

**Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ**

**ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ**

**ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

**ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ**

**« ΟΙ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ Η  
ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ »**

**ΤΗΣ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΑΣ**

**ΝΙΚΗΣ ΜΕΛΙΣΣΗΝΟΥ**

**ΕΠΟΠΤΕΥΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΝΑΣ. ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ**

**ΠΑΤΡΑ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2008**

# ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>4</b>
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup> .....</b>	<b>5</b>
<b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ.....</b>	<b>5</b>
1.1.1 Η ΕΚΘΕΣΗ MITT.....	22
<b>1.1 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ .....</b>	<b>22</b>
1.2.1 Η ΕΚΘΕΣΗ TNT.....	22
<b>1.2 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ .....</b>	<b>22</b>
<b>1.3 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ.....</b>	<b>22</b>
1.3.1 Η ΕΚΘΕΣΗ IT&ME .....	22
<b>1.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ .....</b>	<b>23</b>
1.4.1 CMT 12 - 20 / 01 (ΣΤΟΥΤΓΑΡΔΗ).....	23
1.4.2 BOOT 19 - 27 / 01 (ΝΤΙΣΣΕΛΝΤΟΡΦ) .....	23
1.4.3 REISEN 06 - 10 / 02 (ΑΜΒΟΥΡΓΟ) .....	24
1.4.4 REISEN / CAMPING 06 - 10 / 02 (ΕΣΣΕΝ).....	24
1.4.5 CBR 14 - 18 / 02 (ΜΟΝΑΧΟ) .....	24
1.4.6 ITB 05 - 09 / 03 / (ΒΕΡΟΛΙΝΟ) .....	25
1.4.7 IMEX 22 - 24 / 04 (ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ).....	25
1.4.8 TC - TOURISTIK & CARAVANING 19 - 23 / 11 (ΛΕΙΨΙΑ) .....	26
1.4.9 REISEMESSE KOLN INTERNATIONAL 28 – 30 / 11(ΚΟΛΩΝΙΑ) .....	26
<b>1.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑΣ.....</b>	<b>27</b>
1.5.1 ΑΙΜΕ MELBOURNE 19/20/2 (ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ).....	27
<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ .....</b>	<b>27</b>
1.5.2 SYDNEY MELBOURNE TRAVEL EXPO 15-16/3 (ΣΥΔΝΕΥ).....	28
<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ .....</b>	<b>28</b>
<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ .....</b>	<b>28</b>
<b>1.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΛΒΕΤΙΑΣ.....</b>	<b>29</b>
<b>1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΒΕΛΓΙΟΥ.....</b>	<b>31</b>
<b>1.8 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΑΛΛΙΑΣ.....</b>	<b>33</b>
<b>1.9 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΔΑΝΙΑΣ.....</b>	<b>36</b>
1.9.1 FERIE FOR ALLE .....	36
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΩΝ .....</b>	<b>36</b>
<b>1.10 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΣΘΟΝΙΑ .....</b>	<b>40</b>
1.10.1 TOUREST .....	40
<b>1.11 ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ .....</b>	<b>40</b>
1.11.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ WTM.....	41
<b>1.12 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ .....</b>	<b>46</b>
1.12.1 ΟΥΤΡΕΧΤΗΣ «ΔΙΑΚΟΠΕΣ 2008» .....	46
<b>1.14 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΑΣΙΑΣ.....</b>	<b>47</b>
1.14.1 ΤΑΙΠΕΙ.....	47
<b>1.15 ΕΛΛΑΔΑ.....</b>	<b>47</b>
1.15.1 ΡΗΙΛΟΧΕΝΙΑ.....	47
<b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΚΘΕΤΩΝ .....</b>	<b>50</b>
1.15.2 ΧΕΝΙΑ .....	50
<b>ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup> .....</b>	<b>54</b>
<b>ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ</b>	
<b>ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕΣΩ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ.....</b>	<b>54</b>
<b>2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΟΣ .....</b>	<b>54</b>
2.1.1 ΟΙ "ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ Β. ΕΛΛΑΔΟΣ" ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ.....	54

2.1.2 ΔΥΝΑΜΙΚΗ Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΠΙΝ ΣΤΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΟΥΤΡΕΧΤΗΣ ΚΑΙ ΝΟΡΒΗΓΙΑΣ .....	56
2.1.3 Η ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ.....	56
2.1.4 ΚΙΝΗΤΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟ 2008 .....	58
2.1.5 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ .....	61
2.1.6 ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ ΡΗΙΛΟΧΕΝΙΑ ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	62
2.1.6 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΤΗΣ ΡΗΙΛΟΧΕΝΙΑ .....	62
2.1.7 ΔΙΕΘΝΗΣ ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ .....	63
2.1.8 ΤΑ ΕΠΤΑΝΗΣΑ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ CIS ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ .....	67
2.1.9 Η ΞΑΝΘΗ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ “TOURIST MARKET – SMOLYAN .....	68
2.1.10 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΝΟΜΑΡΧΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΤΟΥΡΚΙΑΣ - ΒΟΥΛΓΑΡΙΑΣ .....	69
2.2 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ .....	70
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3 <sup>ο</sup> .....	73
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ.....	73
3.1 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ....	73
3.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....	75
ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....	77
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ.....	78

## **ΕΙΣΑΓΩΓΗ**

Η παρούσα μελέτη αποτελεί μια αναλυτική περιγραφή των διεθνών εκθέσεων, οι οποίες και διοργανώνονται κάθε χρόνο σε διάφορες χώρες του κόσμου. Σκοπός της γράφουσας είναι η αναλυτική περιγραφή των βασικότερων και μεγαλύτερων εκθέσεων παρουσιάζοντας το τόπο διοργάνωσης, το λόγο διοργάνωσης, στατιστικά στοιχεία σχετικά με τη πορεία τους αλλά και την επισκεψιμότητα την οποία παρουσιάζουν.

Η μελέτη αποτελείται από δύο κεφάλαια στο πρώτο θα γίνει η περιγραφή των εκθέσεων δίνοντας ιδιαίτερη βαρύτητα στην Αγγλική WTM και στις ελληνικές PHILOXENIA και XENIA, συγχρόνως παρουσιάζονται σε διαφορετικές ενότητες εκθέσεις από την Ευρώπη, την Ασία και την Αφρική.

Στο δεύτερο κεφάλαιο η γράφουσα θα θίξει τις ελληνικές δράσεις σε σχέση με τις διεθνείς εκθέσεις παραθέτοντας στοιχεία από πόλεις που συμμετείχαν σε διάφορες μεγάλες εκθέσεις της Ευρώπης.

Στο κεφάλαιο αυτό θα παρουσιαστούν στρατηγικές της Ελλάδος σε σχέση με τις διεθνείς εκθέσεις αλλά και οι προσπάθειες που γίνονται να προβληθεί η χώρα μας όχι μόνο μέσα από τη συμμετοχή της αλλά και από τη διοργάνωση μεγάλων διεθνών εκθέσεων.

Η μελέτη μας θα κλίσει με ευρύτερα συμπεράσματα από το ρόλο των εκθέσεων σε παγκόσμιο επίπεδο αλλά και με το ρόλο που μπορούν να παίξουν για την ευρύτερη ανάπτυξη του ελληνικού τουριστικού προϊόντος

## **ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1<sup>ο</sup>**

### **ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΔΙΕΘΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ**

Την πρώτη φορά που η World Travel Market του Λονδίνου, άνοιξε τις πύλες της, το 1980, αριθμούσε μόλις 350 εκθέτες και λίγους χιλιάδες επισκέπτες. Σήμερα η έκθεση αυτή που ήταν από τις πρώτες που διοργανώθηκαν είναι από τις μεγαλύτερες στο κόσμο και αριθμεί πια πάνω από 5.000 εκθέτες από 202 χώρες οι οποίοι συναντιόνται με παραπάνω από 45.000 επαγγελματίες και 3.000 δημοσιογράφους από όλο τον κόσμο<sup>1</sup>.

Σήμερα δεν έχουν αλλάξει μόνον τα μεγέθη. Τα τελευταία χρόνια και ειδικά την τελευταία δεκαετία έχουν υπάρξει πολλές και θεμελιώδεις αλλαγές στην βιομηχανία των ταξιδιών και του τουρισμού, η οποία κυριολεκτικά γιγαντώθηκε και ωρίμασε. Το ίδιο έχει συμβεί και στις εκθέσεις. Το ταξίδι είναι τώρα πλέον παγκόσμια υπόθεση και οι ίδιες οι εκθέσεις διεθνοποιούνται όλο και περισσότερο. Πριν το 1980, απευθύνονταν στην εσωτερική αγορά, πλην ελαχίστων εξαιρέσεων.

Νέοι ανταγωνιστές μπαίνουν καθημερινά στην πιθανότατα, πλέον, μεγαλύτερη βιομηχανία του κόσμου, διεκδικώντας ένα μερίδιο της αγοράς και η πίεση του ανταγωνισμού γίνεται αισθητή από όλους. Την τελευταία δεκαετία οι αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους άρχισαν να εμφανίζονται η μια μετά την άλλη ενώ δεν είναι λιγότερες οι εταιρείες τεχνολογίας που

---

<sup>1</sup>Φωτιάδης Π.,(2008),Κριτήρια Συμμετοχής σε μια έκθεση Τουρισμού, Ανάκτησης από [http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage\\_id=2652](http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2652)

ασχολούνται πλέον με τον τουρισμό καθώς καθημερινά εκατομμύρια αναζητήσεις για ταξίδια γίνονται μέσω του Διαδικτύου<sup>2</sup>.

Τα συστήματα GDS από απλούς μηχανισμούς συνεργιών μεταξύ αεροπορικών εταιρειών μετατράπηκαν σε παγκόσμιες πλατφόρμες κάθε είδους συνεργασιών για διανομή του ταξιδιωτικού προϊόντος των προμηθευτών. Τα συστήματα CRS δίνουν τις δικές τους λύσεις στην προώθηση και πώληση του τουριστικού προϊόντος των προμηθευτών σε τεράστιες μάζες καταναλωτών. Είναι ίσως αντιφατικό αλλά παρά τις σημερινές ευκολίες επικοινωνίας, οι εκθέσεις όχι μόνον δεν φθίνουν αλλά αντίθετα έχουν αποκτήσει αυξανόμενη σημασία σαν εργαλεία πωλήσεων και αυτό γιατί έχει αλλάξει η προσέγγιση τους και έχει γίνει πολύ περισσότερο επαγγελματική.

Με προγράμματα “hosted buyers”, forum, ενημερωτικά σεμινάρια, αίθουσες για meetings μέσα στις εκθέσεις, και πολλά παράλληλα events, προσφέρουν πολύ περισσότερες ευκαιρίες επαφών και πωλήσεων από ποτέ καθώς αυτή είναι πλέον η απαίτηση και των ίδιων των εμπορικών επισκεπτών των εκθέσεων, ενώ έχουν αρχίσει να πληθαίνουν οι εξειδικευμένες εκθέσεις (π.χ. adventure tourism, spa tourism, cultural & religious κ.λ.π)<sup>3</sup>.

Έτσι λοιπόν εμφανίζονται συνεχώς νέες εκθέσεις εξειδικευμένες και μη προσφέροντας μια ατέλειωτη γκάμα στα τμήματα marketing και πωλήσεων στην προσπάθεια τους να διαλέξουν την/τις καταλληλότερη/ες. Σήμερα αν και οι σημαντικότερες εκθέσεις πάντοτε συμπεριλαμβάνονται στον κατάλογο του E.O.T., θα πρέπει να πούμε εδώ πως η επιλογή αυτή δεν είναι απαραίτητα η καλύτερη για τους διάφορους επαγγελματίες, για παράδειγμα ο E.O.T. δεν συμμετέχει συνήθως σε εξειδικευμένες εκθέσεις όπως στην Travel Technology ή την Adventure Show (και λογικά ως ένα βαθμό) αλλά για πολλές επιχειρήσεις είναι προτιμότερη η συμμετοχή ακριβώς σε αυτές τις εξειδικευμένες εκθέσεις παρά στις γενικές.

Πρέπει λοιπόν η κάθε επιχείρηση να σταθμίσει τα υπέρ και κατά της κάθε περίπτωσης ώστε να κάνει την σωστή επιλογή της έκθεσης αυτής από την οποία θα αποκομίσει τα μεγαλύτερα οφέλη. Ωστόσο η συμμετοχή σε μια έκθεση (είτε για επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα είτε για προορισμούς )

<sup>2</sup> Κριτσωτάκι Ι.Γ.,(2000),“Εμπορικές Εκθέσεις” και ITTFA - Exhibition Guide

<sup>3</sup> Κριτσωτάκι Ι.Γ.,(2000),“Εμπορικές Εκθέσεις” και ITTFA - Exhibition Guide

πρέπει να είναι οπωσδήποτε ενταγμένη στο συνολικότερο σχέδιο marketing της επιχείρησης ή του προορισμού, ειδάλλως η αποτελεσματικότητα της συμμετοχής θα είναι μάλλον μικρής απόδοσης. Ο παρακάτω πίνακας δίνει περιληπτικά την λογική σειρά των αποφάσεων και δράσεων που σηματοδοτούν μια τέτοια επιλογή.

<b>ΦΑΣΗ ΑΠΟΦΑΣΗΣ</b>		
1	Συσχετισμός στόχων Marketing και συμμετοχής	Τι ακριβώς επιδιώκετε με την συμμετοχή;
2	Συσχετισμός στόχων και τρόπου οργάνωσης - Στοχευόμενες ομάδες	Που επιδιώκετε να συναντήσετε ποιους;
3	Αξιολόγηση εκθέσεων - επιλογή	Σε ποία έκθεση αναμένετε καλύτερη προσέγγιση των στόχων;
4	Σκεπτικό - Σχέδιο Δράσης	Με ποιους τρόπους επιδιώκετε να αξιοποιήσετε την συμμετοχή;
5	Δαπάνη συμμετοχή - Προϋπολογισμός	Συσχετισμός στόχων, απαιτούμενης δαπάνης και πρόβλεψης τμήματος Marketing
6	Οριστική απόφαση	Ενημέρωση συναρμοδίων - Ορισμός υπευθύνου του στάντ
<b>ΦΑΣΗ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ</b>		
7	Κατάρτιση αναλυτικού χρονοδιαγράμματος δράσης	
8	Τεχνική της οργάνωσης	
	Προσωπικό	Επιλογή προσωπικού, καθορισμός αρμοδιοτήτων



	Διαδικασίες	Δήλωση συμμετοχής, συνεργασία με οργανωτή, τήρηση κανονισμού
	Στάντ	Σχεδιασμός, κατασκευή, εξοπλισμός κλπ
	Υλικό	Επιλογή, παραγωγή, προετοιμασία για αποστολή
	Τύπος, προσκλήσεις, λοιπές πρωτοβουλίες	Διαφήμιση / Δημ. Σχέσεις
	Κλεισίματα εισιτηρίων, ξενοδοχείων κλπ	Μεταφορές κλπ διαδικαστικά
<b>ΦΑΣΗ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ</b>		
9	Λειτουργία του Σταντ (Υλοποίηση των στόχων συμμετοχής)	
	Επικοινωνία με επισκέπτες	
	Ημερήσιο feedback	
	Δραστηριότητες Δημ. Σχέσεων / Φροντίδα ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ	
<b>ΜΕΤΑ - ΕΚΘΕΣΙΑΚΗ ΦΑΣΗ</b>		
10	Εργασίες μετά την λήξη της έκθεσης	
	Επιμέλεια επαφών (Follow up)	

	Αποστολή πληροφοριών και υλικού που ζητήθηκε, αξιοποίηση επαφών	
	Έλεγχος αποτελεσμάτων	
	Αξιολόγηση επισκεπτών, σύγκριση στόχων και αποτελεσμάτων, έλεγχος δαπανών	
	Ενημέρωση συνεργατών / έκθεση απολογισμού	
	Παρουσίαση προβλημάτων, προτάσεις	

Πηγή: Κριτσωτάκι Ι.Γ.,(2000),“Εμπορικές Εκθέσεις” και ITTFA - Exhibition Guide

Καθώς το κόστος της συμμετοχής σε μια οποιανδήποτε έκθεση, είτε αυτόνομα είτε μέσα από την “ομπρέλα” του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, είναι αρκετά υψηλό, η επιλογή της / των καταλληλότερης / ων είναι πρωτεύον ζήτημα. Της τελικής επιλογής θα πρέπει λοιπόν να προηγούνται οι παρακάτω διαδοχικές φάσεις.

**A.** Ιεράρχηση των αγορών-στόχων όπως αυτές προδιαγράφονται από το (απαραίτητο) πρόγραμμα marketing και καταγραφή των εκθέσεων που οργανώνονται σε κάθε μια από αυτές τις αγορές στόχους ανάλογα με το είδος, την εμβέλεια και τον χρόνο πραγματοποίησης.

**B.** Ανάλυση των εκθέσεων στις αγορές στόχους.

Όπου τα βασικά κριτήρια περιγράφονται συνοπτικά στον παρακάτω πίνακα

<b>1 Προέλευση και Σύνθεση επισκεπτών (Ποσοτική - Ποιοτική )</b>	
2	Προέλευση και Σύνθεση Εκθετών (Ποσοτική - Ποιοτική)
3	Δυναμισμός (Διαχρονική εξέλιξη βασικών μεγεθών)
4	Τόπος και Χρόνος Οργάνωσης
5	Κόστος

Το βασικότερο είναι βέβαια η ανάλυση των επισκεπτών που περιλαμβάνει για μεν τους επαγγελματίες<sup>4</sup>:

1. τη διαχρονική εξέλιξη του αριθμού τους ανά χώρα προέλευσης και κλάδο
2. τη θέση τους στην επιχείρηση
3. την αρμοδιότητα τους στην λήψη αποφάσεων
4. ενώ για το κοινό τα βασικά κριτήρια είναι τα δημογραφικά και κοινωνικό-οικονομικά.

Οι μεγαλύτερες εκθέσεις παρέχουν συνήθως τέτοιες πληροφορίες στην ιστοσελίδα τους. Σε αντίθετη περίπτωση θα πρέπει να επικοινωνήσετε με τους διοργανωτές. Η ανταπόκριση τους στο αίτημα σας αποτελεί συνήθως και μια καλή ένδειξη του επιπέδου του επαγγελματισμού τους.

Το καλύτερο βέβαια κριτήριο για την τελική επιλογή μιας έκθεσης είναι πάντοτε μια επιτόπια επίσκεψη. Αφού γίνει η τελική επιλογή της έκθεσης, αρχίζει το επόμενο στάδιο που είναι η προετοιμασία της συμμετοχής. Εδώ

<sup>4</sup> Φωτιάδης Π.,(2008),Κριτήρια Συμμετοχής σε μια έκθεση Τουρισμού, Ανάκτησης από [http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage\\_id=2652](http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2652)

καταλυτικό ρόλο παίζει η οργάνωση με διανομή αρμοδιοτήτων και με την δημιουργία ενός χρονοδιαγράμματος. Στην πράξη είναι παρατηρημένο ότι πολλοί εκθέτες στην χώρα μας, αντιμετωπίζουν την πολυπλοκότητα της οργάνωσης της συμμετοχής με μάλλον απλοϊκό τρόπο και χωρίς την υποστήριξη της από κατάλληλα στελέχη, κυρίως στον δημόσιο τομέα. Αυτό υποσκάπτει την αποτελεσματικότητα της συμμετοχής<sup>5</sup>.

Ο δημόσιος τομέας και οι επαγγελματίες πρέπει να συνυπάρχουν σε μια έκθεση καθώς κάνουν αλληλοσυμπληρούμενες εργασίες και πρέπει να συντονίζουν τις δραστηριότητες τους καθώς οι περισσότερες εκθέσεις πλέον απευθύνονται τόσο σε επαγγελματίες όσο και σε κοινό.

Η έγκαιρη προετοιμασία είναι το κλειδί της επιτυχίας. Ας έχουμε υπόψη μας ότι οι αποφάσεις των μεγάλων γραφείων του εξωτερικού για επίσκεψη μιας έκθεσης παίρνονται 14 - 41 εβδομάδες πριν.

Για τους επαγγελματίες λοιπόν είναι θέμα ζωτικής σημασίας να γνωρίζουν όσο το δυνατόν νωρίτερα σε ποιες εκθέσεις θα λάβει μέρος ο Ε.Ο.Τ., η Περιφέρεια, η Νομαρχία ώστε να επικοινωνήσουν εγκαίρως με τους ξένους επαγγελματίες. Σύμφωνα με διεθνείς έρευνες, μόνο ένα ποσοστό 20% των επισκεπτών μιας έκθεσης χρησιμοποιούν τον κατάλογο, κάτι που καταδεικνύει ότι το συντριπτικά μεγαλύτερο ποσοστό των επαγγελματιών επισκεπτών μίας έκθεσης πάνε εκεί με ραντεβού κλεισμένα προ πολλού. Έγκαιρη επιλογή της έκθεσης, έγκαιρη ενημέρωση όλων των ενδιαφερομένων και έγκαιρη οργάνωση λοιπόν είναι το τρίπτυχο της αποτελεσματικής συμμετοχής. Στο συγκεκριμένο Κεφάλαιο θα γίνει όσο ποιο αναλυτικά γίνεται η καταγραφή και παρουσίαση των διεθνών εκθέσεων τουρισμού. Αρχικά και προτού προχωρήσουμε στη παρουσίαση αυτών θα παραθέσουμε στους ακόλουθους Πίνακες σύμφωνα με το site του ΕΟΤ τις εκθέσεις που γίνονται ανά χώρα και στην Ελλάδα αλλά και την τυπική ημερομηνία διοργάνωσης τους, αν δεν υπάρξει κάποια αλλαγή. Η ιδιαιτερότητα είναι ότι αυτές είναι οι εκθέσεις που συμμετέχει ο ΕΟΤ και όχι απαραίτητα το σύνολο των εκθέσεων που μπορεί να συμμετέχει ένας τουριστικός φορέας

---

<sup>5</sup> Φωτιάδης Π.,(2008),Κριτήρια Συμμετοχής σε μια έκθεση Τουρισμού, Ανάκτησης από [http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage\\_id=2652](http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2652)

<b>ΧΩΡΑ</b>	<b>ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ</b>	<b>ΕΚΘΕΣΗ</b>	<b>ΠΟΛΗ</b>
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	19-20/2/2008	AIME MELBOURNE	ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ
	15 - 16/03/2008	SYDNEY TRAVEL EXPO	ΣΥΔΝΕΪ
	12 - 13/4/2008	MELBOURNE TRAVEL EXPO	ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ
ΑΥΣΤΡΙΑ	17-20/1/2008	FERIEN MESSE	ΒΙΕΝΝΗ
	25-27/1/2008	FERIENMESSE 50 PLUS	ΓΚΡΑΤΣ
	26-27/1/2008	CHRISTOPHORUS	ΙΝΝΣΜΠΡΟΥΚ
	1-3/2/2008	TOURIST	ΛΙΝΖ
	22-24/2/2008	FERIEN MESSE SALZBURG	ΣΑΛΤΣΜΠΟΥΡΓΚ
	13-16/11/2008	SENIORENMESSE	ΒΙΕΝΝΗ
ΒΕΛΓΙΟ	25-30/1/2008	INTERNATIONAL VAKANTIESALON	ΑΜΒΕΡΣΑ
	7-11/2/2008	SALON DES VACANCES + TRAVEL FAIR	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ
	19-20/3/2008	EUROPEAN INDUSTRY MEETING FAIR (EMIF)	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ
	19-23/11/2008	ZENITH	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ
	10-11/12/2008	BRUSSELS TRAVEL EXPO	ΒΡΥΞΕΛΛΕΣ

ΓΑΛΛΙΑ	24-27/1/2008	SALON THERMALIE	ΠΑΡΙΣΙ
	25-27/1/2008	SALON DE TOURISME DE RENNES	ΡΕΝ
	1-3/2/2008	TOURISSIMO	ΣΤΡΑΣΒΟΥΡΓΟ
	1-3/2/2008	SALON DE TOURISME DE BORDEAU	ΜΠΟΡΝΤΩ
	6-7/2/2008	SALON BEDOUK	ΠΑΡΙΣΙ
	8-10/2/2008	SALON DE TOURISME ET DES VACANCES	ΝΑΝΤ
	8-10/2/2008	SALON DE TOURISME DE TOULOUSE	ΤΟΥΛΟΥΖΗ
	29/2-2/3/2008	TOURISSIMA	ΛΙΑ
	29/2-2/3/2008	SALON DE TOURISME DE MARSEILLES	ΜΑΣΣΑΛΙΑ
	7-9/3/2008	MAHANA	ΛΥΩΝ
	13-17/3/2008	MAP DE PARIS	ΠΑΡΙΣΙ
	16-19/9/2008	TOP RESA	ΝΤΟΒΙΑ
	7-9/11/2008	SALON INTERNATIONAL DE COLMAR	ΚΟΛΜΑΡ
	08-11/12/2008	ILTM - INTERNATIONAL LUXURY TRAVEL MARKET	ΚΑΝΝΕΣ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	12-20/1/2008	CMT International Exhibition for Caravanning, Motoring & Tourism	ΣΤΟΥΤΓΑΡΔΗ
	19-27/1/2008	BOOT	ΝΤΥΣΕΛΝΤΟΡΦ

	6-10/2/2008	REISEN	ΑΜΒΟΥΡΓΟ
	14-18/2/2008	CBR	ΜΟΝΑΧΟ
	5-9/3/2008	ITB	ΒΕΡΟΛΙΝΟ
	22-24/4/2008	IMEX	ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ
	19-23/11/2008	TOURISTIK & CARAVANING INTERNATIONAL LEIPZIG	ΛΕΙΨΙΑ
ΔΑΝΙΑ	25-27/1/2008	FERIE	ΚΟΠΕΓΧΑΓΗ
	22-24/2/2008	FERIE FOR ALLE	ΧΕΡΝΙΝΓΚ
ΕΛΒΕΤΙΑ	17-20/1/2008	FERIEN & GESUNDHEITSMESS	ΒΕΡΝΗ
	25-27/1/2008	VACANCES, SPORTS ET LOISIRS	ΓΕΝΕΥΗ
	31/1-3-2/2008	FESPO	ΖΥΡΙΧΗ
	8-10/2/2008	FERIENMESSE ST. GALLEN	ΣΑΙΝΤ ΓΚΑΛΕΝ
	15-17/2/2008	BASLER FERIENMESSE	ΒΑΣΙΛΕΙΑ
	29-31/10/2008	TTW MONTREUX	ΜΟΝΤΡΕ
ΕΣΘΟΝΙΑ	15-17/2/2008	TOUREST	ΤΑΛΛΙΝ
ΗΝΩΜΕΝΑ ΑΡΑΒΙΚΑ ΕΜΠΟΡΕΥΜΑΤΑ	6-9/5/2008	ARABIAN TRAVEL MARKET	ΝΤΟΥΜΠΑΪ

ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ	11-13/1/2008	THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW / MANCHESTER	ΜΑΝΤΣΕΣΤΕΡ
	18-20/1/2008	THE HOLIDAY & TRAVEL SHOW	ΓΛΑΣΚΩΒΗ
	31/1-3/2/2008	THE TIMES DESTINATION	ΛΟΝΔΙΝΟ
	8-10/2/2008	INTERNATIONAL HOLIDAY SHOW & OVERSEAS PROPERTY SHOW	ΜΠΕΡΝΜΟΥΘ
	12-14/2/2008	CONFEX	ΛΟΝΔΙΝΟ
	10-13/11/2008	WORLD TRAVEL MARKET	ΛΟΝΔΙΝΟ
ΗΠΑ	9-10/2/2008	THE LOS ANGELES TIMES TRAVEL SHOW	ΛΟΝΓΚ ΜΠΙΤΣ / ΚΑΛΛΙΦΟΡΝΙΑ
	29/2-2/3/2008	N.Y.TIMES TRAVEL SHOW	Ν.ΥΟΡΚΗ
	13-14/4/2008	HERMES EXPO INTERNATIONAL	ΑΤΛΑΝΤΙΚ ΣΙΤΙ / ΝΙΟΥ ΤΖΕΡΣΕΪ
	12-13/4/2008	KNBC Travel Expo	ΛΟΣ ΑΝΤΖΕΛΕΣ
	29-30/4/2008	HOME BASED TRAVEL AGENT	ΣΑΝ ΝΤΙΕΓΚΟ
	24-25/5/2008	NBC	ΣΑΝ ΝΤΙΕΓΚΟ
	23-25/9/2008	IT & ME SHOW	ΣΙΚΑΓΟ
	15-16/11/2008	NBC	ΣΙΚΑΓΟ
	3-4/12/2008	LUXURY TRAVEL EXPO	ΛΑΣ ΒΕΓΚΑΣ
ΙΑΠΩΝΙΑ	11-14/3/2008	FOODEX	ΤΟΚΥΟ



	19-21/9/2008	JATA CONGRESS & WORLD TRAVEL FAIR	TOKYO
ΙΡΛΑΝΔΙΑ	18-20/1/2008	THE HOLIDAY WORLD SHOW	ΜΠΕΛΦΑΣΤ
	24-27/1/2008	THE HOLIDAY WORLD SHOW	ΔΟΥΒΛΙΝΟ
ΙΣΠΑΝΙΑ	30/1-3/2/2008	FITUR	ΜΑΔΡΙΤΗ
	4-6/4/2008	TURISMO DE LA COMUNIDAD VALENCIANA (T.C.V.)	ΒΑΛΕΝΘΙΑ
	17-20/4/2008	SALON INTERNACIONAL DEL TURISME A CATALUNA (SITC)	ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ
	15-18/5/2008	EXPOVACACIONES	ΜΠΙΛΜΠΑΟ
	31/10-2/11/2008	EXPOGALAECIA	ΒΙΓΟ
	27-30/11/2008	INTUR	ΒΑΓΙΑΔΟΛΙΔ
	2-4/12/2008	EIBTM	ΒΑΡΚΕΛΩΝΗ
ΙΣΡΑΗΛ	5-6/2/2008	IMTM International Mediterranean Tourism Market	ΤΕΛ ΑΒΙΒ
ΙΤΑΛΙΑ	21-24/2/2008	BORSA INTERNAZIONALE DEL TOURISMO (BIT)	ΜΙΛΑΝΟ
	15-16/2/2008	NO FRILLS - TRAVEL & TECHNOLOGY EXPO	ΜΠΕΡΓΚΑΜΟ
	13-15/3/2008	GLOBE	ΡΩΜΗ

	4-6/4/2008	BORSA MEDITERRANEA DEL TOURISMO - BMT	ΝΑΠΟΛΗ
	17-25/5/2008	FIERA CAMPIONARIA INTERNAZIONALE	ΠΑΔΟΒΑ
	26-27/9/2008	NO FRILLS - TRAVEL & TECHNOLOGY EXPO	ΜΠΕΡΓΚΑΜΟ
	4-12/10/2008	SALONE NAUTICO INTERNAZIONALE	ΓΕΝΟΒΑ
	24-26/10/2008	TTG INCONTRI	ΡΙΜΙΝΙ
	6-7/11/2008	BORSA DEL TOURISMO CONGRESSUALE	ΡΩΜΗ
	6-9/11/2008	FIERACAVALLI	ΒΕΡΟΝΑ
ΚΑΖΑΚΣΤΑΝ	24-26/4/2008	KITF	ΑΛΜΑΤΥ
ΚΑΝΑΔΑΣ	24-26/10/2008	INTERNATIONAL TOURISM TRAVEL SHOW	ΜΟΝΤΡΕΑΛ
ΚΙΝΑ	27-30/3/2008	WORLD TRAVEL FAIR	ΣΑΓΚΑΗ
	19-21/6/2008	BEIJING INTERNATIONAL TOURISM EXPO (BITE)	ΠΕΚΙΝΟ
	20-23/11/2008	CITM (China International Travel Mart)	ΣΑΓΚΑΗ
ΚΟΡΕΑ	5-8/6/2008	KOREA WORLD TRAVEL FAIR (KOTFA)	ΣΕΟΥΛ

ΚΥΠΡΟΣ	ΜΑΙΟΣ 2008	ΤΑΞΙΔΙ	ΛΕΥΚΩΣΙΑ
ΛΕΤΟΝΙΑ	8-10/2/2008	BALTOUR	ΡΙΓΑ
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ	29/2-2/3/2008	VIVATOUR	ΒΙΛΝΙΟΥΣ
ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ	18-20/1/2008	FOIRE VAKANZ	ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ
ΝΟΡΒΗΓΙΑ	10-13/1/2008	REISELIV	ΟΣΛΟ
ΟΛΛΑΝΔΙΑ	08-13/01/2008	VAKANTIEBEURS	ΟΥΤΡΕΧΤΗ
	17-21/11/2008	50+	ΟΥΤΡΕΧΤΗ
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	28/2-2/3/2008	UTAZAS	ΒΟΥΔΑΠΕΣΤΗ
ΟΥΚΡΑΝΙΑ	26-28/3/2008	UITT	ΚΙΕΒΟ
ΠΟΛΩΝΙΑ	4-6/4/2008	KRAKOW TOURISM SALON	ΚΡΑΚΟΒΙΑ
	10-12/4/2008	GTT	ΓΚΝΤΑΝΣΚ
	18-20/4/2008	LATO	ΒΑΡΣΟΒΙΑ
	22-25/10/2008	TOUR SALON	ΠΟΖΝΑΝ

	25-27/9/2008	TT Tour + Travel	ΒΑΡΣΟΒΙΑ
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ	16-20/1/2008	BORSA DEL TOURISMO DE LISBOA (BTL)	ΛΙΣΣΑΒΩΝΑ
ΡΟΥΜΑΝΙΑ	23-26/10/2008	ROMEXPO	ΒΟΥΚΟΥΡΕΣΤΙ
ΡΩΣΙΑ	15-18/3/2008	INTOURMARKET	ΜΟΣΧΑ
	19-22/3/2008	MITT	ΜΟΣΧΑ
	15-18/5/2008	MITF	ΜΟΣΧΑ
	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2008	INWETEX - CIS TRAVEL MARKET	ΑΓ.ΠΕΤΡΟΥΠΟΛΗ
ΣΕΡΒΙΑ	28/2-2/3/2008	INTERNATIONAL FAIR OF TOURISM	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ
	9-11/6/2008	CITY BREAK	ΒΕΛΙΓΡΑΔΙ
ΣΛΟΒΑΚΙΑ	17-20/1/2008	ITF SLOVAKIA TOUR	ΜΠΡΑΤΙΣΛΑΒΑ
ΣΟΥΗΔΙΑ	24-27/1/2008	TRAVEL	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ
	29/2-9/3/2008	ALLT FOR SJON	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ
	13-16/3/2008	TUR	ΓΚΕΤΕΜΠΟΡΓΚ
	22-24/10/2008	SENIORMASSAN	ΣΤΟΚΧΟΛΜΗ

ΣΥΡΙΑ	22-24/11/2008	International Fair of Tourism Travel & Trips (ATB)	ΔΑΜΑΣΚΟΣ
ΤΣΕΧΙΑ	14-17/2/2008	HOLIDAY WORLD	ΠΡΑΓΑ
ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ	17-20/1/2008	ΜΑΤΚΑ	

Πηγή:ΕΟΤ.,(2008), Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού, από  
<http://www.gnto.gr/pages.php?pageID=949&langID=1>

ΕΚΘΕΣΗ	ΤΟΠΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ	ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ	ΔΙΟΡΓΑΝΩΤΗΣ
1 DIANA OUTDOOR	ΜΕΣΟΓΕΙΑΚΟ ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΕΣ ΠΑΙΑΝΙΑ	3 - 6/4/2008	ΟΜΙΛΟΣ ΠΗΓΑΣΟΣ ΕΚΔΟΤΙΚΗ Α.Ε. <a href="http://www.diananews.gr">www.diananews.gr</a>
2 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΠΑΝΟΡΑΜΑ	ΕΧΡΟ ΑΘΗΝΣ ΑΝΘΟΥΣΑ	17 - 20/4/2008	ΟΜΙΛΟΣ ΕΞΠΡΕΣ ΚΑΛΟΦΩΛΙΑ 210-61.72.700, 210-61.72.809
3 ΠΟΣΕΙΔΩΝΙΑ	ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ	2 - 6/6/2008	<a href="http://www.posidonia-events.com">www.posidonia-events.com</a>
4 73η ΔΙΕΘΝΗΣ ΕΚΘΕΣΗ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ (ΔΕΘ)	HELEXPO ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	5 - 21/9/2008	<a href="http://www.helexpo.gr">www.helexpo.gr</a>
5 PHILOXENIA	HELEXPO ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	30/10 - 2/11/2008	<a href="http://www.helexpo.gr">www.helexpo.gr</a>
6 POLIS	HELEXPO ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	Νοέμβριος 2008	<a href="http://www.helexpo.gr">www.helexpo.gr</a>

Πηγή:ΕΟΤ.,(2008), Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού, Ανάκτηση από  
<http://www.gnto.gr/pages.php?pageID=949&langID=1>

## **1.1 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ**

### **1.1.1 Η ΕΚΘΕΣΗ MITT**

Η έκθεση «MITT» της Μόσχας πραγματοποιείται κάθε χρόνο από 19 έως 22 Μαρτίου και αποτελεί την κύρια έκθεση της Ρωσικής αγοράς τουρισμού και την τρίτη σπουδαιότερη τουριστική έκθεση παγκοσμίως<sup>6</sup>.

## **1.2 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗ ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ**

### **1.2.1 Η ΕΚΘΕΣΗ TNT**

Η έκθεση «TNT» πραγματοποιείται από 27-30 Μαρτίου στο Βουκουρέστι

## **1.3 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ**

### **1.3.1 Η ΕΚΘΕΣΗ IT&ME**

Η Έκθεση IT&ME συγκεντρώνει κάθε χρόνο περισσότερες από 13.000 συμμετοχές –7.500 buyers και 6.000 εκθέτες, που εκπροσωπούν περίπου 1.900 επιχειρήσεις. The Motivation Show, που πραγματοποιείται κάθε χρόνο στο Σικάγο (McCormick Place Convention Center) από τις 23 έως και τις 25 Σεπτεμβρίου 2008 αναφέρεται κυρίως στο Συνεδριακό τουρισμό και στα ταξίδια κινήτρων<sup>7</sup>.

Τα ταξίδια κινήτρων (incentives), στα οποία είναι στοχευόμενη η έκθεση, παρουσιάζουν ανοδική πορεία, δεδομένου ότι τα ανώτερα στελέχη επιχειρήσεων τα αντιλαμβάνονται πλέον ως επένδυση και όχι ως κόστος, με τεράστια οφέλη τόσο για το προσωπικό, όσο και για την ίδια την επιχείρηση.

---

<sup>6</sup> Κουμέλης Κ .,(2008),*Οι Διεθνείς Εκθέσεις Μόσχα, Βουκουρέστι και Βερολίνο, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>*

<sup>7</sup> Ρόκου Τ.,(2008),*Παρών στην έκθεση IT&ME 2008 και φέτος ο HARCO, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>*

## **1.4 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΕΡΜΑΝΙΑΣ**

### **1.4.1 CMT 12 - 20 / 01 (ΣΤΟΥΤΓΑΡΔΗ)**

Η έκθεση CMT (Caravan-Motor-Touristik), θεωρείται η μεγαλύτερη έκθεση γενικού τουρισμού της Γερμανίας που απευθύνεται όχι μόνο στους Γερμανούς, αλλά και στους κατοίκους των γειτονικών κρατών. Παράλληλα με την έκθεση CMT έχει καθιερωθεί και διοργανώνονται, με μεγάλη επιτυχία, και τρεις (3) θεματικές εκθέσεις:

- “Fahrrad & Erlebnisreisen mit Wandern“ 12.-13.01.08 (ταξίδια περιηγήσεων -ποδήλατο-πεζοπορία)
- “Golf - & WellnessReisen” 17.- 20.01.08 (ταξίδια γκολφ και ομορφιάς)
- “Kreuzfahrt & SchiffsReisen” 17.- 20.01.08 (κρουαζιέρες - ταξίδια με πλοίο)

Το απόγευμα της Δευτέρας είναι, όπως κάθε χρόνο αφιερωμένο στους επαγγελματίες επισκέπτες της έκθεσης, για τους οποίους η έκθεση παραμένει ανοικτή μέχρι τις 20.00 ώρα.

### **1.4.2 BOOT 19 - 27 / 01 (ΝΤΙΣΕΛΝΤΟΡΦ)**

Η διεθνής έκθεση Boot για θαλάσσια σκάφη και τουρισμό, που πραγματοποιείται στο Ντίσελντορφ, είναι η μεγαλύτερη τουριστική εκδήλωση στο κόσμο στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού και θαλάσσιου αθλητισμού. Οι πολυπληθείς επισκέπτες της έκθεσης, ανέρχονται σε 300.000 περίπου άτομα προέρχονται από 60 κράτη, είναι άτομα με μεγάλη αγοραστική δύναμη και υψηλό επίπεδο γνώσεων στον τομέα του θαλάσσιου τουρισμού. Οι δε επαγγελματίες του τουριστικού κλάδου καλύπτουν ποσοστό 15-20% των επισκεπτών.

Ο ΕΟΤ Γερμανίας προσπαθεί να προβάλλει την Ελλάδα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και επανειλημμένα έχει τονίσει τη σπουδαιότητα της έκθεσης για την ανάπτυξη του θαλάσσιου τουρισμού στην Ελλάδα και ταυτόχρονα ζήτησε τη συμπαράσταση των εκπροσώπων του ναυτιλιακού κλάδου για μια συντονισμένη παρουσία του θαλάσσιου τουρισμού της χώρας.

Σημειώνεται πως η Διεύθυνση της έκθεσης διοργανώνει κάθε χρόνο μια εκδήλωση (κατά παράδοση την Τετάρτη), στην οποία καλεί επαγγελματίες του κλάδου, ΜΜΕ και εκπροσώπους από τον πολιτικό, καλλιτεχνικό κόσμο. Λεπτομέρειες για την εκδήλωση και την αγορά εισιτηρίων θα δημοσιευτούν στο διαδίκτυο της έκθεσης.

#### **1.4.3 REISEN 06 - 10 / 02 (ΑΜΒΟΥΡΓΟ)**

Η έκθεση Reisen παρουσιάζει μια ολοκληρωμένη τουριστική προσφορά στο κοινό της Βόρειας Γερμανίας και των γειτονικών κρατών. Το ενδιαφέρον του κοινού και των επαγγελματιών ελκύει επίσης το πλούσιο πρόγραμμα των παράλληλων εκδηλώσεων. Όπως αναφέρεται σε ενημέρωση της διοργάνωσης, οι τουριστικοί προορισμοί στην Ευρώπη κατακτούν την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των κατοίκων του Αμβούργου έναντι των μακρινών προορισμών, στοιχείο ιδιαίτερα ενδιαφέρον για τον ελληνικό τουρισμό. Ταυτόχρονα τα μεμονωμένα ταξίδια κερδίζουν σε έδαφος έναντι των οργανωμένων ταξιδιών.

#### **1.4.4 REISEN / CAMPING 06 - 10 / 02 (ΈΣΣΕΝ)**

Στην έκθεση Reisen / Camping - Έσσεν συμμετέχει ο ΕΟΤ Γερμανίας από το 2005 σε κοινό περίπτερο πληροφοριών, που διαθέτει η Διεύθυνση της έκθεσης στους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού. Η έκθεση Reisen /Camping στη πόλη Έσσεν με το ειδικό τμήμα για γκολφ συγκεντρώνει τα τελευταία χρόνια το έντονο ενδιαφέρον των Γερμανών, γεγονός που επιβεβαιώνει ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός των επισκεπτών (2006: 101.800 επισκέπτες).

#### **1.4.5 CBR 14 - 18 / 02 (Μόναχο)**

Ο νέος εκθεσιακός χώρος, στον οποίον από το 1998 στεγάζεται η έκθεση του Μονάχου, είναι, μετά το Βερολίνο, το μεγαλύτερο και ωραιότερο εκθεσιακό κέντρο της Γερμανίας. Η έκθεση CBR, με τα τρία επί μέρους τμήματα (Caravan-Boot-Reisemarkt), καλύπτει το σύνολο της τουριστικής προσφοράς. Από το 2006 η Διεύθυνση της έκθεσης, ανταποκρινόμενη στις



νέες απαιτήσεις της αγοράς, επέκτεινε την προσφορά της και σε τρεις ακόμη τρόπους διακοπών: γκολφ, ποδήλατο, wellness.

#### **1.4.6 ITB 05 - 09 / 03 / (ΒΕΡΟΛΙΝΟ)**

Η έκθεση «ITB», η οποία πραγματοποιείται στο Βερολίνο κάθε χρόνο, 5-9 Μαρτίου, θεωρείται μια από τις σημαντικότερες διοργανώσεις του είδους παγκοσμίως και η συμμετοχή σε αυτή οδηγεί σε άμεσα και απτά αποτελέσματα από πλευράς πωλήσεων. Η έκθεση κάθε χρόνο κάνει ρεκόρ συμμετοχών συγκεντρώνοντας σημαντικό αριθμό επισκεπτών, επαγγελματιών του τουριστικού χώρου, δημοσιογράφων και καταναλωτών

Η έκθεση ITB 2006 φιλοξενεί σε συνολική έκταση 150.000 τ.μ. 10.856 εκθέτες από 183 κράτη της υφελίου και συγκεντρώνει συνεχώς και περισσότερους εκπροσώπους από τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης. Η έκθεση ITB χαρακτηρίζεται από το πλούσιο πρόγραμμα παράλληλων εκδηλώσεων, όπως συζητήσεις Touristik Forum (TEF), συνεντεύξεις τύπου, δεξιώσεις, εκδηλώσεις απονομής βραβείων και διάφορες άλλες εκδηλώσεις και παρουσιάσεις.

#### **1.4.7 IMEX 22 - 24 / 04 (ΦΡΑΝΚΦΟΥΡΤΗ)**

Η εταιρία IMEX (The Worldwide Exhibition) σε συνεργασία με τη γερμανική εταιρία συνεδρίων GCB German Convention Bureau, διοργάνωσε, για πρώτη φορά στη Γερμανία και μάλιστα στη Φραγκφούρτη, το 2003 με μεγάλη επιτυχία τη διεθνή επαγγελματική έκθεση IMEX για συνέδρια, σεμινάρια και ταξίδια ειδικών κινήτρων (incentives). Τα αποτελέσματα από το πρώτο έτος της διοργάνωσης ήταν θεαματικά και ξεπέρασαν τις προσδοκίες των διοργανωτών και κάθε χρόνο παρατηρείται αυξανόμενο ενδιαφέρον εκθετών και επισκεπτών.

Παράλληλα με τις συναντήσεις συνεκθετών – επισκεπτών στην αίθουσα παρουσιάσεων, ο Ε.Ο.Τ. Γερμανίας για να δώσει τη δυνατότητα στους συνεκθέτες να επικοινωνήσουν με όσο το δυνατόν περισσότερους

δυναμικούς πελάτες καλεί κάθε χρόνο, με ειδική πρόσκληση, όλους του επαγγελματίες επισκέπτες της έκθεσης IMEX.

#### **1.4.8 TC - TOURISTIK & CARAVANING 19 - 23 / 11 (ΛΕΙΨΙΑ)**

Η έκθεση TC της Λειψίας είναι η σπουδαιότερη τουριστική εκδήλωση στα ανατολικά κρατίδια της Γερμανίας και η τρίτη μεγαλύτερη στο είδος της στο γερμανικό χώρο, μετά από τις εκθέσεις του Βερολίνου και της Στουτγάρδης. Ο συνεχώς αυξανόμενος αριθμός εκθετών, περισσότεροι από 1.000 εκθέτες από 60 χώρες, εδραιώνει τη κυρίαρχη θέση της, μεταξύ των τουριστικών εκθέσεων. Το ελληνικό περίπτερο καλύπτει επιφάνεια 80 τμ περίπου.

#### **1.4.9 REISEMESSE KOLN INTERNATIONAL 28 – 30 / 11(ΚΟΛΩΝΙΑ)**

Η έκθεση Reisemarkt, είναι αποκλειστικά και μόνο τουριστική έκθεση, χωρίς δηλαδή την παράλληλη παρουσίαση σκαφών ή τροχόσπιτων και παρά το γεγονός, ότι η διάρκειά της είναι τρεις (3) μόνο μέρες, συγκεντρώνει 1.000 περίπου εκθέτες, που καλύπτουν επιφάνεια 45.000 τμ, ο δε αριθμός των επισκεπτών, στις τρεις (3) μέρες λειτουργίας της έκθεσης, ανήλθε το 2005 σε 34.000 άτομα. Ο Ε.Ο.Τ. Γερμανίας συμμετέχει από το 1997 στη σημαντική αυτή έκθεση, που καλύπτει μια από τις πλουσιότερες περιοχές της Γερμανίας.

## 1.5 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΑΥΣΤΡΑΛΙΑΣ

### 1.5.1 ΑΙΜΕ MELBOURNE 19/20/2 (ΜΕΛΒΟΥΡΝΗ)

<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ</b>	<b>Melbourne, Australia</b>
ΜΕΡΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	17 & 18 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ
ΔΡΟΜΟΣ	Melbourne Exhibition Centre
ΕΚΘΕΤΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΗ 2009	850 ΑΠΟ 50 ΧΩΡΕΣ
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΝΕΟΙ ΕΚΘΕΤΕΣ	150
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ	ΠΑΝΩ ΑΠΟ 500 ΑΠΟ 30 ΧΩΡΕΣ
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	2,650
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	50 from 10 countries
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ	12,000 ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΩΝ	ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΔΡΑΣΕΙΣ ΥΨΗΛΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΣΕΜΙΝΑΡΙΑ
ΔΙΚΤΥΟΥ	ΥΠΟΔΟΧΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ ΚΑΙ ΜΠΑΡ ΑΝΟΙΧΤΑ ΟΛΗ ΜΕΡΑ ΠΕΜΠΤΗ ΒΡΑΔΥ ΕΛΕΥΘΕΡΗ ΓΙΑ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΗ
ΕΥΚΟΛΙΕΣ	ΙΝΤΕΡΝΕΤ ΚΑΦΕ, ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ, ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ

	ΜΠΑΡ, ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΥΠΟΥ
ΕΠΙΛΟΓΕΣ ΓΙΑ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΠΑΡΟΧΗ Ο ΓΥΡΟΣ ΤΗΣ ΜΕΛΒΟΥΡΝΗΣ ΚΑΙ ΕΠΙΣΚΕΨΗ ΚΑΙ ΣΕ ΑΛΛΕΣ ΠΟΛΕΙΣ

Πηγή: ΑΙΜΕ MELBOURNE.,(2008)

#### 1.5.2 SYDNEY MELBOURNE TRAVEL EXPO 15-16/3 (ΣΥΔΝΕΥ)

<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ</b>	<b>SYDNEY, Australia</b>
ΜΕΡΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	15 & 16 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ
<b>ΤΟΠΟΘΕΣΙΑ</b>	<b>Melbourne, Australia</b>
ΜΕΡΕΣ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗΣ	14 & 15 ΜΑΡΤΙΟΥ
ΔΡΟΜΟΣ	Melbourne ΚΑΙ Sydney
ΕΚΘΕΤΕΣ ΜΕ ΒΑΣΗ ΠΡΟΒΛΕΨΗ 2009	600 ΑΠΟ 40 ΧΩΡΕΣ
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΝΕΟΙ ΕΚΘΕΤΕΣ	50
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΤΟΠΙΚΟΙ ΑΓΟΡΑΣΤΕΣ	ΠΑΝΩ ΑΠΟ 400 ΑΠΟ 20 ΧΩΡΕΣ
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	1,780
ΑΝΑΜΕΝΟΜΕΝΑ ΜΕΣΑ ΕΝΗΜΕΡΩΣΗΣ	25 from 10 countries
ΣΥΝΟΛΙΚΗ ΕΚΤΑΣΗ	12,000 ΤΕΤΡΑΓΩΝΙΚΑ ΜΕΤΡΑ
ΔΙΚΤΥΟΥ	ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΟ ΚΑΙ ΜΠΑΡ ΑΝΟΙΧΤΑ ΟΛΗ ΜΕΡΑ

ΕΥΚΟΛΙΕΣ	INTERNET ΚΑΦΕ, ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ, ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΑ ΜΠΑΡ, ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΥΠΟΥ
ΤΙΜΕΣ ΕΙΣΙΤΗΡΙΩΝ	ΕΝΗΛΙΚΕΣ: \$13
	ΟΙ ΕΧΟΝΤΕΣ ΚΑΡΤΑ ΜΕΛΟΥΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΜΕΑ:\$11
	ΠΑΙΔΕΙΑ (5-16): \$5 ΚΑΤΩ ΑΠΟ 5 ΔΩΡΕΑΝ
	ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ 2 ΕΝΗΛΙΚΕΣ ΚΑΙ 2 ΠΑΙΔΕΙΑ \$29

Πηγή: TRAVEL EXPO.,(2008), από <http://www.travelxpo.com.au/sydney09.php>

## 1.6 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΛΒΕΤΙΑΣ

Στο παρακάτω Πίνακα παραθέτουμε όλες τις εκθέσεις στην Ελβετία, δίνοντας και στοιχεία με βάση τον ΕΟΤ για το περίπτερο το οποίο επέλεξε να στήσει το 2008 στις τελευταίες δηλαδή εκθέσεις

<b>FERIEN &amp; GESUNDHEITSMESSE BERN (ΒΕΡΝΗ)</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	FairCom AG <a href="http://www.ferienmesse.ch">http://www.ferienmesse.ch</a>
Θέμα	Έκθεση Τουρισμού για Κοινό
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός
Διάρκεια	Από 17 έως 20.1.2008
Θέση και Μέγεθος Περίπτερου	30 τ.μ.
<b>VACANCES, SPORTS &amp; LOISIRS, GENEVE (ΓΕΝΕΥΗ)</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	Wigra Expo AG

	<a href="http://www.vacances.ch">http://www.vacances.ch</a>
Θέμα	Έκθεση Τουρισμού για Κοινό
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Διάρκεια	Από 25 έως 27.1
Θέση και Μέγεθος Περίπτερου	30τ.μ.
<b>FESPO, ZÜRICH (ΖΥΡΙΧΗ)</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	Wigra Expo AG <a href="http://www.fespo.ch">http://www.fespo.ch</a>
Θέμα	Έκθεση Τουρισμού για Κοινό
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, 3 Συνεκθέτες
Διάρκεια	Από 31.1 έως 3.2
Θέση και Μέγεθος Περίπτερου	60 τ.μ.
<b>FERIENMESSE ST.GALLEN</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	Olma Messen St.Gallen <a href="http://www.ferienmessestgallen.ch">http://www.ferienmessestgallen.ch</a>
Θέμα	Έκθεση Τουρισμού για Κοινό
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Διάρκεια	8 έως 10.2
Θέση και Μέγεθος	30τ.μ.

<b>FERIENMESSE BASEL</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία :	Wigra Expo AG <a href="http://www.baslerferienmesse.ch">http://www.baslerferienmesse.ch</a>
Θέμα	Έκθεση Τουρισμού για Κοινό
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Διάρκεια	: Από 2 έως 4.3.2008
Θέση και Μέγεθος Περίπτερου	30 τ.μ.
<b>TTW MONTREUX</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	TTW Management AG (ttw.ch)
Θέμα	Διεθνής έκθεση Τουρισμού Επαγγελματίες
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού
Διάρκεια	Από 30 έως 31.10
Θέση και Μέγεθος Περίπτερου	30 τ.μ.

Πηγή:ΕΟΤ.,(2008), Ανάκτηση στις 22-10-2008 από  
[http://www.gnto.gr/EmentorImages/File/Competition/prosklisi\\_austria07.doc](http://www.gnto.gr/EmentorImages/File/Competition/prosklisi_austria07.doc)

## **1.7 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΒΕΛΓΙΟΥ**

<b>1.- ΈΚΘΕΣΗ FOIRE VAKANZ 2008 ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟΥ</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	LUXEXPO, <a href="http://www.luxexpo.lu">http://www.luxexpo.lu</a>

Θέμα	Διεθνής έκθεση για κοινό και επαγγελματίες
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και 1 συνεκθέτης
Διάρκεια	Από 18 έως 20
Μέγεθος εκθεσιακού χώρου ΕΟΤ	60 τ.μ.
<b>ΈΚΘΕΣΗ INTERNATIONAL VAKANTIESALON 2008 AMBERΣΑΣ</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	G. RUBENS, <a href="http://www.vakantiesalon-antwerpen.be">http://www.vakantiesalon-antwerpen.be</a>
Θέμα	Διεθνής έκθεση για κοινό και επαγγελματίες
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και 2 συνεκθέτες (ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ελληνικά τουριστικά πρακτορεία, Περιφέρειες, Νομαρχίες, Δήμοι, Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού κ.λ.π)
Διάρκεια	Από 25 έως 30
Μέγεθος εκθεσιακού χώρου ΕΟΤ	60 τ.μ
Επισήμανση:	Η Ελλάδα ήταν τιμώμενη χώρα.
<b>ΈΚΘΕΣΗ SALON DES VACANCES ET LOISIRS 2008 ΒΡΥΞΕΛΛΩΝ</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	FOIRE INTERNATIONALE DE BRUXELLES (FIB) <a href="http://www.vosvacances.be">http://www.vosvacances.be</a> ή <a href="http://www.uwvakantie.be">http://www.uwvakantie.be</a> ή



	<a href="http://www.bfe.be">http://www.bfe.be</a>
Θέμα	Διεθνής έκθεση Τουρισμού για Κοινό & Επαγγελματίες
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και περίπου 9 συνεκθέτες (ελληνικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, ελληνικά τουριστικά πρακτορεία, Περιφέρειες, Νομαρχίες, Δήμοι, Συλλογικοί Φορείς Τουρισμού κ.λ.π)
Διάρκεια	Από 7 έως 11
Μέγεθος εκθεσιακού χώρου ΕΟΤ.	300 τ.μ

Πηγή: ΕΟΤ.,(2008), από

[http://64.233.183.104/search?q=cache:LPZOhf1 qp4J:hra.gnto.gr/EmentorImages/File/Competition/anakoinoseis/anlitiki\\_belgium.doc+INTERNATIONAL+VAKANTIESALON&hl=el&ct=clnk&cd=5&gl=gr](http://64.233.183.104/search?q=cache:LPZOhf1 qp4J:hra.gnto.gr/EmentorImages/File/Competition/anakoinoseis/anlitiki_belgium.doc+INTERNATIONAL+VAKANTIESALON&hl=el&ct=clnk&cd=5&gl=gr)

## 1.8 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΑΛΛΙΑΣ

<b>TOURISSIMA LILLE</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	Carrefour Européen des Voyages
Ημερομηνία διοργάνωσης	16 έως 18 Φεβρουαρίου
Εμβαδόν περιπτέρου	36 τ.μ.
E-mail	<a href="mailto:shochart@nordnet.fr">shochart@nordnet.fr</a>
<b>SALON DE TOURISME DE MARSEILLE</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	DOLMEN EXPO

Ημερομηνία διοργάνωσης	16 έως 18 Φεβρουαρίου
Εμβαδόν περιπτέρου	24 τ.μ.
E-mail	<a href="mailto:fredericambrosino@dolmenexpo.com">fredericambrosino@dolmenexpo.com</a>
<b>SALON DE TOURISME DE TOULOUSE</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	DOLMEN EXPO
Ημερομηνία διοργάνωσης	2 έως 4 Μαρτίου
Εμβαδόν περιπτέρου	24 τ.μ.
E-mail	<a href="mailto:fredericambrosino@dolmenexpo.com">fredericambrosino@dolmenexpo.com</a>
<b>MAHANA LYON</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	MAHANA/EXPOSIUM ETABLISSEMENT DE LYON
Ημερομηνία διοργάνωσης	2 έως 4 Μαρτίου 2007
Εμβαδόν περιπτέρου	50 τ.μ
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και 2-3 συνεκθέτες
E-mail	<a href="mailto:exposium.lyon@wanadoo.fr">exposium.lyon@wanadoo.fr</a>
<b>SALON MONDIALE DU TOURISME (S,M.T.) PARIS</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	SEPIC
Ημερομηνία διοργάνωσης	15 έως 18 Μαρτίου
Εμβαδόν περιπτέρου	250 τ.μ.

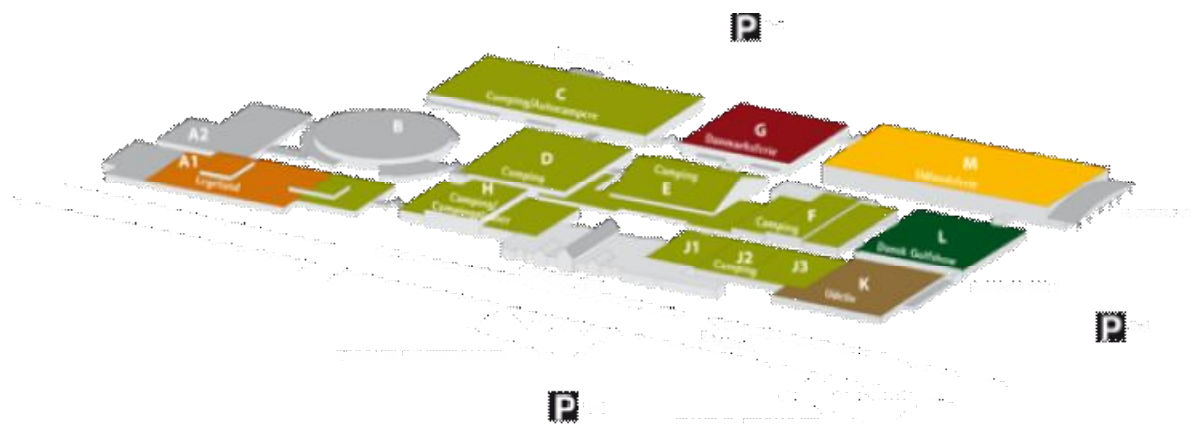
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και 6-8 συνεκθέτες
E-mail	<a href="mailto:smt@exposium.fr">smt@exposium.fr</a>
<b>TOP RESA DEAUVILLE</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	TOP RESA
Ημερομηνία διοργάνωσης	Σεπτέμβριος
Εμβαδόν περιπτέρου	150 τ.μ
Συμμετέχοντες	Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού και 3-5 συνεκθέτες
E-mail	<a href="mailto:joel_gagnery@reedexpo.fr">joel_gagnery@reedexpo.fr</a>
<b>SALON INTERNATIONAL DE COLMAR</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	TOP RESA
Ημερομηνία διοργάνωσης :	9 έως 11 Νοεμβρίου
Εμβαδόν περιπτέρου :	27 τ.μ.
<b>I.L.T.M. CANNES</b>	
Διοργανώτρια εταιρεία	I.L.T.M.
Ημερομηνία διοργάνωσης	Δεκέμβριος
Εμβαδόν περιπτέρου	18 τ.μ.
E-mail	<a href="mailto:info@iltm.net">info@iltm.net</a>

Πηγή: ΕΟΤ.,(2008), Ανάκτηση από  
<http://64.233.183.104/search?q=cache:kqy2N->

## 1.9 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΔΑΝΙΑΣ

### 1.9.1 FERIE FOR ALLE

Το 2008 η έκθεση διακοπές για όλους είχε 745 εκθέτες οι οποίοι προέρχονταν από συνεργάτες γνωστών εταιριών του χώρου. Αρχικά παραθέτουμε παρακάτω τη μορφολογία της έκθεσης όπως τοποθετούνται τα περίπτερα και στη συνέχεια δίνουμε σχετικά στατιστικά στοιχεία.



<b>ΣΥΝΟΛΟ ΔΙΑΦΗΜΙΖΟΜΕΝΩΝ</b>		<b>348</b>
ΔΑΝΙΑ		<b>91</b>
ΕΚΤΟΣ ΔΑΝΙΑΣ		<b>200</b>
ΚΟΝΤΙΝΕΣ ΧΩΡΕΣ ΜΕ ΔΑΝΙΑ		<b>48</b>
ΆΛΛΟΙ		<b>9</b>

<b>ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ</b>	
<b>2005</b>	<b>54.190</b>
2006	55.067
2007	42.000
2008	60.903

<b>ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΑ ΣΧΕΤΙΚΑ ΜΕ ΕΚΘΕΣΗ 2008</b>
<b>43% Έχει ήδη επισκεφτεί την έκθεση άλλες 3 φορές</b>
23% δεν την έχει επισκεφτεί ποτέ
93% την έχει επισκεφτεί άλλη μία φορά
51% έχει δαπανήσει στη συγκεκριμένη έκθεση περισσότερο από 20,000 ευρώ
41% επισκεπτεται τη πόλη από 1 με τέσσερις φορές το χρόνο

<b>ΕΙΔΟΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ</b>	<b>ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ</b>	<b>Έχει κάνει τέτοιου τύπου διακοπές μέσα στη τελευταία διατία</b>
Camping	49%	51%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΗ ΠΑΡΑΛΙΑ	59%	57%

ΟΔΗΓΩΝΤΑΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΟΔΕΥΟΝΤΑΣ ΜΕ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	49%	44%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΗ ΠΟΛΗ	38%	29%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΕ ΜΕΓΑΛΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	31%	33%
ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ	26%	32%
ΠΛΗΡΗΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΜΕ ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ ΚΑΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ	25%	20%
ΕΝΟΙΚΙΑΣΗ ΣΠΙΤΙΟΥ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	26%	20%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΠΕΡΙΠΕΤΕΙΑΣ	22%	15%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΟ ΒΟΥΝΟ	17%	6%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΤΗ ΠΑΡΑΛΙΑ	14%	14%
ΣΕ ΔΙΚΟ ΤΟΥΣ ΣΠΙΤΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	3%	3%
ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ	12%	5%
ΣΑΦΑΡΙ	9%	3%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΓΚΟΛΦ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ	8%	5%
ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ	7%	5%

ΓΚΟΛΦ ΣΤΗ ΔΑΝΙΑ		
-----------------	--	--

<b>ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ</b>	<b>ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝ</b>	<b>ΕΧΕΙ ΕΠΙΣΚΕΦΤΕΙ ΤΗ ΧΩΡΑ ΜΕΣΑ ΣΤΗ ΤΕΛΕΥΤΑΙΑ ΔΙΕΤΙΑ</b>
ΔΑΝΙΑ	68%	81%
ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΑ	40%	32%
ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΡΩΠΗ	76%	69%
ΝΟΤΙΑ ΕΥΡΩΠΗ	35%	38%
ΑΝΑΤΟΛΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ	23%	17%
ΔΥΤΙΚΗ ΕΥΡΩΠΗ	7%	4%
ΑΦΡΙΚΗ	16%	8%
ΑΣΙΑ	23%	12%
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ	22%	2%
ΒΟΡΕΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ	17%	6%
ΝΟΤΙΑ ΑΜΕΡΙΚΗ	12%	3%

Πηγή: FERIE FOR ALLE.,(2008), Ανάκτηση από  
[http://www.ferieforalle.dk/uk/om\\_ffa/fakta\\_udstiller.htm](http://www.ferieforalle.dk/uk/om_ffa/fakta_udstiller.htm)

## **1.10 ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΕΣΘΟΝΙΑ**

### **1.10.1 TOUREST**

Το 2008 η έκθεση TOUREST έσπασε ρεκόρ επισκεψιμότητας. Κατά τη διάρκεια 3 ημερών την TOUREST το 2008 την επισκέφτηκαν 23 465 άνθρωποι (ενώ το 2007 την είχαν επισκεφτεί 20 273). Ο αριθμός δεν περιλαμβάνει τα μικρά παιδιά και τους εκθέτες. Ο βασικός χορηγός της έκθεσης ήταν ο μη κερδοσκοπικός οργανισμός αγροτικού τουρισμού

Στην έκθεση έλαβαν μέρος περισσότεροι από 400 εκθέτες από 38 χώρες από τις ακόλουθες χώρες: Αυστραλία, Αυστρία, Βουλγαρία, Λευκορωσία, Βέλγιο, Κροατία, Δημοκρατία της Τσεχίας, Κύπρος, Δανία, Φινλανδία, Γαλλία, Γεωργία, Γερμανία, Ελλάδα, Ινδονησία, Ιταλία, Λετονία, Λιθουανία, Μαυρίκιος, Μεξικό, Ναμίμπια, οι Κάτω Χώρες, Νορβηγία, Πολωνία, Πορτογαλία, Δημοκρατία της Νοτίου Αφρικής, Σουηδία, Ρωσία, Σεϋχέλλες, Ισπανία, Ταϊλάνδη, Τυνησία, Τουρκία, Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα (Ντουμπάι), UK, ΗΠΑ, Βιετνάμ και Εσθονία<sup>8</sup>.

Η TOUREST έχει επεκτείνει τον εκθεσιακό της χώρο. Συγκεκριμένα το 2008 ο χώρος που είχε εκτεινόταν στα 3286 μ<sup>2</sup> της συνολικής περιοχής<sup>2</sup> σε μια αίθουσα έκτασης 6747m των αιθουσών Γ και Δ (+996 μ<sup>2</sup> της αίθουσας Β των παιδιών). Οι εκθέτες ήταν επιχειρήσεις μεταφορών παραγωγοί ταξιδιών, ταξιδιωτικοί πράκτορες, ναυτιλιακές, θέρετρα SPA, ξενοδοχεία, εστιατόρια, μουσεία κ.λ.π. Οι Εσθονοί διοργανώνουν εκδηλώσεις με τη παρουσία παραδοσιακών χορευτών, ακόμα διοργανώθηκαν πολιτισμικές και εικαστικές δράσεις και πολλά παιχνίδια και δραστηριότητες για μικρούς και για μεγάλους. Τέλος διοργανώθηκαν πολλά σεμινάρια και επαγγελματικές παρουσιάσεις.

## **1.11 ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ**

---

<sup>8</sup>TOUREST.,(2008),Ανάκτηση από [http://www.tourest.eu/index.php?&e\\_id=23&p\\_id=&s=5&e=1&lang=eng](http://www.tourest.eu/index.php?&e_id=23&p_id=&s=5&e=1&lang=eng)



### 1.11.1 ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΗΣ WTM



Η μεγαλύτερη έκθεση τουρισμού στο Κόσμο γίνεται στο Λονδίνο και κάθε χρόνο είναι και πιο εντυπωσιακή, πιο ολοκληρωμένη, πιο αποτελεσματική, φιλοξενώντας εκατομμύρια ανθρώπους από όλες τις χώρες της γης. Για το 2007 ήταν 2% μεγαλύτερη από το 2006 φιλοξενώντας 5.402 εκθέτες από 200 περιοχές και χώρες στο εκθεσιακό κέντρο ExCel του Λονδίνου. Στη φετινή έκθεση συμμετείχαν τέσσερις νέες χώρες η Βοσνία - Ερζεγοβίνη, το Σαν Μαρίνο, το Γιβραλτάρ και η Υεμένη. Η έκθεση έχοντας ως παγκόσμια πρωτοτυπία το σύστημα World Travel Market's Personal Event Planner (PEP), δίνει τη δυνατότητα στους επισκέπτες να αξιοποιήσουν την παρουσία τους στην έκθεση πιο αποτελεσματικά, κανονίζοντας οι ίδιοι άμεσα τις επαφές τους<sup>9</sup>. Σύμφωνα με την Fiona J το 2007, η οποία είναι η πρόεδρος της World Travel Market, το σημαντικό δεν ήταν το μέγεθος της έκθεσης, που έσπασε κάθε ρεκόρ, αλλά το γεγονός πως συγκέντρωσε περίπου 50.000 επαγγελματίες της τουριστικής βιομηχανίας, ώστε να ανταλλάξουν γνώμες και εμπειρίες και να μάθουν περισσότερα για τις παγκόσμιες τάσεις και εξελίξεις. Η πρόεδρος της έκθεσης ανέφερε: *"Η World Travel Market μεγαλώνει χρόνο με τον χρόνο, αλλά για εμάς αυτό δεν είναι*

<sup>9</sup> ΚουμέληςΘ.,(2008),*Μεγαλύτερη από ποτέ η WTM 2007* World Travel Market, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

τόσο σημαντικό όσο να δημιουργούμε μια ποιοτική επιχειρηματική πλατφόρμα για τον επαγγελματία του τουρισμού"<sup>10</sup>.

Στους εκθέτες ανά περιοχή περιλαμβάνονται οι ακόλουθοι:

<b>ΧΩΡΕΣ</b>	<b>ΕΚΘΕΤΕΣ</b>
<b>Αφρική</b>	<b>On Show Solutions, Operation Loango Gabon (Africa's Eden), Smart Strategies, Southern Skies Marketing, Southern Spoor.</b>
Ασία/ Ειρηνικός–Καραϊβική	Ar Mongol Travel Group, Asia World Enterprise, China Holidays Travel Group (UK), Focus Asia, Life Resorts, The Garden Hotel Guangzhou. Brickell Bay Beach Resort
Ευρώπη και Μεσόγειος –	Bandwagon Tour, BMG Castel Romano, Cadiz City Council, Gardaland Spa, Hi Hotels International, Hotels Elba, IZFAS AS, Kos Euro Projects, Lake Maggiore, Lake Orta and Ossola Alps, MSC Cruises, Profi Hotels, Swiss Quality Hotels International, Tee Times, Travel Connection Europe, Zela Aviation.
Global Village	Adventure Link, Ascott International Management, Directski.com, Ellipsis Inc, Go Global Travel, Hotelperson, Prestige Hotels of the World, Rixos Hotels, Vacenza.com.
Λατινική Αμερική	Dife Travel, Gobierno Regional de Loreto, Premier Cancun Vacations, Mundo Maya, Reserva Conchal, Beach and Golf

<sup>10</sup> Fiona J.,(2007), Η WTM του 2007, Ανάκτηση από <http://www.wtmlondon.com/>

	Community, South American Tours, Tangol, Terra Explora, Topas Adventure Travel.
Μέση Ανατολή	Dubai Shopping Festival, Etihad Airways, Mahan Air.
Βόρεια Αμερική	Advantage Rent a Car.
Τεχνολογία και Online ταξίδια	Bar Mate, boo.com, Hex aware Technologies, Open Hospitality, Orville.com, Quiet ox, Retail Gateway, Rezgateway, TI InfoTech, TX Immersive

Σύμφωνα και πάλι με τη πρόεδρο της έκθεσης θεωρείται ότι θα υπάρχει μια προβλεπόμενη σε ποσοστό 4% αύξηση το 2008, αν και ελαφρώς μικρότερη, από την αύξηση των προηγούμενων ετών (5,5%, το 2005), τέλος κάνει λόγο για ετήσια ανάπτυξη 4,1%, μέχρι το 2020. Στον ακόλουθο Πίνακα αναφέρονται στατιστικά στοιχεία σε σχέση με την έκθεση. Συγκεκριμένα:

<b>Σύνολο Επισκεπτών Συμμετοχόντων</b>	<b>48,111</b>
Μόνιμα Μέλη	12,793
Επαγγελματίες	10,928
Συνολικοί Επισκέπτες	23,721
Τύπος	2,833
Προσωπικό Έκθεσης	20,116
Φοιτητές	1,401
Υπουργοί	124

Χώρες Προέλευσης	
Χώρες και Αντιπρόσωποι	197
Αντιπρόσωποι Αγγλίας	48%
Αντιπρόσωποι έκτος Αγγλίας	52%
Βασικοί Εκθέτες	618
Εταιρίες εκθέτες	5,412
Εταιρίες Συνεργάτες	4,794
Τετραγωνικά μέτρα	42,945

Το στρατηγικό πλεονέκτημα της έκθεσης αναφέρεται ιδιαίτερα στο πλαίσιο της ισχυρής παγκόσμιας οικονομίας και των συναλλαγματικών ισοτιμιών που εξακολουθούν να αποτελούν κίνητρο για τους Ευρωπαίους και Ασιάτες ταξιδιώτες. Παρακάτω παραθέτουμε δικαιολογώντας την αύξηση των επισκεπτών σε μια από τις μεγαλύτερες αν όχι τη μεγαλύτερη έκθεση στο κόσμο, στατιστικά που δηλώνουν την αύξηση των ταξιδιωτών στις διάφορες ηπείρους του κόσμου. Οι τουρίστες του εξωτερικού ανήλθαν παγκοσμίως σε 578 εκατομμύρια, αυξανόμενος, στους οκτώ πρώτους μήνες του 2008, κατά 4,5% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2007, χρονιά κατά την οποία οι τουρίστες εξωτερικού είχαν ανέλθει στον αριθμό-ρεκόρ των 806 εκατομμυρίων.

Ο ισχυρότερος ρυθμός ανάπτυξης κατεγράφη στην αφρικανική ήπειρο. Η κίνηση αυξήθηκε κατά 9,8%, στο διάστημα Ιανουάριος-Αύγουστος του 2008 και αναμένεται να αυξηθεί κατά 10,1% στο σύνολο του έτους. Τα καλύτερα αποτελέσματα σημειώθηκαν στην υποσαχάρια Αφρική ενώ στη βόρεια Αφρική ο αριθμός των τουριστών στο Μαρόκο αυξήθηκε πολύ περισσότερο από αυτόν στην Τυνησία (+9,3% και +2,6%, αντιστοίχως).

Ακολούθησε σε επιδόσεις η περιοχή Ασία-Ειρηνικός, με αύξηση 8,3% στους οκτώ πρώτους μήνες φέτος, παρά τα κατώτερα των προβλεπόμενων αποτελέσματα της βόρειας Ασίας και την κάμψη που παρατηρήθηκε στην Ωκεανία. Αύξηση 6% σημείωσε ο αριθμός των τουριστών εξωτερικού στη Μέση Ανατολή. «Τα μέχρι σήμερα δεδομένα δείχνουν ότι η σύγκρουση των 34 ημερών μεταξύ Ισραήλ και Λιβάνου είχαν πολύ περιορισμένο αντίκτυπο», σημειώνεται στο ανακοινωθέν του ΠΟΤ, ενώ διατυπώνεται η πρόβλεψη ότι η ανάπτυξη στο σύνολο του 2006 ενδέχεται να αγγίξει 7,2%, σημαντικά πάνω από την προηγούμενη εκτίμηση που έκανε λόγο για φετινή ανάπτυξη 4,6%.

Η Ευρώπη γνώρισε αύξηση 3,1%, με την κίνηση στη βόρεια Ευρώπη να αυξάνεται κατά 6% και στη νότια Ευρώπη κατά 4,6%, ποσοστό *«όχι και τόσο μετριοπαθές όσο εκ πρώτης όψεως φαίνεται»*. Αν διατηρηθούν οι ρυθμοί αυτοί, η Ευρώπη ενδέχεται να "κλείσει" το 2008 έχοντας υποδεχθεί 14 εκατομμύρια τουρίστες περισσότερους από ό,τι το 2007.

Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφθηκαν την αμερικανική ήπειρο αυξήθηκε, τέλος, κατά 2,5%. Η αύξηση 8,7% που κατεγράφη στην κεντρική Αμερική, 8,1% στη νότια Αμερική και 5,1% στην Καραϊβική αντιστάθμισαν τη μείωση σε ποσοστό 4,1% του αριθμού των τουριστών που επισκέφθηκαν τον Καναδά και σε ποσοστό 3,8% αυτών που επισκέφθηκαν το Μεξικό. Ο αριθμός των τουριστών που επισκέφθηκαν τις ΗΠΑ αυξήθηκε κατά 4,3%.

Η Ελλάδα προσπαθεί να έχει πάντα ισχυρή παρουσία στη συγκεκριμένη έκθεση. Στην έκθεση του 2008 η εικόνα της Ελλάδος συμπληρώθηκε σε δυο επίπεδα στη νέα διαφημιστική καμπάνια στο εξωτερικό για το 2008. Το δεύτερο επίπεδο αφορά στην υιοθέτηση της καινούριας εικόνας της χώρας (new brand identity). Με αυτά τα δεδομένα, η Ελλάδα εστίασε σε ένα τριπλό στόχο ο οποίος συνοψίζεται στα ακόλουθα:

1. Να κερδίσει -ως Χώρα- το μεγαλύτερο δυνατό μερίδιο αγοράς.
2. Να εδραιωθεί μεταξύ των κορυφαίων προορισμών.
3. Να αναδείξει την Ελλάδα σε παγκόσμια δύναμη του τουριστικού χάρτη.

Η Ελλάδα εστίασε στα ακόλουθα:

1. Θαλάσσιος - Nautical
2. Πολιτιστικός Τουρισμός - Culture
3. Τουρισμός Υπαίθρου - Country side
4. Περιηγητικός Τουρισμός - Touring
5. Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας - Health and Wellness
6. Συνεδριακός Τουρισμός - MICE (meetings, incentives, conferences, events)
7. Τουρισμός Πολυτελείας – Luxury
8. Τουρισμός Σαββατοκύριακου (Αθήνα-Θεσσαλονίκη) - City Break
9. Παραθεριστικός - Seaside

## **1.12 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΟΛΛΑΝΔΙΑΣ**

### **1.12.1 ΟΥΤΡΕΧΤΗΣ «ΔΙΑΚΟΠΕΣ 2008»**

Η έκθεση της Ουτρέχτης είναι μια εκ των μεγαλύτερων στην Ευρώπη. Η έκθεση έχει παρουσιάσει άνοδο της τάξεως του 4,12% τα τελευταία 2 χρόνια ενώ δέχεται συνέχεια συμμετοχές από διάφορες χώρες του κόσμου. Η Ελλάδα για το 2007 συμμετείχε με ένα ιδιαίτερα εντυπωσιακό τουριστικό περίπτερο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Στην έκθεση παρουσιάζονται όλες οι τουριστικές περιοχές της Ελλάδας και ιδιαίτερα η περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου. Η πλούσια πολιτιστική κληρονομιά, το πανέμορφο φυσικό περιβάλλον και το ξεχωριστό χρώμα των ελληνικών νησιών με τις καινούργιες μαρίνες, προσελκύουν κάθε χρόνο χιλιάδες επαγγελματίες. Σύμφωνα με τους ειδικούς η αύξηση σε ποσοστό 11% της τουριστικής κίνησης από την Ολλανδία προς τη χώρα μας το περασμένο έτος, αναμένεται να συνεχιστεί. Κατά τη διάρκεια της έκθεσης βρισκόταν

στην Ολλανδία, το κρουαζιερόπλοιο Serenade, στο οποίο παρουσιάστηκε στην έκθεση για τα νησιά της περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, ενώ παράλληλα πραγματοποιήθηκαν και σεμινάρια για ενδιαφερόμενους τουριστικούς πράκτορες, καθώς και σχετική ενημέρωση εκπροσώπων των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Την τουριστική έκθεση της Ουτρέχτης επισκέφτηκαν 150 χιλιάδες ενδιαφερόμενοι Ολλανδοί τουριστικοί πράκτορες και επισκέπτες.

## **1.14 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΑΣΙΑΣ**

### **1.14.1 ΤΑΙΠΕΙ**

Η Έκθεση Travel Fair πρόκειται για μια από τις μεγαλύτερες εκθέσεις στο είδος της στην περιοχή Ασίας - Ειρηνικού Ωκεανού με τη συμμετοχή άνω των 5.000 εκθετών από 62 χώρες. Η έκθεση προσέλκυσε τη τελευταία χρονιά περισσότερους από 180.000 επισκέπτες. Οι χώρες με την εντονότερη παρουσία στην έκθεση ήταν η Ιαπωνία, η Μαλαισία και η Νότια Κορέα<sup>11</sup>.

## **1.15 ΕΛΛΑΔΑ**

### **1.15.1 PHILOXENIA**

Η Έκθεση Philoxenia είναι μια εκ των βασικών εκθέσεων στο κόσμο σε σχέση με το τουρισμό. Συμμετέχουν χώρες από όλο τον κόσμο οι οποίες έρχονται να προβάλουν τη χώρα τους. Για το 2008 έχουμε πολλές νέες συμμετοχές, οι ιθύνοντες της έκθεσης ακολουθώντας μια επιθετική στρατηγική κατάφεραν να κάνουν ένα μεγάλο άνοιγμα σε νέες αγορές παρέχοντας ένας απόλυτα αναβαθμισμένο πρόγραμμα με προκαθορισμένα ραντεβού (Hosted buyers από 26 χώρες).

Συγχρόνως το 1ο Ευρωπαϊκό Συνέδριο για τον Τουρισμό πραγματοποιείται στα πλαίσια της Philoxenia, αναβαθμίζει καταλυτικά την ποιότητα και το κύρος της διεθνώς. Η έκθεση βασίζει τη στρατηγική της στα ακόλουθα:

1. Νέες συνεργασίες.

---

<sup>11</sup> Παπαδόπουλος Γ.,(2008), Εκθέσεις στην Ασία, Ανάκτηση από [http://www.sofiatimes.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=9302&Itemid=99999999](http://www.sofiatimes.com/index.php?option=com_content&task=view&id=9302&Itemid=99999999)

2. Νέα αναπτυξιακά σχέδια αλλά και νέα προϊόντα.
3. Νέες επενδύσεις αλλά και πολιτικές για τον Τουρισμό που θα εστιάζουν στην ευρύτερη περιοχή της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.
4. Νέες εμπορικές πολιτικές που θα ενσωματώνουν και ως προς τη μορφή προώθησης αλλά ως προς το περιεχόμενό τους, ότι πιο σύγχρονο έχει να αναδείξει η Παγκόσμια Τουριστική Βιομηχανία στις μέρες μας.
5. Τέλος θα είναι και ένα κορυφαίο forum υποδοχής του καταναλωτικού κοινού που αποτελεί τον τελικό αποδέκτη και τον σημαντικότερο κριτή των προσπαθειών όλων μας.

Στόχος της φετινής φιλοξενίας είναι και η προώθηση των ακόλουθων αφιερωμάτων<sup>12</sup>:

- PHILOXENIA Spa Exhibition Αφιέρωμα στις υπηρεσίες και προϊόντα spa
- PHILOXENIA Hotelia Expo Σαλόني ξενοδοχειακού εξοπλισμού
- Πρόσκληση ξενοδόχων από τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας και προκαθορισμένα ραντεβού με τις επιχειρήσεις ξενοδοχειακού εξοπλισμού
- PHILOXENIA Tourism Awards Βραβεύσεις ξενοδοχείων και προορισμών
- Προκαθορισμένα ραντεβού των εκθετών με 100 Hosted Buyers

Παρακάτω παραθέτουμε κάποια στοιχεία σε σχέση με την έκθεση.

Συγκεκριμένα:

<b>ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΒΑΣΙΚΩΝ ΜΕΛΩΝ</b>
ΧΡΥΣΑ ΜΕΛΗ
ENDEAVOR LINES MARITIME CO.

<sup>12</sup> PHILOXENIA.,(2008),Ανάλυση της Έκθεσης Philoxenia, Ανάκτηση από <http://www.helexpo.gr/default.aspx?lang=el-GR&loc=1&page=732>



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΗΠΕΙΡΟΥ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ - ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ ΑΦΟΡΟΛΟΓΗΤΩΝ ΕΙΔΩΝ Α.Ε.
ΑΚΤΗ ΠΛΑΤΑΜΩΝΑ ΑΕ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΑΝΑΤΟΛΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ - ΘΡΑΚΗΣ
ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔ.ΠΕΛΛΑΣ
ΝΟΜ.ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΑΡΙΣΑΣ
ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΕΤΑΙΡ.ΚΥΚΛΑΔΩΝ ΑΕ
ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΗΜΑΘΙΑΣ
ΜΕΛΙΤΟΝ ΒΕΑCΗ ΡΟΤΟ CΑΡΡΑS
ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΟΥ
ΑΡΓΥΡΑ ΜΕΛΗ
ΧΑΝΔΡΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΑΕ
ΔΙΟΝ ΤΟΥΡS ΑΕ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΔΥΤΙΚΗΣ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ
ΚΕΝΤΡΟ ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΥ ΕΠΕ
ΝΟΜ.ΑΥΤ.ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΑΤΗΝS ΑΙΡWΑΥS
ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ (ΑΓΟΥΔΙΜΟS LINES)

ΣΒΩΛΟΣ-ΣΑΡΡΗΣ Β.ΕΛΛΑΔΟΣ Α.Ε `SBS GROUP`

ΝΕΟΞΕΝΙΑ ΤΕΧΝΙΚΗ ΕΞΟΠΛΙΣΤΙΚΗ ΕΠΕ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΒΟΡΕΙΟΥ ΑΙΓΑΙΟΥ

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΠΙΕΡΙΑ

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΙΟΝΙΩΝ ΝΗΣΙΩΝ

## ΠΑΡΟΥΣΙΑΣΗ ΤΩΝ ΕΚΘΕΤΩΝ

30/10-02/11/2008

**Philoxenia** Spa by HELEXPO

24η Διεθνής Έκθεση Τουρισμού

Αεροπορικές Εταιρίες, Τουριστικές Επιχειρήσεις, Ξενοδοχεία  
Airlines, Tourist Enterprises, Hotels

Πρακτορεία, Ξενοδοχεία, Ναυπηγικές Εταιρίες, Ειδικός τύπος  
Tour Operators, Hotels, Shipping Companies, Specialized Press

Ξενοδοχειακός Εξοπλισμός, Hotel Equipment

Ξενοδοχειακός Εξοπλισμός, Hotel Equipment

Αφίερμα PHILOXENIA SPA, Ξενοδοχειακός Εξοπλισμός  
PHILOXENIA SPA Special Section, Hotel Equipment

Τοπική Αυτοδιοίκηση  
Regions, Prefectures, Municipalities

Τοπική Αυτοδιοίκηση  
Regions, Prefectures, Municipalities

Ξένες Κρατικές Συμμετοχές  
Foreign State Participations

www.expoartenariat.gr  
800 800 40 40  
+30 2310 291191

Greece

ITTA

www.philoxenia.travel

### 1.15.2 XENIA

Η έκθεση XENIA γίνεται από την ομώνυμη εταιρία xenia ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΑΕ. Η συγκεκριμένη εταιρία ιδρύθηκε το 1968 και είναι η πρωτοπόρος εταιρία, στην Ελλάδα, στη δραστηριότητα των εκθέσεων και συνεδρίων. Στα σαράντα (40) χρόνια της δραστηριότητάς της, αφ' ενός συνέβαλε στη δημιουργία εκθεσιακής συνείδησης, τόσο στους εκθέτες όσο και στους επισκέπτες και αφ' ετέρου υλοποίησε σημαντικές καινοτόμες ιδέες,

που συνέθεσαν και δημιούργησαν το σημερινό προφίλ της χώρας στην οργάνωση και παρουσίαση των εκθέσεων και συνεδρίων.

Στη σαραντάχρονη πορεία της, η xenia ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΑΕ έχει οργανώσει και παρουσιάσει περισσότερες από 200 εκθέσεις, συνέδρια και άλλες επαγγελματικές εκδηλώσεις. Ξεχωριστό γεγονός απετέλεσε ο εμπλουτισμός των εκθέσεων της με ποικίλες παράλληλες εκδηλώσεις, όπως ημερίδες, σεμινάρια, αφιερώματα, απονομές τιμητικών διακρίσεων, έκδοση μελετών και πρωτοβουλίες κοινωνικής ευθύνης. Οι σημαντικότερες εκθέσεις της εταιρίας είναι:

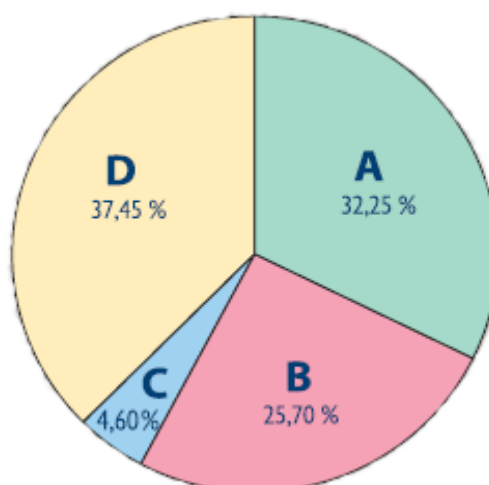
1. xenia Διεθνής Έκθεση Τουριστικής Βιομηχανίας και xenia Διεθνής Έκθεση Τουρισμού και Διακοπών
2. Ακόμη η xenia ΕΚΘΕΣΕΙΣ-ΣΥΝΕΔΡΙΑ ΑΕ παρουσίασε πρώτη και καθιέρωσε σειρά θεματικών εκθέσεων, όπως: PLASTONA, ΗΛΕΚΤΡΟΝ, INTEROFFICE, ΕΡΓΟΔΟΜΗ, ΔΟΜΙΚΑ ΥΛΙΚΑ • ΕΔΕΣΜΑ

Η Xenia περιλαμβάνει δύο θεματικές ενότητες, τη *multi xenia* και την *xenia gastronomy*. Συμμετέχουν οι ασχολούμενοι με την οργάνωση, εξοπλισμό, τροφοδοσία και λειτουργία μονάδων ύπνου, εστίασης και ψυχαγωγίας.

ΕΚΘΕΜΑΤΑ	
α	Μηχανήματα, σχεδιασμός & εξοπλισμός επαγγελματικής κουζίνας
α	Σερβίτσια & μαχαιροπίρουνα, μαγειρικά σκεύη
α	Καφέδες, τρόφιμα & ποτά
α	Μηχανήματα πλυντηρίων
α	Προϊόντα & μηχανές καθαρισμού
α	Πισίνες, συστήματα επεξεργασίας νερού
α	Εξοπλισμός αθλητικών & ψυχαγωγικών εγκαταστάσεων, όργανα γυμναστικής

α	Εξοπλισμοί spa, προϊόντα κοσμετολογίας & ατομικής υγιεινής
α	Συστήματα ενεργειακής διαχείρισης & εξοικονόμησης ενέργειας
α	Ψύξη, θέρμανση, εξαερισμός
α	Δομικά & διακοσμητικά υλικά, αξεσουάρ μπάνιου
α	Επένδυση δαπέδων, πατώματα, πόρτες & κουφώματα
α	Φωτιστικά & μελέτες φωτισμού, ηλεκτρολογικός εξοπλισμός
α	Τηλεπικοινωνίες, συστήματα οπτικοακουστικής ψυχαγωγίας
α	Δίκτυα, συστήματα ασφάλειας
α	Ξενοδοχειακό λογισμικό & συστήματα παραγγελιοληψίας μονάδων εστίασης
α	Έπιπλα εσωτερικών & εξωτερικών χώρων, συστήματα σκίασης
α	Στρώματα, κλινοσκεπάσματα
α	Υφάσματα, πετσέτες, μοκέτες, στολές εργασίας

Το παρακάτω σχήμα αφορά την κατανομή επισκεπτών της 39ης xenia ανά επαγγελματική κατηγορία σε σύνολο 13.485 καταγεγραμμένων επιχειρήσεων. Συγκεκριμένα η Ποσοστιαία κατανομή επισκεπτών ανά κατηγορία ήταν:



1. **Κατηγορία Α:** Ξενοδοχεία, Τουριστικά συγκροτήματα, ενοικιαζομενα δωμάτια, κάμπινγκ, επιβατικά πλοία, μονάδες υγείας
2. **Κατηγορία Β:** Μονάδες μαζικής εστίασης & ψυχαγωγίας τροφοδοσίες & μονάδες Παρασκευής τροφίμων
3. **Κατηγορία C:** Οργανισμοί, επιμελητήρια, πρεσβείες, τράπεζες & σύμβουλοι επιχειρήσεων
4. **Κατηγορία D:** Επιχειρήσεις επαγγελματικού εξοπλισμού, τεχνικές & κατασκευαστικές εταιρίες, μονάδες καθαρισμού, λοιπές εμπορικές επιχειρήσεις & ελεύθεροι επαγγελματίες.

Η έκθεση είχε μια αύξηση άνω του 15% σε σχέση με το προηγούμενο έτος  
Το 43% του συνόλου επισκέφθηκε για πρώτη φορά την έκθεση

## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2<sup>ο</sup>

### ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΜΕΣΩ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

#### 2.1 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΚΙΝΗΣΕΙΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

##### 2.1.1 ΟΙ "ΔΡΟΜΟΙ ΤΟΥ ΚΡΑΣΙΟΥ Β. ΕΛΛΑΔΟΣ" ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος», στο πλαίσιο προώθησης και προβολής τους, συμμετείχαν τόσο στο "Τουριστικό Πανόραμα", όσο και στην IMEX, που θα πραγματοποιήθηκε στη Φρανκφούρτη από 22 έως 24 Απριλίου, 2008.

Οι «Δρόμοι του Κρασιού της Βορείου Ελλάδος» αποτέλεσαν μία πρωτοπόρο για τη χώρα μας τουριστική πρόταση και μία καινοτόμο προοπτική προς όλους τους επισκέπτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό να προσεγγίσουν τις πλούσιες αμπελουργικές περιοχές της βορειοελλαδίτικης γης, σε συνδυασμό με πλήθος άλλων τοπικών πολιτισμικών δραστηριοτήτων.

Η στρατηγική προώθηση των δρόμων του Κρασιού της Βορείου Ελλάδας, αναπτύχθηκε μέσα από οχτώ διαδρομές. Συγκεκριμένα αυτές ήταν<sup>13</sup>:

1. Επισκέψιμα οινοποιεία
2. Αμπελώνες.
3. Παραδοσιακοί ξενώνες
4. Εστιατόρια με τοπική κουζίνα.
5. Εργαστήρια παραδοσιακών εδεσμάτων και ονομαστών προϊόντων,
6. Κέντρα εναλλακτικών δραστηριοτήτων.
7. Αρχαιολογικοί χώροι και μουσεία.

---

<sup>13</sup> Σγάρτσου Δ.,(2008), Οι δρόμοι του Κρασιού, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

8. Εκκλησίες και μοναστήρια, σε μοναδικές ορεινές και παραθαλάσσιες περιηγήσεις.

Πέρα από τη στρατηγική σε σχέση με τους δρόμους του κρασιού, η περιφέρεια της Μακεδονίας συμμετείχε και σε πολλές άλλες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις. Συγκεκριμένα συμμετείχε μέσα στο 2008 στις μεγάλες διεθνείς τουριστικές διοργανώσεις που πραγματοποιήθηκαν στο Βερολίνο, την Μόσχα και το Βουκουρέστι, συνεχίζοντας την συστηματική και οργανωμένη προσπάθεια για την προώθηση του τουριστικού της προϊόντος.

Οι εκθέσεις στις οποίες παρευρέθηκε ήταν η TNT στην οποία ήταν παρόν και ο Υπουργός τουρισμού. Στην MITT, στην οποία συμμετείχε η περιφέρεια υπό εθνική παρουσία, μέσω ΕΟΤ με στόχο την επίτευξη μεγαλύτερης ροής επισκεπτών από τη Ρωσία και συγκεκριμένα από τη Μόσχα προς τους τουριστικούς προορισμούς της Περιφέρειας.

Η ρωσική αγορά χαρακτηρίζεται ως μια από τις αναπτυσσόμενες σταθερές αγορές εισερχόμενου τουρισμού στην χώρα μας. Ειδικά στον τομέα του θρησκευτικού τουρισμού, στον οποίο το ενδιαφέρον των Ρώσων τουριστών είναι μεγάλο, η Περιφέρεια ΑΜ-Θ μπορεί να παίξει πρωταρχικό ρόλο, καθώς στην Ανατολική Μακεδονία και Θράκη η ορθόδοξη χριστιανική παράδοση είναι ιδιαίτερα πλούσια και αυτό αποδεικνύεται από την ύπαρξη μεγάλου αριθμού μνημείων, μοναστηριών και εκκλησιών. Στόχος της παρουσίας της Περιφέρειας Α.Μ-Θ στη έκθεση της Μόσχας αποτέλεσε η περαιτέρω ενίσχυση της τουριστικής κίνησης προς την περιοχή.

Στην έκθεση TNT στο Βουκουρέστι όπου η Περιφέρεια Α.Μ-Θ συμμετείχε με αυτόνομο περίπτερο τονίζοντας έτσι την ιδιαίτερη σημασία που παρουσιάζει η τουριστική αγορά της Ρουμανίας για την Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας-Θράκης.

Στο περίπτερο της Περιφέρειας φιλοξενήθηκαν οι νομοί Έβρου, Ροδόπης Δράμα, Καβάλας και Ξάνθης. Οι εκπρόσωποι της Περιφέρειας και των Νομών μέσα από συστηματικές ενέργειες στο χώρο του περιπτέρου, όπως διανομή εντύπων, προσωπικές συναντήσεις και προβολή ηλεκτρονικού υλικού, κατά την διάρκεια της έκθεσης προώθησαν τα τουριστικά προϊόντα που διαθέτουν οι πέντε νομοί της Περιφέρειας.

### **2.1.2 ΔΥΝΑΜΙΚΗ Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΠΙΝ ΣΤΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΟΥΤΡΕΧΤΗΣ ΚΑΙ ΝΟΡΒΗΓΙΑΣ**

Στη διεθνή Έκθεση Τουρισμού Vakantiebeurs, που πραγματοποιήθηκε από τις 8 έως και τις 13 Ιανουαρίου 2008 στην Ουτρέχτη της Ολλανδίας, συμμετείχε η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων.

Σύμφωνα με τα στοιχεία της εκθέσεως συνολικά 13.033 ήταν ο αριθμός των επιχειρηματιών που βρέθηκαν κατά την πρώτη μέρα λειτουργίας της εκθέσεως και 122.090 ήταν συνολικά οι επισκέπτες. Το 81% των επισκεπτών ενδιαφέρθηκε για γενικές πληροφορίες σχετικά με προορισμούς και το 10% διάλεξε επιτόπου που θα κάνει διακοπές. Μέσος όρος παραμονής στην έκθεση ήταν οι τεσσεράμισι ώρες.

Παράλληλα, η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων συμμετείχε για δεύτερη φορά και στην έκθεση τουρισμού Reiseliv στο Όσλο της Νορβηγίας (10-13/01/08). Έντονο ήταν το ενδιαφέρον των Νορβηγών για τα Επτάνησα. Σύμφωνα με τις δηλώσεις των tour operators, η αύξηση είναι ιδιαίτερα σημαντική για όλη την Ελλάδα και ειδικά για τα Ιόνια Νησιά. Μέχρι στιγμής η αύξηση είναι πάνω από το προβλεπόμενο, με την Νορβηγική αγορά να επιλέγει περισσότερο την Κεφαλονιά. Αξίζει να σημειωθεί ότι η Νορβηγία παρουσιάζει ιδιαίτερο ενδιαφέρον, γιατί στατιστικά η αγορά της έχει το μεγαλύτερο ΑΕΠ.

Στην έκθεση της Νορβηγίας ο αριθμός των επισκεπτών ξεπέρασε τις 35.000. Η έκθεση αυτή για την Ελλάδα και τα Ιόνια Νησιά είναι πολύ σημαντική, διότι μπορεί να είναι μικρότερη σε σχέση με άλλες που συμμετείχε η Περιφέρεια Ιονίων Νήσων, αλλά σε μια μικρότερη έκθεση μπορούν να γίνουν περισσότερες επαφές με επιχειρηματίες και κοινό.

### **2.1.3 Η ΠΑΡΟΥΣΙΑΣ ΤΟΥ ΝΟΜΟΥ ΘΕΣΠΡΩΤΙΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ**

Η νομαρχιακή επιτροπή τουριστικής προβολής του νομού Θεσπρωτίας συμμετέχει κάθε χρόνο στη διεθνή έκθεση Μονάχου της Γερμανίας. Η επιτροπή συμμετέχει με μεγάλο περίπτερο του Ε.Ο.Τ. σε δικό της χώρο μαζί με άλλες νομαρχιακές αυτοδιοικήσεις και φορείς από την Ελλάδα. Παρέχει κάθε χρόνο πλούσιο έντυπο τουριστικό υλικό του νομού Θεσπρωτίας στη



γερμανική γλώσσα που διανέμετε στους επισκέπτες της έκθεσης. Επίσης παίζονται video της Θεσπρωτίας από τις μεγάλες οθόνες του περιπτέρου του ΕΟΤ.



Η επιλογή της περιοχής να συμμετέχει στην έκθεση αυτή, γίνεται με βάση κριτήρια αξιολόγησης της διεισδυτικότητας και του αποτελέσματος.

Η έκθεση αυτή είναι διεθνούς εμβέλειας, αξιόπιστη ως προς τη διοργάνωση και γίνεται σε σχετικά κοντινή περιοχή. Η Βαυαρία είναι περιοχή κατά παράδοση φιλελληνική, με πολλούς εργαζόμενους Έλληνες, καλά ενσωματωμένους στο γερμανικό στοιχείο.

Η Ν.Α. Θεσπρωτίας έδωσε ιδιαίτερη βαρύτητα στο γεγονός, επενδύοντας πολλά στη δυνατότητα αυτή για προώθηση του τουρισμού στην περιοχή. Ενδεικτικά οι στρατηγικές που ακολουθήθηκαν ήταν οι ακόλουθες:

1. Αποστολή ανθρώπινου δυναμικού και υλικού που πλαισίωσαν δραστηριότητες ευαισθητοποίησης του τοπικού παράγοντα στη Βαυαρία.
2. Διοργάνωση εκδηλώσεων με τη προβολή παραδοσιακών φορεσιών του τόπου και παραδοσιακών χωρών.
3. Διοργάνωση στις πόλεις Νταχάου και Μόναχο εκδηλώσεις ευαισθητοποίησης τοπικών παραγόντων. Οι εκδηλώσεις αυτές, με πρωτοβουλία της Ν.Α. Θεσπρωτίας, συνδιοργανώθηκαν με τους συλλόγους ομογενών που δραστηριοποιούνται στην περιοχή: Την ελληνική κοινότητα Νταχάου και το σύλλογο Θεσπρωτών Μονάχου και περιχώρων «Τιάνη». Στις εκδηλώσεις αυτές, που πήραν μορφή

μεγάλων τοπικών γιορτών, συμμετείχαν πλήθος ομογενών, τοπικοί και επαγγελματικοί φορείς.

Τα τελευταία χρόνια ο νομός χάρη των εκθέσεων απέκτησε αναγνωρισιμότητα και προοπτική στον τομέα του τουρισμού. Σ' αυτό πέρα από τις εκθέσεις συνετέλεσαν και η ολοκλήρωση του λιμανιού της Ηγουμενίτσας καθώς και η σταδιακή παράδοση της Εγνατίας Οδού. Ο νομός Θεσπρωτίας είναι από τους φτωχότερους νομούς της Ελλάδας και ένας βασικός άξονας ανάπτυξης είναι ο τουρισμός.

#### **2.1.4 ΚΙΝΗΤΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΙ ΤΟ 2008**

Σε συνεργασία με την εταιρία Choose Media, η Ελλάδα έχει αναπτύξει τα τελευταία πέντε χρόνια μια νέα δράση στα πλαίσια προώθησης του τουρισμού στη Γερμανία. Συγκεκριμένα διεξάγει τις Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού με μεγάλη επιτυχία στους σιδηροδρομικούς σταθμούς της Γερμανίας και των ευρύτερων Γερμανόφωνων χωρών.



#### **Εικόνα 1-Κινητοί Εκθεσιακοί Χώροι στους Σιδηροδρόμους της Γερμανίας**

Πηγή:Καραντζαβέλου Β.,(2008),Κινητές Εκθέσεις, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

Από παράδειγμα της επιτυχίας των δράσεων των Κινητών Εκθέσεων είναι η πόλη της Στουτγάρδης. Συγκεκριμένα το περασμένο Πάσχα έγιναν αρκετές εκδηλώσεις στο σιδηρόδρομο της Στουτγάρδης, στα πλαίσια της γιορτής του Πάσχα. Στις εκδηλώσεις αυτές παραδοσιακά εδέσματα και

κεράσματα θα προσφερθούν σε όλους του επισκέπτες του σταθμού από το πλούσιο μπουφέ του ελληνικού περιπτέρου. Στόχος των εκδηλώσεων αποτέλεσε η γνωριμία του γερμανικού κοινού με την ελληνική παράδοση και φιλοξενία, καθώς και του ελληνικού ορθόδοξου Πάσχα. Μερικοί από τους κυριότερους εκπρόσωπους του ελληνικού ιδιωτικού τουριστικού τομέα, όπως από τον κλάδο της ακτοπλοΐας η Anek Lines και η Superfast Ferries και από τον κλάδο των αερομεταφορών η Olympic Airlines και η Aegean Airlines.



## **Εικόνα 2- Κινητοί Εκθεσιακοί Χώροι στους Σιδηροδρόμους της Γερμανίας**

Πηγή:Καραντζαβέλου Β.,(2008),Κινητές Εκθέσεις, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

Η Στουτγάρδη αποτελεί έναν ακόμα σταθμό των Κινητών Εκθέσεων Τουρισμού. Η πρωτεύουσα του κρατιδίου της Βάδης – Βυρτεμβέργης με πληθυσμό 600.000 κατοίκους, και με 2,7 συνολικά εκατομμύρια κατοίκους στην ευρύτερη περιοχή του κρατιδίου, αποτελεί την έδρα της Mercedes-Benz και της Porsche, οι οποίες έχουν συνδέσει ιστορικά το όνομά τους με την πόλη<sup>14</sup>.

Η πόλη παρουσιάζει την μεγαλύτερη συγκέντρωση Ελλήνων ομογενών στην Γερμανία με πληθυσμό που απαριθμεί σήμερα τους 76.560. Η Βάδη – Βυρτεμβέργη αποτελεί το πρώτο κρατίδιο της Γερμανίας σε εξαγωγική δραστηριότητα, διαθέτοντας περισσότερα από 2.300 παραρτήματα σε χώρες

<sup>14</sup> Καραντζαβέλου Β.,(2008),Κινητές Εκθέσεις, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

του εξωτερικού καθιστώντας την Στουτγάρδη ένα πραγματικό κέντρο εξελίξεων της διεθνούς αγοράς<sup>15</sup>.

Οι Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού που διοργανώνονται από το 2004 στον κεντρικό σιδηροδρομικό σταθμό της πόλης (Stuttgart Hauptbahnhof) προσελκύουν χιλιάδες επισκέπτες, τουρίστες και επιχειρηματίες κάθε έτος. Ο σιδηροδρομικός σταθμός αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους σταθμούς της Deutsche Bahn με ημερήσια διέλευση που ξεπερνά τους 250.000 επισκέπτες κατά μέσο όρο.

Οι Κινητές εκθέσεις όπως είπαμε αναφέρονται σ' όλη την γερμανόφωνη Ευρώπη, για παράδειγμα έχουμε τη δυναμική προώθηση του ελληνικού τουρισμού στον σιδηροδρομικό σταθμό της Ζυρίχης στην Ελβετία.

Ουσιαστικά ήταν πέρσι για πρώτη φορά που οι Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού είχαν παρουσία στον σιδηροδρομικό σταθμό της Ζυρίχης, μία στρατηγική επιλογή σε μία αγορά με εισερχόμενο τουρισμό στην Ελλάδα που φθάνει τους 1,3 εκατομμύρια επισκέπτες. Ο σταθμός που παρουσιάζει ημερήσια διέλευση 300.000 επισκεπτών αποτελεί έναν από τους μεγαλύτερους στην Ευρώπη. Διαθέτει 54 σιδηροδρομικές γραμμές και πλατφόρμες, με περίπου 2.700 τραίνα που διέρχονται καθημερινά από αυτόν. Στο σταθμό λειτουργεί το 4ο μεγαλύτερο εμπορικό κέντρο της Ελβετίας σε έσοδα, το ShopVille-RailCity Zurich σε μία επιφάνεια 16.400τ.μ. με 120 εμπορικά καταστήματα<sup>16</sup>. Ο σταθμός διαθέτει επίσης έναν από τους μεγαλύτερους δημόσιους χώρους της Ευρώπης, το Fussbaldfeldgrosse Room, μία ιστορική αίθουσα 40.000 τ.μ. και ύψους 24 μέτρων, φιλοτεχνημένη από τον αρχιτέκτονα Friedrich Wanner το 1871. Ακριβώς δίπλα από την αίθουσα αυτή και δίπλα από τις κυλιόμενες σκάλες προς το εμπορικό κέντρο τοποθετήθηκε το Ελληνικό τουριστικό περίπτερο. Με το 44% των επισκεπτών του σταθμού να διαθέτουν χρόνο από 5 έως 20 λεπτά και το 18%

---

<sup>15</sup> Καραντζαβέλου Β.,(2008),*Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού* Δυναμική προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Ελβετία, Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)

<sup>16</sup> Καραντζαβέλου Β.,(2008),*Κινητές Εκθέσεις Τουρισμού* Δυναμική προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Ελβετία, Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)

περισσότερο από 20 λεπτά ο σταθμός της Ζυρίχης αποτέλεσε ιδανική επιλογή για την μεγιστοποίηση της κίνησης στο ελληνικό περίπτερο.

### **2.1.5 ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΓΙΑ ΝΕΕΣ ΚΑΙ ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΜΟΡΦΕΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Στο Παμπελοποννησιακό Εθνικό Αθλητικό Κέντρο (ΠΕΑΚ) «Ολυμπιονίκης Δημήτρης Τόφαλος» πραγματοποιήθηκε, η 2η Πανελλήνια Έκθεση Νέων και Ειδικών Μορφών Τουρισμού «ACTIVETRIP»<sup>17</sup>.

Η εξειδικευμένη αυτή έκθεση, πρωτοποριακή για τα ελληνικά δεδομένα, διοργανώνεται από τον Όμιλο ΕΞΠΡΕΣ Καλοφωλιά, με γνωστή την εμπειρία και συμβολή του στον ελληνικό τουρισμό, τόσο με τη διοργάνωση της Διεθνούς Εκθέσεως Τουρισμού «Τουριστικό Πανόραμα», όσο και με τις τουριστικές του εκδόσεις, οι οποίες έχουν ενεργή και διαρκή παρουσία στην ελληνική αγορά από το 1960.

Η επιλογή του νέου χώρου ανταποκρίνεται στο στόχο του Ομίλου για αναβάθμιση και καθιέρωση της έκθεσης ως θεσμού, σε ετήσια βάση, με σκοπό να αποκτήσει και διεθνή εμβέλεια, όσο και των 45 και πλέον εκθετών της 1ης Έκθεσης ACTIVETRIP, που πραγματοποιήθηκε με επιτυχία, όπως είναι γνωστό, τον περασμένο Μάρτιο στην Πάτρα.

Οι ημερομηνίες πραγματοποίησης έχουν ήδη γνωστοποιηθεί από τους προηγούμενους μήνες εγγράφως σε όλους τους τοπικούς παραγωγικούς και αναπτυξιακούς φορείς και την Τοπική Αυτοδιοίκηση, και έχουν τύχει της πλήρους αποδοχής τους. Οι στόχοι της 2ης ACTIVETRIP 2009, που διοργανώνεται, όπως είναι γνωστό σε συνεργασία με το Περιφερειακό Ταμείο Ανάπτυξης της Περιφέρειας Δυτικής Ελλάδος και το Δήμο Πατρών, καθώς και με την υποστήριξη της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Αχαΐας, είναι οι ακόλουθοι<sup>18</sup>:

1. Η προσέλκυση ακόμα αντιπροσωπευτικότερου δείγματος εκθετών.

---

<sup>17</sup> Ρόκου Τ.,(2008), **Έκθεση Νέων και Ειδικών Μορφών Τουρισμού** Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)

<sup>18</sup> Ρόκου Τ.,(2008), **Έκθεση Νέων και Ειδικών Μορφών Τουρισμού** Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)

2. Η προσέλκυση επισκεπτών από ευρύ φάσμα επαγγελματιών του χώρου.
3. Η διοργάνωση παράλληλης συνεδριακής εκδήλωσης που θα εξετάσει το θέμα του «Θαλάσσιου Τουρισμού», όπως πολλοί από τους συμμετέχοντες στην πρώτη διοργάνωση πρότειναν.

#### **2.1.6 ΔΡΑΣΕΙΣ ΤΗΣ PHILOXENIA ΣΕ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ**

Η ελληνική διεθνής έκθεση τουρισμού «Philoxenia», στο πλαίσιο της πολιτικής που εφαρμόζει η Helexpro A.E. για τη συνεχή διεύρυνση της διεθνοποίησης των εκθέσεων που διοργανώνει, ακολουθεί ένα ευρύτερο συμμετοχικό προγραμματισμό στις μεγαλύτερες εκθέσεις του κόσμου.

Η «Philoxenia» συμμετέχει με δικό της stand στο περίπτερο του ΕΟΤ ενώ τα στελέχη της «Philoxenia» κάνουν συναντήσεις με παράγοντες της διεθνούς τουριστικής αγοράς, με στόχο τη συνεχή προσέλκυση νέων διεθνών εκθετών στη διεθνή έκθεση τουρισμού της Θεσσαλονίκης. Συγκεκριμένα κάποιες από τις συμμετοχές της Philoxenia ήταν στην ITB, στη διεθνή έκθεση τουρισμού EMITT, στην Κωνσταντινούπολη, διεθνή έκθεση τουρισμού «GLOBE 2008», που θα πραγματοποιείται κάθε χρόνο στη Ρώμη από 13-15 Μαρτίου<sup>19</sup>.

#### **2.1.6 ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΕΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΤΗΣ PHILOXENIA**

Η Διεθνής Τουριστική Έκθεση Philoxenia συνεχίζει δυναμικά να προσκαλεί ξένα τουριστικά γραφεία που συνεργάζονται με την Ελλάδα, με στόχο να γίνονται ραντεβού με τους εκθέτες της έκθεσης.

Το 2008 και στα πλαίσια του προγράμματος Φιλοξενίας Hosted Buyers Programme της Philoxenia συμμετείχαν 70 αγοραστές από 26 χώρες. Μεταξύ των χωρών που εκπροσωπούσαν με αγοραστές ήταν η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία, η Αυστρία, η Τσεχία, η Ολλανδία, η Βουλγαρία, η Ρωσία, η Ιταλία, η Πολωνία, την Ισπανία, αλλά και οι ΗΠΑ, ο Καναδάς, η Κίνα, η Ν. Αφρική, και η Αυστραλία.

---

<sup>19</sup> Καραντζαβέλου Β.,(2008), *Η δράσεις της Philoxenia*, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>

Συγχρόνως μέσα στο 2008 άνοιξε και το νέο ηλεκτρονικό σύστημα, της Philoxenia, και το οποίο διευκόλυne στην σύναψη των ραντεβού μεταξύ των εκθετών και των αγοραστών. Στο σύστημα υπήρχαν σύντομες παρουσιάσεις των εκθετών και των αγοραστών, ώστε να μπορούν, κατά προτεραιότητα οι εκθέτες, να ζητούν ραντεβού με τους Tour Operators, που πίστευαν ότι είναι καταλληλότεροι για το τουριστικό προϊόν τους.

Μεταξύ των Tour Operators που είχαν προσκληθεί ήταν εκπρόσωποι ηλεκτρονικών κρατήσεων, όπως η Expedia, το hotwire.com, αλλά και παραδοσιακά όπως το Gullivers Travel Associates, το Labirint Travel Company, το Amathus Holidays, το China Merchants International Travel Co, το Ibusz Utazasi, το Muchoviaje Group, το Viator, και το Mondo Tours<sup>20</sup>.

#### **2.1.7 ΔΙΕΘΝΗΣ ΓΙΟΡΤΗ ΤΟΥ ΕΜΠΟΡΙΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑΣ**

Η διεθνής γιορτή εμπορίου και εξωστρέφειας είναι από τις βασικές δράσεις της Helexpro. Συγκεκριμένα συνήθως αποτελείται από 12 θεματικά και άκρως θεαματικά αφιερώματα, με 15 επίσημες κρατικές συμμετοχές και συμμετοχή εκθετών από 26 χώρες, και με ιδιαίτερα επίκαιρες και πλούσιες παράλληλες εκδηλώσεις, που την καθιστούν μια πραγματική Διεθνή Γιορτή του Εμπορίου και της Εξωστρέφειας.

Στη συγκεκριμένη έκθεση συμμετέχουν κάθε χρόνο με επίσημες κρατικές συμμετοχές περίπου 15 χώρες. Φέτος οι χώρες αυτές ήταν η Αλβανία, Βραζιλία, Ινδία, Ουγγαρία, Τουρκία, Νότια Αφρική, Ταϊβάν, Γαλλία, Ιταλία, ΗΠΑ, Κύπρος, Πακιστάν, Ρουμανία, Συρία, Ουκρανία.

Συγχρόνως έχουμε συνήθως δηλώσεις από 956 εκθέτες από την Ελλάδα και άλλες 25 χώρες: Αίγυπτο, Βέλγιο, Γαλλία, Γερμανία, ΗΠΑ, Ιαπωνία, Ινδία, Ινδονησία, Ιορδανία, Ισπανία, Ισραήλ, Ιταλία, Κένυα, Κίνα, Ν. Κορέα, Κύπρος, Μαυροβούνιο, Μ. Βρετανία, Ουγγαρία, Πακιστάν, Σερβία, Σουηδία, Συρία, Τσεχία, Τουρκία.

---

<sup>20</sup>Κουμέλης Θ.,(2008),Διεθνής αναγνώριση της Helexpro Α.Ε. Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)

Η εκθεσιακή επιφάνεια που καταλαμβάνεται 40.700 τ.μ. συνολικά, υπαίθριοι και εσωτερικοί χώροι. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στη τελευταία έκθεση στη νέα δομή των εθνικών συμμετοχών, και συγκεκριμένα στη θεματική ενότητα «Global exchange», ένα εκθεσιακό αφιέρωμα που δίνει το ιδιαίτερο διεθνές και εμπορικό στίγμα της φετινής ΔΕΘ, πλαισιώνοντας τις εθνικές εκθεσιακές συμμετοχές με τη διοργάνωση εκδηλώσεων με χαρακτηριστικές γαστρονομικές, μουσικές και άλλες εκδηλώσεις και με ένα ιδιαίτερο δυναμικό πρόγραμμα partenariat.

Η έκθεση πλαισιώνεται από δεκάδες χορηγούς, ενώ σε συνεργασία με το ταξιδιωτικό οργανισμό ZORPIDIS έχει προγραμματίσει τη δωρεάν μεταφορά επισκεπτών από τις πρωτεύουσες των νομών της Θράκης, της Μακεδονίας και της Θεσσαλίας, τα Σαββατοκύριακα της διοργάνωσης, με λεωφορεία, στο πλαίσιο ενός νέου πρωτοποριακού προγράμματος με τίτλο «Πάμε ΔΕΘ», το οποίο όπως ήδη τυγχάνει ιδιαίτερα θετικής αποδοχής από το κοινό. Τέλος στη φετινή ΔΕΘ όπως και στο περασμένων ετών υπάρχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, όπως<sup>21</sup>:

1. Στην AUTOLAND το «παρών» θα δώσουν όλα τα νέα μοντέλα των μεγαλύτερων αυτοκινητοβιομηχανιών και ειδικότερα τα Αυτοκίνητα Πόλης, στα οποία είναι αφιερωμένη η φετινή διοργάνωση, καθώς ένα περίπτερο έχει μεταμορφωθεί σε μια πόλη για να τα φιλοξενήσει. Στους υπαίθριους χώρους θα παρουσιαστούν και τα μεγαλύτερα μοντέλα. Παράλληλα οι επισκέπτες θα μπορούν να επωφεληθούν από ειδικές προσφορές των αντιπροσωπειών που συμμετέχουν μόνο για την περίοδο της Έκθεσης, ενώ θα μπορούν να πραγματοποιούν Test-Drives, προκειμένου να έχουν τη δυνατότητα να διαπιστώσουν πώς τα νέα αυτά μοντέλα συμπεριφέρονται σε κανονικές συνθήκες. Τη φετινή διοργάνωση εμπιστεύονται σημαντικές επιχειρήσεις που θα είναι παρούσες, μεταξύ των οποίων: Porsche, Mercedes - Benz, Chrysler, Jeep, General Motors, Citroen, Renault, Audi, VW, Volvo, Ford, Cadillac, Hummer, Daihatsu, Chevrolet, Fiat, Alpha Romeo, Lancia,

---

<sup>21</sup> **Κουμέλης Θ.,(2008)**, Διεθνής αναγνώριση της Helexpro A.E. Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)



Sanyong κι άλλες εξίσου σημαντικές. Μέγας Χορηγός της AUTOLAND είναι η ΕΚΟ.

2. Το FASHION FORWARD INTERNATIONAL THESSALONIKI, φέτος επεκτείνεται χρονικά, αναβαθμίζεται με την παρουσίαση καινούριων συλλογών διεθνούς φήμης σχεδιαστών και μοντέλων, με τη διοργάνωσή του στο Παλαί ντε Σπόρ, με την αιγίδα της UNESCO και πολλές ακόμη εκπλήξεις που θα ανακοινώσουμε σε ειδική συνέντευξη τύπου αύριο στο TIMES, μαζί με τη χορηγό WIND και τους παραγωγούς του.
3. Το DISC FESTIVAL φέτος περιλαμβάνει μεγάλα ονόματα του Ελληνικού τραγουδιού που τιμούν τη ΔΕΘ και δίνουν το ρυθμό και τη ζωντάνια σε μια δυναμική και ιδιαίτερα ζωντανή διοργάνωση.
4. Η ACADEMIA είναι ένα αφιέρωμα στα μεταπτυχιακά και στις σπουδές γενικότερα. Φιλοξενεί πανεπιστήμια από διάφορες χώρες και ενημερώνει για τις δυνατότητες σπουδών αλλά και επαγγελματικού προσανατολισμού. Χορηγός του αφιερώματος είναι οι ευρυζωνικές συνδέσεις του ΟΤΕ, Connex.
5. Η INNOVATION είναι ένα εκθεσιακό αφιέρωμα στην τεχνολογική καινοτομία και παρουσιάζεται από τη Γενική Γραμματεία Έρευνας και Τεχνολογίας του ΥΠΑΝ. Περιλαμβάνει καινοτόμα προϊόντα σε multimedia, βιοιατρική, βιοκαλλιέργειες, συστήματα εξοικονόμησης υδατικών πόρων και άλλες τεχνολογικές καινοτομίες. Περιλαμβάνει επίσης την καινοτόμο παρουσίαση πέντε θεματικών πάρκων υπό τον γενικό τίτλο «Η γοητεία του Φωτός»: 1) Από πού έρχεται το Φως, 2) Τι είναι το Φως, 3) Λέιζερ - ένα ιδιαίτερο είδος Φωτός, 4) Πως λειτουργεί το Φως στα καθημερινά προϊόντα και 5) Παιχνίδια Φωτός. Περιλαμβάνει ακόμη το αφιέρωμα εορτασμού 50 χρόνων από την εκτόξευση του Sputnik και δέκα χρόνων από την εκτόξευση του Cassini-Huygens σε συνεργασία με το δίκτυο πλανητολόγων «Europlanet», με τη διοργάνωση διαγωνισμών ζωγραφικής, βίντεο, γλυπτικής, ουράνιας φωτογραφίας σε εθνικό και πανευρωπαϊκό επίπεδο (οι νικητές θα ανακοινωθούν στις 18 Δεκεμβρίου επ' ευκαιρία

της 4ης επετείου από την άφιξη του Mars Express στον Κόκκινο Πλανήτη) καθώς και καθημερινές προβολές σχετικές με το ηλιακό σύστημα και τους πλανήτες.

6. Η HOBBYMANIA είναι ένα καινούριο εκθεσιακό αφιέρωμα στον ελεύθερο χρόνο και στο ταλέντο που καθένας και καθεμιά διαθέτει. Περιλαμβάνει ενότητες όπως ο μοντελισμός, τα ευρηματικά παιχνίδια, αλλά και οι πίστες αναρρίχησης, παιχνίδια paintball και ένα χωριό της PLAYMOBIL με τους γνωστούς ήρωες. Περιλαμβάνει επίσης τη δράση «Γνωρίζω και μαθαίνω τα βασικά προϊόντα της Ελληνικής γης» με θέμα τη διαπαιδαγώγηση των παιδιών γύρω από τη διατροφή τους, και με ήρωες την ελιά και το ελαιόλαδο, τα όσπρια, το σιτάρι και το αλεύρι και τα βότανα της Ελληνικής γης και τη διοργάνωση των World Cyber Games International που αποτελεί τη μεγαλύτερη διοργάνωση στον κόσμο όσον αφορά τον «ηλεκτρονικό αθλητισμό». Θα διοργανωθούν οι εθνικοί τελικοί με απώτερο σκοπό τη δημιουργία της Εθνικής Ομάδας Ηλεκτρονικού Αθλητισμού, που θα λάβει μέρος στους τελικούς που θα πραγματοποιηθούν στο Qwest Field - Seattle, των ΗΠΑ από 3 έως 7 Οκτωβρίου. Παράλληλα θα διοργανωθούν και τουρνουά σε δημοφιλείς τίτλους παιχνιδιών, κληρώσεις κ.α.
7. Η ENERGYLAND παρουσιάζει και εφέτος τις τελευταίες εξελίξεις στην ψύξη, τη θέρμανση, τον κλιματισμό, τα φωτοβολταϊκά και γενικότερα τις ΑΠΕ και τα συστήματα εξοικονόμησης ενέργειας.
8. Η DECOLAND με έντονα εμπορικό χαρακτήρα, παρουσιάζει και εφέτος τις νέες προτάσεις των κατασκευαστών εποχιακών ειδών, ειδών διακόσμησης και ειδών δώρου, καθώς και επίπλων.
9. Το AVANT PREMIER FESTIVAL είναι ένα καινούριο επίσης αφιέρωμα και θα δώσει τη δυνατότητα σε 300 τυχερούς επισκέπτες της ΔΕΘ καθημερινά, να κερδίζουν εισιτήρια σε πρώτες προβολές των κινηματογραφικών παραγωγών που θα φιλοξενηθούν στις κινηματογραφικές αίθουσες τον ερχόμενο χειμώνα. Η διανομή των εισιτηρίων θα γίνει από το CINE CAF? που θα στηθεί στο υπαίθριο

δώρα της HELEXPO CORONA και οι προβολές θα γίνονται καθημερινά στον παρακείμενο Κινηματογράφο ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΩΝ.

10. Η STATELAND τέλος παρουσιάζει τις νέες δράσεις και υπηρεσίες προς τους πολίτες από τους δημόσιους φορείς και οργανισμούς, τα έσοδα από τη συμμετοχή των οποίων, όπως έχουμε ήδη ανακοινώσει, στο σύνολό τους, θα χρηματοδοτήσουν τη συμμετοχή των επιχειρήσεων από τις πληγείσες περιοχές στις διεθνείς κλαδικές εκθέσεις της HELEXPO, ενισχύοντας έτσι την εξωστρέφειά τους.

Τέλος στη φετινή ΔΕΘ αλλά και κάθε χρόνο υπάρχουν δεκάδες παράλληλες εκδηλώσεις ψυχαγωγικού και πολιτιστικού χαρακτήρα όπως:

- Έκθεση φωτογραφίας «Θεσσαλονίκη 1900-1980» με τεκμήρια φωτογραφικού αρχείου της Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας και Ενημέρωσης με 114 λήψεις εκ των οποίων οι 35 πραγματοποιήθηκαν πριν από τον 2ο Παγκόσμιο Πόλεμο και 79 μετά από αυτόν.
- Έκθεση αφίσας με ιστορικές αφίσες που εξέδωσε ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, τεκμήρια της τουριστικής προβολής και ανάπτυξης της Ελλάδας, στη HELEXPO COROMA.
- Λειτουργία του CAFE MONMARTE έξω από το Περίπτερο των Εθνών, στο πλαίσιο της συμμετοχής της Γαλλίας.
- Γευσιγνωσία Ιταλικής Κουζίνας στο πλαίσιο της Ιταλικής Συμμετοχής, με τη συμμετοχή διάσημων Ιταλών Σεφ και επιλεγμένων Ιταλικών προϊόντων.
- Αιγυπτιακό Μουσείο που θα ξεναγεί τους επισκέπτες στη χώρα των Φαραώ και του Νείλου, στο πλαίσιο της Αιγυπτιακής συμμετοχής.
- Φεστιβάλ Ταγκό σε υπαίθριους χώρους και εξέδρες με επαγγελματικές Έλληνες αλλά και Λατίνους χορευτές, δίνει αργεντίνικο άρωμα και ρυθμό στη διοργάνωση.

#### **2.1.8 ΤΑ ΕΠΤΑΝΗΣΑ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ CIS ΣΤΗ ΡΩΣΙΑ**

Η τουριστική αγορά της Ρωσίας είναι ταχύτατα αναπτυσσόμενη, όμως η δυσκολία σχετικά με την έκδοση βίζας για την Ελλάδα δεν επέτρεπε στους tour operators να προγραμματίσουν πτήσεις charters, συνεπώς μόνο το 4,5%

των Ρώσων επισκέπτεται την Ελλάδα. Οι κύριοι προορισμοί μέχρι σήμερα για τους Ρώσους είναι σε χώρες που δεν απαιτείται βίζα όπως π.χ. Τουρκία, Αίγυπτο, Τυνησία κ.λ.π.

Για το 2008 η Ελλάδα επίλυσε τα προβλήματα έκδοσης βίζας και σύμφωνα με στοιχεία του ΕΟΤ Ρωσίας ο αριθμός των επισκεπτών για φέτος θα διπλασιαστεί. Η αλλαγή αυτή έχει γίνει γνωστή στους tour operators, βλέποντας έτσι την Ελλάδα ως ένα σοβαρό μελλοντικό προορισμό. Ήδη οι μεγάλοι tour operators της Ευρώπης έχουν εισχωρήσει στην αγορά της Ρωσίας και καθότι είναι καλοί γνώστες της ελληνικής αγοράς, αναμένονται άμεσα θετικά αποτελέσματα. Στα πλαίσια αυτής της στρατηγικής κίνησης της Ελλάδος, τα Επτάνησα αποφάσισαν σύσσωμα να συμμετέχουν στη συγκεκριμένη έκθεση. Τα νησιά επένδυσαν έχοντας ένα από τα μεγαλύτερα περίπτερα και μοιράζοντας πλούσιο έντυπο υλικό στη Ρωσική γλώσσα. Το διαφημιστικό υλικό για τα Ιόνια Νησιά εξαντλήθηκε κατά την τελευταία ημέρα της έκθεσης και πριν την ολοκλήρωσή της.

#### **2.1.9 Η ΞΑΝΘΗ ΣΤΗΝ ΕΚΘΕΣΗ “TOURIST MARKET – SMOLYAN**

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση Δράμας-Καβάλας-Ξάνθης συμμετείχε στη συγκεκριμένη έκθεση στα πλαίσια του έργου «Ολοκληρωμένο Σχέδιο Ανάδειξης, Προβολής και Αξιοποίησης Τουριστικών Πόρων περιοχών Δράμας-Καβάλας-Ξάνθης στην Ελλάδα και στο Blagoevgrad, Smolyan στην Βουλγαρία.

Παράλληλα και στα πλαίσια των εκδηλώσεων της έκθεσης, διοργανώθηκε από την Υπερνομαρχία ημερίδα με θέμα «Η ανάπτυξη του Τουρισμού στην διασυνοριακή περιοχή Δράμας, Καβάλας, Ξάνθης της Ελλάδας και Σμόλιαν, Μπλαγκόεβγκραντ της Βουλγαρίας και η αξιοποίηση των εναλλακτικών μορφών Τουρισμού». Στην ημερίδα παρουσιάστηκαν οι δυνατότητες ανάπτυξης εναλλακτικών μορφών τουρισμού και τα αποτελέσματα του έργου.

Από το τουριστικό περίπτερο της Υπερνομαρχίας διανεμήθηκαν, εκτός από τα έντυπα προβολής των τριών νομών Δράμας – Καβάλας – Ξάνθης, το ειδικό τρίγλωσσο τουριστικό έντυπο (EL-BG-EN), το οποίο παράχθηκε στα

πλαίσια του έργου και παρουσιάζει τους τουριστικούς προορισμούς της διασυνοριακής περιοχής.

#### **2.1.10 ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥ ΔΙΚΤΥΟΥ ΔΙΑΣΥΝΟΡΙΑΚΗΣ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ ΝΟΜΑΡΧΙΩΝ ΕΛΛΑΔΑΣ - ΤΟΥΡΚΙΑΣ - ΒΟΥΛΓΑΡΙΑΣ**

Το Δίκτυο Διασυνοριακής Συνεργασίας Νομαρχιών Ελλάδας-Τουρκίας-Βουλγαρίας, στα πλαίσια του προγράμματος INTERREG III ΕΛΛΑΔΑ-ΒΟΥΛΓΑΡΙΑ, σε συνεργασία μ' όλες τις Νομαρχίες που είναι μέλη του, διοργάνωσε, με απόλυτη επιτυχία, 6 συνολικά εκθέσεις οι οποίες πραγματοποιήθηκαν στην Ορεστιάδα, στην Κομοτηνή, στην Ξάνθη, στην Καβάλα, στη Δράμα και στις Σέρρες.

Οι νομαρχίες Έβρου, Δράμας, Καβάλας, Ξάνθης, Ροδόπης και Σερρών από την Ελλάδα, Ανδριανούπολης από την Τουρκία και Κίρτζαλι, Χάσκοβο, Μπλαγκόεβγκαρντ και Σμόλιαν από την Βουλγαρία, προέβαλλαν στους επισκέπτες τις ομορφιές και τα αξιοθέατα του τόπου τους, επιδιώκοντας αμοιβαία την αύξηση του τουριστικού ρεύματος.

Στην έκθεση στήθηκαν Ένδεκα περίπτερα εξοπλισμένα με έντυπο και οπτικοακουστικό υλικό, χάρτες, αφίσες ακόμα και τοπικά προϊόντα αλλά και παραδοσιακές ενδυμασίες, στήθηκαν στις πλατείες, με στόχο την ευρύτερη προβολή των διασυνοριακών νομών ως ένα ενιαίο διασυνοριακό τουριστικό προϊόν. Χιλιάδες επισκέπτες είχαν την ευκαιρία μιας νέας προσέγγισης του τουριστικού χώρου. Στα πλαίσια του έργου, δημιουργήθηκε υλικό κοινής προβολής, χάρτης δικτύου, τουριστικός οδηγός και DVD, τα οποία μοιράστηκαν στους επισκέπτες. Ταυτόχρονα, έχει δημιουργηθεί ιστοσελίδα για τη συνολική προβολή στο διαδίκτυο. Η προώθηση του τουρισμού στην περιοχή του δικτύου μ' αυτό τον τρόπο, είναι μια πιλοτική προσπάθεια η οποία ξεκίνησε στα πλαίσια της προσπάθειας της Ελλάδας να προωθήσει κάθε περιοχή της Ελλάδος. Το σλόγκαν της έκθεσης ήταν: *«Μια ματιά, τρεις χώρες»*.

## 2.2 ΠΡΟΒΟΛΗ ΜΕΣΩ ΤΩΝ ΜΕΣΩΝ

Η Ελλάδα στα πλαίσια της προώθησης των διεθνών της εκθέσεων αλλά και του τουρισμού, εστίασε στη δημιουργία μιας τουριστικής-ταξιδιωτικής εκπομπή το «Μένουμε Ελλάδα» η οποία προβλήθηκε στην έκθεση φιλοξενία πρώτη φορά και στη συνέχεια προβάλλεται σε όλο τον κόσμο μέσα από τη δορυφορική τηλεόραση της ET 1. Στόχος της εκπομπής είναι η προώθηση των ελληνικών τουριστικών εκθέσεων αλλά και γενικότερα του ελληνικού τουρισμού ανά τον κόσμο<sup>22</sup>.

Η εκπομπή «Μένουμε Ελλάδα», η οποία είναι ένας από τους σημαντικότερους υποστηρικτές της Philoxenia, κάθε μέρα και για όσο διαρκεί η έκθεση εστιάζει στην καταγραφή του παλμού της έκθεσης με ρεπορτάζ και συνεντεύξεις. Η εκπομπή ξεκίνησε να μεταδίδεται στις αρχές του 2005 και είναι αποτέλεσμα μίας πρωτοποριακής συνεργασίας μεταξύ της ET και του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης - ΕΟΤ.

Η εκπομπή έχει ενταχθεί και στο δορυφορικό πρόγραμμα της ET και μεταδίδεται καθημερινά από τη συχνότητα της ET World σε Ευρώπη και Αμερική δίνοντας τη δυνατότητα στους ομογενείς να γνωρίσουν τις όμορφες τοποθεσίες της Ελλάδας. Παράλληλα, τα best of της εκπομπής υποτιτλίζονται στην αγγλική γλώσσα και έχουν ενταχθεί στο πρόγραμμα της ET World προκειμένου να γνωρίσουν την Ελλάδα και να την επισκεφθούν οι ξένοι τηλεθεατές.

Μέσα από την εκπομπή παρουσιάζονται όλοι οι τουριστικοί προορισμοί της χώρας και όλες οι μορφές και δραστηριότητες τουρισμού ανά την Ελλάδα. Τέσσερις δημοσιογραφικές ομάδες ταξιδεύουν συνέχεια σε ολόκληρη την Ελλάδα, καταγράφουν και αναδεικνύουν το ιδιαίτερο χρώμα δημοφιλών αλλά και άγνωστων τοποθεσιών και τις 4 εποχές του χρόνου.

Συνολικά, έχουν πραγματοποιηθεί περισσότερα από 1000 τουριστικά-ταξιδιωτικά ρεπορτάζ. Ήδη, το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης αξιοποιεί σε διεθνείς εκθέσεις τηλεοπτικό υλικό της εκπομπής που διαθέτει για όλη την

---

<sup>22</sup> Σγάρτσου Δ.,(2008), **Τα βραβεία και ο παλμός της Philoxenia στο «Μένουμε Ελλάδα, Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)**

Ελλάδα. Τα ρεπορτάζ καλύπτουν όλο το φάσμα της τουριστικής δραστηριότητας όπως θρησκευτικός τουρισμός, θαλάσσιος τουρισμός, πολιτιστικός τουρισμός, αθλητικός τουρισμός, αγροτουρισμο, συνεδριακός τουρισμός, ιαματικός τουρισμός, τουρισμός υγείας, περιπατητικός τουρισμός κ.α.

Η εκπομπή χρησιμοποιεί καινοτόμες τεχνολογικές μεθόδους για την ζωντανή παρουσίαση τοπίων. Μέσω web cams προβάλλονται «ζωντανά» εικόνες από, τουλάχιστον, 50 μέρη της Ελλάδας (Σαντορίνη, Πάρος, Αμοργός, Πιερία, Καρδίτσα, Τρίκαλα, Θεσσαλονίκη, Αττική, Ζάκυνθος, Τήνος, Σφακιά, Μάνη, Ανδρός, Κομοτηνή, Ξυλόκαστρο, Μύκονος, Νάξος, Σαμοθράκη, Κέρκυρα, Αργος, Κεφαλονιά κ.λ.π. - Χιονοδρομικά Κέντρα Παρνασσού, Βασιλίτσας, Τρία-Πέντε Πηγάδια, Σέλι, Μαινάλου, Πισοδερίου, Πηλίου, Καρπενησίου, Ελατοχωρίου).

Με συστήματα τηλεδιάσκεψης-videophones τα οποία έχουν προμηθευτεί Δήμοι, ξενοδόχοι-μέλη ξενοδοχειακών Ενώσεων, και τουριστικοί φορείς η εκπομπή παρουσιάζει καθημερινά «ζωντανά» θέματα τουριστικού-ταξιδιωτικού ενδιαφέροντος. Κατά τη διάρκεια της εκπομπής πραγματοποιούνται ζωντανές συνδέσεις με εκπροσώπους τουριστικών φορέων και υπευθύνους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης οι οποίοι ενημερώνουν τους τηλεθεατές για την τουριστική υποδομή και τις τουριστικές δυνατότητες των περιοχών.

Το site της εκπομπής [menoumellada.ert.gr](http://menoumellada.ert.gr) που εντάσσεται στο κεντρικό site της ΕΤ προσφέρει interactive επικοινωνία με το κοινό για ανταλλαγή ταξιδιωτικών εμπειριών. Οι επισκέπτες του site το οποίο προβάλλεται και στην πρώτη σελίδα του site του υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και του ΕΟΤ έχουν τη δυνατότητα να δουν ανά πάσα στιγμή όλα τα βίντεο που έχει μεταδώσει η εκπομπή από την έναρξη της.

Η εκπομπή προσφέρει στους τηλεθεατές τη δυνατότητα αποστολής SMS με χρέωση απλού μηνύματος με σκοπό την επικοινωνία και την παρουσίαση ταξιδιωτικών προτάσεων. Η εκπομπή καλύπτει δημοσιογραφικά την τουριστική παρουσία της χώρας στο εξωτερικό πραγματοποιώντας

ρεπορτάζ από την ελληνική συμμετοχή στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις (WTM-Λονδίνο, ITB-Βερολίνο κ.α.)

Η εκπομπή έχει συνεργαστεί με τις μεγάλες τουριστικές εκθέσεις που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα και είναι χορηγός το υπουργείο Τουριστικής Ανάπτυξης και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού όπως η Philoxenia. Επίσης, καλύπτει με εκτενή αφιερώματα μεγάλα συνεδριακά γεγονότα. Οι τηλεθεατές έχουν την ευκαιρία να κερδίζουν ταξίδια σε διάφορα μέρη της Ελλάδας μέσα από διαγωνισμούς. Από την έναρξη της εκπομπής έχουν προσφερθεί στους τηλεθεατές περισσότερα από 1000 δώρα μέσω κληρώσεων (ταξίδια, ταξιδιωτικοί οδηγοί κ.α.) .



## ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3<sup>ο</sup>

### ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ - ΕΠΙΛΟΓΟΣ

#### 3.1 ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

Σύμφωνα με τον David A, σήμερα με βάση και τον ολοένα αυξανόμενο αριθμό προκλήσεων που συναντά ο τουρισμός στην ανάπτυξη του, υπάρχουν πολλές και συνεχείς αλλαγές. Κυριότεροι παράγοντες αυτών των αλλαγών, είναι η είσοδος αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, η χρήση του internet, η αύξηση του αριθμού εξοχικών κατοικιών, αλλά και οι επισκέψεις σε φίλους και συγγενείς, ενώ ιδιαίτερα σημαντικό είναι το γεγονός ότι έχει αυξηθεί πλέον αισθητά το ποσοστό των μεμονωμένων ταξιδιωτών.

Συγχρόνως σύμφωνα με τον ίδιο, σημαντικό ρόλο σε σχέση με τις πιέσεις που δέχεται ο τουρισμός παίζει και η Κίνα αφού ο ρόλος της τόσο στον εισερχόμενο, όσο και στον εξερχόμενο τουρισμό τα επόμενα χρόνια θα είναι πρωταγωνιστικός. Με βάση με στοιχεία που έδωσε ο ερευνητής: Από το 1990 η Κίνα αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό της Ασίας, είναι 4η παγκοσμίως σε τουριστικές αφίξεις και 5η στον κόσμο όσον αφορά στα έσοδα από τον τουρισμό. Όπως επίσης εκπληκτικός είναι και ο αριθμός των διεθνών αναχωρήσεων από την Κίνα, αφού από 10,5 εκατομμύρια το 2000, το 2005 τριπλασιάστηκε, αγγίζοντας τα 31 εκατομμύρια. Τέλος σύμφωνα με τον ερευνητή το internet και η τεχνολογική πρόοδος γενικότερα θα αποτελέσουν στο μέλλον το κλειδί της επιτυχίας για την τουριστική βιομηχανία και για αυτό το λόγο η βιομηχανία χρειάζεται τεχνολογικές λύσεις για τα προβλήματα που αντιμετωπίζει σήμερα<sup>23</sup>.

Οι εκθέσεις σήμερα μπορούν να αποτελέσουν το «φάρμακο» στις προαναφερόμενες πιέσεις, οι οποίες δε λειτουργούν απαραίτητως θετικά ή αρνητικά στη πορεία του παγκόσμιου τουρισμού. Οι εκθέσεις σε συνδυασμό με τα παραπάνω μπορούν να βοηθήσουν στην περαιτέρω ανάπτυξη του διεθνή τουρισμού.

---

<sup>23</sup> Καραβατζέλου Β.,(2008),Στο επίκεντρο οι σημερινές προκλήσεις του τουρισμού, Business Frontiers Forum – WTM

Η θετική επίδραση των διεθνών τουριστικών εκθέσεων καταγράφεται σήμερα από όλους τους σχετικούς διεθνείς οργανισμούς. Συγκεκριμένα και σύμφωνα με το Παγκόσμιο Βαρόμετρο του UNWTO, το 2007 και λόγω της συμβολής των διεθνών εκθέσεων καταγράφηκε αύξηση τουριστικών αφίξεων παγκοσμίως περίπου 6%, για να φτάσουν σε αριθμό κοντά στα 900 εκατ., επιβεβαιώνοντας την ανοδική πορεία του κλάδου, ο οποίος καταρρίπτει τις προβλέψεις μέσης αύξησης γύρω στο 4,1% για τέταρτη συνεχόμενη χρονιά.

Μεταξύ άλλων, λόγω και πάλι των εκθέσεων αυξάνεται ο αριθμός εξειδικευμένων αναζητήσεων σε επίπεδο τουριστικών προορισμών (π.χ., γκρουπ των «νέων τουριστών» που αναζητούν το τρίπτυχο των τριών «e» - excitement, education, entertainment-, σύμφωνα με πρόσφατες μελέτες, ή η περίπτωση των capsule-cocoon hotel), ενώ διαρκής εξέλιξη παρατηρείται και στον τρόπο αναζήτησης των σχετικών πληροφοριών (σύμφωνα με πρόσφατη έρευνα ερευνητικού κέντρου της Σκανδιναβίας, στην αύξηση του μεριδίου αγοράς σε όρους ηλεκτρονικών κρατήσεων στην Ευρώπη συνέβαλε η εντυπωσιακή άνοδος του επιμέρους μεριδίου που αφορά τη νότια Ευρώπη - μεταξύ των χωρών και η Ελλάδα-, ξεπερνώντας πλέον το αντίστοιχο μερίδιο των χωρών της Σκανδιναβίας)<sup>24</sup>.

Σε αυτό το πλαίσιο διαπιστώνεται ένα ευρύ πεδίο δράσεων διαφοροποίησης από τον ανταγωνισμό για τους Οργανισμούς Διαχείρισης και Μάρκετινγκ Προορισμών (Destination Management Organizations-DMOs) και κατά συνέπεια για τους επίσημους φορείς του Εθνικού Τουρισμού, έτσι ώστε να επιτευχθούν οι επιμέρους στόχοι αύξησης της ανταγωνιστικότητας.

Συμπερασματικά, λόγω των διεθνών εκθέσεων οι όροι του ανταγωνισμού στο χώρο του τουρισμού έχουν τροποποιηθεί σε σημαντικό βαθμό τα τελευταία χρόνια, κρίνοντας τόσο από την πλευρά της προσφοράς όσο και της ζήτησης<sup>25</sup>.

Ως επιτομή σε συνδυασμό με τις εκθέσεις, ο μακροχρόνιος χαρακτήρας μιας τέτοιας στρατηγικής σε ένα συνδυασμό πόρων (φυσικών, οικονομικών και ανθρώπινων) και η συνεχιζόμενη έρευνα Μάρκετινγκ και η μελέτη των εξελίξεων μπορούν να επιφέρουν το επιθυμητό αποτέλεσμα, δίνοντας έμφαση

<sup>24</sup> Αυλωνίτης Γ.,(2007), Διεθνείς Εκθέσεις και Τουρισμός, Ανάκτηση από <http://www.morax.gr>

<sup>25</sup> Αυλωνίτης Γ.,(2007), Διεθνείς Εκθέσεις και Τουρισμός, Ανάκτηση από <http://www.morax.gr>

όχι μόνο στις αφίξεις, αλλά και στα έσοδα που τις συνοδεύουν, όχι μόνο στο ύψος των συναλλαγματικών εισπράξεων, αλλά και στη σύνθεση των αντίστοιχων δαπανών στο σύνολο της οικονομίας, όχι μόνο στην εξομάλυνση της εποχικότητας, αλλά και στη θεμελίωση και την επικοινωνία μοναδικών προτάσεων (USP) ανάλογα με τις εποχές και τα υπο-προϊόντα που μπορεί να προσφέρει. Εντέλει, κάτω από αυτό το πρίσμα των διεθνών εκθέσεων, λαμβάνεται υπόψη η ποσότητα, η οποία πλέον συνδέεται με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, που προσδιορίζουν με σαφήνεια την πολυσυζητημένη έννοια της ποιότητας του σύγχρονου παγκόσμιου τουρισμού.

### **3.2 ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ**

Ολοκληρώνοντας τη συγκεκριμένη εργασία κι έχοντας μελετήσει διεξοδικά την παρουσία των διεθνών εκθέσεων στη σύγχρονη οικονομία αλλά και μελετώντας τις προσπάθειες της Ελλάδος να αναπτύξει από τη μία την παρουσία της στις παγκόσμιες διεθνείς εκθέσεις τουρισμού κι από την άλλη να αναπτύξει δικές της δράσεις σε σχέση με τις δικές της τουριστικές εκθέσεις μπορούμε να πούμε το εξής: οι εκθέσεις αποτελούν σήμερα σε παγκόσμιο επίπεδο μια από τις βασικές διεξόδους στήριξης κι ανάπτυξης του παγκόσμιου τουρισμού, πράγμα το οποίο ισχύει και για τη χώρα μας, η οποία μπορεί να προβάλλει κάθε περιοχή, ακόμα και την πιο απομακρυσμένη σε όλες τις χώρες του κόσμου.

Ως βασικά συμπεράσματα της μελέτης μπορούμε να πούμε τα ακόλουθα:

1. Όλες οι χώρες της γης ακόμα κι οι μικρότερες έχουν αντιληφθεί τη σημασία των εκθέσεων και προσπαθούν να προβάλλουν μέσω αυτών τις φυσικές τους ομορφιές, τα ήθη και τα έθιμα τους, την κουλτούρα τους και να γίνουν με αυτό τον τρόπο γνωστές σε όλες τις ηπείρους
2. Οι διεθνείς εκθέσεις αναπτύσσουν σύγχρονες τεχνολογικές μεθόδους για να δώσουν τη δυνατότητα πιο εύκολα σε εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις να έρθουν σε επαφή με μεγάλους tour operators, με μεγάλα ταξιδιωτικά γραφεία αλλά και με τους

απλούς τουρίστες, οι οποίοι συνηθίζουν να επισκέπτονται τις διεθνείς εκθέσεις.

3. Το ενδιαφέρον των ιδιωτών αλλά και των επιχειρήσεων για τις μεγάλες διεθνείς τουριστικές εκθέσεις έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια κατακόρυφα. Ο βασικός λόγος όπως φάνηκε από τη μελέτη που κάναμε είναι ότι μια έκθεση πια δεν είναι απλά μια παρουσία διαφορών εκθετών αλλά μια ολοκληρωμένη εκδήλωση, η οποία συνδυάζει την ενημέρωση με τη διασκέδαση και την προβολή του τουρισμού με την προώθηση του πολιτισμού. Ένας ιδιώτης μπορεί να ξεκινήσει να επισκεφτεί μια χώρα μόνο και μόνο για να επισκεφτεί την έκθεση, την οποία διοργανώνει. Όπως παρουσιάσαμε μέσα στην εργασία οι περισσότερες εκθέσεις πλαισιώνονται πια από ειδικές κοινωνικές και πολιτισμικές εκδηλώσεις
4. Οι διεθνείς εκθέσεις δίνουν τη δυνατότητα σε ορισμένες απομακρυσμένες κι άγνωστες στο κοινό περιοχές να προβάλλουν τα πλεονεκτήματά τους και να διαφημιστούν απευθείας στον τελικό καταναλωτή. Το παράδειγμα που δώσαμε για τις πόλεις της Ξάνθης, της Δράμας κτλ. είναι αντιπροσωπευτικό για αυτό το οποίο αναφέρουμε. Σε σχέση τέλος με την Ελλάδα είδαμε ότι τα τελευταία χρόνια έχουν γίνει πολύ σημαντικές δράσεις και σε σχέση με τις υπάρχουσες εκθέσεις (PHILOXENIA, XENIA) αλλά και σε σχέση με νέες εκθέσεις που γίνονται στην ευρύτερη Ελλάδα. Είδαμε ακόμη ότι η Ελλάδα μπαίνει δυνατά στον χώρο με πολλές καινοτομίες όπως η δημιουργία συγκεκριμένου καναλιού, η δημιουργία ιστοσελίδων και το κλείσιμο προκαθορισμένων ραντεβού και με το στήσιμο μεγάλων περιπτέρων σε όλο τον κόσμο.

Δεν θα μπορούσε λοιπόν ένας οποιοσδήποτε αναλυτής να προσπαθούσε να καταγράψει και αναλύσει τις μεθόδους ανάπτυξης και εδραίωσης μιας επιχείρησης – είτε αυτή είναι χώρα, είτε περιοχή ή απλά ένα ξενοδοχείο – στην παγκόσμια αγορά παρά να τοποθετήσει την συμμετοχή, με οποιοδήποτε

τρόπο, σε μια ΔΙΕΘΝΗ ΕΚΘΕΣΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ στις πρώτες θέσεις της στρατηγικής της.

## **ΕΠΙΛΟΓΟΣ**

Ίσως η παραπάνω προσέγγιση και καταγραφή των στοιχείων και απόψεων να είναι μόνο ένα μικρό δείγμα των αναρίθμητων δυνατοτήτων και ευεργετικών – ως επί το πλείστον – επιπτώσεων των ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΚΘΕΣΕΩΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ στον τουρισμό. Η προσπάθειά μου όμως επικεντρώθηκε στην όσο γίνεται πιο απλή και σύντομη αναφορά στις ίδιες τις εκθέσεις και τα συνεχώς αυξανόμενα μεγέθη τους, έτσι ώστε να μπορέσει ο αναγνώστης να αντιληφθεί το πόσο σημαντικό εργαλείο είναι πλέον, για να γίνει ή και να παραμείνει ανταγωνιστική και παραγωγική μια επιχείρηση, η καθιέρωση και ενίσχυση θεσμών όπως οι εκθέσεις τουρισμού.

## ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Fiona J.,(2007), Η WTM του 2007, Ανάκτηση από <http://www.wtmlondon.com/>
- PHILOXENIA.,(2008),Ανάλυση της Έκθεσης Philoxenia, Ανάκτηση από <http://www.helexpo.gr/default.aspx?lang=el-GR&loc=1&page=732>
- TOUREST.,(2008),Ανάκτηση από [http://www.tourest.eu/index.php?&e\\_id=23&p\\_id=&s=5&e=1&lang=eng](http://www.tourest.eu/index.php?&e_id=23&p_id=&s=5&e=1&lang=eng)
- Αυλωνίτης Γ.,(2007), Διεθνείς Εκθέσεις και Τουρισμός, Ανάκτηση από <http://www.morax.gr>
- Καραντζαβέλου Β.,(2008), *Η δράσεις της Philoxenia*, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Καραντζαβέλου Β.,(2008),Κινητές Εκθέσεις, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Κουμέλης Κ .,(2008),*Οι Διεθνείς Εκθέσεις Μόσχα, Βουκουρέστι και Βερολίνο*, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Κουμέλης Θ.,(2008),**Μεγαλύτερη από ποτέ η WTM 2007** World Travel Market, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Κριτωτάκη Ι.Γ.,(2000),“Εμπορικές Εκθέσεις” και ITTFA - Exhibition Guide
- Παπαδόπουλος Γ.,(2008), Εκθέσεις στην Ασία, Ανάκτηση από [http://www.sofiatimes.com/index.php?option=com\\_content&task=view&id=9302&Itemid=99999999](http://www.sofiatimes.com/index.php?option=com_content&task=view&id=9302&Itemid=99999999)
- Ρόκου Τ.,(2008),**Παρών στην έκθεση IT&ME 2008 και φέτος ο ΗΑΡCΟ**, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Σγάρτσου Δ.,(2008), Οι δρόμοι του Κρασιού, Ανάκτηση από <http://www.traveldailynews.gr>
- Σγάρτσου Δ.,(2008), **Τα βραβεία και ο παλμός της Philoxenia στο «Μένουμε Ελλάδα, Ανάκτηση από [http://www.traveldailynews.gr/search\\_inside.asp](http://www.traveldailynews.gr/search_inside.asp)**

- Φωτιάδης Π.,(2008),Κριτήρια Συμμετοχής σε μια έκθεση Τουρισμού, Ανάκτησης από [http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage\\_id=2652](http://www.traveldailynews.gr/makeof2.asp?subpage_id=2652)