡΙΑ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ F&B ΣΤΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ.**

Όλοι γνωρίζουμε ότι το ξενοδοχείο και κατ'επέκταση τα τμήματα επισιτισμού και ψυχαγωγίας αποτελούν βασικό συνθετικό στοιχείο αυτού που αποκαλούμε «τουριστικό προϊόν».

Η υψηλή ποιοτική στάθμη, επομένως αυτού του τομέα εξασφαλίζει σε μεγάλο βαθμό την ικανοποίηση του πελάτη. Ο καθένας από μας καταλαβαίνει τι σημασία έχει να καλύπτει ο πελάτης αυτός, εκτός από το ωραίο και καθαρό δωμάτιο, τις καθημερινές ανάγκες του ίδιου και της οικογένειάς του για καλό φαγητό και ψυχαγωγία στο πλαίσιο πάντα των καλοκαιρινών διακοπών του ή του επαγγελματικού ταξιδιού του.

Από οικονομικής πλευράς, το ξενοδοχείο με τους επισιτιστικούς κλάδους του αποτελεί σημαντικό κομμάτι του τουριστικού πακέτου που αγοράζει ο επισκέπτης της χώρας μας για διακοπές (σε περιπτώσεις HB, ημιδιατροφής ή FB, πλήρους διατροφής, arrangement), αλλά και σε αντίθετη περίπτωση είναι ανάλογο το αντίτιμο σε συνάλλαγμα που κρατά μαζί του για να ξοδέψει γι'αυτό το σκοπό και σύμφωνα με τις δικές του επιλογές.

Είναι προφανές λοιπόν, ότι έχει σημασία για έναν ικανό επιχειρηματία-manager να δημιουργήσει την κατάλληλη υποδομή και οργάνωση, δηλαδή το κατάλληλο περιβάλλον, ώστε να αξιοποιήσει την επιχείρηση του ανάλογα και να δώσει τη δυνατότητα παροχής υπηρεσιών και προϊόντων υψηλού επιπέδου στους τομείς του επισιτισμού και της ψυχαγωγίας, τους οποίους αυτοί που ασχολούνται με τον χώρο αυτό, αποκαλούμε με μια φράση «*food and beverage operations*».

Με αυτά τα δεδομένα, που στοχεύουν στην ικανοποίηση του πελάτη αλλά και στην οικονομική αξιοποίηση του επισιτιστικού τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, το ερώτημα που τίθεται είναι: **Πώς θα επιτευχθούν αυτά και ποιος είναι ο καλύτερος τρόπος.**

Ολοκληρωμένες και απόλυτα τεκμηριωμένες απαντήσεις και στα δυο σκέλη του ερωτήματος δεν μπορούν να δοθούν σε λίγες γραμμές, μπορούμε όμως να επισημάνουμε ορισμένα πράγματα που αφορούν στη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών αυτών καθώς και στην καλύτερη οικονομική εκμετάλλευσή τους.

Στον τομέα αυτό λέγεται ότι συγκριτικά με άλλους προορισμούς είμαστε σε αρκετά ικανοποιητικό επίπεδο. Αν δεχθούμε ότι αυτό είναι αλήθεια, τότε οφείλεται:

1. Στην παραδοσιακή έντονη αίσθηση της φιλοξενίας, όπου αυτή δεν έχει αλλοιωθεί από την υπέρμετρη και κακώς εννοούμενη τουριστική ανάπτυξη της περιοχής.
2. Στη χρήση όχι «απόλυτα» τυποποιημένων ά υλών, όπου αυτό το επιτρέπουν οι συγκυρίες, διότι πρέπει να παραδεχτούμε ότι σε μαζική

*παραγωγή φαγητών δεν είναι εύκολη υπόθεση η χρήση αγνών και ντόπιων υλικών.*

- 3. Στην προβολή της ελληνικής παραδοσιακής κουζίνας, όπου αυτό γίνεται. Ευτυχώς έχει παρατηρηθεί ότι γίνεται σε μεγάλο βαθμό στην περιφέρεια και ιδιαίτερα σε μικρομεσαίες επιχειρήσεις με έντονο το προσωπικό στοιχείο, αλλά τελευταία έχει υπάρξει σχετική μέριμνα και επιδοτήσεις για την προώθηση της. Μην ξεχνάμε άλλωστε ότι οι μονάδες αυτές αποτελούν την πλειονότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και δίνουν πιο εύκολα το στίγμα τους στην τουριστική αγορά.*

Παρόλα αυτά υπάρχει μεγάλο περιθώριο βελτίωσης της ποιότητας των αγαθών και υπηρεσιών στον επισιτιστικό τομέα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και θα ήταν καλό να εστιάσουμε την προσπάθεια αυτή στους προαναφερθέντες τρεις παράγοντες που εξασφαλίζουν αυτό το ποιοτικό standard.

Ο παράγων «ποιοτική παροχή υπηρεσιών» στον επισιτιστικό κλάδο μπορεί να βελτιωθεί εάν οι προοριζόμενοι για καριέρα στον τομέα αυτό ακολουθήσουν την εκπαίδευση που πρέπει σε μία από τις βαθμίδες που διαθέτει το εκπαιδευτικό μας σύστημα. Παράλληλα, οι ήδη εργαζόμενοι πρέπει να συμπληρώσουν τις δεξιότητες τους με θεωρητικές γνώσεις απαραίτητες για το επάγγελμα τους. Όλοι γνωρίζουμε ότι τα τελευταία χρόνια υπάρχει «οργασμός» κατάρτισης ανέργων και εργαζομένων σε ενδοεπιχειρησιακά ή μη επιδοτούμενα σεμινάρια και αυτό γίνεται σε όλα τα κέντρα αλλά και στην περιφέρεια.

Ο παράγων «Ά Υλεις» είναι γνωστό ότι συμβάλλει στο τελικό αποτέλεσμα και η κακώς εννοούμενη οικονομία σε αυτό το θέμα έχει πολύ άσχημα αποτελέσματα. *Ας μην ξεχνάμε ότι ζούμε σε μια χώρα που διαθέτει άριστες Ά Υλεις. Πρέπει να τις χρησιμοποιούμε στο έπακρο.*

Ο παράγων «προϊόν», δηλαδή το πιάτο ή η κάρτα των φαγητών και ποτών που παρέχουμε στους πελάτες μας, είναι καλό να βασίζεται στην ελληνική παραδοσιακή κουζίνα χωρίς να αγνοεί φυσικά τη διεθνή. Τούτο διότι αφενός προβάλλουμε κατά κάποιον τρόπο μια πτυχή του πολιτισμού μας, αφετέρου είναι και το ζητούμενο από την πλευρά του πελάτη-τουρίστα. Συνίσταται λοιπόν, να εμπλουτίζονται τα menus ή οι κάρτες των επισιτιστικών τμημάτων των ξενοδοχείων με πιάτα παραδοσιακής ελληνικής και ιδιαίτερα τοπικής κουζίνας. Να είναι σίγουροι οι επιχειρηματίες που θα ακολουθήσουν το δρόμο αυτόν ότι αυτό το στοιχείο θα είναι ο βασικότερος παράγοντας βελτίωσης του προϊόντος τους.

Όσον αφορά στη σπουδαιότητα και την οικονομική αξιοποίηση των επισιτιστικών τμημάτων εκμετάλλευσης στις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, έχει άμεση σχέση με τους παράγοντες που προαναφέρθηκαν, σε συνάρτηση με άλλα οικονομικά δεδομένα όπως η συνεργασία της

επιχείρησης με τους ταξιδιωτικούς πράκτορες (tour operators), τους προμηθευτές, αλλά και όλους όσους εμπλέκονται οικονομικά στη λειτουργία τους.

Με άλλα λόγια, είναι αναγκαία στο έπακρο η σωστή οικονομική διαχείριση επιμέρους συντελεστών, όπως:

- ΆΥλες και τεχνικές παραγωγής και διάθεσης
- Ανθρώπινο δυναμικό
- Υποδομή, χώρος και εξοπλισμός.

Με σωστή διαχείριση των προαναφερθέντων πόρων, μπαίνουν σε τάξη οι διαδικασίες της παραγωγής, της της πώλησης, του ελέγχου του κόστους και της τιμολόγησης του προϊόντος.

Για παράδειγμα, η ξενοδοχειακή επιχείρηση πρέπει να εκμεταλλεύεται το γεγονός ότι πιθανώς έχει μεγάλη πληρότητα με συμφωνία ημιδιατροφής ή μόνο πρωινού και παράλληλα όχι εύκολη πρόσβαση από μέρους των πελατών της προς το κοντινότερο χωριό ή άλλους χώρους επισιτισμού και ψυχαγωγίας. Σε αυτό το περιβάλλον είναι αυτονόητες η δημιουργία και η ανάπτυξη τέτοιων χώρων εντός της μονάδας, καθώς και η σωστή προβολή και η οικονομική εκμετάλλευσή τους.

Γι αυτό δεν πρέπει να μας ξενίζει το γεγονός όταν βλέπουμε να λειτουργούν *mini-markets*, *διαφορετικές μορφές εστιατορίων ή bars*, αλλά και οποιαδήποτε άλλη μορφή επισιτιστικής ή ψυχαγωγικής εκμετάλλευσής εντός των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων.

Στο πλαίσιο της προβολής και προώθησης των πωλήσεων σε αυτές τις εκμεταλλεύσεις ή τμήματα, όπως συνηθίζεται να λέγονται στα ξενοδοχεία, υλοποιούνται *προγράμματα δραστηριοτήτων και εκδηλώσεων με τη συμμετοχή των πελατών και την οργάνωση και την καθοδήγηση επαγγελματιών ψυχαγωγών (antimatters)*, πάντα γύρω απ' αυτούς τους χώρους.

Ο πελάτης έχει θετική ψυχολογία για συμμετοχή του σε τέτοιου είδους δραστηριότητες και εκδηλώσεις. Σε εμάς έγκειται να την ενισχύσουμε και να την εκμεταλλευτούμε ωθώντας τον στην κατανάλωση.

Σε μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχειακές επιχειρήσεις τύπου *Hotel Resort, Hotel Club ή Hotel Facilities*, όπως λέγονται στην τουριστική-ξενοδοχειακή ορολογία, η αξιοποίηση των επισιτιστικών τμημάτων εκμετάλλευσής έχει έναν επιπλέον λόγο να επιδιωχθεί: την κάλυψη του υψηλού λειτουργικού κόστους που έχουν.

Αυτού του μεγέθους οι επιχειρήσεις έχουν τη δυνατότητα να στελεχώνονται από ικανούς και έμπειρους επαγγελματίες με την ανάλογη εκπαίδευση στους τομείς της διοίκησης και του μάρκετινγκ. Γνωρίζουν πολύ καλά ότι το μεγαλύτερο μερίδιο του συνολικού λειτουργικού κόστους της επιχείρησης, επιμερίζεται σε αυτού του είδους τις εκμεταλλεύσεις, όπου οι πρώτες ύλες, η υποδομή, ο εξοπλισμός και το προσωπικό, λόγω του

*ανθρωποκεντρικού χαρακτήρα των υπηρεσιών που παρέχει, κοστίζουν πάρα πολύ.*

Στη ελληνική πραγματικότητα, η πλειονότητα των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι μικρής και μεσαίας δυναμικότητας, οι περισσότερες από τις οποίες είναι οικογενειακές με επικεφαλείς ικανούς μεν νέους επιχειρηματίες αλλά πιθανόν με μη επαρκή γνώση της οργάνωσης και της λειτουργίας επισιτιστικών τμημάτων μέσα στις επιχειρήσεις τους.

Η δημιουργία και η εκμετάλλευση αυτών των τμημάτων φοβίζει τους ξενοδόχους εξαιτίας του οικονομικού βάρους της λειτουργίας τους, ενώ είναι γνωστό ότι υπάρχουν τρόποι αξιοποίησης τους με κέρδος, έστω και αν αυτό δεν είναι ισότιμο του δωματίου. Δεν πρέπει να ξεχνούν ότι και οι Tour Operators, με τους οποίους συνεργάζονται οι περισσότεροι σήμερα, θέλουν να παρέχουν τη δυνατότητα γεύματος και ψυχαγωγίας στους πελάτες τους. Το κίνητρο αυτό είναι παράλληλα και επιχείρημα να «πιέσουν» οι ξενοδόχοι για καλύτερους οικονομικά όρους διαμονής (*HB, FB, ARRANGEMENT*).

Όλα αυτά φυσικά, λαμβάνουν υπόψη τις ιδιαιτερότητες της ξενοδοχειακής επιχείρησης καθώς και τις τοπικές συνθήκες αγοράς. Γεγονός είναι ότι ανάλογα με τα «προϊόντα» της επιχείρησης αυτής υπάρχουν μεγάλα περιθώρια αξιοποίησης των επισιτιστικών τμημάτων εκμετάλλευσης που διαθέτει.

*Όσο κι αν φαίνεται «πεζό», είναι γεγονός: ο επισκέπτης-τουρίστας έχει προϋπολογίσει και φέρνει μαζί του το αντίτιμο σε συνάλλαγμα που αναλογεί στο φαγητό και την ψυχαγωγία του. Σε εμάς, ως τουριστικοί επιχειρηματίες και εν προκειμένω ως ξενοδόχοι, έγκειται να τον κάνουμε να ζοδέψει.*

## Η ΤΕΧΝΗ ΤΗΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΑΓΟΡΩΝ ΣΤΙΣ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ

Η προσεκτική παρακολούθηση των διαδικασιών σε όλες τις ζώνες των Ά Υλών, από τη στιγμή της εντολής αγοράς τους μέχρι την παραγωγή και διάθεση του τελικού προϊόντος, αποτελεί καθοριστικής σημασίας διαδικασία στον ευαίσθητο τομέα τροφίμων και ποτών στις επισιτιστικές επιχειρήσεις και ειδικότερα στα ξενοδοχεία. Όπως είναι ευνόητο, η διαδικασία αυτή περιλαμβάνει μια σειρά από ελεγκτικά στάδια. Οι ελεγκτικές αυτές λειτουργίες, τις οποίες αποκαλούμε με μια φράση στα ξενοδοχεία «*F & B COST CONTROL*», είναι ένα πολυσύνθετο σύστημα που απαρτίζουν παράγοντες όπως το ανθρώπινο δυναμικό, η σωστή τεχνολογική υποδομή και τα σχετικά έντυπα.

Η σωστή διαχείριση των ανωτέρω πόρων βάζει σε τάξη τις διαδικασίες των αγορών και παραλαβών, με στόχο τον περιορισμό του κόστους και φυσική συνέπεια την αύξηση του κέρδους της επιχείρησης.

Κατ' αρχάς, ο τομέας των αγορών σε μια δυναμική επισιτιστική επιχείρηση έχει μεγάλη και θεμελιώδη σημασία, καθώς όλοι καταλαβαίνουμε ότι πρέπει να εξασφαλίζεται η καθημερινή και ομαλή κάλυψη των αναγκών της σε πάσης φύσεως αναλώσιμα προϊόντα και όχι μόνο. Ο οικονομικός παράγοντας σε αυτή τη διαδικασία είναι σημαντικός και επηρεάζει άμεσα το οικονομικό αποτέλεσμα. Θα αναφέρω για παράδειγμα δύο εκ' διαμέτρου αντίθετες καταστάσεις με το ίδιο κακό οικονομικό αποτέλεσμα:

- Ο υπεύθυνος αγορών προμηθεύεται το ελάχιστο των αναγκών, με συνέπεια να δημιουργούνται ελλείψεις σε έκτακτες περιπτώσεις.
- Ο υπεύθυνος αγορών συσσωρεύει προϊόντα, με συνέπεια τη δέσμευση κεφαλαίων, την κατάληψη υπερβολικών χώρων και τη φθορά εξαιτίας μακροχρόνιας αποθήκευσης.

Μόνο με σωστό και μελετημένο πρόγραμμα αγορών η επιχείρηση θα έχει κερδοφόρα αποτελέσματα. Στόχοι ενός τέτοιου προγράμματος είναι:

A. Σωστό προϊόν και απαραίτητη ποσότητα

B. Σωστή τιμή

Γ. Σωστός προμηθευτής και εξυπηρέτηση της επιχείρησης

Δ. Ορθές διαδικασίες αγορών.

### ***ΣΩΣΤΟ ΠΡΟΪΟΝ ΚΑΙ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΗ ΠΟΣΟΤΗΤΑ:***

Το εδεσματολόγιο ή το *MENU TABLE D' HOTEL* και *A LA CARTE*, όπως το αποκαλούμε στην ξενοδοχειακή ορολογία, είναι εκείνο που καθορίζει το είδος του προϊόντος που θα προμηθευτούμε. Αν για

παράδειγμα, κάποιες συνταγές (πρότυπες), απαιτούν φρέσκα φασολάκια , ασφαλώς αυτά πρέπει να προμηθευτεί η επιχείρηση και όχι άλλα.

Απαραίτητη προϋπόθεση γι' αυτό είναι η ύπαρξη προδιαγραφών (πρότυπα) για τα προϊόντα, οι οποίες έχουν γίνει σιωπηρά ή σε γραπτά κείμενα κατόπιν συνεργασίας των αρμοδίων για τις αγορές υπαλλήλων, και των ενδιαφερόμενων υπαλλήλων που θα τα «χειριστούν», δηλαδή των μαγείρων, barmen κ.λπ. Αναφέρομαι σε λεπτομερή περιγραφή της ποιότητας, του μεγέθους, της ύλης και άλλων παραμέτρων που είναι επιθυμητές για κάποιο προϊόν.

Με άξονα την αποφυγή των ανεπιθύμητων καταστάσεων που προκαλούν οι εσφαλμένες αγορές, ο αρμόδιος επί των αγορών αυτών, εφαρμόζει διαφορετικές τεχνικές ανάλογα με την περίπτωση και τη χρονική στιγμή.

Ένας απλός χρονικός διαχωρισμός των αγορών τις κατατάσσει σε: Σταθερές: προμήθειες με αναγκαίες ποσότητες, γνωστές ή πολύ εύκολα υπολογίσιμες.

Έκτακτες: προμήθειες που προσδιορίζονται κατόπιν υπολογισμών.

Όσον αφορά στις μεθόδους που χρησιμοποιούνται για την εκτέλεση των αγορών, μπορούμε να τις διαχωρίσουμε σε:

### ***ΕΛΕΥΘΕΡΕΣ ΑΓΟΡΕΣ:***

- **Από συμβασιούχους προμηθευτές**, οι οποίοι κατόπιν μειοδοτικών προσφορών υπογράφουν συμβόλαια συνεργασίας για την προμήθεια σειράς προϊόντων για συγκεκριμένη χρονική περίοδο και με προκαθορισμένες τιμές. Οι συμβάσεις αυτές αφορούν κυρίως στην προμήθεια κατεψυγμένων προϊόντων και ειδών μπακαλικής, ώστε να αποφεύγονται συνεχείς αναζητήσεις και διαπραγματεύσεις από πλευράς επιχείρησης, και η ροή των αγαθών αυτών να είναι συνεχής σε κάθε ζήτηση.
- **Από μαζικές αγορές**, όπου η επιχείρηση έρχεται σε απευθείας επαφή με τον προμηθευτή και επιλέγει επιτόπου την ποιότητα και την τιμή των προϊόντων. Η μέθοδος αυτή αφορά κυρίως σε ευαίσθητα προϊόντα και ασταθείς αγορές όπως αυτές των φρούτων και των λαχανικών. Στην προκειμένη περίπτωση απαιτείται ικανότητα γνώσης της αγοράς και των προϊόντων γενικά.
- **Από αγορές χονδρικής (cash&carry)**, όπου η επιχείρηση μπορεί να προμηθευτεί μεγάλη ποικιλία προϊόντων συγκεντρωμένων σε μία πηγή και σε ικανοποιητικές τιμές και ποιότητα. Οι εταιρείες αυτές αναπτύσσονται ραγδαία και ικανοποιούν πραγματικά τις ανάγκες των επισιτιστικών μονάδων πάσης φύσεως.

### **ΑΓΟΡΕΣ ΚΑΤΟΠΙΝ ΜΕΙΟΔΟΤΙΚΩΝ ΔΙΑΓΩΝΙΣΜΩΝ:**

Οι αγορές αυτές πραγματοποιούνται από επιχειρήσεις με έντονο γραφειοκρατικό χαρακτήρα ή δημόσια ιδρύματα που δε μπορούν να ελιχθούν στον τομέα των προμηθευτών, με τις ανάλογες αρνητικές συνέπειες βέβαια.

Η μοναδική περίπτωση που η μέθοδος αυτή εφαρμόζεται με επιτυχή αποτελέσματα, είναι για συγκεκριμένα προϊόντα, όπως κατεψυγμένα κρέατα ή ψάρια και για τεράστιες ποσότητες (απαιτούνται συνήθως από αλυσίδες ξενοδοχείων ή μονάδων εστίασεως).

### **ΣΩΣΤΗ ΤΙΜΗ:**

Ίσως είναι ο σημαντικότερος αντικειμενικός στόχος στις αγορές των προϊόντων. Αυτός ο στόχος όμως δε σημαίνει αναγκαστικά χαμηλότερη τιμή, αλλά σωστότερη. Τεχνικές επισημάνσεις που μπορούμε να αναφέρουμε σε αυτήν τη διαδικασία, οι οποίες θεωρούνται παράγοντες μείωσης του κόστους αγοράς, είναι:

- **Η διαπραγμάτευση πάνω στην αρχικά προσφερόμενη τιμή** είναι μια καθιερωμένη πρακτική, ειδικά όταν πρόκειται για μεγάλες ποσότητες.
- **Η ύπαρξη έτοιμης εναλλακτικής λύσης για λιγότερο ποιοτικά προϊόντα**, εφόσον το επιτρέπει ο τρόπος και το είδος του παραγόμενου προϊόντος, δηλαδή εάν δε μειώνεται η ποιότητα – τουλάχιστον αισθητά- του αποτελέσματος.
- **Η τιμή να μην περιλαμβάνει υπηρεσίες του τύπου κόστος παράδοσης** (μεταφορικά), διάρκεια πίστωσης, τεχνική υποστήριξη κ.λπ. Ο σωστός χειρισμός αυτών των λεπτομερειών μπορεί να μειώσει την τιμή.
- **Ο συνδυασμός προμηθειών από την ίδια πηγή, χωρίς τη μεσολάβηση «μεσάζοντα»**, θα βοηθήσει στην επίτευξη καλύτερων τιμών.
- **Η πληρωμή τοις μετρητοίς** συμφέρει πολλές φορές περισσότερο την επιχείρηση, όταν «εκμεταλλεύεται» την άμεση ανάγκη του προμηθευτή για μετρητά.
- **Η εκμετάλλευση εποχικών και διαφημιστικών εκπτώσεων** από πλευράς προμηθευτή.

## **ΣΩΣΤΟΣ ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ ΚΑΙ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗ ΤΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ:**

Οι έμπειροι υπάλληλοι επί των αγορών έχουν συνειδητοποιήσει ότι πολλοί παράγοντες, ανεξάρτητοι από τις τιμές, πρέπει να λαμβάνονται υπ' όψη όταν πρόκειται να επιλεγεί ένας σωστός προμηθευτής της επιχείρησης.

Τέτοιοι παράγοντες είναι:

- **Η απόσταση της εγκατάστασης του προμηθευτή**, εάν είναι μικρή, συντομεύει το χρόνο παράδοσης και αποτελεί φυσικό πλεονέκτημα.
- **Η προτίμηση στους τοπικούς προμηθευτές** είναι θετικό στοιχείο και συμβάλλει στη δημιουργία καλών γειτονικών και τοπικών σχέσεων.
- **Οι εγκαταστάσεις του προμηθευτή** είναι μία από τις εικόνες, υπό την ευρεία έννοια του όρου, του συνεργάτη της επιχείρησης. Μια απλή επίσκεψη σε αυτές μπορεί να ενισχύσει την αίσθηση της εμπιστοσύνης προς αυτόν.
- **Οι τεχνικές πληροφορίες που παρέχονται από εξειδικευμένο προσωπικό του προμηθευτή** μπορούν να βοηθήσουν στη γνώση των προϊόντων, με αποτέλεσμα την καλύτερη χρήση τους από πλευράς αγοραστή.
- **Η αξιοπιστία και εντιμότητα του προμηθευτή όσον αφορά στην παράδοση** των προϊόντων είναι ένα βασικό στοιχείο της αρμονικής συνεργασίας των δύο μερών.

## **ΟΡΘΕΣ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΕΣ ΑΓΟΡΩΝ:**

Με αφετηρία την εντολή-ανάγκη αγοράς για συγκεκριμένη ομάδα προϊόντων ξεκινά η διαδικασία αγοράς, με την παράλληλη αποστολή της εντολής (*purchasing order fee*) στο τμήμα αγορών της επιχείρησης.

Η συνέχεια των διαδικασιών είναι η εκτέλεση της εντολής αγοράς, ενημερώνοντας ταυτόχρονα το τμήμα παραλαβής για την προμήθεια των υλικών, που θα προσδιορισθούν κάποια στιγμή από τον προμηθευτή.

Αυτό που πρέπει να τονίσουμε ιδιαίτερα στην όλη διαδικασία των αγορών αλλά και στη συνέχεια της «ζωής» των προϊόντων εκτός της επιχείρησης, είναι η *πιστή τήρηση του συστήματος, με την έκδοση εντύπων ή την καταχώρηση εγγράφων σε καρτέλες και την επιβεβαίωση όλων αυτών των συναλλαγών με κάποιο παραστατικό.* Όλα αυτά προσδιορίζονται από το σύστημα ελέγχου της επιχείρησης, το οποίο δρα προληπτικά και εποικοδομητικά σε κάθε σωστά οργανωμένη επιχείρηση, στον επισιτιστικό τομέα και όχι μόνο.



## ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ

Όλο και πιο συχνά τον τελευταίο καιρό βλέπουμε το σερβιτόρο σε μία καφετέρια , ένα εστιατόριο ή στους χώρους εστίασης ενός ξενοδοχείου, να χρησιμοποιεί ένα περίεργο ηλεκτρονικό «μπλοκάκι» για να καταγράψει τις παραγγελίες μας ή τον υπάλληλο του σουπερμάρκετ να πληκτρολογεί σε μια μικρή συσκευή που μοιάζει με αριθμομηχανή. Πίσω από τα παραδείγματα αυτά κρύβεται μια ολόκληρη τεχνολογία που περιλαμβάνει συσκευές και ειδικό λογισμικό: η τεχνολογία των συστημάτων αυτόματης παραγγελιοληψίας.

Στη σύγχρονη επιχειρηματική πρακτική, επικρατεί η άποψη ότι οι υπάλληλοι πρέπει να πραγματοποιούν τις συναλλαγές τους με τους πελάτες με ταχύτητα, ακρίβεια, διακριτικότητα και αποτελεσματικότητα. Έτσι, η νέα έννοια που τείνει να υιοθετηθεί από τις επιχειρήσεις, είναι το M-BUSINESS (MOBILE BUSINESS). Στους χώρους μαζικής εστίασης οι παραδοσιακές μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για την παραγγελιοληψία είναι χρονοβόρες και εμπεριέχουν μεγάλη πιθανότητα λάθους. Τη λύση στο συγκεκριμένο ζήτημα έρχονται να δώσουν τα συστήματα αυτόματης παραγγελιοληψίας, που ξεκίνησαν να χρησιμοποιούνται λόγω των αυξημένων απαιτήσεων των καταστημάτων για γρήγορη εξυπηρέτηση των πελατών, με αποτέλεσμα την κατακόρυφη αύξηση της παραγωγικότητας αλλά και της ποιότητας των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Οι συσκευές αυτές δε χρησιμοποιούνται αποκλειστικά σε χώρους μαζικής εστίασης, αλλά μπορούν να βρουν πολλές εφαρμογές, όπως στο λιανικό εμπόριο, στη βιομηχανία, την υγεία και τα ξενοδοχεία. Ο υπεύθυνος παραλαβής ενός ξενοδοχείου για παράδειγμα, είναι σε θέση να λαμβάνει παραγγελίες κάνοντας χρήση ενός τέτοιου φορητού συστήματος , τις οποίες μπορεί να στείλει κατευθείαν στην αποθήκη της επιχείρησης, μειώνοντας σημαντικά το χρόνο από τη λήψη στην παράδοση στα αρμόδια τμήματα. Τα σημαντικότερα πλεονεκτήματα των συστημάτων αυτών είναι σε γενικές γραμμές η ταχύτητα και η ακρίβεια. Επίσης, με τη χρησιμοποίησή τους μειώνεται σημαντικά ο χρόνος συναλλαγής, αφού έχουν τη δυνατότητα επεξεργασίας μεγάλου όγκου πληροφοριών.

### **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ:**

Τα συστήματα αυτόματης παραγγελιοληψίας περιλαμβάνουν πλήθος συσκευών που μπορεί να χρησιμοποιηθούν μεμονωμένα ή σε συνδυασμό. Τέτοιες συσκευές είναι τα φορητά υπολογιστικά συστήματα, τα οποία περιλαμβάνουν μικρές συσκευές χειρός. Τα πιο σύγχρονα είναι τα κλασικά PALMTOPS, τα οποία έχουν μεγάλες δυνατότητες προσθήκης ειδικού λογισμικού και επικοινωνίας μέσω υπερύθρων με ένα PC για ενημέρωση των στοιχείων. Οι οθόνες αφής που περιέχουν, καθώς και οι δυνατότητες αναγνώρισης γραφής αποτελούν σημαντικό πλεονέκτημα. Εκτός από τα palmtops χρησιμοποιούνται και ειδικά τερματικά χειρός με οθόνες αφής ή πληκτρολόγιο, τα οποία περιέχουν ή μπορούν να δεχθούν προαιρετικά συσκευές αναγνώρισης barcode ή θερμικό εκτυπωτή.

Για να λειτουργήσουν όλα τα προαναφερθέντα απρόσκοπτα, απαιτείται η κατάλληλη υποδομή από την εταιρεία, η οποία θα πρέπει να στήσει ένα ασύρματο δίκτυο μέσω του οποίου θα επικοινωνούν όλα τα τερματικά και οι πάσης φύσεως συσκευές χειρός.

Η φιλοσοφία της δικτύωσης μοιάζει πάρα πολύ με τις «κλασικές» υπολογιστικές δικτυώσεις. Τα φορητά τερματικά συνδέονται ως επί το πλείστον με έναν κεντρικό υπολογιστή, ενώ χρησιμοποιούνται μία ή περισσότερες κεραίες, ανάλογα με το χώρο που επιθυμούμε να καλύψουμε. Όλες οι καταχωρήσεις των ασύρματων τερματικών «περνούν» από τον κεντρικό υπολογιστή, ο οποίος φροντίζει να διαχωρίζει τις παραγγελίες ανάλογα με το είδος και να στέλνει δεδομένα στους κατάλληλους αποδέκτες. Στην περίπτωση του εστιατορίου ενός ξενοδοχείου, ο ίδιος ο υπολογιστής είναι υπεύθυνος για την ενημέρωση του λογαριασμού κάθε τραπεζιού, ενώ στο τέλος κάθε συναλλαγής έχει τη δυνατότητα να επικοινωνεί με το σύστημα φορολογικής έκδοσης αποδείξεων, όπως είναι μια ταμειακή μηχανή ή ένας φορολογικός εκτυπωτής. Η πραγματοποίηση ενός τέτοιου δικτύου από μια επιχείρηση μπορεί να ενέχει κι άλλα πλεονεκτήματα γι' αυτήν. Οι πελάτες σε πολλές περιπτώσεις μπορούν, κάνοντας χρήση των ειδικών καρτών που τους δίνονται, να εισέλθουν στο τοπικό δίκτυο της εταιρείας μέσω των προσωπικών υπολογιστών τους και να έχουν από εκεί πρόσβαση σε πληροφορίες που αφορούν τα στοιχεία της εταιρείας ή ακόμα να λάβουν και να στείλουν e-mails. Πρόκειται γενικότερα για μια επένδυση η οποία μπορεί να ωφελήσει ποικιλοτρόπως την επιχείρηση που θα τολμήσει να την πραγματοποιήσει.

## **ΟΙ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΤΩΝ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ:**

Έχουμε ήδη αναφερθεί στην εφαρμογή που βρίσκουν τα συστήματα παραγγελιοληψίας στα ξενοδοχεία, στα καφέ, στα μπαρ και γενικότερα σε χώρους εστίασης. Παρόλα αυτά, υπάρχουν ακόμα αρκετές περιπτώσεις όπου θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν. Στη βιομηχανία για παράδειγμα, η αυτοματοποίηση των υπηρεσιών μπορεί να συνεισφέρει κατά πολύ στον έλεγχο όλων των παραγωγικών διαδικασιών. Οι πληροφορίες που θα συλλέγονται στον κεντρικό υπολογιστή θα αποσκοπούν στην πιστοποίηση της ποιότητας του παραγόμενου προϊόντος, ενώ η οργάνωση του δικτύου διανομής θα ωφεληθεί εξίσου τα μέγιστα.

Στον τομέα του Δημοσίου, όπου η ασφάλεια στις συναλλαγές παίζει καθοριστικό ρόλο, η τεχνολογία των barcode scanners, αλλά και αυτή της ασύρματης μεταφοράς δεδομένων και φωνής εξασφαλίζει την απόλυτη οργάνωση των πληροφοριών, την ταχύτητα στις διεργασίες, αλλά και την αποτελεσματικότερη διαχείριση της ροής των εργασιών. Κατά τον τρόπο αυτό περιορίζεται κατά πολύ η γραφειοκρατία, που αποτελεί ένα από τα σοβαρότερα προβλήματα κάθε επιχείρησης.

Πολύ σημαντική επίσης εφαρμογή, βρίσκουν τα συγκεκριμένα συστήματα και στο χώρο της υγείας. Με τη χρήση των φορητών τερματικών, το νοσηλευτικό προσωπικό είναι σε θέση να έχει πρόσβαση στους ιατρικούς φακέλους των ασθενών και γενικότερα να ελέγχει άμεσα τις πληροφορίες που αφορούν στην κατάσταση τους. Ήδη στο εξωτερικό χρησιμοποιούνται συστήματα ενδοδικτύωσης νοσοκομείων. Οι θεράποντες ιατροί είναι εξοπλισμένοι με φορητά τερματικά μικρού μεγέθους, με τα οποία ανταλλάσσουν δεδομένα με έναν κεντρικό server.

Τέλος δεν πρέπει να παραλείψουμε να αναφέρουμε τη χρησιμότητα των συσκευών αυτών στην διαχείριση των εμπορευμάτων σε αποθηκευτικούς χώρους. Πιο συγκεκριμένα, αναφερόμαστε σε εργασίες όπως η παραλαβή και η ομαδοποίηση των εμπορευμάτων από τους προμηθευτές και ο διαχωρισμός των παραγγελιών. Ειδικότερα σε μεγάλης δυναμικότητας ξενοδοχεία, όπου υπάρχει συνεχής ροή πολλών και διαφορετικών προϊόντων, τα συστήματα παραγγελιοληψίας μοιάζουν ιδανική λύση, αφού με την άμεση και ταυτόχρονη ενημέρωση όλων των αρμόδιων τμημάτων αποφεύγεται η οποιαδήποτε περίπτωση λάθους- είτε προσωρινή, είτε τελεσίδικη-, και βέβαια εξοικονομείται πολύτιμος χρόνος.

## ***H ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ BARCODE:***

Ειδικότερη αναφορά πρέπει να γίνει στην τεχνολογία barcode (γραμμοκώδικας), που χρησιμοποιείται ευρύτατα σε πολλά συστήματα παραγγελιοληψίας. Η συγκεκριμένη τεχνολογία χρησιμοποιείται για να εξαλείψει εντελώς την ανάγκη της πληκτρολόγησης από τον χρήστη, ενώ γενικότερα προσφέρει μεγάλες ταχύτητες κατά την εισαγωγή δεδομένων σε ένα σύστημα. Το barcode, όπως δηλώνει και το όνομα του, είναι μια σειρά από «μπάρες» και «κενά», τα οποία στην πραγματικότητα αντιπροσωπεύουν σε κωδικοποιημένη μορφή μία σειρά δεδομένων. Τα δεδομένα αυτά αλλάζουν ανάλογα με την περίπτωση. Έτσι για παράδειγμα, όταν πρόκειται για καταναλωτικά προϊόντα, μέσα στο γραμμοκώδικα περιλαμβάνεται η τιμή, ο κατασκευαστής, η ημερομηνία λήξης κ.λπ. Όπως προκύπτει λοιπόν από τις προαναφερθείσες ιδιότητες του barcode, ένα ξενοδοχείο μπορεί να βγει πολλαπλώς κερδισμένο, καθώς το συγκεκριμένο μηχάνημα μπορεί να εφαρμοστεί σε πολλά από τα υποκαταστήματα που λειτουργούν στους χώρους του συγκροτήματος και τα οποία πραγματοποιούν λιανική πώληση. Επίσης, μπορεί να φανεί ιδιαίτερα χρήσιμο στους αποθηκευτικούς χώρους του ξενοδοχείου, καταγράφοντας και και κατηγοριοποιώντας γρήγορα και αποτελεσματικά όλα τα προϊόντα, ενώ παράλληλα γίνεται και η αντίστοιχη ενημέρωση στους υπολογιστές των αρμοδίων τμημάτων.

Ο γραμμοκώδικας λοιπόν, αποτελεί έναν από τρόπο κωδικοποίησης μεγάλου όγκου πληροφοριών, οι οποίες όμως δεν είναι προσβάσιμες από όλους αλλά απαιτούν ειδικές συσκευές ανάγνωσης. Οι συσκευές αυτές είναι οι barcode scanners. Ο scanner εκπέμπει δέσμες φωτός (laser) πάνω στην ετικέτα με τον κώδικα. Όταν οι δέσμες «πέσουν» επάνω σε κενό, αυτό καταγράφεται αυτόματα από τη συσκευή ως μηδέν. Αντίστοιχα, κάθε φορά που η δέσμη «πέφτει» επάνω σε μια μπάρα, αυτή καταγράφεται ως «άσσος» από τον scanner. Κατόπιν το ειδικό λογισμικό της συσκευής αναλαμβάνει να μεταφράσει το σύνολο των μηδενικών και των άσσων σε χαρακτηριστικές κειμένου. Οι κώδικες που χρησιμοποιούνται γι' αυτόν τον σκοπό είναι όλοι ίδιοι μεταξύ τους. Ανάλογα με τη χώρα αλλά και το είδος των προϊόντων χρησιμοποιούνται διαφορετικού είδους ετικέτες. Στην Αμερική και στον Καναδά για παράδειγμα, χρησιμοποιείται το σύστημα UPC (Universal Product Code), ενώ στην Ευρώπη και την Ασία έχουν επικρατήσει τα συστήματα EAN και JAN. Το σύστημα UPC πάντως, δίνει τη δυνατότητα στους κατασκευαστές του να συμπιέσουν μεγάλες ποσότητες δεδομένων σε μικρής επιφάνειας ετικέτες, καθιστώντας το ιδανικό σε περιπτώσεις που το μέγεθος των ετικετών παίζει σημαντικό ρόλο. Αναμφισβήτητα, βρισκόμαστε σε μία εποχή στην οποία σημαντικό ρόλο για τη σωστή λειτουργία των επιχειρήσεων παίζουν η ακρίβεια, η άμεση και σωστή διαχείριση των παραγγελιών, και

φυσικά η ταχύτητα εξυπηρέτησης των πελατών. Τα συστήματα αυτόματης παραγγελιοληψίας είναι σε θέση να ικανοποιήσουν κάθε ανάγκη. Στη χώρα μας όλο και περισσότερα ξενοδοχεία και επισιτιστικές επιχειρήσεις αντιλαμβάνονται όσο περνάει ο καιρός τα οφέλη που μπορούν να προέλθουν απ'τη χρήση τέτοιων συστημάτων.

Τέλος, αναφορικά με το κόστος της εγκατάστασης αυτών των συστημάτων, πρέπει να επισημάνουμε ότι ποικίλλει ανάλογα με την πληθώρα των ιδιοτήτων τους και τις απαιτήσεις κάθε επιχείρησης. Όσοι επίσης σκοπεύουν να επενδύσουν σ ένα σύστημα παραγγελιοληψίας, θα πρέπει να συνυπολογίσουν το κόστος της αγοράς λογισμικού, το οποίο παρέχεται συνήθως από ανεξάρτητες εταιρείες. Φυσικά, όλες οι αντιπροσωπίες που δραστηριοποιούνται στο χώρο, προσφέρουν ολοκληρωμένες λύσεις, ενώ αναλαμβάνουν το στήσιμο των μηχανημάτων, καθώς και την εκπαίδευση του προσωπικού.

**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ OUTLETS MANAGER, Κου ΝΑΣΛΑ.  
Από την Ελένη Μπουλιουμπάση.**

**ΒΑΣΙΚΕΣ ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ ΤΗΣ ΑΛΥΣΙΔΑΣ HYATT:**

*Η Hyatt διαχωρίζει την αλυσίδα της σε 3 βασικές κατηγορίες. Είναι η Regency, που είναι η πιο απλή της κατηγορία και η πιο ευρεία διαδεδομένη, ακολουθούν τα Grand Hyatt, που συνήθως είναι ξενοδοχεία πόλεως που εδρεύουν συνήθως στην πρωτεύουσα κάθε χώρας, και είναι αρκετά πιο πολυτελή, και τέλος τα Park Hyatt, που είναι το καινούργιο της κομμάτι, το οποίο επίσης είναι υπερπολυτελές με πάρα πολύ προσωπικό service, και συμπεριλαμβάνει πολλές υπηρεσίες, είτε αυτή είναι spa, είτε golf, είναι πολύ πιο εκτεταμένα και αποτελούν αυτή τη στιγμή την κορυφή στη Hyatt.*

**ΚΟΥΖΙΝΕΣ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Υπάρχει μία κεντρική κουζίνα στο εστιατόριο “Ambrosia”, η οποία εξυπηρετεί κατά κύριο λόγο το εστιατόριο, αλλά είναι και η κουζίνα που δίνει φαγητό για το χώρο του “Lobby Lounge”, του “Bar Aficionado” και του “Room Service”. Το “Oceana”, που είναι το “Pool Bar”, έχει τη δική του κουζίνα που σερβίρει συνήθως φαγητά σχάρας, είτε κρεατικά είτε ψαρικά, λειτουργεί το καλοκαίρι από το Μάιο ως τον Σεπτέμβριο, ανάλογα με τις καιρικές συνθήκες. Το Lobby Lounge λειτουργεί όλη μέρα σχεδόν, από της 07:00 έως 02:00, το Bar Aficionado από Τρίτη ως Σάββατο, από της 20:00 ως τη 01:00, και Παρασκευή Σάββατο ως της 02:00, 03:00, ανάλογα πάντα με τον κόσμο που υπάρχει, το Room Service είναι 24 ώρες το 24ωρο, όπως επίσης και το πρωινό από το Room Service. Το πρωινό βγαίνει στο



εστιατόριο *Ambrosia είναι buffet*, τον οποίο χαρακτηρίζουμε Αμερικάνικο γιατί μπορούμε να σερβίρουμε ό,τι θέλει ο πελάτης που έχει σχέση με αυγά, *pancakes*, βάφλες κ.α. Τα αυγά γίνονται *Ala Minute*, αλλά από κει και πέρα ο μπουφές έχει λουκάνικα, μανιτάρια, ντομάτες, Σολωμό, τυριά, αλλαντικά, παραδοσιακά εδέσματα όπως ρυζόγαλο, κουλούρια Θεσσαλονίκης, κουλουράκια, βουτήματα διαφόρων ειδών, τυρόπιτες, σπανακόπιτες, φυσικά υπάρχουν 3 φυσικοί χυμοί, 3 επιλογές από γάλα κανονικό, χαμηλά λιπαρά, άπαχο, 6 διαφορετικά είδη από corn-flakes, μεγάλη ποικιλία σε αρτοσκευάσματα γενικότερα, και φυσικά πολλές επιλογές από καφέ και τσάι.

### **ΤΜΗΜΑ ΠΡΟΜΗΘΕΙΩΝ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Υπάρχει το τμήμα προμηθειών το οποίο είναι υπεύθυνο για οτιδήποτε χρειάζεται ο *Chef* να μαγειρέψει, λέει π.χ ο *Chef* <Θέλω να μου βρείτε αυτά τα είδη από τα μανιτάρια>. Αναλαμβάνει λοιπόν το τμήμα προμηθειών να βρει, στην αγορά της Θεσσαλονίκης σε πρώτη φάση, τα καλύτερα είδη στις καλύτερες τιμές, οπότε αν δεν τα βρει στην Ελλάδα, μετά ψάχνει στο εξωτερικό. Επειδή είμαστε ένας χώρος που λειτουργεί όλο το χρόνο και πολλές φορές υπάρχουν προϊόντα π.χ τα μανταρινία, δεν είναι τώρα η εποχή τους στην Ελλάδα, οπότε φέρνουμε αρχικά από Κρήτη και τώρα ακόμη πιο νότια που ναι ζεστό το κλίμα, από Ισπανία. Αυτό είναι ένα παράδειγμα, αλλά αυτό συμβαίνει σε οτιδήποτε άλλο χρειαζόμαστε.

### **ΧΩΡΟΤΑΞΙΚΗ ΔΟΜΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Ο χώρος του κεντρικού εστιατορίου, είχε αρχικά στηθεί από κάποιον διακοσμητή της *Hyatt*, ο οποίος δεν κοίταζε τόσο το λειτουργικό κομμάτι, του πόσο άνετο είναι, ούτε πήρε υπ' όψη του τις νομικές διατάξεις της Ελλάδας στη διαρρύθμιση του χώρου, και εννοώ ότι το καθένα τραπέζι στο χώρο πρέπει να απέχει από το άλλο κάποια συγκεκριμένα μέτρα. Ο κύριος αυτός απλά έστησε ένα εστιατόριο που του ζήτησαν να έχει χωρητικότητα 130 θέσεων. Το εστιατόριο όμως έτσι δεν ήταν λειτουργικό κι αυτό είχε σαν αποτέλεσμα ότι απ' τον πρώτο κιόλας καιρό, τις πρώτες εβδομάδες λειτουργίας του ξενοδοχείου έχουν αφαιρεθεί τραπέζια και καρέκλες, κι έχει πέσει περίπου στα 90 καθίσματα. Αυτά διαμορφώνονται ανάλογα με το πόσο κόσμο έχουμε, 90 είναι μόνιμα, αν έχουμε κάποια εκδήλωση όμως που χρειάζεται παραπάνω καθίσματα μπορούν να στηθούν μέχρι 110, και 120 ακόμη και να κάτσει ο κόσμος σχετικά άνετα. Αλλά γενικότερα προσπαθούμε να

είμαστε στα 90 άτομα για να είναι άνετος ο πελάτης και να μη σκέφτεται πως ότι πει θα το ακούσει ο διπλανός του.

Το *Lobby Lounge* που είναι ο κεντρικός χώρος υποδοχής του ξενοδοχείου, έχει περίπου στα 100 καθίσματα τα οποία όμως εδώ πέρα είναι σε καναπέδες και πολυθρόνες τα περισσότερα, και φυσικά στον έξω χώρο υπάρχουν άλλα 80 καθίσματα, και στο εστιατόριο *Ambrosia* και στο *Lobby Lounge*. Το *Bar Aficionado* έχει γύρω στις 56 θέσεις, μαζί με τα σκαμπό του μπαρ, είναι αρκετά πιο μικρός αλλά και πιο άνετος και ήσυχος χώρος. Τέλος, το *Oceana* έχει 80 θέσεις και κοντά στις 200 ξαπλώστρες (*Pool Bar*) όπου σερβίρει ελαφριά φαγητά και ποτό περιμετρικά της

**ΑΝΘΡΩΠΙΝΟ ΔΥΝΑΜΙΚΟ(ΠΡΟΣΩΝΤΑ, ΚΑΘΗΚΟΝΤΑ, ΠΕΡΙΒΟΛΗ, ΕΠΙΠΕΔΟ ΣΠΟΥΔΩΝ):**

Γενικά το προσωπικό του ξενοδοχείου κινείται περίπου στα 210 έως τα 225 άτομα, συν το έξτρα προσωπικό που έρχεται και εργάζεται στο χώρο των δεξιώσεων. Είναι εύκολα αντιληπτό πως τα 152 δωμάτια, χρειάζονται αρκετό προσωπικό. Τώρα, στο χώρο του *F&B*, των *Outlets*, γιατί τα συγκεκριμένα τα ονομάζουμε *Outlets*, συμπεριλαμβανομένου και του *Room Service*, απασχολούνται από 46 έως 56 άτομα, ανάλογα πάντα με την περίοδο. Επιμέρους το εστιατόριο απασχολεί γύρω στα 14 με 16 άτομα, το *Pool Bar* 10 με 12 άτομα, το *Lobby Lounge* γύρω στα 14 άτομα, το *Bar Aficionado* 2 άτομα. Και το *Room Service* είναι ένα πολύ σημαντικό τμήμα του ξενοδοχείου, το οποίο απασχολεί γύρω στα 12 άτομα, ανάλογα και πάλι με την περίοδο. Η ενδυμασία μας είναι σε μαύρο-άσπρο, δεν διαφέρει πάρα πολύ από υπάλληλο σε υπάλληλο, ο κύριος λόγος είναι το μαύρο και το άσπρο. Στην παρούσα



πiscinas.



φάση γιατί περίπου κάθε 2 χρόνια αλλάζουμε τον τρόπο ενδυμασίας. Όταν ξεκινήσαμε είχαμε μία εντελώς διαφορετική στολή, μαύρο με μπεζ, μετά περάσαμε σε μπλε σκούρο με άσπρο, και καταλήξαμε στο ασπρόμαυρο που μας χαρακτηρίζει τα τελευταία 2 χρόνια. Στο Μπαρ φοράνε ένα γιλέκο και μέχρι στιγμής ο γιακάς είναι όρθιος και μονοκόμματος, όχι σπαστός σαν το γαμπριάτικο, αλλά μονοκόμματο, και τ' αγόρια φοράνε ένα κορδόνι, ενώ οι κοπέλες έχουν ένα στυλ από τη δεκαετία του 20 θα έλεγα, με πολλά κουμπάκια μπροστά, μεσάτο πουκάμισο που να βγαίνει έξω απ' το παντελόνι. Παλιά φορούσαν φούστα, τώρα μόνο παντελόνι γιατί διευκολύνει πάνω στο χώρο του σέρβις, και είναι πιο βολικό στις δύσκολες μέρες.

Η κατοχή κάποιου τίτλου σπουδών είναι απαραίτητη ή όχι ανάλογα με τη θέση του υπαλλήλου. Όσον αφορά το service και τους σερβιτόρους δεν είναι όλοι πτυχιούχοι. Συνήθως όταν επιλέγουμε κάποιο άτομο δεν μας ενδιαφέρει τόσο η εμπειρία, το να έχει κάποιο πτυχίο η να γνωρίζει άπταιστα 2 ξένες γλώσσες είναι σίγουρα καλοπροαίρετα όλα αυτά, αλλά η αγορά έχει γίνει πάρα πολύ δύσκολη, δε βρίσκεις άτομα γιατί όλα εξαρτώνται από το πόσο πληρώνεις. Και οι πιο πολλοί προτιμούν να έχουν την άνεση τους κι όχι κάποιον διευθυντή πάνω απ' το κεφάλι τους να τους λέει τι και πώς να το κάνουν, και προτιμούν τις καφετέριες ή κάποιο εστιατόριο μέσα στην πόλη. Σε αντίθεση με το ξενοδοχείο που είναι πολύ πιο απαιτητικά και πληρώνονται συνήθως με το βασικό μισθό, οπότε δεν το επιλέγουν. Δε σκέφτονται λίγο πιο μακροπρόθεσμα, ότι σε ένα ξενοδοχείο έχουνε την ασφάλεια τους, τα ένσημα τους, μαθαίνουν, και γενικότερα είναι ένα περιβάλλον κατά πολύ πιο υγιές θα έλεγα. Σίγουρα είναι καλοπροαίρετο κάποιο πτυχίο από Σχολή, και από κει και πέρα προτιμούμε να πλάθουμε εμείς τα άτομα, παρά να παίρνουμε άτομα έμπειρα. Υπάρχει σχετικό Τμήμα Εκπαίδευσης και γίνονται και έξτρα εσωτερικές εκπαιδεύσεις από τον εκάστοτε προϊστάμενο και διευθυντή, όπου καλό θα ήταν να μαθαίνει τα standards που θέλουμε μέσα στο χώρο, να τα μαθαίνει από μας. Κάθε επιχείρηση χαρακτηρίζεται από τα δικά της standards, οπότε όταν έρχεται κάποιος και έχει μάθει κάπως διαφορετικά να σκέφτεται και να ενεργεί μέσα στο χώρο, είναι πιο δύσκολο μετά να ενστερνιστεί την καινούργια νοοτροπία, θέλει πιο πολύ χρόνο. Όλοι περνάνε από εκπαίδευση, όλοι μαθαίνουν να προσαρμόζουν την εργασιακή τους συμπεριφορά στα πρότυπα της Hyatt.

### **ROOM SERVICE:**

*To Room Service* αντικαθιστά τους παλαιότερους *Chef d' Etages*, και αποτελεί ένα ακόμη *Outlet*, το οποίο λειτουργεί 24 ώρες /24ωρο, σερβίρει φαγητό 24 ώρες/24ωρο που προμηθεύεται από την κουζίνα του *Ambrosia*.

### **ΣΥΣΤΗΜΑΤΑ ΑΥΤΟΜΑΤΗΣ ΠΑΡΑΓΓΕΛΙΟΛΗΨΙΑΣ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Δουλεύουμε με τα *Micro*, υπάρχουν πολλά είδη, δεν έχουμε κάποιο *Palmtop* που να παίρνουμε παραγγελία μπροστά στον πελάτη, ηλεκτρονικό, που να στέλνει ασύρματα το σήμα στο *PC* και από κει και πέρα να εκτυπώνει παραγγελία. Δεν το χρησιμοποιούμε γιατί δεν έχουμε την ανάγκη να το χρησιμοποιήσουμε. Ο μόνος χώρος που θα βοηθούσε, αλλά ακόμη κι εκεί λόγω μεγάλων αποστάσεων το σήμα πολλές φορές δεν είναι εφικτό, πρέπει να τοποθετήσουμε μια κεραία στο κέντρο της πισίνας ή περισσότερες τριγύρω για να μπορούμε να έχουμε σωστό σήμα, πράγμα που είδαμε πως δε μας συμφέρει οικονομικά και δεν υπάρχει λόγος να το κάνουμε, οπότε δεν χρησιμοποιήσαμε ποτέ το ασύρματο. Παρ'όλα αυτά έχει δοκιμαστεί στο *Casino*, όπου δεν είχε και τόσο μεγάλη επιτυχία, οπότε ήταν ένας αρνητικός παράγοντας για μας ώστε να μην προχωρήσουμε στην αλλαγή με αυτού του είδους το σύστημα. Εμείς δουλεύουμε τα *Micros* στην παρούσα φάση, τα οποία είναι υπολογιστές, τερματικά με touch-screen, χτυπάμε την παραγγελία και φεύγει αυτόματα στην κουζίνα η στο μπαρ, ανάλογα με το αν είναι φαγητό ή ποτό που πρέπει να ετοιμάσει ο μάγειρας ή ο *Barman*.

### **ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟΥ:**

Υπάρχει ειδικός χώρος λόγω *Haccp* που γίνεται η επεξεργασία των τροφίμων, άλλος χώρος για τον καθαρισμό των ψαριών, άλλος για την κοπή των κρεάτων κ.λ., οπότε κάθε χώρος όσον αφορά τον εξοπλισμό, έχει τα δικά του πράγματα. Έχουμε προσθέσει κάτι στο μπουφέ που δεν το χαμε προβλέψει όταν πρωτολειτούργησε το ξενοδοχείο και είναι πολύ καλό. Πρόκειται για 2 σκεύη, το ένα έχει μπέν-μαρί που ζεσταίνει το νερό και διατηρεί τα φαγητά ζεστά και το άλλο έχει ψύχτρες όπου βάζεις γλυκά και σαλάτες μέσα και τα διατηρεί δροσερά και κρύα. Υπάρχουν τα *saving dish* τα οποία είναι ένα σκεύος όπου βάζεις νερό και πάνω τοποθετείς το έδεσμα σε άλλο σκεύος και από κάτω βάζεις φωτιά και ζεσταίνεται το νερό και διατηρείται το έδεσμα ζεστό. Ή για να διατηρήσουμε κάτι π.χ το γιαούρτι δροσερό, παίρνουμε ένα μεγάλο μπολ, βάζουμε πάγο, μια πετσετούλα κι από πάνω το σκεύος με το

γιαούρτι κι έτσι διατηρείται δροσερό. Και λέω ότι εδώ είμαστε εμείς λίγο πίσω, και το χουμε συζητήσει πολλές φορές ότι πρέπει κάποια στιγμή να περάσουμε στο επόμενο στάδιο. Το *Hilton της Αθήνας* έχει απ' ότι γνωρίζω κορυφαίο εξοπλισμό εστιατορίου. Κινητά bar χρησιμοποιούμε μόνο στο χώρο των δεξιώσεων, βιτρίνα κρασιών υπάρχει στο χώρο του εστιατορίου η οποία θα έλεγα ότι είναι μέρος της διακόσμησης αυτού. Επίσης είμαστε το μοναδικό εστιατόριο στην πόλη που κάνουμε φλαμπέ. Υπάρχει ένα τρόλεϊ που κάνει μπροστά στον πελάτη το φλαμπέ. Δεν χρησιμοποιούμε κάποιο τρόλεϊ για τυριά, επειδή το φοβόμαστε, γιατί πρέπει να συμπεριλαμβάνει και ψυγείο για τη διατήρηση τους, και γιατί ο χώρος του ξενοδοχείου έχει και αρκετά σκαλοπάτια, οπότε ένα τρόλεϊ με ψυγείο θα 'ταν πολύ βαρύ για να μετακινείται σ'αυτά, το ίδιο ισχύει και για το τρόλεϊ γλυκών. Υπάρχει *Ala-Carte* κατάλογος, που είτε είναι ορεκτικά, σαλάτες, είτε είναι κυρίως είτε γλυκά, βγαίνουν μέσω της κουζίνας και τα σερβίρουμε σε πιάτο. Μπουφές στήνεται μόνο στο πρωινό και κάθε Κυριακή μεσημέρι που έχουμε το branch, που είναι ένας συνδυασμός πρωινού-μεσημεριανού αρκετά πλούσιος, και εκεί πέρα πάνω στήνονται και γλυκά και ορεκτικά και σαλάτες και κυρίως. Άλλος εξοπλισμός που χρησιμοποιούμε είναι όπως προανέφερα στο εστιατόριο τα 25 τραπέζια με 90 καθίσματα, χρησιμοποιούμε συνήθως έναν με δύο χώρους για την προετοιμασία, είναι έτσι διακοσμημένο το εστιατόριο που δε χρειάζεται να είναι πολλοί, όπου έχεις τα μαχαιροπήρουνα σου, τα πιάτα σου και ότι χρειάζεσαι. Αυτό που πρέπει να προσθέσουμε τέλος εδώ, είναι οι σαμπανιέρες με τα stand που είναι για τα κρασιά –αφρώδη και μη-, κάποιες καράφες που κάνουμε μετάγγιση στα κρασιά, τα πιάτα, τα σκεύη οι σουπιέρες είναι ανοξείδωτα, χρησιμοποιούμε επάργυρα μαχαιροπήρουνα το βράδυ και ανοξείδωτα στο πρωινό, ανθοδοχεία και κάποιες συνθέσεις λουλουδιών ή κάποιο καντηλάκι για το βράδυ, που έχουν μεγάλη σημασία γιατί αποτελούν το <center-dish> του τραπέζιού.

### **ΚΑΘΑΡΙΟΤΗΤΑ ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΤΜΗΜΑΤΩΝ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Η καθαριότητα γίνεται από μας και από το *Housekeeping*. Τον κύριο λόγο τον έχει το *housekeeping* που έχει τις καθαρίστριες που μπαίνουν μέσα στο εστιατόριο όταν αυτό είναι κλειστό και ξεσκονίζουν, σκουπίζουν, σφουγγαρίζουν κ.τ.λ. Το κομμάτι που γίνεται από εμάς είναι ο χώρος όπου έχουμε την προετοιμασία μας, ο πάγκος εργασίας δηλαδή των σερβιτόρων, αυτός καθαρίζεται από εμάς, οι μηχανές του espresso είναι δική μας αρμοδιότητα επίσης (καθαρισμός, συντήρηση), και κάβες όπου είναι τα κρασιά αυτά καθαρίζονται από τους σερβιτόρους γιατί μόνο αυτοί γνωρίζουν τι εστί το κάθε κρασί, υπάρχει κίνδυνος μια καμαριέρα που θα το καθαρίσει να μην του δώσει προσοχή, οπότε ιδίως

όταν έχεις ακριβά κρασιά προτιμάς να μη στα μπερδεύει κάποιο άτομο και να μη δέχεσαι φθορές. Στο χώρο του *Lobby Lounge* η καθαριότητα γίνεται καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας, συνήθως γίνεται νωρίς το πρωί η αρχική καθαριότητα, αλλά από κει και πέρα υπάρχει μία καθαρίστρια που περνάει συνέχεια από το χώρο και καθαρίζει, είτε τις τουαλέτες, είτε τους διαδρόμους, είτε ό,τι άλλο χρειαστεί. Σε περίπτωση π.χ που σπάσει ή λερωθεί κάτι ή χυθεί κάποιος καφές. Η καθαριότητα του *bar* γίνεται από τους *barmen* και τη λάντζα, όπως επίσης και στο εστιατόριο υπάρχει ειδικό τμήμα *stewarting* που καθαρίζει τα πιάτα, τα σκεύη των μαγειρών και οτιδήποτε χρειάζονται, πλην των μαχαιριών. Τα μαχαίρια τα καθαρίζουν οι ίδιοι οι *Chef* γιατί αποτελούν εργαλείο τους και συνήθως ο καθένας έχει τα δικά του, προσωπικά μαχαίρια πέρα από αυτά που διαθέτει η εταιρεία, και είναι πολύ επικίνδυνο το μαχαίρι όταν το καθαρίζει κάποιος, μπορεί να μην το προσέξει κι επειδή υπάρχουν διάφορα μαχαίρια, διάφορα μεγέθη και με διαφορετικούς τρόπους κοπής εννοώ η λάμα τους είναι διαφορετικά ακονισμένη κι ίσως κόβουν αισθητά περισσότερο από κάτι άλλα, υπάρχει πάντα ο κίνδυνος κάποιος που δε γνωρίζει τις ιδιαιτερότητες τους να κοπεί, να τραυματιστεί, οπότε καθαρίζονται από τους κατόχους τους, είναι δικό τους κομμάτι. Ακόμη, προσπαθούμε αποβραδís να κάνουμε προετοιμασία για το πρωινό. Το πρωί γίνεται μια πιο σχετική προετοιμασία εννοώντας ότι πρέπει να μπουν οι λαβίδες πάνω στο μπουφέ με τα φαγητά και να οργανωθεί ο χώρος ώστε να μπορούμε να έχουμε φρέσκο καφέ ή τσάι να σερβίρουμε. Και το ίδιο ισχύει για κάθε τμήμα, γίνεται μια προετοιμασία ακόμα και στο χώρο του *bar*, το πρωί που έρχεται το άτομο ελέγχει αν όλος ο χώρος είναι στρωμένος, αν όλα είναι πεντακάθαρα, τα μαξιλάρια σωστά τοποθετημένα στους καναπέδες, τα μενού, και έπειτα μπαίνει πίσω από τη μπάρα και αρχίζει την προετοιμασία εκεί, όπως να κόψει λεμόνια και πορτοκάλια, να βάλει γάλα στις μηχανές, να ετοιμάσει φρέσκο γαλλικό καφέ, και γενικά να ετοιμάσει οτιδήποτε χρειάζεται να σερβίρει άμεσα στους πελάτες. Συν ότι έρχονται κάποια στιγμή οι προμήθειες από ποτά, φρούτα, γάλατα κ.τ.λ και ο εξοπλισμός από χαρτικά, σουβεράκια, στυλό κ.τ.λ στο κάθε τμήμα και ο εκάστοτε υπάλληλος τα τακτοποιεί στους χώρους. Υπάρχουν συγκεκριμένες ώρες που παραλαμβάνονται απ' το τμήμα προμηθειών.

### **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΚΑΙ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Όσον αφορά την οργάνωση και τη λειτουργία των εστιατορίων, αρχικά πρέπει να θέσεις τι στόχους έχεις, να ξεκινήσεις από εκεί. Ποιος είναι ο στόχος και ο σκοπός κάθε τμήματος. Συνήθως τα *Outlets* σ' ένα ξενοδοχείο κατά κύριο λόγο είναι βοηθητικά τμήματα. Ο πελάτης έρχεται

για να κοιμηθεί και να φύγει. Από κει και πέρα ερχόμαστε εμείς που είμαστε το *F&B* του ξενοδοχείου, τα *Outlets* και λέμε οκ, μπορούμε αυτουνού του ανθρώπου να του ικανοποιήσουμε άριστα κάποιες βασικές του ανάγκες? Όπως είναι η διατροφή του? Και πολλοί πελάτες θέλουν τη διατροφή τους στον προσωπικό τους χώρο, μέσα στο δωμάτιο που νοικιάζουν-εδώ μπαίνει το *Room Service*- άλλους πάλι δεν τους πειράζει αυτό, θέλουν να κατέβουνε στο εστιατόριο, να τους βλέπει ο κόσμος και να βλέπουνε κόσμο. Και σίγουρα μια βασική ανάγκη που έχουμε όλοι είναι ο καφές και το τσάι που θέλουμε να πιούμε μία φορά την ημέρα τουλάχιστον, και συνήθως εξυπηρετεί το *Lobby* σ' αυτό το κομμάτι. Ο σκοπός του εστιατορίου-καλή ώρα- ενός ξενοδοχείου και του *Room Service*, είναι καθαρά η παροχή υπηρεσίας. Δεν έχει σαν κύριο σκοπό να βγάλει μεγάλα ποσά, αλλά να προσφέρει μια σωστή ποιότητα, τουλάχιστον αυτός είναι ο δικός μας σκοπός. Να προσφέρει μια σωστή ποιότητα και σίγουρα να μη χάσει λεφτά, οπότε ανάλογα προσαρμόζονται και οι τιμές και το προσωπικό που διαθέτει. Γιατί το προσωπικό είναι πολύ σημαντικό σε ένα ξενοδοχείο. Στη συνέχεια υπάρχει ο χώρος του *bar* και του *pool-bar* που είναι κάποιοι χώροι που δέχονται επισκέπτες και εκτός των πελατών του ξενοδοχείου, είναι δηλαδή χώροι που μπορούν να προσφέρουν κάποια έσοδα στο ξενοδοχείο. Εδώ προσπαθείς να προσελκύσεις και πιο πολύ κόσμο και να βγάλεις ανάλογα χρήματα. Το *Bar Aficionado* είναι ένας χώρος που δεν αποφέρει τόσα πολλά κέρδη γιατί είναι πιο εξεσυστημένος, πιο μοναδικός και δεν τον γνωρίζει και πολύς κόσμος καθόλου και στην ουσία αυτοσυντηρείται.

Στην οργάνωση και στη λειτουργία του εστιατορίου πολύ σημαντική είναι και μια προσεγμένη κάρτα φαγητού, γιατί ο κύριος λόγος που πάει κανείς σ' ένα εστιατόριο είναι το φαγητό, κατά δεύτερον πρέπει να έχει ένα πολύ καλό περιβάλλον, είτε απ' τη μουσική, είτε απ' το φωτισμό, τη θερμοκρασία, το ντεκόρ, τη διακόσμηση του χώρου, την ηχομόνωση του και το σέρβις που προσφέρεται. Ακολουθεί η λίστα κρασιών που προσφέρονται, όπου εμείς έχουμε μία συλλογή που ανέρχεται στις 200 περίπου ετικέτες, εγχώριες και εισαγωγής, και αφού δώσεις αυτά τα πράγματα στον πελάτη, πρέπει να τον αφήσεις ικανοποιημένο απ' την πρώτη στιγμή που θα μπει στο χώρο, μέχρι τη στιγμή που θα ξαναστρωθεί το τραπέζι, όχι μέχρι τη στιγμή που θα φύγει απλά, γιατί τότε ολοκληρώνεται το *service* σ' έναν πελάτη, με το που θα ξαναετοιμάσεις το τραπέζι για τον επόμενο. Θα πρέπει να φύγει μέσα από το χώρο το λιγότερο ικανοποιημένος αν όχι ευχαριστημένος, για να μπορέσει να ξανάρθει, διαφορετικά δεν μπορείς να λειτουργήσεις ένα χώρο εστιατορίου. Αν φύγουν οι πελάτες σου και δεν είναι ευχαριστημένοι δεν πρόκειται να ξανάρθουν, συν ότι θα δημιουργηθεί μια άσχημη εικόνα προς τα έξω. Και φυσικά ένα πολύ σημαντικό

κομμάτι για κάθε εστιατόριο είναι το prestige και το όνομα που έχεις στην αγορά. Αυτό μπορεί να το κάνει βιώσιμο ή μη. Και όλα εξαρτώνται από τον καθένα πελάτη που εισέρχεται σ' αυτό. Ο κάθε πελάτης είναι μοναδικός. Αν κάποιος φύγει δυσαρεστημένος, θα βγει έξω θα το συζητήσει μ' άλλους 10, οπότε θα δημιουργήσει μία εικόνα αρνητική. Σε αντίθεση που αν φύγει ευχαριστημένος θα το πει σε 1 φίλο του, και έτσι και ο ίδιος και ο φίλος του θα ξανάρθουν.

Τα Menu αλλάζουν τουλάχιστον 2 φορές το χρόνο, ανάλογα με την περίοδο. Το καλοκαίρι βγαίνει ένα πιο ελαφρύ Menu, το χειμώνα ένα με πιο βαριές σάλτσες. Το καλοκαιρινό περιλαμβάνει περισσότερο ψαρικά, ενώ το χειμερινό περισσότερο κρεατικά και κυνήγι. Όπως και τα φλαμπέ. Και ανάλογα κυμαίνεται και η λίστα των κρασιών. Το καλοκαίρι βάζουμε πιο πολλά λευκά και κρατάμε σταθερά ή μειώνουμε λίγο τα κόκκινα, και το χειμώνα αυξάνουμε τα κόκκινα και κρατάμε σταθερά ή μειώνουμε λίγο τα λευκά. Με γνώμονα τη ζήτηση πάντα. Το Menu το επιμελείται καθαρά ο *Executive Chef*. Κάνει κάποια προετοιμασία, κάποια προτεινόμενα πιάτα και τα δοκιμάζει μαζί με τον Γενικό Διευθυντή, τον Υποδιευθυντή, τον *Chef De Cuisine* και εμένα, δηλαδή τον *F&B(OUTLETS) Manager*, και μετά από συζήτηση αποφασίζουμε από κοινού αν χρειάζονται κάποια βελτίωση ή όχι, και κατ' αυτόν τον τρόπο διαμορφώνεται το Menu. Και αφού το επιλέξουμε, κάποια στιγμή, είτε είναι μέσα Οκτώβρη, είτε τέλη Απριλίου, είτε Αρχές Μαΐου, αλλάζει ο κατάλογος. Και κάτι αντίστοιχο συμβαίνει με τα κρασιά, όπου τα κρασιά κατά κύριο λόγο τα επιλέγω εγώ, από κει και πέρα το συζητάω με τον Υποδιευθυντή που έχει γνώσεις πάνω στο κρασί και τα παιδιά του εστιατορίου που δουλεύουν βράδυ και είναι οι κύριοι πωλητές των κρασιών, και κάνουμε ανάλογες επαφές, παρακολουθούμε ανάλογες εκθέσεις και παρουσιάσεις κρασιών, ώστε να είμαστε πάντα ενήμεροι. Όλα τα κρασιά πάντα τα δοκιμάζουμε πριν τα συμπεριλάβουμε στο Menu.

### **ΙΕΡΑΡΧΙΑ ΣΤΟΥΣ CHEF:**

Η ιεραρχία στους Chef είναι: ο *Executive Chef*, ο οποίος είναι ο *Michel Jost*, που είναι 7 χρόνια στο ξενοδοχείο σχεδόν από τότε που πρωτολειτούργησε, ακολουθεί ο *Executive Sous Chef*, ο *Κώστας ο Αραμπατζής* ο βοηθός του στην ουσία, και από κει και πέρα υπάρχει ο *Chef De Cuisine* στο χώρο του *Banquet*, στην κουζίνα του *Banquet*, και ο *Chef De Cuisine* στο εστιατόριο *Ambrosia*. Ακόμη ο *Maitre d' Hotel* είναι ο κύριος *Παραντής Κώστας*. Από κει και πέρα υπάρχουν οι βοηθητικοί και κύριοι Chef σε κάθε χώρο. Συνήθως είναι 4 κύριοι στο χώρο του εστιατορίου για να διαχειρίζονται όλες τις βάρδιες, και υπάρχουν άλλοι

τόσοι και λίγοι παραπάνω που κάνουν τις πιο βοηθητικές δουλειές. Ο Υποδιευθυντής του ξενοδοχείου ο κος Γρηγόρης Λιασίδης, είναι in charge και στο *F&B* και σ' αυτόν εγώ, που είμαι υπεύθυνος για τα *Outlets* και ο *Banquet Manager* αντίστοιχα του δίνουμε λόγο. Και από κει και πέρα κάτω στο *Banquet* υπάρχουν άλλοι 3-4 προϊστάμενοι, supervisors, και πάνω στο δικό μου χώρο, τα outlets, υπάρχει ο διευθυντής του εστιατορίου, υπάρχουν 1-2 προϊστάμενοι για κάθε τμήμα κ.ο.κ. Δηλαδή κάθε εστιατόριο έχει τον *Restaurant Manager*, υπάρχει και ο *supervisor*. Στο *Room Service* υπάρχουν 2 *supervisors*, στο *Lobby Lounge 2*, το κάθε τμήμα δηλαδή έχει τον ή τους δικούς του supervisors.

### **ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ-ΜΠΑΡ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Το κύριο χαρακτηριστικό των εστιατορίων μας, είναι ότι έχουμε ανοιχτή κουζίνα. Δηλαδή μπορεί ο πελάτης να βλέπει τον *Chef* κατά τη διάρκεια της μαγειρικής του. Αυτό είναι πάρα πολύ σημαντικό, συν ότι είμαστε το μοναδικό εστιατόριο στην πόλη που έχει φλαμπέ στο χώρο του με τρόλεϊ, είτε κάποια κυρίως εδέσματα, είτε γλυκά φλαμπέ, και ακόμη, έχουμε την αποκλειστικότητα στο σούσι, που τα τελευταία χρόνια έχει γίνει ιδιαίτερα δημοφιλές στην Ελλάδα. Έχουμε Μεσογειακή και Διεθνή κουζίνα. Δηλαδή έχουμε και παραδοσιακά ελληνικά πιάτα, και πιάτα σχάρας, είτε κρεατικά είτε θαλασσινά και ψάρια, και ζυμαρικά αλλά και σούσι, το οποίο είναι πλέον κάτι μοναδικό στην πόλη της Θεσσαλονίκης. Ενώ είχαν ανοίξει διάφορα εστιατόρια παλαιότερα, δεν μπόρεσαν για διάφορους λόγους να διατηρηθούν. Στο χώρο του *Lobby* ή του *Pool Bar*, προσπαθούμε να έχουμε κάθε χρόνο κάποια *Signature* πιάτα, που να χαρακτηρίζουν δηλαδή τους συγκεκριμένους χώρους. Ας πούμε το χαρακτηριστικό του *Bar Aficionado* είναι ότι έχει μεγάλη γκάμα από ποτά και πούρα. Παλαιότερα είχαμε 35 διαφορετικά δαχτυλίδια, τώρα έχουμε 22. Υπάρχουν γύρω στα 45 *Single-Malt*, πάρα πολύ ακριβά κονιάκ, έχουμε ίσως απ' τ' ακριβότερα και σπανιότερα κονιάκ, υπάρχει το *Loui-Tresse*, που είναι στα 132 ευρώ η μερίδα, 50 ml, το *Hennessy-Risahs*, που είναι στα 175 ευρώ η μερίδα. Παρόλο που είναι ακριβά έχουν πώληση. Υπάρχει και μουσική με DJ κάθε Πέμπτη, Παρασκευή, Σαββάτο και Κυριακή. Μέχρι πέρυσι είχαμε ζωντανά jazz μουσική, σαξόφωνο-κιθάρα, τώρα ο DJ παίζει διάφορα είδη μουσικής, lounge κυρίως ή και πιο δυνατή αν υπάρχει κάποιο party η εκδήλωση.

## **Η ΚΟΥΖΙΝΑ ΤΟΥ BANQUET:**

Υπάρχει ξεχωριστή κουζίνα για το *Banquet*, με δικό της προσωπικό, είναι πολύ πιο μεγάλων διαστάσεων απ' την κουζίνα του *Ambrosia*, γιατί η κουζίνα του *Banquet* μπορεί να εξυπηρετεί από 500 μέχρι και 1000 άτομα, ενώ του *Ambrosia* maximum 120. Αυτό σημαίνει ότι πρέπει να έχει μεγαλύτερες διαστάσεις. Βρίσκεται χωροταξικά ακριβώς κάτω από την κουζίνα του *Ambrosia* στο πρώτο επίπεδο όπου είμαστε και τώρα, και διεξάγεται αυτή η συνέντευξη (*Bar Aficionado*), και απ' αυτήν την κουζίνα είτε για κάποια δεξίωση είτε για κάποιο συνέδριο βγαίνουν όλα τα φαγητά. Λειτουργεί όλο το χρόνο *On Request*, δηλαδή ανάλογα με τη ζήτηση που υπάρχει για το κάθε γεύμα, είτε είναι *Cocktail*, είτε *Coffee Break*, είτε κάποιο επίσημο γεύμα, πρέπει να συμμετέχει η κουζίνα. Άμα είναι ένα γεύμα για 20 άτομα μπορεί να έρθει και στο εστιατόριο μέσα, ανάλογα για ποιους πρόκειται, αν θέλουν να είναι μόνοι τους ας πούμε, έχουμε ετοιμάσει γεύμα και εδώ στο χώρο του *Bar Aficionado* μεσημεριανό ή δείπνο *Prive*, μετά από απαίτηση του εκάστοτε πελάτη. Θέλει να έρθει εδώ με υπουργούς, να παραθέσει ένα γεύμα σε συναδέλφους του γιατρούς, ή για οτιδήποτε, κλείνει το χώρο *Prive*, στήνουμε εδώ ένα η περισσότερα τραπέζια ανάλογα με τον αριθμό των ατόμων, απλά είναι μέχρι 30 το πολύ 36 άτομα που θα εξυπηρετηθούν άνετα εδώ, οπότε στήνουμε και το τζάκι αλλά και η διακόσμηση εδώ κάνουν την ατμόσφαιρα πιο ζεστή, σαν σπιτική, κατά συνέπεια προσφέρεται για τέτοιου είδους γεύματα. Ενώ κάποιος χώρος δεξιώσεων είναι πιο τετραγωνισμένος, δεν έχει κάποια ιδιαίτερη και ζεστή διακόσμηση, οπότε είναι και πιο ψυχρός. Έτσι, ανάλογα με το σκοπό του γεύματος και την επιθυμία του πελάτη επιλέγεται ο χώρος που θα παρατεθεί.

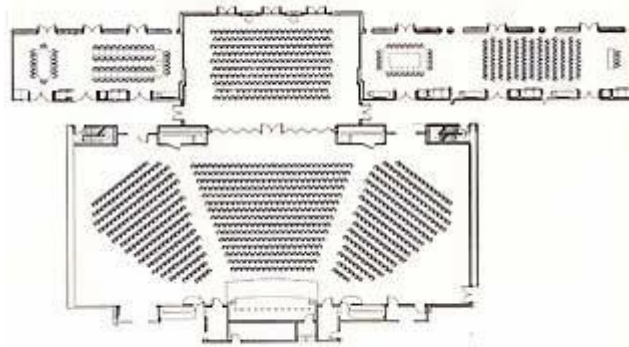




## **ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΔΕΣΗ ΤΟΥΣ ΜΕ ΤΑ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ:**

Σημαντική στην όσο το δυνατόν ορθότερη οργάνωση ενός συνεδρίου, είναι η διάταξη των θέσεων που θα χρησιμοποιηθεί. Αν είναι θεατρική, σχολική, με ροτόντες στις οποίες θέλουν συνήθως να κάθονται στη μισή πλευρά για να βλέπουν όλοι, ή αν είναι για φαγητό κάθονται σε ολόκληρη τη ροτόντα. Έχουμε φιλοξενήσει και 720 άτομα για φαγητό με την ένωση του *Grand Ballroom* και του *Prefunction Area*, καθιστό φαγητό έτσι το χαρακτηρίζουμε αυτό και είναι σερβιρισμένο, γιατί υπάρχει και μπουφές καθιστός όπου στο μπουφέ χάνεις θέσεις γιατί πρέπει να στήσεις το μπουφέ σου που καταλαμβάνει αρκετό χώρο. Αν είναι μεγάλος ο αριθμός των ατόμων προτιμάται συνήθως η θεατρική διάταξη, που επιτρέπει τη συμμετοχή και πάνω απ' όλα σωστή εξυπηρέτηση μέχρι και 1000 συνέδρων. Το Υπουργείο των Εξωτερικών, όλοι οι Υπουργοί Εξωτερικών των Βαλκανίων έχουν συναντηθεί εδώ, οι Ολυμπιακοί Αγώνες επίσης που έγιναν εδώ, ίσως το σημαντικότερο, ήμασταν Ολυμπιακό Ξενοδοχείο, μένανε εδώ οι ομάδες και όχι μόνο. Ιατρικά συνέδρια, καρδιολογίας, αρτηριοσκλήρυνσης κ.α που έχουν γίνει πολλές φορές και με οθόνες *Live* μέσω *Internet* την εγχείρηση δηλαδή τη βλέπανε οι συνέδριοι ζωντανά μέσα στο χώρο, και από και και πέρα πέρυσι π.χ είχαν έρθει 11 πρωθυπουργοί χωρών, πολλοί υπουργοί εξωτερικών και οι συνοδοί τους και έκλεισαν σημαντικές συμφωνίες μεταξύ τους, η Ελλάδα ήταν η χώρα που τους φιλοξενούσε και ήταν ίσως η πρώτη φορά που είχαμε τόσους πολλούς αρχηγούς κρατών μέσα στο χώρο. Υπάρχουν Συνέδρια που επαναλαμβάνονται κάθε χρόνο. Στη Θεσσαλονίκη ανοίξαν πρόσφατα συνεδριακοί χώροι ισάξιοι με το δικό μας, όπως το *Polis* στους Ταγαράδες, το *Hotel Macedonia Palace* που έκανε ανακαίνιση στους σχετικούς χώρους τα τελευταία χρόνια, το *Grand Hotel Palace* που έχει σχεδόν ισάξιους χώρους και το καινούργιο *Hotel Porto Palace* που έχει μεγαλύτερους χώρους. Όλα αυτά πέρα του ότι είναι σχετικά καινούργια και ο Έλληνας, ιδίως ο Θεσσαλονικεύς θα πάει στο καινούργιο για να το δει, έχει την περιέργεια, είναι ότι η μερίδα τουρισμού στην αγορά και γενικότερα είτε είναι τουρίστες για συνέδρια είτε για απλή διαμονή, είναι σχετικά μικρή ακόμη. Δεν έχουμε αναπτυχθεί. Παρ' όλα αυτά βρέθηκαν πάρα πολλοί χώροι ξαφνικά που άρχισαν να ζητάνε το κομμάτι της πίτας, οπότε και η ίδια άρχισε να μοιράζεται. Οπότε όσο ενεργός κι αν είσαι συ, υπάρχει ανταγωνισμός, από την άλλη είσαι μια ηγετική μορφή μέσα στην αγορά οπότε αυτό σε καθιστά και από τους πιο ακριβούς, και αυτό δίνει έξτρα περιθώριο και σε άλλους να έχουν μερίδιο σ αυτήν την πίτα. Και η αλήθεια είναι ότι το τελευταίο διάστημα έχει πέσει η κίνηση σε σχέση με

το όταν είχαμε ανοίξει, που ήμασταν εμείς οι καινούργιοι πριν από 8 χρόνια , κι ήταν η πρώτη φορά που είχαν σχηματιστεί και λειτουργήσει τέτοιες αίθουσες συνεδρίων, οπότε ήταν μια πολυεθνική εταιρεία με άλλες γνώσεις που έφερε κάτι μοναδικό για τα τότε ελληνικά δεδομένα και όλοι έρχονταν τότε για να δουν αυτό το μοναδικό. Όλοι εδώ να κάνουν τα συνέδρια, το γάμο ή την εκδήλωσή τους. Με την πάροδο του χρόνου, σιγά-σιγά δοκιμάζουν κι άλλους χώρους, πολλοί απ' αυτούς όμως το καλό είναι ότι γυρνάνε πίσω.



### **ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ:**

Σχετικά με τον τεχνολογικό εξοπλισμό των Συνεδρίων, η Ελλάδα δυστυχώς είναι αρκετά χρόνια πίσω και τώρα προσπαθεί να κάνει άλματα, να προφτάσει. Παρ' όλα αυτά όταν πρωτολειτουργήσαμε το ξενοδοχείο μας διαθέταμε πραγματικά μοναδικό εξοπλισμό, με χαρακτηριστικό το πώς ήταν στημένος. Δηλαδή ότι είχες παροχή στο χώρο των συνεδρίων. Είχες οθόνες που κατέβαιναν απ' την οροφή, είχες πολλά σημεία μέσα στο χώρο, πρίζες στο πάτωμα για να μην τραβάς καλώδια, *Internet*. Τώρα πια διαθέτουμε ασύρματο *Internet* σ'ολόκληρο το ξενοδοχείο, κάτι που δεν είναι καινούργιο, αλλά περνώντας ο καιρός ζητείται όλο και περισσότερο απ' τον κόσμο, μικροφωνικές κ.τ.λ. Ανά τακτά χρονικά διαστήματα, ελέγχεται κάθε εξάρτημα του χρησιμοποιούμενου εξοπλισμού, και προχωρούμε σε συντήρηση ή αντικατάσταση του αν είναι αναγκαίο( π.χ *projectors*, συστήματα προβολής).Γενικά διαφαίνεται πως στο εξωτερικό λειτουργούν κολοσσοί ξενοδοχεία με τρομερές δυνατότητες διεξαγωγής ενός συνεδρίου, στην Ιαπωνία, την Αμερική, την Ασία κ.α. Δυστυχώς ακόμη στην Ελλάδα δεν έχουμε την υποδομή για τη διεξαγωγή τόσο μεγάλων συνεδρίων και είναι επιθυμία όλων αυτό να αλλάξει τα επόμενα χρόνια.

Το τμήμα πωλήσεων, μιλά με τον υπεύθυνο οργάνωσης του συνεδρίου και ορίζουν το πρόγραμμα. Υπάρχει πάντα ένα διάλειμμα, είτε είναι μεσημέρι είτε βράδυ, όπου θα κάνουν είτε ένα *Coffee-Break* για 15-30 λεπτά, είτε θα βγουν κανονικά και θα έχουνε για 2 ώρες ένα γεύμα.

Ανάλογο με την επιλογή και επιθυμία των διοργανωτών θα είναι το παρεχόμενο γεύμα, μπορεί να ξεκινάει από 40 ευρώ μπορεί να ναι και ακριβότερο. Ανάλογα πάντα με το τι θέλει ο διοργανωτής. Ποιους έχει καλεσμένους, αν το συνέδριο είναι του κόσμου της Θεσσαλονίκης ή έχει κόσμο καλεσμένο από άλλες πόλεις του εσωτερικού η απ' το εξωτερικό. Υπάρχουν *Set-Menu*, *Buffet*, *Creative Menu*, δηλαδή μπορεί ο πελάτης-διοργανωτής να δημιουργήσει το δικό του *Menu*, να επιλέξει όποιο ορεκτικό επιθυμεί, πιο κυρίως, πιο γλυκό ή αν θέλει περισσότερα από 3 πιάτα και να δημιουργήσει ένα νέο δικό του. Από κει και πέρα υπάρχουν επιλογές από αρκετά *Menu* σε *Buffet*, κάποια *Cocktail* αν θέλει κάτι πιο ελαφρύ κ.τ.λ, ανάλογα.



## ΜΠΑΡ ΚΑΙ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI

Στο Hyatt Regency Θεσσαλονίκη συνδυάζουμε τις γεύσεις της ηλιόλουστης Μεσογείου με τη διεθνή γαστρονομία και τα χαρακτηριστικά της Ελληνικής κουζίνας. Στο εστιατόριο *Ambrosia* μαγειρεύουμε παραδοσιακά. Στο *Lobby Lounge*, στο πιο κεντρικό σημείο της εντυπωσιακού εισόδου του ξενοδοχείου, σερβίρουμε από νωρίς το πρωί και καθ' όλη τη διάρκεια της ημέρας φρέσκα σάντουιτς, μεζέδες, γλυκά ποτά και κοκτέιλ. Οι λάτρεις του καλοκαιριού θα λατρέψουν το *Oceana*, το θερινό εστιατόριο του ξενοδοχείου που σερβίρει από φρέσκα θαλασσινά ή κρέας στα κάρβουνα έως μεζέδες για το παραδοσιακό ελληνικό ποτό, το ούζο. Εναλλακτικά, απολαύστε στο δικό σας δωμάτιο γεύματα της επιθυμίας σας, που σερβίρει σε 24ωρη βάση το *Room Service*.

### **AMBROSIA:**

Το κεντρικό εστιατόριο του ξενοδοχείου, ένας φιλικός, ζεστός κι άνετος χώρος, αποτελεί υπόδειγμα σχεδιασμού, συνδυάζοντας άψογα τις πλούσιες επενδύσεις από ξύλο κερασιάς με το μάρμαρο και το ξύλο. Από τα τεράστια παράθυρα του εστιατορίου μπορεί κανείς ν' απολαύσει την υπέροχη θέα στους κατάφυτους κήπους, την πισίνα και στον μοναδικό καταρράκτη.

Οι εξάισιες μυρωδιές από την ανοιχτή κουζίνα, που διαχέονται διακριτικά στην ατμόσφαιρα του ευάερου εστιατορίου, προκαλούν τους φιλοξενούμενους να γευτούν μοναδικές σπεσιαλιτέ. Σπεσιαλιτέ που ετοιμάζονται από τους σεφ του ξενοδοχείου από εξ ολοκλήρου φρέσκα εποχιακά τοπικά προϊόντα και ψήνονται στον χαρακτηριστικό φούρνο με τα ξύλα.

Το εκλεκτό menu του εστιατορίου συμπληρώνεται από μία έξοχη συλλογή κρασιών, με περισσότερες από 170 ετικέτες, επιλεγμένες από τους πολυάριθμους φανταστικούς τοπικούς αμπελώνες της περιοχής, τη Γαλλία, την Ιταλία και τη Καλιφόρνια. Οι λάτρεις των αστεριών μπορούν, τις γλυκές μεσογειακές βραδιές, να απολαύσουν το δείπνο τους κάτω από τον ουρανό, στην μεγάλη βεράντα, με θέα την πισίνα και τους κήπους, μέσα σε ένα τέλειο ρομαντικό σκηνικό.

Στο πρωινό θα βρείτε ένα θελκτικό σπιτικό μπουφέ με πλούσια συλλογή από Ελληνικά και ευρωπαϊκά τυριά και αλλαντικά, κρουασάν, τοπικές σπεσιαλιτέ και αυγά που μαγειρεύονται εκείνη τη στιγμή όπως τα θέλετε. Για το γεύμα ή το δείπνο σας μπορείτε να επιλέξετε από το μενού a la carte πιάτα της ελληνικής, μεσογειακής ή διεθνούς κουζίνας.

Το Ambrosia μπορεί να φιλοξενήσει 94 άτομα εντός του εστιατορίου και 90 στη βεράντα.



#### ***ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ:***

#### **Τέταρτος Χρυσός Σκούφος για το εστιατόριο Alfredo's του Regency Casino Thessaloniki**

Στην τελετή απονομής των Χρυσών Σκούφων 2006, του κορυφαίου γαστρονομικού θεσμού της χώρας μας, που φέτος συμπλήρωσε δεκατρία χρόνια, το εστιατόριο Alfredo's του Regency Casino Thessaloniki βραβεύτηκε για τέταρτη συνεχή χρονιά, προσθέτοντας έναν ακόμα Χρυσό Σκούφο στις διακρίσεις του.

*Οι κ.κ. Γρηγόρης Λιασίδης, Director of Food & Beverage και Michel Jost, Executive Chef, που παραβρέθηκαν στην τελετή απονομής και παρέλαβαν το βραβείο, δήλωσαν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι και χαρούμενοι που μπορούν να προσφέρουν στους Θεσσαλονικείς την υψηλή ποιότητα που εγγυάται το μοναδικό βραβευμένο εστιατόριο της πόλης. Ευχαρίστησαν όλους όσους συνέβαλαν στην αναγνώριση αυτή του Alfredo's και κυρίως τους πελάτες του εστιατορίου για την εμπιστοσύνη και την πολύτιμη υποστήριξή τους. Τόνισαν, βεβαίως, ότι οι επιτυχίες και η καταξίωση είναι αποτέλεσμα σκληρής και ομαδικής δουλειάς.*

*Alfredo's 14,5/20*

*Ιδιοκτήτης: Hyatt Regency Θεσσαλονίκη,  
Ξενοδοχειακή και Τουριστική Α.Ε.  
Σεφ: Michel Jost*

Το «*Alfredo's*» διατηρεί σταθερά από τη γέννησή του τον τίτλο του καλύτερου εστιατορίου της Θεσσαλονίκης. Με ατμόσφαιρα και σέρβις *grand restaurant* στη σάλα, έχεις την αίσθηση της πολυτελούς περιποίησης και φιλοξενίας. Η κουζίνα του νέου σεφ *Michel Jost* παίζει με την κλασική γαλλική γεύση, διανθισμένη όμως με άφθονο μοντερνισμό. Ξεχωρίζουν αστακός και πεσκανδρίτσα φρικασέ με λάδι τρούφας *paroleon* από γιαούρτι και κίτρο με κρούστα αμυγδάλου και φύλλα σοκολάτας, κρεμ μπριλέ με φυσική βανίλια.

*13ο χλμ. Εθν. Οδού Θεσσαλονίκης - Περαιάς (Regency Casino),  
Θεσσαλονίκη, 2310/491234, από Οκτώβριο έως Απρίλιο.*



### **Hyatt Regency: Βραβείο καλύτερου city hotel**

Πρώτο σε δύο κατηγορίες αναδείχθηκε το ξενοδοχείο *Hyatt Regency Thessaloniki* στα βραβεία "*Philoxenia Tourism Awards*", ένα θεσμό που εγκαινίασε η Helexpo, στα πλαίσια της φετινής Τουριστικής Έκθεσης *Philoxenia*.

Συγκεκριμένα, μέσω δημόσιας ψηφοφορίας, η οποία διεξήχθη ηλεκτρονικά στην ιστοσελίδα [www.helexpo.gr/philoxenia-awards](http://www.helexpo.gr/philoxenia-awards), το

Hyatt Regency Thessaloniki απέσπασε το πρώτο βραβείο στις κατηγορίες:

1. Αγαπημένο Ξενοδοχείο Πόλης &
2. Καλύτερο Ξενοδοχειακό Εστιατόριο (για το εστιατόριο Ambrosia).

Πέρα από τα δύο αυτά πρώτα βραβεία, το ξενοδοχείο συμμετείχε στη Χρυσή Πεντάδα των παρακάτω κατηγοριών:

- \* Πολυτελέστερο Ξενοδοχείο
- \* Καλύτερο Πρωινό σε Ξενοδοχείο &
- \* Αγαπημένη Ξενοδοχειακή Αλυσίδα.

Η τελετή βράβευσης πραγματοποιήθηκε την Πέμπτη 16 Νοεμβρίου, στο Βελλίδειο Συνεδριακό Κέντρο της Θεσσαλονίκης, στο πλαίσιο των επίσημων εγκαινίων της Διεθνούς Τουριστικής Έκθεσης **PHILOXENIA**. Εκ μέρους του ξενοδοχείου *Hyatt Regency Thessaloniki* παρέστη ο Διευθυντής του Ξενοδοχείου κύριος Εμμανουήλ Ματσάκης, ο οποίος παρέλαβε τα βραβεία και τις τιμητικές διακρίσεις.  
(21/11/06 - 08:52)

Μετά την τελετή των εγκαινίων έγινε η απονομή των βραβείων **PHILOXENIA TOURISM AWARDS**, τα οποία καθιέρωσε από φέτος η HELEXPO, επιβραβεύοντας τις προσπάθειες για την ποιοτική αναβάθμιση του ελληνικού τουρισμού. Στο πλαίσιο των βραβείων, το κοινό, ανέδειξε με ψηφοφορία τον καλύτερο ταξιδιωτικό προορισμό και τα καλύτερα ξενοδοχεία, με ηλεκτρονική ψηφοφορία, ανοικτή σε κάθε ενδιαφερόμενο στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.

- Αγαπημένο ξενοδοχείο πόλης, αναδείχθηκε το Hyatt Regency Θεσσαλονίκης, ενώ τη χρυσή Πεντάδα συμπληρώνουν το Electra Palace Θεσσαλονίκης, το Grande Bretagne στην Αθήνα, το Hilton στην Αθήνα και το Makedonia Palace στη Θεσσαλονίκη.

**CHRISTMAS SPIRIT**  
**ΔΕΙΠΝΟ:<Vive La France>**  
**Τετάρτη 20/12/2006**  
**Michel Jost(executive chef)**

Ένα μενού διαποτισμένο από αρώματα και γεύσεις της Γαλλικής Χριστουγεννιάτικης Γαστρονομίας.

Εκλεκτά Εδέσματα

Ζεστή σαλάτα με λαβράκι, χτένια, σως από λεμονόχορτο και σέρυ, mi cuit από foies gras με Armagnac και ρεβύθια, πιπεράτο φιλέτο χοιρινού με κάστανα και λάχανο, σιγοψημένο με σαφράν και «Buche De Noel». Χριστουγεννιάτικο γλύκισμα με μούρα και παγωτό μελομακάρονο. Συνοδεύτηκαν από τα κρασιά: Μικρός Βοριάς, Μελικός, Sauvignon blanc, Chardonnay 2006, Cabernet Merlot 2004, των Άγγελος Ρούβαλης, Απόστολος Λνίκος και Οινοποιείου Αρβανίτη, αντίστοιχα.

**ΔΕΙΓΜΑ MENU AMBROSIA:**

\*\*\*

**Σαλάτες**

**Παραδοσιακή Σαλάτα του Καίσαρα**  
με Τραγανό Μπέικον

**Τηγανητές Πατάτες**  
Με Μπέικον και Τυρί Παρμεζάνας

**Καλάθι Παρμεζάνας**  
με Φρέσκια Πράσινη Σαλάτα, Κατσικίσιο Τυρί και Καβουρντισμένους Ηλιόσπορους

**Κινέζικα Τηγανιτά Νούντλς**  
με Γαρίδες και Λαχανικά

**Νιόκι Πατάτας**  
με Ραγού από Χοιρινό και Ντομάτα

**Χωριάτικη Σαλάτα**  
με Μαριναρισμένες Ελιές

**Γαρίδες και Λαχανικά Tempura**  
με Γλυκόξινη Σάλτσα



**Φτερούγες Κοτόπουλου με Σουσάμι**  
με Αγγούρι και Σάλτσα Μουστάρδας

\*

### **Σάντουιτς**

**Τοστ με Ψητό Ζαμπόν και Τυρί**  
με Ψωμί Λευκό ή Ολικής Άλεσης

**Μπιφτέκι στα Κάρβουνα**  
με ή χωρίς Τυρί

**Κλαμπ Σάντουιτς Γαλοπούλας**  
με Ψωμί Λευκό ή Ολικής Άλεσης

**Κλαμπ Σάντουιτς Σολωμού**  
με Ψωμί Λευκό ή Ολικής Άλεσης

**Πικάντικη Τονοσαλάτα**  
με Μαγιονέζα σε Ψωμί Πίτα

**Σάντουιτς με Ψωμί Πίτα για Χορτοφάγους**  
με Τυρί Φέτα, Ντομάτα, Αγγούρι και Σπανάκι

\*

### **Επιδόρπια**

**Τιραμισού**  
με Σάλτσα Πικρού Πορτοκαλιού

**Πουτίγκα με Διπλή Σοκολάτα και Μπανάνα**  
με Παγωτό Baileys

**Παγωτό Βανίλια "Catalan"**  
με Αμύγδαλα

**Προφιτερόλ**  
με Σάλτσα Σοκολάτας

\*

### **Παγωτά και Σορμπές:**

Βανίλια  
Σοκολάτα  
Φράουλα  
Λεμόνι  
Μπανάνα  
Βατόμουρο

### ***LOBBY LOUNGE:***

Σε κεντρική θέση στο Lobby, το Lobby Lounge είναι ο χώρος που επιτρέπει στους πελάτες να απολαύσουν όλη την κίνηση και την ενέργεια του ξενοδοχείου. Από τα ψηλά του παράθυρα, με θέα τους κήπους, ο ήλιος λούζει το χώρο με άπλετο φως. Η βεράντα του Lobby Lounge είναι ιδανική για να απολαύσετε ένα ποτό, αρωματικό καφέ ή τσάι τις ηλιόλουστες μέρες ή τις γλυκές ζεστές νύχτες.

Μερικές από τις σπεσιαλιτέ που σερβίρονται είναι μοναδικά σάντουιτς και υπέροχα γλυκά. Στο μπαρ του Lobby Lounge θα σας σερβίρουμε παγωμένα κοκτέιλ, καφέ φραπέ ή κλασικά ποτά και cocktail ανταποκρινόμενοι σε κάθε σας ανάγκη: από ένα απόγευμα χαλάρωσης, μία επαγγελματική συνάντηση ή ένα φιλικό aperitif πριν από το δείπνο σας.

Το Lobby Lounge μπορεί να φιλοξενήσει στους χώρους του 102 άτομα και 100 στη βεράντα.

### ***BAR AFICIONADO:***

Ένα μοναδικής αισθητικής club με τεράστιες δερμάτινες πολυθρόνες, άνετους καναπέδες και ιδιαίτερους χώρους συναντήσεων, περιτοιχισμένους από όμορφους πίνακες, τζάκι καθώς και εξωτερική βεράντα με σιντριβάνι, που οδηγεί στον τέλεια διαμορφωμένο κήπο.

Ο χώρος του Bar Aficionado είναι ιδανικός για επαγγελματικές συναντήσεις, συγκεντρώσεις πριν ή μετά το δείπνο σας ή προσωπικές συναντήσεις σας. Εδώ μπορείτε να απολαύσετε εκλεκτά κρασιά, αυθεντικά πούρα και αλκοολούχα αποστάγματα, που συνοδεύονται από την ήσυχη, φιλική και διακριτική εξυπηρέτηση.

Ζωντανή μουσική τζαζ κάθε Παρασκευή και Σάββατο.



## **OCEANA:**

Το εστιατόριο αυτό βρίσκεται δίπλα από την πισίνα και προσφέρει μία δροσερή ανάπαυλα τις ζεστές μέρες του καλοκαιριού. Γευτείτε μία πραγματική αίσθηση από ελληνικές διακοπές, συνδυάζοντας τη χαλάρωση δίπλα από την πισίνα με μοναδικές ελληνικές γευστικές προτάσεις.

Το *Oceana* μπορεί να φιλοξενήσει 87 άτομα και είναι ανοικτό καθημερινά τους καλοκαιρινούς μήνες. Επίσης, γύρω από την πισίνα, μπορείτε να αναπαυθείτε στις 70 σεζλόγκ πολυθρόνες που διαθέτει ο χώρος

## ***SET MENU:***

Οι τιμές των Set Menu ξεκινούν από €24.00 κατ'άτομο. Οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

## **Ενδεικτικά Menu**

\*\*\*

### **Athos**

Σαλάτα του Καίσαρα με τραγανό μπέικον  
και αρωματικά κρουτόν  
Φιλέτο κοτόπουλο στη σχάρα με ντομάτα  
σε σάλτσα από ελιές και βασιλικό  
Τούρτα σοκολάτας με δροσιστικό κουλί από

άγρια βατόμουρα  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

### **Pindos**

Δροσερή σαλάτα από ρόκα και σπανάκι  
με μαριναρισμένες σταφίδες, ψητό μανούρι  
και αρωματικό ξύδι μπαλσάμικο  
Ψητό κοτόπουλο με σάλτσα λιαστής ντομάτας  
Τιραμισού με καφέ  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

### **Rodopi**

Φρέσκια σαλάτα με φέτες ψητού σολομού και παρμεζάνα  
Χοιρινός λαιμός μπεζέ με σάλτσα από λεμόνι και άνηθο  
Προφιτερόλ με κρέμα 'Grand Marnier' και σος σοκολάτας  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

### **Olympus**

Λεπτές φέτες προσούτο με δροσερό πεπόνι και ρόκα  
Ψητό αρνάκι μπούτι με σάλτσα από κόκκινο κρασί,  
σκόρδο και πιπεριές  
Κρέμα "Καταλάνα" με σαντιγί και τραγανό φύλο αμυγδάλου  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

### **Crete**

Σαλάτα με ανάμικτα λαχανικά, καπνιστό μοσχάκι σε φέτες και  
κατσικίσιο τυρί  
Φιλέτο σολομού στη σχάρα με λαδολέμονο  
Τάρτα μήλου με παγωτό βανίλια  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

## Ithaki

Σαλάτα με άγρια μανιτάρια του δάσους, σπανάκι και λάδι αρωματισμένο από ψίχα καρυδιού  
Ψητό μοσχαράκι νουά με σάλτσα από κόκκινο κρασί και πατάτες ογκρατέν  
Τερίνα σοκολάτας με ολόκληρα κομμάτια αχλαδιού και κρέμα σαντιγί  
Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού.



## **ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΜΠΑΡ ΣΤΟ REGENCY CASINO THESSALONIKI:**

Για το δείπνο σας, το *Regency Casino* σας προσφέρει την επιλογή ανάμεσα σε ένα πλουσιοπάροχο μπουφέ, σε ένα πολυτελές εστιατόριο στο *Regency Club* ή σε ένα ρομαντικό δείπνο κάτω από τα αστέρια στους πανέμορφους κήπους του, ικανοποιώντας και τα πιο απαιτητικά γούστα!

Τα τρία αυτά εξαιρετικά εστιατόρια, το καθένα με τη δική του μοναδική ατμόσφαιρα, προσφέρουν ποικιλία γεύσεων και προτάσεις για όλες τις διαθέσεις και περιστάσεις.

Καλή σας όρεξη!

### **Jewels**

Το κεντρικό εστιατόριο του *Regency Casino*, σχεδιασμένο σαν μία παραδοσιακή ελληνική αυλή, προσφέρει το πρωί, το μεσημέρι και το βράδυ ποικιλία από ελληνικές και διεθνείς γεύσεις σε μπουφέ. Στο *Jewels* μπορούν να φιλοξενηθούν 190 άτομα.

### **Ώρες λειτουργίας:**

24 ώρες την ημέρα, 7 ημέρες την εβδομάδα.

### **Alfredo's**

Στο χώρο του *Club Regency*, το VIP τμήμα του καζίνο, το *Alfredo's* είναι ιδανικό για τους λάτρεις της ιταλικής κουζίνας. Εκτός από ιταλικές, σερβίρονται κλασσικές διεθνείς γεύσεις. Τα έξοχα κρασιά, τα αυθεντικά πούρα Αβάνας και τα μοναδικά κονιάκ συμπληρώνουν το δείπνο και τη χαλαρή και πλήρως απολαυστική βραδιά σας.

### **Ώρες λειτουργίας:**

Οκτώβριος έως Μάιος, Τρίτη έως Σάββατο - 9:00 μ.μ. έως 2:00 π.μ.

### **Ο Κήπος**

Ο *Κήπος*, το θερινό μας εστιατόριο, έχει δικαίως καθιερωθεί ως ένας από τους πιο δημοφιλείς προορισμούς εξόδου για φαγητό στην πόλη. Μέσα σε έναν πανέμορφο και κατάφυτο κήπο και με μια εκπληκτική ποικιλία εδεσμάτων, αποτελεί αδιαμφισβήτητα το αγαπημένο καλοκαιρινό στέκι των Θεσσαλονικιών.

Φρέσκα ψάρια, πίτσες ψημένες σε φούρνο με ξύλα, λαχταριστές σαλάτες ή νόστιμα ψητά κρεατικά συνθέτουν τον πλούσιο κατάλογο του Κήπου.

Εμείς σας εγγυόμαστε ότι οι γεύσεις θα μαγέψουν τις αισθήσεις σας.

Με ξεχωριστή, αυτόνομη είσοδο, θα χαρούμε να υποδεχθούμε όλους

τους επισκέπτες, ανεξάρτητα από την ηλικία τους, εφόσον συνοδεύονται από ενήλικα.

Για κρατήσεις, παρακαλούμε να τηλεφωνήσετε στο: +30 2310 491 199.

Ο Κήπος είναι ανοικτός κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, προσφέρεται για υπαίθρια ρομαντικά δείπνα με εξαιρετικά ψητά αλλά και gourmet γεύσεις, συνοδευμένα από σαλάτες και ελληνικά γλυκά

Στον Κήπο μπορούν να φιλοξενηθούν 120 άτομα.

### **Ώρες λειτουργίας:**

Από το Μάιο έως το Σεπτέμβριο, καθημερινά (εκτός Κυριακής) - 9:00 μ.μ. έως 2:00 π.μ.

Για όσους θέλουν να απολαύσουν ένα αναζωογονητικό ποτό δίπλα ακριβώς στη δράση, το **Nightshades** είναι αυτό που ψάχνουν! Καθίστε στο μπαρ και δοκιμάστε την τύχη σας σε ένα από τα *slot machines* της μπάρας. Ζήστε την αίσθηση της διπλής απόλαυσης! Τα ποτά, προφανώς, προσφέρονται δωρεάν στους παίκτες. Στην υγεία σας, λοιπόν, και καλή τύχη!

Ακόμα και οι πιο ενθουσιώδεις παίκτες αποζητούν στιγμές χαλάρωσης. Έχουμε τον ιδανικό χώρο για αυτό! Το μπαρ και το **lounge** του *Club Regency* αποτελούν μία όαση ησυχίας και ηρεμίας. Απολαύστε ένα δροσιστικό κοκτέιλ ή δοκιμάστε τις λιχουδιές του πλούσιου μπουφέ μας που σας προσφέρονται δωρεάν.

**ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΙΑΤΙΚΗ ΜΠΡΟΣΟΥΡΑ ΤΟΥ HYATT REGENCY  
THESSALONIKI.**

24 ΔΕΚΕΜΒΡΗ ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΩΝ  
ΑΙΘΟΥΣΑ GRAND BALLROOM

**“Gala Dinner με το Inner Wheel του Ροταριανού Ομίλου  
Θεσσαλονίκης”**

**MENU**

Γαρίδες ποσέ και καπνιστός σολομός Νορβηγίας με σάλτσα αβοκάντο,  
πικάντικο ντρέσινγκ Wasabi και χαβιάρι.

\*\*\*

Κρεμόδης σούπα κολοκύθας με καραβίδες Remy Martin και ροδοψημένα  
αμύγδαλα.

\*\*\*

Σορμπέ από λεμόνι και μαστίχα με δροσιστική σαλάτα εσπεριδοειδών και  
δύσμο.

\*\*\*

Ροδοψημένο χοιρινό φιλέτο και σάλτσα από φρεσκοτριμμένο κέδρο,  
μανιτάρια πλευρώτους, σπανάκι με φιστίκια Αιγίνης και τραγανό μπέικον.

\*\*\*

Rave σοκολάτας με απολαυστική κρέμα από μαριναρισμένα δαμάσκηνα  
και παγωτό crème brulee.

\*\*\*

Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

Κουραμπιεδάκια.

Τιμή κατ'άτομο ευρώ 80.

Ωρα προσέλευσης 21:30.

Στην τιμή συμπεριλαμβάνεται μισή φιάλη λευκό ή κόκκινο κρασί της  
επιλογής μας.

**ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ AMBROSIA.**

**“Εορταστικό Δείπνο με ζωντανή μουσική.”**

**MENU**

Γαρίδες και καπνιστός σολομός Νορβηγίας με σαλάτα λαχανικών και  
χαβιάρι σολομού.

\*\*\*

Καπουτσίνο από σελινόριζα με foie gras, πράσινο μήλο και ροδοψημένα  
αμύγδαλα.

\*\*\*



*Λαβράκι ψητό με φασόλια μπεζέ και λεπτοκομμένο Ισπανικό χοιρινό.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ Tequila Sunrise με πορτοκάλι και ρόδι.*

\*\*\*

*Ροδοψημένο στήθος φραγκόκοτας με παραδοσιακή γέμιση Μακεδονίας, φασκόμηλο και σάλτσα από κρασί Μαυροδάφνη.*

*Ή*

*Φιλέτο από ζαρκάδι σε τάρτα από σέλερι και κατσικίσιο τυρί, σάλτσα από μανιτάρια πορτσίνι.*

\*\*\*

*Κρέμα σοκολάτας με μασκαρπόνε, άγρια βατόμουρα και κάστανα γλασέ.*

\*\*\*

*Καφές εσπρέσσο ή τσάι.*

\*\*\*

*Μελομακάρονα, κουραμπιέδες και σοκολατάκια.*

Τιμή κατ'άτομο 125 ευρώ. (στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά.)

Ωρα προσέλευσης 21:30.

#### *BAR AFICIONADO*

#### **“Champagne Party”**

Ξεφαντώστε όλη νύχτα σε ένα κεφάλτο Champagne Party με χαρούμενη μουσική που επιλέγει DJ και απεριόριστη κατανάλωση ποτών και σαμπάνιας. Μπείτε στο ρυθμό της γιορτής και διασκεδάστε μαζί μας.

Τιμή κατ'άτομο 60 ευρώ.

Ωρα προέλευσης 22:30.

*25 ΔΕΚΕΜΒΡΗ ΧΡΙΣΤΟΥΓΕΝΝΑ.*

*ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ AMBROSIA*

#### **“Χριστουγεννιάτικο brunch με ζωντανή μουσική.”**

Απολαύστε παραδοσιακές Χριστουγεννιάτικες γεύσεις από έναν πλούσιο γιορτινό μπουφέ με τη συνοδεία ευχάριστης ζωντανής μουσικής!

Τιμή κατ'άτομο: 56 ευρώ. (στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά.)

Ωρες Λειτουργίας: 13:30-17:00.

*31 ΔΕΚΕΜΒΡΗ ΠΑΡΑΜΟΝΗ ΠΡΩΤΟΧΡΟΝΙΑΣ*

*ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ AMBROSIA.*

#### **“Εορταστικό δείπνο με ζωντανή μουσική”**

Τιμή κατ'άτομο 149 ευρώ. (στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά)

Ωρα προέλευσης 21:00.

*LOBBY LOUNGE*

**“Ρεβεγιόν με τη μουσική επιμέλεια του DJ Δημήτρη Ναισίδη”.**

Υποδεχόμαστε τον καινούριο χρόνο με γιορτινή διάθεση σ’ ένα πάρτι γεμάτο κέφι, χαρούμενη μουσική και χορό.

Τιμή κατ’άτομο 149 ευρώ.(στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά.)

Ωρα προέλευσης 22:30.

MENU Δείπνου και Ρεβεγιόν.

*Τριλογία από καπνιστό χέλι, μαριναρισμένο σολομό και φιλέτο τόνου, σαλικόρνια και πικάντικο dressing wasabi.*

\*\*\*

*Καπουτσίνο μεμανιτάρια πορτσίνι και Foie Gras.*

\*\*\*

*Ψητός αστακός με κολιάνδρο, σχοινόπρασο και σως σαμπάνιας.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ από Κουμ-Κουάτ και βότκα Belvedere.*

\*\*\*

*Πιπεράτα μενταγιόν από μοσχάρακι γάλακτος με Σισιλιάνικη Καπόναρα και ώριμο κατσικίσιο τυρί.*

\*\*\*

*Rave από σοκολάτα Valrhona με χαρουπόμελο και δαμάσκηνα, σαντιγί Remy Martin και μπισκότο από σπόρους παπαρούνας.*

\*\*\*

*Καφές εσπρέσσο ή διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Γλυκίσματα.*

Σας καλωσορίζουμε στη μαγευτική βραδιά με ένα ποτήρι σαμπάνια.

*01 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ ΠΡΩΤΟΧΡΟΝΙΑ 2007*

*ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ AMBROSIA.*

**“Εορταστικός πρωινός μπουφές”**

Το πρώτο ξημέρωμα του χρόνου σας προσκαλεί να απολαύσετε ένα πλούσιο γιορτινό πρωινό με επιλογή εξαιρετικών γεύσεων από το μπουφέ του εστιατορίου.

Τιμή κατ’άτομο 49 ευρώ (στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά.)

Ωρα προέλευσης 05:00-12:00.

*ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ AMBROSIA.*

**“Πρωτοχρονιάτικο brunch με ζωντανή μουσική”.**

Ξεκινήστε την πρώτη ημέρα του νέου έτους γιορτάζοντας με ξεχωριστές γεύσεις από τον πλούσιο εορταστικό μπουφέ και τη συνοδεία διακριτικής ζωντανής μουσικής.

Τιμή κατ’άτομο 56 ευρώ. (στην τιμή δεν περιλαμβάνονται τα ποτά).

Ωρα προέλευσης 13:30-17:00.

*ΠΡΟΣΦΟΡΑ ΔΙΑΜΟΝΗΣ*

*ΑΠΟ 11 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 2006 ΩΣ 17 ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΥ 2007: 120 ΕΥΡΩ ΓΙΑ ΜΟΝΟΚΛΙΝΗ Ή ΔΙΚΛΙΝΗ ΚΡΑΤΗΣΗ.*

Η προσφορά περιλαμβάνει:

- Διαμονή σε deluxe δωμάτιο.
- Δωρεάν χρήση του Club Olympus.
- Δωρεάν είσοδος στο Regency Casino Thessaloniki.
- Δωρεάν μεταφορά από και προς το αεροδρόμιο και την πόλη.
- Ειδικές προσφορές στην ενοικίαση αυτοκινήτων από τη Sixt.

Η αναφερόμενη τιμή ισχύει ανά διανυκτέρευση, κατά την περίοδο προσφοράς, για περιορισμένο αριθμό δωματίων και δεν περιλαμβάνει πρωινό και φόρους.

Τιμή δωματίου με φόρους: 133,42 ευρώ. Προκράτηση απαραίτητη.

Τηλέφωνο κρατήσεων: 2310-401-234.

*ΓΙΟΡΤΑΣΤΕ .....ΣΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΧΩΡΟ!*

Φέτος τις γιορτές, χαρίστε στον εαυτό σας και στους αγαπημένους σας μια βραδιά μοναδική, ακριβώς όπως εσείς τη φαντάζεστε! Επιλέξτε όποιον από τους χώρους του ξενοδοχείου μας ταιριάζει στο πάρτι ή την εκδήλωσή σας. Διαλέξτε τη μουσική, τη διακόσμηση και το μπουφέ που σας αρέσει και εμείς θα φροντίσουμε ώστε το αποτέλεσμα να είναι ακριβώς αυτό που ονειρευτήκατε!

Πληροφορίες: (2310) 401-431.



**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ**  
**ΜΕ ΤΗ ΒΙΟΛΟΓΟ-ΔΙΑΤΡΟΦΟΛΟΓΟ ΤΟΥ HYATT REGENCY**  
**THESSALONIKI ΕΙΡΗΝΗ ΠΑΣΧΑΛΕΡΗ.**  
*Του Άρη Καβατζίκη.*

Ο περασμένος Μάιος ήταν ένας μήνας αποτοξίνωσης, τόνωσης, χαλάρωσης και ευεξίας στο *Hyatt Regency Thessaloniki*. Πίσω από το κωδικό όνομα *<My Health>* βρίσκεται η άρτια συντονισμένη ομάδα του Ξενοδοχείου και η βιολόγος-διατροφολόγος Ειρήνη Πασχαλέρη, η οποία επιμένει πως ο μήνας *<My Health>* δεν θα έπρεπε να είναι μόνο ένας μήνας, αλλά ολόκληρη η ζωή μας.

**Για Ποιο Λόγο Οργανώθηκε Ο Μήνας <My Health>?**

Ήταν μια πρωτότυπη ιδέα του *Hyatt Regency Thessaloniki*, στην οποία συμμετείχα με ιδιαίτερη χαρά, προσφέροντας τις γνώσεις μου, αλλά και κάποιες υπηρεσίες της κλινικής μου (*Natural Health Clinic*). Διοργανώθηκε για να καλύψει τις απαιτήσεις των μελών του *Club Olympus*, αλλά και των πελατών του ξενοδοχείου γενικότερα, οι οποίοι αναζητούν πλέον υγιεινές επιλογές στα ταξίδια και τις εξόδους τους. Άλλωστε η τάση στα εστιατόρια και στα ξενοδοχεία όλου του κόσμου είναι έμφαση στην υγιεινή ζωή και χαίρομαι που μια τέτοια πρωτοβουλία ξεκίνησε από τη Βόρειο Ελλάδα. Ελπίζουμε ο υγιεινός αυτός μήνας να καθιερωθεί και να γίνει θεσμός

**Τι Ακριβώς Περιλάμβανε Το Πακέτο Υπηρεσιών?**

Το πρόγραμμα περιλάμβανε υγιεινά μενού στο *Lobby Lounge* και στο εστιατόριο *Ambrosia*, υγιεινές επιλογές πρωινού και brunch, διαλέξεις που προσέφεραν χρήσιμες συμβουλές σωστής διατροφής και αποτελεσματικής άσκησης στα μέλη του *Club Olympus*, υγιεινά amenities στις «*My Health*» *Junior* σουίτες και διάφορα είδη μασάζ.

**Ποιος Ήταν Ο Εμπνευστής Του Project Και Τι Αποκομίσατε Εσείς Προσωπικά Από Τη Συγκεκριμένη Πρωτοβουλία?**

Εμπνευστής του «*My Health*» ήταν η ομάδα του *Hyatt Regency Thessaloniki*, αποδεικνύοντας για μια ακόμη φορά τα υψηλά *standards* υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει στους πελάτες του. Κάναμε μαζί την υγιεινή διατροφή πράξη και η απήχηση του κόσμου ήταν πολύ μεγάλη. Μετά, λοιπόν, από το μήνα «*My Health*» και την επιτυχία του, συμπεράνα πως όταν μια τέτοια πρωτοβουλία υλοποιείται σωστά και οργανωμένα, ο κόσμος σίγουρα τη δέχεται με τον καλύτερο τρόπο.

**Μπορεί Κανείς Να Ακολουθήσει Μερικές Βασικές Αρχές Ή Κάποια Από Τα Πράγματα Που Έμαθε Στο Μήνα «My Health» Στον Ιδιωτικό Του Βίο?**

Αυτός ήταν ο σκοπός μας... Νομίζω ότι ιδιαίτερα όσοι παρακολούθησαν τις διαλέξεις στο *Club Olympus* επωφελήθηκαν αρκετά, καθώς συζητήσαμε και λύσαμε τις απορίες τους σχετικά με τη σωστή διατροφή και την άσκηση. Επιπλέον, όσοι δοκίμασαν τα πιάτα του μενού «*My Health*» κατάλαβαν ότι το νόστιμο και το υγιεινό μπορούν να συνδυαστούν.

**Σε Ότι Αφορά Το Ξενοδοχείο Θα Υπάρξει Κάποια Συνέχεια Της Πρωτοβουλίας?**

Κάποια στοιχεία του «*My Health*» συζητάμε να παραμείνουν όλο το χρόνο στις εγκαταστάσεις του *Hyatt Regency Thessaloniki*.

**Η Σωστή Διατροφή Αρκεί Για Να Πει Κάποιος Ότι Προσέχει Την Υγεία Του? Τι Άλλο Θα Θεωρούσατε Εσείς Απαραίτητο Για Κάτι Τέτοιο?**

Η σωστή διατροφή πρέπει να αποτελεί μέρος ενός υγιεινού τρόπου ζωής με λιγότερο στρες, περισσότερη κίνηση και γενικότερα φροντίδα πνεύματος και σώματος σε καθημερινή βάση. Ο συνδυασμός των παραπάνω αποτελεί την καλύτερη πρόληψη και ένα δώρο που οφείλουμε στον εαυτό μας.



### **ΔΕΞΙΩΣΕΙΣ ΓΑΜΩΝ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΜΕ ΤΗ ΣΦΡΑΓΙΔΑ ΤΟΥ HYATT REGENCY THESSALONIKI.**

Η οργάνωση μιας πετυχημένης δεξίωσης γάμου ή ενός επαγγελματικού *event* δεν ήταν ποτέ απλή υπόθεση. Με βασικά ατού την άρτια υποδομή, το άψογο *service* και τη διακριτική πολυτέλεια, το *Hyatt Regency Thessaloniki* αποτελεί εγγύηση για τη διοργάνωση επιτυχημένων εκδηλώσεων και αξέχαστων γαμήλιων πάρτι.

Είτε ονειρεύεστε μια επιβλητική δεξίωση γάμου είτε ένα ρομαντικό, καλοκαιρινό πάρτι, το ξενοδοχείο μας θα σας βοηθήσει να οργανώσετε μια γαμήλια δεξίωση που θα έχει την προσωπική σας σφραγίδα και την έγκυρη υπογραφή της *Hyatt*.

Οι αίθουσες του ξενοδοχείου και, κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, ο καταπράσινος κήπος με την εντυπωσιακή πισίνα, όπου συνυπάρχουν η φυσική ομορφιά και η πολυτέλεια, θα αποτελέσουν το τέλειο σκηνικό για μια μοναδική δεξίωση που θα μείνει αξέχαστη σε σας και τους καλεσμένους σας.

Με έμφαση στη λεπτομέρεια και διαθέτοντας ειδικό τμήμα υπεύθυνο για διοργανώσεις αυτού του είδους, το *Hyatt Regency Thessaloniki* μπορεί να ικανοποιήσει όλες τις επιθυμίες του ζευγαριού, ενώ ο συνδυασμός του λαμπερού και εντυπωσιακά διακοσμημένου περιβάλλοντος, του επιμελημένου προγράμματος, των ιδιαίτερων γεύσεων και του εξαιρετικού *service* συνθέτουν μια παραμυθένια ατμόσφαιρα που υπόσχεται να εκπληρώσει τις προσδοκίες σας για την πιο όμορφη ημέρα της ζωής σας.

## **ΓΑΜΗΛΙΑ ΔΕΞΙΩΣΗ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

### **Προσφορά του ξενοδοχείου μας προς τους νεόνυμφους:**

- Γαμήλια τούρτα για όλους τους καλεσμένους συνοδευόμενη από σαμπάνια *Taittinger Brut Reserve* για το ζευγάρι.
- Γαμήλια Σουίτα προσφέρεται από το ξενοδοχείο μας για μια διανυκτέρευση (συμπεριλαμβάνεται το πρωινό της επόμενης ημέρας). Ο ελάχιστος αριθμός ατόμων που απαιτείται στη δεξίωση για την παροχή σουίτας είναι 120 άτομα.
- Για γαμήλιες δεξιώσεις με λιγότερα από 120 άτομα, σας προσφέρουμε *Upgrade* σε *Junior suite* στην ειδική τιμή δωματίου.
- Προσφορά ειδικών τιμών για κρατήσεις δωματίων στο *Hyatt Regency Thessaloniki* για τους καλεσμένους σας στη γαμήλια δεξίωση.
- Σαμπάνια με φρούτα και σοκολατένιες εκπλήξεις στη σουίτα για το ζευγάρι.
- Στην πρώτη σας επέτειο σας προσφέρουμε δωρεάν ένα ρομαντικό δείπνο για δύο στο εστιατόριο «αμβροσία» του ξενοδοχείου.

### **Extra επιβαρύνσεις:**

- Η χρέωση των *chair covers* και των φιόγκων γίνεται βάση του αριθμού των καλεσμένων που αναφέρονται στην τελική ονοματική λίστα.
- Για τη μουσική κάλυψη της εκδήλωσης η επιλογή είναι δική σας. Στην περίπτωση που το επιθυμείτε μπορείτε να επιλέξετε από τις προτάσεις μας από τη λίστα των *DJ* ή μουσικού σχήματος που σας επισυνάπτουμε.
- Σας προτείνουμε για την καλύτερη εξυπηρέτηση των καλεσμένων σας το *Valet Parking Service* σε ειδική τιμή. Ρωτήστε τους υπεύθυνους πωλήσεων για λεπτομέρειες.

### **Γενικοί Όροι:**

- Ο ελάχιστος αριθμός που απαιτείται για τη διεξαγωγή της γαμήλιας δεξίωσης σας στο χώρο της εξωτερικής πισίνας του *Hyatt Regency Thessaloniki* είναι 250 άτομα.
- Η απόφαση για το αν η γαμήλια δεξίωση θα πραγματοποιηθεί στον εξωτερικό ή εναλλακτικά στον εσωτερικό χώρο του ξενοδοχείου λαμβάνεται από το ξενοδοχείο, στις 12:00 το μεσημέρι την ημέρα της δεξίωσης κι αφού έχουμε λάβει ασφαλή πρόβλεψη από τον Αερολιμένα Θεσσαλονίκης. Η προετοιμασία των τραπέζιων γίνεται

στον ένα από τους δύο χώρους (εξωτερικό ή εσωτερικό), ανάλογα με την απόφαση.

- Πλάνο τραπεζιών σας δίδεται με την επιβεβαίωση του αριθμού ατόμων ή 1 μήνα πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής της δεξίωσης.
- Η λίστα των καλεσμένων θα πρέπει να μας δοθεί με αλφαβητική σειρά τουλάχιστον μία ημέρα πριν την δεξίωση σας.
- Η αίθουσα κρατείται ως της 4.30 π.μ.

### **Πολιτική πληρωμών:**

- Άμεση υπογραφή των Ιδιωτικών Συμφωνητικών του ξενοδοχείου με την επιβεβαίωση ότι επιλέγετε το *Hyatt Regency Thessaloniki* για τη γαμήλια δεξίωση σας.
- Ο ελάχιστος αριθμός χρέωσης καλεσμένων (*minimum guarantee*) θα πρέπει να δοθεί στο ξενοδοχείο 10 ημέρες πριν την δεξίωση. Θα θέλαμε να γνωρίζετε ότι στην περίπτωση που η προσέλευση των καλεσμένων είναι μικρότερη από τον τελικό αριθμό που θα μας δώσετε ως *minimum guarantee*, η χρέωση θα γίνει σύμφωνα με το *minimum guarantee* που μας έχετε δώσει. Στην περίπτωση που η προσέλευση είναι μεγαλύτερη απ' αυτόν τον αριθμό, το ξενοδοχείο αναλαμβάνει να καλύψει ένα επιπλέον ποσοστό της τάξεως του 10% σε *service* και φαγητό ενώ η χρέωση θα γίνει για τον πραγματικό αριθμό καλεσμένων που θα παρευρεθεί στη δεξίωση. Σε εκδηλώσεις άνω των 350 ατόμων το ποσοστό επιπλέον κάλυψης διαμορφώνεται σε 5% και δεν ισχύει για εκδηλώσεις εκτός ξενοδοχείου.
- Η καταμέτρηση του τελικού αριθμού ατόμων, γίνεται από το προσωπικό του ξενοδοχείου τη βραδιά της δεξίωσης.
- Ο λογαριασμός υπογράφεται τη βραδιά της δεξίωσης στο ξενοδοχείο.
- Σε περίπτωση μεγάλης αυξομείωσης του αριθμού των ατόμων από τον αρχικό συμφωνηθέντα, το ξενοδοχείο έχει το δικαίωμα να μεταφέρει τη δεξίωση σε άλλη αίθουσα ανάλογα με τον τελικό αριθμό των καλεσμένων κι εφόσον υπάρχει διαθεσιμότητα. Η αλλαγή της αίθουσας θα πρέπει να σας γνωστοποιηθεί το αργότερο 10 ημέρες πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής της δεξίωσης.

### **Προκαταβολές:**

- 30% προκαταβολή του ολικού προϋπολογιζόμενου κόστους της δεξίωσης θα πρέπει να καταβληθεί στο *Hyatt Regency Thessaloniki* με την υπογραφή των ιδιωτικών συμφωνητικών.



- 30% προκαταβολή του ολικού προϋπολογιζόμενου κόστους της δεξίωσης θα πρέπει να καταβληθεί στο ξενοδοχείο 45 ημέρες από την ημερομηνία διεξαγωγής της γαμήλιας δεξίωσης.
- Εξόφληση του ολικού ποσού 5 ημέρες πριν από την ημερομηνία διεξαγωγής της δεξίωσης.
- Extra χρεώσεις που τυχόν θα προκύψουν κατά τη διάρκεια της δεξίωσης θα επιθυμούσαμε να εξοφληθούν εντός 3 ημερών.



### **ΕΠΙΛΟΓΕΣ MENU:**

#### **ΤΡΙΑΝΤΑΦΥΛΛΟ**

*Λεπτές φέτες προσούτο, με φύλλα ρόκας, φέτες παρμεζάνας και dressing από γλυκό πεπόνι.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ από λεμόνι και θυμάρι.*

\*\*\*

*Σιγοψημένος Σολωμός με λαδολέμονο μουστάρδας και φρέσκα μυρωδικά.*

\*\*\*

*Μηλόπιτα Vermont με ξηρά δαμάσκηνα και παγωτό Αρμανιάκ.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*Γλυκίσματα.

**ΠΟΤΑ : (Απεριόριστη Κατανάλωση)**

Aperitif: *Bellini.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά: -Λευκό- *Αμπελώνας Άγιου Όρους, Τσάνταλης.*-Κόκκινο-  
*Αγιωργίτικο, Μπουτάρης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα. Ήβη Πορτοκαλάδα, Ήβη Λεμονάδα.*

Εμφιαλωμένο Νερό: *Ήβη Λουτράκι 1lt.*

**ΤΙΜΗ:**

49,00 ευρώ το άτομο (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται)

53,50 ευρώ το άτομο (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

\*\*\*Στην περίπτωση ζωντανής μουσικής κάλυψης της εκδήλωσης, εφαρμόζεται Φ.Π.Α 19%\*\*\*

\*\*\*Το ξενοδοχείο διατηρεί το δικαίωμα αλλαγής των παραπάνω τιμών στην περίπτωση διαφοροποίησης της τιμολογιακής πολιτικής του, αφού ενημερώσει τον πελάτη τουλάχιστον 30 μέρες πριν την εκδήλωση.\*\*\*

**ΤΟΥΛΙ ΠΑ**

*Καπνιστός Σολωμός με μουστάρδα και σως από ζύδι μπαλσάμικο.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ μάνγκο με σαλάτα από ακτινίδιο.*

\*\*\*

*Μοσχαρακι μπεζέ με μανιτάρια πλευρώτους και σάλτσα αρωματισμένη από κρασί Porto.*

\*\*\*

*Τούρτα με μπαβαρουάζ από μέλι, με τραγανό μπισκότο αμυγδάλου και γλυκάνισου.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Γλυκίσματα.*

**ΠΟΤΑ : (απεριόριστη κατανάλωση)**

Aperitif: *Fraise Royal ή Fruit Punch χωρίς αλκοόλ.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά:-Λευκό-*Διπτός, Τσάνταλης,* -Κόκκινο-*Αγιωργίτικο, Μπουτάρης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα, Ήβη Πορτοκαλάδα, Ήβη Λεμονάδα.*

Εμφιαλωμένο Νερό: Ήβη Λουτράκι 1lt.

**ΤΙΜΗ:**

48,00 ευρώ το άτομο (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται)

52,50 ευρώ το άτομο (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται.)

**ΓΙΑΣΕΜΙ**

*Κοκτέιλ από γαρίδες και καραβίδες με λαχανικά και τραγανό κριτσίνι παρμεζάνας.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ με άγρια βατόμουρα.*

\*\*\*

*Δίδυμο με αρνάκι, κοτόπουλο και σάλτσα από ελιές, βασιλικό & λιαστή ντομάτα.*

\*\*\*

*Διπλό κέικ σοκολάτας με φρούτα του πάθους και παγωτό «Drambuie».*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Γλυκίσματα.*

**ΠΟΤΑ: (απεριόριστη κατανάλωση)**

Aperitif: *Fraise Royal ή Tropical Punch.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά: *-Λευκό-Αμπελώνας Αγίου Όρους, Τσάνταλης.-Ροζέ- Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος, -Κόκκινο-Cabernet Sauvignon, Ν. Λαζαρίδης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα, Ήβη Πορτοκαλάδα, Ήβη Λεμονάδα.*

Εμφιαλωμένο Νερό: Ήβη Λουτράκι 1lt.

**ΤΙΜΗ:**

50,00 ευρώ το άτομο (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται)

54,50 ευρώ το άτομο (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

## ΜΑΝΩΛΙΑ

### **ΟΡΕΚΤΙΚΑ & ΣΑΛΑΤΕΣ (επιλογή)**

*Πιπεράτος καπνιστός Σολωμός Νορβηγίας με βελούδινη σάλτσα από μουστάρδα*

\*\*\*

*«Dijon», πευκόμελο και άνηθο.*

\*\*\*

*Επιλογή καπνιστών ψαριών, με κάπαρη και βινεγκρέτ με αυγό.*

\*\*\*

*Σαλάτα μπρόκολο με ψητό κοτόπουλο και ροδοψημένο σουσάμι.*

\*\*\*

*Ψημένο μανούρι με σπανάκι και μαρινάτες σταφίδες σε γλυκό κόκκινο κρασί.*

\*\*\*

*Πατατοσαλάτα με τραγανό μπέικον και αγγουράκια τουρσί.*

\*\*\*

*Αυγοσαλάτα με σέλερι και σχοινόπρασο.*

\*\*\*

*Ντομάτα με πέρλες κρεμμυδιού και ζύδι μπαλσάμικο.*

\*\*\*

*Μπουφές με τυριά, ξηρούς καρπούς και αποξηραμένα φρούτα.*

\*\*\*

*Ποικιλία από ντρέσινγκ, συνοδευτικά και ελιές μαρινάτες.*

\*\*\*

*Φρεσκοψημένα ψωμιά και κριτσίνια.*

### **ΚΥΡΙΩΣ (επιλογή)**

*Ψητά φιλετάκια κοτόπουλο με σάλτσα σαφράν και αρωματικά βότανα.*

\*\*\*

*Χοιρινό μπούτι λεπτοκομμένο με σάλτσα μουστάρδας.*

\*\*\*

*Μοσχαράκι με μανιτάρια, ζινή κρέμα και αγγουράκια τουρσί.*

\*\*\*

*Σιγοψημένα φιλετάκια ψαριού με λαδολέμονο και μυρωδικά.*

\*\*\*

*Μακαρόνια ογκρατέν με ζαμπόν και μελιτζάνες.*

\*\*\*

*Ψητές πατάτες φούρνου με κρεμμύδι και δεντρολίβανο.*

\*\*\*

*Μεσογειακά λαχανικά σοτέ με παρθένο ελαιόλαδο.*

## **ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ (επιλογή)**

*Φρούτα εποχής κομμένα.*

\*\*\*

*Ποικιλία ελληνικών γλυκών.*

\*\*\*

*Λευκά γλυκίσματα με κρέμα και ινδοκάρυδο.*

\*\*\*

*Τάρτα με καρύδα και λεμόνι.*

\*\*\*

*Κρέμα μασκαρπόνε και αμαρέτο βατόμουρα.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνή ποικιλία τσαγιού.*

## **ΠΟΤΑ (απεριόριστη κατανάλωση)**

Aperitif: *Fraise Royal ή Fruit Punch χωρίς αλκοόλ.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά: *-Λευκό-Διπτός, Τσάνταλης, -Κόκκινο-Αγιωργίτικο, Μπουτάρης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα, Ήβη Λεμονάδα, Ήβη Πορτοκαλάδα.*

Εμφιαλωμένο Νερό: *ήβη Λουτράκι 1lit.*

## **ΤΙΜΗ ΚΑΤ' ΑΤΟΜΟ:**

48,00 ευρώ (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

52,50 ευρώ (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

## **ΕΝΤΕΛΒΑΙΣ**

## **ΟΡΕΚΤΙΚΑ & ΣΑΛΑΤΕΣ (επιλογή)**

*Μαριναρισμένος Σολωμός με μήλα, άνηθο και κρέμα λεμονιού.*

\*\*\*

*Κοκτέιλ караβίδας και γαρίδας.*

\*\*\*

*Ισπανικό χοιρινό Σεράνο, με τριμμένη ντομάτα και γκασπάτσο.*

\*\*\*

*Ανάμικτη πράσινη σαλάτα.*

\*\*\*

*Ντομάτα σαλάτα με τόνο και φρέσκα κρεμμυδάκια.*

\*\*\*

*Σαλάτα από κουνουπίδι, τούρμερικ και λαδολέμονο.*

\*\*\*

*Μεσογειακή σαλάτα ζυμαρικών με λιαστή ντομάτα και ρίγανη.*

\*\*\*

*Ψητή μελιτζανοσαλάτα με πιπεριές, παρθένο ελαιόλαδο και φρεσκοκομμένη μέντα.*

\*\*\*

*Μπουφές με τυριά, ξηρούς καρπούς και αποξηραμένα φρούτα.*

\*\*\*

*Ποικιλία από ντρέσινγκ, συνοδευτικά και ελιές μαρινάτες.*

### **ΚΥΡΙΩΣ (επιλογή)**

#### **-----Ζωντανή Παρουσίαση-----**

*Σολωμός σιγομαγειρεμένος σε σφολιάτα με σάλτσα βουτύρου.*

\*\*\*

*Κοτόπουλο σχάρας με βασιλικό και σάλτσα Μάρσαλ.*

\*\*\*

*Αρνάκι ναβαρέν με κρεμμυδάκια και λαχανικά.*

\*\*\*

*Μοσχαραάκι μπεζέ με σάλτσα κόκκινου κρασιού.*

\*\*\*

*Τορτελίνια στο φούρνο με μανιτάρια και σάλτσα ντομάτας.*

\*\*\*

*Ψητές πατάτες με κορίανδρον και μουστάρδα.*

\*\*\*

*Ανάμικτα λαχανικά με βούτυρο και μυρωδικά.*

### **ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ (επιλογή)**

*Φρέσκα φρούτα εποχής.*

\*\*\*

*Ποικιλία Ελληνικών Γλυκών.*

\*\*\*

*Εκλαιράκια με κρέμα μόκας.*

\*\*\*

*Κέικ με καρύδια πεκάν και σοκολάτα.*

\*\*\*

*Κρέμα βανίλιας με κανέλα.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή διεθνή ποικιλία τσαγιού.*

## **ΠΟΤΑ (απεριόριστη κατανάλωση)**

Aperitif: Bellini.

Μπύρες: Amstel, Heineken, Mythos.

Κρασιά: -Λευκό-Αμπελώνας Άγιου Όρους, Τσάνταλης, -Κόκκινο-Αγιωργίτικο, Μπουτάρης.

Αναψυκτικά: Pepsi Cola, Seven Up, ήβη Σόδα, ήβη Πορτοκαλάδα. Ήβη Λεμονάδα.

Εμφιαλωμένο Νερό: I lit.

## **ΤΙΜΗ ΚΑΤ' ΑΤΟΜΟ:**

49,00 ευρώ (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται)

53,50 ευρώ (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

## **ΒΙΟΛΕΤΑ**

### **ΟΡΕΚΤΙΚΑ & ΣΑΛΑΤΕΣ (επιλογή)**

*Καπνιστός Σολωμός σε φέτες με κάπαρη και ντρέσινγκ αγριορέπανου.*

*Σαλάτα «Tabouleh» με φρεσκοκομμένο μαϊντανό.*

\*\*\*

*Προσούτο. Μπρεζάολα και Ιταλικό σαλάμι*

\*\*\*

*Σαλάτα φρέσκων λαχανικών με ανθότυρο και λιαστή ντομάτα.*

\*\*\*

*Πικάντικες μελιτζάνες με ντομάτα και ρίγανη.*

\*\*\*

*Πατατοσαλάτα με νιφάδες τόνου, πιπεριές και πράσινα κρεμμυδάκια.*

\*\*\*

*Αυγοσαλάτα με πιπέρι καγιέν, καλαμπόκι και πιπεριές.*

\*\*\*

*Σαλάτα με κολοκυθάκια, άνηθο, κρεμμυδάκια και φρεσκοκομμένη μέντα.*

\*\*\*

*Μπουφές με τυριά, ελιές και κριτσίνια.*

\*\*\*

*Ποικιλία από ντρέσινγκ, συνοδευτικά και ελιές μαρινάτες.*

\*\*\*

*Φρεσκοψημένα ψωμιά.*

## **ΚΥΡΙΩΣ (επιλογή)**

### **-----Ζωντανή παρουσίαση-----**

*Χοιρινό μπουτί «Virginia» με σάλτσα κρεμμυδιού και ζινή κρέμα.*

\*\*\*

*Ψητό αρνάκι με σάλτσα από λευκό κρασί, κουκουνάρι και δενδρολίβανο.*

\*\*\*

*Μοσχαραάκι κοκκινιστό με ντομάτα και κόκκινο κρασί.*

\*\*\*

*Ρολάκια γλώσσας με φρέσκα λαχανικά.*

\*\*\*

*Ψητά ζυμαρικά στο φούρνο με φρέσκο τυρί και σπανάκι.*

\*\*\*

*Πατάτες Ογκρατέν.*

\*\*\*

*Ποικιλία λαχανικών με πέστο και κορίανδρον.*

## **ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ (επιλογή)**

*Φρέσκα φρούτα εποχής κομμένα σε φέτες.*

\*\*\*

*Ποικιλία Ελληνικών γλυκών.*

\*\*\*

*Τρίγωνα με βανίλια και κρέμα σοκολάτας.*

\*\*\*

*Γλυκές λιχουδιές με μέλι και σταφίδες.*

\*\*\*

*Τυραμισού.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή διεθνή ποικιλία τσαγιού.*

## **ΠΟΤΑ (απεριόριστη κατανάλωση)**

Aperitif:*Fraise Royal ή Fruit Punch χωρίς αλκοόλ.*

Μπύρες:*Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά:*-Λευκό-Αμπελώνας Άγιου Όρους, Τσάνταλης, -Ροζέ-Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος, -Κόκκινο- Cabernet Sauvignon, Λαζαρίδης.*

Αναψυκτικά:*Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα, ήβη Πορτοκαλάδα, Ήβη Λεμονάδα.*

Εμφιαλωμένο νερό:*ήβη Λουτράκι 1lt.*

## **ΤΙΜΗ (κατ' άτομο):**

50,00 ευρώ (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται)

54,50 ευρώ (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).



## **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΟ ΜΕΝΟΥ ΣΑΣ:**

### **ΟΡΕΚΤΙΚΑ**

*Λεπτοκομμένες φέτες προσούτο, με ψητά λαχανικά και κριτσίνι από λευκό και μαύρο σουσάμι.*

\*\*\*

*Πιπεράτη σιγοψημένη πάπια με μαρινάτα άγρια μανιτάρια και φρέσκα λαχανικά.*

\*\*\*

*Λεπτές φέτες κοτόπουλου φιλέτου με σαλάτα καπονάτα και λάδι βασιλικού.*

\*\*\*

*Καπνιστός Σολωμός και ρέγκα με βινεγκρέτ μήλου.*

\*\*\*

*Σαλάτα «Nicoise» με τόνο, πράσινα φασολάκια και τουίστ αντσούγιας.*

\*\*\*

*Φρεσκοκομμένη σαλάτα του Καίσαρα με αρωματικά κρουτόν και ολόφρεσκες γαρίδες.*

\*\*\*

*Ψητό χοιρινό καρπάτσιο, με λαχανικά και τρουφέλαιο.*

\*\*\*

*Καπνιστό κοτόπουλο με μάνγκο, καρδιές φοίνικα και ντρέσινγκ από σουσάμι.*

### **ΚΥΡΙΩΣ ΠΙΑΤΟ Α.**

*Δίδυμο από κοτόπουλο και αρνάκι με λεμόνι τουρσί και κρούστα ελιάς.*

\*\*\*

*Δίδυμο από χοιρινό και κοτόπουλο με λιαστή ντομάτα και εστραγκόν.*

\*\*\*

*Διπλά παιδάκια με κρούστα από φρέσκο τυρί και βασιλικό.*

\*\*\*

*Φαγκρί σχάρας με λαδολέμονο, μουστάρδα και ψιλοκομμένη ντομάτα.*

\*\*\*

*Ψητό φιλέτο πεσκανδρίτσας με μάραθο κονφί και σάλτσα γαρίδας.*

### **ΚΥΡΙΩΣ ΠΙΑΤΟ Β.**

*Ψητό χοιρινό φιλέτο με βασιλικό και Μάρσαλ.*

\*\*\*

*Μενταγιόν από μοσχαράκι γάλακτος με κρούστα από αποξηραμένη λιαστή ντομάτα.*

\*\*\*

*Χοιρινό φιλέτο και μοσχαράκι γάλακτος με μανιτάρια και σάλτσα πορτσίνι.*

\*\*\*

*Λαβράκι φιλέτο με σάλτσα ντομάτα, μυρωδικά και μαύρες ελιές.*

## **ΕΠΙΔΩΡΗΙΑ**

*<<Dulce de leche>> με κρέμα αγλαδιού και παγωτό σοκολάτας.*

\*\*\*

*Μπαβαρουάζ από λεμόνι και μέλι με τραγανό κριτσίνι αμυγδάλου και σορμπέ μαστίχας.*

\*\*\*

*Κέικ σοκολάτας λευκής, μαύρης και κρέμα φουντουκιού με παγωτό από ούισκι μπέρμπον.*

\*\*\*

*Κρέμα βανίλιας με βατόμουρα και τραγανά φύλλα μάραθου.*

\*\*\*

*Τραγανό καλάθι από σουσάμι με φρέσκα φρούτα και παγωτό γιαούρτι.*

\*\*\*

*Προφιτερόλ με κρέμα πιστάσιο και σάλτσα σοκολάτας.*

\*\*\*

*Όλα τα μενού σερβίρονται με φρέσκο καφέ φίλτρου ή διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

## **ΤΙΜΗ (κατ' άτομο):**

Δημιουργήστε μενού 3 πιάτων με κυρίως γεύμα A:

54,00 ευρώ (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

59,00 ευρώ (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

Δημιουργήστε μενού 3 πιάτων με κυρίως γεύμα B:

59,00 ευρώ (9% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

64,00 ευρώ (19% Φ.Π.Α συμπεριλαμβάνεται).

## **ΠΟΤΑ (απεριόριστη κατανάλωση) Νο:1.**

Aperitif: Grand Mimosa.

Μπύρες: Amstel, Heineken, Mythos.

Κρασιά: -Λευκό-Χρυσός Λέων, Ν,Λαζαρίδης, -Ροζέ-Grenache, Τσάνταλης.

-Κόκκινο-Ξινόμαυρο Reserve, Μπουτάρης.

Αναψυκτικά: Pepsi Cola. Seven Up, Ήβη Σόδα, λεμονάδα, πορτοκαλάδα.

Εμφιαλωμένο νερό: Ήβη Λουτράκι Ilit.

## **ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ Νο:2.**

*Επιπλέον χρέωση 5,00 ευρώ το άτομο.*

Αperitif-Ποτό καλωσορίσματος: *Bellini ή Tropical Punch.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά:-*Λευκό-Χρυσός Λέων Chardonnay, Ν.Λαζαρίδης, -Κόκκινο-Ξινόμαυρο Reserve, Μπουτάρης. -Ροζέ-Grenache, Τσάνταλης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Λεμονάδα, Πορτοκαλάδα, Σόδα.*

Εμφιαλωμένο Νερό: *Ήβη Λουτράκι 1lit.*

## **ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ Νο:3.**

*Επιπλέον χρέωση 6,00 ευρώ το άτομο.*

Αperitif: *Grand Mimosa ή Tropical Punch.*

Μπύρες: *Amstel, Heineken, Mythos.*

Κρασιά:-*Λευκό- 4 Εποχές, Μπουτάρης, -Ροζέ-Ξινόμαυρο,*

*Μπαμπατζιμόπουλος, -Κόκκινο-Ραψάνη Επιλεγμένος, Τσάνταλης.*

Αναψυκτικά: *Pepsi Cola, Seven Up, Ήβη Σόδα, Λεμονάδα, Πορτοκαλάδα.*

Εμφιαλωμένο νερό: *Ήβη Λουτράκι 1lit.*

## **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ:**

### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ I:**

Λινά τραπεζιού: *Λευκή Ροτόντα μέχρι το πάτωμα, λευκό ναπερόν.*

Κάλυμμα καρέκλας: *Λευκό.*

Κεντρική Διακόσμηση: *Στρογγυλός καθρέφτης, ανθοσύνθεση σε γυάλα ή κασπώ σε διάφορα χρώματα, κεράκια ρεσώ.*

Διαθέσιμος αριθμός: *Μέχρι 1000 άτομα.*

Τιμή κατ' άτομο: *4.00 ευρώ.*

*+ 2.00 ευρώ Ανθοσύνθεση με λαμπόγυαλο στη μέση.*

### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ II:**

Λινά τραπεζιού: *Λευκή Ροτόντα μέχρι το πάτωμα, λευκό ναπερόν, ημιδιαφανή μουσελίνα στο χρώμα του χαλκού.*

Κάλυμμα καρέκλας: *Κίτρινο (ώχρα).*

Κεντρική διακόσμηση: *Στρογγυλός καθρέφτης, καντηλέρι μπρούτζινο με ανθοσύνθεση και δέκα κρεμαστά ποτήρια με χρωματιστό κερί.*

Διαθέσιμος αριθμός: *Μέχρι 400 άτομα.*

Τιμή κατ' άτομο: *7.00 ευρώ.*

### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ III (Ατμόσφαιρα Μεσογείου):**

Λινά τραπεζιού: *Μπεζ Ροτόντα μέχρι το πάτωμα, ράνε σε μπεζ και γαλάζιο.*

Κάλυμμα καρέκλας:Λευκό.

Κεντρική Διακόσμηση: Στρογγυλός καθρέφτης, μίνι ελαιόδεντρο σε γυάλα, φαναράκια ρεσώ.

Διαθέσιμος αριθμός:μέχρι 350 άτομα.

Τιμή κατ' άτομο:9.00 ευρώ.

#### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ IV (Gala Dinner):**

Λινά τραπεζιού:Λευκή Ροτόντα μέχρι το πάτωμα, κόκκινο ναπερόν.

Κάλυμμα Καρέκλας:Λευκό.

Κεντρική Διακόσμηση:Στρογγυλός καθρέφτης, πλούσια χρωματιστή ανθοσύνθεση σε γυάλα, κόκκινα ποτήρια με κεράκια ρεσώ.

Διαθέσιμος αριθμός:Μέχρι 500 άτομα./ Τιμή κατ' άτομο:10.00 ευρώ.

#### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ V (Γαμήλια Διακόσμηση):**

Λινά τραπεζιού:Λευκή ροτόντα μέχρι το πάτωμα, λευκό ναπερόν.

Κάλυμμα καρέκλας:Λευκό κάλυμμα καρέκλας, χρυσός ή ασημένιος φιόγκος.

Κεντρική διακόσμηση:Στρογγυλός καθρέφτης, γαμήλια ανθοσύνθεση σε χρυσό τρίποδα ή ασημένιο καντηλέρι, κεράκια ρεσώ.

Διαθέσιμος αριθμός:Μέχρι 600 άτομα.

Τιμή κατ' άτομο:12.00 ευρώ.

#### **ΠΑΚΕΤΟ ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗΣ VI (Executive Dinner)**

Λινά τραπεζιού:Λευκή ροτόντα μέχρι το πάτωμα, υπόλευκο λινό ναπερόν.

Κάλυμμα καρέκλας:Λευκό κάλυμμα καρέκλας.

Κεντρική διακόσμηση:Στρογγυλός καθρέφτης, ανθοσύνθεση σε κασπώ με διάφορα χρώματα, κεριά με επάργυρα μαχαιροπήρουνα, κρυστάλλινα ποτήρια, λαμπόγυαλο στη μέση και κεράκια ρεσώ.

Διαθέσιμος αριθμός:μέχρι 60 άτομα.

Τιμή κατ' άτομο:20.00 ευρώ.

ΣΗΜΕΙΩΣΗ:Κατάλληλο και για Γαμήλιες δεξιώσεις με λευκά άνθη στη σύνθεση.

#### **DISC JOCKEYS:**

- Χατζηπροδρόμου Ντάνης. 6944 661 511, (2310) 286-547.
- Ναισιδης Δημήτρης 6944 510 833 .
- Berco Music Entertainment (2310) 428-301.
- Μητρολίδης Παναγιώτης (MusicSp) (2310) 850-144, 6944 868 676

#### **ΜΟΥΣΙΚΗ ΚΑΙ ΤΕΧΝΙΚΗ ΚΑΛΥΨΗ:**

- Berco Music Entertainment , κα Οικονομίδου Φαίη (2310) 428-301.

- *Παύλου Γιώργος* (2310) 315-253, 6973 668 098.
- *<ΕΚΔΗΛΩΣΙΣ>, Κος Καρβουνίδης Παναγιώτης.* (2310) 672-399.
- *Κο. Νώντα Γεωργιάδη* 6944 865 859, (2310) 823-442.

**ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ & ΔΙΑΚΟΣΜΗΣΗ:**

- *Floris Special Events , κα Λίτσα Ζυγούρα* (2310) 278-877.
- *T Shop ,κα Τατιάνα Τούρνα* (2310) 283-043.

**ΦΩΤΟΓΡΑΦΟΙ:**

- *Παππούς Μ.- Ευαγγελίδης Κ.* (2310) 274-123.



**ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΑ ΤΜΗΜΑΤΑ ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΩΝ ΤΩΝ  
ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΣΤΟ HYATT THESSALONIKI.**

***APPETIZERS***

Ορεκτικό “Sashimi”

**14 €.**

Ορεκτικό “Sushi”

**18€.**

Ορεκτικό “Nigiri”

κολοκυθάκι, **9€.**

Σούπα “Miso”

μελιτζάνα **5€.**

*Ποικιλία Τόνο, Φαγκρί, Σολωμό*

*Πέντε τεμάχια από “Nigiri Sushi”*

*Ποικιλία από ψητές κόκκινες πιπεριές,*

*σπανάκι, Μανιτάρια Πλευρώτους.*

*Με φρέσκο πράσινο κρεμμύδι, Ρεπάνι και*

***NIGIRI SUSHI***

*Δύο τεμάχια με κάθε παραγγελία*

*Τόνος*

**7€.**

*Γαρίδες*

**8€.**

*2 τεμάχια*

*2 τεμάχια*

Καπνιστή πέστροφα 8 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια
Φαγκρί 6 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια
Σολομός 6 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια
Χαβιάρι Σολομού 9 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια

### **ASIAN SUSHI BALLS**

Δύο τεμάχια με κάθε παραγγελία

Τόνος 7 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια
Γαρίδες και χαβιάρι 8 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια
Σολομός 6 <sup>ε</sup> .	2 τεμάχια

### **MAKI SUSHI**

Κάθε παραγγελία αποτελείται από 6 ή 8 τεμάχια

Ρολό από καπνιστή πέστροφα 14 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Ρολό Καλιφόρνια 12 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Ρολό από μαριναρισμένο τόνο 12 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Ρολό με καπνιστό σολομό και τυρί κρέμα 13 <sup>ε</sup> .	8 τεμ.
Ρολό με σολομό και τόνο 16 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Ρολό Ουράνιο Τόξο 16 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Ρολό τόνου 10 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια

### **PRESS SUSHI**

Κάθε παραγγελία αποτελείται από 8 τεμάχια

Καπνιστή Πέστροφα 14 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Καλιφόρνια 12 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια
Σολομός 15 <sup>ε</sup> .	8 τεμάχια

## **TEMAKI SUSHI**

*Καπνιστή Πέστροφα τυλιγμένο στο χέρι*

**8<sup>€</sup>.**

*Καλιφόρνια τυλιγμένο στο χέρι*

**7<sup>€</sup>.**

*Πικάντικος Τόνος τυλιγμένο στο χέρι*

**8<sup>€</sup>.**

*Καπνιστός Σολομός με κρέμα τυριού τυλιγμένο στο χέρι*

**8<sup>€</sup>.**

## **SUSHI COMBINATION DINNER**

“Nigiri Sushi” επτά τεμάχια και δύο είδη από “Maki Sushi”

**34€.**

Συμπεριλαμβάνεται σούπα “Miso”.

## **ΣΑΛΑΤΕΣ ΚΑΙ ΟΡΕΚΤΙΚΑ**

*Φρέσκια πράσινη σαλάτα με ανθότυρο, λιαστή ντομάτα και ελιές Θάσου*

**9ευρώ.**

*Ντομάτα με μοτσαρέλα, ελιές και παραδοσιακό πέστο βασιλικού.*

**9ευρώ.**

*Ανάμεικτη πράσινη σαλάτα λαχανικών με γκοργκοτζόλα, αχλάδι, μπέικον και ψητά καρύδια.*

**9ευρώ.**

*Καπνιστός σολομός με φέτες ντομάτας και αβοκάντο, κάπαρη και ελιές Θάσου.*

**12ευρώ.**

*Χταπόδι σχάρας με σαλάτα από λευκά φασόλια, φρέσκα λαχανικά και ντρέσινγκ από λεμόνι και ρίγανη.*

**11ευρώ.**

*Γαρίδες με ντρέσινγκ από πιπεριές και κολιάνδρο, ρόκα και κριτσίνι με μαύρο σουσάμι.*

**14ευρώ.**

*Ταρτάρ τόνου με χαβιάρι σολομού, ζύδι βαλσάμικο και μαγιονέζα.*

**12ευρώ.**

*Σαλάτα του Καίσαρα με κοτόπουλο σχάρας, κρουτόν και φύλλα παρμεζάνας.*

**11ευρώ.**



*Καπνιστό χοιρινό με μαριναρισμένα μανιτάρια και πράσινη σαλάτα.*

**10ευρώ.**

*“Foie Gras” με πράσινα μήλα και σος από κρασί Πόρτο.*

**15ευρώ.**

*Λεπτές φέτες προσούτο με ψητές πιπεριές, ρόκα και φρέσκο τυρί.*

**10ευρώ.**

### **ΦΡΕΣΚΑ ΖΥΜΑΡΙΚΑ**

*Ορεκτικό*

*Κυρίως Πιάτο*

**11<sup>€</sup>.** *Σπαγγέτι με σάλτσα “Bolognaise” κ τυρί Παρμεζάνα*

**16<sup>€</sup>.**

**11<sup>€</sup>.** *Ριγκατόνι “Siciliana” με μελιτζάνα και λευκό κρασί*

**16<sup>€</sup>.**

**12<sup>€</sup>.** *Τορτελίни με μανιτάρια, ντομάτα, βασιλικό και κρέμα γάλακτος*

**17<sup>€</sup>.**

**12<sup>€</sup>.** *Παπαδέλες με αρακά, μανιτάρια, ζαμπόν, μπέικον και ντομάτα*

**17<sup>€</sup>.**

**20<sup>€</sup>.** *Λινγκουίνι με γαρίδες, μπίσκ ντομάτας και αρωματισμένα βότανα*

**29<sup>€</sup>.**

### **ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΕΣ ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΣΠΕΣΙΑΛΙΤΕ**

*Μοσχαραάκι γιουβέτσι με ροδοψημένο κεφαλοτύρι*

**19ευρώ.**

*Χοιρινό Φρικασέ με μαρούλι και αυγολέμονο.*

**18ευρώ.**

*Παραδοσιακός μουσακάς με μελιτζάνες και πατάτες*

**18ευρώ.**

*Γαρίδες σαγανάκι με πιπεριές, Ούζο, Ντομάτα, Φέτα και φρέσκια Ρίγανη.*

**35ευρώ.**

### **ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΤΟΥ ΣΕΦ**

*Κότσι αρνιού σιγομαγειρεμένο με κρεμμύδια, κόκκινο κρασί, πλιγούρι και λαχανικά.*

**24ευρώ.**

*Παραδοσιακό μοσχάρισιο σνίτσελ με λεμόνι.*

**26ευρώ.**

Φιλέτο από στήθος κοτόπουλου με γέμιση από Φέτα, φιστίκι Αιγίνης και φρέσκα μυρωδικά.

**22ευρώ.**

Χοιρινά φιλετάκια φλαμπέ με κονιάκ, κόκκους πιπεριού και κρέμα γάλακτος.

**26ευρώ.**

Μοσχαρίσια φιλετάκια “black angus” με σάλτσα από μανιτάρια και πορτσίνι.

**32ευρώ.**

Λαβράκι στο φούρνο σε κρούστα χοντρού αλατιού, φλαμπέ με ούζο.

**28ευρώ.**

Ψητό Φιλέτο φαγκρί με ντομάτα, φρέσκο κρεμμύδι και ντρέσινγκ κάππαρης.

**26ευρώ.**

Φρέσκα ψάρια στη σχάρα-----Τιμή Κιλού

**62ευρώ.**

**\*\*\*Όλες οι σαλάτες και τα Ορεκτικά έχουν γίνει με Ελληνικό έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο.\*\*\***

**\*\*\*Τα κατεψυγμένα προϊόντα έχουν επιλεγθεί για να διασφαλίσουν την καλύτερη δυνατή ποιότητα.\*\*\***

**\*\*\*Θα θέλαμε να ενημερώσουμε τους εκλεκτούς πελάτες μας ότι, στην περίπτωση κατά την οποία επιθυμούν κάποιο ειδικό πιάτο, το οποίο δεν περιλαμβάνεται στο μενού, θα φροντίσουμε να ικανοποιήσουμε την επιθυμία τους, εφ’ όσον τα απαιτούμενα υλικά είναι διαθέσιμα.\*\*\***

### ***ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ---DESSERTS:***

*Πυραμίδα σοκολάτας με γέμιση από φρούτα του πάθους.*

Dark Chocolate pyramid with passion fruit jelly and raspberry caulis.

*Παραδοσιακή κρέμα μπρουέ με μπισκότο αμυγδάλου.*

Traditional French crème Brule and Almond crisp.

*Προφιτερόλ με βανίλια και Σος σοκολάτας.*

Profiteroles with vanilla cream and chocolate sauce.

*Τιραμισού με κρέμα Μασκαρπόνε και λικέρ καφέ.*

Tiramisu with mascarpone cream and chocolate sauce.

*Φρουτοσαλάτα εποχής με γιαούρτι, μάνγκο και μέλι.*  
Sliced fresh fruits, mango, yogurt and honey.

*Κυδώνι ψητό με κρασί μαυροδάφνη και κανέλλα.*  
Baked quince with Mavrodafni wine and cinnamon.

*Επιλογή από παγωτά και σορμπέ Move pick*  
Selection of ice creams and sorbets Move pick

*Βανίλια*  
Vanilla

*Σοκολάτα*  
Chocolate

*Βατόμουρα & Φράουλα*  
Raspberry & Strawberry

*Φιστίκι Αιγίνης*  
Pistachio

*Φρούτα του πάθους και μάνγκο*  
Passion fruit and mango

*Λεμόνι*  
Lemon

*Espresso croquant*

**δευρώ.**



**ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΟΥ EXECUTIVE CHEF ΣΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ  
HYATT REGENCY THESSALONIKI Κου MICHEL JOST.  
Της Λίας Σπορίδου.**

Η αύρα του ελληνικού καλοκαιριού αγγίζει τις αισθήσεις και τη διάθεση μας. Οι μυρωδιές και οι γεύσεις του φτάνουν στο Ξενοδοχείο *Hyatt Regency Thessaloniki* και μετουσιώνονται σε υπέροχες γαστρονομικές προτάσεις. Το περιοδικό *WELCOME* συνομίλησε με τον *Executive Chef του Hyatt Regency Thessaloniki*, Michel Jost, ο οποίος μας ανέλυσε τη γαστρονομική φιλοσοφία του Ξενοδοχείου.

« Συνήθως αλλάζουμε τα μενού μας τέσσερις φορές το χρόνο σε μια προσπάθεια να συμβαδίσουμε με την εποχικότητα των προϊόντων. Για το καλοκαίρι θα έχουμε μεγάλη ποικιλία φρούτων και λαχανικών. Θέλουμε τα πιάτα να είναι γευστικά, ζουμερά και αρωματικά. Προκειμένου να έχουμε τις καλύτερες Ά Ύλες, πραγματοποιούμε τις αγορές μας σε καθημερινή βάση και καλλιεργούμε μυρωδικά και βότανα στους κήπους του Ξενοδοχείου. Φροντίζουμε η εξαιρετική ποιότητα των υλικών να συμβαδίζει με γευστικές καινοτομίες, αλλά και με την υψηλή αισθητική του χώρου. Για παράδειγμα, στο Εστιατόριο *Ambrosia* προχωρήσαμε στην αναδιακόσμηση του χώρου και ανανεώσαμε το μενού με γευστικές νότες από την κουζίνα της Νοτίου Ιταλίας. Κατά τους καλοκαιρινούς μήνες, η βεράντα θα είναι ανοιχτή με θέα προς τη φωτισμένη πισίνα δημιουργώντας μια μοναδική ατμόσφαιρα.».

**Με Ποια Κριτήρια Επιλέγετε Και Δημιουργείτε Τα Ιδιαίτερα Πιάτα  
Που Μπορεί Κανείς Να Βρει Στα Εστιατόρια Του Ξενοδοχείου?**

Διαβάζω πολλά βιβλία και περιοδικά ώστε να κρατώ επαφή με τις κυρίαρχες τάσεις. Αυτή τη στιγμή υπάρχει αναβρασμός πειραματικής μαγειρικής στην Ευρώπη, την Ιαπωνία και τις Ηνωμένες Πολιτείες σχετικά με προϊόντα και τεχνικές. Είναι σημαντικό να μάθεις από αυτά και να τα προσαρμόσεις στην κουλτούρα της χώρας. Η δημιουργικότητα είναι πολύ σημαντική, αλλά οι επισκέπτες δεν πρέπει ποτέ να νιώσουν μέρος ενός πειράματος. Πιστεύω στα ποιοτικά προϊόντα και όχι στη χρήση πολλών υλικών μαζί. Προτιμώ να δουλεύω τα υλικά με ποικίλες τεχνικές ώστε να ενισχύω τη φυσική γεύση και υφή τους, και βέβαια προσέχω η δημιουργικότητα να συμβαδίζει με την καλή εμφάνιση. Επίσης, πρέπει να σημειώσω ότι διατηρούμε στο μενού μας τα πιάτα εκείνα που αρέσουν στους επισκέπτες μας. Κάποια μπορεί να είναι πολύ ωραία, αλλά εφόσον δεν ανταποκρίνονται στις γευστικές προτιμήσεις των επισκεπτών μας είτε τροποποιούμε την συνταγή είτε απλά τα αποσύρουμε.

**Κατά Τη Γνώμη Σας, Σε Επίπεδο Φαγητού, που Υπερέχει Το Hyatt Regency Thessaloniki?**

Κοιτάζτε, υπάρχουν μερικά πολύ καλά εστιατόρια στην πόλη, αλλά αυτό που μας διαφοροποιεί είναι αφενός ότι διαθέτουμε ποιότητα και φαντασία στις γεύσεις μας, και αφετέρου το γεγονός ότι προσφέρουμε τα ιδιαίτερα πιάτα μας μέσα σε ένα υπέροχο σκηνικό και με εξαιρετικό σέρβις. Η γαστρονομική εμπειρία ενός επισκέπτη ξεκινά με την κράτηση για το τραπέζι που επιθυμεί, την υποδοχή στο εστιατόριο, συνεχίζει με τη διακόσμηση του χώρου, τη μουσική, το φωτισμό, την περιρρέουσα ατμόσφαιρα, τα ποτά τις ετικέτες των κρασιών και τη βοήθεια στην επιλογή του κατάλληλου κάθε φορά κρασιού, και καταλήγει στο φαγητό καθεαυτό. Όλα αυτά αποτελούν επιμέρους κομμάτια του <Δειπνώ Έξω>. Στηριζόμενοι, λοιπόν, σε μια ομάδα νέων και αφοσιωμένων επαγγελματιών που πιστεύουν ότι είναι σημαντικό το να κάνουν τη διαφορά, προσφέρουμε τις καλύτερες δυνατές υπηρεσίες. Αυτό, θεωρώ, ότι είναι το σημαντικότερο πλεονέκτημα μας.

## **“ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ” Η ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΥΣΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΤΙΚΗ ΜΟΡΦΗ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, αποτελεί ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τη χώρα που την επιτυγχάνει. Πρόκειται άλλωστε για τουρισμό «υψηλής ποιότητας και προδιαγραφών», τα πλεονεκτήματα του οποίου είναι πολλά: καταρχάς, τόσο οι συνέδριοι όσο και οι συνοδοί τους, από τη στιγμή που επισκέπτονται τη χώρα όπου διοργανώνεται το συνέδριο, κάτω από το όνομα του φορέα που το διοργανώνει (κι όχι ως απλοί τουρίστες), δείχνουν ιδιαίτερο σεβασμό στον τόπο φιλοξενίας, ενώ παράλληλα διακατέχονται από μεγαλύτερο ενδιαφέρον να τον γνωρίσουν όσο το δυνατόν καλύτερα

Πώς επιλέγεται όμως ο τόπος διεξαγωγής ενός συνεδρίου? Έχει αποδειχτεί πλέον πως ένα από τα βασικά κριτήρια επιλογής του τόπου διοργάνωσης ενός συνεδρίου, είναι η ελκυστικότητα του προορισμού. Άλλωστε, ένα από τα χαρακτηριστικά που συμβάλλει στην επιτυχία ενός συνεδρίου είναι το τελικό ποσοστό συμμετοχής συνέδρων, σε σχέση πάντα με τον αρχικό στόχο. Οι διάφοροι φορείς δείχνουν να συμφωνούν πως κατά τη διαδικασία προσέλκυσης των συνέδρων ένα από τα ισχυρότερα κίνητρα συμμετοχής γι' αυτούς που προσκαλούνται να συμμετάσχουν, φαίνεται να είναι αυτό του τουρισμού.

Έτσι λοιπόν, στη διαδικασία επιλογής του τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου, εξετάζονται μεταξύ άλλων και τα ακόλουθα:

- *Η αρτιότητα στην απαιτούμενη συνεδριακή υλικοτεχνική υποδομή (είναι συνήθως το σημαντικότερο κριτήριο από τη σκοπιά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο).*
- *Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης του κυρίου όγκου των συνέδρων.*
- *Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου προορισμού και του τόπου προέλευσης των συνέδρων (παράγοντας που η ένταση του διαβαθμίζεται σε σχέση και με τη διάρκεια του συνεδρίου).*
- *Η γενικότερη υποδομή της χώρας υποδομής.*
- *Η δυνατότητα συνεργασίας με το εξειδικευμένο προσωπικό που απαιτείται σε κάθε περίπτωση.*
- *Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα υποδοχής κατά το χρόνο διεξαγωγής του συνεδρίου.*

## **ΤΑ ΟΦΕΛΗ ΠΟΥ ΠΡΟΚΥΠΤΟΥΝ ΑΠ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ:**

Καταρχάς, οφείλουμε να κατανοήσουμε ότι προκειμένου η οποιαδήποτε μορφή τουρισμού, και πολύ περισσότερο ο συνεδριακός, να καταφέρει να αποδώσει τα μέγιστα, πρέπει να αναπτυχθεί στον άξονα της προσφοράς ποιοτικών υπηρεσιών. Σε αυτήν την περίπτωση, είναι βέβαιο πως μπορεί να αποφέρει για τη χώρα φιλοξενίας μια σειρά από σημαντικά οφέλη. Μερικά από τα σπουδαιότερα, είναι τα εξής:

Βασικά, η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού προσφέρει στη χώρα υποδοχής τη δυνατότητα επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου. Πρόκειται άλλωστε, για το είδος εκείνου του τουρισμού που δεν περιορίζεται στις υψηλές ή τις χαμηλές τουριστικές περιόδους. Η ζήτηση για τη διοργάνωση συνεδρίων παραμένει ενεργή καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η συμβολή του αυτή φαίνεται να είναι ζωτικής πλέον σημασίας, ιδιαίτερα για τους ώριμους τουριστικούς προορισμούς, που τα τελευταία χρόνια διανύουν μια περίοδο κρίσης (λόγω της εμφανούς μείωσης στην τουριστική κίνηση τους) που αποδίδεται κυρίως στην αυξημένη ανταγωνιστικότητα.

Είναι επίσης αποδεδειγμένο πως ο συνεδριακός τουρισμός ενισχύει και τον παραθεριστικό (από τον οποίο αποκτά τελικά πρόσθετα οφέλη και ο τοπικός πληθυσμός). Είναι αδιαμφισβήτητο άλλωστε το γεγονός, ότι ένα σημαντικό ποσοστό των ατόμων που συμμετέχουν σε συνέδρια τείνουν να επιστρέφουν ως τουρίστες στα μέρη που επισκέφτηκαν ως σύνεδροι, εφόσον βέβαια έμειναν ικανοποιημένοι από τη συνολική εικόνα του προορισμού που τους φιλοξένησε, όσο και από την ποιότητα των υπηρεσιών. Επιπλέον, οι επενδύσεις που πραγματοποιούνται για τις ανάγκες του συνεδριακού τουρισμού, μέσω συγκοινωνιακών δικτύων, επικοινωνιακών υποδομών, εστιατορίων, κέντρων διασκέδασης και άλλων ανέσεων, οδηγούν στην αναγέννηση των πόλεων και των περιοχών της περιφέρειας, οι οποίες στη συνέχεια εξελίσσονται σε παραθεριστικά κέντρα. Μάλιστα έχει παρατηρηθεί πως σε πολλές περιπτώσεις τα ίδια άτομα που επισκέφθηκαν έναν προορισμό κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου, ενδιαφέρθηκαν στη συνέχεια να δραστηριοποιηθούν επιχειρηματικά στην περιοχή που επισκέφθηκαν.

Ένα σημαντικό ακόμη πλεονέκτημα αυτής της μορφής τουρισμού είναι και η ελαστικότητα του σε σχέση με τα διάφορα οικονομικά προβλήματα. Έχει αποδειχτεί πως σε αντίθεση με τον παραθεριστικό τουρισμό, που είναι επιρρεπής σε κάθε οικονομική κρίση, ο συνεδριακός τουρισμός δείχνει να ξεπερνά σε σημαντικό βαθμό τέτοιου είδους προβλήματα. Σε γενικές γραμμές, είναι γνωστό πως ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί τουρισμό υψηλής εισοδηματικής στάθμης και ως εκ τούτου συνεπάγεται και

υψηλή τουριστική δαπάνη. Επιπλέον, επειδή προσελκύει τουρίστες υψηλού κοινωνικοοικονομικού προφίλ, προβάλλει και τις αντίστοιχες απαιτήσεις για παροχή ποιοτικών υπηρεσιών. Άλλωστε η παροχή αυτού του επιπέδου υπηρεσιών προϋποθέτει τη στελέχωση με τα κατάλληλα και επαρκώς καταρτισμένα άτομα, γεγονός που αποδεδειγμένα αποτελεί εφιαλτήριο για τη δημιουργία νέων θέσεων εργασίας.

## ***Η ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ:***

Όπως ήδη αναφέραμε, τα τελευταία χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει εντυπωσιακή άνοδο. Η βιομηχανία των συνεδρίων, με βάση διεθνείς εκτιμήσεις, μέχρι το 2010 θα είναι η ταχύτερα αναπτυσσόμενη σε σχέση με οποιονδήποτε άλλο τομέα. Ωστόσο, παρά τις ευοίωνες εξελίξεις, η Αθήνα παραμένει ουραγός στην παγκόσμια αγορά και ενώ έχει προσελκύσει πολλά διεθνή και ευρωπαϊκά συνέδρια σε σχέση με το παρελθόν, δεν έχει κατακτήσει τη θέση που θα έπρεπε ως συνεδριακός προορισμός. Παρόλα αυτά, η Ελλάδα, λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών της, είναι σε θέση, με το σωστό προγραμματισμό και την κατάλληλη υποδομή, να βελτιώσει το ρόλο της στην προσέλκυση διεθνών συνεδρίων.

Υπάρχουν σημαντικοί παράγοντες που καθιστούν την Ελλάδα «ελκυστική» ως συνεδριακό προορισμό. Μεταξύ αυτών είναι οι ευνοϊκές κλιματολογικές συνθήκες, η πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της, καθώς και το γεγονός πως είναι επαρκής σε μικρές και μεσαίες αίθουσες, της τάξης των 300-500 ατόμων και των 1.500-3.000 ατόμων αντίστοιχα.

Παρόλα αυτά, η χώρα μας δεν έχει καταφέρει ακόμα να εδραιωθεί ως συνεδριακός προορισμός. Σύμφωνα με τους επαγγελματίες του χώρου, οι αιτίες γι' αυτό θα μπορούσαν να εντοπισθούν κυρίως στο σχετικό έλλειμμα προβολής και προώθησης, στην έλλειψη του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού, στις λανθασμένες τουριστικές πολιτικές του παρελθόντος, καθώς και στην ανυπαρξία σαφούς θεσμικού πλαισίου που να ορίζει τους όρους και τις προϋποθέσεις που πρέπει να πληρούν οι απασχολούμενοι με το συνεδριακό τουρισμό, στην απουσία μιας συνεδριακής πολιτικής σε κρατικό επίπεδο και στη συνακόλουθη έλλειψη βάσιμων στατιστικών στοιχείων και, φυσικά, στην ανεπαρκή συνεδριακή υποδομή.

Ειδικά στο θέμα της υποδομής, η χώρα μας αντιμετωπίζει τα ίδια προβλήματα εδώ και πολλά χρόνια, όπως εδώ και πολλά χρόνια παραμένει μόνο στα χαρτιά και στις θεωρητικές προσεγγίσεις και μελέτες η δημιουργία ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην



πρωτεύουσα. Άλλωστε η Αθήνα είναι η μόνη πρωτεύουσα στην Ευρώπη που δε διαθέτει ένα μεγάλο διεθνές συνεδριακό κέντρο. Έτσι, τα συνέδρια φιλοξενούνται σε αίθουσες ξενοδοχείων, καθώς και σε αίθουσες που προσφέρονται από μικρά, πολλαπλών χρήσεων κέντρα και άλλα ιδρύματα όπως το Ζάππειο Μέγαρο. Μόνο το Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας μπορεί να φιλοξενήσει μεγάλα συνέδρια, είναι όμως αδύνατο ένα στάδιο να καλύψει τις ανάγκες ενός συνεδριακού κέντρου. Το κόστος μετατροπής του σταδίου σε αίθουσες συνεδρίων είναι πολύ υψηλό και παράλληλα η διοργάνωση συνεδρίων σε αθλητικές εγκαταστάσεις δημιουργεί τελικά αρνητική εικόνα για τη χώρα στο εξωτερικό.

Στο συγκεκριμένο ζήτημα αναφέρθηκε και η Ένωση Ξενοδόχων Αττικής, η οποία θεωρεί πως η υπάρχουσα υποδομή για συνεδριακές εκδηλώσεις (ξενοδοχεία, Μέγαρο Μουσικής και *Helexpo*) περιορίζει την ανάληψη συνεδρίων μεγέθους μέχρι 2.000 συνέδρων και παράλληλη εκθεσιακή κάλυψη μέχρι 800τ.μ (πραγματικά). Σημαντικός αριθμός ευρωπαϊκών και παγκόσμιων συνεδρίων απαιτούν εξυπηρέτηση αριθμού συνέδρων από 4.000 έως και 15.000 και παράλληλη εκθεσιακή δυνατότητα τουλάχιστον 4.000τ.μ (πραγματικά). Η Αττική, από την άλλη πλευρά, έχει αναπτύξει μια σημαντική ξενοδοχειακή υποδομή, άνω των 62.000 κλινών, εκ' των οποίων τα 15.000 ανήκουν στην κατηγορία πολυτελείας και στην Α κατηγορία. Επειδή η πόλη δεν θεωρείται πλέον τουριστικός προορισμός διακοπών, τα ξενοδοχεία της μπορούν να επιβιώσουν μόνο εάν αναπτυχθούν ή δημιουργηθούν ειδικές μορφές θεματικού τουρισμού. Άλλωστε, όπως έχει δείξει η διεθνής εμπειρία, οι ολυμπιακές πόλεις στήριζαν τη μεγιστοποίηση των μετά-ολυμπιακών ωφελειών τους στην καθιέρωση τους ως συνεδριακοί προορισμοί.

Πολλές φορές μέχρι τώρα το ελληνικό κράτος θέλησε να αντιμετωπίσει το πρόβλημα μέσω κρατικού προγραμματισμού. Πριν από λίγα χρόνια μάλιστα, είχε προταθεί να δημιουργηθεί συνεδριακό κέντρο στις εγκαταστάσεις του παλιού αερολιμένα στο Ελληνικό, στο πλαίσιο διαμόρφωσης του Μητροπολιτικού Πάρκου Αττικής. Όμως τα σχέδια παρέμειναν στα χαρτιά. Η τελευταία πρόταση αφορά στη δημιουργία συνεδριακού κέντρου στις ολυμπιακές εγκαταστάσεις του γηπέδου Τάε Κβο Ντο. Συγκεκριμένα, αναφέρθηκε πως σύμφωνα με το νόμο 3342/2005, προβλέπεται η ανακατασκευή του κλειστού γηπέδου Τάε Κβο Ντο και η δημιουργία ενός συνεδριακού κέντρου που θα καλύπτει τις ανάγκες μιας μεγάλης ευρωπαϊκής πρωτεύουσας. Δεν έχουμε λοιπόν παρά να ελπίζουμε πως η λύση βρίσκεται πια πολύ κοντά.

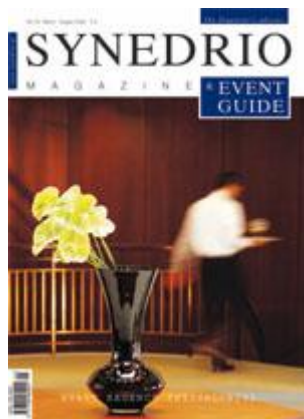
Γεγονός είναι πως τόσο η συνεδριακή όσο και η γενικότερη υποδομή της χώρας έχει αναβαθμιστεί αισθητά μετά τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων. Άλλωστε, όπως ήδη αναφέραμε και σύμφωνα με τη διεθνή εμπειρία, είθισται οι χώρες που αναλαμβάνουν τη διοργάνωση Ολυμπιακών Αγώνων να γνωρίζουν πριν, κατά τη διάρκεια και μετά την

διοργάνωση των αγώνων σημαντική ανάπτυξη και στο συνεδριακό τουρισμό. Έτσι και στην Ελλάδα έχει ήδη ολοκληρωθεί μια σειρά από έργα που θεωρούνται καίρια στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, όπως είναι τα αξιόπιστα μέσα μεταφοράς, ή η κατασκευή καινούργιων δρόμων κ.λπ. Επιπλέον θεωρείται απαραίτητη για την επιτυχία, η διαμόρφωση της κατάλληλης στρατηγικής προβολής και μάρκετινγκ, όπου το προϊόν «συνεδριακός/ εκθεσιακός τουρισμός» θα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι μιας εθνικής προβολής.

Ένα επιπλέον ουσιαστικό συνθετικό στοιχείο της επιτυχίας, είναι και η δημιουργία και δραστηριοποίηση των *Convention & Visitor Bureaux (CVB)*. Τα CVB προσπαθούν να προβάλλουν τον τουρισμό που εκπροσωπούν με όλους τους τρόπους και να συνθέσουν την κοινή δράση των ενδιαφερόμενων φορέων μιας περιοχής (τοπική αυτοδιοίκηση, δημόσιο. Επιχειρήσεις κ.λπ.) σε μια προσπάθεια προσέλκυσης και διοργάνωσης συνεδρίων.

Στην Ελλάδα, μέχρι αυτή τη στιγμή, λειτουργούν δυο γραφεία, ένα στη *Θεσσαλονίκη* και ένα στην *Αθήνα*. Η δραστηριοποίηση και των δύο φαίνεται ήδη να αποφέρει σημαντικά και ουσιαστικά αποτελέσματα.

Τέλος, αναπόσπαστο κομμάτι της όποιας προσπάθειας θα έπρεπε να είναι η δημιουργία ενός μητρώου συνεδρίων, όπου θα καταγραφούν επισήμως όλοι οι οργανωτές συνεδρίων κι όλοι οι συνεδριακοί χώροι με τα χαρακτηριστικά τους. Η κίνηση αυτή θα μπορούσε να αποτελέσει το εναρκτήριο βήμα σε μια συστηματική πλέον προσπάθεια συγκέντρωσης στατιστικών στοιχείων.



### **ΟΙ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΤΟΥ ΧΩΡΟΥ:**

Μερικές από τις σημαντικές εταιρείες που δραστηριοποιούνται στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού, κατέθεσαν την άποψη τους για τις προοπτικές του πολύ σημαντικού αυτού κλάδου:



### HAPCO

Ο κ. Δημήτρης Μάντζιος, πρόεδρος του HAPCO και διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας «Αμφιτρόνας», ανέφερε: « Όσο δεν υπάρχει μεγάλο συνεδριακό κέντρο, ο ελληνικός συνεδριακός τουρισμός θα παραμένει στα ίδια επίπεδα. Είναι αλήθεια πως τον τελευταίο καιρό παρατηρείται μια έντονη δραστηριότητα και ενδιαφέρον για τη διοργάνωση συνεδρίων στη χώρα μας, όμως η απουσία κατάλληλων υποδομών και κυρίως ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου μπλοκάρει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Γιατί αυτό που μας ενδιαφέρει δεν είναι η διοργάνωση μικρών συνεδρίων, αλλά η προσέλκυση μεγάλων συνεδρίων της τάξης των 6.000 με 12.000 ατόμων. Όσο δεν υπάρχει χώρος που να καλύπτει τις ανάγκες αυτού του επιπέδου των διοργανώσεων, δεν μπορούμε να μιλάμε για περαιτέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Θα παραμένουμε στα ίδια επίπεδα. Ακόμη, χωρίς συνεδριακό κέντρο η χώρα δεν μπορεί να ενταχθεί στο forum των συνεδριακών προορισμών κι επομένως δεν μπορούμε να λέμε πως η Ελλάδα είναι συνεδριακός προορισμός.»

Η κυρία Λίντια Μαστρονικολή, γενική διευθύντρια του HAPCO, σχετικά με την πορεία και τις προοπτικές εξέλιξης του συνεδριακού τουρισμού, μας αναφέρει: « Οι μέχρι στιγμής δραστηριότητες του HAPCO αλλά και η συμμετοχή του σε διεθνείς εκθέσεις για επαγγελματικό και συνεδριακό τουρισμό, έχουν αποφέρει πολύ θετικά αποτελέσματα όσον αφορά στη ζήτηση και στο ενδιαφέρον για διοργάνωση συνεδρίων στην Ελλάδα, ειδικά από την Ευρώπη.

Στόχος του HAPCO, είναι πάντοτε η προώθηση των συνεδριακών δυνατοτήτων της χώρας, με την κατάλληλη ενημέρωση και η αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών γενικότερα. Φυσικά, απαραίτητη προϋπόθεση ώστε να καταστεί, ειδικά η Αθήνα, συνεδριακός προορισμός, είναι η δημιουργία σύγχρονου Μητροπολιτικού Συνεδριακού κέντρου, το οποίο κατ' επέκταση θα ευνοήσει σημαντικά και την τουριστική κίνηση της πρωτεύουσας.»

### ATHENS CONVENTION BUREAU

Ο κ. Γιάννης Ευαγγέλου, πρόεδρος του «Athens CVB» και του HATTA, ανέφερε σχετικά: «είναι γνωστό ότι ο συνεδριακός τουρισμός απευθύνεται και προσελκύει κυρίως τουρίστες υψηλού εισοδηματικού επιπέδου και διαφέρει σημαντικά από τον τουρισμό αναψυχής. Σταδιακά γίνεται αντιληπτό από τους εκάστοτε ιθύνοντες ότι θα πρέπει να δοθεί ιδιαίτερη προσοχή σε αυτή τη μορφή τουρισμού και να διοχετεύονται

περισσότερα κονδύλια στο συνεδριακό τουρισμό για την ειδική και στοχευόμενη προβολή του, με τη συμμετοχή μας σε συγκεκριμένες εκθέσεις και με την έκδοση των κατάλληλων επαγγελματικών εντύπων. Ο συνεδριακός τουρισμός έχει τη δυνατότητα, αναπτυσσόμενος σωστά και συστηματικά, με βάση και τις δυνατότητες και τα συγκριτικά πλεονεκτήματα που παρουσιάζει η χώρα μας, να εξελιχθεί σε έναν πολύ ισχυρό πόλο έλξης τουριστών και δημιουργίας εσόδων.»

Η κα Calli Travlos, director Athens Convention Bureau, πιστεύει για τη συμβολή των Ολυμπιακών Αγώνων: «οι Ολυμπιακοί Αγώνες και η προβολή της Αττικής, αναθέρμαναν το τουριστικό ενδιαφέρον και ουσιαστικά επανατοποθέτησαν την Αττική στον τουριστικό χάρτη. Αρκετές επιχειρήσεις παρουσιάστηκαν έτοιμες γι' αυτήν την εξέλιξη, με αποτέλεσμα να αποκομίζουν πλέον σημαντικά οικονομικά οφέλη. Αποτελούν δε, παράδειγμα προς μίμηση για τους υπόλοιπους, ώστε να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους και να αρχίσουν πλέον να δίνουν σημασία και στη λεπτομέρεια: να επενδύσουν στην αύξηση και στην εξειδίκευση του προσωπικού, έτσι ώστε να υπάρχει συντονισμός και γρήγορη ανταπόκριση στα αιτήματα.»



### **THESSALONIKI CONVENTION BUREAU**

Η κα Ελένη Μυλωνά, director Thessaloniki Convention Bureau, αναφέρθηκε στην πορεία και στις προοπτικές εξέλιξης του συνεδριακού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη, έναν δημοφιλή συνεδριακό προορισμό, που τα τελευταία χρόνια κατέχει το 20% της συνολικής κίνησης. (μεταξύ 34 ελληνικών προορισμών συνεδριακού τουρισμού). Τα συνέδρια που πραγματοποιούνται στην πόλη, είναι κατά μέσο όρο της τάξεως των 580 ατόμων και διαρκούν 3 ημέρες, ενώ τα περισσότερα από αυτά πραγματοποιούνται μεταξύ Μαρτίου- Μαΐου και Σεπτεμβρίου- Νοεμβρίου.

Η έντονη επιχειρηματική δραστηριότητα στη Θεσσαλονίκη τον τελευταίο καιρό, που οδήγησε στη δημιουργία μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων, καθώς και η ολοκλήρωση του νέου συνεδριακού κέντρου της πόλης, προκάλεσαν μια σημαντική αύξηση των επιλογών και σε συνδυασμό με την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών, μπορούν να οδηγήσουν σε αύξηση της αναγνωρισιμότητας της. Αυτό που απαιτείται σε κάθε περίπτωση, είναι η βελτίωση των αεροπορικών συνδέσεων, παράγοντας που αυτή τη στιγμή προκαλεί προβλήματα και λειτουργεί σε κάποιες περιπτώσεις ανασταλτικά.»

## **C&C INTERNATIONAL CONVENTIONS & CONGRESSES**

*Η κα Αναστασία Βάτσικα, διευθύνουσα σύμβουλος της C&C, αναφερόμενη στις προοπτικές εξέλιξης του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, είπε:* «οι προοπτικές ζήτησης για το συνεδριακό τουρισμό της χώρας είναι πολύ καλές τώρα, περισσότερο από κάθε άλλη φορά. Προκειμένου να αξιοποιηθούν αποτελεσματικά και να οδηγήσουν σε μια σημαντική ανάπτυξη του κλάδου, απαιτείται, μεταξύ άλλων, όλοι οι εμπλεκόμενοι παράγοντες και φορείς, κρατικοί και μη, να συμπράξουν προς αυτήν την κατεύθυνση. Πρέπει να γίνουν στοχευόμενες κινήσεις. Επιβάλλεται πλέον η διαμόρφωση ενός τετραετούς σχεδίου δράσης για την ανάπτυξη του ελληνικού συνεδριακού τουριστικού προϊόντος, ώστε να μπορέσουμε στη συνέχεια να μετρήσουμε τα αποτελέσματα.».

## **FREI TRAVEL-CONGRESS**

*Η κα Νίκη Γκαργκάσουλα, πρόεδρος και managing director της Frei Travel-congress είπε σχετικά με τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού:* <Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, προϋποθέτει καταρχήν τη βελτίωση των συνεδριακών υποδομών. Η δημιουργία αυτόνομου συνεδριακού κέντρου κρίνεται πλέον απαραίτητη. Η περίπτωση δημιουργίας του στους χώρους των Ολυμπιακών Εγκαταστάσεων στο γήπεδο Tae Kwo Do αποτελεί μια προοπτική επίλυσης του προβλήματος. Σε κάθε περίπτωση όμως, χωρίς τις υποδομές αυτές, δεν μπορούμε να μιλάμε για προοπτικές εξέλιξης του συνεδριακού τουρισμού. Ακόμη, θα πρέπει να παραχωρούνται για τη διοργάνωση των συνεδρίων venues μουσείων για παράδειγμα, που μέχρι τώρα δίνονται με δυσκολία.>

## **ΗΛΙΟΤΟΠΟΣ**

*Ο κ. Κώστας Κωσταντινίδης, διευθύνων σύμβουλος της Ηλιότοπος, δήλωσε:* <Για την καθιέρωση της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού, δεν αρκεί η ύπαρξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων. Η προσέλκυση διεθνών συνεδρίων προϋποθέτει μακρόχρονη έρευνα και καλλιέργεια επαφών και διασυνδέσεων με τους ανθρώπους που αποφασίζουν για τον τόπο που θα πραγματοποιηθεί κάποιο επόμενο συνέδριο. Απαραίτητη επίσης προϋπόθεση, είναι να γίνει οργανωμένη, ειλικρινής και προσανατολισμένη στην αγορά προβολή του προορισμού, έχοντας πάντα υπ' όψη ότι είναι μια μακρόχρονη διαδικασία χωρίς άμεσα ορατά αποτελέσματα. Η δημιουργία σε εθνικό επίπεδο ενός μηχανισμού προβολής της Ελλάδος ως συνεδριακού προορισμού και προσέλκυσης συνεδρίων, είναι μια απαραίτητη πλέον ενέργεια. Η πρωτοβουλία ανήκει στην Πολιτεία και ο ιδιωτικός τομέας θα πρέπει να την υποστηρίξει ηθικά και οικονομικά.>

### **LA GRECA**

Η κα Νταιάνα Παναγιωτοπούλου, πρόεδρος των εταιρειών La Greca D.M.C., Conventions-Incentives-Events και La Greca Travel Service, FITs & Groups, αναφερόμενη στην επιρροή που άσκησε η διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων στην αγορά του συνεδριακού τουρισμού, είπε:  
«οι Ολυμπιακοί Αγώνες σίγουρα έχουν επιδράσει θετικά στην προσέλκυση του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα, αφού αποδείξαμε έμπρακτα πως μπορούμε να διοργανώσουμε μεγάλα γεγονότα. Άλλωστε δεν μπορούσαμε να περιμένουμε να γίνουν θαύματα μέσα στον πρώτο χρόνο, αφού τόσο στο Σίδνευ, όσο και στη Βαρκελώνη το μεταολυμπιακό πρόγραμμα ήταν έτοιμο αρκετά χρόνια μετά τη λήξη των αγώνων στις πόλεις αυτές. Αυτό όμως που οπωσδήποτε πρέπει να γίνει, είναι ένα αυτόνομο συνεδριακό κέντρο στην Αθήνα, γιατί μόνο τότε θα μπορούμε σοβαρά στην ατζέντα και στον προγραμματισμό μεγάλων συνεδρίων.»

### **NEXT GENERATION**

Ο κ. Σάββας Καζαντζίδης, από την εταιρεία Next Generation, σε σχέση με τις προοπτικές ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα, πιστεύει <Η ύπαρξη ενός αυτόνομου μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα, θα έλυνε πολλά θέματα στο χώρο του συνεδριακού τουρισμού, εφόσον θα ήταν ένας χώρος με απεριόριστες δυνατότητες, που θα μπορούσε να ανταποκριθεί στις απαιτήσεις ακόμα και του πιο δύσκολου πελάτη και θα μπορούσε να ανταγωνιστεί άλλους ευρωπαϊκούς προορισμούς που ήδη ελκύουν το συνεδριακό τουρισμό λόγω τέτοιων υποδομών.>

### **SBOKOS S.A**

Η κ. Λίλια Σμπώκου, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Sbokos S.A., θεωρεί ότι: <προκειμένου η πολιτεία και το Υπουργείο Τουρισμού να υποστηρίξουν την Ελληνική Συνεδριακή Αγορά, θα έπρεπε να προβούν καταρχάς, στις ακόλουθες ενέργειες: «στη θεσμοθέτηση των ρόλων (PCO, hotel e.t.c) και στο ξεκαθάρισμα των παρασιτικών οργανισμών (ανεπίσημα σχήματα οργάνωσης). Η πολιτεία μπορεί να κάνει ξεκάθαρους τους ρόλους και τις υπηρεσίες συνεδριακές, ώστε π.χ η εταιρεία οπτικοακουστικών να γνωρίζει ακριβώς το μερίδιο και τη δικαιοδοσία της σ ένα συνέδριο. Το ίδιο και ο PCO, το συνεδριακό κέντρο, το ξενοδοχείο και οι λοιποί προμηθευτές. Όμως εξίσου σημαντικό είναι το θέμα της χρηματοδότησης και της χορηγίας συνεδρίων, που η πολιτεία θα πρέπει να προωθεί, μέσω των επίσημων οργανωτών συνεδρίων.>

### **TRIAENA TOURS & CONGRESS**

Ο κ. Ντίνος Αστράς, διευθύνων σύμβουλος της Triaena tours & congress, δήλωσε σχετικά με τη δράση που πρέπει να αναλάβει η πολιτεία για την υποστήριξη και την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα: «κάθε έρευνα ή αφιέρωμα στο συνεδριακό τουρισμό, που έχει δει το φως της δημοσιότητας τα τελευταία 10 χρόνια, θέτει ακριβώς το ίδιο ερώτημα: <τι μπορεί να κάνει η πολιτεία για να αναπτυχθεί ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα?>, και κάθε φορά οι επαγγελματίες του χώρου δίνουν στερεότυπα την ίδια απάντηση.

Οι κρατούντες, την έχουν ακούσει τόσες φορές που ακόμα και τελείως άσχετοι με το χώρο να ήταν, θα την είχαν εμπεδώσει.

Φαίνεται πως στην Ελλάδα αρεσκόμαστε να γυρίζουμε γύρω-γύρω από ένα θέμα, να το εξαντλούμε με διάλογους, να το παρουσιάζουμε σε πρωτοσέλιδα εφημερίδων και περιοδικών του χώρου ή σε παράθυρα τηλεοπτικών δελτίων ειδήσεων, να δίνονται υποσχέσεις από ανώτατα κυβερνητικά κλιμάκια, και επί της ουσίας να μη γίνεται απολύτως τίποτα. Θεωρώ τελείως περιττό να ξαναδώσω απάντηση σε αυτό το ερώτημα. Θα το κάνω όμως ακόμη μία φορά.

Η πολιτεία και ιδιαίτερα το Υπουργείο Τουρισμού, αν θέλει να υπηρετήσει την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, οφείλει να κάνει 3 απλά πράγματα:

1. Να θεσμοθετήσει το επάγγελμα του επαγγελματία διοργανωτή συνεδρίων.
2. Να παραδώσει ένα σύγχρονο συνεδριακό και εκθεσιακό κέντρο.
3. Να προβάλλει την συνεδριακή Ελλάδα. Οι εκάστοτε υπουργοί, που είχαν ή έχουν την ευθύνη του ελληνικού τουρισμού, είχαν δεσμευτεί ότι θα υλοποιήσουν το τρίπτυχο αυτό, αλλά κανείς δεν το έπραξε ακόμη. Μακάρι να σφάλω, αλλά φοβάμαι πως θα αργήσει η άνθηση του συνεδριακού τουρισμού και τούτο γιατί οι κρατούντες δεν υλοποιούν τα αυτονόητα.»

### **ZITA CONGRESS & TRAVEL**

Ο κ. Ζαχαρίας Καπλανίδης, διευθύνων σύμβουλος της Zita Congress & Travel, όσον αφορά στην υφιστάμενη κατάσταση του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας, δήλωσε: <Όλοι σιγά σιγά συνειδητοποιούν την αξία του συνεδριακού τουρισμού για τον ελληνικό τουρισμό. Πρόκειται για το είδος εκείνο του τουρισμού που δεν έχει αναπτυχθεί ιδιαίτερα στη χώρα μας κι ως εκ τούτου έχει πολλά περιθώρια ανάπτυξης. Οι προοπτικές ανάπτυξης του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού αποδίδονται κυρίως στους εξής λόγους :

1. Αυτή τη στιγμή βρισκόμαστε πολύ χαμηλά στο μερίδιο της παγκόσμιας αγοράς, κατέχοντας μόλις το 0.7 με 0.8, όταν χώρες όπως η Αυστρία κατέχουν το 2.5%.

2. Οι υποδομές της χώρας έχουν βελτιωθεί αισθητά με τη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων.

Προκειμένου όμως ο συνεδριακός τουρισμός να αναπτυχθεί στην Ελλάδα, απαιτούνται τα εξής:

- Να βελτιωθούν οι πολιτικές προώθησης και μάρκετινγκ τόσο στο δημόσιο όσο και στον ιδιωτικό τομέα. Μέχρι αυτή τη στιγμή, η όποια διαφήμιση παραμένει γενική, γεγονός που δεν συμβαδίζει με τις ανάγκες ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού, που απαιτεί μια στοχευόμενη διαφημιστική καμπάνια.
- Οι ιδιώτες να αναλάβουν κοινή δράση προκειμένου να ενισχύσουν την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού.
- Υψηλά budgets για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, γιατί όλοι αγωνίζονται για μερίδιο σε αυτήν την πίτα, αφού πρόκειται για υψηλού επιπέδου τουρισμό που εξασφαλίζει κίνηση καθ' όλη τη διάρκεια της χρονιάς κι όχι μόνο κατά τις υψηλές τουριστικές περιόδους. Οι Ολυμπιακοί Αγώνες ασφαλώς και επέδρασαν θετικά στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, προκειμένου όμως τα όσα απέδωσαν να έχουν διάρκεια, πρέπει τα αποτελέσματα να κεφαλαιοποιηθούν με συγκεκριμένες δράσεις.>



### **HELEXPO**

*Η κα Άννα Τομπάτζη, τμηματάρχης συνεδρίων-παραχωρήσεων της HELEXPO, είπε: «Είναι γεγονός ότι ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί μια δυνατή και αναπτυσσόμενη αγορά με σημαντικά πλεονεκτήματα για τον τουρισμό μιας χώρας. Πιστεύω ότι η Ελλάδα ως προορισμός για τη διεκδίκηση ενός σημαντικού μεριδίου της συνεδριακής αγοράς διαθέτει μοναδικά συγκριτικά πλεονεκτήματα. Βρισκόμαστε όμως σε χαμηλή θέση στην κατάταξη των συνεδριακών προορισμών, αφού η χώρα στερείται συνεδριακών χώρων-ξενοδοχειακών υποδομών και πολλές φορές αεροπορικών συνδέσεων-, ενώ έχει ανεπαρκές συνεδριακό μάρκετινγκ και έλλειψη γραφείων CVBs στους σημαντικότερους προορισμούς της χώρας.»*

### **ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΗΛΟΥ «ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ»**

Το συνεδριακό κέντρο Μήλου «Γεώργιος Ηλιόπουλος» δημιουργήθηκε από την Κα Καίτη Κυριακοπούλου στη μνήμη του πατέρα της και βρίσκεται στον Αδάμαντα, σε μια έκταση 10 στρεμμάτων.



Το συνεδριακό κέντρο είναι συνολικής χωρητικότητας 560 ατόμων (η κύρια αίθουσα μπορεί να φιλοξενήσει 400 συνέδρους, και οι άλλες δύο 60 και 100 συνέδρους αντίστοιχα), και έχει σχεδιαστεί έτσι ώστε να φιλοξενήσει εκδηλώσεις παράλληλα και στις τρεις αίθουσες. Πρόκειται για ένα συνεδριακό κέντρο εξοπλισμένο με τα πλέον σύγχρονα οπτικοακουστικά και τηλεπικοινωνιακά μέσα, που εκτός από τους αμιγώς συνεδριακούς χώρους, διαθέτει γραφεία διοικήσεως, ειδική αίθουσα για τον Τύπο, αίθουσα internet, πλήρες ιατρείο και χώρους εστίασεως με πλήρες μαγειρείο. Επιπλέον, όλοι οι χώροι που προορίζονται για το κοινό είναι προσβάσιμοι σε άτομα με ειδικές ανάγκες. Στο Συνεδριακό Κέντρο Μήλου, από τον Ιούλιο του 2000 που εγκαινιάστηκε, ως τον Σεπτέμβριο του 2005, έχουν πραγματοποιηθεί 109 εκδηλώσεις με τη συμμετοχή άνω των 28.000 ατόμων. Από τις 109, οι 24 ήταν συνέδρια, κατά κανόνα διεθνή. Οι υπόλοιπες εκδηλώσεις που έχουν λάβει χώρα, αναφέρονται σε πολιτιστικά κυρίως δρώμενα, όπως θεατρικές παραστάσεις, διαλέξεις, καλλιτεχνικές εκθέσεις, συναυλίες και άλλες μουσικές εκδηλώσεις. Μέσω των δραστηριοτήτων του αυτών, το Συνεδριακό Κέντρο Μήλου, βοήθησε στην αύξηση της αναγνωρισιμότητας της νήσου σε διεθνές επίπεδο, συμβάλλοντας έτσι στην άμβλυση της εποχικότητας του τουρισμού στη Μήλο.

### **ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΕΣ ΟΡΓΑΝΩΤΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ**

**PROFESSIONAL CONGRESS ORGANIZERS - P.C.O.  
DESTINATION MANAGEMENT COMPANIES - D.M.C.  
EVENT MANAGEMENT**

Ace Travel

B.I.C.I

C & C International

Έψιλον

Era LTD

Event Makers

CBA Event Management & Marketing

Charitos Travel

Goldair

Golden Sun Holidays

Gss Congress & Tours

Hera's Travel & Tourism

Ida Touristic Enterprises  
Interdynamic S.A  
Le Spot  
Mariana Pagalos Communications Specialist  
Marine Tours SA  
Maxima Congress & Tourist Enterprises S.A  
Mitos  
Nostalgia Travel  
Orama New Age Productions S.A  
Organosis Event Management  
Rodos Tours  
Triaena Tours & Congress  
Tourgats  
Zita Congress & Travel  
ΚΥΠΡΟΣ  
ARENA DMC  
DRAKOS TRAVEL  
GMG SPECIAL INT. TOURISM  
PALM DESTINATION  
SYMPOSIUM CONFERENCES  
TOP KINISIS TRAVEL

***Ο ΣΥΓΧΡΟΝΟΣ ΡΟΛΟΣ ΕΝΟΣ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΑ ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗ  
ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ (PCO)***

***Tony Rogers***

*Ο γενικός διευθυντής του Βρετανικού Συνδέσμου Συνεδριακών Προορισμών και εκτελεστικός διευθυντής του Συνδέσμου Βρετανών Επαγγελματιών Οργανωτών συνεδρίων, παρουσίασε το θέμα: «ο μεταβαλλόμενος ρόλος του επαγγελματία διοργανωτή συνεδρίου (PCO), Η Βρετανική αντίληψη.»*

Στο Ηνωμένο Βασίλειο, περίπου το ένα τρίτο όλων των διασκέψεων οργανώνονται με τη βοήθεια κάποιου επαγγελματία διοργανωτή συνεδρίου ή διάσκεψης. Το 2003, στο Ηνωμένο Βασίλειο έλαβαν χώρα περίπου 1,35 εκατομμύρια διασκέψεις και συναντήσεις (σύμφωνα με τη Βρετανική Έρευνα Συνεδριακών Εγκαταστάσεων, 2004). Ο ρόλος του

PCO θεσμοθετήθηκε κατά τη δεκαετία '60-'70, και η ABPCO, ο επαγγελματικός φορέας των PCO στο Ηνωμένο Βασίλειο, ιδρύθηκε το 1981. Παρά την όλο και αυξανόμενη αναγνώριση της σημασίας του PCO και την πληθώρα της προσφοράς μαθημάτων και προσόντων πανεπιστημιακού επιπέδου στον κλάδο αυτό, το επάγγελμα εξακολουθεί να μην υπάγεται σε ρυθμιστικό πλαίσιο και δεν υφίστανται νόμοι που να διέπουν ή να ελέγχουν ποιος μπορεί να λειτουργεί ως PCO. Η παρουσίαση εξέτασε πώς άλλαξε ο ρόλος του PCO στο Ηνωμένο Βασίλειο κατά τα τελευταία χρόνια και πώς θα μπορούσε να εξελιχθεί περαιτέρω κατά τα επόμενα χρόνια, με βάση τις προβλέψεις ορισμένων από τα ηγετικά μέλη της ABPCO. Κάποιες από τις βασικές αλλαγές θα μπορούσαν να συνοψιστούν ως εξής:

Σταδιακή απομάκρυνση από το μοντέλο των εισοδημάτων με βάση τις προμήθειες, με μεγαλύτερη έμφαση στην αμοιβή διαχείρισης. Παρόλα αυτά, οι καθοδικές πιέσεις στις αμοιβές, η διάβρωση του εισοδήματος από τις κρατήσεις διαμονής εξαιτίας του ανταγωνισμού από τα γραφεία συνεδρίων και το Διαδίκτυο, αλλά και η ανταπόκριση στην απαίτηση των πελατών τα συνέδρια να δημιουργούν πρόσθετα έσοδα και όχι απλώς να ισορροπούν τα έξοδα με τα έσοδα, αποτελούν ορισμένες από τις οικονομικές προκλήσεις των PCO.

Στην εταιρική αγορά ιδιαίτερα, παράγοντες όπως η απόδοση των επενδύσεων, η μεγαλύτερη υποχρέωση λογοδοσίας για το κόστος και οι συγχωνεύσεις αποκτούν όλο και μεγαλύτερη σημασία, με μεγαλύτερη έμφαση στην ισχυροποίηση των σχέσεων με τους πελάτες.

Ενώ η τεχνολογία και οι ηλεκτρονικές επικοινωνίες διευκολύνουν τις κύριες πτυχές της οργανωτικής εργασίας ενός συνεδρίου, υπάρχει πλέον μια αυξημένη ανάγκη για παροχή στρατηγικών και δημιουργικών πληροφοριών από τους PCO, σε συνδυασμό με την ανάγκη μεγαλύτερης προνοητικότητας εκ μέρους τους.

Γενικότερα, υπάρχει πολύ μεγαλύτερος ανταγωνισμός στην αγορά και οι πελάτες επιλέγουν να χρησιμοποιήσουν συγκεκριμένες υπηρεσίες από κάθε PCO, γεγονός που απαιτεί μεγαλύτερη ευελιξία από τους

Οι PCO έρχονται αντιμέτωποι με σημαντικά και πολύπλοκα αιτήματα αναφορικά με πολυεθνικές νομοθεσίες, την αξιολόγηση του κινδύνου και ζητήματα ασφάλειας. Για να μπορέσουν οι PCO να επιβιώσουν και να αναπτυχθούν, πρέπει οι αγορές να μεγαλώσουν τόσο σε τοπικό όσο και σε διεθνές επίπεδο. **Στο μέλλον, ο PCO θα αναπτυχθεί περισσότερο ως σύμβουλος-δημιουργός-επιχειρηματίας, παρά ως διοργανωτής-διαχειριστής.**

Οι PCO στο Ηνωμένο Βασίλειο υποστηρίζουν τη δημιουργία ενός ρυθμιστικού πλαισίου για την αγορά, με στόχο την παροχή υψηλής ποιότητας υπηρεσιών για τους πελάτες, και παράλληλα τη θεσμοθέτηση της διοίκησης συνεδρίων ως ένα ισότιμο επάγγελμα.

**ΟΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ  
ΑΓΟΡΑΣ.  
ΔΙΑΚΡΙΤΟΙ ΡΟΛΟΙ-ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑ-ΠΑΡΟΧΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ  
ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ.**

Ο διευθύνων σύμβουλος της εταιρείας διοργάνωσης συνεδρίων TRIAENA TOURS & CONGRESS S.A, Ντίνος Αστράς, μίλησε για το θέμα: «Σχέσεις επαγγελματιών της συνεδριακής αγοράς, σχέσεις αλληλοεξαρτώμενες και αμοιβαίες, σχέσεις αγάπης και μίσους.»

Ο Ντίνος Αστράς ξεκίνησε την παρουσίαση του αναφέροντας ότι: «η οργάνωση ενός συνεδρίου απαιτεί γνώσεις και συμμετοχή αρκετών δεκάδων επαγγελματιών», σημειώνοντας ότι μια έρευνα πριν από μερικά χρόνια τους είχε υπολογίσει σε 50. Η διοργάνωση ενός συνεδρίου απαιτεί τη συμμετοχή πολλών διαφορετικών επαγγελματιών, και όλοι αυτοί οι επιχειρηματίες, ο καθένας από το δικό του μετερίζι, αγωνίζεται για την ανάπτυξη της επιχείρησής του, συμβάλλοντας κατ' επέκταση στην άνθηση του συνεδριακού τουρισμού.

Θα ήταν αναμενόμενο λοιπόν, μια ομάδα επαγγελματιών με κοινό στόχο και κοινές προσπάθειες για την επίτευξη του, να είναι δεμένη με σχέσεις καλής συνεργασίας, «σχέσεις στοργής». Και πράγματι τις περισσότερες φορές είναι έτσι. Κάποιες άλλες όμως, αυτές οι σχέσεις χάνουν τη συνοχή τους, υποβαθμίζονται, με αποτέλεσμα να μετατρέπονται σε «σχέσεις μίσους».

Για να εντοπίσουμε το πρόβλημα, πρέπει να παρακολουθήσουμε την πορεία ενός συνεδρίου από τη διεκδίκηση του μέχρι την ανάθεση του, μέσα από το πλέγμα των δραστηριοτήτων των εμπλεκόμενων επαγγελματιών.

- Στην πρώτη φάση, στη φάση της διεκδίκησης, εμπλέκονται ο PCO, η εταιρεία οπτικών μέσων και ο εκτυπωτικός οίκος. Το κύριο βάρος του κόστους διεκδίκησης σηκώνει ο PCO.
- Στη δεύτερη φάση, στη φάση της επιθεώρησης του συνεδριακού ξενοδοχείου και των δορυφορικών, εμπλέκονται ο PCO και το συνεδριακό ξενοδοχείο. Παρά το γεγονός ότι το συνεδριακό ξενοδοχείο συνήθως προσφέρει δωρεάν διαμονή (χωρίς όμως ξόδεμα χρήματος), το κύριο βάρος του κόστους και της ταμειακής εκροής πέφτει πάλι στις πλάτες του PCO, ο οποίος αναλαμβάνει το κόστος της μεταφοράς και της σίτισης των επιθεωρητών.
- Στην Τρίτη φάση, στη φάση μετά την ανάθεση, ο PCO αναλαμβάνει εξ ολοκλήρου την ικανοποίηση της προκαταβολών του συνεδριακού ξενοδοχείου και των δορυφορικών, κάποιων άλλων προμηθευτών, όπως επίσης την οικονομική κάλυψη όλων των προσυνεδριακών υπηρεσιών.

Όπως γίνεται αντιληπτό, στην προσέλκυση ενός συνεδρίου, ο PCO έχει αποφασιστικής σημασίας ρόλο, το δε οικονομικό βάρος που αναλαμβάνει είναι από αρκετό έως πού σημαντικό.

Αναλύοντας περαιτέρω την τελευταία παράμετρο, των εκροών δηλαδή, αξίζει να σημειωθεί ότι ανάλογα με το μέγεθος του συνεδρίου και του αριθμού των συνεδρίων που αναλαμβάνει ο συγκεκριμένος PCO, η συνολική ετήσια εκροή μπορεί να εγγίζει ή και να ξεπεράσει αρκετές εκατοντάδες χιλιάδες ευρώ. Το ποσό βέβαια αυτό, δεν είναι σίγουρο ότι μπορεί να το αντλήσει ένας Έλληνας PCO από ίδιους πόρους, και είναι περισσότερο βέβαιο ότι τελικά θα καταφύγει σε τραπεζικό δανεισμό, με ό,τι αυτό συνεπάγεται.

Μέσα από αυτή τη διαδρομή, εύκολα καταλήγει κανείς στα εξής συμπεράσματα:

1. Ένα διεθνές συνέδριο προσελκύεται στην Ελλάδα, κυρίως από τις προσπάθειες και διασυνδέσεις του PCO και της τοπικής οργανωτικής επιτροπής.
2. Η χρηματοδότηση όλων των ενεργειών μέχρι την ανάθεση του έργου, επιβαρύνει κατά κύριο λόγο τον PCO.
3. Η εκροή για την κάλυψη όλων των προκαταβολών προς τους εμπλεκόμενους φορείς, βαρύνει αποκλειστικά τον PCO.

Έναντι αυτής της πραγματικότητας, ο PCO απλώς αποβλέπει στην αναγνώριση του ρόλου του και των προσπαθειών του, και στην καλή σχέση με τους εμπλεκόμενους επαγγελματίες, η οποία να ερμηνεύεται και να οριοθετείται από:

- Τη συνεχή στήριξη του προς κάθε κατεύθυνση.
- Την αποκόμιση λογικού κέρδους ή προμήθειας.
- Τη διοχέτευση requests τρίτων προς τον PCO του συνεδρίου.
- Την προσφορά καλύτερων τιμών από τις προσφερόμενες σε τρίτους.
- Την αποτύπωση μιας κοινά αποδεκτής πολιτικής προκαταβολών και ακυρωτικών, στην οποία μπορεί να ανταποκριθεί ο PCO.

Πράγματι όλοι σχεδόν οι επαγγελματίες σέβονται το ρόλο του PCO και αποδέχονται τις πιο πάνω υποχρεώσεις, δεσμευμένοι μάλιστα για την τήρηση τους, δημιουργώντας έτσι σχέσεις καλής συνεργασίας, «σχέσεις στοργής».

Κάποιες φορές όμως, κάποιοι επαγγελματίες διαφοροποιούνται και δυστυχώς αυτοί είναι και από τους πιο σημαντικούς του συνεδριακού χώρου. Είναι οι επαγγελματίες της ενδιαίτησης, οι ξενοδοχειακές μονάδες τόσο οι συνεδριακές όσο και οι δορυφορικές. Η διαφοροποίησή τους, δε, συνίσταται στη συνολική ή μερική απόρριψη των ανωτέρω υποχρεώσεων, δημιουργώντας ανεδαφικές σχέσεις, με επακόλουθο την κακή συνεργασία με αρνητικά αποτελέσματα, τα οποία δημιουργούν ένα

περίβλημα σχέσεων αντιπαράθεσης. Πώς αλλιώς άλλωστε θα μπορούσε να χαρακτηρίσει κανείς αυτές τις σχέσεις όταν κάποιος:

- Προσφέρουν χαμηλότερες τιμές σε τρίτους.
- Προσφέρουν καλύτερους όρους προκαταβολών και ακυρωτικών σε τρίτους.
- Παραβλέπουν ότι η ζήτηση που δημιουργήθηκε, τη συγκεκριμένη περίοδο οφείλεται στις προσπάθειες του PCO, τον οποίο στην πράξη εξοστρακίζουν και αγνοούν.
- Δεν προστατεύουν έναντι τρίτων, ως οφείλουν, αυτόν που τους δημιούργησε τη συγκεκριμένη ζήτηση. Οι δικαιολογίες που ακούγονται σ αυτές τις περιπτώσεις, οι οποίες σημειωτέον πληθαίνουν τα τελευταία χρόνια, έχουν μεν κάποια βάση, σε καμία περίπτωση όμως δεν αποτελούν συγχωροχάρτι των πράξεων τους.

Οι «σχέσεις μίσους» έχουν σοβαρό αντίκτυπο, αφού δημιουργούν οικονομικές ζημιές στον PCO, απογοήτευση και αγωνία για το μέλλον, συνθλίβεται ο ενθουσιασμός του, αποτρέποντας τον να αναζητεί με τον απαιτούμενο ζήλο μελλοντικές συνεδριακές διεκδικήσεις για την Ελλάδα.

Αρκετά συχνά όμως και οι PCO δημιουργούν έντονα προβλήματα στην ξενοδοχειακή κοινότητα και αυτό γιατί, από τη μία, είναι ασυνεπείς προς τις υποχρεώσεις του συμβολαίου και ιδιαίτερα στον τομέα των προκαταβολών και των ακυρωτικών, και, από την άλλη, υπερτιμολογούν το ξενοδοχειακό προϊόν, με αποτέλεσμα να εκθέτουν το ξενοδοχείο και τις υπηρεσίες του.

Και εδώ οι δικαιολογίες που προβάλλονται δεν δικαιολογούν ούτε συγχωρούν τις πράξεις τους. Αυτό το πολύ αγκαθώδες πρόβλημα, το έχουν νιώσει σχεδόν όλοι οι PCO και σχεδόν όλα τα ξενοδοχεία που έχουν εμπλακεί σε συνεδριακές δραστηριότητες. Η λύση αυτού του προβλήματος θα απελευθερώσει τη δημιουργική δύναμη, εκείνη που χρειάζονται οι PCO για να δραστηριοποιηθούν στον κόσμο των συνεδρίων, προβάλλοντας ελληνικούς προορισμούς ως ιδανικούς τόπους διεξαγωγής τους.

**ΑΡΘΡΟ:**  
**“ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ”**  
**17/03/2006, 14:55, Πηγή: ΑΠΕ.**

Στη φάση δημιουργίας οκτώ σχεδίων μάρκετινγκ (marketing plans) που θα αναβαθμίσουν διεθνώς την προβολή της χώρας μας, η οποία θα γίνει πιο στοχευόμενη και πιο αποτελεσματική, βρίσκεται αυτή τη στιγμή το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, όπως δήλωσε η υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης Φάνη Πάλλη Πετραλιά, από το βήμα του 2ου Πανελλήνιου Συνεδρίου της HARCO με θέμα «Ο Συνεδριακός τουρισμός σήμερα: Προκλήσεις-Προοπτικές». Η υπουργός ενημέρωσε ότι ήδη εκδόθηκε ειδικό CD για τον συνεδριακό τουρισμό και πρόσθεσε ότι ένα από τα στρατηγικά σχέδια μάρκετινγκ προβλέπει συγκεκριμένες δράσεις προώθησης για τον συνεδριακό τουρισμό. Για το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης δεν υπάρχει εναλλακτικός τουρισμός υπογράμμισε. Υπάρχει, όπως είπε, ενιαίο χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών που στοχεύει στην ικανοποίηση της σύγχρονης τουριστικής εμπειρίας. Ο συνεδριακός, ο θαλάσσιος, ο αθλητικός, ο πολιτιστικός, ο περιηγητικός, ο γαστρονομικός, ο οικολογικός, ο ιαματικός και πολλές άλλες μορφές αποτελούν τους πυλώνες ανάπτυξης του νέου τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας.

Η άριστη διοργάνωση των Ολυμπιακών Αγώνων, η αναβάθμιση των βασικών υποδομών και η δημιουργία νέων συνιστούν ένα πλέγμα πλεονεκτημάτων που μπορούν να προσελκύσουν τον συνεδριακό τουρισμό, ανέφερε η κα Πετραλιά και υπογράμμισε ότι για να ανταγωνιστεί η Ελλάδα τις Κάνες, τη Βαρκελώνη, το Μιλάνο και άλλα γνωστά καθιερωμένα συνεδριακά κέντρα, δεν αρκούν οι υποδομές. "Θα πρέπει να βρούμε και να δώσουμε το «κάτι παραπάνω», το «κάτι διαφορετικό», που θα κάνει την προσφορά μας ανταγωνιστική", σημείωσε χαρακτηριστικά. Η υπουργός επεσήμανε ότι είναι αναγκαία η συνεργασία δημοσίου και ιδιωτικού τομέα προς την κατεύθυνση της επεξεργασίας ειδικών προγραμμάτων που θα συνδέονται με τον συνεδριακό τουρισμό, όπως η σύνδεσή του με την πραγματοποίηση κρουαζιέρων, επισκέψεων σε αρχαιολογικούς χώρους κ.α.

Η υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης τόνισε ότι προωθείται η ανάπτυξη μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα, στο Φάληρο, αξιοποιώντας την πολύτιμη κληρονομιά που μας άφησαν οι Ολυμπιακοί Αγώνες. Επιπλέον προωθείται η ανάπτυξη συνεργασίας του δημόσιου με τον ιδιωτικό τομέα στο πλαίσιο ενός Εθνικού Γραφείου Συνεδριακού Τουρισμού (National Convention Bureau) κατά τα διεθνή πρότυπα.

Ο συνεδριακός τουρισμός αναπτύσσεται διεθνώς με ταχύτατο ρυθμό και αποτελεί μέρος από ένα ευρύτερο φάσμα ταξιδιών που σχετίζονται με την επιχειρηματικότητα, όπως εκθέσεις, επιστημονικές ή επιχειρηματικές

συναντήσεις. Τα τελευταία δέκα χρόνια έχουν διοργανωθεί παγκοσμίως 35.000 συνεδριακές εκδηλώσεις, ενώ τα έσοδα από τον συνεδριακό τουρισμό διεθνώς ξεπερνούν τα 3,5 δισ. ευρώ. Περισσότερα από το 60% των συνεδρίων πραγματοποιούνται στην Ευρώπη.



**“ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ”:**  
**<Η ΜΕΓΑΛΗ ΠΡΟΚΛΗΣΗ>**  
**Σάββατο, 5 Νοεμβρίου 2005**  
**Συνεδριακό Κέντρο "Ν.Γερμανός"**

Τα πρακτικά του συνεδρίου  
**ΕΝΑΡΞΗ - ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΙ**  
**Προεδρεύων: Άρης Ίκκος, Γενικός Διευθυντής Hellas , μέλος της ISHC**

**Προεδρεύων:** Σας καλωσορίζω στην διεθνή ημερίδα με θέμα τον συνεδριακό τουρισμό. Στόχος της ημερίδας είναι, να καταλάβουμε όλοι κάπως καλύτερα το πώς αναπτύσσεται ο συνεδριακός τουρισμός, γιατί νομίζω όλοι είμαστε σύμφωνοι ότι είναι ένα κομμάτι που πρέπει να αναπτυχθεί. Και θα ξεκινήσουμε με τον χαιρετισμό του κυρίου  
**Θωμόπουλου, προέδρου της HELEXPO.**

**Α.Θωμόπουλος:** Αγαπητές και αγαπητοί σύνεδροι, ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία από τις μορφές τουρισμού με μεγάλη ανάπτυξη διεθνώς, δεδομένου ότι αποτελεί και μία από τις πλέον προσοδοφόρες εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Είναι γεγονός όμως ότι έχει αρκετά μικρότερη ανάπτυξη από το αναμενόμενο στην χώρα μας συγκριτικά με άλλες μορφές τουρισμού. Η χώρα μας, η Ελλάδα, ικανοποιεί σε μεγάλο βαθμό ορισμένες από τις προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού όπως είναι οι κλιματολογικές συνθήκες και όπως είναι ο συνδυασμός του συνεδριακού τουρισμού με αναψυχή αλλά και πολιτιστική δραστηριότητα, δεδομένου ότι διαθέτουμε μία πολύ μεγάλη πολιτιστική κληρονομιά. Οι Έλληνες τουριστικοί επιχειρηματίες έχουν επενδύσει στον τομέα του συνεδριακού τουρισμού και μεταφέρουν την επιχειρηματική τους άποψη για την διαμόρφωση της τουριστικής προβολής της χώρας. Συμβάλλουν στην ανάπτυξη των απαραίτητων υποδομών και διασφαλίζουν ή και έχουν διασφαλίσει μέχρι στιγμής όσο το δυνατόν ποιοτικότερες υπηρεσίες. Η παρέμβαση της πολιτείας αφορά



την προσφορά, δηλαδή τις απαραίτητες υποδομές για τον συνεδριακό, στην προκειμένη περίπτωση, τουρισμό αλλά και ένα θεσμικό πλαίσιο προσαρμοσμένο στις συνθήκες της αγοράς, ενώ όσον αφορά την ζήτηση, δηλαδή την προβολή του τουριστικού, συνεδριακού και εκθεσιακού προϊόντος, αυτή πλέον έχει αρχίσει να γίνεται στα πλαίσια της εθνικής προβολής και όπως παρατηρούμε, γίνεται με συνέπεια, με συνέχεια και οργάνωση εδώ τουλάχιστον και ενάμισι χρόνο. Στην κατεύθυνση αυτή, απαραίτητη προϋπόθεση για την υλοποίηση πολιτικών και δράσεων είναι η συνεργασία μεταξύ του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, με την πολιτεία αφενός να σχεδιάζει, να έχει την ευθύνη των αποφάσεων, να θέτει κανόνες και να ελέγχει και βέβαια, να προβάλλει τον ελληνικό τουριστικό προορισμό σαν ένα προορισμό, στην προκειμένη περίπτωση, κατάλληλο για συνεδριακές δραστηριότητες, και τον ιδιωτικό τομέα, από την άλλη πλευρά, να έχει την ευθύνη της επιχειρηματικής δράσης, της υλοποίησης της τουριστικής πολιτικής την οποία χαράσσει η πολιτεία, επενδύοντας και μεγιστοποιώντας τα οφέλη τόσο για τους ίδιους τους επιχειρηματίες όσο και για την ίδια την οικονομία. Η ζήτηση για συνέδρια διεθνώς συνδέεται και για την ζήτηση για εκθέσεις, καθώς ο συνδυασμός των δύο, από ό,τι είναι διαπιστωμένο, οδηγεί στην ορθολογικότερη οργάνωση της προσφοράς και βελτιστοποιεί τα έσοδα, ιδίως για τον διοργανωτή του συνεδρίου. Η *HELEXPO*, ως ο μεγαλύτερος ή ένας από τους μεγαλύτερους διοργανωτές εκθέσεων και συνεδρίων στην νοτιοανατολική Ευρώπη, παράλληλα με την αναπτυξιακή της στρατηγική για την μετεξέλιξη της χώρας σε ένα διεθνές περιφερειακό εκθεσιακό κέντρο, στοχεύει και στην μετεξέλιξη της σε ένα διεθνές περιφερειακό συνεδριακό κέντρο ή προορισμό. Παράλληλα, και με στόχο την προώθηση της Ελλάδας ως προορισμό ειδικά για εκθέσεις και συνέδρια, η *HELEXPO* συμμετέχει ή μάλλον θα συμμετέχει στο υπό σύσταση Εθνικό Γραφείο Συνεδρίων, Εκθέσεων και Επισκεπτών το οποίο έχει ανακοινώσει η ηγεσία του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, προκειμένου να συμβάλλει στο *destination marketing* της χώρας μας ως ενός προορισμού ικανού να φιλοξενεί στο μέλλον διεθνή συνέδρια και διεθνείς εκθέσεις. Συμμετέχει επίσης στο Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης, το *TCVB*, το οποίο ήταν το πρώτο τέτοιου είδους όργανο και γραφείο το οποίο συστάθηκε στην χώρα μας και βέβαια συμμετέχει στο Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού συμβάλλοντας στην χάραξη μιας νέας εθνικής εκθεσιακής και συνεδριακής πολιτικής. Παράλληλα, έχει εκπονήσει μία ολοκληρωμένη μελέτη ανάπτυξης ενός μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου στην Αττική το οποίο θα προέλθει από την μετασκευή του *Sports Pavillion* ή αλλιώς του χώρου που φιλοξένησε το *tae - kwon - do* στο Φάληρο και σχεδιάζει επίσης την ανακαίνιση των εγκαταστάσεων της εδώ στην Θεσσαλονίκη, το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο “Ιωάννης Βελλίδης” και το

συνεδριακό κέντρο “Νικόλαος Γερμανός” που μας φιλοξενεί αυτή τη στιγμή. Αγαπητοί σύνεδροι, θα ήθελα να ευχαριστήσω το *TCVB* και τον *HARCO* για την υποστήριξη τους στην διοργάνωση αυτού του συνεδρίου, καθώς και τον *EOT* τόσο για την χορηγική του υποστήριξη αλλά και γενικότερα για την αμέριστη υποστήριξη που παρείχε για την διοργάνωση και της ημερίδας αλλά και της έκθεσης *Philoxenia*. Πιστεύω ότι από το σημερινό συνέδριο, από τις εισηγήσεις των εκλεκτών εισηγητών οι οποίοι θα παρελάσουν κατά την διάρκεια της ημέρας, αλλά και από τις παρεμβάσεις θα προκύψουν στοιχεία και συμπεράσματα τα οποία θα συμβάλλουν κατά την άποψή μου σημαντικά στην προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στην χώρα μας.

### ***1<sup>η</sup> ΕΝΟΤΗΤΑ: ΤΑ CVB ΚΑΙ Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ:***

**Προεδρεύων:** Το πρώτο μέρος του συνεδρίου είναι για τα CVBs και τον ρόλο τους στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Πρώτος μας ομιλητής είναι ο κύριος Μπρόβας, Πρόεδρος του *TCVB* της *Θεσσαλονίκης*, του πρώτου CVB που ιδρύθηκε στην Ελλάδα και του πλέον ενεργού. Θα μας μιλήσει ο κύριος Μπρόβας για την εμπειρία του *TCVB* τα έξι χρόνια που λειτουργεί, τα προβλήματα που αντιμετώπισε, πώς τα επέλυσε και ποια είναι τα σχέδια.

**B. Μπρόβας:** Κύριε Πρόεδρε της *HELEXPO*, κύριοι διευθύνοντες σύμβουλοι, κυρίες και κύριοι, κύριε Πρόεδρε του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδος, κύριε Ζαχαρόπουλε, κύριε Δοξιάδη, κυρίες και κύριοι, και χαίρομαι ιδιαίτερα που η Σχολή Τουριστικών Επαγγελματιών αν δεν απατώμαι είναι εδώ, η νεολαία. Χαίρομαι που ήρθατε και ίσως σας δώσουμε σήμερα το ερέθισμα να ασχοληθείτε εσείς οι σπουδαστές της σχολής κάπως ιδιαίτερα με τον συνεδριακό τουρισμό. Ένας από τους στόχους της σημερινής ημερίδας είναι να παροτρύνουμε τους κατά τόπους φορείς της χώρας να προχωρήσουν στην ίδρυση και λειτουργία των *CVBs*. Θα ήθελα να ζητήσω συγνώμη από το ακροατήριο, εκείνο το ακροατήριο το οποίο έχει την εμπειρία και ως ειδήμονες θεωρούν αυτονόητη την ανάγκη της λειτουργίας ενός *CVB*. Δυστυχώς όμως ακόμα δεν είναι αυτονόητη αυτή η ανάγκη στην χώρα μας και οφείλεται κυρίως στους εξής λόγους. Η μη-ικανοποιητικά ανεπτυγμένη τουριστική συνεδριακή συνείδηση στα αρμόδια υπουργεία, στους δημόσιους οργανισμούς, στην τοπική αυτοδιοίκηση αλλά και σε πολλούς ιδιώτες επιχειρηματίες. Η έλλειψη συγκεκριμένης πολιτικής από το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και τον *EOT* για τον συνεδριακό τουρισμό ο οποίος αποτελεί, όπως ανέφερε και ο κύριος πρόεδρος της *HELEXPO*, την πιο προσοδοφόρα εναλλακτική μορφή σε όλο τον κόσμο. Σύμφωνα με τις διεθνείς στατιστικές, ένας σύνεδρος ξοδεύει περίπου 4 φορές περισσότερα από έναν απλό τουρίστα. Ειδικότερα, δεν

υπάρχει κονδύλιο με συγκεκριμένο ύψος δαπάνης ανά έτος για την εν γένει προβολή και διαφήμιση της χώρας μας ως συνεδριακού προορισμού. Εξακολουθούν οι αρμόδιοι του τουρισμού μας να επιμένουν στο μοντέλο του παραθεριστικού τουρισμού, μετά μανίας θα έλεγα. Μόνο εκεί. Η καθιέρωση της χώρας μας στον παγκόσμιο συνεδριακό χάρτη προϋποθέτει και μεθοδικότητα αλλά και την εκπόνηση ειδικών μελετών, στοιχεία τα οποία δυστυχώς δεν διαθέτουμε σας χώρα. Δεν υπάρχουν θεσμοθετημένες χρηματοδοτήσεις για τους φορείς που ασχολούνται με τον συνεδριακό τουρισμό όταν οι φορείς αυτοί καταστρώνουν προγράμματα προβολής και διαφήμισης με σχέδια δράσης ώστε να καταστεί η περιοχή τους ένας ελκυστικός συνεδριακός προορισμός. Δεν υπάρχει ούτε σχετική προκήρυξη για υποβολή στον *EOT* των ως άνω δραστηριοτήτων από τους φορείς, από εμάς, από το *HAPCO*, έστω και με το σύστημα του *co - op*, δηλαδή της συνεργασίας και της συμμετοχής ενός εκάστου με κάποια ποσοστιαία αναλογία στις δαπάνες σχεδίων δράση των φορέων. Δηλαδή, δεν ζητάμε να επιδοτήσει ο *EOT* κάποιο σχέδιο δράσης το οποίο καταστρώνει το *Convention Bureau* της Θεσσαλονίκης ή της Αθήνας. Λέμε σε ένα κόστος περίπου 100 ευρώ, εμείς θα συμμετάσχουμε με το 50 και το 60 τοις εκατό, εσείς κύριοι του *EOT* ή του υπουργείου, βάλτε εν πάση περιπτώσει τα αεροπορικά εισιτήρια. Διαμονή, *city tour*, όλα θα τα επιβαρυνθούμε εμείς. Αυτό όμως για να γίνει πρέπει να υπάρχει προκήρυξη. Πρέπει να υπάρχει μια προκήρυξη για να μπορέσω να υποβάλλω ένα τέτοιο σχέδιο δράσης είτε καλώντας τα λεγόμενα *fan trips* τα λεγόμενα. Τα *fan trips* δεν είναι τίποτε άλλο παρά μια μικτή ομάδα από αγοραστές, τους αποκαλούμε *buyers*, μαζί με δημοσιογράφους. Ελάτε στην Θεσσαλονίκη, ελάτε στην Αθήνα, πάτε και στην Κρήτη, δείτε την υποδομή και αποφασίστε εν πάση περιπτώσει, εάν θέλετε να κάνετε το συνέδριο στην χώρα μας. Επίσης, οι ανυπέβλητες δυσκολίες βάσει της ελληνικής νομοθεσίας για την επιχορήγηση συνεδριακών φορέων από την τοπική αυτοδιοίκηση. Οποιαδήποτε επιχορήγηση αποφασίσει να δώσει ο Δήμος Θεσσαλονίκης, παραδείγματος χάρη, καθίσταται από την επιτροπή ελέγχου δαπανών, δηλαδή από τον Πάρεδρο, απαγορευτική. Τους απορρίπτουνε το σχετικό κονδύλιο. Δεν θα αναφερθώ εκτενέστερα σε αυτήν την ελληνική νομοθεσία που πάσχει, όμως καταθέτω εδώ το κείμενο της νομοθεσίας ως έχει σήμερα και πως διατυπώνονται οι νόμοι που καθίσταται απαγορευτική αυτή η επιχορήγηση. Επειδή και ο Δήμαρχος Θεσσαλονίκης και γενικά το Δημοτικό Συμβούλιο έδειξε μια καλή πρόθεση, βρήκαμε μια λύση. Και η λύση ποια είναι; Ο Δήμος Θεσσαλονίκης, μισθώνει σε όλες τις διεθνείς συνεδριακές εκθέσεις του εξωτερικού (είναι η *Confex* στο Λονδίνο, η *IMX* στη Φρανκφούρτη, η *IBTM* στη Βαρκελώνη, η *BT C* στη Φλωρεντία), το *stand* του περιπτόρου μέσα στο χώρο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και μας λέει

ορίστε, περάστε, κάντε την δουλειά σας σαν επαγγελματίες του χώρου. Αυτή η δαπάνη φυσικά δεν απορρίπτεται από τον Πάρεδρο διότι είναι μία πρωτοβουλία που αφορά κατευθείαν τον Δήμο Θεσσαλονίκης που προβάλλει την συνεδριακή υποδομή της πόλης. Κάτι ακόμα. Από τις πολυάριθμες Διευθύνσεις Τουρισμού Εξωτερικού, δηλαδή τις *ΔΙΤΕΞ*, μόνο στο Λονδίνο λειτουργεί γραφείο συνεδριακού τουρισμού του *ΕΟΤ* και με το οποίο φυσικά έχουμε πάρα πολύ στενή επαφή και συνεργασία. Η έλλειψη γραφείων συνεδριακού τουρισμού παραδείγματος χάρη στις *ΔΙΤΕΞ* της Γερμανίας, της Γαλλίας, της Ιταλίας με εξειδικευμένα στελέχη στο μάρκετινγκ, καθιστά όχι μόνο τις κεντρικές υπηρεσίες του *ΕΟΤ* αλλά και εμάς τους φορείς της συνεδριακής αγοράς, τα *convention bureaus*, το *HAPCO*, την *HELEXPO*, τα συνεδριακά κέντρα του ιδιωτικού και του δημόσιου τομέα, αδύναμους να προσελκύσουμε τη ζήτηση της διεθνούς αγοράς σε συνέδρια, σε *incentives* και γενικά σε *meetings*. Επειδή έχουμε και την νεολαία, θα ήθελα να δώσω μία εξήγηση σχετικά με την λέξη *incentives*. Δεν είναι τίποτε άλλο παρά ταξίδια κινήτρων που διοργανώνονται από πάρα πολύ μεγάλες εταιρείες του εξωτερικού οι οποίες θέλουν να ανταμείψουν τρόπο τινά με 'μπόνους' τους καλούς υπαλλήλους που έχουν μία καλή απόδοση, και διοργανώνουν τέτοια ταξίδια και έρχονται 500 – 600 άτομα μαζί με τις γυναίκες τους και περνούν ένα τριήμερο, τετραήμερο σε μια πόλη. Τους περνάει όμως η εταιρεία, π.χ. αν ήταν η *BMW*, ένα σεμινάριο να τους πει για το καινούριο μοντέλο, να μην τους κουράσει και πολύ. Αυτό λέγεται σήμερα «ταξίδι κινήτρων», *incentive*. Είναι μία επανάσταση τα τελευταία 2-3 χρόνια στην Ευρώπη. Θα έλεγα ότι υπάρχουνε, από τις πληροφορίες που έχουμε, πάνω από 70 εταιρείες και πάνω από 80 γραφεία ταξιδιών σε ολόκληρη την Γερμανία που ασχολούνται μόνο με τα *incentives*. Εάν κάποιος από τους παρόντες ή κάποιος από το Υπουργείο Ανάπτυξης ή από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού μπορεί να μου δώσει μία τέτοια λίστα ώστε να προσεγγίσω εγώ αυτά τα γραφεία, να τους φέρω εδώ στην χώρα μου, στην Θεσσαλονίκη και να συνεργαστώ με την Αθήνα, αν υπάρχει κάποιος να μου το πει. Καταλαβαίνετε τώρα πόσο τρομερές είναι αυτές οι ελλείψεις. Και εκφράζω την λύπη μου που έτυχε σήμερα να απουσιάζει ο πρόεδρος του *ΕΟΤ*. Φαντάζομαι ότι θα πρέπει να είχε κάποια πολύ σοβαρή υπόθεση για να μην παρίσταται σήμερα εδώ. Δεν επαρκούν οι παρουσίες μας στις διάφορες διεθνείς εκθέσεις συνεδρίων. Εκεί κάτω από ένα βεβαρημένο πρόγραμμα εκδηλώσεων με *dinners* και λοιπά, θα πεις μόνο μία καλημέρα. Η κατ' ουσίαν επαφές και προσεγγίσεις γίνονται εκτός περιόδου διεθνών εκθέσεων. Επιπλέον, η εσφαλμένη άποψη κυρίως στον ιδιωτικό τομέα να προβάλλουν επιχειρηματίες μόνοι τους τα συνεδριακά τους κέντρα στην εσωτερική και διεθνή αγορά χωρίς το *convention bureau*. Οι μεμονωμένες προσπάθειες ακόμη και στην περίπτωση που

έχουν την δυνατότητα να προσεγγίσουν την ζήτηση και να έχουν κάποιο όφελος, αυτό θα είναι προσωρινό και θα τους οδηγήσουν στην απομόνωση. Θα βρεθούν εκτός των κοινών και συλλογικών δραστηριοτήτων που μόνο ένα *convention bureau* μπορεί να ανταγωνιστεί μέσα σε μια διεθνή συνεδριακή αγορά. Ακόμα, η μη αξιοποίηση των ιστορικών περιοχών μας, του ελληνικού πολιτισμού και των άριστων κλιματολογικών συνθηκών της χώρας μας. Η έλλειψη στην Αθήνα κυρίως και κατά δεύτερο λόγο στην Θεσσαλονίκη, μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου δημιουργούν πρόσθετα προβλήματα και σε πολλές περιπτώσεις είναι το κυριότερο εμπόδιο στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού. Άλλο ένα δείγμα της έλλειψης ενδιαφέροντος από τους αρμοδίους για τον συνεδριακό τουρισμό είναι και η μη τήρηση μητρώων συνεδρίων στην χώρα μας. Αν τα στελέχη του γραφείου μας εδώ στην Θεσσαλονίκη κατόρθωσαν να καταγράψουν με μεγίστη προσέγγιση από πολύ έγκυρες πηγές πληροφόρησης όλα τα συνέδρια, εννοώ με το *association market* , από το έτος 2001 μέχρι και σήμερα, όχι μόνο για τη Θεσσαλονίκη αλλά και για όλη την Ελλάδα, απορούμε ειλικρινά πως τόσες εκατοντάδες υπάλληλοι του *EOT*, κάποια μικρή ομάδα δεν μπόρεσε να κάνει αυτή τη δουλειά. Το πόσο απαραίτητο είναι η τήρηση του μητρώου συνεδρίων, το καταλαβαίνουν οι επαγγελματίες του κλάδου. Άλλο ένα εμπόδιο και αναφέρομαι ειδικά για την Θεσσαλονίκη είναι οι μη επαρκείς και κατευθείαν αεροπορικές συνδέσεις με τα μεγάλα ευρωπαϊκά κέντρα. Όλα αυτά συντέλεσαν ώστε η ανάπτυξη των συνεδρίων, των εν γένει meetings και των incentives , να μην είναι ικανοποιητική. Μόλις και μετά βίας η χώρα μας πλησιάζει το 1% της αγοράς των συνεδρίων στην Ευρώπη. Επαναλαμβάνω, 1 τοις εκατό. Αν δεν με απατά η μνήμη μου, πρέπει να είναι 0,8%, κάτι λιγότερο και από το 1. Σήμερα, έχουμε μόνο δύο *CVBs* , εννοούμε τα λειτουργούντα αυτοτελώς και όχι ως τμήματα κάποιου τουριστικού οργανισμού. Το *CVB* Θεσσαλονίκης που ιδρύθηκε, το πρώτο στην χώρα μας, το έτος 2000 και το νεοϊδρυθέν της Αθήνας πέρσι και μάλιστα κάτω από την πίεση των Ολυμπιακών Αγώνων, για να είμαστε ειλικρινείς. Ένα πολύ σύντομο ιστορικό για το *CVB* Θεσσαλονίκης. Είναι μία αστική εταιρεία μη-κερδοσκοπικού χαρακτήρα και στην αρχή ξεκινήσαμε, κυρίες και κύριοι, μόνο με ξενοδόχους. Επί ένα εξάμηνο, προσπαθήσαμε να πλησιάσουμε τα διάφορα επιμελητήρια, τους διάφορους οργανισμούς, ιδιωτικού και δημοσίου δικαίου. Πιστέψτε με αισθανόμουν σαν να μιλούσα κινέζικα. Η λέξη *convention bureau* , την μπερδεύουν με το *conference* , την μπερδεύουν με το *congress* , τι είναι αυτό το πράμα. Κατέστη άκαρπη η προσπάθεια, ειλικρινά σας το λέω και εντίμως, να μπορέσουμε να μεταφέρουμε την ανάγκη της ίδρυσης του *convention bureau* στην Θεσσαλονίκη. Έτσι, προχωρήσαμε. 57 ξενοδοχεία της πόλης ήταν τα πρώτα ιδρυτικά μέλη και εν συνεχεία

σήμερα, για να μην πολυλογώ, άνοιξε τις πόρτες το *Convention Bureau* Θεσσαλονίκης, προστέθηκαν νέοι εταίροι προς τιμή τους μεταξύ των οποίων, για πρώτη φορά, η *HELEXPO* συμμετέχει στο *Convention Bureau*, ο Εμπορικός Σύλλογος, πολλοί επαγγελματίες του κλάδου και το *Convention Bureau* αριθμεί 120 μέλη. Πιστεύουμε ότι έτσι όπως διαμορφώθηκε στο *Convention Bureau* ανταποκρίνεται στα ευρωπαϊκά πρότυπα. Μια ακόμα παρατήρηση. Για να στηθεί ένα συνέδριο, ασχολούνται περίπου 15 έως 20 διαφορετικά επαγγέλματα. Είναι εταιρείες οπτικοακουστικών μέσων, είναι συνεδριακοί χώροι, είναι ακόμη και τα ταξί, είναι εταιρείες ενοικίασης αυτοκινήτων και ας μην τις απαριθμώ όλες. Δραστηριότητες του *Thessaloniki Convention Bureau*, και εδώ θα πάω εν τάχη, είναι αυτά τα οποία πρέπει να κάνει ένα *Convention Bureau*, να τυπώσει έντυπα, να κυκλοφορήσει newsletters, να συμμετέχει στις εκθέσεις τις διεθνείς, να διαχειρίζεται το website, να καταγράφει τα συνέδρια, το *associated market*, να συνεργάζεται με τις μεγαλύτερες ενώσεις της συνεδριακής αγοράς όπως είναι η *ICCA*, η *ICVB* η οποία μετονομάστηκε σε *International Destination Marketing Association*, η *EFCT* δηλαδή *European Federation of Conference Towns*, *MPI*, η *IFBA*, η *SITE* η οποία είναι η *Society for Incentives and Travel Executives*. Διοργανώνουμε πάρα πολλά fan trips, αυτό που σας είπα προηγουμένως, δηλαδή μία μικτή ομάδα από δημοσιογράφους και διοργανωτές συνεδρίων τους οποίους θα τους αποκαλούμε *PCO*, είναι το *Professional Congress Organizer* και όταν ακούτε *PCO* από τους επόμενους ομιλητές, αυτούς εννοούμε. Δίνουμε δωρεάν πληροφορίες προς κάθε ενδιαφερόμενο και έχουμε τις επαφές με τα ελληνικά και τα διεθνή *MME*. Διοργανώνουμε εκπαιδευτικά σεμινάρια. Μπορώ να πω με πολλή επιτυχία ότι φέτος είχαμε ένα ωραίο σεμινάριο. Το επόμενο θα αφορά την διεθνή αγορά των ταξιδιών κινήτρων, αυτό που σας ανέφερα προηγουμένως, το πόσο είναι ανάγκη να το προωθήσουμε στην χώρα μας. Ομιλητής σε αυτό το συνέδριο θα είναι ο πολύ γνωστός παγκοσμίως *Paul Plackett*. Είναι ο *Managing Director* της έκθεσης *IMX* της Φρανκφούρτης, και ο κύριος *Patrick Delany*, ο οποίος διετέλεσε αντιπρόεδρος στο *SITE*, δηλαδή στα *incentives*. Το σεμινάριο αυτό θα γίνει προφανώς τον προσεχή Μάρτιο. Τώρα, η ίδρυση των νέων *CVB s* στην χώρα μας. Είναι απόλυτα βέβαιο και αν υπάρξει κάποια πρωτοβουλία μίας μικρής ομάδας τουριστικών επιχειρηματιών σε διάφορες περιοχές της χώρας μας, θα έχουν την δυνατότητα να ιδρύσουν το δικό τους *CVB*. Τα κεφάλαια ενός *CVB* δεν είναι μόνο συγκέντρωση κονδυλίων για το εταιρικό κεφάλαιο ή για την αντιμετώπιση του λειτουργικού κόστους. Τα κυριότερα κεφάλαια είναι ότι η χώρα μας διαθέτει δωρεάν. Ιστορία, πολιτισμός, άριστες κλιματολογικές συνθήκες, θάλασσα, γαστρονομικές απολαύσεις. Ανάλογα με την κάθε περιοχή, προστίθενται και άλλα σημαντικά που εμπλουτίζουν ακόμη περισσότερο

τις προϋποθέσεις για μία επιτυχή πορεία του συνεδριακού τουρισμού, όπως οι αρχαιολογικοί χώροι, Ολυμπία, Κνωσός, Δελφοί, Δίον, Πέλλα, Βεργίνα, η αγορά, δηλαδή το shopping , τα γεγονότα, αυτά που λέμε events της κάθε περιοχής, χώροι ψυχαγωγίας, city tours , περιηγήσεις, τα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, επιστημονικά ιδρύματα που μόνα τους δημιουργούν ιδιαίτερα σημαντική κίνηση με τα επιστημονικά τους συνέδρια. Εδώ στην Θεσσαλονίκη, ο φορέας ο οποίος φέρνει τα περισσότερα συνέδρια στην πόλη είναι το Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Και τι συμβαίνει σε αυτό; Όταν γίνονται, παραδείγματος χάριν, τα μεγάλα ιατρικά συνέδρια, υπάρχουν πάντοτε από πίσω οι σπόνσορες που δεν είναι κανένας άλλος παρά οι φαρμακευτικές εταιρείες. Εκθεσιακοί οργανισμοί και εταιρείες όπως η *HELEXPO* , ή πολλές άλλες ιδιωτικές στην Αθήνα. Εάν ο εκθεσιακός οργανισμός διαθέτει και συνεδριακό κέντρο, υπάρχουν άριστες προϋποθέσεις. Η υψηλή ποιότητα των υπηρεσιών μας, η εν γένει υποδομή σε έργα και συμπληρώνω ένα ιδιαίτερο κίνητρο για τη σημερινή επαρκή συνεδριακή υποδομή και σε πολλές περιπτώσεις, άριστη υποδομή, ήταν και είναι οι διάφοροι αναπτυξιακοί νόμοι που με τα υψηλά ποσοστά επιχορηγήσεων ακόμη και με επιχορήγηση τόκων των δανειστικών συμβολαίων με τα πιστωτικά ιδρύματα αλλά και σημαντικές φορολογικές απαλλαγές δώσανε την ευκαιρία να τους εκμεταλλευτούν με τον καλύτερο τρόπο κυρίως οι ιδιώτες επιχειρηματίες αλλά και φορείς της τοπικής αυτοδιοίκησης. Ας προσπαθήσουμε όλοι για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού γιατί αυτή θα συμβάλλει με θετική επίδραση στην τοπική, στην περιφερειακή και εθνική οικονομία. Ας ανταποκριθούμε στον διεθνή ανταγωνισμό αξιοποιώντας τα συγκριτικά μας πλεονεκτήματα με μία στρατηγική και με μία συντονισμένη προσπάθεια του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα και να εκμεταλλευτούμε την διεθνή αναγνώριση, ότι η Ελλάδα πουλάει. Μόνο έτσι θα ανέβουμε και βαθμολογικά στην παγκόσμια κατάταξη ως χώρα που σήμερα είμαστε ουραγοί στα συνέδρια, όταν άλλοι κυνηγούν τις πρωτιές είτε στην παγκόσμια κατάταξη των χωρών, βλέπε Γερμανία, αναρριχήθηκε στην 2 η θέση μετά τις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής ή το Λονδίνο, δεύτερο μετά το Παρίσι στην κατάταξη των πόλεων. Εμείς ας εντείνουμε τις προσπάθειες για την αναγνώριση μας διεθνώς ως χώρα συνεδριακού προορισμού. Ας εστιάσουμε το μεγαλύτερο ενδιαφέρον μας στην ζήτηση εκείνων των συνεδρίων τα οποία αριθμούν μέχρι 1000 άτομα. Γιατί το λέω αυτό; Διότι αυτά αποτελούν το 83% του συνόλου των συνεδρίων σε παγκόσμιο επίπεδο. Αυτό δεν σημαίνει ότι θα αποκλείσουμε ένα συνέδριο των δύο και των τριών και των πέντε χιλιάδων ατόμων. Αλλά νομίζω ότι το κύριο βάρος πρέπει να το δώσουμε εκεί που εστιάζεται το 83%. Και ένας πρόσθετος λόγος είναι ότι η χώρα μας είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Κοινότητας σε μία Ευρώπη που

συγκεντρώνει το 60% των συνεδρίων παγκοσμίως. Επιθυμώ να ευχαριστήσω τον Δήμαρχο και το Δημοτικό Συμβούλιο Θεσσαλονίκης για την συμπαράστασή τους, τον Πρόεδρο και την διοίκηση της *HELEXPO*, τον κύριο Αριστοτέλη Θωμόπουλο για την απόφασή τους να γίνουν εταίροι στο *Convention Bureau* όσο και την διοργάνωση της σημερινής ημερίδας, τον Πρόεδρο του *HAPCO*, τον κύριο Μάντζιο και το Διοικητικό Συμβούλιο για την πραγματικά τεράστια και μεγάλη συμβολή τους στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας και να ευχαριστήσω και όλους εσάς που είχατε την υπομονή να με ακούσετε.



**Προεδρεύων:** *Ευχαριστούμε πολύ τον κύριο Μπρόβα για μια πρακτική και κατατοπιστική ενημέρωση για τα προβλήματα και κυρίως τους τρόπους με τους οποίους κατάφεραν να τα ξεπεράσουν στην Θεσσαλονίκη σε μεγάλο βαθμό*

## **2<sup>η</sup> ΕΝΟΤΗΤΑ: ΠΟΙΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΠΙΤΥΧΙΑ ΣΤΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑ ΤΩΝ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ:**

**Προεδρεύων:** Η κυρία Γκρήνχιλ έχει μεγάλη εμπειρία σε θέματα συνεδριακού τουρισμού. Είναι μέλος και πρώην Πρόεδρος του *Meetings Industry Association*, μέλος του *MPI* στην Μεγάλη Βρετανία και της *Ερευνητικής Ομάδας για Επαγγελματικό Τουρισμό*. Ανάμεσα στα projects με τα οποία έχει ασχοληθεί υπάρχουν μερικά τα οποία θεωρούνται εξαιρετικά παραδείγματα παγκοσμίως σε θέματα τουρισμού όπως το Συνεδριακό Κέντρο του Εδιμβούργου, το *Kings Conference Center* στο Λίβερπουλ, το *Outrajaya Convention Center* και έχει επίσης ασχοληθεί με κάποιες πλευρές της λειτουργίας της *Disneyland Paris*. **Το θέμα** της κυρίας Γκρήνχιλ είναι «**Η σημασία της ποιότητας στην λειτουργία ενός συνεδριακού κέντρου**».

**Σ. Γκρήνχιλ:** Είμαι η Σάλι Γκρήνχιλ από την *Right Solution* στο *H.B.* και θα σας μιλήσω σήμερα σχετικά με την σημασία της ποιότητας στην λειτουργία των συνεδριακών κέντρων. Κάθε φορά που χρησιμοποιώ την



λέξη «συνεδριακό κέντρο» ισχύει εξίσου και για τις συνεδριακές αίθουσες στα ξενοδοχεία, τα ξενοδοχεία εν γένει και για άλλες επιχειρήσεις. Η λέξη κλειδί στον τομέα μας σε όλο τον κόσμο αυτή την στιγμή είναι η ποιότητα και σε αυτήν θα επικεντρωθώ. Υπάρχει κάποιος στο ακροατήριο που είναι αρκετά θαρραλέος ώστε να απαντήσει στην ερώτησή μου; Τι είναι αυτό που καθιστά ένα συνεδριακό κέντρο επιτυχημένο; Εάν είναι επικερδές. Η υπηρεσία πελατών. Εγώ θα έλεγα ότι είναι τρία πράγματα. Η ποιότητα των εγκαταστάσεων που ανταποκρίνονται απόλυτα στις ανάγκες της αγοράς, η ποιότητα των υπηρεσιών και η στήριξη του προσωπικού και φυσικά, η ποιότητα του προορισμού, ειδικά για τις δραστηριότητες μίας εταιρείας και για την σημασία της ανάληψης αυτών των δραστηριοτήτων. Αλλά η λέξη κλειδί όπως βλέπετε σε όλα αυτά είναι η ποιότητα κάθε μίας από αυτές τις απόψεις. Και τι είναι αυτό που κάνει τους πελάτες να επιστρέψουν σε εμάς; Ποια θεωρείτε ότι είναι τα πιο σημαντικά στοιχεία που κάνουν τους πελάτες να επιστρέψουν σε μας; Η ποιότητα. Φυσικά. Αυτά είναι τα αποτελέσματα μίας έρευνας που έκανε η *PWC* σχετικά με τους παράγοντες που κάνουν τους προσκεκλημένους να επιστρέψουν σε έναν τόπο. Βλέπετε ότι αυτό που είναι ενδιαφέρον εδώ είναι όλα τα είδη των υπηρεσιών που τους παρέχονται κατά την παραμονή τους, το φαγητό, το προσωπικό που έχει τις απαραίτητες γνώσεις, το προσωπικά που έχει τα απαραίτητα προσόντα και κατανοεί ακριβώς τις ανάγκες τους, οι υπηρεσίες πριν την άφιξή τους, δηλαδή το πώς έγιναν οι κρατήσεις και σχεδιάστηκε ολόκληρη η εκδήλωση στην οποία συμμετείχαν και οι υπηρεσίες όταν βρίσκονται στον χώρο διεξαγωγής της εκδήλωσης. Συνεπώς, είναι οι υπηρεσίες και πάλι οι υπηρεσίες αυτές που ουσιαστικά κάνουν την διαφορά και τους κάνουν να επιστρέψουν και πάλι. Και τι εννοούμε με την λέξη ποιότητα; Είναι κανείς προετοιμασμένος να προσπαθήσει να απαντήσει σε αυτή την ερώτηση; Συμφωνώ μαζί σας απόλυτα. Αυτό που θα έλεγα εγώ είναι ότι η μετριοπάθεια δεν αρκεί πλέον. Πρέπει να υπερβούμε τις προσδοκίες του πελάτη. Είναι μία πολύ ανταγωνιστική αγορά σε όλο τον κόσμο και είναι απαραίτητο να υπερβαίνουμε τις προσδοκίες του πελάτη μας κάθε μέρα. Γιατί όμως είναι τόσο σημαντικό για εμάς; Γιατί πρέπει να εστιάσουμε στην ποιότητα; Είναι αρκετό απλά να παράσχουμε τις εγκαταστάσεις και να διασφαλίσουμε ότι το συνέδριο εξελίσσεται βάσει σχεδίου; Τι κέρδος θα έχουμε αν εστιάσουμε στην ποιότητα; Όπως προείπα, πρόκειται για μία πολύ ανταγωνιστική αγορά. Η κλίμακα της ανάπτυξης που λαμβάνει χώρα σε όλο τον κόσμο είναι περίπου 400 συνεδριακά κέντρα τα οποία κατασκευάζονται σε όλο τον κόσμο, οπότε πραγματικά για να αυξήσετε το μερίδιο αγοράς σας ή ακόμη και να διατηρήσετε το μερίδιο αγοράς σας και να αντιμετωπίσετε τον ανταγωνισμό, θα πρέπει να έχετε έναν προστιθέμενο παράγοντα ο οποίος θα κάνει την διαφορά και θα

προσελκύσει πελάτες. Η ποιότητα λοιπόν θα σας βοηθήσει σε αυτό. Θα σας βοηθήσει να επιτύχετε τους επιχειρηματικούς σας στόχους και να εξασφαλίσετε την δουλειά που επιθυμείτε προκειμένου να έχετε μεγαλύτερα οφέλη, να εκπλήξετε τους πελάτες σας και να έχετε κέρδος και να δημιουργήσετε κάτι το οποίο θα έχει διάρκεια έτσι ώστε να φύγουν από τον προορισμό σας, από το κέντρο σας, από το ξενοδοχείο τους έχοντας αποκομίσει μία υπέροχη εμπειρία, μία εμπειρία που θα θέλουν να επαναλάβουν στο μέλλον. Είναι πολύ εύκολο να μιλούμε για ποιότητα. Ωστόσο, τι ακριβώς εννοούμε; Πώς μπορούμε να την επιτύχουμε; Με το να επικεντρώνουμε την προσπάθεια μας στο να υπερβαίνουμε τις προσδοκίες των πελατών και να μην αποδεχόμαστε την μετριότητα. Και αυτό που πραγματικά κάνει την διαφορά σε όλο αυτό είναι οι άνθρωποι. Όλα εξαρτώνται από τους ανθρώπους. Οι άνθρωποι θα πρέπει να κάνουν την δουλειά τους με τιμή, με επαγγελματισμό στον οποίο αναφέρθηκαν εκτεταμένα πολλοί από τους ομιλητές σήμερα το πρωί, αλλά και με πάθος. Θα πρέπει πραγματικά να νοιάζονται για τον πελάτη, για το συνέδριο που διεξάγεται στο κέντρο σας ή για τους συμμετέχοντες του συνεδρίου που διαμένουν στο ξενοδοχείο σας, να θέλουν να έχουν επιτυχία και να διασφαλίσουν ότι το συνέδριο που λαμβάνει χώρα στον προορισμό σας θα είναι το καλύτερο που έχει γίνει ποτέ σε όλο τον κόσμο. Για να γίνει αυτό, θα πρέπει να εκμιαεύσετε από τους ανθρώπους ενέργεια και ενθουσιασμό. Πρέπει να κατανοήσουν με ποιον τρόπο μπορούν να συμβάλλουν στην συνολική επιτυχία του κέντρου και την επιτυχία της εκδήλωσης που λαμβάνει χώρα. Πρέπει πραγματικά να πιστεύουν σε αυτό που κάνουν. Δεν έρχονται απλά στην δουλειά στις 8 ή στις 9 το πρωί και κάνουν την δουλειά τους καταβάλλοντας την μικρότερη δυνατή προσπάθεια. Θέλουν να κάνουν την δουλειά τους και θέλουν να είναι σίγουροι ότι συμβάλλουν στην γενικότερη επιτυχία. Ταυτόχρονα, ωστόσο, όταν κατέχουν θέσεις κλειδιά θα πρέπει να έχουν εμπειρία ως προς την αγορά. Θα πρέπει να έχουν την κατάλληλη κατάρτιση και να κατανοούν τις ανάγκες των πελατών. Έτσι όλοι μαζί συμβάλλουν στην επιτυχία του προορισμού, του προϊόντος και των υπηρεσιών και διασφαλίζουν ότι όλοι μαζί παρέχουν έναν επιτυχημένο συνδυασμό στον πελάτη. Και ποιο είναι το όφελος; Ποια είναι τα οφέλη που αποφέρει η ποιότητα στην επιχείρηση; Όπως είπε ο Λίο, το κέρδος είναι ένα από τα πράγματα τα οποία μας ενδιαφέρουν άμεσα. Θα κερδίσετε ένα συγκριτικό πλεονέκτημα, την διαφορά μεταξύ του τι μπορείτε εσείς να προσφέρετε στο κέντρο σας, στο ξενοδοχείο σας στον προορισμό σας και τι προσφέρουν οπουδήποτε αλλού στον κόσμο. Αυτό θα γίνεται ολοένα και πιο σημαντικό τα επόμενα χρόνια. Πως θα αυξήσετε τα κέρδη σας; Οι εγκαταστάσεις ποιότητας και οι υπηρεσίες υψηλής ποιότητας απαιτούν υψηλότερες τιμές. Υπάρχουν τέτοια παραδείγματα σε όλη την Ευρώπη όπου ορισμένα συνεδριακά κέντρα

είναι σε θέση να χρεώνουν 3 με 4 φορές περισσότερο από τους ανταγωνιστές τους λόγω της ποιότητας των εγκαταστάσεών τους και της ποιότητας των υπηρεσιών τους. Αυτό σημαίνει ότι ο δημόσιος οργανισμός συνεδρίων ή ο πελάτης, όποιος και αν είναι αυτός που διοργανώνει ένα συνέδριο, γνωρίζει ότι δεν χρειάζεται να σπαταλήσει επιπλέον χρόνο σε αυτό το κέντρο διότι όλα θα πάνε κατόπιν σχεδίου. Μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τον αριθμό των ημερών που νοικιάζουν τον χώρο και παρόλο που η τιμή είναι υψηλότερη, μπορούν να αντεπεξέλθουν με τον προϋπολογισμό τους. Θα έχετε ολοένα και μεγαλύτερες απαιτήσεις από το κέντρο σας σύμφωνα με την φήμη των εγκαταστάσεων και υπηρεσιών υψηλής ποιότητας που προσφέρετε και αυτό σας καθιστά ικανούς να στοχεύσετε στρατηγικά στην επιχειρηματική δράση που επιθυμείτε και η οποία θα αποφέρει περισσότερα κέρδη σε εσάς ή θα αποφέρει οικονομικά οφέλη στον προορισμό σας. Έτσι θα είστε σε θέση να στοχεύσετε στα μεγαλύτερα συνέδρια φορέων στα οποία αναφέρθηκαν από κάποιους ομιλητές σήμερα το πρωί, καθώς αυτά είναι τα πιο σημαντικά για την πόλη λόγω του οικονομικού τους αντίκτυπου, ή να στοχεύσετε στις εταιρικές εκδηλώσεις οι οποίες είναι και οι πιο απαιτητικές όσον αφορά την ποιότητα των υπηρεσιών. Και τι άλλο; Ποιο είναι το επιπρόσθετο όφελος που θα έχετε εάν εστιάσετε στην ποιότητα; Θα έχετε περισσότερους πελάτες οι οποίοι θα επιστρέφουν σε εσάς, όπως είπαμε πριν, δουλειές που θα επαναλαμβάνονται. Το προσωπικό σας θα είναι χαρούμενο. Θα καταλαβαίνουν πως συμβάλλουν στην επίτευξη των στόχων της επιχείρησής σας, και όταν το προσωπικό είναι ευχαριστημένο παραμένει στην θέση του. Οπότε θα έχετε λιγότερες αλλαγές στο προσωπικό, λιγότερα έξοδα και πιο αποτελεσματική διαχείριση. Η υψηλότερη κερδοφορία είναι μία άλλη συνέπεια. Είναι μία άμεση συνέπεια για την επιχείρηση εάν εστιάσει στην ποιότητα. Έτσι, παρόλο που θα προκύψουν κάποια έξοδα για την κατάρτιση και την ενημέρωση όλων σχετικά με τους στόχους σας, θα αποζημιωθείτε για αυτά λόγω της υψηλότερης κερδοφορίας και θα έχετε σίγουρα αυξημένη οικονομική απόδοση για τον προορισμό σας καθώς θα είστε σε θέση να στοχεύετε στις κατάλληλες δουλειές και να κερδίζετε περισσότερα από αυτές. Πως όμως μπορεί να τα εφαρμόσει κανείς αυτά; Ποια είναι τα βήματα που πρέπει κανείς να κάνει προκειμένου να υλοποιήσει ένα πρόγραμμα ποιότητας στο κέντρο ή το ξενοδοχείο του; Θα πρέπει να σκεφτείτε πολύ προσεκτικά το επιχειρηματικό σας σχέδιο. Ποιες δουλειές θέλετε να αναλάβετε; Ποια είναι η στρατηγική που θα ακολουθήσετε προκειμένου να προσελκύσετε αυτούς τους πελάτες; Στοχεύετε στις ενώσεις, σε συνέδρια μεγάλου μεγέθους, σε εταιρείες, σε εθνικό, περιφερειακό, διεθνές επίπεδο; Εστιάστε στην στρατηγική και μετά δείτε τι χρειάζεστε προκειμένου να αναλάβετε αυτές τις δουλειές και να διασφαλίσετε ότι θα

επιστρέψουν και στο μέλλον σε εσάς. Στην συνέχεια, ενημερώστε όλους ποιο είναι το στοιχείο στο οποίο εστιάζετε. Όχι μόνον τους πελάτες στους οποίους απευθύνεστε αλλά και εντός της οργάνωσής σας, το διοικητικό προσωπικό σας, το προσωπικό σας και βεβαιωθείτε ότι όλοι όσοι εμπλέκονται στην οργάνωση σας κατανοούν τι προσπαθείτε να επιτύχετε. Και στην συνέχεια, αυτοί θα σας βοηθήσουν να φθάσετε στον στόχο σας. Το να συμμαρτυρούν τους στόχους σας, να καταλάβουν πόσο σημαντικός είναι ο ρόλος που πρέπει να διαδραματίσουν όσο απλά και αν φαίνονται τα καθήκοντα που έχουν αναλάβει είναι πραγματικά ζωτικής σημασίας για την επίτευξη των στόχων σας. Πάρτε τους ανθρώπους με το μέρος σας ώστε να μοιραστούν και αυτοί τους στόχους και το πάθος που απαιτείται για να φθάσετε στον στόχο σας. Ένα από τα πράγματα που είναι ζωτικής σημασίας για την δραστηριοποίηση στον χώρο των συνεδρίων είναι η καινοτομία και η δημιουργικότητα. Είμαστε πολύ τυχεροί στην Ευρώπη που προσελκύουμε κάποια από τα μεγαλύτερα ταλέντα που υπάρχουν και προέρχονται από την τηλεόραση, το θέατρο, από διάφορα δημιουργικά μέσα, και κατανοούν την ανάγκη για παρουσίαση υψηλής ποιότητας και την ανάγκη να διατηρήσουμε το ενδιαφέρον όλων όταν βρισκόμαστε σε ένα συνέδριο. Έχουμε ένα εξαιρετικό παράδειγμα σήμερα. Θα καθίσετε εδώ για το μεγαλύτερο μέρος της ημέρας και θα ακούσετε τις ομιλίες. Αλλά χρειάζεται κάποια δημιουργικότητα κάποια στιγμή της ημέρας ώστε να γίνει πιο ενδιαφέρον το συνέδριο και να κρατηθεί το ενδιαφέρον σας ζωντανό. Υπηρεσίες. Το έχω ήδη πει αρκετές φορές αλλά δεν μπορώ να μην επικεντρωθώ και πάλι στο πόσο σημαντικές είναι οι υπηρεσίες εάν θέλετε να είστε επιτυχημένοι στον συνεδριακό τομέα. Και στο μέλλον, οι υπηρεσίες θα αποτελέσουν τον βασικό παράγοντα διαφοροποίησης μεταξύ αυτών που είναι επιτυχημένοι και αυτών που δεν είναι ως προς την παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας. Και ο τρόπος για να το επιτύχουμε αυτό είναι η κατάρτιση. Η κατάρτιση είναι απαραίτητη ώστε να κατανοήσουν όλοι τις ανάγκες του συνεδρίου που διοργανώνετε, την πίεση που υπάρχει, τι προσπαθείτε να επιτύχετε και συνεπώς πως μπορούν εκείνοι να συμβάλλουν.

**Προεδρεύων:** Ευχαριστούμε την κυρία Γκρήνχιλ

### ***3<sup>η</sup> ΕΝΟΤΗΤΑ: Η ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΓΟΡΑ ΣΗΜΕΡΑ:***

**Προεδρεύων:** Πάμε στην τρίτη ενότητα που είναι η συνεδριακή αγορά σήμερα. Θα ξεκινήσουμε με *τον κύριο Μάντζιο* που είναι *Γενικός Διευθυντής του “Αμφιτρύωνα” Congress Bureau και Πρόεδρος του HAPCO*, άρα ο καθ' ύλη αρμόδιος για να μας μιλήσει για *την θέση της Ελλάδας σήμερα στην διεθνή συνεδριακή αγορά.*

**Δ. Μάντζιος:** Να πω και εγώ δυο λόγια και να ευχαριστήσω τους συνέδρους και να μιλήσουμε λίγο για την θέση της Ελλάδας στην συνεδριακή αγορά που είναι και το θέμα με το οποίο καταπιάνομαι σήμερα σε αυτό το συνέδριο. Λυπάμαι όμως γιατί θα σας απογοητεύσω. Και θα σας απογοητεύσω γιατί δεν είμαι σε θέση, πραγματικά δεν είμαι σε θέση να σας ενημερώσω ούτε επισήμως αλλά ούτε κατά προσέγγιση για την θέση που κατέχει η Ελλάδα στην συνεδριακή σκηνή. Αυτό που με βεβαιότητα μπορώ να πω είναι ότι δεν υπάρχει ούτε ένα επίσημο ή καθολικό μητρώο συνεδρίων το οποίο να καταγράφει τις διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται στην χώρα μας. Κατά καιρούς, δημοσιεύονται κάποιες αποσπασματικές προσπάθειες για την καταγραφή τους οι οποίες όμως, όσο καλοπροαίρετες και αν είναι, δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα, σε αντίθεση με πολλές ανταγωνίστριες χώρες που δραστηριοποιούνται σε μικρότερο ή σε μεγαλύτερο βαθμό στον χώρο του συνεδριακού τουρισμού. Εμείς αδυνατούμε να προσδιορίσουμε επακριβώς την θέση μας στην συνεδριακή αγορά. Έτσι, όταν θέλουμε να παρουσιάσουμε ή να μελετήσουμε την συνεδριακή κίνηση της Ελλάδος, είμαστε αναγκασμένοι να προστρέχουμε σε λύσεις που δεν αποδίδουν με ακρίβεια την πραγματική εικόνα που αναζητούμε. Είμαι βέβαιος ότι οι περισσότεροι από εμάς, στην προσπάθεια μας να αποδώσουμε έστω μία ενδεικτική στατιστική παρουσία της χώρας μας, έχουμε κατά καιρούς χρησιμοποιήσει τα στατιστικά μητρώα των διεθνών ενώσεων *ICCA*, *International Congress & Conference Association* και *UIA*, *Union of International Associations*. Αυτά όμως απέχουν πολύ από την πραγματικότητα. Ενδεικτικά θα αναφέρω ότι σύμφωνα με την *UIA*, *Union of International Associations*, η Ελλάδα για το 2003 κατέχει την 16 η θέση με 162 συνέδρια και ποσοστό 1,72%. Αντίστοιχα, η Αθήνα κατέχει την 26 η θέση με 59 συνέδρια και ποσοστό 0,62%. Βλέπουμε ότι την πρώτη θέση κατέχουν οι *ΗΠΑ*, την έκτη θέση κατέχει η Ισπανία και πάμε λέγοντας. Αναρωτιέται κανείς πώς είναι δυνατόν μια χώρα – αυτά είναι τα στοιχεία για το 2003 – πως μια χώρα σαν την Ελλάδα, λίγους μήνες πριν την διεξαγωγή των Ολυμπιακών Αγώνων, να φιλοξενεί μόνον 162 συνέδρια ή μια Ολυμπιακή πρωτεύουσα μόνο 59. Οπότε, είναι εύλογο να αμφισβητήσει κανείς την ορθότητα αυτών των στατιστικών στοιχείων. Και όμως, αυτά τα στοιχεία είναι σωστά, αν λάβουμε υπόψη ότι για να καταγραφεί ένα συνέδριο στο στατιστικό αρχείο της *UIA* πρέπει να πληροί τις εξής κάτωθι 4 προϋποθέσεις. Πρώτον, ελάχιστος αριθμός συμμετεχόντων 300 άτομα. Ελάχιστος αριθμός αλλοδαπών συμμετεχόντων 40%. Ελάχιστος αριθμός εθνικοτήτων 5 και ελάχιστη διάρκεια 3 μέρες. Το ίδιο ισχύει και για την *ICCA*. Έχουν και αυτοί κάποια κριτήρια για να καταγράψουν ένα συνέδριο στο μητρώο τους. Να πραγματοποιούνται ανά τακτά χρονικά διαστήματα, να εναλλάσσονται

μεταξύ τριών το ελάχιστο διαφορετικών χωρών, να συγκεντρώνουν τουλάχιστον 50 συμμετέχοντες. Και εδώ είναι το πρόβλημα τώρα που η κατάσταση περιπλέκεται περισσότερο. Όταν αντιπαραθέσουμε τους δύο στατιστικούς πίνακες της *UIA* και της *ICCA*. Αυτά είναι στατιστικά στοιχεία για το 2004. Όπως βλέπετε, η μεν *ICCA* δίνει για τις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής 288 συνέδρια, η *UIA* 1080. Σύμφωνα λοιπόν με το μητρώο της *ICCA* θα δείτε ότι η Ισπανία κατέχει την 3 η θέση, ενώ η *UIA* την κατατάσσει στην 5 η θέση. Τουλάχιστον σε ό,τι αφορά εμάς, και οι δύο αυτές ενώσεις δεν μας έχουν στην πρώτη δεκάδα. Τουλάχιστον εκεί συμφωνούν. Τι γίνεται όμως με όλα τα άλλα συνέδρια που πραγματοποιούνται στην χώρα μας; Η εικόνα που παρουσιάζουν οι προαναφερθείσες ενώσεις δεν αντικατοπτρίζει πλήρως την πραγματικότητα. Κατά συνέπεια, δεν μπορούμε να βασιζόμαστε σε αυτές, παρά μόνο όταν θέλουμε να συλλέξουμε στοιχεία τα οποία να πληρούν τις συγκεκριμένες προδιαγραφές. Ίσως ορισμένοι να θεωρούν ότι η έλλειψη στατιστικών στοιχείων δυσχεραστεί μόνον τους ερευνητές ή κάποιους φοιτητές που στα πλαίσια της πτυχιακής τους αναζητούν παρόμοια στοιχεία. Αυτή όμως η άποψη είναι λανθασμένη. Πέραν από τους ερευνητές οι οποίοι προσφέρουν ουσιαστικό έργο και τους φοιτητές των τουριστικών σχολών οι οποίοι είναι και οι αυριανοί επαγγελματίες, τα στατιστικά στοιχεία εξυπηρετούν μία πλειάδα τουριστικών φορέων και επαγγελματιών, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης, τον *EOT*, τον *HAPCO*, τα τοπικά *Convention Bureaus* και άλλες συσχετιζόμενοι φορείς που χρειάζονται την πλήρη στατιστική καταγραφή της ελληνικής συνεδριακής δραστηριότητας. Βασισμένοι σε αυτήν, δημιουργούν μια ολοκληρωμένη και ρεαλιστική τουριστική πολιτική σε κρατικό επίπεδο ή σε επίπεδο φορέων ενώ διαμορφώνουν τις εκστρατείες προβολής και την ορθότερη διάθεση των κονδυλίων τους. Οι ιδιώτες επαγγελματίες του χώρου, παραδείγματος χάριν οι διοργανωτές συνεδρίων, τα συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία με συνεδριακές υποδομές, εταιρείες παροχής οπτικοακουστικών υπηρεσιών και άλλα μπορούν να σχεδιάσουν αποδοτικότερους τρόπους προβολής και παροχής των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Επιπλέον, μπορούν ανά πάσα στιγμή να γνωρίζουν τα χαρακτηριστικά των συνεδρίων που θα διεξαχθούν στην Ελλάδα, να γνωρίζουν ποια συνέδρια έχουν μεγάλες πιθανότητες να έρθουν στην Ελλάδα αναλύοντας τα χαρακτηριστικά τους, να ενημερώνονται για την πορεία των ανταγωνιστών τους σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο προκειμένου να προσφέρουν ένα εξίσου ανταγωνιστικό προϊόν. Ουσιαστικά, μέσα από τα στατιστικά στοιχεία διαγράφονται οι τάσεις της αγοράς. Όλοι γνωρίζουμε ότι η συνεδριακή αγορά αλλάζει σε γρήγορους ρυθμούς και νικητής είναι αυτός που έχει την δυνατότητα και την ικανότητα να προβλέπει τις τάσεις και να διαμορφώνει εγκαίρως το προϊόν του ή τις υπηρεσίες του προκειμένου να προσελκύσει και

ικανοποιήσει πλήρως τους πελάτες. Πώς είναι δυνατόν να γίνει αυτό την στιγμή που δεν έχουμε επίσημα στατιστικά στοιχεία για την συνεδριακή μας δραστηριότητα; Σε απάντηση των παραπάνω, η πρότασή μας η οποία έχει τεθεί και παλαιότερα από τον *HAPCO* στον *EOT* αλλά και στην τουριστική ηγεσία, είναι η έναρξη ενός μητρώου συνεδρίων. Το μητρώο αυτό πρέπει να δημιουργηθεί από έναν δημόσιο φορέα, παραδείγματος χάριν από τον *EOT*, το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης με την συνδρομή των επαγγελματιών. Η διαχείριση θα πρέπει να γίνεται από τον δημόσιο φορέα προκειμένου οι διοργανωτές να υποχρεούνται να δίδουν τα ζητούμενα στοιχεία και να παίρνουν μία τυπική και άμεση έγκριση για την διεξαγωγή της συνεδριακής εκδήλωσης. Όσοι ασχολούνται με τα συνέδρια και ειδικά τα ιατρικά, θα γνωρίζουν ότι για να πραγματοποιηθεί ένα ιατρικό συνέδριο χρειάζεται η άδεια από τον *ΕΟΦ*. Είναι μία τυπική έγκριση την οποία παίρνουμε αφού δώσουμε έναν τυπικό προϋπολογισμό και κάποια άλλα στοιχεία τα οποία χρειάζεται ο *ΕΟΦ* για να πάρεις την άδεια. Με αυτή την άδεια μπορείς να πραγματοποιήσεις ιατρικό συνέδριο. Το ίδιο ακριβώς μπορεί να ισχύσει και εδώ. Τα στοιχεία που προτείνουμε να συμπεριλαμβάνονται στο μητρώο χωρίς να διαφαίνεται το όνομα της εταιρεία ή του φορέα που διεξάγει το συνέδριο για ευνόητους λόγους, είναι τα εξής. Βέβαια, αυτά είναι κάποιες δικές μας προτάσεις. Δεν απαιτείται ότι και όλα αυτά τα στοιχεία μπορούν να μπου. Μπορούν να αφαιρεθούν, να προστεθούν άλλα. Απλώς εμείς κάναμε μία καταγραφή προς διευκόλυνση. Το είδος του συνεδρίου. Το θέμα του συνεδρίου, αν είναι ιατρικό, αν είναι *corporate*, το θέμα του συνεδρίου. Τι εθνικότητας είναι; Είναι ελληνικό; Είναι μιας άλλης χώρας ή είναι ευρωπαϊκό ή παγκόσμιο; Την ημερομηνία. Τον συνεδριακό χώρο που γίνεται. Τον τόπο διεξαγωγής. Έκθεση και *posters*. Αν έχει έκθεση και *posters*. Τον αριθμό των συμμετεχόντων. Αριθμός συμμετοχών. Κατηγορία διαμονής. Κόστος εγγραφής για συνέδρια ενώσεων. Μέσος προϋπολογισμός συνεδρίου. Πολλοί θα πουν ότι είναι ακόμη μία γραφειοκρατική διαδικασία που θα καθυστερεί τον διοργανωτή του συνεδρίου. Σε αυτό όμως το επιχείρημα θα αντιπαραθέσω ότι με αυτόν τον τρόπο, παίρνοντας δηλαδή μία τυπική έγκριση, οι επαγγελματίες διοργανωτές προστατεύονται από τον αθέμιτο ανταγωνισμό. Οι επαγγελματίες καλύπτουν τόσο τις επιχειρήσεις τους όσο και την εικόνα της Ελλάδας από ανθρώπους που έχουν παρεισφρήσει στον χώρο μας, οι οποίοι δεν έχουν ούτε την εμπειρία, ούτε την τεχνογνωσία, ούτε καν την ικανότητα να φέρουν εις πέρας το έργο μας με αποτέλεσμα ουκ ολίγες φορές να έχει δυσφημιστεί η χώρα μας διεθνώς. Θεωρώ λοιπόν ότι αξίζει να υποστούμε αυτή την ταλαιπωρία προκειμένου να μπορέσουμε επιτέλους να γνωρίσουμε την πραγματική εικόνα της συνεδριακής δραστηριότητας στην χώρα μας και να προστατεύσουμε την Ελλάδα και τις επιχειρήσεις μας από τον αθέμιτο ανταγωνισμό και τις αρνητικές

συνέπειές του. Ο συνεδριακός τουρισμός τα τελευταία χρόνια έχει γίνει της μόδας. Όλοι μιλούν για τον συνεδριακό τουρισμό. Όλοι πιστεύουν ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι αυτός που θα δώσει το εφαλτήριο στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας μας και όλοι επαγγέλλονται ότι θα λύσουν το πρόβλημα που λέγεται συνεδριακός τουρισμός. Και εγώ συμφωνώ ότι πράγματι βέβαια ο συνεδριακός τουρισμός είναι το εφαλτήριο. Χθες, στο Εθνικό Συμβούλιο Τουρισμού, από την Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών, είπε ο κύριος Σεργκίδης ότι ένα συνέδριο που είχαμε στην Ελλάδα, το διαβητολογικό, κατάφερε να αυξήσει την πληρότητα των ξενοδοχείων σε πολύ μεγάλο βαθμό και την κερδοφορία των επιχειρήσεων με αποτέλεσμα όλες οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις να είναι με θετικό πρόσημο αυτή την χρονιά χάρη σε ένα συνέδριο. Φανταστείτε τι έχει να γίνει αν έχουμε 5 τόσο μεγάλα συνέδρια, όχι μόνον στην Αθήνα αλλά και Θεσσαλονίκη, Ρόδο, Κρήτη, Κω, όπου υπάρχουν συνεδριακά κέντρα. Και θα πρέπει εδώ να αρχίσουμε σιγά - σιγά στην Ελλάδα να κάνουμε βήματα. Και τα βήματα δεν χρειάζεται να είναι όλα μαζί, αλλά ένα- ένα. Μητρώο συνεδρίων. Απλό, χωρίς χρήματα, τρεις υπαλλήλους στον *EOT*, μια νομοθετική ρύθμιση και ξεκινάμε αύριο. Εάν πρόκειται, για ένα τέτοιο απλό θέμα, να είμαστε ένα χρόνο να το συζητάμε, δεν πρόκειται να κάνουμε τίποτα. Επειδή όμως, ενώνοντας τις γνώσεις και τις εμπειρίες μας, μπορούμε να εξετάσουμε και άλλες λύσεις προς εφαρμογή, σας καλώ να εκφράσετε και τις δικές σας ιδέες και προτάσεις σε αυτό το μείζονος σημασίας θέμα.

### **ΚΛΕΙΣΙΜΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ-ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ:**

**Προεδρεύων:** Κάποια άλλη ερώτηση; Θα κάνω τα συμπεράσματα και αντί για κάποια συνολικά, θα ήθελα να αναφερθώ λίγο στο τι κράτησα ως το κύριο μήνυμα από κάθε έναν από τους ομιλητές. Και θα τους πάρω με την σειρά. Από την παρουσίαση του κυρίου Μπρόβα, αυτό που κράτησα είναι ότι ναι μεν δεν υπάρχει υποστήριξη από τον πλαίσιο λειτουργίας του δημοσίου τομέα, αλλά μια ομαδική συγκροτημένη πρωτοβουλία κάποιων επιχειρηματιών και με την υποστήριξη των τοπικών αρχών μπόρεσε να ξεπεράσει τα προβλήματα και να έχει πολύ καλά αποτελέσματα. Ένα στοιχείο που δεν αναφέρθηκε αλλά είναι στην γραπτή ομιλία του κυρίου Μπρόβα είναι ότι από 39 συνέδρια το 2001, το 2004 η Θεσσαλονίκη έκλεισε με 115 συνέδρια και απ' ό,τι μου έλεγε προ ολίγου που μιλάγαμε, ήδη σε μία έκθεση που είχανε στο Μιλάνο, κατάφεραν να πάρουν 6 συνέδρια για την πόλη. Άρα, ναι μεν κάποια πράγματα μπορεί να βοηθάνε αλλά αυτό δεν σημαίνει ότι σηκώνουμε τα χέρια και καθόμαστε και περιμένουμε. Από την ομιλία του κυρίου Κούτουλα, αυτό που κράτησα είναι τι είναι CVB . Είναι κάτι το οποίο δεν είναι απόλυτο αλλά



προσαρμόζεται πάρα πολύ ανάλογα με το πλαίσιο την κάθε χώρας. Για παράδειγμα, περίπου τα μισά CVBs από την έρευνα του ασχολούνται και με παραθεριστικό τουρισμό ή τουρισμό αναψυχής, ας πούμε καλύτερα. Τα μισά περίπου είναι μόνο δημοσίου τομέα και τα άλλα μισά περίπου είναι συνεργασίες δημοσίου – ιδιωτικού τομέα. Αλλά επίσης αυτό που είναι πολύ σημαντικό είναι ότι υπάρχει πολύ έντονη δημόσια χρηματοδότηση. Δηλαδή, προκύπτει ένας σαφής ρόλος του δημοσίου τομέα στην λειτουργία αυτού του μάρκετινγκ ενός προορισμού, μικρότερου ή μεγαλύτερου. Από τον **κύριο Ντάλι**, κράτησα την πολύ εύστοχη παρατήρηση ότι αναφερόμαστε σε conventions αλλά συνήθως αυτό είναι ένα μέρος μόνο του MICE industry, και έχουμε και τα meetings και τα incentives και τα conferences και τα exhibitions, ότι η πλειοψηφία των συνεδρίων είναι τα επιχειρηματικά με 65% περίπου που όμως είναι μικρότερο από τον αριθμό και συνήθως γίνονται μέσα σε ξενοδοχεία. Αυτό έρχεται και δίνει και με μία άλλη ομιλία σχετικά με κάποια μεγάλα συνέδρια τα οποία κλείνουν τους χώρους και μετά δουλεύει κανείς, για να έχει καλύτερη απόδοση, με τα μικρά συνέδρια. Επίσης ο κύριος Ντάλι μία παρόμοια εμπειρία με του κυρίου Μπρόβα, ότι όταν δεν υπήρξε η δημόσια χρηματοδότηση και κινητοποίηση, πάλι κάποιοι επιχειρηματίες ανάλαβαν μια πρωτοβουλία με τεράστια οφέλη για την πόλη. Αρκεί να σας πω ότι κάναμε μια καταμέτρηση από το site του ICVB και για το 2004 ή 5, δεν θυμάμαι ακριβώς την χρονιά, ο συνεδριακός τουρισμός στην Κωνσταντινούπολη έφθασε τα 412.000 άτομα. Μιλάμε δηλαδή για νούμερα καταπληκτικά, πραγματικά. Και επίσης, βρήκα πολύ ενδιαφέρον και την αναφορά που έκανε στις κρουαζιέρες, πως μπορεί να συνδυαστεί δηλαδή ο συνεδριακός τουρισμός με τις κρουαζιέρες. Είναι ένα μοντέλο πολύ κοντά στο μοντέλο της Βαρκελώνης. Η **κυρία Γκρίνχιλ** ουσιαστικά μας είπε service, service και service. Είναι οι τρεις σημαντικότεροι παράγοντες για την επιτυχή λειτουργία ενός συνεδριακού κέντρου και για αυτόν τον λόγο, η ποιότητα μεταφράζεται σε competitive advantage, ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, την δυνατότητα να χρεώσει κανείς ως εκ τούτου καλύτερες τιμές, και μία λειτουργία με ποιότητα δηλαδή με σωστές διαδικασίες, οδηγεί και σε χαμηλότερα κόστη. Άρα όλα αυτά οδηγούν και σε μία πολύ καλύτερη απόδοση και μια πολύ καλύτερη κερδοφορία ενός συνεδριακού κέντρου. Ο **κύριος Χάντεν** έδωσε την αμερικάνικη κάπως προοπτική όπου εκεί πέρα υπάρχει και πολύ μεγαλύτερη έμφαση στις εκθέσεις και όχι μόνον στα συνέδρια. Και είπε ότι από την εμπειρία του η Ελλάδα και η Αθήνα έχουν όλα τα χαρακτηριστικά για να μπορέσουν με κάποιο μάρκετινγκ και με καλές εγκαταστάσεις να πάρουν την θέση που αξίζουν μέσα στο διεθνές συνεδριακό σκηνικό και μέσα στον διαρκώς εντεινόμενο ανταγωνισμό. Έκανε μάλιστα και μία αναφορά ότι προκρίνει το μοντέλο του ιδιωτικού μάνατζμεντ γιατί συνήθως το δημόσιο μάνατζμεντ δεν έχει ποιότητα και δεν ενθαρρύνει, εμπνυχώνει τους ανθρώπους να βελτιώσουν την απόδοσή

τους. Από την παρουσίαση της κυρίας Ντανοπούλου, εγώ αυτό που κράτησα είναι ότι αυτά τα πράγματα στα οποία αναφέρθηκε σαν τις πρακτικές των ξένων κέντρων, το κπο - how που πήραν τα ελληνικά κέντρα είναι ότι αυτά είναι πράγματα τα οποία όλοι κάνουνε, κάπως καλύτερα, κάπως χειρότερα. Αυτό που νομίζω ότι βγαίνει πολύ εμφανικά από την παρουσίαση της δεν είναι ότι κάποια κάνουμε κάπως καλύτερα κάπως χειρότερα, είναι ότι χρειάζεται μία ολοκληρωμένη και συστηματική μεθοδική αντιμετώπιση προκειμένου το τελικό αποτέλεσμα να είναι αυτό που δημιουργεί ένα πρότυπο κέντρο. Ο κύριος Μάντζιος αναφέρθηκε στην έλλειψη αξιόπιστων στοιχείων και ότι σημαίνει αυτό για την αδυναμία υλοποίησης μιας πολιτικής και έκανε την πρόταση για την δημιουργία ενός μητρώου συνεδρίων που απλώς θα καταγράφει τα συνέδρια. Ο κύριος Μέρκενχοφ, μέσα από τα παραδείγματά τους και την οικονομική, αν το θέλετε, αποτύπωση των πλεονεκτημάτων έστω ενός μόνον μεγάλου συνεδρίου, έδειξε ότι ευκαιρία υπάρχει αλλά από την άλλη πλευρά θα εξακολουθήσει να υπάρχει αν δεν παρθούνε κάποιες πρωτοβουλίες είτε σε επίπεδο μάρκετινγκ είτε σε επίπεδο υποδομών. Και τέλος, ο κύριος Γκέρλφολντ μας είπε αυτό που θα έλεγα απλά ότι διευκολύνετε τους πελάτες. Εγώ θα έλεγα με μία εντολή. Κάντε το εύκολο για τους πελάτες, λύστε τα προβλήματα, μην τα θεωρείτε δικαιολογίες επειδή δεν μπορείτε να κάνετε την δουλειά και αξιοποιήστε τα πλεονεκτήματα που προσφέρει η χώρα ώστε να μπορέσετε να προχωρήσετε μπροστά. Άρα, σαν ένα τελικό συμπέρασμα εγώ θα έβγαζα ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι μία συλλογική προσπάθεια. Όλοι για έναν και ένας για όλους. Με κάποια υποστήριξη δημόσια, δεν υπάρχει λόγος για να μην μπορέσει να αναπτυχθεί.



## **ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI:**

Το *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη παρέχει στον επιχειρηματία ή τον απλό ταξιδιώτη υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, που καλύπτουν πλήρως κάθε ανάγκη του. Αυτός είναι άλλωστε και ο στόχος, να γίνει η διαμονή των πελατών όσο το δυνατόν πιο ευχάριστη και άνετη. Οι υπηρεσίες περιλαμβάνουν το **Business Centre**, "το γραφείο σας μακριά από το γραφείο", όπου μπορεί να καλύψει κανείς πλήρως τις επιχειρηματικές και γραμματειακές σας ανάγκες.

Το *Hyatt Regency Θεσσαλονίκη* προσφέρει συνεδριακούς χώρους και αίθουσες εκδηλώσεων πολλαπλών χρήσεων για μεγάλες ή μικρές συναντήσεις και συνέδρια έως και 1100 συμμετέχοντες. Η διεθνής και έμπειρη ομάδα catering βρίσκεται στη διάθεσή σας για τη συνολική επιμέλεια και συντονισμό κάθε εκδήλωσης.

Οι αίθουσες περιλαμβάνουν το **Grand Ballroom**, το **Regency Ballroom**, τις αίθουσες συναντήσεων **Ephesus** και **Epidavros**, το **boardroom** καθώς επίσης και τον μοναδικό κι εντυπωσιακό εξωτερικό χώρο του ξενοδοχείου. Υπάρχει μεγάλη επιλογή σύγχρονου ψηφιακού οπτικοακουστικού εξοπλισμού για να καλύψει όλες τις ανάγκες.

### **REGENCY BALLROOM:**

Το *Regency Ballroom*, ένας χώρος 355 τετραγωνικών μέτρων, χαρακτηρίζεται από την υψηλή - 7 μέτρων - οροφή του αλλά και το άφθονο φυσικό φως από τα παράθυρα που κυριολεκτικά "λούζει" την αίθουσα το μεγαλύτερο μέρος της ημέρας.

Η αίθουσα αυτή, δύο επιπέδων, έχει ξεχωριστή βεράντα, που σκεπάζεται με ξύλινη στέγη, δίνοντας τη δυνατότητα να συνδυάσετε τη χρήση του εσωτερικού και υπαίθριου χώρου κατά τη διάρκεια της εκδήλωσής σας. Το *Regency Ballroom* μπορεί να φιλοξενήσει άνετα 250 καθήμενα ή 500 άτομα σε όρθιο κοκτέιλ.

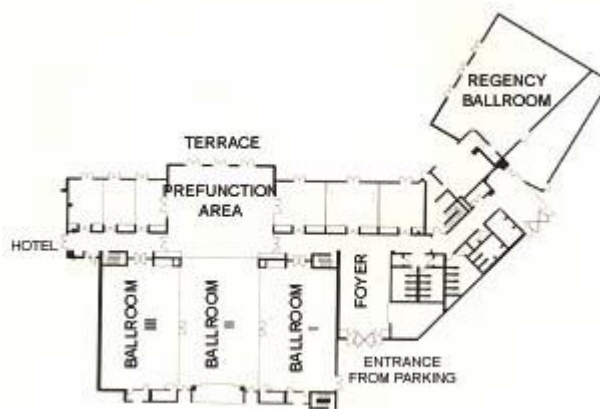
### **GRAND BALLROOM & PREFUNCTION AREA:**

Διακοσμημένο με ξύλο κερασιάς, στα χρώματα της άμμου του χρυσού και του ζαφειριού, το *Grand Ballroom* φωτίζεται από αστραφτερούς πολυελαίους. Στα 650 τετραγωνικά του μέτρα και χωρίς κολώνες, το *ballroom* μπορεί να φιλοξενήσει άνετα 1000 άτομα καθήμενα σε  
θεατρική διάταξη



Υπάρχει η δυνατότητα να χωρισθεί σε 3 μικρότερες αίθουσες, πλήρως ηχομονωμένες, και είναι εξοπλισμένο με 4 μεταφραστικές καμπίνες, οθόνες και μόνιμη σκηνή. Όλος ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός ελέγχεται ψηφιακά από το κοντρόλ στη γυάλινη καμπίνα που βρίσκεται στο επάνω μέρος της αίθουσας. Το *foyer*, 190 τετραγωνικών μέτρων, συνδέει το *ballroom* με την εξωτερική βεράντα. Έχει θέα στους κήπους και την πισίνα, ένας χώρος ιδανικός για διαλείμματα καφέ, κοκτέιλ και εκθέσεις.

Από τις απλές και κομψές έως τις πιο πλούσιες επιλογές, υπάρχει αφθονία δυνατοτήτων που θα κάνουν το *gala* ή την εταιρική σας εκδήλωση μία φανταστική και αξέχαστη εμπειρία. Τα μενού και η διάταξη των αιθουσών προσαρμόζεται ανάλογα με τις απαιτήσεις των οργανωτών.



## ***EPHESUS & EPIDAVRUS & BOARDROOMS:***

Οι αίθουσες *Ephesus* και *Epidavros* χωρίζονται σε 6 μικρότερους χώρους συναντήσεων χωρητικότητας 15 έως 50 άτομα η κάθε μία, προσφέροντας επιλογές ικανές να καλύψουν κάθε σας ανάγκη από επιχειρηματικά σεμινάρια, κλειστές συναντήσεις ή δείπνα.

Οι αίθουσες αυτές χαρακτηρίζονται από το ήρεμο και σύγχρονο *design* καθώς και τη φωτεινότητά τους (αφού διαθέτουν παράθυρα με πρόσβαση στον κήπο του ξενοδοχείου). Με συνολική χωρητικότητα 200 και 100 ατόμων σε θεατρική διάταξη αντίστοιχα, οι αίθουσες αυτές, *Ephesus* και *Epidavros*, χωρίζονται η κάθε μία σε 3 τμήματα.

Το Boardroom μπορεί να φιλοξενήσει συναντήσεις έως 15 ατόμων, ενώ υπάρχουν επιπλέον και τα *Business Centre I & II*, δίπλα από την Υποδοχή του ξενοδοχείου ικανά να καλύψουν κάθε επιμέρους ανάγκη σας. Μία ακόμη εντελώς ξεχωριστή αίθουσα συναντήσεων βρίσκεται στο *Bar Aficionado*. Όλες οι αίθουσες μπορούν να εξοπλισθούν με τα πιο σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα.

### **Επιπλέον Χαρακτηριστικά**

\* Οι καλεσμένοι έχουν πρόσβαση στις αίθουσες από την ξεχωριστή είσοδο του συνεδριακού κέντρου ή από το Lobby, αφού κατέβουν την κυκλική σκάλα.

\* Οι *Ephesus* και *Epidavros* καθώς και η *Prefunction Area* μπορούν να χρησιμοποιηθούν για εκθέσεις, ιδιαίτερα σε ιατρικά συνέδρια, καθώς βρίσκονται σε κομβικές θέσεις για τη μετακίνηση των συνέδρων μεταξύ των αιθουσών.

\* Το *Grand Ballroom* διαθέτει μεγάλη πλαϊνή πόρτα, απ' όπου μπορεί να περάσει μέχρι και αυτοκίνητο για εκθέσεις.

\* Διατίθεται επίσης δωρεάν πάρκινγκ για 530 αυτοκίνητα.

## ***ΠΑΚΕΤΑ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΕΣ ΠΡΟΣΦΟΡΕΣ:***

Το τμήμα πωλήσεων του *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη έχει σχεδιάσει ένα μοναδικό συνεδριακό πακέτο, το οποίο ισχύει για εταιρείες έως το Δεκέμβριο του 2003 και αντιστοιχεί στις ανάγκες οποιουδήποτε οργανωτή είτε από την Ελλάδα είτε από το εξωτερικό. Το πακέτο προσφέρει ποικιλία εδεσμάτων και ποτών καθώς και τον στάνταρ οπτικοακουστικό εξοπλισμό.

## Ημερήσιο Πακέτο

Περιλαμβάνει:

- Μία αίθουσα συναντήσεων για χρήση από τις 9:00 π.μ. έως τις 6:00 μ.μ. με τον απαιτούμενο στάνταρ εξοπλισμό, οθόνη, *flip chart*, διαφανοσκόπιο και μπλοκ σημειώσεων.
- Δύο διαλείμματα καφέ - ένα πρωινό και ένα απογευματινό, που περιλαμβάνει καφέ και τσάι, εμφιαλωμένο νερό, αναψυκτικά, χυμούς και μπισκότα, ένα γεύμα από τα προτεινόμενα μενού του Σεφ.

Η παραπάνω προσφορά ισχύει για 30 έως 100 άτομα για επαγγελματικές συναντήσεις στις εξής τιμές:

- €2.00 ανά άτομο την ημέρα
- €47.00 ανά άτομο εφόσον διαμένουν στο *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη



## Όροι και Συνθήκες

- Στις τιμές δεν περιλαμβάνονται τα ποτά του μεσημεριανού γεύματος
- Στις τιμές δεν περιλαμβάνονται οι τιμές δωματίων.
- Οι τιμές περιλαμβάνουν όλους τους φόρους
- Η τιμή του Ημερήσιου Πακέτου βασίζεται στη διαθεσιμότητα χώρων
- Οι τιμές των δωματίων αναφέρονται ξεχωριστά και εξαρτώνται από την περίοδο της κράτησης, τον αριθμό των δωματίων καθώς και τη διάρκεια της διαμονής.
- Οι τιμές μπορεί να μεταβληθούν χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση.

### **ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟΣ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ:**

Οι συνεδριακοί χώροι του *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη μπορούν να εξοπλισθούν με τα πιο σύγχρονα τεχνολογικά μέσα, σύμφωνα με τις ανάγκες του πελάτη.

Ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός που παρέχεται περιλαμβάνει:

- *PA Systems*
- *Μικρόφωνα*
- *E-conference*
- *Videoconference*
- *Netmeeting*
- *Κασετόφωνα για παραγωγή ήχου και μαγνητοφώνηση*
- *CD Players*
- *Σύστημα Ταυτόχρονης Μετάφρασης*
- *Ακουστικά*
- *Slide Projectors*
- *Control System*
- *S-AV Cassette Recorder*
- *Laser Pointer*
- *Οθόνες*
- *Video Projectors / Video-Data Graphics Projectors*
- *Video Players*
- *Camera Video Recording*
- *Video walls*
- *Vidi walls*
- *Monitors*
- *Φωτισμό*

**ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΕΣ ΑΙΘΟΥΣΩΝ:**

Grand Ballroom	550	1050	440	-	800	-
Grand Ballroom I	160	260	160	60	240	60
Grand Ballroom II	160	270	165	60	245	60
Grand Ballroom III	160	260	160	60	240	60
Grand Ballroom I & II	360	530	350	-	500	-
Grand Ballroom II & III	360	530	350	-	500	-
Pre-Function Area (must be used with Grand Ballroom)	140	220	150	-	140	-
Ephesus	100	130	78	66	100	66
Ephesus I	48	45	21	16	-	16
Ephesus II	48	45	21	18	-	18
Ephesus III	48	45	21	18	-	18
Ephesus I & II	96	90	51	22	-	22
Ephesus II & III	96	90	51	22	-	22
Epidavros	72	90	40	34	-	34
Epidavros I	24	30	12	15	-	15
Epidavros II	24	30	12	15	-	15
Epidavros III	24	30	12	15	-	15
Epidavros I & II	48	60	24	21	-	21
Epidavros II & III	48	60	24	21	-	21
Boardroom	12	-	-	12	-	12
Conference Room I	12	-	-	12	-	12
Conference Room II	10	-	-	10	-	10
Regency Club® Boardroom	8	-	-	8	-	8
Regency Ballroom	240	320	160	30	320	30
Garden Rotonda-Gardens	600	-	-	-	1000	-



**Διαστάσεις χώρων εκδηλώσεων (μέτρα)**

	τετραγωνικά μέτρα	Ύψος Οροφής (μέτρα)	Διαστάσεις (μέτρα)
Grand Ballroom	650	7.0	18.6 x 35
Grand Ballroom I	215	7.0	18.6 x 11.6
Grand Ballroom II	218	7.0	18.6 x 11.8
Grand Ballroom III	216	7.0	18.6 x 11.6
Grand Ballroom I & II	434	7.0	18.6 x 23.4
Grand Ballroom II & III	435	7.0	18.6 x 23.4
Pre-Function Area (must be used with Grand Ballroom)	185	4.4	11.8 x 15.7
Ephesus	149	3.3	6.6 x 22.5
Ephesus I	45	3.3	6.6 x 6.8
Ephesus II	52	3.3	6.6 x 7.9
Ephesus III	51	3.3	6.6 x 7.8
Ephesus I & II	96	3.3	6.6 x 14.7
Ephesus II & III	103	3.3	6.6 x 15.7
Epidavros	97	3.3	6.6 x 14.7
Epidavros I	32	3.3	6.6 x 4.9
Epidavros II	30	3.3	6.6 x 4.5
Epidavros III	35	3.3	6.6 x 5.3
Epidavros I & II	62	3.3	6.6 x 9.3
Epidavros II & III	65	3.3	6.6 x 9.8
Boardroom	25	3.2	3.9 x 6.5
Conference Room I	24	2.8	5.6 x 4.3
Conference Room II	18	2.8	3.9 x 4.6
Regency Club®	22	2.6	3.8 x 5.8

Boardroom			
Regency Ballroom	355	4.4	19.2 x 18.7
Garden Rotonda-Gardens	-	-	-

**Διαστάσεις χώρων εκδηλώσεων (πόδια)**

	τετραγωνικά πόδια	Ύψος Οροφής (πόδια)	Διαστάσεις (πόδια)
Grand Ballroom	6997	22'11"	61' x 114'8"
Grand Ballroom I	2314	22'11"	61' x 38'
Grand Ballroom II	2347	22'11"	61' x 38'8"
Grand Ballroom III	2325	22'11"	61' x 38'
Grand Ballroom I & II	4672	22'11"	61' x 76'9"
Grand Ballroom II & III	4683	22'11"	61' x 76'9"
Pre-Function Area (must be used with Grand Ballroom)	1992	14'5"	38'8" x 51'6"
Ephesus	1604	10'10"	21'7" x 73'8"
Ephesus I	484	10'10"	21'7" x 22'3"
Ephesus II	560	10'10"	21'7" x 25'11"
Ephesus III	549	10'10"	21'7" x 25'7"
Ephesus I & II	1033	10'10"	21'7" x 48'2"
Ephesus II & III	1109	10'10"	21'7" x 51'6"

Epidavros	1044	10'10"	21'7" x 48'2"
Epidavros I	345	10'10"	21'7" x 16'1"
Epidavros II	323	10'10"	21'7" x 14'9"
Epidavros III	377	10'10"	21'7" x 17'5"
Epidavros I & II	667	10'10"	21'7" x 30'5"
Epidavros II & III	700	10'10"	21'7" x 32'2"
Boardroom	269	10'6"	12'10" x 21'3"
Conference Room I	259	9'2"	18'4" x 14'1"
Conference Room II	194	9'2"	12'10" x 15'1"
Regency Club® Boardroom	237	8'6"	12'5" x 19'
Regency Ballroom	3822	14'5"	62'11" x 61'4"
Garden Rotonda- Gardens	-	-	-



## **MENU ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ:**

### **Εισαγωγή**

Το *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη προσφέρει ποικιλία προτάσεων ειδικά σχεδιασμένες για να ικανοποιούν τις ανάγκες όλων των επισκεπτών μας και σύμφωνα με το ύφος που θα ήθελαν να προσφέρουν κάτι ξεχωριστό για την εκδήλωση ή το συνέδριο που θα διοργανώσουν στους χώρους μας. Τα επισυναπτόμενα μενού σας δίνουν μία ένδειξη για το τι μπορούμε να προσφέρουμε. Η έμπειρη ομάδα των Σεφ του ξενοδοχείου μπορούν να προσαρμόσουν κάθε μενού σύμφωνα με τις προσωπικές σας ανάγκες αλλά και τις ανάγκες της εκδήλωσής σας.

Οι προτάσεις για *Coffee Break* ξεκινούν από €4.00 per person. Οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

### **Ενδεικτικά Μενού**

\*\*\*

#### **Rose**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού  
Ποικιλία από μπισκότα  
Εμφιαλωμένο νερό

\*

#### **Orchidea**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού  
Ποικιλία από μπισκότα και κέικ  
Χυμός πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και μήλο  
Εμφιαλωμένο νερό

\*

#### **Krinos**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού

Ζεστή σοκολάτα  
Ποικιλία από μπισκότα  
Μπουγάτσα, Τυρόπιτα και Σπανακόπιτα  
Χυμός πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και μήλου  
Εμφιαλωμένο νερό

\*

### **Lilium**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού  
Ζεστή σοκολάτα  
Ποικιλία από μπισκότα και κέικ  
Φρεσκοψημένα Κρουασάν, μάφινς και δανέζικα γλυκίσματα  
Μικρά ψωμάκια με ζαμπόν και τυρί  
Φρεσκοκομμένα φρούτα εποχής  
Χυμός πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και μήλου  
Εμφιαλωμένο νερό

\*

### **Magnolia**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού  
Ποικιλία από μπισκότα και κέικ  
Φρεσκοψημένα ταρτάκια με φρούτα  
Κις με μπέικον & σπανάκι  
Χυμός πορτοκάλι και γκρέιπφρουτ  
Φρέσκια Λεμονάδα, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό

\*

### **Jasmine**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe  
Επιλογή από είδη τσαγιού  
Ποικιλία από μπισκότα και κέικ  
Ντίπ αβοκάντο με τραγανά καλαμποκίσια τσιπς  
Σάντουιτς τορτίγιας με κοτόπουλο και λιαστή ντομάτα  
Χυμός πορτοκάλι και γκρέιπφρουτ  
Φρέσκια Λεμονάδα, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό.

### **Gala Menu:**

Οι τιμές για menu *Gala* ξεκινούν από €90.00 κατ' άτομο. Οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

### **Ενδεικτικά Μενού**

#### **Cannes**

Αστακός με κονιάκ και χαβιάρι

\*

Αρωματική σούπα μινεστρόνε με γαρίδες,  
παντζάρια και πράσινες ελιές

\*

Φρέσκα μεσογειακά λαχανικά με λαβράκι φιλέτο  
δίπλα σε φινόκιο και σάλτσα λεμονιού

\*

Σορμπέ με λεμόνι και άρωμα γιασεμιού

\*

Ροδοψημένο καρέ από αρνάκι γάλακτος με τραγανά λαχανικά και κρέμα  
σκόρδου

\*

Πύργος σοκολάτας με κρέμα "mascarpone"  
και παγωτό Bailey's

\*

Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

\*

Σοκολατάκια

\*\*\*

#### **St.Tropez**

Κονφί από φουα γκρά και φινόκιο  
και μπριος σταφίδας

\*

Βελουτένια σούπα με καρύδια και τιμπάλ καβουριού

\*

Τρυφερό φιλέτο καλκάνι ψημένο στη σχάρα συνοδευόμενο με μεταξένια  
σάλτσα αστακού και θαλασσινών

\*

Σορμπέ σαμπάνια

\*

Φιλέτο μοσχαρίσιο με στρούντελ από μανιτάρια  
του δάσους και τρούφες

\*

Αχλάδι ποσέ με σαφράν, σοκολάτα και φύλλο χρυσού

\*

Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

### **Μπουφέ & Κοκτέιλ μενού:**

Οι τιμές για *Buffet και Cocktail Menu* ξεκινούν από €17.00 κατ'άτομο. Οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

### **Ενδεικτικά Μενού**

\*\*\*

#### **Aristides**

#### **Ζεστά Ορεκτικά**

Κοτόπουλο σουβλάκι μαρινάτο  
Πικάντικα τηγανιτά κεφτεδάκια με λεμόνι  
Μίνι Κίς Λορέν  
Λαχανικά τεμπούρα με σάλτσα τσίλι

\*

#### **Canapes**

Ταρτελέτες με κοτόπουλο και κάρυ  
Μπουκίτσες τορτίγιας με ζαμπόν και τυρί μπρι  
Ρατατούι και λαβράκι σε тарτελέτες  
Καναπεδάκια με σαλάμι και ελιές

\*

#### **Κοκτέιλ Σνακ**

Πικάντικα τηγανιτά ζυμαρικά  
Μαρινάτες πράσινες ελιές

Ποικιλία ξηρών καρπών  
Τραχανά λαχανικά με κρέμα από τυρί ροκφόρ

\*

### Γλυκές λιχουδιές

Φρουτοσαλάτα  
Ποικιλία από ταρτάκια φρούτων

\*\*\*

### Hippokrates

#### Ζεστά

Τραχανά κολοκυθάκια με γλυκόξινη σάλτσα  
Ανοιξιάτικα ρολά με λαχανικά και σάλτσα τσίλι  
Κροκέτες με προσούτο  
Μαριναρισμένο φιλέτο κοτόπουλο "Yakitori"

\*

#### Κρύα

Ρώσικη σαλάτα με τόνο σε τραχανό ψωμάκι  
Μπουκίτσες τορτίγιας με καπνιστή γαλοπούλα  
και κρέμα τυριού  
Κίς με μπρόκολο και ζαμπόν  
Ποικιλία με διεθνή τυριά

\*

### Canapes

Καναπεδάκια σολομού ταρτάρ  
Καναπεδάκια με πικάντικο τυρί και ελιές  
Ταρτελέτες με ντιπ αβοκάντο και γαρίδα

\*



### **Κοκτέιλ Σνακ**

Λαχανικά εποχής με ντιπ γιαουρτιού  
Μαριναρισμένες ελιές  
Τηγανιτά Πικάντικα Ζυμαρικά

\*

### **Γλυκές Λιχουδιές**

Ποικιλία από γαλλικά παστάκια  
Ταρτάκια με σοκολάτα και σταφίδες

\*\*\*

### **Amfipolis**

#### **Σαλάτες και ορεκτικά**

Καπνιστός Σολωμός Νορβηγίας με σάλτσα  
από μέλι και άνηθο  
Σαλάτα σπανάκι με ψητό μανούρι και  
μαριναρισμένες σταφίδες  
Μάραθος σαλάτα με πορτοκάλι και σπόρους γλυκάνισου  
Σισιλιάνικη καπονάτα με μελιτζάνες, κάπαρη και ελιές  
Σαλάτα κόλσλοου με κύμινο και πολύχρωμες πιπεριές  
Βραστό κουνουπίδι, μαρινάτο με ρίγανη  
και σάλτσα αντσούγιας  
Παραδοσιακή χωριάτικη σαλάτα  
Πατατοσαλάτα με αγγουράκια τουρσί και τραγανό μπέικον  
Ποικιλία από σάλτσες συνοδευτικά και μαρινάτες ελιές  
Επιλογή από Ελληνικά και Διεθνή τυριά  
με κράκερ και σέλερυ  
Καλάθι με φρεσκοψημένα ψωμάκια

\*

### **Ζεστά Πιάτα**

Ψητά φιλετάκια κοτόπουλο με σάλτσα από  
κόκκους πράσινου πιπεριού  
Ροδοψημένο μπούτι από γουρουνάκι  
σε φέτες με σάλτσαμανιταριών  
Τηγανιτά φιλετάκια πέρκας με σάλτσα ρεμουλάντ  
Κεφτεδάκια στο φούρνο με ντομάτα και φρέσκο κρεμμυδάκι  
Τορτελίγια φούρνου με τυριά, εστραγκόν  
και κρέμα γάλακτος  
Ψητές πατάτες με θυμάρι και βούτυρο  
Ποικιλία λαχανικών με μυρωδικά στον ατμό

\*

### **Επιδόρπια**

Φρέσκα φρούτα εποχής  
Ποικιλία Ελληνικών γλυκών  
Μίνι κρέμα μπρουλέ  
Εκλέρ σοκολάτας  
Τούρτα αμυγδάλου  
Κέικ με ακτινίδιο και γιαούρτι  
Ψημένη τάρτα Μήλου

Φρέσκος καφές ή ποικιλία τσαγιού

\*\*\*

### **Delos**

#### **Σαλάτες και Ορεκτικά**

Μαριναρισμένος σολομός Νορβηγίας με άνηθο  
Γαριδοσαλάτα με κοκτέιλ σος  
Πατατοσαλάτα τύπου Γερμανίας  
Σαλάτα κοτόπουλο με σάλτσα μουστάρδας 'Dijon'  
Σαλάτα από φαρφάλες με σάλτσα πέστο  
Μαριναρισμέναμανιτάρια σε ξύδι μπαλσάμικο  
Φρέσκιες σαλάτες  
Χωριάτικη σαλάτα  
Πιατέλα με πατέ και τερίνες

Ποικιλία Ελληνικών και διεθνών τυριών  
Κις με μπέικον και κρεμμύδι  
Ποικιλία ψωμιών

\*

### **Ζεστά**

Μοσχαράκι μπεζέ με σάλτσα  
από μανιτάρια και κόκκινο κρασί  
Φιλέτο πέρκας με σκόρδο και σάλτσα ντομάτας  
Αρνάκι γάλακτος με σάλτσα δενδρολίβανου  
Μαριναρισμένο στήθος κοτόπουλου με ούζο  
και σπόρους μάραθου  
Πατάτες γκρατέν με πράσο  
Πένες με λιαστή ντομάτα και κρέμα γάλακτος  
Τηγανιτό ρύζι με λαχανικά  
Μπρόκολο και καρότα βουτύρου

\*

### **Επιδόρπια**

Φρουτοσαλάτα με πράσινο τσάι και βανίλια  
Ποικιλία Ελληνικών γλυκών και σιροπιαστών  
Κέικ Μπλακ Φόρεστ  
Τρίγωνα  
Τάρτα με κρέμα φράουλας  
Τούρτα κρέμας με μέλι  
Τούρτα με τρούφα σοκολάτας  
Ποικιλία από γαλλικά παστάκια  
Τούρτα σοκολάτας με τρούφα

Φρέσκος καφές φίλτρου ή επιλογή από είδη τσαγιού

### **ΠΑΚΕΤΑ ΠΟΤΩΝ:**

Τα Πακέτα Ποτών έχουν δημιουργηθεί ειδικά από το Τμήμα Δεξιώσεων του *Hyatt Regency* Θεσσαλονίκη για ν' ανταποκρίνονται στις απαιτήσεις κάθε διοργανωτή. Τα πακέτα ποτών προσφέρουν τη δυνατότητα απεριόριστης κατανάλωσης με προεπιλεγμένα είδη

αλκοολούχων ποτών ή αναψυκτικών καθ' όλη τη διάρκεια της εκδήλωσής σας. Οι τιμές για Πακέτα Ποτών ξεκινούν από €14.00 κατ' άτομο. Οι τιμές υπόκεινται σε αλλαγές χωρίς προηγούμενη ενημέρωση.

### **Ενδεικτικά Μενού**

#### **Πακέτο Ποτών 1**

##### **Aperitifs**

Ούζο 12

Martini

\*

##### **Μπύρες**

Amstel

Heineken

Μύθος

\*

##### **Κρασιά**

Λευκό

Αθήρι, Τσάνταλης

\*

##### **Ροζέ**

Ξινόμαυρο, Μπαμπατζίμ

\*

##### **Κόκκινο**

Νεμέα, Μπουτάρης

\*

##### **Αναψυκτικά**

Εμφιαλωμένο Νερό

Θέτις 1 lt

\*

**Αναψυκτικά**  
Pepsi Cola, Seven Up, ΗΒΗ Σόδα,  
ΗΒΗ Πορτοκαλάδα, ΗΒΗ Λεμονάδα

\*\*\*

**Beverage Package 2**

**Aperitif**  
Ούζο Πλωμαρίου  
Martini  
Campari

\*

**Μπύρες**  
Amstel  
Heineken  
Μύθος

\*

**Κρασιά**  
Λευκό  
Μοσχοφίλερο, Μπουτάρης

\*

**Ροζέ**  
Ξινόμαυρο, Μπαμπατζίμ

\*

**Κόκκινο**  
Μοσχόμαυρο, Τσάνταλης

\*

**Αναψυκτικά**  
**Εμφιαλωμένο Νερό**  
Θέτις 1 lt

\*

**Αναψυκτικά**  
Pepsi Cola, Seven Up, ΗΒΗ Σόδα,  
ΗΒΗ Πορτοκαλάδα, ΗΒΗ Λεμονάδα

\*\*\*

***REGULAR OPEN BAR:***

**Aperitifs**

Campari

Martini

Ouzo 12

\*

**Spirit**

Johnny Walker Red Label

Gordon's Gin

Smirnoff Vodka

Bacardi Rum

Jim Beam

Jose Cuervo

\*

**Brandy**

Metaxa 5

\*

**Beers**

Amstel

Mythos

Heineken

\*

**Wines**

Λευκό

Αθήρι, Τσάνταλης

\*

### **Ροζέ**

Ξινόμαυρο, Μπαμπατζίμ

\*

### **Κόκκινο**

Νεμέα, Μπουτάρης

\*

### **Sparkling Wines**

Ωδή Πανός, Σπυρόπουλος

\*

### **Soft Drinks & Juices**

Εμφιαλωμένο Νερό

Θέτις 1 lt

\*

### **Αναψυκτικά**

Pepsi Cola, Seven Up, HBH Σόδα,

HBH Orange, HBH Λεμονάδα

\*

### **Χυμοί**

HBH (Πορτοκάλι, Γκρέιπφρουτ, Μήλο)



### ***BUSINESS CENTRE:***

Το *Business Centre* και το Γραφείο Εξυπηρέτησης Πελατών βρίσκονται σε εύκολα προσβάσιμο χώρο, στο *lobby*, δίπλα στο κατάστημα δώρων Ανθομελίδη, και διαθέτουν τις ακόλουθες υπηρεσίες:

- Τηλεφωνικές γραμμές *ISDN*
- Γραμμή για απευθείας σύνδεση με *e-mail* και *Internet*
- Προγράμματα *Microsoft office*
- Netmeeting*
- Εκτυπώσεις
- Ηλεκτρονικός Υπολογιστής υψηλών προδιαγραφών
- Γραμματειακή υποστήριξη (κατόπιν αίτησης)
- Αίθουσα συναντήσεων

Οι ακόλουθες υπηρεσίες παρέχονται από τη Ρεσεψιόν:

- Φωτοτυπίες
- Αποστολή και λήψη *fax*
- Υπηρεσίες ταχυμεταφοράς

Οι τιμές των ανωτέρω υπηρεσιών παρατίθενται παρακάτω. Οι τιμές μπορεί να μεταβληθούν χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση.

**Φωτοτυπίες** (ανά σελίδα) :Από 1 έως 50 σελίδες - €0,18  
Από 50 έως 100 σελίδες - €0,15  
Περισσότερες από 100 σελίδες - €0,12

**Διαφάνειες**:Από 1 έως 20 - €0,21  
Περισσότερες από 20 - €0,18



**Επεξεργασία κειμένου:** Από εσωτερική δακτυλογράφο, διαθέσιμη κατόπιν ειδοποίησης 1 ημέρα πριν: Διόρθωση από 1 έως 10 σελίδες - €7,33

Περισσότερες από 10 σελίδες - €1,46 (ανά σελίδα)

**Αποστολή Fax** (ανά λεπτό) :Περιοχή Θεσσαλονίκης - €1,03

Ελλάδα - €1,32

Ευρώπη - €2,20

Ασία - €7,34

Ηνωμένες Πολιτείες - €3,23

Αυστραλία - €3,23

Η λήψη fax δεν χρεώνεται.

**Επαγγελματικός Χώρος Εργασίας :**Είναι εξοπλισμένος με τα πιο σύγχρονα προγράμματα και μπορεί να χρησιμοποιηθεί ελεύθερα με μόνη χρέωση τη χρήση του εκτυπωτή και του Internet.

Χρήση εκτυπωτή - €0,29 ανά σελίδα Internet - €1,47 για 15 λεπτά

**Άλλες Υπηρεσίες :**Υπηρεσίες Γραμματειακής Υποστήριξης - €21,99 ανά ώρα

Υπηρεσίες Γραμματειακής Υποστήριξης - €73,31 ανά ημέρα

Μεταφράσεις - από συνεργαζόμενη εταιρεία

Ταχυμεταφορά / ταχυδρόμηση - από συνεργαζόμενη εταιρεία

Επιβεβαίωση / κράτηση αεροπορικού εισιτηρίου - χωρίς χρέωση Όλες οι προαναφερόμενες τιμές είναι δυνατόν να μεταβληθούν χωρίς προηγούμενη ειδοποίηση.

### ***ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΞΥΠΗΡΕΤΗΣΗΣ ΠΕΛΑΤΩΝ:***

Το προσωπικό Εξυπηρέτησης Πελατών είναι ο σύνδεσμός σας με το ξενοδοχείο. Παρέχουν υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων και συνολικές υπηρεσίες εξυπηρέτησης στους πελάτες. Βρίσκονται στη διάθεσή σας για να σας βοηθήσουν να κλείσετε ένα τραπέζι για γεύμα ή για δείπνο, να σας οργανώσουν μία ξενάγηση, να σας παραγγείλουν λουλούδια, να σας δώσουν οδηγίες, να κάνουν κρατήσεις σε άλλα ξενοδοχεία και πολλά άλλα. Για περισσότερες πληροφορίες, παρακαλούμε επικοινωνήστε με την κυρία *Σίντυ Μαγαζή*, Υπεύθυνη της Υπηρεσίας Εξυπηρέτησης Πελατών, στο τηλέφωνο: 2310 401277 ή στο 8277 εάν καλείτε εσωτερικά από το ξενοδοχείο.

**ΣΥΝΕΔΡΙΑ & ΕΠΙΣΙΤΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ**  
*του Αλέξη Σωτηρόπουλου, MSc, Καθηγητή στον Εκπαιδευτικό*  
*Όμιλο Le Monde-----ΑΡΘΡΟ-----*

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

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

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

Μία ακόμα αξιοσημείωτη παρατήρηση για τον οργανωτή της εκδήλωσης, αν μετά το γεύμα συνεχίζεται το συνέδριο, είναι να έχει προβλέψει να συνοδεύουν το φαγητό μόνο αναψυκτικά και όχι κρασί ή μπύρες. Είναι σημαντικό γιατί δεν πρέπει στην φυσιολογική χαλάρωση που θα νιώσουν οι σύνεδροι μετά το φαγητό να προστεθεί υπνηλία που πιθανόν θα προκαλέσει το αλκοόλ.

Ένα βασικό στοιχείο που ενισχύει την όλη εικόνα του συνεδρίου είναι η εναλλαγή χώρων στις επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δηλαδή είναι προτιμότερο να διαφέρει ο χώρος του γεύματος από αυτόν του δείπνου. Αν το συνέδριο γίνεται σε ξενοδοχείο το οποίο δεν

προσφέρει ή δεν έχει διαθέσιμο τη συγκεκριμένη ημέρα άλλο εστιατόριο, τότε μπορεί να επιλεγεί ένας χώρος εκτός ξενοδοχείου. Αυτή η αλλαγή παραστάσεων όσο απλή και αν ακούγεται, είναι ουσιώδης και συμβάλλει αποφασιστικά στην ενίσχυση της θετικής εικόνας της εκδήλωσης.

Συμπερασματικά οι οργανωτές συνεδρίων θα πρέπει να εστιάζουν την προσοχή τους όχι μόνο στην άρτια συνεδριακή υποδομή (αίθουσες, οπτικοακουστικός εξοπλισμός κλπ) αλλά και σε ένα άλλο παράγοντα που είναι ο τομέας των επισιτιστικών εκδηλώσεων.

Αναμφίβολα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συνεδρίου, επομένως χρήζει ιδιαίτερης προσοχής από την πλευρά του οργανωτή, η επιλογή των φαγητών/ ποτών αλλά και των χώρων που θα πραγματοποιηθούν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι συνέδριο δεν σημαίνει μόνο εργασία αλλά αποτελεί συνδυασμό εργασίας, ψυχαγωγίας και διασκέδασης.

**(Ιανουάριος 2004)**

## ΣΥΝΕΔΡΙΑ & ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΣΤΟ HYATT REGENCY THESSALONIKI

### **BREAKFAST:**

#### **Continental Sunrise**

Πορτοκάλι, Γκρέιπφρουτ, Ντομάτα & Χυμός Μήλου.  
Φρούτα Εποχής κομμένα σε φέτες.

\*\*\*

Πρωινό καλάθι με φρεσκοψημένα κρουασάν, μάφιν, Δανέζικα γλυκίσματα  
και κουλούρια.

Ρολάκια ολικής άλεσης και Τοστ.

Βούτυρο, Μαργαρίνη, Μαρμελάδα και Μέλι.

\*\*\*

Επιλογή Ελληνικών τυριών.

Ποικιλία κρύων κρεατικών σε φέτες.

\*\*\*

Γιαούρτι στραγγιστό.

Γιαουρτάκια με φρούτα.

Ποικιλία Δημητριακών.

Πλήρες και άπαχο φρέσκο γάλα.

\*\*\*

Φρέσκος καφές φίλτρου & Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

15,50 ευρώ το άτομο κατ' άτομο με 9%Φ.Π.Α.

#### **American Breakfast**

Πορτοκάλι, Γκρέιπφρουτ, Ντομάτα & Χυμός Μήλου.  
Φρούτα Εποχής Κομμένα σε φέτες.

Κομπόστες φρούτων.

\*\*\*

Πρωινό καλάθι με φρεσκοψημένα κρουασάν, μάφιν, Δανέζικα γλυκίσματα,  
κουλούρια, μπρέτζελς και παραδοσιακό Ελβετικό Ψωμί.

Ρολάκια ολικής αλέσεως και Τοστ.

Βούτυρο, Μαργαρίνη, Μαρμελάδα και Μέλι.

\*\*\*

Επιλογή Ελληνικών και Διεθνών Τυριών.

Ποικιλία λεπτοκομμένων αλλαντικών.

Γιαούρτι Στραγγιστό.

Γιαουρτάκια με φρούτα.

Ποικιλία Δημητριακών.

Πλήρες και Άπαχο φρέσκο γάλα.

**-----Ζωντανή Παρουσίαση-----**

*Ποικιλία αυγών της αρεσκείας σας, τηγανιτά ή ομελέτα.*

\*\*\*

*Αυγά σκράμπλ με Σολωμό και σχοινόπρασο.*

*Ψητά μπέικον και λουκανικάκια.*

*Ντομάτες σχάρας.*

*Μανιτάρια πλευρότους σωτέ.*

*Τάρτες από πατάτα και τυρί.*

*Τηγανίτες με σιρόπι σφένδαμου και σάλτσα σοκολάτας.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς Ποικιλίες τσαγιού.*

23,00 ευρώ το άτομο κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

**MORNING COFFEE BREAKS:**

**Φολέγανδρος**

*Φρέσκος καφές Φίλτρου, Nescafe.*

*Διεθνείς Ποικιλίες Τσαγιού.*

*Εμφιαλωμένο Νερό.*

\*\*\*

4.50 ευρώ. το άτομο.

**Τήνος**

*Φρέσκος καφές Φίλτρου, Nescafe.*

*Διεθνείς Ποικιλίες Τσαγιού.*

*Ποικιλία τραγανών μπισκότων.*

*Εμφιαλωμένο Νερό.*

\*\*\*

5,50 ευρώ το άτομο.

**Κως**

*Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.*

*Διεθνείς Ποικιλίες Τσαγιού.*

*Ποικιλία τραγανών μπισκότων και κέικ.*

*Πορτοκάλι, γκρειπφρουτ και χυμός σταφύλι.*

*Εμφιαλωμένο Νερό.*

\*\*\*

7,00 ευρώ το άτομο.

### **Κρήτη**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.

Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

Ποικιλία τραγανών μπισκότων, Δανέζικα αμυγδάλου και φρεσκοψημένη μηλόπιτα.

Φρεσκοψημένη μπαγκέτα με ζαμπόν, μανούρι και λαχανικά.

Πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και χυμός σταφύλι.

Εμφιαλωμένο Νερό.

\*\*\*

8,00 ευρώ το άτομο.

### **Τος**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Ελληνικός Καφές, Nescafe.

Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

Φρεσκοψημένη μπουγάτσα με κρέμα βανίλιας, άχνη και κανέλα.

Γλυκιά κολοκυθόπιτα με τραγανό παραδοσιακό φύλλο.

Χωριάτικη τυρόπιτα και ροδοψημένη σπανακόπιτα.

Πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και χυμός σταφύλι.

Εμφιαλωμένο Νερό.

\*\*\*

9,00 ευρώ το άτομο.

### **AFTERNOON COFFEE BREAKS:**

#### **Πάρος**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.

Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού και κρύο τσάι με λεμόνι..

Ποικιλία τραγανών μπισκότων.

Χωριάτικη τυρόπιτα και ροδοψημένη σπανακόπιτα.

Ποικιλία από μικρά σάντουιτς.

Φρέσκα φρούτα εποχής σε φέτες.

Χυμός πορτοκάλι και γκρέιπφρουτ.

Εμφιαλωμένο Νερό.

\*\*\*

11,50 ευρώ το άτομο.

#### **Κύθηρα**

Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.

Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

Ποικιλία τραγανών μπισκότων.

Μηλοπιτάκια, Κίς Λορέν, Ταρτελέτες φρούτων.

Λιχουδιές με πικραμύγδαλο και marzipan.

Χυμός πορτοκαλιού και Γκρέιπφρουτ.

*Φρέσκια λεμονάδα, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό.*

*\*\*\**

*10,00 ευρώ το άτομο.*

### ***Εύβοια***

*Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.*

*Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

*Ποικιλία τραγανών μπισκότων και επιλογή από κέικ.*

*Κις με σπανάκι και Σολωμό.*

*Σάντουιτς με Κυπριακή Πίτα και πικάντικη σαλάτα τόνου.*

*Ντιπ αβοκάντο με τραγανά τσιπς καλαμποκιού.*

*Ρολάκια με ψητό κοτόπουλο και λιαστή ντομάτα.*

*Χυμός ποροκαλιού και γκρέιπφρουτ.*

*Φρέσκια λεμονάδα, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό.*

*\*\*\**

*13,00 ευρώ το άτομο.*

### ***Αμουλιανή***

*Φρέσκος καφές φίλτρου, Nescafe.*

*Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

*Ποικιλία τραγανών μπισκότων και επιλογή από κέικ.*

*Τυλιχτές λιχουδιές με κρέμα τυριού και καπνιστό Σολωμό.*

*Σάντουιτς με Κυπριακή Πίτα και πικάντικη σαλάτα κοτόπουλο.*

*Ανοιξιάτικα τραγανά ρολά λαχανικών με γλυκόξινη σάλτσα.*

*Τυρόπιτα και Σπανακόπιτα.*

*Λιχουδιές με πικραμύγδαλο και marzipan.*

*Τρίγωνα βανίλιας και σοκολάτας.*

*Φρέσκα φρούτα εποχής.*

*Πορτοκάλι, γκρέιπφρουτ και χυμός μήλου.*

*Φρέσκια λεμονάδα, αναψυκτικά και εμφιαλωμένο νερό.*

*\*\*\**

*21,00 ευρώ το άτομο.*

### ***SPECIAL COFFEE BREAKS:***

#### ***Health Shop***

*Ποικιλίες Τσαγιού και Αφεψήματα.*

*Ζεστή και κρύα σοκολάτα με αρώματα μπαχαρικών.*

*Φρέσκια λεμονάδα και κρύο τσάι με λεμόνι.*

*Punch μήλου, καρότου και σταφυλιού.*

*Εμφιαλωμένο νερό Evian, Perrier και Ιόλη.*

*Ποικιλία από γιαουρτάκια.*

*Κέικ από καρότο και καρύδια.*

Φρεσκοκομμένα φρούτα εποχής.

*Bircher muesli* με σταφίδες και άγρια φρούτα του δάσους.

*Crudites* φρέσκων λαχανικών με ντιπ γιαουρτιού.

\*\*\*

12,00 ευρώ το άτομο.

### **Coffee & Chocolate**

Φρέσκος καφές φίλτρου, *Nescafe* και Φραπέ.

Ελληνικός καφές στη χόβολη.

Κρύα σοκολάτα.

Εμφιαλωμένο νερό.

Μπράουνι με καρύδια.

Τυραμισού με γεύση εσπρέσσο.

Ζεστά γλυκίσματα σοκολάτας *moelleux* με τραγανές νιφάδες ρυζιού.

Μικρά παστάκια σοκολάτας *Valrhona*.

Αποξηραμένα βερίκοκα με ντιπ λευκής σοκολάτας και φιστίκια με δαμάσκηνα τυλιγμένα με κακάο.

Γλυκίσματα από σοκολάτα και βατόμουρο.

\*\*\*

12,00 ευρώ το άτομο.

### **Apple Time.**

Φρέσκος καφές φίλτρου, *Nescafe*, τσάι μήλου.

Ποικιλία από χυμούς μήλου.

Εμφιαλωμένο νερό.

*Vermont* πιτάκια μήλου με σταφίδες και κανέλα.

Τηγανιτά μήλα με μέλι και καρύδια.

Ψητά μήλα με κόκκινο κρασί και κανέλα.

Μηλοπιτάκια με σταφίδες και αμύγδαλα.

Μαρμελάδα μήλου με ψητές φέτες μπριός.

Επιλογή από είδη μήλων.

\*\*\*

12,00 ευρώ το άτομο.



## **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ COFFEE BREAK**

§ Φ.Π.Α  
9%

- Κρουασάν σοκολάτας, κρουασάν βουτύρου.  
2,00 ευρώ.
- Ποικιλία από γιαουρτάκια και 3 είδη δημητριακών.  
3,00
- Τυρόπιτα και σπανακόπιτα.  
3,00
- Μπουγάτσα και μηλόπιτα.  
3,00
- Φρέσκα φρούτα σε φέτες και μπράουνι.  
3,00
- Πανακότα και μάφιν από πιστάτσιο.  
4,00
- Ταρταλέτες φρούτων, εκλαίρ και ρολάκια λεμονιού.  
4,00
- Μαρινάτες ελιές, Προσούτο, ντομάτα και τραγανά ψωμάκια τσιαπάτα. 5,00
- Πιατέλα τυριών με κράκερ και σταφύλια.  
5,00
- Μικρά σάντουιτς (3 ανά άτομο)  
5,00
- Καλιφορνέζικα ρολάκια ρυζιού, καπνιστός σολομός και λαχανικών.  
6,00
- Ρολάκια από ζαμπόν και τυρί μπρί, τортίγια με κοτόπουλο και ρόκα.  
6,00
- Τραγανά σπρινγκ ρολς με γλυκόξινη σάλτσα και crudités λαχανικών.  
6,00
- Κοτόπουλο με σουσάμι, guacamole και τραγανές γλυκοπατάτες.  
6,00

---Όλες οι τιμές είναι ανά άτομο---



## **BUFFET:**

### **Ερατώ**

#### **Σαλάτες και ορεκτικά.**

*Μαρινάτος σολομός Νορβηγίας και ποικιλία από καπνιστά θαλασσινά, συνοδευόμενα από κάπαρη, ντρέσινγκ αγριορέπανου και χαβιάρι πέστροφας. (σερβίρονται σε τραπέζι με ειδική περιστρεφόμενη βάση).  
Σαλάτα από τρυφερά φύλλα ρόκας, με τριμμένο ανθότυρο ανθότυρο και λιαστή ντομάτα.*

*Βραστά χόρτα Μακεδονίας με παρθένο ελαιόλαδο και λεμόνι.*

*Αραβική σαλάτα με ψητές μελιτζάνες, ρεβίθια και ταχίνι.*

*Τριμμένα καρότα και λεπτοκομμένες πιπεριές με ντρέσινγκ από λάιμ και κολιάνδρο.*

*Καπνιστά φιλετάκια αγριόπαπιας με τρυφερά κρεμμυδάκια σε κρασί και ζύδι μπαλσάμικο.*

*Παραδοσιακή χωριάτικη σαλάτα με φέτα και ελιές Καλαμάτας.*

*Σαλάτα ζυμαρικών με πάστα κάρυ και βασιλικό.*

*Ποικιλία από κρύες σάλτσες καρυκείμενα και ελιές μαρινάτες.*

*Μπουφές με ποικιλία Ελληνικών και Διεθνών τυριών, συνοδευόμενα με σταφύλια και σέλερυ.*

*Επιλογή από φρεσκοψημένα ψωμάκια και κριτσίνια.*

#### **Ζεστά Εδέσματα.**

#### **-----Ζωντανή παρουσίαση ζυμαρικών-----**

*Επιλογή από Τορτελίνι, Λιγγκουίνι, και Φαρφάλες με συνοδευτικά είδη καρυκείμενα και σάλτσες: Πέστο βασιλικού, Σισιλιάνα και Μπολονέζ.  
Γαλοπούλα Μιλανέζα με σάλτσα λεμονιού.*

*Ψητό χοιρινό με σάλτσα από μανιτάρια και κρέμα γάλακτος.*

*Μπακαλιάρος στο φούρνο με σάλτσα ντομάτας, πιπεριές και πράσινες ελιές.*

Κεφτεδάκια ψημένα στη σχάρα με σάλτσα ντομάτα μαϊντανό και τηγανιτά κρεμμύδια.

Πατάτες σαντιγί με λαχανικά και φρέσκα μυρωδικά.

Ποικιλία λαχανικών με αρωματικά βότανα.

### **Επιδόρπια**

Ποικιλία από φρέσκα φρούτα εποχής σε φέτες.

Ελληνικά γλυκά με φύλλο και ρεβανί.

Μούς σοκολάτας με βατόμουρα.

Εκλεράκια μόκας και χιονόμπαλες.

Αφράτη τάρτα με κρέμα λεμονιού και καρύδας.

Ταρταλέτες με ψημένους ξηρούς καρπούς και γιαούρτι.

Καφές φίλτρου ή Διεθνή ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

34,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

37,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

ελάχιστος αριθμός ατόμων 60.

### **Κλειώ.**

#### **Σαλάτες και ορεκτικά**

#### **-----Ζωντανή παρουσίαση-----**

Καπνιστός σολομός Νορβηγίας.

Graved lax, πιπεράτος σολομός.

Σερβίρονται με μπλίνις, καρυκεύματα και συνοδευτικά είδη.

\*\*\*

Γαρίδες κοκτέιλ με πράσινο μήλο και άνηθο.

Ισπανικό χοιρινό Lomo και σαλάμι Chorizo με μπουκέτο λαχανικών και κρεμμυδάκια μπαλσάμικο.

Ιταλική ρόδα Grana Padano με κομμάτια παρμεζάνας.

Παραδοσιακή χωριάτικη σαλάτα.

Σαλάτα ζυμαρικών με ψιλοκομμένη ντομάτα και ρίγανη.

Σαλάτα σπανάκι με γιαούρτι και λεμόνι.

Νιφάδες τόνου με βραστές πατάτες, λεπτοκομμένα κρεμμύδια και ελιές θρούμπες.

Ποικιλία ελληνικών τυριών.

Επιλογή από φρεσκοψημένα ψωμάκια και κριτσίνια.

### **Ζεστά εδέσματα.**

Φιλετάκια γλώσσας τυλιγμένα με λαχανικά ζουλιέν και σάλτσα βουτύρου αρωματισμένη με σχοινόπρασο.

Χοιρινό τηγανιτό με σάλτσα κάρυ Madras, μήλα και σταφίδες.

Ψητό μπούτι αρνάκι με φέτα και αγκινάρες.

Σιγοψημένο μοσχαράκι νουά, με σάλτσα από γλυκά κρεμμύδια και δενδρολίβανο.

Πατάτες ογκρατέν με μοσχοκάρυδο και μανιτάρια πορτσίνι.

Ποικιλία λαχανικών εποχής.

\*\*\*

### **Επιδόρπια**

Παραδοσιακή καρυδόπιτα.

Επιλογή Λιβανέζικων γλυκισμάτων.

Σύνθεση του ζαχαροπλάστη με μικρές Γαλλικές σπεσιαλιτέ.

Δροσερό γλύκισμα με γάλα, και σάλτσα σοκολάτας με μπαχαρικά.

Αφράτη τάρτα με κρέμα λεμόνι και ινδοκάρυδο.

Σφηνάκια με μαριναρισμένα φρούτα εποχής.

Σοκολατένιο γλύκισμα Moelleux, με ψίχα καρυδιού και σάλτσα με κύμινο και караμέλα.

\*\*\*

καφές φίλτρου ή Διεθνή ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

36,50 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

40,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

Ελάχιστος αριθμός ατόμων 60.

### **Μήδεια**

#### **Σαλάτες και ορεκτικά**

#### **-----Ζωντανή παρουσίαση-----**

Καπουτσίνο με αστακό και γαρίδες.

Σαλάτα κοτόπουλο με μουστάρδα Dijon και λεπτοκομμένα φύλλα εστραγκόν.

Σαλάτα μαριναρισμένων μανιταριών με ξύδι μπαλσάμικο.

Μπουφές με επιλογή από φρέσκιες σαλάτες, τουρσί, ντρέσινγκ και συνοδευτικά είδη.

Ντομάτα, Mesclun λαχανικών και ροδοψημένοι ηλιόσποροι.

Ποικιλία από πατέ και Ιταλικό σαλάμι με σπόρους μάραθου.

Μπουφέ με Ελληνικά και Διεθνή τυριά, με κράκερ, σέλερυ, καρύδια και σταφύλια.

Επιλογή από φρεσκοψημένα ψωμάκια και κριτσίνια.

\*\*\*

-----Ζωντανή παρουσίαση από τον Chef-----  
*Ψητό αρνάκι μπούτι με σάλτσα μυρωδικών Provençal.*

### **Ζεστά Εδέσματα**

*Μοσχαρακι Βουργουνδίας με σάλτσα μανιταριών, bacon και κόκκινο κρασί.*

*Φιλετάκια μπακαλιάρου confit με ελαιόλαδο, τσιπς σκόρδου και ψητές πράσινες πιπεριές.*

*Κοτόπουλο φιλέτο μαρινάτο με σπόρους μάραθου και λευκή σάλτσα ούζου.*

*Πατάτες ογκρατέν με τριμμένη σελινόριζα και μοσχοκάρυδο.*

*Πένες με κρέμα λιαστής ντομάτας.*

*Ασιατικό τηγανιτό ρύζι με λαχανικά και σησαμέλαιο.*

*Ψητές ντομάτες και μελιτζάνες στο φούρνο.*

### **Επιδόρπια**

*Φρουτοσαλάτα αρωματισμένη με ανθούς πορτοκαλιού.*

*Ποικιλία Λιβανέζικων σιροπιαστών με φύλλο κρούστας.*

*Παστάκια με κρέμα σοκολάτας και φουντούκι.*

*Ταρτελέτες με κρέμα λεμόνι.*

*Μους φράουλας και ακτινίδιο.*

*Διπλό κέικ με τρούφα σοκολάτας.*

*Κρέμα βανίλιας με μάραθο και σάλτσα από φιστίκια Αιγίνης.*

\*\*\*

*καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

39,50 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

43,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

ελάχιστος αριθμός ατόμων 60.

### **LIGHT BUFFET:**

#### **Τροία**

*Παραδοσιακή χωριάτικη σαλάτα.*

*Πράσινη σαλάτα με φρεσκοκομμένο μαϊντανό, αρωματική μέντα και πλιγούρι.*

*Σαλάτα με τηγανιτές μελιτζάνες σε κύβους, ψιλοκομμένα κρεμμυδάκια και φέτα.*

*Σαλάτα Νισουάζ σε Lazy Susan.*

*Καλάθι ανάμεικτων λαχανικών με φρέσκα μυρωδικά.*

Σαλάτα με καρότα τριμμένα και πιπεριές, φρέσκο χυμό λάιμ και φρεσκοτριμμένο κολιάνδρο.

Βραστή σαλάτα από κολοκυθάκια.

Πιατέλα τυριών με κράκερ και καρύδια.

Λεπτοκομμένες φέτες από Ιταλικό σαλάμι, μορταδέλα και bresaola.

Ποικιλία από ντρέσινγκ, συνοδευτικά και ελιές μαρινάτες.

Φρεσκοψημένα ψωμάκια και κριτσίνια.

\*\*\*

κοτόπουλο φιλέτο με ούζο και μάραθο.

Ψητά φιλετάκια πέρκας με κάπαρη και λαδολέμονο.

Κεφτεδάκια με σάλτσα από πιπεριές και κύμινο.

Ψητές πατάτες με φρέσκα φύλλα εστραγκόν και σπόρους μουστάρδας.

Μεσογειακά λαχανικά σοτέ.

Λαζάνια με σπανάκι, μανιτάρια και φρέσκο τυρί.

\*\*\*

φρουτοσαλάτα εποχής με φρέσκα φύλλα μέντας.

Μηλόπιτα με αποξηραμένα δαμάσκηνα και κανέλλα.

Εκλέρ μόκας.

Ποικιλία Ελληνικών γλυκών.

Ρολάκια με δροσιστική κρέμα λεμονιού.

\*\*\*

καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

29,00 ευρώ το άτομο με 9% Φ.Π.Α.

31,50 ευρώ το άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

ελάχιστος αριθμός 50 άτομα.

### **Μοκίνες**

Δροσερά φύλλα ρόκας, με ψητό μανούρι και μαριναρισμένες σταφίδες.

Φρέσκια μοτσαρέλα με ντομάτα, βασιλικό και ελαιόλαδο.

Ντολμαδάκια με γιαούρτι και ντρέσσιγκ λεμονιού.

Πικάντικες ψιλοκομμένες μελιτζάνες με ντομάτα και μπαχαρικά.

Παραδοσιακό ντιπ φέτας.

Σαλάτα του Καίσαρα σε Lazy Susan.

Σαλάτα από ψητές κόκκινες πιπεριές με φρέσκα μυρωδικά και ελιές.

Βρασμένα καρότα σαλάτα με ελαιόλαδο, λεμόνι και μπαχαρικά.

Κρητικός Τάκος με τριμμένη ντομάτα, φέτα και παρθένο ελαιόλαδο.

Πατατοσαλάτα με αγγουράκια τουρσί, μαγιονέζα και ψιλοκομμένο μπέικον.

Ποικιλία Ελληνικών τυριών με σταφύλια, σέλερυ και κριτσίνια.

Φρεσκοψημένο Κις, με καπνιστό σολομό και άνηθο.

Ποικιλία από ντρέσινγκ, συνοδευτικά και ελιές μαρινάτες.

**-----Ζωντανή παρουσίαση από τον Chef-----**

Ψητό χοιρινό Virginia με γαρύφαλλα και σάλτσα από κρασί Πόρτο.  
Τρυφερά φιλετάκια σολομού μαριναρισμένα με σπόρους μουστάρδας και αρωματικά φύλλα σπανάκι σοτέ.

Τρυφερό μπούτι κοτόπουλο ψημένο στη σχάρα μεμανιτάρια πλευρώτους και ροδοψημένο κουκουνάρι.

Ζυμαρικά γκαργκανέλι με σάλτσα μπολονέζ και τριμμένη παρμεζάνα.

Πατάτες σοτέ κομμένες σε φέτες με κρεμμύδι και δενδρολίβανο.

Ανάμεικτα ψητά λαχανικά στον φούρνο με φρέσκια ντομάτα, αρωματικά και παρθένο ελαιόλαδο.

\*\*\*

Φρέσκα φρούτα εποχής.

Κρέμα βανίλιας με βατόμουρα.

Διπλό κέικ με γεύση σοκολάτα και βατόμουρο.

Ρυζόγαλο με γεύση πορτοκάλι και τριμμένη κανέλλα.

Απολαυστικό γλύκισμα μπαμπά με κρέμα και φρεσκοκομμένα φρούτα.

Μηλόπιτα σε τραγανό φύλλο κρούστας με Calvados, σταφίδες και καρύδια.

\*\*\*

καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

31,00 ευρώ κατ' άτομο 9% Φ.Π.Α.

33,50 ευρώ κατ' άτομο 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

ελάχιστος αριθμός ατόμων 50.

**CONTINENTAL BARBECUE:**

**Σαλάτες και Ορεκτικά**

Τοπική χωριάτικη σαλάτα με ρόκα και ελιές Χαλκιδικής.

Ψητή μελιτζάνα με ντομάτα, φέτα και ρίγανη.

Τραγανό αγγουράκι με γιαούρτι και δυόσμο.

Ψητό μανούρι με ντομάτα, κάπαρη και παρθένο ελαιόλαδο.

Σαλάτα φάβα με κύμινο και κολιάνδρο.

Βραστά λαχανικά με λεμόνι και άνηθο.

Χταπόδι με ζύδι και πιπεριές.

Τηγανιτές μελιτζάνες, κολοκυθάκια και πιπεριές με λαδόξιδο και μαϊντανό.

Ποικιλία παστών ψαριών.

Παραδοσιακή κρεατόπιτα με γιαούρτι.

Ανάμεικτα λαχανικά με κατσικίσιο τυρί.

Χοιρινό απάκι σε ελαιόλαδο με πίκλες και λιαστή ντομάτα.

Ποικιλία από τουρσιά και ελιές μαρινάτες.

### **Ζεστά πιάτα σχάρας**

Μαριναρισμένα παιδάκια με σκόρδο και δενδρολίβανο.

Χοιρινό σουβλάκι με λεμόνι και ρίγανη.

Κοτόπουλο γύρος, με πίτες, λαχανικά και σάλτσες.

Πικάντικα μπιφτέκια με κρεμμύδι και μυρωδικά.

Τηγανιτές μαρίδες και καλαμαράκια.

Γαρίδες σαγανάκι με ούζο και ντομάτα.

Ποικιλία από σάλτσες και μουστάρδες.

Πατάτες φούρνου λεμονάτες με ρίγανη και παρθένο ελαιόλαδο.

Ψητό καλαμπόκι στη σχάρα με βούτυρο και τριμμένο αλάτι.

### **Επιδόρπια**

Φρέσκα φρούτα εποχής σε φέτες.

Ποικιλία Ελληνικών γλυκών.

Ρυζόγαλο με βανίλια και κανέλλα.

Φρεσκοψημένη μηλόπιτα με δαμάσκηνα.

\*\*\*

### **-----Ζωντανή παρουσίαση από τον Chef-----**

Επιλογή διαφόρων παγωτών με τόπινγκ και συνοδευτικά.

\*\*\*

Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

43,50 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

47,50 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

ελάχιστος αριθμός ατόμων 60.

### **TEXAS BARBECUE:**

#### **Σαλάτες και Ορεκτικά**

Καρδιές μαρουλιού με ντρέσινγκ αντσούγιας και κρουτόν παρμεζάνας.

Πατατοσαλάτα με καπνιστό αγγουράκι και αγγουράκι τουρσί.

Σαλάτα με κόκκινα φασόλια.

Καπνιστός σολομός με ρόκα.

Τριμμένο καρότο και πιπεριά με μαγιονέζα.

Ψιλοκομμένο αγγουράκι με άνηθο και χυμό λεμονιού.

Σαλάτα κρύων ζυμαρικών με κάρυ και ρίγανη.

Σαλάτα κηπουρού.

Σαλάτα από φιλέτο γαλοπούλας με κόκκους μουστάρδας.

Ποικιλία από σάλτσες, ντρέσινγκ, μουστάρδες και ελιές.



Σαλάτα με ντομάτα, πιπεριά, άσπρο και κόκκινο λάχανο, φρέσκο καλαμπόκι και τριμμένο καρότο.

### **Ζεστά πιάτα σχάρας**

Χοιρινά παιδάκια με σάλτσα μπάρμπεκιου.

Μοσχαρίσια μπιφτέκια με μουστάρδα και τσάτνει μήλου.

Διπλά παιδάκια με μουστάρδα και δενδρολίβανο.

Τρυφερά κομμάτια κοτόπουλου με κάρυ και κολιάνδρο.

Ψητά φιλέτα πέρκας με πιπεριά και κρεμμύδι.

Φιλέτο φαγκρί ψημένο με λάιμ και τσίλι.

Πιπεράτα μενταγιόν ξιφία με φρέσκα μυρωδικά.

Ψητές πατάτες με τυριά μπέικον και κρέμα γιαουρτιού.

Φασόλια φούρνου με γεύση μπάρμπεκιου.

Καλαμπόκι σχάρας με λεμόνι και αλάτι.

\*\*\*

### **-----Ζωντανή παρουσίαση από τον Chef μας-----**

Φρέσκο χοιρινό μπούτι Virginia, με μουστάρδα, μέλι και κύμινο.

Ψητό αρνάκι φούρνου με σκελίδες σκόρδου.

Γαλλικές μουστάρδες, κέτσαπ και σος μπάρμπεκιου.

### **Επιδόρπια**

Μεσογειακά και τροπικά φρούτα σε σουβλάκι.

Τάρτα λεμονιού με μαρέγκα.

Τάρτα καρύδας και ανανά.

Τραγανά κριτσίνια κανέλλας.

Κρέμα βανίλιας με τραγανή φλορεντίνα.

Τάρτα Pecan.

Μπράουνις με σαντιγί.

Τηγανιτή μπανάνα τυλιχτή σε τορτίγιας και κομμάτια σοκολάτας.

Επιλογή διαφόρων παγωτών με σος και συνοδευτικά.

\*\*\*

Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.

\*\*\*

53,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

58,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

ελάχιστος αριθμός 100 άτομα.

## **SPECIAL COCKTAIL EVENTS:**

### **Πλειάδες**

#### ***Ζεστά Ορεκτικά***

*Τηγανιτά κεφτεδάκια από κοτόπουλο.  
Σεφταλιά με Κυπριακή πίτα και συνοδευτικά.  
Μπαγκέτα Μαργαρίτα με ντομάτα και βασιλικό.  
Ροδοψημένα σπανακοτυροπιτάκια με τραγανό φύλλο κρούστας.*

#### ***Καναπεδάκια***

*Κρύα σούπα ντομάτας με κύμινο και κολιάνδρο.  
Δροσιστικό ντιπ αβοκάντο με καραβίδες.  
Εκλεράκια με ντομάτα και κατσίκισιο τυρί.  
Ταρτελέτες με σαλάτα από ψητά κολοκυθάκια και φέτα.*

#### ***Κοκτέιλ Σνακ***

*Πικάντικα τηγανιτά ζυμαρικά.  
Ελιές μαρινάτες.  
Ποικιλία ξηρών καρπών.*

#### ***Γλυκές Λιχουδιές.***

*Σφηνάκια με φρουτοσαλάτα εποχής.  
Ποικιλία Ελληνικών γλυκών και λουκούμια.  
Ιταλική κρέμα ακτινίδιο*

\*\*\*

16,50 κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

18 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*μέγιστος χρόνος 2 ώρες

### **Νηρέας**

#### ***Ζεστά Ορεκτικά***

*Μαριναρισμένο κοτόπουλο σουβλάκι.  
Αρωματικές τυροκροκέτες με φέτα και μυρωδικά.  
Κυπριακή σεφταλιά ψημένη στη σχάρα με λεμόνι και ρίγανη.  
Ατομικά Κις Λορέν με κρεμμύδι και πράσο.  
Καλαμαράκια τεμπούρα με σάλτσα τσίλι.*

#### ***Καναπεδάκια***

*Ταρτελέτες με γαρίδες και μαρμελάδα από κρεμμύδι και πιπεριές.  
Τυλιχτές λιχουδιές με ζαμπόν Γαλλίας και τυρί μπρι.  
Μπρεζαόλα με ελιά.*

*Ταρτελέτες με σάλτσα καπνιστών ψαριών.*

**Κοκτέιλ Σνακ**

*Πικάντικα τηγανιτά ζυμαρικά.*

*Ελιές μαρινάτες.*

*Ποικιλία ξηρών καρπών.*

*Ντιπ από αγγουράκι, γιαούρτι και μέντα.*

**Γλυκές Λιχουδιές**

*Φρουτοσαλάτα εποχής.*

*Ρολάκια με λάιμ και γιαούρτι.*

*Τιραμισού με άρωμα καφέ.*

*Σφηνάκια βερίκοκο και αμύγδαλο.*

\*\*\*

19,50 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

21,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

\*\*\*

μέγιστος χρόνος 2 ώρες.

**Αμφιτρίτη**

**Ζεστά Ορεκτικά**

*Μικρά καλαμαράκια τεμπύρα, με σάλτσα ρεμουλάντ και πιπέρι καγιέν.*

*Τραχανά ρολάκια λαχανικών με ντιπ 5 μπαχαρικών.*

*Μπαγκέτα Πάρμας με προσούτο, μοτσαρέλα και παρμεζάνα.*

*Κις με ζαμπόν και τυρί.*

*Πικάντικες φτερούγες κοτόπουλου με σάλτσα teriyaki.*

**Κρύα Ορεκτικά**

*Σουβλάκι κόκκινης πιπεριάς με ψιλοκομμένες μαύρες ελιές και μαϊντανό.*

*Τορτίγια με καπνιστή γαλοπούλα και φρέσκια κρέμα τυριού.*

*Ταρτελέτες με καπνιστό σολομό, κρέμα Φιλαδέλφεια και άνηθο.*

*Πιατέλα Διεθνών τυριών.*

**Καναπεδάκια**

*Σολομός μαρινάτος με άνηθο και σάλτσα από μουστάρδα, μέλι και λεμόνι.*

*Ταρτελέτες με πικάντικο τυρί, ψημένο κουκουνάρι και ελιές.*

*Ταρτελέτες με αβοκάντο και πικάντικες γαρίδες.*

**Κοκτέιλ Σνακ**

*Cruditésés λαχανικών εποχής με ντιπ κάπαρης και αντσούγιας.*

*Ελιές μαρινάτες.*

*Πικάντικα τηγανιτά ζυμαρικά.*

**Γλυκές Λιχουδιές**

*Επιλογή από Γαλλικά παστάκια.*

*Ταρτελέτες φρούτων με κρέμα βανίλιας.*

*Σοκολάτα Valrhona με μαριναρισμένες σταφίδες.*

\*\*\*

21,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

23,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

μέγιστος χρόνος 2 ώρες.

**Περσέας**

**Ζεστά Ορεκτικά**

*Σουβλάκια με λεμόνι και ρίγανη.*

*Παραδοσιακή τυρόπιτα και Σπανακόπιτα.*

*Κεφτεδάκια σχάρας.*

*Κολοκυθοκεφτέδες με ντιπ γιαουρτιού.*

*Τηγανιτές μαρίδες.*

**Κρύα Ορεκτικά**

*Ντολμαδάκια με ρύζι και άνηθο.*

*Χταπόδι μαρινάτο με ζύδι και ελαιόλαδο.*

*Πικάντικο χοιρινό Κρήτης με ελαιόλαδο.*

*Ποικιλία Ελληνικών παραδοσιακών τυριών.*

**Καναπεδάκια**

*Μελιτζανοσαλάτα σε τραγανές ταρτελέτες με ελιά.*

*Χωριάτικη πατατοσαλάτα.*

*Αντσούγιες με ρόκα και ελιές.*

*Χτυπητή Μακεδονίας με τραγανό ελαιόψωμο.*

**Κοκτέιλ Σνακ**

*Επιλογή Ελληνικών ελιών.*

*Ξηροί καρποί.*

*Πίκλες.*

**Γλυκές λιχουδιές**

*Ποικιλία Ελληνικών γλυκών.*

*Χαλβάς σιμιγδαλένιος με αμύγδαλα.*

*Φρέσκα φρούτα.*

*Λουκούμια*

\*\*\*

23,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

25,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

μέγιστος χρόνος 2 ώρες.

### Τρίτων

#### **Ζεστά Ορεκτικά**

Τηγανιτά φιλετάκια κοτόπουλο με σόγια και μαύρο σουσάμι.  
Κρεμμυδόσουπα καπουτσίνο με Γαλλικό τυρί Brie και θυμάρι.  
Ψητό χοιρινό μπούτι Virginia με σάλτσα από κρασί Πόρτο.  
Μίνι Κις Λορέν με καπνιστό σολομό και άνηθο.

#### **Κρύα Ορεκτικά**

Γιαπωνέζικα ρολά με σολομό και μανούρι.  
Καλιφορνέζικα ρολά ρυζιού.  
Λεπτοκομμένο Ισπανικό χοιρινό San Daniel, τυλιγμένο σε σουσαμένιο κριτσίνι.  
Μοτσαρέλα Bocconchini με ντοματάκια κοκτέιλ και ελιές Καλαμών.  
Κρητικός ντάκος με ντομάτα και φέτα.  
Ρόδα παρμεζάνας.

#### **Καναπεδάκια**

Μπρουσκέτα με πιπεριές και φρέσκο τυρί.  
Χταπόδι μαρινάτο με πάπρικα και παρθένο ελαιόλαδο.  
Ταρτελέτες Ταϊλάνδης με μοσχαράκι, σόγια και λεπτοκομμένα λαχανικά.  
Λαβράκι με σαλάτα αβοκάντο και ελιές.  
Γαρίδες ποσέ με κόκκινο κρεμμύδι μπεζέ και ντοματάκια κοκτέιλ.

#### **Κοκτέιλ Σνακ**

Cruditésés λαχανικών, με ντιπ από μαλακό κατσικίσιο τυρί.  
Πράσινες μπανάνες τηγανιτές, με σάλτσα από ντομάτα, κρεμμύδι και κολιάνδρο.  
Πικάντικα τηγανιτά τორτελίνια.  
Ελιές μαρινάτες με ρίγανη και ελαιόλαδο.  
Ποικιλία ξηρών καρπών.

#### **Γλυκές λιχουδιές**

Δροσερή φρουτοσαλάτα με σιρόπι μάραθου και πορτοκάλι.  
Γαλλική μους λευκής και μαύρης σοκολάτας Valrhona.  
Ιταλική πανακότα με βύσσινα.

Παραδοσιακή καρυδόπιτα.

Εκμέκ κανταΐφι.

\*\*\*

25,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

27,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

\*\*\*

μέγιστος χρόνος 2 ώρες.

## **ΖΩΝΤΑΝΕΣ ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΚΟΚΤΕΙΛ ή ΜΠΟΥΦΕ**

### **ΟΡΕΚΤΙΚΑ**

<u>19%Φ.Π.Α</u>	<u>Ποσότητα</u>	<u>9%Φ.Π.Α</u>	
Χαβιάρι <i>Beluga</i> ή <i>Ochiltree</i> με κατόπιν		τιμή κατόπιν	τιμή
ζήτησης		Ζήτησης	
Μπλίνις και παγωμένη βότκα	200gr		
Σολομός <i>Norvegias Imperial</i> , 10,20 ευρώ	50 άτομα	9,30 ευρώ	
<i>Graved Lax</i> , και χαβιάρι κατ' άτομο		κατ' άτομο	
Σολομονοπέστροφας			
Τόνος & Σολομός <i>Tartar</i> , με 10,20 ευρώ	30 άτομα	9,30 ευρώ	
<i>Nτρέσινγκ Wasabi</i> και τοστ κατ' άτομο		κατ' άτομο	
Γαρίδες <i>Tempura</i> με ντιπ σόγιας 455,00ευρώ/ Και ντρέσινγκ <i>Wasabi</i> /100 τεμ.	100 τεμάχια	414,00ευρώ/ /100 τεμ.	
Επιλογή από <i>Sushi</i> στο χέρι, 401,00ευρώ/ <i>Ρολά Καλιφόρνιας</i> , σολομό και τυρί, /100 τεμ.	50 τεμάχια	365,00ευρώ/ /100 τεμ.	
Πικάντικες γαρίδες.			

*Φιλέτα Ταρτάρ με καρκεύματα,* 30 άτομα 9,30ευρώ/  
10,20ευρώ/  
*Αρτύματα και τοστ* /άτομο  
/άτομο

*Σαλάτα του Καίσαρα με μπέικον,* 30 άτομα 5,20ευρώ/  
5,70ευρώ/  
*Κρουτόν παρμεζάνας, γαρίδες και* /άτομο  
/άτομο  
*Σολομό μαρινάτο*

*Λεπτοκομμένο Ισπανικό ή Ιταλικό* 30 άτομα 7,20ευρώ/  
7,90ευρώ/  
*Προσούτο, με ποικιλία από* /άτομο  
/άτομο  
*Κριτσίνια και ελιές μαρινάτες*

### **ΖΕΣΤΑ ΕΙΔΗ**

	<u>Min. άτομα</u>	<u>9% Φ.Π.Α</u>
<u>19%Φ.Π.Α</u> <i>Ζωντανή παρουσίαση με 4 είδη</i> 50 άτομα 8,30ευρώ/ 9,10ευρώ/ <i>Ιταλικά ζυμαρικά, 3 είδη</i> /άτομο /άτομο <i>Σάλτσας και συνοδευτικά</i>		
<i>Ασιατικά Νουντλς Σιγκαπούρης</i> 40 άτομα 8,30ευρώ/ 9,10ευρώ/ <i>Με γαρίδες, κοτόπουλο και λαχανικά</i> /άτομο /άτομο		
<i>Ριζότο Carnarolli με λευκό κρασί</i> 40 άτομα 9,30ευρώ/ 10,20ευρώ/ <i>Και μαύρη τρούφα</i> /άτομο /άτομο		
<i>Carruccino με αστακό και μανιτάρια</i> 40 άτομα 9,30ευρώ/ 10,20ευρώ/ /άτομο		/άτομο

<i>Carriuccino με σελινόριζα και φουά γκρα</i> 9,10ευρώ/ /άτομο	40 άτομα	8,30ευρώ/ /άτομο
<i>Συναγρίδα ή Λαβράκι ψητό στο φούρνο</i> 17,00ευρώ/ με λαδολέμονο /άτομο	30 άτομα	15,50ευρώ/ /άτομο
<i>Μισό φιλέτο Σολομού με κρούστα</i> 10,20ευρώ/ <i>Μυρωδικών &amp; σάλτσα Βουτύρου</i> /άτομο	30 άτομα	9,30ευρώ/ /άτομο
<i>Ψητό μοσχάρακι γάλακτος με κρούστα</i> 11,30ευρώ/ <i>Μυρωδικών και σάλτσα θυμάρι</i> /άτομο	40 άτομα	10.30ευρώ/ /άτομο
<i>Φιλέτο από μοσχάρακι γάλακτος με</i> 13,60ευρώ/ <i>Κρούστα μανιταριών πορτσίνι και</i> /άτομο <i>Σάλτσα από κρασί Marsala</i>	40 άτομα	12,40ευρώ/ /άτομο
<i>Ψητό αρνάκι καρέ</i> 13,60ευρώ/ <i>Με σάλτσα Προβενσάλ</i> /άτομο	40 άτομα	12,40ευρώ/ /άτομο
<i>Ψητό γουρουνόπουλο με φυσική</i> 10,20ευρώ/ <i>σάλτσα από θυμάρι</i> /άτομο	50 άτομα	9,30ευρώ/ /άτομο
<i>Καραμελωμένο Virginia ham με</i> 9,10ευρώ/ <i>Γαρύφαλλο και σάλτσα από</i> /άτομο <i>Κρασί Πόρτο</i>	50 άτομα	8,30ευρώ/ /άτομο



<i>Χοιρινός γύρος με πίτα</i> 6,80ευρώ/ <i>Καρυκεύματα και συνοδευτικά είδη</i> /άτομο	50 άτομα	6,20ευρώ/  /άτομο
---	----------	-------------------------

### **ΕΠΙΔΟΡΠΙΑ**

	<u><i>Min. άτομα</i></u>	<u><i>9% Φ.Π.Α</i></u>
<u><i>19% Φ.Π.Α</i></u> <i>Κρέπες Suzette με γαρνιτούρες</i> 5,70ευρώ/ <i>και σάλτσες</i> /άτομο	40 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο
<i>Κεράσι Jubilee με κίρς</i> 5,70ευρώ/ <i>Και παγωτό βανίλια</i> /άτομο	40 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο
<i>Επιλογή από 3 είδη παγωτού</i> 5,70ευρώ/ <i>&amp; 3 είδη σορμπέ</i> /άτομο <i>με συνοδευτικά είδη</i>	50 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο
<i>Ψητά σύκα με κρέμα από</i> <i>Κασικίσιο τυρί και τρουφόμελο</i> 5,70ευρώ/  /άτομο	40 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο
<i>Ζεστό γλύκισμα σοκολάτας</i> 5,70ευρώ/ <i>Κρέμα σαντιγί &amp; βατόμουρα</i> /άτομο	40 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο
<i>Μήλα, μάνγκο και ανανάς</i> 5,70ευρώ/ <i>Κοκτέιλ</i> /άτομο	40 άτομα	5,20ευρώ/  /άτομο

<i>Fondue σοκολάτας</i>	40 άτομα	5,20ευρώ/
5,70ευρώ/		
<i>Με φρέσκα φρούτα</i>		/άτομο
/άτομο		

### **ΣΕΡΒΙΡΙΣΤΑ ΜΕΝΟΥ ΓΙΑ ΓΕΥΜΑ & ΔΕΙΠΝΟ:**

#### **Ήρα**

*Δροσερή σαλάτα με ανάμεικτα φρέσκα λαχανικά, ωριμασμένο κατσικίσιο τυρί, φρέσκα μυρωδικά και βινεγκρέτ από θυμάρι και μέλι.*

\*\*\*

*Τρυφερό κοτόπουλο μπούτι, ψημένο με σάλτσα από φρέσκια ντομάτα και βασιλικό.*

\*\*\*

*Ποικιλία Ελληνικών γλυκών με φρεσκοτριμμένη κανέλλα, καρύδια και παγωτό γεύση πιστάσιο.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

28,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α.

30,50 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α.

#### **Αθηνά**

*Τραχανές καρδιές μαρουλιού, με καπνιστό φιλέτο πάπιας και αρωματικά κρουτόν παρμεζάνας.*

\*\*\*

*Ψητό χοιρινό μαριναρισμένο με φρέσκα μυρωδικά, λευκό κρασί και βελούδινη σάλτσα από δενδρολίβανο.*

\*\*\*

*Δροσιστικό ρολό γιαουρτιού, με φρέσκα φρούτα, αρωματική σάλτσα βερίκοκο και τραχανά φύλλα σοκολάτας.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

30,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

32,50 ευρώ κατ' άτομο με 19%Φ.Π.Α

#### **Άρτεμις**

*Δροσιστική σαλάτα από τρυφερά φύλλα ρόκας, και σπανάκι με μανιτάρια πλευρώτους, λεπτά φύλλα παρμεζάνας και ροδοψημένο κουκουνάρι.*

\*\*\*

*Δίδυμο από τρυφερό κοτόπουλο στήθος και χοιρινό φιλέτο, με βελούδινη σάλτσα από κόκκους πράσινου πιπεριού, συνοδευόμενο με αχνιστά λαχανικά εποχής.*

\*\*\*

*Απολαυστικό γλύκισμα με σουδάκια βανίλιας και λικέρ Grand Marnier, σάλτσα ζεστής σοκολάτα και φρεσκοτριμμένο πιστάτσιο.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

32,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α 35,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

### ***Δήμητρα***

*Ανάμεικτη σαλάτα λαχανικών, με καπνιστό σολομό Graved Lax, λεπτοκομμένο άνηθο και δροσιστικό ντρέσινγκ από φρέσκο χυμό λεμονιού και παρθένο ελαιόλαδο.*

\*\*\*

*Δίδυμο από αρνάκι γάλακτος και κοτόπουλο φιλέτο, με ψητάμανιτάρια του δάσους και βελούδινη σάλτσα από φύλλα Αγιορείτικου Βασιλικού.*

\*\*\*

*Απολαυστικό γλύκισμα Dulce de Leche με ανάλαφρη κρέμα αχλαδιού, συνοδευόμενο από ζεστή σάλτσα σοκολάτας και αστεροειδή γλυκάνισο Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

33,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α  
36.00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

.....

### ***BANQUET GALA DINNER:***

#### ***Αφροδίτη***

*Δίδυμο από πικάντικες γαρίδες, φιλετάκια καπνιστού σολομού Νορβηγίας και δροσερή σαλάτα λαχανικών, με ντρέσινγκ από ζύδι μπαλσάμικο.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ από φρούτα του δάσους.*

\*\*\*

*Ροδοψημένο χοιρινό φιλέτο κομμένο σε φέτες, μαριναρισμένο με κόκκους μουστάρδας Dijon και ψιλοκομμένα φρέσκα μυρωδικά.*

\*\*\*

*Ζεστό γλύκισμα σοκολάτας με βασιλικό και βατόμουρα, συνοδευόμενο με παγωτό φιστικί και τουίλ αμυγδάλου.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Μινιατούρες σοκολάτας και πραλίνας.*

\*\*\*

50,00 ευρώ κατ' άτομο με 9%Φ.Π.Α

54,60 ευρώ κατ' άτομο με 19%Φ.Π.

### ***Αριάδνη***

*Γαρίδες ποσέ σε λεπτοκομμένες φέτες γλυκιάς κολοκύθας, με φρέσκα μυρωδικά και αρωματικό ντρέσινγκ από καρύδα.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ από λευκόσαρκα ροδάκινα και βερίκοκα.*

\*\*\*

*Σιγοψημένο αρνάκι γάλακτος και χοιρινό φιλέτο μαρινάτο με θυμάρι, λεπτοκομμένο σκόρδο και παρθένο ελαιόλαδο, σερβιρισμένο με κρούστα από ελιές Καλαμάτας.*

\*\*\*

*Γλύκισμα από πικάντικη σοκολάτα Valrhona με σορμπέ βατόμουρων.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνής ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

54,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

59,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

### ***Φαίδρα***

*Καπνιστό φιλέτο πάπιας με μαριναρισμένες σταφίδες και ντρέσινγκ από σουσάμι.*

\*\*\*

*Ψητό φιλέτο σολομού με σπανάκι, άγρια χόρτα και σάλτσα βουτύρου.*

\*\*\*

*Ψητό μοσχαράκι γάλακτος σε τραγανή τάρτα από μανούρι και λαχανικά.*

\*\*\*

*Μιλφείγ σοκολάτας με πορτοκάλι και παγωτό βανίλια.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Πραλίνες.*

\*\*\*

58,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

63,50 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

### ***Καλυψώ***

*Ψητά φιλετάκια λαβράκι με σαλάτα πράσινων λαχανικών, κριτσίνι μάραθου και λάδι βασιλικού.*

\*\*\*

*Ριζότο απόμανιτάρια πορτσίνι και τραγανό κριτσίνι παρμεζάνας.*

\*\*\*

*Μενταγιόν από μοσχαράκι γάλακτος με κρούστα λιαστής ντομάτας και σάλτσα από κρασί Μαρσάλα.*

\*\*\*

*Τραγανό γλύκισμα γεμιστό με σοκολάτα και παγωτό στρατσιατέλα.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Πραλίνες.*

\*\*\*

*62,50 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α*

*68,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α*

*Ερωδιός*

*Γκασπάτσο με γαρίδες, αφρό φέτας και ψιλοκομμένες μαύρες ελιές.*

\*\*\*

*Κοκτέιλ αστακού με κουνουπίδι και πέρλες από μαύρο χαβιάρι.*

\*\*\*

*Κρέμα από σπαράγγι και πατάτα με μήλα και τρουφέλαιο.*

\*\*\*

*Φιλέτο φαγκρί μαρινάτο με σπόρους μάραθου και λαδολέμονο βασιλικού.*

\*\*\*

*Δροσιστικό μείγμα από φρούτα του πάθους και μάνγκο.*

\*\*\*

*Σιγοψημένο τρυφερό φιλέτο αρνιού Bayaldi με σάλτσα από κρασί Μαρσάλα.*

\*\*\*

*Τηγανιτό μπρι με βινεγκρέτ φράουλας.*

\*\*\*

*Σορμπέ Valrhona με τραγανά φύλλα σοκολάτας και σάλτσα πορτοκάλι.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Γλυκίσματα.*

\*\*\*

*99,00 ευρώ κατ' άτομο με 9%Φ.Π.Α*

*108,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α*

**Κύκνος**

*Κοκτέιλ αστακού με σύννεφα από κουνουπίδι και πέρλες από μαύρο χαβιάρι.*

\*\*\*

*Κοτόπουλο και φουά γκρα ballotine με μήλα και σάλτσα από κρασί Πόρτο.*

\*\*\*

*Τραγανή τάρτα από μάραθο και καλκάνι, με σχοινόπρασο και σάλτσα βουτύρου με άρωμα Γαλλικής Σαμπάνιας.*

\*\*\*

*Δροσιστικό σορμπέ με φρέσκο χυμό λεμονιού και θυμάρι.*

\*\*\*

*Βοδινά Tournedos μεμανιτάρια μορίλες και σάλτσα από άγριες τρούφες.*

\*\*\*

*Minestrone από δροσιστικές φράουλες με σιρόπι από πράσινο τσάι και παγωτό γιαούρτι.*

\*\*\*

*Ποικιλία Ελληνικών και Διεθνών Τυριών.*

\*\*\*

*Φρέσκος καφές φίλτρου ή Διεθνείς ποικιλίες τσαγιού.*

\*\*\*

*Γλυκίσματα.*

\*\*\*

120,00 ευρώ κατ' άτομο με 9% Φ.Π.Α

131,00 ευρώ κατ' άτομο με 19% Φ.Π.Α

\*\*\*

Τα παραπάνω μενού προτείνονται, με μέγιστο αριθμό των 40 ατόμων.

## **ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΤΕ ΤΟ ΔΙΚΟ ΣΑΣ ΜΕΝΟΥ:**

### **Σαλάτες & Κρύα Ορεκτικά**

#### **ευρώ**

*Σαλάτα με σπανάκι και ρόκα, συνοδευόμενη από ψητά μανιτάρια πλευρώτους 8,30*

*Και ντρέσινγκ από ζύδι μπαλσάμικο και καρυδέλαιο.*

*Σαλάτα ανάμεικτων λαχανικών και μαλακό κατσικίσιο τυρί chevre, 8,30*

*Με βινεγκρέτ από ανθόμελο και θυμάρι.*

*Κατσικίσιο τυρί ωρίμανσης chevre, σε δροσερά φύλλα ρόκας και φέτες 8,30*

*ντομάτας, συνοδευόμενο με παρθένο ελαιόλαδο Κρήτης και άνθη βασιλικού.*

*Πικάντικη σαλάτα μάραθου με ρόκα και λεπτοκομμένα φύλλα παρμεζάνας*  
8,80

*Grana Padano, φρέσκα μυρωδικά και λαδολέμονο.*

*Σαλάτα σπανάκι με ψητό μανούρι σχάρας, σταφίδες μαριναρισμένες σε κόκκινο* 8,80

*Κρασί και γαρύφαλλο, συνοδευόμενη με τραγανό κριτσίνι παρμεζάνας.*

*Σαλάτα ανάμεικτων λαχανικών με λεπτές φέτες μάνγκο και απολαυστικό*  
8,80

*Ντρέσινγκ από φρούτα του πάθους.*

*Καπνιστό φιλέτο πάπιας κομμένο σε λεπτές φέτες, συνοδευόμενο με*  
9,30

*Τραγανές καρδιές μαρουλιού και ροδοψημένα κρουτόν με*  
*Αρωματικά βότανα.*

*Σαλάτα του Καίσαρα με γαρίδες ποσέ και τραγανά κρουτόν παρμεζάνας.*  
9,30

*Λεπτοκομμένο προσούτο Πάρμας με βινεγκρέτ από γλυκό πεπόνι*  
8,30

*Και τραγανό κριτσίνι παρμεζάνας.*

*Λεπτές φέτες από προσούτο Πάρμας, Lomo και Chorizo, με ανάμεικτα*  
8,80

*πράσινα λαχανικά και βινεγκρέτ ντομάτας.*

*Πιπεράτο χοιρινό φιλέτο, κομμένο σε λεπτές φέτες με Ιταλική σαλάτα*  
8,80

*Καπονάτα και ντρέσινγκ από ζύδι μπαλσάμικο.*

*Καπνιστό στήθος πάπιας, με σταφίδες σουλτανίνα μαρινάτες σε κόκκινο*  
8,80

*Κρασί και κανέλλα, συνοδευόμενο από αρωματικά και ντρέσινγκ*  
*σουσαμιού.*

*Ροδοψημένο φιλέτο πάπιας με κέδρο, συνοδευόμενο από μαγειρεμένο*  
*αχλάδι* 9,30

*με κόμινο και κολιάνδρο, σε απαλό ντρέσινγκ μουστάρδας Dijon.*

*Λεπτοκομμένο μοσχαράκι μαρινάτο, με σόγια και αστεροειδή γλυκάνισο,*  
9,30

σε σαλάτα λαχανικών και πικάντικο ντρέσινγκ από μίγμα 5 μπαχαρικών.

Καρπάτσιο από μοσχάρι γάλακτος με σαντιγί από πέστο βασιλικού και 10,35

ντρέσινγκ από ζύδι μπαλσάμικο.

Φιλετάκια από Λαβράκι Αιγαίου, με σαλάτα ανάμεικτων λαχανικών, 10,35

Αρωματικό λάδι πλατύφυλλου βασιλικού και λεπτές Φέτες παρμεζάνας Regianno.

Σολομός Νορβηγίας Graved Lax, με ψιλοκομμένο άνηθο, φρέσκα λαχανικά 10,30

και ντρέσινγκ λαδολέμονο.

Φιλετάκια καπνιστού σολομού με σαντιγί από μουστάρδα Dijon, τρυφερά 10,35

φύλλα ρόκας και αρωματικό ζύδι μπαλσάμικο.

Σολομός καπνιστός, μαρινάτος, με κόκκους μαύρου πιπεριού, σαλάτα με 10,35

μαγειρεμένα λαχανικά και ντρέσινγκ από μέλι Χαλκιδικής και ζύδι μπαλσάμικο.

Γαρίδες ποσέ και φιλετάκια καπνιστού σολομού με σαλάτα ανάμεικτων 11,40

Λαχανικών, ρεντουξιόν από ζύδι μπαλσάμικο και τραγανό κριτσίνι απόμάραθο.

Βραστές γαρίδες μαριναρισμένες με ελαιόλαδο και λεμόνι, συνοδευόμενες 11,40

Με λεπτοκομμένη γλυκιά κολοκύθα, φρέσκα μυρωδικά Και ντρέσινγκ από τριμμένη καρύδα.

### **Ζεστά Ορεκτικά**

Κρεμώδη σούπα από ροδοψημένα φουντούκια, συνοδευόμενη με σολομό 7,25

Νορβηγίας και ψιλοκομμένο σχοινόπρασο.

Σούπα Vichyssoise με πράσινα μήλα, ψητό μπέικον και ελαιόλαδο 8,30

Μαύρης τρούφας.



*Αχνιστή σούπα από σπαράγγια με πατάτες Νευροκοπίου, μήλα και  
8,30  
Τρουφέλαιο.*

*Ιταλικό ριζότο με λεπτοκομμένα μανιτάρια πορτσίνι και  
8,30  
Ροδοψημένο κριτσίνι παρμεζάνας.*

*Σολομός Νορβηγίας Graved Lax με μάραθο και  
10,35  
Ριζότο με άνηθο και σαφράν. (ζεστό-κρύο).*

*Στιγνισμένος σολομός στο φούρνο με άγρια χόρτα και σπανάκι σωτέ,  
10,35  
Σε σάλτσα βουτύρου αρωματισμένη με λεμονόχορτο και θυμάρι.*

*Φιλέτο συναγρίδας σε τραγανή τάρτα με καρύδι και μανιτάρια του  
12,40  
Δάσους, συνοδευόμενο από βελούδινη σάλτσα σαμπάνιας  
Moet & Chandon.*

*Ροδοψημένο φαγκρί φιλέτο, μαρινάτο με σπόρους μάραθου και  
13,45  
Ελαιόλαδο, σε τραγανή τάρτα λαχανικών και λαδολέμονο.*

### ***Sorbets & Refreshers***

*Δροσιστικό σορμπέ φράουλας.  
3,10*

*Δροσιστικό σορμπέ με πορτοκάλι και Campari.  
3,10*

*Δροσιστικό σορμπέ από πράσινο μήλο  
3,10*

*Δροσιστικό σορμπέ από λεμόνι και λάιμ.  
3,10*

*Δροσιστικό σορμπέ από λεμόνι και θυμάρι.  
3,10*

*Δροσιστικό σορμπέ από ροδάκινο και βερύκοκο.*

4,15

*Δροσιστικό σορμπέ από μάνγκο και φρούτα του πάθους.*

4,15

*Δροσιστικό σορμπέ από μάνγκο και ακτινίδιο.*

4,15

*Δροσιστικό σορμπέ από άγρια βατόμουρα.*

4,65

*Δροσιστικό σορμπέ από σαμπάνια και άγρια βατόμουρα.*

4,65

### ***Κυρίως Πιάτα***

*Ροδοψημένο κοτόπουλο μπούτι με σάλτσα ντομάτας και βασιλικό.*

15,50

*Ψητό φιλέτο κοτόπουλο με αρωματικό λαδολέμονο, σπανάκι σωτέ και*

16,50

*Πουρέ καρότου.*

*Ψητό στήθος φραγκόκοτας μεμανιτάρια και σπανάκι, συνοδευόμενο*

20,70

*Με λαχανικά εποχής και σάλτσα κόκκινου κρασιού.*

*Σιγοψημένο στήθος πάπιας με ανθόμελο, κόκκινα κρεμμύδια μπεζέ και*

18,60

*σάλτσα κυνηγιού αρωματισμένη με Sherry.*

*Ροδοψημένο χοιρινό στήθος, κομμένο σε φέτες, συνοδευόμενο από σάλτσα*

17,60

*Δενδρολίβανου και μουστάρδας Dijon.*

*Ψητό χοιρινό με σάλτσα από λευκό κρασί Chardonnay, δενδρολίβανο και*

17,60

*Πατάτες galette.*

*Δίδυμο από ψητό χοιρινό φιλέτο και κοτόπουλο στήθος, με λαχανικά*

17,60

*Εποχής και σάλτσα από λιαστή ντομάτα Σαντορίνης και εστραγκόν.*

*Μενταγιόν από χοιρινό φιλέτο, με κρούστα αποξηραμένης ντομάτας,  
20,70*

*Συνοδευόμενο με ψητά λαχανικά και σάλτσα βασιλικού.*

*Χοιρινό φιλέτο μαρινάτο με φασκόμηλο και σπόρους μουστάρδας,  
20,70*

*Συνοδευόμενο με λαχανικά, πατάτες φούρνου και*

*Σάλτσα από λευκό κρασί Samos.*

*Μενταγιόν από μοσχαράκι γάλακτος και χοιρινό φιλέτο σε ψητά  
22,70*

*Μανιτάρια πλευρώτους και κρεμώδη σάλτσα πορτσίνι.*

*Δίδυμο από αρνάκι γάλακτος και κοτόπουλο φιλέτο σε τάρτα μανιταριών,  
20,70*

*μπρόκολο ατμού και σάλτσα με πέστο βασιλικού.*

*Δίδυμο από ψητά παιδάκια γάλακτος και χοιρινό φιλέτο, με κρούστα ελιάς  
20,70*

*Καλαμών και φρεσκοτριμμένο θυμάρι..*

*Ψητά παιδάκια από αρνάκι γάλακτος, με κρούστα από φρέσκο τυρί chevre,  
19,60*

*Μανιτάρια πορτσίνι και σάλτσα με φρέσκα μυρωδικά και κρασί Πόρτο.*

*Στιγοψημένο μοσχαράκι νουά, με κόκκινο κρασί και αρωματικά λαχανικά,  
18,60*

*Συνοδευόμενο με τηγανιτά κρεμμύδια και σάλτσα από κρασί  
Cabernet Niko Lazaridi.*

*Μοσχαράκι γάλακτος Saltimbocca με σάλτσα από κόκκινο κρασί,  
24,80*

*Εύδι μπαλσάμικο και ψιλοκομμένες ελιές.*

*Ψητό φιλέτο από μοσχαράκι γάλακτος, συνοδευόμενο από τραγανή τάρτα  
23,80*

*με μανούρι, ψητά λαχανικά και σάλτσα από κρασί Μαυροδάφνη.*

*Μενταγιόν από μοσχαράκι γάλακτος με κρούστα από λιαστή ντομάτα  
Μήλου 24,80*

*Φρέσκα μυρωδικά και σάλτσα αρωματισμένη από κρασί Marsala.*

*Ψητό φιλέτο πέρκας, συνοδευόμενο από γλυκιά κολοκύθα σωτέ*  
18,60

*Και σάλτσα από ελαιόλαδο, λεμόνι και φρέσκα φύλλα κολιανδρου.*

*Ψητό φιλέτο σολομού Νορβηγίας σε τραγανή τάρτα λαχανικών*  
18,60

*Και σάλτσα λαδολέμονο.*

*Λαβράκι φιλέτο ψημένο στη σχάρα, συνοδευόμενο με λαχανικά ατμού*  
23,80

*Και ντιπ από ντομάτα και φέτα.*

*Φαγκρί Αιγαίου φιλέτο, ψημένο στη σχάρα με βραστά άγρια χόρτα και*  
26,90

*Σάλτσα βουτύρου αρωματισμένη με λεμόνι και θυμάρι.*

*Πεσκανδρίτσα φιλέτο τυλιγμένη με προσούτο Πάρμας και λαχανικά*  
ζουλιέν, 25,90

*Σε βελούδινη σάλτσα σαμπάνιας Moet & Chandon.*

### ***Επιδόρπια***

*Ποικιλία Ελληνικών γλυκών με κανέλλα και παγωτό με φιστίκια Αιγίνης.*  
6,70

*Γλυκιά κολοκύθα καραμελωμένη, συνοδευόμενη με τριμμένο φιλέτο*  
καρύδας 6,70

*Και παγωτό λεμόνι.*

*Προφιτερόλ με κρέμα βανίλιας αρωματισμένη με Grand Marnier και*  
6,70

*Σάλτσα σοκολάτας.*

*Ρολό γιαουρτιού με φρούτα, σάλτσα βερίκοκο και τραγανά*  
6,70

*Φύλλα σοκολάτας.*

*Αφράτο γλύκισμα από κρέμα μπαβαρουάζ καραμέλας και αχλαδιού*  
6,70

*Με σάλτσα σοκολάτας αρωματισμένη από γλυκάνισο.*

Φλαν καρύδας με σάλτσα από αποξηραμένα δαμάσκηνα και  
6,70  
Φιστίκια κάσιους.

Μηλόπιτα με βανίλιες, δαμάσκηνα Ζακύνθου και παγωτό από λικέρ  
Αρμανιάκ. 7,20

Πανακότα με καφέ εσπρέσσο και σάλτσα από φρούτα του δάσους.  
7,20

Κομμένα φρούτα εποχής με σιρόπι μέντας και κανέλλας,  
7,20  
Συνοδευόμενο από παγωτό βανίλιας Bourbon.

Τραγανό καλάθι με πιπερόριζα, κομμένα φρούτα εποχής και παγωτό  
Drambuie 7,20

Δροσιστική κρέμα με τυρί μασκαρπόνε και λικέρ Αμαρέτο, συνοδευόμενο  
από 7,70  
Μικρές μαρέγκες και άγρια φρούτα του δάσους.

Μελωμένος μπαμπάς με σιρόπι από ζάχαρη Moscovado, καπνιστή σαντιγί  
και 7,70  
Παγωτό με Εύη βανίλια.

Αφράτο γλύκισμα σοκολάτας με ζελέ βατόμουρο και παγωτό βανίλια.  
7,70

Mille Feuille σοκολάτας με μαρμελάδα από πορτοκάλια Κρήτης και  
7,70  
Παγωτό βανίλια.

Γεμιστό γλύκισμα με κρέμα πραλίνας, σάλτσα σοκολάτας και  
8,30  
Παγωτό Stracciatela.

Απολαυστικό γλύκισμα σοκολάτας Valrhona με σορμπέ βατόμουρο και  
8,30  
Τραγανό μπισκότο από φιστίκι Αιγίνης.

Ζεστό σουφλέ σοκολάτας με άγρια βατόμουρα, παγωτό από  
8,30

*Φιστίκια Αιγίνης και σάλτσα σοκολάτας με άνθη βασιλικού.*

**ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΑ ΚΡΑΣΙΑ:**

**Λευκά Κρασιά**

*Διπτός, Τσάνταλης*  
18,00

*Αμπελώνας Αγίου Όρους, Τσάνταλης*  
19,00

*Χρυσός Λέων Chardonnay, Ν.Λαζαρίδης*  
25,00

*4 Εποχές, Μπουτάρης*  
29,00

**Κόκκινα Κρασιά**

*Αγιωργίτικο, Μπουτάρης*  
23,00

*Χρυσός Λέων Cabernet Sauvignon, Ν. Λαζαρίδης*  
25,00

*Εινόμαυρο Reserve, Μπουτάρης*  
33,00

*Ραψάνη Επιλεγμένος, Τσάνταλης*  
36,00

**Ροζέ Κρασιά**

*Grenache, Τσάνταλης*  
24,00

*Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος*  
27,00

## **ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ Ι**

### ***Κρασιά***

**Λευκό:** *Αμπελώνας Αγίου όρους, Τσάνταλης*

**Ροζέ:** *Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος.*

**Κόκκινο:** *Χρυσός Λέων Cabernet Sauvignon, Ν.Λαζαρίδης.*

### ***Aperitif***

*Ούζο Μυτιλήνης, Martini*

### ***Μπύρες***

*Amstel, Heineken*

### ***Αναψυκτικά***

*Pepsi Cola, HBH πορτοκαλάδα, λεμονάδα, σπράιτ, σόδα και τόνικ, Pepsi Max*

*Εμφιαλωμένο Νερό HBH Λουτράκι 1lt. **Τιμή: 17 ευρώ κατ' άτομο***

## **ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ ΙΙ**

### ***Κρασιά***

**Λευκό:** *Χρυσός Λέων Chardonnay, Ν Λαζαρίδης*

**Ροζέ:** *Grenache, Τσάνταλης*

**Κόκκινο:** *Ξινόμαυρο, Reserve, Μπουτάρης.*

### ***Aperitif***

*Ούζο 12, Martini, Campari*

### ***Μπύρες***

*Μύθος Βεργίνα*

**Αναψυκτικά**

*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, πορτοκαλάδα, σπράιτ, σόδα, τόνικ, Pepsi Max*

*Εμφιαλωμένο νερό HBH Λουτράκι 1 lt*

**Τιμή:19,50 ευρώ κατ' άτομο**

**ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ III**

**Κρασιά**

**Λευκό:***4 Εποχές, Μπουτάρης*

**Ροζέ:***Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος*

**Κόκκινο:***Ραψάνη επιλεγμένος, Τσάνταλης*

**Aperitif**

*Martini cocktail, Cuba Libre*

**Μπίρες**

*Amstel, Heineken, Βεργίνα*

**Αναψυκτικά**

*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, πορτοκαλάδα, σόδα, σπράιτ. Τόνικ, Pepsi Max*

*Εμφιαλωμένο νερό HBH Λουτράκι 1 lt*

**Τιμή 23,00 ευρώ κατ' άτομο.**

**ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ IV**

**Κρασιά**

**Λευκό:***Διπτός, Τσάνταλης*

**Κόκκινο:***Αγιωργίτικο, Μπουτάρης*

*Αναψυκτικά*



*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, πορτοκαλάδα, σόδα, σπράιτ, τόνικ, Pepsi Max*  
*Εμφιαλωμένο νερό HBH Λουτράκι 1 lt*

**Τιμή:9,00 ευρώ κατ' άτομο**

### **ΠΑΚΕΤΟ ΠΟΤΩΝ V**

#### **Μπύρες**

*Amstel, Heineken, Βεργίνα*

#### **Αναψοκτικά**

*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, πορτοκαλάδα, σπράιτ, σόδα, τόνικ, Pepsi Max*  
*Εμφιαλωμένο νερό HBH Λουτράκι 1 lt*

**Τιμή:9,00 ευρώ κατ' άτομο.**

### **PREMIUM OPEN BAR:**

#### **Aperitifs**

*Campari, Martini Cocktail, Bellini, Ούζο Μυτιλήνης*

#### **Αλκοολούχα**

*Chivas Regal, Johnnie Walker Black Label, Jameson, Gordon's Gin, Bombay Gin, Absolut Vodka, Smornoff Vodka, Havana Club 5\* Rum, Jack Daniels, Wild Turkey, Jose Cuervo Blanc, Jose Cuervo Gold, Ursus, Smirnoff North Vodka.*

#### **Cognacs**

*Remy Martin V.S.O.P*

#### **Μπύρες**

*Heineken, Amstel, Mythos*

#### **Κρασιά**

*Λευκό, Χρυσός Λέων Chardonnay, Ν.Λαζαρίδης Ροζέ, Grenache, Τσάνταλης Κόκκινο, Ξινόμαυρο Reserve, Μπουτάρης*

## **Champagne**

*Malvasia*

## **Αναψυκτικά & Χυμοί**

*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, πορτοκαλάδα, σόδα, τόνικ, Pepsi Max  
Ήβη πορτοκάλι, Μήλο, γκρέιπ φρούτ.  
Εμφιαλωμένο νερό HBH Λουτράκι, 1lt*

## **Τιμή κατ' άτομο:**

*Premium Open Bar (1 ώρα) 23,50 ευρώ*

*Premium Open Bar (2 ώρες) 29,50 ευρώ.*

## **REGULAR OPEN BAR:**

### **Aperitifs**

*Blue Heaven Royal, Campari, Martini, Ούζο 12.*

### **Spirits**

*Johnnie Walker Red Label, Dewar's, Famous Grouse, Gordon's Gin,  
Smornoff Vodka, Bacardi Rum, Jim Beam, Jose Cuervo Blanc.*

### **Μπύρες**

*Amstel, Mythos, Βεργίνα.*

### **Κρασιά**

*Λευκό, Αμπελώνας Άγιου Όρους, Τσάνταλης.  
Ροζέ, Ξινόμαυρο, Μπαμπατζιμόπουλος.  
Κόκκινο, Αγιωργίτικο, Μπουτάρης.*

### **Sparkling Wine Cocktail**

*Bellini*

## **Αναψυκτικά & Χυμοί**

*Pepsi Cola, HBH Λεμονάδα, Πορτοκαλάδα, Σόδα, Τόνικ, Seven Up, Pepsi  
Max  
Ήβη Πορτοκάλι, Μήλο, Γκρέιπφρουτ.  
Εμφιαλωμένο Νερό, HBH Λουτράκι 1lt.*

## **Τιμή κατ' άτομο:**

*Regular Open Bar (1 ώρα) 20,00 ευρώ.*

*Regular Open Bar (2 ώρες) 25,00 ευρώ.*



## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ-ΠΗΓΕΣ

1. Περιοδικό «Τουριστική Αγορά»: Τεύχος 148, Μάιος 2002. Σελίδες: 120-142.
2. Τεύχος 152, Οκτώβριος 2002. Σελίδες 154-156.
3. Τεύχος 178, Μάρτιος 2005. Σελίδες 83,84.
4. Τεύχος 179, Απρίλιος 2005. Σελίδες 103-113.
5. Τεύχος 180, Μάιος 2005. Σελίδες 88-99.
6. Τεύχος 185, Νοέμβριος 2005. Σελίδες 86-92.
7. Περιοδικό «Hotel and restaurants», τεύχος 97, Απρίλιος 2006.
8. «Βασικές Λειτουργίες Ξενοδοχειακών Μονάδων», Αθανασίου Μάρα, Εκδόσεις Interbooks.
9. «Μία Εισαγωγή στον Τουρισμό» Leonard.J.Lickorish-Carson.- Κριτική-.
10. [www.hyatt.com](http://www.hyatt.com)
11. [www.hyattlegalplans.com](http://www.hyattlegalplans.com)
12. [www.news.travelling.gr](http://www.news.travelling.gr)
13. [www.forthnet.gr](http://www.forthnet.gr)
14. [www.presspoint.gr](http://www.presspoint.gr)
15. [www.iaf2006.com](http://www.iaf2006.com)
16. [www.travel.gr](http://www.travel.gr)
17. [www.interdynamic.gr](http://www.interdynamic.gr)
18. [www.best-luxury.gr](http://www.best-luxury.gr)
19. [www.lux-hotels.com](http://www.lux-hotels.com)
20. [www.openworldhotels.com](http://www.openworldhotels.com)
21. [www.kathimerini.gr](http://www.kathimerini.gr)
22. [www.vres.gr](http://www.vres.gr)
23. [www.helexpo.gr](http://www.helexpo.gr)
24. [www.synedrio.gr](http://www.synedrio.gr) (περιοδικό συνέδριο)
25. [www.hoteldesign.gr](http://www.hoteldesign.gr)
26. [www.mice.gr](http://www.mice.gr)
27. [www.ert.gr](http://www.ert.gr)
28. [www.hotel-restaurants.gr](http://www.hotel-restaurants.gr)
29. [www.all-restaurants.gr](http://www.all-restaurants.gr)
30. [www.menoymeellada.gr](http://www.menoymeellada.gr)
34. Περιοδικό «Welcome».
30. *Outlets Manager, Κο Νάσσα.* ( παραχώρηση συνέντευξης)
31. *Maitre d'Hotel, Κο Παραντή Κώστα.* (παροχή πληροφοριών)
32. *Chef, Κο Sammerstand Nicolas.* (παροχή πληροφοριών).







