

Α.Τ.Ε.Ι. ΠΑΤΡΑΣ

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ: ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΝ 21ο ΑΙΩΝΑ



ΕΠΙΜΕΛΕΙΑ:
ΜΟΥΧΙΜΟΓΛΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ, Α.Μ: 3617
ΠΟΥΔΟΥΛΗ ΣΕΒΑΣΤΗ, Α.Μ: 3892

ΕΠΙΒΛΕΠΩΝ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ:
ΣΠΗΛΙΩΠΟΥΛΟΣ ΙΩΑΝΝΗΣ

6263

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΤΟΝ 21^ο ΑΙΩΝΑ

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο: Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

- 1.1 Ιστορική ανασκόπηση
- 1.2. Έννοια Συνεδριακού Τουρισμού
- 1.2.α. Σύνδεση συνεδρίων και Τουρισμού
- 1.3. Ταυτότητα Συνεδρίων
- 1.3.α. Σκοποί- Αντικείμενα και τύποι Συνεδρίων
- 1.3.β. Φορείς συνεδρίων
- 1.3.γ. Οργανωτές Συνεδρίων
- 1.4. Οργάνωση Συνεδρίου.
- 1.4.α. Διαδικασίες διαχείρισης ενός Συνεδρίου
- 1.4.β. Internet και Συνέδριο
- 1.4.γ. Τόπος, χρόνος, μέγεθος και χώρος συνεδρίων
- 1.4.δ. Η τιμολογιακή πολιτική
- 1.5. Οπτικοακουστικός εξοπλισμός
- 1.6. Συνέδρια και επισιτιστικές εκδηλώσεις
- 1.7. Η τιμολογιακή πολιτική

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο: Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ

- 2.1. Δεδομένα- Εξελίξεις και εκτιμήσεις
- 2.1.α. Ρυθμός Ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στα πρόσφατα χρόνια
- 2.1.β. Γεωγραφική κατανομή των συνεδριακών δραστηριοτήτων
- 2.1.γ. Εποχικότητα συνεδριακού τουρισμού
- 2.1.δ. Κατανομή των συνεδριακών εκδηλώσεων από την άποψη του αριθμού των συμμετεχόντων
- 2.1.ε. Γεωγραφικό πεδίο αναφοράς και περιοδικότητα των συνεδριακών εκδηλώσεων
- 2.2. Πολιτική για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
- 2.3. Ο ρόλος της γενικής οικονομικής και κοινωνικής υποδομής και του επιπέδου ανάπτυξης γενικότερα στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
- 2.3.α. Ειδικότερες πολιτικές και μέτρα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο: Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

- 3.1. Ο ρόλος της Ελλάδας στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
- 3.2. Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελληνική Νομοθεσία και ο Αναπτυξιακός Νόμος



- 3.3.** Ο συνεδριακός τουρισμός στην Ελλάδα σήμερα
- 3.3.α.** Κρίσιμα συστατικά επιτυχίας ενός μεγάλου συνεδριακού κέντρου
- 3.3.β.** Marketing και διοργάνωση συνεδρίων
- 3.3.γ.** Convention Bureaus (Γραφεία συνεδρίων και φιλοξενίας)
- 3.4.** Ρυθμός μεταβολής της συνεδριακής κίνησης στα πρόσφατα χρόνια
- 3.5.** Εποχικότητα συνεδρίων στην Ελλάδα
- 3.6.** Γεωγραφική κατανομή της συνεδριακής κίνησης

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο: ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

- 4.1.** Ενέργειες αναβάθμισης του συνεδριακού προϊόντος στην Ελλάδα
- 4.2.** Ολυμπιακές υποδομές και συνεδριακές δραστηριότητες
- 4.3.** Το 2004 ως συνεδριακή χρονιά και τι προβλέπεται για το 2005

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο: ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ: ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα τελευταία χρόνια, οι κατευθύνσεις της τουριστικής ανάπτυξης τόσο σε επίπεδο εθνικού σχεδιασμού, όσο και στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής πολιτικής αλλά και των τάσεων ανάπτυξης της διεθνούς τουριστικής βιομηχανίας, δίνουν ιδιαίτερη βαρύτητα στην ενίσχυση σύγχρονων μορφών τουρισμού, πέραν του λεγόμενου παραθεριστικού.

Η ανάπτυξη των σύγχρονων μορφών τουρισμού δίνει τη δυνατότητα στις περιοχές υποδοχής (ή προορισμούς), να επιμηκύνουν την τουριστική περίοδο και να αυξήσουν έτσι τα έσοδα από την παροχή τουριστικών υπηρεσιών, καθώς και την ανταγωνιστικότητά τους.

Μια από αυτές τις μορφές είναι και ο Επαγγελματικός/ Συνεδριακός Τουρισμός. Ευνοεί ιδιαίτερα τις περιοχές που διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους και την κατάλληλη υποδομή για την προσέλκυση επισκεπτών υψηλού εισοδηματικού, μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου.

Η ελληνική αγορά συνεδριακού τουρισμού, αν και είναι αρκετά παλιά, μόνο τα τελευταία χρόνια άρχισε να λαμβάνεται σοβαρά υπόψη, ενώ η αναμφισβήτητη αύξησή της, είναι κυρίως αποτέλεσμα του ενδιαφέροντος ξένων οργανισμών, οι οποίοι επιλέγουν την Ελλάδα σαν τόπο διεξαγωγής των συνεδρίων τους.

Σε γενικές γραμμές μπορούμε να σημειώσουμε ότι η εικόνα που παρουσιάζει ο Συνεδριακός Τουρισμός στην χώρα μας, αν και δεν είναι ικανοποιητική, έχει σημαντικές δυνατότητες και τα επόμενα χρόνια, με εκφρασμένη τόσο την διάθεση των επιχειρηματιών του χώρου, αλλά και της πολιτικής ηγεσίας, είναι σίγουρο, ότι θα εμφανίσει σημαντική ανάπτυξη.

Η οργάνωση, υποδοχή και εξυπηρέτηση συνεδριακών εκδηλώσεων, επιβάλλει, εκτός από τη βελτίωση των γενικών προϋποθέσεων και υποδομών (συγκοινωνίες, αεροπορικές μεταφορές, ειδικός εξοπλισμός, οργανωμένοι χώροι συνεδρίων κ.λ.π.) την ύπαρξη ανθρωπίνου δυναμικού που να διαθέτει τις κατάλληλες γνώσεις και την απαιτούμενη εμπειρία για την αποτελεσματική υποστήριξη συνεδριακών δυνατοτήτων. Είναι δε γνωστό ότι, τόσο οι φορείς διοργάνωσης των συνεδρίων και των άλλων επαγγελματικών εκδηλώσεων (Πανεπιστήμια, επαγγελματικές και επιστημονικές εκδηλώσεις, πολιτιστικοί φορείς κ.λ.π.), όσο και οι ίδιοι οι σύνεδροι, έχουν πολύπλοκες και υψηλού επιπέδου απαιτήσεις.

Στην εργασία λοιπόν που θα ακολουθήσει με θέμα: Ο Συνεδριακός Τουρισμός τον 21^ο αιώνα, θα παρουσιαστούν όλες οι πτυχές του τουριστικού αυτού φαινομένου μιας και ο Συνεδριακός τουρισμός κατά γενική ομολογία είναι «ο Τουρισμός του Μέλλοντος».

1.1. Ιστορική Αναδρομή

Ο Συνεδριακός Τουρισμός έχει τις ρίζες του στην Αρχαία Ελλάδα απο όπου ξεκινά ο θεσμός των **Αμφικτιονιών**.

Οι Αμφικτιονίες ήταν οργανώσεις αρχικά θρησκευτικές, στις οποίες συμμετείχαν οι κάτοικοι γειτονικών περιοχών, με επίκεντρο ένα ιερό κοινής λατρείας και αργότερα πολιτικές ομοσπονδίες πόλεων-κρατών της αρχαίας Ελλάδας. Η ανάγκη για ανταλλαγή απόψεων και κοινή λήψη αποφάσεων σχετικών με θέματα κοινού ενδιαφέροντος του "ιερού", όπως δηλ. η κατασκευή και συντήρηση ναών και άλλων οικοδομημάτων, η προσφορά θυσιών, η διαχείριση περιουσιακών στοιχείων κ.λ.π., υπαγόρευσε αρχικά τη σύσταση μιας αμφικτιονίας. Οι αντιπρόσωποι κάθε πόλης ονομάζονται **αμφικτύονες**, όρος ισοδύναμος με το **περικτύονες** που σημαίνει: αυτοί που κατοικούν γύρω από ένα ιερό.

Ο θεσμός των αμφικτιονιών είναι παλαιότατος στην αρχαία Ελλάδα. Αρχικά ξεκίνησε από θρησκευτική ομοσπονδία πόλεων γύρω από ένα ιερό (7 π.χ. αιώνα) και εξελίχθηκε σε οργανισμούς που τελικά διαδραμάτισαν ρόλο σε διακρατικές σχέσεις και επηρέασαν σε μεγάλο βαθμό την εξέλιξη της ελληνικής ιστορίας.

Η αρχαιότερη από τις αμφικτιονίες είναι η **Πυλαία**, δηλ. των Δελφών-Θερμοπυλών, που σχηματίστηκε με τη συγχώνευση μικρότερων Αμφικτιονιών, δηλ. των Τεμπών, της Ανθήλης και των Δελφών η οποία γινόταν δυο φορές τον χρόνο, το φθινόπωρο και την άνοιξη. Οι εκπρόσωποι που μετείχαν σ'αυτήν την Αμφικτιονία δεν συνεδρίαζαν σε έδαφος κρατών αλλά σε ανεξάρτητους ιερούς χώρους. Παλαιότερα στο ιερό της Δήμητρας **Αμφικτυονίδος**, κοντά στην Ανθήλη, κώμη της περιοχής των Θερμοπυλών, από τον 7^ο π.χ. αιώνα στους Δελφούς, κώμη των Φωκέων που οι Αμφικτύονες την κήρυξαν ανεξάρτητη για να μην υπάγεται σε κανένα από τα κράτη που ήταν μέλη της Αμφικτιονίας.

Αμφικτιονίες γίνονταν επίσης στη Βοιωτία και στον Πόρο και πιθανώς και σε άλλες αρχαίες πόλεις με πιο γνωστή εκείνη της Δήλου στην οποία συμμετείχε και το κράτος των Αθηνών και η οποία πήρε σοβαρές αποφάσεις για τα νησιά του Αιγαίου και τη Μικρασιατική Ελλάδα.

Το συνέδριο κάθε Αμφικτιονίας είχε την υπέρτατη αρμοδιότητα επί όλων των αμφικτιονικών πόλεων και οι αποφάσεις ήταν υποχρεωτικά εκτελεστές.

Το θεσμό των αμφικτιονιών διαδέχθηκε αργότερα ο θεσμός των **Κοινών** που επικράτησε στον Ελληνικό χώρο για τρεις ολόκληρους αιώνες.

Οι συγκεντρώσεις πολιτών για την επίλυση τοπικών ζητημάτων δεν ήταν άγνωστες και σε άλλες αρχαίες χώρες. Και γινόταν σε όλη την ιστορική περίοδο, από τότε που ο άνθρωπος ζούσε μαζί με συνανθρώπους του και διάφορα προβλήματα που δημιουργούσε η συμβίωση αυτή έπρεπε να ληφθούν με κοινές αποφάσεις που λαμβάνονταν σε διάφορες συγκεντρώσεις.

Από τον 18^ο ε. και κυρίως από τον 19^ο, που άρχισαν να ιδρύονται διάφορες επιχειρήσεις με τη μορφή οργανωμένων συνόλων, άρχισαν να γίνονται οι πρώτες επιχειρησιακές συγκεντρώσεις μέσα στις επιχειρήσεις και αργότερα και στο ευρύτερο περιβάλλον τους για την επίλυση επιχειρησιακών και επαγγελματικών προβλημάτων.

Ο συνεδριακός τουρισμός όμως με τη σημερινή του μορφή εμφανίστηκε στις Η.Π.Α. τη δεκαετία του 1960 για να αναπτυχθούν μετά και οι άλλες μορφές του επαγγελματικού τουρισμού.

Σήμερα είναι μια συνηθισμένη επιχειρηματική τακτική που συνεχώς διευρύνεται αφού τα αποτελέσματά της είναι ευνοϊκά για του οργανωτές των συνεδρίων.

1.2. Συνεδριακός Τουρισμός:

Συνέδριο εννοιολογικά είναι η συνάντηση πολλών ατόμων που έχει σκοπό την παρουσίαση απόψεως ή την αντιμετώπιση προβλημάτων και την εξεύρεση

λύσεων:ιστρικό/επιστημονικό/γλωσσολογικό/τριήμερο/ετήσιο/διεθνές.

Συνεκδοχικά λοιπόν αυτός που λαμβάνει μέρος σε ένα συνέδριο ονομάζεται σύνεδρος.

Όταν το συνέδριο γίνεται σε διαφορετικό τόπο από εκείνο της μόνιμης κατοικίας των συνέδρων, είναι αναγκαία η μετακίνησή τους και όταν τα προς συζήτηση θέματα είναι επαγγελματικά, τότε η μετακίνηση ονομάζεται επαγγελματικό ταξίδι. Όταν τέλος, το επαγγελματικό ταξίδι εμπλουτιστεί με τουριστικά προϊόντα προς χάριν των συνέδρων, τότε γίνεται λόγος για συνεδριακό τουρισμό.

Συμπερασματικά λοιπόν ο Συνεδριακός τουρισμός είναι ο τουρισμός που γίνεται κατά τη διάρκεια ενός συνεδρίου στο οποίο οι σύνεδροι έχουν επαγγελματική ιδιότητα ενημερώνονται, συζητούν και παίρνουν αποφάσεις για σημαντικά και κοινού ενδιαφέροντος θέματα, αλλά στον εντός του συνεδρίου χρόνου έχουν τουριστικές δραστηριότητες.

1.2.α. Σύνδεση Συνεδρίων Με Τον Τουρισμό:

Η οργάνωση των συνεδρίων με τον τουρισμό είναι δυο έννοιες αλληλένδετες. Ο συνεδριακός τουρισμός έχει δυο στόχους. Ο ένας είναι άμεσος, να προσελκύσει ένα μεγάλο αριθμό ατόμων για λίγες μέρες σε ένα συγκεκριμένο τόπο, και μάλιστα αν είναι δυνατό σε μια περίοδο που δεν θεωρείται τουριστική για αυτό τον τόπο και ο άλλος λόγος να προβάλλει τον τόπο στους συμμετέχοντες για τη δημιουργία τουριστικού ρεύματος στην περιοχή. Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν από το συνέδριο ένα υλικό ή άυλο όφελος, άμεσα ή έμμεσα, βραχυχρόνια ή μακροχρόνια. Δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα συνέδριο, συνήθως πολύ δαπανηρό χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Συνήθως τα πρόσωπα που παίρνουν μέρος στη διαδικασία του συνεδρίου κατέχουν υψηλόβαθμες θέσεις σε επιχειρήσεις ή οργανισμούς και ανήκουν στην κατηγορία των λεγόμενων διαμορφωτών της κοινής γνώμης εξ'αίτιας της φήμης τους και την κοινωνικής τους θέσης. Έτσι προσφέρουν με την παρουσία τους βοήθεια στους φορείς για την εκπλήρωση των σκοπών του συνεδρίου. Οι σύνεδροι όμως που συγκεντρώνουν τα παραπάνω προσόντα είναι ιδιαίτερα απαιτητικοί και δεν είναι πρόθυμοι να συμμετάσχουν σε ένα

οποιοδήποτε συνέδριο ούτε είναι διατεθειμένοι να χάσουν τον πολύτιμο χρόνο τους χωρίς τα προσφερόμενα κίνητρα να είναι αντάξια των προσδοκιών τους.

Ένα από τα σημαντικότερα κίνητρα αποδείχθηκε στην πράξη αυτό του Τουρισμού κι αυτό είναι κάτι που οι φορείς εκμεταλλεύονται. Διαλέγουν δηλαδή έναν ελκυστικό προορισμό, εντός ή εκτός της χώρας που διαθέτει ένα κατάλληλο συνεδριακό κέντρο, καταρτίζουν το πρόγραμμα του Συνεδρίου και το εμπλουτίζουν με υψηλής ποιότητας τουριστικά προϊόντα που καλύπτουν όλες τις ανάγκες μετακίνησης, διαμονής, διατροφής, ψυχαγωγίας, περιήγησης, συμμετοχής σε πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις των συνέδρων και προσφέρουν αυτά τα προϊόντα εντελώς δωρεάν, όχι μόνο στους συνέδρους αλλά και στους συνοδούς τους, και προσκαλούν τους συνέδρους και στην κατάλληλη εποχή του έτους πραγματοποιούν το συνέδριο.

Το Τουριστικό κίνητρο και η ωφέλεια που αποφέρει η συμμετοχή σε ένα συνέδριο ανταμείβουν πλήρως τους υποψήφιους συνέδρους οι οποίοι συμμετέχουν στο συνέδριο χωρίς πολλές παρεκκλίσεις.

1.3. ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

1.3.α. Σκοποί, αντικείμενα και τύποι Συνεδρίων.

Οι φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός Συνεδρίου και αναλαμβάνουν τη σχετική δαπάνη, επιδιώκουν πάντα να έχουν κάποιο όφελος, μικρό ή μεγάλος, άμεσο ή έμμεσο, βραχυχρόνιο ή μακροχρόνιο και δεν υπάρχει φορέας που να πραγματοποιεί ένα συνέδριο, συνήθως δαπανηρό χωρίς την επιδίωξη αυτή.

Συνεπώς πρωταρχικός σκοπός κάθε συνεδρίου είναι εξασφάλιση κάποιου επαγγελματικού κέρδους. Ακόμη και όταν οι φορείς που πραγματοποιούν τα συνέδρια είναι κρατικοί φορείς ή φορείς κοινωφελών ή μη κερδοσκοπικών συνόλων. Στην περίπτωση αυτή το κέρδος μπορεί να μην είναι μέγιστο, μπορεί να μην προσδιορίζεται και αποτιμάται εύκολα αλλά πάντοτε υπάρχει. Ίσως να είναι κοινωνικό ή άυλο (φήμη, image, παρουσία) ή να ταυτίζεται με μια υπηρεσία ή διαδικασία (δημοσιότητα, δημόσιες σχέσεις, προώθηση πωλήσεων κ.λ.π.) αλλά πάντοτε επιδιώκεται.

Για να πραγματοποιηθεί ο πρωταρχικός σκοπός ενός συνεδρίου πρέπει πρώτα να επιτευχθούν οι «κατ' επίφασιν» σκοποί του που είναι αυτοί που αναγράφονται στην πρόσκληση που στέλνεται στους συνέδρους για να δηλώσουν συμμετοχή στο συνέδριο, η οποία και προσδιορίζει την πραγματοποίηση του συνεδρίου χρονικά και τοπικά καθώς και το αντικείμενο του συνεδρίου.

Σαν αντικείμενο του συνεδρίου ονομάζονται τα θέματα ή οι εκδηλώσεις κοινού ενδιαφέροντος που θα ζητηθούν ή θα λάβουν χώρα στο συνέδριο. Τα θέματα ή οι εκδηλώσεις αυτές επιλέγονται αποκλειστικά από τους φορείς (και όχι από τους συνέδρους) και αντιπροσωπεύουν τους μερικότερους σκοπούς του συνεδρίου η επίτευξη των οποίων οδηγεί στην επίτευξη του πρωταρχικού σκοπού.

Μερικότεροι σκοποί ενός συνεδρίου μπορούν να είναι ένα, δύο ή περισσότερα από τα παρακάτω θέματα:

- Επίδειξη ενός προϊόντος ή μιας νέας υπηρεσίας
- Παρουσίαση νέων εξελίξεων της επιστήμης και της τεχνολογίας
- Επιστημονικές ανακοινώσεις
- Γνωστοποίηση μιας δραστηριότητας
- Κοινοποίηση νέων γνώσεων
- Εξάσκηση πολιτικών marketing
- Δημοσιότητα και Δημόσιες σχέσεις
- Προώθηση πωλήσεων
- Είσοδος σε μια συγκεκριμένη αγορά ή αύξηση του μεριδίου της υπάρχουσας αγοράς
- Προσέλκυση νέων πελατών
- Γνωριμία με συνεργάτες και επιβεβαίωση συνεργασίας
- Προσέλκυση νέων συνεργατών, επενδυτών
- Εξαγγελία προγραμμάτων ερευνών
- Εξαγγελία κινήτρων
- Επιστημονική ενημέρωση, κατάρτιση και εκπαίδευση
- Εξαγγελία μιας αλλαγής της επαγγελματικής τακτικής
- Επίτευξη άτυπων ή τυπικών συνεργασιών κ..λ.π.

Ανάλογα με τα αντικείμενα των συνεδρίων, τα θέματα δηλαδή ή τις εκδηλώσεις που συζητούνται ή λαμβάνουν χώρα κατά τη διάρκεια των συνεδρίων, τα συνέδρια διακρίνονται σε διάφορους τύπους όπως τα επιστημονικά, τα επαγγελματικά, τα πολιτικά, τα κομματικά, τα επιχειρηματικά, τα αθλητικά και λοιπά συνέδρια.

1.3.β. Φορείς Συνεδρίων

Φορείς συνεδρίων ονομάζονται τα φυσικά πρόσωπα ή τα εντεταλμένα όργανα Νομικών Προσώπων Δημοσίου Δικαίου που έχουν την εξουσία να αποφασίζουν την πραγματοποίηση ενός συνεδρίου, να δίνουν τις σχετικές εντολές και να αναλαμβάνουν τη χρηματοδότηση των σχετικών δαπανών.

Οι φορείς των συνεδρίων διακρίνονται βάση ορισμένων κριτηρίων, όπως η νομική τους προσωπικότητα, η ύπαρξη επιχειρηματικότητας, το είδος της δραστηριότητάς τους και τον Εθνικό ή Διεθνή χαρακτήρα τους.

Μία πιο απλή διάκριση είναι αυτή που τους διακρίνει σε Δημόσιους Φορείς, σε Ιδιωτικούς Φορείς και σε φορείς που ανήκουν σε Υπερεθνικούς ή Παγκόσμιους Οργανισμούς.

(1) Δημόσιοι Φορείς Συνεδρίων

Είναι οι φορείς που "ανήκουν" στο Δημόσιο Τομέα. Στη χώρα μας τέτοιοι φορείς είναι :

- Το τμήμα Συνεδρίων και Εκθέσεων του ΕΟΤ που έχει καταστατική αποστολή να μεριμνά για την οργάνωση των Συνεδρίων και τον Εκθέσεων που αφορούν τον Ελληνικό Τουρισμό και την προβολή του.

- Το τμήμα Συνεδρίων του Υπουργείου Πολιτισμού που υπάγεται στη Διεύθυνση Πολιτιστικής Κίνησης και έχει καταστατική αποστολή να οργανώσει και να εποπτεύει διεθνή, πανελλήνια, περιφερειακά και τοπικά Συνέδρια, που έχουν σαν αντικείμενο την προβολή της Εθνικής πολιτιστικής κίνησης και να συμμετέχει σε Συνέδρια που γίνονται στο εξωτερικό, ή και να διευκολύνει άλλους φορείς Συνεδρίων, που έχουν συναφές αντικείμενο.
- Το γραφείο Επιστημονικών και Τεχνολογικών Συνεδρίων της Γενικής Γραμματείας Έρευνας και Τεχνολογίας, που έχει καταστατική αποστολή να σχεδιάζει, να μελετά και να οργανώνει Συνέδρια, ημερίδες, συναυτησεις και λοιπές συνεδριακές εκδηλώσεις με σκοπό την προώθηση των επιστημών, της έρευνας και της τεχνολογίας.
- Λοιποί Δημόσιοι φορείς που καταστατικά αλλά περιπτωσιακά (όχι εξ αποστολής αλλά εξ' ανάγκης ειδικών περιπτώσεων), αποφασίζουν να οργανώσουν διάφορες συνεδριακές εκδηλώσεις για τη λήψη αποφάσεων για σημαντικά θέματα.
- Ημικρατικός φορέας Συνεδρίων είναι η Διεθνής Έκθεση Θεσσαλονίκης που οργανώνει εκθέσεις και συνέδρια, Διεθνή και Εθνικά και διαθέτει και Συνεδριακό Κέντρο.
- Συλλογικοί φορείς Συνεδρίων είναι το Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Θεσσαλονίκης (TCVB), το νεοσυσταθέν Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών Αθήνας (ACVB), ο Σύνδεσμος Ελλήνων Επαγγελματιών Οργανωτών Συνεδρίων (ΣΕΠΟΣ) και ο Σύνδεσμος Ελλήνων Οργανωτών Εκθέσεων και Συνεδρίων (ΣΕΟΕΣ).

Η συμβολή των παραπάνω φορέων στην πραγματοποίηση των διαφόρων συνεδρίων ποικίλλει. Άλλοτε περιορίζεται μόνο στη λήψη της απόφασης πραγματοποίησης άλλοτε αναλαμβάνουν και την οργάνωση των Συνεδρίων, άλλοτε χρηματοδοτούν μερικώς ή ολικώς τα Συνέδρια.

(2) Ιδιωτικοί Φορείς.

Ιδιωτικοί φορείς που αποφασίζουν την πραγματοποίηση συνεδρίων δίνουν τις σχετικές εντολές και αναλαμβάνουν τη χρηματοδότησή τους, είναι οι Διοικήσεις των οργανωμένων ιδιωτικών συνόλων, όπως των Επιχειρήσεων, των Επαγγελματικών συλλόγων, των Επιστημονικών ενώσεων, των Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων, των πολιτικών κομμάτων, των συνδικαλιστικών ενώσεων κ.λπ., επιχειρησιακού ή μη επιχειρησιακού χαρακτήρα.

Πρέπει να τονιστεί ότι η πλειονότητα των Συνεδρίων που γίνονται σε όλες τις χώρες είναι συνέδρια που αποφασίζονται από ιδιωτικούς φορείς. Οι ιδιωτικοί φορείς ήταν οι πρώτοι φορείς που συνέδεσαν τα Συνέδρια με τον Τουρισμό, οι πρωτοπόροι δηλαδή του Συνεδριακού Τουρισμού.

(3) Διεθνείς Οργανισμοί

| | |
|----------------|--|
| AIPC | Association Internationale des Palais de Congres (International Association of Congress Centers) (105 μέλη παγκοσμίως, έτος ίδρυσης 1958) |
| ICCA | International Congress and Convention Association (510 μέλη παγκοσμίως σε 70 χώρες, έτος ίδρυσεως 1963) Απο τις βασικότερες Association στον συνεδριακό χώρο |
| PCMA | Professional Convetion Management Association , ΗΠΑ. |
| UIA | Union of International Associations , (Βέλγιο, 1907) |
| MPI | Meeting Professionals International (1972) 15800 μέλη σε 62 χώρες (οργανωτές) |
| INCON | International Network of Professional Conference Organizers (1989) |
| EFCT | European Federation of Conference Towns (99 μέλη σε 34 χώρες, 1964) |
| Congrex | Conference Management and Congress (1982) |
| WCVM | World Council for Venue Management |
| ITMA | Incentive Travel & Meetings Association |
| SITE | Society of Incentive & Travel Executives |
| HCCE | Historic Conference Centers of Europe |
| ETTFA | European Tourism Trade Fairs Association |
| ETTFA | European Tourism Trade Fairs Association |
| IACVB | International Association of Convention and Visitors Bureau |

1.3.γ. Οργανωτές Συνεδρίων

Οι οργανωτές συνεδρίων μπορεί να είναι φυσικά πρόσωπα, επαγγελματικές οργανώσεις, διάφορες Τουριστικές οργανώσεις ή εταιρίες Δημοσίων Σχέσεων που αναλαμβάνουν την οργάνωση των συνεδρίων. Οι οργανωτές συνεδρίων δεν είναι φορείς συνεδρίων που αποφασίζουν να πραγματοποιούν συνέδρια και αναλαμβάνουν την χρηματοδότηση τους, οργανώνουν μόνο, τα συνέδρια. Αντίθετα ένας φορέας συνεδρίων μπορεί να αναλάβει και την οργάνωση τους. Οπότε ένας φορέας και οργανωτής συμπίπτουν στο ίδιο φυσικό ή νομικό πρόσωπο.

1.4. ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΟΥ

Η επιτυχημένη διεξαγωγή ενός συνεδρίου είναι συνιστάμενοι ποικίλων παραγόντων. Δεν υπάρχει κάποια χρυσή συνταγή, υπάρχουν όμως κάποιες γενικές αρχές που πρέπει να ακολουθηθούν ώστε να αποφευχθούν λάθη και παραλείψεις που θα δημιουργήσουν αρνητική εντύπωση στους παρευρισκομένους.

Η επιτυχία ενός συνεδρίου βασίζεται σε δύο ακρογωνιαίους λίθους. Κατά πρώτο στην άψογη οργάνωση του και κατά δεύτερο στην καλή προετοιμασία και την ικανότητα επικοινωνίας του ομιλητή. Υπάρχει μια έκφραση που συχνά χρησιμοποιείται για να ορίσει την έννοια της επιτυχίας ενός συνεδρίου: «Το πλέον επιτυχημένο συνέδριο είναι αυτό κατά τη διάρκεια του οποίου έγιναν τα λιγότερα λάθη».

Αν κάποιος σκεφτεί πόσοι άνθρωποι χρειάζονται για να συντονίσουν άψογα όλες τις υπηρεσίες που χρειάζονται για τη διεξαγωγή μιας συνάντησης μεγάλου αριθμού ανθρώπων, να αντιληφθεί ότι χρειάζεται βαθιά γνώση όλων των εμπλεκόμενων επαγγελματών και μεθοδικότητα για να οργανωθεί επιτυχημένα ένα συνέδριο. Ξενοδοχεία, αεροπορικές εταιρείες, εταιρείες οπτικοακουστικού εξοπλισμού είναι μερικές από τις εμπλεκόμενες υπηρεσίες για την διεξαγωγή ενός συνεδρίου.

1.4.α. Διαδικασίες Διαχείρισης Ενός Συνεδρίου

Στην υποστασιοποίηση ενός συνεδρίου όλες οι ενέργειες που γίνονται κατατάσσονται σε τρεις κατηγορίες, καθεμιά από τις οποίες αντιστοιχεί σε ένα από τα τρία στάδια του συνεδρίου. Έτσι το πρώτο στάδιο, που είναι το στάδιο της προετοιμασίας του συνεδρίου γίνονται οι λεγόμενες προσυνεδριακές ενέργειες, στο δεύτερο στάδιο που είναι το στάδιο της διεξαγωγής του συνεδρίου, γίνονται οι λεγόμενες ενέργειες κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου και στο τρίτο στάδιο που είναι το στάδιο αξιολόγησης του συνεδρίου, γίνονται οι λεγόμενες μετασυνεδριακές ενέργειες.

Προσυνεδριακές ενέργειες.

Αυτές οι ενέργειες διαρκούν από ένα μήνα έως ένα έτος (ίσως και παραπάνω), γίνονται από τους φορείς των συνεδρίων, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών κέντρων ή ξενοδοχείων και περιλαμβάνουν:

- Απόφαση του φορέα να πραγματοποιήσει το συνέδριο. Πρώτη εκτίμηση μεγέθους και προϋπολογισμού του συνεδρίου. Επιλογή χρόνου, τόπου, συνέδρων και οργανωτών του συνεδρίου.
- Πρώτες συνεννοήσεις, συναντήσεις γνωριμίας, ενημερώσεις μεταξύ φορέων, οργανωτών και υπευθύνων συνεδριακών κέντρων ή ξενοδοχείων.
- Υπογραφή συμβολαίου ή ιδιωτικού συμφωνητικού.

- Κατάρτιση προγράμματος προσυνεδριακών, συνεδριακών και μετασυνεδριακών ενεργειών
- Προσυνεδριακές επαφές. Δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης και συνεργασίας.
- Εσωτερικές συσκέψεις υπευθύνων των συνεδριακών κέντρων και ξενοδοχείων για κατανομή αρμοδιοτήτων.
- Κρατήσεις δωματίων- κατάρτιση καταλόγου συνέδρων-συνοδών. Επιβεβαίωση κρατήσεων με απαντητικά δελτάρια.
- Έλεγχος συνεδριακών χώρων και του εξοπλισμού τους
- Κατάρτιση σχεδίου υποδοχής συνέδρων, επισήμων και VIPs.
- Έλεγχος επισιτιστικών υπηρεσιών
- Έλεγχος δυνατότητας, ποσότητας και ποιότητας της γραμματειακής υποστήριξης
- Προετοιμασία των εκθεσιακών χώρων, αν κατά τη διάρκεια του συνεδρίου προβλέπονται και παράλληλες εκθεσιακές δραστηριότητες.
- Στολισμός, διακόσμηση, αγορά αναμνηστικών δώρων.
- Κατάρτιση προγράμματος ψυχαγωγίας συνέδρων και συνοδών και λοιπών τουριστικών δραστηριοτήτων.
- Επαφή με εισηγητές, επιβεβαίωση ημέρας και ώρας εισηγήσεων.
- Προετοιμασία δεξίωσης υποδοχής.
- Προετοιμασία τελετής έναρξης συνεδρίου, χαιρετισμών, δημοσιογραφικής και τηλεοπτικής κάλυψης.
- Οργάνωση και προετοιμασία Υπηρεσίας Α΄ βοηθειών- Έλεγχος σχεδίων διαχείρισης κρίσεων.
- Τελική επιλογή εμπλεκόμενου προσωπικού. Ενημέρωση και προετοιμασία προσωπικού.
- Τελική σύσκεψη φορέων, οργανωτών, υπευθύνων συνεδριακών χώρων. Ρύθμιση λεπτομερειών, επιβεβαιώσεις.
- Έκδοση Δελτίου Τύπου.

Ενέργειες κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου.

Οι ενέργειες αυτές διαρκούν όσο και το συνέδριο δηλαδή 2-5 ημέρες και σε αυτές εμπλέκονται οι φορείς, οι οργανωτές, οι υπεύθυνοι των συνεδριακών χώρων, οι σύνεδροι και οι συνοδοί τους, οι επίσημοι, οι εισηγητές, το τεχνικό προσωπικό και οι τρίτοι που ενδιαφέρονται για το συνέδριο. Οι ενέργειες αυτές περιλαμβάνουν:

- Υποδοχή συνέδρων, συνοδών, επισήμων και VIPs
- Διανομή φακέλων στους συνέδρους
- Διαδικασίες check in και ιδιέτερες διαδικασίες εγγραφής και πληρωμής όταν οι σύνεδροι πληρώνουν για τη συμμετοχή τους στο συνέδριο.
- Δεξίωση υποδοχής.
- Τελετή έναρξης συνεδρίου
- Χαιρετισμοί
- Εισηγήσεις ή εκδηλώσεις κατά τη διεξαγωγή του συνεδρίου
- Coffee- breaks κατά τη διάρκεια των συνεδρίων

- Γεύματα – δείπνα (ανάλογα με πρόβλεψη) και λοιπές επισιτιστικές υπηρεσίες.
- Γραμματειακή υποστήριξη.
- Εφαρμογή των προγραμμάτων της τουριστικής επένδυσης του συνεδρίου για τους συνέδρους και τους συνόδους τους.
- Συνεχής έλεγχος σωστής λειτουργίας εγκαταστάσεων και εξοπλισμού.
- Παροχή υπηρεσιών διερμηνείας.
- Δημοσιογραφική και τηλεοπτική κάλυψη – αναμνηστικές φωτογραφίες.

Μετασυνεδριακές ενέργειες

Οι ενέργειες αυτές διαρκούν 7-30 ημέρες, γίνονται από τους φορείς, τους οργανωτές και τους υπευθύνους των συνεδριακών χώρων και περιλαμβάνουν:

- Τελετή πέρατος του συνεδρίου- Δεξίωση αποχαιρετισμού
- Αναχώρηση συνέδρων
- Διαδικασίες check out.
- Αποκατάσταση χώρων- επιστροφή εξοπλισμού (σε περίπτωση ενοικίασης του).
- Αξιολόγηση συνεδρίου. Η αξιολόγηση γίνεται από τους φορείς, οργανωτές και υπευθύνους συνεδριακών χώρων χωριστά ή σε κοινή σύσκεψη όπου εξετάζονται οι αδυναμίες και οι παραλείψεις, οι δυσλειτουργίες του εξοπλισμού, η μη ικανοποιητική απόδοση του προσωπικού, οι αδυναμίες της διοικητικής αλλά και οι θετικές απόψεις των θεμάτων αυτών και εξάγονται συμπεράσματα, διατυπώνονται προτάσεις και υπολογίζονται ευθύνες. Πολλές φορές αποστέλλονται ερωτηματολόγια στους συνέδρους με επιστολές και απαντητικά έντυπα και παρακαλούνται να εκφράσουν τη γνώμη τους για το συνέδριο γενικώς και για την ποιότητα των συνεδριακών υπηρεσιών.
- Οικονομικές ρυθμίσεις και λογιστικοί έλεγχοι.
- Απόδοση λογαριασμού – αποπληρωμές
- Ανταλλαγή ευχαριστηρίων επιστολών.

1.4.Β. INTERNET ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Σε μια εποχή όπου το internet έχει γίνει βασικό εργαλείο δουλειάς, ενημέρωσης αλλά και επικοινωνίας δε θα μπορούσε να μην εισβάλλει και στο χώρο των συνεδρίων.

Οι διοργανωτές συνεδρίων προσπαθούν να προσελκύσουν μεγάλο αριθμό συνέδρων αλλά το internet με τα εικονικά (virtual) συνέδρια προβάλλει σαν μια ενδεχόμενη απειλή. Κάθε απειλή όμως μπορεί να αντιστραφεί και να γίνει μια ευκαιρία.

Όλα τα συνέδρια έχουν μια φυσική και μια εικονική πραγματικότητα. Αυτές οι δυο πραγματικότητες, όταν σχεδιαστούν κατάλληλα, θα μπορούν αμφότερες να συμπληρώσουν η μια την άλλη και να φέρουν επισκεψιμότητα (στο site) και συνέδρους (στις αίθουσες).

Πριν από το συνέδριο η δημιουργία μιας ιστοσελίδας σχετικής με το συνέδριο παρακινεί την επίσκεψη (από τους ενδιαφερόμενους να το παρακολουθήσουν) στο web site του συνεδρίου όπου εκεί θα μπορεί να τους ζητείται να προτείνουν ποια θέματα θα θέλανε να καλύψει το συνέδριο. Κάνοντας αυτό δημιουργείται ένας διάλογος με τους υποψηφίους συνέδρους από πριν.

Έπειτα μπορεί να δομηθεί το συνέδριο γύρω από τους τύπους των ερωτήσεων και θεμάτων τα οποία προέκυψαν κατά τη διάρκεια των προσυνεδριακών συζητήσεων.

Αφού τελειώσει το συνέδριο, τα πάντα μπορούν να δημοσιευθούν στο σχετικό web site (κείμενα, εικόνες, ηχητικά, video), ώστε οι σύνεδροι να μπορούν να ξαναπαρακολουθήσουν ολόκληρο το συνέδριο, ή να ψάξουν για ειδικά θέματα χρησιμοποιώντας λέξεις κλειδιά ή να βρουν τα σχετικά πρακτικά ή περιλήψεις.

Επίσης μπορεί να αυξηθεί η μετασυνεδριακή επισκεψιμότητα στο web site δημιουργώντας forum συζήτησης και λίστα από χρήσιμα links προς άλλα web site που προσφέρουν σχετική πληροφόρηση.

Ακολουθώντας αυτή τη στρατηγική, η φύση του συνεδρίου αλλάζει. Από κάτι που γίνεται μια φορά (καθορισμένη και μικρής διάρκειας), μιας κατεύθυνσης (από καθ' έδρας διάλεξη), σε ένα αμφίδρομο μεγάλης διάρκειας εκπαιδευτικό μέσο. Η φυσική παρουσία στο συνέδριο γίνεται μόνο ένα μέρος (πάντα το κεντρικό μέρος βέβαια) μιας εκπαιδευτικής διαδικασίας.

Το web site θα ωθήσει τους ενδιαφερομένους να παρακολουθήσουν την φυσική εκδήλωση αλλά και η εκδήλωση θα τους φέρει πίσω στο web, για να συνεχίσουν την εκπαιδευτική εμπειρία.

Η επισκεψιμότητα στο web site θα φέρει συνέδρους και οι σύνεδροι θα φέρουν επισκεψιμότητα στο web site.

Οι νέες τεχνολογίες δεν είναι απειλή αλλά πρόκληση για νέες ευκαιρίες.

1.4.γ. ΤΟΠΟΣ, ΧΡΟΝΟΣ, ΜΕΓΕΘΟΣ ΚΑΙ ΧΩΡΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

ΤΟΠΟΣ:

Η επιλογή του προορισμού παίζει τον πλέον σημαντικό ρόλο στην επιτυχία ενός συνεδρίου. Ο οργανωτής συνεδρίου ή εταιρικής συνάντησης θα αξιολογήσει τους υποψήφιους προορισμούς αφού εξετάσει όλες τις παραμέτρους που θα επηρεάσουν θετικά ή αρνητικά την επιτυχία του συνεδρίου του.

Παρακάτω παραθέτεται ένας βασικός άξονας προσδιορισμού για την επιλογή του τόπου διεξαγωγής ενός συνεδρίου.

Ο οργανωτής του συνεδρίου θα πρέπει πριν επιλέξει να απαντήσει στα εξής ερωτήματα:

- Από πού έρχονται οι περισσότεροι συμμετέχοντες;
- Θα πρέπει ο χώρος της συνάντησης να εναλλάσσεται;
- Τι είδους διαμονή μπορούν να πληρώσουν οι συμμετέχοντες;
- Θα πρέπει ο χώρος διαμονής να θεωρηθεί ως σημείο εκκίνησης για ταξίδια/εκδρομές πριν και μετά το συνέδριο;

- Ποιες είναι οι προβλεπόμενες ανάγκες σε δωμάτια, άλλες ανέσεις και υπηρεσίες;
- Ποιες είναι οι προγραμματιζόμενες ημερομηνίες του συνεδρίου;
- Ποια είναι η προβλεπόμενη συμμετοχή;

Το ιστορικό της συνάντησης είναι το «χαρτί» της επιτυχίας. Η καλή γνώση του ιστορικού θα καθορίσει την άριστη προετοιμασία σε όλα τα πεδία αναγκών.

- Αριθμός και τύπος δωματίων που κρατήθηκαν
- Αριθμός συμμετεχόντων που δεν προσήλθαν
- Τύπος και αριθμός επιβεβαιωμένων εκδηλώσεων
- Ετήσια προσέλευση σε κάθε μια από αυτές
- Τρόποι άφιξης και αναχώρησης
- Διαφημιστική βοήθεια από ξενοδοχεία, συνεδριακά κέντρα και γραφεία
- Ιστορικό πληρωμών της διοργάνωσης
- Λεπτομέρειες για το εκθεσιακό πρόγραμμα (εάν υπάρχει).

CONVENTION BUREAUS/ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ- ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ.

Για τις επαφές με γραφεία- ξενοδοχεία πρέπει να διαπιστωθούν τα εξής:

- Όνομα, τίτλος, διεύθυνση, τηλέφωνο
- Υπηρεσίες που θα προσφέρει το γραφείο
- Διάρκεια επαφών με το ξενοδοχείο
- Όνομα του γενικού διευθυντή, του διευθυντή πωλήσεων, του υπεύθυνου, συνεδρίων, του υπεύθυνου κρατήσεων και του υπεύθυνου συμποσίων

Για περισσότερη ασφάλεια καλό είναι να γίνουν γνωστά περισσότερα στοιχεία για τον υπεύθυνο του συνεδριακού τμήματος όπως:

- Όνομα και θέση
- Χρόνος υπηρεσίας στο κέντρο
- Τηλέφωνα επικοινωνίας
- Αντικαταστάτης

Πριν κλειστεί το ξενοδοχείο και η αίθουσα του συνεδρίου θα πρέπει να γίνει και ο απαραίτητος έλεγχος:

- Αριθμός μονόκλινων, δίκλινων ,σουιτών
- Τιμές πόρτας για κάθε κατηγορία
- Πολιτική δωρεάν δωματίων
- Οικιακά/ εμφάνιση
- Επαρκής δημόσιος χώρος
- Χωρητικότητα/ διαστάσεις αιθουσών
- Φωτισμός, εξαερισμός έλεγχος θερμοκρασίας
- Ηχομόνωση
- Ηχητικά συστήματα
- Διαχωριστικά

- Χώρος σκηνής
- Εκθεσιακός εξοπλισμός
- Διαθέσιμος εξοπλισμός/ υπηρεσίες
- Πρόσβαση στις κουζίνες από τους χώρους των επισιτιστικών εκδηλώσεων
- Ανελκυστήρες
- Ασφάλεια/ πυρασφάλεια
- Υπηρεσίες για άτομα με ειδικές ανάγκες
- Απόσταση από την πόλη και το αεροδρόμιο
- Σχέδια ανακαίνισης
- Συμπίπτοντα συνέδρια- χώροι ψυχαγωγίας, διασκέδασης, στάθμευσης αυτοκινήτων
- Θεματικά πάρτι
- Αξιώσεις προσωπικού
- Θυρωρείο

Σε τοπικό επίπεδο:

- Βοήθεια τοπικής αυτοδιοίκησης
- Δημόσιες συγκοινωνίες
- Εναλλακτικές λύσεις υπερπλήρωσης
- Διασκέδαση
- Προσβασιμότητα
- Διαφημιστική βοήθεια
- Κλίμα

ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΕΙΣ/ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ

- Τιμολογιακή δομή του χώρου
- Άλλοι οργανωτές που έχουν χρησιμοποιήσει τον ίδιο χώρο
- Πολιτική δωρεάν δωματίων
- Ειδική τιμή για συνωδά μέλη
- Τιμές σε χώρους συγκρίσιμων περιοχών
- Τιμές για group: ενιαία τιμή, κυλιόμενη τιμή, άλλη.
- Μίσθιο αιθουσών εκδηλώσεων
- Ημερομηνία δυνατότητας ακύρωσης κρατήσεων
- Διευθέτηση προκαταβολών
- Διακόσμηση, καθαριότητα, ασφάλεια

Όλες οι συμφωνίες θα πρέπει να είναι έγγραφες:

- Η πρόταση
- Το συμφωνητικό/συμβόλαιο

ΧΡΟΝΟΣ:

Με τον όρο χρόνο συνεδρίου εννοούνται οι τρεις χρονικοί προσδιορισμοί των συνεδρίων και συγκεκριμένα η διάρκεια των συνεδρίων, η εποχή του έτους κατά την οποία γίνονται και η χρονική τους περιοδικότητα

Διάρκεια των συνεδρίων

Τα συνέδρια διαρκούν 3-8 ημέρες. Οι μικρότερης διάρκειας συγκεντρώσεις χαρακτηρίζονται συνήθως (αλλά όχι υποχρεωτικά) σαν ημερίδες ή διημερίδες και οι μεγαλύτερης διάρκειας χαρακτηρίζονται σαν σεμινάρια. Οι παγκόσμιες στατιστικές δείχνουν ότι το 9% των συνεδρίων διαρκεί 1 ημέρα, το 39% διαρκεί 2-3 ημέρες, το 42% διαρκεί 4-5 ημέρες και το 10% διαρκεί από 6 μέχρι 8 ημέρες.

Η διάρκεια των συνεδρίων αποφασίζεται από τους φορείς τους που αναλαμβάνουν το κόστος τους. Και επειδή το κατά ημέρα κόστος είναι μεγάλο η διάρκεια πρέπει να είναι όσο γίνεται μικρή σε συνδυασμό πάντοτε με τα επιδιωκόμενα αποτελέσματα των συνεδρίων.

Η εποχή των συνεδρίων

Τα συνέδρια πραγματοποιούνται συνήθως κατά την Άνοιξη και το φθινόπωρο, δηλαδή στην ενδιάμεση τουριστική εποχή. Ο λόγος αυτής της χρονικής τοποθέτησης είναι ότι αφ' ενός να αποφεύγονται τα "κακά" του θερινού τουρισμού (συμφόρηση, υψηλές τιμές, χαμηλή ποιότητα κ.λπ.) και αφ' ετέρου για να αποφεύγονται οι κακές συνθήκες του Χειμώνα.

Πράγματι ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται αντιεποχική εναλλακτική μορφή τουρισμού και εδραιώνεται σαν τέτοια γιατί την προτιμούν και οι σύνεδροι που προτιμούν τα ήπια εναλλακτικά τουριστικά προϊόντα (πολιτιστικά, ιστορικά, περιβαλλοντικά) και οι επιχειρηματίες που φιλοξενούν τα συνέδρια αλλά και οι Δημόσιοι τουριστικοί φορείς που υιοθετούν κίνητρα εναντίον της τουριστικής εποχικότητας (φθηνές τιμές διαμονής, φθηνά εισιτήρια κ.λπ.)

Οι διεθνείς στατιστικές επιβεβαιώνουν τα παραπάνω. Έτσι την Άνοιξη και το Φθινόπωρο γίνονται το 74% των συνεδρίων, ενώ μόνο το 21% γίνεται το καλοκαίρι και το 5% το χειμώνα. Οι προτιμώμενοι μήνες είναι ο Σεπτέμβριος (18%), ο Οκτώβριος (14%) και ο Μάιος και ο Ιούνιος (13% έκαστος).

Η συχνότητα των συνεδρίων

Πολλοί Δημόσιοι και Ιδιωτικοί φορείς θεωρούν και αντιμετωπίζουν τα συνέδρια σαν εργαλείο του Management και του Marketing και πιστεύουν πως αν το εργαλείο αυτό χρησιμοποιείται σωστά αποφέρει κέρδη.

Σύμφωνα με την άποψη αυτή τα συνέδρια πρέπει να επαναλαμβάνονται όσο γίνεται συχνότερα. Έτσι πολλά οργανωμένα σύνολα πραγματοποιούν συνέδρια σε ετήσια βάση ή κάθε 2-3 ή και περισσότερα χρόνια. Η χρονική περιοδικότητα των συνεδρίων είναι δυνατό να προβλέπεται από τα καταστατικά των συνόλων ή και να αποφασίζεται μέσω Διοικητικών διαδικασιών.

Σήμερα υπολογίζεται ότι το 40% των συνεδρίων είναι ετήσια, το 25% γίνονται κάθε χρόνο, το 25% γίνονται κάθε 3-4 ή 5 χρόνια και 10% γίνονται μόνο μια φορά και δεν επαναλαμβάνονται.

ΜΕΓΕΘΟΣ :

Το μέγεθος ενός συνεδρίου καθορίζεται από τον αριθμό των συνέδρων που παίρνουν μέρος σε αυτό.

Σύμφωνα με τη νομοθεσία που καθορίζει τις προδιαγραφές των Συνεδριακών Κέντρων, ορίζεται το μέγεθος των Συνεδριακών Κέντρων και συνεκδοχικά από το μέγεθος αυτό καθορίζεται και το μέγεθος των συνεδρίων. Έτσι διακρίνονται τα μικρά συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 200-500 σύνεδροι, τα μεσαία συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 501-1200 σύνεδροι και τα μεγάλα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν 1201-1300 σύνεδροι.

Φυσικά υπάρχουν και συνέδρια με λιγότερους από 200 και περισσότερους από 3000 συνέδρους. Γι' αυτό και γίνεται και περισσότερα η διάκριση των μεγεθών των μεγεθών που έχει καθιερώσει η VIA (Union of International Associations) και που κατατάσσει τα συνέδρια σε έξη μεγέθη. Στα συνέδρια στα οποία συμμετέχουν μέχρι 100 σύνεδροι, σε αυτά με 101-250 συνέδρους, σε αυτά με 251-500 συνέδρους, σε αυτά με 501-1000 συνέδρους, σε αυτά με 1001-2500 συνέδρους και σε αυτά με 2500 και περισσότερους συνέδρους.

Σύμφωνα με αυτή τη διάκριση και την έρευνα της Συνεδριακής αγοράς το 92% των συνεδρίων υπάγεται στις πρώτες τέσσερις κατηγορίες (μέχρι 1000 σύνεδροι) και μόνο το 8% των συνεδρίων έχει άνω των 1000 συνέδρων, ενώ το μεγαλύτερο μέρος των συνεδρίων (65%), που αντιπροσωπεύει τα επιχειρηματικά συνέδρια, έχει μέχρι 250 συνέδρους.

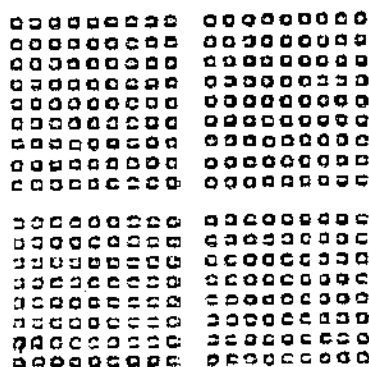
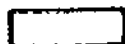
ΧΩΡΟΣ:

Ο χώρος διεξαγωγής ενός συνεδρίου διαμορφώνεται ανάλογα με της ανάγκες και το μέγεθός του.

Διαμόρφωση του χώρου σύμφωνα με τη διάταξη των καθισμάτων.

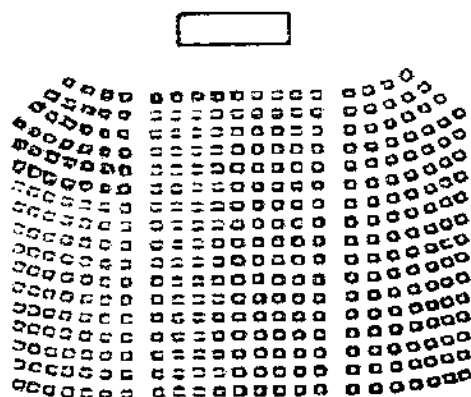
Κλασικός Θεατρικός Τύπος (Σχήμα 1) :

Χαρακτηρίζεται από τη διάταξη των καθισμάτων σε ευθείες.



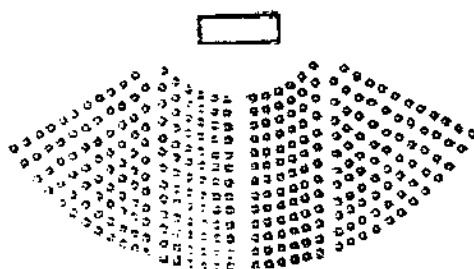
Ημικυκλικός Θεατρικός Τύπος (Σχήμα 2):

Ο κεντρικός κορμός της διάταξης των καθισμάτων είναι σε ευθείες γραμμές, σε αντίθεση με τα πλευρά της που η διάταξη των καθισμάτων είναι κυκλική.



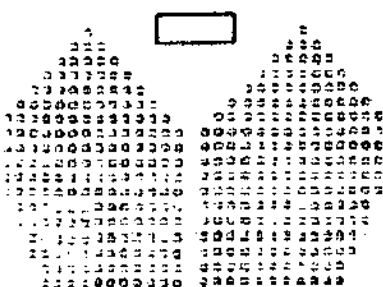
Κυκλικός Θεατρικός Τύπος (Σχήμα 3):

η διάταξη των καθισμάτων διακόπτεται από περισσότερους διαδρόμους προσπέλασης, κάθετους προς την εξέδρα, ενώ η αναγκαιότητα για οριζόντιους διαδρόμους αποκτά εκ των πραγμάτων δευτερεύουσα σημασία.



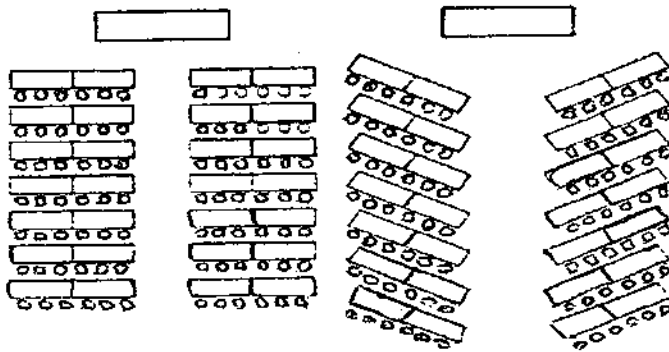
Διάταξη Σχήματος V (Σχήμα 4):

Όπως και οι δυο προηγούμενοι τύποι διατάξεων (ημικυκλικός και κυκλικός) δεν παρέχει τη δυνατότητα στο χώρο για απόδοση του μεγαλύτερου δυνατού αριθμού καθισμάτων.



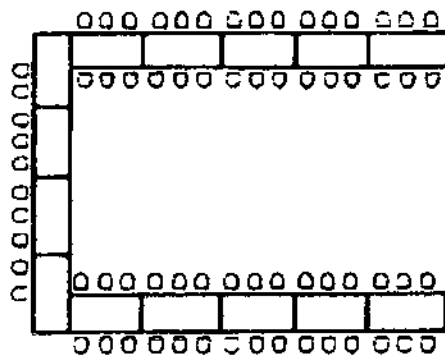
Διευθέτηση Χώρων Με Έδρανα (Σχήμα 5):

Η χρήση εδράνων έχει μεγαλύτερη άνεση από τα καθίσματα. Θα πρέπει εδώ όπως και στη διαρρύθμιση με καθίσματα, να δημιουργούνται διάδρομοι προσπέλασης με κάπως μεγαλύτερο πλάτος όμως.



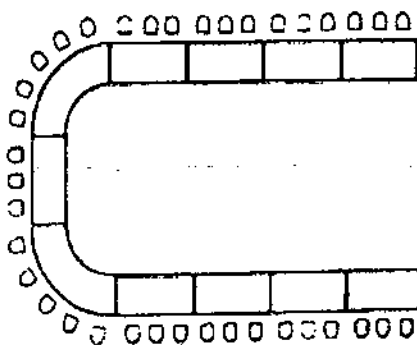
Σχηματικός Τύπος Π (Σχήμα 6):

Είναι ο πιο συνηθισμένος σχηματικός τύπος. Χρησιμοποιείται πιο πολύ για μεγέθη 60-70 ατόμων.



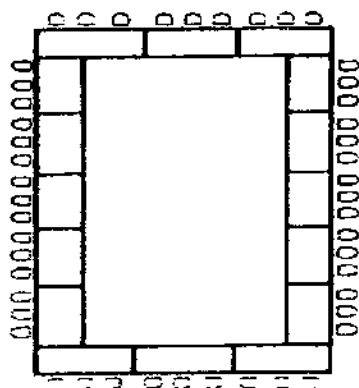
Πέταλο (Σχήμα 7):

Εδώ τα τετράγωνα ή παραλληλόγραμμα τραπέζια της κεφαλής, που την ενώνουν με τις πλευρές, τα αντικαθιστούν τραπέζια τύπου «σερπαντίνας».



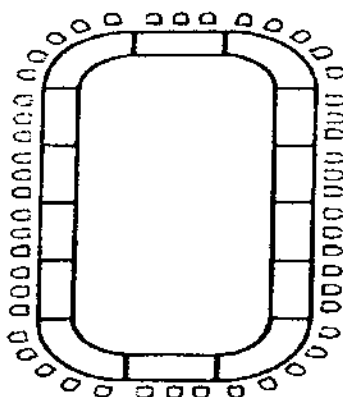
Ο Τύπος Του Κλειστού Π (Σχήμα 8):

Χρησιμοποιείται όταν υπάρχει επιθυμία να παραμεριστεί η τυπικότητα εφόσον δεν υπάρχει τραπέζι «κεφαλής». Συχνότερη χρήση έχουμε σε μεγέθη 40-60 ατόμων. Στις εσωτερικές πλευρές των τραπεζιών δεν τοποθετούνται καθίσματα.



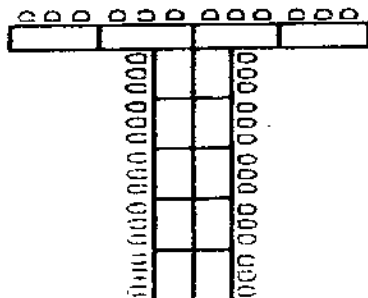
Τύπος Κλειστού Πετάλου (Σχήμα 9):

είναι παραλλαγή του κλειστού τύπου Π που εξυπηρετεί κι αυτός τις ίδιες ανάγκες και σκοπιμότητες.



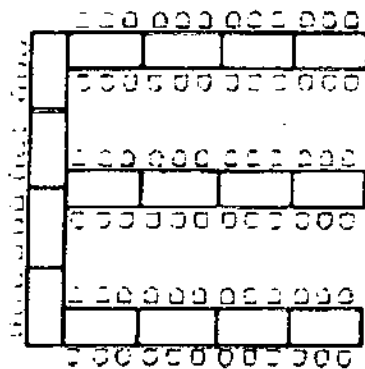
Τύπος T (Σχήμα 10):

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη 40-50 ατόμων.



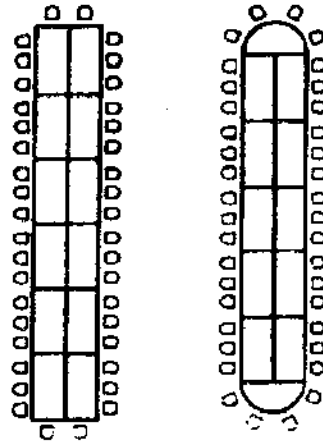
Τύπος E (Σχήμα 11):

Χρησιμοποιείται σε μεγέθη μέχρι 150 ατόμων. Παραλλαγή του τύπου E αποτελεί ο τύπος «κτένα», όπου υπάρχουν περισσότερες από τρεις παράλληλες μεταξύ τους σειρές τραπεζών. Με τον τύπο αυτό εξυπηρετούμε μεγέθη μεγαλύτερα από 150 άτομα.



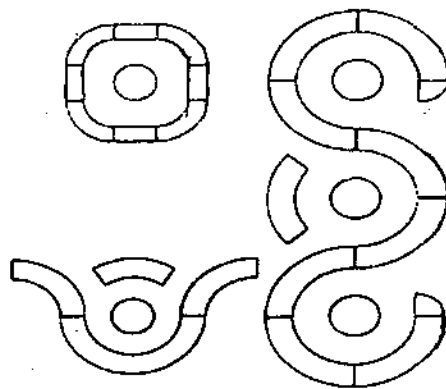
Τύπος Ι (Σχήμα 12):

Εξυπηρετεί μέχρι 50 άτομα. Στις άκρες είναι δυνατόν να χρησιμοποιήσουμε τραπέζια ημικυκλικά. Χρησιμοποιείται κυρίως για συνεδριάσεις διοικητικών συμβουλίων.



Διατάξεις με Χρήση Τραπεζιών Τύπου «Σερπαντίνας» (Σχήμα 13):

Η χρησιμοποίηση τραπεζιών διαφόρων τύπων δίνει τη δυνατότητα της δημιουργίας πρωτότυπων παρουσιάσεων σε παραθέσεις γευμάτων, δείπνων, μπουφέ.



1.5. Οπτικοακουστικός Εξοπλισμός

Η εικόνα και ο ήχος είναι αυτά που "ντύνουν" μια ομιλία, μια παρουσίαση. Χωρίς την εικόνα συνέδριο θα ήταν αδύνατο να πραγματοποιηθεί, γι'αυτό ο οπτικοακουστικός εξοπλισμός της αίθουσας είναι μια από τις σημαντικότερες παραμέτρους ενός άρτια οργανωμένου συνεδρίου και αποτελεί καθοριστικό παράγοντα για την τελική επιτυχία του. Ο εξοπλισμός αυτός μπορεί να αποτελεί πάγιο και σταθερό τμήμα στη συνεδριακή αίθουσα εφόσον οι εγκαταστάσεις είναι μόνιμες και η χρήση της αίθουσας αποκλειστική. Μέρος ή σύνολο του εξοπλισμού μπορεί να είναι και κινητό.

Μερικές από τις βασικότερες Τεχνικές Παροχές που θα πρέπει να είναι διαθέσιμες σε ένα συνέδριο είναι οι εξής:

- Βήμα/Αναλόγιο
- Τηλεσυνδιάσκεψη
- Πρόσβαση σε ISDN & Internet
- Συστήματα ταυτόχρονης διερμηνείας. Η πρώτη πληροφορία που πρέπει να δοθεί είναι ο αριθμός των γλωσσών που θα γίνει η μετάφραση προκειμένου να υπολογιστεί ο αριθμός των μεταφραστικών καμπίνων. Θα πρέπει να γίνει ιδιαίτερα σαφές ότι προκειμένου να εκτελέσουν οι διερμηνείς το έργο τους είναι σημαντικό αφ' ενός μεν οι μεταφραστικές καμπίνες να βρίσκονται σε τέτοια θέση ώστε οι διερμηνείς να έχουν απρόσκοπτη οπτική επαφή με τους ομιλητές και τις τυχόν προβολές, εφ' ετέρου δε η αίθουσα να είναι εξοπλισμένη με αρκετά μικρόφωνα ώστε οι διερμηνείς να ακούν πάντα τον ομιλούντα αλλά και τις ερωτήσεις που τυχόν θα θέσουν οι σύνεδροι. Για τυχόν ηχογράφηση της διερμηνείας θα πρέπει να ζητηθεί η άδεια από τους διερμηνείς και να είναι ενήμεροι σχετικά οι τεχνικοί.
- Συστήματα ψηφοφορίας με/χωρίς καλωδίωση
- Προσωπικοί υπολογιστές- εκτυπωτές
- Οθόνες
- Σχεδιασμός περιβάλλοντος εξέδρας
- Video Cameras. Για τη βιντεοσκόπηση μιας εκδήλωσης, τοποθετούμε μια ή περισσότερες κάμερες στην αίθουσα. Η κάθε κάμερα χρειάζεται δικό της χειριστή, ο δε φωτισμός που χρειάζεται για την καλή λήψη μπορεί να έρχεται σε αντίθεση με το φωτισμό της αίθουσας.
- Αναπαραγωγή και μοντάζ Video. Υπάρχουν πολλά είδη ανάλογα με την πιστότητα της εικόνας και το χρωματικό σύστημα που θα επιλεγεί.
- Video Projector. Είναι απαραίτητο για την καλύτερη εμφάνιση της εικόνας, σε συνέδρια και παρουσιάσεις. Υπάρχει η δυνατότητα προβολής σημάτων video, P.C. & Mackintosh. Οι συσκευές video projectors ποικίλουν ανάλογα με τη φωτεινότητα και την ανάλυση.
- Εναέριοι προβολείς
- Προβολείς διαφανειών
- Τηλεχειριστήριο υπερύθρων
- Δείκτες Laser
- Σύστημα κλήσης με πολλαπλούς αποδέκτες

- Ηχητική εγκατάσταση. Ένας από τους σημαντικότερους παράγοντες επιτυχίας είναι ο ήχος. Στοιχεία που παίζουν σημαντικό ρόλο στο καλό ήχο είναι:
 1. Το μέγεθος της αίθουσας (εάν π.χ. έχει αντίλαλο)
 2. Ο αριθμός ατόμων (εάν είναι μεγάλος σε σχέση με το μέγεθος της αίθουσας)
 3. Η ποιότητα των μηχανημάτων (αποφεύγονται μικροφωνισμοί και βόμβοι)
 4. Εμπειρία τεχνικών που χειρίζονται τα μηχανήματα
- Φωτισμός ειδικών εφε. Σημαντικό ρόλο παίζει ο κατάλληλος φωτισμός ενός χώρου, ανάλογα με το είδος της εκδήλωσης. Παράδειγμα στα συνέδρια αποφασιστικός παράγων για το φωτισμό είναι ο αριθμός των ομιλητών που παίρνουν μέρος και η διαμόρφωση του χώρου στον οποίο πραγματοποιείται.
- Video walls. Αποτελείται από οθόνες που προσαρμόζονται ανάλογα με τις ανάγκες και τον διαθέσιμο εξοπλισμό ώστε να επιτυγχάνονται διάφορα μεγέθη εικόνας. Με το video wall μπορούν να προβληθούν σήματα από video, P.C & Mackintosh. Τα μοντέλα που υπάρχουν στην αγορά είναι παλαιάς και νέας τεχνολογίας. Τα παλαιάς τεχνολογίας διαθέτουν TV monitors, με ελάχιστη απόσταση μεταξύ τους.
- Προβολείς video
- Video Conference. Είναι η τεχνολογία που επιτρέπει τη συνάντηση και συζήτηση πολλών ανθρώπων μεταξύ τους ενώ βρίσκονται σε διαφορετικές πόλεις ή χώρες. Χρησιμοποιώντας Video Conference, παρέχεται η δυνατότητα οι σύνεδροι και των δύο πόλεων ή χωρών να έχουν την ίδια εικόνα και ήχο. Μια τέτοια σύνδεση δε μπορεί να γίνει με απλές τηλεφωνικές γραμμές του ΟΤΕ ή με ISDN. Είναι λοιπόν απαραίτητο να ενημερωθεί ο τεχνικός για το είδος των τηλεφωνικών γραμμών που διαθέτουν όλες οι αίθουσες.

1.6. Συνέδρια και επισιτιστικές εκδηλώσεις.

Ένας παράγοντας ο οποίος παίζει καθοριστικό ρόλο στη επιτυχημένη έκβαση ενός συνεδρίου είναι το θέμα των επισιτιστικών εκδηλώσεων που θα πραγματοποιηθούν.

Αρχικά όταν ο αριθμός των συνέδρων είναι μεγαλύτερος από 40 άτομα καλύτερα προτιμάται ο μπουφές από το σερβιριστώ φαγητό, διότι υπάρχει πολύ μεγάλη ποικιλία σε σχέση με τα προκαθορισμένα menu, με αποτέλεσμα να ελαχιστοποιείται η πιθανότητα να υπάρχουν παράπονα για το φαγητό. Με το μπουφέ μπορεί να προσφερθεί μεγάλη ποικιλία από εδέσματα, σαλάτες, επιδόρπια, έχοντας έτσι τη δυνατότητα να ικανοποιηθούν οι διαφορετικές διατροφικές συνήθειες και τα διαφορετικά "γούστα" των συμμετεχόντων. Επιπλέον στις περιπτώσεις στις οποίες λαμβάνουν μέρος σύνεδροι από ξένες χώρες είναι χρήσιμο τα διάφορα γεύματα να περιλαμβάνουν ελληνική κουζίνα (παραδοσιακά φαγητά, γλυκά, τυριά, φρούτα). Η Μεσογειακή κουζίνα γενικότερα είναι μια κλασική περίπτωση του "τερπνόν μετά του ωφελίμου"

καθώς είναι διάσημη ως πολύ υγιεινή και νόστιμη με αποτέλεσμα ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι από κάθε σημείο του πλανήτη ενδιαφέρονται να γνωρίσουν προϊόντα και γεύσεις από τη Μεσόγειο.

Μια ακόμη αξιοσημείωτη παρατήρηση για την οργάνωση της εκδήλωσης, αν μετά το γεύμα συνεχίζεται το συνέδριο είναι να έχει προβλέψει να συνοδεύουν το φαγητό μόνο αναψυκτικά και όχι κρασί ή μπύρες. Είναι σημαντικό γιατί δεν πρέπει στην φυσιολογική χαλάρωση που θα νιώσουν οι σύνεδροι μετά το φαγητό να προστεθεί υπνηλία που πιθανών θα προκαλέσει το αλκοόλ.

Ένα βασικό στοιχείο που ενισχύει την όλη εικόνα του συνεδρίου είναι η εναλλαγή χώρων στις επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δηλαδή είναι προτιμότερο να διαφέρει ο χώρος του γεύματος από αυτόν του δείπνου. Αν το συνέδριο γίνεται σε ξενοδοχείο το οποίο δεν προσφέρει ή δεν έχει διαθέσιμο τη συγκεκριμένη ημέρα άλλο εστιατόριο, τότε μπορεί να επιλεγεί ένας χώρος εκτός ξενοδοχείου. Αυτή η αλλαγή παραστάσεων όσο απλή και αν ακούγεται, είναι ουσιώδης και συμβάλλει αποφασιστικά στην ενίσχυση της θετικής εικόνας της εκδήλωσης.

Συμπερασματικά οι οργανωτές συνεδρίων θα πρέπει να εστιάζουν την προσοχή τους όχι μόνο στην άρτια συνεδριακή υποδομή (αίθουσες, οπτικοακουστικός εξοπλισμός κλπ.) αλλά και σε ένα άλλο τομέα που είναι αυτός των επισιτιστικών εκδηλώσεων. Αναμφίβολα αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι του συνεδρίου, επομένως χρήζει ιδιαίτερης προσοχής από την πλευρά ότι οργανωτή, η επιλογή των φαγητών/ποτών αλλά και των χώρων που θα πραγματοποιηθούν οι επισιτιστικές εκδηλώσεις. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι συνέδριο δεν σημαίνει μόνο εργασία αλλά αποτελεί συνδυασμό εργασίας, ψυχαγωγίας και διασκέδασης.

1.7. Η Τιμολογιακή Πολιτική

Ο Συνεδριακός τουρισμός είναι μια από τις πιο ακριβές εναλλακτικές μορφές τουρισμού και οι τιμές των συνεδριοτουριστικών προϊόντων είναι από τις πιο υψηλές σε σύγκριση με τις τιμές των προϊόντων άλλων μορφών τουρισμού. Αυτό οφείλεται και σε αντικειμενικούς λόγους τιμολογιακής πολιτικής. Οι κυριότεροι από τους λόγους αυτούς είναι:

Η πολιτεία με την απόφαση για την ανέγερση Συνεδριακών Κέντρων καθορίζει ότι η ξενοδοχειακή τους υποδομή πρέπει να είναι Lux ή 5 αστέρων. Στην ίδια κατηγορία υπάγονται και τα περισσότερα Ξενοδοχεία που διαθέτουν συνεδριακούς χώρους και ανταγωνίζονται μέσα στη Συνεδριακή αγορά. Οι τιμές όμως της κατηγορίας αυτής είναι οι υψηλότερες.

1. Το τουριστικό πακέτο που προσφέρεται στους συνέδρους δεν περιλαμβάνει μόνο στέγαση και τις συνήθεις επισιτιστικές υπηρεσίες, αλλά και πρόσθετες δαπανηρές τουριστικές υπηρεσίες (δεξιώσεις έναρξης και πέρατος των συνεδρίων, επίσημα γεύματα, περισσότερα coffee breaks, πολιτιστικές και κοσμικές εκδηλώσεις, περιηγήσεις και πιθανώς μικρές κρουαζιέρες).
2. Κατά τη διάρκεια των συνεδρίων εφαρμόζονται παράλληλα προγράμματα απασχόλησης, ψυχαγωγίας και περιηγήσεων για τους συνοδούς των συνέδρων, προγράμματα τα οποία αυξάνουν τη δαπάνη του Συνεδρίου.
3. Οι σύνεδροι επειδή κατά κανόνα είναι εύποροι, επιτυχημένοι, πολυταξιδεμένοι και κοσμοπολίτες, ικανοποιούνται μόνο με υψηλής ποιότητας και ακριβά τουριστικά προϊόντα και αυτά επιζητούν.
4. Οι φορείς των συνεδρίων προτιμούν να πληρώσουν υψηλές τιμές για να προσελκύσουν υψηλής στάθμης συνέδρους, δεδομένου μάλιστα ότι τα τελικά κέρδη τους από ένα συνέδριο θα είναι υψηλότερα των δαπανών τους.
5. Οι τιμές κατασκευής της ειδικής κτιριακής υποδομής των συνεδριακών χώρων, οι τιμές της επίπλωσής τους και οι τιμές του ειδικού εξοπλισμού τους με σύγχρονα οπτικοακουστικά και ηλεκτρονικά μέσα είναι υψηλές και οι αντίστοιχες αποσβέσεις τους κυμαίνονται σε υψηλά ποσοστά.
6. Οι λοιπές υποστηρικτικές υπηρεσίες των συνεδρίων όπως οι υπηρεσίες της διερμηνείας είναι πολύ ακριβές.

Και ενώ υφίστανται οι παραπάνω λόγοι, οι διοικήσεις των Συνεδριακών Κέντρων και των Ξενοδοχείων με συνεδριακούς χώρους, πρέπει να τιμολογήσουν τα συνεδριοτουριστικά προϊόντα που πωλούν, λαμβάνοντας υπόψη και τους γενικούς παράγοντες τιμολόγησης, όπως:

1. Τον παράγοντα ανταγωνισμό στο εγγύς και στο ευρύτερο ή ακόμη και στο διεθνές περιβάλλον και τη μορφή της συνεδριοτουριστικής αγοράς
2. Το κατά μονάδα κόστος των προϊόντων
3. Τις οικονομικές διακυμάνσεις
4. Την επίδραση των μεσαζόντων του συνεδριοτουριστικού κυκλώματος, στις τιμές των προϊόντων.

5. Την εποχή στην οποία επιθυμεί ο φορέας να γίνει το συνέδριο σε συνδυασμό με την πληρότητα των Ξενοδοχειακών χώρων.
6. Την επιδίωξη της μελλοντικής συνεργασίας με το φορέα που πραγματοποιεί τι συνέδριο.
7. Την πιθανή δημοσιότητα και την καλή φήμη που θα αποκτήσει το Συνεδριακό Κέντρο ή το Ξενοδοχείο, στην περίπτωση που το Συνέδριο αποτελεί γεγονός και συγκεντρώνει τα φώτα των ΜΜΕ.

Γενικά ο Συνεδριακός Τουρισμός θεωρείται μια από τις πιο "πλούσιες" και συναλλαγματοφόρες μορφές τουρισμού και οι τουρίστες που τον προτιμούν ξοδεύουν κατά μέσο όρο τρεις φορές περισσότερα από όσα ξοδεύει ο μέσος τουρίστας.

2ο ΚΕΦΑΛΑΙΟ: **Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΔΙΕΘΝΩΣ**

2.1. ΔΕΔΟΜΕΝΑ , ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ ΚΑΙ ΕΚΤΙΜΗΣΕΙΣ

Για να εκτιμηθούν τα περιθώρια ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα και η σημασία τους και για να χαραχθεί πολιτική αξιοποίησης των σχετικών δυνατοτήτων , ένα από τα προαπαιτούμενα είναι η γνώση των εξελίξεων στον κλάδο στα πρόσφατα χρόνια διεθνώς.

2.1.α. Ρυθμός ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού στα πρόσφατα χρόνια

Οι ενδείξεις και οι πληροφορίες για τον ρυθμό ανάπτυξης του συνεδριακού τουρισμού τα τελευταία χρόνια είναι αντικρουόμενες. Σε κάποιες πηγές , που κατά γενική ομολογία θεωρούνται έγκυρες , αναφέρεται ότι πρόκειται για έναν από τους ταχύτερα αναπτυσσόμενους κλάδους του τουριστικού τομέα . Από τη στατιστική πληροφόρηση γίνεται σαφές ότι σε ορισμένες χώρες στα πρόσφατα χρόνια ο συνεδριακός τουρισμός αναπτυσσόταν με πολύ γοργούς ρυθμούς σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό . Έτσι π.χ για την περίοδο 1989 - 95 ο μέσος ετήσιος ρυθμός αύξησης της συνολικής δαπάνης για συνεδριακές εκδηλώσεις στο Ηνωμένο Βασίλειο πλησίασε το 10% ενώ ο αντίστοιχος ρυθμός για την συνολική δαπάνη αλλοδαπών τουριστών στη χώρα αυτή υπολείπονταν του 6% (Anton Shone , 1998 , σελ.170-171 και World Tourism Organization , Vol. I Ed.48, 49).

Αντίθετα , με τα αποσπασματικά στατιστικά δεδομένα εξειδικευμένων οργανισμών που ασχολούνται με το θέμα , προκύπτει διαφορετική εικόνα . Έτσι π.χ με βάση τα δεδομένα από τη Διεθνή Ένωση Συνεδρίων και συσκέψεων που εδρεύει στο Amsterdam (The International Meetings Association – ICCA) ο συνολικός αριθμός των συνεδριακών εκδηλώσεων που αναφέρθηκε από τα μέλη της στη τριετία 1997 - 99 κινήθηκε στα ίδια επίπεδα , χωρίς σαφή ανοδική τάση (2,813 , 2,957 και 2,626 συναντήσεις αντίστοιχα για τα έτη 1997 , 1998 και 1999). Οι Η.Π.Α. εξακολουθούν να ηγούνται της διεθνούς αγοράς συνεδρίων, αφού κατά το 2003, έτος για το οποίο διαθέτουμε και τα περισσότερα πρόσφατα στοιχεία, πραγματοποιήθηκαν στη χώρα 232 συνέδρια, ενώ ακολουθούν η Ισπανία με 220 συνέδρια, η Μεγάλη Βρετανία με 117 συνέδρια, η Γερμανία με 161 συνέδρια και η Ιταλία στην οποία πραγματοποιήθηκαν 146 συνέδρια. Όπως δείχνουν ωστόσο τα συγκεκριμένα στοιχεία, η Ιταλία αποτέλεσε τη χώρα έκπληξη της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς, αφού πραγματοποίησε «άλμα» μέσα στην πρώτη πεντάδα, φτάνοντας από τη δέκατη στη τέταρτη θέση. Αντιθέτως, αρνητική εξέλιξη παρουσίασε η αγορά της Γερμανίας,

αφού η χώρα «κατέβηκε» στη πέμπτη θέση διεθνώς από την τέταρτη θέση που κατείχε πριν. Σε ότι αφορά στα μερίδια αγοράς ανά Ήπειρο, η Ευρώπη ήταν στην κορυφή της αγοράς το 2003, ενώ είδε το μερίδιό της να αυξάνει φθάνοντας στο 62%, κρατώντας έτσι την πρώτη θέση με διαφορά. Όσον αφορά στη συνεδριακή δραστηριότητα που συντελείται στις υπόλοιπες ηπείρους, κατά το 2003 σημειώθηκε μια ελαφρά μείωση στα μερίδια της αγοράς της Αφρικής, της Λατινικής και Βόρειας Αμερικής. Από την άλλη πλευρά, οι αγορές της Ασίας, αλλά και της Αυστραλίας- Ειρηνικού έχουν μείνει σταθερές. Συγκεκριμένα, στις χώρες της Ασίας διοργανώθηκε πέρυσι το 16% της παγκόσμιας συνεδριακής δραστηριότητας, ακολούθησαν οι χώρες της Βόρειας Αμερικής με 10%, οι χώρες της Λατινικής Αμερικής απέσπασαν το 6% των συνεδρίων παγκοσμίως, σε χώρες της Αυστραλίας και του Ειρηνικού διοργανώθηκε το 4% των συνεδρίων διεθνώς, ενώ η Αφρική απέσπασε μόνο το 2% της συνεδριακής δραστηριότητας κατά το 2003. Είναι σαφές βέβαια, ότι τα στοιχεία που αναφέρονται, δεν καλύπτουν το σύνολο των συνεδριακών δραστηριοτήτων. Εκτός από τις συναντήσεις με μικρό αριθμό συμμετεχόντων (κάτω από 50 άτομα), που δεν καλύπτονται, διαφεύγει και πολύ σημαντικό μέρος των μεγαλύτερων εκδηλώσεων, είτε από παράλειψη, είτε διότι οι οργανωτές δεν είναι μέλη της ICCA, πράγμα που συμβαίνει σε αρκετά μεγάλο βαθμό.

2.1.β. Γεωγραφική κατανομή των συνεδριακών δραστηριοτήτων

Η γεωγραφική κατανομή της συνεδριακής κίνησης είναι αρκετά διαφορετική από την αντίστοιχη κατανομή του γενικού τουρισμού. Όπως φαίνεται από τον πίνακα 1, από την άποψη του αριθμού των συνεδριακών εκδηλώσεων που καταγράφονται από την ICCA, καλές θέσεις κατέχουν χώρες όπως π.χ η Φινλανδία, η Σουηδία, η Ολλανδία, η Ουγγαρία και η Νορβηγία, το μερίδιο των οποίων στον γενικό διεθνή τουρισμό είναι σε πολύ χαμηλότερο. Στον πίνακα 2, με βάση τα στοιχεία στον πίνακα 1 και άλλα στοιχεία για τις συναλλαγματικές εισπράξεις από τον τουριστικό τομέα, δίνεται μια αδρή εικόνα ως προς τον βαθμό εξειδίκευσης διάφορων χωρών στον συνεδριακό τουρισμό, συγκριτικά με το μερίδιό τους στον τουρισμό συνολικά. Ως ένδειξη του μεριδίου μιας χώρας στη διεθνή συνεδριακή κίνηση χρησιμοποιείται ο αριθμός των συνεδριακών εκδηλώσεων σε αυτήν, που δίνεται στον πίνακα 1 και ως ένδειξη του μεριδίου της στον τουρισμό συνολικά οι συναλλαγματικές εισπράξεις όπως δίνονται από τον Διεθνή Οργανισμό Τουρισμού. Ανάλογες εκτιμήσεις δίνονται και στον πίνακα 3 ειδικότερα για την Ευρώπη. Είναι αρκετά σαφές ότι από τους πίνακες 1-3 ορισμένες χώρες συγκεντρώνουν πολύ υψηλότερο μερίδιο της συνεδριακής δραστηριότητας σε σχέση με το αντίστοιχο μερίδιο που συγκεντρώνουν στον γενικό τουρισμό.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1**ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ 1997 – 1999**

| ΧΩΡΑ | 1997 | 1998 | 1999 |
|---------------------|-------------|-------------|-------------|
| ΗΠΑ | 223 | 233 | 200 |
| ΙΣΠΑΝΙΑ | 138 | 165 | 156 |
| ΗΝΩΜΕΝΟ ΒΑΣΙΛΕΙΟ | 185 | 179 | 153 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 147 | 162 | 149 |
| ΓΑΛΛΙΑ | 134 | 146 | 129 |
| ΙΤΑΛΙΑ | 129 | 132 | 113 |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ | 129 | 109 | 103 |
| ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ | 74 | 86 | 100 |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 124 | 115 | 97 |
| ΙΑΠΩΝΙΑ | 91 | 112 | 90 |
| ΚΑΝΑΔΑΣ | 79 | 77 | 79 |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 67 | 94 | 78 |
| ΣΟΥΗΔΙΑ | 71 | 102 | 75 |
| ΒΡΑΖΙΛΙΑ | 43 | 50 | 73 |
| ΟΥΓΓΑΡΙΑ | 39 | 44 | 71 |
| ΝΟΡΒΗΓΙΑ | 58 | 43 | 64 |
| ΔΑΝΙΑ | 65 | 87 | 61 |
| ΕΛΒΕΤΙΑ | 63 | 59 | 53 |
| ΒΕΛΓΙΟ | 69 | 66 | 50 |
| Ν.ΚΟΡΕΑ | 40 | 47 | 48 |
| Ν.ΑΦΡΙΚΗ | 36 | 49 | 45 |
| ΙΣΡΑΗΛ | 39 | 56 | 42 |
| ΕΛΛΑΔΑ | 51 | 48 | 40 |
| ΤΑΙΛΑΝΔΗ | 43 | 33 | 38 |
| ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ | 63 | 73 | 37 |
| ΛΟΙΠΕΣ | 633 | 590 | 482 |
| ΣΥΝΟΛΟ | 2,813 | 2,957 | 2,626 |

• ΠΗΓΗ : ICCA Statistics . 1999

ΠΙΝΑΚΑΣ 2**ΡΟΛΟΣ ΓΕΝΙΚΟΥ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ ΧΩΡΑ 1997-1999**

| ΧΩΡΑ | ΚΑΤΑΤΑΞΗ | | ΜΕΡΙΔΙΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟΥ ΣΥΝΟΛΟΥ | | ΛΟΓΟΣ ΜΕΡΙΔΙΟ -Υ ΣΤΗΛΗΣ (4) ΠΡΟΣ ΣΤΗΛΗ (5) |
|---------------|---|---|--|---|--|
| | ΜΕ ΒΑΣΗ ΑΡΙΘΜΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ 1997-1999 | ΜΕ ΒΑΣΗ ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΑ ΕΣΟΔΑ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ 1994 | ΑΡΙΘΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΩΝ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ 1997 - 1999 | ΣΥΝΑΛΛΑΓΜΑΤΙΚΩΝ ΕΣΟΔΩΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) |
| ΗΠΑ | 1 | 1 | 7,8 | 17,5 | 0,45 |
| ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ | 2 | 5 | 6,2 | 4,4 | 1,41 |
| ΙΣΠΑΝΙΑ | 3 | 4 | 5,5 | 6,3 | 0,87 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 4 | 7 | 5,5 | 3,1 | 1,77 |
| ΓΑΛΛΙΑ | 5 | 2 | 4,9 | 7,1 | 0,69 |
| ΙΤΑΛΙΑ | 6 | 3 | 4,5 | 6,9 | 0,65 |
| ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ | 7 | 15 | 4,1 | 1,7 | 2,41 |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 8 | 17 | 4,0 | 1,6 | 2,50 |
| ΙΑΠΩΝΙΑ | 9 | 25 | 3,5 | 1,0 | 3,50 |
| ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ | 10 | 43 | 3,1 | 0,4 | 7,75 |
| ΣΟΥΗΔΙΑ | 11 | 29 | 3,0 | 0,8 | 3,75 |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 12 | 6 | 2,8 | 3,8 | 0,74 |
| ΚΑΝΑΔΑΣ | 13 | 13 | 2,8 | 1,8 | 1,56 |
| ΔΑΝΙΑ | 14 | 28 | 2,5 | 0,9 | 2,78 |
| ΒΕΛΓΙΟ | 15 | 18 | 2,2 | 1,5 | 1,47 |
| ΕΛΒΕΤΙΑ | 16 | 9 | 2,1 | 2,2 | 0,95 |
| ΒΡΑΖΙΛΙΑ | 17 | 36 | 2,0 | 0,6 | 3,33 |
| ΝΟΡΒΗΓΙΑ | 18 | 34 | 2,0 | 0,6 | 3,33 |
| ΟΥΓΓΑΡΙΑ | 19 | 40 | 1,8 | 0,4 | 4,50 |
| ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ | 20 | 23 | 1,8 | 1,1 | 1,64 |
| ΕΛΛΑΔΑ | 21 | 22 | 1,7 | 1,1 | 1,55 |
| ΙΣΡΑΗΛ | 22 | 31 | 1,6 | 0,7 | 2,29 |
| Ν.ΚΟΡΕΑ | 23 | 24 | 1,6 | 1,1 | 1,45 |
| Ν.ΑΦΡΙΚΗ | 24 | 42 | 1,5 | 0,4 | 3,75 |
| ΤΑΪΛΑΝΔΗ | 25 | 16 | 1,4 | 1,7 | 0,82 |

• ΠΗΓΗ : WTO, Yearbook of Tourism Statistics, Vol.I, 48 ED. ICCA, Statistics, 1999

ΠΙΝΑΚΑΣ 3**ΜΕΡΙΔΙΑ ΕΥΡΩΠΑΪΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΚΑΤΑ****ΧΩΡΑ****1987 - 1999**

| ΧΩΡΑ | ΜΕΣΟΣ ΕΤΗΣΙΟΣ ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ | ΜΕΡΙΔΙΟ % ΜΕ ΒΑΣΗ ΣΤΗΛΗ (2) | ΜΕΡΙΔΙΟ % ΣΥΝΟΛΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ* | ΒΑΘΜΟΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ ΣΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ** |
|---------------|----------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|---|
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) |
| ΗΝ.ΒΑΣΙΛΕΙΟ | 153 | 11,3 | 14,6 | 0,77 |
| ΓΕΡΜΑΝΙΑ | 144 | 10,7 | 5,00 | 2,13 |
| ΓΑΛΛΙΑ | 143 | 10,6 | 11,2 | 0,95 |
| ΟΛΛΑΝΔΙΑ | 112 | 8,3 | 2,40 | 3,44 |
| ΙΣΠΑΝΙΑ | 112 | 8,3 | 18,9 | 0,44 |
| ΙΤΑΛΙΑ | 107 | 7,9 | 14,6 | 0,54 |
| ΑΥΣΤΡΙΑ | 72 | 5,3 | 9,00 | 0,59 |
| ΔΑΝΙΑ | 67 | 4,9 | 0,75 | 6,50 |
| ΦΙΝΛΑΝΔΙΑ | 65 | 4,8 | 0,54 | 8,85 |
| ΣΟΥΗΔΙΑ | 65 | 4,8 | 0,74 | 6,44 |
| ΒΕΛΓΙΟ | 57 | 4,2 | 1,60 | 2,62 |
| ΕΛΒΕΤΙΑ | 57 | 4,2 | 3,20 | 1,30 |
| ΝΟΡΒΗΓΙΑ | 46 | 3,4 | 0,87 | 3,89 |
| ΟΥΓΓΑΡΙΑ | 44 | 3,2 | 1,30 | 2,46 |
| ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ | 37 | 2,8 | 3,90 | 0,71 |
| ΕΛΛΑΔΑ | 32 | 2,4 | 7,20 | 0,33 |
| ΤΣΕΧΙΑ | 19 | 1,4 | 1,90 | 0,74 |
| ΙΡΛΑΝΔΙΑ | 19 | 1,4 | 2,20 | 0,63 |

*με βάση διανυκτερεύσεις αλλοδαπών σε ξενοδοχεία και άλλα καταλύματα 1998

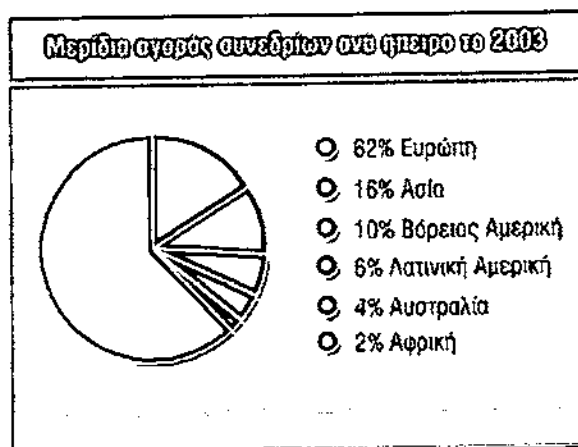
**Πηλίκιο στήλης (4) προς στήλη (5)

Τα αίτια του φαινομένου μπορεί να ποικίλλουν . Φαίνεται όμως να συνδέονται κατά κύριο λόγο με τους συσχετισμούς μεταξύ της γεωγραφικής κατανομής των πηγών της ζήτησης για συνεδριακές υπηρεσίες και των χαρακτηριστικών της από τη μια μεριά και των προσπαθειών ανάπτυξης της προσφοράς του είδους αυτού των υπηρεσιών από την άλλη . Έτσι , ορισμένες χώρες με μεγάλο πληθυσμό, σχετικά υψηλό κατά κεφαλήν εισόδημα και χαμηλό βαθμό ειδίκευσης στον γενικό τουρισμό , όπως π.χ η Ιαπωνία και σε μικρότερο βαθμό η Γερμανία , που είναι μεγάλες πηγές προέλευσης του γενικού τουριστικού ρεύματος μάλλον παρά χώρες προορισμού , θα ήταν αναμενόμενο να έχουν μεγαλύτερο μερίδιο στο συνεδριακό τουρισμό σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό . Με δεδομένο τον πληθυσμό , η ζήτηση υπηρεσιών συνεδριακού τουρισμού εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το επίπεδο διαβίωσης και την κοινωνική και οικονομική οργάνωση . Το είδος των οργανισμών και οργανώσεων από τις οποίες κύρια πηγάζει η ζήτηση αυτή και

ιδιαίτερα οι μεγάλες επιχειρήσεις συγκεντρώνονται σε μεγάλο βαθμό στις πλούσιες και ταυτόχρονα μεγάλες χώρες . Για λόγους που έχουν να κάνουν με το κόστος αλλά και με τη φύση των συνεδριακών εκδηλώσεων, συγκριτικά μεγάλο μέρος τους γίνονται στη χώρα προέλευσης της ζήτησης. Με σχετικά υψηλή την εγχώρια ζήτηση συνεδριακών εκδηλώσεων και σχετικά χαμηλή την εγχώρια αλλά και την ξένη ζήτηση των γενικών τουριστικών υπηρεσιών σε χώρες όπως αυτές που αναφέραμε , είναι φυσικό το μερίδιο τους σε συνεδριακό τουρισμό να είναι υψηλότερο από το αντίστοιχο μερίδιο του γενικού τουρισμού .

Φαίνεται όμως να υπάρχει και μια άλλη ομάδα σχετικά μικρών χωρών , που περιλαμβάνει κυρίως βορειοευρωπαϊκές χώρες αλλά και άλλες όπως το Ισραήλ και την Ουγγαρία , όπου το σχετικό υψηλό μερίδιο στο συνεδριακό τουρισμό είναι αποτέλεσμα διάφορων παραγόντων , όπως η ευνοϊκή γεωγραφική θέση σε σχέση με της μεγάλες πηγές ζήτησης ή η επιτυχής προσπάθεια εξειδίκευσης στο είδος αυτό των υπηρεσιών και ανάπτυξης της προσφοράς , ακριβώς επειδή φαίνεται η ζήτηση εξαρτάται λιγότερο από τον κλιματολογικό παράγοντα και το χαμηλό κόστος σε απόλυτους όρους και περισσότερο από την ποιότητα των υπηρεσιών και την γενικότερη εικόνα της χώρας προορισμού . Είναι σαφές ότι για τις χώρες αυτές η εσωτερική ζήτηση για συνεδριακές υπηρεσίες , οποία λόγω του μεγέθους τους δεν μπορεί παρά να είναι περιορισμένη , δεν είναι δυνατό να δικαιολογήσει τα σχετικά μεγέθη , όπως αυτά εμφανίζονται στους πίνακες που προαναφέρθηκαν . Στην κατηγορία των χωρών που έχουν επιτύχει κάποιο βαθμό εξειδίκευσης στο συνεδριακό τουρισμό φαίνεται να ανήκουν ορισμένες από τις μεγαλύτερες χώρες όπως η Βραζιλία , η Αυστραλία και η νότια Αφρική ίσως γιατί η κάθε μια με τον τρόπο της , παρουσιάζουν ένα ιδιαίτερο ενδιαφέρον και προσφέρονται για τον συνδυασμό γενικού και συνεδριακού τουρισμού .

Την πρώτη θέση στην προτίμηση συνέδρων για τη διεξαγωγή συνεδρίων την κατέχει ακόμη η Ευρώπη . Στην δεύτερη και τρίτη θέση βρίσκεται αντίστοιχα η Αμερική και η Ασία .



Στην Ευρώπη η Μ.Βρετανία , η Ισπανία , η Ολλανδία , η Γαλλία είναι μεταξύ των κυριότερων προτιμώμενων χωρών προορισμού . Το Λονδίνο και η Νέα Υόρκη είναι από τους αγαπητούς προορισμούς , Μαδρίτη , Βιέννη , Κοπεγχάγη , Βαρκελώνη , από τις πόλεις που παρουσιάζουν τάσεις ανόδου Παρίσι , Νίκαια πάντα δημοφιλή , ενώ η Αθήνα στην 35 θέση διεθνώς και 25 στην Ευρώπη σημειώνει μια ικανοποιητική κίνηση αν σκεφτεί κανείς ότι δεν διαθέτει μεγάλο συνεδριακό κέντρο .

Σε ότι αφορά στην κατανομή των συνεδρίων ανά πόλη κατά την περσινή χρονιά, στην Ευρώπη τα πρωτεία κατείχε η πρωτεύουσα της Αυστρίας Βιέννη με 89 συνέδρια, ενώ ακολούθησαν η Βαρκελώνη με 78 διοργανώσεις, η Σγκαπούρη με 75, η Στοκχόλμη με 70 και η Λισσαβόνα με 63 συνέδρια.

2.1.γ. Εποχικότητα Συνεδριακού Τουρισμού

Από τα διαθέσιμα στοιχεία που έχουμε προκύπτει με σαφήνεια ότι :

- Ο συνεδριακός τουρισμός παρουσιάζει γενικά μικρότερο βαθμό από τον γενικό τουρισμό ,
- Στο βόρειο ημισφαίριο οι περίοδοι αιχμής του συνεδριακού τουρισμού τοποθετούνται πριν και μετά τους καλοκαιρινούς μήνες αιχμής (Άνοιξη και Φθινόπωρο)

Από στοιχεία για την εποχική κατανομή της συνεδριακής κίνησης τα τελευταία χρόνια σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες στην Ελλάδα , οι οποίες διαθέτουν αξιόλογη συνεδριακή υποδομή , φιλοξενούν συνέδρια και δέχονται αξιόλογους αριθμούς συνεδριακών επισκεπτών , προκύπτει σαφώς ότι η ένταση της εποχικότητας του είδους αυτό του τουρισμού είναι πολύ μικρότερη σε σύγκριση με τον γενικό τουρισμό .

Σύμφωνα με στοιχεία της Coopers and Lybrand για την Μεγάλη Βρετανία , ο βαθμός εποχικότητας της συνεδριακής κίνησης της χώρας το 1990 ήταν πολύ περιορισμένος . Η χαμηλότερη συμμετοχή , το καλοκαιρινό τρίμηνο , υπερέβαινε το 20% του ετήσιου συνόλου , ενώ η συμμετοχή του φθινοπωρινού τριμήνου (τριμήνου αιχμής) υπολείπεται του 30%. Όπως φαίνεται από τον πίνακα 4 και στην περίπτωση του Ηνωμένου Βασιλείου ο βαθμός εποχικότητας του γενικού τουρισμού ήταν πολύ σημαντικά υψηλότερος και εποχικά συμπληρωματικός και όχι ανταγωνιστικός , προς το συνεδριακό τουρισμό .

ΠΙΝΑΚΑΣ 4
ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΓΕΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΣΤΟ ΗΝ. ΒΑΣΙΛΕΙΟ.

| | ΙΑΝΟΥΑΡΙΟΣ-ΜΑΡΤΙΟΣ | ΑΠΡΙΛΙΟΣ-ΙΟΥΝΙΟΣ | ΙΟΥΛΙΟΣ – ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ | ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ-ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ |
|----------------------------------|--------------------|------------------|-----------------------|----------------------|
| Αφίξεις Αλλοδαπών 1992 | 16,3 | 25,1 | 35,6 | 23,00 |
| Διανυκτερεύσεις Ημεδαπών 1994 | 10,8 | 26,1 | 44,6 | 18,5 |
| Συνεδριακές Διανυκτερεύσεις 1990 | 26 | 26 | 20 | 28 |

- ΠΗΓΗ: Eurostat , Tourism , 1994 , Anton Shone , The business of Conferences , Butterworth Heinemann , 1998 σελίδα 14

Γενικότερα μεγαλύτερες φαίνεται να είναι και οι δυνατότητες επηρεασμού της κατανομής της συνεδριακής κίνησης στη διάρκεια του έτους . Η ζήτηση αυτή δεν συνδέεται τόσο στενά με τις διακοπές όσο ο γενικός τουρισμός , ούτε και επηρεάζεται στον ίδιο βαθμό από τις κλιματολογικές συνθήκες . Έτσι είναι ευκολότερο να τοποθετείται χρονικά εκτός αιχμής , με τρόπο που να εξυπηρετεί αμοιβαία και ταυτόχρονα την πλευρά της προσφοράς, με ανετότερη χρονική κατανομή των εκδηλώσεων αλλά και της ζήτησης , με χαμηλότερες τιμές και καλύτερη εξυπηρέτηση .

2.1.δ. Κατανομή Των Συνεδριακών Εκδηλώσεων Από Την Άποψη Του Αριθμού Των Συμμετεχόντων

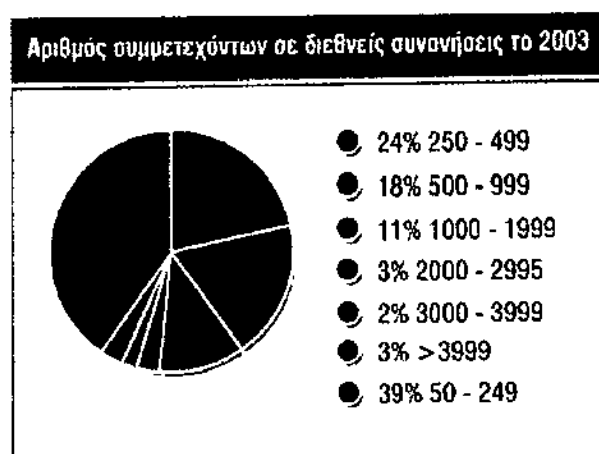
Από την άποψη του αριθμού των συμμετεχόντων , από στοιχεία της ICCA προκύπτει η εικόνα που δίνεται στον πίνακα 5 .

| ΑΡΙΘΜΟΣ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΝΤΩΝ | ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΩΝ | | | |
|-----------------------|--------------------|-----------|-----------|-----------|
| | 1989-90 | 1991-1992 | 1993-1994 | 1995-1996 |
| 100-249 | 32 | 31 | 32 | 30 |
| 250-499 | 31 | 31 | 31 | 33 |
| 500-999 | 22 | 21 | 22 | 19 |
| 1000-1999 | 10 | 11 | 9 | 12 |
| 2000 + | 5 | 6 | 6 | 6 |

- ΠΗΓΗ : Ιστοσελίδες ICCA , Statistics : European Continent

Οι εκδηλώσεις τείνουν να είναι πολυάριθμες στις Η.Π.Α (μέσος όρος ανά εκδήλωση 919 άτομα το 1999) . Ακολουθεί η Ευρώπη με μέσο μέγεθος 791 άτομα το ίδιο έτος , με τελευταία την περιοχή του Ειρηνικού με 543 άτομα . Σε ορισμένες όμως χώρες υπερβαίνει το σημαντικό βαθμό τους μέσους όρους που προαναφέρθηκαν (π.χ για το 1999 Καναδάς 1.059 άτομα, Φιλιππίνες 1.430 και Μαλαισία 1.750) .

Επίσης ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν τα στοιχεία της ICCA που αφορούν το 2003 σύμφωνα με τα οποία, από τα διεθνή συνέδρια και συνδιασκέψεις που πραγματοποιήθηκαν, το 39% αφορούσε σε συνέδρια όπου συμμετείχαν από 50-249 άτομα, στο 24% των συνεδρίων οι σύνεδροι κυμαίνονταν μεταξύ 250 και 499 ατόμων, ενώ στο 18% των συνεδρίων ο αριθμός των συμμετεχόντων κυμαινόταν μεταξύ των 500 και 999 ατόμων. Στην κατηγορία των 1.000 έως 1.999 συνέδρων, το ποσοστό έφτασε στο 11%, ωστόσο στα πολυπληθέστερα συνέδρια τα ποσοστά της παγκόσμιας αγοράς ήταν σαφώς χαμηλότερα και το 2003. Συγκεκριμένα, στην κατηγορία από 2.000 έως 2.999 συνέδρων, το ποσοστό της παγκόσμιας αγοράς έφτασε στο 3%, όσο ακριβώς ήταν το ποσοστό για τα συνέδρια άνω των 3.999 συμμετεχόντων, ενώ για την κατηγορία των συνεδρίων με συμμετέχοντες από 3.000 έως και 3.999, το σχετικό ποσοστό της παγκόσμιας αγοράς έφτασε στο 2%.



2.1.ε. Γεωγραφικό Πεδίο Αναφοράς Και Περιοδικότητα Των Συνεδριακών Εκδηλώσεων

Στην κορυφή της πυραμίδας από την άποψη του γεωγραφικού πεδίου αναφοράς βρίσκονται οι διεθνείς οργανώσεις ή και μεγάλες πολυεθνικές επιχειρήσεις. Στις περιπτώσεις αυτές η περιοδικότητα είναι πολύ συνηθισμένη και διαχρονικά ακολουθείται ένα «δρομολόγιο», σύμφωνα με το οποίο επιλέγεται κάθε φορά και μια άλλη χώρα ή πόλη ως τόπος διεξαγωγής, από ένα κατάλογο χωρών ή πόλεων που θεωρείται ότι έχουν τις προϋποθέσεις υποδοχής . Αυτό γίνεται τόσο για λόγους ενίσχυσης του στοιχείου της αναψυχής , όσο και ως ευγενικής ή φιλικής χειρονομίας προς την τοπική ή εθνική οργάνωση που είναι μέλος της διεθνούς οργάνωσης ή προς τον άλλο κλάδο της πολυεθνικής που δραστηριοποιείται στη χώρα της υποδοχής . Αντιλαμβάνεται βέβαια κανείς τη σημασία που έχει για μια χώρα ή μια μεγαλούπολη να συμπεριλαμβάνεται στον κατάλογο αυτό .

2.2. ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΔΙΕΘΝΩΣ

Είναι γενικά αποδεκτό ότι η ανάπτυξη είναι προϊόν πολύπλευρης προσπάθειας, που δεν περιορίζεται μόνο στον ιδιωτικό τομέα και στις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, αλλά προϋποθέτει και την κατάλληλη στήριξη από τις διάφορες βαθμίδες του δημόσιου τομέα και από κάθε αρμόδιο δημόσιο φορέα, με πολλούς και ποικίλους τρόπους. Αυτή όλη η προσπάθεια μπορεί να χωριστεί σε δύο γενικές κατηγορίες.

Η πρώτη , που αφορά την οικονομία στο σύνολο της και δεν εστιάζεται ειδικότερα σε συγκεκριμένο κλάδο δραστηριότητας, αναφέρεται στη δημιουργία της κατάλληλης οικονομικής και κοινωνικής υποδομής σε φυσικό και ανθρώπινο κεφάλαιο και στην εξασφάλιση αποτελεσματικών και αξιόπιστων δημόσιων υπηρεσιών .

Η δεύτερη περιλαμβάνει ειδικότερα μέτρα σχεδιασμένα με κριτήριο τις κατά περίπτωση ειδικότερες αναπτυξιακές ανάγκες συγκεκριμένου κλάδου ή υποκλάδου οικονομικής δραστηριότητας ή και περιοχής . Κατά τις σύγχρονες τάσεις ως προς το ρόλο του κράτους στην ανάπτυξη, αποδίδεται μεγαλύτερη σημασία στην πρώτη κατηγορία παρεμβάσεων ενώ εκφράζονται επιφυλάξεις για την αποτελεσματικότητα ειδικότερων μέτρων, ιδιαίτερα όταν οι ελλείψεις στο επίπεδο της γενικής υποδομής και των βασικών δημόσιων υπηρεσιών δημιουργούν σοβαρά προσκόμματα στην ανάπτυξη . Στην πράξη όμως τα κράτη εξακολουθούν να παρεμβαίνουν με μέτρα ειδικής πολιτικής αν και σε μικρότερο βαθμό από ότι παλαιότερα και κατά προτίμηση με έμμεσες μεθόδους .

2.3. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΓΕΝΙΚΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΚΑΙ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗΣ ΥΠΟΔΟΜΗΣ ΚΑΙ ΤΟΥ ΕΠΙΠΕΔΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΓΕΝΙΚΟΤΕΡΑ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Στην περίπτωση του γενικού τουρισμού, και ιδίως του μαζικού τουρισμού με την σχετικά μικρή δαπάνη ανά διανυκτέρευση, οι απαιτήσεις από άποψη γενικής οικονομικής και κοινωνικής υποδομής δεν είναι τόσο υψηλές, ιδιαίτερα όπου η ελκυστικότητα μιας περιοχής από καθαρά φυσική άποψη είναι υψηλή και οι τιμές σχετικά χαμηλές. Όπου η υποδομή για την ικανοποίηση των βασικών αναγκών μιας τουριστικής περιοχής και των κόμβων που την εξυπηρετούν, ο μαζικός τουρισμός μπορεί να αναπτυχθεί σε αρκετά μεγάλο βαθμό, έστω και αν οι γενικότερες ελλείψεις της χώρας προορισμού σε υποδομή είναι ακόμη αρκετές.

Αυτό φαίνεται και από τους σχετικά μεγάλους αριθμούς επισκεπτών που συγκεντρώνουν συγκριτικά λιγότερο αναπτυγμένες χώρες ή περιοχές με το κατάλληλο φυσικό περιβάλλον (π.χ Τουρκία , Μαρόκο , Τυνησία κ.α). Αν όμως κρίνει κανείς από την γεωγραφική κατανομή του συνεδριακού τουρισμού , για την οποία έγινε αναφορά πιο πάνω , το είδος αυτό του τουρισμού φαίνεται να είναι συγκριτικά περισσότερο απαιτητικό από άποψη γενικής υποδομής και της λειτουργίας των θεσμών. Γενικότερα, φαίνεται ότι για την προσέλκυση του συνεδριακού τουρισμού η συνολικότερη εικόνα και ο βαθμός πληρότητας της υποδομής μιας χώρας παίζει πολύ μεγαλύτερο ρόλο από ότι ο γενικός τουρισμός. Αυτό φαίνεται να δημιουργεί απορία γιατί έρχεται σε αντιδιαστολή με τον γενικό τουρισμό, οι ανάγκες του οποίου είναι πολύ πιο απλές και ικανοποιούνται σε σημαντικό βαθμό από το φυσικό περιβάλλον ενώ οι ανάγκες του συνεδριακού τουρισμού είναι μεγαλύτερες και πολυπλοκότερες και η ικανοποίησή τους εξαρτάται σχεδόν εξολοκλήρου από την γενική και την ειδική υποδομή και το ανθρώπινο δυναμικό . Έτσι η ύπαρξη και η ικανοποιητική λειτουργία τόσο της γενικής υποδομής όσο και της ειδικής υποδομής και του κατάλληλα εκπαιδευμένου προσωπικού – που συναρτώνται και με το γενικότερο επίπεδο ανάπτυξης μιας χώρας ή μιας περιοχής – διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο στην προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού .

Η διαπίστωση αυτή ως συνηγορία για τη σημασία της βελτίωσης της γενικής υποδομής και της αποτελεσματικότητας της κρατικής μηχανής μπορεί να έχει περιορισμένη αξία , αφού το ειδικό οικονομικό βάρος του συνεδριακού τουρισμού είναι μικρό . Η σημασία της έγκειται περισσότερο στις ευκαιρίες που η πρόοδος στα μέτωπα αυτά – που επιδιώκεται ως βασικό εργαλείο για την ανάπτυξη ολόκληρης της οικονομίας – δημιουργεί για την ανάπτυξη και του συνεδριακού τουρισμού .

2.3.α. Ειδικότερες Πολιτικές Και Μέτρα Για Την Ανάπτυξη Του Συνεδριακού Τουρισμού.

Πέρα από την ικανοποιητική στάθμη της γενικότερης υποδομής , που απαιτείται για την στήριξη του συνεδριακού τουρισμού , η συμβολή του δημοσίου παίρνει και άλλες ειδικότερες μορφές , οι κυριότερες από τις οποίες είναι οι εξής :

- Δημιουργία συνεδριακών κέντρων
- Δημιουργία μη κερδοσκοπικών οργανισμών , συχνά με την συνεργασία και του ιδιωτικού τομέα , με σκοπό την πληροφόρηση των ενδιαφερόμενων και την προβολή μιας πόλης , χώρας ή περιοχής ως τόπου προορισμού για συνεδριακές εκδηλώσεις .
- Δημιουργία συστημάτων πιστοποιημένης εξειδικευμένης κατάρτισης για στελέχη οργάνωσης και διεξαγωγής συνεδριακών , είτε από μη κερδοσκοπικές οργανώσεις με ή και δίχως την αρωγή του δημοσίου , είτε και από το δημόσιο .
- Επιδότηση με διάφορες μορφές για την κάλυψη μέρους του κόστους διεθνών συνεδριακών εκδηλώσεων , έτσι ώστε να αυξάνεται η ελκυστικότητα της χώρας σε σύγκριση με άλλες ανταγωνίστριες χώρες .
- Επιχορήγηση ή επιδότηση επενδύσεων στον τουριστικό τομέα και ειδικότερα σε συνεδριακές εγκαταστάσεις .
- Προβολή και διαφήμιση

Αυτές όλες οι παράμετροι βρίσκουν εφαρμογή και στην Ελληνική Συνεδριακή Τουριστική σκηνή και πραγματικότητα όπου και θα αναλυθούν ειδικότερα.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο:

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

3.1. Ο ΡΟΛΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Σκεφτείτε τι σημαίνει Ελλάδα και σίγουρα το μυαλό σας θα πάει σε ήλιο, θάλασσα, κοσμοπολίτικα νησιά και αρχαία μνημεία. Ωστόσο η πραγματικότητα της σημερινής Ελλάδας είναι διαφορετική. Τα τελευταία χρόνια η Ελλάδα έχει "αγκαλιάσει" το συνεδριακό τουρισμό παρέχοντας υπηρεσίες υψηλού επιπέδου, δυνάμεις στο χώρο του τουρισμού. Η χώρα δεν αποτελεί πλέον μόνο προορισμό αναψυχής και θερινών διακοπών καθώς έχει υιοθετηθεί ένα νέο τουριστικό δόγμα που διαφοροποιεί-εμπλουτίζει το τουριστικό της προϊόν και την οδηγεί σε ένα τουριστικό μοντέλο δωδεκάμηνης διάρκειας, υψηλής ποιότητας και πολλών θεματικών πεδίων με κυριότερο το συνεδριακό τουρισμό.

Υπάρχουν πολλά πλεονεκτήματα που καθιστούν την Ελλάδα «ελκυστική» ως συνεδριακό προορισμό. Καταρχήν οι ιδανικές κλιματολογικές συνθήκες αποτελούν ένα πολύ σημαντικό πλεονέκτημα. Η χώρα έχει ηλιοφάνεια περισσότερο από 300 μέρες το χρόνο. Οι χειμώνες είναι ήπιοι με αποτέλεσμα σε πολλές πόλεις και νησιά όπως η Κρήτη και η Ρόδος η θερμοκρασία για παράδειγμα τον Νοέμβριο να είναι γύρω στους 20 βαθμούς Κελσίου. Έτσι υπάρχει η δυνατότητα τόσο για τους συμμετέχοντες στα συνέδρια όσο και για τα συνοδεύοντα πρόσωπα για συνδυασμό εργασίας και διακοπών (business and pleasure). Πραγματικά η Ελλάδα είναι ιδανική για "pre and post conference activities". Οι μικρές αποστάσεις μέσα στη χώρα δίνουν την ευκαιρία σε συνέδρους και συνοδεύοντα πρόσωπα να απολαύσουν τις φυσικές ομορφιές και να θαυμάσουν τα μοναδικά αρχαία μνημεία και μουσεία που βρίσκονται διάσπαρτα σε όλη την επικράτεια όπως η Ακρόπολη και το Μουσείο της Βεργίνας. Εδώ πραγματικά βρίσκεται το συγκριτικό πλεονέκτημα και συνάμα η ειδοποιός διαφορά της Ελλάδας σε σχέση με άλλους συνεδριακούς προορισμούς και είναι η πολιτιστική της κληρονομιά. Ο πολιτισμός είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί τη χώρα και κατά συνέπεια το τουριστικό-συνεδριακό της προϊόν σε σχέση με ανταγωνίστριες χώρες καθώς η σχέση του Ελληνικού πολιτισμού με τις τέχνες, τον αθλητισμό και τις επιστήμες είναι διαχρονική. Δεν πρέπει να λησμονούμε ότι η Ελλάδα είναι η γενέτειρα των Ολυμπιακών αγώνων, όπως επίσης η Κως είναι η γενέτειρα του Ιπποκράτη.

Επίσης ένα σημαντικό πλεονέκτημα της χώρας είναι ότι κατατάσσεται στις φθηνότερες χώρες της Ευρώπης καθώς σύμφωνα με επίσημα στοιχεία η Αθήνα είναι πολύ φθηνότερη σε σχέση με άλλες συνεδριακές πόλεις όπως Λονδίνο, Παρίσι, Βιέννη, Μαδρίτη και Βαρκελώνη.

Ακόμη αξιοσημείωτα πλεονεκτήματα της Ελλάδας είναι η γαστρονομική παράδοση, καθώς η Ελληνική παραδοσιακή κουζίνα συνδυάζει την απολαυστική γεύση και την υγιεινή διατροφή, η παραδοσιακή ελληνική φιλοξενία και η ασφάλεια που μπορεί να ζήσει και να απολαύσει κάθε ξένος επισκέπτης καθώς το επίπεδο εγκληματικότητας στη χώρα είναι από τα

χαμηλότερα στην Ευρώπη. Στην Ελλάδα μπορείς να κυκλοφορείς μετά τα μεσάνυχτα χωρίς κίνδυνο και ιδιαίτερα κατά τους θερινούς μήνες όταν οι δρόμοι και πλατείες των πόλεων σφύζουν από ζωή ακόμα και στις 2 ή 3 μετά τα μεσάνυχτα.

Επιπρόσθετα υπάρχουν έμπειροι επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων, οι οποίοι έχουν οργανώσει με επιτυχία μεγάλο αριθμό διεθνών συνεδρίων και μπορούν να υλοποιήσουν κάθε είδους εκδήλωση, εξασφαλίζοντας την άψογη διεξαγωγή τους.

3.2. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ ΚΑΙ Ο ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΣ ΝΟΜΟΣ.

Λόγω της συνεχούς ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού είναι αναγκαίο ένας αριθμός θεμάτων τα οποία σχετίζονται με αυτόν να αποτελέσουν, αν δεν αποτελούν ήδη, αντικείμενο νομοθετικής ρύθμισης.

Τα σημαντικότερα από αυτά είναι οι προϋποθέσεις που θα πρέπει να τηρούνται για τη δημιουργία συνεδριακού κέντρου, η προστασία του συνεδρίου ως καταναλωτή τουριστικού προϊόντος και τα προσόντα που θα πρέπει να διαθέτει το πρόσωπο που διοργανώνει συνέδρια.

Η ελληνική νομοθεσία περιέχει ειδικές διατάξεις μόνον για το πρώτο, δηλαδή την ίδρυση συνεδριακών κέντρων, στο οποίο και θα περιοριστούμε. Στην έννοια των συνεδριακών κέντρων περιλαμβάνονται και αυτά τα οποία καλύπτουν ανάγκες όχι μόνο των συνεδρίων αλλά και μικτών εκδηλώσεων, π.χ. εκθεσιακών, πολιτιστικών, εμπορικών κλπ σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό ή διεθνές επίπεδο.

Διακρίνονται από την άποψη του μεγέθους τους σε τρεις κατηγορίες, ανάλογα με τον αριθμό των συνέδρων που μπορούν να δεχθούν στην κύρια συνεδριακή αίθουσα.

Ανεξάρτητα από το μέγεθός τους είναι δυνατόν να ανεγερθούν είτε μόνα τους είτε σε συνδυασμό με τουριστική εγκατάσταση. Απαραίτητες προϋποθέσεις είναι να πληρεί η εγκατάσταση αυτή, εφόσον υπάρχει, τις ισχύουσες κατά την ανέγερσή της προδιαγραφές του Ε.Ο.Τ. και κυρίως να υπάρχει επάρκεια κλινών στην ευρύτερη περιοχή.

Προκειμένου να χορηγηθεί η άδεια ίδρυσης ενός συνεδριακού κέντρου είναι απαραίτητη η άδεια του Ε.Ο.Τ. τόσο ως προς τη σκοπιμότητα λειτουργίας του, όσο και ως προς την καταλληλότητα του οικοπέδου στο οποίο θα ανεγερθεί. Εάν πρόκειται για περιοχή για την οποία απαιτείται προέγκριση χωροθέτησης θα πρέπει να ακολουθηθεί η διαδικασία έκδοσής της από το Υ.ΠΕ.ΧΩ.Δ.Ε. Την έγκριση καταλληλότητας ακολουθεί η έγκριση της αρχιτεκτονικής μελέτης, για την οποία οι προδιαγραφές είναι λεπτομερέστερες και αφορούν το κτίριο, τις ηλεκτρομηχανολογικές του εγκαταστάσεις, τον εξοπλισμό, αλλά και την ακουστική του χώρου.

ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΜΕΣΩ ΤΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟΥ ΝΟΜΟΥ.

Τελευταία γίνεται πολύ λόγος για επενδύσεις σε εγκαταστάσεις τουριστικής υποδομής, στις οποίες συμπεριλαμβάνονται και τα συνεδριακά κέντρα. Όμως πόσο εύκολη υπόθεση είναι να προχωρήσει ένας επιχειρηματίας σε μια τέτοια επένδυση, χωρίς κρατική επιχορήγηση ή κάποιας μορφής επιδότηση; Κατά κοινή ομολογία αυτό εάν δεν είναι εφικτό είναι σίγουρα δύσκολο

και αφορά μια μικρή μερίδα επιχειρηματιών. Το μεγαλύτερο μέρος του επιχειρηματικού κόσμου επιδιώκει να «γευθεί» τα οφέλη που προσφέρει ο Αναπτυξιακός Νόμος. Τα πιο σημαντικά στοιχεία παρουσιάζονται ως εξής:

ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΟΥ ΕΠΙΔΟΤΟΥΝΤΑΙ:

Ίδρυση, επέκταση, εκσυγχρονισμός, έργων τουριστικής υποδομής:

- Τουριστικών λιμένων σκαφών αναψυχής
- Συνεδριακών κέντρων
- Γηπέδων γκολφ
- Εγκαταστάσεων αξιοποίησης Ιαματικών πηγών
- Κέντρων θαλασσοθεραπείας
- Κέντρων Τουρισμού υγείας
- Χιονοδρομικών κέντρων
- Κέντρων προπονητικού- αθλητικού τουρισμού
- Αυτοκινητοδρομίων

Μετατροπή παραδοσιακών ή διατηρητέων κτιρίων σε ξενοδοχειακές μονάδες τουλάχιστον Γ' τάξης.

ΠΟΙΕΣ ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΕΝ ΕΠΙΔΟΤΟΥΝΤΑΙ:

- Η αγορά επιβατικών αυτοκινήτων μέχρι 6 θέσεων.
- Η αγορά γηπέδων, οικοπέδων και αγροτεμαχίων. Σε περίπτωση αγοράς κτιριακών εγκαταστάσεων Δε μπορεί να ενισχυθεί το τμήμα της αξίας τους, που αφορά στην αξία του οικοπέδου επί του οποίου αυτές έχουν ανεγερθεί.
- Η ανέγερση ή επέκταση κτιριακών εγκαταστάσεων επί οικοπέδου που δεν ανήκει στο φορέα της επένδυσης. Κατ' εξαίρεση μπορούν να ενισχυθούν:
 1. Η ανέγερση κτιριακών εγκαταστάσεων επί οικοπέδου που δεν ανήκει στο φορέα της επένδυσης, εφόσον έχει παραχωρηθεί προς τούτο η χρήση του για χρονικό διάστημα τουλάχιστον 15 ετών, από το Δημόσιο, τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού, την ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΑ ΑΚΙΝΗΤΑ Α.Ε. (ΕΤΑ Α.Ε.) κ.λπ.
 2. Η πραγματοποίηση επενδύσεων Χιονοδρομικών Κέντρων, Γηπέδων Γκόλφ, παραγωγής ηλεκτρισμού από ανανεώσιμες πηγές ενέργειας, επί οικοπέδου του οποίου η χρήση έχει παραχωρηθεί προς τούτο στο φορέα για χρονικό διάστημα 20 ετών.

3. Οι επενδύσεις για τη λειτουργία των τουριστικών επιχειρήσεων της παραγράφου 4 του παρόντος Οδηγού εφόσον η παραχώρηση της χρήσης του ακινήτου στον επενδυτή έχει χρονική διάρκεια τουλάχιστον 15 ετών, έχει μεταγραφεί στο οικείο υποθηκοφυλακείο και ο εκμισθωτής έχει παραιτηθεί από το δικαίωμα ιδιόχρησης. Οι επί μέρους λεπτομέρειες και προϋποθέσεις για τη διάρκεια και τους όρους της οικείας σύμβασης που θα συνομολογηθεί μεταξύ του επενδυτή και ότι εκμισθωτή καθορίζονται στο άρθρο 15, παρ. 1 του νόμου 3049/2002 (ΦΕΚ 212/Α/10-9-02). Οι μισθώσεις αυτές καταρτίζονται και με ιδιωτικό έγγραφο σύμφωνα με τα ειδικότερα οριζόμενα στο αρ.2, παρ. 4 του ν. 3219/2004 (ΦΕΚ 149/Α/04).
4. Η ανέγερση, επέκταση και εκσυγχρονισμός αυτοεξυπηρετούμενων καταλυμάτων, ενοικιαζόμενων δωματίων και ενοικιαζόμενων επιπλωμένων διαμερισμάτων ανεξαρτήτως τάξης.
5. Η ανέγερση και επέκταση τουριστικών οργανωμένων κατασκηνώσεων (campings).

ΠΕΡΙΟΧΕΣ ΣΤΙΣ ΟΠΟΙΕΣ ΚΑΤΕΥΘΥΝΟΝΤΑΙ ΟΙ ΕΝΙΣΧΥΣΕΙΣ.

Οι Επικράτεια κατανέμεται σε τέσσερις (4) Περιοχές εφαρμογής των ενισχύσεων, ως εξής:

ΠΕΡΙΟΧΗ Δ'

Περιλαμβάνει τους νομούς Ξάνθης, Ροδόπης και Έβρου τις ΒΙ.ΠΕ. , Ε.Τ.Β.Α. της περιφέρειας Ηπείρου και την παραμεθόρια ζώνη του Ηπειρωτικού τμήματος της χώρας σε απόσταση 20 χλμ. Από τα σύνορα, στην οποία εντάσσονται και οι δήμοι και οι κοινότητες των οποίων τα διοικητικά όρια τέμνονται από τη ζώνη αυτή. Επίσης περιλαμβάνει τα νησιά της ελληνικής Επικράτειας με πληθυσμό μέχρι 3.100 κατοίκους, σύμφωνα με την απογραφή του 1991, τα νησιά της περιφέρειας Βορείου Αιγαίου, τη νήσο Θάσο και το νομό Δωδεκανήσου, πλην της περιοχής που καθορίζεται από την Υπουργική Απόφαση του γενικού πολεοδομικού σχεδίου της πόλης της Ρόδου.

ΠΕΡΙΟΧΗ Γ'

Για το διάστημα μέχρι την 31^η Δεκεμβρίου 2004 (άρθρο 21, παρ. 7 ν.3259/2004) περιλαμβάνονται στην περιοχή Γ' πέραν της Ζώνης Λαυρεωτικής του Νομού Αττικής, όπως αυτή καθορίστηκε με την 37349/5.11.1991 κοινή απόφαση (ΦΕΚ 950/Β/1991), των υπουργών ΠΕΧΩΔΕ, της Εθνικής Οικονομίας και Εσωτερικών και οι Περιφέρειες. Οι Νομοί και τα τμήματα νομών που δεν εντάσσονται στις Α', Β' και Δ' περιοχές κινήτρων, ανεξάρτητα από τη συνδρομή των προϋποθέσεων του δεύτερου εδαφίου της παραγράφου 1 του άρθρου 4 του ν.260/98.

ΠΕΡΙΟΧΗ Β'

Περιλαμβάνει την ΒΙ.ΠΕ Ε.Τ.Β.Α., την Επαρχία Λαγκαδά και το τμήμα δυτικά του Ποταμού Αξιού του Νομού Θεσσαλονίκης, την Επαρχία Τροιζηνίας του ν. Αττικής ή τα τμήματα Νομών της Επικρατείας, που δεν εντάσσονται στις περιοχές Δ', Γ' και Α'.

Με κοινή απόφαση των Υπουργών Εθνικής Οικονομίας, Ανάπτυξης και Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων, που εκδίδεται κάθε δύο

έτη και δε μπορεί να τροποποιηθεί μέσα στο χρονικό αυτό διάστημα των δύο ετών, μπορούν να καθορίζονται τμήματα της Β' περιοχής, που παρουσιάζουν έλλειψη τουριστικών κλινών, στα οποία παρέχεται ενίσχυση της επιχορήγησης και επιδότησης τόκων ή και επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού της περιοχής Γ', για ίδρυση ή επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων.

ΠΕΡΙΟΧΗ Α'

Περιλαμβάνει τους νομούς Αττικής και Θεσσαλονίκης, πλην των τμημάτων τους, που εντάσσονται στις λοιπές περιοχές.

ΟΡΙΑ ΠΑΡΕΧΟΜΕΝΩΝ ΕΝΙΣΧΥΣΕΩΝ

Η συνολική χορηγούμενη ενίσχυση με τη μορφή επιχορήγησης και επιδότησης τόκων ή/ και χρηματοδοτικής μίσθωσης, καθώς και σχηματισμού αφορολόγητου αποθεματικού όταν εκφράζεται σε καθαρό Ισοδύναμο Επιχορήγησης δε θα υπερβαίνει το κατά περίπτωση ανώτατο όριο περιφερειακής ενίσχυσης για την Ελλάδα όπως αυτό έχει εγκριθεί από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή. Από 1/1/2004 για επενδύσεις άνω των 50 εκατομμυρίων ευρώ το ανώτατο χορηγούμενο ποσό ενίσχυσης προσδιορίζονται ως εξής:

Για το τμήμα έως 50 εκατ/ρια ευρώ παρέχεται το 100% του κατά περίπτωση ανώτατου ορίου περιφερειακής ενίσχυσης.

Για το τμήμα από 50 εκατ/ρια ευρώ - 100 εκατ/ρια ευρώ παρέχεται το 50% του κατά περίπτωση ανώτατου ορίου περιφερειακής ενίσχυσης.

Για το τμήμα που υπερβαίνει τα 100 εκατ/ρια ευρώ παρέχεται τα 34% του κατά περίπτωση ανώτατου ορίου περιφερειακής ενίσχυσης.

ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΝΤΑΞΗΣ ΣΤΟΝ ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΟ ΝΟΜΟ

Εγκαταστάσεις ειδικής τουριστικής υποδομής, που μπορούν να υπαχθούν στα κίνητρα του Ν.2601/98 και τα ΦΕΚ όπου δημοσιεύονται οι τεχνικές προδιαγραφές για τη δημιουργία τους είναι:

ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΙ ΛΙΜΕΝΕΣ ΣΚΑΦΩΝ ΑΝΑΨΥΧΗΣ (MARINES)
ΦΕΚ18/Α/1993, Ν.2160/93, κεφάλαιο Γ'

Δημιουργία και λειτουργία τουριστικών λιμένων

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ
ΦΕΚ 208/Β/1991 & ΦΕΚ 137/Β/1991

ΓΗΠΕΔΑ ΓΚΟΛΦ
ΦΕΚ 42/Β/26.1.1994 & 137/Β/2.3.1994

ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΑΞΙΟΠΟΙΗΣΗΣ ΙΑΜΑΤΙΚΩΝ ΠΗΓΩΝ
ΦΕΚ 1067/Β/3.12.1997

ΚΕΝΤΡΑ ΘΑΛΑΣΣΟΘΕΡΑΠΕΙΑΣ
ΦΕΚ 986/Β/30.11.1995

ΚΕΝΤΡΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΥΓΕΙΑΣ
Υπό έκδοση

ΧΙΟΝΟΔΡΟΜΙΚΑ ΚΕΝΤΡΑ
Υπό έκδοση

ΚΕΝΤΡΑ ΠΡΟΠΟΝΗΤΙΚΟΥ- ΑΘΛΗΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
Υπό έκδοση

ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟΔΡΟΜΙΑ
Υπό έκδοση

Αναφορικά με τις απαιτούμενες διαδικασίες για τη δημιουργία εγκαταστάσεων ειδικής Τουριστικής υποδομής, αυτές είναι:

- Έγκριση Σκοπιμότητας (Όπου απαιτείται). Χορηγείται από τον Ε.Ο.Τ. Δ/ση Μελετών και Επενδυτών.
- Προκαταρκτική Περιβαλλοντική Εκτίμηση και Αξιολόγηση και Έγκριση Περιβαλλοντικών Όρων από τις αρμόδιες Υπηρεσίες του Υπουργείου Περιβάλλοντος, Χωροταξίας και Δημοσίων Έργων.
- Έγκριση καταλληλότητας οικοπέδου και αρχιτεκτονικής μελέτης από τον Ε.Ο.Τ. Δ/ση Τουριστικών εγκαταστάσεων, Τμήμα Σχεδιασμού.
- Οικοδομική Άδεια για την ανέγερση της εγκατάστασης από τα κατά τόπους Γραφεία Πολεοδομίας.
- Ειδικό σήμα λειτουργίας. Χορηγείται από τον Ε.Ο.Τ. Δ/ση Τουριστικών εγκαταστάσεων, Τμήμα Σχεδιασμού.

Επισημαίνουμε ότι, προκειμένου οι ενδιαφερόμενοι να υποβάλλουν αίτηση υπαγωγής της επένδυσης στο καθεστώς κινήτρων του Ν.2601/98, πρέπει να έχουν προηγηθεί, οι εγκρίσεις

| ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΥΝΔΕΙΑΚΩΝ ΚΕΝΤΡΩΝ ΥΠΟΛΟΙΠΩΝ ΣΤΟ Ν.2601/98 - ΣΥΝΟΛΟ ΧΩΡΑΣ (από Μαιο έως Οκτώβριο 2004) Προσωρίνα στοιχεία ΕΟΤ/Δ/ΣΗ ΜΕΛΕΤΩΝ & ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ/ΤΜΗΜΑ ΕΠΕΝΔΥΣΕΩΝ από τις Αποφασίες υπαγωγής που κοινοποιούνται στον Ε.Ο.Τ. | | | | | | | | | |
|---|------|---|-------------------------------|--------|----------------------|------------------------|----------------|---------------|------------|
| Α/Α | ΕΤΟΣ | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΒΑΡΕΙΩΣ | ΠΕΡΙΟΧΗ | ΑΠΩΘΟΣ | ΝΕΕΣ ΘΕΣΕΙΣ ΣΥΝΔΕΙΩΝ | ΠΡΟΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | ΕΠΙΧΡΗΜΑΤΙΣΜΟΣ | ΙΣΙΑ ΚΕΦΑΛΑΙΑ | ΔΑΝΕΙΑ |
| 1 | 1999 | ΝΑΡΓΙΡΑ ΑΕ | ΓΥΛΟ-ΑΓΓΕΛΗΣ | 400 | 24 | 2.041.235 | 1.051.493 | 1.189.318 | 475.422 |
| 2 | 2001 | ΒΑΣΙΛΟΣ ΣΙΜΠΕΡ ΑΕ | ΚΕΡΑΜΕΙΩΣ ΑΓΙΟΥΣ | 104 | 37 | 1.413.059 | 1.204.837 | 1.433.602 | 814.820 |
| 3 | 2001 | ΣΤΕ ΚΥΡΩΠΟΥ ΑΕ | ΦΑΛΑΓΙΑ ΚΩ | 1.103 | 102 | 12.431.117 | 4.490.095 | 7.041.062 | 597.594 |
| 4 | 2001 | ΙΑΣΜΗ ΣΤΕΚ ΑΕ | ΚΑΚΑ ΣΟΥΡΑΣ ΦΟΙΤΙΣΤΕΑΣ | 200 | 20 | 2.220.214 | 780.610 | 672.130 | 829.250 |
| 5 | 2002 | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΑΙΝΩΝ | ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΚΑΙΝΩΝ | 520 | 31 | 3.490.200 | 1.160.950 | 1.580.000 | 1.543.230 |
| 6 | 2002 | ΑΔΥΤΡΑ ΚΥΛΛΗΝΗΣ ΑΕ | ΑΔΥΤΡΑ ΚΥΛΛΗΝΗΣ ΠΑΡΙΑΣ | 600 | 92 | 9.512.060 | 3.329.200 | 4.679.550 | 379.670 |
| 7 | 2003 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΣΥΝΗΛΟΤΑΤΕ | ΛΑΥΣΙΟ ΑΓΓΕΛΗΣ | 250 | 25 | 1.792.500 | 621.390 | 787.450 | 17.711.046 |
| 8 | 2003 | ΑΓΓΕΛΟΣ ΗΛΩΣ ΑΛΙΕΡΗΣ | ΑΓΓΕΛΗΣ ΑΓΙΟΥΣ | 1.030 | 705 | 24.361.000 | 25.009.900 | 30.543.054 | 466.260 |
| 9 | 2003 | ΣΟΦΗΝΙ ΠΡΩΤΟ-ΣΥΡΟ ΑΕΤΙ | ΣΟΦΗΝΙΑ ΒΗΡΑΣ | 206 | 22 | 2.331.340 | 932.520 | 1.260.000 | 912.000 |
| 10 | 2003 | GRAND HOTEL ΟΡΕΣΣΑΛΟΝΙΔΙ ΑΕ | ΠΑΡΑΡΑΔΕ ΒΕΤΗΝΗΣ ΟΡΕΣΣΑΛΟΝΙΔΙ | 222 | 33 | 3.664.990 | 1.342.215 | 2.600.000 | 2.445.000 |
| 11 | 2003 | ΑΚΕ ΠΟΡΤΟ ΚΕΛΙ ΤΡΟΦΕΙΩΝ & ΦΥΣΙΚΗΣ ΟΜΟΡΦΙΑΣ ΑΕ | ΠΟΡΤΟ ΚΕΛΙ ΑΡΧΑΪΔΑΣ | 500 | 00 | 6.500.000 | 2.600.000 | 2.445.000 | 1.825.000 |
| | | | ΣΥΝΟΛΟ | 5.532 | 1.271 | 122.400.723 | 43.694.020 | 54.083.705 | 24.732.997 |

ΑΡΜΟΔΙΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΥΠΟΒΟΛΗΣ ΑΙΤΗΣΕΩΝ

- Στη Γενική Διεύθυνση Ιδιωτικών Επενδύσεων του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών υποβάλλονται οι αιτήσεις επενδύσεων ή και προγραμμάτων χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού ύψους άνω των 3.500.000 ευρώ που πραγματοποιούνται στην υπόλοιπη Επικράτεια.
- Επίσης στη Γενική Διεύθυνση Ιδιωτικών Επενδύσεων του Υπουργείου Οικονομίας και Οικονομικών υποβάλλονται ανεξαρτήτως ύψους, αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ή και προγραμμάτων χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού Συνεδριακών κέντρων, Κέντρων Θαλασσοθεραπείας, Κέντρων Τουρισμού- Υγείας, Χιονοδρομικών Κέντρων, Κέντρων Προπονητικού- Αθλητικού Τουρισμού, Λιμένων Σκαφών Αναψυχής, Γηπέδων Γκόλφ και επιχειρήσεων Αξιοποίησης Ιαματικών Πηγών.
- Στο Ελληνικό Κέντρο Επενδύσεων Α.Ε. (ΕΛ.ΚΕ) υποβάλλονται οι αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ή και προγραμμάτων χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού, ύψους άνω των 9.000.000 ευρώ καθώς και οι επενδύσεις ή επιχειρηματικά σχέδια 3.000.000 ευρώ και άνω, εφόσον το 50% τουλάχιστον της ίδιας μετοχής προέρχεται από κεφάλαια εξωτερικού. Τρία αντίγραφα του φακέλου διαβιβάζονται από το ΕΛ.ΚΕ στο Υπουργείο Εθνικής Οικονομίας προκειμένου η αίτηση αυτή να εξεταστεί για υπαγωγή ή μη στις διατάξεις του εν λόγω Νόμου.
- Στις Υπηρεσίες Ιδιωτικών Επενδύσεων των Περιφερειών και σύμφωνα με επικυλάξεις που τίθενται από την σχετική διάταξη του σχεδίου νόμου, υποβάλλονται αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ύψους μέχρι 2.100.000 ευρώ για επενδύσεις που πραγματοποιούνται μέσα στα όρια κάθε Περιφέρειας, ή προκειμένου για την Περιφέρεια Αν.Μακεδονίας και Θράκης ύψους μέχρι 3.500.000 ευρώ . ειδικά οι αιτήσεις υπαγωγής επενδύσεων ύψους μέχρι 2.100.000 που πραγματοποιούνται στο νομό Δωδεκανήσου της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου.
- Οι αιτήσεις υπαγωγής και ο φάκελος με τα δικαιολογητικά που τις συνδέουν υποβάλλονται εις τριπλούν και προκειμένου για υποβολή στο ΕΛ.ΚΕ, εις τετραπλούν.
- Αιτήσεις που δεν συνοδεύονται από όλα τα απαιτούμενα δικαιολογητικά και στοιχεία δεν συνιστούν αίτηση υπαγωγής στις διατάξεις του εν λόγω νόμου, δεν εξετάζονται και τίθενται στο αρχείο της αρμόδιας υπηρεσίας, μη επιστρεφόμενου, του προβλεπόμενου, καταβληθέντος γι' αυτές χρηματικού ποσού.
- Το ίδιο ισχύει και σε περιπτώσεις αιτήσεων υπαγωγής που περιλαμβάνουν τα κατά ανωτέρω απαιτούμενα δικαιολογητικά και στοιχεία, πλην όμως κατά τον έλεγχο και την εξέταση του φακέλου διαπιστώνεται μετά από γνώμη της αρμόδιας γνωμοδοτικής επιτροπής, ότι η οικονομοτεχνική μελέτη εμφανίζει σοβαρές ελλείψεις, οι οποίες καθιστούν αδύνατη την αξιολόγηση της υποβληθείσας επένδυσης ή και προγράμματος χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού ή επιχειρηματικού σχεδίου.

- Μετά την υποβολή της αίτησης υπαγωγής οι αρμόδιες για την εξέταση της υπηρεσίες οι φορείς δύνανται, εφόσον τούτο κρίνεται αναγκαίο, να αποστέλλουν με απόδειξη στο φορέα της επένδυσης ή και του προγράμματος ή του επιχειρηματικού σχεδίου ή τον αντίκλητό του, έγγραφο με το οποίο ζητείται η προσκόμιση τυχόν πρόσθετων στοιχείων και πληροφοριών, καθώς και η παροχή περαιτέρω διευκρινίσεων προς υποβοήθηση του έργου της αξιολόγησης της αίτησης υπαγωγής. Με τα έγγραφα αυτά μπορούν να τάσσουν προθεσμίες μέχρι δεκαπέντε ημέρες, από τη με απόδειξη επίδοση αυτών, εντός των οποίων ο φορέας υποχρεούται να απαντήσει.
- Δεν είναι δυνατή η υποβολή, από τον ίδιο τον φορέα, αίτησης υπαγωγής, σε περισσότερες από μια υπηρεσίες ή φορείς για επενδύσεις ή και προγράμματα χρηματοδοτικής μίσθωσης ή επιχειρηματικά σχέδια κατά βάση ίδια που εμφανίζουν όμως διαφοροποιήσεις, είτε στο κόστος, είτε στα επί μέρους προτεινόμενα επενδυτικά έργα ή για επενδύσεις, προγράμματα ή επιχειρηματικά σχέδια που αφορούν στην ίδια παραγωγική μονάδα.
- Σε περίπτωση πολλαπλής υποβολής αίτησης υπαγωγής, σύμφωνα με τα παραπάνω, καθώς και σε περίπτωση υποβολής αίτησης για υπαγωγή επένδυσης ή προγράμματος χρηματοδοτικής μίσθωσης ή επιχειρηματικού σχεδίου είτε στο σύνολό του, είτε κατά ένα τμήμα του που έχει ήδη υπαχθεί στις ενισχύσεις επιχορήγησης και επιδότησης τόκων ή και επιδότησης χρηματοδοτικής μίσθωσης του εν λόγω Νόμου ή και Ν.1982/90, όλες οι αιτήσεις θεωρούνται ως ουδέποτε υποβληθείσες και δεν εξετάζονται, μη επιστρεφόμενου του προβλεπόμενου καταβληθέντος γι' αυτές χρηματικού ποσού.
- Αίτησης για υπαγωγή στις ενισχύσεις της επιχορήγησης τόκων ή και χρηματοδοτικής μίσθωσης επενδύσεων ή και προγραμμάτων χρηματοδοτικής μίσθωσης εξοπλισμού ή επιχειρηματικών σχεδίων, καθώς και αιτήματα για τροποποίηση όρων αποφάσεων υπαγωγής, που έχουν απορριφθεί, δεν επανεξετάζονται. Κατ' εξαίρεση για επενδύσεις ίδρυσης ή επέκτασης ξενοδοχειακών μονάδων που κρίθηκαν βιώσιμες και η μη υπαγωγή τους στις διατάξεις του Ν. 1982/90 ακυρώθηκε δικαστικώς, εξακολουθούν να διέπονται από τις διατάξεις του εν λόγω νόμου, σύμφωνα με τις οποίες επανεξετάζονται για υπαγωγή στο καθεστώς των προβλεπόμενων ενισχύσεων. Για την επανεξέταση απαιτείται αίτηση του φορέα της επένδυσης που υποβάλλεται μέσα σε αποκλειστική προθεσμία έως την 12/3/2002 μαζί με τα προβλεπόμενα από το ν.294/2001 δικαιολογητικά.

Εγγραφές Οικονομικής Συνεδριακών Κέντρων (1991-2004)

| Έτος | Α/Α | Επωνυμία | Καταχώρ. | Μορφή | Περιφέρ. | Αρμότ. Επιθεώρηση | Αρμότ. Αποδομ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. | Τέλεση Αποδομ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. | Έναρξη καταμ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. | Πρόσφ. Έγγραφο καταμ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. | Έναρξη καταμ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. | Χώριτος Νόμ. Έναρξη καταμ. & τροφ. & τροφ. & τροφ. |
|------|------------|--------------------------|------------|-------------|----------------|-------------------|--|--|---------------------------------------|---|---------------------------------------|--|
| 1991 | 1 | ΕΛΤΙ Α.Ε. | 300 | Δια/Μεσο | Αττ | | ΑΚ/226Α | 5/9/1991 | 5/9/1991 | | | |
| | 2 | Ιπ/Ανα | 710 | Δια/Μεσο | Πόδας | | ΑΚ/3372Α | 15/10/1991 | | | | |
| | 3 | "ΠΟΔΟΠΛΑΝ" | 300 | Υ | Υ | Υ | Υ | Υ | Υ | Υ | Υ | Υ |
| | 4 | ΤΕΛΑΞΙ Α.Ε. | 200 | Μεσο/Μεσο | Τελευτάν | | Α/1700Α | 12/12/1991 | | | 1992/90 | |
| 1992 | 5 | Τ. Γεωγραφ.Ομάδα | 150 | Πρόσφ.Μεσο | Αδελ. Τελευτάν | | ΑΚ/3580Α | 6/8/1991 | | | | |
| | 6 | | 250 | | | | | | | | | |
| 1993 | 7 | Απότ.Επιθεώρηση Α.Ε. | 200 | Δια/Μεσο | Αττ | | Α/202Α | 25/11/1993 | | | | |
| | 8 | ΜΕΤΑΜΟΝΤΕ | 500 | Δια/Μεσο | Πόδας | | Α/355Α | 2/2/1993 | | | | |
| | 9 | ΠΑΙΧΤΙ Α.Ε. | 300 | Δια/Μεσο | Πόδας | | ΑΚ/300Α | 3/9/1993 | | | 1992/90 | Ναι |
| | 10 | ΚΑΙ ΒΗΡΑΖΩΝ Α.Ε.Τ. | 530 | Δια/Μεσο | Πόδας | | ΑΚ/300Α | 14/2/1993 | | | | |
| | 11 | Γ. Διακοσμητική Α.Ε. | 300 | Μεσο/Μεσο | Μεσο/Μεσο | | Α/150Α | 21/1/1993 | | | 1993/90 | Ναι |
| | 12 | Γ. Ρυθμιστική Α.Ε. | 1500 | Δια/Μεσο | Αττ | | Α/3116Α | 4/10/1993 | 25/3/1997 | | | |
| | 13 | Α.Π.Ο.Α.Ε. | 350 | Αποδομ.Μεσο | Μεσο/Μεσο | Ναι | | 19/2/1993 | | | | |
| | 14 | | 250 | | | | | | | | | |
| | 15 | | 250 | | | | | | | | | |
| | 16 | | 250 | | | | | | | | | |
| | 17 | | 250 | | | | | | | | | |
| 1994 | 18 | Ιπ/Ανα | 710 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | ΑΚ/ | 4/9/1994 | | | | |
| | 19 | COMPE PALACE | 300 | Μεσο | Μεσο | Ναι | ΑΚ/309Α | 21/1/1994 | | | 1997/90 | Ναι |
| | 20 | ΑΡΧΙΤΕΚΤΟΝΙΚΗ ΤΕΧΝΗ Α.Ε. | 200 | Μεσο/Μεσο | Πόδας | Ναι | | 14/2/1994 | | | 1997 | |
| | 21 | ΕΡΕΥΝΑ ΚΑΛΑΤΕ' Α.Ε. | 400 | Μεσο/Μεσο | Επιθεώρ. | | ΑΚ/77Α | 10/5/1994 | 8/5/1997 | | | |
| 1995 | 22 | Α.Ε.Κ. | 050 | Αποδομ. | Επιθεώρ. | | ΑΚ/330Α | 15/12/1995 | | | 1996 | |
| | 23 | "ΔΑΜΟΤΕΙΧΕ' ΤΕΧΝΗ Α.Ε.Κ. | 450 | Μεσο/Μεσο | Μεσο/Μεσο | | ΑΚ/330Α | 11/8/1995 | | | 1992/90 | |
| 1996 | 24 | Ν. Διακοσμητική | 250 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/310Α | 15/12/1996 | | | 1992/90 | |
| | 25 | Χ.Ε.Α. Μεσο/Μεσο | 200 | Μεσο/Μεσο | Αποδομ. | Ναι | Α/358Α | 5/2/1996 | | | 1992/90 | |
| | 26 | Μεσο/Μεσο | 1200 | Δια/Μεσο | Αττ | | | 2/4/1996 | | | | |
| | 27 | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Μεσο/Μεσο | | ΑΚ/200Α | 24/4/1996 | | | 1992/90 | Ναι |
| | 28 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 200 | Καταμ.Μεσο | Μεσο/Μεσο | | ΑΚ/312Α | 31/5/1996 | | | 1992/90 | |
| | 29 | Ν. Διακοσμητική | 250 | Καταμ.Μεσο | Μεσο/Μεσο | | | 25/2/1996 | | | | |
| | 30 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 1200 | Καταμ.Μεσο | Μεσο/Μεσο | Ναι | ΑΚ/330Α | 4/10/1996 | | | 1992/90 | Ναι |
| | 31 | ΜΕΤΑ Α.Ε. | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | ΑΚ/202Α | 4/11/1996 | | | 1992/90 | Ναι |
| | 32 | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | | | | | | |
| | 33 | Ε.Τελεμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | Ναι | | 21/2/1996 | | | 1992/90 | Ναι |
| | 34 | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | Ναι | | | | | | |
| | 35 | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | Ναι | | | | | | |
| | 1997 | 36 | Κ. Τελεμ. | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/186Α | 14/5/1997 | | | 1997 |
| 37 | | Κ. Τελεμ. Α.Ε.Κ. | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/244Α | 14/5/1997 | | | 1997 | 1997 |
| 38 | | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/100Α | 22/10/1997 | | | 1997 | 1997 |
| 39 | | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/300Α | 14/5/1997 | | | 1997 | 1997 |
| 40 | | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/300Α | 5/8/1997 | | | 1997 | 1997 |
| 41 | | Καταμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/300Α | 24/11/1997 | 15/1/1999 | | 1999 | |
| 42 | | "ΠΟΛΥΤΕΧΝΙΚΗ" Α.Ε. | 500 | Δια/Μεσο | ΚΑΤ | | Α/ | 2/10/1997 | | | | |
| 43 | | Καταμ.Μεσο | 1200 | Δια/Μεσο | Πόδας | Ναι | ΑΚ/300Α | 3/12/1997 | | | | |
| 44 | | Ε.Τελεμ.Μεσο | 200 | Δια/Μεσο | Αττ | | ΑΚ/300Α | 3/12/1997 | | | | |
| 45 | | Κ. Τελεμ.Μεσο | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/320Α | 9/12/1997 | | | | |
| 46 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 500 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/1200Α | 8/12/1997 | | | 1999 | 1999 | |
| 47 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/ | 21/2/1997 | | | | | |
| 48 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 200 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | | Α/130Α | 16/7/1997 | | | | | |
| 49 | ΚΑΤΑΜ.ΜΕΣΟ | 600 | Καταμ.Μεσο | Καταμ.Μεσο | Ναι | | | | | 1997 | 1997 | |

| Year | Company Name | Capital | Activity | Registration No. | Registration Date | Status | Other Info |
|------|-------------------|---|----------------|------------------|-------------------|------------|-------------------------|
| 1998 | 40 | BAPHI A.E. Αγα 1 | Εξοχή | Αλιζάνης | Α/200Α | 4/21/1997 | 1997/98 Νο |
| | 41 | Σπρ. Προμηθίες | 250 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 15/5/1998 | |
| | 42 | Μαστ Προμηθίες | 350 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 15/5/1998 | |
| | 43 | Γ. Κουκουρέ & Υιός Α.Ε. | 1100 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 25/6/1998 | 4/2/2000 1998 23/1/1999 |
| | 44 | Ε.Π.Α. Επιχειρηματική Α.Ε. | 550 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 23/6/1998 | 1998 |
| | 45 | Ασπ. Αποστολή Α.Ε. | 1200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 13/12/1998 | |
| | 46 | Β.Προμηθιακή Α.Ε. | 500 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 11/9/1998 | |
| 47 | ΕΛΠΙΣΑ Α.Ε. | 300 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 26/3/1998 | | |
| 1999 | 48 | ΕΛΠΙΣΑ Α.Ε. | 500 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 25/6/1999 | 1999 |
| | 49 | ΠΛΑΣ Α.Ε. | 500 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 1/9/1999 | 1999 |
| | 50 | ΜΑΥΡΟΣ Α.Ε. | 400 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 5/11/1999 | 2001/98 Νο |
| | 51 | Α.Σ. ΠΟΡΤΟ ΚΕΑΙ | 900 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 9/11/1999 | 2/1/2001 |
| | 52 | ΓΑΛΑΝΗ ΠΡΕΣ Α.Ε. | 250 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 19/10/1999 | 21/5/2001 |
| 2000 | 53 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 1200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 1/1/2000 | 6/1/2002 |
| | 54 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 8000 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 6/2/2000 | |
| | 55 | ΑΛΦΑ Α.Ε. | 750 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 18/1/2000 | |
| | 56 | Ασπ. Αποστολή Α.Ε. | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 1/9/2000 | |
| | 57 | ΕΛΠΙΣΑ Α.Ε. | 500 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 4/10/2000 | 16/5/2002 |
| | 58 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 15/2/2001 | 2000 21/3/2001 |
| | 59 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 304 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 29/2/2000 | 6/6/2008 |
| | 60 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 29/3/2000 | |
| | 61 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 800 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 29/5/2000 | |
| | 62 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 1200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 29/5/2000 | 6/5/2002 |
| | 63 | ΑΠΟΛΥΤΩΣ ΚΑΘΙ Α.Ε. | 308 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 21/8/2000 | 10/6/2003 |
| | 64 | ΒΕΛΟΝΑ Α.Ε. | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 22/10/2000 | |
| | 65 | Α.Ε. Προμηθιακή Α.Ε. | 255 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 25/6/2000 | |
| 2001 | 66 | Ε.Π.Α. Αποστολή | 608 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 18/5/2001 | 29/5/2001 |
| | 67 | ΤΟΥΡΚΟΠΟΛΙΣ | 1700 | Επιχειρηματική | Α/200Α | 14/9/2001 | ΝΑΙ ΝΑΙ |
| | 68 | ΚΑΡΕ Α.Ε. | 1190 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 19/8/2001 | 20/3/2002 2001 2001 |
| | 69 | ΛΟΥΛΟΥΔΑΚΗΣ Α.Ε. | 1030 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 25/1/2001 | |
| | 70 | Α.Ε.Ε.Π. Αποστολή | 450 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 24/11/2001 | |
| 2002 | 71 | ΚΑΡΕ Α.Ε. | 350 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 8/4/2002 | 2002 |
| | 72 | Ασπ. Αποστολή Α.Ε. | 220 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 21/3/2002 | |
| | 73 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 500 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 18/1/2002 | |
| | 74 | Ασπ. Αποστολή Α.Ε. | 400 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 24/2/2002 | 7/2/2001 |
| | 75 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 13/2/2002 | |
| | 76 | Α.Ε.Ε.Π. Αποστολή | 230 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 4/3/2002 | 4/3/2000 |
| | 77 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 250 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 15/10/2002 | 24/6/2003 |
| | 78 | ΚΑΡΕ Α.Ε. | 300 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 10/10/2002 | |
| | 79 | ΚΑΡΕ Α.Ε. | 250 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 27/11/2002 | |
| 2003 | 80 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 225 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 5/2/2003 | |
| | 81 | Α.Ε. Προμηθιακή | 230 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 24/3/2003 | |
| | 82 | ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ Α.Ε. | 325 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 11/4/2003 | |
| | 83 | International Advantage Corporation (IAC) | 450 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 15/4/2004 | |
| | 84 | Π. Προμηθιακή | 200 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 20/2/2004 | |
| | 85 | ΠΑΥΛΙΔΗΣ Α.Ε. | 209 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 12/2/2004 | |
| 86 | Α.Ε.Ε.Π. Αποστολή | 500 | Κατασκευαστική | Α/200Α | 11/3/2004 | | |

Αριθμ. Αδειών Μεταβολών και Διαγραφών - Αριθμ. Διαγραφών Διαγραφών - Ετήσιες Εργασίες 30.03.2004

3.3. Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΣΗΜΕΡΑ

Σε ότι αφορά την Ελλάδα, παρατηρείται σχετική καθυστέρηση στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, μολονότι θεωρείται από τα σημαντικότερα μέτρα για την καταπολέμηση της εποχικότητας και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, που είναι ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα του κλάδου. Ο συνεδριακός τουρισμός αντιπροσωπεύει μια αγορά με προοπτικές και θεωρείται κύρια πηγή ζήτησης καταλυμάτων πολυτελείας, δίνοντας μεγάλη σημασία στην ποιότητα των παρεχόμενων υπηρεσιών. Η Ελλάδα κατέχει μια από τις τελευταίες θέσεις στην Ευρώπη και μόλις 1-2% του συνολικού αριθμού συνεδριακών εκδηλώσεων (πηγή: ICCA). Σε σύγκριση με άλλες Ευρωπαϊκές χώρες, στις οποίες η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αποτελεί ισχυρότατο εργαλείο της περιφερειακής ανάπτυξης, η Ελλάδα βρίσκεται σε ιδιαίτερα πρώιμο στάδιο ανάπτυξης της εν λόγω δραστηριότητας. Αξίζει να σημειωθεί ότι σε ορισμένες χώρες υπάρχουν πόλεις μεσαίου ή και μικρότερου μεγέθους όπου η οικονομία τους στηρίζεται αποκλειστικά στη διοργάνωση διεθνών συνεδρίων, όπως είναι η Φρανκφούρτη. Η Ελλάδα έχει να επιδείξει ορισμένα πλεονεκτήματα για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού, τα οποία όμως παραμένουν σε σημαντικό βαθμό ανεκμετάλλευτα. Παράλληλα, όμως, παρουσιάζει σημαντικά προβλήματα τα οποία εμποδίζουν την ανάπτυξη της εν λόγω δραστηριότητας.

Είναι πολλά τα χρόνια που γίνεται θέμα η αναβάθμιση και ο εμπλουτισμός του συνεδριακού προϊόντος της χώρας, η θέση της στη διεθνή κατάταξη, η ποιότητα και οι δυνατότητες της εξειδικευμένης υποδομής που απαιτείται κ.λπ. Έχουν επίσης γραφτεί και ειπωθεί (σε πληθώρα συνεντεύξεων, άρθρων, μελετών, ημερίδων, συνεδρίων) τα πάντα που αφορούν τα οφέλη και τη σπουδαιότητα του συνεδριακού τουρισμού. Καθώς επίσης όλες οι δυσκολίες που εμποδίζουν την επιτυχία του εγχειρήματος.

Αν παρατηρήσουμε την ιστορία του πράγματος θα διαπιστώσουμε ότι: Αρχικά, λειτουργούσε ως τροχοπέδη η έλλειψη της κατάλληλης υποδομής. Όμως, τα τελευταία χρόνια, άλλαξαν πολλά. Έγιναν και γίνονται επενδύσεις πολλών δισεκατομμυρίων δρχ. και εκατομμυρίων ευρώ, που αφορούν την κατασκευή ή και την εκ θεμελίων, σχεδόν, ανακαίνιση και ανανέωση ξενοδοχείων και συνεδριακών κέντρων – κυρίως στα ξενοδοχεία. Οι ιδιώτες ήταν φυσικά αυτοί που άνοιξαν τον δρόμο, στους σημαντικότερους μέχρι σήμερα συνεδριακούς προορισμούς της χώρας (Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κέρκυρα, Κρήτη, Ρόδος, Κως, Χαλκιδική, κ.ά) και δημιούργησαν ή δημιουργούν συνεδριακά κέντρα υψηλών και διεθνών προδιαγραφών.

Επιπλέον σε όλα τα μεγάλα και μικρότερα ξενοδοχεία της χώρας γίνονται σημαντικές προσπάθειες για αναβάθμιση ή επέκταση ή εκσυγχρονισμό των συνεδριακών χώρων. Μέχρι πριν λίγα χρόνια η Αθήνα και η Θεσσαλονίκη είχαν σημαντική έλλειψη σε συνεδριακούς χώρους σωστά οργανωμένους και κατάλληλους να φιλοξενήσουν σημαντικές διοργανώσεις. Το ίδιο ίσχυε –και κατά τόπους ακόμη ισχύει σε άλλους προορισμούς της χώρας – όμως κανείς δε μπορεί να παραβλέψει πως τα τελευταία χρόνια, έχει σημειωθεί σημαντική βελτίωση της υπάρχουσας ειδικής υποδομής και σε αριθμό αιθουσών (και θέσεων), αλλά και σε ποιότητα χώρων, σε ειδικό εξοπλισμό, σε οργάνωση και σε παρεχόμενες υπηρεσίες.

Επίσης, παρά τα προβλήματα της εποχής και της γενικότερης «κρίσης» στον τουρισμό, είναι όλο και περισσότερες εκείνες οι μονάδες, ιδιαίτερα στην περιφέρεια, οι οποίες λειτουργούν πλέον επί δώδεκα μήνες το χρόνο, εξυπηρετώντας εγχώριες και τοπικές ανάγκες διοργάνωσης συνεδρίων, εκθέσεων, εκδηλώσεων κ.λ.π.

Είναι γεγονός ότι στη Κω λειτουργεί ένα από τα πολυτελέστερα συνεδριακά κέντρα στη χώρα, ενώ μια ολόκληρη «συνεδριακή γειτονιά» μπορεί να στηρίξει το προϊόν της ευρύτερης περιοχής.

Η γειτονική Ρόδος θεωρείται ήδη συνεδριακός προορισμός διεθνούς εμβέλειας, με άριστη συνεδριακή και όχι μόνο, υποδομή. Η Κέρκυρα, έχει το δικό της συνεδριακό προφίλ, ενώ πολλά συνέδρια και εκδηλώσεις με ιδιαίτερες ανάγκες στην ποιότητα διοργάνωσης κατακτά και η Χαλκιδική.

Λόγω Ολυμπιακών Αγώνων, παρατηρήθηκε στην ευρύτερη περιοχή της Αττικής, έντονη επιχειρηματική δραστηριότητα από διεθνείς αλυσίδες ξενοδοχείων όπως και από ελληνικές που προχώρησαν είτε στην ανέγερση μεγάλων ξενοδοχειακών μονάδων είτε σε επαναλειτουργία, είτε σε πλήρη ανακαίνιση, είτε σε επέκταση.

Μεγάλα ονόματα ξένων κι ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, ως και η εκκλησία, έχουν πλέον εξειδικευτεί στο συνεδριακό προϊόν εν Ελλάδι, συμμετέχουν σε διεθνείς εκθέσεις, ενώ πιο αξιόλογη αλλά και πιο οργανωμένη είναι σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, η όποια διαφημιστική προσπάθεια γίνεται είτε από τον ΕΟΤ, είτε από τους ιδιώτες. Επί σειρά ετών όλοι οι εμπλεκόμενοι τόνιζαν πως τροχοπέδη στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού αποτελούσε, η από κακή έως ελλιπής, υποδομή σε αεροδρόμια και δρόμους, σε πύλες εισόδου κι εξόδου απ'τη χώρα και σε μεταφορές γενικότερα. Ωστόσο, μέσω προγραμμάτων και έργων κάθε είδους σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη, σε Ολυμπιακές πόλεις και βασικούς προορισμούς της χώρας, βελτιώθηκε σημαντικά το προφίλ των πόλεων που προορίζονται για μελλοντικοί –σημαντικοί– συνεδριακοί προορισμοί.

Ο Dr. Δημήτριος Λαγός, Επίκουρος Καθηγητής Τουριστικής Οικονομίας & Διοίκησης Τουριστικών Επιχειρήσεων, του Τμήματος Διοίκησης Επιχειρήσεων του Πανεπιστημίου Αιγαίου, σε ομιλία του στο **1^ο Πανελλήνιο Συνέδριο για τον Συνεδριακό και Επαγγελματικό Τουρισμό** δήλωσε ότι «οι σχετικές εκτιμήσεις που γίνονται για τα προσεχή χρόνια είναι ότι θα υπάρχει σχετική αύξηση του μεριδίου του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού στο μέσο ετήσιο ρυθμό ανάπτυξης της τουριστικής δραστηριότητας. Το ξενοδοχειακό δυναμικό της χώρας μπορεί να καλύψει τις αυξημένες απαιτήσεις των συνεδριακών εκδηλώσεων σε ικανοποιητικό βαθμό. Σήμερα υπάρχουν 1.121 ξενοδοχεία σ'ολόκληρη τη χώρα, από τα οποία τα 806 διαθέτουν συνεδριακούς χώρους, τα 202 διαθέτουν και συνεδριακό κέντρο και 13 ξενοδοχεία που διαθέτουν μόνο συνεδριακό κέντρο. Πέραν αυτών υπάρχουν και άλλα συνεδριακά κέντρα σε πανεπιστημιακούς και λοιπούς χώρους. Εκτιμάται ότι συνολική προσφορά των συνεδριακών χώρων είναι 150.000 περίπου θέσεων και σε σύγκριση με την αντίστοιχη ζήτηση είναι πολύ μεγάλη. Γενικά η συνεδριακή υποδομή ανταποκρίνεται σε ικανοποιητικό βαθμό στις διεθνείς προδιαγραφές για την εξυπηρέτηση μιας επαγγελματικής ή πολιτιστικής συνάντησης μικρού ή μεσαίου μεγέθους. Όμως η έλλειψη μεγάλων συνεδριακών εγκαταστάσεων είναι εμφανής.»

Η κατασκευή μεγάλων συνεδριακών εγκαταστάσεων εκτιμάται ότι θα προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό συνεδριακών εκδηλώσεων. Η δημιουργία του μεγάλου συνεδριακού κέντρου της Αθήνας σύμφωνα με δηλώσεις του Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης Δ. Αβραμόπουλου σε συνέντευξη Τύπου που έδωσε στο πλαίσιο της έκθεσης **World Travel Market** αυτό θα δημιουργηθεί είτε στους χώρους του Ανατολικού Αεροδρομίου είτε στις εγκαταστάσεις του Ταε Κβο Ντο στο Φάληρο από τον Μάρτιο.¹

3.3.α. Κρίσιμα συστατικά επιτυχίας ενός Μεγάλου Συνεδριακού Κέντρου.

Κρίσιμο στοιχείο για την επιτυχή λειτουργία ενός μεγάλου σύγχρονου συνεδριακού κέντρου είναι ο σχεδιασμός της κατασκευής και των εγκαταστάσεων του. Το μέγεθος από μόνο του δεν είναι καθόλου αρκετό. Ο επιτυχής σχεδιασμός προϋποθέτει την πλήρη αξιοποίηση της διεθνούς εμπειρίας που έχει σωρευθεί, από τους κατάλληλους ειδικούς καθώς και τον σαφή προσδιορισμό των στόχων, τους οποίους η μονάδα καλείται να υπηρετήσει καθώς και προσεκτική μελέτη των τάσεων της ζήτησης.

Ο όρος συνεδριακό κέντρο χρησιμοποιείται για να καλύψει ένα πολύ ευρύ φάσμα χώρων και εγκαταστάσεων , από μια μεγάλη αίθουσα συνεδριάσεων , που μπορεί να συνοδεύεται και από άλλες μικρότερες καθώς και ορισμένους άλλους βοηθητικούς χώρους , με συνολικό κόστος κατασκευής σχετικά περιορισμένο έως και τα σύγχρονα μεγάλα συνεδριακά κέντρα , που έχουν δημιουργηθεί σε αρκετές μεγάλες πόλεις και τα οποία αποτελούν μεγάλα ή και πολύ μεγάλα συγκροτήματα , με τα εξής κυρίως χαρακτηριστικά:

- Στεγασμένους χώρους , οι οποίοι σε μερικές περιπτώσεις φθάνουν τις εκατοντάδες χιλιάδες τετραγωνικά μέτρα , στους οποίους σε αρκετές περιπτώσεις συμπεριλαμβάνεται και ξενοδοχειακό τμήμα , ικανό να εξυπηρετήσει τις ανάγκες πολύ σημαντικού μέρους της χωρητικότητας τους σε συνέδρους .
- Παροχή του πλήρους φάσματος των υπηρεσιών που συνδέονται με τις συνεδριακές εκδηλώσεις
- Κόστος κατασκευής όταν πρόκειται για νέα κτίσματα – σε αντιδιαστολή με την μετατροπή της χρήσης προϋφιστάμενων κτισμάτων – που μπορεί να φθάσει σε δεκάδες δισεκατομμύρια δραχμές , χωρίς να συμπεριλαμβάνεται η αξία της γης .
- Ευνοϊκή χωροθέτηση, σε σχέση με τους βασικούς άξονες και κόμβους συγκοινωνιών , για να διευκολύνεται η πρόσβαση αλλά και σε σχέση με τις συμπληρωματικές υπηρεσίες που μπορεί να επιθυμούν ή να χρειάζονται οι σύνεδροι.

Οι πρωτοβουλίες για τη δημιουργία συνεδριακών κέντρων είναι συχνότερες και σημαντικότερες σε περιπτώσεις όπου η τοπική

¹. "Travel Times" magazine, Νοέμβριος 2004, Τεύχος 12, σελ.21.

αυτοδιοίκηση είναι περισσότερο ανεπτυγμένη, έχει ισχυρότερη παράδοση και διαθέτει περισσότερους πόρους. Σε αυτές τις περιπτώσεις η δημιουργία συνεδριακών κέντρων χρησιμοποιείται ως ένα από τα εργαλεία αναπτυξιακής άμιλλας και περιφερειακού αναπτυξιακού ανταγωνισμού για την προσέλκυση οικονομικών δραστηριοτήτων. Χαρακτηριστική είναι η περίπτωση των πόλεων Μελβούρνης και Σίδνευ στην Αυστραλία, όπου τα πρωτεία της Μελβούρνης, η οποία παλαιότερα συγκέντρωνε σε μεγαλύτερο βαθμό από το Σίδνευ επιτελικού χαρακτήρα δραστηριότητες, όπως έδρες μεγάλων επιχειρήσεων, μεγάλες συνεδριακές εκδηλώσεις κ.α και φιλοξένησε τους ολυμπιακούς αγώνες, αμφισβητήθηκαν αποτελεσματικά από μια τολμηρή αναπτυξιακή πολιτική του Σίδνευ.

Είναι, επίσης σαφές ότι προϋπόθεση επιτυχούς λειτουργίας ενός σύγχρονου, μεγάλου και πολύσκοπου συνεδριακού κέντρου, είναι η διοίκηση του από επαγγελματίες υψηλής στάθμης και εγνωσμένων ικανοτήτων και η αξιοποίηση όλων των δυνατοτήτων που παρέχονται από τις σύγχρονες μεθόδους για την εκμείωση ζήτησης και για την ελαχιστοποίηση των αδρανών ημερών. Γραφειοκρατικά σχήματα του παραδοσιακού τύπου δεν είναι σε θέση να ανταποκριθούν στις ανάγκες προσέλκυσης και διατήρησης πελατείας κάτω από συνθήκες ισχυρού διεθνούς ανταγωνισμού. Αξίζει να σημειωθεί ότι η αγορά των μεγαλύτερων συνεδριακών εκδηλώσεων τείνει σε όλο και μεγαλύτερο βαθμό να παγκοσμιοποιηθεί. Αυτό είναι αναπόφευκτη συνέπεια της κλίμακας των εκδηλώσεων με τις χιλιάδες συνέδρους αλλά και των προτιμήσεων πολλών οργανώσεων να επιλέγουν κάθε φορά και άλλη χώρα ή περιοχή για τις εκδηλώσεις τους. Γενικά φαίνεται ότι σε αρκετές περιπτώσεις ένα μεγάλο συνεδριακό κέντρο δημιουργείται, με κάποιον από τους τρόπους που προαναφέρθηκαν, για να παίξει ρόλο «ναυαρχίδας» του τουριστικού εξοπλισμού μιας περιοχής. (World Tourism Organisation, 1999, σελ.128-129). Έρχεται να συμπληρώσει τον εξοπλισμό αυτό, να αυξήσει το τουριστικό γόητρο και την ελκυστικότητα της και να ενισχύσει την εικόνα και την προβολή της.

Δίχως τον κατάλληλο σχεδιασμό και χωρίς ικανή διοίκηση ο κίνδυνος να προκύψουν σοβαρά οικονομικά προβλήματα και να σπαταληθούν πόροι από τη δημιουργία μεγάλων και δαπανηρών συνεδριακών κέντρων είναι μεγάλος. Αυτό γίνεται σαφές από τις μέτριες οικονομικές αποδόσεις που έχουν επιτευχθεί ακόμη και στην περίπτωση κέντρων που σχεδιάστηκαν με προσοχή και λειτουργούν με όλους τους κανόνες της τέχνης.

Τα συνεδριακά κέντρα, ιδίως όταν πρόκειται για μεγάλες και δαπανηρές εγκαταστάσεις, επιδιώκουν τον περιορισμό των ημερών αδράνειας και τη βελτίωση των οικονομικών τους αποτελεσμάτων με την διεύρυνση του φάσματος των δραστηριοτήτων που φιλοξενούν. Ως δραστηριότητα συγγενής προς τις συνεδριακές εκδηλώσεις θεωρείται γενικά η οργάνωση εκθεσιακών γεγονότων ή άλλων πανηγυρικού χαρακτήρα εκδηλώσεων. Για το λόγο αυτό, ανεξάρτητα από την επίσημη ονομασία χωρών, είναι αρκετά σύνηθες το φαινόμενο να φιλοξενείται σ'αυτούς ευρύτερο φάσμα συγγενών δραστηριοτήτων, μια από τις οποίες είναι και τα συνέδρια.

3.3.β. MARKETING ΚΑΙ ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ

Τα προβλήματα που αντιμετωπίζει ο ελληνικός τουρισμός συνδέονται και επηρεάζουν άμεσα και τον συνεδριακό τουρισμό . Προβλήματα όπως η σύντομη τουριστική περίοδος , η στασιμότητα του εισοδήματος από τον τουρισμό και η ποιότητα των επισκεπτών .

Προβλήματα αλληλένδετα που σημαντική βοήθεια μπορεί να δώσει η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού .

Θέλοντας να προσδιορίσουμε με μεγαλύτερη ακρίβεια την πρόταση «βοήθεια μπορεί να δώσει η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού» εννοούμε ότι με την προώθηση των Επιχειρησιακών Συνεδρίων - Ταξιδιών Incentives - Διασκέψεων και Συγκεντρώσεων βοηθάμε στην ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ως σύνολο .

Αυτά τα τμήματα της αγοράς αποτελούν τον υψηλό στόχο της αγοράς των ταξιδιών , πραγματοποιούνται κατά την περίοδο αιχμής /χαμηλή περίοδο , και, κυρίως προσδίνουν διαφημιστική αξία στον τουρισμό γενικότερα .

Το marketing σαν έννοια αποτελεί ένα συνδυασμό των λειτουργιών της πώλησης, της προώθησης πωλήσεων, της διαφήμισης και της έρευνας αγοράς. Πρόκειται δηλαδή, για ένα σύνολο επιχειρηματικών δραστηριοτήτων που κατευθύνουν τη ροή των αγαθών και των υπηρεσιών από τον παραγωγό προς τον καταναλωτή ή τον τελικό χρήστη. Κατ'αντιστοιχία το τουριστικό marketing, εκφράζει την οργανωμένη συστηματική και συντονισμένη δράση των τουριστικών φορέων (οργανισμών, επιχειρήσεων κ.λ.π) με στόχο την ικανοποίηση των τουριστικών αναγκών των μελών της κοινωνίας. Συνεπώς το marketing είναι το μέσον το οποίο με μια σωστή οργάνωση και αποτελεσματική επικοινωνία θα οδηγήσει στην επιτυχία του προϊόντος που λέγεται Συνεδριακός Τουρισμός.

Η επικοινωνία για να είναι αποτελεσματική βασίζεται στους 3 παγκόσμιους νόμους της σύμφωνα με τους οποίους:

- Κανείς δεν αγοράζει κάτι που δε γνωρίζει. Αυτό σημαίνει πως θα πρέπει να γίνει γνωστό στο ευρύ κοινό **ΤΙ** είναι ο Συνεδριακός Τουρισμός, ο οποίος αναπτύσσεται ταχύτατα τα τελευταία χρόνια, σε ποιους απευθύνεται και που αποσκοπεί.
- Η φήμη παραμένει παγκοσμίως το πιο αποτελεσματικό μέσο Επικοινωνίας, γι' αυτό δημιουργώντας μια καλή φήμη εξασφαλίζουμε μια σωστή και σίγουρη προβολή του προϊόντος μας.
- Το καλό είναι το αναμενόμενο ενώ το κακό δημιουργεί μεγαλύτερη εντύπωση γι' αυτό η καλή φήμη φέρνει λιγότερους πελάτες ενώ η κακή διώχνει και περισσότερους.

Μια άλλη σημαντική παράμετρος για την επιτυχία είναι η οργάνωση. Η οργάνωση πρέπει να στηρίζεται σε 4 ακρογωνιαίους λίθους :

1. Στη δραστική βελτίωση των τουριστικών υποδομών,
2. Στην αναδιοργάνωση και ενίσχυση της αντικειμενικής Κρατικής εκστρατείας,
3. Στην εξάλειψη της νοοτροπίας του περιστασιακού και γρήγορου κέρδους,
4. Στην αναβάθμιση της Τουριστικής Συμπεριφοράς.

Δε θα πρέπει βέβαια να παραλείψουμε να καταστρώσουμε κι ένα άρτια οργανωμένο πλάνο marketing στο οποίο θα συνοπολογίζονται όλες οι βασικές παράμετροι οι οποίες θα πρέπει να περιλαμβάνονται. Πρέπει να θέτονται κοινοί στόχοι προς επίτευξη με όραμα και στρατηγική από τους φορείς, να δημιουργείται το μήνυμα της αναγκαιότητας ύπαρξης και ανάπτυξης του Συνεδριακού Τουρισμού, επαρκώς τεκμηριωμένη, πειστικά στοιχειοθετημένη και υπεύθυνη και φυσικά με τη σωστή προώθηση του από τα ΜΜΕ, τον Τύπο, την Διαφήμιση και το Διαδύκτιο .

Το κοινό στο οποίο απευθυνόμαστε μπορεί να παρουσιάζει πολλές ανομοιογένειες, κοινωνικού και πολιτισμικού περιεχομένου, γι' αυτό το πλάνο μας θα πρέπει να ευρύ χωρίς ανελαστικά όρια. Πρέπει να δημιουργείται κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης, συνεργασίας και συνέπειας ώστε να θέτονται τα θεμέλια μιας μακροχρόνιας συνεργασίας.

Η Ελλάδα είναι ένας προορισμός με μεγάλες δυνατότητες ανάπτυξης. Η κοπίδα του πολιτισμού, ένας προορισμός που προκαλεί δέος με την Ιστορία του και σεβασμό, το λίκνο της Φιλοσοφίας, η πατρίδα του Λόγου. Το μόνο που χρειάζεται είναι να γίνουν οι σωστοί χειρισμοί ώστε να επιτευχθούν οι στόχοι.

Όλη αυτή η οργάνωση και η προβολή είναι μια δουλειά που έχουν ήδη αναλάβει να γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας (CVB) και ο ρόλος τους θα αποδειχθεί καταλυτικός στη ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού.

3.3.γ. CONVENTION BUREAUS (Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας)

Το πρώτο Convention & Visitors Bureau (CVB) ιδρύθηκε στο Ντιτρόιτ του Μίσιγκαν το 1896, όταν μια ομάδα επιχειρηματιών αποφάσισε να προσλάβει έναν υπάλληλο για εξωτερική εργασία ο οποίος θα έκανε συνεχώς ταξίδια ώστε να προωθήσει την πόλη του και να φέρει τα συνέδρια εκείνης της εποχής στο Ντιτρόιτ. Σήμερα βέβαια αυτά τα γραφεία έχουν διασαφηνίσει πολύ περισσότερο το λόγο ύστασής τους. Ο Gartell (1994) τους προσδίδει τον εξής χαρακτηρισμό: **πρόκειται για εταιρίες οι οποίες αποσκοπούν στην «προσέλκυση και εξυπηρέτηση συνεδρίων και άλλων συναφών εκδηλώσεων καθώς και την προσέλκυση επισκεπτών, η οποία αυξάνει τις διανυκτερεύσεις στον προορισμό με συνέπεια να βελτιώνεται και να αναπτύσσεται ο οικονομικός ιστός της κοινότητας»**. Από το 1896 μέχρι σήμερα δεν έχει σταματήσει να αυξάνεται ο αριθμός των CVB. Οι περισσότερες χώρες του κόσμου που έχουν αναπτύξει αξιόλογη συνεδριακή βιομηχανία διαθέτουν πολλά τέτοια Γραφεία.

Όσον αφορά τη χώρα μας, η Ελλάδα διαθέτει μόνο δύο προς το παρόν Convention Bureau αρχικά στη Θεσσαλονίκη και μετά στην Αθήνα και προσπάθειες που γίνονται για δημιουργία και άλλων τέτοιων γραφείων και σε άλλους προορισμούς της χώρας (Πάτρα, Κω, Ρόδο, Κέρκυρα, Μυτιλήνη, Σαντορίνη κ.α.) αλλά και τη δυναμική του ελληνικού τουρισμού της Μ.Βρετανίας και της Ιρλανδίας και σε όλες τις δράσεις που αντιστοιχούν σε βήματα προόδου. Τι είναι όμως τα Convention Bureaus;

- Αποτελούν μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς, συχνά συνεταιριστικού χαρακτήρα, που μπορούν να λειτουργήσουν ως ουδέτερο έδαφος για γόνιμη συνεργασία μεταξύ οικονομικών μονάδων οι οποίες κατά τα άλλα μπορεί να είναι ανταγωνιστικές μεταξύ τους
- Χρηματοδοτούνται εν μέρει από δημόσιους πόρους (κεντρική διοίκηση, αυτοδιοίκηση) και κατά το υπόλοιπο από συνδρομές επιχειρήσεων του κλάδου αλλά και άλλων συγγενών κλάδων, που επιθυμούν να είναι μέλη και με την ιδιότητα αυτή επωφελούνται άμεσα ή έμμεσα από τις υπηρεσίες που προσφέρει το Γραφείο.
- Στη διοίκηση τους συμμετέχουν οι φορείς που τα χρηματοδοτούν.
- Συγκεντρώνουν πόρους και έχουν μέγεθος και χαρακτήρα που τους επιτρέπει να αναλαμβάνουν πρωτοβουλίες και να προσφέρουν υπηρεσίες που βρίσκονται πέρα από τις δυνατότητες περιστασιακών συνεργασιών ή μεμονωμένων γραφείων οργάνωσης συνεδρίων.

Το πρώτο Convention and Visitors Bureau, γνωστό και ως TCVB, ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη, το Φεβρουάριο του 2000. Ο οργανισμός αυτός αποτελείται από έναν αριθμό μελών οι οποίοι δραστηριοποιούνται στη πόλη και δουλεύουν στο πλαίσιο του Συνεδριακού Τουρισμού προβάλλοντας μια μεγάλη λίστα υπηρεσιών του οργανισμού στα συνέδρια, τα meetings και παρεμφερείς δραστηριότητες. Μεταξύ πολλών επιχειρήσεων που αντιπροσωπεύονται είναι οργανισμοί συνεδρίων, φίρμες δημοσίων σχέσεων, προμηθευτές οπτικοακουστικών συστημάτων, ταξιδιωτικά γραφεία και γραφεία τουρισμού, προμηθευτές, εστιατόρια και πωλητές λιανικής. Πολλοί ηγετικοί οργανισμοί στη πόλη έχουν κηρυχθεί ως επίτιμα μέλη του Γραφείου ώστε να συνεισφέρουν στην επιτυχία της προσπάθειας τους.

Η παρουσίαση του Convention and Visitors Bureau της Αθήνας έγινε στην αγορά της Αμερικής, στο **Motivation Show** του Σικάγο 28-30 Σεπτεμβρίου (Meetings & Incentive Travel) με ένα σύγχρονο προφίλ, αντιπροσωπεύοντας την καινούργια Αθήνα σε επαγγελματικό επίπεδο².

Η Διευθύντρια του **Athens Convention and Visitors Bureau** κ. **Κάλλη Τραυλού** σε συνέντευξή της στο περιοδικό Χρήμα & Τουρισμός στην ερώτηση **“ποιες είναι μέχρι σήμερα οι πρωτοβουλίες του φορέα για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού στην Ελλάδα και τι προγραμματίζεται για το μέλλον;”** δήλωσε ότι **“Το Athens Convention and Visitors Bureau αποτελεί το πρώτο σημείο επαφής για διοργανωτές συνεδρίων και ταξιδιών κινήτρων, θεωρώντας την Αθήνα επαγγελματικό προορισμό. Είναι το «κλειδί» για την προώθηση της Αθήνας και της Αττικής στην Συνεδριακή αγορά σαν επαγγελματικό προορισμό, η κινητήρια δύναμη για την προέκταση και εξασφάλιση προσοδοφόρων προγραμμάτων εταιρικών ταξιδιών και ταξιδιών κινήτρων από όλο τον κόσμο.**

Στο ACVB:

- Μεταφέρουμε τεχνογνωσία και πληροφορούμε, σε ένα shop window, χωρίς προμήθεια, όσους ενδιαφέρονται σχετικά με τους συνεδριακούς χώρους και προμηθευτές.
- Στοχεύουμε σε ένα πρωτοποριακό προϊόν που θα βοηθήσει στο να αυξηθεί το μερίδιο αγοράς που έχουν οι προμηθευτές συνεδρίων

2. <http://traveldailynews.gr> . Θεωρήσης Κουμέλης, Παρασκευή, 8/10/2004

στην Αθήνα, δεδομένου ότι πληρούν τα κριτήρια που θέτουμε.

Τα κριτήρια αυτά όσον αφορά σε συνεδριακούς χώρους και ξενοδοχεία είναι η αποδεδειγμένη εμπειρία που έχουν στον κλάδο, τα προηγούμενα τρία χρόνια. Επιπλέον, για όλα τα μέλη απαιτούνται κριτήρια ποιότητας, ανταγωνιστικότητας και υψηλού επαγγελματισμού.

- Αποσκοπούμε στη συνεργασία με corporate market, ενώσεις και φορείς από τη Μεγάλη Βρετανία, Ευρώπη και Η.Π.Α. Συμμετέχουμε σε εκθέσεις στο εξωτερικό και σαν μέλη και ενώσεις, όπως π.χ. στην ICCA, δημιουργώντας έτσι μια εξειδικευμένη βάση δεδομένων με αυτούς που λαμβάνουν τις αποφάσεις και παρέχοντας on-line υπηρεσίες. Το website θα αποτελεί πηγή πληροφοριών για τους διάφορους διοργανωτές. Επίσης τα μέλη θα επωφελούνται από sales trips, inspection & fam trips, press trips και εκπαιδευτικά σεμινάρια.
- Παρέχουμε στους διοργανωτές εξειδικευμένο website, οδηγούς για προγράμματα και ιδέες, μοναδικούς χώρους.
- Παρέχουμε στα μέλη μας:
 1. Στοιχεία από σφυγμομετρήσεις της αγοράς
 2. Πληροφορίες για αγοραστικά πρότυπα
 3. Πληροφορίες για το τι συμβαίνει σε άλλες αγορές
 4. Εικόνα και στοιχεία ανταγωνισμού
 5. Αντικειμενικότητα στο πως μπορεί να βελτιωθεί και να προβληθεί ένα προϊόν
 6. Τρόπους προσέλκυσης της αγοράς
- Δημιουργούμε το προφίλ μας, βάση ενός εικονογραφημένου οδηγού και ενός κατανοητού website με club μόνο για μέλη, προσφέροντας πληροφορίες για τα τελευταία νέα και τις τάσεις.
- Διανέμουμε το υλικό μας συμμετέχοντας, μαζί με τα μέλη μας, με περίπτερο σε εκθέσεις, πραγματοποιούμε προγράμματα φιλοξενίας δημοσιογράφων και tour operators, fam trips, και inspections συμμετοχή των ξενοδοχείων, συνεδριακών χώρων και DMC σε όλες τις δραστηριότητες της εταιρίας.³

Σε ότι αφορά τη δημιουργία του Γραφείου Συνεδριακού Τουρισμού του ΕΟΤ στο Λονδίνο, είναι γεγονός πως ενίσχυσε το ενδιαφέρον της βρετανικής αγοράς.

Έχουν γίνει σημαντικές ενέργειες προβολής (ειδικές εκδόσεις στα εξειδικευμένα περιοδικά, ενημερωτικά ταξίδια PCOs στην Ελλάδα κ.λπ) και έχει βελτιωθεί η θέση της χώρας μας στις προτιμήσεις συνεδριακών προορισμών. Τον Οκτώβριο ανακοινώθηκε πως για την Βρετανία η χώρα μας καταλαμβάνει την 8^η θέση.

3. Περιοδικό "Χρήμα & Τουρισμός", Οκτώβριος 2004, Τεύχος 98, σελ.174.

3.4. ΡΥΘΜΟΣ ΜΕΤΑΒΟΛΗΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ ΣΤΑ ΠΡΟΣΦΑΤΑ ΧΡΟΝΙΑ.

Τα διαθέσιμα στοιχεία για τον αριθμό των συνεδρίων που οργανώθηκαν στην Ελλάδα στην περίοδο 1987-1999, σύμφωνα με στοιχεία της ICCA αλλά και την πληροφόρηση για τον αριθμό των συνεδρίων, των συνεδρων και των διανυκτερεύσεων σε ορισμένες μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες ή συγκροτήματα στην Ελλάδα τα τελευταία χρόνια, παρέχουν ενδείξεις για κύμανση της κίνησης απο έτος σε έτος χωρίς όμως σαφή ανοδική ή καθοδική τάση. Επειδή φαίνεται ότι, όπως ήδη αναφέρθηκε, και σε διεθνές επίπεδο ο όγκος των συνεδριακών δραστηριοτήτων δεν παρουσιάζει έντονη ανοδική πορεία, είναι εύλογο να υποτεθεί ότι και στην Ελλάδα η κίνηση, αν παρουσιάζει αύξηση τα τελευταία χρόνια, αυτή θα είναι περιορισμένη.

Η κύμανση από έτος σε έτος, η οποία σε ορισμένες περιπτώσεις είναι αρκετά έντονη, συνδέεται και με το γεγονός της σχετικά μικρής κλίμακας των μεγεθών του κλάδου στην Ελλάδα, τα οποία ως εκ τούτου επηρεάζονται σε μεγάλο βαθμό από περιστασιακές εξελίξεις.

Μπορεί επίσης, να οφείλεται εν μέρει και στο γεγονός ότι η Ελλάδα δεν έχει καθιερωθεί ακόμη ως συνεδριακός προορισμός στο βαθμό που χρειάζεται να αποκτηθεί μια σταθερότερη πελατεία. Τα στοιχεία για το 2000 δεν δίνονται στον παρακάτω πίνακα διότι καθώς, όπως σημειώθηκε, η ροή τους παρουσιάζει σημαντική υστέρηση χρόνου, δεν φαίνεται να είναι αρκετά αντιπροσωπευτικά και θα μπορούσαν να δημιουργήσουν παραπλανητικές εντυπώσεις για μεγάλη κάμψη των σχετικών μεγεθών.

| Έτος | Αριθμός Συνεδρίων | Αριθμός Συνέδρων | Αθήνα Αρ. Συνεδρίων |
|---------|-------------------|------------------|---------------------|
| 1989-90 | 66 | | |
| 1991 | 28 | | |
| 1992 | 34 | | |
| 1993 | 26 | | |
| 1994 | 29 | | 17 |
| 1995 | 28 | | 15 |
| 1996 | 32 | | 20 |
| 1997 | 51 | 28.568 | 22 |
| 1998 | 48 | 36.247 | 21 |
| 1999 | 40 | 19.482 | 14 |

- Πηγή: ICCA. The international Meetings Market 1991-2001, Μάιος 2000
<http://www.icca.nl/products/statistics/1996/europe.htm>

3.5. ΕΠΟΧΙΚΟΤΗΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ.

Η κατανομή της συνεδριακής κίνησης στη διάρκεια του έτους είναι πολύ λιγότερο άνιση σε σύγκριση με το γενικό τουρισμό στην Ελλάδα. Ο βαθμός συγκέντρωσης στους θερινούς μήνες αιχμής είναι συγκριτικά χαμηλότερος μεταξύ άλλων διότι οι δυνατότητες της προσφοράς στην περίοδο αιχμής είναι περιορισμένες. Ο συνεδριακός τουρισμός συγκεντρώνεται κυρίως στις ενδιάμεσες τουριστικής έντασης εποχές της Άνοιξης και του Φθινοπώρου.

Στον παρακάτω πίνακα δίνονται λεπτομερέστερα στοιχεία για την εποχικότητα της συνεδριακής κίνησης για την περιοχή της Πρωτεύουσας, τη Βόρεια Ελλάδα και το νησιωτικό χώρο.

| Εποχική κατανομή % αφίξεων και διανυκτερεύσεων συνέδρων σε μεγάλες ξενοδοχειακές μονάδες κατά περιοχή, 2000. | | | | | |
|---|-----------------|--------------------------------|------------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| | | Ιανουαριος- Μαρτιος | Απρίλιος- Ιούνιος | Ιούλιος- Σεπτ/βρης | Οκτώβρης- Δεκεμβρης |
| Περιοχή Πρωτεύουσας | Αφίξεις | 11,9 | 43,5 | 21,8 | 22,8 |
| | Διανυκτερεύσεις | 12,5 | 41,9 | 20,8 | 24,8 |
| Β. Ελλάδα | Αφίξεις | 0 | 44,1 | 51 | 4,9 |
| | Διανυκτερεύσεις | 0 | 42,8 | 54,4 | 2,9 |
| Νησιά | Αφίξεις | 7,6 | 38,2 | 5,9 | 48,2 |
| | Διανυκτερεύσεις | 5,6 | 49 | 5,5 | 36,6 |

3.6. ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΚΑΤΑΝΟΜΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΚΙΝΗΣΗΣ.

Στην Περιφέρεια της Πρωτεύουσας συγκεντρωνόταν λίγο παλαιότερα περισσότερο από το ήμισυ των Συνεδριακών εκδηλώσεων, τουλάχιστον του είδους που καταγράφεται από το ICCA. Τα τελευταία χρόνια το μερίδιο της λοιπής χώρας τείνει σε αύξηση με την Πρωτεύουσα να περιορίζεται σε αρκετά λιγότερο από το ήμισυ της κίνησης. Αυτό είναι αποτέλεσμα της επέκτασης της συνεδριακής υποδομής στο νησιωτικό χώρο (Κρήτη, Ρόδος, Κως κλπ.) σε αντιδιαστολή με τη στασιμότητα του στην Πρωτεύουσα. Σε κάθε περίπτωση ο ρόλος της Αθήνας δεν πρέπει να ξενίζει διότι η συγκέντρωση του είδους αυτού των εκδηλώσεων στα μεγάλα κέντρα είναι φαινόμενο διεθνές, το οποίο μάλιστα σε ορισμένες χώρες λαμβάνει χαρακτήρα ακόμη πιο έντονο απ' ότι στην Ελλάδα (π.χ. Πορτογαλία).

Αξίζει να σημειωθεί ότι στην πράξη στο μερίδιο της Πρωτεύουσας στη συνολική συνεδριακή κίνηση, συμπεριλαμβανομένης και της εσωτερικής, μπορεί να είναι υψηλότερο απ' ότι αφήνουν να διαφανεί τα στοιχεία της ICCA, επειδή η εσωτερική κίνηση συγκεντρώνεται σε πολύ μεγάλο βαθμό στην Πρωτεύουσα. Οι πηγές της εγχώριας ζήτησης εκτός της Πρωτεύουσας και σε πολύ μικρότερο βαθμό της Θεσσαλονίκης είναι πολύ περιορισμένες.

4° ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ

Η διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων θεωρήθηκε μείζονος σημασίας για την ανάπτυξη του συνεδριακού κλάδου , καθώς όπως έχει αποδείξει η διεθνής εμπειρία οι χώρες που φιλοξένησαν ολυμπιακούς αγώνες γνώρισαν πριν , κατά τη διάρκεια αλλά και μετά την ολυμπιακή περίοδο σημαντική ανάπτυξη και στον συνεδριακό τομέα . Χαρακτηριστικό το παράδειγμα της Ισπανίας , όπου μετά την διοργάνωση των ολυμπιακών αγώνων στην Βαρκελώνη το 1992 , εκτοξεύθηκε από την 10 θέση στην 5 θέση της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς αλλά και του Σίδνευ που βρίσκεται στις πρώτες θέσεις ζήτησης . Οι πόλεις που διοργάνωσαν στο παρελθόν ολυμπιακούς αγώνες προσέγγισαν το γεγονός ως μια ευρύτερη ευκαιρία προβολής η οποία διαρκεί περίπου δέκα χρόνια , όσο περίπου είναι το διάστημα που η διοργανώτρια χώρα κρατάει πάνω της τα Φώτα της δημοσιότητας .

Ωστόσο , η μεγάλη αισιοδοξία που επικρατούσε στην αγορά με αφορμή τους ολυμπιακούς αγώνες έχει μετατραπεί σε ρεαλισμό , καθώς η χώρα μας έχει χάσει πολύτιμο χρόνο αφού όπως αναφέρουν στελέχη της αγοράς , δεν επετεύχθη συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς των αγώνων προκειμένου να αναπτυχθεί ένα ενιαίο πλαίσιο δράσης για την προβολή της συνεδριακής Ελλάδας . Ωστόσο , η επιτυχία των ολυμπιακών αγώνων απέδειξε ότι η χώρα μας είναι ικανή να φέρει σε πέρας διοργανώσεις παγκόσμιας εμβέλειας και κύρους και κατά συνέπεια θα καταξιωθεί στην συνείδηση των συνέδρων . Όσον αφορά , στις μελλοντικές προοπτικές της χώρας μας , η αγορά εμφανίζεται συγκρατημένα αισιόδοξη για το μέλλον του κλάδου , καθώς εκτιμά ότι οι ολυμπιακοί αγώνες και η προβολή που θα κερδίσει η χώρα μας , το αναβαθμισμένο συνεδριακό και τουριστικό προϊόν , η ίδρυση CVB στην Αθήνα και τα μεγάλα έργα που έχουν ολοκληρωθεί , θα συμβάλλουν αποφασιστικά στην αύξηση της ζήτησης συνεδρίων στη χώρα μας .

4.1. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΑΝΑΒΑΘΜΙΣΗΣ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΠΡΟΪΟΝΤΟΣ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΜΕΤΑ ΤΟΥΣ ΟΛΥΜΠΙΑΚΟΥΣ ΑΓΩΝΕΣ.

Η Ελλάδα διαθέτει όλα εκείνα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία που συντελούν στην καθιέρωση ενός τόπου σε συνεδριακό προορισμό , το κλίμα , τα αξιοθέατα , το φυσικό περιβάλλον , την πολιτιστική ταυτότητα και την τουριστική εικόνα . Ωστόσο , χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερο συντονισμένες προσπάθειες προκειμένου να αξιοποιήσει αλλά και να βελτιώσει την υπάρχουσα υποδομή αλλά και να προχωρήσει σε μια καλύτερη οργάνωση του κλάδου .

Η συνεδριακή υποδομή της Αττικής και ολόκληρης της χώρας έχει αναβαθμιστεί μετά τους ολυμπιακούς αγώνες . Τα μεγάλα έργα που ολοκληρώθηκαν και τα οποία κρίνονται απαραίτητα για την ανάπτυξη του

συνεδριακού μιας χώρας αλλά και η κατασκευή κατάλληλης υποδομής τόσο σε ξενοδοχειακούς χώρους όσο και σε αυτόνομα συνεδριακά κέντρα σε όλη την χώρα έχουν αναβαθμίσει το συνεδριακό προϊόν . Ωστόσο , η μεγάλη έλλειψη εξακολουθεί να εντοπίζεται σε επίπεδο μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Αθήνα , χωρητικότητας πάνω από 7.000 ατόμων , που παρατηρείται σχεδόν μόνο στην Αθήνα σε σχέση με τις πρωτεύουσες της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς . Παρόλο που η κατασκευή του Εκθεσιακού/Συνεδριακού Κέντρου στον πρώην ανατολικό αερολιμένα στο Ελληνικό έχει δρομολογηθεί , δεν έχουν επισπευθεί οι διαδικασίες για την δημιουργία και λειτουργία του , παρά τις πιέσεις που ασκούνται από τις ενδιαφερόμενες πλευρές . Πρόκειται για ένα μεγάλο έργο αφού ο συνολικός ωφέλιμος χώρος που θα προκύψει θα είναι περίπου 85,000 τ.μ , ενώ θα δημιουργηθεί και ένα ξενοδοχείο 300 κλινών . Η κύρια αίθουσα του συνεδριακού κέντρου θα είναι δυναμικότητας 3,500 συνέδρων και με την ενοποίηση των λοιπών χώρων θα φθάνει τα 8,000 άτομα .

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η μετατροπή του κλειστού γυμναστηρίου του Φαλήρου σε Μητροπολιτικό διεθνές συνεδριακό κέντρο ικανό να φιλοξενήσει διοργανώσεις της τάξεως 4-5,000συνέδρων . Η λύση αυτή επελέγη μετά από ευρύ διάλογο με τους φορείς της αγοράς και των τοπικών κοινωνιών , και αποτελεί την απάντηση σε ένα πάγιο αίτημα του τουριστικού και συνεδριακού κόσμου . Η υλοποίηση του σχεδίου θα απαιτήσει προσεκτική μετασκευή και επίλυση οργανωτικών ζητημάτων . Σε οποιαδήποτε πάντως περίπτωση , η μετατροπή σε σύγχρονη και απολύτως συνεδριακή υποδομή μιας παγκοσμίως αναγνωρίσιμης και αισθητικά επιβλητικής εγκατάστασης , η οποία μάλιστα βρίσκεται σε προνομιακό σημείο της παραλίας και απέχει ελάχιστα από το κέντρο της πόλης και τον ξενοδοχειακό άξονα πλατείας Συντάγματος – Λεωφόρο Συγγρού , δίνει νέα ώθηση στον συνεδριακό τουρισμό υψηλών προδιαγραφών .

Το βέβαιο είναι ότι για μια πρωτεύουσα όπως η Αθήνα , το ζήτημα του συνεδριακού κέντρου και κατ'επέκταση του συνεδριακού τουρισμού δεν αποτελεί θέμα μόνο του αρμόδιου υπουργείου . Ξεχωριστό ενδιαφέρον δείχνουν τόσο η περιφέρεια , όσο και η υπερνομαρχία και ο δήμος Αθηναίων . Είναι χαρακτηριστική η τοποθέτηση της κ. **Ντόρας Μπακογιάννη** , δήμαρχου Αθηναίων , σχετικά με την λειτουργία του συνεδριακού κέντρου και την συνεισφορά όλων των εμπλεκόμενων φορέων στο κομμάτι του συνεδριακού τουρισμού : «Για να είναι αποδοτική η λειτουργία ενός τέτοιου κέντρου πρέπει να γίνουν συντονισμένες προσπάθειες από όλους τους εμπλεκόμενους φορείς , για την περαπέρω ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού . Οφείλουμε να προσαρμοστούμε στα δεδομένα της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς και να επιδιώξουμε διεθνείς συνεργασίες που θα καθιστούν βιώσιμες τις προσπάθειες μας . Παράλληλα απαιτείται συνεργασία των φορέων στο εσωτερικό για τον σχεδιασμό τελικών προϊόντων του συνεδριακού τουρισμού , τιμολογιακής πολιτικής και τέλος , της στρατηγικής προβολής και προώθησης του .»

Για να επιστρέψουν οι τουρίστες στο λεκανοπέδιο χρειάζεται συντονισμένη προσπάθεια , είναι η άποψη και της υπερνομαρχη Αθηνών , κ. **Φώφης Γεννηματά**: "Η προβολή των Ολυμπιακών Αγώνων δεν αρκεί . Χρειάζεται συντονισμένη προσπάθεια και διαρκείς καμπάνια , ώστε οι

τουρίστες να επιστρέψουν στο λεκανοπέδιο . Το πέρας των Ολυμπιακών Αγώνων βρίσκει την Αθήνα διαφορετική όσον αφορά τις υποδομές αλλά και την ποιότητα ζωής . Δεν είναι πλέον μόνο η Ακρόπολη που φέρνει τον τουρίστα στην Αθήνα .

Είναι και τα πολιτιστικά δρώμενα , η αναβάθμιση του αστικού χώρου , οι νέες υποδομές , η εμπορική και οικονομική ανάπτυξη που θέλγουν τον επισκέπτη . Αυτή η σημαντική αλλαγή πρέπει να προβληθεί και να αξιοποιηθεί τουριστικά .

Ο δήμος Αθηναίων πιστεύει ότι τώρα όσο ποτέ άλλοτε , η πόλη είναι έτοιμη να φιλοξενήσει συνέδρια και εκθέσεις που απαιτούν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας και υποδομές υψηλών προδιαγραφών .

Χαρακτηριστικό παράδειγμα , για μια πόλη που με την προβολή που είχε λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων αναπτύχθηκε στον τουρισμό αλλά και συγκεκριμένα στον τομέα των συνεδρίων , είναι το Σίδνευ . Σημειώνει ρεκόρ στην διοργάνωση των συνεδρίων . Το Γραφείο Συνεδρίων και Επισκεπτών της αυστραλιανής πρωτεύουσας ανακοίνωσε ότι , κατά τη διάρκεια του 2004 φιλοξένησε 37 συνέδρια , με περισσότερους από 5.000 συμμετέχοντες το καθένα . Δύο από τα μεγαλύτερα συνέδρια είναι αυτό του Επνίρο 2004 , τον Απρίλιο , προϋπολογισμού 13 εκατομμυρίων δολαρίων Αυστραλίας , καθώς και το συμπόσιο της Gartner Group , προϋπολογισμού 9.1 εκατομμύρια δολάρια Αυστραλίας . Υπολογίζεται ότι τα κοινά οφέλη της πόλης από τα συνέδρια θα ανέλθουν σε 165 εκατομμύρια . Σε δηλώσεις τους οι υπεύθυνοι του Convention & Visitors Bureau τόνισαν ότι το Σίδνευ κερδίζει τις μεγάλες αυτές εκδηλώσεις χάρη στις άριστες υποδομές και την δημοσιότητα που έτυχε η πόλη λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων αλλά και του παγκόσμιου πρωταθλήματος ράγκμπι .

Πέρυσι δρομολογήθηκε η πραγματοποίηση ενός από τα μεγαλύτερα αιτήματα της αγοράς και κατά γενική ομολογία ακρογωνιαίος λίθος για την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού , η δημιουργία Convention & Visitors Bureau στην Αθήνα . Τα Convention & Visitors Bureau έχουν καθιερωθεί παγκοσμίως ως ο πλέον ενδεδειγμένος μηχανισμός προσέλκυσης συνεδρίων και θεωρούνται πλεονεκτικότερα σε σχέση με άλλους μηχανισμούς συνεδριακού marketing καθώς συσπειρώνουν τις δυνάμεις όλων των ενδιαφερόμενων φορέων προς μια κοινή δράση .

Μέχρι σήμερα η Αθήνα αποτελούσε την μοναδική πρωτεύουσα χωρίς αντίστοιχο φορέα και ανάλογο γραφείο λειτουργούσε μόνο στην Θεσσαλονίκη . Μετά από προσπάθειες δύο ετών , υπογράφηκε τελικά τον Ιούλιο του 2003 το καταστατικό ίδρυσης Γραφείου Συνεδρίων Εκθέσεων και Επισκεπτών στην Αθήνα . Αντίστοιχες ενέργειες για την δημιουργία CVB πραγματοποιούνται και σε άλλους συνεδριακούς προορισμούς της χώρας μας , όπως η Πάτρα , η Κως , η Ρόδος , η Κέρκυρα , η Μυτιλήνη και η Σαντορίνη .

4.2. ΟΛΥΜΠΙΑΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ

Οι Ολυμπιακοί Αγώνες του 2004 άφησαν στην Αθήνα μια σημαντική κληρονομιά . Οι κυρίως Ολυμπιακές εγκαταστάσεις , αλλά και το ευρύτερο πλέγμα συγκοινωνιακών , ξενοδοχειακών και άλλων υποδομών , των οποίων η ολοκλήρωση συναρτήθηκε με την ολυμπιακή προετοιμασία , παρ'ότι ο σκοπός τους την υπερέβαινε , δημιουργούν νέα δεδομένα για την πόλη .

Ειδικότερα , οι αθλητικές , γραφειακές και άλλες εγκαταστάσεις που κατασκευάστηκαν με άμεσο στόχο τις ανάγκες των Αγώνων προσφέρουν στην Αθήνα , μέσα από κατάλληλες προσαρμογές , την δυνατότητα λύσεων μεγάλης κλίμακας για τους πολίτες της και την ικανότητα να προσελκύσει διεθνές τουριστικό ενδιαφέρον .

Το πολεοδομικό συγκρότημα χρειάζεται μόνιμες , λειτουργικές υποδομές με συγκεκριμένο κεντρικό προορισμό , οικονομικώς ορθή κλίμακα και κατάλληλες υποστηρικτικές δραστηριότητες , συμπεριλαμβανομένων και των εμπορικών . Πολλές ανάγκες σε τέτοιες υποδομές μπορούν να καλυφθούν πλέον από τις κυρίως ολυμπιακές εγκαταστάσεις . Λόγω του μεγέθους και τις ιδιαίτερης συμβολικής και χωροταξικής σημασίας των τελευταίων , οι δυνατότητες για μια ουσιαστική συμβολή τους στην ορθολογική ανάπτυξη του αστικού περιβάλλοντος είναι μεγάλες .

Στις 6 Δεκεμβρίου 2004 , ο πρωθυπουργός και η αναπληρώτρια υπουργός πολιτισμού κ. Φάνη Πάλλη-Πετραλιά ανακοίνωσαν τις τελικές αποφάσεις της κυβέρνησης σχετικά με την μελλοντική χρήση των ολυμπιακών εγκαταστάσεων . Στον σχεδιασμό περιλαμβάνεται ρητώς και η ανάπτυξη οικονομικής επιχειρηματικής δραστηριότητας , με ειδικότερους στόχους την μείωση του κόστους συντήρησης και λειτουργίας των εγκαταστάσεων , την βιώσιμη ανάπτυξη ευρύτερων περιοχών και την επιστροφή στους πολίτες οικονομικών και πολιτιστικών ωφελημάτων.

Το στρατηγικό σχέδιο προβλέπει , μεταξύ άλλων , την φιλοξενία σε συγκεκριμένες εγκαταστάσεις μεγάλων διοργανώσεων πολιτιστικού και συνεδριακού χαρακτήρα , καθώς και περιορισμένων συμπληρωματικών εκθεσιακών δραστηριοτήτων . Σε συνδυασμό με την δημιουργία δυο νέων μουσείων ειδικού αθλητικού ενδιαφέροντος , την αξιοποίηση του ΟΑΚΑ ως τόπου επισκέψεως , αλλά και τον σαφή αναπροσανατολισμό άλλων εγκαταστάσεων σε εν πολλοίς τουριστική κατεύθυνση , οι χρήσεις αυτές συμβάλλουν αποφασιστικά στην αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και την ανάδειξη της Αθήνας σε αυτοτελή τόπο προορισμού με κατάλληλο μείγμα υποδομών και δραστηριοτήτων .

4.3. ΤΟ 2004 ΩΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΤΙ ΠΡΟΒΛΕΠΕΤΑΙ ΓΙΑ ΤΟ 2005

Κάνοντας τον απολογισμό μας για την χρονιά που πέρασε η εικόνα του συνεδριακού τουρισμού ήταν απογοητευτική . Μεγάλο μέρος ευθύνης σε αυτό φέρουμε εμείς οι ίδιοι . Τα ελληνικά ξενοδοχεία λόγω των ολυμπιακών

αγώνων , εκτόξευσαν τις τιμές στα ύψη . Δυστυχώς οι τιμές δεν ήταν αυξημένες μόνο την περίοδο των Αγώνων αλλά και όλη την καλοκαιρινή περίοδο . Όπως καταλαβαίνουμε δεν ήταν κανείς διατεθειμένος να πληρώσει τόσα πολλά χρήματα επειδή η χώρα φιλοξενεί ολυμπιακούς αγώνες . Για το λόγο αυτό πολλά συνέδρια τα «χάσαμε» και τα κέρδισαν άλλες χώρες όπως Βαρκελώνη , Σικελία , Βουδαπέστη κ.α . Βέβαια , υπήρχαν και καλές τιμές όπως στα νησιά αλλά υπήρχαν προβλήματα στην μετάβαση ώστε να συνδυαστούν με τους Αγώνες .

«Από τον Μάρτιο του 2005 , η Αθήνα θα διαθέτει σύγχρονη συνεδριακή και εκθεσιακή υποδομή , πέρα από τους ήδη υπάρχοντες άλλους χώρους . Το νέο συνεδριακό κέντρο της Αθήνας θα γίνει είτε στο αεροδρόμιο του ελληνικού είτε στις εγκαταστάσεις του Twaε Kwo Do στο Φάληρο.» Τις επισημάνσεις αυτές έκανε , την Τετάρτη 10 Νοεμβρίου από το Λονδίνο , ο υπουργός Τουριστικής Ανάπτυξης κ. Δημήτρης Αβραμόπουλος σε συνέντευξη Τύπου που παραχώρησε σε Έλληνες και ξένους δημοσιογράφους , με την ευκαιρία της ολοκλήρωσης των επαφών του στο πλαίσιο της διεθνούς τουριστικής έκθεσης World Travel Market στην οποία η Ελλάδα συμμετείχε με ένα εντυπωσιακό περίπτερο . Κατόπιν , η επιλογή της ολυμπιακής εγκατάστασης του Φαλήρου κέρδισε έδαφος . Δεν έχουμε επομένως παρά να περιμένουμε τα εγκαίνια του Μητροπολιτικού συνεδριακού κέντρου και την πρώτη διοργάνωση στους κατάλληλα διαμορφωμένους χώρους .

Η Αθήνα αφού έπεισε όλους πως μπορεί να φέρει σε πέρας με επιτυχία σημαντικότερες , πολύπλοκες και απαιτητικές διοργανώσεις , όπως η Ολυμπιακοί Αγώνες , δηλώνει πλέον ευθαρσώς , ότι επιθυμεί (και το δικαιούται) να θεωρείται συνεδριακός και εκθεσιακός προορισμός διεθνούς ακτινοβολίας . Το Μητροπολιτικό Κέντρο θα συμβάλει σημαντικά στην επιτυχία αυτού του στόχου όπως και η συνεργασία μεταξύ συναρμόδιων φορέων (υπουργείο , υπερνομαρχία , δήμος , δημόσιες υπηρεσίες , δημόσιες και ιδιωτικές σχολές , δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς)

5° ΚΕΦΑΛΑΙΟ:

ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Είναι πλέον κοινή παραδοχή πως ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί την κορωνίδα του τουρισμού . Τα συνέδρια που θεωρούνται το σημαντικότερο κομμάτι του επαγγελματικού τουρισμού είναι οπωσδήποτε είδος που ανεβάζει σημαντικά τον δείκτη απόδοσης του συνολικού προϊόντος . Ο τζίρος γύρω από ένα συνέδριο ποικίλει , μπορεί να ξεκινήσει από μερικές χιλιάδες ευρώ στην περίπτωση ενός εγχώριου συνεδρίου και φθάνει τις αρκετές εκατοντάδες ευρώ όταν πρόκειται για ένα συνέδριο με μερικές χιλιάδες συνέδρους προσκεκλημένους . Δυστυχώς όμως στην χώρα μας τα συνέδρια παγκόσμιας εμβέλειας όπως έχουμε προαναφέρει είναι ελάχιστα . Παρακάτω παραθέτουμε μερικές προτάσεις , σχετικά με το τι μπορεί να γίνει προκειμένου να υπάρξει βελτίωση στον τομέα αυτό . Πιο συγκεκριμένα :

- Πρέπει άμεσα και οργανωμένα να αξιοποιήσουμε τις Ολυμπιακές εγκαταστάσεις που κληρονομήσαμε από τους Ολυμπιακούς Αγώνες , προκειμένου να δοθεί ώθηση στον συνεδριακό τουρισμό .
- Οι τουριστικοί επιχειρηματίες πρέπει να μεταφέρουν την επιχειρηματική ανάπτυξη στην διαμόρφωση της τουριστικής προβολής της χώρας , να συμβάλλουν στην ανάπτυξη ποιοτικών υποδομών μέσα από τις επενδύσεις του και να διασφαλίζουν την παροχή ποιοτικών υπηρεσιών.
- Ίσως να είμαστε η μόνη χώρα στην Ευρώπη η οποία δεν έχει CVB's στους βασικούς συνεδριακούς της προορισμούς . Η δημιουργία του Convention Bureau της Αθήνας είναι αναμφισβήτητα μια κίνηση την οποία πρέπει να στηρίξουν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς τόσο του δημοσίου όσο και του ιδιωτικού τομέα . Χωρίς το Convention Bureau της Αθήνας θα είναι δύσκολο ενισχύσουμε τον συνεδριακό τουρισμό στην μεταολυμπιακή εποχή.
- Στην Ελλάδα, υπάρχει παντελής έλλειψη στατιστικής παρακολούθησης , μιας και δεν υπάρχει κάποιος φορέας , ο οποίος να καταγράφει τόσο τις υποδομές που υπάρχουν όσο και τα συνέδρια που διοργανώνονται . Σίγουρα αν θέλουμε να είμαστε ανταγωνιστικοί ως συνεδριακός προορισμός θα πρέπει να μπορούμε να καταγράψουμε και να συγκρίνουμε τις επιδόσεις μας στο συγκεκριμένο κομμάτι της τουριστικής αγοράς .
- Η τεχνολογία σαφέστατα θα παίξει σημαντικό ρόλο στην προώθηση του συνεδριακού προϊόντος και οι επενδύσεις στον τομέα αυτό πρέπει να αυξηθούν .

- Να υπάρξει συνεργασία με τους συναρμόδιους φορείς ώστε να βελτιωθούν οι γενικές υποδομές και στην περιφέρεια . Αυτό κρίνεται απαραίτητο για την επέκταση της τουριστικής περιόδου .
- Στο πλαίσιο των ειδικών υποδομών πρέπει να συμπεριληφθεί ο εκσυγχρονισμός και η αναβάθμιση των αεροδρομίων και ίσως και η μετατροπή μέρους των στρατιωτικών αεροδρομίων της χώρας σε πολιτικά για την κάλυψη των αυξημένων τουριστικών αναγκών.
- Απαιτείται εξειδίκευση όσων φέρουν την σχετική ευθύνη της διοργάνωσης (διοργανωτές και επαγγελματίες που την υλοποιούν)- ιδιαίτερη εκπαίδευσή , αλλά και συγχρόνως απαιτείται και πιστοποίηση της εξειδίκευσης του καθενός που ασχολείται με το αντικείμενο .
- Σημαντικό ρόλο στην προσπάθεια της αναβάθμισης του τουριστικού προϊόντος θα διαδραματίσει η τουριστική εκπαίδευση . Για τον λόγο αυτό , χρήσιμη θα ήταν η υλοποίηση τουριστικών προγραμμάτων σε όλα τα επίπεδα του τουριστικού τομέα που θα έχουν ως στόχο την καλλιέργεια της τουριστικής συνείδησης .
- Να αξιοποιηθεί η μεγάλη τουριστική περιουσία του ΕΟΤ , με διάφανη διαχείριση και σε συνεργασία με τον ιδιωτικό τομέα .
- Για την προώθηση του συνεδριακού τουρισμού θα ήταν καλό να δημιουργηθεί σχετικός φορέας διαχείρισης .
- Αυτόνομη συμμετοχή στις σημαντικότερες διεθνείς συνεδριακές εκθέσεις.
- Δημιουργία εντύπου για την προβολή του συνεδριακού τουρισμού.
- Καταχωρήσεις με συναφές περιεχόμενο σε κλαδικά έντυπα του εξωτερικού .
- Προσκλήσεις εδραιωμένων οργανωτών συνεδρίων του εξωτερικού με σκοπό την γνώση του συνεδριακού μας προϊόντος .

ΕΠΙΛΟΓΟΣ:

Συμπερασματικά λοιπόν, θα λέγαμε ότι η συνολική εικόνα που παρουσιάζει ο Συνεδριακός Τουρισμός μπορεί να μην είναι ικανοποιητική όμως σίγουρα παρουσιάζει σημαντικές και εμφανείς αναπτυξιακές δυνατότητες και εκτιμάται πως στα επόμενα τρία χρόνια η Ελλάδα θα είναι ένας από τους δέκα πρώτους Συνεδριακούς προορισμούς στο κόσμο.

Τελειώνοντας και κλείνοντας την πτυχιακή εργασία αυτό που θα μπορούσαμε να εξάγουμε σαν συμπέρασμα και που θα μπορούσαμε να πούμε με μια φράση είναι **ότι χρειάζεται χάραξη εθνικής συνεδριακής πολιτικής.**

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ ΣΤΗΝ
ΕΛΛΑΔΑ

ΣΗΜ: ΤΟ ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΑΥΤΟ ΒΑΣΙΖΕΤΑΙ ΣΤΑ ΕΠΙΣΗΜΑ
ΣΤΟΙΧΕΙΑ Ε.Ο.Τ.

Συνεδριακοί χώροι σε Ξενοδοχεία - Συνεδριακά Κέντρα - Συνεδριακές Διευκολύνσεις στην μείζονα περιοχή Αθήνας (Αττική)

| ΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctall | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|------------------------|-------------------------|---------|--------|-------------|--------------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|---|
| ANDROS | Όλο το χρόνο | 96 | 174 | B | Meeting room | 55 | | | 50 | 120 | 200 | On request |
| | | 98 | 186 | A | Meeting room A | 140 | | | 60 | | | Flip chart, overhead/slide projector, TV, video boards, microphone, fax, telex |
| | | | | | Meeting room B | 67 | | 30 | 30 | | | |
| | | | | | Meeting room C | 57 | 30 | 25 | 25 | | | |
| | | | | | A+B | 207 | 140 | 90 | | | | |
| | | | | | A+C | 194 | 180 | 90 | 80 | | | |
| | | | | | Meeting room & Rest. | 400 | | | | 250 | 350 | |
| OMEDA IS | Όλο το χρόνο | 30 | 60 | Deluxe | Oasis | 180 | 110 | 70 | 40 | 100 | 120 | The most advanced training and presentation equipment, training schemes via satellite and computer networks, interpretation facilities in 5 languages |
| | | | | | City | 80 | 55 | 30 | 20 | 60 | 80 | |
| | | | | | Combination of the above | | | | | 160 | 200 | |
| VIA LEX | | 183 | 380 | A | Armonia | 340 | 300 | 150 | 60 | 250 | 400 | Screen, TV/video, flip chart, microphones, overhead projector, slide projector, podium |
| | | | | | Venus | 114 | 130 | 70 | 50 | 100 | 150 | |
| | | | | | Danae | 98 | 80 | 50 | 30 | | | |
| PALACE RT- ODITE | Όλο το χρόνο | 167 | 308 | Deluxe | Aegean Hall | 285 | 200 | 140 | 45 | | | Overhead projector, slide projector, screen, sound system with microphones, lectern, flip chart, pads and pens |
| | | | | | Foyer | 101 | | | | | | |
| | | | | | Aegean & Foyer | 366 | 300 | 180 | 45 | 200 | 300 | |
| | | | | | Hellos Hall | 107 | 100 | 60 | 40 | | | |
| | | | | | Bridge room | 91 | 60 | 40 | 25 | 60 | 80 | |
| | | | | | Spilia restaurant | 380 | | | | 300 | | |
| PALACE RT-ARION | Όλο το χρόνο | 239 | 462 | Deluxe | Conference Hall | 117 | 120 | 70 | 40 | | | Overhead projector, slide projector, screen, sound system with microphones, lectern, flip chart, pads and pens |
| | | | | | Meeting room | 96 | | 40 | | | | |
| | | | | | Banquet room | 161 | 170 | 120 | 50 | | | |
| | | | | | Aethrio | 166 | | | | | | |
| | | | | | Bridge room | 97 | 70 | 400 | 20 | | | |
| | | | | | Pegasus | 179 | 140 | 70 | 35 | 100 | 100 | |
| | | | | | Pegasus & Banquet | 389 | | | | 450 | 700 | |
| | | | | | Tropical room | 128 | | | | 100 | 100 | |
| | | | | Grill room | 483 | | | | 200 | 280 | | |
| | | | | Club house | 143 | | | | 70 | 150 | | |
| PALACE RT- KA | Όλο το χρόνο | 165 | 325 | Deluxe | Congress Hall | 330 | 350 | 180 | 70 | 200 | 350 | Overhead projector, slide projector, screen, sound system with up to 4 microphones, lectern, flip chart, pads and pens |
| | | | | | Foyer | 247 | 350 | 180 | 70 | 200 | 350 | |
| | | | | | Congress Hall + Foyer | 577 | 600 | 360 | 100 | 400 | 700 | |
| | | | | | Banquet Hall A | 121 | 120 | 70 | 40 | 70 | 100 | |
| | | | | | Banquet Hall B | 142 | 80 | 60 | 40 | 60 | 100 | |
| | | | | | Banquet Hall A+B | 263 | 200 | 150 | 50 | 140 | 200 | |
| | | | | Blue Saloon | 150 | | | | 400 | 200 | | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|----------------------------|----------------------|---------|--------|-----------|---|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|---|
| | | | | | Pergola | | | | | | 400 | |
| | | | | | Jason | | | | | 200 | 200 | |
| | | | | | Kymata | | | | | 200 | 200 | |
| ATHENAEUM INTERCONTINENTAL | Όλο το χρόνο | 545 | 832 | Deluxe | Ballroom | 1485 | 2200 | 750 | | 1430 | 2500 | Slide and overhead projectors, TV and video, flip charts, microphones |
| | | | | | VIP | 168 | 100 | 60 | | 80 | 120 | |
| | | | | | Lamda | 96 | 80 | 50 | | 50 | 60 | |
| | | | | | Omega | 168 | 100 | 60 | | 80 | 120 | |
| | | | | | Athenaeum | 140 | 150 | 110 | | 100 | 150 | |
| | | | | | Athenaeum I | 45 | 40 | 27 | 18 | 30 | 40 | |
| | | | | | Athenaeum II | 51 | 40 | 36 | 18 | 30 | 40 | |
| | | | | | Athenaeum III | 43 | 40 | 27 | 18 | 30 | 40 | |
| | | | | | Athenaeum I&II | 97 | 90 | 72 | 30 | 60 | 90 | |
| | | | | | Athenaeum II&III | 94 | 90 | 72 | 30 | 60 | 90 | |
| ATHENS CENTER | Όλο το χρόνο | 136 | 259 | B | Board room | 30 | | | | | | On request |
| | | | | | Meeting room | 100 | | 100 | 100 | | | |
| ATHENS METROPOLITAN HOTEL | Όλο το χρόνο | 364 | 700 | Deluxe | Aegean Sea | 494 | 350 | 250 | 60 | 450 | 550 | All the up-to-date audio-visual equipment |
| | | | | | Corfu (I & II) | 200 | 250 | 140 | 60 | 170 | 200 | |
| | | | | | Crete | 60 | 70 | 45 | 30 | 50 | 60 | |
| | | | | | Chios | 183 | 170 | 120 | 45 | 150 | 180 | |
| | | | | | Delos | 109 | 120 | 70 | | 100 | 120 | |
| | | | | | Rodos | 205 | 150 | 80 | 50 | 160 | 200 | |
| | | | | | Syros (I & II) | 66 | 70 | | | 50 | 70 | |
| ATHENS HILTON | Όλο το χρόνο | 453 | 906 | Deluxe | Mykonos | 27 | 20 | 20 | 15 | | 20 | Microphones, overhead projector slide and video projectors |
| | | | | | Terpsichore ballroom (A+B) | 680 | 900 | 500 | | 700 | 800 | |
| | | | | | Small ballroom (C) | 138 | 150 | 100 | | 100 | 150 | |
| | | | | | Terpsichore Foyer | 518 | 450 | 350 | | 450 | 650 | |
| | | | | | Erato (A) | 59 | 60 | 35 | | 40 | 60 | |
| | | | | | Erato (B) | 77 | 70 | 45 | | 55 | 70 | |
| | | | | | Erato (C) | 59 | 60 | 35 | | 40 | 60 | |
| | | | | | Erato (A+B+C) | 197 | 190 | 100 | | 150 | 210 | |
| | | | | | Terpsichore (A+B+C) +Foyer+Erato (A+B+C) | 1534 | 1500 | 1000 | | 1300 | 2000 | |
| | | | | | Ambrosia | 66 | 70 | 40 | | 50 | 70 | |
| | | | | | Nectar | 66 | 70 | 40 | | 50 | 70 | |
| | | | | | Ambrosia & Nectar | 132 | 160 | 100 | | 120 | 150 | |
| | | | | | Hesperides | 438 | 450 | 200 | | 350 | 450 | |
| | | | | Pegasus | 58 | 60 | 35 | | 40 | 60 | | |
| | | | | Galaxy | 250 | 250 | 100 | | 175 | 200 | | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΑΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΙΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|-----------------------|----------------------|---------|--------|-----------|---------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|---|
| ATHENS LEDRA MARRIOTT | Όλο το χρόνο | 259 | 479 | Deluxe | Ball room | 336 | 500 | 260 | 80 | 360 | 500 | Audio-visual equipment, simultaneous interpretation system, computerised sound reinforcement systems, video projectors, video walls, LCD projection systems |
| | | | | | Delos/Myconos | 102 | 140 | 70 | 40 | 110 | 120 | |
| | | | | | Rodos | 198 | 150 | 100 | 55 | 190 | 220 | |
| BLAZER SUITES | | | 70 | A | Meeting room | 200 | 150 | 120 | | 150 | 200 | All audio-visual equipment |
| BRATSERΑ | Δεκ/Νοέμβ | 23 | 55 | | Meeting room | 120 | 120 | 120 | | 150 | 150 | On request |
| CAPE SOUNIO BEACH | Απρ -Οκτώβ | 188 | 376 | | Meeting room A | 120 | 130 | 80 | 60 | | 150 | Screen, overhead projector, slide projector, microphones |
| | | | | | Meeting room B | 120 | 130 | 80 | 60 | 150 | | |
| | | | | | Meeting room A+B | | 250 | | | | | |
| CASINO MONT PARNES | Όλο το χρόνο | 85 | 170 | | New Conference room | 150 | 60 | 45 | 35 | 40 | 70 | Table, chairs and microphone installation |
| | | | | | Lindos room | 160 | 60 | 45 | 40 | 60 | 80 | |
| | | | | | Hydraiko | 90 | 35 | 15 | 30 | 25 | 40 | |
| CHRISTINA | | 93 | 171 | B | Meeting room | 75 | | | 60 | 100 | 150 | On request |
| CONGO PALACE | | 92 | 157 | A | Meeting room A | 100 | 120 | 100 | 90 | 300 | 300 | |
| | | | | | Meeting room B | 180 | 150 | 140 | 130 | 300 | 300 | |
| | | | | | Meeting room C | 300 | 320 | 310 | 300 | 300 | 300 | |
| CORAL | | 88 | 160 | B | Roof | 220 | 250 | 150 | 150 | 220 | 250 | |
| | | | | | 1st Floor | 100 | 80 | 40 | 50 | 100 | 100 | |
| DIVANI CARAVEL HOTEL | Όλο το χρόνο | 471 | 841 | Deluxe | Olympia ball | 598 | 900 | 600 | | 600 | 1000 | All the necessary audio-visual equipment for conferences |
| | | | | | Olympia Foyer | 584 | 450 | | | 400 | 500 | |
| | | | | | Olympia B+F | 1182 | 1350 | 600 | | 1000 | 1500 | |
| | | | | | Ilissos | 460 | 600 | 280 | | 450 | 450 | |
| | | | | | Macedonia A | 213 | 250 | 130 | | 150 | 200 | |
| | | | | | Macedonia B | 207 | 250 | 120 | | 140 | 180 | |
| | | | | | Macedonia A+B | 420 | 600 | 250 | | 400 | 400 | |
| | | | | | Macedonia Foyer | 389 | 300 | | | 300 | 400 | |
| | | | | | Vergina | 400 | 400 | 200 | | 330 | 350 | |
| | | | | | Athens view | 301 | 380 | 200 | | 250 | 400 | |
| | | | | | Mycenae | 94 | 80 | 60 | | | 80 | |
| | | | | | Pella | 194 | 220 | 150 | | | 300 | |
| | | | | | Mycenae+Pella | 288 | 300 | 250 | | 280 | 380 | |
| | | | | | Horizon | 200 | 220 | 120 | | 170 | 250 | |
| | | | | | Naoussa | 48 | 45 | 25 | | 30 | 30 | |
| | | | | | Edessa | 47 | 45 | 25 | | 30 | 30 | |
| Kozani | 40 | 45 | 25 | | 30 | 30 | | | | | | |
| Florina | 43 | 41 | 25 | | | 30 | | | | | | |
| Swimming pool area | | | | | 170 | | | 230 | 350 | | | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|-------------------------|----------------------|---------|--------|-----------|--------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|--|
| DIVANI PALACE ACROPOLIS | | 253 | 471 | | Erethion | 215 | 300 | 180 | | 180 | 300 | All audio-visual equipment, simultaneous interpretation system, flip charts, white boards, microphone installations |
| | | | | | Aristotelis A | 177 | 90 | 45 | | 160 | 250 | |
| | | | | | Aristotelis B | 138 | 70 | 40 | | 90 | 150 | |
| | | | | | Aristotelis A+B | 315 | 135 | 70 | | 250 | 470 | |
| | | | | | Themistocles B | 54 | 60 | 30 | | | | |
| | | | | | Themistocles A | 100 | 75 | 10 | | 90 | 130 | |
| | | | | | Themistocles A+B | 154 | 100 | 55 | | 130 | 200 | |
| ELECTRA PALACE | | 106 | 196 | A | Sokrates R.G. | 450 | 400 | 150 | | 300 | 500 | Slide projector, overhead projector, flip charts, microphones, podium, screen, video, TV, telex, fax, photocopies |
| | | | | | Aikioni | 130 | 70 | 40 | | 90 | 80 | |
| | | | | | Electra | 50 | 45 | 35 | 40 | 35 | 60 | |
| | | | | | Lefkolthea | 60 | 55 | 35 | 40 | 40 | 60 | |
| EMMANTINA HOTEL | | 80 | 152 | | A+E+L | 50 | 40 | 30 | 35 | 35 | 60 | Video/TV, flip chart, podium, microphone |
| | | | | | A+E+L + FOYER | 160 | 180 | 100 | 70 | 150 | 200 | |
| ESPERIA PALACE | | | | | Meeting room A | 300 | 280 | | | 300 | 400 | TV, video screens, flip charts, overhead projector, slide projector, podium, microphones, fax Computer system, podium, overhead projector, screens, amplifiers, microphones, white board, stages, tape recording services, photocopying, automatic self-dialli |
| | Όλο το χρόνο | 176 | 320 | A | Athena | 152 | 160 | 110 | 70 | 130 | 180 | |
| | | | | | Olympia | 144 | 90 | 50 | 40 | 100 | 130 | |
| | | | | | Acropolis | 109 | 120 | 50 | 50 | 60 | 100 | |
| | | | | | Writing room | 171 | 250 | 120 | 90 | 150 | 250 | |
| FENIX | | | | | Breakout room | 19 | | | 10 | | | All on request |
| | | 140 | 265 | B | Ero | 18 | | | 10 | | | |
| | | | | | Chios | 280 | 250 | 100 | 80 | 280 | 400 | |
| GOLDEN COAST | Απρ - Οκτώβ | 543 | 943 | A | Hermes | 100 | 50 | 30 | 25 | 80 | 150 | Slide projectors, overhead projectors, TV & video, flip charts, Kodak Carrousel |
| | | | | | Marathon Hall | 271 | 380 | 250 | | | | |
| | | | | | Cosmos Hall | 55 | | 40 | | | | |
| | | | | | Kronos | 55 | | 25 | | | | |
| | | | | | Aegean | 141 | 150 | 80 | | | | |
| | | | | | Macedonian | 125 | 120 | 60 | | | | |
| | | | | | Restaurant A | | | | | 300 | 450 | |
| GRANDE BRETAGNE | Όλο το χρόνο | 364 | 668 | Deluxe | Restaurant B | | | | | 500 | 800 | Audio-visual equipment, flip charts, white boards, microphone installation |
| | | | | | Ballroom | 324 | 450 | 300 | 180 | 380 | 500 | |
| | | | | | Royal | 287 | 250 | 120 | 100 | 250 | 350 | |
| | | | | | Mirror | 93 | 120 | 80 | 50 | 80 | 120 | |
| | | | | | Golden | 92 | 70 | 50 | 30 | 60 | 100 | |
| | | | | | Athenian | 109 | 100 | 60 | 40 | 80 | 120 | |
| | | | | Georgian | 48 | 20 | 15 | 15 | 20 | 30 | | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ | |
|--------------------|----------------------|---------|--------|----------------|------------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|--|--|
| HOLIDAY INN | | 191 | 334 | | Apollo | 90 | 80 | 50 | 45 | 60 | 80 | Audio-visual available, slide projector, overhead projector, flip chart, screen, microphones on request, video, TV screen | |
| | | | | | Cosmos Total | 453 | 500 | 300 | | 450 | 550 | | |
| | | | | | Cosmos D | 162 | 170 | 120 | 60 | 90 | 150 | | |
| | | | | | Cosmos E | 223 | 200 | 150 | 70 | 100 | 170 | | |
| | | | | | Cosmos F | 68 | 80 | 40 | 30 | 50 | 50 | | |
| | | | | | Cosmos D+E | 385 | 300 | 200 | | 250 | 350 | | |
| | | | | | Cosmos E+F | 291 | 250 | 200 | | 200 | 250 | | |
| | | | | | Cronos | 40 | 40 | 30 | 20 | | | | |
| | | | | | Poseidon | 130 | 90 | 60 | 40 | 80 | 80 | | |
| | | | | | Zeus | 340 | 300 | 180 | 80 | 300 | 300 | | |
| | | | | | Congress total | 890 | 900 | 350 | | 600 | 1000 | | |
| | | | | | Congress A/B/C | 70 | 60 | 30 | 30 | 40 | 45 | | |
| | | | | | Congress D | 145 | 100 | 80 | 50 | 100 | 120 | | |
| | | | | | Congress E | 272 | 250 | 120 | 70 | 150 | 220 | | |
| | | | | | Congress A+B+C+D | 625 | 600 | 350 | 120 | 550 | 700 | | |
| ILISIA HOTEL | | 91 | 166 | B | Hermes | 80 | 60 | 40 | 25 | 60 | 40 | Projector in every conference room | |
| | | | | | Athina | 135 | 130 | 56 | 35 | 70 | 90 | | |
| | | | | | Muses | 40 | 100 | 70 | 50 | | | | |
| KING MINOS | | 200 | 340 | A | Athena | 25 | 40 | 30 | | | 40 | Overhead projector, slide projector, sound equipment | |
| | | | | | Artemis | 70 | 150 | 110 | 100 | 50 | 200 | | |
| LE N.J.V. MERIDIEN | Όλο το χρόνο | 177 | 336 | Deluxe | Meeting room A | 260 | 250 | 200 | 50 | 350 | 400 | Public address sound system, podium, screen, flip charts, overhead projector, slide projector, TV/video, on request: video projector, data display, screen, simultaneous interpretation system | |
| | | | | | Meeting room B | 110 | 100 | 90 | 20 | 150 | 170 | | |
| | | | | | Pacific I | 80 | 130 | 60 | 60 | 70 | 100 | | |
| MARE NOSTRUM | | 352 | 830 | A | Pacific II | 80 | 100 | 40 | 60 | 50 | 100 | On request | |
| | | | | | Atlantis | 108 | 90 | 45 | 60 | 40 | 80 | | |
| | | | | | Theatre | 450 | 500 | 180 | 180 | | | | |
| | | | | | Conference I | 80 | 60 | 35 | 40 | | | | |
| MARGI HOTEL | | 110 | 220 | | Conference II | 60 | 40 | 30 | 30 | | | Overhead projector, slide projector, microphones, flip charts, portable screen, podium, raised platform; on request: video projector, lighting systems and special effects, simultaneous interpretation etc. | |
| | | | | | Open-air | | | | | 400 | 400 | | |
| | | | | | Margi Hall | 475 | 500 | 350 | | 350 | | | |
| | | | | | Margi Hall Section I | 63 | 60 | 40 | | 40 | | | |
| | | | | | Margi Hall Section II | 384 | 410 | 290 | | 290 | | | |
| | | | | | Margi Hall Section III | 28 | 30 | 20 | | | | | |
| | | | | | Pergola | 134 | 130 | 90 | | 90 | | | |
| | | | | Foyer | 52 | | | | | | | | |
| | | | | J.Hall | | 250 | 150 | | | | | | |
| | | | | J.Hall & Foyer | | | | | 270 | | | | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|-------------------|----------------------------|---------|--------|-----------|---|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|--|
| NOVOTEL ATHENS | Όλο το χρόνο | 195 | 364 | A | Muses-Charites | 620 | 770 | 520 | | 570 | 850 | Screens, slide projector, overhead projector, video, microphones, paper board, TV, laser pointer |
| | | | | | Plaka-Agora | 285 | 350 | 220 | 70 | 270 | 300 | |
| | | | | | Hermes | 50 | 40 | 28 | 20 | | 40 | |
| | | | | | Ikaros | 40 | 40 | 30 | 20 | | 40 | |
| OSCAR | | 124 | 207 | B | Artemis Hall | 100 | 120 | 60 | 40 | 100 | 120 | |
| OSCAR II | | 40 | 72 | | Calypso | 60 | 50 | 25 | 25 | 30 | 60 | Podium, microphones, overhead projector |
| OSCAR INN | | 77 | 133 | | Venus Hall | 100 | 100 | 60 | 30 | 80 | 100 | Screen, overhead projector, tv/video, paper board |
| PALMYRA BEACH | Απρίλιος 10 - Οκτώβριος 10 | 58 | 99 | A | Meeting room A | 60 | 60 | 45 | 30 | 40 | 60 | Podium, microphones, overhead projector, screen, tv & video, paper board |
| | | | | | Meeting room B | 42 | 40 | 30 | 20 | 28 | 40 | |
| | | | | | Meeting room C | 38 | 37 | 28 | 18 | 25 | 38 | Video/TV, flip chart, podium, microphone, white board, overhead projector, slide projector, screen |
| | | | | | Meeting room D | 40 | 38 | 30 | 19 | 26 | 40 | |
| | | | | | Meeting room E | 26 | 22 | 18 | 14 | 18 | 25 | |
| PARK | Όλο το χρόνο | 80 | 152 | B | Small room | 40 | 40 | 30 | 30 | 24 | 40 | |
| | | | | | Big room | 150 | 115 | 70 | 60 | 130 | 150 | On request |
| | | | | | Green room | 90 | 60 | 50 | 50 | 60 | 100 | |
| PARK HOTEL | | 144 | 275 | Deluxe | Pandora | 276 | 400 | 250 | 250 | 300 | 500 | Video/TV, microphones, overhead projector, screen |
| | | | | | Alkyonides I | 115 | 150 | 100 | 100 | 120 | 180 | |
| | | | | | Alkyonides II | 183 | 300 | 200 | 200 | 280 | 350 | |
| | | | | | Meeting rooms (2) each of 25-30 persons | | | | | | | |
| PARTHENON | | 79 | 152 | A | Meeting room | 60 | | | 40 | 100 | 150 | On request |
| PENTELIKON | Όλο το χρόνο | 43 | 90 | Deluxe | Silver | 308 | 220 | 120 | 50 | 320 | 600 | All audio-visual equipment |
| | | | | | Bridge | 135 | 60 | | 30 | 80 | 70 | |
| | | | | | Belle Epoque | 155 | 50 | | 30 | 100 | 80 | |
| PLAZA VOULIAGMENI | | 72 | 144 | A | Aegean Hall | 45 | 30 | 18 | 20 | | 25 | TV, video, flip chart and other |
| PRESIDENT | | 513 | 912 | | Conference | | 350 | 280 | | 300 | 300 | Flip charts, white board, microphones, screen |
| | | | | | Makedonia | | 450 | 350 | | 400 | 400 | |
| | | | | | Mezzo | | 40 | 35 | 35 | | | |
| | | | | | Pool area | | | | | 100 | 100 | |
| ROYAL OLYMPIC | | 297 | 551 | Deluxe | The Royal Restaurant | 320 | | | | 200 | 350 | Overhead projector, photocopying machine, slide projector, direct telephone lines, fax-telex |
| | | | | | The Temptar's Grill | 180 | | | | 120 | 200 | |
| | | | | | The Ball room | 400 | 500 | | | 400 | 500 | |
| | | | | | The Abbey | 90 | 60 | 50 | | 80 | 100 | |
| | | | | | The Blue Salon | 50 | 32 | 24 | | 30 | 60 | |
| | | | | | The Congress room | 600 | 650 | 530 | | 500 | 700 | |
| | | | | | The Foyer of the Congress room | 400 | 400 | 300 | | 350 | 450 | |

| ΟΝΟΜΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟΥ | ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΑΣ | ΔΩΜΑΤΙΑ | ΚΛΙΝΕΣ | ΚΑΤΗΓΟΡΙΑ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctall | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|-------------------------------|----------------------|---------|--------|-----------|--------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|--|
| SAVOY | | 71 | 136 | B | Meeting room | 70 | 115 | 80 | 80 | 130 | 130 | |
| SPETSES | Απρίλιος - Οκτώβριος | 77 | 154 | A | Meeting room | 100 | 60 | 40 | | 90 | 90 | Microphones, and other equipment on request |
| ST. GEORGE LYCABETTUS | Όλο το χρόνο | 162 | 297 | Deluxe | Hydra-Phaedra | 288 | 330 | 190 | 70 | 280 | 350 | On request |
| | | | | | Aphrodite-G.B. | 300 | 380 | 80 | 35 | 280 | 350 | |
| | | | | | Andros | 150 | 150 | 45 | 40 | 150 | 200 | |
| STANLEY | | 395 | 714 | B | Meeting room | 220 | 200 | 60 | 50 | 150 | 300 | Overhead projector, video, TV, blackboard, slide projector, etc. |
| TITANIA HOTEL | Όλο το χρόνο | 396 | 754 | B | Apollon-Athena | 204 | 300 | 150 | 70 | 190 | 300 | |
| | | | | | Omiros | 48 | 40 | 25 | 20 | 20 | 30 | |
| | | | | | Socrates | 70 | 80 | 50 | 40 | 50 | 70 | Flip charts, screens, overhead/slide projector, video/TV, laser pointer, video wall |
| | | | | | Plato | 70 | | | | | | |
| | | | | | Solon | 44 | | | | | | |
| TRADITIONAL RESIDENCES NISSIA | | 31 | 116 | A | Meeting room | 81 | 100 | 76 | 40 | 50 | 100 | |
| XENOPHON | | 186 | 350 | B | Meeting room | 300 | 600 | 400 | | 600 | 1000 | Air-conditioning, heating, microphone system, slide projector, overhead projector, flip charts, TV set, video, podium, stage |
| ZAFOLIA | | 191 | | A | Thalia | 200 | 200 | 120 | 25 | 220 | 220 | Microphones, the rest on request |
| | | | | | Pandora | 65 | 50 | 30 | 20 | 220 | 220 | Podium, microphones, screen |

ΠΗΓΗ: Meetinggreece 1998 και πρωτογενής πληροφορίες

Άλλοι συνεδριακοί χώροι (εκτός ξενοδοχείων) στην μείζονα περιοχή Αθήνας (Αττική)

| ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|---|--------------------------------|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|--|
| ATHENS COLLEGE THEATRE | Auditorium | 250 | 830 | | | 600 | 600 | Overhead and slide projectors, simultaneous interpretation equipment to be rented |
| ELKEPA VOCATIONAL TRAINING CENTRE & CONFERENCE CENTRE | 21 classrooms (total capacity) | | 800 | | | | | Stage, overhead projector, slide projector, cinema screen, movie projector, 9 microphones, tape recorder, movable video projectors |
| | Auditorium | | 300 | | | | | |
| | Conference room A | | | 150 | | | | |
| | Conference room B | | | 150 | | | | |
| | A + B | 150 | | 300 | | | | |
| | 3 Meeting rooms (each) | | | 50 | | | | |
| | 3 Meeting rooms (total) | | | 150 | | | | |
| | Foyer | | | | | 250 | 400 | |
| EUGENIDES FOUNDATION | Amphitheatre | | 410 | | | | | Overhead projector, slide projector, screen, sound system with microphones, lectern, flip chart, pads and pens |
| | Lectures room | | 140 | | | | | |
| | Reception room | | | | | | 400 | |
| | Foyer | | | | | | 400 | |
| | Meeting room | | | 250 | | | | |
| HELLENIC WAR MUSEUM | Amphitheatre | | 406 | | | | | Simultaneous interpretation system (3 languages), video projector, overhead projector, blackboards, laser pointer, microphones, slide projectors etc. |
| | Foyer | | | | | | 400 | |
| MEGARON: THE ATHENS CONCERT HALL | Hall of the Friends of Music | | 1961 | | | 1961 | 1961 | Microphones, simultaneous interpretation system (4 languages), bench controls, film projector, slide projector, overhead projectors, video projectors, 3 desks for secretarial services, 8 tables for serving guests, heating-cooling system |
| | The D. Mitropoulos Hall | | 450 | | | 450 | 450 | In-house state of the art video, audio-visual and sound equipment, exhibition space, facilities for the disabled, in-house catering, social events organisation (opera, ballet, concerts) |
| | Conference Centre room | | | 80 | 40 | 80 | 80 | |
| MUSEUM OF CYCLADIC ART | Meeting room A | 100 | | 80 | | | 250 | Apparatus for simultaneous interpretation in 3 languages, seats with built-in microphones, projection apparatus, good lighting system, audio-visual aids, closed circuit video, sound and video recorders, tele-conference facilities, connection with two sat |
| | Meeting room B | 140 | | 150 | | | | |
| NATIONAL CENTRE SCIENTIFIC FOR SCIENTIFIC RESEARCH "DEMOKRITOS" | Amphitheatre A | | | 410 | | | | Apparatus for simultaneous interpretation in 3 languages, seats with built-in microphones, projection apparatus, good lighting system, audio-visual aids, closed circuit video, sound and video recorders, tele-conference facilities, connection with two sat |
| | Amphitheatre B | | | 110 | | | | |
| | Amphitheatre C | | | 100 | | | | |
| | Foyer | | | | | 410 | 410 | |

| ΟΝΟΜΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΚΕΝΤΡΟΥ | ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗ ΑΙΘΟΥΣΑ | ΕΜΒΑΔΟΝ | theatre | classroom | u_shape | banquet | coctail | ΕΞΟΠΛΙΣΜΟΣ |
|--|---|---------|---------|-----------|---------|---------|---------|---|
| PEACE AND FRIENDSHIP STADIUM INDOOR STADIUM FOR SPORTS AND CULTURE | Amphitheatre | 840 | 908 | | | | | 2 slide projectors, 2 overhead projectors, multilingual simultaneous interpretation seats with built-in microphones and speakers, technologically up-to-date audio-visual equipment, closed circuit video installation for the conference room and video record |
| | Meeting room B | 225 | 200 | | | | | |
| | Meeting room C | 121 | 80 | | | | | |
| | Meeting room D | 121 | 80 | | | | | |
| | Meeting room E | 121 | 80 | | | | | |
| | Meeting room F | 121 | 80 | | | | | |
| | The Melina Merkouri Amphitheatre Foyer Press Center | 830 | | | | | | |
| | Press Center Balcony | 500 | | | | | | |
| THE IONIC CENTRE | Ionía | 180 | | | | 100 | 200 | Video projector, slide projector, screens, simultaneous interpretation system in 4 languages, and other equipment on request |
| | Apelles | 140 | | 100 | | | | |
| | Athreon | 80 | | | | | 100 | |
| TRAINING AND CONFERENCE CENTRE OF THE NATIONAL MORTGAGE BANK OF GREECE | Aristotle | 415 | 450 | 100 | | | | General lighting, tape recording equipment (mobile), sound equipment, closed circuit TV, simultaneous interpretation system (on request), air-conditioning system. |
| | Plato | 135 | 100 | 60 | 40 | | | |
| | Hestia | 80 | 60 | 35 | 20 | | | |
| | Athena | 80 | 60 | 35 | 20 | | | |
| | Socrates | 80 | 60 | 35 | 20 | | | |
| | Protagoras | 80 | 60 | 35 | | | | |
| | Heraclitos | 80 | 60 | 35 | | | | |
| | Pythagoras | 80 | 60 | 35 | | | | |
| | Hera | | 70 | 40 | 28 | | | |
| | Foyer | | | | | | | |
| TRAINING CENTRE OF THE AGRICULTURAL BANK OF GREECE | Meeting room 8 | 64 | 69 | 45 | 25 | | | Specialised audio-visual equipment, computer network for programs & multimedia applications |
| | Meeting room 4 | 68 | 72 | 48 | 30 | | | |
| | Meeting room 12 | 33 | 36 | 24 | 15 | | | |
| | Meeting room 2 | 168 | 150 | 100 | 70 | | | |
| | Meeting room 2 | 68 | 75 | 50 | 25 | | | |
| | Meeting room 2 | 99 | 107 | 70 | 35 | | | |
| | Auditorium | | 200 | | | | | |
| Foyer | | | | | | | 300 | |

ΠΗΓΗ: Meetinggreece 1998 και πρωτογενής πληροφορία (δεν συμπεριλαμβάνονται χώροι Πανεπιστημίων που δεν ενοικιάζονται)

2.1.4. Συγκεντρωτική αναφορά σε επίπεδο χώρας

Δυναμικότητες Συνεδριακών εγκαταστάσεων σε ξενοδοχεία και σε άλλους συνεδριακούς χώρους εκτός ξενοδοχείων στην Ελλάδα ανά νομό

| ΝΟΜΟΙ | Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Εγκαταστάσεις (Κατηγορίας ΑΑ' και Α) | | | Άλλοι Συνεδριακοί Χώροι | | | ΣΥΝΟΛΟ | | |
|------------|---|------------------|---|-------------------------|------------------|---|-----------------------|------------------|---|
| | Αριθμός Ξενοδοχείων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους | Αριθμός Εγκαταστάσεων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους | Αριθμός Εγκαταστάσεων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους |
| ΑΡΓΟΛΙΔΟΣ | 3 | 11 | 3.865 | 2 | 2 | 420 | 5 | 13 | 4.285 |
| ΑΤΤΙΚΗΣ | 39 | 178 | 36.065 | 11 | 53 | 11.104 | 50 | 231 | 47.169 |
| ΑΧΑΪΑΣ | 3 | 9 | 2.610 | 2 | 3 | 1.600 | 5 | 12 | 4.210 |
| ΔΩΔ/ΝΗΣΟΥ | 21 | 107 | 19.806 | 4 | 6 | 2.200 | 25 | 113 | 22.006 |
| ΕΥΒΟΙΑΣ | 2 | 10 | 788 | | | | 2 | 10 | 788 |
| ΕΥΡΥΤΑΝΙΑΣ | 1 | 2 | 300 | | | | 1 | 2 | 300 |
| ΖΑΚΥΝΘΟΥ | 2 | 4 | 900 | | | | 2 | 4 | 900 |
| ΗΛΕΙΑΣ | 1 | 3 | 450 | | | | 1 | 3 | 450 |
| ΗΜΑΘΙΑΣ | | | | 1 | 1 | 300 | 1 | 1 | 300 |
| ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ | 23 | 87 | 17.968 | 2 | 4 | 860 | 25 | 91 | 18.828 |
| ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ | 6 | 38 | 5.865 | 6 | 20 | 4.281 | 12 | 58 | 10.146 |
| ΙΩΑΝΝΙΝΩΝ | | | | 1 | 3 | 330 | 1 | 3 | 330 |
| ΚΑΒΑΛΑΣ | 2 | 5 | 1.260 | | | | 2 | 5 | 1.260 |
| ΚΑΣΤΟΡΙΑΣ | | | | 1 | 1 | 400 | 1 | 1 | 400 |
| ΚΕΡΚΥΡΑΣ | 11 | 25 | 4.534 | 2 | 4 | 2.030 | 13 | 29 | 6.564 |
| ΚΕΦΑΛΝΙΑΣ | 2 | 2 | 750 | | | | 2 | 2 | 750 |

| ΝΟΜΟΙ | Ξενοδοχεία με Συνεδριακές Εγκαταστάσεις (Κατηγορίας ΑΑ' και Α) | | | Άλλοι Συνεδριακοί Χώροι | | | ΣΥΝΟΛΟ | | |
|----------------|---|---------------------|---|--------------------------|---------------------|---|--------------------------|---------------------|---|
| | Αριθμός Ξενοδοχείων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους | Αριθμός Εγκαταστάσεων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους | Αριθμός Εγκαταστάσεων | Αριθμός Αιθουσών | Μέγιστη Σωρευτική Δυναμικότητα Σε Συνέδρους |
| ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ | 2 | 5 | 1.350 | | | | 2 | 5 | 1.350 |
| ΚΥΚΛΑΔΩΝ | 17 | 30 | 4.105 | 2 | 4 | 425 | 19 | 34 | 4.530 |
| ΛΑΚΩΝΙΑΣ | 2 | 2 | 165 | | | | 2 | 2 | 165 |
| ΛΑΣΙΘΙΟΥ | 15 | 38 | 6.737 | | | | 15 | 38 | 6.737 |
| ΛΕΣΒΟΥ | 3 | 7 | 1.230 | 2 | 2 | 453 | 5 | 9 | 1.683 |
| ΜΑΓΝΗΣΙΑΣ | 3 | 5 | 1.225 | 4 | 9 | 1.520 | 7 | 14 | 2.745 |
| ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ | 2 | 3 | 1.680 | | | | 2 | 3 | 1.680 |
| ΠΙΕΡΙΑΣ | 1 | 3 | 1.100 | | | | 1 | 3 | 1.100 |
| ΠΡΕΒΕΖΗΣ | 1 | 1 | 230 | | | | 1 | 1 | 230 |
| ΡΕΘΥΜΝΗΣ | 11 | 40 | 8.099 | | | | 11 | 40 | 8.099 |
| ΣΑΜΟΥ | 1 | 3 | 380 | | | | 1 | 3 | 380 |
| ΦΩΚΙΔΟΣ | 4 | 12 | 1.511 | 1 | 3 | 460 | 5 | 15 | 1.971 |
| ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ | 9 | 35 | 7.817 | | | | 9 | 35 | 7.817 |
| ΧΑΝΙΩΝ | 3 | 17 | 2.323 | 1 | 5 | 1.035 | 4 | 22 | 3.358 |
| ΧΙΟΥ | 1 | 3 | 560 | | | | 1 | 3 | 560 |
| Σύνολο | 191 | 685 | 133.673 | 42 | 120 | 27.418 | 233 | 805 | 161.091 |
| Ποσοστά | | | 83,5% | | | 17,0% | | | 100,0% |

Στην Αττική εκτός των συνεδριακών αιθουσών των ξενοδοχείων για συνεδριακούς λόγους μπορούν να χρησιμοποιηθούν οι παρακάτω χώροι:

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΧΩΡΟΣ | Τετραγωνικά μέτρα | Theatre Style | School Style |
|------------------|-------------------|---------------|--------------|
| ΖΑΠΠΕΙΟ | 700 | 450 | 225 |
| ΣΕΦ | 2000 | 2500 | 1250 |
| ΟΛΠ | 2500 | 3000 | 1500 |
| ΕΚΑ | 1100 | 800 | 400 |
| ΜΕΓΑΡΟ | X | 1200 | X |

Αναλυτικά οι συνεδριακοί χώροι ανά περιοχή στην Ελλάδα έχουν ως εξής²:

ΑΘΗΝΑ

ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------------------|----------|--------------|
| ΑΙΓΛΗ | | |
| ATHENS COLLEGE THEATRE | 1 | 600-830 |
| GOLF CLUB | | |
| HELLENIC COSMOS, ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 2 | 40-500 |
| ΕΛΚΕΠΑ | 30 | 50-800 |
| ΕΥΓΕΝΙΔΙΟ ΙΔΡΥΜΑ | 4 | 140-410 |
| ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ | 1 | 500-800 |
| ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ | 3 | 40-2000 |
| ΜΟΥΣΕΙΟ ΚΥΚΛΑΔΙΤΙΚΗΣ ΤΕΧΝΗΣ | 2 | 80-150 |
| ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ | 4 | 100-410 |
| ΕΘΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΡΕΥΝΩΝ | 1 | 250-500 |
| ΣΤΑΔΙΟ ΕΙΡΗΝΗΣ ΚΑΙ ΦΙΛΙΑΣ | 12 | 80-14690 |
| ΙΟΝΙΟ ΚΕΝΤΡΟ | 4 | 30-200 |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ MORTGAGE BANK | 11 | 20-450 |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΑΓΡΟΤΙΚΗΣ ΤΡΑΠΕΖΑΣ | 9 | 15-700 |

ΑΘΗΝΑ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------------|----------|--------------|
| ANDROMEDA | 2 | 20-200 |
| ATHENAUM INTERCONTINENTAL | 12 | 18-2500 |
| ATHENS HILTON | 15 | 35-2090 |
| DIVANI ACROPOLIS PALACE | 9 | 10-500 |
| DIVANI APOLLON PALACE | 15 | 30-650 |
| DIVANI CARAVEL | 21 | 25-1500 |
| GRANDE BRETAGNE | 6 | 15-500 |
| HOLIDAY INN | 16 | 20-1000 |
| LEDRA MARRIOT | 4 | 40-500 |
| METROPOLITAN HOTEL | 10 | 15-550 |
| NJV ATHNES PLAZA | 3 | 40-130 |
| PARK HOTEL | 5 | 100-500 |

² Πηγή: Congress, incentives, meetings in Greece, Hellenic Sun Editions & Hellenic Association of Professional Congress Organizers, year 2000 edition.

| | | |
|---------------------|----|----------|
| ROYAL OLYMPIC | 7 | 24-700 |
| ST.GEORGE LYCABETUS | 3 | 35-380 |
| AMALIA | 11 | 20-450 |
| ACROPOL | 6 | 15-380 |
| ELECTRA PALACE | 7 | 30-400 |
| ESPERIA PALACE | 5 | 10-250 |
| NOVOTEL | 10 | 10-800 |
| PARTHENON | 1 | 40-150 |
| PRESIDENT | 4 | 35-450 |
| ZAFOLIA | 2 | 15-200 |
| ALEXANDROS | 1 | 50-200 |
| ATHNES CENTER | 1 | 100 |
| CHRISTINA | 1 | 60-150 |
| ILISIA | 3 | 30-200 |
| OSCAR | 2 | 25-120 |
| OSCAR INN | 1 | 30-100 |
| STANLEY | 1 | 60-300 |
| TITANIA | 5 | 25-300 |
| XENOPHON | 1 | 400-1000 |

ΑΤΤΙΚΗ

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΑΙΘΟΥΣΕΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-----------------------|----------|--------------|
| ΑΣΤΗΡ PALACE ΑΦΡΟΔΙΤΗ | 5 | 25-300 |
| ΑΣΤΗΡ PALACE ΑΡΙΟΝ | 10 | 20-700 |
| ΑΣΤΗΡ PALACE ΝΑΥΣΙΚΑ | 8 | 40-2000 |
| ΠΕΝΤΕΛΙΚΟ | 3 | 35-600 |
| MARGI HOUSE | 6 | 10-500 |
| AMARILIA | 4 | 30-280 |
| ΑΡΜΟΝΙΑ | 3 | 30-400 |
| BLAZER SUITES | 1 | 120-200 |
| ΣΟΥΝΙΟ ΑΚΡΩΤΗΡΙ | 2 | 60-250 |
| CASINO MON PARNES | 3 | 15-80 |
| GONGO PALACE | 3 | 90-320 |
| EMMANTINA | 1 | 70-180 |
| ΦΟΙΝΙΞ | 3 | 25-400 |
| ΧΡΥΣΗ ΑΚΤΗ | 7 | 25-800 |
| MARE NOSTRUM | 4 | 30-500 |
| PALMYRA BEACH | 5 | 14-60 |
| PLAZA ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ | 1 | 25-65 |
| CORAL | 2 | 40-250 |
| PARK | 3 | 30-150 |
| SAVOY | 1 | 80-130 |

ΣΠΕΤΣΕΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| SPETSSES HOTEL | 1 | 40-90 |
| NISSIA HOTEL | 1 | 40-100 |

ΥΔΡΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| BRATSERΑ HOTEL | 1 | 120-150 |

ΒΟΙΩΤΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| ANEMOLIA HOTEL | 1 | 50-200 |
| XENIA HOTEL | 1 | 120-200 |

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ**

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΗΕΛΕΧΡΟ | 6 | 150-2100 |
| ΙΤΑΛΙΚΟ ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ | 1 | 30-120 |
| ΕΤΑΙΡΙΑ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ | 1 | 300 |
| INTERNATIONAL CONFERENCE CENTER | 2 | 25-240 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΡΚΟ | 3 | 25-150 |

ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------|----------|--------------|
| HYATT REGENCY | 17 | 10-824 |
| MACEDONIA PALACE | 9 | 70-750 |
| MEDITERRANEAN PALACE | 8 | 10-500 |
| CAPITOL HOTEL | 5 | 20-400 |
| CAPSIS HOTEL | 7 | 10-600 |
| ELECTRA PALACE | 4 | 15-300 |
| NEFELI | 7 | 15-650 |
| ASTORIA | 1 | 170-200 |
| GALAXIAS | 1 | 70-150 |
| METROPOLITAN | 3 | 40-130 |
| ΦΙΛΛΙΠΕΙΟΝ | 4 | 30-280 |
| QUEEN OLGA | 1 | 20-200 |
| SUN BEACH HOTEL | 5 | 25-600 |

ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ**ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ**

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------|----------|--------------|
| ΜΕΓΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ | 1 | 100-180 |
| PORTO KARRAS | 13 | 20-1500 |
| ΑΘΩΣ | 4 | 25-1100 |
| EAGLE'S PALACE | 5 | 10-500 |
| ΚΑΣΣΑΝΔΡΑ PALACE | 4 | 20-500 |
| PALLINI | 2 | 20-800 |
| ΣΗΜΑΝΤΡΟ | - | - |
| ΠΟΡΤΕΣ | 3 | 8-300 |
| ΠΟΣΙΔΙ HOLIDAYS | 1 | 50-200 |
| ΠΟΤΙΔΑΙΑ PALACE | - | - |
| ΣΑΝΙ BEACH | 3 | 40-1200 |
| ΣΙΘΩΝΙΑ | 12 | 20-800 |
| ΑΡΙΣΤΟΤΕΛΗΣ | 1 | 100-200 |

| | | |
|----------------|---|--------|
| GERAKINA BEACH | 3 | 50-400 |
| VILLAGE INN | 5 | 35-800 |

ΠΙΕΡΙΑ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| ΠΟΣΕΙΔΩΝ PALACE | 3 | 20-700 |
| ΜΕΓΑΣ ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ | 1 | 80-150 |
| OLYMPIAN BAY HOTEL | 3 | 50-250 |

ΕΒΡΟΣ - ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΜΕ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-----------------------|----------|--------------|
| ALEXANDER BEACH HOTEL | 2 | 40-300 |

ΦΛΩΡΙΝΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------|----------|--------------|
| LIGNOS HOTEL | 1 | 25-150 |

ΚΑΣΤΟΡΙΑ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------------|----------|--------------|
| EDIKA'S CONFERENCE CENTER | 1 | 100-500 |

ΚΑΣΤΟΡΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------|----------|--------------|
| GIORGIO INN | 1 | 60-420 |
| TSAMIS | 3 | 20-600 |

ΚΑΒΑΛΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------|----------|--------------|
| ΕΓΝΑΤΙΑ | 3 | 30-200 |
| GALAXY | 3 | 25-300 |
| LUCY | 4 | 50-600 |
| ΝΑΤΑΣΑ | 2 | 40-300 |

ΚΟΖΑΝΗ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| TSELIKAS HOTEL | 2 | 30-250 |

ΚΟΜΟΤΗΝΗ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| CHRIS & EVE HOTEL | 1 | 300-500 |

ΣΕΡΡΕΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------|----------|--------------|
| XENIA HOTEL | 3 | 20-300 |

ΘΑΣΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------------|----------|--------------|
| BUNGALOWS MAKRYAMMOS HOTEL | 2 | 70-450 |

ΒΕΡΟΙΑ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |
| ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ ΒΕΡΟΙΑΣ | 3 | 200-600' |
| ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ | 1 | 150-300 |

ΒΕΡΟΙΑ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | | |
| ΒΕΡΜΙΟΝ HOTEL | 1 | 60-300 |

ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ**ΦΩΚΙΔΑ**

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |
| EUROPEAN CULTURAL CENTER OF DELPHI | 3 | 90-350 |

ΦΩΚΙΔΑ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-----------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | | |
| VILLA OLYMPIA | 4 | 30-150 |
| AMALIA ΔΕΛΦΗ | 2 | 40-250 |
| ΔΕΛΦΗ ΧΕΝΙΑ | 2 | 55-100 |
| ELATOS RESORT | 4 | 12-80 |
| VILLA SYMPOSIUM | 2 | 200-500 |

ΒΟΛΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |
| FORUM CONFERENCE CENTER | 3 | 10-150 |
| ΔΗΜΑΡΧΕΙΟ RECEPTION HALL | 1 | 50-200 |
| ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ | 3 | 350-890 |

ΒΟΛΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | | |
| PARK | 3 | 20-250 |
| PORTARIA | 1 | 60-500 |
| ΧΕΝΙΑ HOTEL | 3 | 80-550 |

ΣΚΙΑΘΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |
| BOURTZI CULTURAL CENTER | 2 | 150-300 |

ΣΚΙΑΘΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | | |
| ΣΚΙΑΘΟΣ PALACE | 3 | 30-450 |
| ΣΚΙΑΘΟΣ PRINCESS | 1 | 180-325 |
| ΕΣΠΕΡΙΔΕΣ | 1 | 200-350 |

ΚΑΡΠΕΝΗΣΙ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------|----------|--------------|
| CLUB MONTANA | 2 | 30-500 |

ΕΥΒΟΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------|----------|--------------|
| PALMARIVA ERETRIA BEACH | 4 | 20-140 |
| ΠΕΛΑΓΟΣ | 6 | 18-300 |
| THERME SYLLA | 4 | 30-220 |
| HOLIDAYS IN EVIA | 6 | 18-280 |
| ΚΑΤΕΡΙΝΑ | 2 | 80-200 |
| MIRAMARE ERETRIA | 1 | 80-250 |
| PALIRIA | 3 | 40-300 |

ΗΠΕΙΡΟΣ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------------|----------|--------------|
| METSOVO CONFERENCE CENTER | 4 | 18-500 |

ΗΠΕΙΡΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------|----------|--------------|
| ΗΠΕΙΡΟΣ PALACE | 1 | 10-650 |
| DU LAC HOTEL | 2 | 250-500 |
| MARGARONA | 1 | 65-300 |
| PALLADION | 2 | 25-150 |
| XENIA IOANNINA HOTEL | 1 | 36-120 |

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ**ΑΧΑΪΑ**

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| ΑΧΑΙΑ CLAUSS | 5 | 150-600 |

ΑΧΑΪΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| ASTIR | 5 | 25-750 |
| CRECOTEL LAKOPETRA | 1 | 60-120 |
| ΠΑΥΛΙΝΑ | 1 | 150-350 |
| PORTO RIO | 3 | 20-600 |
| ΑΧΑΙΟΣ | 1 | 400 |
| ΑΧΑΪΑ BEACH | 5 | 10-600 |
| FLORIDA BEACH | 1 | 55-250 |

ΑΡΓΟΛΙΔΑ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 1 | 130-250 |
| TRIANON CINEMA | 1 | 130-170 |

ΑΡΓΟΛΙΔΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| AMALIA NAUPLIA | 3 | 25-270 |
| PORTO HELI | 2 | 60-450 |
| PORTO HYDRA | 7 | 20-1000 |
| COSTA PERLA | 2 | 25-190 |
| SALADI | 1 | 200-300 |
| XENIA HOTEL | 2 | 70-400 |

ΚΟΡΙΝΘΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------|----------|--------------|
| ΠΟΣΕΙΔΩΝ CLUB | 5 | 45-1000 |
| KALAMAKI BEACH | 1 | 60-150 |
| BEST WESTERN ALKYON | 1 | 30-60 |

ΗΛΕΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| AMALIA OLYMPIA | 3 | 80-450 |

ΛΑΚΩΝΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------|----------|--------------|
| LAKONIS | 2 | 60-350 |
| LAZARETTO | 1 | 18-45 |

ΜΕΣΣΗΝΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-----------------|----------|--------------|
| SUNRISE VILLAGE | 1 | 220-350 |
| ELITE VILLAGE | 2 | 60-1500 |
| PHARAE PALACE | 1 | 170-350 |
| MESSINIAN BAY | 1 | 80-500 |
| MIRAMARE | 1 | 60-90 |

ΑΙΓΑΙΟ**ΛΕΣΒΟΣ**

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------|----------|--------------|
| BENJAMIN THE LESBIAN | 1 | 75-400 |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΔΗΜΟΥ ΜΟΛΥΒΟΥ | 1 | 203 |

ΛΕΣΒΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------|----------|--------------|
| CRECOTEL AEOLIAN | 3 | 32-200 |
| ΔΕΛΦΙΝΙΑ | 4 | 40-300 |

ΛΗΜΝΟΣ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------|----------|--------------|
| LIMNOS CONGRESS HALL | 7 | 50-1000 |

ΛΗΜΝΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | 2 | 60-300 |
| ΑΚΤΙ ΜΥΡΙΝΑ | 2 | 30-400 |
| PORTO MYRINA PALACE | | |

ΧΙΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 3 | 25-460 |
| HOMERION CULTURAL CENTER | | |

ΧΙΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | 3 | 10-450 |
| ΕΡΥΘΗ HOTEL RESORT | | |

ΣΑΜΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | 3 | 45-240 |
| DORYSSA BAY HOTEL | | |

ΚΥΚΛΑΔΕΣ**ΜΥΚΟΝΟΣ**

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 2 | 15-145 |
| ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |

ΜΥΚΟΝΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | 7 | 37-650 |
| GRECOTEL MYKONOS BLU | 2 | 25-140 |
| ΚΙΝΟΤΟΣ CLUB | 3 | 25-150 |
| MYCONIAN AMBASSADOR | 2 | 30-400 |
| SANTA MARINA | 1 | 30-200 |
| ΑΦΡΟΔΙΤΗ BEACH HOTEL | 2 | 30-200 |
| PETASOS BEACH | | |

ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 4 | 20-300 |
| ΠΕΤΡΟΣ ΝΟΜΙΚΟΣ | | |

ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-----------------|----------|--------------|
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | 1 | 60-90 |
| VEDEMA | 1 | 50-150 |
| DAMEIA PALACE | 1 | 14-35 |
| ΗΛΙΟΤΟΠΟΣ | 2 | 50-300 |
| SANTIRINI IMAGE | 1 | 60-320 |
| KASTELLI HOTEL | | |

ΣΥΡΟΣ

| | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 1 | 300-400 |
| CASINO SYROS-MOUSES | | |

ΣΥΡΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------|----------|--------------|
| ΦΑΡΟΣ VILLAGE HOTEL CLUB | 2 | 180-600 |
| DOLPHIN BAY | 2 | 35-250 |

ΠΑΡΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------|----------|--------------|
| ASTIR OF PAROS | 1 | 25-100 |
| HOLIDAY SUN | 1 | 80-350 |
| LEFKES VILLAGE | 2 | 50-100 |
| PORTO PAROS | 4 | 18-500 |

ΤΗΝΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------|----------|--------------|
| PORTO TANGO | 1 | 200 |

ΙΟΝΙΑ ΝΗΣΙΑ**ΚΕΡΚΥΡΑ**

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------------|----------|--------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 17 | 80-950 |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΚΕΡΚΥΡΑΣ | 1 | 25-130 |
| ΙΟΝΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | | |

ΚΕΡΚΥΡΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------------|----------|--------------|
| CORFU HOLIDAY PALACE | 5 | 15-550 |
| CORFU PALACE | 1 | 80-130 |
| GRECOTEL CORFU IMPERIAL RESORT | 3 | 60-650 |
| KONTOKALI BAY | 1 | 80-150 |
| APOLLO PALACE | 1 | 300-350 |
| CORFU CHANDRIS | 3 | 70-375 |
| CORFU DIVANI PALACE | 5 | 30-300 |
| DASSIA CHANDRIS | 2 | 70-375 |
| DELFINIA | 2 | 30-300 |
| GRAND HOTEL | | 150-350 |
| LOUIS GRAND HOTEL | 1 | 50-160 |
| PELEKAS SUNSET | | |
| SAN STEFANO | 3 | 50-350 |
| NISSAKI BEACH HOTEL | 1 | 120-150 |

ΖΑΚΥΝΘΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------------|----------|--------------|
| LOUIS IMPERIAL BEACH | 1 | 170-600 |
| LOUIS PALAZZO DI ZANTE | 2 | 30-200 |
| MATILDA | 1 | 50-100 |
| PLAGOS BEACH | 1 | 50-300 |
| ZANTE PARK | 1 | 50-350 |
| ZANTE ROYAL PALACE | | |
| ZANTE BEACH | 2 | 35-400 |

ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ PALACE | 1 | 250-600 |
| MEDITERRANEE | 1 | 70-150 |

ΚΡΗΤΗ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|---------------------------|----------|--------------|
| ORTHODOX ACADEMY OF CRETE | 5 | 25-730 |
| ΒΙΤΣΕΝΤΖΟΣ ΚΟΡΝΑΡΟΣ | 2 | 150-300 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΠΑΡΚΟ ΚΡΗΤΗΣ | 2 | 25-260 |

ΗΡΑΚΛΕΙΟ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------|----------|--------------|
| BELLA MARIS | 3 | 20-1000 |
| CANDIA MARIS | 7 | 20-2500 |
| CAPSIS RESORT | 18 | 10-1200 |
| CRETA MARIS | 9 | 28-1500 |
| KNOSSOS ROYAL | 15 | 20-450 |
| ROYAL MARE VILLAGE | 1 | 30-100 |
| AGAPI BEACH | 3 | 30-150 |
| AKTI ZEUS | 2 | 40-400 |
| APOLLONIA | 3 | 70-700 |
| ARINA SAND | 2 | 120-450 |
| ASTORIA CAPSIS | 3 | 20-200 |
| ATLANTIS | 5 | 20-500 |
| FODELE BEACH | 3 | 27-400 |
| GALAXY IRAKLIO | 7 | 20-450 |
| CRECOTEL AGAPI BEACH | 6 | 48-280 |
| CRECOTEL CRETA | 1 | 80-260 |
| HERSONISSOS PALACE | 1 | 120-180 |
| MARINA PALACE | 4 | 22-600 |
| MINOA PALACE | 1 | 40-180 |
| NANA BEACH | 1 | 60-220 |
| PARADISE ZORBAS VILLAGE | 1 | 120-400 |
| ROBINSON CLUB | 3 | 180-450 |
| SANTA MARINA BEACH | 2 | 30-200 |
| SILVA MARIS | 1 | 20-700 |
| THE PENISULA | 1 | 100 |

ΛΑΣΙΟΙ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|------------------------|----------|--------------|
| ELOUNDA BAY | 1 | 100-500 |
| ELOUNDA BEACH | 4 | 35-600 |
| ELOUNDA MARE | 3 | 20-140 |
| CRECOTEL ELOUNDA | 1 | 50-200 |
| MAGIC LIFE CLUB LYKTOS | 5 | 30-600 |
| MINOS BEACH | 3 | 30-100 |
| MINOS PALACE | 2 | 80-350 |
| PARADISE LYKTOS | 5 | 30-600 |
| PORTO ELOUNDA | 2 | 20-250 |
| PORTO ELOUNDA MARE | 2 | 21-250 |

| | | |
|-------------------|---|---------|
| SAINT NICOLAS BAY | 7 | 17-300 |
| EDEN ROCK | 3 | 100-200 |
| ELOUNDA MARMIN | 1 | 125-200 |
| HERMES | 1 | 250-400 |
| KALIMERA KRITI | 4 | 20-450 |
| MIRABELLO HOTEL | 2 | 30-500 |
| SUNWING RESORT | 3 | 30-200 |

ΡΕΘΥΜΝΟ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------|----------|--------------|
| GRECOTEL CRETA PALACE | 4 | 20-550 |
| CRECOTEL RITHYMNA | 5 | 15-660 |
| AXHILLION PALACE | 1 | 40-120 |
| ATLANTIS BEACH | 2 | 40-500 |
| CRETA ROYAL | 4 | 40-600 |
| CRETA STAR | 4 | 40-600 |
| CRECOTEL EL GRECO | 2 | 24-420 |
| CRECOTEL PORTO RETHYMNO | 1 | 50-200 |
| MINOS MARE | 1 | 80-130 |
| PARADISE CRETA PANORAMA | 2 | 30-500 |
| THEARTEMIS PALACE | 2 | 30-120 |
| VENETO HOTEL | 1 | 35-90 |
| MINOS | 1 | 35-150 |

ΧΑΝΙΑ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|----------------------|----------|--------------|
| MYTHOS PALACE | 1 | 24-60 |
| CRETA PARADISE | 9 | 35-1500 |
| PANORAMA | 2 | 20-340 |
| LOUIS MALEME BUNG. | | |
| LOUIS CRETA PRINCESS | 7 | 20-650 |
| SAMARIA | 3 | 20-180 |

ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ

ΡΟΔΟΣ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------------------|----------|--------------|
| GRAND MASTER'S MEDIEVAL CASTLE | 1 | 100 |
| ΕΘΝΙΚΟ ΘΕΑΤΡΟ ΡΟΔΟΥ | 1 | 100-800 |
| RHODINI CENTRE | 1 | 50-500 |

ΡΟΔΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------|----------|--------------|
| ESPEROS VILLAGE | 2 | 40-500 |
| GRAND HOTEL | 3 | 75-450 |
| CRECOTEL IMPERIAL | 18 | 25-1600 |
| OLYMPIC PALACE | 3 | 30-1600 |
| PARK | 1 | 10-300 |
| RODOS PALACE | 25 | 10-3000 |
| RODOS PARK SUITES | 1 | 24-350 |

| | | |
|-----------------------------|----|---------|
| SOFITEL CAPSIS RODOS | 12 | 10-1500 |
| ALDEMAR PARADISE ROYAL MARE | 16 | 20-320 |
| APOLLON BEACH | 3 | 50-150 |
| BLUE BAY | 1 | 180-200 |
| BLUE SEA | 1 | 120-550 |
| COLOSSOS BEACH | 3 | 60-400 |
| CALYPSO | 1 | 120-460 |
| COSMOPOLITAN | 2 | 150-400 |
| EDEN ROCK | 3 | 30-1000 |
| ELECTRA PALACE | 3 | 50-1500 |
| ESPEROS PALACE | 1 | 120-620 |
| FALIRAKI BEACH | 11 | 200-950 |
| RODOS BAY | 3 | 30-500 |
| SUNWINGS RHODOS | 5 | 20-200 |
| ATRIUM PALACE | 3 | 18-180 |
| SOFITEL CAPSIS HOTEL | 10 | 9-500 |
| PLAZA HOTEL BEST WESTERN | 2 | 25-300 |

ΚΩΣ

| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------------------------|----------|--------------|
| ΙΠΠΟΚΡΑΤΕΙΟ ΙΔΡΥΜΑ | 3 | 150-500 |
| ΚΩΣ ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ | 18 | 10-3000 |

ΚΩΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|--------------------|----------|--------------|
| CARAVIA BEACH | 1 | 150-600 |
| CONTINENTAL PALACE | 2 | 30-300 |
| ΗΠΠΟΚΡΑΤΕΣ PALACE | 1 | 250 |
| KIPRIOTIS VILLAGE | 4 | 25-1400 |
| LAKITIRA RESORT | 1 | 180-325 |
| NEPTUNE BEACH | 1 | 50-700 |
| OCEANIS BEACH | 1 | 100 |
| RAMIRA BEACH | 1 | - |

ΚΑΡΠΑΘΟΣ

| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ | ΑΙΘΟΥΣΕΣ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
|-------------|----------|--------------|
| SEVEN STARS | 1 | 100-600 |

Πηγή: Congress, incentives, meetings in Greece, Hellenic Sun-Editions & Hellenic Association of Professional Congress Organizers.

3.4 Συνεδριακή υποδομή στην Ελλάδα

| | ΑΤΤΙΚΗ | ΚΡΗΤΗ | ΝΗΣΙΑ ΑΙΓΑΙΟΥ | ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ | ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ | ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ | ΚΕΝΤΡΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ | ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟ | ΣΥΝΟΛΟ |
|-----------------------|--------|-------|---------------|--------------|-------------|-----------|-----------------|-------------|--------|
| > 1000 ΑΙΘΟΥΣ. | 3 | | | | | | | | 3 |
| >1000 THEATRE STY | 5650 | | | | | | | | 5650 |
| SCHOOL STYL. | 2750 | | | | | | | | 2750 |
| 500-1000 ΑΙΘΟΥΣ. | 8 | 4 | 4 | | | 2 | | 2 | 20 |
| 500-1000 THEATRE STY. | 5170 | 3600 | 2800 | | | 1700 | | 1200 | 14470 |
| 500-1000 SCHOLL STYL. | 2480 | 2180 | 1650 | | | 850 | | 460 | 7620 |
| 200-500 ΑΙΘΟΥΣ. | 17 | 17 | 20 | 3 | 4 | 5 | 3 | 2 | 71 |
| 200-500 THEATRE STY. | 6430 | 5890 | 6720 | 1105 | 1730 | 1810 | 720 | 700 | 25105 |
| 200-500 SCHOOL STYL. | 3620 | 3370 | 4160 | 650 | 1030 | 920 | 430 | 450 | 14630 |
| 100-200 ΑΙΘΟΥΣ. | 21 | 10 | 15 | 2 | 2 | 5 | 1 | 3 | 59 |
| 100-200 THEATRE STY. | 3165 | 1720 | 2390 | 350 | 350 | 840 | 120 | 500 | 9435 |
| 100-200 SCHOOL STYL. | 1920 | 960 | 1370 | 300 | 180 | 455 | 60 | 280 | 5525 |
| ΕΩΣ 100 ΑΙΘΟΥΣ. | 12 | 17 | 17 | 4 | 3 | 6 | 1 | 3 | 63 |
| ΕΩΣ 100 THEATRE STY. | 980 | 1120 | 882 | 296 | 230 | 400 | 70 | 260 | 4238 |
| ΕΩΣ 100 SCHOOL STYL. | 600 | 551 | 587 | 192 | 120 | 260 | 40 | 160 | 2510 |
| ΣΥΝΟΛ ΑΙΘΟΥΣ. | 61 | 48 | 56 | 9 | 9 | 18 | 5 | 10 | 216 |
| ΣΥΝΟΛ THEATRE STY. | 21395 | 12330 | 12792 | 1751 | 2310 | 4750 | 910 | 2660 | 58898 |
| ΣΥΝΟΛ SCHOOL STYL. | 11370 | 7061 | 7767 | 1142 | 1330 | 2485 | 530 | 1350 | 33035 |

Πηγή: Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού.

Στα μεγέθη της Θεσσαλονίκης δεν συμπεριλαμβάνεται το συνεδριακό κέντρο της Διεθνούς Εκθέσεως Θεσσαλονίκης

Κυριότεροι Χώροι

| ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 150-500 ΑΤΟΜΩΝ ΕΚΤΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ | |
|---|---------------------|
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
| Μουσείο Κυκλαδίτικης τέχνης | 150 |
| Ιονικό Κέντρο | 200 |
| Εκπαιδευτικό Κέντρο της Αγροτικής Τράπεζας της Ελλάδος | 200 |
| Ίδρυμα Ευγενίδη | 410 |
| Συνεδριακό Κέντρο Δήμου Μόλυβδου | 203 |
| Εκπαιδευτικό & Συνεδριακό Κέντρο της Κτηματικής Τράπεζας | 450 |
| Ελληνικό Πολεμικό Μουσείο | 406 |
| Εθνικό Κέντρο Επιστημονικών Ερευνών Δημόκριτος | 410 |
| ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ 500-800 ΑΤΟΜΩΝ | |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
| Εκπαιδευτικό Κέντρο ΕΛΚΕΠΑ | 800 |
| Θέατρο Κολεγίου Αθηνών | 830 |
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | ΧΩΡ. |
| Athens Ledra Marriott | 500 |
| Royal Olympic | 650 |
| Novotel Athens | 770 |
| Xenorhon | 600 |
| ΕΓΚΑΤΑΣΤΑΣΕΙΣ ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑΣ ΑΝΩ ΤΩΝ 1.000 ΑΤΟΜΩΝ | |
| ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΑ ΚΕΝΤΡΑ | ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ |
| Μέγαρο Μουσικής | 1.961 |
| Στάδιο Ειρήνης και Φιλίας | 14.690 |
| ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ | ΧΩΡ. |
| Athenaum Intercontinental | 2.200 |
| Athens Hilton | 1.690 |
| Divani Caravel Hotel | 1.350 |
| Holiday Inn | 900 |

Στους διεθνείς οδηγούς για συνεδριακούς χώρους (Official Meeting Facilities Guide – Europe) αναφέρονται και διαφημίζονται οι εξής συνεδριακοί χώροι:

Συνεδριακοί Χώροι στην Αθήνα σε Διεθνείς Οδηγούς

| | Διατ. Συνεδρ. Χώρων Capacity Theater | Δωμάτια Guest Rooms | Συν. Β. Χώρου Meetings Room | Επιφ. Μεγ. Area of largest sq.ft. |
|--------------------------|---|---------------------------|-----------------------------------|---|
| Intercontinental | 2.200 | 552 | 3 | 15.968 |
| Chandris | 700 | 375 | 7 | |
| Ledra Mariot | 450 | 259 | 3 | 3.621 |
| Divani | 1.500 | 470 | 15 | |
| Hilton | 1.450 | 476 | 9 | |
| Holiday | 1.500 | 191 | 8 | |
| Novotel | 310 | 195 | 7 | |
| Astir Palace Vouliagmeni | | 488 | 7 | 6.211 |

Στον αντίστοιχο οδηγό CONVENTION CENTRES worldwide δεν υπάρχει καταχώρηση.

Σαν αναγνωρισμένα μέλη του ICCA από Συνεδριακούς Χώρους εκτός ξενοδοχείων αναφέρονται για την Αθήνα το Μέγαρο Μουσικής και για την Θεσσαλονίκη η HELEXPO.

Κυριότεροι Εκθεσιακοί χώροι στην Αθήνα

| Χώρος | Επιφάνεια m ² |
|--|--------------------------|
| Εκθεσιακό Κέντρο ΟΛΠ | 18.500 |
| Μεσογειακό Εκθεσιακό Κέντρο | 18.500 |
| ΣΕΦ | 14.000 |
| ΕΚΕΠ | 11.000 |
| Εκθεσιακό Κέντρο Αθηνών | 8.000 |
| LINEA | 5.000 |
| Εκθεσιακό Κέντρο HELLEXPO - Μαρούσι | 8.800 |
| Σύνολο Αθήνας | 83.800 |

