



www.e-inon.gr/creta

**Μύηση στην
Κρητική
Διατροφή**

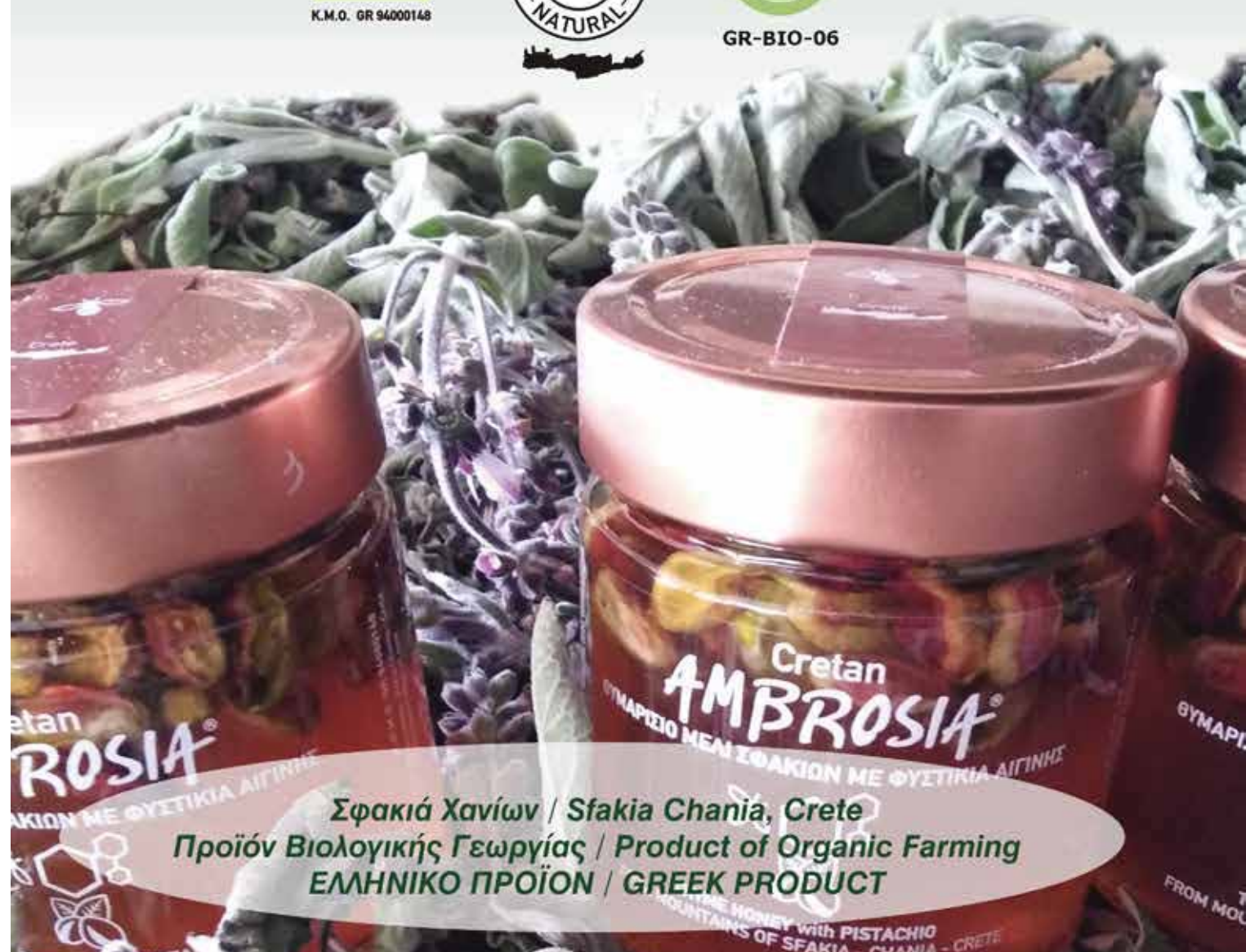
**5G στην
Ελλάδα**

Χριστίνα Χαλκιαδάκη



Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO
Cretan
AMBROSIA®



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



100 Χρόνια
1921 - 2021





Κρητική Επιχειρηματική Έκδοση
Ιανουάριος - Μάρτιος 2021 | Τεύχος 6
www.e-inon.gr/creta

6 Έρευνα - Καινοτομία

Διεθνείς Διακρίσεις & Δραστηριότητες

Καθηγητής Νεκτάριος Ταβερναράκης
Αντιπρόεδρος Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας
(European Research Council – ERC)

10 Επιχειρήσεις

Πανδημία και επιχειρηματικό περιβάλλον στη νέα εποχή

Της Μαρίας Πιτσιάκη

12 Καινοτόμες Επιχειρήσεις

EnzyQuest

16 Οικονομία

Παράγοντες Ανάπτυξης Περιφερειών

Του Γιώργου Σ. Ατσαλάκη,
Αναπληρωτή Καθηγητή Πολυτεχνείου Κρήτης

20 Επιχειρήσεις

Επέκταση Ομίλου CHC Group

22 Αερομεταφορές

Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αεροπορικών μεταφορών

Του Δημήτρη Ζοπουνίδη

26 Ενέργεια

Ενεργειακή διασύνδεση Κρήτης - Πελοποννήσου

28 Τουρισμός

Από το 2020 προς το 2021 & τα επόμενα χρόνια
Συνέντευξη του Δρ. Κυριάκου Γ. Κώτσογλου,
Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Κρήτης
Τουρισμού & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης

32 Καινοτόμος Τεχνολογία

5G στην Ελλάδα

Του Μιχάλη Βλαχάκη,
Υπεύθυνος εργαστηρίου μη ιοντιζουσών ακτινοβολιών

38 Συνέντευξη

Χριστίνα Χαλκιαδάκη

44 Αλιεία - Υδατοκαλλιέργεια
2021-2027

46 Εστίαση

Δέσμη μέτρων στήριξης εστίασης
Συνέντευξη Μαρίας Αντωνακάκη

48 Τουρισμός

Βραβεύσεις Metaxa Hospitality Group

49 Τοπική Αυτοδιοίκηση

Agrolasithi

Ψηφιακή πλατφόρμα πρωτογενή τομέα
Δήμου Οροπεδίου Λασιθίου

50 Πρωτογενής Τομέας

Η συμβολή των Γεωγραφικών Ενδείξεων
στην Ανάπτυξη των Περιφερειών

Της Θεανώ Βρέντζου Σκορδαλάκη

Πρόεδρος Συνδέσμου Προστασίας των Αστερουσίων,
πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης Πρωτογενή Τομέα
& Κοινωνικής Πολιτικής

54 Επιμελητήρια

Παραδοσιακό κτίριο καταστημάτων

56 Τουρισμός

Βραβεύσεις Visit Greece App

58 Ναυτιλία

Καπετάνιος της Χρονιάς

Κάπτεν Βράβευση Απόστολου Αποστολάκη

60 Τουρισμός

Ετήσια Έρευνα Τουρισμού - ΙΤΕΠ



38



32



58



50



46



28



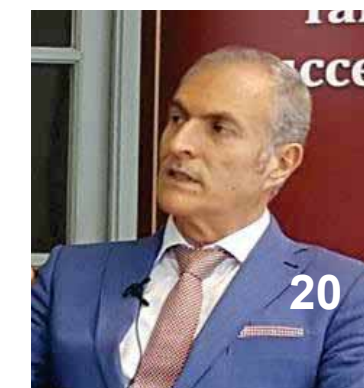
6



22



16



20



10

Ιδιοκτήτης - Εκδότης Κώστας Λιακάκης, Διαφημίσεις / Ανάπτυξη Εμμανουήλ Δ. Λιναρίτης, 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 211749, 6977262957 / mail: liakakis@grpress.gr / web: <http://www.e-inon.gr/creta> / ISSN 2654-1300. Απαγορεύεται η αναδημοσίευση κειμένων και φωτογραφιών χωρίς την έγγραφη άδεια του εκδότη.



ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ:



A portrait of Nektarios Tavernarakis, a middle-aged man with grey hair, looking directly at the camera. He is wearing a dark blue shirt. The background is dark and out of focus, showing some colorful shapes.

Διεθνείς Διακρίσεις & Δραστηριότητες

Διπλή διεθνή διάκριση του Νεκτάριου Ταβερναράκη, Προέδρου του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ) και Καθηγητή της Ιατρικής Σχολής του Πανεπιστημίου Κρήτης, με την εκλογή του ως Αντιπρόεδρος του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας (European Research Council – ERC) και ως Διακεκριμένο Μέλος του Αμερικανικού Οργανισμού για την Προώθηση της Επιστήμης (American Association for the Advancement of Science – AAAS)

Εκλέχτηκε ομόφωνα Αντιπρόεδρος του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας (European Research Council – ERC) και ηγείται των δράσεων του ERC στον τομέα των Βιοϊατρικών Επιστημών, ο Νεκτάριος Ταβερναράκης, Πρόεδρος Διοικητικού Συμβουλίου, Ίδρυμα Τεχνολογίας και Έρευνας (ΙΤΕ), Καθηγητής, Ιατρική Σχολή, Πανεπιστήμιο Κρήτης, Ακαδημαϊκός, Μέλος της Ακαδημίας Αθηνών.

Ο καθηγητής Νεκτάριος Ταβερναράκης δήλωσε: «Αισθάνομαι ιδιαίτερη τιμή για την εκλογή μου στη θέση του Αντιπροέδρου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Έρευνας, στον Τομέα των Βιοϊατρικών Επιστημών. Έχοντας ο ίδιος βιώσει, ως επιχορηγούμενος ερευνητής, την επίδραση και τις σημαντικότερες ευεργετικές συνέπειες που έχει το ERC στο ερευνητικό οικοσύστημα της Ευρώπης, θέλω, κι εγώ με τη σειρά μου, να συνεισφέρω με όλες μου τις δυνάμεις στην προώθηση της αποστολής του ERC, από τη θέση του Αντιπροέδρου. Το ERC, πέρα από ένα απόλυτα επιτυχημένο εγχείρημα στο πλαίσιο του ευρωπαϊκού ιδεώδους, αποτελεί και ένα λαμπρό παράδειγμα, του πώς η συνετή επένδυση στην έρευνα αιχμής μπορεί να επιφέρει πολλαπλά και σημαντικά οφέλη για την κοινωνία και την επιστημονική κοινότητα. Ανυπομονώ να συνεργαστώ στενά με τους συναδέλφους μου στο Επιστημονικό Συμβούλιο, και στους τρεις τομείς, με στόχο να υπηρετήσουμε την επιστήμη, έχοντας ως γνώμονα τη συνέχιση της πολύτιμης παράδοσης του ERC, στην προώθηση της αριστείας και της έρευνας υψηλής ποιότητας. Σήμερα, περισσότερο από ποτέ, η ανάγκη για την υποστήριξη της βασικής έρευνας αιχμής, γίνεται ακόμα πιο επιτακτική. Είναι αυτή η στρατηγική που μπορεί να δημιουργήσει ουσιαστικές προοπτικές για την αντιμετώπιση των τεράστιων σύγχρονων προκλήσεων και να εξασφαλίσει την προστασία του κόσμου μας από απρόβλεπτες απειλές».



Πρέπει να σημειωθεί ότι ο καθηγητής Νεκτάριος Ταβερναράκης είναι ο πρώτος και ο μοναδικός Έλληνας που εκλέγεται Αντιπρόεδρος του ERC, έχοντας διανύσει μια λαμπρή επιστημονική και διοικητική πορεία, με ουσιαστική συμβολή στην επιστημονική έρευνα αιχμής και σημαντικές πρωτοβουλίες για την προώθηση της αριστείας και της καινοτομίας. Η εξαιρετική αυτή διάκριση αποτελεί μια ακόμα αναγνώριση της

επιστημονικής ποιότητας και του υψηλού επιπέδου έρευνας που διεξάγεται στο ΙΤΕ.

Το Επιστημονικό Συμβούλιο αποτελεί το ανώτατο όργανο διοίκησης του ERC και συγκροτείται από 22 επιφανείς επιστήμονες και ακαδημαϊκούς που χαίρουν διεθνούς αναγνώρισης και εκπροσωπούν την ευρωπαϊκή επιστημονική κοινότητα. Κύρια αποστολή του είναι η χάραξη της στρατηγικής του ERC, η επιλογή αξιολογητών για τις προτάσεις που κατατίθενται προς χρηματοδότηση από το ERC και η προώθηση της δημιουργικότητας και της καινοτομίας έρευνας. Ο Πρόεδρος του ERC προεδρεύει του Επιστημονικού Συμβουλίου, με την υποστήριξη τριών Αντιπροέδρων που εκπροσωπούν τους τρεις τομείς του ERC: των Βιοϊατρικών Επιστημών, των Φυσικών Επιστημών και Μηχανικής, και των Κοινωνικών και Ανθρωπιστικών Επιστημών. Οι Αντιπρόεδροι, που εκλέγονται από το Επιστημονικό Συμβούλιο του ERC, είναι ταυτόχρονα μέλη του Διοικητικού Συμβουλίου του ERC, το οποίο εποπτεύει την εφαρμογή της στρατηγικής που έχει θεσπίσει το Επιστημονικό Συμβούλιο. Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο Έρευνας, που ιδρύθηκε το 2007 από την Ευρωπαϊκή Ένωση, επιλέγει και χρηματοδοτεί τους καλύτερους και πιο δημιουργικούς ερευνητές, οποιασδήποτε εθνικότητας και ηλικίας, για να υλοποιήσουν τα έργα τους στην Ευρώπη. Από το 2007, περίπου 10.000 κορυφαίοι ερευνητές έχουν επιλεγεί για χρηματοδότηση -μέσω ανοιχτών και διεθνώς ανταγωνιστικών διαδικασιών- ενώ περισσότερα από 110.000 άρθρα, που αναγνωρίζουν την υποστήριξη του ERC, έχουν δημοσιευθεί σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά. Επιστήμονες που έχουν χρηματοδοτηθεί από το ERC έχουν αποσπάσει βραβεία διεθνούς κύρους, μεταξύ των οποίων 7 Βραβεία Νόμπελ, 4 Μετάλλια Φιλντς (Fields Medals) και 5 Βραβεία Βολφ (Wolf Prize). Το ERC έχει επιτρέψει σε ερευνητές να ακολουθήσουν πολλά υποσχόμενες οδούς που οδηγούν σε ρηζικέλευτες επιστημονικές

ανακαλύψεις, ενώ έχει προσελκύσει κορυφαίους επιστήμονες από όλο τον κόσμο, στην Ευρώπη. Στο πλαίσιο του προγράμματος «Ορίζοντας 2020» της Ευρωπαϊκής Επιτροπής, το ERC διαχειρίζεται πόρους ύψους πάνω από 13,3 δις ευρώ, με αναμενόμενη αντίστοιχη χρηματοδότηση και για το επόμενο πρόγραμμα «Ορίζοντας Ευρώπη».

Επίσης, ο καθηγητής Νεκτάριος Ταβερναράκης εκλέχθηκε Διακεκριμένο Μέλος του Αμερικανικού Οργανισμού για την Προώθηση της Επιστήμης (American Association for the Advancement of Science – AAAS). Η διάκριση του αυτή αποτελεί αναγνώριση της επιστημονικής αριστείας και της υψηλής στάθμης διεθνώς ανταγωνιστικής έρευνας που διεξάγεται στο ΙΤΕ και το Πανεπιστήμιο Κρήτης. Σύμφωνα με το Καταστατικό του διεθνούς κύρους Οργανισμού, ο ιδιαίτερα τιμητικός αυτός τίτλος απονέμεται σε επιστήμονες που έχουν διακριθεί για τη συνεισφορά τους στην προαγωγή της επιστήμης ή τις εφαρμογές της. Προτάσεις για Διακεκριμένα Μέλη του Οργανισμού αξιολογούνται για εκλογή από το Συμβούλιο του

Οργανισμού. Ο Νεκτάριος Ταβερναράκης τιμήθηκε για την εξαιρετική συμβολή του στους τομείς της γήρανσης, των νευροεπιστημών, της βιολογίας των μιτοχονδρίων, του κυτταρικού θανάτου και του νευροεκφυλισμού.

Ο Αμερικανικός Οργανισμός για την Προώθηση της Επιστήμης έχει ως στόχο την ανάπτυξη της επιστήμης, της μηχανικής και της καινοτομίας, σε όλο τον κόσμο, με γνώμονα το όφελος για την ανθρωπότητα. Μέλη του είναι κορυφαίοι επιστήμονες, μηχανικοί και πρωτοπόροι της καινοτομίας, οι οποίοι χαίρουν διεθνούς αναγνώρισης για την σημαντική συνεισφορά τους σε τομείς όπως η έρευνα αιχμής, η αριστεία στη διδασκαλία, την τεχνολογία, την ακαδημαϊκή διοίκηση, και τη διάχυση της επιστήμης. Ο Οργανισμός εκδίδει έξι από τα πλέον έγκριτα διεθνή επιστημονικά περιοδικά, μεταξύ των οποίων και το Science, κορυφαία διεθνή εβδομαδιαία επιστημονική επιθεώρηση, που δημοσιεύει ρηζικέλευθα ερευνητικά αποτελέσματα από όλα τα επιστημονικά πεδία. Μάλιστα, άρθρα του περιοδικού κατατάσσονται σταθερά μεταξύ των πλέον αναφερόμενων παγκοσμίως.



Πανδημία & επιχειρηματικό περιβάλλον στη νέα εποχή



Μαρία Πιτσικάκη
Πρέσβειρα Γυναικείας
Επιχειρηματικότητας Κρήτης,
Πρόεδρος Αναπτυξιακού
Συλλόγου Γυναικών
Επιχειρηματιών Κρήτης.

Της Μαρίας Πιτσικάκη

Είναι γεγονός ότι η κοινωνία και οι επιχειρήσεις, μετά το ξέσπασμα της πανδημίας του Covid-19, διαμορφώνουν μια νέα σύγχρονη εμπορική σχέση με ορίζοντα τις νέες προκλήσεις. Ελάχιστες επιχειρήσεις ήταν προετοιμασμένες για να αντιμετωπίσουν την κρίση αυτή στην Ελλάδα και όχι μόνο.

Η επόμενη μέρα στην επιχειρηματικότητα και ειδικά στη μικρομεσαία, ξημέρωσε με αβεβαιότητα για το τι μέλλει γενέσθαι. Είναι επίσης γεγονός ότι ζούμε σε μια περίοδο αστάθειας, που δεν μπορούμε να προβλέψουμε αν θα προκύψουν και άλλες κρίσεις.

Στην Ελλάδα, αξίζει να τονίσουμε ότι αρκετές επιχειρήσεις είχαν πολύ καλά αποτελέσματα στη κρίση της πανδημίας και ήταν αυτές, που είχαν αναβαθμίσει την επιχείρησή τους διαδικτυακά, είχαν επενδύσει σε τεχνολογικές υποδομές, έκαναν ένα επανασχεδιασμό στο επιχειρηματικό τους πλάνο, είχαν κάνει εξειδίκευση στις ψηφιακές δεξιότητες του ανθρώπινου δυναμικού τους με εκπαίδευση.

Το πρόβλημα ήταν και παραμένει στις μικρές επιχειρήσεις, που είναι και η ραχοκοκαλιά της οικονομίας μας, όπου η πανδημία τις βρήκε εντελώς απροετοίμαστες. Δεν ήταν έτοιμες να ανταποκριθούν στα νέα δεδομένα και η γρήγορη... απόπειρα που έκαναν να προσεγγίσουν την κατάσταση δεν είχε καθόλου καλά αποτελέσματα.

Τα μέτρα που έχει λάβει και συνεχίζει να λαμβάνει η πολιτεία, από μόνα τους δεν φθάνουν. Πρέπει να γίνουν βήματα στην αντιμετώπιση αυτού του προβλήματος, έτσι ώστε να μπουν όσο πιο ομαλά γίνεται στην επίσημη οικονομία οι επιχειρήσεις. Να μπουν σε ένα νέο επιχειρηματικό περιβάλλον, να σχεδιάσουν το μέλλον τους, να αξιοποιήσουν τα νέα δεδομένα, για επιτάχυνση και ανάπτυξη για την επόμενη μέρα.

Τα τελευταία στοιχεία του υπουργείου Ανάπτυξης, αναφέρουν ότι, ο κύκλος εργασιών των επιχειρήσεων που έχουν πλήρως ανεπτυγμένο ηλεκτρονικό κατάστημα προσέγγισε το 35% των περυσινών πωλήσεων, ενώ οι παραγγελίες με την μέθοδο παράδοσης εκτός καταστήματος (click away) άγγιξε το 70%.

Φυσικά, οι επιπτώσεις της κρίσης και οι συνέπειες του lockdown διαφέρουν από κλάδο σε κλάδο και από επιχείρηση σε επιχείρηση και θα εξακολουθήσουν να πλήττονται στους επόμενους μήνες, ιδιαίτερα οι κλάδοι της εστίασης και του τουρισμού. Αν σκεφτούμε ότι η κρίση είναι ακόμη σε εξέλιξη, δυστυχώς δεν ξέρουμε τι θα γίνει με τους εργαζόμενους, τους εποχιακά απασχολούμενους, τους νέους, που παρά τα κυβερνητικά μέτρα στήριξης της οικονομίας, δεν έχουν δει ακόμη όλες τις συνέπειες της κρίσης.

Αν σταθούμε δε, στην πλευρά του καταναλωτή, θα

δούμε ότι είναι περισσότερο πληροφορημένος, οι προτιμήσεις του έχουν αλλάξει σε νέα πρότυπα, «μετρά» τα χρήματά του και ψάχνει να ικανοποιήσει τις ανάγκες του με πιο έξυπνες λύσεις, έχει μειώσει τις αγορές του, στρέφεται σε πιο οικονομικά προϊόντα, διατηρώντας όμως υψηλές τις απαιτήσεις του στη ποιότητα και δίνει πια, μικρότερη αξία στα κλασσικά επώνυμα προϊόντα. Όλα τα παραπάνω έχουν προβληματίσει επιχειρήσεις και επιχειρηματίες σε νέες κατευθύνσεις.

Οι επιπτώσεις στον τουρισμό λόγω Covid-19 μεγάλες, αφού τα έσοδα παρουσιάστηκαν μειωμένα κατά 78,2% κατά το πρώτο εννεάμηνο του έτους, σύμφωνα με την έκθεση της ΕΥ Ελλάδος για το 2020, δείχνοντας έτσι το ισχυρό πλήγμα που υπέστη ο τουρισμός, σε σύγκριση με το 2019. Αν δούμε δε τα στοιχεία στην αεροπορική κίνηση επιβατών, αυτή μειώθηκε κατά 72% μεταξύ Ιανουαρίου - Οκτωβρίου 2020 σε σχέση με την ίδια περίοδο του 2019.

Ζούμε σε μια ευλογημένη χώρα. Καιρός λοιπόν τα παραπάνω στοιχεία να μας προβληματίσουν και να αρχίσουμε να εξετάζουμε σοβαρά την επένδυση και σε άλλους κλάδους της οικονομίας μας, όπως είναι η γεωργία, η οικοτεχνία και η χειροτεχνία με στόχο την καινοτομία, για να αποτελέσει κρίσιμο παράγοντα εξέλιξης.

Η νέα πραγματικότητα γεννά ευκαιρίες. Οι επιχειρήσεις με «πράσινη» οπτική και «πράσινα» προϊόντα, βελτιώνουν την εικόνα τους και μετά την κρίση θα είναι πολύ ανταγωνιστικές, διαφορετικές, πετυχημένες και η συμμόρφωση τους σε οικολογική συμπεριφορά θα έχει ανοίξει νέους ορίζοντες.





H EnzyQuest δίνει το παράδειγμα και διατηρεί την έδρα της στην Κρήτη, προσπαθώντας να συμβάλει στην ενίσχυση της τοπικής αλυσίδας καινοτομίας-ανάπτυξης-επιχειρηματικότητας.

H EnzyQuest (enzyquest.com) είναι μια νέα εταιρεία βιοτεχνολογίας που εδράζεται στο τεχνολογικό πάρκο του Ιδρύματος Τεχνολογίας και Έρευνας (Ι.Τ.Ε.) και ιδρύθηκε από επιστήμονες και μέλη της αγοράς. Κύριο αντικείμενο της εταιρείας είναι η χρήση μικροοργανισμών για την παραγωγή ενζύμων και η μετέπειτα τροποποίηση τους για εφαρμογές υψηλής τεχνολογίας. Ενδεικτική εφαρμογή των προϊόντων της EnzyQuest είναι η μοριακή διάγνωση ιών, όπως του κορωνοϊού, με την πιο καθιερωμένη τεχνική του RT-PCR. Τα προϊόντα απευθύνονται σε ερευνητικά εργαστήρια και διαγνωστικά κέντρα αλλά βραχυπρόθεσμα σχεδιάζεται η επέκταση των συνεργασιών της EnzyQuest με νοσοκομεία καθώς και η είσοδος της στους τομείς της γεωργίας και τροφίμων.

Η βιοτεχνολογία αποτελεί έναν από τους πλέον ταχέως διευρυνόμενους τομείς παγκοσμίως. Το 2015 το μέγεθος της αγοράς εκτιμάται ότι ανέρχόταν στα 330 δισεκατομμύρια δολάρια, το 2019 στα 447 δισεκατομμύρια, ενώ, σύμφωνα με τις προβλέψεις θα ξεπεράσει τα 775 δισεκατομμύρια δολάρια έως το 2024. Ο ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης υπολογίζεται κοντά στο 10%. Ενώ υπάρχουν ορισμένες εταιρείες που έχουν καθιερωθεί στο χώρο, το μεγάλο εύρος αγορών που καλύπτονται από τον τομέα, οι δυνατότητες για καινοτομία και τα υψηλά περιθώρια κερδών επιτρέπουν την είσοδο νέων παιχτών στην αγορά.

Η EnzyQuest έλαβε χρηματοδότηση από την επενδυτική πλατφόρμα Uni.fund στα τέλη του 2019 και ξεκίνησε επίσημα τη λειτουργία της λίγο πριν την είσοδο του 2020. Ωστόσο, η πανδημία, που επηρέασε τους περισσότερους τομείς της αγοράς, ήταν ιδιαίτερα επιβαρυντική για μια νέα εταιρεία της οποίας οι περισσότεροι πελάτες (ερευνητικά εργαστήρια) αναγκάστηκαν να περιορίσουν τα έξοδά τους ή και ακόμα να παραμείνουν κλειστοί. Ευτυχώς, το γεγονός ότι η EnzyQuest είναι ευέλικτη και στελεχώνεται από έμπειρο προσωπικό, της επέτρεψε να επικεντρωθεί σε ένα νέο στόχο, την παραγωγή διαγνωστικών τεστ, με προφανή έμφαση στη δημιουργία ενός διαγνωστικού τεστ για τον COVID-19.

Σύμφωνα με τον διευθύνοντα σύμβουλο της εταιρείας, Δρ. Δημήτρη Κουτσιούλη: «...Για να επιτευχθεί αυτό, η εταιρεία παρουσίασε έναν επιθετικό σχεδιασμό μέσα στη χρονιά και απέκτησε νέους εργαστηριακούς χώρους τους οποίους εξόπλισε με μηχανήματα τελευταίας γενιάς. Παράλληλα, επιδιώχθηκαν νέες συνεργασίες. Μια τέτοια στρατηγική συνεργασία είναι με το εργαστήριο του Δρ Δόβα, Αναπληρωτή Καθηγητή Μοριακής Μικροβιολογίας στο Διαγνωστικό Εργαστήριο Κλινικών του Τμήματος Κτηνιατρικής του ΑΠΘ. Άμεσο αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας, ήταν η ανάπτυξη της μεθόδου μοριακής ανίχνευσης του κορωνοϊού στα λύματα της Θεσσαλονίκης, από τα τέλη του καλοκαιριού.

Με αυτό τον τρόπο είναι εφικτό να παρακολουθείται εμμέσως η πορεία του COVID-19 στον πληθυσμό της Θεσσαλονίκης.»

Η στέγαση της EnzyQuest στο τεχνολογικό πάρκο του Ι.Τ.Ε. επιτρέπει άμεσες συνεργασίες με το δίκτυο επιστημόνων που στελεχώνουν ένα από τα μεγαλύτερα ερευνητικά κέντρα στην Ελλάδα αλλά και με άλλες εταιρείες που συστεγάζονται στο πάρκο. Μια τέτοια συνεργασία με τη νεοφυή εταιρεία BIOPIX-T οδήγησε στη εξασφάλιση χρηματοδότησης €2.4 εκατομμυρίων από την Ευρωπαϊκή Ένωση στο πλαίσιο έκτακτης προκήρυξης του προγράμματος υψηλού κύρους Horizon 2020, για την καταπολέμηση της πανδημίας. Οι 2 ελληνικές εταιρείες, μαζί με το Ινστιτούτο Μοριακής Βιολογίας του ΙΤΕ είναι τα κύρια μέλη μιας κοινοπραξίας (στην οποία συμμετέχουν έγκριτα Ευρωπαϊκά νοσοκομεία) που έλαβε τη χρηματοδότηση. Η κοινοπραξία ανέλαβε να κατασκευάσει μια φορητή συσκευή που θα επιτρέπει την επιτόπου γρήγορη ανίχνευση του κορωνοϊού. Επιπρόσθετα, η εταιρεία συμμετέχει σε άλλο ένα ευρωπαϊκό πρόγραμμα για το οποίο έχει πάρει χρηματοδότηση. Παράλληλα, η EnzyQuest ανέπτυξε ένα σύγχρονο kit υψηλής ακριβείας για την ανίχνευση του κορω-

Μοριακή Διάγνωση Ιών

νοϊού. Κατά τον υπεύθυνο έρευνας και ανάπτυξης, Δρ. Γιάννη Βλατάκη «Όλα τα αντιδραστήρια παρασκευάζονται από την ίδια την EnzyQuest, καθιστώντας τη μοναδική σε αυτόν τον τομέα στην Ελλάδα. Το kit έχει ήδη δοκιμαστεί με μεγάλη επιτυχία, βγήκε στην αγορά στα τέλη του Δεκέμβρη 2020 και ήδη έχει ελεγχθεί από τουλάχιστον τέσσερα διαγνωστικά κέντρα στην Ελλάδα.»

Παρόλο που η EnzyQuest συμμορφώνεται με το Σύστημα Διαχείρισης Ποιότητας ISO 9001, ήδη βρίσκεται στη διαδικασία πιστοποίησης σύμφωνα με το πολύ αυστηρότερο ISO 13485. Αυτό θα επιτρέψει την επέκταση του πελατολογίου της εταιρείας σε τομείς υγείας, π.χ. νοσοκομεία και κλινικές. Ανάμεσα στους άμεσους μελλοντικούς στόχους είναι η σύναψη συνεργασιών με εταιρείες και ερευνητικούς φορείς που δραστηριοποιούνται στους τομείς της γεωργίας και τροφίμων. Και οι 2 αυτοί τομείς επωφελούνται από τις νέες τεχνολογίες και προϊόντα βιοτεχνολογίας ενσωματώνονται συνεχώς στις μεθόδους που χρησιμοποιούν με στόχο τη δημιουργία νέων προϊόντων, την αύξηση της αποδοτικότητας, τον έλεγχο ποιότητας κ.α.



Η EnzyQuest δίνει ιδιαίτερο βάρος στο τομέα έρευνας και ανάπτυξης, από τον οποίο άλλωστε προέκυψε και το προαναφερθέν διαγνωστικό kit. Νέα προϊόντα προστίθενται συνεχώς στην υπάρχουσα βιβλιοθήκη των 70 προϊόντων της. Σημαντικό ρόλο στην καινοτόμο διάσταση της εταιρείας παίζει το τμήμα βιοπληροφορικής, το οποίο στελεχώνεται από επιστήμονες με πολλά χρόνια δραστηριοποίησης στο εν λόγω ερευνητικό πεδίο. Σύμφωνα με τον ερευνητή βιοπληροφορικής της εταιρείας, Δρ. Θεοδόση Θεοδοσίου: «Η βιοπληροφορική συνδυάζει την επιστήμη της βιολογίας με την πληροφορική. Το τμήμα βιοπληροφορικής επικεντρώθηκε αρχικά στους ακραιόφιλους οργανισμούς, δηλαδή οργανισμούς που ζουν σε ακραίες συνθήκες. Οι συνθήκες αυτές οδηγούν στη δημιουργία πρωτεϊ-

να έχει ήδη αποδώσει, καθώς η ομάδα κατάφερε να εντοπίσει μια πρωτεΐνη με ιδιαίτερο ενδιαφέρον η οποία βρίσκεται στη διαδικασία πειραματικού ελέγχου και αναμένεται να κατοχυρωθεί με πατέντα σύντομα».

Κιτ Υψηλής Ακριβείας Ανίχνευση Κορωνοϊού

Τα τελευταία χρόνια ο επιχειρηματικός χάρτης στην Ελλάδα έχει αλλάξει. Οι νεοφυείς και καινοτόμες επιχειρήσεις έχουν περισσότερες ευκαιρίες χρηματοδότησης κι επιτυχίας. Η EnzyQuest δίνει το παράδειγμα και διατηρεί την έδρα της στην Κρήτη, προσπαθώντας να συμβάλει στην ενίσχυση της τοπικής αλυσίδας καινοτομίας-ανάπτυξης-επιχειρηματικότητας. Η ενίσχυση καινοτόμων επιχειρήσεων μέσω κυβερνητικών μηχανισμών ή πρωτοβουλιών από τους εκάστοτε τοπικούς φορείς αποτελεί επένδυση για το μέλλον. Δεν είναι τυχαίο άλλωστε ότι ένας από τους κύριους δείκτες ανάπτυξης μιας χώρας είναι ο αριθμός του συγκεκριμένου τύπου επιχειρήσεων.

Παραγωγή Διαγνωστικών Τεστ

νών με ιδιαιτερότητες στη λειτουργία τους, οι οποίες τις καθιστούν αντικείμενο υψηλού επιχειρηματικού ενδιαφέροντος. Αυτή η προσπάθεια φαίνεται



INTERNATIONAL TRADE SHOW CONSTRUCTION

EXHIBITION SERVICES

SHOPFITTING SERVICES

EVENT SERVICES

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

... and others

ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΕΩΡΓΑ 22B, 19400 - ΚΟΡΩΠΙ

+30 210 66 22 173

info@mustdesign.gr

www.mustdesign.gr

@mustdesigngr



Γιώργος Σ. Ατσαλάκης
Αναπληρωτής Καθηγητής
Πολυτεχνείου Κρήτης

Παράγοντες Ανάπτυξης Περιφερειών

Η μείωση της φτώχειας, της οικονομικής ανισότητας και της ανεργίας σε μια περιφέρεια, απαιτεί μακροχρόνια σχέδια ανάπτυξης συγκεκριμένων παραγόντων που αναπτύσσουν τις υπάρχουσες επιχειρήσεις, δημιουργούν νέες, και προσελκύουν επιτυχημένες επιχειρήσεις να εγκατασταθούν στον τόπο τους.

του Γιώργου Σ. Ατσαλάκη

Μερικοί από τους πιο σημαντικούς παράγοντες που οδηγούν στην κατεύθυνση αυτή και κατ' επέκταση στην οικονομική ανάπτυξη μιας περιφέρειας είναι:

1) Ανάπτυξη της επιχειρηματικότητας

Η μεταφορά τεχνολογίας παραμένει ο κύριος παράγοντας οικονομικής ανάπτυξης. Μια οικονομία πρέπει να προσελκύσει νέες επιχειρήσεις, να ενισχύσει τις υπάρχουσες και να δημιουργήσει νεοσύστατες επιχειρήσεις που οδηγούν στην οικονομική ανάπτυξη. Η ανάπτυξη επιχειρήσεων νέων τεχνολογιών περιλαμβάνει πολλούς παράγοντες πάνω και πέρα από τον κίνδυνο των κεφαλαίων, όπως η υποδομή για έρευνα και ανάπτυξη, η ενθάρρυνση της καινοτομίας, η ανάδειξη ειδικών επιχειρηματικών ευκαιριών ανά περιοχή και η πρόσβαση σε

μεγάλες αγορές. Οι περιφέρειες πρέπει να συνειδητοποιήσουν ότι η τεχνολογία είναι ένας σημαντικός μοχλός της οικονομικής ανάπτυξης και θα πρέπει να δημιουργήσουν τις κατάλληλες συνθήκες σε πολλούς τομείς, όπως η εκπαίδευση, η ποιότητα ζωής κλπ., για την δημιουργία νέων τεχνολογικών επιχειρήσεων. Από αυτή την άποψη, είναι επιτακτική ανάγκη για την ομάδα σχεδιασμού της ανάπτυξης μιας περιφέρειας, να σχεδιάσει εξετάζοντας διαφορετικές οπτικές γωνίες της περιοχής, όπως:

- α) Καθορισμός του είδους και του αριθμού των επιχειρήσεων που θα αναπτυχθούν στην περιοχή. Ο αριθμός αυτός θα μπορούσε να καθοριστεί εξετάζοντας συμπληρωματικές δραστηριότητες που δημιουργούν ένα υποστηρικτικό σύμπλεγμα των τεχνολογιών που θα αναπτυχθούν, ή με την υποστήριξη της ομάδων ειδικών επιστημόνων με σχετικές γνώσεις.
- β) Καθορισμός του αριθμού των υφιστάμενων επιχειρήσεων και των αναγκών τους σε νέες τεχνολογίες. Πρόκειται για επιχειρήσεις που αναζητούν ευκαιρίες για την ενίσχυση ή την αναβάθμιση των δεξιοτήτων και των δυνατοτήτων τους σε αυτόν τον τομέα.
- γ) Καθορισμός του αριθμού των επιχειρήσεων που μπορούν να προσελκυσθούν στην περιοχή και να

δραστηριοποιηθούν σε συμβατικές ή σε νέες τεχνολογίες. Η προσέλκυση εξαρτάται από πολλούς παράγοντες, όπως η ποιότητα ζωής, τα φορολογικά κίνητρα, υποστήριξη των επιχειρήσεων, το εργατικό δυναμικό, τους οικονομικούς πόρους και την εκπαίδευση, μεταξύ άλλων.

2) Οργανισμοί υποστήριξης

Ένας από τους σημαντικούς καθοριστικούς παράγοντες ανάπτυξης και προσέλκυσης επιχειρήσεων σε μια περιοχή, είναι το επίπεδο υποστήριξης των επιχειρηματικών δραστηριοτήτων, όπως γραφεία προσέλκυσης επιχειρήσεων, γραφεία ανάπτυξης καινοτομιών, γραφεία χρηματοδότησης επιχειρήσεων, κλπ. Τα υποστηρικτικά περιβάλλοντα παράγουν περισσότερες επιχειρηματικές δράσεις. Η ύπαρξη Πανεπιστημίων επηρεάζουν τα ποσοστά των νεοφυών επιχειρήσεων. Κατάλληλες πολιτικές που ευνοούν την συνεργασία των πανεπιστημίων με τις τεχνολογικές επιχειρήσεις είναι απαραίτητες. Οι επιχειρήσεις έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες επιτυχίας σε περιοχές με υποστηρικτικές ομάδες παρά σε τοποθεσίες που δεν υποστηρίζουν τις δραστηριότητές τους. Η ομάδα σχεδιασμού της ανάπτυξης μιας περιοχής, θα πρέπει να καταστρώσει ένα κατάλογο υποστηρικτικών επιχειρήσεων και δράσεων όπου θα αναδεικνύονται οι υποστηρικτικές δράσεις που η περιφέρεια προσφέρει κατά την εκκίνηση, την ανάπτυξη ή την μετεγκατάσταση των επιχειρήσεων.

3) Φορολογική δομή και κυβερνητικά κίνητρα

Οι κυβερνητικές πολιτικές και η φορολογική πολιτική επηρεάζουν την επιχειρηματικότητα. Για την δημιουργία νέων επιχειρήσεων, τρεις τομείς θα πρέπει να λαμβάνονται υπόψη: Οι υπάρχοντες φορολογικοί συντελεστές, η δυνατότητα φορολογικών κινήτρων σε επιχειρήσεις, και η τυχόν εκκρεμούσα νομοθεσία από το κράτος για νέους φόρους. Τα κίνητρα θα μπορούσαν να αφορούν το εργατικό δυναμικό ή νέες τεχνολογίες και διάφορα άλλα είδη κινήτρων.

4) Υποδομή

Η ύπαρξη των κατάλληλων υποδομών και τα κοινωνικά δίκτυα συμβάλουν στην δημιουργία νεοσύστατων επιχειρήσεων. Ικανές υποδομές που υποστηρίζουν τις μεταφορές, τις τηλεπικοινωνίες, δίκτυα ηλεκτρισμού και ύδρευσης, σιδηροδρομικά δίκτυα, συνδέσεις με λιμάνια για την μεταφορά των πρώτων υλών και των προϊόντων επηρεάζουν καθοριστικά την τελική τιμή του προϊόντος και κατ'επέκταση τον τόπο εγκατάστασης μιας επιχείρησης.

5) Κεφάλαιο

Η επιτυχία πολλών περιοχών στην προσέλκυση επιχειρήσεων εκτός από τους παραπάνω παράγοντες απαιτεί, και αφθονία επιχειρηματικών κεφαλαίων. Η διαθεσιμότητα επιχειρηματικών κεφαλαίων

σε συνδυασμό με κεφαλαιακές ενισχύσεις, στηρίζει τις περιφέρειες στις προσπάθειές τους για οικονομική ανάπτυξη. Οι απαιτήσεις και οι δείκτες απόδοσης και κινδύνου είναι υψηλότερες όταν κάποιος πρέπει να αναζητήσει κεφάλαια εκτός της περιοχής.

6) Εκπαίδευση

Η ανάπτυξη εργατικού δυναμικού υψηλών δεξιοτήτων μπορεί να υποστηρίξει σημαντικά την οικονομική ανάπτυξη μιας περιφέρειας. Η ύπαρξη ικανού αριθμού αποφοίτων πανεπιστημίων και η στήριξη της τεχνολογικής εκπαίδευσης αυξάνουν την πιθανότητα προσέλκυσης επιχειρήσεων για τους κάτωθι λόγους:

α) Όσο πιο μορφωμένο είναι το εργατικό δυναμικό τόσο πιο αποτελεσματικά θα μπορεί να αντιμετωπίσει τις απαιτήσεις για εργασία υψηλής τεχνολογίας και την διαχείριση σύγχρονων συστημάτων για την εκτέλεση των καθηκόντων του.

β) Η ύπαρξη υψηλής εξειδίκευσης εργατικού δυναμικού βοηθάει στην προσέλκυση εταιριών υψηλής τεχνολογίας καθώς δεν θα χρειαστεί να μετακινηθεί προσωπικό από άλλες περιοχές το οποίο θα έχει αυξημένο κόστος εγκατάστασης.

γ) Η ύπαρξη μηχανικών και διοικητικών στελεχών πανεπιστημιακής εκπαίδευσης είναι απαραίτητη για την εκτέλεση και διαχείριση των επενδυτικών έργων.

δ) Εξίσου σημαντική είναι η ύπαρξη πανεπιστημίων και ερευνητικών κέντρων τα οποία παράγουν καινοτομίες, τις οποίες στη συνέχεια τις μεταφέρουν στην πραγματική οικονομία.

7) Ποιότητα ζωής και κοινωνικά δίκτυα

Η ανάπτυξη κοινωνικών δικτύων και πρωτοβουλιών που ενθαρρύνουν την οικονομική ανάπτυξη στις περιφέρειες είναι απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξη. Η προθυμία της τοπικής κοινωνίας να στηρίζει νέες επιχειρηματικές πρωτοβουλίες είναι ουσιαστικής σημασίας για την οικονομική ανάπτυξη. Επίσης η ποιότητα ζωής αποτελεί σημαντικό παράγοντα προσέλκυσης επιχειρήσεων και εργατικού δυναμικού.

Κάθε ένας από τους παραπάνω παράγοντες επηρεάζει την διατήρηση ή την προσέλκυση επιχειρήσεων σε μια περιφέρεια. Οι περιφέρειες θα πρέπει να εξετάσουν και να σχεδιάσουν στρατηγικές που αναπτύσσουν αυτούς τους παράγοντες. Όσο περισσότερο αναπτύξουν και ενισχύσουν αυτούς τους παράγοντες τόσο περισσότερες επιχειρήσεις θα μπορέσουν να προσελκύσουν στην περιφέρεια τους. Αυτό που μένει είναι να δούμε οι διοικήσεις των περιφερειών, οι δήμαρχοι των δήμων, να ανταγωνίζονται μεταξύ τους για να προσελκύσουν μια επιχείρηση στην περιφέρεια τους. Τότε θα υπάρχει πραγματική ελπίδα ανάπτυξης.



Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



Προτάσεις Διαδρομών

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



Επέκταση Ομίλου CHC Group

να κρατάμε τον πήχη σε υψηλό επίπεδο. Δεν κάνουμε εκπτώσεις, δεν βάζουμε σε καραντίνα το μέλλον των δεκάδων συνεργαζόμενων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων, των προμηθευτών και συνεργατών μας, των εργαζομένων μας. Με ρεαλισμό και όραμα για την επόμενη μέρα, συνεχίζουμε και προχωράμε μπροστά».

Από την πλευρά της HORECA IMS ο Γενικός Διευθυντής και Ιδρυτής κ. Μάνος Βαρδουλάκης σε δήλωσή του ανέφερε: «Η HORECA Intelligent Management Solutions, είναι ένας οργανισμός με αξιοσημείωτη εμπειρία στους τομείς της φιλοξενίας και της εστίασης, η οποία παρέχει εξειδικευμένες και εξατομικευμένες συμβουλευτικές υπηρεσίες προσανατολισμένες στην ανάπτυξη, πάνω σε ένα ευρύ φάσμα επιχειρηματικών μοντέλων, με ταυτόχρονη πρακτική υποστήριξη. Είμαι ιδιαίτερα ευτυχής για τη νέα αυτή συνεργασία που ξεκινάει με τον ισχυρό Όμιλο CHC - Chnaris Hotel Management, Development & Consulting S.A., αλλά και βέβαιος, ότι οι δυο εταιρείες μαζί, θα αναβαθμίσουν ριζικά το τουριστικό προϊόν της Μαγνησίας και των Σποράδων. Και μάλιστα, σε μια ιδιαίτερα κρίσιμη στιγμή για τον τουριστικό κλάδο, όχι μόνο για την Ελλάδα, αλλά διεθνώς».



Με μια νέα δυναμική στρατηγική συνεργασία, η CHC Group ενισχύει την παρουσία της στην κεντρική και βόρεια Ελλάδα και ανοίγει νέους ορίζοντες στις αναπτυξιακές της προοπτικές.

Ειδικότερα, η CHC Group ξεκίνησε την συνεργασία της με την εταιρεία HORECA IMS με έδρα τον Βόλο, με στόχο την ανάπτυξη των παρεχόμενων υπηρεσιών και την καλλιέργεια νέων συνεργασιών με ξενοδοχειακές επιχειρήσεις, σε μια αρκετά μεγάλη, αλλά και με αυξημένο τουριστικό ενδιαφέρον, περιοχή της χώρας μας.

Ο κ. Ζαχαρίας Α. Χνάρης Γενικός Διευθυντής και Ιδρυτής του Ομίλου CHC - Chnaris Hotel Management, Development & Consulting S.A. τόνισε: «Οι ενέργειες με στόχο την επέκταση του Ομίλου CHC συνεχίζονται, οι συνέργειες με επιχειρήσεις με τις οποίες μπορούμε να μοιραστούμε το όραμά μας για την επόμενη μέρα στον τουριστικό κλάδο, επεκτείνονται. Παρά τις δυσκολίες της πανδημίας, παρά τις αντιξοότητες της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς, παρά ακόμα και τις συνέπειες που έχουν ήδη διαφανεί στην οικονομική ζωή της χώρας μας, στον Όμιλο CHC εξακολουθούμε

Ψηφιακός Μετασχηματισμός Αεροπορικών μεταφορών

του Δημήτρη Ζοπουνίδη



Δημήτρης Ζοπουνίδης,
Φοιτητής,
Τμήμα Οργάνωσης και
Διοίκησης Επιχειρήσεων,
Πανεπιστήμιο Μακεδονίας,
Ιδρυτής και Αρχισυντάκτης
aviationlife.gr

ΕΠΙΣΚΟΠΗΣΗ ΤΗΣ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗΣ

Η Πανδημία που ξέσπασε στις αρχές του Μαρτίου γνωστοποίησε στην παγκόσμια κοινότητα διαδικασίες πρωτόγνωρες και άγνωστες σχετικά με τα προηγούμενα χρόνια. Δύο από τους όρους που αποτελούν πλέον μέρος της καθημερινότητας μας, είναι αυτός της «κοινωνικής αποστασιοποίησης» καθώς και αυτός των «ελάχιστων επαφών». Οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις, στην προσπάθεια τους να πετύχουν υψηλά μέτρα υγειονομικής ασφάλειας προσπαθούν να καθιερώσουν όσο το δυνατόν λιγότερες επαφές στις επιχειρηματικές διαδικασίες τους.

ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΟΣ ΚΛΑΔΟΣ

Ένας από τους τομείς που χρειάζεται να καθιερωθούν διαδικασίες λιγοστών έως και μηδαμινών επαφών είναι αυτός των αερομεταφορών. Ένα ταξίδι που περιλαμβάνει πτήση, πριν την εποχή του κορωνοϊού απαιτούσε πολλές επαφές, τόσο στους χώρους του αεροδρομίου όσο και κατά τη διάρκεια της πτήσης, εντός του αεροσκάφους. Βεβαίως τα τελευταία χρόνια, κάποιες διαδικασίες είχαν εκσυγχρονισθεί (π.χ. web check-in, έκδοση εισιτηρίων μέσω εφαρμογών, κλπ.), πάραυτα υπήρχαν ακόμη οι συμβατικές διαδικασίες. Από τα τέλη Απριλίου – αρχές Μαΐου, όποτε και επανήλθαν σταδιακά και με σταθερό ρυθμό οι πτήσεις και άνοιξαν συγκεκριμένες χώρες τα σύνορα τους, οι αερομεταφορές έπρεπε να προσαρμο-

στούν σε νέα πρωτόκολλα υγειονομικής ασφάλειας. Πιο συγκεκριμένα, διαμορφώθηκε μία νέα ταξιδιωτική εμπειρία τόσο κατά τη διάρκεια της πτήσης (σχετική ανάλυση εδώ) όσο και μία νέα εμπειρία στο αεροδρόμιο.

Όσον αφορά τους χώρους του αεροδρομίου πάρθηκαν τα εξής μέτρα:

- Στα εκδοτήρια εισιτηρίων στα αεροδρόμια έχουν τοποθετηθεί προστατευτικά plexiglass.
- Αντισηπτικά είναι διαθέσιμα στα σημεία συναλλαγής.
- Οι υπάλληλοι του εκδοτηρίου εισιτηρίων του εκάστοτε αερομεταφορέα φορούν υποχρεωτικά γάντια για τις συναλλαγές με τους επιβάτες.
- Όλο το προσωπικό στο check-in αλλά και στις πύλες αναχώρησης φοράει προστατευτικές μάσκες και γάντια.
- Συνολικά, σε όλα τα σημεία επαφής εφαρμόζονται νέες διαδικασίες ανέπαφων συναλλαγών.
- Οι επιβάτες πλέον, φορούν μάσκα ή οποιοδήποτε κάλυμμα στόματος-μύτης, σε όλους τους εσωτερικούς χώρους του αεροδρομίου.

Σε όλα τα παραπάνω μέτρα που εφαρμόστηκαν ήδη στα αεροδρόμια, κομβικό ρόλο και καίριο ρόλο στην εξασφάλιση της υγειονομικής ασφάλειας και ισορροπίας στα αεροδρόμια, καλείται να διαδραματίσει ένα σχέδιο που ήταν στα σκαριά και πριν τον ιό, απλώς τώρα αρχίζει και επιταχύνεται η εφαρμογή του.

ΨΗΦΙΑΚΟΣ ΜΕΤΑΣΧΗΜΑΤΙΣΜΟΣ ΜΕ ΧΡΗΣΗ ΒΙΟΜΕΤΡΙΚΩΝ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΩΝ

Πρώτα από όλα όμως, τι είναι τα «Βιομετρικά χαρακτηριστικά»; Σύμφωνα με την Emirates, «Βιομετρικά χαρακτηριστικά είναι τα ανθρώπινα γνωρίσματα που συνθέτουν την ταυτότητα ενός ατόμου, όπως τα χαρακτηριστικά του προσώπου, τα μάτια, ακόμη και ο σφυγμός. Τα συγκεκριμένα γνωρίσματα μπορούν να χρησιμοποιηθούν για να καθορίσουν την ταυτότητά σας. Χρησιμοποιούμε την αναγνώριση προσώπου, καθώς είναι ένας αποτελεσματικός τρόπος επαλήθευσης βιομετρικών χαρακτηριστικών.»

ΓΙΑΤΙ ΕΙΝΑΙ ΚΑΘΟΡΙΣΤΙΚΗΣ ΣΗΜΑΣΙΑΣ Η ΧΡΗΣΗ ΤΟΥΣ

Πολλά κομβικά σημεία επαφής και συγχρωτισμού επιβατών, όπως κατά τη διάρκεια της επιβίβασης, όσο και κατά τη διάρκεια του ελέγχου αποσκευών δημιουργούν μεγάλες ουρές επιβατών. Αυτό συμβαίνει σε μεγαλύτερο βαθμό αυτή τη περίοδο, όπου οι διαδικασίες έχουν γίνει πιο χρονοβόρες λόγω των μέτρων. Πιο συγκεκριμένα:

- Παρατηρείται μεγαλύτερος χρόνος επιβίβασης στις πύλες εξόδου (gates) λόγω της φυσικής απόστασης δύο μέτρων (social distancing) που πρέπει

να τηρούν οι επιβάτες. Η συγκεκριμένη διαπίστωση επισημαίνεται και από κορυφαία στελέχη του αεροπορικού κλάδου.

- Σε κάποια αεροδρόμια παρατηρούνται μεγαλύτεροι χρόνοι στον έλεγχο αποσκευών καθώς τα καλάθια που χρησιμοποιούνται, πλέον περνούν από τακτική απολύμανση.
- Η εφαρμογή αναγνώρισης προσώπου και βιομετρικών στοιχείων των επιβατών, από τις αεροπορικές εταιρείες και τα αεροδρόμια παγκοσμίως, έχει τα εξής πλεονεκτήματα:

- Επιτρέπει την αποφυγή περιττών επαφών των επιβατών μέσω πολλαπλών σημείων συνωστισμού στο αεροδρόμιο.

Οι επιβάτες μπορούν επίσης να:

- Ελέγξουν αποσκευές μέσω ειδικών εφαρμογών.
- Εισέλθουν στον επιβατικό σταθμό, χωρίς τη χρήση εγγράφων (διαβατήριο, αστυνομική ταυτότητα).
- Έχουν πρόσβαση στο σαλόνια διακεκριμένων επιβατών (business lounges), χωρίς χρήση εγγράφου ταυτοπροσωπίας όσο και κάρτας επιβίβασης (υπάρχει ήδη δυνατότητα χρήσης εφαρμογής).
- Επιβίβαση στο αεροπλάνο με μια ασφαλή, γρήγορη και ακριβή σάρωση προσώπου, αντί να χρησιμοποιούν έγγραφα οπου και περιττές επαφές θεωρούνται, όσο και καθυστερούν την επιβίβαση σε περίπτωση μη έγκαιρης αναζήτησης του απαραίτητου εγγράφου.

Η ίδια τεχνολογία μπορεί να υιοθετηθεί στα σημεία αγορών του αεροδρομίου (χώρος καταστημάτων και duty free shop) ενώ ακόμη και σε αγορές κατά την πτήση (shop on board) για την εξάλειψη σημείων επαφής και την ασφαλή πρόσβαση σε τραπεζικούς λογαριασμούς για την πληρωμή.

Η θερμική σάρωση (thermal scanning) λειτουργεί στα κομβικά σημεία του ταξιδιού για να ελέγξει εάν οι επιβάτες έχουν αυξημένη θερμοκρασία σώματος. Το πιο εντυπωσιακό είναι, πως η προηγμένη τεχνολογία αναγνώρισης προσώπου μπορεί να πιστοποιήσει τον έλεγχο ταυτότητας ενός ατόμου ακόμη και όταν ένα μεγάλο μέρος του προσώπου κρύβεται από μάσκα προστασίας.

Η τεχνολογία βιομετρικής και θερμικής σάρωσης έχει αποδείξει τη χρήση της και άλλες φορές, αλλά η πανδημία προωθεί, όπως αναφέρθηκε προηγουμένως, την υιοθέτηση από τον αεροπορικό κλάδο με σκοπό την ισορροπία της επιβατικής κυκλοφορίας εντός αεροδρομίου και αεροσκάφους όσο και για την αποκατάσταση της εμπιστοσύνης, με στόχο τα ασφαλή αεροπορικά ταξίδια. Το κλειδί για την επιτυχία είναι η ενσωμάτωση πολλών σημαντικών τεχνολογιών σε μια απρόσκοπτη διαδικασία. Το 2019, η αεροπορική συμμαχία Star Alliance ανακοίνωσε ότι αναπτύσσει μια βιομετρική εφαρμογή που υποστηρίζεται από μία ειδική πλατφόρμα. Η εφαρμογή που θα ξεκινήσει σύντομα στην

Ευρώπη, θα δώσει τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες να καταχωρίσουν την ψηφιακή τους ταυτότητα για κάρτες επιβίβασης και έλεγχο ταυτότητας χωρίς χάρτινα, συμβατικά έγγραφα. Οι ταξιδιώτες που επιλέγουν να εγγραφούν συνδέονται αυτομάτως με συνεργαζόμενες αεροπορικές εταιρείες και αεροδρόμια μέσω μιας κοινής τεχνολογικής υπηρεσίας κατά την εγγραφή. Χρησιμοποιώντας την εφαρμογή της Star Alliance, ένας ταξιδιώτης βιώνει την ανεμπόδιστη αναγνώριση σε κάθε σημείο ελέγχου, κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους. Όταν η εφαρμογή υλοποιηθεί πλήρως, οι επιβάτες μπορούν να επιτρέψουν την αναγνώριση προσώπου για την έγκριση αγορών σε καταστήματα αεροδρομίων, με αεροπορικές εταιρείες, ξενοδοχεία και ακόμη και υπηρεσίες ενοικίασης αυτοκινήτων. Δεν χρειάζονται πιστωτικές κάρτες ή διαβατήρια, απλά μια γρήγορη σάρωση προσώπου για να επιβεβαιωθεί η ταυτότητα του ταξιδιώτη για μια ασφαλή συναλλαγή. Οι ταξιδιώτες διατηρούν τον έλεγχο της ταυτότητά τους, πράγμα που σημαίνει ότι μπορούν να επιλέξουν με ποιον θα μοιραστούν τις πληροφορίες τους.

Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΣΑΡΩΣΗΣ ΒΙΟΜΕΤΡΙΚΩΝ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ

Η αναγνώριση προσώπου είναι διαισθητική, οι επιβάτες απλώς κοιτούν για λίγα δευτερόλεπτα μια οθόνη και ο βιομετρικός σαρωτής τους τραβάει φωτογραφία. Τα αποτελέσματα είναι εξαιρετικά γρήγορα: η φωτογραφία συνδέεται με μία βάση δεδομένων και πραγματοποιείται αντιστοίχιση. Έπειτα ένα πράσινο (έγκριση) ή ένα κόκκινο (απόρριψη) φως θα ανάψει. Η κάλυψη προσώπων κατά τη διάρκεια

της πανδημίας δημιουργεί μια νέα πρόκληση, αλλά οι αλγόριθμοι αναγνώρισης προσώπου συγκεντρώνουν αρκετά δεδομένα από το ορατό μέρος του προσώπου για να επαληθεύσουν έναν ταξιδιώτη, όπως αναφέρθηκε παραπάνω.

ΜΕΛΛΟΝΤΙΚΕΣ ΕΞΕΛΙΞΕΙΣ

Αν και αυτή η ιδέα δημιουργήθηκε για να αντιμετωπίσει τον αυξανόμενο όγκο επιβατών πριν από την απροσδόκητη πανδημία, έχει δημιουργήσει τα θεμέλια για τον μετασχηματισμό που χρειάζεται ο χώρος των αερομεταφορών σήμερα. Ακόμη και έπειτα από το πέραςμα της πανδημίας, τα βιομετρικά στοιχεία θα επιτρέψουν τη διαρκή βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας προσφέροντας σημεία χωρίς επαφή (contactless points) στους ταξιδιώτες. Όταν η ροή στα σημεία ελέγχου του αεροδρομίου είναι ομαλή, οι ταξιδιώτες έχουν περισσότερο χρόνο να ψωνίσουν, να απολαύσουν το γεύμα τους και γενικότερα να χαλαρώσουν πριν από την πτήση τους. Αυτό το μελλοντικό μονοπάτι των αεροπορικών ταξιδιών περιέχει προκλήσεις που αντιμετωπίζουν ήδη τόσο η αεροπορική βιομηχανία όσο και οι ταξιδιώτες.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΑΕΡΟΜΕΤΑΦΟΡΕΩΝ ΚΑΙ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΩΝ ΠΟΥ ΗΔΗ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΟΥΝ ΒΙΟΜΕΤΡΙΚΣ Emirates Airlines

Η αεροπορική εταιρεία από το Ντουμπάι κυκλοφόρησε τον «Βιομετρικό διάδρομο» (biometric path) στο διεθνές αεροδρόμιο του Ντουμπάι (DXB). Το συγκεκριμένο πρόγραμμα αξίας πολλών εκατομ-

υρίων ευρώ, η Emirates το είχε ανακοινώσει στις 29/10/2018 ενώ το είχε στα σχέδια της από το 2015. Οι συνθήκες και η ανάγκη για υγειονομική ασφάλεια, λογικά την ώθησαν να το προωθήσει τώρα. Πιο συγκεκριμένα, η εμπειρία ανέπαφου ταξιδιού λαμβάνει ήδη χώρα στη μεγαλύτερη πόλη των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων και μπορούν να τη ζήσουν όσοι ταξιδεύουν από και προς Ντουμπάι. Τα σημεία βιομετρικής αναγνώρισης είναι εγκατεστημένα σε επιλεγμένα γραφεία check-in της Πρώτης και Διακεκριμένης θέσης στο Terminal 3 του αεροδρομίου. Πρώτα πρέπει γίνει εγγραφή στο σύστημα με τη διαδικασία να διαρκεί λιγότερο από ένα λεπτό. Γίνεται σάρωση των ματιών και του προσώπου και έγινε η εγγραφή. Μετά από αυτό το στάδιο, γίνεται η είσοδος στο Business Lounge της Emirates μέσω σάρωσης του προσώπου και της ίριδας. Όπως παρατηρείται, στα Ηνωμένα Αραβικά Εμιράτα, η κάρτα επιβίβασης αρχίζει και αντικαθίσταται ενώ η διαδικασία είναι ανέπαφη. **Lufthansa Group** (Lufthansa – Swiss) Οι ελβετικός και γερμανικός αερομεταφορέας, μέλη και οι δύο της Lufthansa Group, άρχισαν ήδη να χρησιμοποιούν τις δυνατότητες biometrics της αεροπορικής συμμαχίας Star Alliance. Αυτό συνέβη καθώς και οι δύο θέλουν να διασφαλίσουν την ομαλή ροή των διαδικασιών στα αεροδρόμια που επιχειρούν καθώς και κατά τη διάρκεια της πτήσης. Στην ουσία, είναι ένα μέτρο κατά της εξάπλωσης του ιού, οπότε και υιοθετήθηκε άμεσα η βιομετρική αναγνώριση τόσο στο Αεροδρόμιο της Φρανκφούρτης (FRA) όσο και του Μονάχου (MUC). Σύμφωνα με το BTN Europe ο Διευθύνων Σύμβουλος της

Star Alliance σε δηλώσεις του τόνισε πως: «Είμαστε εξαιρετικά υπερήφανοι που ένα ιδρυτικό μέλος μας, η Lufthansa ξεκίνησε πρώτη να χρησιμοποιεί τις λύσεις που προσφέρει η εφαρμογή βιομετρικής αναγνώρισης της Star Alliance, στις βάσεις της στα Αεροδρόμια της Φρανκφούρτης και του Μονάχου». Παρόμοιοι είδους τεχνολογίες εφαρμόζονται ήδη σε περιοχές της Κίνας, όπως και στο Αεροδρόμιο του Πεκίνου καθώς και σε συγκεκριμένες Πολιτείες της Αμερικής, ενώ ακούγεται πως και στην Ελλάδα δεν αργεί η στιγμή που θα ξεκινήσουν πιλοτικά, δοκιμές βιομετρικής αναγνώρισης προσώπων.

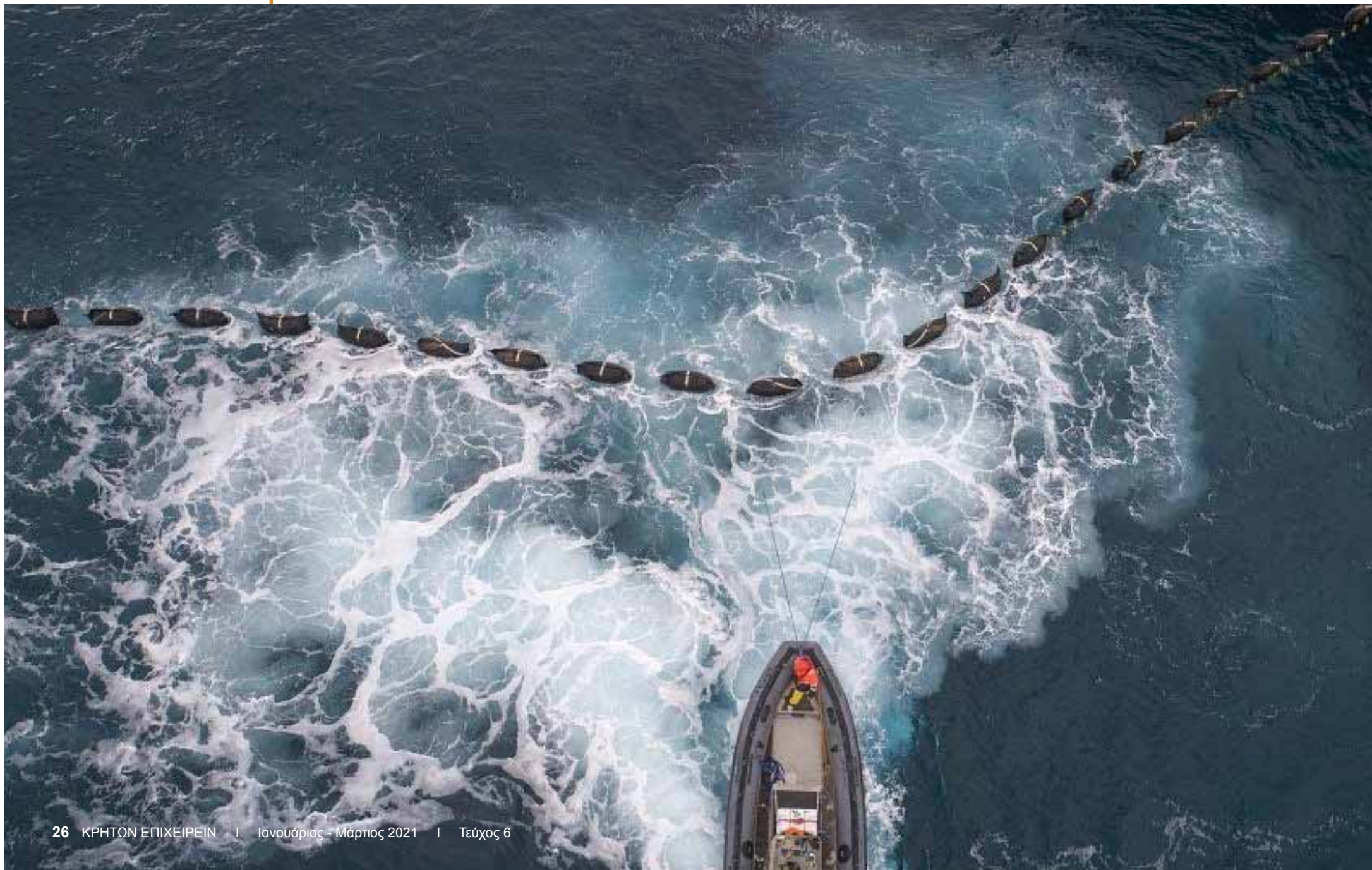
ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗΣ ΑΕΡΟΠΟΡΙΑΣ

Εύκολα καταλήγει κανείς, στο ότι αυτές οι τεχνολογίες θα εισέρχονταν στη ζωή μας ακόμη και εάν δεν είχε ξεσπάσει η πανδημία. Οι αεροπορικές εταιρείες, οι αεροπορικοί οργανισμοί και οι εταιρείες τεχνολογίας ήδη προετοιμάζονταν για τέτοιου είδους καινοτόμες διαδικασίες στα αεροδρόμια. Αυτό που συνέβη είναι ότι η ανάγκη για υγειονομική ασφάλεια στα πλαίσια μείωσης εξάπλωσης του ιού, επιτάχυνε αυτό το μεγαλεπήβολο έργο που θα μετασχηματίσει ψηφιακά τον χώρο των αερομεταφορών και θα τον εισάγει σε μία καινοτόμα εποχή όπου η πτήση θα είναι ακόμη πιο ευχάριστη για τον επιβάτη. Ας ελπίσουμε ότι ο αεροπορικός κλάδος, ένας κλάδος όπου συνεισφέρει άμεσα και έμμεσα σε πολύ μεγάλο βαθμό τόσο στην παγκόσμια οικονομία, όσο και στις εθνικές οικονομίες, θα βρει τον τρόπο να επανακάμψει, όσο και αν διαρκέσει αυτή η σταδιακή διαδικασία.



Το μεγαλύτερο
υποβρύχιο καλώδιο
εναλλασσόμενου ρεύματος
παγκοσμίως

Ενεργειακή διασύνδεση Κρήτης - Πελοποννήσου



Ολοκληρώθηκε η ηλεκτρική του πρώτου υποβρύχιου καλωδίου που διασυνδέει την Κρήτη με το ηπειρωτικό σύστημα, το οποίο αποτελεί τη μεγαλύτερη υποθαλάσσια διασύνδεση εναλλασσόμενου ρεύματος παγκοσμίως.

Η ολοκλήρωση της 24ωρης δοκιμαστικής ηλεκτρικής σηματοδοτεί μια ιστορική επιτυχία για τον Διαχειριστή και τις ανάδοχες εταιρείες, καθώς ανταπεξήλθαν με αποτελεσματικότητα και τεχνική επάρκεια σε σημαντικές τεχνολογικές προκλήσεις, υπερβαίνοντας σε μεγάλο βαθμό ό,τι έχει επιτευχθεί μέχρι σήμερα σε αντίστοιχα διεθνή έργα.

Το έργο περιλαμβάνει, επίσης, σημαντικές διαχειριστικές προκλήσεις, καθώς η νέα διασύνδεση εκτείνεται από τη Μεγαλόπολη έως τα Χανιά και το Ηράκλειο Κρήτης, περιλαμβάνοντας οκτώ πόλεις στον σχεδιασμό του. Προκειμένου να ελαχιστοποιηθούν τυχόν οχλήσεις αναζητήθηκαν βέλτιστες λύσεις, όπως υπογειοποιήσεις γραμμών μεταφοράς όπου αυτό κατέστη δυνατό.

Το έργο έχει συνολικό προϋπολογισμό 356 εκατ. ευρώ και υλοποιείται με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης και με δανεισμό από την Ευρωπαϊκή Τράπεζα Επενδύσεων (EIB).

Σημειώνεται ότι το ανατολικό κύκλωμα της διασύνδεσης, το οποίο ηλεκτρίστηκε, απαρτίζεται από τα εξής επιμέρους έργα:

1. Υποβρύχιο καλώδιο 132 χλμ ανάμεσα σε Χανιά και Νεάπολη Λακωνίας.
 2. Υπόγεια καλώδια 42 χλμ σε Κρήτη και Πελοπόννησο.
 3. Νέος υποσταθμός στην Ανατολική Πελοπόννησο και αναβάθμιση του υφιστάμενου υποσταθμού στα Χανιά.
- Η διασύνδεση Κρήτης - Πελοποννήσου αποκαλείται η «διασύνδεση των ρεκόρ» καθώς πρόκειται:

- Για τη μεγαλύτερη σε μήκος καλωδιακή διασύνδεση εναλλασσόμενου ρεύματος παγκοσμίως 174 χιλιομέτρων.
- Για τη μεγαλύτερη σε μήκος υποβρύχια καλωδιακή διασύνδεση υψηλής τάσης με τριπολικό καλώδιο τεχνολογίας μόνωσης XLPE παγκοσμίως, 132 χιλιομέτρων.
- Για τη βαθύτερη υποβρύχια καλωδιακή διασύνδεση υψηλής τάσης με τριπολικό καλώδιο τεχνολογίας μόνωσης XLPE παγκοσμίως σε βάθος 1.000 μέτρων.



Δρ. Κυριάκος Γ. Κώτσογλου
Εντεταλμένος Περιφερειακός
Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού
& Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης

Από το 2020 προς το 2021 & τα επόμενα χρόνια

Σε μια σειρά κρίσιμων ερωτημάτων για την τουριστική δεκαετία που ξεκίνησε, κάνοντας την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστικό προορισμό, με καλύτερη διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα, απαντάει στο Κρητών Επιχειρείν ο Δρ. Κυριάκος Κώτσογλου, Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης.

1. Τι σας δίδαξε η πανδημία (για τον τουρισμό);

Η διδαχή έχει θετική έννοια, οπότε μάλλον αναφερόμαστε στο μέγιστο Ελληνικό ρητό των Στωικών, ότι δεν υπάρχει κακό που να μην προκαλεί και καλό. Στην πραγματικότητα, πριν από όλα, στεκόμαστε με πολύ σεβασμό και περιστολή πάνω από τα θύματα της Πανδημίας, που ακόμα κι αν στην Κρήτη μετρούνται στα δάκτυλα του ενός χεριού, δεν το βλέπουμε τοπικά, αλλά εθνικά και παγκόσμια, προσπαθώντας το βέλτιστο. Και νομίζω ότι πριν αλλά και μετά από κάθε απολογισμό, πρέπει να τιμήσουμε όσους δεν θα είναι πια εδώ! Όμως, από την άλλη, διδαχθήκαμε ότι όταν οι δυνάμεις συνεργάζονται, τότε τίποτα δεν είναι ικανό να καταστρέψει την ανθρωπότητα, αλλά και τι γίνεται στην αντίθετη περίπτωση. Είναι σπουδαίο να βλέπεις όλο τον Πλανήτη σε κοινό βηματισμό, για την Πανδημία. Εν προκειμένω, στην Κρήτη, επαναπροσδιόρισαμε την έννοια του «καθόμαστε όλοι μαζί και συζητάμε», σε πολύωρες Τηλεδια-

Κατανομή Κρουσμάτων Δεκεμβρίου στο Σύνολο της Χώρας και στην Κρήτη

Ημερομηνία	ΕΛΛΑΔΑ	ΓΕ. ΗΜΕΛΕΙΚΟΥ	ΓΕ. ΧΑΝΙΩΝ	ΓΕ. ΡΕΘΥΜΝΟΥ	ΓΕ. ΛΑΣΙΘΙΟΥ	ΚΡΗΤΗ
1/12/2020	2199	21	21	8	0	50
2/12/2020	2196	21	10	5	0	37
3/12/2020	1882	15	9	5	1	30
4/12/2020	1667	15	10	0	0	25
5/12/2020	1383	19	5	1	0	25
6/12/2020	904	15	3	3	0	17
7/12/2020	1251	8	5	3	1	17
8/12/2020	1382	9	6	4	3	22
9/12/2020	1677	4	7	3	0	14
10/12/2020	1534	12	6	1	0	19
11/12/2020	1395	9	6	1	0	15
12/12/2020	1194	10	7	0	0	17
13/12/2020	693	5	4	0	0	9
14/12/2020	639	5	3	0	9	17
15/12/2020	1240	7	6	0	0	13
16/12/2020	1190	9	4	0	0	13
1-16 Δεκεμβρίου 2020	22416	179	113	34	14	340
Κρούσματα 16 Δεκεμβρίου 14 ημερών, 17-30 Δεκεμβρίου (Ενισχυτή Κατάλυση)	18031	137	81	21	14	253

σκέψεις κάθε Σάββατο, συζητώντας με κανόνες και σύμπνοια, τα προβλήματα που ανέκυπταν, φιλοξενώντας προσωπικότητες του Τουρισμού από την Ελλάδα και όλο τον κόσμο και βρίσκοντας λύσεις στα προβλήματα κι όχι το αντίστροφο. Διδαχθήκαμε να εκμεταλλευόμαστε τα πλεονεκτήματα και τα δυνατά μας σημεία, να αντιλαμβάνομαστε τα μειονεκτήματα και τα αδύνατα χαρακτηριστικά μας και να στοχεύουμε, στο να μετατρέπουμε σε άξονες βελτίωσης τα δεύτερα. Μάθαμε ότι η αρχή επίλυσης ενός προβλήματος είναι πριν απ' όλα η αντίληψή του.

Διδαχθήκαμε ότι πρέπει να είμαστε ακόμα πιο προληπτικοί αντί για κατασταλτικοί, μάθαμε να ζούμε με τη νέα πραγματικότητα, μάθαμε ότι κάθε αγώνας δεν έχει τελειώσει, ακόμα και αν το πρώτο ημίχρονο ήταν εξαιρετικό. Υπάρχει δεύτερο ημίχρονο, ίσως και παράταση και πρέπει να είμαστε έτοιμοι και προετοιμασμένοι γι' αυτά, αλλά πάντα κάτω από μια σπουδαία λέξη τη Συνεργασία όλων των φορέων μας. Για όλα αυτά, ένα απλό δείγμα της επιδημιολογικής συμπεριφοράς της Κρήτης, απόρροια παιδείας αλλά και εκπαίδευσης, που αποτέλεσε μια σπουδαία ενέργεια, παγκόσμια καλή πρακτική για τον Τουρισμό μας.

2. Πώς θα ανταποκριθείτε στις ανάγκες, επιθυμίες και φοβίες των ταξιδιωτών;

Πριν από όλα, θα τις μετρήσουμε και μετά θα ανταποκριθούμε. «Αν δεν μπορείς να μετρήσεις, δεν μπορείς και να διοικήσεις», λέει ένα ρητό και εμάς μας αντιπροσωπεύει τα μέγιστα αυτό, ως Περιφέρεια. Ξέρετε, οι ανάγκες έχουν σχέση με το απαραίτητο για τη διαβίωση, ενώ οι επιθυμίες με τα «θέλω» μας, πέρα από τα «πρέπει». Τέλος, οι φοβίες οδηγούν σε ανάγκες διασφάλισης και αναστέλλουν τις επιθυμίες, οπότε όλα αυτά πρέπει να τα μετρήσουμε, να δούμε με την ματιά των επισκεπτών μας και να καταστρώσουμε σχέδιο.

Οι πρώτες μας διαπιστώσεις από το παραπάνω πεδίο, φανερώνουν ότι ο κόσμος θέλει πολύ να ταξιδέψει του χρόνου και τα επόμενα, δίνοντας ευχάριστες τάσεις, που όμως μένει να αποδειχθούν!! Δεν υπάρχει καλύτερο σενάριο για μας ως προορισμό, από το να περάσουν οι διακοπές από το επίπεδο της επιθυμίας, στο επίπεδο της ανάγκης. Μετά θα πρέπει μόνο να άρουμε τις φοβίες τους και αρκεί. Είναι ξεκάθαρο μέχρι στιγμής, ότι η διάθεση του να ταξιδέψει κάποιος σχετίζεται άμεσα με την αξιοπιστία του προορισμού, με την συμπεριφορά που έδειξε η Περιφέρεια και η χώρα για την Πανδημία και τα μέτρα του πήρε, με την φέρουσα ικανότητα, τις υποδομές, την εκπαίδευση και την πειθαρχία, την ατομική ή και συλλογική ευθύνη. Υπερηφανευόμαστε ότι είμαστε η πιο Πελατοκεντρική Περιφέρεια και θέλουμε να επιβεβαιώσουμε τη φήμη μας. Θα ανταποκριθούμε στις επιθυμίες

των επισκεπτών μας, θα κάνουμε την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστική, με ακόμα καλύτερη φιλοξενία, υποδομές και επιλογές. Θα ανταποκριθούμε στην ανάγκη τους για ασφάλεια, ενισχύοντας ακόμα περισσότερο τις δομές υγείας μας, εκπαιδεύοντας και πάλι το τουριστικό κι όχι μόνο δυναμικό μας για την τήρηση των πρωτοκόλλων πιο λεπτομερέστερα, βοηθώντας τον επιχειρηματικό κόσμο ακόμα περαιτέρω, για να είναι έτοιμος να εξυπηρετήσει και με αυτό το πλαίσιο είμαστε σίγουροι ότι θα άρουμε τις όποιες φοβίες το συντομότερο δυνατό, κάνοντας την Κρήτη ακόμα πιο ελκυστικό προορισμό, δείχνοντας ένα άριστο συνδυασμό ομορφιάς, κουλτούρας κι ασφαλούς φιλοξενίας.

3. Πού εντοπίζετε τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν (στο προϊόν/στον προορισμό);

Όπως προείπα, τόσο ο εντοπισμός των αλλαγών αλλά και η συνεπαγόμενη πολιτική μας, θέλει μελέτη, περισσότερο πράξεις, λιγότερα λόγια και πάνω από όλα Συνεργασία, Περιφέρειας, Φορέων και φυσικά Κυβέρνησης. Αν πρέπει να αναφερθούμε σε κάποια πράγματα, θα ξεκινήσουμε από το να βοηθήσουμε τον ίδιο τον επιχειρηματικό μας κόσμο και τους κατοίκους της Κρήτης, να πατήσουν καλά, ξανά, στα πόδια τους. Αν δεν περνούν καλά οι πολίτες της Κρήτης, δεν θα περνούν καλά και οι επισκέπτες της. Ήδη έχουμε προγράμματα επιχειρηματικής βοήθειας και θεωρούμε ότι η Πολιτεία θα πρέπει να μας βοηθήσει σε αυτό. Από κει και πέρα, γνωρίζετε την άποψή μας, ότι η Κρήτη δεν είναι απλά ένα νησί, μια Περιφέρεια, είναι μια Τουριστική ήπειρος, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που θα δείξουμε στην επικοινωνιακή στρατηγική μας. Θέλουμε μια ισορροπία στη χωρική συγκέντρωση των επισκεπτών μας και την ενίσχυση της θεματικής αρχιτεκτονικής του Τουρισμού μας, πέραν του Μοντέλου «Ήλιος και Θάλασσα» που μας ανέδειξε, αλλά πρέπει πλέον να συνυπάρξει αρμονικά και με τα υπόλοιπα, δίνοντας αειφορία στον προορισμό, ως πρέπει.

Θα πρέπει να εστιάσουμε στις υποδομές και γι' αυτό ανάφερα και την λέξη Συνεργασία, αρκετές φορές μέχρι τώρα. Θα πρέπει, η επόμενη περίοδος να μας βρει με τον Βόρειο Οδικό Άξονα Κρήτης, όπως αρμόζει στην Κρήτη, με βιολογικούς καθαρισμούς σε όλες τις περιοχές ενδιαφέροντος, με μαρίνες που θα αναδεικνύουν τα πάνω από 1.000 χιλιόμετρα της ακτογραμμής μας, με κάθε είδους βελτίωση των υποδομών μας, τόσο στις παράκτιες όσο και τις ενδοχώριες περιοχές της Κρήτης, που είναι απλά υπέροχες!

Τέλος, θα πρέπει να δούμε και τις soft ενέργειές μας, σε συνεργασία φυσικά και με τους φορείς και μέσα από αυτούς με τους επιχειρηματίες της Κρήτης. Πρέπει να δούμε τις νέες τάσεις που θα διαμορφωθούν στον τουρισμό, να κινηθούμε προς

αυτές, πρέπει να επανεξετάσουμε τις ισορροπίες με τους τουριστικούς πράκτορες, να ακούσουμε τα κελεύσματα που θα στείλει και στην Κρήτη μας, τούτη η νέα πραγματικότητα.

4. Πού θα εστιάσει η Στρατηγική της Επικοινωνίας της Κρήτης;

Υπάρχουν απαντήσεις για το σήμερα και το αύριο, θα μπορούσαμε να μιλάμε ώρες για την στρατηγική επικοινωνίας μας. Πριν από λίγες ημέρες, υπερψηφίσθηκε στο Περιφερειακό Συμβούλιο Κρήτης, το πρόγραμμα τουριστικής προβολής για το 2021. Παράλληλα, υπάρχει και ένα συγκεκριμένο πρόγραμμα τουριστικής προβολής ύψους 3 εκατομμυρίων που έχει ενταχθεί στο ΕΣΠΑ και αφορά την τρέχουσα τετραετία. Η τελευταία περίοδος όμως μας έδειξε ότι η Στρατηγική για την επόμενη δεκαετία, για την Κρήτη του 2030, θα πρέπει να λαμβάνει υπόψη της όλα τα νέα δεδομένα που έχουν ανακύψει, από την χρεωκοπία της Thomas Cook, ως το μεταναστευτικό και φυσικά την Πανδημία. Πριν εστιάσουμε, θέλουμε ένα καθαρό στόχο στο σκόπευτρο μας, όμως κάποια βασικά στοιχεία της στρατηγικής μας είναι διαχρονικά. Θέλουμε και θα συνεχίσουμε να στηριζόμαστε στο μοντέλο Ήλιος και Θάλασσα, αλλά όπως προαναφέραμε, να αναπτύξουμε την ενδοχώρα της Κρήτης που είναι υπέροχη, τον ορεινό όγκο παράλληλα με τις παραλίες της. Παράλληλα, θέλουμε να εστιάσουμε στους τέσσερις βασικούς μας πυλώνες, το Φυσικό μας κάλλος, τον Πολιτισμό, την Ιστορία και την Κουλτούρα μας, την ασύγκριτη γαστρονομία μας, τμήμα της Κρητικής Δίαιτας και φυσικά την εγκάρδια φιλοξενία μας, ένα χαρακτηριστικό που δεν αμφισβητείται και δεν αντιγράφεται, γιατί όπως θα ακούσετε και στα σποτ μας είναι, από καρδιάς.

Η στρατηγική της επικοινωνίας μας περιλαμβάνει συμμετοχές σε εκθέσεις μαζικού ή θεματικού τουρισμού, εκδηλώσεις ανάδειξης των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών μας, fam/press trips, φιλοξενίες, εκδόσεις, μελέτες, ιστοσελίδες και φυσικά καμπάνιες ειδικές και γενικές. Ήδη, όπως ξέρετε έχουμε συνοδεύσει την εθνική προσπάθεια προβολής με δύο σποτ, θα ακολουθήσουν αρκετά ακόμα, όλα θεματικά, που θα συνεχίσουν την παράδοση που έχουμε δημιουργήσει σε αυτό τον τομέα, με αντικείμενα όπως, Πολιτισμό, Γαστρονομία, Καταδύσεις, Οινοτουρισμό, Λαϊκό Πολιτισμό, τα καλύτερα ανά εποχή, τα καλύτερα πράγματα που μπορεί να κάνει κάποιος στην Κρήτη, το χειμερινό τουρισμό, τις μαρτυρίες ανθρώπων που διαμένουν πλέον 12 μήνες το χρόνο στην Κρήτη και φυσικά όλες, μα όλες τις ομορφιές μας.

Κοινός παρονομαστής σε όλα τα παραπάνω, ένα πράγμα που δεν πρέπει να απωλέσουμε ποτέ, η Αυθεντικότητα της Κρήτης, γι' αυτό και η νέα,

πολύ σημαντική καμπάνια μας «**Crete, sense the Authentic!**».

5. Ποια εργαλεία χρειάζεστε (ή σας λείπουν) για να είναι αποτελεσματική η επικοινωνία;
Η βασική μας «ανησυχία», με την καλή έννοια, είναι η επικοινωνιακή μας πολιτική να στηρίζεται σε πραγματικά δεδομένα, με την έννοια το «περιτύλιγμα» να είναι υπέροχο, αλλά το περιεχόμενο ακόμα καλύτερο. Ξεκινώντας η Πανδημία, είχαμε μια τεράστια ανησυχία, ένα κορυφαίο ερώτημα «Ο προορισμός Κρήτη, θα αντέξει, θα αναδειχθεί, θα ενδυναμωθεί;». Και φυσικά νιώσαμε τεράστια ικανοποίηση όταν εν μέσω Πανδημίας, εν μέσω μειώσεων της τάξης του 70-80%, είδαμε το Brand Name της Κρήτης να βελτιώνεται ανά τον κόσμο και να βλέπουμε τις αγορές να μας στηρίζουν, στον βαθμό φυσικά, που επέτρεπαν και οι συνθήκες...

Στο παραπάνω πλαίσιο, δεν θα λέγαμε ότι μας λείπει κάτι. Έχουμε κουλτούρα προβολής και επικοινωνίας, το γνωρίζουν όλοι αυτό, φαίνεται στις εκθέσεις του εξωτερικού από τους δυνητικούς επισκέπτες που «ψάχνουν» το περίπτερο της Κρήτης, εντούτοις, πάντα υπάρχουν περιθώρια και φυσικά οι συνέργειες και οι συνεργασίες πάντα βοηθούν στην ανάδειξη ενός προορισμού, όσο κι αν είναι διάσημος αυτός. Το δείξαμε αυτό με την ταχύτητα που ανεβάσαμε το «**Crete From Home**», θα το δείξουμε και στη συνέχεια, θα στείλουμε συναίσθημα.

Θα θέλαμε να αυξηθούν οι πόροι για την προβολή μας και την επικοινωνία με τους επισκέπτες μας, θα θέλαμε να μπορούμε να δείξουμε «το πριν και το μετά» σε κάποιες από τις υποδομές μας, θα θέλαμε μια εθνική προσπάθεια για την ανάδειξη του brand name «Crete», θα αναζητήσουμε μια ακόμα καλύτερη διασύνδεση του πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό μας. Μένοντας λίγο ακόμα εκεί, θα θέλαμε ο κόσμος να αγοράζει, να γεύεται, να καταναλώνει Κρητικά προϊόντα και όχι ως φθηνότερα αλλά ως προϊόντα ανώτερης ποιοτικής αξίας. Η τουριστική εκπαίδευση παραμένει ένα ακόμα έλλειμα στο νησί μας, η ζήτηση είναι πολύ μεγαλύτερη από την προσφορά, πραγματικά αναρωτιόμαστε ποιος μπορεί να διδάξει «φιλοξενία» στους Κρητικούς, ενώ το Παρατηρητήριο Τουρισμού, σε συνεργασία με το ΕΛΜΕΠΑ, θα μας δώσει ένα διαφορετικό «ενδοσκόπιο» της τουριστικής αγοράς, σε σχέση με τις ανάγκες για επικοινωνία και προβολή. Τελευταίο, αλλά όχι έσχατο, θα θέλαμε μια σειρά νομοθετικών πρωτοβουλιών για τους ψηφιακούς νομάδες, ώστε να έχουμε μια σειρά πλεονεκτήματα και να πούμε «Μπορείτε να δουλεύετε όπου θέλετε, όπως θέλετε, ή να έρθετε στην Κρήτη...».

Και 'ξια μας εμάς...



5G στην Ελλάδα

του Μιχάλη Βλαχάκη



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

Μετά από μια μακρά περίοδο αναμονής και πολλά δημοσιεύματα για την 5η Γενιά ασύρματης επικοινωνίας 5G, πολλά από αυτά ιδιαίτερα αισιόδοξα και άλλα πάλι στη σφαίρα της μαύρης διεθνούς συνωμοσιολογίας, θα επιχειρήσουμε να προσεγγίσουμε την πραγματικότητα του 5G με γνώμονα την επιστημονική μα και παράλληλα την κοινωνική διάσταση στην Ελλάδα.

Η Ελλάδα ξεκίνησε να πλέει σε ταχύτητες 5ης Γενιάς ασύρματης επικοινωνίας 5G, καθώς ψηφίστηκε τον Σεπτέμβριο το νομοθετικό πλαίσιο της ΕΕΤΤ που ενέκρινε το τεύχος, βάσει του οποίου διεξήχθη η διαγωνιστική διαδικασία για τη χορήγηση δικαιωμάτων χρήσης ραδιοσυχνοτήτων, για την ανάπτυξη δικτύων κινητών επικοινωνιών 5ης γενιάς (5G).

Ειδικότερα όσον αφορά τις συχνότητες εκπομπής των κεραιών 5ης γενιάς, σε συντομία πλέον 5G, η μετάδοση / εκπομπή γίνεται σε τρεις περιοχές συχνοτήτων:

1. Τη «χαμηλή» (lowband) με συχνότητες μικρότερες του 1 GHz.
2. Τη «μεσαία» (midband) με συχνότητες μεταξύ 1GHz και 6 GHz.
3. Την «υψηλή» (highband) με συχνότητες των 6 GHz και των 26 έως 28 GHz.

Η τελευταία υψηλή ή χιλιοστομετρικά κύματα δεν χρησιμοποιείται ακόμα, καθώς το δίκτυο ξεκινά μεταδώσεις στις δυο πρώτες περιοχές (χαμηλή και μεσαία), οι οποίες δεν είναι μακριά από τις συχνότητες που ήδη χρησιμοποιούνται, όπως WiFi (περιοχές 2,4 και 5,2 GHz) και δίκτυα 4G (στα 0,8, 1,8 και 2,6 GHz).



Βασικά χαρακτηριστικά της εκπομπής 5G και των νέων δυνατοτήτων της, κατατάσσουν και αναγνωρίζουν την μετάβαση από το 4G στο 5G σαν τεχνολογική επανάσταση και ουσιαστικά την παρομοιάζουν σαν την

Τεχνολογία 5ης Γενιάς Ασύρματης Επικοινωνίας

μετάβαση που έγινε από το Dial-Up στο ADSL. Η μετάβαση αυτή άλλαξε ριζικά τον επικοινωνιακό χάρτη στη χώρα με τελική κατάκτηση την ενοποίησης των δικτύων και προσφορά νέων δυνατοτήτων όπως Video on Demand, ασύρματων καμερών, συστημάτων ανίχνευσης και εποπτείας κ.α.

Μπορούμε να συνοψίσουμε στα παρακάτω πλεονεκτήματα και χαρακτηριστικά του 5G, που μας επιφυλάσσουν ένα μέλλον με ασύλληπτες δυνατότητες:

- Πολύ υψηλότερες ταχύτητες δικτύων, οι οποίες μπορούν να φτάσουν πάνω από 1 Gbps.
- Εξαιρετικά χαμηλός χρόνος απόκρισης (latency).
- Αυξημένη χωρητικότητα δικτύου, με τους χρήστες να απολαμβάνουν υψηλότερες ταχύτητες και αξιοπιστία δικτύου.
- Αξιοποίηση των δυνατοτήτων VoLTE για την παροχή υπηρεσιών φωνής. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι ο χρήστης μπορεί να κάνει και να δέχεται κλήσεις και να χρησιμοποιεί δεδομένα ταυτόχρονα, χωρίς διακοπή στην ταχύτητα download.
- Διασφάλιση καλύτερης ποιότητας και καθαρότητας στις φωνητικές κλήσεις, αλλά και υψηλής ποιότητας video calls χωρίς καθυστερήσεις ή pixelation.
- Προώθηση του Internet of Things δηλαδή, υποστήριξη της σύνδεσης εκατομμυρίων «έξυπνων» συσκευών στο Διαδίκτυο και τη δημιουργία μεγάλων δικτύων IoT.
- Η επέκταση των Gigabit δικτύων και του IoT θα υποστηρίξει τις έξυπνες πόλεις με νέες δυνατότητες σε

σημαντικούς κλάδους (βιομηχανία, γεωργία, ενέργεια και άλλες κοινωφελείς υπηρεσίες).

- Εξασφάλιση καλύτερης και ευκολότερης πρόσβασης στην εκπαίδευση, την απασχόληση, την υγεία και μια καλύτερη ποιότητα ζωής για όλους.
- Εξοικονόμηση ενέργειας καθώς το δίκτυο 5G είναι πιο αποδοτικό από πλευράς κατανάλωσης ενέργειας σε σχέση με το 4G, ενδεικτικά πάνω από 1TB δεδομένων μπορεί να μεταδοθεί μέσω 5G δαπανώντας 1kWh ηλεκτρικής ενέργειας, ανάλογα με τις συνθήκες.

Παράλληλα όμως την ίδια στιγμή εγείρονται φόβοι, αμφιβολίες και ερωτήματα λόγω της νέας άγνωστης τεχνολογίας και της πιθανής παραπληροφόρησης λόγω του φόβου για το νέο και το άγνωστο που συμπεριλαμβάνει η εξέλιξη και που διακατέχει τις ανθρώπινες κοινωνίες, όπως μας έχει δείξει πολλές φορές η ιστορία. Να θυμίσουμε τον αντίστοιχο θόρυβο που είχε γίνει για τις εκπομπές FM ραδιοφώνου την δεκαετία του 60, καθώς η άποψη πως τα ραδιοκύματα διαπερνούν τα ανθρώπινα σώματα δημιουργούσε κρίσεις πανικού τεχνολογίας. Αντίστοιχες αντιδράσεις υπήρξαν και υπάρχουν για την κινητή τηλεφωνία 3G και 4G και για τις κεραιές κινητής τηλεφωνίας εντός της πόλης, από ανθρώπους που μετέφεραν δύο κινητά στις τσέπες τους ενώ δεν χρησιμοποιούσαν ποτέ ενσύρματα ή Bluetooth ακουστικά.

Ας δούμε λοιπόν μερικά πιθανά μα και ενδεχομένως



ρεαλιστικά μειονεκτήματα που μας έχουν απασχολήσει το κοινό σε σχέση με την τεχνολογία 5G, μην χάνοντας όμως την επιστημονική μας άποψη και πληρότητα:

- Η εμβέλεια του δικτύου κεραιών τηλεφωνίας 5G μειώνεται: Η εμβέλεια θα είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με τα δίκτυα κεραιών 3G-4G, με αποτέλεσμα να απαιτείται πυκνότερο δίκτυο κεραιών. Αναμένεται να υπάρχουν περισσότεροι πυλώνες κινητής τηλεφωνίας, πιθανόν πομποί, επάνω σε στύλους ΔΕΗ ανά 100-200 μέτρα ή και σε πυλώνες φαναριών κυκλοφορίας ή σε κτήρια ανά οικοδομικό τετράγωνο ή και σε πολλαπλά σημεία εντός πολυπληθών κτηρίων υψηλών ορόφων ώστε να υπάρχει σωστή, αδιάλειπτη και σταθερή κάλυψη.
- Η ανάγκη για περισσότερες κεραιές (αν και μικρότερες σε μέγεθος από τις υπάρχουσες) θα δημιουργήσει σίγουρα αντιδράσεις στο ζήτημα της αισθητικής αλλοίωσης του αστικού χώρου με παράλληλους ψυχολογικούς φόβους για την νέα τεχνολογία και τις πιθανές επιπτώσεις της στην υγεία του πληθυσμού.
- Ανησυχίες για τους κινδύνους στην υγεία: Η τεχνολογία είναι τόσο νέα που κανείς δεν ξέρει αν πραγματικά υπάρχουν ή ποιοι μπορεί να είναι. Δεν υπάρχουν μελέτες από Ιατρικές σχολές και επιδημιολογικά συμπεράσματα. Δεν υπάρχει τίποτα καταγεγραμμένο και οτιδήποτε αναφέρεται είναι στην σφαίρα των προσωπικών απόψεων και μη επιστημονικά τεκμηριωμένο. Ωστόσο τα θέματα πυκνότητας ισχύος και τα όρια εκπομπής ακτινοβολιών τα καθορίζει η ΕΕΑΕ και η ΕΕΤΤ και βρίσκονται τουλάχιστον στο 60% των Ευρωπαϊκών ορίων.
- Άγχος και φόβο για ζητήματα προσωπικών δεδομένων: Υπάρχει πιθανώς ένα ζήτημα ασφάλειας προσωπικών δεδομένων καθώς η διακίνηση περισσότερων δεδομένων μπορεί να συνεπάγεται μεγαλύτερο κίνδυνο για την προσωπική μας ελευθερία κίνησης και βούλησης. Το 5G δαιμονοποιείται επίσης ότι θα εγείρει ζητήματα, όπως οι παραβιάσεις δεδομένων και η χορηγούμενη από το κράτος εποπτεία, πολύ πιο εύκολα. Τα δεδομένα αυτά θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για πιθανό έλεγχο μεγάλου όγκου πληθυσμού, διαπιστώνοντας τάσεις και απόψεις καθώς και πιθανές συμπεριφορές καταναλωτικής διάθεσης.
- Κατάργηση τοπικής αποθήκευσης: οι νέες αυξημένες ταχύτητες Uploading/Downloading θα καταστήσουν παρωχημένα τα κλασικά αποθηκευτικά μέσα και θα φέρουν ισχυροποίηση των Cloud Technologies. Η ακόμα περισσότερο χρήση της αποθήκευσης των δεδομένων μας σε cloud servers και η δυνατότητα χρήσης τους σε πραγματικό χρόνο μπορεί να ενισχύσει την αίσθηση της ιδιωτικότητας των προσωπικών μας αρχείων και φωτογραφικών δεδομένων.
- Έλλειψη σχετικού νομοθετικού πλαισίου: Καθώς οι χώρες της ΕΕ παλεύουν με την ιδέα της χρήσης 5G, το μεγάλο, προφανές, ερώτημα εδώ είναι αν η συνδεσιμότητα με ιλιγγιώδη ταχύτητα αντισταθμίζει τους

πιθανούς κινδύνους καθώς επίσης και η διασφάλιση μέσω νομοθετικού πλαισίου που πρέπει να οριστεί για να διέπει την όλη τεχνολογία.

Εν τέλει δεν θα μπορούσαμε να μην αναφερθούμε στις θεωρίες συνωμοσίας που για πρώτη φορά έχουν συνοδεύσει μια νέα τεχνολογία. Αν και κάτι τέτοιο είναι παντελώς εκτός λογικής, οι θεωρίες συνωμοσίας ότι ο νέος Covid-19 μπορεί να συνδέεται με την τεχνολογία 5G οδήγησαν τους τελευταίους μήνες σε εμπρησμούς ιστών κινητής τηλεφωνίας σε 10 Ευρωπαϊκές χώρες και σε επιθέσεις σε εργάτες συντήρησης - τα συμπεράσματα είναι δικά σας.

Άραγε οι υψηλές συχνότητες του 5G 28GHz μπορούν επίσης να επηρεάζουν την ζωή μας και την υγεία μας και το περιβάλλον στον πλανήτη μας; Κατά την κλασική Φυσική όχι.

Είναι πραγματικό γεγονός ότι το 5G, καθώς είναι η ταχύτερη και πιο αξιόπιστη σύνδεση μέχρι σήμερα, θα φέρει επανάσταση όχι μόνο στον τρόπο που ζούμε και δραστηριοποιούμαστε, αλλά και στον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν οι πόλεις και οι δομές μας. Όλα μπορούν να συνδεθούν; αντικείμενα, έπιπλα, συσκευές, πακέτα σε δίκτυο παράδοσης, αισθητήρες σε ένα κτίριο. Εν ολίγοις, το 5G θα υποστηρίξει την επέκταση του διαδικτύου των πραγμάτων καθώς θα μπορεί να χειριστεί 1.000 φορές τον αριθμό των πραγμάτων που συνδέονται με το δίκτυο σε σύγκριση με το 4G.

Ωστόσο, κανείς δεν πρέπει να υποθέσει ότι το 5G θα φέρει επανάσταση σε μία νύκτα, ειδικά αν αναλογιστούμε ότι η κάλυψη 4G δεν είναι καθολική περίπου 10 χρόνια μετά την εισαγωγή της. Η Opensignal εταιρεία στοιχείων για κινητά, ανέφερε ότι οι καταναλωτές σε μόλις πέντε χώρες έχουν πρόσβαση σε 4G στο 90% του χρόνου. «Δεν είναι παντού, και μερικές φορές υπερεκτιμούμε πόσο γρήγορα αυτά τα πράγματα μπορούν να διεισδύσουν σε μια αγορά με συνεπή τρόπο». Συμπερασματικά η ανάπτυξη του 5G χρειάζεται ακόμα αρκετό χρόνο.

Από την μεριά μας να καλωσορίσουμε την νέα τεχνολογία και βρίσκεται στο χέρι μας κοινωνικά και νομοθετικά, να φιλτράρουμε τις δυνατότητες της για το ευρύ καλό και την ανθρώπινη τεχνολογική και επιστημονική εξέλιξη.



Φυσικά καλλυντικά
Με βιολογικά συστατικά

www.dimitra-balsam.com
info@dimitra-balsam.com

DIMITRA
Η δύναμη της φύσης σε μια σταγόνα!
The power of nature in one drop

Natural cosmetics
with organic ingredients

wondershare

Συνέντευξη

Χριστίνα Χαλκιαδάκη

Με πολλές συγκινήσεις, δουλειά και ομαδικότητα φτάνουμε στο σήμερα παρέα η 2η και η 3η γενιά Χαλκιαδάκη – ο πατέρας μου κι εγώ – στο τιμόνι συνοδοιπόροι με μία δυνατή ομάδα που εξελίσσεται συνεχώς σύμφωνα με τις απαιτήσεις της εποχής επισημαίνει η κυρία Χριστίνα Χαλκιαδάκη σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν.

Μύηση στην Κρητική Διατροφή

Ερ. Ποιοί οι σταθμοί της πορείας των 40 ετών;
Η εταιρεία μας το 2020 θα γιόρταζε πανηγυρικά τα 40 χρόνια λειτουργίας της. Η Πανδημία μας άλλαξε λίγο τα σχέδια ως προς το εσωτερικό μας πλάνο και δεν καταφέραμε να βρεθούμε οι 1.400 εργαζόμενοι για να γιορτάσουμε όλοι μαζί τα γενέθλιά μας. Ο απολογισμός μας συναντά το όραμα, έτσι με γνώση κι εμπειρία οικοδομείται το αύριο. Οι τέσσερις δεκαετίες που πέρασαν συμπίπτουν με την περίοδο των μεγάλων αλλαγών και των μεγάλων προκλήσεων. Δεν είναι μόνο που μεγά-

Πρεσβευτές κρητικής διατροφής

λωσε η επιχείρηση η δική μας – είναι που είδαμε μικρές επιχειρήσεις να μεγαλώνουν παράλληλα με εμάς και να ξεπερνούν τα όρια του νησιού. Είναι που είδαμε να αλλάζει ο τρόπος αγορών από τα «Εδώδιμα – Αποικιακά» και το «Άνοιξε το πρώτο σελφ σέρβις στη Κρήτη» που έφεραν σαν είδηση οι τοπικές εφημερίδες το 1980 ανακοινώνοντας τα εγκαίνια του πρώτου καταστήματος Χαλκιαδάκης, μέχρι τη σημερινή εικόνα του κλάδου, τον πολυεθνικό ανταγωνισμό και τον απαιτητικό καταναλωτή της digital εποχής. Το πρώτο κατάστημα λοιπόν, ανοίγει στην Λ. 62 Μαρτύρων – τα γραφεία βρίσκονται στο πατάρι του καταστήματος. Σημαντικότεροι σταθμοί έκτοτε είναι η δημιουργία κεντρικών αποθηκών το 1993 όπου εισάγεται η χρήση κλαρκ και παλετοφόρων. Το 1994 εγκαινιάζεται το 1ο κατάστημα εκτός νομού

Ηρακλείου, στον Άγιο Νικόλαο. Η συνεργασία με τους Ομίλους Αφοί Βερόπουλοι και στη συνέχεια Σκλαβενίτη, πρόσφεραν Know – how και έδωσαν επιπλέον δυναμική ανάπτυξης στην τοπική επιχείρηση. Το 2000 γιορτάσαμε τα 20 πρώτα χρόνια λειτουργίας, έχοντας 25 καταστήματα και η οικογενειακή επιχείρηση να αριθμεί πλέον 600 μέλη. Το 2002 σηματοδοτεί μία νέα εποχή καταστημάτων με το πρώτο Χαλκιαδάκης MAX στη Ν. Αλικαρνασσό το οποίο διαθέτει 2.500 τ.μ. εμπορικό χώρο και περιλαμβάνει φούρνο, κρητική γωνιά και μεγάλη ποικιλία σε είδη σπιτιού. Η μετεγκατάσταση σε νέες σύγχρονες και ιδιόκτητες εγκαταστάσεις γραφείων και logistics το 2009 απογείωσε την οργάνωση και τη δυναμική της εταιρείας. Με πολλές συγκινήσεις, δουλειά και ομαδικότητα φτάνουμε στο σήμερα παρά η 2η και η 3η γενιά Χαλκιαδάκη – ο πατέρας μου κι εγώ - στο τιμόνι συνοδοιπόροι με μία δυνατή ομάδα που εξελίσσεται συνεχώς σύμφωνα με τις απαιτήσεις της εποχής.

Ερ. Ποιά η συνεισφορά της γυναικείας ματιάς στην επιχειρηματικότητα;
Πιστεύω ότι ο συνδυασμός του ισχυρού και αποφασιστικού αρσενικού προτύπου διοίκησης με την πιο

Στήριξη τοπικής οικονομίας

ευαίσθητη και ανθρωποκεντρική γυναικεία ματιά δένει περισσότερο μια ισορροπημένη ομάδα. Ει-

δικά όταν η σχέση των αντίθετων φύλων είναι αυτή του πατέρα με την κόρη του, που δεν εμπεριέχει ίχνος ανταγωνισμού, η δύναμη που δημιουργείται είναι ήρεμη και αποτελεσματική. Είναι πολλές οι γυναίκες επιχειρηματίες που τα έχουν καταφέρει εξαιρετικά, στη δική μου περίπτωση όμως πιστεύω ότι η σύνθεση που παράγεται από τους άντρες ως επί τω πλείστων συνεργάτες μου κι εμένα είναι σαφώς καλύτερη από ένα σχήμα αποτελούμενο αποκλειστικά από άντρες ή γυναίκες. Εξάλλου ο δικός μας κλάδος είναι γυναικοκρατούμενος (στα σούπερ μάρκετ δουλεύουν περισσότερες γυναίκες από άντρες) συνεπώς υπάρχει καλύτερη κατανόηση και ενσυναίσθηση όταν υπάρχουν και γυναίκες στη διοίκηση.

Ερ. Ποιά η σχέση με τους Κρητικούς παραγωγούς;
Η πρώτη λέξη που μου έρχεται είναι «Υπερηφάνεια» όπως και η καμπάνια της εταιρείας μας για

2021 χρονιά αναδιοργάνωσης και ψυχραιμίας

τα Κρητικά προϊόντα. Υπάρχει πληθώρα συνεργασιών με τοπικούς παραγωγούς που διαρκεί πολλά χρόνια και αντέχει με το πέρασμα των γενεών. Πρωταρχικός στόχος της εταιρείας μας ήταν η στήριξη της τοπικής οικονομίας και η ενίσχυση των κρητικών παραγωγών. Διαχρονικά με τις καμπάνιες για τα προϊόντα του τόπου μας, την επιπλέον προώθησή τους μέσω της extra card – της κάρτας πιστότητας πελάτη των σούπερ μάρκετ Χαλκιαδάκη – και φυσικά λόγω της εξαιρετικής ποιότητας των κρητικών προϊόντων, έχουμε καταφέρει πάνω από το 22% του συνολικού μας τζίρου να αφορά την κρητική παραγωγή. Είναι πολύ μεγάλο και σημαντικό αυτό το ποσοστό για τα δεδομένα του κλάδου και αμφιβάλω αν άλλες περιφερειακές αλυσίδες και από άλλες περιοχές της Ελλάδας καταφέρνουν να έχουν τόσο μεγάλη συμμετοχή τοπικών προϊόντων στις πωλήσεις τους.

Ερ. Ποιά ανάγκη καλύπτουν τα καταστήματα ΧΑΛΚΙΑΔΑΚΗΣ ΓΕΥΣΗΣ ΚΡΗΤΗΣ;
Τα 4 παντοπωλεία Γεύσεις Κρήτης και το e-shop www.kritis.gr «γεννήθηκαν» για να ενισχύσουν τον παραπάνω στόχο: την στήριξη της κρητικής παραγωγής. Με υπερηφάνεια ανοίξαμε επιπλέον αγορές στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη για τα ποιοτικότερα κρητικά προϊόντα και γίναμε πρεσβευτές της

κρητικής διατροφής εκτός Κρήτης. Είναι μεγάλη η χαρά που εισπράττεις από τον Κρητικό που ζει στη πρωτεύουσα όταν του φέρνεις δίπλα στο σπίτι του τις γεύσεις των παιδικών του χρόνων, τη μυρωδιά του πατρογονικού φαγητού. Αλλά μεγάλη και η ικανοποίησή μας και για τον καταναλωτή που δεν έχει σχέση με το νησί και γινόμαστε η αφορμή για να μυηθεί στην κρητική διατροφή! Θεωρούμε ότι έχουμε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στη γνώση των κρητικών παραγωγών και τη συγκέντρωση των καλύτερων προκειμένου να φτάσουν στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη ολόδροσα φρούτα και λαχανικά, φρέσκο κρέας και παραδοσιακά παρασκευάσματα, γνήσια τυροκομικά και ό,τι καλύτερο έχει να επιδείξει η κρητική παραγωγή.

Ερ. Ποιές οι αλλαγές στην συμπεριφορά των καταναλωτών;
Σίγουρα η Πανδημία άλλαξε άρδην τη συμπεριφορά των καταναλωτών σε πάρα πολλούς τομείς. Αναφορικά με το σούπερ μάρκετ, η εμπειρία μας συνάδει με τις παγκόσμιες έρευνες που αναφέρουν ότι πρώτο κριτήριο για τις αγορές του σούπερ μάρκετ είναι πλέον η ασφάλεια που νιώθει ο καταναλωτής. Ο πελάτης στη σημερινή εποχή τα θέλει όλα! Θέλει ασφάλεια αναμφισβήτητη και είναι πρωταρχική και αυτονόητη υποχρέωσή μας να του τη παρέχουμε (τόσο σε αυτόν όσο και στους εργαζόμενους στην αλυσίδα μας) τηρώντας από την πρώτη στιγμή αυστηρά και πιστοποιημένα πρωτόκολλα υγειονομικών διαδικασιών. Συνάμα, ο καταναλωτής θέλει ποιότητα, τιμές, προσφορές, να τελειώνει γρήγορα τα ψώνια του γιατί δυσφορεί με τη μάζα, αλλά θέλει και μια υψηλή εμπειρία στο αγοραστικό του ταξίδι. Και φυσικά θέλει να υπάρχει και δυνατότητα για on line παραγγελία σε περίπτωση που δεν έχει διάθεση να επισκεφτεί το κατάστημα σύμφωνα με τη τελευταία ραγδαία διείσδυση του ηλεκτρονικού εμπορίου. Κάνοντας τον απολογισμό της χρονιάς που πέρασε νομίζω ότι καταφέραμε σαν επιχείρηση να σταθούμε στο ύψος των περιστάσεων και να ικανοποιήσουμε τον κρητικό καταναλωτή.

Ερ. Ποιοί οι επόμενοι στόχοι εντός και εκτός Κρήτης;
Στα άμεσα πλάνα μας είναι η ανέγερση ιδιόκτη-

Ενίσχυση κρητικών παραγωγών

του καταστήματος σε οικόπεδο που έχει ήδη αγοράσει η εταιρεία στο Ηράκλειο και η ανακαίνιση / επέκταση 5 καταστημάτων του δικτύου της. Το 2021 είναι χρονιά αναδιοργάνωσης και ψυχραιμίας. Ευχόμαστε να επανακάμψει άμεσα το εμπόριο και να είναι μία καλή τουριστική χρονιά για το νησί μας προκειμένου να μην επιστρέψουμε στις δύσκολες μέρες της οικονομικής κρίσης του παρελθόντος. Η κοινωνία μας χρειάζεται φροντίδα και θα είμαστε και φέτος κοντά της προκειμένου να επουλωθούν άμεσα οι πληγές που άφησε ο κορονοϊός.

Βιογραφικό

Η κυρία Χριστίνα Χαλκιαδάκη (Bsc, Msc) γεννήθηκε και μεγάλωσε στο Ηράκλειο Κρήτης. Απέκτησε πτυχίο Οργάνωσης και Διοίκησης Επιχειρήσεων στο Οικονομικό Πανεπιστήμιο Αθηνών (ΟΠΑ). Παράλληλα φοίτησε ως non – degree student στο Αμερικάνικο Κολέγιο Αθηνών Deree αποκτώντας Certificate on Marketing Major. Συνέχισε τις σπουδές της στο Reading University αποκτώντας μεταπτυχιακό τίτλο Msc in International Business and Finance.

Εργάστηκε στη Johnson & Johnson A.E. ως sales marketing trainee κάνοντας παράλληλα με τις σπουδές της πρακτική εξάσκηση στο χώρο του marketing. Στη συνέχεια εργάστηκε στην εταιρεία συμβούλων Euro-Atlantic Corporation ως Υπεύθυνη Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων Επιδοτήσεων για Μικρομεσαίες Επιχειρήσεις και Υπεύθυνη Πρόσληψης Εξωτερικών Συνεργατών. Κατά την περίοδο '99 – '00 εργάστηκε στο τμήμα Αναλύσεων της Χρηματοπιστηριακής Εταιρείας Euroxx A.X.E.Π.Ε.Υ και παράλληλα μέχρι το 2005 συνεργάστηκε ως free lance αναλύτρια με την αγγλική εταιρεία Euromonitor εκπονώντας μελέτες με θέμα το λιανικό εμπόριο.

Από τον Ιούλιο του 2002 ανέλαβε την Διεύθυνση Ποιότητας στην εταιρεία super market Χαλκιαδάκης Α.Ε. Σήμερα, διοικεί στο πλευρό του πατέρα της την Χαλκιαδάκης Α.Ε, μια επιχείρηση με πάνω από 1.400 εργαζόμενους και ηγετική θέση στην Κρήτη στο χώρο του οργανωμένου λιανεμπορίου. Παράλληλα αναπτύσσει με τους συνεργάτες της την οικογενειακή επιχείρηση «Γεύσεις Κρήτης Χαλκιαδάκης Α.Ε.» με αντικείμενο την λειτουργία τεσσάρων κρητικών παντοπωλείων στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη και στόχο την ανάπτυξη και εξωστρέφεια της Κρητικής παραγωγής.

Από το 2019 έχει εκλεγεί στο Δ.Σ. του ECR Hellas (φορέας συνεργασίας λιανεμπόρων και προμηθευτών ταχέως κινούμενων καταναλωτικών προϊόντων-FMCG). Ανήκει στα Δίκτυα Μεντόρων 100 Mentors και NBG Seeds της Εθνικής Τράπεζας και στο Δ.Σ. της εταιρείας Πλαστικά Κρήτης.



Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας

Αλιεία - Υδατοκαλλιέργεια 2021-2027



Φωτογραφία IGD

Το Ευρωπαϊκό Συμβούλιο κατέληξε σε μια άτυπη συμφωνία με το Ευρωπαϊκό Κοινοβούλιο σχετικά με τον τμ. τον καταμερισμό του προϋπολογισμού 6,1 δισεκατομμυρίων ευρώ του Ευρωπαϊκού Ταμείου Θαλάσσιας Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας 2021-2027 (European Maritime Fisheries and Aquaculture Fund - EMFAF) για τη διατήρηση και τον εκσυγχρονισμό του τομέα.

Ειδικότερα οι πόροι για το Ευρωπαϊκό Ταμείο Θάλασσας, Αλιείας και Υδατοκαλλιέργειας (ΕΤΘΑΥ) ανέρχονται σε 6,1 δισ. ευρώ για την περίοδο 2021-2027 (6,108 δισ. σε τρέχουσες τιμές). 5,3 δισ. θα διατεθούν για τη διαχείριση της αλιείας, των υδατοκαλλιέργειών και των αλιευτικών στόλων, ενώ το υπόλοιπο ποσό θα καλύψει μέτρα όπως επιστημονικές γνωμοδοτήσεις, ελέγχους, έρευνες αγοράς, θαλάσσια επιτήρηση και ασφάλεια.

Τα κράτη μέλη θα πρέπει να δαπανήσουν τουλάχιστον το 15% των χρημάτων για τον αποτελεσματικό έλεγχο της αλιευτικής δραστηριότητας και την εφαρμογή της σχετικής νομοθεσίας, συμπεριλαμβανομένης της καταπολέμησης της παράνομης, λαθραίας και μη ελεγχόμενης αλιείας. Σύμφωνα με την Πράσινη Συμφωνία, οι δράσεις στο πλαίσιο του ταμείου θα συμβάλλουν στην επίτευξη του συνολικού στόχου του προϋπολογισμού για τη διάθεση του 30% των κονδυλίων στη δράση για το κλίμα.

Αποζημιώσεις για τους αλιείς

Εάν οι αλιείς σταματήσουν οριστικά την δράση τους, μπορούν να λάβουν στήριξη για την απόσυρση ή τον παροπλισμό του σκάφους τους. Προκειμένου να λάβουν αποζημίωση, η αλιευτική ικανότητα τους θα διαγράφεται οριστικά από το μητρώο αλιευτικού στόλου της ΕΕ και ο δικαιούχος δεν πρέπει να καταχωρήσει στο όνομα του κανένα αλιευτικό σκάφος εντός πέντε ετών από τη λήψη της στήριξης.

Εάν οι αλιευτικές δραστηριότητές τους παύσουν προσωρινά, μπορεί να χορηγηθεί αποζημίωση για μέγιστη διάρκεια 12 μηνών ανά σκάφος ή ανά αλιέα κατά τη διάρκεια της προβλεπόμενης περιόδου.

Ειδικές ανάγκες της παράκτιας αλιείας μικρής κλίμακας και των νέων αλιέων

Τα κράτη μέλη θα πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τις ειδικές ανάγκες της παράκτιας αλιείας μικρής κλίμακας, συμπεριλαμβανομένης της απλούστευσης των διοικητικών διαδικασιών. Επίσης, η πρώτη απόκτηση αλιευτικού σκάφους ή η μερική αγορά του (τουλάχιστον 33%) μπορεί να χρηματοδοτηθεί

εάν ο αλιέας δεν είναι ηλικίας άνω των 40 ετών και έχει εργαστεί για τουλάχιστον πέντε έτη ή έχει αποκτήσει το αντίστοιχα επαγγελματικά προσόντα. Οι αλιείς μπορούν να αγοράζουν μικρής κλίμακας παράκτια σκάφη (συνολικού μήκους κάτω των 12 μέτρων) που είναι νηολογημένα επί τρία έτη ή σκάφη μήκους έως 24 μέτρων που έχουν νηολογηθεί για πέντε έτη.

Τα σκάφη μικρής κλίμακας μπορούν επίσης να λάβουν στήριξη για την αντικατάσταση ή τον εκσυγχρονισμό του κινητήρα τους, εάν ο νέος ή εκσυγχρονισμένος κινητήρας δεν έχει μεγαλύτερη ισχύ από τη σημερινή τους μηχανή.

Βελτίωση της ασφάλειας, των συνθηκών εργασίας και της ενεργειακής απόδοσης

Η ολική χωρητικότητα σκάφους έως 24 μέτρων και άνω 10 ετών μπορεί να αυξηθεί εάν αυτό συνιστά σημαντική βελτίωση του, όπως η ανακαίνιση των χώρων διαβίωσης και άλλων εγκαταστάσεων που χρειάζεται το πλήρωμα, η βελτίωση των συστημάτων πυρασφάλειας και πρόληψης πυρκαγιάς, η αύξηση της ενεργειακής απόδοσης ή η μείωση των εκπομπών CO₂.

Άλλα βασικά μέτρα

- Οι κινητήρες μπορούν να αντικατασταθούν ή να εκσυγχρονιστούν υπό αυστηρές προϋποθέσεις. Για σκάφη μεταξύ 12 και 24 μέτρων και τουλάχιστον πέντε ετών, ο νέος ή εκσυγχρονισμένος κινητήρας δεν πρέπει να έχει μεγαλύτερη ισχύ και πρέπει να εξασφαλίζει μείωση των εκπομπών CO₂ κατά 20%. Η αλιευτική ικανότητα που αποσύρθηκε λόγω αντικατάστασης ή εκσυγχρονισμού κινητήρα δεν μπορεί να αντικατασταθεί.

- Έμφαση στις εξόχως απόκεντρες περιοχές: τα κράτη μέλη θα πρέπει να καταρτίσουν ξεχωριστό σχέδιο δράσης για όλες τις εξόχως απόκεντρες περιφέρειές τους, για τις οποίες προβλέπονται ειδικές πιστώσεις του προϋπολογισμού.

- Μπορεί επίσης να χορηγείται στήριξη για την αποθήκευση αλιευτικών προϊόντων σε εξαιρετικές περιπτώσεις, όταν προκαλείται σημαντική διαταραχή των αγορών.

Δέσμη μέτρων στήριξης εστίασης

Χαριστική βολή στον κλάδο της εστίασης, με επαναλειτουργία μία στις τρεις επιχειρήσει, ενώ μετά το πέρας των αναστολών των εργαζομένων θα υπάρξει καταιγισμός απολύσεων λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας τονίζει η κυρία Μαρία Αντωννάκη, Πρόεδρος Επισιτισμού και Διασκέδασης Νομού Ηρακλείου, σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν. Παράλληλα υπογραμμίζει τα άμεσα οικονομικά μέτρα που πρέπει να λάβει η πολιτεία για την στήριξη των επιχειρήσεων και των εργαζομένων.

Ερ. Ποιά η απώλεια τζίρου των επιχειρήσεων εστίασης;

Οι επιχειρήσεις της εστίασης βιώνουν εδώ κ καιρό το μεγαλύτερο πλήγμα όλων των εποχών με αφορμή την πανδημία του COVID και έχουν υποστεί την μεγαλύτερη ζημιά τόσο σε κοινωνικό όσο και οικονομικό επίπεδο. Παρόλο την τήρηση των υγειονομικών κανόνων και όλων των μέτρων που τους επιβλήθηκαν δεν κατάφεραν να κρατηθούν ανοιχτές λόγω ότι οι ειδικοί έκριναν ότι προέχει η υγεία και η πρόληψη για την αποφυγή της εξάπλωσης της πανδημίας με αποτέλεσμα να οδηγηθούν σε οικονομική εξαθλίωση με τεράστιες συσσωρευμένες υποχρεώσεις και μηδενικούς τζίρους.

Μαρία Αντωννάκη

Ερ. Τα έκτακτα μέτρα στήριξης πόσο βοηθούν;
Τα έκτακτα μέτρα στήριξης ήταν επιδερμικές λύσεις που δεν κατέστησαν τον κλάδο βιώσιμο και τα περισσότερα μέτρα ήταν σε μορφή δανεισμού κάτι που σε δεύτερο χρόνο θα έχουν και αυτά το δικό τους αντίκτυπο στις τσέπες όλων των επιχειρηματιών του κλάδου.

Ερ. Πόσες επιχειρήσεις θα μπορούν να επαναλειτουργήσουν μετά το lockdown;

Ελάχιστες θα είναι οι επιχειρήσεις που θα επαναλειτουργήσουν μετά και το 2ο Lock down όπου ήταν και η χαριστική βολή του κλάδου και θα ανοίγουν σε ποσοστό στις τρεις επιχειρήσεις η μια ενώ μετά το πέρας των αναστολών των εργαζομένων θα υπάρξει καταιγισμός απολύσεων λόγω των επιπτώσεων της πανδημίας.

Ερ. Οι αιφνιδιασμοί των απαγορεύσεων επηρεάζουν τον καταναλωτή;

Οι αιφνίδιες απαγορεύσεις σαφώς και επηρεάζουν το καταναλωτικό κοινό λόγω ότι διαρκώς τα δεδομένα αλλάζουν και λόγω της κακής ψυχολογίας υπό τον φόβο της εξάπλωσης το ιού αλλά και κυρίως της οικονομικής κατάστασης που βιώνουμε όλοι.

Ερ. Ποιά άμεσα μέτρα μπορούν να στηρίξουν τις επιχειρήσεις;

Πρέπει άμεσα να παρθούν μέτρα στήριξης προς κάθε κατεύθυνση και ιδίως στον κλάδο μας μιας και είμαστε ο 2ος οικονομικός κλάδος μετά τον τουριστικό που απασχολεί χιλιάδες εργαζόμενους μετά το δημόσιο τομέα και αυτό μπορεί να γίνει με επιδότηση όχι μόνο της ανεργίας αλλά και της εργασίας και επίσης με πάγωμα παγίων και οφειλών προς το δημόσιο αλλά και με μικρό ποσοστό επιστροφής των επιστρεπτέων προκαταβολών που δόθηκαν ως μέτρα στήριξης.

Επίσης ρυθμίσεις απαλλαγές τόκων από δανεισμούς και μη καταβολή των ενοικίων επιδοτώντας τους ιδιοκτήτες των ακινήτων προκειμένου να διατηρηθούν οι επιχειρήσεις μαζί με τους εργαζόμενους στις θέσεις τους.

Ελπίζουμε ότι η πολιτεία μετά το θέμα της υγείας που προέχει για όλους μας να δώσει όλες εκείνες τις δυνατές λύσεις με ένα σοβαρό σχεδιασμό και μια γενναιόδωρη δέσμη μέτρων προκειμένου να είμαστε την αυριανή μέρα όλοι βιώσιμοι.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

Η Μαρία Αντωννάκη είναι επιχειρηματίας δυναμική δραστήρια με πολλαπλές ιδιότητες και δραστηριοποιείται στον τομέα της εστίασης ως επιχειρηματίας αλλά και εκλεγμένη σαν Πρόεδρος Επισιτισμού και Διασκέδασης Ν. Ηρακλείου εδώ και 6 χρόνια. Έχει υπερασπιστεί τον θεσμικό της ρόλο με υπερβάλλον ζήλο διεκδικώντας καθημερινά τα δικαιώματά και τις απαιτήσεις του κλάδου της αναζητώντας δραστικές και ουσιαστικές λύσεις για την επίλυση των προβλημάτων που τον αφορούν. Παράλληλα ασχολείται με τον συνδικαλισμό και είναι υπεύθυνη δημοσίων σχέσεων και επικοινωνίας της Ομοσπονδίας Επαγγελματοβιοτεχνών Εμπόρων Ν. Ηρακλείου (ΟΕΒΕΝΗ) που εκπροσωπεί όλα τα επαγγελματικά σωματεία του Νόμου Ηρακλείου. Επίσης έχει προσφέρει πλούσιο κοινωνικό και φιλανθρωπικό έργο μέσω του Πανελληνίου Αθλητικού Σωματείου γυναικών Καλλιπάτειρα Ηρακλείου που είναι Συντονίστρια, τόσο η ίδια όσο και τα μέλη της στηρίζοντας κοινωνικές και ευπαθείς ομάδες ενώ σε τοπικό επίπεδο έχει δημιουργήσει αθλητικές υποδομές σε παραμεθόριες περιοχές που έχουν ανάγκη για αθλητισμό προωθώντας το ευ αγωνίζεσθαι.



Βραβεύσεις Metaxa Hospitality Group

Οκτώ κορυφαίες διεθνείς διακρίσεις από 4 μεγάλους διεθνείς οργανισμούς απέσπασαν για άλλη μια χρονιά τα ξενοδοχεία του Metaxa Hospitality Group. Συγκεκριμένα, το Creta Maris Beach Resort και το Santo Maris Oia Luxury Suites & Spa, βραβεύτηκαν σε 6 κατηγορίες βραβείων μέσα από ψηφοφορία του κοινού που διοργανώθηκε στο πλαίσιο των 27ων ετήσιων «World Travel Awards 2020» και στα «World Spa Awards 2020».

Ο κ. Ανδρέας Μεταξάς, Διευθύνων Σύμβουλος του Metaxa Hospitality Group, δήλωσε σχετικά:

«Οι κορυφαίες διακρίσεις που απέσπασαν τα ξενοδοχεία μας, αποτελούν για άλλη μια χρονιά επιβράβευση της συλλογικής προσπάθειας για την παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών στους επισκέπτες που μας τιμούν με την εμπιστοσύνη τους. Παρά την ιδιαίτερως δύσκολη χρονιά, ο Όμιλός μας παραμένει πιστός στις θεμελιώδεις αρχές του, δημιουργώντας αξία για τους επισκέπτες, τους ανθρώπους του, το περιβάλλον στο οποίο λειτουργεί και αναπτύσσεται και την κοινωνία. Η αναγνώριση των

προσπαθειών μας δίνει έμπνευση και κουράγιο. Οι δυσκολίες μπροστά είναι πολλές, αλλά είναι χρέος μας να κάνουμε ό,τι μπορούμε για να τα καταφέρουμε».



Agrolasithi.gr

τις δράσεις του Δήμου και με πρωτοβουλία τοπικών φορέων και των ίδιων των παραγωγών.

- Εύκολη λήψη παραγγελιών και ενημέρωση του παραγωγού.
- Δημοσίευση άρθρων για την αγροδιατροφή, τη γαστρονομία όπως π.χ παραδοσιακές συνταγές και καλές πρακτικές κοκ.
- Δημιουργία καλαθιού με επιθυμητές επιλογές από τους επισκέπτες.
- Στην πλήρη της έκδοση η πλατφόρμα θα υποστηρίξει διαδικασίες χονδρικής πώλησης.
- Σταδιακή πρόσβαση σε εκπαιδευτικό περιεχόμενο για τις νέες τεχνολογίες στον κλάδο της αγροδιατροφής για τους παραγωγούς.

Επίσης σε εξέλιξη ο ανασχεδιασμός του πόρταλ τουριστικής προβολής και διοικητικής πληροφόρησης με ηλεκτρονικές υπηρεσίες για όλες τις ανάγκες του πολίτη και με υποδομές όπως ο αυτόματος ψηφιακός βοηθός (chatbot) καθώς και το mobile app cityon.gr για το Δήμο.

Τέλος πρέπει να σημειωθεί πως στο πλαίσιο ενίσχυσης του αγροτικού τομέα υλοποιείται το αναπτυξιακό έργο των αρδευτικών δικτύων της λιμνοδεξαμενής του Αγίου Γεωργίου στο Οροπέδιο Λασιθίου.

Τα αρδευτικά δίκτυα συνολικού μήκους 55.490 μέτρων πρόκειται να αρδεύσουν καλλιεργούμενες εκτάσεις 13.370 στρεμμάτων στον κάμπο του οροπεδίου Λασιθίου.

Οι αγωγοί συνολικού μήκους 6.700 μέτρων αφορούν την πρώτη φάση του έργου δηλαδή των κεντρικών αγωγών των αρδευτικών δικτύων του κάμπου.

Πρωτοποριακή ψηφιακή πλατφόρμα - agrolasithi.gr- δημιούργησε ο Δήμος Οροπεδίου Λασιθίου για την προβολή και πώληση των παραγομένων προϊόντων της περιοχής, με δωρεάν ηλεκτρονικό κατάστημα για κάθε παραγωγό.

Η ψηφιακή πλατφόρμα Agrolasithi υποστηρίζει τους παραγωγούς και τις τοπικές επιχειρήσεις στον κλάδο της αγροδιατροφής και της οικοτεχνίας και θα απελευθερώσει τις δημιουργικές δυνάμεις παραγωγής του τόπου. Κάθε παραγωγός θα έχει πρόσβαση στο δικό του «ψηφιακό χώρο» στο agrolasithi.gr, θα έχει την δυνατότητα ανάρτησης προϊόντων, περιεχομένου όπως άρθρα, συνταγές, φωτογραφίες και video και θα μπορεί να δέχεται εύκολα παραγγελίες από την Ελλάδα και τον υπόλοιπο κόσμο, χρησιμοποιώντας ένα εύχρηστο διαδικτυακό κατάστημα eshop - marketplace. Τα βασικά χαρακτηριστικά της ψηφιακής πλατφόρμας agrolasithi.gr:

- Ηλεκτρονικό προφίλ παραγωγού .
- Προβολή προϊόντων και απευθείας σχέση με τους καταναλωτές.
- Προώθηση της ψηφιακής πλατφόρμας μέσα από



Η συμβολή των Γεωγραφικών Ενδείξεων στην Ανάπτυξη των Περιφερειών

Ένα προϊόν Γεωγραφικής Ένδειξης (ΓΕ) αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Περιοχής που έχει τη δυνατότητα να επιστρέψει στην περιοχή την προστιθέμενη αξία που εκφράζει. Ένα εξαιρετικά ποιοτικό προϊόν χρειάζεται συνέπεια στην αγορά, στρατηγική υποστήριξης, ομαδοποίησης της παραγωγής, σαφή παρουσίαση της διαδρομής του προϊόντος από το χωράφι στο πιάτο του καταναλωτή, αναγνώριση των ιδιαίτερων αναγκών των καταναλωτών της κάθε περιοχής ή της κάθε χώρας.

Η Κρήτη έχει ένα πολύ συγκεκριμένο ποιοτικό παραγωγικό δυναμικό το οποίο πρέπει να αναδειχθεί μέσα στην παγκόσμια αγορά για τη βιωσιμότητα των Μικρο-Μεσαίων Επιχειρήσεων

της Θεανώς Βρέντζου Σκορδαλάκη

Ποια είναι όμως είναι η συμβολή και ποια θα μπορούσε να είναι η συμβολή των ΓΕ στην ανάπτυξη των Περιφερειών;

Στην πραγματικότητα, οι καταχωρημένες Γεωγραφικές Ενδείξεις (ΓΕ) συμβάλλουν σημαντικά στην ανάπτυξη της αγροτικής οικονομίας, επιβραβεύοντας τους παραγωγούς για τις προσπάθειές τους να παράγουν ένα ευρύ φάσμα προϊόντων ποιότητας. **Η προστιθέμενη αξία που παράγεται, επενδύεται στις περιοχές παραγωγής, κρατώντας τα τοπικά συστήματα παραγωγής ζωντανά και συνεισφέροντας στην αξιοποίηση και προστασία της αγροτικής ταυτότητας.**

Υπάρχουν έρευνες που έχουν υιοθετήσει και χρηματοδοτήσει στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή που επιβεβαιώνουν ότι κ.μ.ο τα προϊόντα ΓΕ (κρασιά, τρόφιμα, κ.α) πωλούνται 2,5 φορές υψηλότερα από τα συμβατικά.

Με αυτόν τον τρόπο, τα συστήματα ποιότητας διασφαλίζουν την απασχόληση και τη βιωσιμότητα των Μικρο-Μεσαίων Επιχειρήσεων.

Παράλληλα συμβάλλουν σημαντικά στη μείωση της διαρροής του πληθυσμού της υπαίθρου και συνεισφέρουν στην εδαφική και κοινωνική συνοχή, καθώς και στην αειφόρο ανάπτυξη της υπαίθρου, εξασφαλίζοντας την ελκυστικότητα των αγροτικών περιοχών, ως τόπων διαβίωσης και εργασίας. Αυτό ισχύει ιδιαίτερα στις λιγότερο ευνοημένες περιοχές, όπως είναι οι ορεινές και οι πιο απομακρυσμένες περιοχές, όπου ο γεωργικός τομέας αποτελεί ένα σημαντικό μέρος της οικονομίας και το κόστος παραγωγής είναι ιδιαίτερα υψηλό.

Επιπρόσθετα οι Γεωγραφικές Ενδείξεις παρουσιάζουν ένα ισχυρό δυναμικό, όσον αφορά στην προστασία του αγροτικού τοπίου και τη βιώσιμη διαχείριση και αναπαραγωγή των φυσικών πόρων. Αγκαλιάζουν και διατηρούν την πολιτιστική και κοινωνικοοικονομική ποικιλομορφία, συμπεριλαμβανομένης και της βιοποικιλότητας, εκτιμώντας την ανάγκη να δημιουργηθούν λύσεις από τη βάση προς την κορυφή (bottom-up), οι οποίες να είναι προσαρμοσμένες στις τοπικές ιδιαίτερες συνθήκες της κάθε περιοχής.

Υπό αυτό το πρίσμα, οι Γεωγραφικές Ενδείξεις είναι σε θέση να συμβάλλουν και να συμπληρώσουν την πολιτική αγροτικής ανάπτυξης της Κοινής Γεωργικής Πολιτικής. Παρ' όλα αυτά, οι τεράστιες δυνατότητές τους εξακολουθούν να παραμένουν αναξιοποίητες στην Ευρωπαϊκή Ένωση και γι' αυτό το λόγο απαιτείται μια **νέα προσέγγιση από τους**

Θεανώ Βρέντζου Σκορδαλάκη
Πρόεδρος Συνδέσμου
Προστασίας των Αστερουσίων,
πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης
Πρωτογενή Τομέα
& Κοινωνικής Πολιτικής



υπεύθυνους χάραξης πολιτικής για την αξιοποίηση των δυνατοτήτων τους στο νέο παγκόσμιο πλαίσιο λειτουργίας της αγοράς. Οι Γεωγραφικές Ενδείξεις (ΓΕ) δεν είναι απλά ένα αγροτικό προϊόν, δεν είναι μόνο ένα πολιτιστικό δημόσιο αγαθό, αλλά συμβάλει στην παροχή σημαντικών κοινωνικο-οικονομικών και περιβαλλοντικών δημόσιων αγαθών, σύμφωνα με τις προτεραιότητες της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΕΕ).

Αυτό αποδεικνύει και αναγνωρίζει τον πολυδιάστατο χαρακτήρα των Γεωγραφικών Ενδείξεων. Η μελλοντική Κοινή Γεωργική Πολιτική θα πρέπει να σέβεται κάποιες γενικές αρχές και ταυτόχρονα, πρέπει να περιλαμβάνει ορισμένες μορφές **ειδικής στήριξης** για τα συστήματα ποιότητας της ΕΕ, αποδεικνύοντας έμπρακτα το ενδιαφέρον της προς τους κατοίκων των περιοχών αυτών. Η Κρήτη όπως όλοι γνωρίζετε διαθέτει ένα ισχυρό αγροδιατροφικό πυλώνα ανάπτυξης. Σήμερα η Περιφέρεια Κρήτης έχει αναρτήσει στον ευρωπαϊκό κατάλογο DOOR, 21 προϊόντα από τα 113 αναρτημένα της χώρας μας δηλαδή περίπου το 20% των προϊόντων της χώρας. Να θυμίσω ότι η Κρήτη αποτελεί το 6% της έκτασης της χώρας μας με 8.336 τετρ. χλμ.

Πόσα όμως από αυτά έχουν εμπορικό ενδιαφέρον από την πλευρά της ποσοτικής παραγωγής. Πόσα από αυτά έχουν μια ισχυρή παρουσία στο ράφι του ευρωπαϊκού σούπερ μάρκετ; Η συνεχής εμπορική παρουσία ενός προϊόντος είναι οδηγός για την επιτυχία του! Πρέπει να καλλιεργηθεί μια ισχυρή σχέση εμπιστοσύνης με τον καταναλωτή, να επικοινωνηθεί σε βάθος χρόνου και κυρίως να πούμε στον καταναλωτή την αλήθεια για το προϊόν μας με συνέπεια πάνω σε αρχές ηθικής. Η Κρήτη όσο και αν αυτό ακούγεται κλασσικό έχει μια πρόσθετη ιδιαιτερότητα. Είναι ένας προορισμός σύνθετος βουνού και θάλασσας κρατώντας ακόμα και σήμερα τις αυθεντικές παραδόσεις του.

Η παραγωγή ενός προϊόντος ΠΟΠ ή ΠΓΕ αποτελεί κατάθεση ψυχής των κατοίκων της ενδοχώρας μας!

Όλοι γνωρίζουμε ότι η Κρήτη, λόγω των μικρών παραγωγών, δεν έχει τη δυνατότητα της βιομηχανικής παραγωγής. Δεν μπορούμε να παράγουμε ποσότητες που παράγουν άλλες ευρωπαϊκές περιοχές ή παραμεσόγειες χώρες. Έχει ένα πολύ συγκεκριμένο ποιοτικό παραγωγικό δυναμικό το οποίο πρέπει να αναδειχθεί μέσα στην παγκόσμια αγορά. Οι περιοχές παραγωγής των ΠΟΠ είναι πολύ συγκεκριμένες όπως υποβλήθηκαν για έγκριση. Θα ήθελα να θυμίσω ότι σε μια έκταση 8.336 τ.χ έχουμε καταχωρήσει 10 έλαια ΠΟΠ, 1 ΠΓΕ και 1 ακόμα ΠΓΕ έχει υποβληθεί αίτηση. Γίνεται κατανοητό ότι αυτός ο πολυμερισμός και οι μικρές πα-

ραγωγές δεν μπορούν να ανταγωνιστούν μαζικές παραγωγές σε ράφια αλυσίδων super market. Έχουν όμως τη δυνατότητα να παρουσιαστούν ως εξαιρετικά εξαιρετικά (με έμφαση!) προϊόντα ποιότητας κάτω από τα ευρωπαϊκά σήματα ποιότητας τα οποία αναγνωρίζονται παγκόσμια.

Πως όμως αναδεικνύεται ένα εξαιρετικό ποιοτικό προϊόν όπως είναι αυτό της Κρήτης; Συνταγές δυστυχώς δεν υπάρχουν, υπάρχει μια μόνο λέξη **ΣΥΝΕΠΕΙΑ**.

Συνέπεια στην αγορά, στρατηγική υποστήριξης, ομαδοποίησης της παραγωγής, σαφή παρουσίαση της διαδρομής του προϊόντος από το χωράφι στο πιάτο του καταναλωτή, αναγνώριση των ιδιαίτερων αναγκών των καταναλωτών της κάθε περιοχής ή της κάθε χώρας. Συμμετοχή σε δράσεις προώθησης ανάλογα τη δυναμική του προϊόντος. Στοχευμένες B2B συναντήσεις με ειδικούς της αγοράς και βέβαια σύσταση δημιουργικών ομάδων παραγωγών.

Μόνο έτσι οι μικρές αλλά εξαιρετικά ποιοτικές παραγωγές του νησιού μας θα αποκτήσουν ένα ισχυρό προβάδισμα στις αγορές της Ευρώπης και του Κόσμου.

Ο δρόμος ο μοναχικός είναι δύσκολος και δυστυχώς όπως έχει αποδεχθεί δεν οδηγεί πουθενά, μόνο σε ευκαιριακές λύσεις. Σήμερα βλέπουμε κολοσσούς παραγωγών προϊόντων και συγχωνεύονται. Τον Μάιο του 2018 στην Πάρμα της Ιταλίας επισκεφθήκαμε μαζί με την Υπουργό Γεωργίας της Emilia Romagna το περίπτερο της FILIERA ITALIA (FILIERA ITALIA). Μια επιχιερούμενη συνεργασία πολύ μεγάλων ομίλων. Αυτοί άραγε δεν έχουν διαφορές; Δεν έχουν διαφορετικούς προσανατολισμούς; Όμως τους ενώνει ο κοινός προσανατολισμός για εμπορική επικράτηση. Το 2021 δεν μπορούμε να συζητάμε για διάθεση προϊόντων από μεμονωμένους παραγωγούς εκ’ των πραγμάτων δεν μπορούν να ανταποκριθούν στις απαιτήσεις των αγορών.

Αν έχομε αυτόν τον προσανατολισμό εάν συνδέσουμε το προϊόν ξεκάθαρα με το χώρο παραγωγής, εάν υπάρχει πλήρης διαφάνεια της διαδρομής του προϊόντος τότε ότι όλη αυτή η προστιθέμενη αξία θα επιστρέψει στο χώρο παραγωγής συμβάλλοντας καθοριστικά στην ανάπτυξη της περιοχής και της Περιφέρειας. Φανταστείτε αυτό να γίνει ενιαία στην Κρήτη.

Τίποτα δεν μας χαρίζεται ότι έχομε κατακτήσει το έχομε κατακτήσει με σχεδιασμό και σωστή αξιολόγηση κάθε φορά των δεδομένων.

Οι ΓΕ **πρέπει επίσης να έχουν τη δυνατότητα να εφαρμόσουν ειδικά προγράμματα**, για την υποστήριξη συντονισμένων δραστηριοτήτων κατά μήκος της αλυσίδας εφοδιασμού, στο πλαίσιο των **τομεακών παρεμβάσεων**.

Η εισαγωγή ενός Θεματικού υπο-προγράμματος για τα συστήματα ποιότητας της ΕΕ θα δώσει πρόσθετη ώθηση στην ανάπτυξη των περιφερειών παραγωγής των ΓΕ. Όπως ήδη επεσήμανα, οι Γεωγραφικές Ενδείξεις, μπορούν να συμβάλουν στην παροχή σημαντικών κοινωνικοοικονομικών και περιβαλλοντικών δημόσιων αγαθών, σύμφωνα με τις προτεραιότητες και τους στόχους της ΕΕ. Ένα θεματικό υπο-πρόγραμμα, που θα είχε τη δυνατότητα να αξιοποιήσει διάφορα μέτρα για να υποστηρίξει τα συστήματα ποιότητας των αγροδι-ατροφικών προϊόντων και τροφίμων, θα είναι υψίστης σημασίας για την ταυτόχρονη αντιμετώπιση συγκεκριμένων τοπικών αναγκών και την ενίσχυση του αντίκτυπου των Γεωγραφικών Ενδείξεων, σε όρους αγροτικής ανάπτυξης. Πρέπει να τονίσω στο σημείο αυτό, την αναγκαιότητα στήριξης των μικρών παραγωγών των Γεωγραφικών Ενδείξεων και Βιολογικών Προϊόντων, οι οποίοι κατέχουν το 70% της ευρωπαϊκής παραγωγής, ένα σημαντικό κομμάτι της ευρωπαϊκής παραγωγής αλλά με τα λιγοστά μέσα που διαθέτουν καθίστανται λιγότερο ανταγωνιστικοί στις αγορές που αναφέρονται.

Όλοι γνωρίζουμε ότι η συνθήκη της Λισσαβώνας έδωσε μια νέα ώθηση στην εξωστρέφεια και την παρουσία της Ευρώπης στην παγκόσμια πολιτική σκηνή. Επιπρόσθετα, αξιοποιεί στο έπακρο τις οικονομικές, ανθρωπιστικές, πολιτικές και διπλωματικές δυνάμεις της ΕΕ ώστε να προωθηθούν τα συμφέροντα και οι αξίες της, σε παγκόσμια κλίμακα, ενώ ταυτόχρονα να διασφαλίζονται τα ιδιαίτερα συμφέροντα των κρατών μελών στον τομέα των εξωτερικών υποθέσεων. Αυτό αποκτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον στο πλαίσιο των συμφωνιών που η ΕΕ διερευνά και προχωρά με τις Τρίτες χώρες. Πρέπει με κάθε τρόπο να αποδεικνύεται ο σεβασμός, η υπεράσπιση και η προστασία όλης αυτής της πνευματικής ιδιοκτησίας της ΕΕ. **Οι Γεωγραφικές Ενδείξεις έχουν μια σημαντική συμμετοχή στον τομέα αυτό.** Άλλωστε ο κανονισμός 1151/2012 κάνει σαφέστατη αναφορά στο ζήτημα αυτό. Είναι γνωστό ότι η κάθε περιφέρεια, η κάθε περιοχή, έχει μια σημαντική συνεισφορά στην ποικιλομορφία του διατροφικού μας πλούτου.

Τελειώνοντας θα ήθελα να επισημάνω ότι το κάθε προϊόν ΓΕ έχει τη δική του δυναμική σε μια αγορά. Επομένως απαιτείται εξατομικευμένη προσέγγιση, αναγνώριση των ιδιαιτεροτήτων του προϊόντος και κυρίως να αντιληφθούμε ότι ένα προϊόν ΓΕ αποτελεί πνευματική ιδιοκτησία της Περιοχής που έχει τη δυνατότητα να επιστρέψει στην περιοχή την προστιθέμενη αξία που εκφράζει. Με αυτό τον τρόπο οι ΓΕ του νησιού μας θα συμβάλλουν στην ανάπτυξη της ενδοχώρας και στη βελτίωση του βιωτικού επιπέδου των κατοίκων της.

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΟ

Η Θεανώ Βρέντζου Σκορδαλάκη γεννήθηκε στο Χαράκι Μονοφασίου και κατάγεται από πολύτεκνη αγροτική οικογένεια. Είναι παντρεμένη με το Μιχάλη Σκορδαλάκη και έχουν αποκτήσει δύο παιδιά, τον Μάρκο και τον Μανώλη. Έχει σπουδάσει λογιστικά.

Είναι πρώην Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης (Πρωτογενή Τομέα & Κοινωνικής Πολιτικής) και Πρόεδρος του Συνδέσμου Προστασίας των Αστερουσίων.

1983-2010: Η επαγγελματική της δραστηριότητα συνδέεται με την ανάπτυξη και την ανοδική πορεία της εταιρείας σούπερ μάρκετ Χαλκιαδάκης, στην οποία εργαζόταν ως διευθυντικό στέλεχος.

2002-2010: Εκλέγεται στο Δήμο Ηρακλείου δημοτική σύμβουλος με επιτυχία ανάμεσα στις πρώτες θέσεις.

2011-2019: Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης με καθοριστική συμβολή στον πρωτογενή τομέα με την δημιουργία της Αγροδι-ατροφικής Σύμπραξης, την δημιουργία του ενιαίου σήματος ποιότητας και εντοπιότητας των Κρητικών προϊόντων «Κρήτη, Γενέτειρα Αξιών» και σημάτων ποιότητας της Κρητικής Κουζίνας και των επισκέψιμων Οινοποιείων.

Διατέλεσε Πρόεδρος του δικτύου Ευρωπαϊκών Περιφερειών AREPO, το οποίο ως κύριο αντικείμενο έχει την προώθηση και προστασία των προϊόντων ονομασίας προέλευσης (ΠΟΠ, ΠΓΕ και ΕΠΙΠ) και εκπονήθηκε για πρώτη φορά ολοκληρωμένος Στρατηγικός Σχεδιασμός της Περιφέρειας Κρήτης για το Πρωτογενή Τομέα.

Συνέβαλε αποφασιστικά στη μελέτη της επαναλειτουργίας της Γεωργικής Σχολής Μεσσαράς, στη δημιουργία και λειτουργία του πρώτου Κέντρου Γαστρονομίας στην Αργυρούπολη Ρεθύμνου.

Με δικές της ενέργειες ολοκληρώθηκε και παρουσιάστηκε στο Περιφερειακό Συμβούλιο ο Περιφερειακός Σχεδιασμός για την στήριξη, την προβολή και προώθηση του Κρητικού Ελαιόλαδου σε συνεργασία με όλους τους συναρμόδιους φορείς.

Με πρωτοβουλία της ανατέθηκε, ολοκληρώθηκε και κατατέθηκε στο Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης, ο φάκελος για το Κρητικό Ελαιόλαδο προκειμένου να αναγνωριστεί ως ΠΓΕ Κρήτης.

Ανέλαβε πρωτοβουλίες για την θεσμοθέτηση της υπουργικής απόφασης 4912/120862/05.11.2015 που αφορά στην πιστοποίηση των προϊόντων των μικρών παραγωγών (Οικοτεχνία). Με δικές της ενέργειες ολοκληρώθηκε, παρουσιάστηκε και κατατέθηκε στα αρμόδια στελέχη της UNESCO, η μελέτη για την ένταξη της ευρύτερης περιοχής των Αστερουσίων στο πρόγραμμα Άνθρωπος και Βιόσφαιρα της UNESCO. Πρωτοστάτησε στον τομέα της Κοινωνικής Πολιτικής, με την θεσμοθέτηση του Κοινωνικού Παντοπωλείου, την δημιουργία και λειτουργία Κοινωνικού Φροντιστηρίου σε επίπεδο Κρήτης, με υποστηρικτικές δράσεις για Άτομα με ειδικές δεξιότητες, για τα παιδιά και την τρίτη ηλικία. Διοργανώθηκαν δράσεις σε συνεργασία με τους Δήμους, εθελοντές γιατρούς και νοσηλευτές του Ερυθρού Σταυρού όπου εξετάστηκαν δωρεάν εκατοντάδες συνάνθρωποι μας.

Το 2018 έλαβε το βραβείο «BRAVO SUSTAINABILITY» για την Κοινωνική Πολιτική της Περιφέρειας Κρήτης.

Παραδοσιακό κτίριο καταστημάτων

Παραδοσιακό κτίριο καταστημάτων δημιουργεί στην κεντρική αγορά του Ηρακλείου, το Επιμελητήριο Ηρακλείου, με στόχο να προβάλει τα προϊόντα της Κρήτης και ν' αναδείξει την πλούσια διατροφική και καλλιτεχνική παράδοση του τόπου. Σε ιδιόκτητο οικόπεδο, επί της οδού 1866 αριθμός 44, ξεκινάει άμεσα η κατασκευή ενός ισογείου χώρου, σχεδιασμένου με υψηλή αρχιτεκτονική, για να είναι απόλυτα λειτουργικό, αλλά και προσαρμοσμένου στον χαρακτήρα της παλιάς αγοράς, ώστε ν' αποτελέσει σημείο αναφοράς για την ευρύτερη περιοχή και να κεντρίσει το ενδιαφέρον επισκεπτών στο

ιστορικό κέντρο της πόλης. Στο κτίριο θα φιλοξενηθούν καταστήματα αφιερωμένα στην κρητική διατροφή και την αυθεντική λαϊκή τέχνη, με έμφαση στο ελαιόλαδο, το παξιμάδι, το κρασί και τα αριστουργήματα της Κρητικής λαϊκής τέχνης, σ' ένα σύγχρονο εκθεσιακό περιβάλλον που θα διαθέτει επίσης, αναψυκτήριο, πολυχώρο εκδηλώσεων και κοινόχρηστους βοηθητικούς χώρους. Η χρηματοδότηση του έργου θα γίνει από ίδιους πόρους του Επιμελητηρίου Ηρακλείου και η χρονική διάρκεια κατασκευής του είναι οκτώ μήνες.



Κάτοψη ισογείου



Είσοδος

Βραβεύσεις Visit Greece App

Διεθνείς διακρίσεις και βραβεύσεις απέσπασε συνολικά το υπουργείο Τουρισμού και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) για την εφαρμογή κινητών τηλεφώνων «Visit Greece».

Το Visit Greece app απέσπασε δύο πολύ σημαντικές διακρίσεις: ένα Platinum και ένα χρυσό βραβείο ως «Καλύτερο Mobile app» της χρονιάς και «Καλύτερο mobile app in Travel & Tourism» στα e-volution Awards 2021. Αξίζει να σημειωθεί ότι η εφαρμογή έχει διακριθεί και στα Mobile Excellence Awards 2020 με το Χρυσό Βραβείο στην ενότητα Mobile Digital Transformation. Το Visit Greece App αποτελεί ένα χρηστικό εργαλείο για τους επισκέπτες της Ελλάδας, όπου μπορούν να βρουν γρήγορα και εύκολα ταξιδιωτικές πληροφορίες, καθώς και ενημέρωση σε πραγματικό χρόνο για τουριστικά θέματα. Οι χρήστες μπορούν να κάνουν ερωτήσεις στο ειδικό chatbot. Η εφαρμογή αντλεί και διοχετεύει πληροφορίες από το portal του ΕΟΤ, ενώ είναι και το μοναδικό επίσημο «destination app» της Ελλάδας. Παράλληλα αποτελεί μία σύγχρονη πλατφόρμα για την δωρεάν προβολή ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.

Η εφαρμογή Visit Greece ξεκίνησε πριν από έξι μήνες και ήδη μετράει πάνω από 700.000 downloads. Το 80% είναι εγγεγραμμένοι ενεργοί χρήστες ενώ σε μια εξαιρετικά δύσκολη σεζόν, έχουν ήδη εγγραφεί και 1.000 τουριστικές επιχειρήσεις από όλη την Ελλάδα. Το καινοτόμο εγχείρημα υλοποιήθηκε με ταχείς ρυθμούς, καθώς χρειάστηκαν μόλις 10 εβδομάδες από τη σύλληψη της ιδέας μέχρι τη λειτουργία της εφαρμογής. Είναι διαθέσιμη στο ηλεκτρονικό κατάστημα της Google και το App Store.

Με στόχο την ασφάλεια και την στοχευμένη προώθηση του ελληνικού τουρισμού, αλλά και την ενίσχυση των τοπικών επιχειρήσεων καθώς και τη διευκόλυνση των επισκεπτών στη χώρα μας, το Visit Greece app προσφέρει

ένα ψηφιακό κανάλι για άμεση ενημέρωση για θέματα Covid-19 - μέσα από διαδραστικούς χάρτες για τα πλησιέστερα νοσοκομεία και κάθε έκτακτη υγειονομική πληροφορία ανά περιοχή αλλά και με push notifications για έκτακτες ανακοινώσεις καθ' όλη την τουριστική περίοδο. Επιπλέον μέσα στο app έχει ενσωματωθεί η PLF φόρμα την οποία μπορούν οι ταξιδιώτες να συμπληρώσουν και να αποθηκεύσουν στο κινητό τους το απαραίτητο QR για την είσοδο τους στην Ελλάδα.

Ταυτόχρονα, οι χρήστες της εφαρμογής μπορούν να βρίσκουν πληροφορίες και να αγοράζουν ηλεκτρονικά εισιτήρια σε μουσεία απευθείας από την εφαρμογή, να βρίσκουν ξενοδοχεία αλλά και πληροφορίες σχετικά με φαγητό, ποτό, διασκέδαση και αποκτούν εμπειρίες που είναι σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα τους τις οποίες μπορούν να κάνουν booking απευθείας από το ίδιο κανάλι. Το Visit Greece app προσφέρει ένα καινοτόμο mobile wallet όπου οι χρήστες μπορούν και αποθηκεύουν τις τραπεζικές τους κάρτες και κάνουν τις αγορές τους εύκολα και γρήγορα. Το «mobile traveler's wallet» είναι μια από τις δεκάδες καινοτομίες της εφαρμογής. Κάποιες επιπλέον λειτουργίες που ξεχωρίζουν είναι το διαδραστικό chatbot με πληροφορίες για COVID, το ψηφιακό ημερολόγιο με τις προγραμματισμένες πολιτιστικές εκδηλώσεις σε Δήμους σε όλη την Ελλάδα και έξυπνη αναζήτηση.

Τέλος, το έργο ολοκληρώνεται από μια πλατφόρμα διαχείρισης για τις επιχειρήσεις, οι οποίες μπορούν να αλλάζουν τις πληροφορίες τους και να ανεβάζουν προσφορές και εμπειρίες για τους χρήστες της εφαρμογής. Η προβολή στην εφαρμογή και η χρήση της πλατφόρμας είναι εντελώς δωρεάν για κάθε ενδιαφερόμενη επιχείρηση.



Απόστολος Αποστολάκης

Καπετάνιος της Χρονιάς

Κορυφαίος «Καπετάνιος της Χρονιάς» ανακηρύχθηκε ο κάπτεν Απόστολος Αποστολάκης της ANEK Lines. Η βράβευση πραγματοποιήθηκε από την «Lloyd's List» στα «Greek Shipping Awards 2020», για την γενναία και ψυχραιμία στάση που επέδειξε ως πλοίαρχος, την Άνοιξη του '20, όταν στο ΕΓ/ΟΓ «ΕΛ. BENIZEΛΟΣ» εντοπίστηκαν κρούσματα κορωνοϊού.

Η ψυχραιμία, ο δυναμισμός και οι σωστές επιλογές του καπετάνιου, μεταξύ των οποίων η άμεση απομόνωση του μεγάλου αριθμού των επιβατών, που προέρχονταν από διαφορετικά έθνη, στις καμπίνες τους, συνέτειναν ώστε η κρίση να περιοριστεί δραστικά.

Κατά την παραλαβή του βραβείου ο κάπτεν Απόστολος Αποστολάκης ευχαρίστησε του διοργανωτές για την διάκριση και ανέφερε μεταξύ άλλων «Πραγματικά νιώθω πολύ μεγάλη τιμή για αυτό το βραβείο. Θέλω να ευχαριστήσω την ANEK Lines και τις Ελληνικές Αρχές για την υποστήριξή τους κατά την διάρκεια αυτού του πολύ δύσκολου ταξιδιού που ζήσαμε».

Ο εκπρόσωπος της Lloyd's τόνισε: «Σε αυτή την δύσκολη κατάσταση, και παρά τα εμπόδια αλλά και τον μεγάλο αριθμό κρουσμάτων, δε χάθηκε ούτε μία ανθρώπινη ζωή. Για τον λόγο αυτό, ο κάπτεν Αποστολάκης, ένας βετεράνος, δύο και πλέον δεκαετιών, της ANEK LINES, επιλέχθηκε ως ο «Ναυτικός της Χρονιάς».

Η Διοίκηση της ANEK με αφορμή την βράβευση του καπετάνιου εισημαίνει: «Είναι μεγάλη τιμή τόσο για εμάς ως εταιρεία, αλλά και συνολικά για την ελληνική ακτοπλοΐα, να έχουμε ναυτικούς σαν τον Απόστολο Αποστολάκη. Από το πρώτο του μπάρκο στην ANEK, το Νοέμβριο του '97 μέχρι σήμερα, ο κάπτεν Αποστολάκης λειτουργεί αδιάλειπτα, όπως επιβεβαιώνουν και τα γεγονότα στο ΕΛ.ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ, με σεβασμό και υψηλό αίσθημα ευθύνης προς τον επιβάτη. Εκ μέρους όλης της ANEK Lines θέλουμε να εκφράσουμε θερμά συγχαρητήρια στον καπετάνιο μας, η στάση του οποίου μας γέμισε περηφάνια, μα και αισιοδοξία στις πρωτόγνωρες καταστάσεις που βιώνουμε όλοι μας».



Ετήσια Έρευνα Τουρισμού

Η τουριστική περίοδο για το 2021 ξεκινάει με πολλούς αστάθμητους παράγοντες και ερωτηματικά, υπολογίζοντας τα ευρήματα της Ετήσιας Έρευνας του Ινστιτούτου Τουριστικών Ερευνών & Προβλέψεων (ΙΤΕΠ). Υπογραμμίζεται ότι στην έρευνα, η οποία πραγματοποιήθηκε με στρωματοποιημένη αναλογική δειγματοληψία στο σύνολο των ξενοδοχειακών μονάδων της χώρας και ολοκληρώθηκε στις 10 Δεκεμβρίου 2020, αποτυπώνονται όλα τα βασικά μεγέθη που συνθέτουν την οικονομική πραγματικότητα για το ελληνικό ξενοδοχείο σήμερα.

Σύμφωνα με την Έρευνα:

- Μόνο 1 από τα 5 ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας κατάφεραν να μείνουν ανοιχτά το 2020 σε σχέση με αυτά που λειτουργούσαν την ίδια περίοδο του 2019.
- Από τα 3.965 ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας της χώρας, μετά το 1ο lockdown επαναλειτούργησε το 59% αυτών (2.328 ξενοδοχεία) και από αυτά το 63% αναγκάστηκε να ξανακλείσει μέχρι το τέλος του 2020.
- Ανοιχτά παρέμειναν τον Δεκέμβριο του 2020 τελικά μόνο 863 ξενοδοχεία συνεχούς λειτουργίας που αντιπροσωπεύουν το 22% του συνόλου.
- Η μέση περίοδος λειτουργίας των εποχιακών ξενοδο-

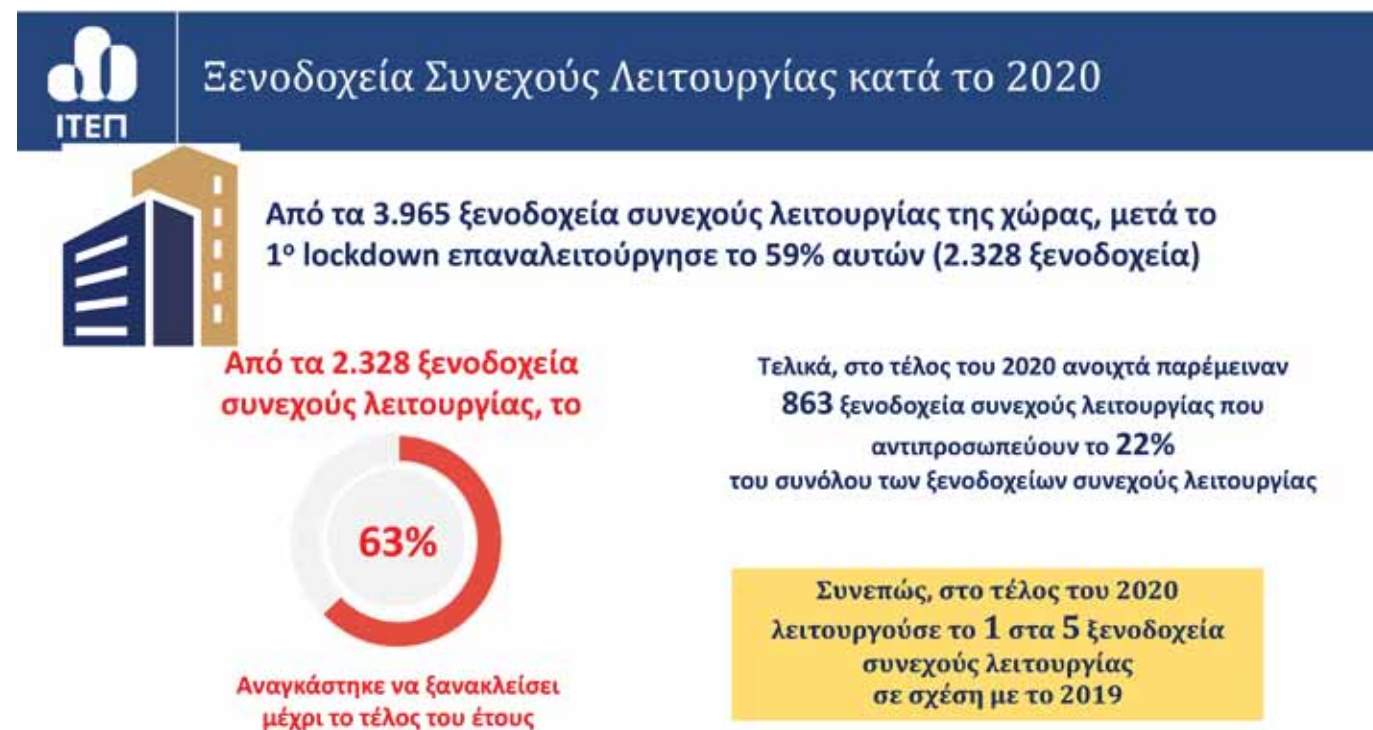
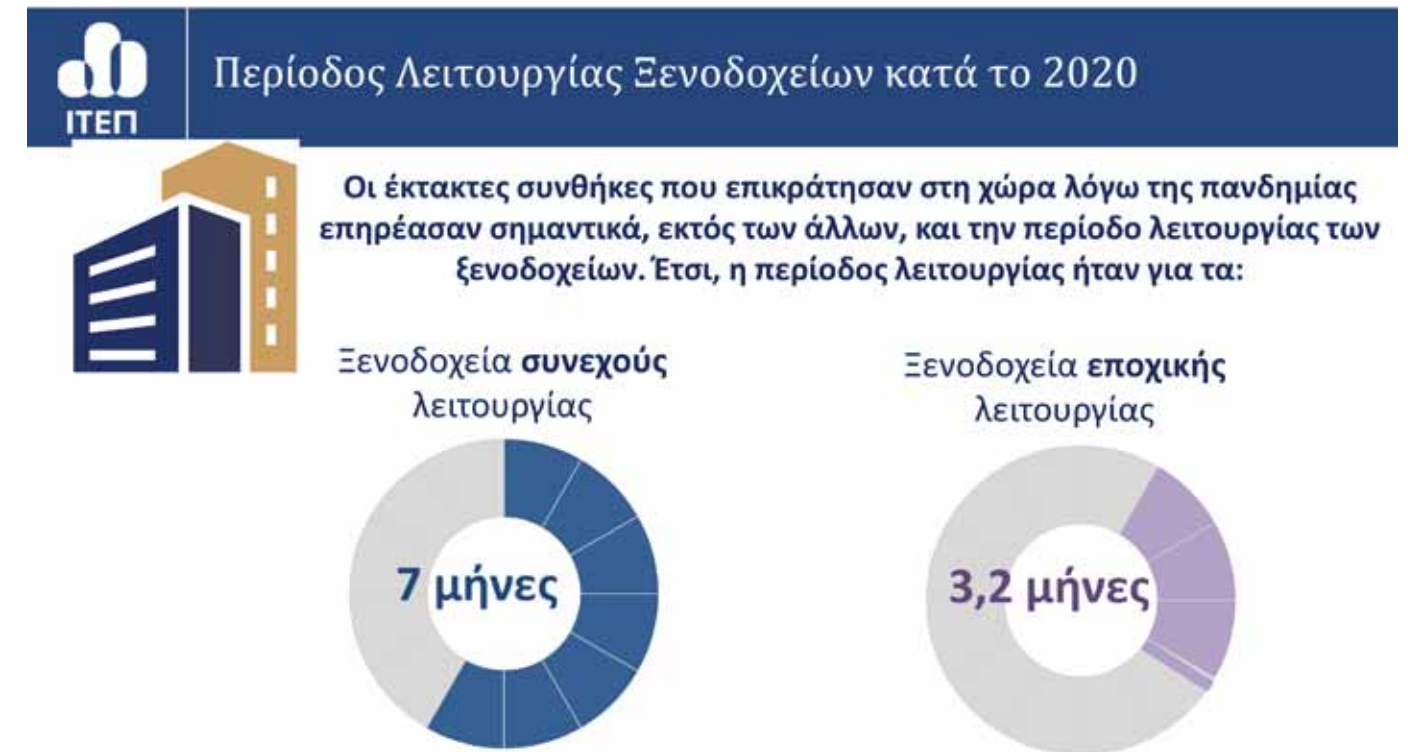
χείων το 2020 συρρικνώθηκε στους 3,2 μήνες και των συνεχούς λειτουργίας στους 7 μήνες λόγω των έκτακτων συνθηκών που δημιουργήθηκαν.

- Η μέση πληρότητα Ιουλίου - Σεπτεμβρίου 2020 στο σύνολο του ξενοδοχειακού δυναμικού περιορίστηκε στο 23,1%. Είναι χαρακτηριστικό πως οι συνολικές πωλήσεις δωματίων του τριμήνου Ιουλίου - Σεπτεμβρίου του 2020 ήταν λιγότερες από τις αντίστοιχες πωλήσεις μόνο του Σεπτεμβρίου του 2019.
- Ο τζίρος των ξενοδοχείων το 2020 μειώθηκε κατά 78% σε σχέση με το 2019.
- Τα χρηματοδοτικά εργαλεία για τη στήριξη του ξενοδοχειακού κλάδου, κάλυψαν μέχρι στιγμής το 1/3 κατά μέσο όρο των συνολικών αναγκών ρευστότητας των ξενοδοχείων.
- Με την αρωγή των σχετικών προγραμμάτων στηρίχθηκε η απασχόληση σε όσα ξενοδοχεία κατάφεραν να λειτουργήσουν το 2020.
- Επιπλέον έλλειμμα 900 εκατ. ευρώ εμφανίζουν τα ταμεία των ξενοδοχείων λόγω ανείσπρακτου τζίρου του 2020 που φτάνει τα 278.365.800 αλλά και της συρρίκνωσης κατά 83,3% των προκαταβολών για το 2021.



Ταυτότητα Έρευνας

ΤΙΤΛΟΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	Επιπτώσεις της Πανδημίας CoViD 19 στον Ξενοδοχειακό Κλάδο
ΦΟΡΕΑΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ	Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος (ΞΕΕ)
ΦΟΡΕΑΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ	Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ)
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΑΝΑΦΟΡΑΣ	2020
ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ	5 Νοεμβρίου – 10 Δεκεμβρίου 2020
ΗΜΕΡΟΜΗΝΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΗΣ	18 Δεκεμβρίου 2020
ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	Σύνολο Ξενοδοχειακών Μονάδων Ελλάδος
ΣΤΑΤΙΣΤΙΚΗ ΜΟΝΑΔΑ	Ξενοδοχειακή Μονάδα
ΜΗΤΡΩΟ	Το Μητρώο του ΞΕΕ
ΤΑΞΙΝΟΜΗΣΗ	NACE, Κατηγορίες Ξενοδοχείων
ΜΕΘΟΔΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑΣ	Στρωματοποιημένη αναλογική δειγματοληψία
ΣΤΑΘΜΙΣΗ	Τριπλή (Κατηγορία, Περιφέρεια, Μέγεθος)
ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜ./ΠΛΗΘΥΣΜΟΥ	n=1.358/ N=10.070
ΜΕΘΟΔΟΣ ΣΥΛΛΟΓΗΣ	Ηλεκτρονικό Ερωτηματολόγιο – Ηλεκτρ. Ταχυδρομείο





Ποσοστιαία Μεταβολή στη Μέση Τιμή των Ξενοδοχείων, ανά Κατηγορία

Αύγουστος 2019	Αύγουστος 2020	Σεπτέμβριος 2019	Σεπτέμβριος 2020
100,0€	84,0€	79,0€	70,0€
-16,0%		-11,4%	

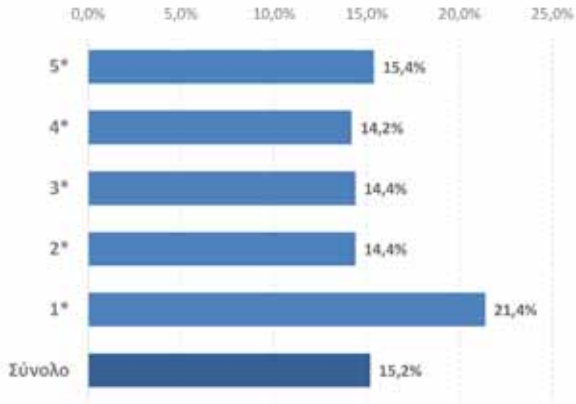
Τζίρος των Ελληνικών Ξενοδοχείων 2019-2020

Κατηγορία	2019	2020	Δ% 2020/2019
5*	3.007.494.439	719.325.978	-76,1%
4*	2.830.655.326	637.844.486	-77,5%
3*	1.344.389.350	240.625.973	-82,1%
2*	1.038.334.014	176.388.840	-83,0%
1*	136.793.970	57.168.669	-58,2%
Σύνολο	8.357.667.099	1.831.353.945	-78,1%

Ο τζίρος που πραγματοποιήσαν τα ξενοδοχεία το 2020 ήταν μειωμένος κατά **78%** σε σχέση με το 2019

Ανείσπρακτος Τζίρος 2020

Κατηγορία	%	Ποσό
5*	15,4%	110.766.811
4*	14,2%	90.578.883
3*	14,4%	34.652.040
2*	14,4%	25.401.386
1*	21,4%	12.234.766
Σύνολο	15,2%	278.365.800



Απώλεια Ρευστότητας στα Ελληνικά Ξενοδοχεία 2020

Ποσοστό ανείσπρακτου τζίρου 2020



Ποσοστό μείωσης προκαταβολών 2021



Με ανείσπρακτο το 15,2% του τζίρου τους το 2020, και με 83% μείωση των προκαταβολών, τα ξενοδοχεία αθροίζουν 900 εκατ. ευρώ έλλειψη ρευστότητας (επιπλέον της λειτουργικής ζημιάς)

Συρρίκνωση Προκαταβολών στα Ελληνικά Ξενοδοχεία 2021

Κατηγορία	Προκαταβολές τυπικού έτους	Προκαταβολές 2021	% μεταβολής
5*	333.322.331	67.955.030	-79,6%
4*	230.317.031	21.363.511	-90,7%
3*	105.518.253	17.290.685	-83,6%
2*	47.489.719	13.065.636	-72,5%
1*	27.098.421	4.205.409	-84,5%
Σύνολο	743.745.755	123.880.271	-83,3%

Απασχόληση στα Ελληνικά Ξενοδοχεία

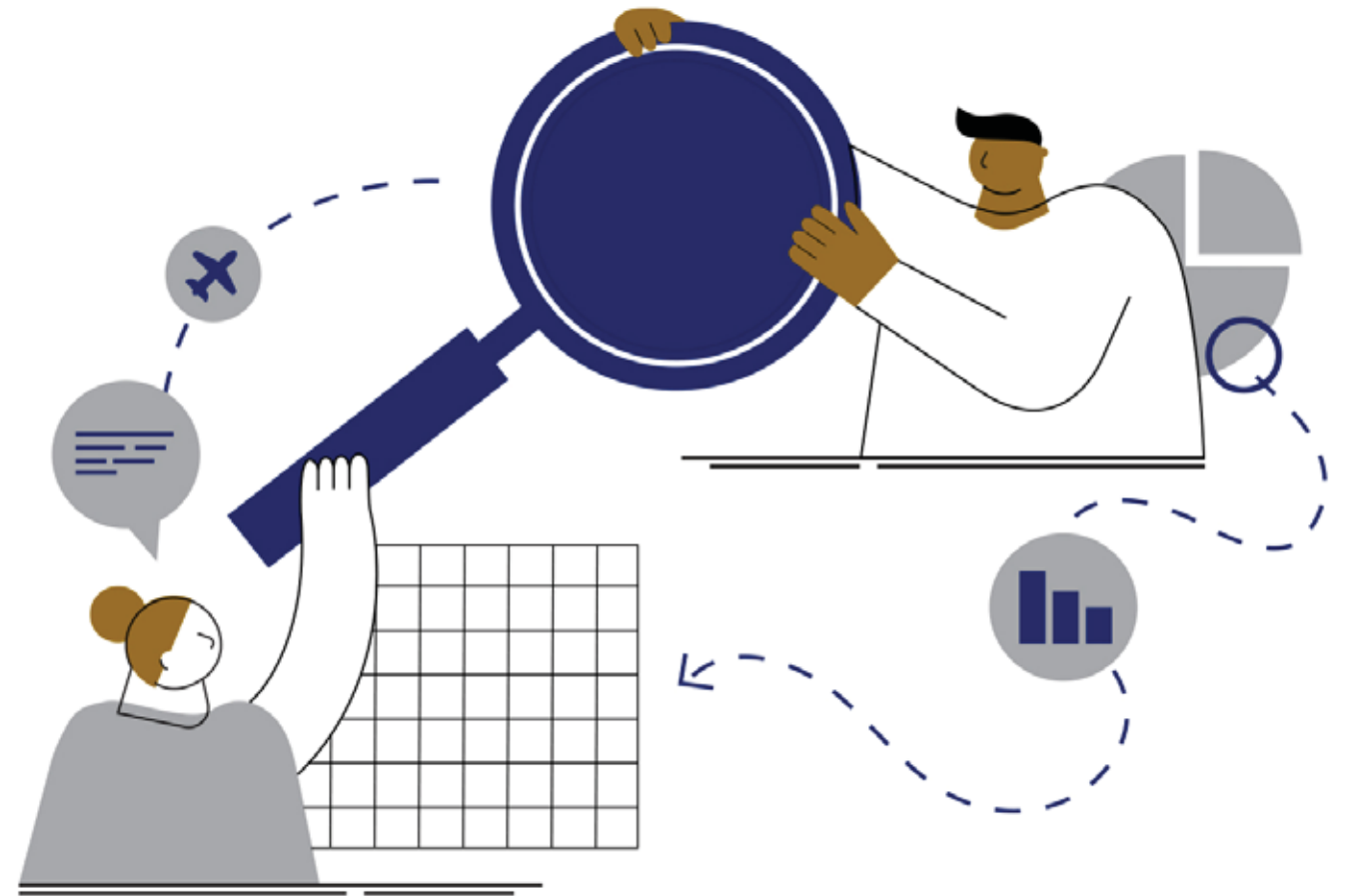
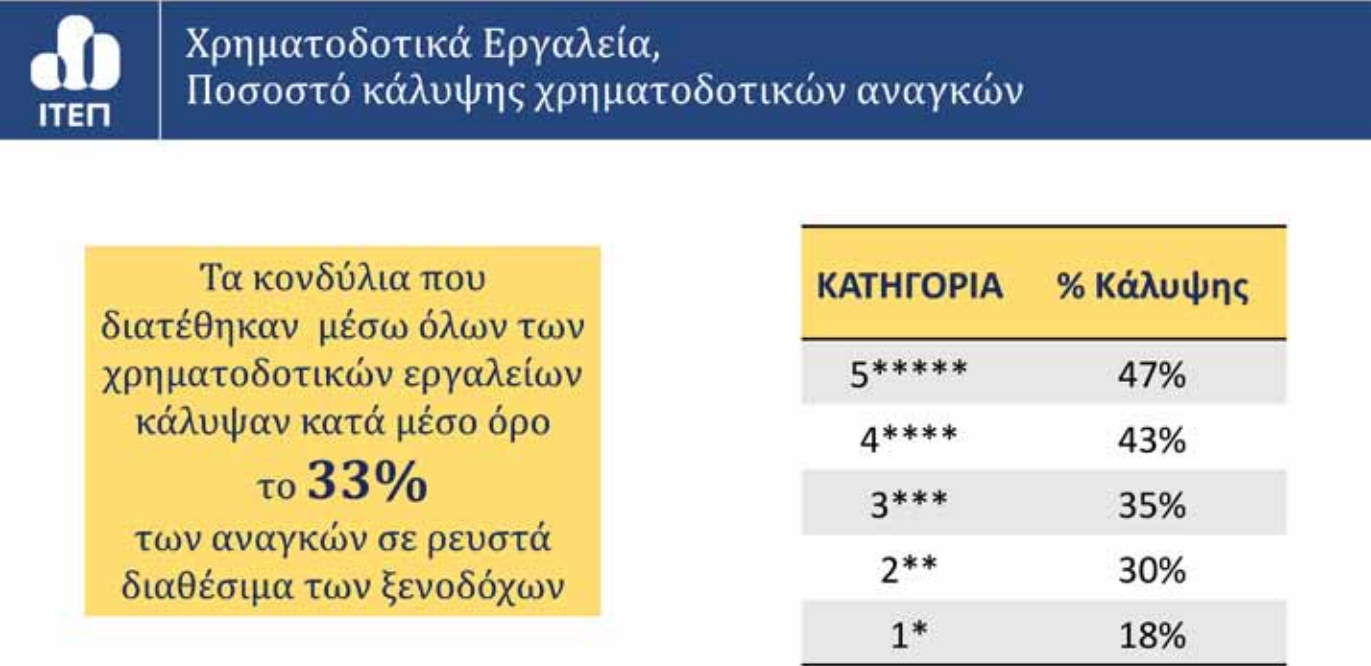
	Αύγουστος 2019	Αύγουστος 2019 (απασχόληση στο 60% των ξενοδοχείων)	Αύγουστος 2020	% κατανομή Αύγουστος 2020
# Ενεργών απασχολούμενων	-	-	78.523	73,2%
# Απασχολούμενων σε αναστολή	-	-	28.736	26,8%
Συνολική απασχόληση	186.575	111.945	107.260	100,0%

Παρά το γεγονός ότι:

- ❖ το 2020 λειτούργησε το 60% των ξενοδοχείων
- ❖ ο τζίρος των ξενοδοχείων μειώθηκε κατά 78%
- ❖ περιορίστηκε η ρευστότητα των ξενοδοχείων λόγω ανείσπρακτων ποσών και συρρίκνωσης των προκαταβολών

Οι θέσεις εργασίας στον ξενοδοχειακό κλάδο διατηρήθηκαν κατ' αναλογία στα αντίστοιχα επίπεδα του 2019.

Με την αρωγή των προγραμμάτων στήριξης της απασχόλησης, διατηρήθηκαν κατ' αναλογία οι θέσεις εργασίας σε όσα ξενοδοχεία κατάφεραν να λειτουργήσουν το 2020



Βουλή
Γνώμη
Διεθνή
Επιχειρείν

Έρευνα – Καινοτομία
Ευρωπαϊκή Ένωση
Κοινωνία
Οικονομία

Ομογένεια
Περιφέρειες
Περιβάλλον
Πολιτική

Πολιτισμός
Σκάκι
Συνάλλαγμα
Υγεία

grpress.gr

1 Νοεμβρίου 2020

Αποψη: Βήμα, Βουλή, Διεθνή, Επιχειρείν, Έρευνα - Καινοτομία, Ευρωπαϊκή Ένωση, Κοινωνία, Ναυτιλία, Οικονομία, Ομογένεια, Περιφέρειες, Περιβάλλον, Πολιτική, Πολιτισμός, Σκάκι, Συνάλλαγμα, Τουρισμός, Υγεία

Ημερίδα Τουρισμού
Ολοκληρωμένη Ψηφιακή Παρουσίαση
Χανιά, Οκτώβριος 2020

ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

Επένδυση Volkswagen στην Αστυνάλαια
Η Αστυνάλαια μπορεί και θα γίνει μοναδικά βιομηχανική οδό της, όχι μόνο σε εθνικό αλλά και σε ευρωπαϊκό και παγκόσμιο επίπεδο...

Εξάγηση Super Market OLLA
Η εταιρεία Super Market «ΟΛΛΑ» εξάγει στην Ελλάδα και στην Ευρώπη τις βιομηχανικές αλλαντικές Super Market «ΟΛΛΑ», τα οποία βρίσκονται σε διάθεση και...

32ο Παγκόσμιο Παιδαγωγικό Συνέδριο
Η Παιδαγωγική Παιδαγωγική Εταιρεία διαργανώνει το 32ο Παγκόσμιο Παιδαγωγικό Συνέδριο με τη συνδιοργάνωση της Παιδαγωγικής Κρήτης στις 7 και 8...

7ο Διαδικτυακό Παγκόσμιο Διαστημολογικό Συνέδριο
Στις 3, 4 και 7 Νοεμβρίου 2020 θα πραγματοποιηθεί διαδικτυακά το 7ο Παγκόσμιο Διαστημολογικό Συνέδριο στη Νότιο Ατλάντιδα και το...

Εξάγηση Lambda Hellix
Η Digital Reality από τις μεταλλικές αλυσίδες και data centers εξάγει στην Λαμία Hellix και σταθερές τις διαστημολογικές της...

Αιχμή συνάλλαγμα 4-11-2020

Κρητική Επιχειρηματική Έκδοση

ΚΡΗΤΗ
ΤΟ ΠΙΝΕΤ ΜΑΚΡΑ ΕΥΡΗ

grpress.gr



Τζαβέλλα 10 , Αθήνα
Τηλ.: 210 3301 604
Fax: 210 3847 356
e-mail: mpotzakis@gmail.com

Ειδικές τιμές
για Κρήτες
και Συλλόγους

ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ
ΙΑΣΟΝΑΣ ΜΠΟΤΖΑΚΗΣ

ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ OFFSET ΑΦΙΣΕΣ ΒΙΒΛΙΑ Menu Φ
ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΚΤΥΠΩΣΕΙΣ ΦΥΛΛΑΔΙΑ ΕΙΣΙΤΗΡΙΑ
ΑΥΤΟΚΟΛΗΤΑ ΕΦΗΜΕΡΙΔΕΣ ΣΟΥΒΕΡ Flyers
ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ ΛΟΓΙΣΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ FOLDER ΣΥ
ΤΙΜΟΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΚΟΥΠΟΝΙΑ ΕΠΙΣΤΟΛΟΧΑΡΤΑ
ΜΠΛΟΚ ΣΗΜΕΙΩΣΕΩΝ Door Hangers ΦΑΚΕΛΑ
ΔΙΠΛΩΜΑΤΑ Posters ΣΟΥΠΛΑ ΨΗΦΙΑΚΕΣ ΕΚΤΥ
ΕΥΧΕΤΗΡΙΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ ΤΟΙΧΟΥ Ρο
ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΙΚΕΣ ΚΑΡΤΕΣ ΕΤΙΚΕΤΕΣ ΑΥΤΟΓΡΑ
service book ΣΥΝΤΑΓΟΛΟΓΙΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ ΚΑΤΑ
ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ ΦΑΚΕΛΟΙ ΑΛΛΗΛΟΓΡ
ΑΥΤΟΓΡΑΦΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ Flyers ΗΜΕΡΟΛΟΓΙΑ Ε
ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΑ ΕΝΤΥΠΑ ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΚΘΕΣΩΝ
ΚΑΤΑΛΟΓΟΙ ΕΙΚΑΣΤΙΚΩΝ ΕΡΓΩΝ ΚΑΡΤ ΠΟΣΤΑΛ
ΦΑΚΕΛΟΙ ΑΛΛΗΛΟΓΡΑΦΙΑΣ Flyers ΦΥΛΛΑΔΙΑ

ΑΣ ΜΗΝ ΑΦΗΣΟΥΜΕ ΕΝΑΝ ΙΟ ΝΑ ΣΚΟΤΩΣΕΙ ΤΟΝ ΤΥΠΟ

ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
& Ο ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΣ
ΤΥΠΟΣ ΑΞΙΖΕΙ ΝΑ
ΜΕΙΝΟΥΝ «ΖΩΝΤΑΝΑ»



ΕΝΩΣΗ
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ
ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ
ΤΥΠΟΥ



ΖΗΤΑΜΕ
ΤΩΡΑ

ΜΕΤΡΑ ΣΤΗΡΙΞΗΣ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ, ΧΩΡΙΣ ΕΞΑΙΡΕΣΕΙΣ