

**ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΚΑΙ ΣΥΜΒΟΛΗ ΤΟΥΣ ΣΤΗΝ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ**



ΑΡΙΘΜΟΣ	1477
ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ ΤΩΝ ΣΠΟΥΔΑΣΤΡΙΩΝ  
ΑΛΛΗΓΙΑΝΝΗ ΠΗΝΕΛΟΠΗ  
ΚΑΛΛΙΓΝΩΜΟΥ ΕΥΦΡΟΣΥΝΗ  
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ  
Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ Κος ΠΑΝΑΓΟΠΟΥΛΟΣ

## ΠΡΟΛΟΓΟΣ

Στην παρούσα πτυχιακή εργασία με θέμα , Διεθνείς Εκθέσεις Τουρισμού και η συμβολή τους στην τουριστική βιομηχανία, η προσπάθεια των συντακτριών κινείται γύρω από δύο βασικούς άξονες.

A. Όσο το δυνατόν περιορισμός της τόσο μεγάλης ύλης που προσφέρεται για την εξέταση του θέματος αυτού, με σκοπό να μην αποπροσανατολήσει τον αναγνώστη.

B. Η αδυναμία της αντικειμενικής συνταξής του, με το σκεπτικό ότι, αλλιώς θα την συννέτασε ένας Άγγλος εφόσον αυτός θα έδινε προτεραιότητα στην έκθεση της δικής του χώρας.

Πέρα από τις προσπάθειες που έγιναν στις δύο παραπάνω κατευθύνσεις, η αντικειμενικότητα διατηρείται εξετάζοντας ένα μεγάλο αριθμό εκθέσεων.

Φυσικά το βάρος, πέρα από τις τρεις εκθέσεις στον κόσμο δίνεται στην ΙΤΒ του Βερολίνου σαν μεγαλύτερη στο χώρο της και της δικής μας της φιλοξένια.

Οι συγκρίσεις, συμπεράσματα που ακολουθούν και οι διάφορες μετρήσεις της συμβολής των εκθέσεων στον τουρισμό, σκοπό έχουν την ενημέρωση και όχι τόσο την εξώγαγή απολύτων συμπερασμάτων, αφήνοντας τον αναγνώστη να συμφωνήσει ή να διαφωνήσει με τα συμπεράσματα που θα βγάξει από όλη την εργασία και όχι μόνο από το τελευταίο κεφάλαιο.

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην θεωρία του ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓ, οι ενέργειες που μπορεί ν'ακολουθήσει ένας εθνικός τουριστικός οργανοσμός είτε μια μικρή τουριστική επιχείρηση είναι οι εξής:

- α) η διαφήμιση
- β) κοινές διαφημιστικές εκστρατείες
- γ) διανομή τουριστικού διαφημιστικού υλικού
- δ) δημόσιες σχέσεις
- ε) έρευνα αγοράς
- στ) εξυπηρέτηση του κοινού και
- ζ) η συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις.

Πέρα από τη σημασία που δίνει η θεωρία στη συμμετοχή σε διεθνείς εκθέσεις, η προσέγγιση από πρακτικής άποψης του θέματος έχει ως αποτέλεσμα μια σειρά ερωτημάτων. Πόσο συμβάλλει μια τέτοια συμμετοχή στην ανάπτυξη της επιχείρησης και ευρύτερα του τουρισμού;

Ποιό θα είναι το κόστος της;

Πρέπει μια χώρα να αναλαμβάνει μια πρωτοβουλία διεξαγωγής μιας Διεθνούς Έκθεσης και μάλιστα όταν πρόκειται για μια χώρα εισαγωγικού τουρισμού όπως η δική μας;

Τα τρία ερωτήματα που προκύπτουν απαντώνται με μια λογική σειρά ξεχωριστά ή μαζί, έμμεσα ή άμεσα κάτω από την σκοπιά κοινωνικών, πολιτιστικών, οικονομικών συμβόλων των διεθνών εκθέσεων στην τόσο πλατιά έννοια του τουρισμού.

## ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

Συνολικά κάθε χρόνο γίνονται περίπου 140 διεθνείς εκθέσεις με θέμα τουρισμός - ταξίδια - αναψυχή - διακοπές - σπορ σε 23 χώρες του κόσμου με τη Δυτική Γερμανία να προηγείται αισθητά, ποιοτικά ακι αριθμητικά από τις άλλες χώρες με 27 διεθνείς εκθέσεις με το θέμα αυτό.

Ακολουθεί η Ιταλία με 17 εκθέσεις και η Αυστρία με 14 εκθέσεις το χρόνο.

Κάτ&αλφαβητική σειρά οι χώρες και οι διεθνείς εκθέσεις που γίνονται στον Ευρωπαϊκό χώρο είναι:

### ΑΥΣΤΡΙΑ

BREGENZ;;;.....	IMMUN	Διεθνείς έκθεση για τη φυσική και υγιεινή ζωή.
DORNBIERN.....	Έκθεση για τα χόμπυ και την αναψυχή	
DORNBIERN.....	Έκθεση για τα χειμερινά σπορ και τον τουρισμό.	
GRAZ.....	Η διεθνείς έκθεση τουρισμού και διακοπών του GRAZ.	
HOLLABRUNN.....	FERIEN	Έκθεση διακοπών.
INNSBRUCK.....	Έκθεση αναψυχής και τουρισμού.	
INNSBRUCK.....	Ανοιξιιάτικη γενική έκθεση για τα κτήρια το σπίτι τον κήπο και την αναψυχή.	
INNSBRUCK.....	Έκθεση για τον τουρισμό και την ορεινή γεβργία.	
RIED.....	BAUFA	Επαγγελματική έκθεση για τα κτίρια και την οικοδόμηση, τον τρόπο ζωής, τον κήπο την αναψυχή και τα καταναλωτικά αγαθά.
WELS.....	WELSER MESSE	Αυστριακή έκθεση τουρισμού.

- WIEN..... Οι εκθέσεις αναψυχής της Βιέννης  
Ομάδα εκθέσεων που αναφέρονται στις  
διακοπές, τις εκδρομές, την φωτογραφία,  
τα χόμπυ, τα ποδήλατα και μοτοποδήλατα,  
τα τροχόσπιτα και τα κάραβαν, το σερφ  
και το τέννις, τα σκάφη αναψυχής, τα  
οχήματα και το αθηνάτισμα.
- WIEN..... LEDERWAREN EXQUISIT  
Ανοιξιιάτικη και φθινοπωρινή εξειδικευμένη  
έκθεση για τα δερμάτινα είδη και τα είδη  
ταξιδιού.
- WIEN..... Διεθνείς φθινοπωρινές γενικές εκθέσεις  
της Βιέννης, που περιλαμβάνουν εκτός  
των άλλων και:  
- Έκθεση χειμερινής αναψυχής και διακοπών  
ΧΕΙΜΩΝΑΣ ΣΤΗΝ ΑΥΣΤΡΙΑ

### ΒΕΛΓΙΟ

- ANTWERPEN..... Έκθεση παιχνιδιών, αθλητικών ειδών,  
αναψυχής και σπορ.
- BRUSSELS..... Διεθνές σαλόνι διακοπών, τουρισμού και  
αναψυχής.
- GENK..... VAKANTIEBEURS VAN LIMBURG  
Σαλόνι διακοπών, τουρισμού και αναψυχής.
- GENT..... Η γενική ανοιξιιάτικη έκθεση της φλαμαν-  
δίας, όπου παρουσιάζεται εκτός των άλλων  
και έκθεση ελεύθερου χρόνου, διακοπών  
και ταξιδίων.

### ΓΑΛΛΙΑ

- MONTPELLIER..... Τοπική έκθεση για τον τουρισμό, τα  
ξενοδοχεία και τις τροφοδοσίες τους.
- PARIS..... Παγκόσμιο σαλόνι για τον τουρισμό  
και τα ταξίδια.
- PARIS..... Διεθνής γενική έκθεση  
Συμπεριλαμβάνεται έκθεση για τον ελεύ-  
θερο χρόνο και τον τουρισμό.

PARIS..... SISEL SPORT  
 Διεθνής επαγγελματική έκθεση για τα  
 αθλητικά είδη, τον εξοπλισμό για τον ε  
 ελεύθερο χρόνο, το κάμπινγκ, τα τροχό-  
 σπιτα και τα ναυτικά σπορ. Παρουσιάζονται:  
 -Αθλητικά ενδύματα, υποδήματα και εξο-  
 πλισμοί για κυνήγι, φάρμα, γυμναστική,  
 ορειβασία, αλπινισμό, κολύμπι, θαλάσσια  
 σπορ, υποβρύχιο φάρμα, γκολφ, πατινάζ.  
 -Εξοπλισμός κάμπινγκ και τροχόσπιτων  
 τέντες και αξεσουάρ, υπνόσακοι, πιάτα  
 τροχόσπιτα, ρυμούλκες.  
 -Εξοπλισμός για τα ναυτικά σπορ  
 φουσκωτά σκάφη, ψαρόβαρκες, σερφ.  
 -Παιχνίδια

#### ΓΙΟΥΚΟΣΛΑΒΙΑ

LJUBLJANA..... ALPE ADRIA  
 Έκθεση αναψυχής και ελεύθερου χρόνου.  
 NOVISAD..... Διεθνής έκθεση για το κυνήγι, το φάρμα  
 τα σπορ και τον τουρισμό.  
 SARAJEVO..... Διεθνής έκθεση τουρισμού και αθλητισμού.  
 ZAGREB..... FERIAL  
 Διεθνείς ημέρες τουρισμού.

#### ΔΑΝΙΑ

KOPENHAGEN..... REJS  
 Διεθνής έκθεση ταξιδίων και τουρισμού.

#### ΔΥΤΙΚΗ ΓΕΡΜΑΝΙΑ

BERLIN..... ITB  
 Διεθνής συναλλαγή τουρισμού.  
 DORTMUND..... ~~WIRLAUB~~ IRF  
 Διεθνής αγορά ταξιδίων και ελεύθερου  
 χρόνου.  
 ESSEN..... CAMPING + TOURISTIK  
 Διεθνής έκθεση για το κάμπινγκ, τον  
 τουρισμό και την αναψυχή.  
 FREIBURG..... Έκθεση για το κάμπινγκ και την αναψυχή.



DJSSELDORF.....BOOT

Διεθνές σαλόνι σκαφών και ερασιτεχνικής ναυσιπλοΐας που παρουσιάζει εκτός των άλλων: ιστιοφόρα σκάφη και γιωτ για άθληση και τουρισμό, πλήρεις εξοπλισμούς, οδηγίες για την ασφάλεια των θαλάσσιων ταξιδιών, συμβουλές για τις διακοπές και παρουσίαση όλων των θαλάσσιων σπορ και των εξοπλισμών τους.

FRANKFURT..... INTERNATIONAL TOURISTICA FRANKFURT

Διεθνής έκθεση τουρισμού, σκαφών, τροχόσπιτων, οχημάτων περιηγήσεων και κάμπινγκ.

HANNOVER..... ABF

Διεθνής έκθεση αυτοκινήτων, σκαφών, κήπου, τουρισμού και αναψυχής και διεθνές επαγγελματικό σαλόνι κάμπινγκ, τροχόσπιτων και κάραβαν.

KETSCH..... RHEIN-NECKAR-SCHAU

Γενική έκθεση για τα χόμπυ, τον ελεύθερο χρόνο, τον οικειακό εξοπλισμό και το σπίτι μαζί με επαγγελματικό σαλόνι οικοδομικής.

KIEL..... FREIZEIT + GARTEN

Τοπική έκθεση σκαφών αναψυχής, κάμπινγκ, χόμπυ, διακοπών, θαλάσσιων σπορ και κήπου.

KIEL..... NORD-TOURISTIK

Τοπικό σαλόνι τουρισμού.

KIEL..... NORDBOOT

Τοπική έκθεση σκαφών, θαλάσσιων σπορ, διακοπών και κάμπινγκ.

MUNCHEN..... C-B-R MUNCHEN

Έκθεση σκαφών αναψυχής, τροχόσπιτων, κάραβαν.

Διεθνής ταξιδιωτική αγορά.

STUTTGART..... CMT

Διεθνής έκθεση τροχόσπιτων, αυτοκινήτων περιηγήσεων και τουρισμού.

- MUNCHEN.....INTERMONTEC  
 Διεθνής επαγγελματική έκθεση με συνέδρια για τις ορεινές εγκαταστάσεις και τον εξοπλισμό του εμπορίου των σπορ, της αναψυχής και του τουρισμού.
- NURNBERG.....FREIZEIT  
 Έκθεση για την αναψυχή και τον τουρισμό.
- SAARBRUCKEN.....FREIZEIT  
 Έκθεση τουρισμού, κάμπινγκ, χόμπυ, αυτοκίνησης, σπορ, ιππασίας και θαλάσσιων σπορ.

### ΕΛΒΕΤΙΑ

- BASEL.....SNOW  
 Το σαλόνι για τα σπορ, τον χειμώνα και την αναζωογόνηση.
- BERNE.....Ταξιδιωτική έκθεση της Βέρνης.
- MARTIGNU.....SWISS ALPINA  
 Διεθνής έκθεση για τους αλπινιστές, τα χειμερινά και θερινά ορεινά θέρετρα, τα ορεινά σπορ και τον εξοπλισμό τους.
- MONTREUX.....Εργασίες για το ταξιδιωτικό εμπόριο.
- ZURICH.....SWISSPO  
 Διεθνής έκθεση για το κάμπινγκ, τα τροχόσπιτα και κάραβαν, σπορ και αθλητικά είδη, χειμερινά σπορ και τους εξοπλισμούς τους.

### ΙΣΠΑΝΙΑ

- BARCELONA.....RODATUR  
 Διεθνής έκθεση τουρισμού.
- BILBAO.....EXPOVACACIONES  
 Έκθεση αναψυχής και τουρισμού.
- MADRID.....FITUR  
 Διεθνής έκθεση τουρισμού.
- MADRID.....EXPO-OCIO  
 Έκθεση αναψυχής, ελεύθερου χρόνου και χόμπυ.

### ΙΤΑΛΙΑ

- ANCONA.....Σαλόνι κάμπινγκ σπορ και διακοπών στην ύπαιθρο.

BARI.....	EXPOLEVANTE	Έκθεση διακοπών, τουρισμού και ελεύθερου χρόνου.
BARI.....	EXPOVACANZE	Έκθεση διακοπών.
BOLOGNA.....	CAMPERING	Διεθνής έκθεση κάμπινγκ και ελεύθερου χρόνου
GENOVA.....	Παγκόσμια έκθεση ταξιδιών και τουρισμού.	
GENOVA.....	TECNOTEL	Έκθεση τουριστικού και ξενοδοχειακού εξοπλισμού
MILANO.....	Διεθνής έκθεση και συναλλαγή τουρισμού	τουριστικών προγραμμάτων και εκδηλώσεων
MILANO.....	EXPO TURISMO	Διεθνής έκθεση τουριστικού εξοπλισμού
NAPOLI.....	BAMEC	Μεσογειακή έκθεση τροχοσπιτιών, παραβάν και ελεύθερου χρόνου
PIACENZA.....	VACANZE	Έκθεση διακοπών και ελεύθερου χρόνου.
RIMINI.....	EUROPEAN FLASH MARKET-BUS OPERATORS	Έκθεση αγοράς για διοργανωτές εκδρομών με πούλμαν.
TORINO.....	EXPOVACANZE	Διεθνές σαλόνι διακοπών, τουρισμού, σπορ και ελεύθερου χρόνου. Παρουσιάζονται: Κάμπινγκ, τροχοσπιτά, παραβάν, ποδήλατα και μηχανές, ιστιοπλοΐα, θαλάσσια σπορ, αξεσουάρ και θαλάσσιος ρουχισμός, εξοπλισμός ελεύθερου χρόνου, έντυπα για τα σπορ.
TORINO.....	MONTAGNA	Διεθνές σαλόνι για το βουνό, την ορειβασία, τον αλπινισμό και τα αξεσουάρ των σχετικών σπορ.
VICENZA.....	TEMPO LIBERO	Έκθεση κάμπινγκ, αθλητικών ειδών, χόμπι και ελεύθερου χρόνου.

## ΛΟΥΞΕΜΒΟΥΡΓΟ

- LUXEMBURG..... EUROPLEINAIR  
Ευρωπαϊκή έκθεση για την αναψυχή
- LUXEMBURG..... Διεθνής γενική ανοιξιιάτικη έκθεση.  
Στα πλαίσια της παρουσιάζονται είδη  
για τον ελεύθερο χρόνο.

## ΜΕΓΑΛΗ ΒΡΕΤΤΑΝΙΑ

- BIRMINGHAM..... GLEE  
Διεθνής έκθεση κηπουρικής και αναψυχής.
- BRISTOL..... Έκθεση τροχόσπιτων, κάμπινγκ και διακοπών.
- GLASGOW..... Σκωτζέζικο σαλόνι σκαφών, τροχόσπιτων  
κάμπινγκ και αναψυχής.
- LONDON..... HOLIDAY  
Έκθεση διακοπών.
- LONDON..... BUSINESS TRAVEL  
Διεθνής έκθεση της βιομηχανίας του  
επιχειρηματικού ταξιδιού.
- LONDON..... Έκθεση για το επαγγελματικό ταξίδι.
- LONDON..... Παγκόσμια ταξιδιωτική αγορά-έκθεση  
ταξιδιών και τουρισμού.
- WINDSOR..... Παγκόσμια επαγγελματική έκθεση για τα  
είδη σπορ και την αναψυχή.

## ΝΟΡΒΗΓΙΑ

- OSLO..... REISEMESSEN  
Η Νορβηγική έκθεση τουρισμού στο Οσλο.

## ΟΛΛΑΝΔΙΑ

- AMSTERDAM..... TOUR  
Επαγγελματική έκθεση τουρισμού.
- MAASTRICHT..... EUROTOURIST  
Έκθεση τουρισμού.
- UTRECHT..... VAKANTIE  
Έκθεση τουρισμού και αναψυχής.

## ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ

- LISABON..... FILTUR  
Έκθεση τουρισμού.

## ΣΟΥΗΔΙΑ

- COTEBOURG..... TUR  
Διεθνής έκθεση τουρισμού και ταξιδιών.
- OSTERSUND..... JAKT + FRITID  
Επαγγελματική έκθεση για το κυνήγι  
και την αναψυχή.
- STOCKHOLM..... INFOTRANS  
Διεθνής έκθεση και συνέδριο σχετικά με  
τα συστήματα πληροφόρησης, για την  
μεταφορά φορτίων και επιβατών και τον  
ξενοδοχειακό - ταξιδιωτικό τομέα.

## ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ

- HELSINKI..... MATKA  
Η φινλανδική διεθνής έκθεση ταξιδιών.
- HELSINKI..... SKIEXPO  
Έκθεση για το σκι και τον χειμερινό  
τουρισμό.

## ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

( Π Ε Ρ Ι Ο Δ Ο Σ 1984 - 1992 )

Η πορεία και η επιτυχία αυτών των διεθνών τουριστικών εκθέσεων τα τελευταία οκτώ χρόνια (εκτός της Ι.Τ.Β. που θα δούμε αναλυτικότερα σαν την πιο σημαντική στο χώρο ) ήταν ανοδική και η παρουσία της στον τουριστικό χώρο αισθητή.

Με πηγές πληροφοριών τα δημοσιεύματα του τύπου , και τον ΕΟΤ, όσον αφορά την ελληνική συμμετοχή σ' αυτές θα δώσουμε ένα δείγμα αυτής της πορείας.

Τον Σεπτέμβριο του '85 ο ΕΟΤ καλεί τους ενδιαφερομένους τουριστικούς παράγοντες να συμμετάσχουν :

α) στην Β.Τ.Φ. (INTERNATIONAL BRUSSELS TRAVEL FAIR) όπως κάθε ... χρόνο στο Βέλγιο.

Η Β.Τ.Φ. παγκόσμια γνωστή για το υψηλό της επίπεδο, τον επαγγελματικό της χαρακτήρα και τις δυνατότητες που προσφέρει για χρήσιμες επαφές, είχε το '84 10.822 επισκέπτες.

β) στο TRAVEL WORKSHOP που πραγματοποιείται στο MONTREAUX της Ελβετίας. Ο ΕΟΤ συμμετείχε με δικό του περίπτερο.

γ) στις τρεις τουριστικές εκθέσεις της Ολλανδίας :

στην TOUR στο Αμστερνταμ για την παρουσίαση των θερινών προγραμμάτων του '86 των Ολλανδών που την επισκέπτοντε μόνο επαγγελματίες και ταξιδιωτικοί πράκτορες.

Στην VAKANTIE στην Ουτρέχτη που είναι ανοικτή για τι κοινό και στην CARAVAN CAMPING στο Αμστερνταμ στην οποία συμμετείχαν 12 χώρες εκτός της Ολλανδίας. Ο ΕΟΤ έλαβε για πρώτη φορά μέρος σ' αυτήν και το ενδιαφέρον του κοινού ήταν ικανοποιητικό.

δ) στο 11ο Παγκόσμιο Σαλόνι Τουρισμού στο Παρίσι τον Φεβρουάριο του '86.

Το '85 συμμετείχαν σ' αυτό 674 εκθέτες από 71 χώρες με πάνω από 176.000 επισκέπτες από τους οποίους οι 9.843 ήταν επαγγελματίες. Οι Γάλλοι για την καλύτερη εξυπηρέτηση των επαγγελματιών είχαν προβλέψει αυτόματο κλείσιμο ραντεβού (AGENTA) μεταξύ επισκεπτών, Γάλλων και ξένων. Η Γαλλία είναι η τρίτη τουριστική Αγορά σε μέγεθος για την Ελλάδα και το '84 είχε γίνει ρεκόρ αύξησης αφίξεων.

ε) στη Μαδρίτη στη FITOUR από 28-1-86 έως 2-2-86.

στ) στην Β.Ι.Τ. στο Μιλάνο το Φεβρουάριο του '86. Το '92 συμμετέχει στην ίδια έκθεση ο ΕΟΤ με άλλους εννέα επαγγελματίες εκθέτες μέσα στο περίπτερό του. Άλλοι 11 εκθέτες συμμετείχαν με δικά τους περίπτερα με τον προσορισμό στην Ελλάδα σαν κύρια προσφορά τους.

ζ) στην κορυφαία έκθεση Ι.Τ.Β. στο Βερολίνο ο ΕΟΤ συμμετείχε με 560 τ.μ. το '86. Το '91 με 667 τμ. και το '92 συμμετέχει με ... άλλους 45 εκθέτες σε 790 τμ.

Σε δημοσίευμα τον Ιανουάριο του '85 γίνεται αναφορά για την συμμετοχή της Ελλάδας στην W.T.M. στο Λονδίνο. Από την χώρα μας πήραν μέρος 140 αντιπρόσωποι, ιδιοκτήτες ξενοδοχείων και πράκτορες.

Τον Μάρτιο της ίδιας χρονιάς η ένωση ξενοδόχων θέτει θέμα εκπτώσεων στα εισιτήρια της Ολυμπιακής Αεροπορίας για μεταφορά εκπροσώπων της ξενοδοχείας καθώς και του υλικού σε διεθνείς εκθέσεις. Τον Μάρτιο επίσης γίνοντε γνωστά τα αποτελέσματα από την συμμετοχή της Ελλάδας στην έκθεση VAKANTIE '85 στην Ουτρέχτη. Μόνο δύο περιοχές της Ελλάδας πήραν μέρος, η Χαλκιδική και η Κως παρά τις προσπάθειες της ΔΙΤΕΞ και για πρώτη φορά στο περίπτερο του ΕΟΤ πήραν μέρος 7 τουριστικοί πράκτορες με προγράμματα αποκλειστικά για την Ελλάδα.

Την έκθεση επισκέφθηκαν 65.000 άτομα και η Ολλανδική τηλεόραση την πρώτη μέρα πρόβαλε την Ελλάδα για ένα ημίωρο. Επίσης στην πόλη του VALKENBURG έλαβε χώρα το διεθνές φεστιβάλ τουρισμού που κύριος οργανωτής του ήταν ο Ε.Ο.Τ. Παρ' όλη την κακοκαιρία η Ελληνική παρουσία προσέλκυσε 10.000 επισκέπτες.

Τον Νοέμβριο του '85 στο Μιλάνο οι υπεύθυνοι της έκθεσης Β.Ι.Τ. σε συγέντευξη τύπου που έδωσαν στο LAGO MAJIORE σε είκοσι

ειδικούς δημοσιογράφους από όλο τον κόσμο ανακοίνωσαν ότι μετά τις συνεχείς και αλματώδεις επιτυχίες των τελευταίων πέντε χρόνων ο εκθεσιακός τους χώρος θα φτάσει τα 65.000 τμ. (από 52.000 τμ.) και θα πάρουν μέρος 1.800 εκθέτες από διάφορες χώρες.

Τονίστηκε ακόμα ότι η Β.Ι.Τ. θα παραμείνει στο διπλό στόχο που έχει θέσει, να είναι χρηματιστήριο τουρισμού και έκθεση, διαθέτοντας πάντα δύο χωριστά τμήματα για το κοινό αλλά και για τους επιχειρηματίες του κλάδου.

Τέλος το Νοέμβριο της ίδιας χρονιάς στη διάρκεια της WORLD TRAVEL MARKET ανήσυχτοι έφυγαν από το Λονδίνο οι περισσότεροι Έλληνες τουριστικοί επιχειρηματίες που βρέθηκαν εκεί. Οι ανησυχίες τους ήταν έντονες γιατί διαπίστωσαν τον εξοντωτικό πόλεμο που επικρατεί μεταξύ των μεγαλύτερων τουριστικών πρακτόρων της Αγγλίας. Οι τιμές των πακέτων τους είχαν μειωθεί σημαντικά έναντι της προηγούμενης χρονιάς με διάθεση για περισσότερη μείωση.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες από την πλευρά τους ζητούσαν αναμόρφωση των συμβολαίων λόγω της τότε πρόσφατης υποτίμησης της δραχμής. Ανεξάρτητα από αυτά η έκθεση του '86 ήταν μεγαλύτερη από κάθε άλλη χρονιά με 1.500 συμμετοχές από 100 χώρες.

Ελάχιστοι εκπρόσωποι των τουριστικών πρακτόρων έστω και των Αγγλων επισκέφθηκαν το Ελληνικό περίπτερο και μίλησαν με τους εκθέτες. Επαφές έγιναν με πράκτορες για μεμονωμένους πελάτες και κυρίως για τα ξενοδοχεία πολυτελείας. Αρνητική εντύπωση προκάλεσε το γεγονός ότι ο ΕΟΤ λόγω οικονομικών προβλημάτων δεν έδωσε την καθιερωμένη δεξίωση στα πλαίσια της οποίας γίνοντε οι περισσότερες επαφές.

Όπως είχαν υποσχεθεί οι Ιταλοί η 6η ΒΙΤ του Μιλάνου το '86 ήταν μεγαλύτερη σε έκταση, πιά εντυπωσιακή σε συμμετοχές και καλύτερα οργανωμένη. Με τρόπο ιδιαίτερα εντυπωσιακό 1.900 εκθέτες από εκατό περίπου χώρες πρόσφεραν ένα πανόραμα του διεθνούς τουριστικού μάρκετινγκ. Επίσημοι οργανισμοί, τουριστικά γραφεία, αλλά και πούλμαν, σιδηρόδρομοι και άλλα πλαισιώνονταν από σεμινάρια, διαλέξεις και πολλές συνεντεύξεις τύπου για τους εκατό δημοσιογράφους που βρίσκονταν εκεί από όλα τα μέρη του κόσμου.

Νέο στοιχείο της 6ης ΒΙΤ ήταν η AGENTA μέσω της οποίας



μπορούσαν να κλειστούν οι επαφές σε περιοχή αποκλεισμένη από το πολύ κοινό, επίσης μια ειδική αίθουσα για την προώθηση των Ιταλικών περιοχών με τίτλο BUY ITALY.

Ένα ειδικό τμήμα ήταν αφιερωμένο στις νέες μορφές τουρισμού. Η έκθεση ήταν υπό την προστασία του προέδρου της Ιταλικής Δημοκρατίας πράγμα που τονίζει την ιδιαίτερη σημασία που του δίνουν οι Ιταλοί.

Σε συνέντευξη του ο πρόεδρος του Ε.Ο.Τ. ανακοίνωσε μία αναμενόμενη αύξηση της τουριστικής κίνησης της τάξης του 8%-10% και τους βασικούς στόχους του οργανισμού:

- Αύξηση της ανταγωνιστικότητας του κλάδου
- Αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών
- Παροχή κινήτρων για ανάπτυξη νέων και μέχρι σήμερα ανεκμετάλλεωτων πηγών τουριστικού ενδιαφέροντος (οικοτουρισμός, χειμερινός, θαλάσσιος, θεραπευτικός, μορφωτικός, αθλητικός και άλλα).
- Ενίσχυση του κοινωνικού και εσωτερικού τουρισμού
- Μετατροπή παραδοσιακών οικισμών σε τουριστικά καταλύματα
- Προώθηση της εκπαίδευσης
- Ενίσχυση του ρόλου της τοπικής αυτοδιοίκησης

Το Ελληνικό περίπτερο προκάλεσε αμφιλεγόμενες αντιδράσεις για το γκρίζο χρωματισμό του και την περιορισμένη λειτουργικότητά του.

Την ίδια χρονιά στο Λονδίνο στη διάρκεια της W.T.M. υποτονική χαρακτηρίστηκε από τους Έλληνες τουριστικούς παράγοντες η Ελληνική εμφάνιση.

Οι εκτιμήσεις της έκθεσης αυτής ήταν ευνοϊκές για την ελληνική αγορά, οι βασικοί οργανισμοί της Αγγλίας εκτίμησαν ότι οι πωλήσεις των προγραμμάτων ήταν σε υψηλά επίπεδα και τα ποσοστά σημαντικά αυξημένα έναντι του '85.

Μέσα από τα περιοδικά τον Ιανουάριο του '86 η διεύθυνση του ΕΟΤ ανακοινώνει τη συμμετοχή του στις εκθέσεις BOOT '87 του Ντίσελντορφ, στην I.T.B. του Βερολίνου, στην CARAVAN- MOTOR - TOURISTIK, στην C.M.T. της Στουτγκάρδης, στην C.B.R. του Μονάχου, και στην REISEN '87 του Αμβούργου.

#### Αναλυτικά

- α) Η C.M.T. του '86 είχε ρεκόρ επισκεπτών, αύξηση 12% ως προς το '85

Ερευνα αυτής της έκθεσης έδειξε ότι το 40% των επισκεπτών έρχονταν από την περιοχή γύρω από τη Στουτγάρδη μέχρι απόστασης 50 χιλιομέτρων και το κυριότερο το 76% των επισκεπτών ήταν ηλικίας 20 έως 60 χρόνων της λεγόμενης δυναμικής ηλικίας που επενδύει σε διακοπές και ελεύθερο χρόνο. Τα δύο τρίτα των επισκεπτών ήταν άντρες και οι υπόλοιποι κατείχαν την πρώτη θέση με δεύτερους τους ειδικευμένους εργάτες.

- β) Ανοδική ήταν και η πορεία της C.B.R. του Μονάχου, η έκθεση το '86 είχε 10.000 περισσότερους επισκέπτες από το '85. Υπήρχε συμμετοχή 568 εκθετών από 39 κράτη και το ενδιαφέρον για διακοπές και ελεύθερο χρόνο ήταν πιά έντονο από κάθε άλλη φορά. Το 92% των επισκεπτών ήρθε στην έκθεση για πληροφόρηση το 1/3 έκανε παραγγελίες ή αγορές ή έκλεισε ταξίδια.
- γ) Στην REISEN ένα ποσοστό 74% από τους 700 εκθέτες δήλωσε ότι υπέγραφε πολύ θετικά επαγγελματικά συμβόλαια και ότι υπήρξε αύξηση του ποσοστού των επαγγελματιών επισκεπτών.

Το '87 στην έκθεση T.T.W. στο MONTREUX της Ελβετίας από στοιχεία που συγκέντρωσε ο ΕΟΤ έλαβαν μέρος:

- 162 εθνικά και περιφεριακά γραφεία τουρισμού
- 170 ξενοδοχεία
- 158 γραφεία ταξιδίων
- 64 αεροπορικές εταιρείες
- 16 μεταφορικοί οργανισμοί
- 45 ναυτιλιακές εταιρείες
- 20 διάφοροι

Συνολικά 635 εκθέτες (αύξηση 3,4% σε σύγκριση με το '85)

Οι επισκέπτες σημείωσαν σε σχέση με το '85 αύξηση 11% που συνήθως ήταν μόνο επαγγελματίες.

Στην BOOT '87 στο Ντίσελντορφ τιμώμενη χώρα ήταν η Ελλάδα και ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ ανέπτυξε την τουριστική πολιτική για το '87.

Με επιτυχία πήρε μέρος η Ελλάδα στη διεθνή έκθεση διακοπών της κεντρικής Ελβετίας που έγινε στη Λουκέρνη. Ένα τυπικό Ελληνικό καφενείο ήταν το περίπτερο του ΕΟΤ και στη διάρκειά της έγιναν εκδηλώσεις σ' αυτό, τις οποίες παρακολούθησαν

ο πρόεδρος και τα μέλη της κυβέρνησης του Καντονίου. Το περίπτερο πλαισίωναν έκθεση φωτογραφίας, αφίσας, βιβλίου, δίσκων, πολυθέαμα.

Σε άρθρο για το έβδομο πλέον χρηματιστήριο τουρισμού του Μιλάνου Β.Ι.Τ. γίνεται αναφορά για την εκπληκτική άνοδο του.

Το '81 το χρηματιστήριο είχε μόλις 34 συμμετοχές και το '86 έγιναν 891 από 100 χώρες. (η ανοδική του πορεία συνεχίζεται και κορυφώνεται το '92 με συμμετοχή από 143 χώρες)

Σημαντικός επίσης υπήρξε ο αριθμός των επαγγελματιών επισκεπτών της ΒΙΤ που το '86 έφτασε τους 5.264 Ιταλούς και 3.552 ξένους. Το '86 καταγράφησαν 967 δημοσιογράφοι από τους οποίους 82 ξένοι από 25 χώρες.

Εκπληξη το '87 το Αυστριακό χρηματιστήριο τουρισμού (Α.Τ.Β.) που πραγματοποιήθηκε στη Βιέννη από 25 έως 28 Ιανουαρίου.

Σε 300 περίπτερα οι πράκτορες, ξενοδόχοι και τουριστικοί πράκτορες της Αυστρίας παρουσίασαν δυναμικά το προϊόν τους και τα θετικά αποτελέσματα ήταν πολλά και εντυπωσιακά τόσο για τα καλοκαιρινά όσο και για τα κέντρα σκι. Στο Αυστριακό χρηματιστήριο είχαν προσληφθεί τουριστικοί παράγοντες από όλο τον κόσμο..

Με την ευκαιρία του Α.Τ.Β. οι Αυστριακοί παρουσίασαν το νέο συνεδριακό τους κέντρο στη Βιέννη που στις διάφορες αίθουσες μπορούσαν να χωρέσουν έως 4.000 άτομα. Το Αυστριακό χρηματιστήριο ήταν πολύ καλά οργανωμένο και έδινε άμεσα τη δυνατότητα επαφών μεταξύ των ενδιαφερομένων. \_Κλειδιά ήταν δύο πολύ εύχρηστοι κατάλογοι με τα ονόματα όλων των εκθετών στον πρώτο και τα ονόματα όλων των επισκεπτών στον δεύτερο.

Τον Μάρτιο του '87 βγήκαν στον τύπο τα αποτελέσματα της ΒΙΤ του Μιλάνου. Μεγαλύτερο και περισσότερο οργανωμένο από κάθε άλλη χρονιά ήταν το τουριστικό χρηματιστήριο του Μιλάνου που πραγματοποιήθηκε από 25 - 2 έως 1 -3. Η έκθεση πλέον καταλάμβανε 70.000 τμ. από 65.000 τμ. την προηγούμενη χρονιά και συμμετείχαν 1.121 Ιταλοί εκθέτες και 1.010 ξένοι από 117 χώρες. Οι επισκέπτες συνολικά ξεπέρασαν τις 100.000.

Η έκθεση είχε χωριστεί σε τρία τμήματα. Στο πρώτο ήταν συγκεντρωμένοι οι Ιταλοί με επικεφαλής τον ENIT και την ALITALIA πρακτορεία και ξενοδοχεία από όλες τις περιοχές της χώρας.

Στη δεύτερη περιοχή που ονομαζόταν L ήταν συγκεντρωμένοι για πρώτη φορά σε έκταση 1.000 τμ. 50 εταιρείες που πρόσφεραν ή ενοικίαση για διαμερίσματα και βίλλες. Στη βασική περιοχή ήταν ξένοι εκθέτες από 117 χώρες.

Μια ειδική περιοχή είχε χαρακτηριστεί ως OPERATING AREA και σε μια έκταση 5.000 τμ. υπήρχαν ειδικά περίπτερα για τους τουριστικούς πράκτορες. Στην περιοχή αυτή η είσοδος του κοινού ήταν απαγορευμένη. Επίσης υπήρχε περιοχή για το TOUR SHOP με τρεις χιλιάδες τετραγωνικά μέτρα.

Χαρακτηριστικό του ενδιαφέροντος της έκθεσης αυτής ήταν ότι στα εγκαίνια εκτός των άλλων επισήμων παρέστει η γενική γραμματέας τουρισμού των Η.Π.Α.

Το Ελληνικό περίπτερο ήταν ιδιαίτερα εντυπωσιακό σ'αυτή την έκθεση τόσο από πλευράς εμφάνισης όσο και μεγέθους αφού καταλάμβανε 260 τμ. ενώ ξεχώριζαν τα περίπτερα των Η.Π.Α. της Βραζιλίας και της Ταϋλάνδης που ήταν ολόχρυσα.

Οι τουριστικοί παράγοντες εκτίμησαν ότι η ΒΙΤ είχε ήδη υποσκελίσει σε μέγεθος και ενδιαφέρον την W.T.M. του Λονδίνου και απειλούσε την I.T.B. του Βερολίνου.

Σύμφωνα με την ΒΙΤ του Μιλάνου άνοδο παρουσίασε και το χρηματιστήριο τουρισμού στο MONTREUX της Ελβετίας που έγινε τον Οκτώβριο του '87. Συμμετείχαν 758 εκθέτες (έναντι 653 της προηγούμενης χρονιάς) από 82 χώρες.

Αναλυτικότερα συμμετείχαν 190 εθνικά, περιφεριακά και τοπικά τουριστικά γραφεία, 179 τουριστικοί πράκτορες, 194 διεθνείς τουριστικές αλυσίδες, 87 αεροπορικές εταιρείες και άλλα.

Η Ελλάδα εμφανίστηκε με ένα περίπτερο 100 τμ. στο οποίο εκτός από τον ΕΟΤ που είχε και την φροντίδα, συμμετείχαν δήμοι, κοινότητες, τουριστικά γραφεία και άλλοι. Εξέπληξε η παρουσία Ελλήνων ξενοδόχων από αυτή την T.T.W. '87. Καλύτερους και όχι περισσότερους τουρίστες θέλουμε από την Αγγλία. Αυτή η ξεκάθαρη θέση διατυπώθηκε έντονα κατά τη διάρκεια της έκθεσης WORLD TRAVEL MARKET που έγινε το Δεκέμβρη του '87 στο Λονδίνο από τον υφυπουργό τουρισμού και τον γενικό γραμματέα του ΕΟΤ που βρέθηκαν εκεί. Σημιώνετε ότι στο Ελληνικό περίπτερο που οργάνωσε η διεύθυνση ΕΟΤ

Μεγάλης Βρετανίας, συμμετείχαν οι ενώσεις ξενοδόχων Ρόδου, Κω, Χάλκιδικής, Ηρακλείου και Λασηθίου Κρήτης, μεγάλα τουριστικά γραφεία και ξενοδοχεία. Ο υφυπουργός τουρισμού και ο Γ.Γ. του ΕΟΤ εξέφρασαν την ικανοποίησή τους για την Ελληνική εμφάνιση και διατύπωσαν την άποψη ότι στο μέλλον θα ήταν μια ενιαία εμφάνιση με τα άλλα 18 ξενοδοχεία και τουριστικά γραφεία που είχαν συγκεντρωθεί σε άλλο χώρο της έκθεσης.

Τον Νοέμβριο του 87 επίσης μεγάλη επιτυχία σημείωσε η διεθνής τουριστική έκθεση INTERNATIONAL TOURISTIKA που έγινε στην Φραγκούρτη. Ο αριθμός επισκεπτών πλησίασε τα επίπεδα ρεκόρ του 86 όταν 160.000 άτομα είχαν επισκευφθεί την έκθεση.

Ο αριθμός των επισκεπτών και η ποιότητά τους σύνθεση καθώς και η ικανοποίηση που εξέφρασαν οι εκθέτες ενίσχυσαν την προθυμία των διοργανωτών στο να μεταβάλλουν το προφίλ της TOURISTIKA σε μια εκδήλωση ανοικτή τόσο στο κοινό όσο και στους επαγγελματίες της ταξιδιωτικής βιομηχανίας. Σύμφωνα με τα στοιχεία μελέτης που έκανε ένα ανεξάρτητο ινστιτούτο έρευνας αγοράς το καθαρό εισόδημα των και πλέον επισκεπτών της TOURISTIKA ξεπερνά τα 3.000 το μήνα. Ο ένας επισκέπτης στους πέντε δαπανά περισσότερο από 5.000 μάρκα για τις κύριες διακοπές του χρόνου.

Επίσης 4 στους 5 εκθέτες δήλωσαν πως ικανοποιήθηκαν από την έκθεση και πέτυχαν τους στόχους τους. Οι περισσότεροι από τους 400 και πλέον εκθέτες εκ των οποίων οι 150 από το εξωτερικό πέτυχαν υψηλές πωλήσεις.

Καθώς μπαίνει το 1988 οι οργανωτές των 17 εκθέσεων προχωρούν με πολλά νέα HAPENINGS και καινοτομίες για να εξασφαλίσουν την επιτυχία των εκθέσεων τους και για αυτή την χρονιά.

Οι διοργανωτές της FITUR-88 για την έκθεση του Ιανουαρίου στη Μαδρίτη ενώ ήδη δύο μήνες πριν έχουν καλύψει 22.000τμ. και έχουν ξεπεράσει την προηγούμενη χρονιά κατά 1.690 (19.000τμ. για το 87) αποφασίζουν και νέα μεγάλη επέκταση.

Όλα τα προγνωστικά δείχνουν πως ο αριθμός των ξένων συμμετοχών θα καταρτίσει το ρεκόρ του 87 (112 χώρες) και θα υπάρχουν και νέες συμμετοχές όπως το Βέλγιο και η Βολιβία.

Αναμένεται σημαντική αύξηση επίσης της εκπροσώπησης της τουριστικής βιομηχανίας των εθνικών αεροπορικών εταιρειών και των TOUR OPERATOR που έχουν ζητήσει δική τους περίπτερα σαν

ήμεροι εκθέτες.

Αναγγέλεται επίσης το 8ο διεθνές χρηματιστήριο τουρισμού του Μιλάνου για τον Φεβρουάριο. Για αυτή τη χρονιά οι διοργανωτές της έκθεσης έχουν προγραμματίσει μια ενδιαφέρουσα καινοτομία. Τα πρωινά των δύο πρώτων ημερών θα είναι αφιερωμένα αποκλειστικά στους επαγγελματίες. Η έκθεση θα φιλοξενηθεί στην ίδια επιφάνεια των 70.000τμ. όπως και την προηγούμενη χρονιά.

Το πακέτο BUY ITALY (αγόρασε τις ομορφιές της Ιταλίας) αναμένεται πως θα συγκεντρώσει ρεκόρ αριθμού ξένων τουριστικών πρακτόρων. Αναβαθμισμένο επίσης το BIT MANAGER το τμήμα που είναι αφιερωμένο στον επαγγελματικό και συνεδριακό τουρισμό και λειτούργησε για πρώτη φορά το '87.

Τον Ιανουάριο έγιναν στο Ελσίνκι τα εγκαίνια της διεθνούς φιλανθρικής τουριστικής έκθεσης MATKA '88 και η Ελλάδα πήρε την πρώτη θέση στις προτήσεις των φιλανθρών.

Τα αποτελέσματα της Β.Ι.Τ. ανακοινώθηκαν τον Μάρτιο του '88. Τελικά το χρηματιστήριο είχε αναπτυχθεί σε 75.000τμ. όσο δηλαδή και η Ι.Τ.Β. του Βερολίνου, με αύξηση στους Ιταλούς εκθέτες που έφθασαν τους 1.178 από 1.121 και με συμμετοχή 4.320 από 1.010. Οι χώρες που συμμετείχαν ήταν 125 έναντι των 118 και οι επισκέπτες ήταν 100.000.

Με αυτά τα αποτελέσματα η Β.Ι.Τ. πήρε οριστικά την δεύτερη θέση στην λίστα των διεθνών τουριστικών εκθέσεων.

Εντυπωσιακά μεγάλο ήταν το Ελληνικό περίπτερο καλαίσθητο και λειτουργικό, και Έλληνες τουριστικοί παράγοντες ανακάλυψαν τελικά το ενδιαφέρον της Β.Ι.Τ.

Οι Ελβετοί εγκαινιάζουν μία νέα έκθεση την EUROPIAN INCETIVE AND BUSINESS TRAVEL AND MEETINGS EXHIBITION '88 στην Γενεύη. Συγκεντρώθηκαν 500 εκθέτες από 50 χώρες γεγονός που θεωρείται μεγάλη επιτυχία. Η γενική εντύπωση ήταν ότι η νέα έκθεση θα προχωρήσει σωστά σε αντίθεση με την καθαρά τουριστική έκθεση στο Μοντρέ και ότι η διοργάνωση πέτυχε με την πρώτη.

Σημαντική ήταν η Ελληνική συμμετοχή και η έκθεση TOUR '88 του Αμστερνταμ που εγκαινίασε ο Έλληνας υπουργός τουρισμού ως πρόεδρος των υπουργών τουρισμού της Ε.Ο.Κ.

Τα αποτελέσματα από την W.T.M. στο Λονδίνο ήταν συγκρατημένη αισιοδοξία για την τουριστική Αγγλική αγορά.

Το Ελληνικό περίπτερο στην W.T.M. προκάλεσε πολλές αντιδράσεις ιδιαίτερα μεταξύ των εκθετών που υποχρεώθηκαν να στεγαστούν στον αθέατο δεύτερο όροφο.

Το 1989 μεγάλη επιτυχία σημείωσε η έκθεση FITUR στην Μαδρίτη της Ισπανίας. Κορυφαίο γεγονός της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας συγκέντρωσε φέτος στην 9η έκδοσή της εκθέτες από 125 χώρες και 250.000 επαγγελματίες του κλάδου.

Νέα εντυπωσιακά ρεκόρ σημείωσε φέτος η ένατη BIT που έγινε στο Μιλάνο το Φεβρουάριο. Το Ιταλικό χρηματιστήριο τουρισμού κατέλαβε φέτος έκταση 80.000 τμ. φθάνοντας έτσι το αντίστοιχο χρηματιστήριο του Βερολίνου.

Οι επισκέπτες ξεπέρασαν τους 100.000 και ειδικευμένοι δημοσιογράφοι απ'όλο τον κόσμο τους 1.000. Από το σύνολο των 3.000 εκθετών οι 1.248 ήταν Ιταλοί και οι 1.686 ξένοι από 138 χώρες. Για πρώτη φορά τόσοι Έλληνες επιχειρηματίες συμμετείχαν στο Ελληνικό περίπτερο ή ήρθαν στην έκθεση σαν επισκέπτες.

Στη δεύτερη έκθεση των Ελβετών στη Γενεύη το Μάιο για τα συνέδρια και τα INCETIVES οι πωλητές έφτασαν τους 3,100 από 2.850 του '88 και οι Έλληνες συμμετέχοντες έμειναν ικανοποιημένοι από τις επαφές τους.

Συγκεντρωτικά μπορούμε να δώσουμε τον πίνακα για τα κυριώτερα τουριστικά χρηματιστήρια στην Ευρώπη από στατιστική του 1989.

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ

ΕΚΘΕΣΗ	ΕΔΡΑ	ΕΚΘΕΤΕΣ	ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	ΤΜ. ΕΚΘΕΣΗΣ
A.T.B.	Βιέννη	920	863	7.000τμ.
B.I.T.	Μιλάνο	1.121	105.000	70.000τμ.
FITUR	Μαδρίτη	3.000	287.000	19.000τμ.
I.T.B.	Βερολίνο	2.419	93.000	79.000τμ.
Φιλοξένια	Θεσσαλονίκη	168	10.000	20.000τμ.
S.T.W.	Ελβετία	600	320	4.000τμ.
TUR	Γκετεμποργκ	960	61.500	9.000τμ.
W.T.M.	Λονδίνο	2.250	43.000	80.000τμ.



Για άλλη μια φορά στο Μιλάνο διοργανώθηκε η διεθνής τουριστική έκθεση ΒΙΤ '91 από τις 20-24 Φεβρουαρίου. Στο πενθήμερο της λειτουργίας της το κύριο θέμα που προβλήθηκε ήταν οι νέες τάσεις που διαγράφονται στην τουριστική αγορά.

Πάνω σε μία έκταση 80.000 τμ. συμμετείχαν 3.740 εκθέτες εκ των οποίων 1.670 Ιταλοί και 1.800 ξένοι, που εκπροσώπησαν 125 ξένες χώρες. Την έκθεση επισκέφθηκαν 15.973 επιχειρηματίες εκ των οποίων 7.158 ξένοι και 8.815 Ιταλοί. Η προσέλευση των επιχειρηματιών ήταν κατά 6% μεγαλύτερη σε σχέση με το 1990. Όσον αφορά την προσέλευση του κοινού σημειώθηκε ελαφρά πτώση που οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι οι δυόμιση πρώτες μέρες της έκθεσης ήταν αφιερωμένες αποκλειστικά στους επιχειρηματίες, ενώ το κοινό είχε είσοδο κατά τις υπόλοιπες δυόμιση μέρες μόνο.

Κατά τη διάρκεια της φετεινής ΒΙΤ και παρά τα προβλήματα που δημιούργησε στον παγκόσμιο τουρισμό η κρίση του Περσικού κόλπου, άρχισαν να διαγράφονται οι νέες τάσεις της τουριστικής αγοράς και συγκεκριμένα:

#### **1. ΕΝΑΛΛΑΚΤΙΚΕΣ ΔΙΑΔΡΟΜΕΣ**

Επιλογή ασφαλών μακρινών και νέων μεσαίων προορισμών, περαιτέρω επέκταση της ζήτησης από τις χώρες της ανατολής, επαναφορά των κλασικών διαδρομών για όσους προτιμούν το θαλάσσιο τουρισμό.

#### **2. ΜΑΚΡΙΝΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ**

Διάνυξη νέων ασφαλών εναερίων διαδρομών πρὸς τις χώρες της Καραϊβικής, την Νότιο Αμερική και τις εξωτικές χώρες με κυβερνητική σταθερότητα και παράδοση φιλοξενίας.

#### **3. ΕΥΡΩΠΗ**

Οι σκανδιναβικές και Ανατολικές χώρες προσφέρονται για νέες διαδρομές. Ιδιαίτερη σημασία αποκτούν η Ουγγαρία, η Τσεχοσλοβακία, και η Γιουγκοσλαβία (αν δεν γίνουν εσωτερικές ταραχές), οι οποίες μαζί με την Ιταλία και την Αυστρία συμμετέχουν στην PENTAGONALE (πενταμερής συμφωνία επί οικονομικών και πολιτικών θεμάτων, η οποία θα συμπεριλάβει σύντομα και την Πολωνία).

Στα πλαίσια της PENTAGONALE που ήταν τιμώμενος προσκεκλημένος ωρίμασαν ορισμένες ενδιαφέρουσες προτάσεις, μεταξύ των οποίων η πρόταση της Γιουγκοσλαβίας για το σχηματισμό ομάδας

μελετών τουριστικών θεμάτων και η πρόταση του προέδρου του ENIT για τη δημιουργία μιας πιστωτικής κάρτας για τους τουρίστες που προέρχονται από τις Ανατολικές χώρες. Οι κάτοχοι αυτής της κάρτας δε θα είναι υποχρεωμένοι να πληρώνουν σε συνάλλαγμα, ενώ παράλληλα τα κράτη τους θα χρηματοδοτούν την κατασκευή τουριστικών δομών, η εκτέλεση των οποίων θα έχει ανατεθεί στις χώρες που θα συμμετέχουν στην πρωτοβουλία αυτή.

#### 4. ΙΤΑΛΙΑ

Όσον αφορά την Ιταλία παρατηρείται αναβίωση του ενδιαφέροντος για τους παραδοσιακούς θαλάσσιους προορισμούς (Σικελία, Σαρδηνία κα.). Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφιμιστική εκστρατεία της Απουλίας, ενώ η Λομβαρδία διακδικεί την πρώτη θέση στον τομέα του επιχειρηματικού τουρισμού.

Τα γεγονότα του Περσικού Κόλπου δεν είχαν σημαντικές αρνητικές επιπτώσεις στις διαπραγματεύσεις του BUY ITALY, του οποίου ο τζίρος, τόσο όσο αφορά τα συμβόλαια που υπογράφηκαν, όσο και τις έμμεσες συμφωνίες, έφτασε τα 2 τρισεκατομμύρια λιρέττες. Οι ακυρώσεις των συμμετοχών δεν υπερέβησαν το 5% παρά τις αρχικές προβλέψεις.

Στο χρηματιστήριο, αυτό καθ'αυτό, συμμετείχαν 400 ξένοι επιχειρηματίες από 23 διαφορετικές αγορές και 1.000 περίπου Ιταλοί.

Το TG BIT, που αφορά το νεανικό τουρισμό, έκλεισε και φέτος με μεγάλη όπως πάντα επιτυχία. Οι φετινές προτάσεις αφορούσαν, εκτός από τον σχολικό τουρισμό και την εκμάθηση ξένων γλωσσών στο εξωτερικό, την οικολογία, τον ιππικό τουρισμό, τα χειμερινά σπορ, τουρισμό με ποδήλατο, εκμάθηση χορού στη Ρωσία κλπ.

Πρόσφατη έρευνα αγοράς από το GTS (σπουδαστικό τουριστικό κέντρο) μεταξύ των μελών του δείχνει ότι η μεγαλύτερη μερίδα των νεαρών Ιταλών διαλέγει για τις διακοπές του το εξωτερικό, ενώ οι παραλίες της Ελλάδας συγκεντρώνουν το 40% των προτιμήσεων τους.

Με πραγματικά εντυπωσιακά περίπτερα συμμετείχαν στη BIT χώρες τις Απω Ανατολής και του Περσικού Κόλπου. Σιγκαπούρη, Αμπουντάμπι, Χονκ-Κονγκ και άλλες εντυπωσίαζαν τους επισκέπτες με τα εντυπωσιακά περίπτερα που είχαν κατασκευάσει.

Από τις Μεσογειακές χώρες, ωραία και εντυπωσιακά περίπτερα

είχαν η Ισπανία, η Πορτογαλία, αλλά και το Μαρόκο που συγκέντρωσε πλήθος κόσμου.

Σε περίοπτη θέση βρισκόταν και φέτος το περίπτερο της Ιταλίας, που πρόβαλε κάθε περιοχή και ξεχωριστά τα τουριστικά της αξιοθέατα.

Εντυπωσιακά περίπτερα είχαν όμως και οι χώρες οι οποίες στέλνουν τουρίστες όπως η Γερμανία, η Αυστρία και η Γαλλία.

Παρά τα προβλήματα τους, τα οικονομικά και κοινωνικά, συμμετείχαν και όλες σχεδόν οι ανατολικές χώρες σε μια προσπάθεια προσέλκυσης τουριστικού συναλλάγματος.

Ιδιαίτερα γραφικό και λειτουργικό ήταν το περίπτερο της Κύπρου, ενώ η Τουρκία είχε αρκετό χώρο, χωρίς κάτι το εντυπωσιακό.

Τέλος, εντυπωσιακά και πολυτελή ήταν τα περίπτερα που είχαν στην έκθεση οι αλυσίδες ξενοδοχείων πολυτελείας, που ήταν αντάξια των επιχειρήσεων που αντιπροσώπευαν.

Ο Γαλλικός Οργανισμός Τουρισμού σε συνεργασία με την AIR FRANCE διοργάνωσε στις 7 Οκτωβρίου '91 στο ξενοδοχείο ELECTRA PALACE το 2ο επαγγελματικό σαλόνι γαλλικού τουρισμού στη Θεσσαλονίκη. Στο σαλόνι αυτό συμμετείχαν εκπρόσωποι μεγάλων τουριστικών γραφείων, τοπικών φορέων τουρισμού, αεροπορικών εταιρειών, ξενοδοχείων καθώς και άλλων συναφών επιχειρήσεων.

Το ενδιαφέρον των Ελλήνων πρακτόρων που επισκέφθηκαν το σαλόνι ήταν σημαντικό γιατί είχαν τη δυνατότητα να έρθουν σε επαφή με τους Γάλλους συναδέλφους τους και να ενημερωθούν για τα τουριστικά, πολιτιστικά, ψυχαγωγικά και καλλιτεχνικά πλεονεκτήματα της Γαλλίας.

Επίσης, επιτυχία σημείωσε και στην Αθήνα το 6ο επαγγελματικό σαλόνι γαλλικού τουρισμού που πραγματοποιήθηκε στις 8 Οκτωβρίου στο ξενοδοχείο ASTIR PALACE Αθηνών.

Η ετήσια επαγγελματική έκθεση του Βελγίου Β.Τ.Φ. πραγματοποιήθηκε από 21-23 Νοεμβρίου στο PALAIS DES EXPOSITIONS Βρυξελλών.

Η Β.Τ.Φ. ήταν η μοναδική τουριστική έκθεση για το Βέλγιο - το σημαντικότερο ραντεβού των επαγγελματιών του τουρισμού - όπου την επισκέφθηκαν 15.000 περίπου τουριστικοί πράκτορες, δημοσιογράφοι κλπ.

Ο ΕΟΤ Βελγίου Λουξεμβούργου συμμετέχει με ειδικό περίπτερο καθώς επίσης και πολλοί Έλληνες επαγγελματίες του τουριστικού τομέα.

Μέσα σ'ένα κλίμα αισιοδοξίας για το μέλλον του παγκόσμιου τουρισμού, και για μια ακόμη χρονιά το Μιλάνο έγινε το επίκεντρο της τουριστικής αγοράς από τις 26 Φεβρουαρίου έως την 1η Μαρτίου που διήρκησε η διεθνής τουριστική έκθεση BIT '92 του Μιλάνου. Η 12η αυτή διοργάνωση της BIT συγκέντρωσε το ενδιαφέρον χιλιάδων επαγγελματιών από όλο τον κόσμο καθώς και δεκάδων χιλιάδων επισκεπτών της έκθεσης.

Σε μια έκταση 80.000 τμ. συμμετείχαν 3.744 εκθέτες, από τους οποίους 1.674 Ιταλοί και 2.070 ξένοι που αντιπροσώπευαν 143 χώρες, ενώ σύμφωνα με τον ΕΟΤ την έκθεση επισκέφθηκαν 90.000 άτομα.

Μια από τις καινοτομίες της φετεινής BIT ήταν η BIT NEW WAY, η διεθνής έκθεση των νέων τάσεων στον τουρισμό, η οποία είχε σκοπό να καθοδηγήσει τους επιχειρηματίες που έχουν επενδύσει στα νέα τουριστικά προϊόντα, με ειδική αναφορά στην προβολή και πώληση των λεγόμενων νέων μορφών τουρισμού που γνωρίζουν συνεχή ανάπτυξη.

Έτσι, η BIT '92 έγινε ένα είδος τεράστιας βατρίνας για εκείνους που επιθυμούν να ανακαλύψουν νέους τρόπους για διακοπές και ταξίδια, αλλά και να επιλέξουν, με βάση την ίδια φιλοσοφία, πως θα περάσουν τον ελεύθερο χρόνο τους. Η περιπέτεια, η μελέτη και η κουλτούρα, τα σπορ και η υγειινή ζωή είναι μερικές από τις νέες απαιτήσεις, καθώς και η δημιουργία ενός τύπου διακοπών που δεν γνωρίζει όρια, γιατί όποιος επιλέγει τον νέο τρόπο τουρισμού αναζητεί πάντα κάτι νέο και συναρπαστικό.

Όπως τονίστηκε, στη δεκαετία αυτή ο τουρισμός βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη και ανάπτυξη. Κατά συνέπεια για τους επιχειρηματίες γίνεται πια ανάγκη να προσπαθήσουν να κατανοήσουν όχι μόνο τις απαιτήσεις του σύγχρονου τουρίστα αλλά και να επινοήσουν νέους τρόπους ικανοποίησης του επισκέπτη παρουσιάζοντας προτάσεις που να ανταποκρίνονται σε ανάγκες που δεν έχουν καταγραφεί ακόμα.

Η ανάπτυξη του τουρισμού στις χώρες της Ανατολικής Ευρώπης απασχόλησε για μια ακόμη φορά την έκθεση. Στα πλαίσια της Εξαγωνικής όπως ονομάζεται η συμφωνία ανάμεσα στην Ιταλία, την Αυστρία, την Ουγγαρία, την Τσεχοσλοβακία, την Γιουγκοσλαβία και την Πολωνία για την προώθηση της οικονομικής και πολιτιστικής συνεργασίας μεταξύ των χωρών αυτών, πραγματοποιήθηκε συνέδριο με θέμα : Αλληλεγγύη μέσα από τη συνεργασία και τον τουρισμό.

Το συνέδριο που έγινε σε δύο μέρη, υπό την προεδρία του

υπουργού εξωτερικών της Ιταλίας και του υπουργού τουρισμού και θεάματος μετείχαν οι υπουργοί τουρισμού των χωρών μελών της Εξαγωνικής, ο πρόεδρος της ΒΙΤ και πολλές προσωπικότητες από τον επιχειρηματικό κόσμο της Ιταλίας.

Ας σημειωθεί ότι η Εξαγωνική που ξεκίνησε ως Πεντάγωνική δημιουργήθηκε το Νοέμβριο του 1988 στη Βουδαπέστη, ύστερα από μία συνάντηση των αντιπροέδρων των κυβερνήσεων και των κυβερνήσεων και των υπουργών Εξωτερικών της Ιταλίας, της Αυστρίας, της Γιουγκοσλαβίας, της Ουγγαρίας και της Τσεχοσλοβακίας, με σκοπό την ανάπτυξη μιας ευρίας πολιτικής, οικονομικής, επιστημονικής και πολιτιστικής συνεργασίας έτσι ώστε να συνεισφέρει στη βελτίωση των όρων της μελλοντικής ευρωπαϊκής ενοποίησης. Πρόσφατο στον οργανισμό εισήλθε και η Πολωνία.

Σημαντικές, σύμφωνα με τις πρώτες εκτιμήσεις ήταν οι διαπραγματεύσεις του BUY ITALY που έγινε στις 27 και 28 Φεβρουαρίου.

Περίπου 400 ξένοι τουριστικοί πράκτορες από τις πιο σημαντικές αγορές του κόσμου και πάνω από 1.000 Ιταλοί συμμετείχαν στο καθαυτό χρηματιστήριο που οργανώθηκε όπως πάντα με τη συνεργασία του ιταλικού οργανισμού τουρισμού, την ALITALIA και με τη χορηγία του Εμπορικού Επιμελητηρίου του Μιλάνου. Σε ένα χώρο 3.000τμ. οι διοργανωτές παρείχαν στους ενδιαφερόμενους επιχειρηματίες όλες τις δυνατές διευκολύνσεις καθώς και πλήρη μηχανογραφική κάλυψη για την άμεση ενημέρωσή τους.

Υπήρχαν θέματα που αναπτύχθηκαν σε ομηλίες όπως:

- Θεραπευτικός τουρισμός, σε αξιόλογα περίπτερα όλων των ιαματικών κέντρων της Ιταλίας.
- Αρχαιολογικός/πολιτιστικός τουρισμός, όπου πέθανδικά και τουριστικοί πράκτορες προτείνουν νέες περιηγήσεις.
- Υποβρύχιος και περιπετειώδης τουρισμός, σε συνδυασμό με το γνωστό TREKKING όπου οι τουριστικοί φορείς προσπαθούν να μη μείνουν πίσω στις όλο και πολυπλοκότερες απαιτήσεις της ζωής.

Με εντυπωσιακά περίπτερα συμμετείχαν όπως πάντα οι χώρες της Μεσογείου (Ισπανία, Πορτογαλία, Μαρόκο) και της Απω Ανατολής που προσέλκυαν τον επισκέπτη.

Σε περίοπτη θέσή φυσικά βρισκόταν το περίπτερο της Ιταλίας που πρόβαλλε κάθε περιοχή ξεχωριστά με τα αξιοθέατά της. Εκτός

από τον Ιταλικό οργανισμό τουρισμού, στην έκθεση συμμετούχαν αναλυτικά:

ΚΑΤΗΓΟΡΙΕΣ	ΞΕΝΟΙ ΕΚΘΕΤΕΣ	ΙΤΑΛΟΙ
Αλυσίδες ξενοδοχείων	749	853
Εθνικοί οργανισμοί	541	167
Μεταφορείς	203	66
Κάμπινγκ	18	133
Τουριστικοί πράκτορες	541	337
Τύπος	13	58
Συνεδριακά κέντρα	27	67
RESIDENCES	5	60
Διάφορα	336	202

Ενδιαφέρουσα παρουσία είχε η Κύπρος με το γραφικό και λειτουργικό περίπτερο, ενώ η Τουρκία συμμετείχε φέτος με ένα αρκετά εντυπωσιακό περίπτερο.

Απο τα μεγαλύτερα περίπτερα είχαν οι χώρες-πηγές τουρισμού της Ευρώπης όπως η Γερμανία, η Αυστρία, η Γαλλία κ.τ.λ. Εντυπωσιακή επίσης και η παρουσία των βορείων χωρών που παρουσίασαν τις ιδιότερες ομορφιές τους.

Για πρώτη φορά με δικά τους περίπτερα συμμετείχαν η Κροατία και η Σλοβενία, ενώ από την πρώην Σοβιετική Ένωση η Ρωσία και η Λιθουανία.

Την παράσταση όμως θα μπορούσε να πει κανείς ότι έκλεψαν όπως κάθε χρόνο, τα περίπτερα των λεγόμενων εξωτικών χωρών, με τα ελκυστικά στάντ, τους χορούς και τις άλλες εκδηλώσεις.

Δυναμική ήταν, τέλος, η εμφάνιση των χωρών της Νοτίου Αμερικής και της Ωκεανίας.

Συμπερασματικά μπορούμε να πούμε ότι η Β.Ι.Τ.'92 δικαίωσε για μια ακόμα φορά τον τίτλο της ως Διεθνές Χρηματηστήριο Τουρισμού, αφού κατάφερε να δώσει στον επισκέπτη μία γεύση από τα χαρακτηριστικά κάθε περιοχής της γης, και οι χιλιάδες των επαγγελματιών επισκεπτών από διάφορες χώρες επιβεβαίωσαν για άλλη μια φορά την επιτυχία της ως θεσμού. Ένα επίτευμα αρκετά εντυπωσιακό αν αναλογιστεί κανείς ότι μέσα σε 12 χρόνια κατάφερε με τις προσπάθειες των οργανωτών της να φτάσει τις 80.000 τμ. που ξεκίνησε το 1981, στους 3.744 εκθέτες από 249 και ο αριθμός των επισκεπτών να φθάσει στις 100.000 χιλ. από 32.000.

Αξίζει να σημειώσουμε ότι υπό την αιγίδα της Β.Ι.Τ. οργανώθηκαν άλλες δύο εκθέσεις την ίδια χρονία οι οποίες είναι:

- MITUS που πραγματοποιήθηκε στη Ρώμη από 9-12 Απριλίου για τον κοινωνικό τουρισμό, την τρίτη ηλικία, και τα σχολεία.
- ΘΡΗΣΚΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ τον Οκτώβριο στη Ραβένα

Κλείνοντας τις εργασίες της Β.Ι.Τ. ο γενικός διεθνής της είπε: Αφήνοντας πίσω τους φόβους και τις ανυσυχίες του παρελθόντος, ο τουρισμός πρέπει να είναι έτοιμος να αντιμετωπίσει τις νέες ανάγκες του κοινού, του οποίου οι επιλογές επηρεάζονται καταλυτικά από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης και από πολυποίκιλα ερεθίσματα.

Ενδεικτικά οι τιμές των σταντς και οι προσφερόμενες υπηρεσίες στα κυριώτερα Ευρωπαϊκά χρηματιστήρια είναι:

- A.T.B. Βιέννη : 300 σταντς ιδίων διαστάσεων (περίπου 15τμ. το καθένα) 1.580.000 λιρέττες εκτός από κατανάλωση ρεύματος και τηλεφώνου.
- B.I.T. Μιλάνο : Σταντς κατ'επιλογή στον εκθετικό χώρο από 114.000 λιρέττες μέχρι 126.000 λιρέττες το τμ. Εκτός Φ.Π.Α. και ποσό συμμετοχής και στον επιχειρηματικό χώρο (σταντς 6τμ. 1.700.000 λιρέττες, σταντς 12τμ. 3.500.000 λιρέττες συν Φ.Π.Α.)
- FITUR Μαδρίτη : Πάνω από 300 σταντς διαφόρων διαστάσεων εκθετικός χώρος 75.000 λιρέττες το τμ. Χώροι και σταντς προκατασκευασμένα γύρω στις 100.000 λιρέττες το τμ.
- I.T.B. Βερολίνο : Πάνω από 250 σταντς διαφόρων διαστάσεων ελάχιστος χώρος 20τμ. κόστος κατά τμ. περίπου 88.000 λιρέττες, με αύξηση 50% αν το σταντ έχει δυο εισόδους.
- ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ : Πάνω από 200 σταντς διαφόρων διαστάσεων χώρος πουλημένος 45.000 λιρέττες το τμ. συν εγγραφή περίπου 55.000 λιρέττες.
- TUR Γκέτεμποργκ : Πάνω από 300 σταντς τριών τύπων, απλός με τοίχους 140.000 λιρέττες το τμ., με ξύλινους τοίχους, τραπέζια και καρέκλες 200.000 λιρέττες το τμ., ξύλινοι τοίχοι μοκέτα, τραπέζια και καρέκλες 240.000 λιρέττες το τμ.



Το '92 όμως η Ελλάδα συμμετείχε και σε άλλες διοργανώσεις. Το τρίτο βραβείο απέσπασε το περίπτερο του ΕΟΤ ανάμεσα σε άλλα 150 περίπου στην τουριστική έκθεση MAHANA της Λυών.

Όλοι οι δημοσιογράφοι και οι επαγγελματίες του τουρισμού αλλά και το κοινό που επισκέφθηκε την έκθεση σχολίασαν κολακευτικά την ποιότητα του περιπτέρου και την πρωτοτυποία του.

Βασική ιδέα της διακόσμησης ήταν το άγαλμα του εφήβου των Αντικυθήρων πλαισιωμένο από φωτογραφίες λεπτομερειών του αγάλματος σε μεγένθυση.

Επίσης στο Λιντς πρωτεύουσα εμπορικού και βιομηχανικού κέντρου της άνω Αυστρίας πραγματοποιήθηκε με επιτυχία η 9η TOURISTIK '92 από 6 έως 8 Μαρτίου στην οποία έλαβαν μέρος περίπου 100 εκθέτες.

Η παρουσία της Ελλάδας ήταν έντονη με το σχετικά μεγάλο για το χώρο περίπτερο του ΕΟΤ και με συνεκθέτες την Ολυμπιακή Αεροπορία, τις Μινωϊκές Γραμμές, και την ANEK.

Η Ελλάδα εκπροσωπήθηκε και στην τουριστική έκθεση FERIENNESSE INTERNATIONALE στις 20 έως 22 Μαρτίου στο Γκρόντς με περίπτερο 30 τμ. στο οποίο συμμετείχαν ο ΕΟΤ οι Μινωϊκές Γραμμές και η ANEK.

Το Α βραβείο πάλι απέσπασε ο ΕΟΤ για την αφίσα του με θέμα την Σαντορίνη στην έκθεση REISECIV '92 στο Όσλο της Νορβηγίας, όπου συμμετείχε με ένα περίπτερο 50 τμ.

Τη φετεινή έκθεση επισκέφθηκαν 37.437 επισκέπτες, αριθμός που ήταν αυξημένος κατά 33% σε σύγκριση με το '91. Το 22% των επισκεπτών ανήκαν στους τουριστικούς πράκτορες και γραφεία ταξιδίων ενώ το 24% κάλυψε ο Ξενοδοχειακός κόσμος της Ελλάδας.Α

## Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗ Β.Ι.Τ. ΤΟΥ ΜΙΛΑΝΟΥ

Ο ΕΟΤ, όπως κάθε χρόνο, συμμετείχε και φέτος στη Β.Ι.Τ. με δικό του περίπτερο 270τμ. στο οποίο είχε σαν συνεκθέτες, τους ακόλουθους:

1. Ολυμπιακή Αεροπορία.
2. Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών.
3. Ένωση Ξενοδόχων Κρήτης.
4. Ηπειρωτική.
5. Μινωικές Γραμμές.

Το Ελληνικό περίπτερο εξάλλου αποτέλεσα το σημείο αναφοράς όλου του Ελληνικού επιχειρηματικού κόσμου, που επισκέφθηκε την έκθεση, προσέλκυσε δε, όπως πάντα, χιλιάδες επισκέπτες, οι οποίοι ενδιαφέρονται να κάνουν διακοπές στην Ελλάδα.

Από πλευράς εμφάνισης ακολούθησε και φέτος τη συνταγή του αυστηρά επαγγελματικού λειτουργικού και πολύ λιτού, χωρίς να εντυπωσιάζει τους επισκέπτες. Λειτουργήσε περισσότερο σαν πάγκος διανομής φυλλαδίων τουριστικών περιοχών. Ιδιαίτερη εντύπωση όμως έκανε το περίπτερο της Ολυμπιακής, που δεν είχε ούτε φωτογραφία ούτε ένα από τα αεροπλάνα της, διαφημίζοντας απλώς το όνομά της.

Αντίθετα αρκετά εντυπωσιακά ήταν τα περίπτερα των Ελλήνων εκθετών που συμμετείχαν μεμονωμένα.

Το Γραφείο εοτ Μιλάνου, που αναλαμβάνει κάθε χρόνο τη διοργάνωση της ελληνικής συμμετοχής στη Β.Ι.Τ., με την ευκαιρία της επίσκεψης του γενικού γραμματέα ΕΟΤ στο Μιλάνο οργάνωσε στις 21.2.1991 στις 10.30 στη SALA ADRIATICO συνέντευξη τύπου, στην οποία στη συμμετείχαν Έλληνες και ξένοι επιχειρηματίες και εκπρόσωποι του τουριστικού και εξειδικευμένου ιταλικού τύπου, οι οποίοι στη συνέχεια τόνισαν την ελληνική παρουσία με σχετικές δημοσιεύσεις και άρθρα.

Στους εκθεσιακούς χώρους της Β.Ι.Τ '1991 συμμετείχαν με δικά τους περίπτερα και οι κάτωθι Έλληνες εκθέτες:

- AMALIA HOTELS & CHAT TOURS	ANEK LINES
CAPRIKORNO TOURS	CATALINA TRAVEL
HELLENIC MEDITERRANEAN LINES	HOTEL ATHENAEUM INTERCONTINENTAL
KARAGEORGIS LINES	MARLINES
MED SUN LINES	ROYAL CRUISE LINES

VENTOURIS FERRIES, οι επιχειρήσεις Χανδρή, το νησί της Ρόδου, καθώς και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις PALMALINA που έχουν ξενοδοχείο στην Ευβοία

Η Ελλάδα συμμετείχε στην BIT '92 με το περίπτερο του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού - αρκετά λιτό - 120 τμ., στο κεντρικό PENTAGLIONE 13, δίπλα στο περίπτερο της Γαλλίας.

Στο Ελληνικό περίπτερο συστεγάστηκαν οι παρακάτω Έλληνες εκθέτες :

- Εθνικός αερομεταφορέας, Ολυμπιακή Αεροπορία.
- Η Ένωση Ξενοδόχων Χalkιδικής η οποία παρουσίασε μια ενδιαφέρουσα σειρά από σλάιτς της περιοχής στο περίπτερο.
- Ο Δήμος Κέρκυρας.
- Κως ( Ξενοδόχοι και πράκτορες της Κω ).
- DOLPHIN HELLAS
- Το τουριστικό γραφείο CHARITOS TRAVEL της Κέρκυρας το οποίο παρουσίασε το νέο ταχύπλοο που ενώνει την Κέρκυρα με το BRINTISI σε 3,5 ώρες, το MISANO ALTA VELOCITA
- Οι Μινωικές γραμμές.
- Η Ομοσπονδία Ξενοδόχων Κρήτης.

Το Ελληνικό περίπτερο προσέλκυσε το ενδιαφέρον του Ελληνικού επιχειρηματικού κόσμου καθώς και χιλιάδων μεμονωμένων επισκεπτών που ενδιαφέρονται για τις διακοπές τους στην Ελλάδα.

Σύμφωνα με πρώτες πληροφορίες, προβλέπεται μια έκρηξη όσον αφορά τις αφίξεις από την Ιταλία σε όλες τις περιοχές συνδεδεμένες με τις θερινές διακοπές, αφού έχουν ήδη αρχίσει προκρατήσεις από το Μάρτιο, δείγμα του έντονου ενδιαφέροντος που προκαλεί η χώρα μας στη φετινή ζήτηση της Ιταλικής Αγοράς. Οι τουρίστες από την Ιταλία που θα επισκεφθούν την χώρα μας προβλέπεται να ξεπεράσουν τις 65.000.

Την φετινή BIT επισκέφθηκε στις 26 Φεβρουαρίου και ο Γενικός Γραμματέας του ΕΟΤ, ο οποίος είχε την ευκαιρία να συζητήσει τις προοπτικές που διαμορφώνονται από την Ιταλική αγορά με τους Έλληνες παράγοντες του κλάδου.

Στην καθιερωμένη συνέντευξη τύπου που οργάνωσε το γραφείο ΕΟΤ Μιλάνου, στην οποία συμμετείχαν Έλληνες και ξένοι επιχειρηματίες και εκπρόσωποι του τύπου, ο γενικός γραμματέας αφού αναφέρθηκε στη συνεισφορά του τουρισμού στην οικονομία της Χώρας μας,

στα μέτρα που λαμβάνονται για προσέλκυση επενδύσεων και στη μοναδικότητα του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, τόνισε τη σημασία που αποδίδει η Ελλάδα στην Ιταλική αγορά και τις προσπάθειες που καταβάλλονται για :

- Ποιοτική και ποσοτική αύξηση του Ιταλικού τουριστικού ρεύματος προς την Ελλάδα,
- τον προγραμματισμό εκτέλεσης βασικών έργων υποδομής για την ανάπτυξη ειδικών μορφών τουρισμού,
- την εκτέλεση των απαραίτητων έργων για την βελτίωση των σταθμών υποδοχής,
- τη διεύρυνση της τουριστικής περιόδου,
- την επιτάχυνση δημιουργίας μαρινών σε ολόκληρο τον Ελλαδικό χώρο, την προστασία του περιβάλλοντος και την ανάδειξη του πολιτιστικού χαρακτήρα των διακοπών στην Ελλάδα και
- ποιοτική αναβάθμιση των παρεχομένων υπηρεσιών.

## I.T.B. ΒΕΡΟΛΙΝΟ

Η INTERNATIONALE TOURISMUS BORSE (ΔΙΕΘΝΕΣ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ) είναι η μεγαλύτερη ποιοτικά και ποσοτικά τουριστική έκθεση του κόσμου.

Οι Γερμανοί επέλεξαν το Βερολίνο ως τόπο διεξαγωγής της. Οι λόγοι που διάλεξαν την πόλη αυτή και όχι κάποια άλλη με εξίσου καλή υποδομή όπως το Μόναχο ή η Φρανκφούρτη είναι κυρίως πολιτικοί και οικονομικοί και τοποθετούνται χρονολογικά στην περίοδο μετά τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο.

Ολοκληρωτικά κατεστραμμένο από τον δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο, ανεγείρεται με εξαιρετικά σύγχρονη γερμανική ρυμοτομία. Τρόπος οικονομικής στήριξης της πόλης αυτής, ο τουρισμός και η τεράστια αμερικάνικη βάση που εδρεύει εκεί.

Μέσα σ' αυτόν τον χώρο βρίσκεται ο εκθεσιακός χώρος της AMK BERLIN και κατά τη διάρκεια του έτους στεγάζει όχι μόνο την I.T.B. αλλά και άλλες εκθέσεις διαφορετικού περιεχομένου (βιομηχανικά προϊόντα, έπιπλα, αυτοκίνητα και άλλα).

Ειδικότερα η I.T.B. διεξάγεται το πρώτο 10ήμερο του Μαρτίου κάθε έτους.

Ας δούμε όμως στην πορεία των 26 χρόνων λειτουργίας της πως αυτή φθάνει στα σημερινά επίπεδα. Πορεία που μας δίνει χρήσιμα στοιχεία για το πως μια μικρή τοπική έκθεση με επιμονή και υπομονή γίνεται η καλύτερη τουριστική έκθεση στον κόσμο.

## ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ Ι.Τ.Β.

Η τουριστική ανάπτυξη της δεκαετίας του '60 είχε σαν αποτέλεσμα την επέκταση των παροχών που προσφέρονται στον τουριστικό τομέα και στον αριθμό των ενεργών οίκων και οργανισμών στον τομέα αυτό.

Σχετικά με το γεγονός, μια έκθεση στον τομέα της τουριστικής βιομηχανίας, ένα γεγονός το οποίο ήταν δεδομένο σε άλλους τομείς της βιομηχανίας, ήταν πολύ νεοτεριστικό.

Η INTERNATIONAL TOURIST EXCHANGE ITB BERLIN έχει τις ρίζες της στην OVERSEAS IMPORT FAIR PARTNERS FOR PROGRESS.

Τον Σεπτέμβριο του 1966 εννέα εκθέτες από τη Βραζιλία, Αίγυπτο, Ομοσπονδιακή Δημοκρατία της Γερμανίας, Γουινέα και Ιράκ, παρουσίασαν τα τουριστικά τους αξιοθέατα σε μια έκταση 580τμ. στο εκθεσιακό κέντρο του Βερολίνου και στο CONGRESS HALL. Αυτή την επίδειξη την παρακολούθησαν 250 εμπορικοί επισκέπτες. Επίσης συνοδευόταν από ένα σεμινάριο με τίτλο Νέες αποστολές διακοπών στις τρεις ηπείρους.

Περισσότερες από 24 χώρες, κυρίως Γαλλόφωνες, από την κεντρική και δυτική Αφρική πήραν μέρος στις συζητήσεις. Σε μια τελική επικοινωνία οι συμμετέχοντες ευχαρίστησαν τους διοργανωτές που είχαν τη δυνατότητα στο να ξεκινήσουν και να φέρουν μαζί όλους τους ανθρώπους που ενδιαφέρονταν για τον τουρισμό.

Με την λήξη αυτής της πρώτης συνάντησης ομόφωνα έγινε αποδεκτή η ένωση όλων των προσπαθειών για την πραγματοποίηση νέων κατευθύνσεων διακοπών σε ένα ακόμα ευρύτερο κοινό.

Τα αποτελέσματα αυτού του γεγονότος χαρακτήρισαν όλες τις προσπάθειες στο να κάνουν το τουριστικό συνέδριο του Βερολίνου ένα διεθνές σημείο συνάντησης των αντιπροσώπων της τουριστικής βιομηχανίας και των διοργανωτών ταξιδίων.

Το σεμινάριο ήταν ο πρόγονος των συμβουλίων, μιας από τις τρεις περιοχές που σχηματίζουν την βάση της Ι.Τ.Β. Βερολίνου. Αυτές είναι:

- 1. Εμπορική έκθεση για την Γερμανική και ξένη τουριστική βιομηχανία.**

2. Τουριστικά συμβούλια, συναντήσεις και εργαστήρια, σεμινάρια που αφορούν τα τοπικά προβλήματα του Γερμανικού και ξένου τουριστικού εμπορίου.
3. Την πληροφοριακή - προωθητική παρουσίαση για το φιλοτάξιδο κοινό.

Η 2η ITB Βερολίνου έγινε σαν ένα ανεξάρτητο γεγονός. Λόγω αιτιών πραγματοποίησης και λόγω των συναφών αντικειμένων έγινε μαζί με την έκθεση BOAT, SPORT AND RECREATION BSF BERLIN και τα δύο αυτά γεγονότα γινόντουσαν μαζί για μια σειρά ετών εκμεταλευόμενοι τα εναπομένοντα HALLS στο εκθεσιακό κέντρο. Κατά την εποχή αυτή η ITB BERLIN προσέλκυσε 65 εκθέτες από 35 χώρες και την επισκέφθηκαν 1.250 επαγγελματίες του τουρισμού. Περίπου 123.000 Βερολινέζοι εκμεταλέυτηκαν την ευκαιρία αυτή για να πληροφορηθούν για νέες κατευθύνσεις ταξιδιών, διαδρομών και διακανονισμών από αυτό το περιορισμένου χρόνου ταξιδιωτικό πρακτορείο. Δύο σοσιαλιστικές χώρες, η Ουγγαρία και η Ρουμανία είχαν περίπτερα διανέμοντας πληροφορίες προσπαθώντας να πραγματοποιήσουν επαφές με τις άλλες χώρες.

Η ανοδική πορεία της ITB συνεχίστηκε και τον επόμενο χρόνο με την 3η ITB 1969. Ο αριθμός των εκθετών αυξήθηκε στους 104 από 37 χώρες. Μια από τις κυριότερες συμμετοχές τη χρονιά αυτή ήταν και η συμμετοχή του Ιταλικού Οργανισμού Τουρισμού με τον γραμματέα τουρισμού Κον Σκαρλάτι.

Πολλοί μεγάλοι τουριστικοί οίκοι από την Αμερική είδαν την αξία αυτής της συγκέντρωσης της Γερμανικής και ξένης τουριστικής βιομηχανίας, καθώς και αντιπροσωπεία από την Κένυα και τις Φιλιππίνες.

Για την 3η ITB δημιουργήθηκε ένα Συμβουλευτικό Σώμα υπό την προεδρεία του διευθυντού του Γερμανικού οργανισμού τουρισμού Κου GUENTHER SPAZIER και ένα σώμα Πιστωτών υπό την προεδρεία του Κου WALDEMAR FAST. Και τα δύο σώματα αποτελούνταν από γνωστά πρόσωπα διαφόρων τομέων του Γερμανικού τουρισμού.

Το σώμα των Πιστωτών είναι το υψηλότερο αντιπροσωπευτικό σώμα της ITB. Σκοπός του είναι να παρακολουθεί την ανάπτυξη της ITB και να διαπραγματεύεται νεωτερισμούς και βελτιώσεις.

Η λειτουργεία του Συμβουλευτικού σώματος είναι η βοήθεια προς την AMK BERLIN για τις προετοιμασίες της ITB με σκοπό το πατρωνάρισμα του γεγονότος αυτού προς όφελος όλων όσων συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία.

Μετά την 3η ITB οι διοργανωτές κατάφεραν μια ικανοποιητική ισοροπία, η απελευθέρωση είχε γίνει.

Η 4η έκθεση καθιέρωσε την ITB σαν μια εμπορική έκθεση για τις Γερμανικές και ξένες τουριστικές βιομηχανίες.

Η συνεχής και απότομη αύξηση των εκθετών έδειξε ότι αυτός ο σενεχώς αυξανόμενος κλάδος της βιομηχανίας είχε αποδεχθεί την ITB σαν ένα αμέριστο, ευρή στους σκοπούς μέρος συνάντησης για όσους ασχολούνται με αυτή. Έτσι έγινε η Μέκκα της τουριστικής βιομηχανίας. 2.500 εμπορικοί επισκέπτες, 60 χώρες και 130.000 καταναλωτές διακοπών σύλλεξαν πληροφορίες τουριστικού ενδιαφέροντος που τους προσεφέρθησαν από τους 156 εκθέτες από 38 χώρες.

Εκτός από τα στελέχη των εθνικών οργανισμών τουρισμού και τους αντιπροσώπους, ειδική μνεία θα πρέπει να γίνει και για τους ειδικούς από χώρες οι οποίες δεν έκθεταν επίσημα στην ITB, όπως η Αυτοκρατορία της Κεντρικής Αφρικής, Δαχομέη, Δανία, Μαρόκο, Ολλανδία, Σουηδία και Βενεζουέλα.

Για μένα αυτή η εμπορική έκθεση ήταν ανεκτιμήτου αξίας δήλωσε ο διευθυντής του Καναδικού οργανισμού τουρισμού. Σ'αυτή τη μια εβδομάδα της έκθεσης έκανα τόσες επαφές όσες θα έκανα σε ένα ταξίδι το οποίο θα κρατούσε πολλές εβδομάδες.

Για πρώτη φορά ένας μεγάλος εκδοτικός οίκος, ο JAEGER VERLAG GADH χρηματοδότησε το διαγωνισμό της ΧΡΥΣΗΣ ΑΜΑΞΑΣ όπου βραβεία δόθηκαν για το καλύτερο φυλλάδιο, την καλύτερη διαφήμιση, την καλύτερη αφίσσα και την καλύτερη ιδέα παρουσίασης πάνω στο αντικείμενο του τουρισμού.

Τα γεγονότα που συνέβαιναν στις αίθουσες των συμβουλίων κατά την πρώτη ITB το 1966 έδιναν την εντύπωση συζητήσεων των αναπτυσσόμενων χωρών για το μέλλον του τουρισμού τους. Με την πάροδο του χρόνου αυτές έγιναν τόπος συνάντησης των ειδικών πάνω στα τουριστικά θέματα.

Η ITB έδωσε στον τουρισμό τη δυνατότητα συναντήσεως όλων όσων ασχολούνται με αυτόν, κάτι που καμιά άλλη εμπορική έκθεση στον κόσμο δεν θα μπορούσε να μιμηθεί. 152 οργανισμοί και οίκοι της τουριστικής βιομηχανίας από 32 χώρες πήραν μέρος στην 5η ITB το 1971. Σαν κυριότερο αντικείμενο προώθησης αυτή τη χρονιά ήταν το HOLIDAYS AND TOURS.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσίασε η Ισπανία που με το σλόγκαν EXPROTOUR SPAIN έκανε μια συνολική παρουσίαση. Οι Γερμανοί παρουσίασαν τα θέρετρα τους με το σλόγκαν WANDERLUST IN GERMANY.



Την παρουσίαση αυτή έκαναν από κοινού ο Γερμανικός οργανισμός τουρισμού και οι Γερμανικοί σιδηρόδρομοι.

Κατ'αυτόν τον τρόπο και για πρώτη φορά το εμπόριο των τουριστικών πρακτόρων έκανε την εμφάνισή της στην 5η ITB με τα δικά του προγράμματα και διαλέξεις. Επίσης αυτή ήταν και η χρονιά την οποία αυτός ο κλάδος άλλαξε την νοοτροπία του συντηρητισμού.

Μεταξύ πολλών εξέχοντων επισκεπτών της ITB ήταν και ο πρόεδρος της UFTAA (INTERNATIONAL UNION OF TRAVEL AGENCY ASSOCIATIONS), GUNNAR VON HARTMANN, HELSINSKI, ο διευθυντής της PATA (PACIFIC AREA TRAVEL ASSOCIATION), MARVIN PLAKE, SAN FRANCISCO, ο πρόεδρος του εθνικού συμβουλίου τουρισμού του Μεξικό, MIGUEL ALEMAN και ο πρόεδρος της INTURIST, VIXTOR BOITSCHENKO, Μόσχα.

Ενα ευρείας κυκλοφορίας περιοδικό μετά το κλείσιμο της 6ης ITB, στην οποία είχαν λάβει μέρος 192 εκθέτες και 60 εκπροσωπούμενοι οίκοι από 33 χώρες, δήλωσε: Αυτή ήταν το σπάσιμο των δεσμών παρ'ότι υπήρχαν ακόμη δυσκολίες για την διοργανώτρια εταιρεία AMK. Από καιρό η τουριστική βιομηχανία ήθελε την ετήσια παρουσίαση της.

Η ITB έγινε πλέον ένα ίδρυμα, ο χώρος της τριπλασιάστηκε από το 1969. Το 92% των επισκεπτών στο τέλος κάθε εκθετικής περιόδου εξέφρασε την ικανοποίηση του για τις ενδιαφέροντες συναντήσεις που έκανε κατά την έκθεση. Επίσης καλή εντύπωση έκανε η δημιουργία της αίθουσας συναντήσεων των εμπορικών αντιπροσώπων, όπου μπορούσαν να συναντώνται και να ανταλλάσουν τις απόψεις τους. Μεγάλα γκρουπ αντιπροσώπων παρευρέθηκαν από την Αυστρία, Ιαπωνία, Η.Π.Α., Δ. Αφρική και Γιουγκοσλαβία.

Σύμφωνα με την μαρτυρία της 7ης ITB η βιομηχανία του τουρισμού είχε λάβει πλέον τεράστιες διαστάσεις. Αυτό οδήγησε σε αντικειμενικές εμπορικές συζητήσεις ειδικού περιεχομένου.

Οι 225 εκθέτες και 41 αντιπρόσωποι από 60 χώρες που έλαβαν μέρος στην 7η ITB ομόφωνα είπαν ότι αυτή ήταν μια έκθεση παγκόσμιας κλάσης. Για πρώτη φορά η Α. Γερμανία πήρε μέρος, έτσι όλες οι Ευρωπαϊκές σοσιαλιστικές χώρες παρευρέθηκαν πλην της Αλβανίας στην ITB Βερολίνου.

Το πρώτο ετήσιο συνέδριο της IAM (INTERNATIONAL ACTIVE MEMBERS) της AMERICAN TOURIST ASSOCIATION ASTA ήταν από τα πλέον χαρακτηριστικά στην έκθεση.

Όταν η 8η ITB τελείωσε στις 10 Μαρτίου 1974, οι 253 εκθέτες και 90 εκπροσωπούμενοι οίκοι, μπορούσαν να πουν ότι **βοήθησε την ανάπτυξη του τουρισμού** παρ'ότι τη χρονιά αυτή η ενεργειακή κρίση είχε δημιουργήσει εμπόδια στην τουριστική βιομηχανία.

Η αξία της 8ης ITB για το επάγγελμα φάνηκε από τον ακόμα αυξανόμενο αριθμό των επαγγελματιών επισκεπτών και αποστολών από ενδιαφέρουσες τουριστικές χώρες. 5.000 επαγγελματίες επισκέπτες από περισσότερες από 70 χώρες επισκέφθηκαν την 8η ITB. Για πρώτη φορά η Δανία εκθέτει μαζί με τη Χιλή, τον Ισημερινό και το Περού.

Σ'αυτή την έκθεση επίσης για πρώτη φορά έγινε και διαγωνισμός τουριστικού φιλμ όπου 20 χώρες έλαβαν κατά πρώτη φορά μέρος.

Κατά την 13η ITB το 1979 ο αριθμός των κατ'ευθείαν εκθετών είχε αυξηθεί κατά πολύ. Ένα σύνολο 842 εκθετών από 88 χώρες πήραν μέρος σ'αυτήν.

Ένα βήμα προς την ειδίκευση ήταν και ο **χωρισμός των σεμιναρίων σε δύο κατηγορίες, TOURISM EXPERT FORUM TEF, και στα SPECIAL MEETINGS**

Η 14η ITB το 1980 ήταν το μεγαλύτερο γεγονός που πραγματοποιήθηκε. Για πρώτη φορά ο παγκόσμιος τουριστικός οργανισμός (WTO) αντιπροσωπώθηκε στο Βερολίνο με ένα συνέδριο πάνω στο αντικείμενο **Το παγκόσμιο τουριστικό συνέδριο και ο ρόλος του τουρισμού στη μοντέρνα κοινωνία.**

Επίσης για πρώτη φορά και η Ευρωπαϊκή επιτροπή ταξιδίων (ETC) έλαβε μέρος με θέμα **Περιφεριακοί Οργανισμοί- Πουλόντας Ευρώπη.** Στο σεμινάριο αυτό οι ομιλητές ανέπτυξαν το θέμα της φιλοσοφίας του MARKETING της ETC και τις συγγένειες της με τη βιομηχανία του τουρισμού.

Κατά την ITB '81 την οποία επισκέφθηκαν 13.000 επισκέπτες από 100 χώρες, οι τουριστικοί δεσμοί μεταξύ Μεξικού, Η.Π.Α. και Καραβαϊκής δυνάμωσαν καθώς και της Αυστραλίας με τις υπόλοιπες χώρες της Απω Ανατολής.

Ο αριθμός των εκθετών στην ITB '81 ανήλθε στις 1.217 και σε 128 αντιπροσωπούμενους από 111 χώρες.

Σε αυτήν έλαβαν μέρος για πρώτη φορά και οι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού της Αιθιοπίας, Τουρκίας, νήσοι Κάικος, Κόστα Ρίκα και Νέα Ζηλανδία.

Η ITB '82 χαρακτηρίστηκε σαν μια ατμόσφαιρα καλής εμπορικής δραστηριότητας και αισιόδοξων προγνώσεων. Στην ITB '82 έλαβαν μέρος 1.310 εκθέτες και 62 αντιπρόσωποι από 114 χώρες.

Στην ITB του '83 η Αραβική Δημοκρατία της Υεμένης οι Βρετανικοί νήσοι της Παρθένου και τα νησιά Σολομόντος έκαναν την πρώτη τους εμφάνιση. Επίσης το πρώτο ITB HOTEL WORKSHOP έλαβε μέρος διοργανωμένο από την HSMA (HOTEL SALES MANAGEMENT ASSOCIATION).

Ένα σύνολο 1.896 εκθετών και 121 αντιπροσωπευόμενων οίκων από 131 χώρες έκθεσαν στην ITB '84. Από αυτούς οι 1.431 προέρχονταν από το εξωτερικό. Αυτό αντιπροσωπεί μια αύξηση 17% σε σύγκριση με την ITB '83. Επίσης ο αριθμός των εκθετών από την Δυτική Γερμανία αυξήθηκε κατά 14%. Νέοι εκθέτες γι' αυτό το έτος ήταν οι τουριστικοί οργανισμοί της Ανδόρας, Αντίγκουας, Μποτσουάνας, Τζιμπουτί, Κονγκό και Μαλβίδες.

Για πρώτη φορά η Ιαπωνία έλαβε μέρος με ενωμένο περίπτερο όπου έκθετε ο Εθνικός οργανισμός τουρισμού μαζί με άλλες 20 ιδιωτικές εταιρείες.

Το 1985 στην ITB '85, 2.096 εκθέτες και 134 αντιπροσωπευόμενοι οίκοι έλαβαν μέρος από 129 χώρες.

Ο αριθμός των επαγγελματιών του τουρισμού που την επισκέφθηκαν ανήλθε στις 19.747 από 100 χώρες, ενώ το κοινό που την επισκέφθηκε ήταν 65.092. Την έκθεση κάλυψαν δημοσιογραφικά 1.685 δημοσιογράφοι από 63 χώρες.

Το ετήσιο βραβείο για εξέχουσες υπηρεσίες στον τουρισμό δόθηκε στον DR. MANFRED BUSCHE, διευθυντή της AMK BERLIN.

Στην ITB '86 το ενδιαφέρον στρεφόταν στην πτώση του ενεργειακού κόστους και στο συνεχώς αυξανόμενο ενδιαφέρον του κοινού για το προϊόν ταξίδι. Ο αριθμός των εκθετών αυξήθηκε κατά 2% σε σχέση με την ITB '85. Η Κίνα έκανε το ντεμπούτο της στην έκθεση αυτή.

Κατά την επόμενη χρονιά η ITB '87 είχε μια αύξηση 13% στους εκθέτες, που αύξησαν τον αριθμό τους στους 1.822 και 61 αντιπροσωπευόμενους οίκους. Ενώ οι επαγγελματίες του τουρισμού που την επισκέφθηκαν ήταν 23.384 από 140 χώρες και 70.044 ιδιώτες. Ο αριθμός των δημοσιογράφων ήταν 2.109 από 79 χώρες.

Τρεις νέοι εκθέτες υπήρξαν στην ITB '87, Μπαχρέιν, Νικαράγουα, και νέα Καληδονία. Το βραβείο για εξέχουσες προσφορές στον τουρισμό δόθηκε στον ADAC (γερμανικό οργανισμό αυτοκινήτων).

Οι εκθέτες, οι επαγγελματίες επισκέπτες και πάνω από όλους τα μέσα ενημέρωσης συμφώνησαν ότι η ITB '87 είχε κερδίσει από την αντιστάθμιση στην εγκαθίδρυση του τουρισμού.

Στην ITB '88 αυξάνεται ο εκθεσιακός χώρος. Οι εκθέτες φθάνουν τους 2.724 και την επισκέπτονται 27.485 επαγγελματίες.

Το '89 οι εκθέτες φθάνουν τους 2.961 από 152 χώρες και έχουμε 29.961 επαγγελματίες επισκέπτες.

Στην ITB '90 μετέχουν 160 χώρες με 3.478 εκθέτες. Την επισκέπτονται 30.000 επαγγελματίες και 123.100 ιδιώτες.

Το 1991 παρουσιάζεται μια μικρή πτώση την οποία άλλοι οφείλουν στα γεγονότα του περσικού κόλπου και άλλοι στην πρόσφατη ένωση της ανατολικής με τη δυτική Γερμανία.

Οι εκθέτες φθάνουν τις 3.851. Οι επαγγελματίες που επισκέπτοντε την έκθεση είναι 25.000 και οι ιδιώτες 113.100, αριθμός πολύ μικρότερος σε σύγκριση με την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών.

Η ITB του '92 έρχετε να σβήσει τις εντυπώσεις της τελευταίας του '91.

Ο εκθεσιακός χώρος μεγαλύτερος από κάθε άλλη χρονιά φθάνει τα 100.000τμ. Συμμετέχουν 156 χώρες με 4.050 εκθέτες και την επισκέπτονται 40.000 επαγγελματίες.

Γίνεται μια εντυπωσιακή τελετή έναρξης και κατά τη διάρκεια της έκθεσης γίνονται πολλά σεμινάρια.

Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΧΡΗΜΑΤΙΣΤΗΡΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ  
ΤΟΥ ΒΕΡΟΛΙΝΟΥ (Ι.Τ.Β.) ΣΕ ΑΡΙΘΜΟΥΣ

Έτος	Σύνολο επιφαν. τμ.	Καθαρός εκθεσια- κός χώρ.	Αρ.κυρίων εκθετών	Εκθέτες από το εξωτερικό	Αρ.χωρών που εκθέτουν	Επαγγα- τίες επισκ.
1966	580	-----	9	-----	5	250
1968	4.700	1.875	65	41	35	1.250
1969	7.200	2.401	104	64	37	2.000
1970	7.200	3.494	156	72	38	2.500
1971	9.400	5.039	152	57	32	3.000
1972	13.400	5.800	192	97	33	3.000
1973	17.156	7.081	225	131	48	3.770
1974	22.754	9.062	253	113	56	5.000
1975	28.808	11.190	394	234	57	5.000
1976	35.500	13.028	441	263	68	6.000
1977	38.000	14.690	579	366	80	7.000
1978	38.290	15.657	632	399	82	8.836
1979	41.987	19.177	842	500	88	10.500
1980	52.475	24.731	1.032	594	106	12.000
1981	61.284	28.742	1.217	877	111	13.000
1982	63.432	31.245	1.310	944	114	14.000
1983	64.170	33.102	1.620	1.211	118	15.000
1984	67.855	34.748	1.896	1.431	132	16.038
1985	69.334	36.615	2.096	1.587	129	19.747
1986	72.000	39.109	2.132	1.608	137	20.714
1987	79.000	40.183	2.419	1.822	140	23.348
1988	72.800	43.974	2.724	2.076	146	27.485
1989	72.800	46.027	2.961	2.265	152	29.961
1990	79.000	48.915	3.478	2.713	160	30.000
1991	-----	-----	3.851	2.800	---	25.000
1992	100.000	-----	4.050	-----	156	40.000

ΔΙΕΘΝΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΝΤΑΛΛΑΓΗ ΙΤΒ ΒΕΡΟΛΙΝΟ  
ΑΠΟ ΤΙΣ 5 ΜΑΡΤΙΟΥ ΕΩΣ 10 ΜΑΡΤΙΟΥ

ΑΝΑΦΟΡΑ ΚΛΕΙΣΙΜΑΤΟΣ

Η μεγάλη επιτυχία του τουριστικού κόσμου  
Αισιοδοξία για την Τουριστική Βιομηχανία

Με το τέλος της Διεθνούς Τουριστικής Ανταλλαγής ΙΤΒ στο Βερολίνο το 1988 ήταν πλέον βέβαιο ότι το γεγονός αυτό είχε μεγάλη επιτυχία.

Ακόμη μια φορά και αυτό το έτος εξεπλήρωσε την αναγνωρισμένη λειτουργία του στο MARKETING για την Διεθνή Τουριστική Βιομηχανία, και απέδειξε για μια φορά ακόμη ότι είναι η μεγαλύτερη διεθνής συνάντηση για την επικοινωνία μεταξύ των αυθεντιών του τουρισμού.

Εναντι του υπόβαθρου οικονομικής σταθερότητας και ακολουθώντας ένα έτος κατά το οποίο ο διεθνής τουρισμός ήταν ελεύθερος από διαταράξεις, το νέο εμπορικό έτος άρχισε με πολύ καλά αποτελέσματα. Μεγάλο ενδιαφέρον έχει αρχίσει να δείχνεται στα διάφορα και ποικίλα χαρακτηριστικά που προσφέρονται από τον τομέα του διεθνή τουρισμού αυτό το χρόνο.

Ο συνολικός αριθμός των επισκεπτών στην ΙΤΒ Βερολίνου ήταν 27.485 ( 1987 : 23.348 ) επαγγελματίες του τουρισμού από 150 χώρες και περιοχές ( 1987 : 140 ). Επίσης 77.422 επισκέπτες γενικού ενδιαφέροντος ( 1987 : 70.044 ) παρευρέθησαν στην ΙΤΒ Βερολίνου. Οι μεγαλύτεροι εκδοτικοί οίκοι οι σχετικοί με τον τουρισμό και τα ταξίδια είχαν αντιπροσώπους στην ΙΤΒ '88. Από 72 χώρες την επισκέφθηκαν 2.214 δημοσιογράφοι ( 1987 : 2.109 )

Μεταξύ της 5ης και της 10ης Μαρτίου ένας συνολικός αριθμός από 2.724 εκθέτες ( 1987 : 2.419 ) και 108 επιπρόσθετα αντιπροσωπευόμενοι οίκοι και οργανισμοί από 146 χώρες ( 1987 : 140 ) έκθεσαν σε μια επιφάνεια 74.000 τμ. στο BERLIN EXHIBITION GROUNDS και στο ICC BERLIN.

Από τον συνολικό αριθμό των εκθετών οι 2.076 εκθέτες και οι 69 επιπρόθετα αντιπροσωπευόμενοι οίκοι και οργανισμοί προέρχονταν από κράτη εκτός της Ομοσπονδιακής Δημοκρατίας της Γερμανίας.

**Περισσότεροι από τους μισούς εκθέτες πραγματοποίησαν εμπορικές συναλλαγές.**

Όπως ανακοινώθηκε από την AMK BERLIN COMPANY FOR EXHIBITIONS , FAIRS AND CONGRESSES, μετά από μια σφυγομέτρηση που έκανε, περισσότεροι από τους μισούς εκθέτες πραγματοποίησαν συμφωνίες κατά τη διάρκεια της έκθεσης.

Ήταν δε ομόφωνοι κατά το 93% στο ότι η συμμετοχή τους ήταν θετική. Ένα ποσοστό της τάξης του 92% περιμένει την ακολουθία συμφωνιών ενώ περισσότεροι από το ένα τέταρτο ,27%, ήταν ικανοί να βελτιώσουν τα αποτελέσματά τους συγκριτικά με το 1987.

Επίσης οι εμπορικές συνομιλίες που έγιναν κατά τη διάρκεια της ITB '88, χαρακτηρίστηκαν θετικές από το 90% από αυτούς.

Ερωτιθέντες σχετικά με την οικονομική κατάσταση στο τουριστικό εμπόριο στις αρχές του 1989 συγκρίνοντας τη με σήμερα ο ένας στους πέντε εκθέτες ,21%, είπε ότι περιμένει σημαντικές βελτιώσεις (καλύτερες 39% , περίπου τις ίδιες 31% , λιγότερες 3%).

Στο 86% από τους εκθέτες μέλη της διεύθυνσης παρακολούθησαν την έκθεση.

Ήδη το 94% από τους εκθέτες εδήλωσαν την συμμετοχή τους για το επόμενο έτος, ITB '89.

**Σχεδόν τα τρία τέταρτα των εκθετών πραγματοποίησαν νέες επαφές**

Από ένα συνολικό αριθμό 27.485 επαγγελματιών στο τουριστικό εμπόριο το ένα τρίτο ήρθε από το εξωτερικό και από αυτή την ομάδα το 31% ήταν από υπερπόντιες χώρες.

Νέες επαφές με εταιρίες και οργανισμούς στην τουριστική βιομηχανία ανακοινώθηκαν από το 72% των επισκεπτών, ενώ μόνο το 4% των εμπορικών επισκεπτών ανακοίνωσε την απογοήτευσή του για τα εμπορικά αποτελέσματα της επίσκεψής τους.

Το 52% των εμπορικών επισκεπτών στην έκθεση κατέχουν κύριες διευθυντικές θέσεις.

Το σύνολο των εμπορικών επισκεπτών πρωταρχικά αποτελείτο από διοργανωτές ταξιδίων και ταξιδιωτικούς πράκτορες, 43% , από εθνικά τουριστικά γραφεία και συνομοσπονδίες, 12%, αεροπορικές εταιρείες, σιδηροδρομικές εταιρείες, ακτοπλοϊκές εταιρείες, λεωφορειακές, ενοικιάσεως αυτοκινήτων και ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

**Η ανάπτυξη του τουρισμού συνεχίζεται χωρίς να χάνει δυνάμεις.**

Από το κοινό το οποίο παρακολούθησε την ITB '88, το 97% δήλωσε ότι θα πραγματοποιήσει ταξίδια για το 1988. Ο προορισμός έχει αποφασιστεί από το 70%, και το 55% έχει ήδη κάνει κρατήσεις. Το 89% από το κοινό που επισκέφθηκε την ITB '88 ικανοποιήθηκε από τις απαντήσεις που πήρε από τους εκθέτες σχετικά με τις απορίες του.

**Πρόγραμμα υποστήριξης της ITB '88**

Η ITB '88 συνοδευόταν από ένα εκτεταμένο πρόγραμμα υποστήριξης. Υπήρχαν επτά ειδικές συγκεντρώσεις, 41 συμπόσια, συγκεντρώσεις διάφορες, εργαστήρια και σεμινάρια και 47 συγκεντρώσεις τύπου.

Επίσης το πρόγραμμα υποστήριξης ήταν διογκωμένο με απονομές αναμνηστικών μεταλλίων και άλλων γεγονότων για τους επαγγελματίες του τουρισμού.

Περιγράφοντας την ITB '88 τονίζουμε τα εξής:

- Οι χώροι της έκθεσης 10.000 τμ. στεγάζονται κάτω από 25 αίθουσες οι οποίες έχουν συνέχεια μεταξύ τους. Δεν χρειάζεται δηλαδή ο επισκέπτης να βγει έξω από την αίθουσα Α για να μπει στη συνέχεια στη Β όπως γίνεται στη φιλοξένια. Αλλωστε οι ιδιαίτερα χαμηλές θερμοκρασίες δεν θα επέτρεπαν κάτι τέτοιο. Η σύνδεση των 25 αυτών αιθουσών με το συνεδριακό κέντρο γίνεται με αεροδιάδρομο μήκους 80μ. περίπου πάνω από τη λεωφόρο MESSEDAM.

- Ο συνεδριακός χώρος έχει 11 διαφορετικές αίθουσες συνεδριάσεων από τις οποίες η μεγαλύτερη έχει χωρητικότητα 5.000 άτομα.

Ο χώρος αυτός που έγινε και η τελετή έναρξης της ITB '88 διαθέτει κάθισμα με ξεχωριστό τραπέζακι και μεταφραστικό σύστημα 16 γλωσσών για κάθε συνέδριο.



Είναι δε ένας από τους μεγαλύτερους συνεδριακούς χώρους στον κόσμο. Πρώτος είναι το TRADE SENDER της Νέας Υόρκης.

- Κάτω από την έκθεση υπάρχει τριώροφο πάρκινγκ το οποίο δίνει την δυνατότητα στον οδηγό να μην εκτείνεται στο εξωτερικό περιβάλλον.

- Σ'όλο το χώρο της έκθεσης υπήρχαν σταθμοί πληροφοριών - και αυτό ήταν φυσικό λόγω του μεγέθους της - πέρα από τους χάρτες στους τοίχους που έδειχναν σε ποιο μέρος της έκθεσης βρίσκεται ο επισκέπτης. Επίσης υπήρχαν εστιατόρια κάθε κατηγορίας, καθώς και σταθμοί πρώτων βοηθειών, πυρόσβεσης και αστυνομίας.

Υπό κατασκευή βρισκόταν ακόμη το '88 μια αίθουσα 10.000 τμ.

- Όλα τα νούμερα που προαναφέρθηκαν είναι ενδεικτικά της ποιότητας - ποσότητας της έκθεσης αυτής και δεν φτάνουν στις τόσο μικρές λεπτομέρειες που οι διοργανωτές της έκθεσης έχουν προμελετήσει με αποτέλεσμα να κάνουν την ITB νούμερο ένα στον κόσμο.

- Το κάθε περίπτερο είτε αυτό ήταν κάτω από εθνική κάλυψη είτε ήταν υπό μορφή μικρής ιδιωτικής επιχείρησης, διέθεται το μισό χώρο του (ορισμένα κράτη όπως Γαλλία και Ινδία τον διέθεταν όλο) μόνο για επαγγελματίες επισκέπτες.

Το παραπάνω είναι μεγάλης σημασίας γιατί αυτό είναι που δίνει στην έκθεση τον επαγγελματικό της χαρακτήρα. Ο υπόλοιπος χώρος διετμήθετο για απλούς επισκέπτες με τη μορφή πληροφόρησης είτε άμεσης είτε με έντυπο υλικό.

Με άλλα λόγια μπροστά ο επισκέπτης έπαιρνε τις πληροφορίες που ήθελε και από πίσω ο επιχειρηματίας έκλεινε τις τιμές της επόμενης χρονιάς.

Από τα περίπτερα που αντιπροσωπεύονταν από τους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού ξεχωριστή παρουσία είχαν του Καναδά, Η.Π.Α., Γαλλίας, Ινδίας, Ιταλίας, Κορέας και Ισπανίας.

Για το περίπτερο της Ελλάδας θα αναφερθούμε σε άλλη παράγραφο.

- Οι μεγάλοι TOUR OPERATORS είχαν ξεχωριστή αίθουσα όπου στεγάζονταν και το αξιοσημείωτο είναι ότι είχαν επίσης περίπτερα δίπλα από τις χώρες προορισμούς που πουλούσαν τα πακέτα τους.

- Υπήρχαν περίπτερα που πρόσφεραν, ανεξάρτητα χωρών προορισμού, ιδιαίτερες μορφές τουρισμού όπως θαλάσσιου, ορειβασίας, ελευθέρως πτώσης, υποβρύχιας κατάδυσης, πληροφορικής, καζίνο και τόσα άλλα. Δηλαδή κάποιος επιχειρηματίας που διαθέτει το ξενοδοχείο

του καζίνο ή υποβρύχια κατάδυση μπορούσε μέσω αυτών των περιπτώσεων να συνδεθεί με CLUBS ή όλους όσους ενδιαφέρονται αποκλειστικά με αυτό το είδος.

Σαν δεύτερο παράδειγμα θα παραθέσουμε περίπτερα όπου δίνουν την ευκαιρία σε τουριστικές επιχειρήσεις να παρουσιάσουν το προσφερόμενο προϊόν τους μέσω COMPUTERS προς κάθε ενδιαφερόμενο σε μερικά προς το παρόν κράτη. Τα παραπάνω είναι υψίστης σημασίας αν σκεφθεί κανείς ότι μειώνεται φοβερά το κόστος προβολής της επιχείρησης

- Στην τελετή έναρξης πέρα από τις προσφωνήσεις επιλέκτων καλεσμένων πλεσιώνονταν με φαντασμαγορικό σόου.

- Τα HAPPENINGS, οι συνεντεύξεις τύπου, τα συνέδρια και οι συναντήσεις ήταν πολυάριθμα και μόνο από ομάδα επισκεπτών μπορούσαν να παρακολουθήσουν καθώς τα περισσότερα συνέπιπταν χρονικά.

- Η παρουσία περιπτέρων που στέγαζαν τουριστικές σχολές του κόσμου με συμμετοχή των ίδιων των σπουδαστών. Μέσα από το ίδιο κάτοπτρο βλέπουμε παρουσία σπουδαστών στον τουριστικό τομέα, ως επισκέπτες είτε ομαδικά είτε μεμονωμένα, πάλι από σχολές όλου του κόσμου. Τα ανωτέρω δεν είναι υπερβολές αν σκεφθεί κανείς ότι μέσα σ' αυτόν τον κολοσσό έκθεση υπήρχαν άτομα διάφορων εθνικοτήτων που ζητούσαν δουλειά. Επίσης η ομαδική παρουσία τουριστικής σχολής του Μιλάνου ως επισκέπτης στην ITB του Βερολίνου είναι άξια απορίας και θαυμασμού, αν σκεφθεί κανείς ότι η σχολή αυτή έχει στην έδρα της την δεύτερη μεγαλύτερη έκθεση τουρισμού στον κόσμο την BIT.

- Οι οργανωτές της ITB του ICC (συνεδριακού κέντρου) της AMK (εκθεσιακός χώρος) είχαν περίπτερα παρουσίασης των ίδιων των οργανώσεων μέσα στην ίδια την έκθεση.

- Οι 23.000 επαγγελματίες επισκέπτες είναι πλασματικό νούμερο αν σκεφθεί κανείς ότι οι στατιστικές αυτές βγαίνουν από όσους δηλώσουν στο τμήμα υποδοχής ως επαγγελματίες επισκέπτες.

Αυτοί που ήρθαν για μια δύο μέρες και δεν πέρασαν από το τμήμα υποδοχής δεν συμπεριλαμβάνονται στον παραπάνω αριθμό.

- Τα γραφεία δημοσίων σχέσεων και τύπου ήταν κυριολεκτικά το στρατηγείο της έκθεσης και πέρα από το υλικό που παραχωρούσαν

καθημερινά στους 2.214 δημοσιογράφους υπήρξε έντυπο υλικό για κάθε ενδιαφερόμενο για τα διάφορα συνέδρια, δηλώσεις τύπου και οτιδήποτε άλλο.

Διακριτικά αναφέρουμε ότι υπήρχε εφημερίδα καθημερινής έκδοσης καθ'όλη τη διάρκεια της έκθεσης, πέρα από τις αναφορές της ημέρας που εκδίδονταν επίσης από το γραφείο δημοσίων σχέσεων. Φυσικά οι γλώσσες που μίλαγαν αυτοί που επάνδρωναν το γραφείο δημοσίων σχέσεων και τύπου περιλάμβαναν και την Ελληνική.

Όλες οι αεροπορικές εταιρείες είχαν περίπτερα καθώς και οι μεγάλες πολυεθνικές αλυσίδες ξενοδοχείων, όπως HILTON, RAMANDA, NOVOTEL, και άλλα που τα περίπτερα τους ήταν εντυπωσιακότερα.

Τα παραπάνω σημεία είναι πολύ περιλιπτικά και σκοπό έχουν να δώσουν μια εικόνα της έκθεσης, με έμφαση δε τονίζουμε ότι η περιγραφή είναι εντελώς επιφανειακή.

## Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ Ι.Τ.Β.

Οι Έλληνες επιχειρηματίες καθώς και ο Ε.Ο.Τ. έχουν καταλάβει από νωρίς την αναγκαιότητα της παρουσίας τους στο Βερολίνο.

Αυτό αφ'ενός μεν γιατί εκεί γίνονται πραγματικά οι συμφωνίες, εκεί κλείνονται οι τιμές για την επόμενη χρονιά, αφ'ετέρου δε γιατί η Ελλάδα είναι ο δεύτερος (μετά την Ιαπωνία) αγαπημένος προορισμός των Γερμανών. Το παραπάνω σε συνδιασμό με το ότι οι Γερμανοί και οι Ιάπωνες θα είναι οι υπ'αριθμόν ένα εξαγωγίμου τουρισμού μέχρι το 2000 στον κόσμο κάνουν αναγκαία ακόμη και μικρών επιχειρήσεων την παρουσία αυτή.

Ας δούμε όμως τα τελευταία 8 χρόνια τις αναφορές του τύπου για την Ελληνική συμμετοχή στην Ι.Τ.Β.

Το 1985 χρονιά με ιδιαίτερη αύξηση της τουριστικής κίνησης από την Γερμανία, οι αρμόδιοι TOUR-OPERATORS μιλούν με ιδιαίτερη αισιοδοξία για την τουριστική περίοδο με αύξηση κρατήσεων στην Κρήτη 77% και ακολουθεί η Ρόδος, η Κως και νέοι προορισμοί όπως η Σάμος, η Καβάλλα, η Λέσβος και άλλα.

Η επιτυχία, σύμφωνα με τις εκτιμήσεις, οφειλόταν κατά ένα μέρος μεν στην εντυπωσιακή παρουσία της Ελλάδας με εντυπωσιακό περίπτερο 500τμ. κατ'άλλο μέρος δε στις χαμηλές τιμές.

Το 1986, που η Ι.Τ.Β. γιόρταζε τα 20 χρόνια λειτουργίας της, κλείνει με αισιοδοξία και καλές προοπτικές καθώς οι Έλληνες συμμετέχοντες μιλούν για κλείσιμο συμβολαίων που δεν αφορούν μόνο την επόμενη τουριστική περίοδο.

Η στροφή προς το τουριστικό πεδίο της Ευρώπης είναι πιο έντονο τώρα λόγω των γνωστών γεγονότων που αποκλείει προς το παρόν τους Αμερικανούς τουρίστες.

Το 1987 χρονιά που η αισιοδοξία για πελάτες από την Γερμανία είχε κορυφωθεί καθ'όσον ο ρυθμός αύξησης των Γερμανών έχει σπάσει κάθε ρεκόρ: 606.000 το 1982, 728.000 το 1983, 864.000 το 1984(+18,6%) και 1.050.000 (+21,5%) το 1985.

Χαρακτηριστικό είναι το έγγραφο που δημοσιεύεται, του διευθυντή του Ε.Ο.Τ. στη Γερμανία, που τονίζει τη σημασία συμμετοχής των Ελλήνων επιχειρηματιών στην Ι.Τ.Β.

Το 1987 όμως προβληματισμένοι γύρισαν από το Δ. Βερολίνο οι περισσότεροι Έλληνες τουριστικοί επιχειρηματίες που βρέθηκαν εκεί με την ευκαιρία της Ι.Τ.Β.

Τα σημάδια από την Γερμανική αγορά για την Ελλάδα δεν ήταν πολύ καλά αφού οι Γερμανοί TOUR-OPERATORS για πρώτη φορά δεν κάνουν γνωστές τις κρατήσεις τους όπως έκαναν τις προηγούμενες χρονιές. Απλά απαντούν στις ερωτήσεις των Ελλήνων τουριστικών παραγόντων ότι οι κρατήσεις τους είναι για την ώρα μειωμένες (γύρω στο 20%) αλλά ελπίζουν για το μέλλον.

Σαν αφορμή των μειωμένων κρατήσεων αναφέρουν τις υψηλές τιμές που ζήτησαν και πήραν οι Έλληνες ξενοδόχοι.

Ο γ.γ. του Ε.Ο.Τ. που επισκέφθηκε την Ι.Τ.Β. και είχε σειρά επαφών με τουριστικούς παράγοντες της Δ.Γερμανίας δήλωσε: **Το διεθνές τουριστικό χρηματιστήριο του Βερολίνου είναι συνήθως αξιόπιστη πηγή πληροφόρησης για τις εξελίξεις στον τουριστικό τομέα.**

Παρόμοια δήλωση έχει κάνει και ο πρόεδρος της ΠΟΞ στην συνδιάσκεψη Τουρισμός '89 στο ξενοδοχείο Χανδρής.

Το Μάρτιο του 1988 η Ελλάδα παρουσιάζει ένα περίπτερο 600τμ. πολύ καλαίσθητο με τη μορφή νεοκλασικού σπιτιού και ήταν ιδιαίτερα λειτουργικό.

Με την υπενθύμιση ότι οι χώροι της Ι.Τ.Β. είναι κατασκευασμένοι έτσι ώστε να μην υπάρχουν απομονωμένοι εκθέτες, η θέση που κατείχε η Ελλάδα ήταν αρκετά στρατηγική.

Γειτνιάζοντας με την Κύπρο και την Γιουγκοσλαβία, ο Ελληνικός χώρος δεν είχε τίποτα να ζηλέψει από αυτούς.

Στο χώρο που κάλυπτε ο Ε.Ο.Τ. συστέγαζε το υπουργείο πολιτισμού το οποίο είχε διάσπαρτα Ελληνικά αρχαία αγάλματα.

Επίσης συστέγαζε την Ολυμπιακή Αεροπορία, τα γραφεία της PLOTIN καθώς και ένα αρκετά μεγάλο αριθμό άλλων επιχειρήσεων που είχαν μικρά γραφεία στο ελληνικό καφενείο που είχε στηθεί στη μέση του περιπτέρου.

Η λογική του συστεγασμού αιτιολογείται κυρίως στο μεγάλο κόστος συμμετοχής, 119 γερμανικά μάρκα το τμ. με αύξηση 25%, 50%, 75% για μια, δύο, τρεις ανοικτές πλευρές αντίστοιχα. (όριο συμμετοχής 15 Νοέμβρη στο Γερμανικό εμπορικό επιμελητήριο).

Όμως το περίπτερο του Ε.Ο.Τ. παισιωνόταν από άλλες Ελληνικές επιχειρήσεις όπως του HARITOS TRAVEL της Κέρκυρας, του ASTIR της GRECHOTEL της Κρήτης, της Ρόδου και της Πελοποννήσου που ήταν εξίσου καλαίσθητα και οργανικά.

Βέβαια δεν έλειψαν τα αρνητικά σημεία της Ελληνικής συμμετοχής και ένα απ'αυτά ήταν η καθιερωμένη από χρόνια PRESS-CONFERENCE που έδωσε ο τότε γενικός γραμματέας του ΕΟΤ κύριος Σκουλάς σε μια συνεδριακή αίθουσα της ICC προς τους Γερμανούς δημοσιογράφους. Η αίθουσα ήταν μόνο 30 ατόμων με συνέπεια οι δημοσιογράφοι να στέκονται όρθιοι και να μην υπάρχουν δελτία τύπου.

Ένα άλλο αρνητικό σημείο ήταν ότι δεν υπήρχαν χώροι στο Ελληνικό περσόπτερο μόνο για επαγγελματίες, γεγονός καίριας σημασίας αν σκεφθούμε ότι στο περίπτερο της ανταγωνίστριάς μας Τουρκίας είχε το 75% του χώρου της διαθέσιμο μόνο για επαγγελματίες.

Το Μάρτιο του '89 οι Έλληνες γυρίζουν ευχαριστημένοι από την I.T.B. γιατί το ποσοστό των Γερμανών τουριστών δείχνει ν'ανεβαίνει αισθητά κυρίως για την περιοχή της Κρήτης.

Κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης της I.T.B. '91 στο Βερολίνο, η αισιοδοξία αντικατέστησε τη διστακτικότητα των συμμετεχόντων, όταν η λήξη του πολέμου συνέπεσε με την έναρξη της διεθνούς τουριστικής έκθεσης.

Όπως αναφέρθηκε χαρακτηριστικά, άρχισαν να χτυπούν τα τηλέφωνα στα ταξιδιωτικά γραφεία, για πληροφορίες και κρατήσεις και οι αναμενόμενες απώλειες του 70 με 80% στην τουριστική κίνηση, άρχισαν να μειώνονται ταχύτατα, φτάνοντας στο 30% και με συνεχιζόμενη πτωτική τάση.

Στο πλαίσιο των αποτελεσμάτων της έκθεσης, ο νέος διευθυντής του ΕΟΤ στη Γερμανία, κύριος Κοντογιαννόπουλος δηλώνει:

Οπωσδήποτε, τη ζημιά δεν θα μπορέσουμε να την αποφύγουμε, γίνεται όμως μεγάλη προσπάθεια απ'όλους μας, να είναι όσο το δυνατό μικρότερη. Από τον ΕΟΤ με την πανάκριβη διαφήμισή του σ'όλο τον κόσμο και από εμάς, με την καλλιέργεια σωστών δημοσίων σχέσεων ( πχ. ελληνικές βραδύες σε όλες τις μεγάλες γερμανικές πόλεις ), με πράκτορες, ταξιδιωτικά γραφεία, δημοσιογράφους, φιλέλληνες και άλλους, συνεντεύξεις και διπλωματία οπωσδήποτε. Ακόμη, καταβάλεται προσπάθεια από τους τουριστικούς πράκτορες με ξεχωριστή επιθετική διαφήμιση, με το σύνθημα: ΤΩΡΑ ΕΛΛΑΔΑ.

Προσωπικά, έκανα μια προσπάθεια να ενώσω όλες τις ναυτιλιακές εταιρείες ( Ιταλίας.- Ελλάδας ) σε μια κοινή διαφήμιση

με κάποια συμμετοχή του ΕΟΤ. Είναι ευκαιρία να αυξήσουμε τον τουρισμό με το ΙΧ αυτοκίνητο, από Ιταλία, κυρίως, αφού ακόμα υπάρχει κάποιος φόβος για τα αεροπλάνα και τα πρώτα αποτελέσματα έδειξαν μεγάλη άνοδο της μετακίνησης με αυτοκίνητο και τραίνο.

Ακόμη, η αναταραχή στη Γιουγκοσλαβία, πιθανόν ν'αποθαρρύνει πολλούς Γερμανούς που έρχονται οδικώς, μέσω της γειτονικής χώρας και αυτούς, δεν πρέπει να τους χάσουμε.

Ελπίζω να ξεπεραστούν οι γραφιοκρατικές διαδικασίες και να ευδοκιμήσει η προσπάθεια.

Από το 1986 έως το 1991 η συμμετοχή των Γερμανών τουριστών στο σύνολο κίνησης προς την Ελλάδα είναι ανοδική.

Αυτό μας το δείχνει ο παρακάτω πίνακας:

	1986	1987	1988	1989	1990
ΣΥΝΟΛΟ	7,2	8,0	8,2	8,4	9,2
ΓΕΡΜΑΝΟΙ	1,1	1,2	1,4	1,5	1,9

\* Σημ: Μέσος όρος παραμονής :

Γενικά, 12 ημέρες - Γερμανοί, 13 ημέρες.

Εντυπωσιακή πρωτοβουλία αναλαμβάνει η Ελλάδα για την προστασία του περιβάλλοντος σε όλες τις Μεσογειακές χώρες μέλη της ΕΟΚ, το '92 στην Ι.Τ.Β. του Βερολίνου.

Αυτό ανακοίνωσε ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ κύριος Πυλαρινός κατά τη διαμονή του στο Βερολίνο και τόνισε ότι θα προτίνει στην κοινότητα τη σύσταση ειδικού ταμείου το οποίο θα ενισχύει τα προγράμματα για την προστασία του περιβάλλοντος, ή θα εκτελούνται έργα για τη βελτίωση ή τη συντήρηση των υπάρχοντων περιβαντολλογικών συστημάτων.

Όσον αφορά την τουριστική κίνηση κατά τη φετινή περίοδο τονίστηκε ότι θα είναι αυξημένη έναντι των τελευταίων ετών και δεν αποκλείεται σε ορισμένες εποχές και σε συγκεκριμένες περιοχές να δημιουργηθούν προβλήματα υπερκρατήσεων.

Από Ολλανδικής πλευράς δηλώθηκε ότι μέχρι τώρα η Ελλάδα κατέχει την πρώτη θέση στις προτιμήσεις των Ολλανδών.

Καλές εμφανίζονται οι προοπτικές της κίνησης για την Κω, την Κρήτη, τη Ρόδο, ενώ ικανοποιητικές θα είναι οι αφίξεις τουριστών στη Κέρκυρα και την Χαλκιδική.

Ο πόλεμος στη Γιουγκοσλαβία αναμένεται να πλήξει τις περιοχές εκείνες που προτιμούν τα χαμηλότερα επίπεδα τουριστών.

Το Ελληνικό περίπτερο εντυπωσίασε για την καλαισθησία τη λειτουργικότητα και το μέγεθος του καθώς ήταν το μεγαλύτερο από κάθε άλλη φορά και έφτανε τα 800 τμ.

Ο κύριος Πυλαρινός κάλεσε όλους τους ανεξάρτητους, εκτός του περιπτέρου εκθέτες, να ενταχθούν σ' αυτό του χρόνου ώστε η Ελληνική παρουσία να είναι περισσότερο επιβλητική.

Για το Ελληνικό περίπτερο ο διευθυντής του ΕΟΤ στη Γερμανία είπε : Στην προσπάθειά μας να ανανεώσουμε το περίπτερο του ΕΟΤ και αφού λάβαμε υπόψη τις προτάσεις και επιθυμίες των συνεκθετών, προχωρήσαμε σε τροποποίηση του σχεδίου του περιπτέρου. Το περίπτερο καλύπτει επιφάνεια 790 τμ. έναντι 667 τμ. του προηγούμενου χρόνου. Καταργήθηκε ο πρώτος όροφος με σκοπό την καλύτερη εκμετάλλευση του ισογείου και μείωση του κόστους κατασκευής. Οι χώροι των συνεκθετών ήταν ανοικτοί προς τους διαδρόμους της έκθεσης για εύκολη επαφή των εκθετών με τους επισκέπτες.



Ο κύριος Πυλαρινός κατά την παραμονή του στο Βερολίνο έδωσε συνέντευξη τύπου σε ξένους δημοσιογράφους και ανέλυσε το διετές και το πενταετές πρόγραμμα του ΕΟΤ.

Τόνισε ακόμη ότι η παρουσία στην έκθεση της Βόρειας Κύπρου και της Μακεδονίας των Σκοπίων ήταν απαράδεκτη.

Πολλές και σημαντικές δεξιώσεις δόθηκαν κατά τη διάρκεια της Ι.Τ.Β. Ο ΕΟΤ είχε καλέσει τους συνεργάτες του στο περίπτερό του. Για πρώτη φορά τα ξενοδοχεία MARRIOTT έδωσαν δεξίωση στο GRANT HOTEL που βρίσκεται στο τέως Ανατολικό Βερολίνο.

## Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΜΑΣ

Το μεγαλύτερο διεθνές τουριστικό γεγονός της Ελλάδας εκπροσωπείται αυτή τη στιγμή στην Ελλάδα με τη μορφή της Φιλοξένιας.

Χώρος διεξαγωγής της έκθεσης αυτής η Θεσσαλονίκη, πόλη δεύτερη σε μέγεθος στην Ελλάδα. Ο λόγος που διεξάγεται η έκθεση αυτή στην Θεσσαλονίκη είναι κατά κύριο λόγο γιατί εκεί βρίσκεται ο καλύτερος εκθεσιακός χώρος της Ελλάδας.

Η HELEXPO, σε στρατηγικό σημείο της Θεσσαλονίκης διαθέτει τους χώρους της σε σειρά εκθεσιακών οργανώσεων με ιδιαίτερη επιτυχία.

Η φιλοξένια είναι μια έκθεση με ζωή επτά χρόνων.

Ας δούμε όμως την πορεία της σ'αυτά τα επτά χρόνια:

**Οι στόχοι της:**

- 1. Η αλληλογνωριμία του συνόλου του Ελληνικού τουριστικού δυναμικού με το διεθνές κύκλωμα και με προοπτικές συνεργασίας.**
- 2. Η επικοινωνία των Ελλήνων επιχειρηματιών μεταξύ τους.**
- 3. Η ανταλλαγή εμπειριών και απόψεων για τις τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς.**

Στα πλαίσια της έκθεσης πραγματοποιήθηκαν σειρά εκθεσιακών, συδριακών, πολιτιστικών και κοινωνικών εκδηλώσεων.

Στην πρώτη της αυτή εμφάνιση το 1985, γίνεται μια προσπάθεια για προβολή των λιγότερο γνωστών περιοχών της χώρας.

Οργανωμένα περίπτερα είχαν τις καθιερωμένες τουριστικές περιοχές σε αντίθεση με τις νέες που παρουσιάστηκαν ανοργάνωτα.

Πολλοί ξένοι επίσημοι βρέθηκαν σ'αυτά τα εγκαίνια και δόθηκε σειρά συνεντεύξεων από εκπροσώπους χωρών.

Επιτυχής θεωρήθηκε αυτή η πρώτη προσπάθεια που έγινε στον καλύτερο εκθεσιακό χώρο της Ελλάδας.

Τον Οκτώβριο της ίδιας χρονιάς απειλείται ο θεσμός και ειδικότερα η φιλοξένια '86 όταν η ένωση ξενοδόχων Θεσσαλονίκης (βασικός παράγων για την επιτυχία της έκθεσης) αρνείται να μετά-

σχει σε αυτή. Ο λόγος της άρνησης αυτής είναι η ανέγερση ξενοδοχείου χιλίων κλινών από την ίδια την έκθεση στην συμπρωτεύουσα.

Τελικά η φιλοξένια '86 πραγματοποιείται και είναι καλύτερη από αυτή της προηγούμενης χρονιάς, με δυναμικό το παρόν της Τοπικής Αυτοδιοίκησης αλλά αναιμική την παρουσία μεγάλων τουριστικών παραγόντων της Ευρωπαϊκής αγοράς.

Εκτός από τον Ε.Ο.Τ. συμμετείχαν και 13 άλλοι εθνικοί οργανισμοί τουρισμού και συγκεκριμένα των χωρών: ΕΣΣΔ, Ιταλίας, Συρίας, Ισπανίας, Ρουμανίας, Αιγύπτου, Ουγγαρίας, Αυστρίας, Γιουγκοσλαβίας, Γαλλίας, Βουλγαρίας, Κύπρου, Τσεχοσλοβακίας. Καλή αλλά όχι επαγγελματική γράφει ο τύπος η 2η φιλοξένια '86 και ένας από τους αρνητικούς λόγους είναι ο χρόνος που έγινε, στις αρχές του Μαΐου, αργά για να διαπραγματευτούν οι πράκτορες τις τιμές με τους ξενοδόχους.

Στην προσπάθεια να καθιερωθεί η έκθεση ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ στη διεθνή αγορά σαν ένα πραγματικό χρηματιστήριο, προσκαλούνται για το '87 να φιλοξενηθούν κατά τη διάρκεια της τρίτης διοργάνωσης 1100 ξένοι τουρ-οπερέιτορ και πολλοί ειδικοί δημοσιογράφοι από τον διεθνή χώρο.

Μετά την εμπειρία των δύο προηγούμενων διοργανώσεων η 3η φιλοξένια '87 βάζει τρεις βασικούς στόχους:

1. Να δοθεί μέσα από αυτή μια συνολική και σε όλες τις μορφές της αξιόπιστη εικόνα της Ελληνικής τουριστικής προσφοράς, με την συμμετοχή των Νομαρχιών, των Δήμων και Κοινοτήτων της χώρας καθώς και των επί μέρους κρατικών και ιδιωτικών φορέων και τουριστικών ενώσεων.
2. Να καθιερωθεί η φιλοξένια και κατ'επέκταση η Θεσσαλονίκη σαν ένα πέρασμα για όλους όσους συναλλάσσονται και εργάζονται στα πλαίσια της τουριστικής βιομηχανίας.
3. Να διαμορφωθεί η έκθεση σαν ένα τουριστικό χρηματιστήριο που θα δίνει ισχυρή ώθηση τόσο στην τουριστική προσφορά όσο και την ζήτηση και συγχρόνως να αποτελεί μια γέφυρα για την επικοινωνία και αλληλοενημέρωση των ενδιαφερωμένων.

Ιδιαίτερα σημαντικό στοιχείο για τους μεμονωμένους Έλληνες επιχειρηματίες που λόγω της τοπικότητας της προσφοράς τους δεν είναι δυνατό να εμφανίζονται στην διεθνή αγορά.

Οι τουριστικές χώρες έχουν ανάγκη από συχνή επικοινωνία με τις

αγορές του εξωτερικού για να μπορούν κάθε στιγμή να λαμβάνουν τα σωστά μηνύματα και να προσαρμόζουν την πολιτική τους στις τάσεις που καθημερινά διαμορφώνονται και εξελίσσονται.

Το πρόγραμμα προβολής γι' αυτή την έκθεση περιελάμβανε:

1. Διαφήμιση στον τύπο εξωτερικού, σε ειδικές εκδόσεις διεθνών εκθέσεων τουρισμού, αφιερώματα μεγάλων διεθνών συνεδρίων κλπ.
2. Ευρεία διαφημιστική εκστρατεία από την τηλεόραση και το ραδιόφωνο.
3. Πρόσκληση όπως προαναφέραμε σημαντικού αριθμού επιλεγμένων δημοσιογράφων τουρισμού από πολλές χώρες.
4. Βιντεοκασέτα της έκθεσης και προβολή της σε εκθέσεις τουρισμού στο εξωτερικό.
5. Το μεγάλο κεφάλαιο για την διοργάνωση της.

Παρ' όλα αυτά όταν η 3η φιλοξένια πέρασε στην ιστορία, δεν ήταν καλύτερη από την δεύτερη, ούτε και την πρώτη. Υπήρχαν λιγότερες συμμετοχές κυρίως επιχειρηματικές που δημιουργούσαν προβληματισμούς για το μέλλον της. Το χειρότερο ήταν ότι οι προσπάθειες που καταβλήθηκαν ήταν σημαντικές για να πάρει η έκθεση αυτή επαγγελματικό χαρακτήρα.

Ο τύπος προσπαθεί να βρει τα λάθη και να τα εντοπίσει. Θεωρεί κραυγαλέα και κακοτυπωμένα τα έντυπα των Νομαρχιών που σε γενικές γραμμές μόνο πληροφορίες για τα τουριστικά μέρη δεν έδιναν. Οι πράκτορες είχαν παγιδευτεί από τους κατά τόπους αντιπροσώπους τους που δεν τους άφηναν ελεύθερους να κινηθούν στο χώρο της έκθεσης και να κάνουν επαφές με νέους πελάτες ή ήταν απασχολημένοι με εκδρομές.

Τα σεμινάρια αναβάλλονταν ή καθυστερούσαν ελείπει ακροατών. Οι δημοσιογράφοι δεν έδειξαν ενδιαφέρον παρά μόνο για τα εγκαίνια και την συνέντευξη τύπου. Απουσίαζαν επιδεικτικά οι χώρες της Ε.Ο.Κ. και άλλοι. Ήταν τόσες οι επικρίσεις που ακούστηκαν ώστε όλοι οι αρμόδιοι φορείς έκριναν σκόπιμο να επαναλάβουν πολλές φορές έντονα ότι η φιλοξένια δεν καταργείται και προ πάντων δεν μεταφέρεται στην Αθήνα.

Τον Μάρτιο του '88 η φιλοξένια βρέθηκε στο επίκεντρο της διεθνούς τουριστικής αγοράς.

Στην τέταρτη της διοργάνωση σε ένα χώρο 50.000τμ. 290 εκθέτες από την Ελλάδα και το εξωτερικό (+37%) εκπροσωπώντας εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, αεροπορικές εταιρείες, πρακτορεία ταξιδίων, ξενοδοχεία, ναυτιλιακές εταιρείες, κάμπινγκ, νομούς, δήμους κλπ. έδωσαν την εικόνα της Ελληνικής τουριστικής αγοράς.

Παράλληλα με την φιλοξένια έγινε και η πρώτη ΗΟΤΕΛΙΑ (έκθεση εξοπλισμού εστιατορίων κλπ.) που κατέρριψε κάθε προηγούμενο, τόσο από πλευράς συμμετοχών όσο και από πλευράς προσέλευσης. 340 εκθέτες πήραν μέρος στη ΗΟΤΕΛΙΑ και έδωσαν στους επισκέπτες της έκθεσης την ευκαιρία να ενημερωθούν πάνω σε ότι πιο σύγχρονο έχει η βιομηχανία εξοπλισμού και τροφοδότησης. Από τον τύπο τονίζεται πάλι η μεταφορά της έκθεσης του Νοεμβρίου πριν την Ι.Τ.Β. και την Β.Ι.Τ. και η προτεραιότητα στην προσέλκυση των ξένων ταξιδιωτικών πρακτορείων και τουρ-οπερέιτορ που πουλάνε τα Ελληνικά πακέτα στο εξωτερικό.

Με το μοντέλο αυτό άλλωστε αναπτύχθηκαν πολλές από τις ανάλογες διεθνείς εκθέσεις του εξωτερικού.

Αυτή τη χρονιά υπήρξαν 14 περίπτερα με εκπροσώπους ξένων χωρών. Αναλυτικά: Ουγγαρία, Τσεχοσλοβακία, Σοβιετική Ένωση, Γαλλία, Αίγυπτος, Βουλγαρία, Ρουμανία, Γιουγκοσλαβία, Κύπρος, Αγγλία, Νορβηγία, Δανία, Ταυλάνδη, Ισπανία.

Η 5η φιλοξένια το 1989 κειμένεται περίπου στα ίδια πλαίσια με την προηγούμενη χρονιά.

Συμμετέχουν 228 εκθέτες από τους οποίους οι 179 είναι Έλληνες και οι 49 από το εξωτερικό. Αυτοί εκπροσωπούν ξενοδοχεία, εθνικούς οργανισμούς τουρισμού, πρακτορεία ταξιδίων, αεροπορικές εταιρείες, ενοικιάσεις αυτοκινήτων, ναυτιλιακές εταιρείες, κάμπινγκ, δήμους και κοινότητες, σχολές κλπ.

Οι 49 ξένοι εκθέτες προέρχονταν από την Κύπρο, Αίγυπτο, Βουλγαρία, Γιουγκοσλαβία, Γαλλία, Ουγγαρία, Ρουμανία, Σοβιετική Ένωση, Τσεχοσλοβακία, Ταυλάνδη, Αυστρία, Πορτογαλία, Γερμανία, Σεϋχέλες, Μάλτα, Αιθιοπία, Τουρκία, Η.Π.Α., Ιταλία.

Η 6η φιλοξένια '90 πραγματοποίησε μια επιτυχημένη από κάθε άποψη πορεία εδραιώνοντας το ρόλο της ως το κάρ'εξοχήν μέσο προβολής του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, αλλά και ως χώρος εξαγγελίας της τουριστικής πολιτικής της χώρας, την οποία έκανε κατά τη διάρκεια των εγκαινίων της έκθεσης ο υπουργός τουρισμού Κος Κεφαλογιάννης.

Αυτή τη χρονιά σαν επιτροπή στήριξης ήταν ο Δήμος Θεσσαλονίκης, ο Ε.Ο.Τ. και η Ολυμπιακή Αεροπορία.

Ικανοποιητική σε μεγέθη ποσοτικά και κυρίως ποιοτικά ήταν η συμμετοχή στην 6η φιλοξένια. 225 εκθέτες από τους οποίους 206 Έλληνες απ'όλες τις περιοχές της χώρας και 19 ξένοι από Αγγλία,

Βουλγαρία, Γαλλία, Γερμανία, Γιουγκοσλαβία, Η.Π.Α., Ισπανία, Ιταλία, Κύπρος, Ουγγαρία, Ρουμανία, Σοβιετική Ένωση, Ταϊλάνδη, και Τυνησία.

Ο συνολικός λειτουργικός χώρος είναι 30.000τμ.

Ερχονται επιλεγμένοι ειδικοί επισκέπτες και δημοσιογράφοι από πολλές χώρες.

Το ενδιαφέρον των επισκεπτών, που ήταν αποκλειστικά επαγγελματίες του κλάδου και το σύνολο των οποίων ανήλθε στα 5.000 περίπου άτομα, επικεντρώθηκε σύμφωνα με τα στατιστικά στοιχεία που συγκέντρωσαν οι υπηρεσίες της HELEXPO, στα πρακτορεία ταξιδίων, τα ξενοδοχεία - καταλύματα, τα τουριστικά κέντρα, τα μεταφορικά μέσα, τους συνδέσμους και ενώσεις τουρισμού, τους κρατικούς οργανισμούς τουρισμού κ.ά.

Η τελετή των εγκαινίων έγινε στις 16-11-90 στην αίθουσα τελετών του Α.Π.Θ. καθώς και απονομή τιμητικής διάκρισης σε επιλεγμένες συμμετοχές στην έκθεση που αναφέρονται στους:

- \* Εταιρία ΚΑΨΗΣ Α.Ε.
- \* Γιάννη Τσαλουχίδη, Γενικό Γραμματέα Υπουργείου Μακεδονίας - Θράκης
- \* Ντίνο Αρβανίτη, ιδιοκτήτη πρακτορείου ταξιδίων, τέως μέλος της οργανωτικής επιτροπής
- \* Ολγα Κυριακού, ξεναγός

Η διάκριση δόθηκε για την συμβολή τους στον Ελληνικό τουρισμό. Επίσης κατά τη διάρκεια της φιλοξένια '90 πραγματοποιήθηκαν πολλές και παράλληλες εκδηλώσεις όπως συνεντεύξεις τύπου (συνέντευξη τύπου ΕΟΤ-HELEXPO, Γιουγκοσλαβικού οργανισμού τουρισμού, Νομαρχίας Αρκαδίας, Φθιώτιδας, Μαγνησίας, Εβρου), διαλέξεις, η αδελφοποίηση των τουριστικών πρακτορείων Ελλάδας και Κύπρου, εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων, πολιτιστικές εκδηλώσεις κ.ά.

Η τελετή εγκαινίων της 7ης φιλοξένια και της 4ης HOTELIA έγινε στις 15 Νοεμβρίου '91, και ξεπέρασε με τη λειτουργία της κάθε αισιόδοξη πρόβλεψη. Οι προσπάθειες της HELEXPO δικαιώθηκαν, ενώ η πολιτεία με το έμπρακτο ενδιαφέρον της στήριξε τις προσπάθειες αυτές που έφεραν και ουσιαστικά αποτελέσματα.

Η φιλοξένια '91 λειτούργησε στην πράξη σαν διεθνές χρηματιστήριο τουρισμού. Ειδικοί απ'όλο τον κόσμο, την Ευρώπη, την Ασία, τις Η.Π.Α., ακόμη και από τις χώρες της Νοτίου Αμερικής κατέκλυσαν τους εκθεσιακούς χώρους, γνώρισαν τις φυσικές ομορφιές της Ελλάδας και εντυπωσιάστηκαν από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών υψηλού επιπέδου.

Αποτελέσματα αυτών των διεργασιών ήταν να παρουσιαστεί μέσα από την 7η διεθνή έκθεση τουρισμού της HELEXPO, η πραγματική εικόνα της τουριστικής πολιτικής και των μεγάλων δυνατοτήτων της χώρας στο νευραλγικό αυτό τομέα της οικονομίας μας.

Ολόκληρη η τουριστική Ελλάδα έδωσε το παρών στη μοναδική διεθνή έκθεση τουρισμού που οργανώνεται στη χώρα μας, ενώ κύριο χαρακτηριστικό της φετεινής διοργάνωσης ήταν η μεγάλη συμμετοχή ξένων κρατικών οργανισμών τουρισμού καθώς και ο σημαντικός αριθμός των αεροπορικών εταιριών. Το σύνολο των στοιχείων αυτών αποδεικνύει τη διεθνή εμβέλεια της φιλοξένια που είχε σαν αποτέλεσμα και την προσέλευση τουριστικών πρακτόρων απ'όλα τα μέρη της γης που ήρθαν στη Θεσσαλονίκη να κλείσουν δουλειές με ελληνικά τουριστικά πρακτορεία και φορείς τουρισμού απ'όλη τη χώρα και για όλη τη διάρκεια του έτους, με τη μορφή του συνεδριακού τουρισμού, ιαματικού τουρισμού, χειμερινού, κά.

Συγκεκριμένα συμμετείχαν 283 εκθέτες από τους οποίους οι 209 ήταν Έλληνες και οι 74 ξένοι από Αίγυπτο, Αιθιοπία, Αυστραλία, Γαλλία, Γερμανία, Γιουγκοσλαβία, Δανία, Ελβετία, Η.Π.Α., Μαρόκο, Μεγάλη Βρετανία, Ολλανδία, Τουρκία, Βουλγαρία, Ισραήλ, Κύπρος, Μάλτα, Ουγγαρία, Πορτογαλία, Ρουμανία, Σοβιετική Ένωση, Ταυλάνδη, Τυνησία, Φινλανδία.

Ο συνολικός λειτουργικός χώρος ήταν 40.000τμ.

Τη διοργάνωση επισκέφθηκαν 5.000 περίπου επιλεγμένοι εμπορικοί επισκέπτες από Αγγλία, Γαλλία, Γερμανία, ΗΠΑ, Ισπανία, Ιταλία, Καναδάς, Ουγγαρία, Πακιστάν, Πολωνία, Τσεχοσλοβακία, Φινλανδία. Η ενημέρωση που έγινε και με την ουσιαστική συμβολή του Ε.Ο.Τ. αλλά και από τις πολλαπλές επαφές που είχαν οι επιχειρηματίες του κλάδου, είχαν πολύ θετικά αποτελέσματα, που έρχονται να ενισχύσουν με τη σειρά τους τις αισιόδοξες προβλέψεις του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για τι 1992.

Απονεμήθηκαν τιμητικές διακρίσεις στους:

1. Οργανισμό Τουρισμού Φινλανδίας
2. Μανόλη Ανδρόνικο
3. Δημήτριο Παπαευστρατίου
4. AURINKOMATKAT (πρακτορείο τουρισμού Φινλανδίας)
5. VINGRESOR (πρακτορείο τουρισμού Σουηδίας)

Ολοκληρώνοντας την αναφορά μας στη φιλοξένια θέλουμε να τονίσουμε ότι οι διοργανωτές της έκθεσης **πρέπει να παρακολουθούν** τις διάφορες διεθνείς εκθέσεις από κοντά, για να μπορούν να παίρνουν ιδέες οργανωτικής μορφής και να τις υιοθετούν, μορφές που απαιτούν χαμηλό κόστος.

Θα πρέπει ακόμα να κάνουν κάποιες βελτιώσεις στους εκθεσιακούς χώρους ώστε αυτοί να εξυπηρετούν καλύτερα εκθέτες και επισκέπτες. Τελειώνουμε με την ευχή να γίνει η φιλοξένια μια έκθεση κύρους σε παγκόσμια κλίμακα.



## ΝΑ ΑΝΑΤΕΘΕΙ ΣΕ ΙΔΙΩΤΕΣ Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

Σε ιδιωτικό γραφείο να ανατεθεί η διοργάνωση της φιλοξένια, τούτο τονίζει ο πρόεδρος της ένωσης ξενοδόχων Θεσσαλονίκης και αντιπρόεδρος του ΞΕΕ Βασίλης Μπρόβας.

Συγκεκριμένα είπε, η φιλοξένια απέτυχε για τον αρχικό σκοπό που οργανώθηκε, δηλαδή δεν μπόρεσε να λειτουργήσει επαγγελματικά, ούτε σαν μια μίνι ΙΤΒ, ή μίνι ΒΙΤ. Συνεχίζει να λειτουργεί μόνο για την τιμή των όπλων και κυρίως για εθνικούς λόγους, διότι λόγω των κινδύνων του ψευδοκράτους των Σκοπίων η λειτουργία της θεωρείται πιο επιβεβλημένη.

Δεν κατόρθωσε να πείσει επαγγελματικά τον τουριστικό επιχειρηματία να πάρει ένα περίπτερο για να κάνει δουλειές. Οι περισσότεροι ήρθαν την τελευταία στιγμή και κατόπιν πιέσεων.

Σε άλλες κλαδικές εκθέσεις όπως π.χ. ΑΓΡΟΤΙΣΑ, ΚΟΣΜΙΜΑ, ΙΝΦΑΚΟΜΑ, ΜΑΡΜΙΝ, οι επιχειρηματίες παρακαλούν για ένα μικρό περίπτερο και προβαίνουν σε κρατήσεις έξι μήνες νωρίτερα. Ολοι μας φταίμε για την επαγγελματική αποτυχία της άλλοι περισσότερο και άλλοι λιγότερο. Δύο έχουν όμως την κύρια ευθύνη της αποτυχίας ο ΕΟΤ και η Διεθνής Εκθεση Θεσσαλονίκης. Οι διενέξεις και η ασυννενοησία μεταξύ αυτών των δύο φορέων στο παρελθόν και κυρίως με το ξεκίνημα της φιλοξένια ήταν καταστροφικές για την περαιτέρω πορεία της.

Εν συνεχεία η στάση ορισμένων της διεθνούς εκθέσεως να συκοφαντίσουν δημόσια την ξενοδοχιακή τάξη της Θεσσαλονίκης. Έτσι απομάκρυνε και αυτούς τους λίγους ξενοδόχους που κάποτε έρχονταν για λόγους καθαρά αλληλεγγύης προς την διασυρθείσα ένωση ξενοδόχων Θεσσαλονίκης.

Πρόταση για το μέλλον της φιλοξένια να ανατεθεί σε ιδικό ιδιωτικό γραφείο Ελλήνων και ξένων η μελέτη για τη λειτουργία και οργάνωση της φιλοξένια. Αλλωστε τέτοια ιδιωτικά γραφεία οργανώνουν με επιτυχία την ΙΤΒ Βερολίνου, την WORLD TRAVEL MARKET του Λονδίνου και ακόμη την πασίγνωστη συνάθροιση πολιτικών και οικονομικών παραγόντων στο DAVOS.

## ΚΡΙΣΕΙΣ - ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Πέρα από τις κρίσεις και τα συμπεράσματα που ήδη έχουν ειπωθεί ή έχουν νοηθεί, σ' αυτό το κεφάλαιο θα κάνουμε μια επισκόπηση της συμβολής των διεθνών εκθέσεων στον τουρισμό.

Οι πρώτοι τρεις μήνες κάθε χρόνου είναι η σημαντικότερη περίοδος για τα τουριστικά χρηματιστήρια που οργανώνονται με χρονική διαδοχή συχνά προβληματική. Στην πραγματικότητα ανοίγει τις εκθέσεις η W.T.M. του Λονδίνου τον Δεκέμβριο και από τον Ιανουάριο ξεκινά η FITUR στην Ισπανία, η ATB στην Αυστρία και στη συνέχεια η BIT στο Μιλάνο και η ITB στο Βερολίνο.

Λίγα χρόνια μετά την διεθνή καθιέρωση αυτών των μεγάλων επιχειρηματικών εκδηλώσεων, επιβαλλόταν να ερωτηθούν οι σημαντικότεροι τουρ-οπερέιτορ και οι αντιπρόσωποι αλλοδαπών τουριστικών οργανισμών σχετικά με το κύρος, την εμπορική επιστροφή με μια λέξη την **απόδοση** όλων αυτών των χρηματιστηρίων του τουρισμού.

Από μια σύντομη έρευνα που πραγματοποιήθηκε ανάμεσα στους πιο επίμονους διοργανωτές των τουριστικών εκθέσεων βγήκε στην επιφάνεια μια βασική ιδέα. Είναι σωστό ή μάλλον απαραίτητο για τους διάφορους Ευρωπαϊούς παράγοντες, κάθε χώρα να έχει από μια επιχειρηματική τουριστική συνάντηση για να συγκρίνει την προσφορά των προμηθευτών και την ζήτηση των αλλοδαπών τουρ-οπερέιτορς. Ένας έλεγχος δηλαδή της τουριστικής δεκτικότητας που να διοργανώνεται στην πιο συμφέρουσα για τους τουριστικούς πράκτορες περίοδο, οι οποίοι δεν αντιπροσωπεύουν τις κύριες τουριστικές εισροές για κάθε χώρα.

Πολυάριθμοι τουριστικοί πράκτορες εκθείασαν την περίπτωση της ATB της Βιέννης, το χρηματιστήριο τουριστικής δεκτικότητας που οργανώνεται από τον Αυστριακό οργανισμό τουρισμού σε συνεργασία με τους Αυστριακούς ξενοδόχους. Πρόκειται δηλαδή για ένα σαλόνι διακοπών στην Αυστρία ανοιχτό αποκλειστικά για τους τουριστικούς πράκτορες που προσκαλούνται από διάφορες χώρες του κόσμου.

Οι αλλοδαποί τουριστικοί πράκτορες φιλοξενούνται με έξοδα της οργάνωσης με σκοπό να αποκομήσουν το μέγιστο όφελος σε επίπεδο συμφωνιών. Στα σταντς της ΑΤΒ ίδιων αυστηρά διαστάσεων βρίσκοντε όλοι οι πιθανοί προμηθευτές υπηρεσιών της Αυστριακής τουριστικής προσφοράς.

Έτσι θα έπρεπε να είναι και έτσι σε μεγάλο ποσοστό είναι οι περισσότερες διεθνείς εκθέσεις. Ανάλογες είναι και οι εκτιμήσεις των ερωτηθέντων τουριστικών πρακτόρων για την Ελληνική τουριστική εκδήλωση που γίνεται στη Θεσσαλονίκη την φιλοξένια. Για κείνες όμως τις χώρες που φιλοδοξούν εδώ και χρόνια μια έκθεση ευρύτερης διάστασης, δηλαδή σύνθετη προσφορά τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών όπως η W.T.M., ΙΤΒ, ΒΙΤ οι εκτιμήσεις είναι άλλες.

Εδώ οι απόψεις γίνονται ενδιαφέρουσες καθώς μεγάλο μέρος των παραγόντων αν και γνωρίζει την παγκόσμια απήχηση που έχουν αποκτήσει τέτοιες μεγάλες εκδηλώσεις κριτικάρουν τον αριθμό τους.

Για μια ποιοτική παρουσίαση του ΟΥΤΓΟΙΝΓ θα αρκούσε να συγκεντρωθούν σε ένα το πολύ δυο παγκόσμια χρηματιστήρια, τουλάχιστον δύο περιόδους με αρκετή χρονική απόσταση μεταξύ τους και με μια οργανωτική επιτροπή κοινοτικού χαρακτήρα. Αξιοσημίωτο αυτό το τελευταίο σαν υπόθεση αλλά σίγουρα όχι πραγματοποιήσιμο δεδομένου ότι όλες αυτές οι εκθέσεις ζουν και κινούνται με χρηματοδοτική αυτονομία συχνά αξιοζήλευτη χάρην κυρίως στις εισπράξεις από την πώληση εκθετικών χώρων καθώς και την διαφήμιση.

Ένα αρνητικό στοιχείο αυτών των εκθέσεων είναι η συμμετοχή και όχι μόνο μια απλή παρουσία σε αυτές που ισοδυναμεί με τεράστια οικονομική υποχρέωση και μπορεί να μην ανταποκρίνεται στην πραγματική εμπορική επιστροφή της συμμετοχής.

Για περίπτερα με στοιχειώδη σκηνογραφία (υπάρχει πίνακας με τιμές των σταντς στα κυριώτερα χρηματιστήρια) τα έξοδα κιμαίνονται από 10-60 εκατομύρια λιρέττες.

Εκτός από τους αναρίθμητους επαίνους των τουρ-οπερέιτορ για την ΒΙΤ (λαμπρό παράδειγμα για διεθνή έκθεση) υπάρχουν και τα παράπονα ανάμεσα στους επαγγελματίες για την παρουσία του κοινού και τον συνωστισμό δεκάδων συνεδρίων.

Το κοινό διαφέρει από χώρα σε χώρα. Στην ΙΤΒ του Βερολίνου οι περισσότεροι επισκέπτες πηγαίνουν στην έκθεση με την πρόθεση να συγκεκριμενοποιήσουν την επιλογή ενός ταξιδιού ήδη αποφασισμένου

ενώ δεν συμβαίνει το ίδιο και στην ΒΙΤ του Μιλάνου όπου εκεί οι επισκέπτες συλλέγουν διάφορα προσπέκτους.

Η παρουσία του κοινού είναι απαραίτητη σε μια εκδήλωση που έχει σαν αντικείμενο τον οργανωμένο τουρισμό.

Η ύπαρξή τους είναι σημαντική γιατί έτσι οι παράγοντες γνωρίζουν από κοντά τις ανάγκες του κοινού που κάνει οργανωμένο τουρισμό ή ελεύθερο. Αυτός είναι και ο λόγος δημιουργείας περιπτώσεων που μπορούν να θεωρηθούν έργα τέχνης.

Η διπλή ανάγκη ωθεί τους οργανωτές να απομονώσουν τους επαγγελματίες από το κοινό. Στην ΒΙΤ οι οργανωτές αφιέρωσαν τις δύο πρώτες μέρες για επιχειρηματίες. Όσον αφορά την παράλληλη λειτουργία των συνεδρίων οι απόψεις συμπίπτουν στο ότι είναι πολλά και η χρησιμότητα τους εκφιλίζεται από την ανάγκη για επαφές.

Μπορούμε παρ'όλα τα πλεονεκτήματα και τα μειονεκτήματα των εκθέσεων να πούμε ότι τα μεγάλα χρηματιστήρια όπως το αγγλικό, το γερμανικό, το ιταλικό, εκπροσωπούν σπουδαία γεγονότα για την εμπορευματοποίηση των διάφορων τουριστικών προσφορών του κόσμου και αν αυτά συνοδεύονταν από φολκλορικές παρουσιάσεις και άλλες παράλληλες εκδηλώσεις θα γίνονταν ακόμη μεγαλύτερα γεγονότα και τα αποτελέσματα θα ήταν το ίδιο σημαντικά.

Μια άλλη εμπεδωμένη άποψη για τον τρόπο λειτουργίας μιας διεθνούς τουριστικής εκδήλωσης τύπου ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ είναι η ακόλουθη.

Για τις εκδηλώσεις αυτές προτείνεται η συμμετοχή μόνο εταιριών της χώρας που διοργανώνει την εκδήλωση. Ο κάθε εκθέτης να παίρνει ειδικό χώρο με συμβολικό ενοίκιο για να μπορεί χωρίς πολλά έξοδα διακόσμησης να πουλήσει.

Να προσκαλούνται επιλεγμένοι τουρ-οπερέιτορς σε συνεργασία με την τοπική αεροπορική εταιρεία που προσφέρει τα εισιτήρια δωρεάν σε κείνους που είτε πραγματοποιούν ταξίδια στη χώρα μας και μπορούν να τα ποικίλουν είτε στέλνουν τουρίστες σε γειτονικά κράτη και μπορούν εύκολα να περιλάβουν και την χώρα μας.

Οι εκθέτες γνωρίζοντας τους επισκέπτες κανονίζουν μαζί τους ραντεβού πιθανόν μέσα από έναν υπολογιστή. Έχει αποδειχθεί ότι οι ξένοι τουριστικοί πράκτορες βλέπουν σε 2-3 ημέρες όσους θα χρειαζόντουσαν 3-4 εβδομάδες για να συναντήσουν διαφορετικά.

Οι εκθέτες δε με την σειρά τους σε ελάχιστο χρόνο και χωρίς να ξοδέψουν υπέρογκα ποσά κάνουν τις επαφές τους χωρίς να γυρίσουν όλη την Ευρώπη. Θα πρέπει φυσικά την εποχή της εκδήλωσης να έχουν αποφασιστεί οι τιμές των ξενοδοχείων, εισητηρίων κλπ.

Η εκδήλωση θα μπορούσε να βοηθήσει πολλούς να διαφοροποιήσουν το προϊόν τους ή να δημιουργήσουν κάποιο νέο.

Ως προς την παρουσία των διάφορων εκθετών επισημαίνουμε ότι κύριο ρόλο παίζει και η σωστή οργάνωση των περιπτέρων.

Για παράδειγμα αναφέρουμε την διαφορετική εικόνα του περιπτέρου της Τουρκίας με χώρους για επαγγελματίες μόνο και με την προβολή της από 146 VIDEO για 26 λεπτά μέσα στους χώρους της έκθεσης και άλλη η εικόνα της Ελλάδας που δεν είχε τα παραπάνω στοιχεία.

Οι 3 μεγαλύτερες εκθέσεις στον κόσμο είναι:

1. **INTERNATIONALE TOURISMUS BORSE (ΒΕΡΟΛΙΝΟ)**
2. **BORSA INTERNATIONALE TURISMO (ΜΙΛΑΝΟ)**
3. **WORLD TRAVEL MARKET (ΛΟΝΔΙΝΟ)**

Υπενθυμίζουμε ότι η ΒΙΤ μόλις πρόσφατα ξεπέρασε την WTM.

Στο ερώτημα αν θα πρέπει ένας τουριστικός επιχειρηματίας να συμμετάσχει στις παραπάνω εκθέσεις θα απαντούσαμε ότι κρίνεται απαραίτητο.

Εκτός των παραπάνω εκθέσεων θα προτείναμε συμμετοχή στην TOUR EXPO OSAKA της Ιαπωνίας, ( δεν ξεχνάμε ότι μαζί με την Γερμανία θα είναι στη δεκαετία του '90 οι υπ' αριθμό ένα χώρες εξαγωγίμου τουρισμού) και την IT/ME του Σικάγου των Η.Π.Α.

Εξετάζοντας την συμβολή των διεθνών εκθέσεων στον τουρισμό κάτω από άλλες γωνίες παρατήρησης έχουμε μια σειρά αξιοπρόσεκτων παρατηρήσεων:

**Συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη της πόλης που διοργανώνει την έκθεση.** Σαν παράδειγμα θα φέρουμε το Βερολίνο που ο κύριος πόρος εσόδων του είναι ο τουρισμός. 75.000 επισκέπτες γενικού ενδιαφέροντος, 27.000 επαγγελματίες επισκέπτες, 2.000 εκθέτες που κατά μέσο όρο απασχόλησαν 5-10 άτομα στο κάθε περίπτερο τους. Όλοι υψηλής εισοδηματικής στάθμης, ξεχύνονταν τα βράδια στους δρόμους φωνίζοντας και διασκεδάζοντας.

Όλα τα ξενοδοχεία μέχρι της χαμηλότερης τάξης ήταν κατειλημένα.

Πέρα από τις θέσεις εργασίας που δημιουργούνται άμεσα με την λειτουργία της έκθεσης, πόσοι δούλεψαν για να στηθούν αυτά τα πράγματα φαντασμαγορικά περίπτερα;

Ανάλογα είναι και τα συμπεράσματα για το Μιλάνο, την Θεσσαλονίκη και 140 άλλες πόλεις του κόσμου που διοργανώνουν εκθέσεις.

- Συμβολή στην τουριστική ανάπτυξη χωρών μέσω της προβολής που αυτές πετυχαίνουν μέσα στα πλαίσια της έκθεσης.

Πέρα από τις άμεσες συνέπειες - οικονομικές - που έχει ένα τέτοιο γεγονός, υποβόσκουν και πολιτιστικές συνέπειες αν αυτό εξετασθεί πιο πλατιά.

Για παράδειγμα η ύπαρξη της Αμερικάνικης Σαμδα θα παρέμενε άγνωστη. Τώρα όμως δίνεται η ευκαιρία στον επισκέπτη της να την γνωρίσει έστω και από μακριά αν λάβουμε υπόψη μας, κάτι το οποίο έχουμε πολλές φορές αναφέρει σ' αυτή την εκπόνηση του θέματος, ότι κάθε περίπτερο σε μετέφερε πραγματικά στη χώρα του.

Ίσως αυτό το συναίσθημα να μην είναι εύκολο να μεταφερθεί μέσα από αυτές τις σελίδες γιατί είναι διαφορετικό το συναίσθημα της οπτικής επαφής με το αντικείμενο.

Μέσα από αυτές τις εκθέσεις προβάλλονται καινούργιοι μέθοδοι τουρισμού.

Στις μεγάλες διεθνείς εκθέσεις κλείνονται οι τιμές των τουριστικών πακέτων από τους τουριστικούς πράκτορες, της επόμενης χρονιάς με συνέπεια να αλλάζει η ροή του τουριστικού ρεύματος προς τις χώρες προορισμού.

Η συμβολή στην τουριστική παιδεία είναι μεγάλη και αυτό φαίνεται από την συμμετοχή των σπουδαστών από όλο τον κόσμο όπως προαναφέραμε.

Η οικονομική συμβολή των διεθνών εκθέσεων για τους εκθέτες είτε από άποψη εθνικής παρουσίασης ή ιδιωτικού φορέα είναι μεγάλες. Πέρα από τις συμφωνίες που κλείνονται με τους τουριστικούς πράκτορες υπάρχει δυνατότητα άμεσης επαφής με πελάτες μη επαγγελματίες.

## ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Σε όσα προαναφέρθησαν είδαμε πως η συμβολή των διεθνών εκθέσεων είναι μεγάλη από όλες τις απόψεις κάθετα ή οριζόντια. Ο αναγνώστης βλέπει ότι παραθέτονται μόνο θετικά στοιχεία ενώ λίγα αρνητικά, είναι ως προς τον τρόπο λειτουργίας των διεθνών εκθέσεων.

Αν στραφούμε προς το μέλλον προσπαθώντας να δούμε πως θα είναι η εξέλιξη αυτών των εκθέσεων βλέπουμε πως η ανάπτυξη της πληροφορικής κερδίζει έδαφος. Ίσως πολύ αργότερα τα COMPUTERS παίξουν σημαντικό ρόλο στη λύση πολλών προβλημάτων στο θέμα του τουρισμού.

Τελειώνοντας θα πούμε ότι αμφισβήτηση για τις διεθνείς εκθέσεις θα γινόταν μόνο από κάποιον ο οποίος διαφωνεί με την συμβολή του ίδιου του τουρισμού στο ευρύτερο πλαίσιο της κοινωνίας.

## ΠΗΓΕΣ

- Εθνικός Οργανισμός Τουρισμού
- HELEXPO
- Τουρισμός και οικονομία ( περιοδικό )
- Άρθρα εφημερίδων



## ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....	Σελίδα 2
ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....	Σελίδα 3
ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ .....	Σελίδα 4
ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΚΘΕΣΕΙΣ .....	Σελίδα 12
Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΒΙΤ ΤΟΥ ΜΙΛΑΝΟΥ .....	Σελίδα 32
ΙΤΒ ΒΕΡΟΛΙΝΟ .....	Σελίδα 35
ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΤΗΣ ΙΤΒ .....	Σελίδα 36
ΑΝΑΦΟΡΑ ΚΛΕΙΣΙΜΑΤΟΣ ΙΤΒ 1988 .....	Σελίδα 44
Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΗΝ ΙΤΒ .....	Σελίδα 50
Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΜΑΣ .....	Σελίδα 56
ΚΡΙΣΕΙΣ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	Σελίδα 64
ΕΠΙΛΟΓΟΣ .....	Σελίδα 69
ΠΗΓΕΣ .....	Σελίδα 70

**Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ  
ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ**