



cretanbusiness.gr



Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων

Μιχάλης Μαρακάκης

Μύηση
Ζαχαροπλαστικής
Τέχνης

Διατροφικός
Θησαυρός
Κρήτης

Έρευνα
Τουρισμού
Χανίων

SAVE the DATE



3^ο ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΕΙΝ

ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Ηράκλειο

21 ΣΑΒΒΑΤΟ
ΟΚΤ 2023



#Kriton_filoxenin

#KritonFiloxenin

ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΕΙΝ



ΚΡΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ



Προνομιακή Επιχειρηματική Επικοινωνία

Ψηφιακή Πύλη Ενημέρωσης, Προβολής & Δικτύωσης

cretanbusiness.gr

Αξιοπιστία • Εμπιστοσύνη





6 Οικονομία

Ανθεκτικότητα και προσαρμοστικότητα
Του Γιώργου Ατσαλάκη

8 Επιχειρήσεις

Νέο απούπωμα CHC Group
σε Σαντορίνη και Κάρπαθο

10 Βιβλίο

Το νέο βιβλίο της Μαρίας Πιτσικάκη
«Τα Φυτά και τα Βότανα της Κρήτης,
στην Υγεία μας και στην Ομορφιά μας»

14 Τουρισμός

Μια αποτίμηση της Τουριστικής Σαιζόν του 2022 και
μια Πρόβλεψη του 2023.

Με την Σιγουριά του Γνωστού και του Αγνώστου!!

Του Δρ. Κυριάκου Γ. Κώτσογλου

18 Οικονομία

Παγκρήτια Έρευνα ΕΛΜΕΠΑ:

Με ακρίβεια και ανησυχία έφυγε το 2022.

Οι προοπτικές για το 2023.

Του Δρ. Χρήστου Φλώρου

22 Τουρισμός

Εξειδικευμένες τουριστικές τάσεις:
Workation και ελληνική ξενοδοχία
στην μετά-covid εποχή

Του Μάνου Λυγεράκη

26 Συνέντευξη

Το χαρούπι της Κρήτης.

Ο Διατροφικός Θησαυρός της Κρητικής Γής.

Συνέντευξη της Κορίνας Μηλιαράκη

34 Συνέντευξη

Το Μέλλον της Αρτοποιίας

Συνέντευξη του Δημήτρη Νικολιδάκη

38 Συνέντευξη

Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων:

Μοχλός Ανάπτυξης Κρητικής Οικονομίας

Συνέντευξη του Προέδρου Μιχάλη Μαρακάκη

46 Συνέντευξη

Ιστορικό Μουσείο Ζαχαροπλαστικής Τέχνης:

Η Μύηση στην Ζαχαροπλαστική Τέχνη

Συνέντευξη του Κωνσταντίνου Κουμάκη

52 Τουρισμός

Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

Του Βασίλη Σπόκου

54 Επιχειρήσεις

Αποστάσεις Ασφαλείας από κεραίες
και συστήματα GSM

Του Μιχάλη Βλαχάκη

58 Τουρισμός

Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης:

Έρευνα Τουρισμού Δήμου Χανίων

72 Πρόσωπα

«Καλλιπάτειρα»

Βράβευση της επιχειρηματία Νανάς Καράτζη

74 Πρόσωπα

30 Χρόνια Ηλιαχτίδα
Βραβεύσεις επιχειρήσεων, φορέων και δημοσίων
προσώπων



38



74



72



58



54



52



46



34



26



22



18



14



8



6



10

SAVE the DATE

ΣΑΒΒΑΤΟ
21 ΟΚΤ. 2023

ΠΟΛΗ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

3ο ΚΡΗΤΩΝ
ΦΙΛΟΞΕΝΕΙΝ

Ιδιοκτήτης - Εκδότης Κώστας Λιακάκης • Διαφημίσεις - Ανάπτυξη Εμμανουήλ Δ. Λιναρίτης • Εμπορικό: marketing@cretanbusiness.gr • Συδρομές: contact@cretanbusiness.gr • Σύνταξη: cretan@cretanbusiness.gr • Επιμέλεια & Παραγωγή Idea Graphics Design • Υπεύθυνος Τυπογραφείου Ανδρέας Μποτιζάκης, Τηλέφωνο 210 3301604, Τζαβέλα 10, Τ.Κ. 106 81 Αθήνα • Περιοδικό «ΚΡΗΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΕΙΝ» • Ψυταλλείας 8, Τ.Κ. 112 56 Αθήνα • Τηλέφωνα: Κρήτης 6950091666, Αθήνας 210 2117497, 6977262957 • web: http://www.cretanbusiness.gr • ISSN 2654-1300. Απαγορεύεται η αναδημοσίευση κειμένων και φωτογραφιών χωρίς την έγγραφη άδεια του εκδότη.



cretanbusiness.gr
ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ:



YouTube





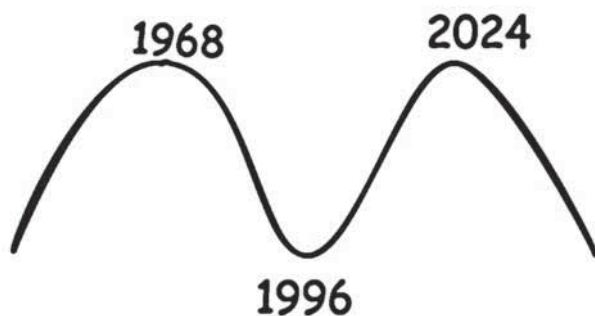
Ανθεκτικότητα & προσαρμοστικότητα

του Γιώργου Ατσαλάκη



Γιώργος Ατσαλάκης
Αναπληρωτής Καθηγητής
Πολυτεχνείου Κρήτης
Εργαστήριο Ανάλυσης
Δεδομένων και Πρόβλεψης

Η ανθεκτικότητα και η προσαρμοστικότητα θα είναι ιδιότητες τις οποίες θα πρέπει να αποκτήσουν οι χώρες για να μπορέσουν να ανταπεξέλθουν στα ποικίλα προβλήματα τα οποία σχεδόν όλες οι χώρες στον κόσμο θα αντιμετωπίσουν, εξαιτίας της κορυφής που φθάνουν οι οικονομίες μετά από μιας συνεχή ανάπτυξη που διήρκεσε 28 έτη ξεκινώντας από το 1996 μέχρι το 2023-2024.



Τα επόμενα 28 χρόνια θα δοκιμαστούν οι αντοχές των κρατών, των επιχειρήσεων, των νοικοκυριών, και πολλών εθνικών και διεθνών οργανισμών που είχαν εξασφαλίσει ειρηνική συνύπαρξη και ευημερία στους λαούς τις τελευταίες δεκαετίες. Στις κορυφές των οικονομικών κύκλων εμφανίζονται μια σειρά από κρίσεις που δεν είναι τίποτε άλλο από τα προμηνύματα ότι οι κοινωνίες μεταβαίνουν σε ένα άλλο σημείο ισορροπίας από το σημερινό. Η άνοδος των οικονομιών της Ασίας μετατοπίζει το παγκόσμιο οικονομικό κέντρο από την Δύση προς την Ανατολή και η εμφάνιση περισσότερων κρατών με οικονομική δύναμη αλλά με αυταρχικά καθεστώτα θα προσπαθήσουν να διαβρώσουν μακροχρόνιους κανόνες και θεσμούς που είχαν παράσχει σημαντική σταθερότητα και ευημερία τις τελευταίες δεκαετίες.

Η συνεργασία ή ο ανταγωνισμός μεταξύ των χωρών θα έχει καθοριστική σημασία για την όσο το δυνατόν ανώδυνη μετάβαση στον επόμενο οικονομικό κύκλο που θα ξεκινήσει περίπου 2050.

Το επόμενο 28 χρόνια θα διαδραματίζονται συχνές οικονομικές κρίσεις σε διάφορα επίπεδα, οι οποίες μαζί με τις επιπτώσεις της κλιματικής αλλαγής και τις δραστικές μεταβολές που θα επιφέρει η 4η τεχνολογική επανάσταση, θα προκαλέσουν τα συστήματα διακυβέρνησης να αναζητήσουν εκείνες τις βέλτιστες λύσεις για να διατηρήσουν ή να βελτιώσουν την θέση τους στο νέο παγκόσμιο περιβάλλον που ήδη άρχισε να αλλάζει με γοργούς ρυθμούς.

Η πρόσφατη πανδημία δημιούργησε τη μεγαλύτερη αναστάτωση στις κοινωνίες μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο. Δημιούργησε τόσο οικονομικά, πολιτικά και υγειονομικά προβλήματα όσο και προβλήματα ενεργειακής και επισιτιστικής ασφάλειας, των οποίων οι επιπτώσεις θα μας απασχολήσουν για πολλά χρόνια. Ως κύρια επίπτωση εμφανίστηκε ο πληθωρισμός από το 2021, ο οποίος εξελίσσεται σε στασιμοπληθωρισμό για πολλές χώρες και θα ενταθεί στα επόμενα έτη. Παράλληλα αναδεικνύεται η διατροφική ανασφάλεια, η ενεργειακή ανασφάλεια και η ασφάλεια επάρκειας πόσιμου νερού, οι οποίες θα ενταθούν εξαιτίας της κλιματικής αλλαγής και της μετανάστευσης πώς θα προκληθεί σε πολλές περιοχές του κόσμου δημιουργώντας προβλήματα στις χώρες αναχώρησης και στις χώρες υποδοχής των μεταναστών.

Οι δραστικές νέες τεχνολογίες θα εμφανιστούν και θα διαχυθούν με απίστευτη ταχύτητα διαταράσσοντας τις θέσεις εργασίας στην βιομηχανία, στις υπηρεσίες και στον πρωτογενή τομέα, μεταβάλλοντας δραστικά τον τρόπο άσκησης της εξουσίας, τον τρόπο ελέγχου των λαών και την σημασία του ανθρώπου.

Η συνύπαρξη των ανθρώπων σε ένα υπερ-συνδε-

δεμένο περιβάλλον πληροφοριών μέσω τηλεφώνων και άλλων συσκευών στο ίντερνετ των πραγμάτων, και με την ταχεία ανταλλαγή πληροφοριών, δημιουργεί ανομοιογενείς ομάδες πληθυσμών που θα είναι δύσκολο να κυβερνηθούν με ενιαίους κανόνες. Περαιτέρω η συνδεσιμότητα μέσω του εμπορίου, των υπηρεσιών, και της μετακίνησης των ανθρώπων δημιουργεί ακόμα περισσότερη ανομοιογένεια και ανισότητες.

Πριν 5 έτη υπήρχαν πάνω από 10 δισεκατομμύρια συσκευές online στο διαδίκτυο των πραγμάτων. Τα επόμενα 5 έτη θα ξεπεράσουν τα 80 δις συσκευές. Αυτή η συνδεσιμότητα μέσα από το διαδίκτυο των πραγμάτων θα δημιουργήσει σημαντικές εντάσεις σε όλα τα επίπεδα των κοινωνιών, οι οποίες θα διχάζονται για βασικές αξίες και στόχους. Επί πλέον αυταρχικές κυβερνήσεις θα χρησιμοποιήσουν αυτή την ψηφιακή διασυνδεσιμότητα ως μέσο καταστολής για τον έλεγχο των πληθυσμών.

Ο αέναος πόλεμος των ιδεών για επιβολή, απόκτηση οπαδών και απόκτηση ισχύς, θα αποκτήσει νέα εργαλεία με τη χρήση της συνδεσιμότητας μέσω του ίντερνετ και θα φέρει πιο κοντά άτομα, εντός και εκτός των εθνών, που μοιράζονται τις ίδιες απόψεις και πεποιθήσεις και έχουν τις ίδιες πολιτιστικές ή πολιτικές προτιμήσεις και παράλληλα θα εντείνει των πόλεμο μεταξύ τέτοιων ομάδων.

Τέτοιες προκλήσεις δεν θα μπορούν αντιμετωπισθούν από τα υφιστάμενα συστήματα και δομές διοίκησης και διακυβέρνησης. Θα χρειαστούν διορατικοί ηγέτες που να μπορούν να αντιληφθούν εγκαίρως τις σημαντικές αλλαγές που έρχονται ώστε να εξασφαλίσουν την απαραίτητη συνοχή και ισορροπία των λαών τους για να αντιμετωπίσουν τις επερχόμενες προκλήσεις. Επίσης θα απαιτηθεί διεθνής συνεργασία για την αντιμετώπιση των προκλήσεων, η οποία σήμερα δεν διαφαίνεται, καθώς είναι ξεκάθαρα πλέον τα σημάδια ότι αναπτύσσεται ένας διαπολιτισμικός ανταγωνισμός μεταξύ εκείνων των κρατών, που μετά από κόπους και θυσίες κατάφεραν να εγκαθιδρύσουν δημοκρατικά καθεστώτα διακυβέρνησης τα οποία επιτρέπουν την εναλλαγή των κυβερνήσεων στην εξουσία και μεταξύ εκείνων των κρατών με αυταρχικά συστήματα διακυβέρνησης τα οποία δεν διστάζουν να «εξαφανίζουν» την αντιπολίτευση και να οπλοποιούν τους ενεργειακούς και επισιτιστικούς πόρους για να υπονομεύσουν άλλα κράτη και για να ικανοποιήσουν τις προσωπικές φιλοδοξίες των αυταρχικών ηγετών τους. Τα επόμενα χρόνια χρειάζεται περισσότερο από ποτέ η συνεξέλιξη και η συνεργασία μεταξύ όλων των κρατών ή τουλάχιστον μεταξύ αυτών που μπορούν να συνεργαστούν για να αντιμετωπιστούν οι μεγάλες προκλήσεις που ξεκινούν από το 2023.



ΝΕΟ ΑΠΟΤΥΠΩΜΑ



Σαντορίνη & Κάρπαθο

*Ζαχαρίας Α. Χνάρης, ιδρυτής
και Γενικός Διευθυντής
της CHC Group*



«Όπως είχαμε προαναγγείλει, με ιδιαίτερη χαρά ανακοινώνουμε επίσημα δυο ακόμη νέες συνεργασίες με ξενοδοχειακές μονάδες που έχουν ιδιαίτερο και πολύ-πλευρο αποτύπωμα σε Σαντορίνη και Κάρπαθο. Συνεχίζουμε με αυτόν τον τρόπο την υλοποίηση του στρατηγικού μας σχεδιασμού

με αποκλειστικό γνώμονα το χτίσιμο win-win συνεργασιών, αλλά και την αξιοποίηση στο έπακρο των πλεονεκτημάτων που μπορεί να προσφέρει η CHC Group στην αναπτυξιακή προοπτική κάθε ξενοδοχειακής μονάδας με συνέπεια και υπευθυνότητα. Με γνώση και όραμα. Για τον ελληνικό τουρισμό, για την πατρίδα μας και τους ανθρώπους της.»

Όμιλος Chnaris Hotel Management, Development & Consulting S.A.

- Ενοικίασης Ξενοδοχειακών Μονάδων
- Πλήρη διαχείριση ξενοδοχείων (Full Hotel Management)
- Τη σύναψη συμβάσεων με όλους τους τουριστικούς οργανισμούς καθώς και την πλήρη διαχείριση των πωλήσεων
- Τα ξενοδοχεία «CHC HOTELS», ένα σύστημα Franchise Corporation



Τα Φυτά και τα Βότανα της Κρήτης στην Υγείά μας και στην Ομορφιά μας

Το βιβλίο της κυρίας Μαρίας Πιτσικάκη «Τα Φυτά και τα Βότανα της Κρήτης στην Υγείά μας και στην Ομορφιά μας» έγινε πραγματικότητα!

Η συγγραφέας στον πρόλογο αναφέρει:

«Η επικοινωνία μου με τα φυτά είναι ένα βίωμα από εικόνες, χρώματα, σκέψης, συναισθήματα και ιστορίες με ανθρώπους που βρέθηκαν στη ζωή μου και μύριζαν, αγιόκλημα, γιασεμί, σγουρό πλατύφυλλο βασιλικό, δίκταμο, λεβάντα, μαντζουράνα, χαμομήλι και αγριολούλουδα. Ανθρώπους του τιμούν ήθη έθιμα, στόχους και ιδανικά. Σκληρή η ζωή τους κι όμως τους περίσσευε το γέλιο, η χαρά, η καλημέρα, το ευχαριστώ και η συγγνώμη. Ανθρώπους που ακτινοβολούν σοφία!

Με όλα τα παραπάνω ξεκίνησε αυτό το βιβλίο. Ξεκίνησε ακόμα και από το αίσθημα αγάπης και σεβασμού στις ατέλειωτες κουβέντες που έχω κάνει με τους γονείς μου, την γιαγιά, τον παππού, τις θειάδες μου, αλλά και με δεκάδες ανθρώπους από την μια άκρη της Κρήτης στην άλλη. Είναι μια καταγραφή από τις ιστορίες που έχω ακούσει και έχω βιώσει.

Όπου δύο παππούδες ή γιαγιάδες, εγώ η τρίτη της παρέας, να ρουφώ σαν σφουγγάρι και να σημειώνω όλα όσα άκουγα. Ένα πανεπιστήμιο ο καθένας τους!

Και οι σημειώσεις πλήθαιναν και γέμιζαν τετράδια και με έβαζαν στον πειρασμό να διαβάζω, να ψάχνω, να ερευνώ και να μπω στο κόπο να γνωρίσω όσο γίνεται καλύτερα αυτό τον υπέροχο κόσμο των βοτάνων!

Ξεκίνησε ακόμη από την αγάπη μου για τον απέραντο αυτό κόσμο των φυτών και των λουλουδιών, που καθημερινά βρίσκομαι στον υπέροχο τόπο, που έχω την τύχη να ζω, να θαυμάζω, να

σκέφτομαι και να λέω «Θεέ μου τα πάντα εν σοφία εποίησες», στο ΞΑΘΕΡΙ, ψηλά στους πρόποδες του Ψηλορείτη, λίγο πιο πάνω από το χωριό μου τον Κρουσώνα.

Είναι μια προσπάθεια να γνωρίσουμε τους θησαυρούς της φύσης και της λαϊκής μας παράδοσης που έχει επιβιώσει στις μέρες μας από τους παλιότερους στους νεότερους. Θα έλεγα η συνέχεια της σύνδεσης με τους προγόνους μας, με τις «ρίζες» μας. Στήριξη και ανάγκη για να συνεχίσουμε να υπάρχουμε, αφού στο φυτικό βασίλειο αναζήτησε ο άνθρωπος βοήθεια από την αρχαιότητα για την ανακούφιση των πόνων και των ασθενειών του.

Τα φυτά και τα βότανα που υπάρχουν στην Κρήτη έχουν πολύ ενδιαφέρον και οι θεραπευτικές τους ιδιότητες πάμπολες.

Περασμένα χρόνια θυμούμαι, να έρχεται στο χωριό, έναςπραματευτής από τα Χανιά. Τραβούσε ένα γαϊδουράκι φορτωμένο με δυο μεγάλα ξύλινα κουτιά, με τζάμι μπροστά για να φαίνεται ηπραμάτεια του. Γύριζε όλα τα στενά του χωριού και διαλαλούσε την πολύτιμηπραμάτεια του.

- «Ελάτε κεράδες και νοικοκεράδες! Ήρθε ο Χανιώτης. Ελάτε να πάρετε δαφνόλαδο, κεντρόλαδο, μυρθιόλαδο, φασκομηλόλαδο, αμυγδαλόλαδο και καραμπάχι καλό!! Ελάτε κεράδες κι όλους τους πόνους τσι γιατρεύγω! Καραμπάχι καλό! Είναι για το φάλι, για το κάμπιασμα, για το στομάχι. Έχω και φλόμο για τσι κακές πεθερές!»

Τηνπραμάτεια του την πουλούσε με τη «δαχτυλίθρα». Κάθε μια, ήτανε λέει μια οκά.

Λες κι ακούω τώρα τη φωνή της γιαγιάς μου της Βλαχοχριστοδουλίνας να μου λέει:

-«Γλάκα Μαριώ, γλάκα να προλάβης τον Χανιώτη. Χρειάζομαι καραμπάχι για το βήχα του παπ-

πού σου και σα σε πιάνει εσένα κοιλιόπονος και 5 οκάδες δαφνόλαδο που το βάνουνε οι θειάδες σου στα μαλλιά τους».

Τα βότανα ανήκουν στην φύση. Τα βρίσκουμε παντού. Σε βουνά, λιβάδια, χωριά, κήπους και κοντά στη θάλασσα. Αρκεί να μπούμε στο κόπο να τα γνωρίσουμε. Βέβαια τα βρίσκουμε σε φαρμακεία και σε ειδικά καταστήματα. Η χρήση τους είναι εύκολη.

Τα βότανα όπως έλεγε η γιαγιά, «μαζεύονται στον ανθό τους και λίγωση δηλαδή χάση φεγγα-

ριού, γιατί τότε έχουν δυνατό το άρωμά τους. Τα ξεραίνεις στη σκιά, ύστερα τα βάνεις σε καθαρά γυάλινα βάζα ή μέσα σε πάνινα σακούλια και τα φυλάγεις σε δροσερό και σκιερό μέρος και συνέχιζε: Στα παλιά χρόνια παιδί μου, δεν είχαμε σπουδαγμένους γιατρούς. Είχαμεπραχτικούς γιατρούς και γιάτρουσες που ο καθένας είχε τσι δικές του συνταγές κι ήκανε φάρμακα απόθεραπευτικά βότανα και ζωντανά. Τα βράζανε, τα κοπανίζανε, τα ξεραίνανε για να τ'χουνε ολοχρονίς. Εκάνανε αλοιφές, σιρόπια, καψούλες. Με τα βότανα εγιατρεύ-



γανε τσ' ανθρώπους. Εγατέχανε ήντα θα δώσουμε σε κάθε περίπτωση και είχανε μεγάλη εκτίμηση από τον κόσμο. Κι εμείς όμως εμαθαίναμε από τσι γιαγιάδες και τσι παππούδες μας κάμποσες γιατριές».

Σαν να την βλέπω τώρα, να σκουπίζει στην ποδιά τα χέρια της και με ύφος που δεν εσήκωνε αντίρρηση να λέει: «Να γατέχεις πως τα φυτά έχουνε συναισθήματα. Έχουνε συμπάθειες και αντιπάθειες. Λένε πως ο βασιλικός και ο απήγανος δεν φυτεύονται κοντά μεταξύ τους, ενώ ο απήγανος και η Συκιά κάνουν ταιριαστό ζευγάρι. Τα λουλούδια με τη γλυκιά μυρωδιά, φυτεύονται κοντά σε καρποφόρα δέντρα, με σκοπό να γλυκάνουν τον καρπό τους. Δέντρα με άσχημη μυρωδιά, όπως η κουφοξυλιά δεν φυτεύονται κοντά σε καρποφόρα δέντρα γιατί χαλούν την γεύση του καρπού τους».

Θαρρώ πως, το ίδιο έκαναν οι Μινωίτισσες στην αρχαία Μινωική Κρήτη, κατ' επιταγή της χθόνιας Θεάς των Όφρων και του θεού των ιατρών Ασκληπιού.

Χαρά των οματιών και της όσφρησης η φύση! Σε κάνει να ονειροπολείς και να προβληματίζεσαι για την δύναμη που κρύβει και να λες: Αυτό το ατόφιο καθαρό περιβάλλον (όσο απόμεινε) πρέπει και αξίζει ν' αφήσουμε στα παιδιά μας, αφού κι εμείς από τους γονείς μας την δανειστήκαμε!

Για την έκδοση του, ευχαριστώ πολύ μέσα από την καρδιά μου, τον Περιφερειάρχη Κρήτης κο Σταύρο Αρναουτάκη και τον εντεταλμένο περιφερειακό σύμβουλο σε θέματα πολιτισμού και απόδημου ελληνισμού Κώστα Φασουλάκη, για την εμπιστοσύνη και την στήριξη τους, κάνοντας πραγματικότητα ένα όνειρο και κόπους χρόνων.

Επίσης ευχαριστώ πολύ την αγαπημένη φίλη, ξεναγό και συγγραφέα Αθηνά Σφακάκη για τις ώρες που αφιέρωσε γράφοντας ένα υπέροχο πρόλογο.

Ευχαριστίες πολλές, αγάπη, εκτίμηση και σεβασμό ακόμα οφείλω στους υπέροχους ανθρώπους που βρέθηκαν στο δρόμο μου, συνομίλησα μαζί τους και μου δώσανε απλόχερα αγάπη, έμπνευση, μου χάρισαν τις γνώσεις τους και τις πολύτιμες συμβουλές τους.

Τέλος ένα μεγάλο ευχαριστώ σε όλους όσους το πάρουν στα χέρια τους και αφιερώσουν χρόνο να το μελετήσουν.»

Σύντομο βιογραφικό

Η κυρία Μαρία Πιτσικάκη, είναι Πρόεδρος Γυναικείας Επιχειρηματικότητας Κρήτης στην Ευρώπη, Επίτιμο Μέλος του οργανισμού ALL Ladies League – ALL-Sisters Beyond Borders. Ιδρύτρια και Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης, ιδιοκτήτρια του Κέντρου

Εστίασης Τέχνης & Πολιτισμού, τουριστικά καταλύματα «ΞΑΘΕΡΙ».

Η Μαρία Πιτσικάκη γεννήθηκε στον Κρουσώνα Μαλεβιζίου. Έχει σπουδάσει ζωγραφική, αερογραφία, δημοσιογραφία. Έχει στο ενεργητικό της 33 ατομικές εκθέσεις σε Ελλάδα και εξωτερικό και 29 ομαδικές όπου έχει αποσπάσει 2ο βραβείο ζωγραφικής. Πίνακες της βρίσκονται σε Πρεσβείες, Δήμους, Επιμελητήρια, Τράπεζες, Δημόσιες υπηρεσίες, στις Μινωικές Γραμμές, επιχειρήσεις, συλλόγους, ατομικές και ιδιωτικές συλλογές. Φορητές εικόνες της βρίσκονται σε δεκάδες εκκλησίες της Κρήτης.

Δίδαξε ζωγραφική σε παιδιά του ΚΔΑΠ Κρουσώνα και στο Ζάνειο Εκπαιδευτήριο. Έχει φιλοτεχνήσει τρία βιβλία, καθώς και το μετάλλιο του Νικηφόρου Φωκά για τον Δήμο Τεμένους.

Ως μέλος της επιτροπής της Διεθνούς Αμνηστίας Ηρακλείου, έχει ζωγραφίσει και δωρίσει σχέδιο που τυπώθηκε σε Αφίσες και κάρτες για όλη την Ελλάδα.

Σε συνεργασία της με την ΝΕΛΕ ήταν παραγωγός της ταινίας μικρού μήκους «Ο γάμος των σαλιγκαριών», η οποία προβλήθηκε στην ΕΡΤ.

Έχει πάρει έπαινο για την προσφορά της στην Τέχνη από τη Νομαρχία Ηρακλείου, Φορείς και πολιτιστικούς συλλόγους. Για την προσφορά της στο τόπο της βραβεύτηκε από την εφημερίδα «Η Φωνή του Μαλεβιζίου».

Δημοσιογραφεί από το 1981, μέλος της Ένωσης Δημοσιογράφων Συγγραφέων και Τουρισμού Ελλάδος. Έχει συνεργαστεί με τις εφημερίδες «Έθνος», «Γυναίκα της Κρήτης», «Κρητικά Θέματα», «Κρητικά Επίκαιρα», «Αλλαγή» και «Τόλμη». Επίσης με τους Ραδιοφωνικούς Σταθμούς «ΕΡΑ Ηρακλείου», «Ράδιο Κρήτη», και με τους τηλεοπτικούς σταθμούς «Κρήτη TV», «Κανάλι 29» και «TV Creta».

Συνεκδότρια της αθλητικής εφημερίδα «Κρητικά Σπόρ». Ιδιοκτήτρια της μηνιαίας εφημερίδα «Η ΡΙΖΑ», βραβευμένη το 2000 με έπαινο από την Ένωση Δημοσιογράφων Συγγραφέων και Τουρισμού Ελλάδας.

Έχει επιμεληθεί πλήθος βιβλίων, εντύπων, αφίσες, και διαφημιστικά μηνύματα για τα ΜΜΕ. Έχει γράψει πέντε βιβλία: Δύο παιδικά, «Παίζω και μαθαίνω» και «Το χοτραράκι και η Δήμητρα», ένα θεατρικό στην Κρητική διάλεκτο, το «Παλαιϊνά και νόστημα» καταγραφή Κρητικών συνταγών της Κρήτης, «Τα φυτά και τα βότανα της Κρήτης στην υγεία μας και στην ομορφιά μας» και είναι υπό έκδοση «Τα Παραμύθια του Παππού».

Το 1983 ήταν η μια από τις δύο γυναίκες που αντιπροσώπευσαν την Ελλάδα σε συνέδριο στην Ε.Ε. για την Ενιαία Αγροτική πολιτική και Αγορά.

Όταν η Συνέπεια Συναντάει την Ποιότητα!

- Αφίσες
- Βιβλία
- Επιστολόχαρτα
- Διαφημιστικά Έντυπα
- Εφημερίδες
- Περιοδικά

Εκτυπώσεις offset
Ψηφιακές εκτυπώσεις

- Φάκελα
- Μπλοκ
- Εταιρικές Κάρτες
- Αυτοκόλλητα
- Μαγνητάκια
- Plotter

ΑΦΟΙ ΜΠΟΤΖΑΚΗ
ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ

Από το
1975

Μια αποτίμηση της Τουριστικής Σαιζόν του 2022 και μια Πρόβλεψη του 2023 Με την Σιγουριά του Γνωστού & του Αγνώστου!!

του Δρ. Κυριάκου Γ. Κώτσογλου

Έχοντας λάβει ή δει, γνωρίζοντας σε κάθε περίπτωση, τα στοιχεία των αφίξεων του 2022 από τα (3) Αεροδρόμια της Κρήτης, μπορεί να μιλήσει με τη σιγουριά του γνωστού, του δεδομένου. Και αν ο ίδιος θέλει να μιλήσει για το 2023 θα το κάνει αντίστοιχα, με τη σιγουριά του αγνώστου. Τα δεδομένα του πίνακα που ακολουθεί μιλάνε από μόνα τους, δείχνουν μια θετική τάση για την Κρήτη που αν λέγαμε ότι δεν την βλέπουμε θα ήμασταν «τυφλοί», αλλά κι όποιος πει ότι γνωρίζει τι πρόκειται να γίνει το 2023, είναι καλύτερα να το πει με τη σιγουριά του αγνώστου!

Διεθνείς Αφίξεις Αεροδρομίων Ηρακλείου – Χανίων - Σητείας*						
Χώρα	2019	2020	2021	Ιαν - Νοεμ. 2022	2021 / 2019 + - %	2022 / 2019 + - %**
Γερμανία	984.211	430.556	883.541	1.213.116	-10,23	23,26
Ηνωμένο Βασίλειο	629.893	136.867	214.436	746.053	-65,96	18,44
Σκανδιναβία	652.560	53.553	219.253	583.218	-66,4	-10,63
Ολλανδία	225.661	47.201	147.295	226.293	-34,73	0,28
Γαλλία	375.425	112.028	255.569	391.745	-31,93	4,35
Αυστρία	120.135	31.552	97.610	140.371	-18,75	16,84
Βέλγιο / Λουξεμβούργο	140.777	34.574	100.289	159.644	-28,76	13,4
Ελβετία	121.135	51.444	112.758	165.562	-6,92	36,68
Ιταλία	130.676	21.206	96.452	168.580	-26,19	29,01
Χώρες Ανατολικής Ευρώπης	850.672	151.893	552.022	669.838	-35,11	-21,26
Λοιπές χώρες	217.641	29.622	111.363	225.271	-48,83	3,51
ΣΥΝΟΛΟ	4.448.786	1.100.496	2.790.588	4.689.691	-37,27	5,42

Πηγή: Υπουργείο Τουρισμού/Π.Υ.Τ. Κρήτης, Υ.Π.Α./Αεροδρόμιο Ηρακλείου, Fraport/Αεροδρόμιο Χανίων, Επεξ/σία: Δ/νση Τουρισμού Π.Κ.

* Τα έτη 2020, 21, 22 δεν υπήρξαν διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο της Σητείας - ** Περίοδος Ιανουαρίου – Νοεμβρίου 2022

2022. Αν θα έπρεπε κανείς να το κατονομάσει με μια λέξη, μάλλον θα έπρεπε να πει «ένα ακόμα ρεκόρ». Μάλλον, ακριβέστερα, ένα ακόμα ρεκόρ για την Κρήτη. Κι αυτό γιατί ακόμα κι αν η Ευρώπη πλησίασε το 75% της κίνησης του 2019, η Ελλάδα μάλλον θα πλησιάσει το 95% των αντιστοιχών μεγεθών, την ίδια στιγμή που η Κρήτη καταγράφει μια αύξηση της τάξης του 5,4% σε επίπεδο αφίξεων. Κάνοντας μια απλή αναλογική πράξη σε σχέση και με τις άλλες εισόδους μας, τις θαλάσσιες, φαίνεται ξεκάθαρα ότι θα προσεγγίσουμε ή θα ξεπεράσουμε τα 6 εκατομμύρια επισκέπτες, αριθμός που θα είχε ως αποτέλεσμα η λέξη ρεκόρ

να αντικατασταθεί από το «θρίαμβος» αν υπήρχε και η αντίστοιχη συνάφεια με τις έννοιες και της εισπραξιμότητας και φυσικά εκείνης, της κερδοφορίας.

Μια άλλη συνθήκη λοιπόν οι αφίξεις και μια άλλη συνθήκη εκείνη της **εισπραξιμότητας** αλλά και της αρχικής (αυτού που λέμε EBITDA) ή της τελικής (μετά φόρων και τόκων) **κερδοφορίας** που είναι ακόμα πιο σκληρή και αδυσώπητη. **Για την εισπραξιμότητα δεν έχω να πω τίποτα κακό προς το παρόν**, περιμένουμε την Τράπεζα της Ελλάδος να μας δώσει στοιχεία, εντούτοις μη σας κάνει εντύπωση αν ακούσετε, έστω και λίγο

Kyriakos Kotsoglou Deputy Governor of Tourism, Region of Crete

Κυριάκος Γ. Κώτσογλου
Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης,
MSc, PhD,
Αντιπεριφερειάρχης
Τουρισμού &
Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης,
Περιφέρειας Κρήτης



προεκλογικά, μια αύξηση 20% στην κατά κεφαλή δαπάνη, που θα φέρει την Κρήτη σε ένα ακόμα ρεκόρ, αυτό του φράγματος των 4.000.000.000 € και ένα ποσοστό συμμετοχής μεγαλύτερο από το 20% στο εθνικό τουριστικό εισόδημα, ο κόσμος ταξίδεψε «εκδικητικά» εφέτος και η Κρήτη και τα νησιά μας γενικότερα, σίγουρα μάζεψαν την μερίδα του Λέοντος.

Η **κερδοφορία** σίγουρα είναι η «μεγάλη χαμένη» μέσα στην χρονιά, αν και η «απόσταση» από την πραγματική μείωση του τελικού κέρδους μέχρι την παραδοσιακή γκρίνια είναι πολύ μικρή. Θέλει μέτρημα, είναι εξατομικευμένη και κανείς δεν μπορεί να πει «όχι γενικεύσεις» ή «μόνο γενικεύσεις». Μπερδεμένα τα λέω θαρρώ, ας πάμε να τα ξεμπερδέψουμε όσο γίνεται. Δεν είναι ψέμα η ρήση **«όλα πάνω πήγαν»!** Ναι, αλλά πήγε πάνω και ο τζίρος και έτσι οι ελαστικές «δαπάνες» μειώθηκαν. Μειώθηκαν; Δεν ξέρω αν μειώθηκαν γιατί η πλέον ελαστική ως προς τον τζίρο δαπάνη, η μισθοδοσία, μάλλον ανέβηκε Ναι, αλλά οι πρώτες ύλες, η ενέργεια, το καύσιμο, είναι ανελαστικές και όλες πήγαν πολύ πάνω. Στο τέλος της ημέρας, θα το πούμε ξανά, είναι τελείως άλλη συνθήκη για κάθε μικρή ή μεγάλη μονάδα η κερδοφορία και δεν είναι λίγες αυτές που ξεπέρασαν σε κέρδη προ φόρων και τόκων το 30%, το 40% ακόμα και το 50% του τζίρου τους. Εκεί που δεν μπορούν να γίνουν πολλά, είναι στο δανεισμό, όπου μια εταιρεία που είχε ένα δάνειο στο 4,0% με μηδενικό Euribor, τώρα, ακόμα και αν καταφέρει να ρίξει το επιτόκιο της στο μισό - λέμε τώρα - , με Euribor κοντά στο 2,4% θα πληρώνει ένα τελικό 4,4%, 10% περισσότερο. Απίστευτο, αληθινό, σημείο των καιρών που δεν

μπορούμε να κάνουμε τίποτα παρά να περιμένουμε να ξεθυμάνει το φαινόμενο, που μάλλον θα γίνει αυτό όταν ξεθυμάνει ο Πούτιν, ο Ερντογάν, κι οι του κύκλου τους.

Σε καθαρά επίπεδο αγορών, βλέπουμε τις αυξήσεις των **Γερμανών και Βρετανών** που ακούνε στο σχήμα «μεγάλα νούμερα, μεγάλες αυξήσεις» και φαίνεται ότι είναι οι αγορές που πρέπει να «προσεχθούν» γιατί μπορούν να αποσβέσουν κάθε κραδασμό, τις αυξήσεις σε χώρες όπως η **Ιταλία, η Ελβετία, η Αυστρία, οι Κάτω Χώρες**, που ακούνε στο σχήμα «μικρά νούμερα, μεγάλες αυξήσεις». Παράλληλα, είναι ορατή η περαιτέρω μείωση των **Σκανδιναβικών Χωρών**, στυλοβάτης πάλαι ποτέ αλλά ακόμα πολύ σημαντικό μέγεθος των Χανίων και η ακόμα μεγαλύτερη υποχώρηση του **Ανατολικού Μπλοκ** με την απουσία του Κιέβου και της Μόσχας, που αν ήταν «εκεί» θα μιλάγαμε για μια ακόμα πιο ευνοϊκή συνθήκη. Με τις απλές αυτές επισημάνσεις είναι ξεκάθαρη και η πολιτική τουριστικής προβολής που θα πρέπει να ακολουθήσει και ακολουθεί η Κρήτη για την σαιζόν που έρχεται, **το 2023**.

2023. Αν το 2022 χαρακτηρίστηκε χρονιά «εκδικητικού τουρισμού», αν ο κόσμος θέλησε να ξοδέψει ένα μεγάλο μέρος από όσα δεν μπόρεσε να ξοδέψει το 2020 και 2021, το **2023** πως θα χαρακτηριστεί; Χρονιά «σκοπιμότητας»; Χρονιά «όπου φτάνει το καλάθι μου»; ή χρονιά «παίζω άμυνα και βλέπω τι θα γίνει του χρόνου»; Όλα είναι πιθανά, σε μια χρονιά που τα σύννεφα της ενεργειακής, της οικονομικής και εν τέλει της κοινωνικής κρίσης πλανώνται πάνω από την ανοχύρωτη - όπως φάνηκε - Ευρώπη, γεγονός που κάνει και το 2023 μια

«νέα χρονιά» όπου η Κρήτη δεν θα ξεκινήσει από «λευκό χαρτί» αλλά που θα έχει να αντιμετωπίσει όλες αυτές τις νέες προκλήσεις της.

Η περίπτωση της Πολωνίας, είναι χαρακτηριστική νομίζω. Μια από τις πλέον ανερχόμενες δυνάμεις μας, 4η φέτος στα Χανιά πάνω από Φιλανδία, Σουηδία, Νορβηγία, με μια συμμετοχή της τάξης του 9,0% και 5η στο Ηράκλειο με 4,7% υποχώρησε φέτος λόγω της προτίμησης προς την γείτονα Τουρκία, η υποτίμηση του νομίσματος της οποίας δημιούργησε και εκεί, ροές και αφίξεις ρεκόρ. Είναι ξεκάθαρο όμως ότι το «βαλάντιο» θα παίξει σημαντικό ρόλο στο που θα πάει ο επισκέπτης το 2023, πόσο θα μείνει, πόσο θα ξοδέψει και εν τέλει πόσο θα «μετρήσει» όλη αυτή η κρίση στην απόφασή του να ταξιδέψει. Την στιγμή που μιλάμε, τη στιγμή που γράφονται αυτές οι γραμμές, πάνω από δύο μήνες πριν την ITB και το Βερολίνο, το κόστος για το αεροπορικό μου εισιτήριο είναι 832 €! Λέτε η τιμή αυτή να μην επηρεάσει πραγματικά το μέσο Ευρωπαίο κατ' αναλογία, στην απόφασή του να ταξιδέψει φέτος.

Είναι απόλυτα φυσιολογικό, οι σκληρές χειμωνιάτικες θερμοκρασίες και οι – παρά την κλιματική αλλαγή – υψηλοί λογαριασμοί να λειτουργήσουν εις βάρος του ονείρου να ταξιδέψω και προς το παρόν να υπάρξει ένα «μάγκωμα» στις κρατήσεις, που όμως θα απελευθερωθούν και πάλι όταν έρθει η ελπιδοφόρα άνοιξη και ας «καλπάζει» ο πληθωρισμός. Πως το λένε αυτό; Last minute... Δεν μας αρέσει, αλλά σίγουρα θα μας δοκιμάσει, θα το δούμε στο Βερολίνο, το Μάρτη, αλλά μέχρι τότε πρέπει να έχουμε, ως Περιφέρεια «οργώσει» τη Σκανδιναβία, τις Κάτω Χώρες, το Ισραήλ, τις ανατολικές χώρες που πρέπει να σκύψουμε πάνω τους και

φυσικά, σταθερά Η.Β. και Γερμανία. Να κάνουμε τα ελαττώματα της προηγούμενης περιόδου πλεονεκτήματα, να κάνουμε τους άξονες υπεροχής μας ακόμα πιο δυνατούς και εν τέλει να προλάβουμε την αβεβαιότητα της σεζόν του 2023, με προβολή.

Θα καταφέρει το «ρεύμα» της Ελλάδας και της Κρήτης να ξεπεράσει και να υπερκεράσει τα «σύννεφα» της πολλαπλής κρίσης της Ευρώπης, της ηγέτιδας του παγκόσμιου τουρισμού; Εκεί πρέπει να επικεντρωθούμε, αλλά πλέον το πρόβλημα δεν είναι τόσο απλό, είναι παγκόσμιο, είναι εδραιωμένο και δεν μπορεί να μπει «κάτω από το χαλί» του κάθε Ευρωπαίου. Εκείνο που μπορεί να γίνει είναι το χιλιοειπωμένο και χιλιοτραγουδισμένο, να τον κάνουμε «η εμπειρία να ξεπεράσει την προσδοκία» και η κάθε είδους στενότητα να καμφθεί από την αυτονόητη, ανθρώπινη ανάγκη να κάνει διακοπές σε έναν παράδεισο όπως η Κρήτη, να μην μπορέσει να αντισταθεί και φέτος.

Καλώς ή κακώς, το 2023 δεν θα είναι μια χρονιά όπου η Κρήτη θα έχει ολοκληρώσει τις μεγάλες υποδομές της, όπως το Αεροδρόμιο του Καστελίου ή τον ΒΟΑΚ. Δεν θα αποκτήσει τις Μαρίνες που θα την κάνουν ηγέτιδα και στον Θαλάσσιο Τουρισμό που τόσες δυνατότητες έχει... Θα είναι ακόμα μια χρονιά που θα πρέπει να παλέψει με τα κλασικά της όπλα, τη φύση, τον πολιτισμό, την ιστορία, τη γαστρονομία, άντε να βάλω και τον αθλητισμό. Πάνω από όλα θα παίξει όμως με το τεράστιο όνομα που έχει δημιουργήσει στον τουριστικό χάρτη και τις μικρές ιστορίες φιλοξενίας που γράφει κάθε μέρα και αυτές ούτε αμφισβητούνται, ούτε αντιγράφονται εύκολα, ελπίζοντας να αντιστρέψει κάθε κακή συγκυρία και να φτάσει σ' ένα ακόμα ρεκόρ το 2023 κόντρα στους οίωνους. **Κρήτη Παντού!**

Welcome gift • Ξενοδοχειακό δώρο • Αναμνηστικό δώρο • Corporate gift • Gift Honeymooner
Εταιρικό δώρο • Business gift • Design gift • Exclusive gift • Δώρο άφιξης • Πρωτότυπο δώρο

ART GRATEFUL GIFT

Το **δώρο** αποτελεί μια ευγενική κίνηση προσφοράς και μεταφέρει εκ πρώτης όψεως χαρά, έκπληξη, προσμονή, αγωνία, ενθουσιασμό, λαχτάρα, αγάπη στον αποδέκτη του! Έχει τη δύναμη να μεταφέρει μηνύματα, στοιχεία πολιτισμού ακόμα και την ιστορία κάθε τόπου. Δημιουργεί δεσμούς... δεσμούς φιλοξενίας, δεσμούς σύνδεσης, δεσμούς ανάμνησης με το πρόσωπο, τον τόπο, τη χώρα.

Το **χειροποίητο δώρο** εμπεριέχει «ενέργεια»... την ενέργεια του δημιουργού. Την αγάπη του για το πρωτότυπο, μοναδικό, άρτιο αποτέλεσμα. Μια ενέργεια που δίνει χαρά σε αυτόν που προσφέρει και αγάπη σε αυτόν που λαμβάνει.



joynty
ART
GRATEFUL
GIFT

Άννα Σπαθάρη
6974-34 1994 • anna@joynty.gr

www.joynty.gr

LOCATION

Με ακρίβεια και ανησυχία έφυγε το 2022 Οι προοπτικές για το 2023

Πρόσφατα ολοκληρώθηκε μια νέα Παγκρήτια δημοσκόπηση για την επιχειρηματικότητα και την οικονομία στη Κρήτη που διενεργήθηκε υπό την εποπτεία του Καθηγητή και Διευθυντή του Εργαστηρίου Λογιστικής και Χρηματοοικονομικής Διοίκησης (LAFIM) του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ) Δρ. Χρήστου Φλώρου, και του Διδάσκοντα του ΕΛΜΕΠΑ Δρ. Γιώργου Ι. Ματαλλιωτάκη, Διδάκτορα στην Ανάλυση Δεδομένων. Η έρευνα πραγματοποιήθηκε κατά την περίοδο 8-12 Δεκεμβρίου 2022 σε 985 νοικοκυριά της Κρήτης, και αναδεικνύει την ανησυχία των πολιτών λόγω της οικονομικής ύφεσης. Συγκεκριμένα, η άποψη των πολιτών για την κατάσταση της οικονομίας και της επιχειρηματικότητας καταγράφεται ύστερα από τα γεγονότα των τελευταίων μηνών, της ενεργειακής κρίσης και του πολέμου στην Ουκρανία. Οι πολίτες σε ποσοστό 75,2% δηλώνουν πολύ και αρκετά ανήσυχοι, ενώ αντίθετη άποψη καταθέτει μόλις το 23,5% που παρουσιάζονται λιγότερο ή καθόλου ανήσυχοι.

του Δρ. Χρήστου Φλώρου

Αποτελέσματα Έρευνας

Η ακρίβεια (44,3%), η ανεργία (17,7%) η ενεργειακή κρίση (14,6%), αλλά και ο πόλεμος στην Ουκρανία (10,3%), αποτελούν τα σημαντικότερα προβλήματα που απασχολούν σήμερα τους κατοίκους της Κρήτης. Τα παραπάνω είναι οι κυριότεροι λόγοι ανησυχίας των πολιτών λόγω της αβεβαιότητας που επικρατεί στη παγκόσμια οικονομία μετά την υγειονομική κρίση της πανδημίας COVID-19. Οι Κρητικοί εκφράζουν την έντονη δυσαρέσκειά τους για τη φορολογία, αφού σε μεγάλο ποσοστό (84,6%) δηλώνουν ότι δεν επιθυμούν να πληρώσουν επιπλέον φόρους για την ενίσχυση της οικονομίας και την αντιμετώπιση της ενεργειακής κρίσης. Επιπρόσθετα, πολλοί ερωτηθέντες (62,5%) απαντούν ότι δεν θα συμβούλευαν τη δημιουργία επιχειρήσεων λόγω των αντίξων οικονομικών συνθηκών και της αβεβαιότητας που επικρατούν

- ως σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζουν σήμερα οι επιχειρήσεις, το 33,9% των ερωτηθέντων υπέδειξε την έλλειψη ρευστότητας. Επιπλέον, το 35,5% των Κρητικών θεωρεί ότι η πορεία των επιχειρήσεων στην περιοχή τους θα είναι καθοδική το 2023, και επισημαίνει ότι ο ρόλος του κράτους στην ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας είναι αρνητικός/ανασταλτικός (37%). Η πλειοψηφία του δείγματος (53,7%) υποστηρίζει ότι στις σημερινές συνθήκες ανταγωνισμού δεν υπάρχει χώρος για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις στη Κρήτη. Τέλος, λόγω του υψηλού πληθωρισμού και της ακρίβειας στα προϊόντα, οι πολίτες προτιμούν να αγοράζουν την ίδια ποσότητα με πριν αλλά φθηνότερα προϊόντα. Η ακρίβεια και η ενεργειακή κρίση έχουν επηρεάσει τη καταναλωτική τους συμπεριφορά, αφού σε μεγάλο ποσοστό έχουν περιορίσει τις δακοπές (40,7%) και τα ταξίδια (40%), τη διασκέδαση



Δρ. Χρήστος Φλώρος,
Μέλος του Συμβουλίου Διοίκησης του ΕΛΜΕΠΑ,
τ. Αντιπρύτανης ΕΛΜΕΠΑ,
Καθηγητής Χρηματοοικονομικής,
Διευθυντής Εργαστηρίου Λογιστικής &
Χρηματοοικονομικής (LAFIM) & Μεταπτυχιακών
Προγραμμάτων Τμήματος Λογιστικής &
Χρηματοοικονομικής ΕΛΜΕΠΑ

και ψυχαγωγία (28%), την αγορά ειδών ένδυσης (21%), αλλά και την αγορά τροφίμων (7%).

Προτάσεις

Όπως αναφέρει ο ΟΟΣΑ σε έκθεση για την ελληνική οικονομία (Νοεμβ. 2022), η Ελλάδα έχει ανακάμψει από την κρίση του COVID-19, δημιουργώντας ισχυρή ανάπτυξη της απασχόλησης. Η αύξηση των επενδύσεων και των εξαγωγών, τα μέτρα κρατικής στήριξης, η εφαρμογή του πακέτου ανάκαμψης και ανθεκτικότητας Ελλάδα 2.0 και οι τελευταίες μεταρρυθμίσεις στηρίζουν την οικονομία. Ωστόσο, η άνοδος των τιμών της ενέργειας και η αβεβαιότητα μετά τον πόλεμο της Ρωσίας κατά της Ουκρανίας έχουν επιβραδύνει την ανάκαμψη.

Από τη παραπάνω έρευνα του ΕΛΜΕΠΑ φαίνεται ξεκάθαρα η ανησυχία των πολιτών της Κρήτης καθώς βιώνουν έντονα την αβεβαιότητα που έχει διαμορφωθεί στην παγκόσμια οικονομία λόγω της ακρίβειας και της ενεργειακής-επισιτιστικής κρίσης, ως αποτέλεσμα της πρόσφατης υγειονομικής κρίσης της πανδημίας COVID-19. Οι ίδιοι πολίτες προτείνουν λύσεις όπως, τη μείωση των φόρων και του ΦΠΑ, αλλά και τη βοήθεια των επιχειρήσεων μέσω της δανειοδότησης τους.

Είναι γεγονός ότι, η εκτίναξη των διεθνών τιμών φυσικού αερίου και πετρελαίου έχουν δημιουργήσει μια εκρηκτική αύξηση του ενεργειακού κόστους που αναμφισβήτητα επηρεάζει την παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη. Η Ελλάδα δεν μπορεί να είναι η εξαίρεση. Η ενέργεια αποτελεί σημαντικό συστατικό ανάπτυξης αλλά και άλλων παραμέ-

τρων (μισθοί, κερδοφορία επιχειρήσεων, κλπ.). Το συμπέρασμα από την έξαρση της πανδημίας του κορονοϊού είναι ότι δημιουργήθηκαν επιπλέον οικονομικά προβλήματα που δύσκολα θα ξεπεραστούν – θα χρειαστεί μεγάλη προσπάθεια και αρκετός χρόνος για να επανέλθει η παγκόσμια οικονομία σε τροχιά ανάπτυξης και οι πολίτες σε ευημερία. Μπορεί ο κορονοϊός να έφερε τον ψηφιακό μετασχηματισμό, τις ψηφιακές αγορές και την ηλεκτρονική διακυβέρνηση αλλά δημιούργησε νέα χρέη κρατών και ακρίβεια. Η επιτάχυνση της οικονομίας θα έρθει με σωστή διαχείριση και αποτελεσματικά μέτρα αντιμετώπισης του προβλήματος. Σημαντικό είναι, στο πλαίσιο αυτό, η ελληνική οικονομία να βγει από τη νέα κρίση με τα λιγότερα προβλήματα και φυσικά με χαμηλό χρέος. Πως μπορεί να γίνει αυτό;

Η λύση στην ακρίβεια και στην οικονομική αβεβαιότητα είναι τα φορολογικά κίνητρα, η δανειοδότηση από το Ταμείο Ανάκαμψης αλλά και οι επενδύσεις. Παρόλο που αναμένεται ύφεση στην Ευρώπη το 2023, η Ελλάδα φαίνεται ότι θα έχει οικονομική ανάπτυξη περίπου 2%, σύμφωνα με τους περισσότερους αναλυτές. Η αλήθεια είναι ότι η ενεργειακή κρίση προκάλεσε μείωση του ΑΕΠ – παρόλα αυτά, η Ελλάδα παρουσίασε σημαντική αύξηση σε επενδύσεις. Με περισσότερα κίνητρα επενδύσεων και εξωστρέφεια, μπορεί να βελτιωθεί περισσότερο η εικόνα της ελληνικής οικονομίας μέσω των χρηματοδοτικών εργαλείων όπως το Ταμείο Ανάκαμψης. Αρκεί αυτό να γίνει χωρίς καθυστερήσεις – τα μεγάλα έργα που θα φέρουν

πιο γρήγορα την ανάπτυξη χρειάζονται αυστηρά χρονοδιαγράμματα και λιγότερη γραφειοκρατία. Επίσης, οι τράπεζες θα πρέπει να δανείσουν τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις ώστε να υπάρξουν ευκαιρίες ανάπτυξης. Μπορεί η πολιτική των υψηλών επιτοκίων να μειώνει τον υψηλό πληθωρισμό, αλλά αυτό σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να φρενάρει τις επενδύσεις. Οι επενδύσεις έχουν πολλά πλεονεκτήματα, μεταξύ άλλων την αύξηση μισθών και του ΑΕΠ, τη μείωση φοροδιαφυγής και της ανεργίας.

Είναι η αύξηση των μισθών μια απάντηση στην αύξηση του πληθωρισμού και την ακρίβεια; Προτεραιότητα για τους υπεύθυνους χάραξης οικονομικής πολιτικής θα πρέπει να είναι για το 2023 η διατήρηση της απασχόλησης, του οικογενειακού εισοδήματος και της επιχειρηματικής βιωσιμότητας. Θα πρέπει να ενισχυθεί ο ρυθμός παραγωγικότητας η οποία με τη σειρά της θα φέρει αύξηση στο βιοτικό επίπεδο. Μία λύση είναι να γίνει αύξηση των μισθών και των επιδομάτων σε βαθμό που δεν θα επηρεάσουν τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων. Με λίγα λόγια, η αύξηση του κατώτατου μισθού είναι μια απάντηση στην ακρίβεια, όπως και η περαιτέρω ενίσχυση των εισοδημάτων μέσω άλλων μέτρων που ενισχύουν τη δωρεάν παιδεία αλλά και την υγεία.

Κατά τη διάρκεια του υψηλού πληθωρισμού και της ακρίβειας το 2022, είδαμε ένα πρόγραμμα ενίσχυσης των νοικοκυριών από τη κυβέρνηση που είναι προς τη σωστή κατεύθυνση. Γενικά, ένα σύστημα εισοδηματικών ενισχύσεων, που μπορεί να αποτελείται από προγράμματα όπως βοήθεια για άπορες οικογένειες, συμπληρωματικής βοήθειας διατροφής, ενίσχυση κοινωνικής στέγης και κατοικίας, διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο αφού βοηθούν τους εργαζόμενους και τις οικογένειες να ανταπεξέλθουν στη καθημερινότητα τους. Επίσης, σταθεροποιούν τα επίπεδα δαπανών και κατανάλωσης σε ικανοποιητικό βαθμό ώστε να μην υπάρξει αύξηση της ανεργίας. Ενισχύοντας το εισόδημα, μπορούμε να πούμε ότι βοηθάμε την οικονομία να μην περάσει σε φάση ύφεσης. Τι θέλουμε να πετύχουμε με αυτή την εισοδηματική πολιτική; Για κάθε ευρώ που ξοδεύουμε ως ενίσχυση των οικογενειών/καταναλωτών, τουλάχιστον 1,50 ευρώ θα πρέπει να κυκλοφορεί στην οικονομία. Αυτό ενδυναμώνει την παραγωγικότητα άρα και την οικονομία, και έτσι οι επιχειρήσεις διατηρούν τα περιθώρια κέρδους τους και δεν χρειάζεται να απολύσουν υπαλλήλους ενώ ενισχύεται η βιωσιμότητα τους σε περίοδο οικονομικής δυσπραγίας. Σημαντικό όμως είναι ότι έτσι έρχεται γρήγορα η οικονομική ανάκαμψη και αντιμετωπίζεται αποτελεσματικά η οικονομική αβεβαιότητα.

Η αύξηση των τιμών της ενέργειας έχει σοβαρό

αντίκτυπο στην παγκόσμια οικονομία, η οποία θα επιδεινωθεί εάν δεν υπάρξουν αποτελεσματικά μέτρα. Σύμφωνα με τον ΟΟΣΑ (Νοεμβ. 2022), η αυστηρή νομισματική πολιτική και τα υψηλά πραγματικά επιτόκια, οι υψηλές τιμές της ενέργειας, η ασθενής αύξηση του πραγματικού εισοδήματος των νοικοκυριών και η φθίνουσα εμπιστοσύνη, αναμένεται να επηρεάσουν αρνητικά την ανάπτυξη το 2023, κάτι που διαφαίνεται τόσο στις ΗΠΑ αλλά και στην Ευρώπη. Οι πληθωριστικές πιέσεις έχουν ενταθεί, κυρίως λόγω του πολέμου στην Ουκρανία (στον οποίο οφείλονται οι αυξήσεις στις τιμές της ενέργειας και των βασικών τροφίμων) και έτσι παρατηρούμε σημαντική αύξηση των τιμών στα αγαθά και στις υπηρεσίες. Το ερώτημα είναι: η αυστηρότερη νομισματική πολιτική που ακολουθείται από τις Κεντρικές Τράπεζες (ΕΚΤ, FED) θα συμβάλει τελικά στη συγκράτηση του πληθωρισμού και στην ανάπτυξη το 2023;

Ο ΟΟΣΑ αναφέρει σε έκθεσή του ότι, η ανάπτυξη στην Ελλάδα αναμένεται να μειωθεί το 2023 και ίσως το 2024. Παρά την ανάκαμψη στον τουρισμό και τη συνεχιζόμενη δημοσιονομική στήριξη, η κατανάλωση προβλέπεται να επιβραδυνθεί το 2023 εφόσον έχουμε ακόμη υψηλές τιμές στην ενέργεια. Διαφορετικά, η υποχώρηση των τιμών της ενέργειας θα μειώσουν τον πληθωρισμό και έτσι θα αυξηθεί η κατανάλωση (αυτό προβλέπεται να γίνει στο τέλος του 2023/αρχές του 2024). Ένα σημαντικό εργαλείο ανάπτυξης είναι το Σχέδιο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας που μπορεί να βοηθήσει σημαντικά μέσω των επενδύσεων. Όπως αναφέρει στην έκθεσή του για την Ελλάδα ο ΟΟΣΑ, η στροφή των δημοσιονομικών μέτρων προς τη μεταφορά εισοδήματος σε ευάλωτες ομάδες και η μεγαλύτερη υποστήριξη για τη βελτίωση της ενεργειακής απόδοσης θα ενθαρρύνει την εξοικονόμηση ενέργειας, θα στηρίξει τα δημόσια οικονομικά και θα αμβλύνει τις συνεχιζόμενες πληθωριστικές πιέσεις. Έτσι, η Ελλάδα θα πετύχει αξιολόγηση δημόσιου χρέους επενδυτικού βαθμού (τη λεγόμενη επενδυτική βαθμίδα). Στα τέλη του 2023, και με δεδομένο ότι οι οίκοι αξιολόγησης αναθεωρούν τη προοπτική της Ελλάδας σε θετική, η χώρα μας είναι πλέον κοντά στην επενδυτική μονάδα που θα τις φέρει νέες προοπτικές ανάπτυξης (αναβάθμιση στις τιμές των μετοχών και ομολόγων κλπ.). Με την επενδυτική βαθμίδα στα τέλη του 2023, θα έχουμε χαμηλό κόστος δανεισμού και έτσι θα πετύχουμε λιγότερη επιβάρυνση του κρατικού προϋπολογισμού (άρα περισσότερες ευκαιρίες για τις επιχειρήσεις και τους πολίτες). Εφόσον έρθει η επενδυτική βαθμίδα, το αποτέλεσμα στην οικονομία θα φανεί μετά το 2024.

Επιπλέον, όπως μεταξύ άλλων αναφέρει ο ΟΟΣΑ για την Ελλάδα, η επίτευξη και διατήρηση

πρωτογενών πλεονασμάτων του προϋπολογισμού, η διατήρηση των δημόσιων εσόδων με παράλληλη διεύρυνση της φορολογικής βάσης και η συνέχιση των μεταρρυθμίσεων θα ενισχύσουν περαιτέρω τις προοπτικές της Ελλάδας το 2023 με στόχο να διασφαλισθεί η βιώσιμη ανάκαμψη.

Συμπερασματικά, η παγκόσμια οικονομία αντιμετωπίζει σημαντικά προβλήματα μετά την υγειονομική κρίση της πανδημίας COVID-19: υψηλός πληθωρισμός, αυξήσεις των επιτοκίων, ενεργειακή και επισιτιστική κρίση. Η Ελληνική οικονομία βρίσκεται σε μια νέα πρόκληση: σταθερή ανάπτυξη επενδύσεων και εξαγωγών, μείωση ανεργίας, σταθεροποίηση δημόσιων οικονομικών, αλλά και ακρίβεια. Η αβεβαιότητα που εκφράζεται από τους Κρητικούς για την οικονομία το 2023 μέσω της πρόσφατης Παγκρήτιας δημοσκόπησης του ΕΛΜΕΠΑ είναι δικαιολογημένη αφού χρειάζονται επιπλέον μέτρα για να έρθει γρήγορα η ανάκαμψη. Η Ελλάδα θα πρέπει να εκμεταλλευτεί το γεγονός ότι

παρουσιάζει την υψηλότερη οικονομική ανάπτυξη σε σχέση με τα υπόλοιπα κράτη της ΕΕ αλλά και τη μεγαλύτερη μείωση του χρέους ως ποσοστό του ΑΕΠ. Με υψηλά έσοδα από τον τουρισμό και τις εξαγωγές το 2022, χρειαζόμαστε ένα μηχανισμό στήριξης με αντανακλαστικά που θα βοηθήσουν περαιτέρω τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις το 2023. Είναι γεγονός ότι οι εξελίξεις σε όλα τα πεδία είναι δυναμικές και έτσι η ελληνική οικονομία έχει ένα δρόμο: τη πολιτική σταθερότητα ενόψει των εκλογών το 2023, που θα ενισχύσει ακόμα περισσότερο την ανάπτυξη στη χώρα μας και θα φέρει επενδύσεις και έσοδα τα οποία θα βελτιώσουν σημαντικά τα μέτρα στήριξης και θα αντιμετωπίσουν την ακρίβεια με πιο αποτελεσματικό τρόπο. Έτσι, με στρατηγική τόνωσης της ανάπτυξης (αύξηση ΑΕΠ, μείωση φόρων, αύξηση επενδύσεων, αύξηση επιτοκίων καταθέσεων, εύκολη δανειοδότηση) θα πετύχουμε πιο γρήγορα την οικονομική ευημερία που όλοι θέλουμε.



Εξειδικευμένες τουριστικές τάσεις

Workation & ελληνική ξενοδοχία στην μετά-covid εποχή

του Μάνου Λυγεράκη

Ο όρος “workation” (working vacation), δεν είναι καινούριος, ούτε προέκυψε από τον Covid-19. Αυτό που προέκυψε από την πανδημία, είναι η κατακόρυφη αύξηση της τηλε-εργασίας. Σύμφωνα με όλες τις πρόσφατες έρευνες από κρατικούς ή ιδιωτικούς φορείς παγκοσμίως, ένα σημαντικό ποσοστό από αυτήν την εξ’ αποστάσεως εργασία, θα παραμείνει στην μετά-covid εποχή. Δεν θα παραθέσω στοιχεία ερευνών, καθώς είναι λίγο-πολύ γνωστά στους επαγγελματίες που ενημερώνονται. Κατ’ επέκταση λοιπόν, η ζήτηση για “Workation” τουρισμό θα αυξηθεί ραγδαία στο αμέσως ερχόμενο διάστημα.

Εδώ όμως υπάρχει μια σύγχυση που πρέπει να ξεκαθαριστεί εξ’ αρχής. Ο όρος “workation” (στο Ηνωμένο Βασίλειο, τις ΗΠΑ και την Αυστραλία λέγεται και workoliday ή woliday) εννοεί τουρισμό αναψυχής, κατά την διάρκεια του οποίου ο ταξιδιώτης παράλληλα θα μπορεί να εργάζεται. Αυτή η τάση υπάρχει εδώ και αρκετά χρόνια, όσα δηλαδή υπάρχει και η τηλε-εργασία όπου σε κάποιες χώρες το ποσοστό της περνούσε ήδη το 30% αρκετά χρόνια πριν τον Covid. Ποσοστό που στην Ελλάδα έφτασε μόνο την περίοδο του Lockdown, από το 3,5% που ήταν πριν την πανδημία. Η αναφορά αυτή δεν γίνεται τυχαία. Στην Ελλάδα οι περιπτώσεις κατα-

λυμάτων που προσφέρουν “workation” εμπειρία είναι ελάχιστες καθώς ο όρος δεν ήταν μέχρι τώρα γνωστός λόγω του ότι δεν αποτελούσε επαρκή ανάγκη των Ελλήνων και έτσι δεν τον παρείχαμε και ως υπηρεσία καθώς μας ξένιζε.

Όπως γίνεται κατανοητό λοιπόν δεν αναφερόμαστε σε επαγγελματικά ταξίδια με την παραδοσιακή έννοια του όρου. Ούτε όμως και σε digital nomad. Στην πρώτη περίπτωση δεν μιλάμε για τουρισμό αναψυχής, στη δεύτερη περίπτωση -αυτή των ψηφιακών νομάδων- μιλάμε για μετεγκατάσταση ή έστω για μακροχρόνια μίσθωση, κάτι που δεν αφορά δηλαδή τα ξενοδοχεία και γενικά τα κύρια τουριστικά καταλύματα. Σε επόμενο άρθρο θα αναλύσουμε τις ευκαιρίες που δημιουργούνται για τα μικρά καταλύματα που πληρούν τις προϋποθέσεις για ένα προσανατολισμό τέτοιου είδους.

Η ελληνική πραγματικότητα

Η πραγματική εικόνα στην Ελλάδα είναι ότι στην μεγαλύτερη μάζα, η εξοικείωση με τον όρο τηλε-εργασία ήρθε με την έλευση της πανδημίας και με την λήξη της θα έρθει και η εξοικείωση με τον “workation” τουρισμό. Αυτό που μέχρι στιγμής συμβαίνει, είναι το προφανές, ότι δηλαδή τα ξενοδοχεία (ένα μέρος αυτών – για να ακριβολογούμε) παρέχουν στους πελάτες τους, που ταξιδεύουν για εργασία (ταξίδι εργασίας και όχι ταξίδι αναψυχής), τα απολύτως απαραίτητα για να τους διευκολύνει κατά τη διαμονή τους. Επιφάνειες εργασίας στο δωμάτιο (βλέπε σιφονιέρα, στις περισσότερες περιπτώσεις), καρέκλα (συνήθως άβολη, ξύλινη, που χρησιμεύει περισσότερο για κρεμάστρα ρούχων), σύνδεση στο internet (πολλές φορές όχι όσο γρήγορη θα έπρεπε), αυτόνομη τηλεφωνική γραμμή (χωρίς σχόλια), υπηρεσίες εκτύπωσης-φωτοτύπησης κλπ και ενδεχομένως κάποιο business corner ή (σε λίγες περιπτώσεις) παροχή κάποιου laptop και μερικών amenities γραφείου (σημειωματάριο, στυλό κτλ). Φυσικά υπάρχουν και οι φωτεινές εξαιρέσεις απλά για να επιβεβαιώσουν τον κανόνα. Με λίγα λόγια, το πρώτο που έρχεται στο μυαλό μας είναι τα ξενοδοχεία πόλης (και όχι μόνο) τα οποία έχουν πελάτες που ταξιδεύουν γιατί το επιτάσσει η φύση της δουλειάς τους. Σε προορισμούς που συνήθως δεν επέλεξαν αλλά αναγκάστηκαν να πάνε. Οι οποίοι διαμένουν σε ξενοδοχεία που μπορεί και να μην επέλεξαν καν οι ίδιοι και ίσως ούτε και πλήρωσαν για την διαμονή τους. Αυτό ΔΕΝ είναι το “workation”. Τουλάχιστον αυτό δεν είναι σίγουρα κάποια νέα τάση, που να παρουσιάζει ενδιαφέρον.

Καθώς όμως ο Ελληνικός τουρισμός δείχνει τα τελευταία χρόνια ότι αφογκράζεται περισσότερο από ποτέ τις σύγχρονες τάσεις (μιλώ για τους επαγγελματίες της ελληνικής ξενοδοχίας και όχι για την πολιτεία), ευελπιστώ ότι δεν θα αργήσει

να ξεκινήσει και τις απαραίτητες διεργασίες για να απορροφήσει ένα κομμάτι από αυτή τη ζήτηση που θα δημιουργηθεί.

Τι χρειάζεται για να παρέχει ένα ξενοδοχείο μια πλήρη εμπειρία σε αυτού του τύπου πελάτες

Το εγχείρημα για να παρέχει ένα ξενοδοχείο πλήρη κάλυψη των αναγκών ενός πελάτη “workation” δεν είναι τόσο απλό όσο μπορεί να φαντάζεται κάποιος. Εξάλλου δεν μιλάμε για πελάτες χαμηλού οικονομικού προφίλ. Αυτός ο τύπος διακοπών, μέχρι στιγμής τουλάχιστον, έχει ζήτηση παγκοσμίως, κυρίως από πελάτες υψηλών απαιτήσεων και ανάλογης οικονομικής επιφάνειας και παρέχεται σε ανάλογα υψηλές τιμές.

Ας δούμε μερικά μόνο –ενδεικτικά– παραδείγματα, από το όσα (και είναι αρκετά), χρειάζεται να λάβουμε υπόψη και να παρέχουμε αν πραγματικά θέλουμε έναν ευχαριστημένο πελάτη “workation”:

Ξεκινώντας από τα προφανή εννοείται ότι η χωροταξία, ο φωτισμός και η αρχιτεκτονική των δωματίων πρέπει να εξασφαλίζει στον πελάτη την απαραίτητη άνεση για να εργαστεί, διασφαλίζοντας παράλληλα και την ιδιωτικότητα του/των συνταξιδιωτών του, στο δωμάτιο κατά τις ώρες εργασίας. Φυσικά σε αυτό περιλαμβάνεται μια αξιοπρεπής επιφάνεια εργασίας, με εργονομική καρέκλα, καλό υπολογιστή, εκτυπωτή, σύνδεση σε δίκτυο υψηλής ταχύτητας, πρόσβαση σε αρκετές πρίζες και σταθμό φόρτισης συσκευών, πρόσβαση σε περιβάλλον VPN για την ασφάλεια των μεταφερόμενων δεδομένων κλπ. Τι γίνεται όμως όταν επισκεφθεί το lobby ή την ξαπλώστρα της πισίνας; Εκεί υπάρχουν πρίζες, σταθμοί φόρτισης και γρήγορο Wi-fi. Σαφώς και θα πρέπει να υπάρχουν.

Σε πελάτη ο οποίος κάνει διακοπές ενώ παράλληλα δουλεύει, η χαλάρωση και η ευεξία παίζουν σημαντικό ρόλο. Προσαρμογές στις διαθέσιμες υπηρεσίες του Spa θα χρειαστούν σίγουρα για να συμβαδίζουν με τις απαιτήσεις των «εργαζόμενων πελατών» μας. Πρώτη και κυριότερη προσαρμογή θα είναι μάλλον το ωράριο λειτουργίας του Spa.

Αν χρειαστεί να μετέχει ο πελάτης σε μια online παρουσίαση θα πρέπει η business αίθουσα που θα χρησιμοποιήσει να είναι πλήρως εφοδιασμένη με όλο τον σχετικό εξοπλισμό για την σωστή του σύνδεση και ολοκληρωμένες λύσεις για την παρουσίαση του.

Ας κάνουμε εικόνα, τώρα, τον πελάτη που εργάζεται στο δωμάτιο του και έξω ακριβώς από την μπαλκονόπορτα του είναι 10-20 μικρά παιδιά άλλων πελατών, που κάνουν βουτιές σε μια πισίνα. Αυτομάτως αναρωτιόμαστε αν μπορεί ένα ξενοδοχείο που ΔΕΝ είναι adults only, να φιλοξενήσει με επιτυχία πελάτες αυτών των απαιτήσεων. Ενδεχομένως και να είναι. Αν είναι σαφώς διαχωρισμένο

Μάνος Λυγεράκης,
σύμβουλος επικοινωνίας
& στρατηγικού σχεδιασμού,
συνιδρυτής της Zwin Action
& στέλεχος ξενοδοχειακού
management πολυτελών μονάδων

σε blocks δωματίων με ξεχωριστά facilities ανά block.

Οι πελάτες μας είναι διαφόρων εθνικοτήτων ή δουλεύουμε με συγκεκριμένες αγορές; Οι αντιστοιχισή των ωρών εργασίας της χώρας προέλευσης με την τοπική μας ώρα μπορεί να μας φέρει προ εκπλήξεων. Αν ο πελάτης μας δουλεύει σε ώρες κατά πολύ διαφορετικές από την τοπική, ενδεχομένως να έχει ανάγκη από παροχή φαγητού και ποτού με room service κατά τη διάρκεια της νύχτας. Εδώ τα πράγματα δυσκολεύουν για τα μικρά ξενοδοχεία που δεν έχουν 24ωρη υπηρεσία. Και στην Ελλάδα υπάρχουν πολλά μικρά ξενοδοχεία που αν και πολυτελή δεν έχουν.

Ας πούμε ότι ο υπολογιστής στην επιφάνεια του δωματίου του είναι ικανοποιητικός και του παρέχουμε κι ένα αξιοπρεπές laptop αν χρειαστεί. Είναι αρκετό ή θα κάνουμε την διαφορά στις λεπτομέρειες; Τα amenities παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο. Είναι όμως αρκετό ένα σημειωματάριο κι ένα στυλό; Μάλλον θα φανεί πιο χρήσιμο ένα kit που εκτός τα προφανή θα περιλαμβάνει ακόμα κι ένα power bank, μαντηλάκια καθαρισμού οθόνης, ένα usb stick κλπ. Η λίστα μπορεί να είναι όσο μεγάλη θέλουμε.

Ευχάριστη έκπληξη; Όχι. Αν όλα αυτά αποτελούν ευχάριστες εκπλήξεις μάλλον έχουμε ξεχάσει το βασικότερο. Ότι όλα αυτά προορίζονται για να τον ξεφορτώσουν από την ανάγκη να τα κουβαλάει μαζί του στο ταξίδι. Επομένως είναι σημαντικό να

τον έχουμε ενημερώσει εκ των προτέρων με κάθε λεπτομέρεια για όλες τις παροχές μας. Έτσι άλλωστε θα κερδίσουμε την προτίμηση του για την πρώτη κράτηση. Από την φερεγγυότητα μας και την ποιότητα των όσων προσφέρουμε αλλά και από την συνολική εμπειρία θα κριθεί αν τον κρατήσουμε για το μέλλον.

Συνολική Εμπειρία. Τι σημαίνει στην περίπτωση του "Workation"

Συνολική εμπειρία στην περίπτωση του "workation" είναι όλα τα παραπάνω και πολύ περισσότερα που δεν μπορούν να αναφερθούν σε ένα μόνο άρθρο. Πάνω απ' όλα όμως, το σημαντικότερο είναι να μην επικεντρωθούμε μόνο στο κομμάτι της δουλειάς του πελάτη αλλά και στο κομμάτι της αναψυχής. Ο πελάτης αυτός δεν έρχεται μόνο για να δουλέψει. Έρχεται για να κάνει διακοπές κατά τη διάρκεια των οποίων θα δουλεύει παράλληλα. Αυτό σημαίνει ότι θα εκτιμήσει όλα όσα θα του παρέχουμε για να κάνουμε ευκολότερες τις ώρες της εργασίας του, αλλά ο πραγματικός σκοπός του ταξιδιού θα έχει εκπληρωθεί αν δεν έχουμε κάνει καμία έκπτωση σε όλα αυτά που θα τον ξεκουράσουν και θα τον διασκεδάσουν. Όλα αυτά δηλαδή που μας απασχολούσαν μέχρι τη στιγμή που αποφασίσαμε να στραφούμε σε αυτό το target group. Όλα όσα ευχαριστούν κάθε πελάτη ξενοδοχείου.



INTERNATIONAL TRADE SHOW CONSTRUCTION

EXHIBITION SERVICES

SHOPFITTING SERVICES

EVENT SERVICES

We are proud that well-know customers rely on our services on regular basis and would be happy to add you to our list.

... and others

📍 ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ 22B, 19400 - ΚΟΡΟΠΙ
☎ +30 210 66 22 173
✉ info@mustdesign.gr
🌐 www.mustdesign.gr
📱 @mustdesigngr

ΤΟ ΧΑΡΟΥΠΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ



Συνέντευξη Κορίνας Μηλιαράκη

Ο Διατροφικός Θησαυρός της Κρητικής Γής



Το χαρούπι πρέπει να πάρει τη θέση του ανάμεσα στις υπερτροφές και να αποτελέσει τη βάση ενός εναλλακτικού αναπτυξιακού μοντέλου που θα σέβεται το περιβάλλον και θα είναι βιώσιμο για την κοινωνία και την οικονομία, τονίζει η Κορίνα Μηλιαράκη, Πρόεδρος της Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου «Επιμενίδης», σε συνέντευξή της στο Κρητών Επιχειρείν. Επίσης υπογραμμίζει ότι μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό μοχλό ενίσχυσης της προσπάθειας που καταβάλλεται για τη δι-ασύνδεση του πρωτογενή τομέα με τον τουρισμό στην Κρήτη. Στόχος μας είναι το χαρούπι, ο διατρο-

φικός θησαυρός της κρητικής γης και ο Χαρουπόμυλος ως ένα ζωντανό βιομηχανικό μνημείο, να αποτελέσουν κοινό σημείο αναφοράς των πολιτισμών της Μεσογείου.

Ποιά η χρησιμότητα του χαρουπιού κατά την αρχαιότητα;

Η χαρουπιά από την αρχαιότητα ήδη καλλιεργείται στη Μεσόγειο, συνήθως σε περιοχές με ήπιο και ξηρό κλίμα και φτωχό υπέδαφος. Η αξία της αναγνωρίστηκε από τους Έλληνες, οι οποίοι έφεραν την καλλιέργειά της από τη Μέση Ανατολή (Συρία, Παλαιστίνη).

Σύμφωνα με τον Θεόφραστο, στην εποχή του το δέντρο φυόταν στη Συρία, στην Ιωνία, όπου ονομαζόταν «κερωνία», στην Κνίδο και στη Ρόδο. Σύμφωνα με κάποιους ερευνητές η εξημέρωση

του δέντρου έγινε τα ρωμαϊκά χρόνια. Στη Ρώμη πρέπει να έφτασε μέσω της Ελλάδας, όπως προκύπτει από τη λατινική ονομασία *Siliqua graeca* (ελληνικός λοβός).

Στην Κρήτη έχουν βρεθεί κάρβουνα χαρουπιάς σε στρώματα Υστερομινωικής Εποχής.

Η επιστημονική του ονομασία *Ceratonia siliqua* προέρχεται από την αρχαία ελληνική λέξη «κέρας» και τη λατινική «*siliqua*» (λοβός), που παραπέμπει στο κερατόμορφο σχήμα του καρπού. Ο Διοσκουρίδης ο Αναζαρβεύς, γιατρός, φαρμακολόγος και βοτανολόγος (1ος αι. μ.Χ) ονόμασε τον καρπό

(λοβό και σπόρια) κεράτιον και την χαρουπιά κερά-τέα. Από τον Θεόφραστο μαθαίνουμε ότι οι Ίωνες του 4ου και 3ου π.Χ. αι. την αποκαλούσαν κερωνία. Το χαρούπι είναι γνωστό και ως «ψωμί του Αγίου Ιωάννου», γιατί κατά μία ερμηνεία το άγριο μέλι που έτρωγε ο Ιωάννης ο Βαπτιστής στην έρημο ήταν σιρόπι που έβγαине από τα χαρούπια, ενώ οι ακρίδες ήταν στην πραγματικότητα χαρούπια. Γι' αυτό η χαρουπιά αποκαλείται και ακριδόδεντρο. Το «κεράτιον» αναφέρεται αρκετές φορές στην Καινή Διαθήκη και ειδικότερα στην παραβολή του Ασώτου. Επίσης, από τη λέξη κεράτιον προέρχεται και η λέξη «καράτι», η οποία χρησιμοποιείται στην κοσμηματοποιία. Οι σπόροι της χαρουπιάς εμφανίζουν ένα σταθερό βάρος μεταξύ 189 mg και 205 mg, και γι' αυτό τον λόγο ορίστηκε ως η πιο μικρή μονάδα μέτρησης για χρυσό και πολύτιμους λίθους (το σημερινό «καράτι» έχει επίσημα καθοριστεί στα 200 mg).

Ο Άραβες, στους οποίους πιθανότατα οφείλεται η προσεκτική επιλογή των ποικιλιών της χαρουπιάς, τη διέδωσαν κατά μήκος των παραλίων της Βόρειας Αφρικής, στην Ισπανία και στην Πορτογαλία. Η συμβολή τους στην εξάπλωση της χαρουπιάς φαίνεται και από την επικράτηση της λέξης *kharrub* σε όλη την Ευρώπη, αλλά και στην Ελλάδα, όπου συναντάται αυτοφυής σε πολλές νησιώτικες περιοχές και κυρίως στην Κρήτη.

Όσον αφορά στη μαγειρική χρήση του χαρουπιού στην αρχαιότητα, ενώ πιθανότατα μαγειρευόταν στη Μεσοποταμία κατά τη 2η χιλιετία π.Χ. και την ίδια περίοδο οι Αιγύπτιοι το χρησιμοποιούσαν στην παρασκευή οινόπνευματώδους ποτού, απουσιάζουν οι πληροφορίες από τον ελληνικό χώρο. Ωστόσο, από τον Διοσκουρίδη μαθαίνουμε για τη φαρμακευτική χρήση των κερατίων και τον «κερατίτην οίνον». Σε κρητικό γιατροσόφι του 19ου αι. μ.Χ., μνημονεύονται οι σπόροι των χαρουπιών και η θεραπευτική τους χρήση. Οι ξένοι περιηγητές που επισκέφθηκαν την Κρήτη τον 19ο αι. περιγράφουν τα χαρούπια ως τροφή καλοδεχούμενη από ανθρώπους και ζώα.

Που οφείλεται η στροφή προς την χαρουπιά στην Κρήτη;

Οι συνθήκες για την ανάδειξη της χαρουπιάς σε

στοιχείο της πολιτιστικής κληρονομιάς της Κρήτης είναι σήμερα πιο ώριμες από ποτέ. Εκτός από την εταιρεία παραγωγής προϊόντων αποκλειστικά από χαρούπι που δημιουργήθηκε το 2005 στην Κρήτη, πολλοί μικροί παραγωγοί έχουν δημιουργήσει μια σειρά από προϊόντα, ενώ καλά πηγαίνουν και οι εξαγωγές.

Η Χαρουπιά είναι αυτοφυές φυτό, το οποίο έχει τεράστια περιβαλλοντικά οφέλη, λόγω της ελάχιστης ποσότητας νερού που χρειάζεται και μπορεί για αυτό το λόγο να αποτελέσει εναλλακτική καλλιέργεια απέναντι στην κλιματική αλλαγή. Επιπλέον βοηθάει στην αντιμετώπιση των διαβρωμένων εδαφών και είναι ιδανική για ζώνες πυροπροστασίας λόγω της ικανότητας της να μην αναφλέγεται εύκολα αλλά και να αναφύεται μέσα από τις στάχτες της σε περίπτωση καύσης.

Παράλληλα η διατροφική αξία του χαρουπιού είναι αδιαμφισβήτητη, κατατάσσοντάς το στις υπερτροφές, ενώ η πολιτιστική του σπουδαιότητα τεράστια για τον τόπο καθώς θεωρείται ότι το χαρούπι μπορεί να αποτελέσει ένα ισχυρό μοχλό ενίσχυσης της προσπάθειας που καταβάλλεται για τη δι-ασύνδεση του πρωτογενή τομέα με τον τουρισμό στην Κρήτη. Τα πολλαπλά αυτά οφέλη οικονομικά, περιβαλλοντικά, διατροφικά είναι οι παράγοντες που στρέφουν το ενδιαφέρον των καλλιεργητών, των παραγωγών αλλά και των καταναλωτών προς τη καλλιέργεια της χαρουπιάς.

Τα τελευταία χρόνια καταβάλλεται μια συστηματική προσπάθεια ανάδειξης και διάσωσης του χαρουπιού, με την ταυτόχρονη προώθηση της καλλιέργειάς του, ενώ η τιμή του έχει εκτοξευθεί εντυπωσιακά.

Το χαρούπι είναι στοιχείο της αγροδιατροφικής μας παράδοσης;

Το χαρούπι, πιθανότατα, δεν εντάχθηκε ποτέ στην αρχαία ελληνική και βυζαντινή διατροφή. Όμως, χρησιμοποιήθηκε ως ζωτροφή, ως φαρμακευτικό προϊόν αλλά και ως τροφή στην οποία κατέφευγαν οι άνθρωποι στις περιπτώσεις ακραίας φτώχειας και λιμού. Ο λόγος που αποκλείστηκε από το διαιτολόγιο εντοπίζεται αφενός στο ειδικό βάρος που είχε αποδοθεί στα δημητριακά και στη σύνδεσή τους με τον πολιτισμό (δημητριακά



και όσπρια συμβολίζουν τη γεωργία ενώ καρποί όπως τα χαρούπια και τα βελανίδια συμβολίζουν το δάσος) και αφετέρου στο χρώμα και στην απουσία γλουτένης, δύο χαρακτηριστικά που δεν είχαν σχέση με τη σύνθετη τυπολογία που όριζε την αντιστοιχία ποιότητας προϊόντος και οικονομικής θέσης του καταναλωτή.

Στα νεότερα χρόνια έγινε πιο οικείο καθώς αποδείχθηκε σωτήριο για τους πεινασμένους πληθυσμούς κατά την διάρκεια του Β΄ Παγκοσμίου πολέμου ενώ ταυτόχρονα άρχισε να γνωρίζει ποικίλες εφαρμογές.*

Η ζωή των Κρητικών είναι δεμένη με την ύπαρξη του καθώς το χαρούπι έσωσε το πληθυσμό της Κρήτης από το λιμό στον 2ο παγκόσμιο πόλεμο. Το χαρούπι αποτελεί ιδιαίτερα θρεπτική τροφή, λόγω της μεγάλης περιεκτικότητάς του σε σάκχαρα, τα οποία αποτελούν το 30%-40% του συνολικού του βάρους, ενώ αποτελεί και πηγή ασβεστίου. Αλέθοντάς το, παρήγαγαν αλεύρι και έφτιαχναν ψωμί, κουλούρια, παξιμάδια, ενώ βράζοντάς το έφτιαχναν χαρουπόμελο, επίσης πλούσια πηγή υδατανθράκων, ασβεστίου, σιδήρου κ.ά.

Στην Κατοχή, η Κρήτη υπήρξε μεγάλος εξαγωγέας των χαρουπιών κυρίως στη Βόρεια Ελλάδα. Σημαντικό μέρος των φορτίων που έφταναν στην Θεσσαλονίκη προοριζόταν για παραγωγή χαρουπόμελου, το οποίο διοχετεύονταν στην παραγωγή χαλβά. Στην προσπάθεια δε για αύξηση των κρατικών εσόδων, με την αύξηση της φορολογίας και την προκαταβολή του φόρου για την περίοδο 1943-44, συμπεριλαμβανόταν και ο φόρος στον χυμό των χαρουπιών.

* *Μαριάννα Καβρουλάκη, Το χαρούπι στην ιστορία και οι χρήσεις του στην Ελλάδα. https://www.academia.edu/80756817/Carob_sarpaki_kavroulaki*

Ποιάς ο ρόλος του «Επιμενίδη»;

Στην περιοχή του Πανόρμου Ρεθύμνου, που βρίσκεται στο κέντρο του βόρειου οδικού άξονα, ανάμεσα στις μεγάλες πόλεις της Κρήτης, στην αγροτική περιοχή του Ρεθύμνου (Μυλοπόταμος) υπάρχει ο μοναδικός -ίσως- παλιός μεγάλος Χαρουπόμυλος της Κρήτης.

Η Πολιτιστική Εταιρεία Πανόρμου ΕΠΙΜΕΝΙΔΗΣ, (αστική μη κερδοσκοπική), είναι υπεύθυνη για την αναστήλωση του Χαρουπόμυλου και την διαχείρισή του ως χώρου Τέχνης και Πολιτισμού.

Οι μνήμες που κουβαλά ο χώρος αυτός που είναι το μοναδικό βιομηχανικό μνημείο της εποχής των αρχών του 20ου αιώνα που έχει διασωθεί, μας φωτίζουν, μας αφυπνίζουν και μας οδηγούν στην απόφαση να αναδείξουμε την πολιτισμική αξία ενός τόσο σημαντικού δένδρου για τους ανθρώπους και για το περιβάλλον. Νιώθουμε την ανάγκη να τιμήσουμε το δέντρο που μας έσωσε από τον λιμό στον 2ο παγκόσμιο πόλεμο και έπαιξε σημαντικό ρόλο στην τοπική οικονομία. Ακόμα και ο Νίκος Καζαντζάκης το αναφέρει στις επιστολές του μαζί με το λάδι και το κρασί της Κρήτης, σε προσπάθειες που έκανε ο ίδιος για εξαγωγή τους, προκειμένου να ενισχύσει την τοπική οικονομία. Την εποχή εκείνη λειτουργούσαν 10 και πλέον χαρουπόμυλοι σε όλη την Κρήτη και το χαρούπι ήταν αναπόσπαστο στη ζωή των κατοίκων. Η καλλιέργεια της χαρουπιάς είναι εξ ορισμού φυσική καλλιέργεια. Έχουμε ξεκινήσει μια εκστρατεία με στόχους την ανάδειξη της πολιτισμικής αξίας της χαρουπιάς, την ανάδειξη του χαρουπιού ως υπερτροφής, την ανάδειξη της συμβολής της χαρουπιάς στην τοπική οικονομία, την ενδυνάμωση της αγοράς προϊόντων, την ανάδειξη των φαρμακευτικών ιδιοτήτων του χαρουπιού, τον εμπλουτισμό και την

ενίσχυση του αγροτουρισμού, μέσω της προώθησης των δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τη χαρουπιά, την προώθηση του χαρουπιού ως στοιχείο της μεσογειακής διατροφής και την ανάδειξη της Ελλάδας σε σημείο αναφοράς της χαρουπιάς στη Μεσόγειο.

Με αφετηρία το Χαρουπόμυλο στο Πάνορμο, μέσα από τις δράσεις της Πολιτιστικής Εταιρείας ΕΠΙΜΕΝΙΔΗΣ, έχουμε κατορθώσει με επίκεντρο το χαρούπι να ενώσουμε καλλιεργητές, ερευνητές, επιστήμονες, παραγωγούς, μεταποιητές, καλλιτέχνες, ανθρωπολόγους, αλλά και απλούς ανθρώπους, στην προσπάθεια να προσεγγίσουμε και να αναδείξουμε τις διαφορετικές πτυχές του. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα τη δημιουργία του φορέα ΤΟ ΧΑΡΟΥΠΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ.

Ήδη η αγροδιατροφική παράδοση του χαρουπιού της Κρήτης, με πρωτοβουλία της Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου ΕΠΙΜΕΝΙΔΗΣ, έχει ενταχθεί στο εθνικό ευρετήριο της άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, του υπουργείου Πολιτισμού.

Πρόκειται για ένα πολύ σημαντικό βήμα για την αναγνώριση και ανάδειξη αυτού του ιδιαίτερου προϊόντος με τη μεγάλη διατροφική και πολιτισμική αξία που μπορεί να ανοίξει νέους δρόμους για την οικονομική, τουριστική και πολιτιστική ανάπτυξη της Κρήτης.

Στον Χαρουπόμυλο έχουν ήδη πραγματοποιηθεί σημαντικές εκδηλώσεις, ανάμεσα σε αυτές το 1ο Διεθνές μεσογειακό συνέδριο για την «Αναγέννηση της χαρουπιάς» με τη συμμετοχή επιστημόνων και φορέων από την Ελλάδα, Ισπανία, Κύπρο, Αίγυπτο και Πορτογαλία.

Στο ΣΥΜΠΟΣΙΟ ΧΑΡΟΥΠΙΟΥ 2022, που πραγματοποιήθηκε τον περασμένο Οκτώβριο, παρουσιάστηκαν νέα δεδομένα της επιστημονικής έρευνας

για την ταυτοποίηση του γνήσιου χαρουπιού της Κρήτης από την «ανάγνωση» του DNA της Χαρουπιάς, για πρώτη φορά διεθνώς, από ερευνητική ομάδα του Πανεπιστημίου Κρήτης, με επικεφαλής τον Καθηγητή και Πρόεδρο του Τμήματος Βιολογίας Κρίτωνα Καλαντίδη. Η επιστημονική έρευνα έχει ξεκινήσει με πρωτοβουλία του φορέα της Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου ΕΠΙΜΕΝΙΔΗΣ, και του φορέα ΤΟ ΧΑΡΟΥΠΙ ΤΗΣ ΚΡΗΤΗΣ και από μέλη του, επιστήμονες από το Πανεπιστήμιο Κρήτης, το ΕΚΕΦΕ «Δημόκριτος» και το ΕΛΜΕΠΑ. Παρουσιάστηκαν τα μέχρι στιγμής αποτελέσματα της επιστημονικής έρευνας από μελέτες χημειοταξινόμησης σε δείγματα χαρουπιάς από την Κρήτη, από τον Χ. Κατερινόπουλο / ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΚΡΗΤΗΣ και βιολογικές δράσεις της Χαρουπιάς της Κρήτης και των καρπών της από τον Χ. Πρατσίνη / ΕΚΕΦΕ ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ. Έγιναν ομιλίες σχετικά με την ανάδειξη των ευεργετικών ιδιοτήτων του χαρουπιού ως αγροδιατροφικό προϊόν από τους Π. Α. Νεκτάριο / ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ, Γ. Φραγκιαδάκη / ΕΛ.ΜΕ.ΠΑ., Α. Καλιώρα / ΧΑΡΟΚΟΠΕΙΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ και Θ. Τζατζάνη / ΕΛ.ΓΟ. ΔΗΜΗΤΡΑ, Χανιά. Πολύ σημαντική ήταν επίσης η παρουσίαση, για πρώτη φορά της Ψηφιακής Πλατφόρμας Carob of Crete <https://carobofcrete.gr> από τον Στρατή Βογιατζή, κινηματογραφιστή-ανθρωπολόγο.

Εξαιρετικά ενδιαφέρουσα δράση του ΣΥΜΠΟΣΙΟΥ αποτέλεσε επίσης η παρασκευή από διακεκριμένους ντόπιους chefs εδεσμάτων με βάση το χαρούπι για γευσίγνωσία.

Σε περίπτερα στον προαύλιο χώρο του Χαρουπόμυλου φιλοξενήθηκαν παραγωγοί και μεταποιητές προϊόντων χαρουπιού από όλη την Κρήτη, για γευσίγνωσία και διάθεση των προϊόντων τους, αρτοσκευάσματα, ζυμαρικά, ροφήματα, καλλυντι-



κά, μέλι, παγωτό κ.ά.

Παράλληλα υπήρχαν δράσεις εκπαιδευτικές με αποδέκτη τα σχολεία της περιοχής.

Γεγονός ιδιαίτερης σημασίας του ΣΥΜΠΟΣΙΟΥ ήταν η επιδεικτική επαναλειτουργία του μηχανολογικού εξοπλισμού του ΧΑΡΟΥΠΟΜΥΛΟΥ, μετά από μισό αιώνα. Η αποκατάσταση της λειτουργικότητας των μηχανημάτων του Χαρουπόμυλου, κηρυγμένου Βιομηχανικού Μνημείου, πραγματοποιήθηκε με την υποστήριξη του Υπουργείου Πολιτισμού ως το πρώτο βήμα για να αποτελέσει άμεσα ο Χαρουπόμυλος Πανόρμου όχι απλώς ένα μουσείο βιομηχανικής αρχαιολογίας, αλλά και μια ζωντανή μαρτυρία μιας ειδικότητας της εργατικής τάξης που δεν υπάρχει πια.

Ποιό το μέλλον της καλλιέργειας και της επεξεργασίας στο νησί;

Το ταπεινό χαρούπι που μας έσωσε από το λιμό στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο πρέπει να πάρει τη θέση του ανάμεσα στις υπερτροφές και να αποτελέσει τη βάση ενός εναλλακτικού αναπτυξιακού μοντέλου που θα σέβεται το περιβάλλον και θα είναι βιώσιμο για την κοινωνία και την οικονομία. Η καλλιέργεια της χαρουπιάς μπορεί να αποτελέσει μία εναλλακτική καλλιέργεια απέναντι στην ολοένα και απειλητικότερη κλιματική αλλαγή. Στόχος μας είναι το χαρούπι, ο διατροφικός θησαυρός της κρητικής γης και ο Χαρουπόμυλος ως ένα ζωντανό βιομηχανικό μνημείο, να αποτελέσουν κοινό σημείο αναφοράς των πολιτισμών της Μεσογείου.

Βιογραφικό

Η Κορίννα Μηλιαράκη, εργάστηκε επί σειρά ετών στην οικογενειακή επιχείρηση παραγωγής οίνων «ΜΙΝΩΣ» και από το 1991 δραστηριοποιείται ως επιχειρηματίας στον τουρισμό. Από το 2008 έχει αναπτύξει πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την ανάπτυξη του «Τουρισμού Υπαίθρου και Αγροτουρισμού», η καθιέρωση του οποίου ως κυρίαρχο μοντέλο τουριστικού προϊόντος στην Ελλάδα, αποτελεί ένα από τα βασικά της οράματα. Το πεδίο δουλειάς της βασίζεται στην πεποίθηση ότι ένα βιώσιμο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης πρέπει να βασίζεται στην ηθική και τον πολιτισμό.

Σε θεσμικό πλαίσιο, έχει υπάρξει ιδρυτικό μέλος και Γενικός Γραμματέας του Συνδέσμου Ενώσεων Αγροτουρισμού Ελλάδας, ενώ σε τοπικό επίπεδο έχει συντελέσει στην ανάπτυξη της Ένωσης Τουρισμού Υπαίθρου - Αγροτουρισμού Κρήτης.

Η ενεργή της ενασχόληση με τον πολιτισμό, είχε ως αφετηρία την αναστήλωση μιας ερειπωμένης μονάδας επεξεργασίας χαρουπιού και τη μετατροπή της σε ένα σύγχρονο Χώρο Τέχνης και Πολιτισμού, στο Πάνορμο Μυλοποτάμου, του νομού Ρεθύμνου.

Βασικό ιδρυτικό μέλος από το 1998, είναι πρόεδρος της (αστικής μη κερδοσκοπικής) Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου «Επιμενίδης», υπεύθυνη για την αναστήλωση και διαχείριση του «Χαρουπόμυλου» κηρυγμένου από το Υπουργείο Πολιτισμού ως «νεώτερο μνημείο βιομηχανικής αρχιτεκτονικής».

Ως πρόεδρος της Πολιτιστικής Εταιρείας Πανόρμου «Επιμενίδης» τα τελευταία χρόνια έχει πρωτοστατήσει σε σειρά δράσεων με βασικό όραμα την αποκατάσταση και ανάδειξη της πολιτισμικής αξίας του χαρουπιού στις συνειδήσεις των ανθρώπων, την ανάδειξη των ιδιοτήτων του ως υπερτροφής και την καλλιέργεια της χαρουπιάς ως εναλλακτικής επιλογής, εν όψει της κλιματικής αλλαγής. Η ένταξη της «αγροδιατροφικής παράδοσης του χαρουπιού της Κρήτης» στο εθνικό ευρητήριο της «άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς» του Υπουργείου Πολιτισμού, είναι ένα σημαντικό βήμα που πραγματοποιήθηκε πρόσφατα στην κατεύθυνση αυτή. Άλλο σημαντικό βήμα είναι και η δημιουργία του φορέα «Το Χαρούπι της Κρήτης» που απαρτίζεται από καλλιεργητές, επιστήμονες, ερευνητές, ανθρωπολόγους, καλλιτέχνες και απλούς ανθρώπους.

Η δημιουργία του «Μουσείου Χαρουπιού» στο Χαρουπόμυλο Πανόρμου, η δημιουργία Δικτύου με φορείς από χώρες της Μεσογείου όσον αφορά στην Έρευνα, την Καλλιέργεια, την Παραγωγή και τον Τουρισμό με χάραξη πάνω στους «Δρόμους του Χαρουπιού» και η ανάδειξη της Ελλάδας ως σημείο αναφοράς του Χαρουπιού στη Μεσόγειο είναι μέρος των μελλοντικών σχεδίων.





Συνέντευξη
Δημήτρη Νικολιδάκη

Το Μέλλον της Αρτοποιίας

Το μέλλον της αρτοποιίας δεν είναι άλλο από το παρελθόν της με την διατροφική αξία των κρητικών πρώτων υλών, όπως το ελαιόλαδο, τα τοπικά τυριά, οι ξηροί καρποί, οι ελιές, τα σταφύλια και ο μούστος μας και τις παραδοσιακές μεθόδους όπως το προζύμι ή το φτάζυμο, υπογραμμίζει σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν ο κύριος Δημήτρης Νικολιδάκης της αρτοποιίας Κρητικός Φούρνος.

«Με το βαρύ όνομα του Κρητικού Φούρνου, είμαστε κοντά σας εδώ και τρεις γενιές, προσπαθώντας να κάνουμε το καλύτερο δυνατό για όλους εσάς, τους παλιότερους που μας εμπιστεύονται από την αρχή της πορείας μας, μέχρι τους νεότερους που μας μαθαίνουν τώρα.»

Από πόσο παλιά έρχεται ο Κρητικός Φούρνος;

Ο κρητικός φούρνος είναι η εξέλιξη ενός οικογενειακού Αρτοποιείου που λειτουργούσε ο μπαμπάς μας στην Ένωση Πεζών από το 1967. Το 1991 ήταν η χρονιά που παραλάβαμε το αρτοποιείο του μπαμπά μας και μαζί με τον αδερφό μου το ονομάσαμε Κρητικό Φούρνο έτσι ώστε να μπορέσουμε να δουλέψουμε με την Κρητική, παράδοση και διατροφική κουλτούρα.

Πόσα είδη παράγεται και που τα βρίσκει ο καταναλωτής;

Τα είδη που παράγουμε σήμερα στο αρτοποιείο μας είναι πάρα πολλά. Πολλά από αυτά είναι εποχικά και παράγονται μόνο συγκεκριμένες εποχές. Αλλά παράγονται καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Συνολικά Δραστηριοποιούμαστε στην ευρύτερη περιοχή του Ηρακλείου όπου οι καταναλωτές μπορούν να βρουν τα προϊόντα μας.

Ποιά η διατροφική αξία των αρτοπαρασκευασμάτων;

Η διατροφική αξία των προϊόντων μας είναι η αξία που λαμβάνουμε από τις πολύτιμες κρητικές πρώτες ύλες. Κυρίαρχο είναι το ελαιόλαδο, τα τοπικά τυριά όπως η μυζήθρα, η γραβιέρα, οι κρητικοί ξηροί καρποί, τα καρύδια μας, οι ελιές μας, τα σταφύλια και ο μούστος μας, τα οποία αφού επεξεργαστούμε, ακριβώς όπως το έκαναν αιώνες τώρα οι πρόγονοι μας διαθέτουμε στα καταστήματά μας για να μπορούν εύκολα οι καταναλωτές να βρίσκουν και να απολαμβάνουν όλη την κρητική γεύση και

τις ευεργεσίες που προσθέτουν στον οργανισμό μας τα αυθεντικά αγνά κρητικά προϊόντα.

Τι θα συμβουλευάτε τους νέους για την αρτοποιία;

Οι συμβουλές μου για τους νέους που θέλουν ασχοληθούν με την αρτοποιία συνοψίζονται σε δυο φράσεις. Το μέλλον της αρτοποιίας δεν είναι άλλο από το παρελθόν της. Παραδοσιακές μέθοδοι όπως το προζύμι ή το φτάζυμο εξελιγμένες με αργή ωρίμανση και έλεγχο θερμοκρασίας, όπως επίσης και ο εμπλουτισμός της βοιοαπόθεματικότητας του πεπτικού μας συστήματος.

Με τα καλά και ωφέλιμα μικρόβια του προζυμιού είναι σίγουρα ένα μέλλον που θα είναι πολύ συναρπαστικό. Είναι ίσως ο μόνος τρόπος που μας έμεινε έτσι ώστε να μπορέσουμε να ανακώψουμε την εξέλιξη όλων των συγχρονων διατροφικών προβλημάτων.

Ποιοί οι στόχοι σας για την δεκαετία;

Οι στόχοι μας για τα επόμενα χρόνια είναι να δώσουμε στον κόσμο να καταλάβει πόσο σημαντικά είναι τα αγνά προϊόντα αρτοποιίας χωρίς συντηρητικά, και πόσο αυτά μπορούν να αλλάξουν τις διατροφικές συνήθειες του και κατ' επέκταση την κατάσταση της υγείας του. Θα προσπαθήσουμε επίσης να παράξουμε όσο το δυνατόν περισσότερα προϊόντα με πολύ καλό διατροφικό σκορ, και να βοηθήσουμε τον κόσμο έτσι ώστε να τα εντάξει στη διατροφή του και να δει τα οφέλη στην υγεία του.

Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων

Μοχλός Ανάπτυξης Κρητικής Οικονομίας

Η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων ξεκίνησε το 1995 από τα Χανιά, και διαθέτοντας το πλεονέκτημα του τοπικού προσανατολισμού, εδραιώθηκε αρχικά στην Κρήτη και αναπτύχθηκε στη συνέχεια, σταδιακά, στην Αττική.

Πιστή στο αρχικό της μότο «Η Συμμετοχή κάνει τη διαφορά», έκανε το επόμενο βήμα σε αρμονία με τις σύγχρονες ανάγκες και εξελίξεις με προτεραιότητά τον άνθρωπο.

Πορεύεται στο μέλλον, με τις ρίζες της στα Χανιά, οικοδομώντας την εμπιστοσύνη, με σύνθημα την αξιοπιστία και τη συνέπεια χτίζοντας το αύριο σε στέρεες βάσεις.

Ανταποδίδοντας την αγάπη, πιστή στον τόπο που ανέθρεψε τα ιδανικά της,
στέκεται
αρωγός σε κάθε συλλογική προσπάθεια.

Μιχάλη Μαρακάκη

Η Τράπεζα Χανίων έχει συμβάλει καθοριστικά στη ενίσχυση της βιωσιμότητας σημαντικών και ιστορικών τοπικών επιχειρήσεων αλλά και στην στήριξη και ανάδειξη τοπικών προϊόντων όπως το λάδι, τα εσπεριδοειδή, τα παραδοσιακά παρασκευάσματα της κρητικής διατροφής. Με αυτό τον τρόπο διατηρήσαμε υφιστάμενες αλλά και δημιουργήσαμε πολύτιμες νέες θέσεις εργασίες, τονίζει ο κ. Μιχάλης Μαρακάκης, Πρόεδρος ΔΣ της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων, σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν. Επίσης υπογραμμίζει ότι την τελευταία πενταετία η Τράπεζα Χανίων έχει διπλασιάσει τις καταθέσεις με υπεραπόδοση σημαντική έναντι του μέσου όρου αύξησης των καταθέσεων στο ελληνικό τραπεζικό σύστημα. Διαθέτει δείκτες κεφαλαιακής επάρκειας πολύ ανώτερους των εποπτικών απαιτήσεων, καταδεικνύοντας την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της Τράπεζας.

Ποιος ο ρόλος των Συνεταιριστικών Τραπεζών;

Τα τελευταία χρόνια έχουμε γίνει μάρτυρες πρωτοφανών προκλήσεων όπως η κρίση χρέους, η πανδημία, οι γεωπολιτικές εξελίξεις, η ενεργειακή κρίση, η έκρηξη του πληθωρισμού και οι αυξήσεις των επιτοκίων, οι οποίες δημιούργησαν ισχυρούς τριγμούς στο παγκόσμιο οικονομικό περιβάλλον, δημιουργούν ένα κλίμα υψηλής αβεβαιότητας και ταυτόχρονα έπληξαν την επενδυτική εμπιστοσύνη.

Σε αυτό το ιδιαίτερο περιβάλλον ο ρόλος των Συνεταιριστικών Τραπεζών αναδεικνύεται κρίσιμος για τη διατήρηση ισχυρών δεσμών εμπιστοσύνης με τους καταθέτες αλλά και τους επιχειρηματίες ειδικά σε τοπικό επίπεδο. Και τι εννοώ. Οι Συνεταιριστικές Τράπεζες είναι σε θέση να γνωρίζουν σε βάθος τους πελάτες τους, να κατανοούν τα αιτήματά τους, να αφουγκράζονται τις ανάγκες τους και να αξιολογούν τη σκοπιμότητα αλλά και τα γενικότερα οφέλη των εκάστοτε επιχειρηματικών τους δραστηριοτήτων, οι οποίες είναι συνυφασμένες με τις τοπικές ανάγκες και λαμβάνουν πάντοτε υπόψη τις τοπικές συνθήκες.

Έτσι, οι Συνεταιριστικές Τράπεζες μπορούν να συμβάλλουν ουσιαστικά στην περιφερειακή ανάπτυξη μέσα από τη στήριξη μεσαίων, μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων. Ας μην ξεχνάμε

άλλωστε ότι σε αρκετές περιπτώσεις, μικρομεσαίες επιχειρήσεις με έδρα εκτός αστικών κέντρων αντιμετωπίζουν δυσκολίες πρόσβασης στον τραπεζικό δανεισμό. Αυτό είναι κάτι που μια Συνεταιριστική Τράπεζα μπορεί και οφείλει να λύσει.

Επομένως, οι Συνεταιριστικές Τράπεζες είναι σε θέση να λειτουργήσουν ως σημαντικοί μοχλοί ανάπτυξης της εκάστοτε τοπικής οικονομίας και τομέων με σημαντικές προοπτικές για τη χώρα μας όπως η γεωργία, η κτηνοτροφία, ο τουρισμός, ενισχύοντας τις ΜμΕ που αποτελούν και τη ραχοκοκαλιά της ελληνικής οικονομίας.

Πως η Τράπεζα Χανίων εξασφαλίζει την χρηματοοικονομική και κεφαλαιακή της θωράκιση;

Ο στρατηγικός μας σχεδιασμός κινείται με γνώμονα την περαιτέρω ισχυροποίηση της Τράπεζας μας και την προάσπιση των συμφερόντων των συνεταίρων της. Σε αυτή την κατεύθυνση, βασικό μας μέλημα ήταν και θα είναι η διαρκής ενίσχυση της χρηματοοικονομικής μας δομής καθώς και της κεφαλαιακής μας βάσης.

Την τελευταία πενταετία έχουμε πετύχει να διπλασιάσουμε τις καταθέσεις μας, έχοντας υπεραποδώσει σημαντικά έναντι του μέσου όρου αύξησης των καταθέσεων στο ελληνικό τραπεζικό

Μιχάλης Μαρακάκης,
Πρόεδρος ΔΣ
Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων



σύστημα, κάτι που φυσικά δείχνει με τον πιο εμφαντικό τρόπο την εμπιστοσύνη των καταθετών στην Τράπεζά μας. Όσον αφορά στις δανειοδοτήσεις, έχουμε ακολουθήσει μια συντηρητική σε γενικές γραμμές πολιτική, κάτι που φαίνεται και από τον λόγο των καταθέσεων προς τα δάνεια, που διαμορφώθηκε σε 1,55 την 31/12/2021. Επιπρόσθετα, η Τράπεζα διαθέτει ισχυρή ρευστότητα με τα ταμειακά διαθέσιμα στις 31/12/2021 να ανέρχονται στο επίπεδο των €153 εκ. Είναι επίσης σημαντικό να αναφερθεί ότι η Τράπεζα όλα αυτά τα χρόνια είναι σταθερά κερδοφόρα σε όλα τα επίπεδα κάτι που συνεισφέρει στην ενίσχυση των ιδίων κεφαλαίων.

Ως αποτέλεσμα, η Τράπεζά μας έχει πετύχει να διαθέτει δείκτες κεφαλαιακής επάρκειας πολύ ανώτερους των εποπτικών απαιτήσεων. Αυτό από μόνο του καταδεικνύει την μακροπρόθεσμη βιωσιμότητα της Τράπεζας. Επιπλέον, η υγιής χρηματοοικονομική διάρθρωση της έχει επιτρέψει, παρά τις δυσμενείς συνθήκες στις οποίες ως επί το πλείστον, έχει βρεθεί το τραπεζικό σύστημα, να παραμείνει πραγματικά δίπλα στους πελάτες της και όχι μόνο στα λόγια, συνεχίζοντας την λελογισμένη μεν αδιάλειπτη δε παροχή ρευστότητας προς τα νοικοκυριά και τις επιχειρήσεις.

Ολοκληρώνοντας θα ήθελα να αναφερθώ και στα μη εξυπηρετούμενα δάνεια, τα οποία αποτελούν εδώ και χρόνια το μείζον θέμα του ελληνικού τραπεζικού συστήματος και ένα από σημαντικότε-

ρα προβλήματα της Ελληνικής οικονομίας γενικότερα. Η Τράπεζά μας μέσα από την ενεργή διαχείριση των ΜΕΔ, την σύσταση ειδικών διευθύνσεων και επιτροπών καθώς και την υιοθέτηση αυστηρών κριτηρίων όσον αφορά στις νέες δανειοδοτήσεις έχει κινηθεί ιδιαίτερα δυναμικά με στόχο την πλήρη εξυγίανση του δανειακού της χαρτοφυλακίου. Με δεδομένη και την σταθερή και υψηλή κερδοφορία της Τράπεζάς μας, είμαι πεπεισμένος ότι η Τράπεζα Χανίων οδεύει με συνέπεια προς την οριστική λύση του προβλήματος.

Πως η Τράπεζα στηρίζει τον Κρητικό επιχειρηματία;

Η Τράπεζα Χανίων βρίσκεται στην πράξη δίπλα στον Κρητικό επιχειρηματία από την ίδρυσή της εδώ και 30 χρόνια περίπου. Η Τράπεζα Χανίων γνωρίζει τον Κρητικό επιχειρηματία με το μικρό του όνομα και στέκεται δίπλα του σε κάθε του βήμα. Δεν είναι υπερβολή να πούμε ότι πολλούς από τους πελάτες μας τους έχουμε ζήσει και σε όλα τα στάδια της ζωής τους και είμαστε πραγματικά υπερήφανοι για αυτό. Αυτό δείχνει την ισχυρή προσωπική σχέση που επιδιώκουμε να οικοδομήσουμε με τους πελάτες μας και είναι ένα από τα βασικά στοιχεία που διαφοροποίησε την Τράπεζά μας από τον ανταγωνισμό από την πρώτη στιγμή.

Στόχος είναι να στηρίζουμε τους επιχειρηματίες του τόπου μας, της Κρήτης μας, χρηματοδοτώντας κάθε τους όνειρο και επιχειρηματική κίνηση. Χαρα-

κτηριστικό είναι πως ακόμα και την περίοδο των μνημονίων αλλά και προσφάτως την περίοδο της πανδημίας, παρόλα τα προβλήματα που αντιμετώπισε το τραπεζικό σύστημα, εμείς δεν σταματήσαμε να διοχετεύουμε ρευστότητα στην αγορά.

Γνωρίζουμε πάρα πολύ καλά την τοπική αγορά και τα στελέχη μας διαθέτουν πολύ μεγάλη εμπειρία σε ένα ευρύ φάσμα κλάδων. Έτσι, διαθέτουμε ένα ισχυρό πλεονέκτημα ώστε να είμαστε σε θέση να συμβουλέψουμε στοχευμένα τους πελάτες μας, οι οποίοι δραστηριοποιούνται σε πολλούς διαφορετικούς κλάδους όπως ο τουρισμός, η ενέργεια, η ανάπτυξη ακινήτων, η μεταποίηση και η αγροτική παραγωγή.

Με αυτό τον τρόπο έχουμε πετύχει να βρισκόμαστε σταθερά και διαχρονικά δίπλα στη ραχοκοκαλιά τόσο της Κρητικής και κατ' επέκταση της Ελληνικής οικονομίας, τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, μέσα και από τα αναπτυξιακά προγράμματα που τρέχουν με τη στήριξη της Ελληνικής Αναπτυξιακής Τράπεζας αλλά και του Ευρωπαϊκού Ταμείου Επενδύσεων.

Ποιος ο ρόλος της ως επενδυτικός οργανισμός;

Η Τράπεζα Χανίων με τα χρόνια έχει εξελιχθεί σε έναν από τους πιο σημαντικούς επενδυτές στην Κρητική οικονομία. Διαθέτοντας την απαραίτητη τεχνογνωσία αλλά και άριστη γνώση του τοπικού επιχειρείν και των ευκαιριών που παρουσιάζει, η

Τράπεζα έχει προχωρήσει σε ορισμένες στρατηγικά επιλεγμένες επενδύσεις.

Συγκεκριμένα, στην κατεύθυνση προαγωγής της επιχειρηματικότητας και ενίσχυσης της τοπικής οικονομίας, έχει από ετών προχωρήσει, στην υλοποίηση άμεσων επενδύσεων σε μερικούς από τους πλέον σημαντικούς τομείς της Κρητικής οικονομίας και συγκεκριμένα στην ανάπτυξη, αξιοποίηση και εκμετάλλευση ακινήτων, στη δημιουργία νέων υποδομών για τις επιχειρήσεις, στη μεταποίηση και στην εκμετάλλευση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας.

Η Τράπεζα Χανίων έχει συμβάλει καθοριστικά στη ενίσχυση της βιωσιμότητας σημαντικών και ιστορικών τοπικών επιχειρήσεων αλλά και στην στήριξη και ανάπτυξη τοπικών προϊόντων όπως το λάδι, τα εσπεριδοειδή, τα παραδοσιακά παρασκευάσματα της κρητικής διατροφής. Με αυτό τον τρόπο διατηρήσαμε υφιστάμενες αλλά και δημιουργήσαμε πολύτιμες νέες θέσεις εργασίας.

Σε κάθε περίπτωση, πιστεύουμε στο Κρητικό επιχειρείν και στην ισχυρή προοπτική του και για αυτό είμαστε αποφασισμένοι να συνεχίσουμε να επενδύουμε στην οικονομία της Κρήτης, με όραμα να αναδείξουμε τον τόπο μας ως μια ισχυρή οικονομική περιφέρεια σε εθνικό αλλά και Ευρωπαϊκό επίπεδο.

Ποιο το επιχειρηματικό και επενδυτικό περιβάλλον της Κρήτης σήμερα;

Η οικονομία της Κρήτης χαρακτηρίζεται από την πολυσχιδή της δραστηριότητα (τουρισμός, ενέργεια, real estate, γεωργία, μεταποίηση κλπ.) και το έντονα εξαγωγικό της προφίλ, παρουσιάζοντας μοναδικά ποιοτικά χαρακτηριστικά, τα οποία ενισχύουν τις θετικές της προοπτικές της.

Οι προοπτικές επομένως του Κρητικού επιχειρείν θα τολμήσω να πω πως είναι πράγματι εντυπωσιακές και άλλωστε αυτό αποδεικνύουν και τα διαθέσιμα νούμερα. Ενδεικτικά να αναφέρω πως σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του Συνδέσμου Εξαγωγέων Κρήτης κατά το 2021, που αποτέλεσε και μία χρονιά – ορόσημο για τις εξαγωγές Κρητικών προϊόντων, καταγράφηκε νέο υψηλό πωλήσεων προς τις διεθνείς αγορές. Οι εξαγωγές Κρητικών προϊόντων κατά το 2021 ανήλθαν σε 615,4 εκ. ευρώ, ενώ ο κλάδος τροφίμων και ποτών, ο οποίος αποτελεί πάνω από το 50% των συνολικών εξαγωγών της Κρήτης, κατέγραψε αύξηση της τάξης του 40%. Επιπλέον, αύξηση στις εξαγωγές τους παρουσίασαν και άλλοι μικρότεροι κλάδοι όπως ο αγροτικός εξοπλισμός, οι μηχανές και συσκευές και η κλωστοϋφαντουργία. Τέλος, θετική συνεισφορά στην οικονομική δραστηριότητα της Κρήτης είχαν και άλλοι κλάδοι όπως η ενέργεια και η ανάπτυξη ακινήτων.

Γενικότερα, παρατηρείται μια έντονη δυναμική ανάπτυξης τόσο στο επιχειρηματικό όσο και στο επενδυτικό περιβάλλον της Κρήτης. Η ακμάζουσα επιχειρηματικότητα της Κρήτης έχει πάρει την ψήφο εμπιστοσύνης του επενδυτικού κοινού και συνεχίζει δυναμικά την ανοδική της πορεία που σαφώς συμβάλει στην ευρύτερη ανάπτυξη της χώρας μας. Επομένως, μπορούμε με ασφάλεια να ισχυριστούμε ότι σήμερα η Κρήτη αποτελεί μία από τις σημαντικές οικονομικές περιφέρειες της χώρας μας και ως εκ τούτου έναν από τους βασικούς πυλώνες στήριξης της ελληνικής οικονομίας.

Ποια τα επόμενα σχέδια της Τράπεζας Χανίων στην εποχή της ψηφιοποίησης;

Η Τράπεζα συνεχίζει με συνέπεια την υλοποίηση έργων ψηφιακού μετασχηματισμού για τη διαρκή αναβάθμιση των συστημάτων της αλλά και τη συνολική εξυπηρέτηση των πελατών της. Άλλωστε, τη σημερινή εποχή ολοένα και περισσότεροι πελάτες επιλέγουν τις ψηφιακές υπηρεσίες για τις τραπεζικές τους συναλλαγές.

Σε αυτή την κατεύθυνση, έχουμε προχωρήσει ήδη από το 2021 σε μία σειρά ενεργειών όπως η αντικατάσταση των ATMs με μηχανήματα νεότερης τεχνολογίας, η αναβάθμιση της πλατφόρμας ηλεκτρονικής τραπεζικής (e-banking, mobile banking) και του συστήματος ηλεκτρονικής αρχειοθέτησης εγγράφων και σαφώς η ανάπτυξη νέων ψηφιακών εφαρμογών. Ταυτόχρονα, παρατηρούμε μία μεγάλη αύξηση της χρήσης της εφαρμογής ηλεκτρονικής τραπεζικής ChaniaBank Mobile, δεδομένου ότι όλες οι διαθέσιμες συναλλαγές μέσω eBanking προσφέρονται πλέον και μέσω του ChaniaBank Mobile.

Στο πλαίσιο της συνεχούς εξέλιξης των παρεχόμενων υπηρεσιών προς τους πελάτες μας μέσω μίας εξαιρετικά σύγχρονης εφαρμογής, παράλληλα με την συμμόρφωση με τις κανονιστικές απαιτήσεις και την ενίσχυση και επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων αναπτύχθηκαν δύο νέες διαδικασίες που αξιοποιούν το Mobile ψηφιακό κανάλι της Τράπεζας. Συγκεκριμένα, η Τράπεζα προσφέρει στους πελάτες της τη δυνατότητα να επικαιροποιούν τα στοιχεία τους μέσω της υπηρεσίας «Συστηθείτε» (KYC- Know Your Customer) του gov.gr ή αντίστοιχα να μεταβάλουν και να επικαιροποιούν με επισύναψη των αντίστοιχων εγγράφων, τα έγγραφα που απαιτούνται από το κινητό τους μέσα από την εφαρμογή ChaniaBank Mobile. Με τις δύο νέες υπηρεσίες η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων φιλοδοξεί να προσφέρει μοναδική ψηφιακή εμπειρία και υψηλή λειτουργικότητα στους πελάτες της, μετατοπίζοντας την ολοκλήρωση σημαντικών

γραφειοκρατικών διαδικασιών από το κατάστημα στον ψηφιακό κόσμο.

Βιογραφικό

Ο Μιχάλης Μαρακάκης γεννήθηκε στο Καστέλι Χανίων και είναι Πρόεδρος του Δ.Σ. της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων. Έχει πολυετή παρουσία στον ιδιωτικό και τραπεζικό τομέα, εκκινώντας από την Εθνική Τράπεζα Ελλάδος.

Συγκεκριμένα: 1974: Πρόσληψη μετά από Δημόσιο Διαγωνισμό, 1975 – 1980: Ταμειολογιστής, 1981 – 1984: Υπηρεσία Χορηγήσεων Κατ/ματος Χανίων, 1984 – 1987: Προϊστάμενος Κίνησης Κεφαλαίων Κατ/ματος Χανίων, 1987 – 1990: Προϊστάμενος Ταμειολογιστών και Επενδύσεων Κατ/ματος Χανίων, 1990 – 1994: Προϊστάμενος Αξιών και Θησαυροφυλακίου Κατ/ματος Χανίων και Αναπληρωτής Διευθυντής Κατ/ματος Σούδας και Βρυσσών, 1994 – 1996: Υποδιευθυντής Κατ/ματος Ρεθύμνου, 1997 – 2004: Αντιπρόεδρος Δ.Σ. και Γενικός Διευθυντής της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων, 2004 – 2012: Πρόεδρος Δ.Σ. και Γενικός Διευθυντής της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων, 2012 – σήμερα: Πρόεδρος Δ.Σ. της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων.

Επίσης έχει διατελέσει: 1977 – 1992: Εκπρόσωπος εργαζομένων στο ΣΥΕΠ του Νομού Χανίων, 1978 – 1988: Μέλος Δ.Σ. της Ε.Π.Σ. Χανίων, 1991 – 1993: Μέλος Δ.Σ. της ΔΙΑΣ Α.Ε.Ε.Χ., 1993 – 1996: Αντιπρόεδρος της ΔΙΑΣ Α.Ε.Ε.Χ., 1993 – 1995: Αντιπρόεδρος του Πιστωτικού Συνεταιρισμού Χανίων Συν.Π.Ε., 1998 -2004: Πρόεδρος του Εποπτικού Συμβουλίου της Ένωσης Συν/κών Τραπεζών Ελλάδος (Ε.Σ.Τ.Ε.), 2004 – 2011, 04/08/2020 - σήμερα: Μέλος του Δ.Σ. της Ε.Σ.Τ.Ε., 2014-03/08/2020: Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. της Ε.Σ.Τ.Ε., 2004 – 2009: Μέλος του Δ.Σ. της «Πανελληνίας Τράπεζας Α.Ε.», 2009 – 17/04/2015: Αντιπρόεδρος του Δ.Σ. της «Πανελληνίας Τράπεζας Α.Ε.», 2005 – 2021: Μέλος Δ.Σ. της «ΑΝΕΚ LINES Α.Ε.», 2006 - σήμερα: Πρόεδρος Δ.Σ. της «Κρητικά Ακίνητα Α.Ε.», 2006 – 27/10/2016: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Νέα Χώρα Α.Ε.», 2009 - σήμερα: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Κρητικές Συμμετοχές Μονοπρόσωπη Α.Ε.Ε.Σ.», 2012 – 28/12/2017: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Αξιοποίηση Κρητικών Ακινήτων Μον/πη Α.Ε.», 2010 - σήμερα: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Επιχειρηματικό Πάρκο Χανίων Α.Ε.», 2011 – 28/12/2018: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Prime Energy Α.Ε.», 2013- σήμερα: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «ΒΙΟΧΥΜ Α.Ε.», 2014 - σήμερα: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «ΑΒΕΑ Α.Ε.», 2014- σήμερα: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ ΕΠΕΞΕΡΓΑΣΙΑΣ ΓΑΛΑΚΤΟΣ ΚΡΗΤΗΣ Α.Ε.», 2014-13/12/2018: Πρόεδρος του Δ.Σ. της «Αφοί Χιωτάκη ΑΒΕΕ».

Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO Cretan

AMBROSIA®



Σφακιά Χανίων / Sfakia Chania, Crete
Προϊόν Βιολογικής Γεωργίας / Product of Organic Farming
ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ / GREEK PRODUCT

Συνέντευξη
Κωνσταντίνου Κουμάκη

Μύηση στην Ζαχαροπλαστική Τέχνη



Κωνσταντίνος Κουμάκης,
Ιδρυτής Μουσείου Ζαχαροπλαστικής Τέχνης



Ο σεβασμός για το επάγγελμα της ζαχαροπλαστικής τέχνης και το κενό που υπάρχει για την ιστορία της ζαχαροπλαστικής και αρτοποιίας, ήταν το έναυσμα της ιδέας για την δημιουργία ενός χώρου αναφοράς που θα δίνει προστιθέμενη αξία στους επαγγελματίες. Τα παραπάνω επισημαίνει ο γνωστός ζαχαροπλάστης κ. Κώστας Κουμάκης, για την ίδρυση του Ιστορικού Μουσείου Ζαχαροπλαστικής Τέχνης, στο Ηράκλειο.

Από πότε λειτουργεί το Μουσείο και τι περιλαμβάνει;

Το Μουσείο Ζαχαροπλαστικής Τέχνης, άνοιξε τις πόρτες του την 1^η Ιουλίου 2021 είναι το μοναδικό στην Ευρώπη και περιλαμβάνει μέχρι στιγμής 500 πολύ σπάνια εκθέματα με 32 από αυτά να είναι μοναδικά στον κόσμο. Στον χώρο μας υπάρχουν 53 βιτρίνες με προθήκες και ειδικό φωτισμό με επιπλέον αρίθμηση ανά έκθεμα και επεξήγηση με κείμενα στα Ελληνικά και Αγγλικά. Το ενημερωτικό φυλλάδιο που απευθύνεται στον επισκέπτη είναι μεταφρασμένο σε 7 γλώσσες.

Ήδη μας απονεμήθει το Ελληνικό τιμητικό **βραβείο καινοτομίας** 2021 και έχουμε την τιμή να βρισκόμαστε πλέον στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη **Istorima** που επιδοτείται από ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος.

Στο χώρο του Μουσείου ο επισκέπτης μπορεί να θαυμάσει πολλά **σπάνια εκθέματα**, μεταξύ των οποίων:

- Το κάστρο ΚΟΥΛΕ του Ηρακλείου φτιαγμένο από ζάχαρη.
- Το ανάκτορο της Κνωσού φτιαγμένο από ζάχαρη.
- Ο ξυλοφούρνος του χωριού φτιαγμένος από ζάχαρη.
- Συλλογή από σπάνιες ηλεκτρικές μηχανές Παγωτού από το 1935.
- Συλλογή από σπάνιες μεταλλικές φόρμες για σοκολατάκια με μοναδικά συλλεκτικά μεταλλικά καλούπια για διακοσμητικά σοκολάτας.
- Βιβλιοθήκη με σπάνια συνταγολόγια με πλούσια σκίτσα (δεν μπορούσαν να τυπώσουν φωτογραφίες τότε) σε γλυκά και τεχνικές από το 1892 μέχρι το 1966.
- Φωτογραφίες ζαχαροπλαστών και βιτρίνες ζαχαροπλαστειών και εργαστηρίων παλιάς εποχής.
- Πολύ σπάνιες πρώτες ύλες.
- Αυτοσχέδια προπολεμικά εργαλεία ζαχαροτεχνίας και σοκολάτας.
- Ζυγαριές προπολεμικές οκάδες και δράμια.
- Κουτιά συσκευασίας από ιστορικά ζαχαροπλαστεία που πλέον δεν υφίστανται σε λειτουργία.
- Περιτυλίγματα και συσκευασία χρονολογίας από το 1955 και έπειτα.
- Χειροκίνητα μίξερ.
- Συλλογή από χάλκινα προπολεμικά σκεύη και ταψιά.
- Χειροκίνητες σορμπιετιέρες.
- Χειροποίητα αυτοσχέδια μικροεργαλεία για ζαχαρόπαστα και δραγάντι (pastillage).
- Μοναδικά αυτοσχέδια χειροποίητα καλούπια από πηλό και γύψο.
- Μοναδικά αυτοσχέδια χειροποίητα κουπ-ατ.
- Σπάνιες διαφημιστικές κάρτες σοκολάτας του 1930.





- Μηχανές αντίκες σοκολάτας και ζύμης και επεξεργασίας ξηρών καρπών.
- Χειροποίητα εκθέματα από ζάχαρη που έχουν βραβευτεί .
- Σπάνια ντοκιμαντέρ του 1950-1960 σχετικά με το επάγγελμα του ζαχαροπλάστη.
- Συλλογή από χάλκινες και σιδερένιες φόρμες για κέικ και Τούρτες.
- Συλλογή από σιδερένια χειροποίητα κορνέ και εργαλεία που εφεύραν οι συνάδελφοι.
- Περιοδικά και τύπος της τότε εποχής.
- Σπάνιες φόρμες και σκεύη Παγωτού.
- Ρεπλικές συλλεκτικών βιβλίων για να δείτε την ιστορία και το περιεχόμενο τους από κοντά
- Αντικείμενα που διηγούνται μια ξεχωριστή ζαχαροπλαστική ιστορία το κάθε ένα ξεχωριστά.
- Χειροκίνητα μηχανήματα.
- Αφιερώματα σε σπουδαίους ζαχαροπλάστες που έγραψαν ιστορία στο επάγγελμα μας.
- Σπάνια χαρτιά παραγγελιών παραγωγής εργαστηρίου και ποικιλίας ειδών ζαχαροπλαστικής.
- Πίνακες ζωγραφικής με γλάσσο αυγού και ζάχαρη.
- Ψυγείο με λειτουργία πάγου του 1900.
- Σοκολατομηχανές με καταρράκτη σοκολάτας.

Ποιά τα εκπαιδευτικά προγράμματα και οι δράσεις;

Τα προγράμματα είναι σχεδιασμένα από δασκάλους, καθηγητές οι οποίοι παρακολούθησαν για ένα έτος, την εκπαιδευτική δράση ώστε να είναι

σε θέση να κάνουν παρεμβάσεις στην όλη διαδικασία και να μπορούμε σήμερα να είμαστε υπερήφανοι για τα εκπαιδευτικά προγράμματα.

Η εκπαιδευτική διαδικασία είναι χωρισμένη σε ηλιακές ομάδες, νήπια, δημοτικό, γυμνάσιο, λύκειο, για τις σχολές μαγειρικής και ζαχαροπλαστικής.

Σε κάθε ομάδα υπάρχει διαφορετικός τρόπος προσέγγισης, διαδραστικότητας και προγράμματος.

Εκπαιδευτικό πρόγραμμα σημαίνει η διαδικασία εκπαίδευσης στον χώρο μάθησης και εμπέδωσης αυτών που ακούει ο επισκέπτης ώστε φεύγοντας να έχει λάβει γνώση.

Τα εκπαιδευτικά προγράμματα μπορούν να παρακολουθήσουν και οι επισκέπτες του μουσείου. Κάθε πρόγραμμα είναι διάρκειας από 1 έως 3 ώρες. Ανάλογα με τις απαιτήσεις της ομάδας.

Η εκπαίδευση πραγματοποιείται στο χώρο του μουσείου και στον χώρο της παραγωγής. Στο εργαστήριο και με την ανάλογη ενδυμασία, ο σεφ είναι υπεύθυνος για το πρόγραμμα και οι ζαχαροπλάστες δημιουργούν μικρές ομάδες, και παράγουν ένα γλύκισμα. Στη περίπτωση των σχολείων υπάρχει προσυνεννόηση με καθηγητές και δασκάλους και με δική μας πρόταση είναι γλυκά που εκφράζουν την κρητική παράδοση. Βάση έχουν το ελαιόλαδο, το μέλι, το πετιμέζι, τους ξηρούς καρπούς, το χαρούπι.

Αφού γίνει το γλυκό υπάρχουν διαδραστικά θέματα που κατανοείται ο ρόλος των μηχανημάτων και των διαδικασιών.

Κατόπιν στο μουσείο γίνεται παρουσίαση και άλλων εργαλείων και μηχανημάτων. Πρέπει να σημειωθεί ότι στο 50% των μηχανημάτων υπάρχει και ένα αφήγημα που αναφέρει την ιστορία του, την προέλευσή του αλλά και τον κάτοχο.

Το επόμενο μέρος είναι για την μινωική διατροφή, το πως οι μινωίτες φτιάχνανε γλυκίσματα και ταυτόχρονα υπάρχουν διάφορα είδη πρώτων υλών συσκευασμένα σε διάφανα δοχεία που διακρίνεται το χρώμα τους, η συμπεριφορά τους και το άρωμά τους.

Τέλος παρακολουθούν ντοκιμαντέρ του 1945 - 1950 με την ζαχαροπλαστική τέχνη και το τρόπο παραγωγής της εποχής και παραλαμβάνουν τα εδέσματα που δημιούργησαν στο εργαστήριο.

Υπάρχουν συνεργασίες με τα Επιμελητήρια και τις ιδιωτικές σχολές και η διαδραστικότητα κατέχει κομμάτι του επαγγελματικού προσανατολισμού των νέων δίνοντας μια ολοκληρωμένη εικόνα πως σε ένα υπερσύγχρονο εργαστήριο εφαρμόζεται η παράδοση.

[Τέχνη σημαίνει προσωπικότητα, εφευρετικότητα, εξέλιξη προς το καλύτερο, προσωπική σφραγίδα.]



Βιώσιμη Τουριστική Ανάπτυξη

του Βασίλη Σπόκου

Ο βιώσιμος τουρισμός απαιτεί μια σύνθετη, πολυπαραγοντική, πολυσυμμετοχική διαδικασία και λήψη αποφάσεων.

Απαιτεί την προώθηση πολιτικών παρεμβάσεων, επιχειρηματικών πρωτοβουλιών και την ανάπτυξη στοχευμένων πολιτικών που θα δημιουργήσουν ένα νέο τουριστικό μοντέλο που θα είναι πιο ποιοτικό, διαφοροποιημένο, που θα αναδεικνύει τον πολιτισμό και την παράδοσή του τόπου, να είναι οικονομικά πιο αποδοτικό και πιο φιλικό προς το περιβάλλον.

Η Agenda 2030 για να επιτύχει χρειάζεται την ενεργή συμμετοχή της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, των Τοπικών Κοινωνιών, των εκπαιδευτικών δομών και της επιχειρηματικής κοινότητας της χώρας.

Άλλωστε η ευαισθητοποίηση για την προστασία του περιβάλλοντος από τον επισκέπτη θεωρείται πλέον βασικό χαρακτηριστικό του προφίλ του και βασικό κίνητρο στην απόφαση του για τον προορισμό που θα επισκεφθεί καθώς και το κατάλυμα που θα διαμείνει.

Τι είναι όμως βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη;

Για να ορίσουμε την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη θα πρέπει πρώτα να ορίσουμε την έννοια της βιώσιμης ανάπτυξης.

Βιώσιμη ανάπτυξη ορίζεται ως: "Ανάπτυξη που καλύπτει τις ανάγκες του παρόντος χωρίς να διακυβεύεται η ικανότητα των μελλοντικών γενεών να καλύψουν τις δικές τους ανάγκες".

(Παγκόσμια επιτροπή Ο.Η.Ε. για το Περιβάλλον και την Ανάπτυξη, Έκθεση Brundtland, "Το κοινό μας μέλλον", 1987).

Βιώσιμος ή αιφόρος τουρισμός.

Σύμφωνα με τον Παγκόσμιο Οργανισμό Τουρισμού (UNWTO), βιώσιμος ή αιφόρος τουρισμός (Sustainable Tourism) είναι:

"Ο τουρισμός που λαμβάνει πλήρως υπόψη του τις υφιστάμενες και μελλοντικές οικονομικές, κοινωνικές και περιβαλλοντικές επιπτώσεις του και ανταποκρίνεται στις ανάγκες των επισκεπτών, του κλάδου και των κοινοτήτων στους προορισμούς υποδοχής".

Σύμφωνα με τα παραπάνω, γίνεται εμφανές ότι ο βιώσιμος τουρισμός μπορεί να χρησιμοποιηθεί ως εργαλείο ανάπτυξης και ότι η βιωσιμότητα στον τουρισμό δεν έχει να κάνει μόνο με το περιβάλλον, όπως έχει επικρατήσει.

Αφορά κοινωνικά και οικονομικά ζητήματα όπως η διατήρηση και προβολή της πολιτιστικής ταυτότητας και κληρονομιάς των λαών, την δημιουργία νέων θέσεων εργασίας, την ισότητα, την ενδυνάμωση της δημοκρατίας, την ίση διανομή του πλούτου, την εξάλειψη της φτώχειας (UNWTO, Agenda 2030).

Είναι η συνεργασία 3 πυλώνων, του περιβάλλοντος, της κοινωνίας και της οικονομίας.



Καταλυτικό ρόλο στην εξέλιξη του τουρισμού έχει διαμορφώσει και η πανδημία, καθώς οι επισκέπτες έχουν αναπτύξει μία τελείως διαφορετική καταναλωτική σκέψη με βαθύτερες αξίες.

Ευαισθητοποιημένοι για το περιβάλλον και το οικολογικό αποτύπωμα που αφήνουν πίσω τους στο μέρος που επισκέπτονται, ενδιαφέρονται για την τοπική κοινωνία και θέλουν να αλληλοεπιδρουν μαζί της. Αν το κατάλυμα και η περιοχή που θα επιλέξουν έχει πολιτικές για την προστασία του οικοσυστήματος, αν χρησιμοποιεί ανανεώσιμες πηγές ενέργειας κτλ..

Η εμπειρία παίζει θεμελιώδη ρόλο στον προσδιορισμό των προτιμήσεων των πελατών, καθώς στην συνέχεια επηρεάζει τις αποφάσεις αγοράς τους.

Η εμπειρία του πελάτη είναι το επόμενο ανταγωνιστικό πεδίο μάχης!

Θα πρέπει να αλλάξουμε τον τρόπο που βλέπουμε τον τουρισμό και να διαμορφώσουμε τις συνθήκες εκείνες που θα δημιουργήσουν τις βάσεις

για ένα βιώσιμο τουρισμό στην Ελλάδα την επόμενη δεκαετία.

Ξεκινώντας από την προστασία του περιβάλλοντος, την διατήρησης της βιοποικιλότητας και του ελληνικού τοπίου που έρχονται απ' όλο τον κόσμο για να θαυμάσουν.

Εντάσσοντας περισσότερο τις τοπικές κοινωνίες στην διαμόρφωση του τουριστικού μοντέλου με τις τοπικές παραδόσεις και προϊόντα καθώς και την πολιτιστική κληρονομία.

Πρέπει να διαμορφώσουμε μια νέα τουριστική παιδεία.

Σε αυτό το πλαίσιο η Κοιν.Σ.Επ 3win Action σκοπό έχει να παίξει σημαντικό ρόλο στην αναγνώριση, ευαισθητοποίηση και ενημέρωση για σημαντικά θέματα που σχετίζονται με το περιβάλλον, τους προορισμούς, τους ανθρώπους και τις επιχειρήσεις του τουρισμού. Επίσης ευελπιστεί να συμβάλλει στην βελτίωση των κανόνων και πολιτικών που εφαρμόζονται από φορείς και οργανισμούς του τουριστικού τομέα. Αναλογιζόμενη κάθε φορά το όφελος όλων των εμπλεκόμενων μερών μελετά και εκπονεί στρατηγικά σχέδια που αντιστοιχούν ακριβώς στις ανάγκες και επιθυμίες των συνεργατών της.

Η 3win Action έχει ως στόχο να συμβάλλει με κάθε τρόπο στην άμβλυση ή εξάλειψη των αδυναμιών και των αρνητικών επιπτώσεων του τουρισμού και ταυτόχρονα να συμβάλλει στην τουριστική ανάπτυξη με γνώμονα την αειφορία.



Πηγές:

UNWTO. <https://www.unwto.org/tourism4sdgs>

COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT

Scenarios towards co-creation of transition pathway for tourism for a more resilient, innovative and sustainable ecosystem – SWD(2021) 164 final



Σπόκος Βασίλειος, MSc
Hospitality Consultant & Marketing Advisor
Co-Founder of 3win Action

Αποστάσεις Ασφαλείας από κεραίες & συστήματα GSM

του Μιχάλη Βλαχάκη



Μιχάλης Βλαχάκης,
υπεύθυνος εργαστηρίου
μη ιοντιζουσών ακτινοβολιών
του www.aktinovolia.gr
Προέρχεται από το τμήμα
Επιστήμης Υπολογιστών
του Πανεπιστημίου Κρήτης.
Τα τελευταία 9 χρόνια
διενεργεί μετρήσεις
ακτινοβολίας μέσω
του εργαστηρίου
www.aktinovolia.gr
σε όλη την χώρα.

Στο **Aktinovolia.gr**, κάνουμε σε πολλές περιπτώσεις επιθεωρήσεις ραδιοσυχνοτήτων πύργου κινητής τηλεφωνίας.

Συναντάμε πολλούς ανθρώπους που ανησυχούν για τους πύργους κινητής τηλεφωνίας γύρω από τα σπίτια και τους χώρους εργασίας τους. Σε αυτό το άρθρο, προσπαθούμε να απαντήσουμε στην ερώτηση – **ποια είναι η ασφαλής απόσταση από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας.**

Εισαγωγή

Το να ζεις κοντά στον πύργο κινητής τηλεφωνίας δεν είναι υγιές.

Υπάρχουν πολλοί κίνδυνοι για την υγεία που συνδέονται με τη ζωή κοντά σε πύργο κινητής τηλεφωνίας. Οι πύργοι κινητής τηλεφωνίας επικοινωνούν με τη χρήση παλμικών σημάτων μικροκυμάτων μεταξύ τους. Ο ΠΟΥ (Παγκόσμια Οργάνωση Υγείας) και η IARC (Διεθνής Οργανισμός Έρευνας για τον Καρκίνο) δήλωσαν ότι η ακτινοβολία ραδιοσυχνοτήτων (RFR) προκαλεί καρκίνο τον Μάιο του 2011.

Παρόλο που η RFR σχετίζεται με το ίδιο επίπεδο καρκινογένεσης με τον μόλυβδο, τους καπνούς θείου και τα καυσαέρια οχημάτων, Υπάρχουν πολλοί που αμφισβητούν αυτή την υπόθεση (του καρκίνου). Άρα η συζήτηση κυμαίνεται. Εν τω μεταξύ, υποστηρίζουμε τη χρήση της αρχής της προφύλαξης.

Ασφαλής απόσταση από πύργο κινητής τηλεφωνίας – Κατανοήστε τις κεραίες

Δεν είναι όλες οι κεραίες κινητής τηλεφωνίας ίδιες. Υπάρχει διαφορά μεταξύ μιας κεραίας λήψης και μιας κεραίας εκπομπής. Ο πιο συνηθισμένος τρόπος για να το ξεχωρίσεις είναι η διαφορά στο



χώρο. Μια κεραία λήψης είναι γενικά κυκλική ή ελλειπτική στον ιστό. Ενώ, μια κεραία εκπομπής έχει κυβοειδές, τετραγωνικό ή ορθογώνιο σχήμα.

Ποια είναι η ασφαλής απόσταση από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας: Το κλειδί είναι να κατανοήσετε τις κεραίες και τις λειτουργίες τους

Δεν ακτινοβολούν όλες οι κεραίες κινητής τηλεφωνίας την ίδια συχνότητα. Μια κεραία θα μπορούσε να ακτινοβολεί στα 800 MHz ενώ μια άλλη θα μπορούσε να ακτινοβολεί στα 2300 MHz ή 2,3 GHz. **Κατά κανόνα, όσο μεγαλύτερη είναι η συχνότητα ακτινοβολίας, τόσο μεγαλύτερη θα είναι η ακτινοβολουμένη ενέργεια.** Επομένως, όσον αφορά την ακτινοβολία - μια κεραία 800 MHz εκπέμπει λιγότερη ενέργεια σε σύγκριση με την κεραία 2,3 GHz.

Φυσικά και τεχνητά εμπόδια στην ακτινοβολία πύργων κινητής τηλεφωνίας

Η ένταση της ακτινοβολίας ραδιοσυχνοτήτων πέφτει με σκουρόδεμα ή ακόμα και φυσικά εμπόδια (πέτρα, βράχος, πυκνό φύλλωμα). Επομένως, εάν ο πύργος δεν βρίσκεται σε άμεση οπτική επαφή, υπάρχουν πιθανότητες η ακτινοβολία να είναι χαμηλή.

Σε ορισμένες περιπτώσεις για καλύτερη συνδεσιμότητα – **οι κεραίες έχουν κλίση γύρω από τον κάθετο άξονα.** Μια τέτοια κλίση μπορεί να αλλάξει το επίπεδο ακτινοβολίας και επομένως να συγκεντρώσει υψηλή ακτινοβολία ραδιοσυχνοτήτων προς την κατεύθυνση της κλίσης.

Αριθμός κεραιών που δείχνουν προς το κτίριο ή το σαλόνι

Η ακτινοβολία ραδιοσυχνοτήτων που κατευθύνεται προς εσάς εξαρτάται επίσης από τον αριθμό των κεραιών που είναι στραμμένες προς το μέρος σας. Γενικά, ένας υψηλότερος αριθμός κεραιών που κοιτάζουν προς εσάς θα σημαίνει υψηλότερο βαθμό προσπίπτουσας ακτινοβολίας επάνω σας. Γενικά υπάρχει μια συμβουλή απόστασης για τον αριθμό των κεραιών προς την ίδια κατεύθυνση από οποιοδήποτε κτίριο ή κατασκευή ανθρώπινης κατοικίας.

Σε περίπτωση που όλοι οι πύργοι κινητής τηλεφωνίας στην περιοχή που γειτνιάζουν με το διαμέρισμα δεν παρεμβάλλονται κτήρια αλλά έχουν ανεμπόδιστη επαφή υπάρχουν σε σχέση με τις κεραίες τα παρακάτω στοιχεία και εφόσον οι κεραίες βρίσκονται στο ίδιο ύψος με το διαμέρισμα που βάλλεται.

Αριθμός κεραιών που δείχνουν στο ίδιο σημείο	Σχετική Απόσταση ασφαλείας κτηρίου ή διαμερίσματος από κεραίες σε m
1	20
2	35
4	45
6	55

Τα παραπάνω είναι σχετικά εμπειρικά μετά από πολλαπλές μελέτες του aktinovolia.gr στο χώρο με μέγιστη ισχύ πομπών στα 20WATTS για το χειρότερο σενάριο .

Στην πραγματικότητα παίζει ρόλο το ύψος και φυσικά η δύναμη του πομπού της κεραίας σε Watts

Φυσικά μεγάλο ρόλο παίζει η καλή δόμηση και κατασκευή του κτηρίου μας.

Παράδειγμα παλιά κτήρια με πέτρινη πυκνή δόμηση δεν επηρεάζονται ιδιαίτερα από ηλεκτρομαγνητικά πεδία κεραιών

Σκιώδεις ζώνες κοντά σε πύργους κινητής τηλεφωνίας

Μια κεραία κινητού τηλεφώνου έχει μοτίβο ακτινοβολίας.

Μεταδίδει υψηλότερη ενέργεια στους μπλε σκιασμένους λοβούς. Αυτή η ένταση εκπομπής πέφτει με την απόσταση. Πέφτει επίσης αν δεν βρίσκεστε απευθείας σε κανέναν από τους λοβούς ακτινοβολίας.

Η **ζώνη σκιάς** είναι μια περιοχή που πέφτει έξω από τον λοβό ακτινοβολίας μιας κεραίας. Εναλλακτικά, η υψηλότερη έκθεση σε ακτινοβολία είναι στον πρωτεύοντα λοβό σε απόσταση **περίπου 50 μέτρων από την κεραία ακτινοβολίας**.

Η ένταση ακτινοβολίας του πύργου είναι η υψηλότερη στον πρωτεύοντα λοβό (τμήμα σκούρο πράσινο σκιά) - μια περιοχή σε απόσταση 50 έως 300 μέτρων σε γωνιακή τοποθέτηση 5 έως 10 μοιρών από το επίπεδο ακτινοβολίας.

Οποιαδήποτε περιοχή που δεν βρίσκεται στον πρωτεύοντα λοβό πέφτει στη ζώνη σκιάς – η οποία δεν δέχεται υψηλή ακτινοβολία

Η **ακτινοβολία** από τον πύργο κινητής τηλεφωνίας (Purple Line) μειώνεται εκθετικά με την απόσταση. Μέσα σε 50 μέτρα, είναι υψηλότερη από την οριακή τιμή έκθεσης. Αυτή η περιοχή γύρω από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας θα μπορούσε να είναι επικίνδυνη από την άποψη της υψηλής ακτινοβολίας από τον πύργο.

Ωστόσο, καθώς αρχίζουμε να απομακρυνόμαστε περισσότερο από τον πύργο και το σήμα του πύργου (Μωβ γραμμή) πέφτει, τα επίπεδα ακτινοβολίας του τηλεφώνου (Κόκκινη γραμμή) αρχίζουν να αυξάνονται.

Περίπου στα 150 μέτρα, τα επίπεδα ακτινοβολίας του τηλεφώνου υπερβαίνουν την οριακή τιμή έκθεσης. Για την υπόλοιπη απόσταση - η ακτινοβολία του τηλεφώνου παραμένει αρκετά υψηλή. **Αυτό είναι πιο επιζήμιο επειδή είναι πιο κοντά στην πλευρά του εγκεφάλου.**

Ποια είναι τελικά η ασφαλής απόσταση από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας;

Η ισχύς ακτινοβολίας είναι συνήθως η ισχυρότερη σε απόσταση 50 μέτρων από την κεραία και συνεχίζει να πέφτει.

Μετά από **150 μέτρα, γίνεται αδύναμος** (Ανατρέξτε στο διάγραμμα παρακάτω). Φανταστείτε ότι το κινητό τηλέφωνο πρέπει να κάνει περισσότερη δουλειά για να προσεγγίσει τα ακτινοβόλουμένα

σήματα. Επομένως, σε σκιώδεις ζώνες (ανατρέξτε στο σημείο) και σε μεγαλύτερες αποστάσεις από πύργους κινητής τηλεφωνίας, οι περιπτώσεις πτώσης κλήσεων αυξάνονται.

Ίσως το πιο κρίσιμο σημείο εδώ είναι ότι όταν πέφτει η ισχύς ακτινοβολίας από τις κεραιές πύργων κινητής τηλεφωνίας, **υπάρχει μια επακόλουθη αύξηση στα επίπεδα ακτινοβολίας από κινητά τηλέφωνα και κινητά τηλέφωνα.**

Μια κεραία κινητής εκπέμπει **80-160 Watt/τ.μ.** Ωστόσο, έχει μεγάλη απόσταση διαχωρισμού. Ενώ, ένα κινητό τηλέφωνο **ακτινοβολεί <1 Watt/τ.μ. Ωστόσο, απέχει μόνο λίγα χιλιοστά από τον χώρο της κεφαλής/την κοιλότητα του εγκεφάλου.** Σε μια τέτοια κατάσταση, όταν το τηλέφωνο ακτινοβολεί σε υψηλό επίπεδο, η απορρόφηση της ακτινοβολίας από τον εγκέφαλο είναι πολλαπλάσια από αυτή της ακτινοβολίας που απορροφάται από την εκπομπή πύργου κινητής τηλεφωνίας.

Συνοψίζοντας, η ακτινοβολία από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας, είναι αργό ψητό **24*365**. Αυτό μπορεί να μετριαστεί με την **αποφυγή διαδικασιών οπτικής επαφής ή θωράκισης**. Η μεγάλη γεινίαση με τον πύργο κυττάρων έχει οδηγήσει σε περιπτώσεις καρκίνου.

Για χρήση κινητού τηλεφώνου για 10 χρόνια ή περισσότερο, ή περισσότερες από 1640 ώρες, η μελέτη AIIIMS δείχνει 1,33 φορές αύξηση του κινδύνου για όγκο στον εγκέφαλο.

Ωστόσο, ο μεγαλύτερος κίνδυνος είναι η ζημιά από τα δικά μας κινητά τηλέφωνα σε μέρη όπου **η κάλυψη του δικτύου κινητής τηλεφωνίας δεν είναι αρκετά ισχυρή.**

Αυτό έχει μεγαλύτερη επίπτωση στην ατομική υγεία που εγείρει ανησυχίες για αθροιστικούς πονοκεφάλους, κώφωση, εμβοές και ακόμη και όγκο στον εγκέφαλο.

Όλο το Ινστιτούτο Ιατρικών Επιστημών της Ινδίας, στο Νέο Δελχί, έχει θέσει ένα όριο λιγότερο από 45 λεπτά χρόνου ομιλίας στο κινητό τηλέφωνο όταν είναι τοποθετημένο κοντά στο αυτί δίπλα στο κεφάλι. Η μελέτη αναφέρει αύξηση 33% στα ποσοστά όγκων στον εγκέφαλο για τους βαρείς χρήστες κινητών τηλεφώνων.

Συμπερασματικά

Η ασφαλής απόσταση από έναν πύργο κινητής τηλεφωνίας δεν είναι αντικειμενική απάντηση. Υπάρχουν πολλοί παράγοντες που επηρεάζουν την ένταση της ακτινοβολίας των κινητών. Κατά κανόνα, οποιοσδήποτε σε ακτίνα 150 μέτρων μπορεί να κινδυνεύει.

Και αν ο πύργος απέχει 300 μέτρα ή περισσότερο, αυτό θα μπορούσε να οδηγήσει σε αδύναμη

κάλυψη – οδηγώντας σε πτώση του σήματος.

Κατά ειρωνικό τρόπο, τις περισσότερες φορές, μας απασχολεί περισσότερο ο πύργος κινητής τηλεφωνίας που βρίσκεται **300 μέτρα μακριά μας και επιλέγουμε να αγνοούμε ευδαιμονικά τον μίνι πύργο κινητής τηλεφωνίας που κουβαλάμε πάνω μας όλη την ημέρα.**

Στο χώρο ανάμεσα στην ανεξέλεγκτη χρήση-κατάχρηση της τεχνολογίας και στην απόλυτη αποχή από αυτήν βρίσκεται η εταιρεία μας **Aktinovolia.com** που με τη σωστή

ενημέρωση για την ορθή χρήση των τεχνολογικών επιτευγμάτων αλλά και τις προτάσεις για την θωράκιση σε περίπτωση που χρειάζεται μπορεί να βοηθήσει ιδιώτες και επαγγελματίες να ζουν αρμονικά απολαμβάνοντας την τεχνολογία.

Ονειρευόμαστε ένα κόσμο καλύτερο και ασφαλέστερο τόσο για μας όσο και τα παιδιά μας που αποτελούν το μέλλον μας και εργαζόμαστε ακατάπαυστα και αγόγγυστα γι' αυτό.



Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης

Τουρισμός Δήμου Χανίων

Η Έρευνα και ανάλυση υλοποιήθηκε από το Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης και συντονίστηκε από το τμήμα Οικονομίας & Διοίκησης του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ), σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης, το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ), μέλη του Τμήματος Οικονομικών επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης, την Ανώτερη Σχολή Τουριστικής Εκπαίδευσης Κρήτης (ΑΣΤΕΚ), την Περιφέρεια Κρήτης και τον Δήμο Χανίων. Στο Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης, το οποίο λειτουργεί πάνω από μια δεκαετία με πρωτοβουλία της Ένωσης Ξενοδόχων Χανίων συμμετέχει επίσης, το Οικονομικό Επιμελητήριο Δυτικής Κρήτης και το Επιμελητήριο Χανίων.

Για την ανάλυση της έρευνας που συνεχίζεται και πραγματοποιείται στο αεροδρόμιο Χανίων (Ι. Δασκαλογιάννης) έχουν συμπεριληφθεί 3400 έγκυρα ερωτηματολόγια καθ'όλη την τουριστική περίοδο, μεταφρασμένα σε διάφορες γλώσσες, από ερευνητές του ΜΑΙΧ και Πολυτεχνείου Κρήτης. Η έρευνα αυτή χρηματοδοτείται από τον Δήμο Χανίων. Για την ομαλή διεξαγωγή της έρευνας υπάρχει συνεχής υποστήριξη από τη Fraport-Greece και το Προσωπικό του Αερολιμένα Χανίων. Αναφορά γίνεται στις πιο πρόσφατες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών που έχουν δημοσιευθεί από την Fraport-Greece για το αεροδρόμιο Χανίων με σκοπό να αξιολογήσει την φετινή τουριστική κίνηση στην Κρήτη και να τη συγκρίνει με την αντίστοιχη τελευταία περίοδο του 2019, προ κορονοϊού εποχή, όπως επίσης γίνεται σύγκριση του προφίλ των αλλοδαπού τουρίστα που διαμένει στο Δήμο Χανίων σε σχέση με αυτόν που διαμένει στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης.



Δρ. Γεώργιος Μπαουράκης
Διευθυντής Μ.Α.Ι.Χ.



Γεώργιος Αγγελάκης
Ερευνητής Τμ. Οικονομίας
& Διοίκησης Μ.Α.Ι.Χ.
υπ. διδάκτωρ
Τμ. Διοικητικής Επιστήμης
& Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ



Περικλής Δράκος, ΕΔΙΠ
Τμ. Οικονομικών
Επιστημών
Πανεπιστήμιο Κρήτης



Καθ. Κωνσταντίνος Ζοπουνί-
δης, Ακαδημαϊκός, Διευθυντής
Εργ. Συστημάτων Χρηματοοικονο-
μικής Διοίκησης & Ανάλυσης
Δεδομένων και Πρόβλεψης του
Πολυτεχνείου Κρήτης, Audencia
Business School, France



Χρήστος Λεμονάκης
Επ. Καθηγητής
Διευθυντής Εργαστηρίου
Διοικητικής Οικονομικής
& Συστημάτων Αποφάσεων
Τμ. Διοικητικής Επιστήμης
& Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ



Γεώργιος Ασαλάκης
Αν. Καθηγητής
Σχολή Μηχανικών
Παραγωγής & Διοίκησης
Πολυτεχνείο Κρήτης



Χρυσοβαλάντης Γαγάνης
Καθηγητής
Τμ. Οικονομικών Επιστημών
Πανεπιστήμιο Κρήτης



Ανδρέας Παναγόπουλος
Αν. Καθηγητής
Τμ. Οικονομικών Επιστημών
Πανεπιστήμιο Κρήτης



Δημήτριος Στυλίδης
Αν. Καθηγητής
Τμ. Οικονομικών Επιστημών
Πανεπιστήμιο Κρήτης



Αθανάσιος Σπυριάδης
Επ. Καθηγητής
Τμ. Οικονομικών Επιστημών
Πανεπιστήμιο Κρήτης



Βανέσσα Σημαντηράκη
Επ. Καθηγήτρια
Διευθύντρια Α.Σ.Τ.Ε.Κ.

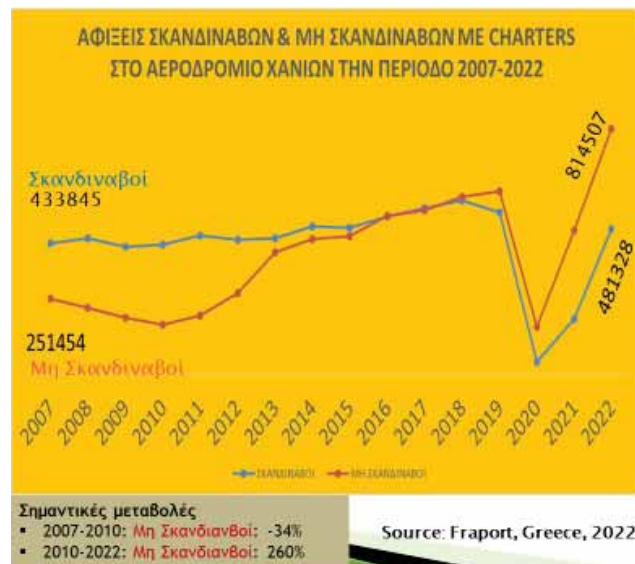
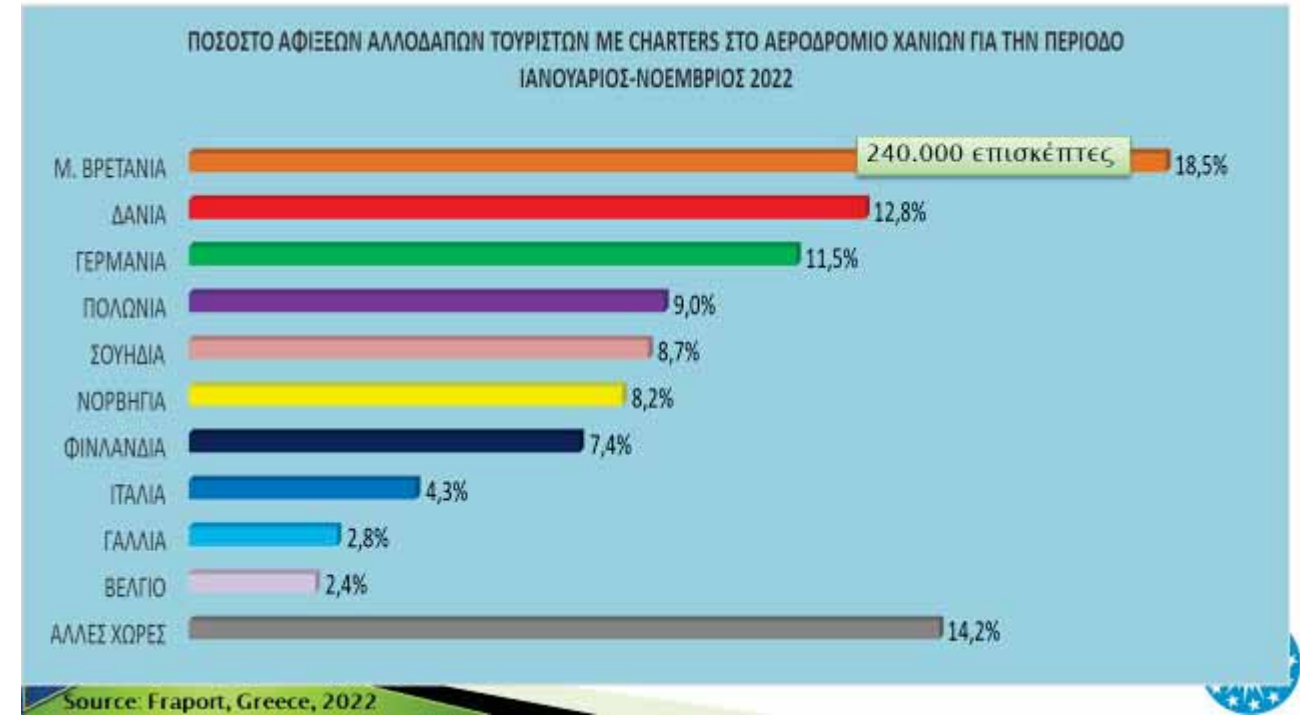
Αφίξεις αλλοδαπών τουριστών Αεροδρομίου Χανίων

Σχετικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων και με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Fraport-Greece για την περίοδο Ιανουάριος-Νοέμβριος 2022, καταγράφεται ρεκόρ αφίξεων με 1,3 εκατ. αφίξεις, σημειώνοντας αύξηση 13% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2019, όπου είχαν σημειωθεί 1,1 εκατ. αφίξεις, χρονιά προ κορονοϊού εποχή.



Η φετινή αύξηση, σε σχέση με το 2019, καταγράφεται από τις κύριες εθνότητες, όπως είναι οι Γερμανοί με 68%, Βρετανοί με 30%, Πολωνοί με 20% και Δανοί με 17%. Ενθαρρυντική είναι επίσης, η αύξηση των Ιταλών και Γάλλων με ποσοστά 200% και 90% αντίστοιχα, όπου δείχνουν ότι επανακάμπτουν. Αντίθετα, σημαντικές είναι οι μειώσεις των Αυστριακών με 23% και Κυπρίων, Βέλγων και Ολλανδών με ποσοστά κοντά στο 14%, ενώ ανησυχητικές είναι πτώσεις των αφίξεων που καταγράφουν οι Νορβηγοί με 30% και Σουηδοί με 21%, οδηγώντας σε μια συνολική μείωση των Σκανδιναβών τουριστών κατά 10% τη φετινή χρονιά σε σχέση με το 2019. Έτσι, ενώ το διάστημα 2013-2019, το ποσοστό των Σκανδιναβών ήταν γύρω στο 50% επί του συνολικού ποσοστού αφίξεων, φέτος το ποσοστό διαμορφώνεται κοντά στο 37%.

Παρατηρείται λοιπόν ότι αλλάζει το μίγμα των εθνικοτήτων, αφού σχεδόν τέσσερις στους δέκα αλλοδαπούς επισκέπτες είναι Σκανδιναβοί. Την πρώτη θέση επί των συνολικών αφίξεων, καταλαμβάνουν οι Βρετανοί με 19% και ακολουθούν οι Δανοί με 13%, Γερμανοί με 12%, ενώ οι Σουηδοί και Νορβηγοί, εκεί που βρίσκονταν στις πρώτες θέσεις επί των συνολικών αφίξεων μέχρι το 2019, οπισθοχώρησαν στην πέμπτη και έκτη θέση αντίστοιχα, κατέχοντας ποσοστό κοντά στο 9%, ποσοστό ίδιο με αυτό των Πολωνών και ακολουθούν οι Φιλανδοί με 7%. Οι Πολωνοί, των οποίων η παρουσία τους άρχισε να γίνεται αισθητή από το 2017, σήμερα αποτελούν ένα υπολογίσιμο τμήμα των επισκεπτών. Οι Ιταλοί καταλαμβάνουν ένα ποσοστό στο 4%, ενώ Γάλλοι και Βέλγοι βρίσκονται κοντά στο 3% επί των συνολικών αφίξεων στο αεροδρόμιο Χανίων.



ΕΤΟΣ	ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΟΙ	ΜΗ ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΟΙ
2007	63,3	36,7
2008	67,1	32,9
2009	69,2	30,8
2010	72,2	27,8
2011	70,2	29,8
2012	62,4	37,6
2013	52,8	47,2
2014	52,2	47,8
2015	51,4	48,6
2016	49,9	50,1
2017	50,2	49,8
2018	49,5	50,5
2019	46,9	53,1
2020	21,1	78,9
2021	28,0	72,0
2022	37,2	62,8



Έρευνα πεδίου

Στα πλαίσια των δομικών αλλαγών στον τουρισμό που έφερε το 2020 η πανδημία και η φετινή τουριστική έρευνα στο Αεροδρόμιο Χανίων μετατράπηκε σε COVID-19 SAFE SURVEY, όπου εκτός από τις προσωπικές συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια όπου χρειάζεται, αξιοποιείται επίσης πλήρως το αυτοματοποιημένο σύστημα οικειοθελούς συμμετοχής των αλλοδαπών τουριστών με την χρήση των προσωπικών τους συσκευών (PC, Smartphone και Tablet). Η επιλογή αυτής της δυνατότητας γνωστοποιείται στους επισκέπτες από τον εκπρόσωπο της έρευνας ή/και με ROLL UPS και ενεργοποιείται στην γλώσσα επιλογής του ενδιαφερόμενου μέσω οπτικής σάρωσης κατάλληλου Url ή QR Code από το PC, Smartphone ή Tablet.

Αναφορικά με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι τουρίστες που προτιμάνε να διαμένουν στο Δήμο Χανίων, παρουσιάζουν διαφοροποιήσεις ως προς

το προφίλ τους σε σχέση με την εποχή πριν τον κορονοϊό.

Συγκριτικά με τα προηγούμενα έτη, προ εποχής κορονοϊού, φέτος καταγράφεται αυξημένο το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών της τάξεως του 63% που επισκέπτονται τα Χανιά για πρώτη φορά, κυρίως λόγω της μειωμένης έλευσης Νορβηγών και Σουηδών τουριστών, που παραδοσιακά είναι αυτοί που προτιμάνε να ξανα-επισκέπτονται τον συγκεκριμένο προορισμό, ενώ το ποσοστό των επισκεπτών που έχουν επισκεφθεί τη Δυτική Κρήτη για πρώτη φορά είναι λίγο χαμηλότερο αλλά εξίσου υψηλό στο 56%. Επίσης, σχεδόν δύο στους τρεις αλλοδαπούς τουρίστες δήλωσαν ότι οι συγκεκριμένες διακοπές ήταν οι κύριες διακοπές για αυτό τον χρόνο, ενώ ένας στους τρεις επισκέπτες ισχυρίστηκε ότι είχε ξαναπάει διακοπές πριν έρθει στα Χανιά μέσα στο έτος.

Δημογραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών 1



Σχετικά με τον οικονομικό τομέα απασχόλησης, σχεδόν τρεις στους τέσσερις αλλοδαπούς τουρίστες δραστηριοποιούνται στον τριτογενή τομέα, ενώ οκτώ στους δέκα είναι απόφοιτοι τριτοβάθμιας εκπαίδευσης. Ο μέσος όρος του εισοδηματικού τους επιπέδου κυμαίνεται μεταξύ 60.000 - 70.000 ευρώ όταν το 2019 κυμαίνονταν σε χαμηλότερα επίπεδα μεταξύ

50.000 - 60.000 ευρώ. Επίσης, το εισοδηματικό επίπεδο αυτών που διαμένουν στον Δήμο Χανίων είναι λίγο χαμηλότερο από το μέσο όρο των επισκεπτών στη Δυτική Κρήτη, λόγω και της ιδιαίτερης αύξησης αλλοδαπών τουριστών που προέρχονται από χώρες της Γερμανίας, ΗΒ, Αμερικής, Καναδά και Αυστραλίας, οι οποίοι διαμένουν κυρίως στην ενδοχώρα.

Δημογραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών 3



Σε αυτό το σημείο πρέπει να αναφερθεί ότι φέτος καταγράφεται αύξηση άνω του 10% της μέσης δαπάνης που πραγματοποιεί ο επισκέπτης που διαμένει στον Δήμο Χανίων, εξαιρώντας έξοδα εισιτηρίων και διαμονής, σε σχέση με την «καλή σεζόν» του 2019. Οι δαπάνες αυτές είναι επίσης λίγο χαμηλότερες

από το μέσο όρο των δαπανών των επισκεπτών στη Δυτική Κρήτη και αυτό οφείλεται, μεταξύ άλλων και στην έντονη παρουσία και καταναλωτική συμπεριφορά τουριστών από τη Βόρεια Αμερική που διαμένουν κυρίως εκτός Δήμου Χανίων, λόγω αυξητικής τάσης του δολαρίου και υψηλής πτώσης του ευρώ.

Κατανομή (ποσοστό) χρημάτων που δαπανήθηκαν κατά την διάρκεια διαμονής (Εξαιρούνται εισιτήρια και δαπάνες για κατάλυμα)



Αναφορικά με τις δαπάνες που πραγματοποίησαν οι αλλοδαποί τουρίστες κατά τη διάρκεια παραμονής τους στον Δήμο Χανίων, οι αλλοδαποί επισκέπτες από ΗΠΑ/Καναδά/Αυστραλία αλλά και αυτοί από τη Μεσόγειο φαίνεται να ξοδεύουν περισσότερο τα χρήματά τους στις μετακινήσεις, οι επισκέπτες από τις Σκανδιναβικές Χώρες, ΗΒ/Ιρλανδία, Κεντρική Ευρώπη και Ανατολική Ευρώπη σε δαπάνες εστίασης, ενώ λιγότερες δαπάνες πραγματοποιήθηκαν από όλες ανεξαιρέτως τις εθνικότητες αναφορικά με την αγορά τοπικών προϊόντων από τοπικές επιχειρήσεις.

Σχετικά με τις ηλικιακές κατηγορίες, παραμένει υψηλό το ποσοστό των τουριστών που είναι νεαρής ηλικίας έως 34 ετών που προτιμάει να διαμένει στον Δήμο Χανίων, ποσοστό υψηλότερο από το αντίστοιχο ποσοστό των επισκεπτών στη Δυτική Κρήτη και αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι οι μεγαλύτερες

ηλικιακά ομάδες αναζητούν πιο απομακρυσμένους από το Κέντρο τόπους διαμονής για λόγους περισσότερης ησυχίας και ξεκούρασης. Έτσι λοιπόν στη Δυτική Κρήτη αρχίζουν να επανέρχονται αλλοδαποί τουρίστες ηλικίας 35-64 ετών, με ένα ποσοστό 55% των αλλοδαπών τουριστών να ανήκουν σε αυτές τις ηλικιακές κατηγορίες, σε σχέση με τα δύο προηγούμενα έτη 2020 και 2021 και έτσι να φτάνουμε σε επίπεδα προ κορονοϊού εποχή, με την έλευση επισκεπτών από όλες τις ηλικιακές ομάδες. Αναφορικά με την οικογενειακή κατάσταση των αλλοδαπών που διαμένουν στον Δήμο Χανίων το 55% δηλώνουν παντρεμένοι, ενώ τέσσερις στους δέκα είναι ελεύθεροι. Το ποσοστό των τουριστών που δεν είναι παντρεμένοι είναι λίγο υψηλότερο από το αντίστοιχο μέσο όρο των τουριστών που διαμένουν στη Δυτική Κρήτη και αυτό γιατί στον Δήμο Χανίων διαμένουν κυρίως άτομα νεαρής ηλικίας.

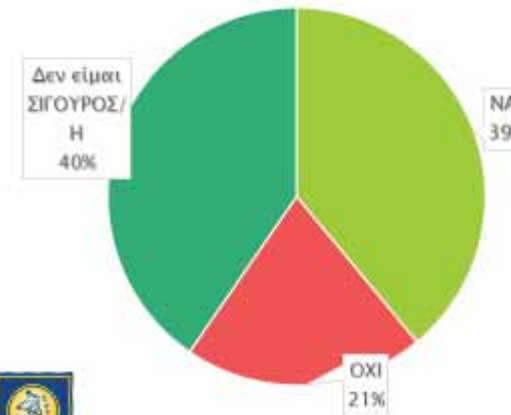
Δημογραφικά χαρακτηριστικά επισκεπτών 1



Με την σκιά εμφανίζεται η κατανομή στη Δυτ. Κρήτη

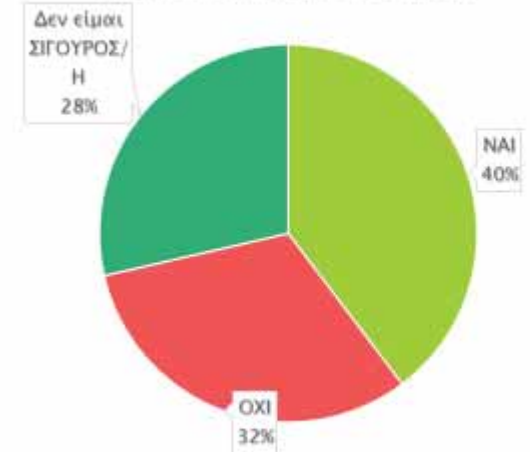
Σχεδόν όλοι οι αλλοδαποί τουρίστες δηλώνουν ότι όχι μόνο έμειναν από πολύ έως πάρα πολύ ικανοποιημένοι από την επίσκεψή τους στα Χανιά, αλλά θα σύστηναν ανεπιφύλακτα τα Χανιά σε συγγενείς και φίλους ως προορισμό διακοπών. Επίσης, τέσσερις στους δέκα επισκέπτες θα ερχόντουσαν στα Χανιά και κατά τη

Θα ερχόσασταν στα Χανιά το χειμώνα αν υπήρχαν απευθείας πτήσεις από την πόλη σας:



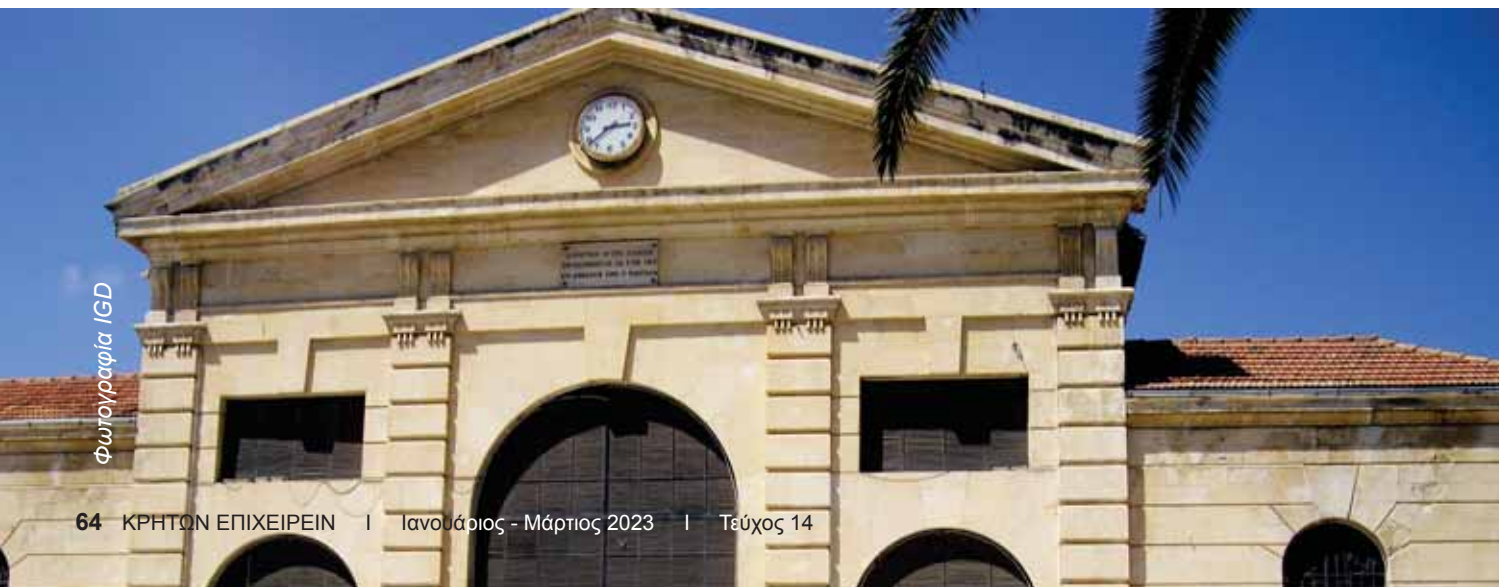
διάρκεια της χειμερινής περιόδου αν υπήρχε απευθείας ανταπόκριση από την πόλη τους, γεγονός που αναδεικνύει τη δυναμική του προορισμού και κατά τη χειμερινή περίοδο, ενώ το ίδιο ποσοστό τουριστών θα επιθυμούσαν να συνεχίζουν να εργάζονται με τη μορφή τηλεργασίας από τα Χανιά.

Θα θέλατε να συνεχίσετε να εργάζεστε για τον εργοδότη σας, αλλά με τη μορφή τηλεργασίας από τα Χανιά:



Διαφορές σε σχέση με το 2019, εντοπίζονται στις περιοχές, στον τύπο καταλύματος αλλά και στα πακέτα διαμονής που προτιμούν οι αλλοδαποί τουρίστες. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει αύξηση στην προτίμηση καταλυμάτων της Πόλης Χανίων, αλλά και της ενδοχώρας, κυρίως στην περιοχή της Κισσάμου. Επίσης, να σημειωθεί ότι σχεδόν έξι στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες που διαμένουν στην Πόλη Χανίων, δεν μετακινού-

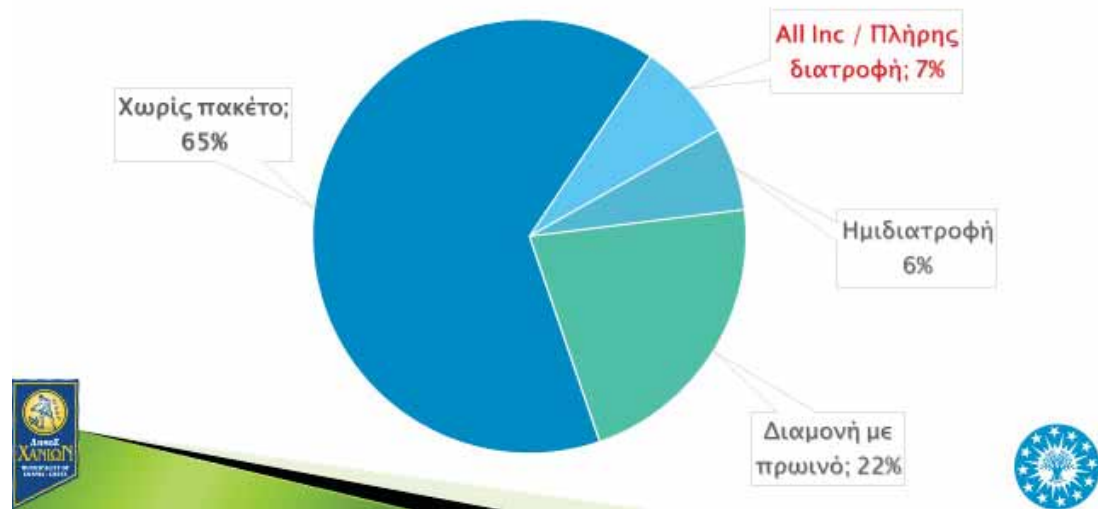
νται σε άλλες περιοχές για διανυκτέρευση. Αντίθετα το 15% που διαμένουν στην Πόλη Χανίων, πραγματοποιούν διανυκτέρευση στις περιοχές του Πλατανιά και της Αγίας Μαρίνας, ίδιο ποσοστό τουριστών διανυκτερεύει στην περιοχή της Κισσάμου, ενώ γύρω στο 3% έκαστος είναι το ποσοστό αυτών που θα προτιμήσουν έστω και μια διανυκτέρευση στην Παλαιόχωρα, τη Σούγια, τα Σφακιά και τον Αποκόρωνα.



Αισθητά μειωμένα είναι τα ποσοστά των τουριστών που προτιμούν το λεγόμενο πακέτο “all inclusive”, με τους περισσότερους αλλοδαπούς επισκέπτες να μην προτιμάνε κανένα πακέτο. Από τους τουρίστες που διέμειναν στον Δήμο Χανίων, μόλις το 7% έκανε χρήση του πακέτου “all inclusive”, σχεδόν ένας στους πέντε

προτίμησε διαμονή με πρωινό ενώ την απλή διαμονή χωρίς διατροφή επέλεξαν δύο στους τρεις επισκέπτες. Το ποσοστό των τουριστών που προτίμησαν το “all inclusive” είναι διπλάσιο στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης, σημειώνοντας όμως χαμηλά ποσοστά.

Τι τύπο διαμονής (ή πακέτο) χρησιμοποιήσατε κατά την διαμονή σας στα Χανιά;



Αυξημένο είναι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που προτιμούν τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις τύπου Air BnB στον Δήμο Χανίων, αφού περίπου τρεις στους δέκα τουρίστες επιλέγουν να διαμένουν σε τέτοια καταλύματα, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των τουριστών που διαμένει σε Air BnB στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης είναι το μισό. Τα ξενοδοχεία,

αν και ελαφρώς μειωμένα σε ποσοστά σε σχέση με το 2019, παραμένουν στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των τουριστών στον Δήμο Χανίων, με περίπου τέσσερις στους δέκα επισκέπτες να τα επιλέγουν, ενώ το ποσοστό αυτών που επιλέγουν ενοικιαζόμενα διαμερίσματα/δωμάτια έχει φτάσει στο 19%.

Χαρακτηριστικά επίσκεψης 5

Είδος καταλύματος- (ποσοστά)



Αναφορικά με τον αριθμό ημερών κατά τη διάρκεια των διακοπών τους, οι αλλοδαποί τουρίστες πραγματοποίησαν κατά μέσο όρο εννέα ημέρες διακοπών στον Δήμο

Χανίων, μία ημέρα λιγότερη από ότι οι τουρίστες που διέμειναν στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης.

Χαρακτηριστικά επίσκεψης 1



Φωτογραφία: IG D

Σχετικά με τη συνοδεία διακοπών, πάνω από τους μισούς αλλοδαπούς επισκέπτες που διαμένουν στον Δήμο Χανίων πραγματοποιούν διακοπές με το/τη σύζυγο, ενώ μόλις 10% είναι το ποσοστό των τουριστών που προτιμούν να κάνουν οικογενειακές διακοπές με παιδιά. Σημαντικά είναι επίσης τα ποσοστά (κοντά στο 30%) αυτών που πραγματοποιούν διακοπές με φίλους ή συγγενείς. Μεγάλη διαφορά σημειώνεται επίσης και στον τρόπο κράτησης των καταλυμάτων και οργάνωσης των διακοπών στον Δήμο Χανίων σε σχέση με το 2019, αφού ένα αρκετά υψηλό ποσοστό και συγκεκριμένα οκτώ στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες προτίμησαν να προβούν στις σχετικές ενέργειες διεκπεραίωσης του ταξιδιού μόνοι τους και όχι μέσω ταξιδιωτικού γραφείου ή/και πράκτορα, όπως συνηθιζόταν προ κορονοϊού εποχή. Το αντίστοιχο ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που οργανώνουν μόνοι τους το ταξίδι τους και διαμένουν στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης είναι χαμηλότερο και κυμαίνεται στο 60%.

Οι αλλοδαποί τουρίστες που διαμένουν στον Δήμο Χανίων κάνουν χρήση ενοικιαζόμενων οχημάτων κατά μέσο όρο 6 ημέρες, επιλέγοντας κυρίως παραλίες όπως αυτή του Ελαφονησίου αλλά και αυτές των Μπάλου και Φαλασάρνων, ενώ εξίσου σημαντικός αριθμός τουριστών πραγματοποιεί επισκέψεις σε μοναστήρια και εκκλησίες, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους, κυρίως της Κνωσού. Παρατηρείται ότι οι δύο εμβληματικές παραλίες του Νομού Χανίων, όπως είναι του Ελαφονησίου και του Μπάλου είναι στις πρώτες επιλογές των αλλοδαπών τουριστών και κρίνεται απαραίτητη η αιμοφορική διαχείριση των προορισμών αυτών, δεδομένου του πολύ μεγάλου αριθμού αφίξεων αλλοδαπών τουριστών. Αξίζει να σημειωθεί ότι το 13% των επισκεπτών δεν πραγματοποιεί επισκέψεις/εκδρομές παρά μόνο πολύ κοντά στην περιοχή διαμονής του, όταν το αντίστοιχο ποσοστό των τουριστών που διαμένουν στην ευρύτερη περιοχή της Δυτικής Κρήτης διαμορφώνεται στο 24%.

Επιλεγμένες τοποθεσίες που πραγματοποιήθηκε επίσκεψη

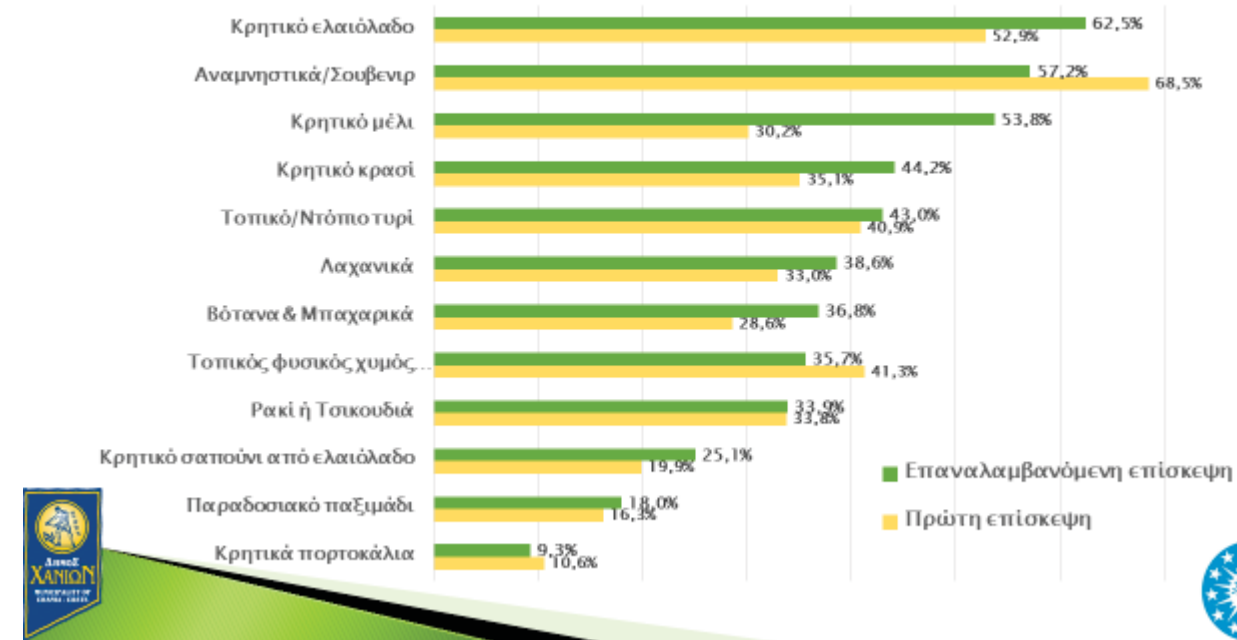


Το 13% των επισκεπτών δεν πραγματοποιεί επισκέψεις/εκδρομές, μόνο πολύ κοντά στην περιοχή της διαμονής του

Σχετικά με τα τοπικά αγροτικά προϊόντα, ο αλλοδαπός τουρίστας μένει πολύ ικανοποιημένος από τα τοπικά χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών, ενώ προβαίνει και σε αγορά αυτών με το ελαιόλαδο, το κρασί, το μέλι, τα τοπικά τυριά, τα λαχανικά, τον φυσικό χυμό πορτοκαλιού, τα βότανα/μπαχαρικά και το ρακί/τσικουδιά να συνεχίζουν και φέτος να προτιμώνται περισσότερο από τους αλλοδαπούς τουρίστες, ενώ ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζουν φέτος το κρητικό μέλι καθώς και τα φαρμακευτικά & αρωματικά φυτά. Μάλιστα, ένα

αξιοσημείωτο στοιχείο είναι ότι οι τουρίστες που έχουν ήδη ξαναεπισκεφθεί τα Χανιά αγοράζουν περισσότερο τα τοπικά αγροτικά προϊόντα από ότι οι τουρίστες που επισκέπτονται την περιοχή για πρώτη φορά, γεγονός που αναδεικνύει την εμπιστοσύνη που δείχνουν οι επισκέπτες στα Κρητικά ποιοτικά αγροτικά προϊόντα. Αντίθετα, το ποσοστό των τουριστών που επισκέπτονται για πρώτη φορά τα Χανιά, όπως είναι προφανές, προβαίνουν σε αγορά αναμνηστικών/σουβενίρ σε σχέση με εκείνους που έχουν ξαναεπισκεφθεί τον τόπο.

Αγορά τοπικών προϊόντων και αναμνηστικών από τους επισκέπτες



Επίσης, ένας στους τέσσερις τουρίστες έκανε χρήση των επίσημων τουριστικών πλατφόρμων, ιστοσελίδων και μέσωσων κοινωνικής δικτύωσης του Δήμου Χανίων για άντληση πληροφοριών πριν έρθει στην περιοχή, ενώ η συντριπτική πλειοψηφία των αλλοδαπών επισκεπτών

(τρεις στους τέσσερις) που διέμειναν στον Δήμο Χανίων έμειναν ευχαριστημένοι από τις διαθέσιμες διαδικτυακές πληροφορίες αναφορικά με τις προσφερόμενες υπηρεσίες, υποδομές, αξιοθέατα, online κρατήσεις και διάφορες δραστηριότητες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους στην περιοχή.

Διαθεσιμότητα πληροφοριών στο διαδίκτυο κτλ από τον Δ. Χανίων (ποσοστά)



Απόλυτα ικανοποιημένοι έμειναν οι αλλοδαποί επισκέπτες κατά τη διάρκεια των διακοπών τους από τον καιρό, το τοπίο

και τη φύση, τις υπηρεσίες εστίασης και φιλοξενίας, τη φιλοξενία των ντόπιων, την κρητική γαστρονομία και την προσβασιμότητα στις παραλίες.

Ποσοστό ικανοποίησης από υπηρεσίες τουριστικού τομέα και φυσικά χαρακτηριστικά περιοχής Χανίων

 **ΜΕΓΙΣΤΗ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ**



Ποσοστό ικανοποίησης από υπηρεσίες τουριστικού τομέα και φυσικά χαρακτηριστικά περιοχής Χανίων

 **ΜΕΤΡΙΑ ΙΚΑΝΟΠΟΙΗΣΗ**



Νούμερα σε παρένθεση: Ούτε ικανοποίηση ούτε δυσαρέσκεια

Αντίθετα, οι αλλοδαποί τουρίστες συνεχίζουν να εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους σχετικά με την κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και της σήμανσης στον Δήμο Χανίων, με μειωμένα όμως ποσοστά σε σχέση με τα προηγούμενα έτη, ενώ υπάρχει αισθητή βελτίωση στην καθαριότητα τόσο στον αστικό ιστό όσο και στις παραλίες, ωστόσο το σύστημα αποκομιδής και περισυλλογής απορριμμάτων χρήζει περαιτέρω αναβάθμισης, καθώς πραγματοποιείται έντονη χρήση πλαστικών κυρίως στην Πόλη των Χανίων. Επίσης, ιδιαίτερα φέτος, λόγω του μεγαλύτερου τουριστικού κύματος που έχει δεχτεί ποτέ η περιοχή, εκφράζεται έντονα η δυσαρέσκεια και ο προβληματισμός για την κυκλοφοριακή συμφόρηση και την έλλειψη

διαθέσιμων χώρων στάθμευσης κυρίως στην Πόλη Χανίων, τη μη πραγματοποίηση αρκετών εκδηλώσεων/φεστιβάλ ενώ πολλά είναι τα παράπονα σχετικά με τη δυσκολία εύρεσης διαθέσιμων ενοικιαζόμενων οχημάτων αλλά και ταξί, έλλειψης ψηφιακών πινάκων πληροφόρησης στις στάσεις λεωφορείων προκαλώντας μεγάλο συνωστισμό και τλαιπωρία στους τουρίστες, καθώς και την ανεπαρκή υποδομή για ποδηλατόδρομους. Πολλά αρνητικά σχόλια διατύπωσαν οι τουρίστες επίσης για τα εγκαταλλειμένα κτίρια, τα αδέσποτα και το φαινόμενο της επαιτείας, τα οποία είναι πολύ έντονα τόσο στην Παλαιά Πόλη Χανίων όσο και στις ευρύτερες τουριστικές περιοχές και τα οποία χρήζουν άμεσης ανάγκης προσεκτικής αντιμετώπισης.



Φωτογραφία IGD



Φωτογραφία IGD

Κοινωνικό Πρόσημο

Με κοινωνικό πρόσημο προσφοράς ιατροτεχνολογικού εξοπλισμού στη Μονάδα Νεογνών του ΠΑΓΝΗ, το Πανελλήνιο Αθλητικό Σωματείο Γυναικών «Καλλιπάτειρα», πραγματοποίησε την κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας στο Ηράκλειο.

Στην εκδήλωση, η Πρόεδρος του Σωματείου κα Κατερίνα Παναγοπούλου και η Πρόεδρος του Παραρτήματος Ηρακλείου κα Μαρία Αντωνακάκη σημείωσαν ο σκοπός της φετινής εκδήλωσης για την κοπή της Βασιλόπιτας ήταν ιερός και η εκδήλωση ήταν αφιερωμένη στις ανάγκες των παιδιών, με την διάθεση των εσόδων στην Εντατική νεογνών του ΠΑΓΝΗ.

Στη διάρκεια της εκδήλωσης τιμήθηκαν τρία πρόσωπα που διακρίθηκαν για την παρουσία και την προσφορά τους στην κοινωνία.

Η επιχειρηματίας Νανά Καράτζη, ως ένδειξη αναγνώρισης της διαχρονικής προσφοράς στο Σωματείο και την τοπική επιχειρηματικότητα και κοινωνία.

Ο χειρουργός οφθαλμίατρος Γιώργος Παππάς για την πολύχρονη προσφορά στην ιατρική, τις δωρεάν προληπτικές εξετάσεις που οργάνωσε το Σωματείο καθώς και το επιστημονικό επίτευγμα τοποθέτησης ενθέματος σε άτομα με πολύ χαμηλή όραση.

Τιμήθηκε επίσης ο αθλητής ποδηλασίας, κάτοχος Πανελληνίων ρεκόρ, Κωνσταντίνος Τσαγκατάκης, 11ος στο πανευρωπαϊκό πρωτάθλημα δρόμου 2022 στην ατομική χρονομέτρηση, ως νέος με ειδικές δεξιότητες που αποτελεί πρότυπο για τη νέα γενιά.



30 ΧΡΟΝΙΑ ΗΛΙΑΧΤΙΔΑ

30 Χρόνια Γεμάτα Φως

Εκδήλωση για τον εορτασμό των 30 χρόνων από τη ίδρυση της Ηλιαχτίδας, του Παγκρήτιου Συλλόγου Γονέων και Φίλων Παιδιών με Νεοπλασία. Η εκδήλωση άνοιξε με την προβολή της ταινίας «30 Χρόνια Ηλιαχτίδα» που παρουσίασε μια αναδρομή στη δράση, το έργο και την προσφορά του Συλλόγου.

Ακολούθησε χαιρετισμός της προέδρου της Ηλιαχτίδας, κας Μαρίας Ευστρατίου.

Στη συνέχεια, η αντιπρόεδρος του Δ.Σ. της Ηλιαχτίδας κα Κωστούλα Τρουλλινάκη παρουσίασε την οργάνωση και την προσφορά της Εθελοντικής ομάδας.

Η κα Κυριακή Γιαννεδάκη, μέλος του Δ.Σ. και μητέρα παιδιού της Ηλιαχτίδας, μίλησε για την προσωπική εμπειρία της και το ρόλο της Ηλιαχτίδας σε αυτή.

Οι Ομιλίες ολοκληρώθηκαν με τη Διευθύντρια Παιδοψυχιατρικής και Ψυχιατρικής Κλινικής του Πα.Γ.Ν.Η., κα Μαρία Μπάστα.

Ξεχωριστή στιγμή της βραδιάς αποτέλεσε η απονομή βραβείων σε φορείς, επιχειρήσεις και δημόσια πρόσωπα ως ένδειξη ευγνωμοσύνης, για την πολύτιμη προσφορά τους στο έργο της Ηλιαχτίδας.

Κατά τη διάρκεια της βραδιάς τιμητικά βραβεία παρέλαβαν:

- Για το Υπουργείο Υγείας, η Υφυπουργός κα Ζωή Ράππη
- Για το Υπουργείο Αθλητισμού, ο Υφυπουργός, κος Λευτέρης Αυγενάκης

- Για την Περιφέρεια Κρήτης ο κος Καμπουράκης Λάμπρος, Αντιπεριφερειάρχης στον τομέα Κοινωνικής Πολιτικής.
- Για την 7η Υγειονομική Περιφέρεια Κρήτης, ο κ. Νεκτάριος Παπαβασιλείου, Διοικητής της 7ης Υγειονομικής Περιφέρειας Κρήτης.

- Για τον Δήμο Ηρακλείου, η κα Ρένα Παπαδάκη, Αντιδήμαρχος Κοινωνικών Υπηρεσιών του Δήμου Ηρακλείου.
- Για τον Δήμο Αγίου Νικολάου ο κος Αντώνης Ζερβός, Δήμαρχος Αγίου Νικολάου.

- Για τον Δήμο Ρεθύμνης, η κα Δέσποινα Μαυράκη, εκπρόσωπος του Δήμου Ρεθύμνης.
- Για τη Διοίκηση του Πανεπιστημιακού Γενικού Νοσοκομείου Ηρακλείου ο καθ. κ. Γεώργιος Χαλκιαδάκης, Διοικητής Πα.Γ.Ν.Η. και ο κ. Στέλιος Κτενιαδάκης, Αναπληρωτής Διοικητής Πα.Γ.Ν.Η.

- Για το Τμήμα Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, η Πρόεδρος του Τμήματος, κα Θεανώ Κοκκινάκη.
- Για το ΙΤΕ, οι καθηγητές κ. Δημήτριος Πλεξουσάκης, Διευθυντής Ινστιτούτου Πληροφορικής ΙΤΕ και ο κ. Κωνσταντίνος Στεφανίδης, Επικεφαλής Εργαστηρίου Αλληλεπίδρασης Ανθρώπου-

- Για το Υπουργείο Υγείας, η Υφυπουργός κα Ζωή Ράππη
- Για το Υπουργείο Αθλητισμού, ο Υφυπουργός, κος Λευτέρης Αυγενάκης

- Για την Περιφέρεια Κρήτης ο κος Καμπουράκης Λάμπρος, Αντιπεριφερειάρχης στον τομέα Κοινωνικής Πολιτικής.
- Για την 7η Υγειονομική Περιφέρεια Κρήτης, ο κ. Νεκτάριος Παπαβασιλείου, Διοικητής της 7ης Υγειονομικής Περιφέρειας Κρήτης.

- Για τον Δήμο Ηρακλείου, η κα Ρένα Παπαδάκη, Αντιδήμαρχος Κοινωνικών Υπηρεσιών του Δήμου Ηρακλείου.
- Για τον Δήμο Αγίου Νικολάου ο κος Αντώνης Ζερβός, Δήμαρχος Αγίου Νικολάου.

- Για τον Δήμο Ρεθύμνης, η κα Δέσποινα Μαυράκη, εκπρόσωπος του Δήμου Ρεθύμνης.
- Για τη Διοίκηση του Πανεπιστημιακού Γενικού Νοσοκομείου Ηρακλείου ο καθ. κ. Γεώργιος Χαλκιαδάκης, Διοικητής Πα.Γ.Ν.Η. και ο κ. Στέλιος Κτενιαδάκης, Αναπληρωτής Διοικητής Πα.Γ.Ν.Η.
- Για το Τμήμα Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, η Πρόεδρος του Τμήματος, κα Θεανώ Κοκκινάκη.
- Για το ΙΤΕ, οι καθηγητές κ. Δημήτριος Πλεξουσάκης, Διευθυντής Ινστιτούτου Πληροφορικής ΙΤΕ και ο κ. Κωνσταντίνος Στεφανίδης, Επικεφαλής Εργαστηρίου Αλληλεπίδρασης Ανθρώπου-



Υπολογιστή του Ινστιτούτου Πληροφορικής ΙΤΕ.

- Για την Παγκρήτια Ένωση Αξιωματικών Αστυνομίας, ο κ. Στέλιος Καρακούδης-Πρόεδρος Παγκρήτιας Ένωσης Αξιωματικών Αστυνομίας.
- Για το Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, ο κος Πάνος Βαζαίος, μέλος της ομάδας Διαχείρισης Δωρεών.

- Για τα Τραπεζικά Συστήματα Πληροφοριών «Τειρεσίας Α.Ε.», ο κ. Αριστόβουλος Κλάδης.
- Για την Aegean, η κα Μαίρη Κυριακού, Corporate Responsibility Manager.
- Για τις Μινωικές Γραμμές η κα Ειρήνη Μαράκη, Στέλεχος Υπηρεσίας Επικοινωνίας Μινωικών Γραμμών.

- Για την εταιρεία Πλαστικά Κρήτης, η κα Άννα Λεμπιδάκη, Αντιπρόεδρος της εταιρείας.
- Για το Τεχνικό Γραφείο MorFOSis – Καφφετζάκης Μιχάλης, ο κ. Γεώργιος



Καφφετζάκης προς τιμήν του πατέρα του.

- Για τον Όμιλο ΟΤΕ ο κ. Νίκος Λυρώνης, Technical Senior Manager
- Για το Εστιατόριο WAKA, ο κ. Σταμάτης Πλευράκης.
- Για τον Ροταριανό Όμιλο Ηρακλείου, ο κ. Γεώργιος Γιακουμάκης.
- Για τη Λέσχη Lions, ο πρόεδρος, κος Αλφρέδος Ευθυμίου.
- Για το Όραμα Ελπίδας, η κα Κάτια Χατζηπέτρου, Στέλεχος Συλλόγου Όραμα Ελπίδας.
- Και τέλος, για την Εθελοντική ομάδα του Συλλόγου η εθελόντρια κα Δήμητρα Αποστολάκη, σύμβολο αισιοδοξίας και ενθάρρυνσης, έχοντας παλέψει και νικήσει και η ίδια σε παιδική ηλικία, τον καρκίνο, σε ένα χαιρετισμό που συγκίνησε ιδιαίτερως τους παρευρισκόμενους.



Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



1, 18 Agglon Sq. (Main Station), Heraklion Crete / Greece
 Tel: (+30) 2810 222408

Προτάσεις Διαδρομών

Πλατεία 18 Άγγλων, 1, Ηράκλειο
www.motorclub.gr
info@motorclub.gr
 Τηλ.: 2810 222 408

Μέχρι σήμερα η Ηλιαχτίδα έχει προσφέρει στο Πα.Γ.Ν.Η. δωρεές άνω του ποσού των 1.257.643 ευρώ

Η σημαντική στήριξη της Ηλιαχτίδας προς τους ωφελούμενους της κατά την χρονική περίοδο 2011-2020 ξεπέρασαν το ποσό των 700.000 ευρώ.

Έχει κατασκευάσει και δωρίσει στο Πα.Γ.Ν.Η. τον Παιδικό Ξενώνα Φιλοξενίας "η Ηλιαχτίδα" όπου παρεχεται δωρεάν διαμονή στους γονείς των παιδιών που νοσηλεύονται.

Ο Παιδικός Ξενώνας Φιλοξενίας "η ηλιαχτίδα" από το 2013 έως σήμερα έχει φιλοξενήσει περισσότερες από 90 οικογένειες, καλύπτοντας παράλληλα τις βασικές ανάγκες διαμονής τους.

Φροντίζει για την εύρυθμη διαχείριση και λειτουργία του Ξενώνα σε συνεργασία με τη Διοίκηση του Πα.Γ.Ν.Η., χρηματοδοτώντας μέρος των λειτουργικών του δαπανών (μισθοδοσία προσωπικού, έξοδα συντήρησης, προμήθεια βασικών τροφίμων και ειδών). Για το σκοπό αυτό η Ηλιαχτίδα έχει διαθέσει περισσότερα από 150.000 ευρώ (2013-σήμερα).

Για το διάστημα 2016 -2020 η Ηλιαχτίδα έχει δεχτεί και καλύψει περισσότερα από 650 οικονομικά αιτήματα που αφορούν σε ιατρικές ή άλλες δαπάνες.

Έχει ανακαινίσει και εξοπλίσει πλήρως ένα παιδότοπο στον χώρο της Κλινικής Αιματολογίας - Ογκολογίας Παίδων του Πα.Γ.Ν.Η.

Η εξωνοσοκομειακή ψυχολογική στήριξη των μελών των οικογενειών των πασχόντων παιδιών κατά το χρονικό διάστημα 2016 -2020 ξεπερνά τις 2000 συνεδρίες.

Ανέλαβε το κόστος της διαμόρφωσης και του πλήρους εξοπλισμού 2 θαλάμων για Μεταμόσχευση Μυελού των Οστών στην Κλινική Αιματολογίας - Ογκολογίας Παίδων του Πα.Γ.Ν.Η.

Έχει δημιουργήσει Μητρώο Εθελοντών δωτών αιμοπεταλίων και αίματος για την στήριξη των οικογενειών στην εύρεση κατάλληλων δωτών αιμοπεταλίων όσο και στην αντιμετώπιση ελλείψεων ζωτικής σημασίας.

Ανέλαβε το κόστος της αγοράς μηχανήματος σταδιακής κατάψυξης, απαραίτητο για την επεξεργασία των μοσχευμάτων.

Το 2019 η Ηλιαχτίδα προχώρησε στη δημιουργία μιας Δομής Ψυχοκοινωνικής Στήριξης, πρωτοποριακής στην Ελλάδα, που λειτουργεί υπό την εποπτεία του Τμήματος Ψυχολογίας του Πανεπιστημίου Κρήτης, παρέχοντας δωρεάν συνεδρίες ψυχολογικής ενδυνάμωση στους μικρούς ασθενείς και στα μέλη των οικογενειών τους.

Ανέλαβε, κατά τα έτη 2007-2015, το κόστος μισθοδοσίας, ποσού 60.900 ευρώ της παιδοψυχολόγου η οποία είχε διατεθεί στην Κλινική Αιματολογίας- Ογκολογίας Παίδων του Πα.Γ.Ν.Η.

Τα έσοδα του Συλλόγου προέρχονται από συνδρομές μελών, δωρεές, χορηγίες και από κοινωνικές και πολιτιστικές εκδηλώσεις που η Ηλιαχτίδα οργανώνει ή συμμετέχει.

Κάλεσε από σταθερό ή κινητό και στήριξε το έργο της Ηλιαχτίδας

19850*

Στην Ηλιαχτίδα είμαστε όλοι εθελοντές. Γονείς και φίλοι παιδιών με καρκίνο, αφοσιωμένοι στην εξυπηρέτηση του σκοπού του Συλλόγου, χωρίς καμία οικονομική αμοιβή με απεριόριστη Αγάπη και Σεβασμό στα παιδιά και στις οικογένειες τους.

...μια Ηλιαχτίδα για κάθε παιδί σε όλο το νησί!!!

*Χρέωση από σταθερό: 2,60€ με ΦΠΑ και τέλος σταθερής τηλεφωνίας
 Χρέωση από κινητό: 2,48€ με ΦΠΑ και εφαρμόζεται επιπλέον τέλος κινητής τηλεφωνίας με βάση το λογαριασμό του καταναλωτή



Για την έντυπη επικοινωνία σας

ΕΝΤΥΠΟ

Κατάλογοι, βιβλία, περιοδικά, φυλλάδια, εφημερίδες, ειδικά εμπορικά έντυπα, ψηφιακή εκτύπωση σε όλων των ειδών τα υλικά, μηχανογραφικά έντυπα.



ΚΟΥΤΙ

Κουτιά ζαχαροπλαστέιου, ψητοπωλείου, πίτσας, υδράντοχα με ειδική επίστρωση για άμεση επαφή με τρόφιμα εστίασης, ψυγείου και βαθειάς κατάψυξης. Κουτιά ποτών και αναψυκτικών.



ΠΟΤΗΡΙ

Χάρτινα ποτήρια με εκτύπωση λογότυπου ή προτυπωμένα, μονότοιχα η διπλότοιχα όλων των διατάσεων (4, 8, 12, 16 oz).



Ο σύγχρονος μηχανολογικός εξοπλισμός και η πολυετή εμπειρία μας, στο χώρο των εκτυπώσεων, μας δίνει τη δυνατότητα να προσφέρουμε ολοκληρωμένες λύσεις, προβολής και προώθησης, με την υψηλότερη ποιότητα παραγωγής στη χαμηλότερη τιμή.



www.cupcode.gr - info@cupcode.gr

CUP
CODE