



cretanbusiness.gr

Brand Name «Κρήτη»

Γεώργιος Γιακουμάκης

Βιώσιμος
Τουριστικός
Προορισμός

Αναπτυξιακή
Πορεία
Τράπεζας Χανίων

Marketing
Σύμμαχος
Επιτυχίας

3ο Κρητών Φιλοξενείν
ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Save the Date

ΗΡΑΚΛΕΙΟ

ΣΑΒΒΑΤΟ

21
2023

ΟΚΤ

Καινοτόμες Αναπτυξιακές Προοπτικές
Τουριστικής Οικονομίας

Διοργάνωση Κρητών Επιχειρείν
με την Συμμετοχή του ΕΛΜΕΠΑ
Διοίκηση Επιχειρήσεων και Τουρισμού



Με την συμμετοχή της Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού
του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου – ΕΛΜΕΠΑ

Σάββατο 21 Οκτωβρίου 2023 • 10πμ • Ηράκλειο

Συνεδριακό Αμφιθέατρο ΕΛΜΕΠΑ

Εσταυρωμένος Ηρακλείου – Τ.Κ. 71410 - Αίθουσα: Κ.45.0.03 - Σχολή Υγείας



ΔΗΜΟΣ
ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ



ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ
ΝΟΜΟΥ ΡΕΘΥΜΝΗΣ



6 Κρητών Φιλοξενείν

Καινοτόμες Αναπτυξιακές Προοπτικές
Τουριστικής Οικονομίας

8 Οικονομία

Ιδιωτική πίστωση

Του Γιώργου Ατσαλάκη

10 Διαμεσολάβηση

Τα πλεονεκτήματα της διαμεσολάβησης
στον χώρο του επιχειρείν

της Πέπης Κατσιγιαννάκη

14 Αρτοποιία

Best Cookies of 2023

Βράβευση Cretan Bakery

18 Περιβάλλον

Κλιματική αλλαγή και επιπτώσεις στο Περιβάλλον:

Ωρα ευθύνης για όλους

της Εβελίνας Μπάκιντα

22 Συνέντευξη

Θησαυρός Υγείας και Γαστρονομίας

Συνέντευξη του Ηλία Μανούσακα

26 Οικονομία

Αναπτυξιακή Πορεία Τράπεζας Χανίων

28 Συνέντευξη

Βιώσιμος Τουριστικός Προορισμός

Συνέντευξη του Μανώλη Τσακαλάκη

34 Έρευνα

Το σπάνιο μέλι «καλοκοιμηθιάς» Χανίων

της Παναγιώτας Γώτσιου

40 Συνέντευξη

Marketing - Σύμμαχος Επιτυχίας

Συνέντευξη του Αθανάσιου Βούρδα

44 Συνέντευξη

Brand Name «Κρήτη»

Συνέντευξη του Γεώργιου Γιακουμάκη

48 Συνέντευξη

Πράσινο Προορισμός

Συνέντευξη του Ιωάννη Μαλανδράκη

56 Πρωτογενής Τομέας

Ανασυγκρότηση αγροτικής οικονομίας

58 Οινοποιία

Η Τέχνη του Κρασιού

60 Ρομποτική

Βράβευση Κρητών Ολυμπιονικών

Αθλητικής Ρομποτικής



Ιδιοκτήτης - Εκδότης Κώστας Λιακάκης • Διαφημίσεις - Ανάτυπα Εμμανουήλ Δ. Λιναρίτης • Εμπορικό: marketing@cretanbusiness.gr • Συδρομές: contact@cretanbusiness.gr • Σύνταξη: cretan@cretanbusiness.gr • Επιμέλεια & Παραγωγή Idea Graphics Design • Υπεύθυνος Τυπογραφείου Ανδρέας Μποτζάκης, 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.



Το φωτογραφικό υλικό είναι από τους φορείς (Περιφέρεια, Επιμελητήρια, ΟΤΑ κα) και των αρθρογράφων

cretanbusiness.gr
ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ:



YouTube



Τουριστική Οικονομία Καινοτόμες Αναπτυξιακές Προοπτικές

Η επόμενη 3η Παγκρήτια Ημερίδα Τουρισμού Κρητών Φιλοξενείν με θέμα την καινοτομία στην τουριστική οικονομία θα αποτελέσει μια πλατφόρμα για την ανταλλαγή ιδεών, την παρουσίαση πρωτοποριακών έργων και την εμπνευσμένη συζήτηση για το μέλλον του τουρισμού. Από την εφαρμογή νέων τεχνολογιών και ψηφιακών λύσεων, μέχρι την ανάδειξη της βιωσιμότητας και της πολιτιστικής κληρονομιάς, η καινοτομία ανοίγει νέους ορίζοντες για τον τουριστικό τομέα. Θα προσφέρει την ευκαιρία να ανταλλάξουμε απόψεις, να εμπνευστούμε από πρωτοποριακά έργα και να δημιουργήσουμε νέες συνεργασίες για την ανάπτυξη του τουρισμού με καινοτόμο τρόπο. αναμένεται να προσφέρει μια πλατφόρμα για την προβολή και τον διάλογο σχετικά με την καινοτομία στον τουριστικό τομέα.

Οι συμμετέχοντες θα έχουν την ευκαιρία να ενημερωθούν για τις πιο πρόσφατες τάσεις και πρακτικές καινοτομίας και να εξετάσουν πώς μπορούν να εφαρμοστούν στις δραστηριότητές τους. Μέσω της συνεργασίας και της ανταλλαγής ιδεών, ο τουριστικός τομέας μπορεί να προσαρμοστεί και να ανταποκριθεί στις ανάγκες των σύγχρονων ταξιδιωτών, δημιουργώντας μια βιώσιμη και καινοτόμο τουριστική εμπειρία.

Ο τομέας του τουρισμού έχει τη δυνατότητα να γίνει ηγέτης στην εφαρμογή της καινοτομίας και να διαμορφώσει ένα μέλλον γεμάτο ευκαιρίες. Με τη συμμετοχή όλων των ενδιαφερομένων φορέων και την υιοθέτηση της καινοτομίας ως βασικής αρχής, ο τουρισμός μπορεί να συνεχίσει να εκπλήσσει, να

εμπνέει και να εμβαθύνει τη σχέση των ανθρώπων με τον κόσμο γύρω τους.

Οι προοπτικές μπορεί να είναι αισιόδοξες και η καινοτομία αποτελεί το κλειδί για τη διαμόρφωση ενός ανταγωνιστικού και βιώσιμου τουριστικού τομέα. Είναι απαραίτητο οι επιχειρηματίες του τουρισμού να παραμείνουν ενημερωμένοι και ευέλικτοι, προσαρμόζοντας τις στρατηγικές τους και επενδύοντας στην καινοτομία, προκειμένου να ανταποκριθούν στις ανάγκες των μεταβαλλόμενων ταξιδιωτών. Με την κατάλληλη χρήση των νέων τεχνολογιών και την έμφαση στην αειφορία, ο τουρισμός μπορεί να γίνει πιο δυναμικός, αυθεντικός και βιώσιμος.

Το Κρητών Φιλοξενείν αποτελεί δράση του Κρητών Επιχειρείν, με την διοργάνωση της 3ης Ημερίδας, με την συμμετοχή της Διοίκησης Επιχειρήσεων και Τουρισμού του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου – ΕΛΜΕΠΑ και θέμα «Καινοτόμες Αναπτυξιακές Προοπτικές Τουριστικής Οικονομίας».

Η εκδήλωση θα πραγματοποιηθεί το **Σάββατο 21 Οκτωβρίου 2023** στις 10 το πρωί, στο Ηράκλειο και συγκεκριμένα στο **Συνεδριακό Αμφιθέατρο του ΕΛΜΕΠΑ** (Εσταυρωμένος Ηρακλείου – Τ.Κ. 71410 - Αίθουσα: Κ.45.0.03 - Σχολή Υγείας).

Τελεί υπό την **Αιγίδα των:** Υπουργείου Τουρισμού, Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας, Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, Πανελληνίας Ομοσπονδίας Διευθυντών Ξενοδοχείων, Δήμου Ηρακλείου και με την **υποστήριξη** της Ένωσης Ξενοδοχείων Ηρακλείου και του Συλλόγου Ξενοδόχων Ρεθύμνης.



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



ΠΟΤΗΡΙ

Χάρτινα ποτήρια με εκτύπωση λογότυπου ή προτυπωμένα, μονότοιχα ή 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





Ιδιωτική πίστωση

του Γιώργου Ατσαλάκη

Ιδιωτική πίστωση είναι μια φράση που δεν χρησιμοποιείτε συχνά στην οικονομική ορολογία. Συνήθως αναφέρεται, σε ιδιωτική χρηματοδότηση ή ιδιωτικό δάνειο. Το ιδιωτικό δάνειο αφορά την χρηματοδότηση που παρέχεται από ιδιωτικά μέσα, και όχι από τράπεζες ή δημόσια ιδρύματα. Δηλαδή δάνεια από ιδιώτες, επενδυτές, επιχειρηματικά ταμεία, πιστωτικά ταμεία κλπ. Η ιδιωτική χρηματοδότηση είναι συνήθως λιγότερο ρυθμισμένη από την παραδοσιακή χρηματοδότηση και μπορεί να παρέχει περισσότερη ευελιξία σε όρους όπως τα επιτόκια, η διάρκεια των δανείων, κλπ.

Σήμερα περισσότερο από ποτέ οι επενδυτές αναζητούν επενδύσεις που μπορούν παρέχουν αξιόπιστο ανταγωνιστικό και σταθερό εισόδημα μέσω των οικονομικών κύκλων. Μια κατηγορία περιουσιακών στοιχείων που συχνά παραβλέπεται είναι η ιδιωτική πίστωση.

Η ιδιωτική πίστωση αναφέρεται σε χρηματοδότηση εμπορικών επενδύσεων σε ακίνητα με εγγύηση περιουσιακών στοιχείων καθώς τα δάνεια είναι εξασφαλισμένα με υποθήκες σε φυσικά περιουσιακά στοιχεία όπως π.χ. κτίρια γραφείων, καταστήματα, αποθήκες, οικοδομές προς ενοικίαση, και άλλα ακίνητα π.χ. γεωργικές εκτάσεις κλπ.

Παρακάτω είναι μερικά πράγματα που θα πρέπει να γνωρίζει κάποιος που ενδιαφέρεται για ιδιωτική πίστη:

- 1. Προσαρμοστικότητα:** Τα ιδιωτικά δάνεια είναι συχνά πιο ευέλικτα από τα τραπεζικά δάνεια, με πιο προσαρμόσιμους όρους και συνθήκες.
- 2. Ευελιξία στα Επιτόκια:** Τα επιτόκια των ιδιωτικών δανείων μπορεί να είναι είτε σταθερά είτε μεταβλητά, ανάλογα με τη συμφωνία που γίνεται με τον δανειστή.
- 3. Χρήση Γεφυρωτικής Χρηματοδότησης:** Τα ιδιωτικά δάνεια μπορεί να είναι χρήσιμα ως μια μορφή «γεφυρωτικής» χρηματοδότησης, γεφυρώνοντας το χάσμα μεταξύ του πότε

χρειάζεστε χρήματα και του πότε μπορείτε να λάβετε από άλλα χρηματοδοτικά μέσα.

- 4. Ρίσκο:** Με τα ιδιωτικά δάνεια, θα πρέπει χρειάζεται προσοχή ώστε να διαβαστούν και να κατανοηθούν πλήρως όλοι οι όροι πριν υπογραφεί μια συμφωνία. Υπάρχει το ενδεχόμενο το επιτόκιο να είναι πολύ υψηλό.
- 5. Κανονιστικό Περιβάλλον:** Τα ιδιωτικά δάνεια δεν είναι υπό τον ίδιο βαθμό κανονιστικού ελέγχου όπως τα τραπεζικά δάνεια, το οποίο μπορεί να είναι και καλό και κακό ανάλογα με την κατάσταση.
- 6. Αξιοπιστία Δανειστή:** Επειδή η ιδιωτική χρηματοδότηση προέρχεται από άτομα ή επιχειρήσεις που δεν υπόκεινται στην ίδια κανονιστική εποπτεία όπως οι τράπεζες, είναι σημαντικό να διερευνάται πλήρως ο δανειστής και να διασφαλιστεί ότι είναι αξιόπιστος.
- 7. Πρόσβαση σε Κεφάλαιο:** Για κάποιους ανθρώπους, ιδιαίτερα για τους επιχειρηματίες, η ιδιωτική χρηματοδότηση μπορεί να είναι μια καλή επιλογή γιατί η πρόσβαση σε τραπεζικά δάνεια μπορεί να είναι περιορισμένη. Εν τέλει, το κατάλληλο δάνειο θα εξαρτηθεί από τις συγκεκριμένες ανάγκες και τις συνθήκες.

Οι δανειολήπτες του ιδιωτικού χρέους μπορούν να είναι εταιρίες ανάπτυξης ακινήτων ή άλλων ιδιωτικών έργων. Αυτοί οι δανειολήπτες μπορεί να προτιμούν ιδιωτικά δάνεια έναντι των τραπεζικών δανείων λόγω της συντομότερης διαδικασίας έγκρισης γιατί χρειάζονται περισσότερη ευελιξία από ό,τι μπορεί μια τράπεζα να παρέχει ή απλά η τράπεζα μπορεί να μην είναι σε θέση να προσφέρει αυτού του είδους το δάνειο γιατί οι τράπεζες συχνά αδυνατούν να δεχθούν κάθε είδους εξασφάλιση.

Σε αυτά τα δάνεια, οι ιδιωτικοί πιστωτές χρεώνουν υψηλότερο επιτόκιο από ότι οι τράπεζες. Ένας από τους πρωταρχικούς κινδύνους της ιδιωτικής πίστωσης είναι ο κίνδυνος αποπληρωμής του δανείου. Για αυτό εξασφαλίζονται με εγγεγραμμένη πρώτη υποθήκη επί της ακίνητης περιουσία του δανειολήπτη. Εάν οι δανειολήπτες δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις αποπληρωμές τους, οι δανειστές έχουν το δικαίωμα πώλησης του περιουσιακού στοιχείου για την εξόφληση του δανείου.

Το ιδιωτικά δάνεια παρέχονται από ιδιωτικά ταμεία τα οποία αποτελούν ένα τύπο επενδυτικών ταμείων που ειδικεύονται στην παροχή χρηματοδότησης σε εταιρείες που συνήθως δεν έχουν πρόσβαση σε παραδοσιακές μορφές δανείων από τράπεζες ή άλλα χρηματοπιστωτικά ιδρύματα. Αυτά τα κεφάλαια μπορούν να αποτελούν μέρος μιας διαφοροποιημένης επενδυτικής στρατηγικής ή

να επικεντρωθούν σε ορισμένους τομείς ή τύπους επενδύσεων. Γενικώς τα ταμεία αυτά λειτουργούν ως εξής:

Συγκέντρωση κεφαλαίου: Πρώτον, το ταμείο συγκεντρώνει χρήματα από επενδυτές, οι οποίοι θα μπορούσαν να είναι θεσμικοί επενδυτές όπως συνταξιοδοτικά ταμεία, δωρεές ή ασφαλιστικές εταιρείες, καθώς και άτομα υψηλής οικονομικής επιφάνειας.

Επενδυτική στρατηγική: Οι διαχειριστές κεφαλαίων θα προσδιορίσουν στη συνέχεια μια επενδυτική στρατηγική που να ευθυγραμμίζεται με την τεχνογνωσία τους και την ανοχή κινδύνου των επενδυτών τους. Αυτή η στρατηγική μπορεί να περιλαμβάνει επένδυση σε χρέος, παροχή ενδιάμεσης χρηματοδότησης ή δανεισμό σε μεσαίες εταιρείες.

Επένδυση: Μόλις καθοριστεί η στρατηγική, το πιστωτικό ταμείο θα αρχίσει να επενδύει σε δάνεια ή άλλα χρεόγραφα. Αυτό μπορεί να περιλαμβάνει άμεσο δανεισμό σε εταιρείες, αγορά υφιστάμενων δανείων στη δευτερογενή αγορά ή ακόμη και συμμετοχή σε δομημένες χρηματοοικονομικές συναλλαγές.

Πληρωμές τόκων και κεφαλαίου: Οι εταιρείες που έχουν δανειστεί από το ταμείο θα πραγματοποιούν τακτικές πληρωμές τόκων και τελικά θα αποπληρώσουν το αρχικό ποσό του δανείου. Αυτή είναι η κύρια πηγή αποδόσεων για το ταμείο.

Επιστροφή κεφαλαίου: Τέλος, το πιστωτικό ταμείο θα επιστρέψει κεφάλαια στους επενδυτές του, συνήθως μετά από μια προκαθορισμένη χρονική περίοδο ή αφού εκπληρωθούν ορισμένα κριτήρια απόδοσης.

Ένα σημαντικό σημείο που πρέπει να τονιστεί είναι ότι η επένδυση σε ιδιωτικά πιστωτικά κεφάλαια μπορεί να είναι επικίνδυνη. Οι αποδόσεις μπορεί να είναι ελκυστικές, αλλά αυτά τα κεφάλαια συνήθως δανείζουν σε εταιρείες που μπορεί να έχουν υψηλότερο κίνδυνο αθέτησης υποχρεώσεων. Επομένως, μια εις βάθος ανάλυση της πιστοληπτικής ικανότητας είναι ζωτικής σημασίας πριν από την πραγματοποίηση μιας επένδυσης σε αυτούς τους τύπους κεφαλαίων.

Καθώς αυξάνονται τα επιτόκια αυξάνονται και οι αποδόσεις στους επενδυτές. Επίσης καθώς μειώνεται η αγορά μειώνονται και οι αποδόσεις. Σήμερα οι επενδύσεις σε εμπορικά ακίνητα αντιμετωπίζουν πολλά προβλήματα εξ αιτίας της χαμηλής ζήτησης για εμπορικά ακίνητα. Π.χ. η εξ αποστάσεως εργασία μειώνει την ζήτηση για γραφεία. Πολύ σύντομα θα δούμε αθετήσεις πληρωμών δανείων προς τα ιδιωτικά πιστωτικά ιδρύματα αλλά και προς τις τράπεζες.



Γιώργος Ατσαλάκης,
Οικονομολόγος,
Αναπληρωτής Καθηγητής
Πολυτεχνείου Κρήτης
Εργαστήριο Ανάλυσης
Δεδομένων και Πρόβλεψης

της Πέπης Κατσιγιαννάκη

Τα πλεονεκτήματα της διαμεσολάβησης στον χώρο του επιχειρείν



Πέπη Κατσιγιαννάκη
Δικηγόρος Παρ' Αρείω Πάγω & Διαπιστευμένη Διαμεσολαβήτρια

Στις εμπορικές συναλλαγές, που τις διέπει η ταχύτητα, το ρίσκο, η ανάγκη σταθερότητας και η έλλειψη συναισθηματικής εμπλοκής, το ζητούμενο είναι η απόδοση και αποτελεσματικότητα με στόχο την οικονομική ωφέλεια. Για το λόγο αυτό θέλουμε οι τυχόν συγκρούσεις να επιλύονται, πριν καν αναπτυχθούν, γοργά και αποτελεσματικά, χωρίς να παρακωλύονται οι συναλλακτικές σχέσεις, οι οποίες βασίζονται στην ευθύτητα και την εμπιστοσύνη. Η επιχείρηση δίνει πολύ μεγάλη έμφαση στη διατήρηση της καλής δημόσιας εικόνας της και στην εξασφάλιση ευμενών σχολίων και κριτικών. Συναντάμε συχνά την τάση παροχής δώρων και διαφόρων προνομίων στους παραπονούμενους συμβαλλόμενους, για να αποφευχθεί μία ρήξη. Ειδικά όταν πρόκειται για συναλλαγές που έχουν το στοιχείο της αλλοδαπότητας, η αποσυμπύεση των κρίσεων εν τη γενέσει τους είναι το πρώτιστο ζητούμενο.

Εάν δε η αποφυγή της σύγκρουσης δεν είναι εφικτή, ο επιχει-

ρηματίας θα προσφύγει σε δικηγόρο, ο οποίος θα κληθεί να αναζητήσει ποιο είναι το αρμόδιο δικαστήριο και το εφαρμοστέο δίκαιο, και με τα όπλα που του δίνει αυτό να ξεκινήσει μια διαδικασία δικαστική, πολλές φορές σε άγνωστα νερά, όταν πρόκειται για διαφορετικά δικαιοκά συστήματα, η οποία έχει μακρά πορεία, αμφίβολη επιτυχία και μεγάλο κόστος. Η δε απώλεια της εμπιστοσύνης μεταξύ των μερών και η διακοπή των συναλλαγών τους είναι παράπλευρη και αναπόφευκτη απώλεια.

Στην αποφυγή της επιλογής της δικαστικής οδού και όλων των γκρίζων τοπίων που συνεπάγεται αυτή στοχεύει η διαμεσολάβηση, ένας θεσμός εξωδικαστικής αποσυμπύεσης και επίλυσης διαφορών, ο οποίος θεσμοθετήθηκε σε ευρωπαϊκό επίπεδο με την Ευρωπαϊκή Οδηγία 2008/52/EK και έχει εισαχθεί στο ελληνικό σύστημα ήδη από το 2010.

Με τη βοήθεια ενός τρίτου προσώπου, ουδέτερου και αμερόληπτου, επιχειρείται η ανεύρεση των κοινών τόπων συνεννόησης μεταξύ των μερών και εξεύρεσης κοινά αποδεκτών λύσεων μέσα από μια διαδικασία που ελεύθερα καθορίζεται από τα ίδια τα μέρη.

Ο διαμεσολαβητής εκπαιδεύεται να έχει τα προσόντα να τηρεί ίσες αποστάσεις και ουδετερότητα απέναντι στα μέρη της διαφοράς. Οι αντίδικοι προσέρχονται με τους δικηγόρους τους, οι οποίοι ανταλλάσσουν μέσω του διαμεσολαβητή τις προτάσεις τους, χωρίς να δεσμεύονται από τους περιορισμούς της δικονομίας, εάν η διαφορά τους είχε προχωρήσει στη δικαστική οδό.

Ο διαμεσολαβητής δεν έχει την ιδιότητα του δικαστή ή του συμβούλου, ούτε του ειδήμονα. Ο διαμεσολαβητής είναι το πρόσωπο που θα διευκολύνει τα μέρη να επικοινωνήσουν, ώστε να καταστεί εφικτό να εντοπίσουν όλα τα προς διευθέτηση θέματα, τα οποία είναι συχνά πολύ περισσότερα ή και πιο ουσιαστικά από την αρχικά διαφανόμενη αντιδικία, να απορροφήσει τις εντάσεις μεταξύ των μερών και να τους βοηθήσει να οδηγηθούν σε μια κοινά αποδεκτή λύση.

Τα μέρη της διαφοράς μπορούν να συζητήσουν και να αναζητήσουν λύσεις, που δεν θα ήταν δυνατό να τις επινοήσει κανένα δικαστήριο, το οποίο περιορίζεται από τους κανόνες της δικονομίας να εξετάζει αυστηρά αυτά που έχει τη δυνατότητα και προτείνονται από τα μέρη.

Σε μια διαμεσολάβηση εξετάζονται τα ζητήματα από όλες τις πλευρές τους και τα μέρη αποσκοπούν στην ικανοποίηση των αμφιρόπων συμφερόντων τους, με γνώμονα τη μείωση της οικονομικής ζημίας και την αποφυγή των ασκόπων διαδικαστικών εξόδων.

Επίσης είναι πολύ βασικό γνώρισμα της διαμεσολάβησης ότι καθιστάται σαφές ότι οι εκμηστρεύ-



σεις που γίνονται από τα μέρη στο διαμεσολαβητή είναι απολύτως εμπιστευτικές και αποκαλύπτονται στο βαθμό και στην έκταση που τα ίδια τα μέρη επιτρέπουν. Οι δε προτάσεις και τυχόν υποχωρήσεις που γίνονται κατά τη διαδικασία των συζητήσεων, αφ' ενός μπορούν να αξιοποιηθούν μόνο στο πλαίσιο της διαδικασίας της διαμεσολάβησης, και δεν μπορούν να γνωστοποιηθούν ή να χρησιμοποιηθούν, εάν αυτή αποτύχει, αφ' ετέρου δεν είναι δεσμευτικές, εφόσον δεν καταλήξουν σε συμφωνία.

Η συμφωνία που μπορεί να επιτευχθεί έχει την ισχύ τελεσίδικης δικαστικής απόφασης, που δεσμεύει τα μέρη με τον τίτλο της εκτελεστότητας, χωρίς να απαιτείται η πληρωμή δικαστικού ενσήμου και τέλους απογράφου, για να είναι εφικτή η επιβολή της εφαρμογής της συμφωνίας. Τα μέλη της επιχειρηματικής κοινότητας αναγνωρίζουν τα θετικά της χρήσης της διαμεσολάβησης ως ένα εργαλείο, το οποίο συνδράμει στο επιχειρείν. Η διαμεσολάβηση παρέχει στα μέρη να αποφασίζουν τα ίδια για τα ζητήματά τους, δίχως νικητές ή ηττημένους, εφόσον τα ίδια καθορίζουν τους κανόνες της συνδιαλλαγής.

Το θεσμικό πλαίσιο της διαμεσολάβησης καθορίζεται από το νόμο 4640/2019 (ΦΕΚ Α' 190/30.11.2019), όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει και από τους κώδικες δεοντολογίας για τους διαμεσολαβητές, που ουσιαστικά θέτουν τα εχέγγρα της ορθής διεξαγωγής. Τα μέρη ωστόσο έχουν το πλεονέκτημα να καθορίζουν τα ίδια τους κανόνες της διεξαγωγής, τη γλώσσα, τον τόπο και το χρόνο, τον τρόπο διαβίβασης πληροφοριών, το βαθμό της εμπιστευτικότητας, τα εμπλεκόμενα μέρη και τους τυχόν τρίτους, τεχνικούς συμβού-

λους και εμπειρογνώμονες που θα αναμιχθούν.

Σημαντικό επίσης είναι ότι η διαμεσολάβηση μπορεί να λάβει χώρα με τη χρήση των σύγχρονων τεχνολογιών πληροφορίας και επικοινωνίας και δεν απαιτείται η φυσική συνεύρεση των εμπλεκόμενων πλευρών. Απόκειται δε στα μέρη μιας διασυνοριακής διαφοράς να ρυθμίσουν τον τρόπο της διεξαγωγής αυτής, ώστε να εξασφαλίζεται η ισότιμη συμμετοχή τους και το απόρρητο.

Επιπρόσθετα αξίζει να σημειωθεί ότι η διαμεσολάβηση χρησιμοποιείται με μεγάλη επιτυχία και για τη βελτίωση σχέσεων συγκρουομένων-διαπραγματευομένων πλευρών και τη διευθέτηση εμπορικών υποθέσεων, χωρίς να υφίσταται καν ζήτημα αντιδικίας, αλλά προκειμένου για εξεύρεση μίας κοινά αποδεκτής συμφωνίας σε περιπτώσεις όπως η χρηματοδότηση επιχειρήσεων.

Η διαμεσολάβηση είναι εφικτή στις περιπτώσεις που τα αντικρουόμενα μέρη έχουν την εξουσία διάθεσης του αντικειμένου της διαφοράς, και αυτό συμβαίνει κατά κόρον στις συναλλακτικές σχέσεις, όπου υπάρχει ο κανόνας της ιδιωτικής αυτονομίας και της ελευθερίας των συμβάσεων.

Παραδείγματα εφαρμογής του θεσμού της διαμεσολάβησης για την επίλυση διαφορών βρίσκουμε σε πολλούς τομείς της επιχειρηματικότητας.

Στον χώρο των εμπορικών συμβάσεων, όπου η ανώμαλη εξέλιξή τους μπορεί να οδηγήσει σε διενέξεις μεταξύ των μερών και πιθανή διακοπή της συνεργασίας, με τη διαμεσολάβηση τα μέρη μπορούν να βρουν τρόπους γεφύρωσης των οικονομικών τους διαφορών και ανανέωσης της συνεργασίας τους. Ενώ σε μια δικαστική διαμάχη το αντικείμενο της διαφοράς θα επικεντρωνόταν στην αποτίμηση του αποδοτέου ποσού για την αποζημίωση του ζημιωμένου μέρους, διαδικασία χρονοβόρα και δαπανηρή, με κίνδυνο της μη είσπραξης λόγω των διαφορετικών δικαιοκτών συστημάτων εκτέλεσης, σε περίπτωση αλλοδαπότητας, μέσα από τη διαμεσολάβηση μπορούν τα μέρη να καταλήξουν σε μια νέα οικονομική συμφωνία, χωρίς να εκτίθενται προς τα έξω και να δημοσιοποιούνται τυχόν επιχειρηματικά μυστικά, με την οποία θα πραγματοποιείται η αποζημίωση για τις επελθούσες ζημίες, και η ανανέωση των όρων της συνεργασίας μεταξύ τους, ώστε να έχει μακροβιότητα.

Σε μια τραπεζική διαφορά η τράπεζα και ο καταναλωτής θα προσέλθουν επί ίσοις όροις ενώπιον ενός εξειδικευμένου τραπεζικού διαμεσολαβητή και θα διαπραγματευτούν τους όρους μίας ανανεωμένης συμφωνίας μεταξύ τους.

Σε μια χρηματιστηριακή διαφορά, στην οποία αφ'ενός τα μέρη δεν επιθυμούν να λάβουν δημοσιοποίηση τα ποσά που διακινούνται και οι πηγές απόκτησης των εισοδημάτων, αφ'ετέρου το κανονιστικό πλαίσιο είναι ιδιαίτερα πολύπλοκο και απαι-

τητικό, είναι εφικτή η διαπραγμάτευση μίας ταχείας λύσης ενός θέματος ακόμη και πέραν από τα όρια του αυστηρού κανονιστικού πλαισίου.

Σε μια αγωγή αποζημίωσης λόγω ενός ατυχήματος τα μέρη μπορούν να αποφύγουν την φθορά της χρονοβόρας δημόσιας δικαστικής διαδικασίας και να συμφωνήσουν και εναλλακτικές μορφές αποζημίωσης (σε είδος ή με τη μορφή προνομίων).

Στον τουριστικό χώρο μέσα από την διαμεσολάβηση εντοπίζονται λύσεις ταχείας επανόρθωσης, χωρίς να πλήττεται η δημόσια εικόνα της επιχείρησης.

Σε περίπτωση διαφορών διανοητικής ιδιοκτησίας μεταξύ του δημιουργού και των εταιριών διαχείρισης των πνευματικών δικαιωμάτων με τη διαμεσολάβηση αποκλείεται η ρήξη των σχέσεων των μερών και προσφέρεται η ευχέρεια για ευέλικτες, δημιουργικές, συνεργατικές και επιχειρηματικά προσανατολισμένες λύσεις.

Μεταξύ των εταιριών του ενεργειακού τομέα (εταιριών παραγωγής και διαχείρισης ενέργειας) μπορούν επίσης να δημιουργηθούν διαφορές που ανακύπτουν από συμφωνίες εμπιστευτικότητας, συμβάσεις λειτουργίας ή προμήθειας, εξοπλισμού ή παραγωγής. Εξαιτίας της συνθετότητας της ενεργειακής αγοράς που προκύπτει από τη μεταβλητότητα και δυναμικότητά της, ένας έμπειρος και εξειδικευμένος διαμεσολαβητής στο αντικείμενο αυτό θα μπορέσει να βοηθήσει τα αντίδικα μέρη στην ταχεία διευθέτηση της διαφοράς τους, όπου απαιτείται εξειδικευμένη γνώση και εμπιστευτικότητα.

Στις αθλητικές διαφορές, που μπορούν να αποτιμηθούν σε χρήμα και δεν αναφέρονται στο αγωνιστικό πεδίο, λόγω του μεγάλου συνήθως οικονομικού αντικειμένου και της πληθώρας των εμπλεκόμενων προσώπων, με τη διαμεσολάβηση επιτυγχάνεται μια ταχεία και προσαρμοσμένη στις ad hoc συνθήκες, χωρίς να εκτίθενται οι εμπλεκόμενοι στη βορά των μέσων ενημέρωσης.

Εν κατακλείδι μέσα από τη διαμεσολαβητική διαδικασία, η οποία μπορεί να λάβει χώρα στις ποικίλες μορφές της επιχειρηματικής ζωής, αποσμπιέζονται οι διενέξεις και διατηρείται μία αρμονική σχέση, η οποία αποτελεί τη δικλείδα ασφαλείας της βιώσιμης επιχειρηματικότητας. Οι σχέσεις και συνεργασίες δεν διαλύονται, αλλά μέσα από διαπραγμάτευση, συνεχίζονται ανανεωμένες. Διά της διαμεσολάβησης η σύγκρουση των μερών χρησιμοποιείται δημιουργικά, ώστε να επανακαθορίζεται η σχέση των μερών με υγιή και δημοκρατικά μέσα.

Πηγές:

1. Αγγελος Μπώλος, Διαμεσολάβηση. Θεωρία και πράξη.

Αθήνα 2023 Π.Ν. Σάκκουλας

2. Α. Πλεύρη, Διαμεσολάβηση σε αστικές και εμπορικές υποθέσεις, Αθήνα-Θεσσαλονίκη 2021 Εκδόσεις Σάκκουλας

3. Δημήτρης Θεοχάρης, Το δίκαιο της διαμεσολάβησης, Αθήνα 2020, Νομική Βιβλιοθήκη

Βιογραφικό

Πέπη (Καλλιόπη) Γεωργίου Κατσιγιαννάκη Δικηγόρος LL.M. -Διαπιστευμένη Διαμεσολαβήτρια Η Πέπη Κατσιγιαννάκη είναι δικηγόρος παρ'Αρείω Πάγω, απόφοιτη της Νομικής Σχολής Αθηνών και με μεταπτυχιακές σπουδές στο ιδιωτικό διεθνές και συγκριτικό εμπορικό δίκαιο. Είναι επίσης διαμεσολαβήτρια διαπιστευμένη από το Υπουργείο Δικαιοσύνης και με εξειδίκευση στην κτηματολογική διαμεσολάβηση.

Ασκή τη δικηγορεία τα τελευταία 27 έτη, έχοντας αναπτύξει εξειδίκευση στις εμπορικές συνεργασίες, στα σωματεία και στις περιουσιακές υποθέσεις. Στο ενεργητικό της έχει την υποστήριξη με επιτυχία σοβαρών υποθέσεων εταιριών, ανταγωνισμού και περιουσιακών διαφορών ενώπιον των πρωτοβάθμιων και δευτεροβάθμιων δικαστηρίων. Εξαιτίας της άνεσης χειρισμού ξένων γλωσσών (στην αγγλική, στη γερμανική και στην ισπανική) έχει ευρύ πελατολόγιο από τις χώρες της αλλοδα-

πής και έχει παράσχει τις νομικές της υπηρεσίες σε επενδυτικές δραστηριότητες σε διάφορους τομείς (ενέργεια, ακίνητα, τουρισμός κλπ).

Συνεργάστηκε με τον Ειδικό Λογαριασμό Κονδυλίων Έρευνας του Πανεπιστημίου Κρήτης ως νομικός σύμβουλος για 15 έτη.

Έχει ασχοληθεί ως πιστοποιημένη εισηγήτρια για πολλά έτη με τη νομική κατάρτιση ενηλίκων στο ΤΕΙ Ηρακλείου (νυν ΑΕΙ ΕΛΜΕΠΑ), σε κέντρα και ινστιτούτα επιμόρφωσης σε όλη την Κρήτη και σε ιδιωτικά κολλέγια.

Στόχος της πάντα υπήρξε η εξομάλυνση των διαφορών και η επίλυσή τους σε ένα κλίμα συνδιαλλαγής και αμοιβαίου σεβασμού. Με αυτή τη στάση ζωής επέλεξε το δρόμο της διαμεσολάβησης.

Έχει ευαισθησία στην κοινωνική ανισότητα, στην αναξιοκρατία και στο θέμα της προστασίας του περιβάλλοντος, και πιστεύει ότι η προσωπική ενδοσκόπηση και ανάπτυξη, η άοκνη δια βίου μάθηση και η διαπροσωπική αλληλεγγύη αποτελούν προϋποθέσεις για την ευημερία του ατόμου και του πολίτη και την προαγωγή της κοινωνίας.

Εδρεύει στο Ηράκλειο στην οδό 25ης Αυγούστου 15, ΤΚ 71202. Τηλ. 2810 289881, 6932430144, φαξ. 2810 343806. Email: pepi.katsiyannaki.llm@gmail.com





Παραδοσιακή Συνταγή Αρωμάτων Κρήτης



Best Cookies of 2023

Δεν είναι σημαντική μόνο η κατάκτηση αυτού του τίτλου, πιο σημαντικό είναι να τον διατηρήσουμε και να αποτελέσουμε συνέχεια όλων όσων έχουν επιτευχθεί και δημιουργηθεί με μεγάλες προσπάθειες και κόπο από τους γονείς μας. Διατηρώντας το αξιόπιστο προφίλ, όπως και το «βάρος» της εταιρικής φήμης, που έχουν αποκτήσει μέχρι τώρα οι 3 γενιές της οικογένειάς μας.

Βασίλης & Μάνος Περράκης

Μαγεία παραδοσιακής συνταγής

Όταν η εμπειρία και η αγάπη για παράδοση παίρνουν μορφή τότε η γεύση περνάει σε άλλη διάσταση. Η τέταρτη γενιά αρτοποιιών αναγνωρίζοντας την ανάγκη για μαζική παραγωγή επένδυσε στην διεύρυνση της αρτοποιίας. Έπειτα από πολλές δοκιμές εξέλιξε την πρωταρχική συνταγή και δημιούργησε μια νέα σειρά κουλουριών,

τα «Daily». Δίνοντας έμφαση στα αρώματα και την πρώτη ύλη η εταιρεία εισέρχεται δυναμικά στην αγορά προσεγγίζοντας την πιο νέα γενιά καταναλωτών.

Τα Daily κουλουράκια συνδυάζουν μια σύγχρονη μορφή μπισκότου, με την τραγανή υφή δίνοντας

την αίσθηση ενός καινούργιου προϊόντος. Έτσι επιτυγχάνει, να προτείνει κάτι νέο στους νοσταλγούς της παράδοσης και ταυτόχρονα να απευθυνθεί στο νεανικό κοινό. Τόσο η συσκευασία που σφραγίζει αεροστεγώς όσο και το design της έχουν μια σύγχρονη προσέγγιση. Η επιλογή μαύρου φόντου με έντονα χρώματα όπως φούξια, τρκουάζ, λαχανί, κίτρινο δημιουργούν μια μοντέρνα αισθητική και δίνουν μια φρέσκια οπτική στο brand.

Και επειδή τα κουλουράκια αποτελούν ένα αγαπημένο γλύκισμα που μπορεί να συνοδέψει τον καφέ μας και όχι μόνο, χρειάζεται αφοσίωση και αγάπη σε κάθε στάδιο παραγωγής. Η γεύση και τα αρώματα είναι αυτό που η οικογένεια Περράκη προσπαθεί να διατηρήσει αναλλοίωτο στο διάβα των χρόνων. Γι' αυτό η εξειδικευμένη ομάδα ποιοτικού ελέγχου της Cretan Bakery αναζητά με πάθος την καλή πρώτη ύλη. Υλικά γνωστά και αγαπημένα όπως βανίλια, μέλι, αμύγδαλο, καρύδι, πορτοκάλι, κανέλλα συνδέουν την παράδοση με την σύγχρονη μορφή κουλουριού. Πρωταγωνιστής σε κάθε μπουκιά είναι το μοναδικό άρωμα.

Θέλοντας πάντα ο καταναλωτής να γεύεται την αυθεντική Ελληνική παραδοσιακή συνταγή, δημιουργήθηκαν τα Daily προϊόντα με γεύση: καρύδι-μέλι, μέλι αμύγδαλο, βανίλια-πορτοκάλι και λαδοκούλουρα κανέλας που χαρίζουν ένα απολαυστικό ταξίδι στο χρόνο και τα αρώματα της Κρήτης.

Η Cretan Bakery μέσα από την Daily σειρά ενσωματώνει στην διατροφή μας ένα σνακ πλούσιο σε θρεπτικά συστατικά, φυτικές ίνες, πρωτεΐνες και λιπαρά οξέα. Το αμύγδαλο που βρίσκεται σε ποσοστό 11% μέσα στο κουλουράκι είναι πλούσιο σε υγιή λιπαρά, φυτικές ίνες, πρωτεΐνες, μαγνήσιο και βιταμίνη Ε. Το καρύδι απαντάται σε ποσοστό 8%,

είναι φυτική πηγή των ωμέγα-3 λιπαρών και έχει υψηλή αντιοξειδωτική δράση λόγω της μελατονίνης και της βιταμίνη Ε. Ακόμη, το μέλι που χρησιμοποιείται ως γλυκαντική ουσία, είναι πλούσιο σε ισχυρά αντιοξειδωτικά. Εξαιτίας της γλυκύτητάς του, η ποσότητα ζάχαρης στο μίγμα μειώνεται και το αποτέλεσμα είναι πιο υγιεινό αλλά το ίδιο γλυκό. Τέλος, ο χυμός πορτοκάλι, περιέχει πολλές βιταμίνες κυρίως C και αντιοξειδωτικά. Έτσι, μια μερίδα Daily κουλουράκια βοηθά στην πρόσληψη θρεπτικών συστατικών, απαραίτητων για τη φυσιολογική μεταβολική λειτουργία του ανθρώπινου οργανισμού.

Η γεύση αποτελεί ένα σημαντικό κομμάτι της μνήμης μας, θυμίζει καταστάσεις, τόπους, πρόσωπα. Η επιτυχία για την Cretan Bakery είναι να σου ξυπνάει σε κάθε της μπουκιά όλες αυτές τις αναμνήσεις του σπιτικού γλυκού. Έτσι λοιπόν, με μια συνταγή, μια σύγχρονη πινελιά, επιλεγμένες πρώτες ύλες και άπειρη αγάπη δημιουργεί για εσάς το πιο γλυκό ταξίδι σύνδεσης του παρελθόντος με το παρόν.

Όταν η παράδοση συναντά την νέα γενιά, το αμέριστο πάθος για δημιουργία, τότε μια καινοτόμα μορφή μπισκότου, γεννιέται. Τα Daily κουλουράκια, είναι η νέα σειρά της Cretan Bakery που περιέχει την μαγεία της παραδοσιακής συνταγής της οικογένειας Περράκη, και την σύγχρονη ματιά της νέα γενιάς.

Τέλος αξίζει να σημειωθεί ότι στα φετινά «Bakery & Pastry Awards», οι νικητές προέκυψαν, από 17μελή κριτική επιτροπή, εκ των οποίων απαρτιζόταν από εκπροσώπους των σημαντικότερων φορέων του κλάδου, Ινστιτούτων, Πανεπιστημίων. Επίσης παρευρέθηκαν περισσότερα από 150 υψηλόβαθμα στελέχη εμβληματικών επιχειρήσεων.

motorclub.gr
motorclub
CAR BIKE TRAVEL SERVICES

Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads

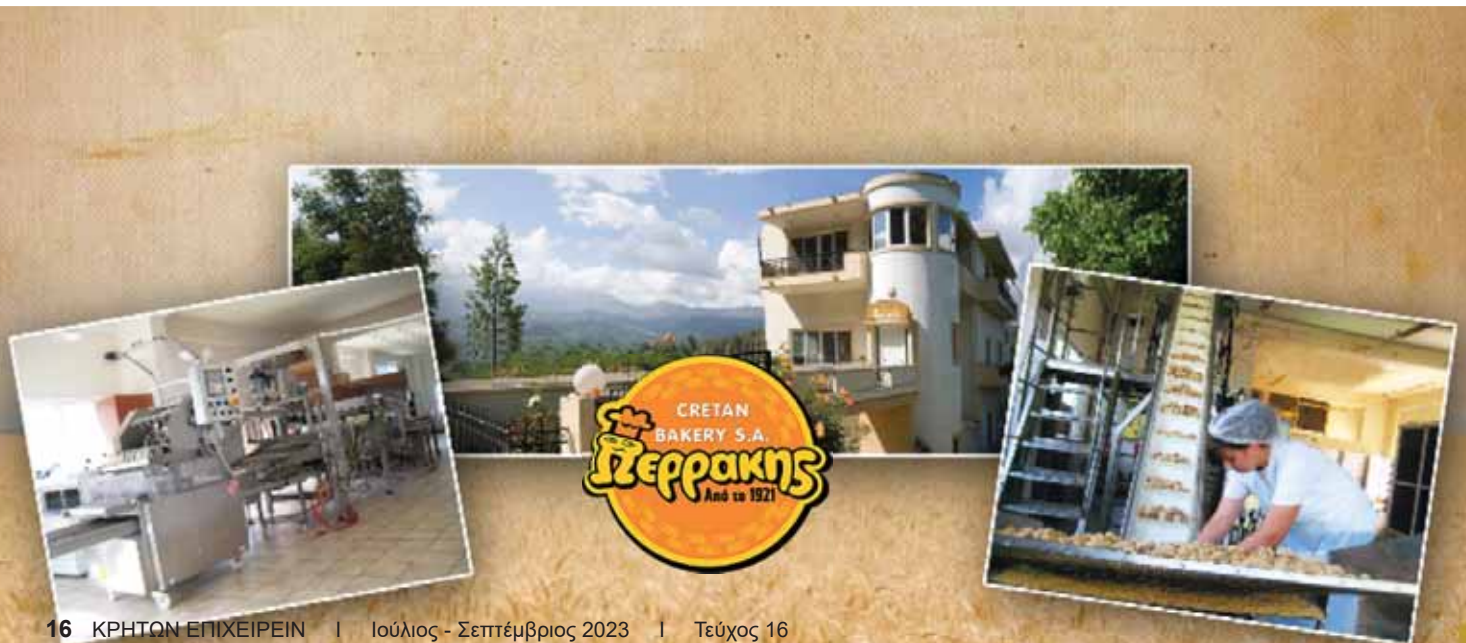
Going places?
Go motor club!

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

f t i g

Προτάσεις Διαδρομών

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



Κλιματική αλλαγή & επιπτώσεις στο Περιβάλλον: Ώρα ευθύνης για όλους

της Εβελίνας Μπάκιντα



Εβελίνα Μπάκιντα
Διευθύνων Σύμβουλος CHIC GREEK BUSINESS
Ειδική στη Στρατηγική Marketing
Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών
Επιχειρηματιών Κρήτης

Μια βαθιά πολυεπίπεδη πληγή έχει ανοίξει εδώ και δεκαετίες στον πλανήτη μας. Μια πληγή που χρόνο με το χρόνο βαθαίνει, παρά τις όποιες προσπάθειες καταβάλλονται, μιας και ο ανθρώπινος παράγοντας που είναι καθοριστικός για το μέλλον του πλανήτη, δεν έχει συνειδητοποιήσει πως έχουμε περάσει από την κλιματική αλλαγή, στην κλιματική κρίση.

Η Φύση αντιδρά και μας δίνει... μηνύματα, με τους ανθρώπους να βιώνουν όλες τις βίαιες συνέπειες. Οι πάγοι στις πολικές περιοχές λιώνουν και η στάθμη της θάλασσας ανεβαίνει. Σε ορισμένες περιοχές, ακραία καιρικά φαινόμενα και έντονες βροχοπτώσεις εμφανίζονται όλο και συχνότερα, ενώ άλλες περιοχές δοκιμάζονται από καύσωνες και ξηρασίες μεγάλης έντασης.

Ενώ μιλώντας για τον... μικρόκοσμο μας, την Ελλάδα, βλέπουμε πως το κλίμα έχει αλλάξει. Έχουν χαθεί οι εποχές του χρόνου. Διανύουμε μεγάλες περιόδους αναβροχιάς, ενώ όταν βρέχει καταγράφονται ποσότητες νερού που θυμίζουν... μουσώνες, με τις έμμεσες συνέπειες να αγγίζουν τις οικογένειες μας και να προκαλεί τριγμούς για το μέλλον, τα παιδιά μας!

Η κλιματική κρίση είναι εδώ και τις αρνητικές συνέπειες της στον πλανήτη τις γνωρίζουμε και τις βιώνουμε. Όμως, η κλιματική κρίση επιβαρύνει με πολλαπλούς τρόπους και την ανθρώπινη υγεία, από ασθένειες που συνδέονται με τη μεγάλη ζέστη, την ενίσχυση των μολυσματικών νόσων έως την κακή ποιότητα ύπνου και την αύξηση των αυτοκτονιών. Αυτό άλλωστε έχει επισημάνει η μεγάλη

έκθεση του The Lancet Countdown, που διαμορφώθηκε σε συνεργασία με επιστήμονες και ειδικούς από τουλάχιστον 70 φορείς διεθνώς, το 2021. Και δεν είναι η μοναδική που επιβεβαιώνει τα παραπάνω. Την αναφέρω όμως γιατί ήταν μια από τις πλέον γλαφυρές, ως προς τα όσα έρχονται αν δεν αλλάξουμε ρότα.

Όπως αναφέρουν οι επιστήμονες η Κλιματική Αλλαγή είναι πρώτα και πάνω από όλα μια «υγειονομική κρίση»

Η κλιματική αλλαγή δεν οδηγεί μόνο σε μείωση των υδάτινων πόρων και σε λειψυδρία, αλλά επηρεάζει και την ποιότητα του νερού, διευκολύνοντας την ανάπτυξη και αναπαραγωγή βακτηρίων, ρυπογόνων και τοξικών συστατικών που περνούν στη χλωρίδα, την πανίδα και τελικά στη διατροφή του ανθρώπου.

Η ενίσχυση των πυρκαγιών σαν αποτέλεσμα της ξηρασίας επιβαρύνει την ποιότητα του ατμοσφαιρικού αέρα, γεγονός που αντιστοίχως επιβαρύνει υπάρχοντα προβλήματα υγείας, από απλές αλλεργίες έως αναπνευστικές νόσους, ή και δημιουργεί καινούργια.

Για αυτό οι επιστήμονες της έκθεσης καλούν τη διεθνή Κοινότητα να αναλάβει δράση γιατί πλέον μιλάμε για μια επένδυση με στόχο ένα πιο υγιές μέλλον για την ανθρωπότητα!

Και πως θα μπορούσε να γίνει διαφορετικά όταν σε όλα τα επίπεδα διαπιστώνονται μεγάλες και σοβαρές επιπτώσεις. Βλέπουμε λοιπόν:

Αύξηση της μέσης θερμοκρασίας που οδηγεί σε αυξημένη θνησιμότητα, μειωμένη παραγωγικότητα και ζημιές στις υποδομές. Προκαλεί μεταβολή της γεωγραφικής κατανομής των κλιματικών ζωνών και αυξάνει τον αριθμό των επιβλαβών οργανισμών και των χωροκατακτητικών ειδών, καθώς και σε αύξηση της συχνότητας εμφάνισης ορισμένων ανθρωπινων ασθενειών.

Οι υψηλότερες θερμοκρασίες αυξάνουν την εξάτμιση των υδάτων, η οποία —σε συνδυασμό με την έλλειψη βροχοπτώσεων— αυξάνει τον κίνδυνο έντονων περιόδων ξηρασίας και λειψυδρίας με επιπτώσεις στην Ενέργεια, στη γεωργία, στη δασοκομία, στα ύδατα και στη βιοποικιλότητα. Μειώνουν τη στάθμη των ποταμών και των υπόγειων υδάτων, παρεμποδίζουν την ανάπτυξη δέντρων και καλλιέργειών, αυξάνουν τις προσβολές από επιβλαβείς οργανισμούς και τροφοδοτούν τις δασικές πυρκαγιές.

Η κλιματική αλλαγή οδηγεί σε αύξηση των βροχοπτώσεων σε πολλές περιοχές, αλλά με σύντομες, έντονες νεροποντές που προκαλούν πλημμύρες χωρίς υπερχειλίση υδατικού συστήματος.

Η στάθμη της θάλασσας ανέβηκε κατά τη διάρκεια του 20ού αιώνα, ενώ η τάση έχει επιταχυνθεί τις τελευταίες δεκαετίες, αυξάνοντας τον κίνδυνο



πλημμύρας και διάβρωσης γύρω από τις ακτές και μειώνοντας την ποσότητα των διαθέσιμων γλυκών υδάτων

Η κλιματική αλλαγή επέρχεται εξαιρετικά γρήγορα και πολλά φυτικά και ζωικά είδη αγωνίζονται να αντιμετωπίσουν την κατάσταση, αλλάζοντας τη δομή των οικοτόπων και τις διαδικασίες των οικοσυστημάτων.

Η κατάσταση αυτή, έχει επίσης έμμεσες επιπτώσεις στη βιοποικιλότητα μέσω των αλλαγών στη χρήση της γης και άλλων πόρων, σε συνδυασμό με την αποψίλωση των δασών και άλλων ανθρώπινων δραστηριοτήτων

Στις έμμεσες συνέπειες της κλιματικής κρίσης είναι η «χιονοστιβάδα» επιπτώσεων στην Υγεία, στην Εργασία, αλλά και στην καθημερινότητα. Είναι χαρακτηριστικό ότι τα άτομα που ζουν σε αστικές περιοχές χαμηλού εισοδήματος με ανεπαρκείς υποδομές και, γενικά, πληθυσμιακές ομάδες με χαμηλότερα εισοδήματα και περιουσιακά στοιχεία είναι περισσότερο εκτεθειμένα/-ες στις κλιματικές επιπτώσεις, ενώ έχουν μικρότερη ικανότητα αντιμετώπισης των επιπτώσεων αυτών.

Επιπλέον, αρκετοί οικονομικοί τομείς είναι ιδιαίτερα ευάλωτοι λόγω της εξάρτησής τους από τις κανονικές κλιματικές συνθήκες. Ως συνέπεια της κλιματικής αλλαγής αναμένονται αλλαγές στην τομεακή παραγωγή —π.χ. στη γεωργία και τον τουρισμό.

Ενώ η κλιματική αλλαγή έχει ήδη αρχίσει να έχει αντίκτυπο στον εκτοπισμό και στη μετανάστευση.

Για αυτό λέμε πως πρέπει να αναληφθούν δράσεις για το κλίμα τώρα έστω και στο «και πέντε», διαφορετικά οι επιπτώσεις αυτές θα ενταθούν.

Η μετάβαση σε μια κλιματικά ουδέτερη κοινωνία αποτελεί τόσο επείγουσα πρόκληση όσο και ευκαιρία για την οικοδόμηση ενός καλύτερου μέλλοντος για όλους.

Αναλαμβάνοντας δράση για το κλίμα και το περιβάλλον, καθένας από εμάς μπορεί να συμβάλει στη διατήρηση και την προστασία του πλανήτη τόσο σήμερα όσο και για τις μελλοντικές γενιές. Πρέπει να στοχεύσουμε στις νέες, πράσινες θέσεις εργασίας, στην αύξηση της

ανταγωνιστικότητας, στην οικονομική ανάπτυξη, στον καθαρότερο αέρα, στις νέες τεχνολογίες

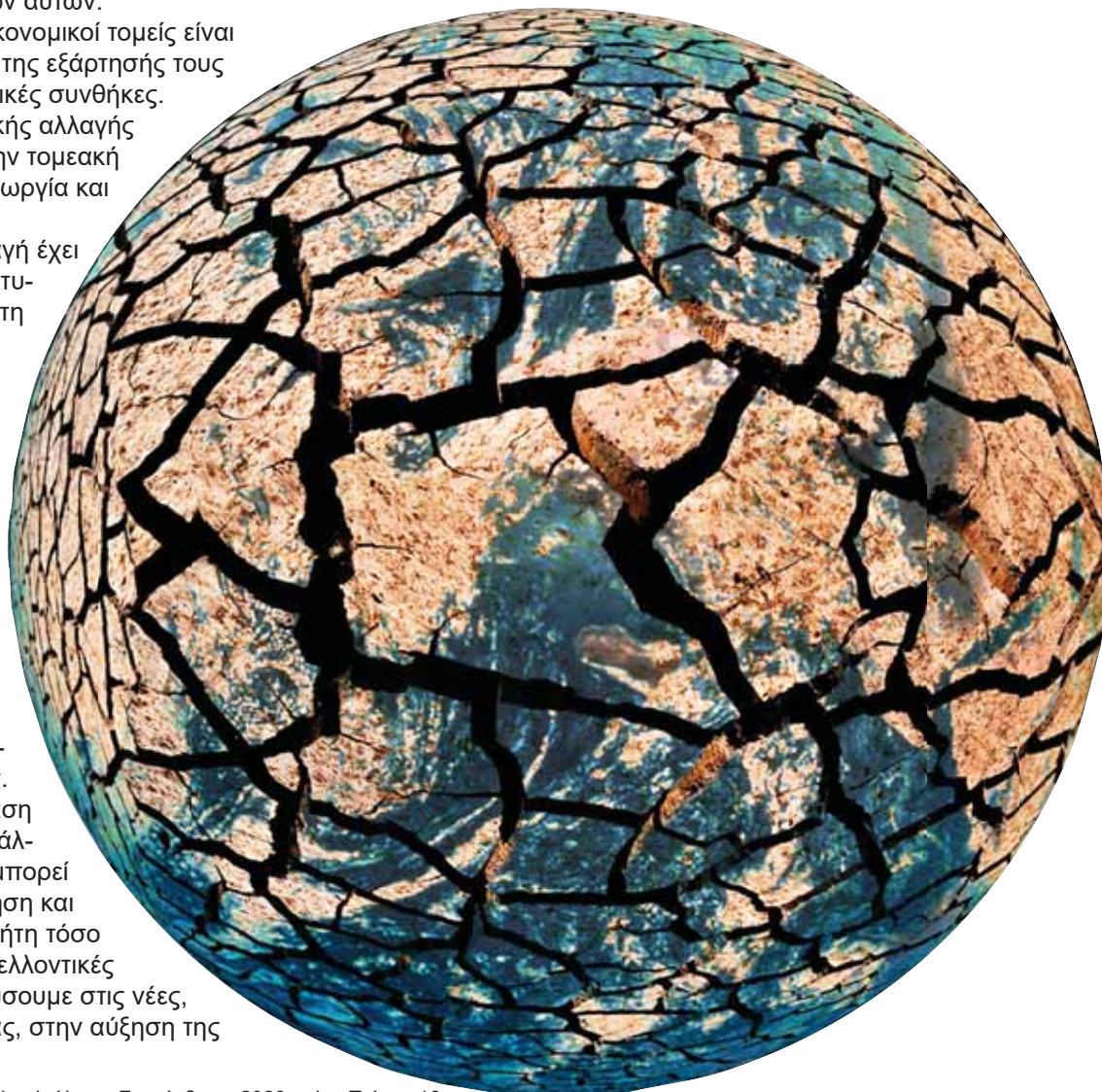
Μελέτες δείχνουν ότι η μετάβαση σε μια πράσινη και ψηφιακή κοινωνία είναι οικονομικά και πρακτικά εφικτή. Άλλωστε το κόστος που θα έχει η κλιματική αλλαγή για την οικονομία και την κοινωνία θα είναι πολύ υψηλότερο από το κόστος που συνεπάγεται η αντιμετώπισή της σήμερα.

Φυσικά η ανάληψη δράσεων μπορεί να γίνει και από τον καθένα μας ξεχωριστά

Οι επιλογές που κάνουμε στην καθημερινή μας ζωή παίζουν κι αυτές σημαντικό ρόλο. Πολλές από τις αλλαγές που κάνουμε θα βελτιώσουν τον τρόπο με τον οποίο ζούμε, μετακινούμαστε, ψύχουμε ή θερμαίνουμε τα σπίτια μας, παράγουμε και καταναλώνουμε.

Όλοι μπορούν να συμβάλουν, και κάθε δράση, έστω και μικρή, έχει μεγάλη σημασία.

Περάσαμε πολλά χρόνια μιλώντας για μια πιθανή πανδημία και τελικά, όταν αυτή ήρθε, δεν ήμασταν προετοιμασμένοι. Ας ετοιμαστούμε για να μην κάνουμε το ίδιο λάθος με το Περιβάλλον.



Φυσικά Καλλυντικά με Βιολογικά Συστατικά



Εντομοαπωθητικό

Λοσιόν σώματος με αλόη & καλέντουλα

www.dimitra-balsam.com

info@dimitra-balsam.com

TEL: +30 6979 476 129



Ηλίας Μανούσακας
Ιδιοκτήτης
Creta Carob



Συνέντευξη

Θησαυρός Υγείας & Γαστρονομίας

Το κυριότερο όμως είναι ότι, παίρνοντας το παρεξηγημένο χαρούπι και βάζοντάς το στη ζωή μας, η Creta Carob κατάφερε να αναδείξει τον «ξεχασμένο θησαυρό της Κρήτης», σε μια υπερτροφή που εξελίσσει τον τόπο και τους ανθρώπους του. Με λίγα λόγια, είναι το καμάρι του τόπου μας, υπογραμμίζει στο Κρητών Επιχειρείν, ο κ. Ηλίας Μανούσακας, ιδιοκτήτης της εταιρίας Creta Carob, που επεξεργάζεται και συσκευάζει προϊόντα χαρουπιού και φραγκόσουκου.

Ποια η συμβολή της Cretacarob στην Κρητική διατροφή και την υγεία;

Πριν ιδρυθεί η Creta Carob, υπήρχε ένα μεγάλο κενό στην τεχνογνωσία και οι περισσότεροι είχαν κρατήσει την ιδέα ότι το χαρούπι είναι μόνο «τροφή για τα ζωντανά», ή «η σοκολάτα της κατοχής». Έτσι τα πρώτα βήματα έγιναν αργά, αλλά σταθερά. Πέντε χρόνια μετά την ίδρυση, και παρά τον ασαφή χρονικό ορίζοντα της επιτυχίας της επένδυσης, η Creta Carob άρχισε το 2011 τη λειτουργία της, οπότε και βγήκαν τα πρώτα προϊόντα στην αγορά.

Σήμερα η Creta Carob καταφέρνει να αυξάνει το τζίρο της σταθερά, ενώ πάνω από το 50% των προϊόντων της εξάγονται στο εξωτερικό, όπου το χαρούπι είναι αρκετά πιο δημοφιλές από ό,τι στην Ελλάδα. Η εταιρεία παράγει περίπου πενήντα (50) διαφορετικά προϊόντα, αποκλειστικά από χαρούπι, όλα υψηλής διατροφικής αξίας, με φυσικά γλυκαντικά (χωρίς προσθήκη ζάχαρης). Από χαρουπόμελο, χαρουπόσκονη, καφέ, θρεπτικές μπάρες, κριτσίνια, μακαρόνια, μέχρι πηκτίνη χαρουπιού, ακόμα και αντιγηραντικές κρέμες και προϊόντα

καλλωπισμού. Φυσικά υπάρχουν συνεχείς βελτιώσεις στα υφιστάμενα προϊόντα ακολουθώντας αυστηρούς υγειονομικούς κανόνες.

Μεταξύ άλλων, η Creta Carob έχει επενδύσει στην έρευνα, καθώς σε συνεργασία με το Γεωπονικό Πανεπιστήμιο Αθηνών, δημιούργησε το «carobite», ένα επιδόρπιο-σνακ οικολογικού χαρακτήρα, υψηλής διατροφικής αξίας και χαμηλών λιπαρών που προκαλεί γρήγορα κορεσμό. Το καινοτόμο carobite έλαβε την τρίτη θέση στον ευρωπαϊκό διαγωνισμό καινοτόμων προϊόντων διατροφής Ecotrophelia 2014.

Ποιό το οικονομικό απούτωμα της Cretacarob στην Κρητική οικονομία;

Η εταιρεία ΑΦΟΙ ΜΑΝΟΥΣΑΚΑ Ο.Ε. συμβάλει σε μεγάλο ποσοστό στην Κρητική οικονομία καθώς όλη η πρώτη ύλη που χρησιμοποιεί για να φτάσει στο τελικό στάδιο μεταποίησης ενός προϊόντος από χαρουπί αγοράζεται από ντόπιους Κρητικούς παραγωγούς.

Επίσης με τη σημερινή μορφή που έχει πάρει σήμερα και εννοούμε στη χρήση του χαρουπιού στη καθημερινή μας διατροφή έχει ωφελήσει τους ντόπιους παραγωγούς καθώς η αξία του έχει αυξηθεί. Με αυτό το τρόπο έχει δημιουργηθεί μια πιο ενεργή και προσοδοφόρα δραστηριότητα για τους επαγγελματίες αγρότες.

Συνολικά η Creta Carob είναι μια καθαρά ελληνική επιχείρηση με πλήθος καινοτομιών και σεβασμό για το φυσικό περιβάλλον. Με στόχο την ανάδειξη του χαρουπιού ως προϊόν υψηλής διατροφικής αξίας, προτάσσει ένα εναλλακτικό τρόπο ζωής και τη φυσική θεραπεία. Το κυριότερο όμως είναι ότι, παίρνοντας το παρεξηγημένο χαρουπί και βάζοντάς το στη ζωή μας, η Creta Carob κατάφερε να αναδείξει τον «ξεχασμένο θησαυρό της Κρήτης», σε μια υπερτροφή που εξελίσσει τον τόπο και τους ανθρώπους του. Με λίγα λόγια, είναι το καμάρι του τόπου μας.

Πως ο πρωτογενής τομέας συμβάλει στην τουριστική οικονομία;

Όπως παρουσιάσαμε και παραπάνω στο θέμα που αφορά στην αναγνωρισιμότητα που έχει πάρει παγκοσμίως η θέση του χαρουπιού στη διατροφική αλυσίδα παρατηρούμε ειδικά το καλοκαίρι που στη Κρήτη υπάρχει μεγάλη επισκεψιμότητα τουριστών πως υπάρχει μεγάλο ενδι-

αφέρον να έρθουν να γνωρίσουν προϊόντα μας αλλά και τη διαδικασία παραγωγής μέχρι το τελικό στάδιο μεταποίησης ενός φυσικού αγαθού στη τελική μορφή κάθε προϊόντος μας. Και ως συνέπεια αυτό δημιουργεί μια αλυσίδα, ένα κύκλο εργασιών όχι μόνο για την εταιρεία μας αλλά και τον ντόπιο παραγωγό.

Ποιες είναι οι προκλήσεις καινοτομίας της Κρητικής βιομηχανίας διατροφής;

Μπήκαμε και δοκιμαστήκαμε σε μία μεγάλη πρόκληση όσον αφορά το εξοπλισμό και τα μηχανήματα παραγωγής τους εργοστασίου μας. Με το να μην υπάρχει τεχνογνωσία πάνω στο αντικείμενο τα παλαιότερα χρόνια δυσκολευτήκαμε αλλά και τα καταφέραμε να οργανώσουμε και να δημιουργήσουμε νέα μηχανήματα τα οποία για να φτάσουν στη τελική τους μορφή της αρχικής ιδέας ήθελε αρκετή υπομονή και συνεχείς αλλαγές καθώς τα μηχανήματα που χρησιμοποιούμε είναι χειροποίητα για να μπορούν να εκτελούν το κάθε ένα από αυτά ένα συγκεκριμένο στάδιο εξέλιξης και ολοκλήρωσης της παραγωγικής διαδικασίας.

Βιογραφικό

Ο Ηλίας Μανούσακας είναι ιδιοκτήτης εταιρίας Creta Carob που ασχολείται με την επεξεργασία και συσκευασία προϊόντων χαρουπιού και φραγκόσκου με πωλήσεως σε διεθνές εμπορικό δίκτυο.

Είναι απόφοιτος Μηχανολόγος του Τεχνικού Λυκείου Ρεθύμνου και του ΤΕΙ Μηχανολογίας Ηρακλείου Κρήτης. Είναι κάτοχος Bachelor of Business Administration Located in Lennoxville Quebec – Canada και MBA School of Business and Economics at McGill University of Montreal.

Επίσης έχει δραστηριοποιηθεί στο real estates, ιδιοκτήτης της αλυσίδας εστιατορίων του Ομίλου Eggs Fruits και με εισαγωγές - εξαγωγές συσκευασία προϊόντων καφέ και κακάο από Λατινική Αμερική σε πλήθος χωρών.



Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO Cretan

AMBROSIA®



K.M.O. GR 94000148



GR-BIO-06



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



Μιχάλης Μαρακάκης,
Πρόεδρος ΔΣ
Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων

Αναπτυξιακή Πορεία Τράπεζας Χανίων

Η σημερινή απόφαση της Γενικής Συνέλευσης της Συνεταιριστικής Τράπεζας Χανίων που ελήφθη με συντριπτική πλειοψηφία, αποτελεί ορόσημο. Αποφασίστηκε να ξεκινήσουν οι διαδικασίες για την μετατροπή της Τράπεζας σε ΑΕ, μετά και την εξουσιοδότηση που έλαβε το Διοικητικό Συμβούλιο από τους μεριδιούχους για την υλοποίηση των προαπαιτούμενων ενεργειών που προβλέπονται στον σχετικό μετασχηματισμό. Αυτή η εξέλιξη ανοίγει τον δρόμο στην Τράπεζα να αποκτήσει ηγετικό ρόλο όχι μόνο στην Κρήτη, αλλά και σε εθνικό επίπεδο. Πρόκειται για ένα σύγχρονο πιστωτικό ίδρυμα που θα συνεχίσει να υποστηρίζει κυρίως τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις και θα συμβάλει σημαντικά στην ευημερία και την ανάπτυξη της κοινωνίας και της οικονομίας.

Μιχαήλ Μαρακάκης
Πρόεδρος της Τράπεζας Χανίων

Νέες προοπτικές και προκλήσεις για την Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων ανοίγει η απόφαση της Γενικής Συνέλευσης που ενέκρινε την έναρξη των διαδικασιών για την μετατροπή του οργανισμού σε Ανώνυμη Εταιρεία.

Η απόφαση αυτή προσφέρει αυξημένη ευελιξία και επεκτατικές δυνατότητες στην Τράπεζα καθώς αποκτά μεγαλύτερη ευελιξία στις επιχειρηματικές της δραστηριότητες. Μπορεί να επεκτείνει τις δραστηριότητές της σε νέες αγορές, να προσφέρει νέα προϊόντα και υπηρεσίες και να προσελκύσει επιπλέον κεφάλαιο για την ανάπτυξή της. Ενισχύει την ανταγωνιστική της θέση στην αγορά, αναπτύσσοντας νέες στρατηγικές συνεργασίες για την διεύρυνση των πελατών της, αξιοποιώντας την πρόσβαση σε προηγμένες τεχνολογίες και εφαρμόζοντας καινοτόμες λύσεις στις υπηρεσίες της.

Η απλοποίηση των εσωτερικών διαδικασιών διευκολύνει την διαχείριση, καθώς η τράπεζα θα

υπόκειται σε λιγότερα γραφειοκρατικά πρωτόκολλα και περιορισμούς. Επιτρέπει την αύξηση των πόρων κεφαλαίου και τη βελτίωση της οικονομικής απόδοσης της τράπεζας.

Σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν τον Ιανουάριο του 2023 ο Πρόεδρος της Τράπεζας Χανίων κ. Μιχάλης Μαρακάκης είχε επισημάνει ότι «ο στρατηγικός μας σχεδιασμός κινείται με γνώμονα την περαιτέρω ισχυροποίηση της Τράπεζας μας και την προάσπιση των συμφερόντων των συνταίρων 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».

Επίσης είχε υπογραμμίσει ότι «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 κερδο-

φόρα 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.»

Σημειώνεται ότι η διαδικασία μετατροπής της Τράπεζας σε Ανώνυμη Εταιρεία, απαιτεί σχετικές εγκρίσεις και παρακολούθηση των αναγκαίων διαδικασιών από τους αρμόδιους εποπτικούς και ελεγκτικούς φορείς. Η τράπεζα αναμένεται να

συνεργαστεί με νομικούς συμβούλους ειδικούς σε επιχειρηματικές μετατροπές προκειμένου να διευθετήσει τη νομική της θέση, να καταρτίσει τα απαραίτητα έγγραφα και να συμμορφωθεί με τις οριζόμενες διαδικασίες.

Η τακτική Γενική Συνέλευση των συνταίρων πραγματοποιήθηκε στην έδρα του Συνεταιρισμού στα Χανιά και κατά την διάρκεια αυτής συζητήθηκαν και λήφθηκαν οι σχετικές αποφάσεις οι οποίες αφορούν εκτός από την μετατροπή σε Ανώνυμη Εταιρεία, την έγκριση των οικονομικών καταστάσεων και των αποτελεσμάτων της χρήσης 2022, την αύξηση των κεφαλαίων του Συνεταιρισμού ύψους έως 7,5 εκατομμυρίων ευρώ με την έκδοση νέων συνεταιριστικών μερίδων, με τελική τιμή διάθεσης η οποία θα καθοριστεί από το Διοικητικό Συμβούλιο και την έκδοση απλών ονομαστικών ομολόγων μειωμένης εξασφάλισης (Ο.Μ.Ε.) ύψους έως 15 εκατομμυρίων ευρώ.



Μανώλης Τσακαλάκης
Γενικός Γραμματέας
Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδότην - ΠΟΞ
Πρόεδρος Συνδέσμου Ξενοδότην Κρήτης
Πρόεδρος Ξενοδότην Ν. Ρεθύμνης

Βιώσιμος Τουριστικός Προορισμός

Συνέντευξη
Μανώλη Τσακαλάκη

Η βιωσιμότητα αποσκοπεί σε μια ισορροπημένη ανάπτυξη του τουρισμού που θα ικανοποιεί τις ανάγκες των ταξιδιωτών, θα σέβεται το περιβάλλον και τις κοινότητες των προορισμών και θα διασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη αειφορία του τουριστικού τομέα. Η συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους ενδιαφερόμενους φορείς και τους ταξιδιωτικούς παρόχους είναι σημαντική για την επίτευξη αυτών των στόχων. Η προσέγγισή μας πρέπει να προωθεί την ευαισθητοποίηση των ταξιδιωτών σχετικά με την ανάγκη για βιώσιμο τουρισμό και την ενθάρρυνση βελτιωμένων ταξιδιωτικών συμπεριφορών. Αυτό περιλαμβάνει την προώθηση της ανεκτικότητας και του σεβασμού προς τον πολιτισμό και τη φύση, την ενθάρρυνση της τοπικής οικονομίας και τον υπεύθυνο τρόπο χρήσης των πόρων. Τα παραπάνω εοισημαίνει σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν ο κ. Μανώλης Τσακαλάκης Πρόεδρος στου Συνδέσμου Ξενοδότην Κρήτης.

Ποιά η ανάγκη επανίδρυσης του Συνδέσμου Ξενοδόχων Κρήτης;

Ο Σύνδεσμος Ξενοδόχων Κρήτης ιδρύθηκε το 1991 και μετά από μερικά χρόνια λειτουργία τέθηκε σε αδράνεια και ερχόμαστε σήμερα να τον επαναδραστηριοποιήσουμε, δεδομένου ότι το Brad name είναι Κρήτη.

Για καλύτερη εκπροσώπηση του συνόλου των επαγγελματιών που προσφέρουν φιλοξενία στην Κρήτη συμμετέχουν οι Ενώσεις από τους νομούς, εκτός του νομού Χανίων οι οποίοι δεν συγκατατέθηκαν αν και πριν από αρκετά χρόνια είχαν προσυπογράψει το καταστατικό αυτό. Φυσικά είναι ένα καταστατικό το οποίο είναι ολίγον αναχρονιστικό και χρειάζεται διορθώσεις και προσθήκες για να είναι επίκαιρο και το οποίο θα έρθει στις εκλογές προς ψήφιση από τα μέλη του συνδέσμου και όπου θα αναδειχθεί μετά από ψηφοφορία το νέο τακτικό Διοικητικό Συμβούλιο, το οποίο και θα αντικαταστήσει το ήδη υπάρχον που είναι διορισμένο από το πρωτοδικείο Ηρακλείου. Με αυτό τον τρόπο θα έχουμε καλύτερη εκπροσώπηση και δυνατότερο λόγο σε όλα τα τουριστικά δρώμενα της Κρήτης αλλά και της χώρας ως ο πρώτος προορισμός αυτής. Θα συμμετέχουμε επίσης δια αντιπροσώπων μας σε όλα τα θεσμικά όργανα που μας αφορούν.

Κατά τα πρότυπα λοιπόν της περιφέρειας Κρήτης όπου οι Περιφερειακές Ενότητες είναι τέσσερις αλλά η Περιφέρεια είναι μία προχωρούμε κι εμείς την οργάνωση μας με έναν Πρόεδρο και τρεις Αντιπροέδρους ένα από κάθε νομό και ο πρόεδρος θα έχει θητεία ένα χρόνο και θα είναι εναλλάξ για κάθε νομό.

Ο Σύνδεσμος ισχυροποιεί και ενώνει τις Ενώσεις ξενοδόχων της Κρήτης ώστε να διαδραματίσουν έναν σημαντικό ρόλο στην ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας του νησιού, διαφυλάσσοντας ταυτόχρονα την προώθηση των προνομίων και των ξεχωριστών χαρακτηριστικών των νομών και των περιοχών.

Παράλληλα συνδέει τους επαγγελματίες της φιλοξενίας, παρέχοντας μια πλατφόρμα ανταλλαγής πληροφοριών, ιδεών και βέλτιστων πρακτικών. Αυτή η ανταλλαγή γνώσεων και εμπειριών μπορεί να ενισχύσει την επαγγελματική ανάπτυξη των Ενώσεων της κάθε περιοχής και να βοηθήσει στην αντιμετώπιση κοινών προκλήσεων και προβλημάτων.

Θα αναλάβει πρωτοβουλίες για την προώθηση της τοπικής φιλοξενίας συνεργαζόμενος με τις τοπικές αρχές και φορείς της ευρύτερης τουριστικής οικονομίας για τη δημιουργία και υλοποίηση κοινών εκστρατειών μάρκετινγκ, την παροχή συμβουλών για τη βελτίωση των υπηρεσιών και την ανάπτυξη τουριστικών πακέτων ή εκδηλώσεων που θα προσελκύσουν επισκέπτες.

Ο Σύνδεσμος μπορεί να εκπροσωπεί τα συμφέροντα των μελών του σε πολιτικό επίπεδο, παρέχοντας συμβουλές και να επηρεάζει τη διαμόρφωση πολιτικής που αφορά τη βιομηχανία της φιλοξενίας η οποία έχει βαρύνουσα σημασία για ολόκληρο το νησί.

Ποιες είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις φιλοξενίας στην καθημερινότητα;

Είναι αλήθεια ότι οι επιχειρήσεις φιλοξενίας αντιμετωπίζουμε διάφορες προκλήσεις στην καθημερινή μας λειτουργία καθώς τα χρόνια της πανδημίας είχαν ως αποτέλεσμα και την επιτάχυνση αλλαγών όπου η επέκταση της παγκόσμιας αγοράς ταξιδιών οδήγησε σε αυξημένο ανταγωνισμό στα κριτήρια και τον τρόπο επικοινωνίας του ταξιδιώτη με τον προορισμό. Πρέπει να επιτύχουμε διακρίσεις και να προσελκύσουμε πελάτες μέσω μοναδικών προσφορών, σε καινοτόμες υπηρεσίες και εμπειρίες.

Όπως φαίνεται οι προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις φιλοξενίας και για φέτος αλλά και τα επόμενα χρόνια είναι πολλές, καθώς έχουμε να αντιμετωπίσουμε το αυξημένο λειτουργικό κόστος το οποίο προήλθε από την αύξηση της ενέργειας που συμπάρεσυρε τα πάντα προς τα πάνω με αποτέλεσμα το λειτουργικό μας κόστος να εκτιναχθεί στο 25 έως 30%.

Από την άλλη ο πληθωρισμός που παρήχθη λόγω αυτής της καταστάσεως ροκάνισε αντίστοιχο ποσοστό από την αγοραστική δύναμη του εν δυνάμει πελάτη μας που αν συνυπολογίσουμε την αύξηση των πακέτων από τις αυξήσεις των καυσίμων και των εισιτηρίων από τις αεροπορικές εταιρείες που φτάνει από 20 έως 40%. Η ψαλίδα ανοίγει κατά 45 έως 60%.

Λογικό είναι να μην μπορούν όλοι να πληρώσουν αυτό το κόστος και γι' αυτό οι ευρωπαίοι στρέφονται σε πιο φτηνούς ανταγωνιστικούς προορισμούς όπως Τουρκία, Αίγυπτος, Τυνησία, Μαρόκο. Ακόμη και η Ισπανία έχει πολύ φθηνότερες αεροπορικές τιμές από ότι η Ελλάδα.

Η εύρεση προσωπικού αποτελεί ένα αγκάθι στην λειτουργικότητα γενικά όλων των τουριστικών επιχειρήσεων και όχι μόνο σήμερα. Η διαπραγμάτευση δεν είναι πλέον τι δίνει ο εργοδότης ως μισθό αλλά ο εργαζόμενος προτείνει τι θέλει και ο εργοδότης ανάλογα με το πόσο κόπτεται και τι ανάγκη έχει συμφωνεί ή διαφωνεί. Απ' ότι φαίνεται θα περάσει αρκετό χρονικό διάστημα για να ομαλοποιηθεί ξανά



η αγορά εργασίας όχι μόνο στην Ελλάδα αλλά γενικά σε όλο τον κόσμο διότι το πρόβλημα δεν είναι ελληνικό ούτε ξενοδοχειακό είναι παγκόσμιο φαινόμενο, σε όλες τις εκφάνσεις της οικονομίας.

Η αύξηση των online κριτικών και αξιολογήσεων έχει κάνει την αντιμετώπιση και τη διαχείριση της φήμης μιας επιχείρησης ακόμη πιο σημαντική. Οι αρνητικές αξιολογήσεις μπορούν να έχουν σημαντικές επιπτώσεις στην εικόνα και την επιχειρηματική απόδοση. Οι επιχειρήσεις πρέπει να επικοινωνούν με τους πελάτες, να λαμβάνουν υπόψη τις ανησυχίες τους και να προσφέρουν λύσεις για τη βελτίωση της εμπειρίας τους.

Οι επιχειρήσεις φιλοξενίας πρέπει να επενδύουν συνεχώς στην αναβάθμιση των υποδομών τους και στην υιοθέτηση νέων τεχνολογιών. Αυτό περιλαμβάνει την αναβάθμιση των δωματίων, των εγκαταστάσεων, των συστημάτων κράτησης και διαχείρισης, καθώς και την ενσωμάτωση τεχνολογιών όπως η τηλεόραση με επίπεδο συνδεσιμότητας και οι ψηφιακές εφαρμογές για τη βελτίωση της εμπειρίας των πελατών.

Αυτές είναι μερικές από τις κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις φιλοξενίας στην καθημερινή τους δραστηριότητα. Η αντιμετώπιση αυτών των προκλήσεων απαιτεί καλή διοίκηση, προσαρμογή στις αλλαγές της αγοράς και δημιουρ-

γικές λύσεις για να προσφέρουν μια ικανοποιητική εμπειρία στους πελάτες τους.

Ποια είναι η σημασία της βιωσιμότητας στον τουριστικό τομέα και ποια είναι η προσέγγισή σας;

Η σημασία της βιωσιμότητας είναι τεράστια για όλους μας και ειδικά για την Κρήτη η οποία επί του παρόντος δέχεται 10 φορές πάνω τον πληθυσμό της σε επισκέπτες, όπου με την ολοκλήρωση του νέου αεροδρομίου του Ηρακλείου αλλά και του Βόρειου Οδικού Άξονα, αυτό θα γίνει 15 έως 20 φορές πάνω από τον πληθυσμό του νησιού. Η ερώτηση λοιπόν είναι μπορούν οι φορείς να αντέξουν αυτή την αύξηση; Είναι έτοιμη οι Δήμοι να απορροφήσουν τα στέρεα και τα υγρά απόβλητα όλου αυτού του κόσμου;

Θα πρέπει λοιπόν να ενσκήψουμε όλοι μαζί πάνω σ' αυτό το πρόβλημα να καταστρώσουμε τουλάχιστο πενταετές έως δεκαετές πρόγραμμα για να δούμε πως θα αντεπεξέλθουμε. Υπάρχουν προτάσεις τις οποίες και θα πρέπει να υιοθετήσουμε. Κάποιοι άλλοι προορισμοί το έχουν ήδη ξεκινήσει και βρίσκονται πολύ πιο μπροστά από μας παραδείγματος χάριν η Τουρκία καθώς εδώ και ενάμιση χρόνο ασχολείται προς την κατεύθυνση αυτή με επικεφαλής το τουρκικό κράτος. Δυστυχώς για μας

αυτά τα προγράμματα δεν μπορούν να δουλέψουν από κάτω προς τα πάνω αλλά αντιθέτως από πάνω προς τα κάτω και ο νούν νοείτο.

Η βιωσιμότητα στον τουριστικό τομέα αποτελεί έναν σημαντικό παράγοντα για την αειφόρο ανάπτυξη και τη διατήρηση των φυσικών, κοινωνικών και πολιτιστικών πόρων των προορισμών. Πρόκειται για μια προσέγγιση που λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες του σήμερα, χωρίς να θέτει σε κίνδυνο τη δυνατότητα των μελλοντικών γενεών να ικανοποιήσουν τις δικές τους ανάγκες.

Η προστασία του φυσικού περιβάλλοντος και των βιοποριστικών πόρων των προορισμών περιλαμβάνει τη μείωση των αρνητικών περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού, την προώθηση της χρήσης ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας και την προαγωγή της βιολογικής γεωργίας.

Η δίκαιη κατανομή των οφελών του τουρισμού και η ενίσχυση της κοινωνικής ευημερίας στις τοπικές κοινότητες, συμπεριλαμβάνει την προώθηση της τοπικής απασχόλησης, την ενσωμάτωση των τοπικών κοινοτήτων στην τουριστική διαδικασία, τον σεβασμό των πολιτιστικών αξιών και παραδόσεων, καθώς και την ανάπτυξη τουρισμού με βάση την τοπική συμμετοχή και διαβούλευση.

Η διατήρηση και η ανάπτυξη μιας οικονομικά βιώσιμης τουριστικής βιομηχανίας, περιλαμβάνει τη διαφοροποίηση των τουριστικών προσφορών, την προώθηση της τοπικής επιχειρηματικότητας, την ενθάρρυνση της τοπικής προμήθειας και τη βελτίωση των εισοδημάτων και της ανταγωνιστικότητας των τοπικών επιχειρήσεων.

Η προσέγγισή μας στη βιωσιμότητα στον τουριστικό τομέα, βασίζεται στην αναγνώριση ότι η βιώσιμη ανάπτυξη είναι ο μόνος τρόπος για να διατηρηθεί ο τουρισμός ως βιώσιμος παράγοντας ανάπτυξης και να διασφαλιστεί η προστασία των προορισμών για τις μελλοντικές γενιές.

Εστιάζουμε και επιδιώκουμε να επιτύχουμε μια ισορροπημένη ανάπτυξη του τουρισμού που θα ικανοποιεί τις ανάγκες των ταξιδιωτών, θα σέβεται το περιβάλλον και τις κοινότητες των προορισμών και θα διασφαλίζει τη μακροπρόθεσμη αειφορία του τουριστικού τομέα. Η συνεργασία με τις τοπικές αρχές, τους ενδιαφερόμενους φορείς και τους ταξιδιωτικούς παρόχους είναι σημαντική για την επίτευξη αυτών των στόχων. Η προσέγγισή μας πρέπει να προωθεί την ευαισθητοποίηση των ταξιδιωτών σχετικά με την ανάγκη για βιώσιμο τουρισμό και την ενθάρρυνση βελτιωμένων ταξιδιωτικών συμπεριφορών. Αυτό περιλαμβάνει την προώθηση της ανεκτικότητας και του σεβασμού προς τον πολιτισμό και τη φύση, την ενθάρρυνση της τοπικής οικονομίας και τον υπεύθυνο τρόπο χρήσης των πόρων.

Ποιές οι καινοτόμες προοπτικές ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών που θα συνδυάζουν τις τεχνολογικές εξελίξεις με τις παραδοσιακές εμπειρίες και δραστηριότητες;

Αρκετά χρόνια τώρα έχουν γίνει κάποια βήματα αλλά χρειάζονται πολλά, ούτως ώστε να αξιοποιήσουμε όλο αυτό τον πλούτο που έχει η Κρήτη μας σε συνδυασμό με τις τεχνολογικές εξελίξεις που υπάρχουν και δόξα τον Θεό έχουμε αξιόλογα τέτοια ιδρύματα στον τόπο μας να μας καθοδηγήσουν

αλλά υπάρχουν και Πεφωτισμένοι και ικανοί Κρητικοί. Άρα δε μας λείπει τίποτα αρκεί να προσπαθήσουμε πιο σκληρά και πιο εντατικά.

Ο συνδυασμός τεχνολογικών εξελίξεων με παραδοσιακές εμπειρίες και δραστηριότητες στον τουρισμό μπορεί να δημιουργήσει έναν ισορροπημένο προορισμό που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες στους επισκέπτες, ενώ ταυτόχρονα διατηρεί και ενισχύει την τοπική πολιτιστική κληρονομιά και το περιβάλλον.

Οι τουριστικοί προορισμοί μπορούν να επωφεληθούν από τις τεχνολογικές εξελίξεις για την προώθηση του αειφορικού τουρισμού. Η αξιοποίηση έξυπνων συστημάτων μπορεί να βοηθήσει στην παρακολούθηση της κατανάλωσης πόρων, της ενεργειακής απόδοσης και της διαχείρισης αποβλήτων, προωθώντας έτσι την αειφορική λειτουργία των προορισμών.

Μπορούν να εξελιχθούν σε έξυπνες πόλεις, όπου η τεχνολογία χρησιμοποιείται για τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών όπως η ενημέρωση για την κυκλοφορία, τη βελτίωση των υπηρεσιών Wi-Fi και την παροχή εφαρμογών κινητής τεχνολογίας που παρέχουν πληροφορίες και προτάσεις στους επισκέπτες. Να περιλαμβάνει παιχνίδια με γεωγραφικά στοιχεία, εικονικούς οδηγούς που παρέχουν πληροφορίες και ιστορικά στοιχεία κατά τη διάρκεια της επίσκεψης, και προσωπικές προτάσεις βασισμένες στα ενδιαφέροντα του κάθε επισκέπτη.

Επιτρέπει στους επισκέπτες να αλληλεπιδρούν με τον περιβάλλοντα χώρο και να λαμβάνουν πραγματικού χρόνου πληροφορίες και ενημερώσεις για αξιοθέατα, εκδηλώσεις και υπηρεσίες του προορισμού.

Παράλληλα οι εφαρμογές κοινωνικών μέσων και οι πλατφόρμες συνεργατικής διαμόρφωσης μπορούν να διευκολύνουν την αλληλεπίδραση και την ανταλλαγή απόψεων, ιδεών και εμπειριών μεταξύ των ενδιαφερομένων φορέων.

Η ενσωμάτωση τεχνολογικών καινοτομιών στον τομέα του τουρισμού μπορεί να συμβάλει στην προώθηση της βιώσιμης ανάπτυξης. Μπορεί να προωθήσει την εξοικονόμηση πόρων, τη χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας, την προώθηση τοπικών προϊόντων και υπηρεσιών, καθώς και την ευαισθητοποίηση των ταξιδιωτών για την περιβαλλοντική προστασία και τον πολιτισμικό σεβασμό.

Αυτές είναι μερικές από τις καινοτόμες προοπτικές ανάπτυξης των τουριστικών προορισμών που συνδυάζουν τεχνολογικές εξελίξεις με παραδοσιακές εμπειρίες και δραστηριότητες. Αυτές οι καινοτομίες μπορούν να βελτιώσουν την εμπειρία των ταξιδιωτών, να προσελκύσουν νέους τύπους ταξιδιωτών και να δημιουργήσουν ανταγωνιστικό πλεονέκτημα για τους τουριστικούς προορισμούς.

Φωτογραφίες: Αρχείο Περιφέρειας Κρήτης



Το σπάνιο μέλι «καλοκοιμηθιάς» Χανίων

της Παναγιώτας Γώτσιου



Παναγιώτα Γώτσιου
Βιολόγος MSc – Ερευνήτρια,
Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων
(ΜΑΙΧ)



Το μέλι «καλοκοιμηθιάς» είναι ένας τύπος μελιού που παράγεται τοπικά, μόνο σε ορισμένες περιοχές των Χανίων Κρήτης και, απ'όσο είναι γνωστό, πουθενά αλλού στον κόσμο, λόγω της περιορισμένης εξάπλωσης του συγκεκριμένου φυτού. Γι' αυτό είναι και πολύ σπάνιο!

Ανάλογα και με τις συνθήκες κάθε χρονιάς, μπορεί να παραχθεί σε μέτριες έως σημαντικές ποσότητες, στο τέλος της άνοιξης - αρχή καλοκαιριού, σε περιοχές των Χανίων όπου το συγκεκριμένο φυτό απαντάται σε μεγάλους φυσικούς πληθυσμούς: κυρίως σε Ροδωπού - Σπάθα, Γραμβούσα, Κεραμιά, Θέρισο, Αποκόρωνα και λιγότερο στα περίχωρα της πόλης των Χανίων και σε κάποιες περιοχές των Σφακιών. Στις περισσότερες από αυτές τις περιοχές, υπάρχουν και μεγάλοι πληθυσμοί θυμαριού του οποίου η ανθοφορία ξεκινά κάποιες μέρες πριν τελειώσει αυτή της καλοκοιμηθιάς. Οι μελισσοκόμοι μεταφέρουν παραδοσιακά εκεί τα μελίσσια τους για να τα ετοιμάσουν για την παραγωγή θυμαρίσιου

μελιού, που αποτελεί ως γνωστό το πιο φημισμένο και περιζήτητο μέλι από την Κρήτη και την υπόλοιπη, νησιωτική κυρίως, Ελλάδα.

Πολλές φορές όμως, όταν «δίνει» πολύ η καλοκοιμηθιά, θα πρέπει οι παραγωγοί να κάνουν έναν τρύγο πριν το θυμάρι: τότε έχουμε το «αμιγές», μονοανθικό μέλι καλοκοιμηθιάς! Τις περισσότερες φορές βέβαια, οι παραγωγοί αφήνουν μέσα στις κηρήθρες ό,τι μέλι έχει συλλεχθεί από την καλοκοιμηθιά και άλλα άνθη της περιοχής, και κάνουν έναν μόνο τρύγο, μετά το τέλος της ανθοφορίας του θυμαριού, με συνέπεια να προκύπτει κάποιες φορές, ανάλογα και με την προσφορά του θυμαριού, κι ένας δεύτερος ιδιαίτερος τύπος μελιού: η φυσική ανάμιξη θυμαριού - καλοκοιμηθιάς!

Σύμφωνα με τους εμπειρικούς γνώστες, το «καθαρό» (μονοανθικό) μέλι καλοκοιμηθιάς είναι ανοιχτόχρωμο, από ανοιχτό κίτρινο έως ανοιχτό κεχριμπαρέ, αρκετά γλυκό και απαλό στη γεύση,

χωρίς έντονα αρώματα. Κρυσταλλώνει σχετικά γρήγορα όπως τα περισσότερα μέλια νέκταρος. Όταν «μπει» και το θυμάρι, τότε το μέλι γίνεται ελαφρώς πιο σκούρο κεχριμπαρέ και ο συνδυασμός γεύσης είναι μοναδικός!

Ωστόσο, το μέλι «καλοκοιμηθιάς» μέχρι πρόσφατα ήταν γνωστό μόνο μεταξύ των μελισσοκόμων και κατοίκων των παραπάνω περιοχών. Δεν ήταν γνωστό στους καταναλωτές, ούτε και στους σχετικούς επιστήμονες και αναλυτές μελιού, καθώς δεν διακινούνταν με την αντίστοιχη αναγραφή βοτανικής προέλευσης στην ετικέτα ή στα παραστατικά, παρά μόνο ως «ανθόμελο».

Επειδή όμως τα τελευταία χρόνια των ακραίων καιρικών συνθηκών δημιουργούνται όλο και περισσότερα προβλήματα στην παραγωγή θυμαρίσιου μελιού, ενώ από την άλλη φαίνεται ότι η προσφορά της «καλοκοιμηθιάς» Χανίων σε νέκταρ είναι σχετικά σταθερή, οι μελισσοκόμοι των Χανίων αποφάσι-

σαν να μάθουν περισσότερα για το μέλι «καλοκοιμηθιάς» που παράγουν, ώστε να μπορέσουν να το αναδείξουν στην αγορά ως τέτοιο

Μετά από σχετικά διαβήματα του προέδρου του Μελισσοκομικού Συλλόγου Χανίων «Η Μέλισσα», κ. Θ. Βίγλη, και του Αντιπεριφερειάρχη Χανίων κ. Ν. Καλογερά, ανατέθηκε στις αρχές του 2022 από την Περιφέρεια Κρήτης το έργο «*Ταυτοποίηση και ανάδειξη των χαρακτηριστικών του μελιού «καλοκοιμηθιάς» (Ballota pseudodictamnus) που παράγεται στην Π.Ε. Χανίων*» προς υλοποίηση από κοινού, σε δύο πολύ έμπειρα εργαστήρια: το Εργαστήριο Μελισσοκομίας – Σηροτροφίας Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης (ΑΠΘ), με υπεύθυνη την αναπλ. καθηγ. κ. Τανανάκη Χ., και το Εργαστήριο Αναλυτικής Χημείας του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ), με υπεύθυνη την Π. Γώτσιου.

ΛΙΓΑ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΟ ΦΥΤΟ «ΚΑΛΟΚΟΙΜΗΘΙΑ» ΧΑΝΙΩΝ

Το επιστημονικό όνομα του φυτού της «καλοκοιμηθιάς» των Χανίων είναι *Ballota pseudodictamnus*

(L.) Benth. subsp. *pseudodictamnus*. Ανήκει στην οικογένεια Χειλανθών ή Labiaceae (Labiatae). Η οικογένεια αυτή περιλαμβάνει τα περισσότερα γνωστά αρωματικά φυτά, όπως ρίγανη, μέντα, ματζιόρανα, αλλά η «καλοκοιμηθιά», όπως και το τσάι του βουνού ή «μαλοτήρα» στην Κρήτη (*Sideritis syriaca* L. subsp. *syriaca*), ανήκουν σε ομάδα της οικογένειας που έχουν χαμηλή απόδοση σε αιθέρια έλαια (κάτω από 0,5%) και δεν είναι έντονα αρωματικά. Η «καλοκοιμηθιά» είναι γνωστή και στα Χανιά και σε άλλες περιοχές της Κρήτης και ως «αγριομαλοτήρα», «βρωμο-μαλοτήρα» ή «φυτιλάκι», «λυχνάρακι», κ.α. Η κοινή ονομασία των φυτών προκύπτει, ως συνήθως, από τις χρήσεις του φυτού: παραδοσιακά, σε κάποιες περιοχές των Χανίων χρησιμοποιούσαν αυτό το φυτό ως υλικό για κατασκευή αυτοσχέδιου προσκέφαλου ή για το «γέμισμα» μαξιλαριών (λόγω των μαλακών κλαδιών και φύλλων του, εξ' ου και καλο-κοίμισμα=καλοκοιμηθιά), ενώ πιο παλιά χρησιμοποιούσαν τον κάλυκα του λουλουδιού και ως λυχνάρακι για το άναμμα καντηλιών.

Το συγκεκριμένο φυτό διευκρινίζεται ως «Χανί-

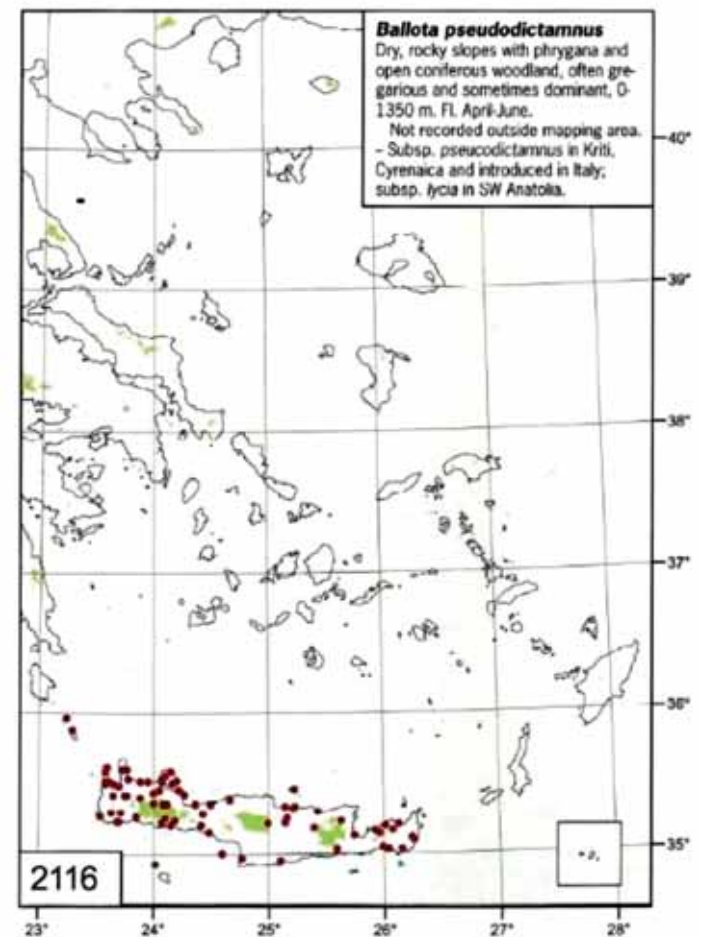
ων», για να μη δημιουργείται σύγχυση, καθώς σε άλλες περιοχές της Κρήτης, ίσως και της Ελλάδας, το ίδιο κοινό όνομα δίνεται σε άλλα φυτικά είδη! Για παράδειγμα, στην Ανατολική Κρήτη η ονομασία «καλοκοιμηθιά» αποδίδεται στο *Origanum microphyllum* (Benth.) Vogel ή ματζιόρανα ή αντωνιάδα, ενώ σε άλλες περιοχές, το αποδίδουν στο Κρητικό τσάι του βουνού ή μαλοτήρα (βλ. πιο πάνω).

Η Βαλλωτή η ψευδοδικταμνος, όπως αποκαλεί ο καθηγητής Δημήτρης Καββάδας το φυτό, στο έργο του «ΕΙΚΟΝΟΓΡΑΦΗΜΕΝΟΝ ΒΟΤΑΝΙΚΟΝ-ΦΥΤΟΛΟΓΙΚΟΝ ΛΕΞΙΚΟΝ», είναι «...πολυετής πόα, ξυλώδης στη βάση, ύψους έως 50εκ., με βλαστό ανορθωμένο, συνήθως μη διακλαδιζόμενο, λευκό και καλυπτόμενο από πυκνό, εριώδες τρίχωμα. Τα φύλλα είναι δύο ανά σπόνδυλο, ωοειδή πλατιά ή καρδιοειδή ή στρόγγυλα στη βάση του φυτού, έμμισχα με πυκνό, λευκό χνούδι. Τα άνθη είναι ερυθρά (αναφέρονται και πορφυρά ή υπόλευκα), κατά μασαχαιαίους σπονδύλους σχηματίζουν μακρούς, διακεκομμένους στάχεις. (...) Πιθανώς πρόκειται για το «ψευδοδικταμνον» του Θεόφραστου (Φυτών Ιστορία 9, 16,2) και του Διοσκουρίδη (III, 32)».

Είναι φυτό πολύ ανθεκτικό σε ακραίες συνθήκες (αλατότητα, ξηρασία, άνεμος, ανομβρία...). Επίσης δεν βόσκειται από τα αιγοπρόβατα, γεγονός που το κάνει να κυριαρχεί πολλές φορές ακόμη και σε υπερ-βοσκημένες περιοχές, συνήθως σε ξηρές, βραχώδεις πλαγιές με φρύγανα ή σε ξέφωτα δασών, σε υψόμετρο 0-1350 μ. Ανθίζει από Απρίλιο έως Ιούνιο (ή και Ιούλιο ανάλογα και με το υψόμετρο).

Το είδος *Ballota pseudodictamnus* υποείδος (subsp.) *pseudodictamnus* θεωρείται **ενδημικό φυτό της Ανατολ. Μεσογείου**: μέχρι σήμερα το υποείδος αυτό έχει καταγραφεί μόνο στην Κρήτη (και κυρίως στην δυτική πλευρά, στην περιοχή των Χανίων), στα Αντικύθηρα, σε ορισμένα σημεία στην Κηρναϊκή (Βόρεια Λιβύη) και αναφέρεται ως «εισαγόμενο» (πιθανά ως καλλωπιστικό) στην Ιταλία και την Αγγλία, αλλά **πουθενά αλλού στον κόσμο δεν είναι αυτοφυές**. Το πολύ συγγενικό υποείδος *Ballota pseudodictamnus* (L.) Benth. subsp. *lycia* Hub. - Mor. αναφέρεται μόνο στη ΝΔ Τουρκία.

Το γένος φυτών *Ballota* περιλαμβάνει πολυετείς πόες ή μικρούς θάμνους. Είναι αποδεκτά πάνω από 20 είδη παγκοσμίως, με τον μεγαλύτερο αριθμό ειδών να εμφανίζεται στην περιοχή της Μεσογείου. Υπάρχουν όμως και είδη *Ballota* που εξαπλώνονται ως τη Δυτική - Κεντρική Ασία και κάποια που έχουν τεχνητά εισαχθεί στην Αυστραλία, Ν. Ζηλανδία και Ν. Αμερική. Στην Ελλάδα, το γένος αντιπροσωπεύεται από 9 είδη και υποείδη, τρία από τα οποία απαντώνται στην Κρήτη, σύμφωνα με την επίσημη ιστοσελίδα «Flora of Greece web»:



- Το *Ballota pseudodictamnus* (L.) Benth. subsp. *pseudodictamnus*, η «καλοκοιμηθιά» Χανίων που περιγράφηκε παραπάνω.
- Το *Ballota nigra* subsp. *ruderalis* (Sw.) Briq.): το είδος ευρύτατα εξαπλωμένο στην Ευρώπη και στη Μεσογειακή λεκάνη και το υποείδος αυτό είναι το πιο κοινό απ' όλα. Σχετικά πιο κοινό και στην υπόλοιπη Ελλάδα, αλλά στην Κρήτη, απαντάται σποραδικά κυρίως σε περιοχές του Ρεθύμνου και Ηρακλείου.
- Το *Ballota acetabulosa* (L.) Benth.: απαντάται μόνο στην Ελλάδα και στη Δυτ. Ανατολία της Τουρκίας. Σχετικά κοινό είδος στην υπόλοιπη Ελλάδα (εκτός ΒΔ), αλλά στην Κρήτη γνωστό μόνο σε λίγες τοποθεσίες και σε ορισμένες αποκαλείται επίσης «καλοκοιμηθιά».

Τα περισσότερα είδη *Ballota* αναφέρονται να έχουν μελισσοκομική αξία ως νεκταροδοτικά φυτά και γυρεόκοκκοι αυτών απαντώνται σποραδικά σε ελληνικά μέλια. Ωστόσο, σε καμία περίπτωση δεν βρέθηκαν αναλυτικά στοιχεία στη βιβλιογραφία για «αμιγές» (μονοανθικό) μέλι από κάποιο είδος *Ballota*. Βρέθηκε μόνο μία αναφορά σε εθνοβοτανική μελέτη από τη Λιβύη (El-Mokasabi, 2014) για τη χρήση του ίδιου υποείδους που φύεται στην

Κρήτη όπως κι εκεί, ως φαρμακευτικό φυτό ενάντια σε προβλήματα του πεπτικού και ουροποιητικού συστήματος, ενάντια σε παράσιτα των μαλλιών, αλλά και η μελισσοκομική αξία του στην παραγωγή μελιού, χωρίς περαιτέρω αναφορές και λεπτομέρειες.

ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΗΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΣ ΚΡΗΤΗΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΤΟΥ ΣΠΑΝΙΟΥ ΜΕΛΙΟΥ

Η σημαντική παραγωγή μελιού «καλοκοιμηθιάς» στα Χανιά σε συνδυασμό με την ανθεκτικότητα του φυτού έναντι της κλιματικής αλλαγής δημιουργούν ευνοϊκές συνθήκες και μελλοντικές προοπτικές για τη συστηματική εμπορική εκμετάλλευση και προώθηση του συγκεκριμένου είδους μελιού.

Στόχος της έρευνας που σχεδιάστηκε και υλοποιείται από κοινού μεταξύ Εργαστηρίου Μελισσοκομίας ΑΠΘ και Εργαστηρίου Αναλυτικής Χημείας ΜΑΙΧ, είναι η μελέτη και η ανάδειξη των χαρακτηριστικών του μελιού «καλοκοιμηθιάς» στα Χανιά. Οι μέχρι τώρα πληροφορίες για τα χαρακτηριστικά του

είναι εμπειρικές και δεν στηρίζονται σε τεκμηριωμένα επιστημονικά δεδομένα. Η διερεύνησή τους θα συμβάλει στον καθορισμό της ταυτότητας και στην πιθανή ανάδειξη ιδιαίτερων ιδιοτήτων του, προκειμένου να διευκολυνθεί η εμπορική του διακίνηση και να γίνει γνωστό στους καταναλωτές. Ειδικότερα περιλαμβάνονται οι ακόλουθες δράσεις:

1. Διερεύνηση υφιστάμενης κατάστασης / ενημέρωση μελισσοκόμων.
2. Δειγματοληψία μελιού και μελέτη των βακτηριακών φυσικοχημικών, γυρεοσκοπικών και οργανοληπτικών χαρακτηριστικών για δύο τουλάχιστον χρόνια.
3. Διερεύνηση του νομοθετικού πλαισίου (εθνικού / ευρωπαϊκού) με βάση το οποίο μπορεί πιθανά να γίνει επίσημη αναγνώριση των προδιαγραφών ποιότητας.
4. δράσεις διάχυσης - ενημέρωσης για την ανάδειξη του στην επιστημονική κοινότητα, στην αγορά και στους καταναλωτές

Το έργο είναι σε πλήρη εξέλιξη και φέτος ανα-

μένεται η δεύτερη δειγματοληψία μελιού από την έναρξη του έργου. Αναλόγως με τα αποτελέσματα, θα κριθεί αν θα χρειαστεί και τρίτη χρονιά δειγματοληψίας και τυχόν παράταση εργασιών, ώστε να εξαχθούν όσο το δυνατό πιο ασφαλή συμπεράσματα και να ολοκληρωθούν επιτυχώς οι δράσεις διάχυσης - ενημέρωσης του έργου.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Καββάδας, Σ. Δημήτριος (1956) *Εικονογραφημένο Βοτανικόν-Φυτολογικόν Λεξικόν. Τόμος 1-9. Εκδ. Πήγασος, Αθήνα.*

El-Mokasabi, F. M. (2014). *Floristic composition and traditional uses of plant species at Wadi Alkuf, Al-Jabal Al-Akhder, Libya. American-Eurasian J. Agric. Environ. Sci., 14(8), 685-697. DOI: 10.5829/idosi. aejaes.2014.14.08.12375*

Flora of Greece Web (Dimopoulos et al. 2013-2022) 4th version. <https://portal.cybertaxonomy.org/flora-greece/>

Strid A. 2016. *Atlas of the Aegean flora. Part 2: Maps.- Berlin: Botanic Garden and Botanical Museum Berlin, Freie Universitat Berlin. - Englera 33(2).*

ΣΥΝΤΟΜΟ ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

Η Παναγιώτα Γώτσιου γεννήθηκε στη Θεσσαλονίκη όπου και σπούδασε Βιολογία, στο Αριστοτέλειο Πανεπιστήμιο Θεσσαλονίκης. Ολοκλήρωσε το Μάστερ Επιστημών (M.Sc.) με εξειδίκευση στη Βοτανική και Φυσικά Προϊόντα στο Μεσογειακό Αγρονομικό Ινστιτούτο Χανίων (ΜΑΙΧ). Εργάζεται στο ΜΑΙΧ ως ερευνήτρια από το 1998, αρχικά στο Τμήμα Φυσικών Προϊόντων και στη συνέχεια στο Τμήμα Χημείας Τροφίμων και Φυσ. Προϊόντων και στη Μονάδα Διατήρησης Μεσογειακών Φυτών. Έχει συμμετάσχει και συντονίσει εθνικά και ευρωπαϊκά προγράμματα έρευνας και συνεργασίας στο ΜΑΙΧ. Οι εργασίες της σχετίζονται με τη Βοτανική, ειδικότερα τη μελέτη και προστασία σπάνιων φυτών, αλλά και στην αξιοποίηση χρήσιμων φυτών, όπως τα αρωματικά και μελισσοκομικά φυτά. Έχει πολύχρονη εμπειρία στη Μελισσοπαυνολογία, τη γυρεοσκοπική εξέταση του μελιού για τον προσδιορισμό της βοτανικής και γεωγραφικής του προέλευσης, και σε μελέτες για την ποιότητα και αυθεντικότητα του μελιού.



Συνέντευξη

Marketing Σύμμαχος Επιτυχίας

Το marketing είναι μια επένδυση που κάνεις τις μικρές επιχειρήσεις μεγάλες και τις μεγάλες, μεγαλύτερες. Είναι βασικός σύμμαχος και οδηγός επιτυχίας των επιχειρήσεων. Δουλεύει με συνέπεια, χτίζει σταδιακά το όνομα για να φέρει την αναγνώριση, αύξηση πελατών και φυσικά κέρδος. Ως DIGIADS πάντα με έμπνευση, διάθεση και αστείρευτη δημιουργικότητα βρισκόμαστε στο πλευρό των επιχειρήσεων, συνεισφέροντας στην ανάπτυξη και εδραίωσή τους υπογραμμίζοντας στο Κρητών Επιχειρείν ο Αθανάσιος Βούρδας, Σύμβουλος Επικοινωνίας και Ιδρυτής της DIGIADS | Digital Marketing Agency.



Αθανάσιος Βούρδας,
Σύμβουλος Επικοινωνίας
& ψηφιακού Marketing,
Ιδρυτής της DIGIADS
Digital Marketing Agency.

Ποια είναι η σημασία του ψηφιακού μάρκετινγκ για μια επιχείρηση;

Αρχικά να πούμε ότι πλέον που όλα τα μέσα είναι ψηφιακά, ο όρος ψηφιακό μάρκετινγκ είναι αρκετά ευρύς. Δηλαδή, κάποτε που η τηλεόραση, το ραδιόφωνο και ο έντυπος τύπος, τα παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης δηλαδή, ήταν ακόμη προ ψηφιακής εποχής, ήταν αναγκαίο να γίνει αυτός ο όρος, ψηφιακός. Κάτι που τώρα, όπως σας είπα δεν χρειάζεται. Άρα η απάντηση στο πόσο σημαντικό είναι το μάρκετινγκ για μια επιχείρηση, αρκεί να σας πω ότι

πλέον η πλειοψηφία των μικρών και μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν αναγνωρίσει και προσπαθούν να ενταχθούν σε αυτό το κλίμα, όπου παρουσιάζονται στο κοινό μέσω των Social Media, είτε ο καθένας με τις δικές του προσπάθειες, είτε μέσω οργανωμένων και στρατηγικά δομημένων ενεργειών με την συνεργασία επαγγελματιών, όπως είμαστε εμείς στην DIGIADS.

Τα ψηφιακά μέσα δίνουν την δυνατότητα να έχουν πρόσβαση σε ανθρώπους που ενδεχομένως δεν θα γνωρίζουν καν που είναι το φυσικό κατάστημα, δίνουν την δυνατότητα να ανταγωνιστεί μια αντί-

στοιχη επιχείρηση που βρίσκεται σε άλλη πόλη ή και χώρα, δίνει την δυνατότητα να προσωποποιήσει τις πωλήσεις, όπως θα έκανε σε έναν πελάτη που θα είχε την δυνατότητα να τον έχει στον χώρο του και γενικότερα ο ψηφιακός κόσμος είναι σαν να ανοίγεις ένα υποκατάστημα, ή μια επιπλέον πόρτα σε όλο τον υπόλοιπο κόσμο. Κυριολεκτικά.

Ποιες είναι οι τάσεις και οι καινοτομίες στον ψηφιακό μάρκετινγκ;

Το marketing στην βάση του δεν έχει αλλάξει τόσο, ώστε να μας δώσει κάτι τόσο πρωτοπορια-

κό. Αυτό που κάνει την διαφορά σε μια επιχείρηση στο ψηφιακό κομμάτι και την βοηθάει να ξεχωρίσει είναι η στρατηγική, η δημιουργικότητα και η φαντασία.

Για παράδειγμα, ένα συχνό φαινόμενο που παρατηρούμε είναι μικρές ή μικρομεσαίες επιχειρήσεις να επενδύουν ένα σοβαρό ποσό, κυρίως από ίδια κεφάλαια αλλά και μέσω των προγραμμάτων που τρέχουν τα τελευταία χρόνια, σε ιστοσελίδες τις οποίες μετά απλά τις αφήνουν χωρίς να φροντίζουν για την σωστή ανάδειξή τους. Κι αυτό στηρίζεται - δυστυχώς - στην εντύπωση

που υπήρχε προ 15 – 20 ετών όπου η πρόσβαση στο διαδίκτυο ήταν πιο περιορισμένη, οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνταν στο διαδίκτυο ήταν επίσης ελάχιστες και ο τρόπος που λειτουργούσε το περιεχόμενο ήταν διαφορετικό.

Πλέον, υπάρχουν πάρα πολλές επιχειρήσεις στο διαδίκτυο, η πρόσβαση είναι πανεύκολη, το περιεχόμενο μετράει, δεν αρκούν δυο γραμμές, μια όμορφη φωτογραφία και τέλος, χρειάζεται συνεχή παρακολούθηση, χτίσιμο της αναγνώρισης της επιχείρησης, μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, μέσα από καταχωρήσεις διαφημιστικές, μέσα από συνεργασίες με publishers, δημιουργία περιεχομένου σε τρίτους κλπ. Άρα δεν μιλάμε για κάποια τάση, αλλά για το πως λειτουργεί αυτήν την στιγμή το πλάνο.

Πώς η DIGIADS συμβάλει στη δημιουργία ενός αποτελεσματικού πλάνου ψηφιακού μάρκετινγκ;

Παρέχουμε όλες τις παραπάνω λύσεις, σε μια λογική Total 360°, ξεκινάμε δηλαδή από την κατασκευή ή τις προτάσεις διόρθωσης / βελτίωσης Ιστοσελίδας, παρέχουμε την δυνατότητα να κάνουμε ή να βελτιώσουμε την διαδικασία με την οποία γίνεται πιο εύκολα ανιχνεύσιμη από τις μηχανές αναζήτησης (Search Engine Optimization), δημιουργούμε στρατηγικό πλάνο για μια συνολική παρουσία στα ψηφιακά μέσα, αλλά και επί μέρους ενέργειες με προτάσεις, δημιουργία και διαχείριση

όλων των Κοινωνικών δικτύων, προτάσεις συνεργασίας με publishers, influencers κ.λ.π, αλλά πλέον έχουμε την δυνατότητα να παρέχουμε και ατομικές και μεμονομένες συνεδρίες συμβουλευτικής όπου εκεί καλύπτουμε αρχές επικοινωνίας, συμβουλές επιχειρηματικότητας στην ψηφιακή εποχή και φυσικά συμβουλές για ενέργειες σε ψηφιακά μέσα.

Ποιες είναι οι βασικές συμβουλές που θα δίνετε στους ιδιοκτήτες των εταιρειών;

Θα ξεκινούσα λέγοντας ότι το marketing πρέπει να το δουν σαν μια βασική επένδυση για την επιχείρησή τους, ανεξάρτητα του πόσο μεγάλη είναι. Το marketing είναι μια επένδυση που κάνεις τις μικρές επιχειρήσεις μεγάλες και τις μεγάλες, μεγαλύτερες. Δουλεύει με συνέπεια, χτίζει σταδιακά το όνομα και μπορεί να φέρει την αναγνώριση, αύξηση πελατών και φυσικά κέρδος. Μια δεύτερη συμβουλή που θα έδινα - ειδικά σε αυτούς που έχουν κάνει τα πρώτα βήματα - θα ήταν να σεβαστούν την επένδυση και την επιχείρησή τους και να συνεχίζουν να προχωράνε και να κάνουν βήματα μπροστά.

Το marketing είναι ένας μαραθώνιος, όπου αν προσαρμόζεσαι στις συνθήκες του αγώνα είναι σίγουρο ότι θα έχεις κέρδος.

Πώς πρέπει να αντιμετωπίζει μια επιχείρηση την παρουσία αρνητικών σχολίων στα κοινωνι-

κά δίκτυα;

Πολύ ωραία ερώτηση, αφού - ειδικά σε τουριστικά μέρη όπως είμαστε στην Κρήτη - η αρνητική κριτική χρησιμοποιείται σαν εκφοβισμός από τον πελάτη, ή σαν αντίποινα από ανταγωνιστές. Δεν είναι λόγος πανικού. Οποιαδήποτε κριτική, είναι καλοδεχούμενη. Κι έτσι πρέπει να το βλέπουμε, αρκεί να είναι αληθινή ή τουλάχιστον να έχει βάση αλήθειας.

Από εκεί και πέρα καλό είναι να απαντάμε ευγενικά, να καλούμε τον «καταγγέλοντα» να επικοινωνήσει μαζί μας, ώστε να μας πει αναλυτικά τι τον ενόχλησε και να δείχνουμε ότι είμαστε διαθέσιμοι να επανορθώσουμε σε περίπτωση λάθους, αλλά και ότι ακόμη και η άμεση υπόδειξη θα είχε παραπάνω όφελος και για τον ίδιο.

Ας κρατήσουμε στο πίσω μέρος του μυαλού μας ότι κάποιος που θα διαβάσει την αρνητική κριτική θα ήθελε μια απάντηση, σε περίπτωση που είναι αληθινό συμβάν ότι (α) η επιχείρησή πήρε το μήνυμα κι εργάζεται προς την βελτίωση των υπηρεσιών, (β) σέβεται μια αρνητική άποψη κι απαντάει με ειλικρίνεια και κόσμια, (γ) ότι έχει άμεσες λύσεις και (δ) αν είναι ψεύτικη με δομημένα επιχειρήματα αποδομεί και κάνει ανίσχυρη την κριτική.

Περιπτώσεις επιθετικής απάντησης με χρήση κοσμητικών επιθέτων, λεκτικής βίας κλπ, μπορεί να είναι αστείες, να γίνονται viral, αλλά στο τέλος αφήνουν μια ακόμη πιο αρνητική ανάμνηση σε έναν υποψήφιο πελάτη.

Για το τέλος θα ήθελα να προσθέσω το εξής:

Ένα σχόλιο, τέλος, για το όραμα της DIGIADS Το motto μας είναι Be DIGIADS, Be Online και αντικατοπτρίζει το όραμά μας. Να συμβάλλουμε στην εδραίωση των επιχειρήσεων, με τις οποίες συνεργαζόμαστε, στον ψηφιακό κόσμο. Να είναι δυναμικά στην πρώτη γραμμή, να διέπονται από εξωστρέφεια με σεβασμό στα brand guidelines τους και να αναπτύσσονται διαρκώς. Επιθυμία είναι να ορίσουμε το Marketing ως βασικό σύμμαχο και οδηγό επιτυχίας των επιχειρήσεων. Πάντα με έμπνευση, διάθεση και αστείρευτη δημιουργικότητα βρισκόμαστε στο πλευρό των επιχειρήσεων, συνεισφέροντας στην ανάπτυξη και εδραίωσή τους.

• Βιογραφικό

Ο Αθανάσιος Βούρδας είναι σύμβουλος επικοινωνίας και ψηφιακού Marketing. Ιδρυτής της DIGIADS | Digital Marketing Agency με έδρα το Ρέθυμνο.

Επί χρόνια έχει υπάρξει υπεύθυνος ανάπτυξης πολλών ηλεκτρονικών καταστημάτων, σύμβουλος επικοινωνίας σε επιχειρήσεις εντός και εκτός Ελλάδος, καθώς επίσης και σύμβουλος ανάπτυξης ψηφιακού Marketing σε επιχειρήσεις του τουρισμού αλλά και σε άλλους τομείς της επιχειρηματικότητας. Τα τελευταία δύο χρόνια εθελοντικά είναι σύμβουλος marketing στον Δήμο Ρεθύμνου



Brand Name «Κρήτη»

Η ενδυνάμωση της εξωστρέφειας των Κρητικών επιχειρήσεων και η αύξηση των Κρητικών εξαγωγών στη Διεθνή αγορά, είναι βασικός στόχος όλων των φορέων εκπροσώπησης της επιχειρηματικότητας του νησιού μας, ιδιαίτερα των Επιμελητηρίων του, τονίζει στο Κρητών Επιχειρείν ο Γιώργος Γιακουμάκης Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης και του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Κρήτης.

Υπογραμμίζοντας ότι οι εξαγωγές των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων και τροφίμων του νησιού, εκτός από τη θετική συμβολή στο εμπορικό ισοζύγιο, βοηθούν την Περιφέρεια Κρήτης να χτίσει ένα ακόμη περισσότερο ισχυρό και αναγνωρίσιμο «brandname» στο εξωτερικό, με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα για όλους τους λοιπούς κλάδους, με προεξάρχοντα αυτόν του τουρισμού. Αποτελούν δηλαδή σημαντικότατο αναπτυξιακό πυλώνα.

Γεώργιος Γιακουμάκης,
Πρόεδρος Επιμελητηρίου Ρεθύμνης,
Πρόεδρος Περιφερειακού Επιμελητηριακού
Συμβουλίου Κρήτης,
Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος
της Βυρσοδεψία Ι. & Γ. Γιακουμάκη Α.Ε.

Πόσα μέλη έχει το επιμελητήριο και σε ποιους κλάδους δραστηριοποιούνται;

Όπως γνωρίζετε, ο προσανατολισμός της οικονομικής φυσιογνωμίας του Ρέθυμνου εστιάζει επιχειρηματικά γύρω από το πλέγμα παροχής υπηρεσιών τουρισμού. Δεν αποτελεί έκπληξη συνεπώς το γεγονός ότι, το πλέον πολυπληθές τμήμα του Επιμελητηρίου μας, ως προς τον αριθμό των επιχειρήσεων – μελών μας, είναι το τμήμα των υπηρεσιών. Ακολουθούν σε κάποια απόσταση το εμπορικό και το μεταποιητικό τμήμα, αντίστοιχα. Το αμιγώς τουριστικό μας τμήμα, αριθμεί περί τις 1.200 επιχειρήσεις οι οποίες όμως είναι αυτές που συνεισφέρουν περισσότερο στην τοπική απασχό-

ληση, κατά μέσο όρο φυσικά. Σε κάθε περίπτωση, θα ήθελα να τονίσω ότι το βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από την αποτύπωση των στοιχείων του μητρώου του Επιμελητηρίου μας, είναι ότι το Ρέθυμνο παρουσιάζει όχι απλά αύξηση της τάσης δημιουργίας νέας επιχειρηματικότητας αλλά πραγματική «απογείωση» της, αφού οι εγγραφές νέων μελών του Επιμελητηρίου συνεχίζουν να αυξάνονται ολοένα και περισσότερο σε κάθε καταγραμμένο διάστημα.

Οι εγγραφές νέων μελών μας παραμένουν πάντοτε κατά πολύ περισσότερες από τις διαγραφές, ενώ σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στοιχεία του Επιμελητηρίου μας ο αριθμός των επιχειρήσε-

ων που δημιουργήθηκαν το τελευταίο δίμηνο στο Ρέθυμνο, είναι δεκαπλάσιος αυτών που διέκοψαν. Σε όλες τις αναλύσεις μας παρατηρούμε μία σταθερά υψηλή δυναμική δημιουργίας νέων επιχειρήσεων σε σχέση με τα προηγούμενα 2 έτη, στα οποία βέβαια η επιχειρηματικότητα λειτούργησε σε συνθήκες πανδημίας.

Συνοπτικά μπορούμε να παραθέσουμε τα στοιχεία του Μητρώου μας, μηνός Ιουνίου 2023, τα οποία έχουν ως εξής:

ΤΜΗΜΑ	ΠΛΗΘΟΣ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ	1.206
ΕΜΠΟΡΙΚΟ	1.820

ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ	3.229
ΜΕΤΑΠΟΙΗΤΙΚΟ	1.242
ΣΥΝΟΛΟ ΜΕΛΩΝ	7.497

Ποιές οι στρατηγικές για την προώθηση και την υποστήριξη των τοπικών επιχειρήσεων;

Η ανάπτυξη οριζόντιων και κάθετων ενδοκλαδικών και διακλαδικών διασυνδέσεων μεταξύ των επιχειρήσεων και των τριών τομέων της τοπικής οικονομίας, θεωρώ ότι αποτελεί τον πλέον αποτελεσματικό μηχανισμό, ικανό να διασφαλίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη στην Περιφερειακή Ενότητα Ρεθύμνου. Υπάρχει σαφής και επιτακτική ανάγκη

να αναπτυχθούν πολλαπλές συνέργειες (με τη μορφή δικτύων) μεταξύ των επιχειρήσεων και των εκμεταλλεύσεων του πρωτογενούς τομέα με τις υφιστάμενες επιχειρήσεις μεταποίησης των προϊόντων του πρωτογενούς τομέα, τις εμπορικές επιχειρήσεις, τα ξενοδοχεία και τις επιχειρήσεις εστίασης του νομού για την απορρόφηση των προϊόντων του πρωτογενούς αλλά και μεταποιημένων αγαθών (υψηλής προστιθέμενης αξίας) στις τοπικές αγορές, με απώτερο στόχο την επέκταση τόσο στην Ελλάδα, όσο και σε άλλες χώρες. Η προβολή και δυνατότητα δοκιμής ενός ποιοτικού-παραδοσιακού τοπικού προϊόντος από Έλληνες και ξένους επισκέπτες της Περιφερειακής Ενότητας Ρεθύμνου δίνει ένα σαφές πλεονέκτημα για τη δημιουργία μιας πιο σταθερής ζήτησης τόσο στην υπόλοιπη Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Ως εκπρόσωπος της επιχειρηματικότητας νοιώθω πραγματικά ευτυχής, γιατί τα τελευταία χρόνια έχουμε κατορθώσει να δώσουμε νέα ώθηση στην εγχώρια και διεθνή αναγνώριση του υψηλού επιπέδου των προϊόντων της Κρητικής γης. Προσπάθεια που αποτυπώνεται σε συνεργατικές δράσεις, όπως την απόλυτα επιτυχημένη διοργάνωση του *Παγκρήτιου Φόρουμ Προώθησης Προϊόντων σε κρητικά ξενοδοχεία και Super Markets* στην Κρήτη, αλλά και την αντίστοιχη διοργάνωση του Φόρουμ Προώθησης Κρητικών Προϊόντων σε πανελλαδική κλίμακα, στο ΟΑΚΑ. Επίσης μέσω δράσεων όπως η συμμετοχή και υποστήριξη μας στο «Ελληνικό Πρωινό Κρήτης», στο *«Σήμα Ποιότητας Κρητικής Κουζίνας της Περιφέρειας Κρήτης»*, αλλά και η, επί δέκα έτη διοργάνωση της *«Γιορτής Κρητικής Διατροφής»* στο Ρέθυμνο - τις οποίες αναφέρω απλά ενδεικτικά, ως προς το ενδεικτικό πλαίσιο των δράσεων μας.

Πως το Επιμελητήριο συμβάλει στην εξωστρέφεια των επιχειρήσεων;

Ως επιμελητηριακός, κλαδικός φορέας, πιστεύουμε ότι οι τοπικοί φορείς και οι τοπικές κοινωνίες οφείλουν από κοινού να συνεργαστούν με σκοπό να προωθηθεί περαιτέρω το πλεονέκτημα της εξωστρέφειας της οικονομίας του νησιού, με την καλύτερη δυνατή προώθηση του brand name «Κρήτη» στο εξωτερικό.

Ειδικά για το Ρέθυμνο, με την προνομιούχα κλιματολογικά ενδοχώρα του και τον ισχυρό πρωτογενή του τομέα, θεωρούμε ότι υπάρχουν σημαντικά περιθώρια επιχειρηματικών ευκαιριών. Ενδεικτικά, ως τέτοιες ευκαιρίες αναφέρονται τα εξής:

- Παραγωγή, τυποποίηση και διακίνηση οικολογικών προϊόντων
- Παραγωγή Προϊόντων Ονομασίας Προέλευσης
- Παραγωγή προϊόντων αγροκτήματος
- Παραγωγή προϊόντων με τοπικό σήμα ποιότητας

- Ανασυγκρότηση οικοτεχνίας - χειροτεχνίας

Παράλληλα, υπάρχει αυξημένη δυνατότητα για διεύρυνση της γκάμας των προϊόντων που παράγονται στο Ρέθυμνο, πέρα από το λάδι: το κρασί, το χαρούπι, τα κτηνοτροφικά προϊόντα, το μέλι, τα σαλιγκάρια, το ρόδι, τα φρούτα, τα αρωματικά φυτά και άλλα που είναι γνωστά για την ποιότητά τους.

Ως Διοίκηση του Επιμελητηρίου του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης και του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Κρήτης θεωρούμε ότι η ανάπτυξη του τόπου μας θα πρέπει να βασιστεί, όχι απλά σε δύο πυλώνες, την πρωτογενή μας παραγωγή, και τον τουρισμό, αλλά κύρια *στην επίτευξη προστιθέμενης αξίας* μέσω των απαιτούμενων συνεργιών μεταξύ τους.

Εργαζόμαστε λοιπόν από κοινού και διαχρονικά, με τους φορείς της Κρήτης, τα άλλα Επιμελητήρια του νησιού - αλλά κυρίως με τις επιχειρήσεις - μέλη μας, χτίζοντας ένα ολοένα και πιο ισχυρό προφίλ, τόσο για τον τουρισμό, όσο και για τα προϊόντα της Κρητικής παραγωγής.

Σε κάθε περίπτωση, ο αγροδιατροφικός τομέας είναι ένας από τους πλέον δυναμικούς κλάδους της Κρητικής μεταποίησης. Θα πρέπει να αναφερθεί επίσης ότι, οι εξαγωγές των ποιοτικών αγροτικών προϊόντων και τροφίμων του νησιού, εκτός από τη θετική συμβολή στο εμπορικό ισοζύγιο, βοηθούν την Περιφέρεια Κρήτης να χτίσει ένα ακόμη περισσότερο ισχυρό και αναγνωρίσιμο «brandname» στο εξωτερικό, με πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα για όλους τους λοιπούς κλάδους, με προεξάρχοντα αυτόν του τουρισμού. Αποτελούν δηλαδή σημαντικότατο αναπτυξιακό πυλώνα. Συνεπακόλουθα, η ενδυνάμωση της εξωστρέφειας των Κρητικών επιχειρήσεων και η αύξηση των Κρητικών εξαγωγών στη Διεθνή αγορά, είναι βασικός στόχος όλων των φορέων εκπροσώπησης της επιχειρηματικότητας του νησιού μας, ιδιαίτερα των Επιμελητηρίων του.

Ως Κρήτη διαθέτουμε ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα εξωστρέφειας, το οποίο είναι, όπως ανέφερα το **δυνατό τουριστικό όπως και διατροφικό brand name** που έχουμε κτίσει, κάτι που μας επιτρέπει την αισιοδοξία. απ ότι φαίνεται και η φετινή σεζόν θα πάει καλά, και ας μη γελιόμαστε, σχεδόν όλοι οι επιχειρηματικοί τομείς του Ρεθύμνου, συνδέονται με την πορεία του Τουρισμού.

Πάντως, χρειάζεται συνεχής προσπάθεια - και το στοιχείο στο οποίο πιστεύω ότι θα πρέπει να εστιάσουν οι επιχειρήσεις μας είναι η αύξηση της εξωστρέφειας τους, μέσα και από την πραγματοποίηση επενδύσεων εκσυγχρονισμού και δημιουργίας τοπικών αλυσίδων αξίας, πάνω στο brand name που ανέφερα. Σημαντική κρίνω επίσης και τη συνεχή επαγγελματική κατάρτιση, τόσο των επιχειρηματιών όσο και του προσωπικού των επιχειρήσεων τους.

Σε κάθε περίπτωση, οι όποιες επιχειρηματικές επιτυχίες προϋποθέτουν προσήλωση στον στόχο μας, συνεργασία, και φυσικά σοβαρή δουλειά. Είναι κάτι το οποίο θα πρέπει να το έχουμε συνεχώς κατά νου ως παράγοντα επιτυχίας.

Ποιες είναι οι μεγαλύτερες προκλήσεις στην δεκαετία που διανύουμε για το Επιμελητήριο και τα μέλη του;

Πιστεύω ότι είναι κοινός τόπος πλέον, ότι βρισκόμαστε σήμερα σε ένα σημείο καμπής ως προς το μέλλον του Ελληνικού επιχειρείν. Μετά την κορύφωση της πανδημίας του κορονοϊού, την σκυτάλη των προκλήσεων πήραν η αύξηση στις τιμές των πρώτων υλών - λόγω και των προβλημάτων στην παγκόσμια εφοδιαστική αλυσίδα, η πολεμική ανάφλεξη στην Ευρωπαϊκή ήπειρο και - ίσως η περισσότερο απειλητική όλων σε μακροπρόθεσμο ορίζοντα, η σοβούσα *εκρηκτική αύξηση του ενεργειακού κόστους*. Ως αποτέλεσμα αυτών, έχουν προκληθεί σωρευτικά σημαντικότερες αναταράξεις στις εθνικές οικονομίες, αλλά και αντίστοιχα σοβαρές απώλειες εσόδων σε βασικές οικονομικές δραστηριότητες. Όσον αφορά τα σημαντικότερα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις μας, σίγουρα θα συμπεριλαμβάνα μαζί με τις αυξήσεις στο κόστος της ενέργειας τις αντίστοιχες αυξήσεις στο κόστος των πρώτων υλών οι οποίες φαίνεται να είναι αυτές που απασχολούν περισσότερο τα μέλη μας. Αυτό είναι φυσικό γιατί αυτά είναι που προκαλούν μία σημαντική αύξηση του λειτουργικού μας κόστους το οποίο είναι πλέον πολύ δύσκολο να μετακυληθεί.

Σε κάθε περίπτωση όμως, είμαι προσωπικά αισιόδοξος για το μέλλον, κι αυτό γιατί μπορούμε - και θα το καταφέρουμε - να καθιερώσουμε την Κρήτη και ειδικά σε ότι μας αφορά το Ρέθυμνο, σε 12μηνο τουριστικό προορισμό. Η Κρήτη, και ιδιαίτερα το Ρέθυμνο, αποτελεί έναν από τους κορυφαίους, εμβληματικούς και αναγνωρίσιμους ελληνικούς προορισμούς, ιδιαίτερα στα προϊόντα διακοπές για την Οικογένεια, αλλά και Γαστρονομικός και Πολιτιστικός τουρισμός, με σημαντικές όμως δυνατότητες για περαιτέρω άνοδο. Κι αυτό θα συμβεί μέσα από την ανάπτυξη και άλλων εναλλακτικών και κυρίως θεματικών δυνατοτήτων / προσφερόμενων πακέτων διακοπών, που θα βοηθήσουν στην διαφοροποίηση και αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος μας. Προοπτικές υπάρχουν ακόμη όπως αναφέραμε και στα προϊόντα διατροφής, αλλά και στις επενδύσεις γύρω από το περιβάλλον και την παραγωγή ενέργειας όπως και στο real estate, ειδικά στο κομμάτι των παραθεριστικών κατοικιών.

Εργαζόμαστε λοιπόν από κοινού και διαχρονικά, με τους φορείς της Κρήτης, τα άλλα Επιμελητήρια του νησιού - αλλά κυρίως με τις επιχειρήσεις - μέλη μας, χτίζοντας ένα ολοένα και πιο ισχυρό προφίλ,

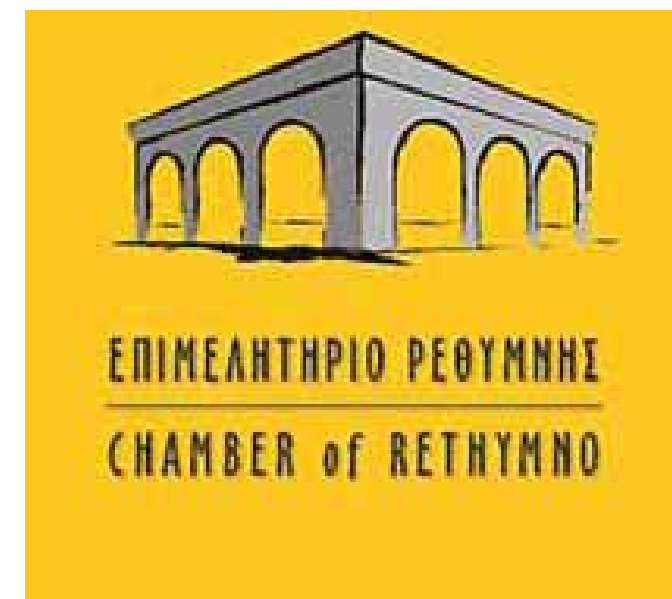
τόσο για τον τουρισμό, όσο και για τα προϊόντα της Κρητικής παραγωγής. Εν κατακλείδι, η *αναγκαιότητα μεταστροφής του παραγωγικού μας υποδείγματος* την οποία ανέδειξαν οι παγκόσμιες κρίσεις, η απεξάρτηση από την μονοκρατορία του μαζικού τουρισμού και η ενίσχυση των περιφερειακών αλυσίδων αξίας, θεωρώ ότι μπορούν να δημιουργήσουν τα εχέγγυα για την ομαλή μας προσαρμογή.

Ως Επιμελητήριο Ρεθύμνης στεκόμαστε δίπλα στον παραγωγό επιχειρηματία που παλεύει κόντρα στο ρεύμα και προχωράμε μαζί, δείχνοντας με τον τρόπο αυτό ότι ο πραγματικός σκοπός των Επιμελητηρίων αλλά και όλων των φορέων υποστήριξης της επιχειρηματικότητας, είναι να υποστηρίξουν τον επιχειρηματία. Έχουμε τεράστια δυναμική ως Κρητικό Επιχειρείν, κτίζοντας ισχυρό Brand Name τόσο για τον Τουρισμό, όσο και για τα προϊόντα μας, με ατμομηχανή τα αγροδιατροφικά.

Είμαστε βέβαιοι ότι μπορούμε να αξιοποιήσουμε ακόμα περισσότερο τα πλεονεκτήματά μας και να ανταποκριθούμε με τον καλύτερο τρόπο στις απαιτήσεις τόσο της τουριστικής αγοράς, όσο και στις διατροφικές ανάγκες και τάσεις της παγκόσμιας αγοράς.

Βιογραφικό

Ο **Γεώργιος Γιακουμάκης**, είναι Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Ρεθύμνης και Πρόεδρος του Περιφερειακού Επιμελητηριακού Συμβουλίου Κρήτης. Είναι Πρόεδρος και Διευθύνων Σύμβουλος της εταιρείας **Βυρσοδεψία Ι. & Γ. Γιακουμάκη Α.Ε.**, μονάδας επεξεργασίας δέρματος, η οποία από το 2008 είναι η μοναδική στο χώρο επεξεργασίας και κατεργασίας δερμάτων που διαθέτει Οριστική Άδεια Λειτουργίας. Είναι παντρεμένος και πατέρας δύο παιδιών.





Συνέντευξη
Γιάννη Μαλανδράκη

Γιάννης Μαλαδράκης
Δήμαρχος Πλατανιά



Πράσινος Προορισμός

Ελκυστικός · Προσβάσιμος · Ασφαλής

«Μεταμορφώνουμε τον Πλατανιά σε έναν ελκυστικό, προσβάσιμο, ασφαλές καθαρό και υγιές περιβάλλον για να ζούμε, να εργαζόμαστε και να απολαμβάνουμε, σε έναν πράσινο προορισμό όπου συνυπάρχουν σε αρμονία μια υγιής επιχειρηματική κοινότητα και ζωντανές γειτονιές.

Με ευκαιρίες για βιώσιμη μετακίνηση, συνδέουμε το παραλιακό μέτωπο με την ενδοχώρα, φέρνουμε τους ανθρώπους κοντά στη φύση, την πολιτιστική κληρονομιά και τις αγροδιατροφικές εμπειρίες που προσφέρει ο Πλατανιάς.

Ένας τόπος γεμάτος έμπνευση που κάτοικοι και επισκέπτες νιώθουν σπίτι τους!», υπογραμμίζει στο Κρητών Επιχειρείν ο Δήμαρχος Πλαατανιά, Γιάννης Μαλανδράκης



Ποιες πρωτοβουλίες έχετε λάβει για την ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας;

Ο Δήμος Πλατανιά έχει λάβει πολλές πρωτοβουλίες σε επίπεδο υποδομών και δράσεων προκειμένου να ενισχύσει την τοπική επιχειρηματικότητα. Από το 2011 έχει θεσπίσει το Φεστιβάλ ΓΗ, ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ το οποίο περιλαμβάνει πολυποίκιλες πολιτιστικές εκδηλώσεις οι οποίες αναδεικνύουν με διάφορα δρώμενα και τα τοπικά προϊόντα (π.χ οινοποίηση, παρασκευή τσικουδιάς) και οι οποίες πραγματοποιούνται σε όλο το εύρος του Δήμου, με μεγάλη συμμετοχή κατοίκων και επισκεπτών. Το Φεστιβάλ κορυφώνεται την Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού. Επίσης ο Δήμος συμμετέχει σε Ευρωπαϊκές και Διεθνείς Εκθέσεις και Φόρουμ Τουρισμού, προκειμένου να προβάλλει το πλούσιο τουριστικό προϊόν που διαθέτει.

Παράλληλα ο Δήμος παρεμβαίνει σε άλλους Δημόσιους φορείς π.χ. Αποκεντρωμένη Διοίκηση Κρήτης, Κτηματική Υπηρεσία κτλ. προκειμένου χρόνιες αγκυλώσεις και παθογένειες του ελληνικού δημοσίου να επιλύονται με συντηρήσεις χρόνου ώστε να επιτυγχάνεται το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα π.χ. στην οριοθέτηση παλιού αιγιαλού, επικαιροποιήσεις ορίων οικισμών κτλ., ώστε να υποβοηθείται η τοπική επιχειρηματικότητα

Επίσης έχουμε δημιουργήσει πλούσιο οπτικο-ακουστικό υλικό με spot αλλά και ντοκιμαντέρ για την ιστορία των 128 χωριών μας, αλλά και για την πληθώρα των μνημείων και των σημαντικών τοποσήμων μας.

Ποια η οικονομική βαρύτητα του πρωτογενή τομέα και του τομέα της φιλοξενίας στον Δήμο Πλατανιά;

Ο Δήμος Πλατανιά έχει την τύχη στο πρωτογε-

νή τομέα να παράγει εξαιρετικής ποιότητας προϊόντα, τα οποία είναι και πιστοποιημένα (Π.Ο.Π, Π.Γ.Ε, βιολογικά κτλ.). Έτσι λοιπόν έχει αναλάβει περιβαλλοντικές δράσεις οι οποίες υποβοηθούν -υποστηρίζουν και την ποιοτική παραγωγή αγροτικών προϊόντων όπως του ελαιόλαδου, με τη συλλογική καταπολέμηση του δάκου για το σύνολο των ελαιώνων του Δήμου μας (περίπου 4.000.000 ελαιόδεντρα). Επίσης υποστηρίζει συνεταιριστικές οργανώσεις και ομάδες παραγωγών, προκειμένου να διευκολύνονται στην εκτέλεση των σκοπών τους αλλά και να υποστηρίζονται ουσιαστικά οι παραγωγοί μας. Στο δε τριτογενή τομέα και ιδιαίτερα των τουριστικών υπηρεσιών έχει δώσει μεγάλη έμφαση σε έργα υποδομής όπως αναπλάσεις κοινόχρηστων χώρων, δημιουργία νέων πεζοδρομίων και διαπλάτυνση παλιότερων, αναβαθμίσεις εγκαταστάσεων επεξεργασίας λυμάτων και επέκταση δικτύου μεταφοράς λυμάτων. Θα πρέπει εδώ να υπογραμμιστεί ότι ο Δήμος Πλατανιά συγκαταλέγεται μεταξύ των πλέον δημοφιλών τουριστικών περιοχών της Κρήτης και ο οποίος αποτελεί έναν κατ' εξοχήν τουριστικό προορισμό, εξαιρετικά δημοφιλή για τους ξένους -και όχι μόνο- επισκέπτες του νησιού, διαθέτοντας πολύ μεγάλο αριθμό από ποιοτικές τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες, ενώ σε αυτόν φιλοξενούνται κάθε χρόνο περισσότεροι από 2,5 εκατ. επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο. Είναι χαρακτηριστικό πως στο Δήμο Πλατανιά εντοπίζεται το 1/3 των διαθέσιμων ξενοδοχειακών κλινών του Νομού Χανίων ενώ σε ότι αφορά τα ενοικιαζόμενα δωμάτια και τις κατοικίες, υπάρχει ένας σημαντικός αριθμός κλινών στην περιοχή, γεγονός που επιβεβαιώνει την επάρκεια και τη διαθεσιμότητα των τουριστικών υποδομών για την κάλυψη των πάσης φύσεως αναγκών φιλοξενίας των επισκεπτών του

Δήμου. Επομένως η υποστήριξη του Δήμου στον τομέα της φιλοξενίας χαιρεί ιδιαίτερης βαρύτητας.

Πώς συνεργάζεστε με τις τοπικές επιχειρήσεις και επαγγελματικούς φορείς για την υποστήριξη της τοπικής οικονομίας;

Ο Δήμος Πλατανιά έχει άμεση συνεργασία με μια σειρά επιχειρηματικών κι κοινωνικών οργανώσεων όπως,

- Σύλλογο Καταστηματαρχών Πλατανιά «ΙΑΡΔΑΝΟΣ»
- Συλλόγους ξενοδόχων και τουριστικών καταλυμάτων
- Αγροτικούς Συνεταιρισμούς και Ενώσεις
- Πολιτιστικούς Συλλόγους
- Σωματεία

Εκπρόσωποι των παραπάνω Φορέων συμμετέχουν σε επιτροπές γνώμης, αλλά και αποφάσεων του Δήμου. Προσκαλούνται τακτικά και η Δημοτική Αρχή ζητά την ενεργή συμμετοχή τους στο σχεδιασμό προγραμμάτων και έργων, που θα προάγουν την επιχειρηματική τους ανάπτυξη. Στο πλαίσιο αυτό προσπαθεί να αντλεί χρηματοδοτήσεις έργων για υποδομές, που θα ενισχύσουν την επιχειρηματική ανάπτυξη (προγράμματα Τρίτης, Πράσινο Ταμείο, Leader, κτλ.). Ο Δήμος έχει θέσει τους επαγγελματικούς φορείς κοινωνούς και συμμετέχουν ενεργά με διαβουλεύσεις σε στρατηγικής σημασίας σχέδια ανάπτυξης του Δήμου, όπως το Σχέδιο Βιώσιμης Αστικής Κινητικότητας (ΣΒΑΚ), Σχέδιο Φόρτισης Ηλεκτρικών Οχημάτων (ΣΦΗΟ), Σχέδιο Αστικής Προσβασιμότητας (ΣΑΠ) κτλ. Μέσα από την αλληλεπίδραση αυτή ο Δήμος εμπνεύστηκε και το Όραμα με τη σύμφωνη γνώμη των εκπροσώπων των παραπάνω φορέων να:

«Μεταμορφώνουμε τον Πλατανιά σε έναν ελκυστικό, προσβάσιμο, ασφαλές καθαρό και υγιές περιβάλλον για να ζούμε, να εργαζόμαστε και να

απολαμβάνουμε, σε έναν πράσινο προορισμό όπου συνυπάρχουν σε αρμονία μια υγιής επιχειρηματική κοινότητα και ζωντανές γειτονιές. Με ευκαιρίες για βιώσιμη μετακίνηση, συνδέουμε το παραλιακό μέτωπο με την ενδοχώρα, φέρνουμε τους ανθρώπους κοντά στη φύση, την πολιτιστική κληρονομιά και τις αγροδιατροφικές εμπειρίες που προσφέρει ο Πλατανιάς. Ένας τόπος γεμάτος έμπνευση που κάτοικοι και επισκέπτες νιώθουν σπίτι τους!»

Επίσης ο Δήμος χρησιμοποιεί και επικαιροποιεί το περιεχόμενο των «σελίδων» που διατηρεί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, την διαδραστική ιστοσελίδα του (www.platanias.gr) και το κανάλι του στο youtube, από τα οποία προβάλλονται διαφημιστικά σποτ όχι μόνο για την φυσική ομορφιά και την ιδιαιτερότητά του τόπου, αλλά και για την ανάδειξη των πλούσιων τοπικών προϊόντων και τοπόσημών του. Τέλος, με τη συμμετοχή του στη δημιουργία ενός διαδικτυακού τουριστικού οδηγού www.explorechania.gr αποδεικνύεται η συνεχόμενη ανάδειξη και υποστήριξη της τοπικής οικονομίας και η αύξηση της επισκεψιμότητας της ενδοχώρας μας.

Ποια είναι η προοπτική και οι στόχοι σας ως Δημάρχου για την στήριξη δημιουργίας επιχειρήσεων από νέους και νέες;

Ο Δήμος Πλατανιά συμβαδίζει με την ψηφιακή εποχή και χρησιμοποιεί όλα εκείνα τα μέσα που θα στηρίξουν τους νέους επιχειρηματίες. Δημιουργήσε δύο νέες ψηφιακές διαδραστικές πλατφόρμες προκειμένου να υποστηρίξει τη νέα επιχειρηματικότητα και να καταπολεμήσει την ανεργία. Η πλατφόρμα #μένουμε_ενεργοί του Δήμου Πλατανιά είναι ένα διαδικτυακό μέσο προβολής προσφοράς και ζήτησης εργασίας, επιχειρήσεων και υπηρεσιών που παρέχεται δωρεάν από το Δήμο. Αντίστοιχα η πλατφόρμα #agrorlatanias πρόκειται για μέσο



δικτύωσης νέων παραγωγών και καταναλωτών ιδιαίτερα στις επιχειρήσεις εστίασης και ξενοδοχειακών υπηρεσιών. Παράλληλα ο Δήμος στηρίζει τις ΚΟΙΝΣΕΠ για την συντήρηση και ανάδειξη πεζοπορικών διαδρομών τις οποίες ο ίδιος ο Δήμος έχει δημιουργήσει και οι οποίες πεζοπορικές διαδρομές είναι σηματοδοτημένες, χαρτογραφημένες και με διαφορετικό βαθμό δυσκολίας. Τέλος ο Δήμος Πλατανιά έχει συστήσει πιστοποιημένο Κέντρο Δια-βίου Μάθησης, από το 2012, επιλέγοντας ειδικότητες οι οποίες υποβοηθούν νέους στην απόκτηση κατάλληλων γνώσεων και εφοδίων για τη μελλοντική τους επαγγελματική απασχόληση.

Ποια μέτρα θα λάβετε για την βελτίωση του επιχειρηματικού περιβάλλοντος μέσω της αειφόρου ανάπτυξης;

Ο Δήμος Πλατανιά αφουγκραζόμενος τις προκλήσεις στις οποίες καλείται να ανταπεξέλθει στο πλαίσιο της παγκόσμιας ενεργειακής κρίσης, επισφράγισε αρχικά την πρόθεσή του για συμπίεση με τις παγκόσμιες οδηγίες, υπογράφοντας το Σύμφωνο των Δημάρχων, από το 2013.

Έκτοτε, στα πλαίσια της συνεχούς προσπάθειάς

του για εναρμόνιση με τις αντίστοιχες ευρωπαϊκές οδηγίες, την περιστολή του ενεργειακού κόστους και τη συμμόρφωση με τις απαιτήσεις της σχετικής νομοθεσίας εκτελεί διάφορες δράσεις προκειμένου να ακολουθεί το παγκόσμιο γίγνεσθαι. Μία από αυτές τις δράσεις είναι και η παρακάτω πιστοποίησή του. Πρόκειται για μια πρωτοβουλία, η οποία τον κάνει πρωτοπόρο σε επίπεδο χώρας ακολουθώντας ευρωπαϊκά πρότυπα, δεδομένου ότι η πιστοποίηση του Συστήματος Ενεργειακής Διαχείρισής στη Λειτουργία Δημοτικών Κτιρίων και του Δημοτικού Οδοφωτισμού του, ΕΛΟΤ EN ISO 50001:2018 επισφραγίζει τη συνεχή προσπάθειά του για βελτίωση της ενεργειακής επίδοσης και της ενεργειακής αποδοτικότητάς του, μέσω της συστηματικής χρήσης εφαρμογής πρότυπων διαδικασιών. Σε αυτό το πλαίσιο και ο στόλος οχημάτων του Δήμου ανανεώνεται σταθερά κατά έτος, με προδιαγραφές ελάχιστης εκπομπής καυσαερίων. Παράλληλα έχουμε υλοποιήσει ένα μακρόπνοο σχεδιασμό για την Ενεργειακή αναβάθμιση του συνόλου των Σχολικών κτιρίων της Δ/θμιας εκπαίδευσης αλλά και των κεντρικών Δημοτικών κτιρίων, για κάποια από τα οποία έχουμε βραβευτεί κατ' επανάληψη τα

τελευταία χρόνια.

Ταυτόχρονα υλοποιούμε ένα εμβληματικό έργο αναβάθμισης των εγκαταστάσεων του Βιολογικού καθαρισμού, ώστε να πετύχουμε με την ολοκλήρωση του την ανάκτηση νερού κατάλληλου για άρδευση, συμμετέχοντας ενεργά στην προσπάθεια για αειφόρο ανάπτυξη.

Βιογραφικό

Ο Ιωάννης Μαλανδράκης γεννήθηκε το 1964 στις Βουκολιές Χανίων. Ο πατέρας του ήταν ο Γιάννης Μαλανδράκης από τα Παλιά Ρούματα και η μητέρα του είναι η Βασιλεία Μαλανδράκη, το γένος Πολυχρονίδη, από τη Γλώσσα Κολυμβαρίου. Έχει τέσσερα αδέρφια, την Κλεάνθη, τη Σοφία, την Τόνια και το Μάρκο.

Είναι παντρεμένος με την Ιωάννα (Βάννα) Νικηφοράκη, μαθηματικό και έχουν δύο παιδιά, τον Παναγιώτη, Ιατρό και την Ηλιάννα, Φοιτήτρια Νομικής Αθηνών.

Είναι Οικονομολόγος Msc και εργάζεται στην Τράπεζα Ελλάδος από τον Απρίλιο του 1994, ως Προϊστάμενος στην Υπηρεσία Συναλλάγματος. Έχει επίσης εργασθεί στον Ο.Τ.Ε., στον οικονομικό

κλάδο, έως τον Απρίλιο του 1994 και πιο πριν στον ιδιωτικό τομέα. Είναι Πτυχιούχος του ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΕΙΡΑΙΩΣ του Τμήματος Οργάνωσης & Διοίκησης Επιχειρήσεων. Είναι κάτοχος Πιστοποιητικού Ειδίκευσης στο Marketing από το ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΙΡΑΙΑ. Επίσης είναι κάτοχος Μεταπτυχιακού τίτλου σπουδών (Msc) του Τμήματος Μηχανικών Παραγωγής και Διοίκησης του ΠΟΛΥΤΕΧΝΕΙΟΥ ΚΡΗΤΗΣ.

Έχει πολύχρονη εμπειρία στην εκπαίδευση Ενηλίκων ως πιστοποιημένος εκπαιδευτής του ΕΚΕΠΙΣ, ως πιστοποιημένος εκπαιδευτής εκπαιδευτών από το ΕΟΠΕΠΠ και από την Ένωση Ελληνικών Τραπεζών, καθώς και πιστοποιημένος παρατηρητής διαδικασιών του ΕΟΠΕΠΠ. Επίσης είναι πιστοποιημένος εκπαιδευτής και από τον ΟΑΕΔ/ΛΑΕΚ. Έχει χιλιάδες ώρες εισηγήσεων στο αντικείμενο της Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων, Δημόσιων Οικονομικών, Δημόσιων Σχέσεων, Τεχνικών επικοινωνίας, Οργάνωσης Γραφείου κλπ. Ήταν επί 12ετια καθηγητής στα Δημόσια ΙΕΚ Χανίων.

Είχε συμμετοχή σε πολλές κοινωνικές πρωτοβουλίες και δράσεις, σε κοινωνικούς και εργατικούς αγώνες που στόχο είχαν τη βελτίωση της καθημερινότητας του πολίτη. Είχε συμπράξει στην υποβολή, συντονισμό και υλοποίηση σε μεγάλο αριθμό προγραμμάτων που συγχρηματοδοτήθηκαν από την Ε.Ε. και αφορούσαν την κατάρτιση και επανένταξη στην αγορά εργασίας άνεργων αλλά και στην εξειδίκευση εργαζομένων, σε συνεργασία και με Δήμους, όπως και στη δημιουργία Δικτύου Δήμων (ΔΕΠΑΝ).

Στις Δημοτικές Εκλογές του 2010 εξελέγη Δήμαρχος του Καλλικρατικού Δήμου Πλατανιά και επανεξελέγη το 2014, ως επικεφαλής του συνδυασμού «Αυτοδιοικητική Συνεργασία Πολιτών».

Στις εκλογές του 2019 επανεκλέχθηκε Δήμαρχος ξανά, ως επικεφαλής του ίδιου συνδυασμού, με υψηλό ποσοστό αποδοχής από τους δημότες.

Είναι Γραμματέας της Περιφερειακής Ένωσης Δήμων Κρήτης (ΠΕΔ Κρήτης), είναι μέλος της Οικονομικής Επιτροπής της ΚΕΔΕ, μέλος στο Δ.Σ. της ΔΕΠΑΝ, μέλος του Δ.Σ της ΑΝΕΚ, μέλος στο Δ.Σ. της Τράπεζας Χανίων.

Ενώ παράλληλα διετέλεσε Πρόεδρος της Επιτροπής Leader, καθώς και μέλος σε πολλές επιτροπές. Σε όλα τα παραπάνω Συμβούλια και Επιτροπές συμμετέχει ως άμισθο μέλος. Επιπλέον, έχει λάβει μέρος σε σειρά Συνεδρίων και ενημερωτικών Ημερίδων σχετικών με την Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Σε όλη τη διάρκεια της θητείας του, έχει κάνει παρεμβάσεις στα θεσμικά όργανα της ΚΕΔΕ, αλλά και έγγραφες προτάσεις προς τα Υπουργεία για δεκάδες θέματα που αφορούν το Δήμο Πλατανιά, αλλά και την Τοπική Αυτοδιοίκηση ευρύτερα, όπου αρκετές έχουν γίνει αποδεκτές.



5η Αγροτική Έκθεση Ιεράπετρας

Ανασυγκρότηση αγροτικής οικονομίας

Η ανασυγκρότηση της αγροτικής οικονομίας είναι σημαντική για την οικονομική ανάπτυξη και την επίτευξη της βιωσιμότητας. Μέσω της ενίσχυσης της γεωργίας και του αγροδιατροφικού τομέα, μπορούν να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας, να ενισχυθεί η τροφική ασφάλεια, να προστατευθεί το περιβάλλον και να προωθηθεί η αειφορία. Η στήριξη της αγροτικής οικονομίας είναι, συνεπώς, ουσιώδης για την ευημερία των αγροτών, των αγροτικών κοινοτήτων και της κοινωνίας συνολικά.

Απαιτεί τη δημιουργία ευνοϊκού περιβάλλοντος για την αγροτική επιχειρηματικότητα. Αυτό περιλαμβάνει την παροχή χρηματοδοτικής υποστήριξης, την ανάπτυξη υποδομών, την πρόσβαση σε αγορές και τεχνολογία, καθώς και την προώθηση της επιχειρηματικής εκπαίδευσης και καινοτομίας στον αγροδιατροφικό τομέα. Αυτό περιλαμβάνει τη βελτίωση των αγροτικών δρόμων, των παροχών νερού και ηλεκτρικού ρεύματος, καθώς και την ανάπτυξη των τηλεπικοινωνιακών υποδομών.

Η ανασυγκρότηση της αγροτικής οικονομίας απαιτεί επενδύσεις στην εκπαίδευση και κατάρτιση των αγροτών και γεωργών. Η εκπαίδευση πρέπει να προωθεί την καλλιέργεια βέλτιστων γεωργικών πρακτικών, τη χρήση νέων τεχνολογιών και την επιχειρηματική δεξιότητα. Αυτό περιλαμβάνει την προώθηση της οργανικής γεωργίας, τη διατήρηση της βιοποικιλότητας, τη βελτίωση της διαχείρισης του νερού και του εδάφους, καθώς και τη μείωση της εκπομπής αερίων του θερμοκηπίου.



Η Τέχνη του Κρασιού

Επιχειρηματικές Συναντήσεις

Καταξιωμένοι οινοχόοι εστιατορίων με αστέρια Michelin από Γερμανία, Ισπανία, Γαλλία, Δανία και Λιθουανία, 25 στο σύνολο επισκέφθηκαν την Κρήτη προκειμένου να γνωρίσουν το Κρητικό κρασί.

Οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν την αυθεντική Κρήτη και να βιώσουν μία μοναδική εμπειρία φιλοξενίας, του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης «Wines of Crete». Δοκιμάστηκαν πάνω από 200 κρητικές ετικέτες από τα 28 οινοποιεία που συμμετείχαν στην δράση. Επίσης, επισκέφθηκαν οινοποιεία, αμπελώνες και οινοποιητικές περιοχές ώστε να γνωρίσουν εις βάθος το κρητικό κρασί.

Η επίσκεψη των οινοχόων σε αμπελώνες ήταν μια μοναδική εμπειρία που συνδυάζει την εξερεύνηση της φύσης, την κατανόηση της διαδικασίας της οινοποίησης και τη γευσίγνωσία των κρασιών. Ήταν μια ευκαιρία να εμβαθύνουν στην κουλτούρα του Κρητικού κρασιού, να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και να δημιουργήσουν αναμνήσεις που θα διαρκέσουν για πάντα.

Παράλληλα επισκέφτηκαν τον αρχαιολογικό χώρο της Κνωσού, το αρχαιολογικό μουσείο Ηρακλείου και είχαν την ευκαιρία να απολαύσουν κρητική μουσική, χορό από τοπικούς καλλιτέχνες και την Κρητική κουζίνα.

Οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν την αυθεντική Κρήτη και να βιώσουν μία μοναδική εμπειρία φιλοξενίας.



Βράβευση Κρητών Ολυμπιονικών Αθλητικής Ρομποτικής

Η ANEK LINES, φιλοξένησε με απόλυτη επιτυχία, την Κυριακή 25/5, στο Ε/Γ-Ο/Γ «ΚΡΗΤΗ II» στο Ηράκλειο, την τελετή βράβευσης των Ολυμπιονικών μαθητών της Κρήτης, που διακρίθηκαν στην 1η Ολυμπιάδα Αθλητικής Ρομποτικής, που διοργάνωσε ο Ελληνικός Οργανισμός Εκπαιδευτικής Ρομποτικής Η.Ε.Ρ.Ο.

Ο καπετάνιος του «ΚΡΗΤΗ II», κρτ Μανώλης Σέγκος, καλωσόρισε στο πλοίο, του παριστάμενους και ανέφερε ότι “Για την ANEK, είναι ξεχωριστή χαρά να υποδέχεται τους μαθητές που διακρίθηκαν σε δύσκολες εποχές, στον απαιτητικό τομέα της Ρομποτικής”. Συνεχάρη παιδιά, γονείς και εκπαι-

δευτικούς & ευχήθηκε καλή πρόοδο στην ζωή των μικρών Ολυμπιονικών.

Η ρομποτική έχει εξελιχθεί σημαντικά τα τελευταία χρόνια, με προηγμένες τεχνολογίες και αλγορίθμους που έχουν ανοίξει νέους ορίζοντες στην ανθρώπινη δυνατότητα για δημιουργία και εξέλιξη. Μία από τις πιο αναγνωρίσιμες εφαρμογές της ρομποτικής είναι η χρήση της στον τομέα του αθλητισμού. Ο συνδυασμός της τεχνολογίας με τον αθλητισμό έχει οδηγήσει στη δημιουργία ενός νέου είδους αθλητισμού, γνωστού ως Ολυμπιονική Αθλητική Ρομποτικής.

Η Ολυμπιονική Αθλητική Ρομποτικής έχει επίσης ένα σημαντικό αντίκτυπο στην

τεχνολογική και επιστημονική κοινότητα. Αυτοί οι αγώνες προωθούν την έρευνα και την ανάπτυξη στον τομέα της ρομποτικής, ενθαρρύνοντας την καινοτομία και την ανταλλαγή ιδεών μεταξύ των επιστημόνων και των μηχανικών.

Συνολικά, η βράβευση των Ολυμπιονικών Αθλητών Ρομποτικής αναδεικνύει τη σύνδεση ανάμεσα στην τεχνολογία και τον

αθλητισμό, επιδεικνύοντας την ανθρώπινη και μηχανική ικανότητα στον τομέα της ρομποτικής. Μέσω αυτής της αναγνώρισης, οι Ολυμπιονικές Ρομποτικής προβάλλουν την τεχνολογία και ενθαρρύνουν την περαιτέρω ανάπτυξη και εξέλιξη του πεδίου αυτού, δημιουργώντας ένα σημαντικό έρεισμα για το μέλλον της ρομποτικής και της αθλητικής τεχνολογίας.



μέχρι σήμερα...



ηλιαχτίδα

ΠΑΓΚΡΗΤΙΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ
ΓΟΝΕΩΝ & ΦΙΛΩΝ
ΠΑΙΔΙΩΝ ΜΕ ΝΕΟΠΛΑΣΙΑ

με την δική σας στήριξη...



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.



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).



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



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.



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



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.



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



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



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



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.

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.

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*

...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



www.iliahtida.org | info@iliahtida.org | +30 281 034 2544 | iliahtidacrete | iliahtida Pancretan NGO | iliahtida_pancretan_ngo

Όταν η Συνέπεια
συναντάει την Ποιότητα!

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

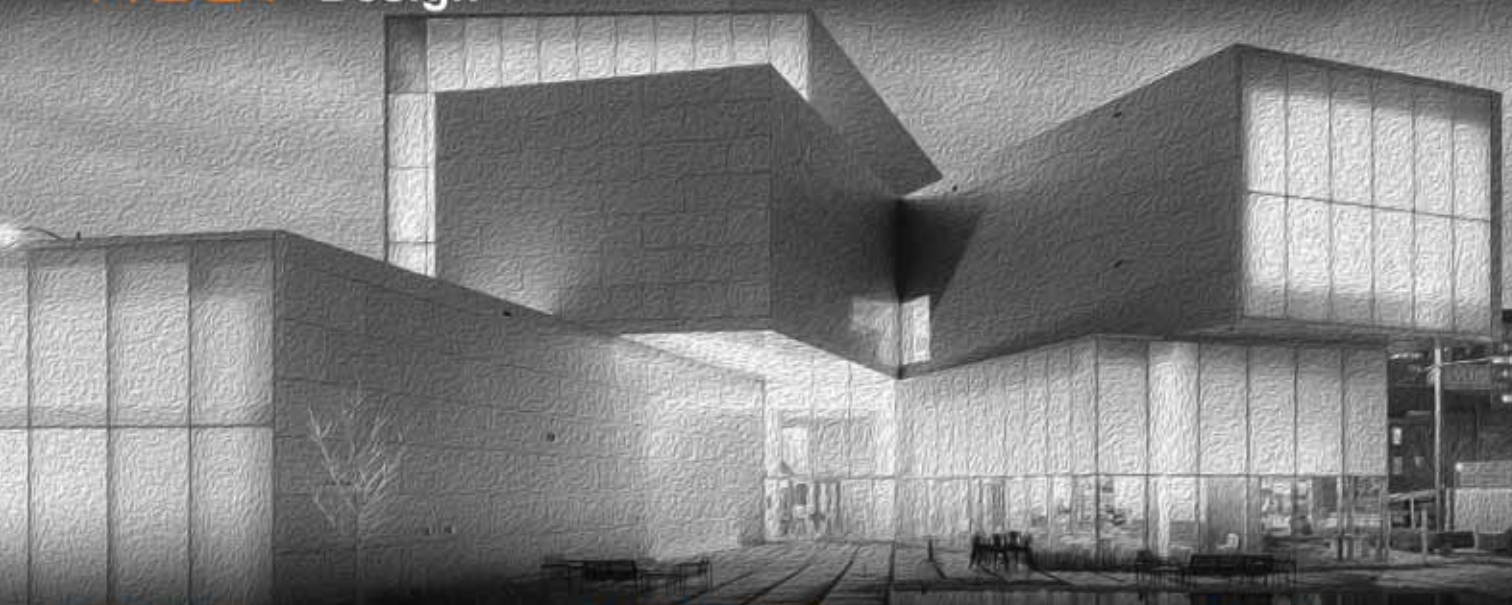
Εκτυπώσεις offset
Ψηφιακές εκτυπώσεις

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

afoi-mpotzaki.gr
Τζαβέλλα 10 & Μεσολλογγίου 17
Τ.Κ. 10681 | Αθήνα - Εξάρχεια
210 3847 356 | 210 3301 604
mpotzakis@gmail.com

ΑΦΟΙ ΜΠΟΤΖΑΚΗ
ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ

Από το
1975



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