

ΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ
«Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΤΗΣ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΠΑΡΕΛΘΟΝ-ΠΑΡΟΝ-ΜΕΛΛΟΝ»

ΣΠΟΥΔΑΣΤΗΣ
Α. ΖΑΧΑΡΟΠΟΥΛΟΣ
ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ
Μ. ΙΓΓΛΕΣΗ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Κεφάλαιο 1 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ **Σελίδες 3-10**

A)Ορισμός	3-5
B)Χαρακτηριστικά Συνεδριακού Τουρισμού/Τουρίστα	6-9
Γ)Σχετικές Υπηρεσίες	10

Κεφάλαιο 2 Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ **11-25**

A)Δυνατότητες Εδραίωσης	11
B)Υπάρχουσα Κατάσταση	12-14
Γ)Επιλογή Τόπου Διεξαγωγής Συνεδρίων	15-18
Δ)Φορείς Οργάνωσης	18-24
Ε)Συνεδριακές Πόλεις στην Ελλάδα	24-25

Κεφάλαιο 3 ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ **26-43**

A)Χαρακτηριστικά Θεσσαλονίκης	26-27
B)Παρούσα Κατάσταση-Υπάρχουσα Υποδομή	27-31
Γ)Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης	32-37
Δ)Το Μέλλον του Συνεδριακού Τουρισμού στη Θεσσαλονίκη	37-43

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Συνεδριακός Τουρισμός

Α) Ορισμός

Η ανάγκη ενημέρωσης και επικοινωνίας μεταξύ των ανθρώπων αυξάνει συνεχώς. Άτομα που τους συνδέουν κοινά ενδιαφέροντα και στόχοι συναντιούνται, συνεδριάζουν, συσκέπτονται. Παρά τη ραγδαία αύξηση των τρόπων επικοινωνίας και της ευρείας χρήσης τους από το κοινό, ειδικά δε την τελευταία δεκαετία η οποία έχει να επιδείξει μια κατακόρυφη αύξηση χρηστών του Internet, ευρύτατη χρήση των νέων τεχνολογιών της κινητής τηλεφωνίας και υπερσύγχρονα δορυφορικά τηλεπικοινωνιακά συστήματα, ο καλύτερος και σαφώς προτιμότερος τρόπος επαφής και επικοινωνίας με πολλά άτομα ταυτόχρονα, ειδικά δε όταν είναι απαραίτητη και η λήψη αποφάσεων, παραμένει η κοινή συνεδρία, η συγκέντρωση δηλαδή των ενδιαφερομένων σε ένα χώρο με σκοπό την προώθηση και ανταλλαγή απόψεων, το διάλογο, την απόφαση για κάτι καλύτερο.

Επειδή πάντα τα άτομα αυτά δεν είναι δυνατό να συνεδριάζουν και να προέρχονται από τον ίδιο γεωγραφικό χώρο, γι' αυτό καθορίζουν με κάποια κριτήρια ένα κοινό τόπο για τη συνάντησή τους. Η μετακίνηση προς αυτόν τον τόπο συνάντησης είναι τουριστική μετακίνηση, που σε συνάρτηση με τον ταξιδιωτικό σκοπό, αποτελεί Συνεδριακό Τουρισμό.

Σαν θεσμός επικοινωνιακός, λοιπόν, το Συνέδριο δεν είναι σύγχρονη έννοια, αλλά μπορούμε να βρούμε ρίζες του και μάλιστα δυναμικές στην αρχαία Ελλάδα, όταν κατά την περίοδο της πρώιμης αρχαιότητας στις πόλεις-κράτη στις οποίες ήταν χωρισμένη τότε η χώρα το σύνολο των πολιτών της λάμβανε μέρος στη λήψη αποφάσεων που

αφορούσαν την ευδαιμονία της πόλης. Και σε μεγαλύτερη, Πανελλαδική, κλίμακα, αντιπρόσωποι της κάθε πόλης-κράτους συγκεντρώνονταν για να συζητήσουν κοινά προβλήματα και να πάρουν αποφάσεις πάνω σε θέματα θρησκευτικής και πολιτικής σημασίας. Στο νεότερο κόσμο άρχισαν να ξεφεύγουν από τα πλαίσια των συνόρων τους με τη βελτίωση των μεταφορικών μέσων, έχοντας αρχικά ενδιαφέρον για γνωριμίες και ενημέρωση. Σε δεύτερη φάση άρχισε να υπεισέρχεται το ενδιαφέρον για τον τουρισμό.

Ο συνεδριακός τουρισμός είναι το είδος του τουρισμού που συνδυάζει ταξίδι και εργασία και είναι λιγότερο ευάλωτο στις οικονομικές υφέσεις και πληθωριστικές τάσεις. Δεν το καθορίζει η ηλιοφάνεια και η θερμοκρασία του καλοκαιριού, δίνει εργασία σε μια σειρά από επαγγέλματα και προσφέρει καλύτερα οικονομικά αποτελέσματα –όσον αφορά το συνάλλαγμα– σε επιχειρήσεις σε πόλεις και χώρες.

Μάλιστα, τα τελευταία χρόνια, ο συνεδριακός τουρισμός αρχίζει να εντάσσει στην έννοιά του και το θεσμό των εκθέσεων, μια και η κυριότερη νέα τάση είναι να συνδυάζεται η διεξαγωγή ενός συνεδρίου με την παράλληλη διοργάνωση μιας έκθεσης προϊόντων ή και υπηρεσιών επιχειρήσεων εξειδικευμένων και σχετικών με το αντικείμενο της όποιας –συνεδριακής μορφής– συνάντησης.

Η αγορά που ανοίγεται επομένως, είναι ιδιαίτερα μεγάλη και σίγουρη κι αυτό γιατί οι Διεθνείς Ενώσεις και οι Σύλλογοι αυξάνουν με ταχύτατους ρυθμούς το συνολικό αριθμό τους κάθε χρόνο, γιατί δημιουργούν παραρτήματα σε όλο και περισσότερες χώρες και ακόμα περισσότερο από τη στιγμή που ο συνολικός αριθμός των μελών τους αυξάνεται συνεχώς. Οι ομάδες των συνεδριακών τουριστών, εκτός του ότι προσφέρουν σημαντικά οικονομικά οφέλη, παράλληλα προβάλλουν και τον τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων, πράγμα που έχει σαν

αποτέλεσμα να δημιουργείται ένα μεγάλο ανταγωνιστικό πεδίο, μεταξύ των κρατών που μέσω των φορέων τους επιδιώκουν να πάρουν το μεγαλύτερο δυνατό κομμάτι από την ολοένα αυξανόμενη συνεδριακή «πίτα».

B) Χαρακτηριστικά Συνεδριακού Τουρισμού/Τουρίστα

Συνεδριακός τουρισμός σημαίνει επέκταση των τουριστικών δραστηριοτήτων, προσαρμογή στις νέες μορφές τουριστικής διακίνησης, περισσότερο συνάλλαγμα, τουρίστες μορφωμένοι με απαιτήσεις και μεγαλύτερη οικονομική δυνατότητα, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και ίαση για τον τραυματισμένο τουρισμό των μεγαλουπόλεων.

Μέσα από την εξέλιξή του στο χρόνο, παίρνει όλο και πιο σταθερή μορφή και αποδεικνύεται πως ο οποιοσδήποτε υποψήφιος συνεδριακός τουρίστας ξοδεύει περισσότερα χρήματα στο ταξίδι του, εκτιμά περισσότερο τις πολιτιστικές και ιστορικές ρίζες ενός τόπου, αναζητά την εξυπηρέτηση και αν μείνει ικανοποιημένος από την εικόνα που σχημάτισε πιθανώς να αποζητήσει την ίδια χώρα και για τις διακοπές του.

Ο συνεδριακός τουρισμός περιλαμβάνει τουρίστες υψηλής οικονομικής στάθμης και μάλιστα συχνά σε εποχή off season. Έτσι προσφέρει μεγάλες δυνατότητες στα ξενοδοχεία, που αυτή τη στιγμή είναι οι κυριότεροι χώροι διεξαγωγής συνεδρίων. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί το μεγαλύτερο κομμάτι του επιχειρηματικού τουρισμού (40%) και είναι μια αγορά που αναπτύσσεται συνεχώς με ρυθμούς 8% ετησίως, ακολουθώντας τις σύγχρονες ανάγκες για ενημέρωση και ανταλλαγή απόψεων μεταξύ επιστημόνων, επαγγελματιών, εταιριών κ.λπ. Ο συνεδριακός τουρισμός επιδεικνύει μικρότερη ευαισθησία στα προβλήματα της πόλης και πραγματοποιείται κατά κύριο λόγο στα μεγάλα αστικά κέντρα.

Όλο και περισσότεροι αναγνωρίζουν τη σημασία αυτής της τουριστικής αγοράς και το ρόλο που μπορεί να διαδραματίσει τόσο στην προσέλκυση τουριστών υψηλής στάθμης (οικονομικής και κοινωνικής), όσο και στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.

Την τελευταία 15ετία λοιπόν έχει δημιουργηθεί ένα έντονο ανταγωνιστικό πεδίο, όπου κάθε κράτος προσπαθεί να αποκτήσει όσο πιο μεγάλο κομμάτι μπορεί από τη συνολική κίνηση του τόσο προσοδοφόρου αυτού τομέα. Με τη σειρά τους, οι πόλεις εντός των ορίων μιας χώρας ανταγωνίζονται μεταξύ τους για την προσέλκυση συνεδρίων, βασιζόμενες η κάθε μια στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της. Με τη σειρά τους πάλι, επιχειρήσεις μιας πόλης κάνουν προσφορές και συμφωνίες με ιδιωτικούς και δημόσιους φορείς, με σκοπό την κατάκτηση της αγοράς. Αυτές οι επιχειρήσεις είναι συνήθως μεγάλα συνεδριακά κέντρα, με μεγάλη δυναμικότητα συνήθως, και ξενοδοχειακές μονάδες, οι οποίες συνήθως παρέχουν αίθουσες μικρής έως μεσαίας χωρητικότητας (χωρίς να εξαιρούνται και μεγαλύτερης δυναμικότητας αίθουσες).

Δεδομένου όμως ότι η πλειονότητα των συνεδρίων κυμαίνεται (όπως θα δούμε πιο κάτω) στα μεγέθη μεταξύ 200 και 500 ατόμων, οι ξενοδοχειακές μονάδες είναι αυτές που επωφελήθηκαν πιο πολύ και ξεχώρισαν με διαφορά στην κούρσα για την κατάκτηση της συνεδριακής αγοράς. Επωφελούμενες, όχι μόνο από το μέγεθος των παρεχομένων αιθουσών μα και από το σύνολο των (επισιτιστικών και άλλων) υπηρεσιών που προσφέρουν, τα ξενοδοχεία έχουν πια φτάσει στο σημείο να αναλαμβάνουν πλέον σχεδόν αποκλειστικά την οργάνωση συνεδρίων και εκδηλώσεων, με εξαίρεση μόνον των πολύ μεγάλων ή αυτών που οργανώνονται σε αίθουσες δημοσίων φορέων και κτιρίων.

Τα συνέδρια είναι απαραίτητα στα ξενοδοχεία για διάφορους λόγους.

α) Οι σύεδροι όχι μόνο παρέχουν κέρδη από την κράτηση δωματίων, αλλά επειδή λίγο-πολύ είναι υποχρεωμένοι να χρησιμοποιήσουν τους κλάδους εκμετάλλευσης του ξενοδοχείου και τις υπόλοιπες υπηρεσίες του (εστιατόριο, bar, υπηρεσία δωματίων, πλυντήριο κ.λπ.) τα καθιστούν και αυτά προσοδοφόρα.

β) Εφόσον η παραμονή των συνέδρων είναι προσχεδιασμένη για ορισμένο αριθμό ημερών, το ξενοδοχείο μπορεί πιο εύκολα να κανονίσει τον αριθμό και την ποιότητα του προσωπικού.

γ) Τα συνέδρια και άλλου είδους εκδηλώσεις, μπορούν να γεμίσουν τα κενά στη δυναμικότητα του ξενοδοχείου κατά τους μήνες χαμηλής τουριστικής κίνησης.

δ) Οι σύνεδροι εάν μείνουν ικανοποιημένοι από το είδος και την ποιότητα των παρεχομένων υπηρεσιών, θα διαφημίσουν προφορικά το ξενοδοχείο (και κατ' επέκταση την πόλη) στους τόπους μόνιμης κατοικίας τους, αλλά και είναι πολύ πιθανό να ξαναμείνουν σε αυτό σε κάποια άλλη μελλοντική επίσκεψή τους.

Ο συνεδριακός τουρισμός διακρίνεται από τη διάρκεια και το μέγεθος των συνεδρίων. Η πλειονότητα των συνεδρίων κυμαίνεται από 3-5 ημέρες, συνήθως εργάσιμες, κατά τη διάρκεια των οποίων οι σύνεδροι καταλύουν στο ξενοδοχείο και χρησιμοποιούν τους κλάδους εκμετάλλευσής του, προσφέροντας έτσι σημαντικά έσοδα στο ξενοδοχείο.

Το μέγεθος των συνεδρίων ποικίλει και εξαρτάται από πολλούς παράγοντες. Δεν υπάρχει κάποιο τυπικό μέγεθος, αλλά όπως αναφέρθηκε, η πλειονότητα αφορά συνέδρια του μεγέθους των 200-500 ατόμων. Σημαντικός είναι και ο αριθμός των μικρών συνεδρίων μεγέθους μικρότερου των 200 ατόμων ενώ ένα 10% φτάνει και ξεπερνά τα χίλια άτομα.

Οι πιο δημοφιλείς μήνες για τη διοργάνωση συνεδρίων είναι ο Μάιος και ο Σεπτέμβριος, καθώς και οι υπόλοιποι μήνες της άνοιξης και του φθινοπώρου. Αυτό συμβαίνει γιατί ο καιρός είναι ακόμα καλός (ειδικά στη χώρα μας) ενώ παράλληλα αποφεύγεται η υπερβολική ζέστη και ο συνωστισμός του καλοκαιριού καθώς και τα κρύα του χειμώνα.

Κατά τα άλλα οι θερινοί μήνες είναι που παρουσιάζουν τη μικρότερη κίνηση καθώς και η εορταστική περίοδος του χειμώνα.

Ο συνεδριακός τουρίστας είναι σε γενικές γραμμές επιστήμονας ή επιχειρηματίας με πανεπιστημιακή μόρφωση, ταξιδεύει συχνά, ενώ συχνά είναι μέλος σε διάφορα σωματεία, επαγγελματικές ενώσεις, club, κ.λπ. Διαβάζει εξειδικευμένα –και σχετικά με τα ενδιαφέροντά του– περιοδικά και έντυπα, και αν αθλείται συνήθως επιλέγει ακριβά σπόρ όπως γκόλφ, τένις, ιστιοπλοΐα.

Η ηλικία του είναι η πλέον παραγωγική (από 35 έως 60 ετών) και η οικονομική του κατάσταση είναι από μεσαία έως πάρα πολύ καλή. Προτιμά τη διακίνηση με αεροπλάνο και εκτιμά ιδιαίτερα τα στοιχεία που έχουν σχέση με την πολιτιστική και ιστορική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτεται.

Καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, όπως θεατρικές παραστάσεις και συναυλίες, αλλά και επισκέψεις και ξεναγήσεις σε παραδοσιακούς χώρους, μουσεία, πινακοθήκες, αρχαιολογικά μνημεία κ.λπ. τον ενδιαφέρουν και δέχεται να συμπληρώσουν τέτοιες δραστηριότητες το πρόγραμμα των εργασιών του συνεδρίου που παρακολουθεί.

Ακόμα, όπως έχει αποδειχτεί, αν το συνέδριο πραγματοποιείται στις αίθουσες του ενός ξενοδοχείου, και αν ο σύνοδος διαμένει στα δωμάτια αυτού, αφήνει τρεις έως πέντε φορές περισσότερα χρήματα στα διάφορα τμήματά του, ιδιαίτερα δε στο bar.

Ο συγκεκριμένος πελάτης επομένως, έχει ιδιαίτερες συνήθειες και απαιτήσεις που σχετίζονται με τα μέσα και τους τρόπους μεταφοράς του, τις εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό των χώρων διεξαγωγής του συνεδρίου, τον τρόπο διαμονής και την ποιότητα διατροφής, εξυπηρέτησης και διασκέδασής του.

Γ) Σχετικές Υπηρεσίες

Σημαντικό στοιχείο του συνεδριακού τουρισμού αποτελεί επίσης το γεγονός ότι αξιοποιεί πάρα πολλές διαφορετικές μεταξύ τους επιχειρήσεις και επαγγελματίες, πέραν του χώρου στον οποίο λαμβάνει χώρα το συνέδριο. Έμμεσα, από ένα συνέδριο επωφελούνται ο εθνικός αερομεταφορέας, προβάλλεται η πόλη διοργάνωσης και οι επιχειρήσεις της, επίσης οι αστικές μεταφορές και τα τουριστικά λεωφορεία που ίσως ναυλωθούν για κάποια εκδρομή ή επίσκεψη σε αρχαιολογικούς χώρους. Παράλληλα, για τη διεξαγωγή του συνεδρίου, άμεσα θα επωφεληθεί ο φορέας οργάνωσής του καθώς και ο χώρος διεξαγωγής του (ξενοδοχείο ή συνεδριακό κέντρο). Συχνά όμως το κέντρο διοργάνωσης, πέρα από το σταθερό προσωπικό που έχει γι' αυτές τις συνεδριάσεις (brigade) χρειάζεται και επιπλέον προσωπικό. Διερμηνείς, μεταφραστές, φωτογράφοι, επιχειρήσεις που μισθώνουν υλικοτεχνικό εξοπλισμό (σε περίπτωση που η επιχείρηση δε διαθέτει), όλα επωφελούνται από τη διοργάνωση ενός συνεδρίου.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Ο Συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα

Α) Δυνατότητες εδραίωσης

Οι δυνατότητες εδραίωσης του συνεδριακού και επαγγελματικού τουρισμού γενικότερα στην Ελλάδα είναι θετικές γιατί διαθέτει τις περισσότερες προϋποθέσεις για την ανάπτυξή του. Πέραν αυτού, οι δυνατότητες ενθαρρύνονται από την αύξηση που εμφανίζει στη διεθνή αγορά η κίνηση για συνέδρια, επιχειρησιακές συναντήσεις, επαγγελματικά ταξίδια και εκθέσεις.

Οι σημαντικότερες από τις προϋποθέσεις που πληρεί η χώρα μας είναι

- α) Ικανοποιητική ξενοδοχειακή υποδομή που συνεχώς βελτιώνεται τόσο ποιοτικά όσο και ποσοτικά.
- β) Νέες συνεδριακές αίθουσες σε ξενοδοχεία υψηλών προδιαγραφών και καινούρια συνεδριακά κέντρα μεγάλης δυναμικότητας.
- γ) Καλές καιρικές συνθήκες (που αν και δεν είναι τόσο σημαντικό για το συγκεκριμένο είδος τουρισμού, δεν παύει να είναι ένα σημαντικό θετικό στοιχείο)
- δ) Θετική εικόνα στις τουριστικές αγορές, με αρχή τους καθιερωμένους τουριστικούς προορισμούς της.
- ε) Δημιουργία εκθέσεων-θεσμών με κύρια φροντίδα της HELEXPO, η οποία αποκτά σημαντική φήμη στο εξωτερικό
- στ) Ευνοϊκή γεωγραφική θέση που συνεχώς επιβεβαιώνεται.

B) Υπάρχουσα κατάσταση

Στις Βαλκανικές χώρες πρώτη σε συνεδριακή κίνηση έρχεται η Ελλάδα με μεγάλη διαφορά από την Τουρκία, τη Σλοβενία, την Κροατία και τη Βουλγαρία. Τα υψηλά ποσοστά επιδότησης τα οποία χορηγήθηκαν και χορηγούνται από τους αναπτυξιακούς νόμους σε ιδιώτες επιχειρηματίες και σε άλλους φορείς (όπως π.χ. στην Τοπική Αυτοδιοίκηση) δημιούργησαν μια τεράστια και σύγχρονη υποδομή σε συνεδριακές αίθουσες σε ολόκληρη τη χώρα. Η Ελλάδα λόγω κυρίως των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών που διαθέτει, είναι σε θέση με ορθολογικό προγραμματισμό και με την κατάλληλη υποδομή να διαδραματίσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην προσέλκυση σημαντικών διεθνών συνεδρίων, με τα ανάλογα ασφαλώς συναλλαγματικά, τουριστικά, κοινωνικά, πολιτιστικά και πολιτικά οφέλη.

Και πρώτα απ' όλα οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν στις πόλεις της Ελλάδας και η υψηλή μέση μηνιαία θερμοκρασία σε σχέση με αυτή που επικρατεί σε άλλες πόλεις της Ευρώπης, κάνουν δυνατή την αξιοποίηση και των εκτός αιχμής μηνών, Μαρτίου-Μαΐου και Σεπτεμβρίου-Νοεμβρίου για την ανάπτυξη συνεδριακής δραστηριότητας.

Η πολιτιστική κληρονομιά και ειδικότερα η σύνδεση με ιστορικά πρόσωπα και γεγονότα αποτελεί κίνητρο για τη διοργάνωση συνεδρίων στις περιοχές αυτές, με αντικείμενο γνώσεις και επιτεύγματα που έχουν τις ρίζες τους στους τόπους αυτούς. Όπως για παράδειγμα, ιατρικά συνέδρια στην Κώ, την πατρίδα του Ιπποκράτη, αθλητικά στη Ολυμπία κ.λπ.

Η σημαντική γεωγραφική θέση της Ελλάδας, που αποτελεί τη φυσική γέφυρα ανάμεσα στην Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική, καθώς και το γεγονός ότι ανήκει στα Βαλκάνια και είναι μέλος της Ευρωπαϊκής Ένωσης, την καθιστά σημαντικό κέντρο οργάνωσης συνεδρίων

ευρωπαϊκών, μεσογειακών, διαβαλκανικών και χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης.

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

Είναι γεγονός και όλοι συμφωνούν με αυτό πως η Ελλάδα τηρεί τις προϋποθέσεις για τη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων και εκδηλώσεων στο έδαφός της. Το κλίμα, η φύση, η ιστορία και τα αξιοθέατα της χώρας είναι τέτοιας ποιότητας που η Ελλάδα είναι ιδανικός τόπος για τη διεξαγωγή διεθνών συναντήσεων (που κατά κανόνα πραγματοποιούνται σε μήνες εκτός αιχμής)

Το 40% περίπου της διεθνούς τουριστικής δραστηριότητας αφορά τον επαγγελματικό/επιχειρηματικό τουρισμό, ωστόσο στην Ελλάδα, παρά τη σημαντική αύξηση των τελευταίων 10 ετών, το αντίστοιχο ποσοστό παραμένει κοντά στο 10%.

Ο συνεδριακός πελάτης, ιδιαίτερα ξεχωριστός σε όλα του, είναι και πολυταξιδεμένος. Αυτό σημαίνει πως έχει τις διεθνείς εκείνες παραστάσεις που του επιτρέπουν να κρίνει και να συγκρίνει χώρες, χώρους, παρεχόμενες υπηρεσίες, υποδομή, ανθρώπους, συμπεριφορές, εξυπηρετήσεις. Όταν, λοιπόν, οι διοργανωτές συνεδρίων και εκδηλώσεων δηλώνουν πως αγωνίζονται να πείσουν τους ενδιαφερόμενους να οργανώσουν το συνέδριό τους στην Ελλάδα, αυτό σημαίνει πως η φήμη της χώρας μας (στο συγκεκριμένο τομέα τουλάχιστον) δεν είναι και η καλύτερη δυνατή. Είναι γεγονός πως οι ανταγωνίστριες χώρες της Μεσογείου (Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία), κερδίζουν μεγάλο κομμάτι της πίτας των ευρωπαϊκών συνεδρίων, ενώ κερδίζουν έδαφος και προορισμοί

μακρινοί και ιδιαίτερου ενδιαφέροντος για τον Ευρωπαίο, όπως η Ιαπωνία, η Βραζιλία, τα νησιά του Ατλαντικού. Επίσης, είναι πλέον της μόδας να ξεφεύγει ο σύνεδρος από την παραδοσιακή προσφορά πακέτου (ξενοδοχείο πολυτελείας ή υψηλής κατηγορίας, γκαλά σε φαντασμαγορική αίθουσα κοσμοπολίτικου χώρου, εκδρομές και επισκέψεις σε μουσεία και μνημεία κ.λπ.). Υπάρχει έντονη η ανάγκη συνδυασμού δουλειάς και διακοπών και φυσικά η γνωριμία με την αυθεντική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτεται. Έτσι, κάποιες κλασικές παράμετροι, όπως π.χ. η απόφαση προορισμού, αρχίζουν να μην παίζουν τόσο μεγάλο ρόλο, μπροστά στην θελκτικότητα ενός συνολικά πρωτοτύπου και ελκυστικού πακέτου για όλες τις ημέρες του ταξιδιού.

Αυτό που επίσης παίζει καθοριστικό ρόλο για το αν θα γίνει ένα συνέδριο εδώ ή αλλού, είναι ο άρτιος εξοπλισμός και η καλή ποιότητα του service ιδιαίτερα σε ότι αφορά τις εργασίες του συνεδρίου. Επομένως, ένα μεγάλο και άψογα εξοπλισμένο συνεδριακό κέντρο μεγάλης χωρητικότητας, είναι σπουδαίος παράγοντας για να αποφασισθεί η διεξαγωγή του συνεδρίου σε μια ή σε άλλη χώρα.

Γ) Επιλογή Τόπου Διεξαγωγής Συνεδρίων

Για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής συνεδρίων υπάρχουν κάποια κριτήρια που παίζουν σημαντικό ρόλο.

- α) Η ύπαρξη της απαραίτητης συνεδριακής υλικοτεχνικής υποδομής είναι το σημαντικότερο κριτήριο από την πλευρά του φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο.
- β) Η εύκολη πρόσβαση σε συνάρτηση με τη χώρα ή τον τόπο προέλευσης των συνέδρων.
- γ) Η χρονική απόσταση ανάμεσα στον τόπο προορισμού και προέλευσης των συνέδρων. Φυσικά αυτός ο παράγοντας έχει και άμεση σχέση με τη συνολική διάρκεια του συνεδρίου.
- δ) Η ύπαρξη της γενικότερης υποδομής που προσφέρει η χώρα, αλλά και της ειδικότερης που περιέχεται στο συγκεκριμένο τουριστικό πακέτο του συνεδρίου. Όπως εκδηλώσεις, πολιτιστικά δρώμενα κ.λπ.
- ε) Η γενικότερη εικόνα που προβάλλει ο συγκεκριμένος τόπος σαν τόπος διεξαγωγής συνεδρίων. Δηλαδή μια πόλη με ήσυχο και γραφικό χρώμα, με πολιτιστική ή πνευματική υπόσταση, με επιστημονική έρευνα, με επιχειρησιακή και εμπορική δραστηριότητα κ.λπ.
- στ) Οι κλιματολογικές συνθήκες που επικρατούν.

Για την εδραίωση του συνεδριακού τουρισμού (και κατ' επέκταση του επαγγελματικού τουρισμού γενικότερα) σε μία χώρα, απαιτείται περισσότερο ποιοτικός τουρισμός παρά ποσοτικός. Κι αυτό γιατί οι τουρίστες επαγγελματίες δεν προσφέρουν μόνο την ποιότητα (καθώς όπως είπαμε πιο πριν ο συνεδριακός τουρίστας είναι κατά κύριο λόγο υψηλού μορφωτικού, κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου), μα και την

αποζητά κιόλας. Και αυτό συμβαίνει γιατί έχουν τη δυνατότητα να την πληρώσουν ανάλογα.

-Κοινωνική και Πολιτική Ισορροπία

Ειπώθηκε ότι ο συνεδριακός τουρισμός είναι λιγότερο ευάλωτος στις αλλαγές του καιρού και τις οικονομικές διακυμάνσεις της παγκόσμιας αγοράς. Είναι όμως ιδιαίτερα ευαίσθητος στο κοινωνικό και πολιτικό περιβάλλον. Πολιτικές αναταραχές ή αστάθεια σε μια περιοχή (όχι απαραίτητα στην ίδια τη χώρα) δημιουργούν αίσθημα ανασφάλειας, που ενώ στο γενικότερο τουρισμό έχει αρνητική επίπτωση με τη μείωση της κίνησης, στον επαγγελματικό τουρισμό φτάνει σε σημείο ματαίωσης των συνεδρίων.

-Πλήρης Υλικοτεχνικός Εξοπλισμός

Η άρτια υποδομή αποτελεί το βασικό κριτήριο για το φορέα που θα πραγματοποιήσει το συνέδριο ή την έκθεση. Η συγκεκριμένη αυτή υποδομή μπορεί να είναι είτε μέρος της ξενοδοχειακής μονάδας είτε σε αυτόνομα συνεδριακά και εκθεσιακά κέντρα. Το δεύτερο δεν αποκλείει το πρώτο αλλά το συμπληρώνει αφού τα αυτόνομα κέντρα καλύπτουν ανάγκες σημαντικότερου μεγέθους από αυτές που μπορούν να καλύψουν τα ξενοδοχεία. Η Πολιτεία έχει καθορίσει τις προδιαγραφές για τέτοιου είδους υποδομή.

-Υψηλές Ξενοδοχειακές Υπηρεσίες

Η ποιότητα του τουρισμού απαιτεί και την ανάλογη προσφορά υπηρεσιών που σχετίζονται όχι μόνο με την παραμονή αλλά και κάθε πρόσθετη υπηρεσία που είναι απαραίτητη για την εκτέλεση της εργασίας (σύστημα επικοινωνιών μέσα στο ξενοδοχείο, γραμματειακή υποστήριξη, προγράμματα ψυχαγωγίας και αναψυχής μέσα και έξω από το ξενοδοχείο).

-Άνετη Μετακίνηση

Είναι πολύ σημαντικό η μετακίνηση να είναι ευχάριστη και ξεκούραστη. Αυτό σημαίνει:

- i) Αποφυγή ενδιάμεσων στάσεων. Αυτό αποδεικνύει ότι προτιμούνται προορισμοί με απευθείας συνδέσεις.
- ii) Συνέπεια στην τήρηση δρομολογίων και παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου κατά τη διάρκεια της πτήσης.
- iii) Άνετη εξυπηρέτηση από τις υπηρεσίες εδάφους των αεροδρομίων κατά την άφιξη και κατά την αναχώρηση. Αυτό αποκτά ιδιαίτερη σημασία όταν πρόκειται για ομαδική μετακίνηση.
- iv) Η χρονοαπόσταση μεταξύ του τόπου ή της χώρας προέλευσης και του τόπου προορισμού των συμμετεχόντων στις εργασίες του συνεδρίου.

-Υποδομή της Ευρύτερης Περιοχής

Έχει μεγάλη σημασία το συγκοινωνιακό δίκτυο, οι επικοινωνίες, η ποιότητα όλων γενικά των προσφερομένων υπηρεσιών (ταξιδιωτικές, υπηρεσίες, ψυχαγωγία, ευχάριστο φυσικό και κτιριακό περιβάλλον, πολυκαταστήματα, νοσοκομεία κ.λπ.). Επίσης δεν είναι μικρότερης σημασίας η ποιότητα των κατοίκων και κυρίως αυτών που έρχονται σε άμεση επαφή με τους τουρίστες αυτής της κατηγορίας.

-Καλό Κλίμα

Οι κλιματολογικές συνθήκες δεν αποτελούν καθοριστικό παράγοντα επιλογής αλλά σίγουρα ευνοούν. Η χώρα μας ως προς το κλίμα της είναι ιδιαίτερα προνομιούχος. Το γεγονός πως οι τουριστικοί προορισμοί της είναι διεσπαρμένοι της επιτρέπουν να στηρίζει προγράμματα προβολής, ιδιαίτερα όταν αυτά περιλαμβάνουν την απαραίτητη υποδομή αλλά και ποικιλία φυσικών, πολιτιστικών και ιστορικών αξιοθέατων.

-Εικόνα του Τόπου Προορισμού

Η προϋπόθεση αυτή αναφέρεται στην όλη εικόνα που έχει δημιουργήσει ο τόπος, σαν χώρος διεξαγωγής συνεδρίων και εκθέσεων και που έχει φυσικά καταφέρει να προβάλλει στις αντίστοιχες αγορές.

Δ) Φορείς Οργάνωσης

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

Οι φορείς διακρίνονται με κριτήρια όπως:

- α) η υπόστασή τους, από καθαρά νομική άποψη
- β) ο εθνικός ή διεθνής χαρακτήρας τους
- γ) το αντικείμενο της δραστηριότητάς τους (στόχο, τομέα στον οποίο δραστηριοποιείται)
- δ) ο επιχειρησιακός ή μη χαρακτήρας της λειτουργίας τους.

-Φορείς μη Επιχειρησιακού Χαρακτήρα

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

-Φορείς με Επιχειρησιακό Χαρακτήρα

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

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

Στην Ελλάδα, οι επίσημοι φορείς που διαθέτουν τμήματα αμιγή που γνωρίζουν τα θέματα και ενισχύουν ή και χρηματοδοτούν και συνέδρια, είναι το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ, η διεύθυνση Πολιτιστικής κίνησης του Υπουργείου Πολιτισμού και το Γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας (ΓΓΕΤ).

Οι φορείς αυτοί χρηματοδοτούν συνέδρια με τουριστικό ενδιαφέρον, ανθρωπιστικών, οικονομικών, κοινωνικοπολιτικών και θετικών-εφαρμοσμένων επιστημών αντίστοιχα.

Το ΥΠ.ΠΟ και το ΓΓΕΤ δηλώνουν συναρμοδιότητα στη διοργάνωση ιατρικών συνεδρίων. Ο ΕΟΤ δεν προσφέρει άμεσα οικονομική βοήθεια. Συνεισφέρει ωστόσο σε εκδηλώσεις κοινωνικού τύπου, ξεναγήσεις σε αρχαιολογικούς και άλλους χώρους. Αντιθέτως η ΓΓΕΤ χρηματοδοτεί συνέδρια χωρίς να συνεισφέρει ουσιαστικά στις

εκδηλώσεις που συνοδεύουν τις εργασίες του συνεδρίου. Πέραν αυτών των κρατικών φορέων, συνέδρια χρηματοδοτούνται και από ιδιωτικούς φορείς ενώ ως σπόνσορες μπορούν να λειτουργήσουν ιδιώτες, τράπεζες, ναυτιλιακές εταιρίες, εταιρίες ασφαλιστικές, φαρμακευτικές κ.λπ..

-ΕΟΤ

Το τμήμα συνεδρίων και εκθέσεων του ΕΟΤ ιδρύθηκε το 1976. Η διεύθυνση δημοσίων σχέσεων και διαφήμισης ενισχύθηκε με τη δημιουργία του τμήματος αυτού που είχε σκοπό τη μέριμνα οργάνωσης συνεδρίων και εκθέσεων που αφορούν τον ελληνικό τουρισμό, ή παρεμφερών εκδηλώσεων με σκοπό την προβολή και προώθησή του.

-ΥΠ.ΠΟ

Το Τμήμα Συνεδρίων υπάγεται, όπως άλλωστε και ο τομέας Πολιτιστικών Σωματείων και τομέας πνευματικών κέντρων, στη διεύθυνση πολιτιστικής κίνησης του υπουργείου. Οι αρμοδιότητες του τμήματος περιλαμβάνουν την οργάνωση και εποπτεία διεθνών, πανελλήνιων και τακτικών συνεδρίων, την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα, τη συμμετοχή σε συνέδρια στο εξωτερικό, την παροχή διευκολύνσεων στους οργανωτικούς φορείς του συνεδρίου, την έκδοση φυλλαδίων ενημερωτικού χαρακτήρα, την προβολή της πνευματικής και καλλιτεχνικής δραστηριότητας στην Ελλάδα, την παραγωγή διεθνών σχέσεων κ.λπ

-ΓΓΕΤ

Το συγκεκριμένο γραφείο του ΓΓΕΤ, μεταξύ άλλων, σχεδιάζει, μελετά και οργανώνει τα συνέδρια, ημερίδες και λοιπές εκδηλώσεις της Γραμματείας, διεθνείς συναντήσεις επιστημόνων –των οποίων αναλαμβάνει να φροντίσει και τη φιλοξενία τους– και εισηγείται την

ηθική και οικονομική υποστήριξη συνεδρίων και συναντήσεων με αντικειμενικό θέμα των θετικών, εφαρμοσμένων και ιατρικών επιστημών.

-HELEXPO

Παρά τη σημασία των παραπάνω φορέων στην οργάνωση συνεδρίων και την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού, ο σημαντικότερος φορέας είναι η HELEXPO. Η HELEXPO είναι ο εθνικός εκθεσιακός φορέας της Ελλάδας. Είναι μάλιστα ο μεγαλύτερος οργανωτής εκθέσεων, συνεδρίων και πολιτιστικών εκδηλώσεων στη Νοτιοανατολική Ευρώπη και έχει ως έδρα τη Θεσσαλονίκη. Ως Ανώνυμη Εταιρία και με τον διακριτικό τίτλο 'HELEXPO A.E. ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ, ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ' λειτουργεί από το 1999 μετά το διαχωρισμό της από την πρώην ενιαία εταιρία 'HELEXPO-ΔΕΘ'.

Η HELEXPO A.E. έχει το αποκλειστικό δικαίωμα χρήσης του Διεθνούς Εκθεσιακού Κέντρου Θεσσαλονίκης, το οποίο αναπτύσσεται σε χώρο 180,000 τμ, των Διεθνών Συνεδριακών Κέντρων 'Ι.Βελλίδης' και 'Ν.Γερμανός' στην καρδιά της πόλης, καθώς και του Εκθεσιακού και Συνεδριακού Κέντρου Αττικής HELEXPO Palace στην καρδιά της Αθήνας, το πλέον άρτια εξοπλισμένο κέντρο του τομέα του στην Ελλάδα, το οποίο και είχε παραχωρηθεί στην Οργανωτική Επιτροπή του 'ΑΘΗΝΑ 2004' προκειμένου να χρησιμοποιηθεί για τις ανάγκες των Ολυμπιακών Αγώνων του 2004.

Ακόμη έχει το αποκλειστικό δικαίωμα της χρήσης των εμπορικών σημάτων (trademarks) όλων των κλαδικών εκθέσεων. Η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης (ΔΕΘ), μια Γενική Έκθεση παγκόσμιας εμβέλειας, που διοργανώνει η HELEXPO A.E. κάθε Σεπτέμβριο, είναι ένας από τους πιο πετυχημένους και μακροχρόνιους εκθεσιακούς θεσμούς.

Από το 2004 μετεξελίσσεται σε Διεθνή Έκθεση Στοχευμένων Εμπορικών και Πολιτιστικών Θεματικών Κατευθύνσεων, προκειμένου να λειτουργήσει ως 'θερμοκοιτίδα' για την ανάπτυξη νέων κλαδικών εκθέσεων και νέων υπηρεσιών και γεγονότων. Η 1^η ΔΕΘ διοργανώθηκε το 1926 και σήμερα εξελίσσεται στο σημαντικότερο οικονομικό και πολιτικό γεγονός της Ελλάδας, και της ευρύτερης γεωγραφικής περιοχής της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Το εκθεσιακό ημερολόγιο της HELEXPO A.E. περιλαμβάνει περί τις 20 διεθνείς κλαδικές εκθέσεις, οι οποίες παρουσιάζουν διαρκώς αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης, ενώ αυξάνεται συνεχώς και ο αριθμός εμπορικών επισκεπτών από τις χώρες των νέων αγορών.

Η HELEXPO A.E., είτε ως μέρος των κλαδικών της εκθέσεων είτε ανεξάρτητα, διοργανώνει εθνικά, περιφερειακά ή διεθνή συνέδρια και ημερίδες. Οι συνεδριακές δραστηριότητές της περιλαμβάνουν μερικά από τα μεγαλύτερα συνέδρια που πραγματοποιούνται στη Βόρεια Ελλάδα, με σημαντικότερη την Παγκόσμια Συνέλευση του Απόδημου Ελληνισμού.

Επίσης, η HELEXPO διαθέτει τις εγκαταστάσεις και τις υπηρεσίες της σε φορείς για τη διοργάνωση εκθέσεων και συνεδρίων, ενώ περιβάλλει τις εκθέσεις της με ποικίλες παράλληλες πολιτιστικές εκδηλώσεις, με αποκορύφωμα αυτές κατά τη διάρκεια της ΔΕΘ.

Στις εκθέσεις της HELEXPO A.E. παίρνουν μέρος χιλιάδες εκθέτες από όλη την Ελλάδα και από δεκάδες χώρες, όλων των ηπείρων. Τις εγκαταστάσεις της επισκέπτονται, κάθε χρόνο, περισσότεροι από 2 εκατομμύρια επισκέπτες. Η διεθνής εμπορική ακτινοβολία και

αποτελεσματικότητα της HELEXPO γίνεται το συγκριτικό πλεονέκτημα, στον ιστορικά και γεωγραφικά ενιαίο, οικονομικό χώρο των Βαλκανίων, της Παρευξείνιας Ζώνης και της Ανατολικής Μεσογείου.

-ΑΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (TCVB)

Σημαντικό ρόλο τα τελευταία χρόνια, από το 2000 οπότε και ιδρύθηκε, έχει παίξει η Εταιρεία Συνεδρίων και Επισκεπτών (Thessaloniki Conventions & Visitors Bureau – TCVB). Το TCVB είναι το πρώτο του είδους του στην Ελλάδα. Είναι μια μη κερδοσκοπική εταιρεία που στοχεύει στην αύξηση των συνεδρίων, των ταξιδιών κινήτρων και των εκδηλώσεων που διεξάγονται στη Θεσσαλονίκη. Λειτουργεί υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης, του ΕΟΤ, της Νομαρχίας και του Δήμου Θεσσαλονίκης.

Τα άνω των 100 μελών του TCVB, συνθέτουν μια πολυσυλλεκτική εικόνα αποτελούμενη από τους πιο σημαντικούς φορείς της πόλης (Ανώτατα Εκπαιδευτικά Ιδρύματα, όλα τα μουσεία, Πολιτιστικούς Οργανισμούς, Φορείς με Φεστιβαλικές Εκδηλώσεις, Επαγγελματικές Ομοσπονδίες, τον Οργανισμό Λιμένος Θεσσαλονίκης κ.λπ.).

Στα μέλη του περιλαμβάνονται επίσης και επιχειρήσεις της πόλης που δραστηριοποιούνται στο χώρο του συνεδριακού τουρισμού και καλύπτουν με τις υπηρεσίες τους το σύνολο των αναγκών που προκύπτουν από τη διοργάνωση συνεδρίων ή ταξιδιών κινήτρων (εταιρείες διοργάνωσης συνεδρίων, δημοσίων σχέσεων, ξενοδοχεία,

τουριστικά γραφεία, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, εστιατόρια, catering, οπτικοακουστικά συστήματα, καταστήματα κ.α.).

Οι αναφερόμενες ανωτέρω διάσπαρτες δυνάμεις της Θεσσαλονίκης συνενώνονται στο TCVB και βοηθούν στην εκπλήρωση των στόχων και των επιδιώξεών του να καθιερωθεί η Θεσσαλονίκη ως συνεδριούπολη διεθνούς κύρους και δημοφιλής προορισμός για ταξίδια κινήτρων.

Ε) Συνεδριακές Πόλεις στην Ελλάδα

Η Αθήνα παραμένει πάντα ένας πολύ δημοφιλής προορισμός για τα υποψήφια συνέδρια. Τα τελευταία χρόνια μάλιστα ο αριθμός και η ποιότητα των προσφερομένων αιθουσών έχουν βελτιωθεί σημαντικά. Πέραν των ξενοδοχείων που δραστηριοποιούνται στον τομέα, χώροι για εκθέσεις και συνέδρια βρίσκονται στο Ζάππειο, στο Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας, στον Οργανισμό Λιμένος Πειραιώς, στο Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών και στο σύγχρονο κέντρο HELEXPO Palace.

Στα νησιά κατά κανόνα οι αίθουσες που προσφέρουν τα ξενοδοχεία είναι σχετικά μικρές, με λίγες μόνο εξαιρέσεις σε κάποια από τα μεγαλύτερα νησιά, όπως στην Κρήτη και στη Ρόδο. Εκτός από αυτά τα δυο, αίθουσες υπάρχουν σε νησιά όπως η Κώς, η Λέσβος, η Σάμος, η Σαντορίνη και αλλού.

Στην υπόλοιπη ηπειρωτική Ελλάδα, σημαντικό κέντρο συνεδριακής δραστηριότητας είναι η Πάτρα, καθώς προσφέρει αίθουσες τόσο στο Πανεπιστήμιο και στο χώρο του ΑΤΕΙ (αν και το τελευταίο παραμένει αναξιοποίητο σχεδόν 5 χρόνια μετά την ολοκλήρωση της

κατασκευής του κέντρου), αλλά προσφέρει και πολλές ξενοδοχειακές αίθουσες με προσωπικό πολύ καλά εκπαιδευμένο και εξαιρετικές υπηρεσίες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Συνεδριακός Τουρισμός Θεσσαλονίκης

Α) Χαρακτηριστικά Θεσσαλονίκης

Σαν πόλη, η Θεσσαλονίκη δεν έχει τίποτα να ζηλέψει από την Αθήνα, ή ακόμα κι από τις άλλες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες. Αποτελεί, εκτός από διοικητικό κέντρο, και το κέντρο της κοινωνικής, πολιτιστικής και οικονομικής ζωής της Βορείου Ελλάδας, έτσι ώστε δίκαια κατέχει τον τίτλο της συμπρωτεύουσας. Ειδικότερα όσον αφορά το συνεδριακό τουρισμό, τα τελευταία πέντε χρόνια υπάρχει μια σημαντική αύξηση στον αριθμό των πραγματοποιούμενων συνεδρίων, υποδεικνύοντας ότι η Θεσσαλονίκη έχει πλέον μπει δυναμικά στον αγώνα για την απόκτηση του δικού της μεριδίου από τη συνολική κίνηση του συνεδριακού τουρισμού.

Η γεωγραφική της θέση κατ' αρχάς είναι ένα μεγάλο ατού της. Έχει δίκαια χαρακτηριστεί πύλη των Βαλκανίων, καθώς είναι η πρώτη μεγάλη πόλη που συναντάται στο δρόμο προς τη Μεσόγειο. Έχει επίσης χαρακτηριστεί –για τον ίδιο λόγο– ως το κύριο επιχειρηματικό κέντρο των Βαλκανίων, χαρακτηρισμός εξίσου δίκαιος, καθώς τόσο εμπορεύματα όσο και ιδέες διακινούνται περνώντας αναγκαστικά από την πόλη. Όντας επίσης η δεύτερη μεγαλύτερη πόλη της Ελλάδας, με πληθυσμό που πλησιάζει το εκατομμύριο, και μια από τις μεγαλύτερες των Βαλκανίων, είναι λογικό να τραβά ένα επιχειρηματικό ενδιαφέρον από όλη την Ευρώπη. Πολλές επιχειρήσεις μάλιστα, ειδικά αυτές που δραστηριοποιούνται στη Βόρεια Ελλάδα και τα Βαλκάνια, έχουν γραφεία, ή ακόμα και τα αρχηγεία τους στη Θεσσαλονίκη.

Σημαντικό στοιχείο της γεωγραφικής της θέσης, είναι και η εγγύτητά της σε σημαντικούς αρχαιολογικούς χώρους, όπως τα

εκπληκτικά αρχαιολογικά ευρήματα της Βεργίνας. Βέβαια, αρχαιολογικός και πολιτιστικός πλούτος υπάρχει και μέσα στην πόλη, όπως η Αψίδα του Γαλέριου (Καμάρα), ο Λευκός Πύργος, το σύμβολο της πόλης, οι αρχαιολογικές εκσκαφές της πλατείας Ναυαρίνου, καθώς και πολλά βυζαντινά μνημεία (αφού μάλιστα η Θεσσαλονίκη είναι από πλευράς βυζαντινών εκθεμάτων και μνημείων η δεύτερη πόλη στον κόσμο) όπως τα τείχη της παλιάς πόλης, και φυσικά ο ναός του πολιούχου της πόλης, του Αγίου Δημητρίου. Υπάρχει λοιπόν για τους ενδιαφερόμενους για μνημεία και αρχαιότητες ένα πλήθος επιλογών και ένα μεγάλο ποσοστό της τουριστικής κίνησης προς τη Θεσσαλονίκη είναι αυτής της μορφής.

Σημαντική είναι και η εγγύτητά της στη Χαλκιδική, η οποία πέρα από σημαντικότατο κέντρο διακοπών και τουριστικό θέρετρο, με υπέροχες παραλίες οι οποίες μάλιστα ξεκινούν λίγα μόλις χιλιόμετρα από την πόλη, προσφέρει και πρόσβαση στα μοναδικά μοναστήρια του Αγίου Όρους, στο ακρωτήριο Άθως.

Η πρόσβαση στην πόλη της Θεσσαλονίκης είναι πολύ εύκολη. Είναι συνδεδεμένη με το οδικό και σιδηροδρομικό δίκτυο, αποτελώντας το βορειότερο τμήμα του κεντρικού άξονα Αθήνα-Λαμία-Θεσσαλονίκη. Αποτελεί σημαντικό λιμάνι μετακίνησης εμπορευμάτων και ανθρώπων, ενώ το αεροδρόμιο Μακεδονία μόλις λίγα χιλιόμετρα από την πόλη, εξυπηρετεί τις αερομεταφορές.

B) Παρούσα Κατάσταση – Υπάρχουσα Υποδομή

Η πόλη της Θεσσαλονίκης ποτέ δεν αποτελούσε, αυτή καθ' αυτή, τουριστικό προορισμό. Γενικά μπορούμε να πούμε ότι έχει περισσότερο διερχόμενο παρά αστικό τουρισμό. Οι επισκέπτες ενδιαφέρονται κυρίως για επισκέψεις σε Πέλλα, Βεργίνα και αλλού, ενώ για την κατάσταση

αυτή ευθύνονται σε ένα βαθμό και οι tour operators, που προσανατολίζονται στη Χαλκιδική, συχνά οδηγώντας τους τουρίστες κατευθείαν στον προορισμό τους από το αεροδρόμιο, χωρίς καμία διανυκτέρευση στην πόλη.

Για τον λόγο αυτό η Θεσσαλονίκη στρέφεται και στηρίζεται στον συνεδριακό τουρισμό. Ευτυχώς, πλέον, η υπάρχουσα υποδομή είναι παραπάνω από καλή. Πέρα από τις συνεδριακές αίθουσες της ΔΕΘ και του Πανεπιστημίου, πολλά ξενοδοχεία έχουν μπει δυναμικά στη συνεδριακή αγορά με πολλές αίθουσες, μικρές, μεσαίες ή μεγάλες, που πληρούν τις προϋποθέσεις. Τόση σημασία δίνεται πλέον από τα ξενοδοχεία στο τμήμα αυτό του τουρισμού, που αποτελεί πια ένα ξεχωριστό τμήμα για το ξενοδοχείο, με προϊστάμενο (Conference/Banquet Manager), και άλλα άτομα με ειδικές ευθύνες στον τομέα αυτό (π.χ. Meeting Host/Hostess). Το σύνηθες προσωπικό του ξενοδοχείου επίσης απασχολείται στις συνεδριακές αίθουσες, ειδικά κατά τα διαλλείματα, αν υπάρχει μπουφές ή αν προσφέρεται coffee break.

Το μόνο που λείπει από τις συνεδριακές αίθουσες των ξενοδοχείων είναι εξειδικευμένα πράγματα και προσωπικό, όπως μεταφραστές, υλικοτεχνικός εξοπλισμός (αν και ο βασικός τεχνολογικός εξοπλισμός συνήθως υπάρχει τώρα πια) κ.λπ.. Για την κάλυψη αυτών των αναγκών τους τα ξενοδοχεία απευθύνονται σε εξωτερικά γραφεία που προσφέρουν τέτοιες υπηρεσίες.

Για πολύ καιρό οι εγκαταστάσεις του συνεδριακού κέντρου της ΔΕΘ εξυπηρετούσαν με τον καλύτερο τρόπο τις ανάγκες της Θεσσαλονίκης, με αποτέλεσμα τη δίκαιη επίσημη θεώρηση της πόλης ως συνεδριούπολης. Εκατοντάδες συνέδρια, τόσο τοπικά όσο και διεθνή φιλοξενούνται κάθε χρόνο στο συνεδριακό κέντρο της Έκθεσης. Η οργανωτική επάρκεια βρίσκεται σε πολύ ικανοποιητικό σημείο.

Μπορούμε να πούμε ότι στη Θεσσαλονίκη δημιουργήθηκε ένα πρότυπο συνεδριακής δραστηριότητας.

Αυτή όμως η επιτυχία δημιούργησε νέες, τεράστιες ανάγκες. Από ένα σημείο και μετά, το συνεδριακό κέντρο της ΔΕΘ μόνο του δεν μπορούσε να καλύψει τις ανάγκες της πόλης πλήρως. Αυτό το κενό λοιπόν στην προσφορά ήρθαν να γεμίσουν, όπως έχει ήδη αναφερθεί, τα ξενοδοχεία της πόλης. Πολλά ξενοδοχεία στράφηκαν και βασίστηκαν σε αυτήν την κατεύθυνση, κι αυτό φαίνεται από την κινητικότητα. Μάλιστα, κάποια από τα μεγάλα ξενοδοχεία, με την ευκαιρία της αλλαγής του επιχειρηματικού προσανατολισμού τους (της αλλαγής δηλαδή από κλασσικά ξενοδοχεία πόλης για το διερχόμενο τουρισμό σε μικρά συνεδριακά κέντρα) προχώρησαν και σε άλλες, έμμεσες κινήσεις προκειμένου να τραβήξουν το επιχειρηματικό ενδιαφέρον των διοργανωτών. Τέτοιες κινήσεις όπως συνολικές ανακαινίσεις (όπως η ανακαίνιση του Electra Palace στην πλατεία Αριστοτέλους το 2003), ή αλλαγές στην επωνυμία (συχνά με τη μέθοδο franchise όπως το χαρακτηριστικό παράδειγμα του κεντρικού ξενοδοχείου Capitol που πήρε την επωνυμία της μεγάλης αλυσίδας Holiday Inn). Όλα αυτά τα ξενοδοχεία, νέα και παλιά, ενώ δεν ξεχνούν το ρόλο τους ως ξενοδοχεία πόλης, δεχόμενα groups πελατών για ξεναγήσεις, διακοπές και φυσικά πάντα και το διερχόμενο τουρισμό, στρέφονται και βασίζονται όλο και πιο πολύ στον συνεδριακό τουρισμό, σαν μια σίγουρη κίνηση με βέβαια κέρδη.

Έγιναν πολλές συναντήσεις με πρωτοβουλία της HELEXPO ΑΕ και της ΔΕΘ όσον αφορά την αναγνώριση της Θεσσαλονίκης σαν μια Διεθνής Συνεδριούπολη. Η Θεσσαλονίκη, αν και δεν είναι η πρώτη πόλη της Ελλάδας, μπορεί να θεωρηθεί ωστόσο προνομαϊκή, μιας και αποτελεί μέσω της HELEXPO παγκόσμια αναγνωρισμένη συνεδριούπολη, μέλος πολλών διεθνών οργανισμών που κινούνται στο χώρο του συνεδριακού

και επαγγελματικού γενικότερα τουρισμού (π.χ. η Ένωση Διεθνών Εκθετών UFI και η Διεθνής Ένωση Συνεδρίων και Συμβάσεων ICCA). Σαν συνεδριούπολη πρέπει να δημιουργεί στους επισκέπτες της τις καλύτερες εντυπώσεις: κάθε φιλοξενούμενος σ' αυτή την πόλη μπορεί να γίνει ο καλύτερος πρεσβευτής της χώρας μας στην πατρίδα του, με θετικές συνέπειες για την πόλη στο σύνολό της και προς όφελος όλων των κατοίκων της.

-Η Κίνηση των Τελευταίων Ετών

Σύμφωνα με την ετήσια έκθεση του ICCA (για το έτος 2007) η Θεσσαλονίκη για τρίτη συνεχή χρονιά συγκαταλέγεται μεταξύ των 100 δημοφιλέστερων προορισμών πόλεων για διοργάνωση συνεδρίων (91^η θέση) επί συνόλου 233 πόλεων στις οποίες διοργανώθηκαν συνολικά 5838 συνέδρια. Πολλές μεγαλουπόλεις βρίσκονται πίσω από τη Θεσσαλονίκη, όπως η Μόσχα, η Λωζάννη, το Λίβερπουλ, η Φρανκφούρτη, το Λος Άντζελες, το Ντάλας και άλλες. Στην πρώτη πεντάδα βρίσκεται η Βιέννη, το Παρίσι, η Σιγκαπούρη, η Βαρκελώνη και το Βερολίνο. (Η Αθήνα βρίσκεται στην αξιοσημείωτη 20^η θέση και η Ρόδος στην 148^η)

Η κατακόρυφη αύξηση της κίνησης του συνεδριακού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη σημειώθηκε από τις αρχές της δεκαετίας με εντυπωσιακά άλματα στα ποσοστά των πραγματοποιούμενων συνεδρίων. Συγκεκριμένα το 2001, η κίνηση ήταν μάλλον χαμηλή. Το επόμενο έτος, ο αριθμός των συνεδρίων δεν ήταν πολύ μεγάλος, αλλά το ποσοστό της αύξησης από το προηγούμενο έτος είναι εντυπωσιακό: 97,5 % ! Τα ποσοστά της μεταβολής του κάθε έτους σε σχέση με το προηγούμενο φαίνονται ως εξής:

2002 : 97,5 % !

2003 : 104 % !

2004 : -27 % !

2005 : 14 %

2006 : 37%

2007 : 25%

Βλέπουμε ότι η αύξηση τα έτη 2002-2003 είναι εκπληκτική, ενώ εντύπωση προκαλεί το γεγονός ότι το 2004, έτος των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας, είχαμε πτώση που πλησίασε το 30%! Αυτό δικαιολογείται ως επακόλουθο των Αγώνων, καθώς δεν θεωρήθηκε ασφαλής χρονιά από τους απανταχού διοργανωτές για τη διεξαγωγή συνεδρίων στην Ελλάδα. Η μη βεβαιότητα της επιτυχίας των Αγώνων και το υψηλό ενδιαφέρον και συνεπώς η αυξημένη κίνηση του κόσμου για ταξίδι στην Ελλάδα για τους Αγώνες, δημιούργησαν κλίμα ανασφάλειας και αμφίβολής σταθερότητας. Από το επόμενο έτος η κίνηση επανήλθε σε ανοδική πορεία, χωρίς όμως τα εντυπωσιακά ποσοστά των πρώτων ετών.

Αν και συνέδρια διεξάγονται στη Θεσσαλονίκη όλο το χρόνο, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι σημειώνεται μια σημαντική διεύρυνση της παραδοσιακής «υψηλής συνεδριακής περιόδου» η οποία επεκτείνεται και σε μήνες που παλαιότερα δεν παρουσίαζαν ιδιαίτερη συνεδριακή κίνηση, όπως ο Φεβρουάριος και ο Ιούνιος. Παρατηρούμε δηλαδή μια ιδιαίτερα έντονη συνεδριακή δραστηριότητα επί 8 μήνες και συγκεκριμένα : Φεβρουάριο, Μάρτιο, Απρίλιο, Μάιο, Ιούνιο και Σεπτέμβριο, Οκτώβριο, Νοέμβριο. Η παρατήρηση αυτή επιβεβαιώνει επίσης τη συμβολή του συνεδριακού τουρισμού στην αντιμετώπιση της χαμηλής κίνησης που παρουσίαζε ο εν γένει τουρισμός της Θεσσαλονίκης κατά τη διάρκεια θερινών μηνών όπως ο Ιούνιος.

Γ) Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης

Με επιβλητική και αντιπροσωπευτική συμμετοχή του παραγωγικού δυναμικού της χώρας και με ευρύτατη παρουσία της ξένης παραγωγής, με καλή οργάνωση και όρους λειτουργίας ανοίγει κάθε χρόνο τις πύλες της η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης. Βασικό γνώρισμά της στα πλαίσια του ριζικού εκσυγχρονισμού της και της προσαρμογής των στόχων της στα δεδομένα της οικονομικής συγκυρίας και των επιδιώξεων της χώρας, αποτελεί η υψηλή εμπορικότητα και έντονος εξαγωγικός προσανατολισμός, σε συνδυασμό με τους παράλληλους στόχους της αποκατάστασης στις συνθήκες της ανοιχτής αγοράς και της ενίσχυσης του εγχώριου παραγωγικού δυναμικού.

Η τελετή των εγκαινίων της Έκθεσης είναι μεγαλοπρεπής και επίσημη. Την έναρξη της λειτουργίας κηρύσσει ο εκάστοτε πρωθυπουργός της χώρας και ο Μητροπολίτης της Θεσσαλονίκης κάνει τον αγιασμό.

Από την ίδρυση της ενιαίας εταιρείας HELEXPO-ΔΕΘ, σκοπός της ήταν να διαμορφώνει ένα ενιαίο εκθεσιακό πρόσωπο, να δημιουργήσει έναν εθνικό φορέα εκθέσεων και να αναδείξει τη Θεσσαλονίκη σε κέντρο-πόλη του ενιαίου Ευρωπαϊκού συνεδριακού χώρου. Σε μεγάλο βαθμό, οι επιδιώξεις της στέφθηκαν με επιτυχία. Μετά το διαχωρισμό της HELEXPO από τη ΔΕΘ, η πρώτη αποτέλεσε και αποτελεί πλέον τον επίσημο εκθεσιακό-συνεδριακό φορέα της Ελλάδας, ενώ εδώ και αρκετά χρόνια η Θεσσαλονίκη απολαμβάνει μια αρκετά καλή φήμη ως συνεδριακή πόλη, εδραιωμένη πλέον στην Ευρωπαϊκή αγορά του επαγγελματικού τουρισμού.

Στη ΔΕΘ συμμετέχουν δεκάδες χώρες όλων των ηπείρων και εκατοντάδες Ελληνικές πόλεις με βιομηχανικές και βιοτεχνικές

επιχειρήσεις όλων των κλάδων της παραγωγής του ιδιωτικού τομέα της οικονομίας, καθώς και φορείς και οργανισμοί του δημόσιου τομέα. Κατά τη διάρκεια της Εκθέσεως, χιλιάδες κόσμος επισκέπτεται την πόλη από όλα τα μέρη της Ελλάδας και του εξωτερικού, καθώς και επίσημοι, όπως Έλληνες υπουργοί, ανώτατοι στρατιωτικοί υπάλληλοι, ανώτατοι διπλωματικοί υπάλληλοι και υπουργοί ξένων κρατών.

Η αρχή της λειτουργίας της ΔΕΘ χρονολογείται στα 1916, ο πόλεμος όμως ήταν αιτία να σταματήσει τη λειτουργία της και να επαναλειτουργήσει μετά το 1963. Μέχρι τον Β΄ Παγκόσμιο Πόλεμο η ΔΕΘ λειτουργούσε σε προσωρινές εγκαταστάσεις που αργότερα έγιναν μόνιμες.

Η Έκθεση σήμερα, αναπτύσσεται σε συνολικό λειτουργικό χώρο διακοσίων χιλιάδων περίπου τετραγωνικών μέτρων των εγκαταστάσεων του Διεθνούς Κέντρου Εκθέσεως της HELEXPO που παλαιότερα υπολογιζόταν σε 80 χιλιάδες τετραγωνικά, με πλήρη κάλυψη όλων των περιπτέρων και των υπαίθριων εκθετηρίων επιφανειών.

Μέσα σε αυτόν τον τεράστιο χώρο έχουν γίνει σημαντικά οικοδομήματα και άλλα έργα, όπως δρόμοι, πλατείες, κήποι. Στα περίπτερα εκθέτουν οι εκθέτες τα προϊόντα της βιομηχανικής και βιοτεχνικής παραγωγής. Τα περίπτερα αυτά έχουν το καθένα τη δική του ξεχωριστή αρχιτεκτονική μορφή και φωτισμό και κατά τη διάρκεια της έκθεσης όλος ο χώρος μοιάζει με μια πόλη αποτελούμενη από διάφορα οικοδομήματα, κήπους, δρόμους, σιντριβάνια, ακόμα και κέντρα αναψυχής και παρουσιάζει ένα θέαμα φαντασμαγορικό.

Η συρροή του κόσμου κατά την περίοδο της Έκθεσης είναι πολύ μεγάλη, Υπάρχει μεγάλο ενδιαφέρον από πλευράς επιχειρηματιών και κοινού και παρατηρείται αύξηση της κίνησης στην πόλη της Θεσσαλονίκης αυτές τις μέρες. Γι' αυτό κατά την περίοδο αυτή, η πολιτεία σε συνεργασία με το δήμο Θεσσαλονίκης φροντίζει να

αυξηθούν τα δρομολόγια πλοίων λεωφορείων και οι αεροπορικές πτήσεις προς τη Θεσσαλονίκη, και θέτει σε κυκλοφορία περισσότερες αμαξοστοιχίες, ενώ παράλληλα ο ΕΟΤ φροντίζει για την οργάνωση της διαμονής των χιλιάδων επισκεπτών στα ξενοδοχεία.

Το τουριστικό ρεύμα που αναπτύσσεται είναι τόσο μεγάλο, που παλαιότερα, πριν δέκα περίπου χρόνια, οι οργανωτές και οι ξενοδόχοι υποστήριζαν ότι ο Σεπτέμβριος (ο μήνας λειτουργίας της Έκθεσης) «τάιζε» τους υπόλοιπους έντεκα μήνες του έτους. Αυτό βέβαια δεν ισχύει τώρα πια, αφού υπάρχουν οι ποικίλες κλαδικές εκθέσεις κατανεμημένες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, προσφέροντας κίνηση στα ξενοδοχεία και την πόλη γενικότερα σε μορφή συνεδρίων και ποικίλων εκδηλώσεων.

Η γεωγραφική θέση που κατέχει η Θεσσαλονίκη δικαιολογεί την επιλογή της ως χώρο για μια τόσο σημαντική έκθεση. Μάλιστα αυτό φαίνεται και από το γεγονός ότι από τους Βυζαντινούς κιόλας χρόνους αποτελεί σημαντικό εμπορικό κέντρο. Έχει γίνει πια σημείο αναφοράς και τόπος ετήσιας συνάντησης του παραγωγικού και εξαγωγικού κόσμου, στην Ελλάδα, τα Βαλκάνια και την Ευρώπη γενικότερα. Αποτελεί την θετική ελληνική απάντηση στις προκλήσεις που θέτουν οι αντίστοιχες ευρωπαϊκές συνεδριακές πόλεις, προκλήσεις στις οποίες ανταπεξέρχεται εξαιρετικά. Είναι η έμπρακτη απόδειξη για την εθνική ακμή και το δυναμικό ξεκίνημα που έδωσε την ώθηση για τη δημιουργική πορεία που ακολούθησε αργότερα ο επαγγελματικός τουρισμός στην Ελλάδα και τη Θεσσαλονίκη ειδικότερα.

Κατά τη διάρκεια της ΔΕΘ οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να γνωρίσουν από κοντά βιομηχανικά-βιοτεχνικά προϊόντα, είδη χειροτεχνίας και λαϊκής τέχνης, συστήματα ευρεσιτεχνίας, αυτοματισμού, είδη βιομηχανικού εξοπλισμού, παραγωγικά μηχανήματα, γενικά τις υπηρεσίες των νέων τεχνολογιών σε όλους τους τομείς, όπως

εκδόσεις, πληροφορίες, ενημέρωση, επικοινωνίες, προβολή οργανισμών κρατικής δραστηριότητας, προβολή ξένων χωρών, προβολή τουρισμού. Η προβολή υπηρεσιών κατέχει μια σημαντικότερη θέση τα τελευταία χρόνια, ειδικότερα δε ο τομέας των υπηρεσιών παροχής επικοινωνιών.

Η ΔΕΘ διατηρεί ολοζώντανα τα στοιχεία εκείνα που της δίνουν το χαρακτήρα γεγονός με το οποίο συντελείται η διεθνής οικονομική παράσταση της χώρας, που δικαιολογούν την επιλογή του χώρου της ως βήματος εθνικής και διεθνούς εμβέλειας από το οποίο χαράσσονται οι συντεταγμένες της εθνικής οικονομικής πορείας. Ακόμη την έχουν κάνει σημείο αναφοράς και τόπο συνάντησης του επιχειρηματικού κόσμου, την καθιέρωσαν ως σημείο ζεύξης και συνεργασίας ανάμεσα στον ιδιωτικό, το δημόσιο και τον κοινωνικό τομέα της οικονομίας.

Τέλος την καταξίωσαν ως χώρο ειρηνικής άμιλλας ανάμεσα σε χώρες και λαούς και την τοποθέτησαν στο επίκεντρο μιας δημιουργικής συμπαράταξης των παραγωγικών τάξεων, καθώς και μιας ευρύτατης λαϊκής αποδοχής.

Κατά τη διάρκεια της ΔΕΘ πραγματοποιούνται πολυάριθμες παράλληλες (συνεδριακές και πολιτιστικές) εκδηλώσεις τόσο από τη μεριά της HELEXPO όσο και από άλλους φορείς και εκθέτες καθώς και εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων, συνεντεύξεις τύπου, επαφές και συναντήσεις εργασίας διεθνούς χαρακτήρα που θα δώσουν την ευκαιρία για προώθηση και σύσφιξη των εμπορικών και οικονομικών σχέσεων μεταξύ των χωρών που συμμετέχουν και των επιμέρους εκθετών. Πολλές από τις εκδηλώσεις αυτές θα γίνουν με υλικοτεχνική και οργανωτική υποστήριξη της HELEXPO στα περίπτερα της έκθεσης μα και στο υπερσύγχρονο συνεδριακό κέντρο της.

Συγκεκριμένα, το συνεδριακό κέντρο της HELEXPO 'Ι. Βελλίδης', είναι το μεγαλύτερο αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα, με 5 αίθουσες και συνολική χωρητικότητα 2400 ατόμων. Είναι άρτια εξοπλισμένο, με

πλήρη υλικοτεχνικό εξοπλισμό, βοηθητικούς χώρους, οπτικοακουστικά μέσα που καλύπτουν τις ανάγκες μεταγλώττισης σε έντεκα γλώσσες, parking για 430 αυτοκίνητα και roof garden για δεξιώσεις έως και χιλίων ατόμων.

Επίσης, η HELEXPO διαθέτει και το μικρότερο συνεδριακό κέντρο 'Νικόλαος Γερμανός' με 4 αίθουσες και χωρητικότητα 720 ατόμων. Κι αυτό είναι εξοπλισμένο με άρτια τεχνικά μέσα, καμπίνες διερμηνείας για 8 γλώσσες, αίθουσα VIP, κέντρο τύπου, εστιατόριο κ.λπ..

Στο πλαίσιο της ΔΕΘ, η HELEXPO οργανώνει εκτός από τη μεγάλη Έκθεση του Σεπτεμβρίου και άλλες εκθέσεις κατά τη διάρκεια του έτους που είναι πιο ειδικές. Έτσι κατά τη περίοδο της κάθε μίας από τις εκθέσεις αυτές η κίνηση στην πόλη της Θεσσαλονίκης αυξάνεται, αφού δημιουργείται κίνητρο στους ενδιαφερόμενους του κάθε κλάδου για μετακίνηση προς αυτήν. Κάθε έκθεση καλύπτει κάποιο τομέα πρωτογενούς, δευτερογενούς ή τριτογενούς παραγωγής, από αγροτικά προϊόντα, σε προϊόντα βιομηχανικής και βιοτεχνικής παραγωγής, και από καινοτομίες των νέων τεχνολογιών στην προσφορά υπηρεσιών και την προβολή τουριστικών-επισιτιστικών προϊόντων και υπηρεσιών.

Η δημοφιλέστερη έκθεση, και μάλιστα αυτή που προβάλλει τη χώρα μας και το τι μπορεί να προσφέρει στον υπόλοιπο κόσμο, είναι η PHILOXENIA, θεσμός που μετρά ήδη είκοσι χρόνια παρουσίας και οργανώνεται σε συνεργασία με τον ΕΟΤ. Αφορά τον τουρισμό και στόχοι της είναι να δοθεί μια αξιόπιστη εικόνα της ελληνικής τουριστικής προσφοράς, να καθιερωθεί η PHILOXENIA και συνεπώς η Θεσσαλονίκη ως πέρασμα για όλους όσοι συναλλάσσονται και εργάζονται στην τουριστική βιομηχανία και να διαμορφωθεί η Έκθεση σαν ένας μοχλός ώθησης στην τουριστική προσφορά και ζήτηση. Πέραν της PHILOXENIA, παρεμφερής είναι η έκθεση HOTELIA, που

περιλαμβάνει εξοπλισμό και τροφοδοσία ξενοδοχείων και άλλων επισιτιστικών επιχειρήσεων.

Άλλες σημαντικές εκθέσεις είναι η AGROTIKA, η FURNIDEC, η σημαντικότερη INFOSYSTEM, η AUTO-MOTO και άλλες πολλές που καλύπτουν το σύνολο σχεδόν της παραγωγής και των υπηρεσιών.

Δ) Το Μέλλον του Συνεδριακού Τουρισμού στη Θεσσαλονίκη

Η υπάρχουσα κατάσταση του συνεδριακού τουρισμού στην πόλη της Θεσσαλονίκης μας αφήνει με τις καλύτερες ελπίδες για το μέλλον. Η υποδομή βελτιώνεται συνεχώς, το προσωπικό των κέντρων και ξενοδοχείων γίνεται όλο και πιο έμπειρο από τέτοιου είδους διοργανώσεις, ο αριθμός των συνεδριακών αιθουσών είναι μεγάλος και η διαθεσιμότητα υψηλή. Η καθολική πλέον αναγνώριση της πόλης ως συνεδριούπολης την έχει καθιερώσει ως στάνταρ προορισμό.

Αυτό δε σημαίνει βέβαια ότι θα πρέπει οι αρμόδιοι φορείς, δημόσιοι και ιδιωτικοί, να επαναπαύονται. Ο κόσμος του συνεδριακού τουρισμού εξελίσσεται συνεχώς και το ίδιο πρέπει να κάνουμε κι εμείς αν θέλουμε να παραμείνουμε ψηλά στην προτίμηση των Ευρωπαίων. Ευτυχώς βλέπουμε ότι γίνονται πάντα κινήσεις προς προσέλκυση ξένων επισκεπτών.

Το Υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης έχει τεράστια περιθώρια να βοηθήσει το συνεδριακό τουρισμό, να προβάλλει σε διεθνές επίπεδο την υποδομή του, σε συνδυασμό με την ιστορία, τον πολιτισμό και άλλα σημαντικά γεγονότα, ώστε να προσελκύσει περισσότερα ποσοτικά και ποιοτικά συνέδρια στη χώρα μας. Απαιτείται όμως μια ιδιαίτερα προσεκτική στρατηγική με συγκεκριμένα σχέδια δράσης, με ξεχωριστή από αυτήν του παραθεριστικού τουρισμού διαφήμιση, με την καθιέρωση

Brand Name κλπ, δραστηριότητες οι οποίες δυστυχώς πέραν τών κατά καιρούς εξαγγελιών των αρμοδίων, ακόμα δεν πραγματοποιήθηκαν.

Με πρόσφατη εκτίμησή του, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι ο τουρισμός παγκοσμίως σημείωσε τη χρονιά που πέρασε αύξηση 5,5%, τοποθέτησε τις προοπτικές ανάπτυξης του παγκόσμιου τουρισμού για το 2006 μεταξύ 4-5%. Αυτές οι προοπτικές βέβαια θα εξαρτηθούν και από εξωτερικούς παράγοντες, εκ των οποίων ο σημαντικότερος είναι η συνεχής αύξηση των τιμών του πετρελαίου.

Με αυτά τα δεδομένα, η Νομαρχία Θεσσαλονίκης έκανε μια σημαντική κίνηση προς την εξέλιξη του επιχειρηματικού τουρισμού. Δράσεις επιχειρηματικού και εναλλακτικού τουρισμού στοχεύουν να προωθήσουν από κοινού φορείς από την Ελλάδα, την Ιταλία, την Κύπρο, τη Μάλτα και την Τουρκία, στο πλαίσιο του προγράμματος «μεσογειακή συμμαχία για την ανάπτυξη του επιχειρηματικού τουρισμού».

Το πρόγραμμα που εντάσσεται στο χρηματοδοτικό μέσο του Interreg III B Archimed στοχεύει στην ανάπτυξη μιας νέας μορφής τουρισμού, του επαγγελματικού, μορφές του οποίου είναι ο συνεδριακός και ο εκθεσιακός τουρισμός. Παράλληλα διερευνώνται μέθοδοι για το συνδυασμό διαφόρων κατηγοριών επαγγελματικού με άλλες μορφές τουρισμού όπως ο πολιτιστικός, αθλητικός, ναυτικός τουρισμός κ.α..

Το Νομαρχιακό Συμβούλιο Θεσσαλονίκης, ενέκρινε με κατά πλειοψηφία απόφαση το Μάρτιο του 2006, τη συμμετοχή της Νομαρχίας στο πρόγραμμα μαζί με το Εμπορικό και Βιομηχανικό Επιμελητήριο Θεσσαλονίκης, τη Διεθνή Έκθεση Θεσσαλονίκης, το Διαβαλκανικό και Παρευξείνιο Επιχειρηματικό Κέντρο από πλευράς Θεσσαλονίκης.

-Δ΄ Προγραμματική (Σχεδιασμός Παρεμβάσεων της Περιόδου 2007-2013 στον Τομέα του Τουρισμού)

Το συγκεκριμένο κείμενο βασίζεται αφενός στην ομιλία παρουσίασης της κυβερνητικής πολιτικής για τον τουρισμό από την Υπουργό Τουριστικής Ανάπτυξης κα. Πετραλιά στην αρμόδια Επιτροπή της Βουλής στις 23/5/06 και, αφετέρου, στις προτάσεις που κατατέθηκαν από τα μέλη της ειδικά για αυτόν τον σκοπό συγκροτηθείσας Ομάδας Σχεδιασμού Προγράμματος (ΟΣΠ) του Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης. Το κείμενο αναφέρεται σε όλους τους τομείς της τουριστικής απασχόλησης, αλλά παρακάτω θα αναφερθώ σε όσα σημεία αφορούν το θέμα της ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού ειδικότερα.

Σημαντικό στοιχείο της συγκεκριμένης προγραμματικής είναι ότι οι παρεμβάσεις αυτές δεν θα αποτελέσουν ένα αυτόνομο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα (ΕΠ) αλλά θα αποτελέσουν, όπως και κατά την τρέχουσα περίοδο, μέρος ενός συνολικού ΕΠ για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της επιχειρηματικότητας (καλούμενου στη συνέχεια για συντομία ΕΠΑΝ II). Με δεδομένο λοιπόν ότι το ΕΠΑΝ II πρέπει να ακολουθεί ενιαία λογική, το παρόν κείμενο έχει εξ αρχής συντεθεί στη βάση που διαμορφώνεται για το συνολικό ΕΠΑΝ II. Με βάση αυτό το σκεπτικό, η δεύτερη ενότητα του κειμένου, (η πρώτη είναι η παρούσα εισαγωγή), παραθέτει τις αναπτυξιακές προτεραιότητες (Άξονες Προτεραιότητας). Η τρίτη τέλος ενότητα, που αποτελεί και την καρδιά του κειμένου, παρουσιάζει ειδικότερα τους στόχους καθώς και τις προτεινόμενες παρεμβάσεις που προκύπτουν από την προγραμματική της περιόδου 2007-2013.

-ΕΠΑΝ II – ΣΤΟΧΟΙ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΕΣ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ

Στο Σχέδιο Προγράμματος που διαμορφώθηκε από την Ειδική Γραμματεία Ανταγωνιστικότητας του ΥΠΙΑΝ, ως αναπτυξιακές προτεραιότητες/στόχοι του ΕΠΑΝ ΙΙ για την προγραμματική περίοδο 2007-2013 τίθενται οι εξής:

1. Επιτάχυνση της μετάβασης στην οικονομία της γνώσης

Επιδιώκεται η προώθηση της καινοτομίας και της έρευνας και τεχνολογίας και η ενσωμάτωσή τους στον παραγωγικό ιστό της χώρας ως μόνιμων κινητήρων ανάπτυξης, αναβάθμισης και ανταγωνιστικότητας.

2. Ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και της εξωστρέφειας, αναβάθμιση του παραγωγικού ιστού της χώρας

Επιδιώκεται η επέκταση της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας, ως μοναδικής διεξόδου για την παραγωγική ανασυγκρότηση της χώρας προς αγαθά και υπηρεσίες υψηλής προστιθέμενης αξίας, ποιότητας και περιβαλλοντικής ευαισθησίας.

3. Αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού

Επιδιώκεται η αναβάθμιση του ανθρώπινου δυναμικού της χώρας ως του κυριότερου αναπτυξιακού πόρου και πηγής ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων.

4. Βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος – Ενδυνάμωση του ανταγωνισμού – Προστασία του καταναλωτή

Επιδιώκεται η παροχή στην επιχειρηματικότητα όλων των κατάλληλων συνθηκών απελευθέρωσης, τεχνικών υποδομών, δομών στήριξης και εργαλείων ανάπτυξης, σε συνδυασμό με την εξασφάλιση υγιών συνθηκών ανταγωνισμού και των δικαιωμάτων του καταναλωτή.

5. Ολοκλήρωση του ενεργειακού συστήματος της χώρας και ενίσχυση της αειφορίας

Επιδιώκεται η εξασφάλιση του ενεργειακού εφοδιασμού της χώρας στο πλαίσιο της επίτευξης των περιβαλλοντικών στόχων της και η ένταξή της στα μεγάλα διεθνή δίκτυα μεταφοράς ηλεκτρισμού, πετρελαίου και

φυσικού αερίου, ως προϋποθέσεων για τη διατηρησιμότητα της ανάπτυξης και της ανταγωνιστικότητάς της.

Γενικότερα θα λέγαμε ότι βασικός στόχος των παρεμβάσεων στον τομέα του Τουρισμού για την επόμενη προγραμματική περίοδο 2007-2013 είναι η αύξηση της ζήτησης και η γενική ποιοτική αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος της χώρας και των παρεχόμενων τουριστικών υπηρεσιών σε όλα τα επίπεδα. Ο βασικός αυτός στόχος αναλύεται σε διάφορους επιμέρους στρατηγικούς στόχους, μερικοί από τους οποίους είναι οι ακόλουθοι:

- Η διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος, με την δυναμική ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού παράλληλα με την επέκταση και ποιοτική ανάπτυξη των τουριστικών δραστηριοτήτων που συνδέονται με το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιος-θάλασσα».
- Δημιουργία και αναβάθμιση ξενοδοχειακών και άλλων τουριστικών υποδομών της χώρας, συμπεριλαμβανομένων και εκείνων που απαιτούνται για την ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού.
- Η ενίσχυση της διεθνούς προβολής της χώρας ως ασφαλούς (γενικά και οικονομικά) και ελκυστικού προορισμού.
- Η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η μείωση της εποχικότητας.

Βλέπουμε ότι αρκετοί από τους επιμέρους στόχους έχουν άμεση σχέση με την παράλληλη ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού (ειδικές μορφές τουρισμού, επέκταση τουριστικής περιόδου, μείωση εποχικότητας).

-Το Μέλλον έχει Όνομα-Polis Convention Centre

Το Polis Convention Centre είναι το νέο υπερσύγχρονο συνεδριακό κέντρο της Θεσσαλονίκης που ξεκίνησε την λειτουργία του το Μάιο του 2005. Αποτελεί το μοναδικό πρότυπο συνεδριακό κέντρο της πόλης, ένα διακεκριμένο χώρο με υψηλά διεθνή standard ποιότητας υποδομής και παρεχόμενων υπηρεσιών. Βρίσκεται στην ευρύτερη περιοχή της Θεσσαλονίκης σε απόσταση μόλις 6 χλμ. από το διεθνές αεροδρόμιο "ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ" και 15 χλμ. από το κέντρο της πόλης.

Ο αρχιτεκτονικός σχεδιασμός του κτιρίου που αξιοποιεί άριστα τόσο την κατανομή του φυσικού φωτισμού σε όλες τις αίθουσες και τους κοινόχρηστους χώρους όσο και την πανοραμική θέα που προσφέρει η τοποθεσία, καθιστά το συνεδριακό κέντρο Polis σημείο αναφοράς της ευρύτερης περιοχής. Η πολυτελής και συνάμα απέριτη διακόσμηση των χώρων με τον εντυπωσιακό θόλο, την μεγαλοπρεπή κεντρική σκάλα, τις περίτεχνες ξύλινες διακοσμητικές λεπτομέρειες, τις μαρμάρινες επιφάνειες και τα κρυστάλλινα διακοσμητικά στοιχεία δημιουργούν ένα επιβλητικό και ταυτόχρονα φιλικό περιβάλλον που εντυπωσιάζει τον επισκέπτη από την πρώτη στιγμή.

Διαθέτει εσωτερικούς χώρους πολλαπλών χρήσεων συνολικού εμβαδόν 6000 τ.μ. Οι κύριες αίθουσες, τα foyer, οι υποστηρικτικοί χώροι, τα γραφεία γραμματειακής υποστήριξης και ο χώρος υποδοχής εξοπλισμένα με την τελευταία λέξη της τεχνολογίας προσφέρουν τη μέγιστη ευελιξία και λειτουργικότητα για την επιτυχία κάθε είδους διοργάνωσης: εταιρικές συναντήσεις, ημερίδες, διεθνή συνέδρια, εκθέσεις, παρουσιάσεις προϊόντων, επιδείξεις μόδας, κοινωνικές και ιδιωτικές εκδηλώσεις, συνολικής χωρητικότητας 3000 ατόμων.

Το κτίριο περιβάλλεται από υπαίθριους χώρους και κήπους συνολικής έκτασης 30 στρεμμάτων. Ο περιβάλλοντας χώρος, με την καταπληκτική

θέα σε όλο το Θερμαϊκό κόλπο, την εξωτερική πισίνα και τους κήπους είναι διαμορφωμένος για να μπορεί να εξυπηρετήσει πλήθος παράλληλων ή κύριων δραστηριοτήτων. Στο υπαίθριο φυλασσόμενο parking υπάρχει η δυνατότητα στάθμευσης 500 αυτοκινήτων ενώ το υπόγειο parking εξυπηρετεί 25 αυτοκίνητα επισήμων.

ΠΗΓΕΣ

ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ

- ΕΟΤ
- ΑΣΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ (TCVB)
- ΝΟΜΑΡΧΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
- ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΑΤΕΙ ΠΑΤΡΑΣ Ι. Σπηλιόπουλος

INTERNET SITES

- www.tcvb.gr
- www.walking_greece.gr
- www.sepos.gr
- www.polisconvention.gr
- www.hapco.com
- www.icca.com
- www.gnto.gr