



cretanbusiness.gr

Ισχυρή πηγή δημιουργίας

Νανά Καράτζη

Χρυσό
Βραβείο
Κυβερνοασφάλειας

Δημιουργία
«Ψηφιακών»
Δ.Ε.Υ.Α.

Στρατηγική
digital
marketing

3ο Κρητών Φιλοξενείν
ΠΑΓΚΡΗΤΙΑ ΗΜΕΡΙΔΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Save the Date

ΗΡΑΚΛΕΙΟ
ΣΑΒΒΑΤΟ
21
2023 ΟΚΤ

Καινοτόμες Αναπτυξιακές Προοπτικές
Τουριστικής Οικονομίας



Για την έντυπη επικοινωνία σας

ΕΝΤΥΠΟ

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



ΚΟΥΤΙ

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



ΠΟΤΗΡΙ

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



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



www.cupcode.gr - info@cupcode.gr





6 Σοροπτιμισμός

Παγκόσμια Οργάνωση γυναικών επαγγελματιών και επιστημόνων

Της Μαρίας Πιτσιάκη

10 Τεχνητή Νοημοσύνη

ChatGPT

Η σημαντικότερη ανακάλυψη της ανθρωπότητας

Του Γιώργου Ατσαλάκη

12 Συνέντευξη

Butterfly Stories Food Management

Συνέντευξη της Ελισάβετ Κούτα Ανδρεαδάκη

16 Επιχειρήσεις

Χρυσό Βραβείο Κυβερνοασφάλειας

18 Συνέντευξη

Τουρισμός Εμπειρίας

Συνέντευξη της Πέτης Μπριλιράκη

24 Έρευνα

Αποτύπωση Επιχειρηματικού Κλίματος 2023

Του Δρ Αλέξανδρου Αποστολάκη

28 Συνέντευξη

«Ψηφιακές» Δ.Ε.Υ.Α.

Συνέντευξη του Γιώργη Μαρινάκη

32 Συνέντευξη

Στρατηγικός σχεδιασμός γυναικείου επιχειρείν

Συνέντευξη της Εβελίνας Μπάκιντα

36 Συνέντευξη

Στρατηγική digital marketing

πωλήσεων στα ξενοδοχεία

Συνέντευξη του Μηνά Λιαπάκη

40 Συνέντευξη

Ισχυρή πηγή δημιουργίας

Συνέντευξη της Νανάς Καρατζή

44 Τουρισμός

Οδικός χάρτης μετάβασης Ε.Ε.

βιώσιμου τουριστικού οικοσυστήματος

Του Μάνου Λυγεράκη

48 Επιχειρήσεις

Ποια είναι η ασφαλής απόσταση διαβίωσης

για τα καλώδια υψηλής τάσης

Του Μιχάλη Βλαχάκη

52 Συνέντευξη

Η Τέχνη της σκίασης

Συνέντευξη της Μαρίας Μιχελάκη

58 Συνέντευξη

Δίκτυο Κρητικής Γαστρονομίας

Συνέντευξη του Γιάννη Αποστολάκη

62 Τουρισμός

Το μέλλον της εργασίας στον τουρισμό

Του Βασίλη Σπόκου

66 Αμπελουργία

Συνσχεδιάζοντας τη μετάβαση στην αγροοικολογική

αμπελουργία: Το έργο ECOVINEGOALS/Interreg

Adrion

72 Πρόσωπα

Επιχειρηματικές συναντήσεις ΟΑΚΑ

74 Πρόσωπα

Επιχειρηματικές συναντήσεις ΔΕΚΚ

76 Πρόσωπα

Επιχειρηματικές συναντήσεις

Αγροδιατροφικής Σύμπραξης Κρήτης



40

Φωτογραφία εξωφύλλου: Πανελλήνιο Αθλητικό Σωματείο Γυναικών Καλλιπάτειρα

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



76



74



72



66



62



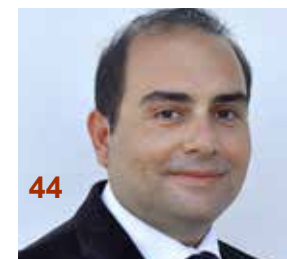
58



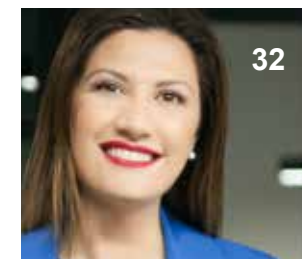
52



48



44



32



24



18



12



10



6



36



28



16

cretanbusiness.gr
ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ:





Σοροπτιμισμός



Από την 1η Ιανουαρίου 2023 νέα Πρόεδρος του Σοροπτιμιστικού Ομίλου Ηρακλείου «ΑΡΕΤΟΥΣΑ» είναι η κυρία Μαρία Πιτσικάκη, η οποία μας ενημερώνει για τους σκοπούς και τους στόχους του Σοροπτιμισμού.

Ο Σοροπτιμισμός είναι μια παγκόσμια Οργάνωση γυναικών επαγγελματιών και επιστημόνων που πιστεύουν στον αναπτυξιακό εθελοντισμό. Ιδρύθηκε το 1921 στην Καλιφόρνια των ΗΠΑ, μεταλαμπαδεύτηκε στην Ευρώπη το 1924 και στην Ελλάδα ξεκίνησε το 1950.

Η λέξη **ΣΟΡΟΠΤΙΜΙΣΜΟΣ (Soroptimist)** είναι λατινογενής και προέρχεται από τις λατινικές λέξεις «soror» - Αδελφή / γυναίκα και «optima» - Η κάλλιστη. Σήμερα ερμηνεύεται «**το καλύτερο για τη γυναίκα**».

Ο Διεθνής Σοροπτιμισμός εκτείνεται σε περισσότερες από 125 χώρες σε ολόκληρο τον κόσμο και έχει περίπου 95.000 μέλη σε περισσότερους από 3.000 Ομίλους. Στην Ελλάδα δραστηριοποιούνται περίπου 700 μέλη σε 30 τοπικούς Ομίλους.

Ενώνει τις γυναίκες όλου του κόσμου ανεξάρτητα από φυλετικές, θρησκευτικές, πολιτικές και πολιτισμικές διαφορές, σε μια αδελφωμένη προσπάθεια για τη δημιουργία καλύτερων συνθηκών διαβίωσής τους ανά τον κόσμο.

Σε Διεθνές επίπεδο εκπροσωπείται στον ΟΗΕ (ECOSOC κατηγορία 1), στο Συμβούλιο της Ευρώπης, την UNESCO, UNICEF, ILO, WHO, FAO, OSCE, UNCHR, και συνεργάζεται στα προγράμματα όλων των Διεθνών μη Κυβερνητικών Οργανισμών, με παράλληλους στόχους.

Οι Σοροπτιμίστριες, αγωνίζονται για την ειρήνη, την εφαρμογή των ανθρωπίνων δικαιωμάτων και την ανθρωπινή αξιοπρέπεια.

Σχεδόν επί έναν αιώνα, εργάζονται για την αντιμετώπιση, την πρόληψη και την εξάλειψη της βίας κατά των γυναικών και των κοριτσιών ανά τον κόσμο, κατά της ανθρωπίνης δουλείας, κατά της εμπορίας ανθρώπων.

Δραστηριοποιούνται για την εκπαίδευση και την επαγγελματική κατάρτιση των γυναικών, για την ενθάρρυνση και την ενδυνάμωσή τους. Βοηθούν γυναίκες και παιδιά να συνεχίσουν τη διά βίου μάθηση. Επίσης, βοηθούν στην υλοποίηση προγραμμάτων και δίνουν στις γυναίκες καλύτερη πρόσβαση σε ευκαιρίες οικονομικής χειραφέτησης. Κάθε χρόνο η Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία απονέμει 1.600 υποτροφίες σε γυναίκες και κορίτσια.

Εργάζονται για την επίτευξη μεγαλύτερης περιβαλλοντικής βιωσιμότητας σε τοπικό, εθνικό και διεθνές επίπεδο.

ΣΟΡΟΠΤΙΜΙΣΤΙΚΟΣ ΟΜΙΛΟΣ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ «ΑΡΕΤΟΥΣΑ»

Ο Σοροπτιμιστικός Όμιλος Ηρακλείου «ΑΡΕΤΟΥΣΑ» ιδρύθηκε το 1990 από μια ομάδα δραστήριων και καταξιωμένων γυναικών, οι οποίες ένωσαν τις δυνάμεις τους για την προσφορά κοινωνικού έργου στην τοπική κοινωνία.

Είναι ένας από τους 30 Ομίλους που συνθέτουν τη Σοροπτιμιστική Ένωση Ελλάδος, η οποία ανήκει στην Ευρωπαϊκή Ομοσπονδία και το Διεθνές Σοροπτιμισμό.

Ο Σοροπτιμιστικός Όμιλος Ηρακλείου, κατά την πολύχρονη παρουσία του στα κοινά της πόλης, έχει να επιδείξει μια αξιόλογη δράση στους διάφορους τομείς του Σοροπτιμισμού.

Αγωνιζόμαστε για την ισότητα των φύλων. Όπως αναφέρουν τα Ηνωμένα Έθνη και η Ευρωπαϊκή Σοροπτιμιστική Ομοσπονδία (SIE), για την Παγκόσμια Ημέρα της Γυναίκας 2023, «**η ισότητα των φύλων δεν είναι θεμελιώδες δικαίωμα, αλλά απαραίτητο θεμέλιο για έναν ειρηνικό, ευημερούντα και βιώσιμο κόσμο**».

Οι γυναίκες αντιπροσωπεύουν σήμερα το 50% του παγκόσμιου πληθυσμού. Ωστόσο, σχεδόν αυτό το μισό του πληθυσμού δεν έχει πρόσβαση στα ίδια κοινωνικά ή πολιτικά δικαιώματα, εκπαιδευτικές ή επαγγελματικές ευκαιρίες ή είναι θύματα εγκληματικότητας λόγω του φύλου του.

ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑΤΑ ΔΕΔΟΜΕΝΩΝ ΑΝΙΣΟΤΗΤΩΝ

Στην Ελλάδα, (παραθέτω τα αποτελέσματα των Δεικτών της Ισότητας των Φύλων όπως τα δημοσιοποίησε το Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο για την Ισότητα των Φύλων - EIGE για το 2022), φαίνονται

οι τομείς που η Χώρα μας εμφανίζει τις χαμηλότερες βαθμολογίες. Με βαθμολογία 53,4 στα 100, η Ελλάδα κατατάσσεται τελευταία στην ΕΕ στον Δείκτη Ισότητας των Φύλων. Η βαθμολογία της είναι 15,2 μονάδες χαμηλότερη από τη βαθμολογία της ΕΕ. Αν και αυξήθηκε κατά 4,8 μονάδες από το 2010 η βαθμολογία της, η κατάταξή της παρέμεινε ίδια αφού άλλες χώρες σημείωσαν πρόοδο με ταχύτερους ρυθμούς.

Από το 2019 η βαθμολογία της Ελλάδας αυξήθηκε ελαφρώς (0,9 μονάδες), λόγω βελτιώσεων στους τομείς της εξουσίας και της υγείας. Όμως, οι ανισότητες είναι πολύ έντονες στον τομέα της εξουσίας, στον οποίο η βαθμολογία της Ελλάδας είναι 28,8 μονάδες, με αποτέλεσμα η χώρα να κατατάσσεται στην προτελευταία θέση.

Το μεγαλύτερο περιθώριο βελτίωσης εντοπίζεται στους υποτομείς λήψης κοινωνικών αποφάσεων (25,0 μονάδες) και της λήψης οικονομικών αποφάσεων (26,4 μονάδες), στους οποίους η χώρα κατατάσσεται 26η και 22η, αντιστοίχως.

Από το 2019 η βαθμολογία της Ελλάδας βελτιώθηκε κατά 1,8 μονάδες στον τομέα της εξουσίας, επίσης αύξησε ελαφρώς τη βαθμολογία της στον υποτομέα των κοινωνικών δραστηριοτήτων (+ 2,2 μονάδες), αλλά παρά τη βελτίωση αυτή, παραμένει στην 26η θέση στο σύνολο κρατών μελών της ΕΕ.

Βασικές επισημάνσεις

• **Οι ευθύνες φροντίδας των παιδιών βάρυναν κυρίως τις γυναίκες.**

Το 2021 το 54 % των γυναικών -έναντι μόλις του 14 % των ανδρών- έρευνα ανέφερε ότι ευθυνόταν πλήρως ή ως επί το πλείστον για τη φροντίδα των παιδιών ηλικίας 0-11 ετών. Πρόκειται για μια από τις πλέον σημαντικές περιπτώσεις ανισότητας μεταξύ των φύλων στην ΕΕ. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, περισσότερες γυναίκες (42 %) σε σχέση με τους άνδρες (22 %) αφιέρωναν πάνω από τέσσερις ώρες ημερησίως για τη φροντίδα των παιδιών ή των εγγονών τους ηλικίας 0-11 ετών. Από την έναρξη της πανδημίας, περισσότερες γυναίκες (10 %) σε σχέση με τους άνδρες (6 %) επέλεξαν να μειώσουν το ωράριο απασχόλησής τους για να αναλάβουν τη φροντίδα των παιδιών ή και άλλων συγγενών τους.

• **Οι γυναίκες αφιέρωσαν σε καθημερινή βάση περισσότερο χρόνο στην άτυπη μακροχρόνια φροντίδα.**

Το 2021, οι γυναίκες (36 %) ήταν λιγότερο πιθανό σε σχέση με τους άνδρες (43 %) να παρέχουν άτυπη μακροχρόνια φροντίδα σε ηλικιωμένους ή σε άτομα που αντιμετωπίζουν περιορισμούς λόγω υγείας. Ωστόσο, κατά τη διάρκεια της πανδημίας, περισσότερες γυναίκες (16 %) σε σχέση με τους άνδρες (13 %) αφιέρωναν πάνω από



Το νέο Διοικητικό Συμβούλιο

Πρόεδρος:
Μαρία Πιτσικάκη,
Α΄ Αντιπρόεδρος:
Ρίτσα Καλογεροπούλου
Β΄ Αντιπρόεδρος:
Ιωάννα Μηλιαράκη
Γραμματέας:
Νένα Καλογεροπούλου,
Ταμίας:
Σταματία Τσαπάκη
Μέλη:
Μαρία Κασωτάκη
Δέσποινα Ζαχαριουδάκη

πρόσβασης σε υπηρεσίες σεξουαλικής και αναπαραγωγικής υγείας έχει σοβαρές επιπτώσεις στις γυναίκες από οικονομικά μειονεκτικά περιβάλλοντα.

• Μερικοί από τους κοινωνικοπολιτιστικούς παράγοντες που εμποδίζουν τις γυναίκες και τα κορίτσια να επωφεληθούν από ποιοτικές υπηρεσίες υγείας και να επιτύχουν το καλύτερο δυνατό επίπεδο υγείας περιλαμβάνουν:

1. Άνισες σχέσεις εξουσίας μεταξύ ανδρών και γυναικών.
2. Κοινωνικοί κανόνες που μειώνουν την εκπαίδευση και τις ευκαιρίες αμειβόμενης απασχόλησης.

3. Αποκλειστική εστίαση στους αναπαραγωγικούς ρόλους των γυναικών.

4. Πιθανή ή πραγματική εμπειρία σωματικής, σεξουαλικής και συναισθηματικής βίας.

Παιδικός γάμος (παγκόσμια)

• Ο συνολικός αριθμός των παιδιών - νυφών υπολογίζεται τώρα σε 650 εκατομμύρια (συμπεριλαμβανομένων των κοριτσιών κάτω των 18 ετών που έχουν ήδη παντρευτεί και των ενήλικων γυναικών που παντρεύτηκαν στην παιδική ηλικία). Αυτό είναι περίπου το 21% όλων των νέων γυναικών παγκοσμίως.

• Κατά την τελευταία δεκαετία, το ποσοστό των νεαρών γυναικών που παντρεύτηκαν ως παιδιά μειώθηκε κατά 15% (από 1 στις 4 σε 1 στις 5).

Βία με βάση το φύλο (παγκόσμια)

- Από μια έκθεση της ΠΟΥ για το 2018: 30% (= 736 εκατομμύρια) των γυναικών σε όλο τον κόσμο έχουν υποστεί σεξουαλική βία από άτομο του περιβάλλοντός τους.
- Οι 2 περιοχές με την υψηλότερη γνωστή εξάπλωση της βίας από σύντροφο είναι η Υποσαχάρια Αφρική, όπου το 33% των γυναικών ηλικίας 15-49 ετών έχουν υποστεί IPV (Intimate Partner Violence) κατά τη διάρκεια της ζωής τους και η Νότια Ασία, με 19%. Οι νεαρές γυναίκες (15-19) επηρεάζονται περισσότερο από το IPV.

Εκπροσώπηση σε κυβερνητικό επίπεδο (παγκόσμια)

- Από τις 19 Σεπτεμβρίου 2022, υπάρχουν 28 χώρες όπου 30 γυναίκες υπηρετούν ως αρχηγοί κρατών ή κυβερνήσεων. Με τον σημερινό ρυθμό, η ισότητα των φύλων στις υψηλότερες θέσεις εξουσίας δεν θα επιτευχθεί για άλλα 130 χρόνια.
- Τα 5 χαρτοφυλάκια που κατέχονται πιο συχνά από γυναίκες υπουργούς είναι: 1) Οικογένεια / παιδιά / νέοι / ηλικιωμένοι / ΑμεΑ. Ακολουθούν: 2) Οι κοινωνικές υποθέσεις, 3) Περιβάλλον / φυσικοί πόροι / ενέργεια. 4) Απασχόληση / εργασία / επαγγελματική κατάρτιση και 5) Γυναικείες υποθέσεις / ισότητα των φύλων.

Μαρία Πιτσικάκη
Πρόεδρος
Σοροπτιμιστικού Ομίλου Ηρακλείου
«ΑΡΕΤΟΥΣΑ»



τέσσερις ώρες ημερησίως για να παρέχουν αυτού του είδους τη φροντίδα. Ως εκ τούτου, λιγότερες γυναίκες (77%) σε σχέση με τους άνδρες (85 %) αυτής της κατηγορίας συμμετείχαν σε ατομικές και κοινωνικές δραστηριότητες τρεις ή περισσότερες φορές την εβδομάδα.

• Οι διαφορές μεταξύ των φύλων όσον αφορά την κατανομή των οικιακών εργασιών υπήρξαν σημαντικές.

Το 2021 το 66 % των γυναικών -έναντι μόλις του 7 % των ανδρών- εκτελούσε εξ ολοκλήρου ή ως επί το πλείστον τις οικιακές εργασίες. Πρόκειται για την τέταρτη σημαντικότερη περίπτωση ανισότητας μεταξύ των φύλων στην ΕΕ. Κατά τη διάρκεια της πανδημίας, διπλάσιες γυναίκες (18 %) σε σχέση με τους άνδρες (9 %) ανέφεραν ότι δαπανούσαν πάνω από τέσσερις ώρες για την εκτέλεση οικιακών εργασιών.

Άνιση πρόσβαση στην εκπαίδευση (παγκόσμια)

• 129 εκατομμύρια κορίτσια δεν πηγαίνουν σχολείο σε όλο τον κόσμο

• Μόνο το 49% των χωρών έχει επιτύχει την ισότητα των φύλων στην πρωτοβάθμια εκπαίδευση

Χάσμα αμοιβών μεταξύ των φύλων (Ευρώπη)

• Στην Ευρώπη, οι γυναίκες κέρδιζαν κατά μέσο όρο 13% λιγότερα από τους άνδρες για ισοδύναμη εργασία.

• Στην ΕΕ, το 63,4% των γυναικών ηλικίας 15 έως 64 ετών έχουν δουλειά.

Πρόσβαση σε υγειονομική περίθαλψη και σεξουαλική και αναπαραγωγική υγεία (παγκόσμια)

• Ο ΟΗΕ αναφέρει ότι σχεδόν το 50% των παγκόσμιων κυήσεων είναι ακούσιες. Η έλλειψη

ChatGPT

Η σημαντικότερη ανακάλυψη της ανθρωπότητας

του Γιώργου Ατσαλάκη



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

Η μεγαλύτερη από όλες τις δυνάμεις είναι η δύναμη της ανθρώπινης καινοτομίας. Σε καμία στιγμή της ιστορίας, συμπεριλαμβανομένης της Αναγέννησης και της Βιομηχανικής Επανάστασης, αυτή η δύναμη δεν ήταν τόσο ισχυρή όσο είναι σήμερα. Η ακλόνητη εξελικτική ανάπτυξη τεχνολογιών σκέψης όπως οι υπολογιστές, τα έμπειρα συστήματα, η μηχανική μάθηση, η τεχνητή νοημοσύνη και η κβαντική υπολογιστική ξεκίνησε στα μέσα του 20ού αιώνα και θα αλλάξει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο σκεφτόμαστε και χρησιμοποιούμε αυτή τη σκέψη για να δημιουργήσουμε νέες εφευρέσεις. Τα επόμενα πέντε χρόνια θα εμφανιστούν εντυπωσιακές εξελίξεις σε πολλούς τομείς. Επειδή αυτά τα εργαλεία βοηθούν στη σκέψη σχεδόν σε όλους τους τομείς, θα δούμε επαναστατικές προόδους.

Το πρόσφατο ChatGPT ίσως είναι η μεγαλύτερη ανακάλυψη του ανθρώπου καθώς θα αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο κάνουμε τα πάντα. Στο

μέλλον οι περισσότεροι εργαζόμενοι θα εργάζονται με ψηφιακά συστήματα, τεχνητής νοημοσύνης και μηχανές-ρομπότ. Η νέα εφαρμογή τεχνητής νοημοσύνης ChatGPT δείχνει πως η μηχανική σκέψη θα αντικαταστήσει την ανθρώπινη σκέψη.

Το Chat GPT και γενικά η τεχνητή νοημοσύνη, θα αλλάξει την καθημερινή μας ζωή και το πώς θα αισθανόμαστε καθώς θα μπορούν να έχουμε έναν προσωπικό εκτελεστικό βοηθό να μας βοηθά όλη την ημέρα. Το ChatGPT εντός 5 ημέρων έφθασε στους 1 εκ χρήστες όταν στην Facebook πήρε 10 μήνες. Αυτή η τεχνολογία θα δώσει πρόσβαση σε κάθε παιδί στον πλανήτη με ελάχιστο κόστος να μπορεί να εκπαιδευτεί

Κάθε τεχνολογική επανάσταση καταργεί θέσεις εργασίας και δημιουργεί νέες. Περίπου σε μια δεκαετία θα δημιουργηθούν chatbots, που θα δουλεύουν για έναν ειδικό σε όποιον τομέα θέλετε. Η τεχνητή νοημοσύνη είναι ο τρόπος επικοινωνίας και εργασίας του μέλλοντος. Πρωτοπόρος η εταιρεία OpenAI. Με τον όρο AI (Artificial Intelligence – τεχνητή νοημοσύνη) εννοούμε τη δυνατότητα ενός υπολογιστικού συστήματος να μιμείται τις ανθρώπινες γνωστικές λειτουργίες, δηλαδή να μαθαίνει και να επιλύει προβλήματα και να συνομιλεί με τον άνθρωπο. Αυτό μπορεί να προκαλεί θαυμασμό, δέος, μεγάλη ανησυχία και φόβο, αλλά και τεράστιες ευκαιρίες.

Οι εφαρμογές του ChatGPT είναι ήδη αμέτρητες παρόλο που ακόμα βρίσκεται σε πειραματική χρήση. Εάν είστε συγγραφέας σεναρίων Youtube, μπορείτε να γράψετε σενάρια YouTube με το ChatGPT μέσα σε λίγα λεπτά. Απλώς επιλέξτε ένα θέμα και δώστε μια προτροπή στο ChatGPT. Μέσα σε δευτερόλεπτα, θα έχετε έτοιμα τα πλήρη σενάρια βίντεο.

Εάν είστε κειμενογράφος, δημιουργείτε εντυπωσιακό περιεχόμενο όπως λεζάντες, tweets, περιεχόμενο LinkedIn κ.λπ., γίνεστε 10 φορές πιο αποτελεσματικός στην κειμενογραφία σας με το ChatGPT. Απλώς δώστε μια προτροπή στο ChatGPT για να δημιουργήσετε υπέροχο περιεχόμενο.

Εάν θέλετε να γράψετε και πουλήσετε ηλεκτρονικά βιβλία, το ChatGPT μπορεί να σας βοηθήσει να γράψετε εύκολα ηλεκτρονικά βιβλία και οδηγούς πλήρους μήκους. Μπορείτε ακόμη και να δημιουργήσετε εξώφυλλα βιβλίων και εικονογραφήσεις εύκολα με εργαλεία AI δωρεάν. Αφού δημιουργήσετε ebooks, μπορείτε να τα πουλήσετε τα σε πλατφόρμες

Εάν θέλετε μεταφραστικές υπηρεσίες, δεδομένου ότι το ChatGPT είναι ένα μοντέλο μηχανικής μάθησης, μπορείτε να το χρησιμοποιήσετε για να μεταφράσετε γλώσσες. Χρησιμοποιήστε το ChatGPT για να μεταφράσετε εγχειρίδια, εκπαιδευτικό υλικό και περιγραφές προϊόντων για τους

πελάτες σας. Μπορείτε να προσφέρετε υπηρεσίες μετάφρασης σε πλατφόρμες ελεύθερων επαγγελματιών.

Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το ChatGPT με άλλα εργαλεία που υποστηρίζονται από AI για να δημιουργήσετε βίντεο και να τα πουλήσετε για να κερδίσετε χρήματα. Μπορείτε να χρησιμοποιήσετε το ChatGPT για να γράψετε ιστολόγια και άρθρα. Το κυριότερο όμως χαρακτηριστικό του ChatGPT είναι ότι οι γνώσεις του δεν πεθαίνουν. Οι γνώσεις των ανθρώπων όταν πεθαίνουν χάνονται, τις οποίες είχαν αποκτήσει με τόσες θυσίες και προσπάθειες και πολλές φορές ξοδεύοντας πολλά χρήματα. Τα παιδιά για να μάθουν την ίδια γνώση θα χρειαστούν πάνω από 20 χρόνια σπουδές και πολύ περισσότερα χρήματα. Το ChatGPT και οι παρόμοιοι αλγόριθμοι όμως δεν θα χάσουν ποτέ τις γνώσεις που έχουν συσσωρεύσει. Απλά κάθε μέρα θα μπορούν να μαθαίνουν ότι νέα γνώση εμφανίζεται, και μια μέρα θα ξέρουν κυριολεκτικά «τα πάντα».

Όμως υπάρχουν και κάποιοι φόβοι. Καθώς ο ChatGPT θα μπορεί να δώσει την πιο καθαρή, συνοπτική, γρήγορη, σοφή και με ελάχιστο κόστος απάντηση, η χρήση του θα διαδοθεί με τεράστια ταχύτητα. Αλλά, θα δημιουργήσει κοινωνικοοικονομικές συνέπειες. Ο αλγόριθμος ChatGPT είναι πιθανόν να εκτοπίσει τις μηχανές αναζήτησης πληροφοριών όπως την Google.

Τι θα συμβεί στις δουλειές, στη νομοθεσία, στα πνευματικά δικαιώματα, στα τηλεφωνικά κέντρα, στους δημοσιογράφους, στους φοιτητές στους καθηγητές, καθώς αυτός ο αλγόριθμος καταλαβαίνει και αποκρύνετε σαν άνθρωπος; Στην εκπαίδευση μπορεί να του ζητηθεί να γράψει οποιοδήποτε δοκίμιο για οποιοδήποτε θέμα. Άραγε θα μειώσει την ανάγκη για εκπαίδευση μια τέτοια τεχνολογία; Δεν ξέρουμε τις απαντήσεις αλλά είναι κάποιες σκέψεις που θα πρέπει να περάσουν από το μυαλό μας. Είναι σίγουρο όμως, ότι όσο μπορεί να ωφεληθεί στην πρόοδο των κοινωνιών, άλλο τόσο μπορεί να βλάψει τις κοινωνίες εάν χρησιμοποιηθεί χωρίς ηθικούς περιορισμούς. Οι πολιτισμένες δημοκρατίες θα μπορέσουν εγκαίρως να νομοθετήσουν την προστασία των δημοκρατιών τους και των πολιτών τους από παράνομη και επιβλαβή χρήση τέτοιων τεχνολογιών. Έτσι θα είμαστε ασφαλείς. Η γενετική τεχνητή νοημοσύνη στα χέρια ανελεύθερων καθεστώτων θα απειλήσει και θα υπονομεύσει τις δημοκρατικές κοινωνίες που με τόσο κόπο και θυσίες έχουν δημιουργηθεί. Ουσιαστικά τα αυταρχικά ανελεύθερα καθεστώτα, θα έχουν ακόμα ένα όπλο να καταδυναστεύουν τους πολίτες τους, αλλά και να εντείνουν των διαπολιτισμικό ανταγωνισμό εναντίον των χωρών με δημοκρατικά συστήματα διακυβέρνησης



Ελισάβετ Κούτα Ανδρεαδάκη
Διευθύνουσα Σύμβουλο
Butterfly Stories

Συνέντευξη

Ελισάβετ Κούτα Ανδρεαδάκη



Η Butterfly Stories Food Management είναι η 1η εταιρεία σε Ελλάδα και Κύπρο που παρέχει ολοκληρωμένες υπηρεσίες μάρκετινγκ, στρατηγικής και προώθησης για εστιατόρια, ξενοδοχεία και προϊόντα διατροφής, αυτή είναι η αποστολή μας. Κάθε επιχείρηση είναι για εμάς μια ιδιαίτερη ιστορία που για να ταξιδέψει και να φέρει τις καλύτερες αναμνήσεις στον καταναλωτή χρειάζεται μια σειρά από υπηρεσίες με στρατηγική και προγραμματισμό.

Ποιά η ανάγκη της εταιρικής προβολής και επικοινωνίας, στην σημερινή εποχή;

Στην σημερινή εποχή, όπου η πληροφορία και η τεχνολογία κάνει άλματα, η σωστή εταιρική προβολή θεωρείται εντελώς αναγκαία. και αναφέρω σωστή, γιατί οι επιχειρήσεις θα πρέπει να λάβουν υπόψιν ότι ο αποδέκτης- το κοινό τους δηλαδή αποτελεί ένα κριτή που έχει μεταξύ άλλων να δει και να αξιολογήσει πάμπολες παρόμοιες επιχειρήσεις, οπότε η σωστή καλαίσθητη και επαγγελματική τοποθέτηση τους στα κοινωνικά μέσα θεωρείται επιτακτική.

Πως προέκυψε η «Butterfly Stories»;

Η Butterfly Stories δημιουργήθηκε στο μυαλό μου όταν στην 1η μου δουρεία 22 ετών, στο ξενοδοχείο Capsis Out of the Blue, όπου είχα μνηθεί στο χώρο της εστίασης, με πάνω από 4 A la carte εστιατόρια και κεντρικό εστιατόριο αντιλήφθηκα ότι υπήρχε ένα μεγάλο κενό μεταξύ παροχής υπηρεσιών εστίασης και προβολής εργάστηκα εκεί 3 χρόνια και στα 25 μου χρόνια δημιούργησα την Butterfly Stories μια πρωτοπόρα εταιρεία στο χώρο που παρέχει αποκλειστικά ολοκληρωμένες υπηρεσίες προβολής και διαφήμισης για τους χώρους εστίασης. Αυτά τα 7 χρόνια έχουμε εργαστεί σε περισσότερα από 60 projects έχοντας ενεργούς προορισμούς που εξυπηρετούμε την Κρήτη, Μύκονο, Σαντορίνη και Κύπρο

Ποιά η σύγχρονη γαστρονομική αντίληψη στο επιχειρείν;

Όσοι εργαζόμαστε στο κομμάτι της εστίασης και γαστρονομίας πιστεύω υπάρχουν πολλά περιθώρια εξέλιξης, όμως τα τελευταία 2 χρόνια φαίνεται να γίνονται κάποιες πιο ολοκληρωμένες δουλείες. Σκοπός είναι ο πελάτης σαν τελικός αποδέκτης να

λαμβάνει την επίσκεψη του ως μια ολοκληρωμένη εμπειρία, που αυτό περιλαμβάνει τον χώρο, την προετοιμασία του γεύματος, τα υλικά τις υφές τους καταλόγους τα σουπλά την εταιρική διαδικτυακή προβολή το προσωπικό και όλες τις επιπλέον υπηρεσίες που θα πρέπει να σχεδιαστούν κατάλληλα τείνοντας σε μια ιδιαίτερη, μοναδική εμπειρία.

Ποιά προστιθέμενη αξία, προσδίδουν οι ειδικοί της προβολής στην οικονομία;

Μια συλλογική γαστρονομική ταυτότητα που βιώνει ο επισκέπτης αναβαθμίζει την εικόνα τόσο της επιχείρησης όσο και συνολικά της περιοχής, προσδίδοντας μια ιδιαίτερη εμπειρία, για το νησί, για το τόπο και την γενικότερη οικονομία. Κάθε μεμονωμένη ολοκληρωμένη δουλειά προστίθεται στην συνολική εικόνα της χώρας. Εκεί αποσκοπούν και οι υπηρεσίες μας. Στην εξέλιξη ισχυροποίηση και ανάδειξη της κάθε επιχείρησης προσδίδοντας στο προϊόν της μια προστιθέμενη αξία.

Ποιός ο σχεδιασμός της «Butterfly Stories», στην δεκαετία που διανύουμε;

Από το ξεκίνημα της η Butterfly Stories είχε σκοπό να εξελίξει τις επιχειρήσεις εστίασης, να ανάδειξη την γαστρονομική ταυτότητα και να συμβάλει σε μια ολιστική ανάπτυξη της. Μένοντας πιστοί στο όραμα μας συνεχώς εξελίσσουμε τις υπηρεσίες προσθέτουμε νέες όπως η υπηρεσία Food styling byButterfly Stories που αποτελεί εξαιρετικά ιδιαίτερη δουλειά αφού αναδεικνύει το κάθε ένα προϊόν στην καλύτερη δυνατή του μορφή! Για τα αμέσως επόμενα χρόνια έχουμε βάλει κάποιους στόχους που θα μπορούσαμε να παρουσιάσουμε πιστεύουμε μέχρι το Σεπτέμβριο.

Χρυσό Βραβείο Κυβερνοασφάλειας

Είναι η τέταρτη φορά την τελευταία τριετία που η Συνεταιριστική Τράπεζα Χανίων βραβεύεται για τις ψηφιακές τις υποδομές και υπηρεσίες, μετά και τη βράβευση του web banking και τη διπλή βράβευση του mobile app.

Η Τράπεζα Χανίων, συνεργάστηκε με την εταιρία Pylones Hellas, για να εφαρμόσει μια συνολική και αξιόπιστη στρατηγική σε επίπεδο ασφάλειας της πληροφορίας και του cybersecurity, που να μπορεί να προσφέρει τον βέλτιστο βαθμό προστασίας από κυβερνο-απειλές στις web εφαρμογές και τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες της.

Για τις ανάγκες περαιτέρω προστασίας των web services και mobile applications της Τράπεζας από τις ιδιαίτερα εξελιγμένες κυβερνοεπιθέσεις με

χρήση bots, που αποτελούν την πιο ανερχόμενη απειλή για τις ηλεκτρονικές υπηρεσίες, επιλέχθηκε ένας επιπρόσθετος μηχανισμός ασφάλειας (Distributed Cloud Bot Defense) στην ήδη εγκατεστημένη υποδομή προστασίας. Έτσι, οι εφαρμογές της Τράπεζας αποκτούν τον μέγιστο δυνατό βαθμό προστασίας από παραβιάσεις δεδομένων και οικονομικές απάτες, μπλοκάροντας μαζικές και αυτοματοποιημένες κυβερνοεπιθέσεις.

Στην τελετή απονομής που πραγματοποιήθηκε στις 07 Μαρτίου 2023 εκπροσώπησαν την Τράπεζα ο Information Security Officer κ. Μιχάλης Μπερκέτης και ο Technical Project Manager κ. Στέλιος Αθανασιάς.



Ο Πρόεδρος του Διοικητικού Συμβουλίου της Τράπεζας Χανίων, κύριος Μιχάλης Μαρακάκης εξέφρασε την ιδιαίτερη ικανοποίησή του για την απονομή του Χρυσού Βραβείου. «Τα τελευταία χρόνια επενδύουμε σημαντικά στον ψηφιακό μετασχηματισμό ώστε να προσφέρουμε καλύτερες υπηρεσίες με τη μέγιστη δυνατή ασφάλεια συναλλαγών. Κάθε διάκριση μας ανταμείβει ηθικά, συμβάλλει στο όραμά μας και μας δίνει το κίνητρο για να εξελίξουμε ακόμα περισσότερο τα προϊόντα και τις υπηρεσίες μας.»



Τουρισμός Εμπειρίας

Η αυθεντικά ζεστή υποδοχή και φιλοξενία από τους κατοίκους, η εξυπηρέτηση που γίνεται με αρχοντιά, διακριτικότητα και σεβασμό, η σχέση ποιότητας και τιμής, είναι αυτά που κάνουν τον επισκέπτη να μετρά τον χρόνο για να ξαναγυρίσει στο Ρέθυμνο, υπογραμμίζει η κυρία Πέπη Μπιρλιράκη, Αντιδήμαρχος Τουρισμού, Επιχειρηματικότητας, Εθελοντισμού και Προβολής του Δημοτικού Έργου.



Πέπη Μπιρλιράκη,
Αντιδήμαρχος Δήμου Ρεθύμνης

Πότε ιδρύθηκε η Επιτροπή Τουρισμού του Δήμου Ρεθύμνης;

Το 2007, η νέα Δημοτική Αρχή συγκρότησε την **Επιτροπή Τουρισμού**, προκειμένου να διαχειρίζεται τη δημόσια τουριστική πολιτική και την προβολή του προορισμού για τον Δήμο Ρεθύμνης, φέρνοντας σε επαφή τουριστικούς πράκτορες με τους παράγοντες Τουρισμού και ενισχύοντας τον συνεχή ανοικτό διάλογο και τη συνεργασία μεταξύ τους.

Η Επιτροπή Τουρισμού απαρτίζεται από εκπροσώπους όλων των τουριστικών φορέων (Σύλλογοι Ξενοδόχων, Ενοικιαζόμενων Δωματίων, Ενοικιαζόμενων Αυτοκινήτων, Εστίασης, Ξενοδοχοϋπαλλήλων, Διευθυντών των Ξενοδοχείων, Επαγγελματίες ξεναγοί,), καθώς και από εκπρόσωπο ΕΒΕΡ, εκπρόσωπο Περιφέρειας και εκπροσώπους του Δημοτικού Συμβουλίου. Πρόκειται για μια ομάδα ανθρώπων και επαγγελματιών, οι οποίοι συνεργάζονται και συν-δημιουργούν για να συν-διαμορφώσουν τη βιώσιμη τουριστική εικόνα του Ρεθύμνου. Στην Επιτροπή γίνονται οι συζητήσεις και οι ζυμώσεις, οι οποίες μεταφέρονται στο Δημοτικό Συμβούλιο, όπου παίρνονται οι τελικές αποφάσεις.

Η Επιτροπή Τουρισμού έχει θέσει ως βασικούς στόχους τα ακόλουθα:

- Ανάπτυξη της οικονομίας του Ρεθύμνου και ανάδειξη και προβολή της ενδοχώρας.
- Ανάπτυξη πληθώρας εναλλακτικών μορφών Τουρισμού (Φυσιολατρικός, Θρησκευτικός,

Ποδηλατικός, Αθλητικός, Θαλάσσιος και Κρουαζιέρας, Γαμήλιος, Συνεδριακός, Μαθητικός και Εκπαιδευτικός, Οινογαστρονομικός, Ψηφιακοί Νομάδες, Τουρισμός Υγείας και Ευεξίας, Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας, κ.λπ.).

- Ανάδειξη και προώθηση της τουριστικής και πολιτιστικής ταυτότητας του Ρεθύμνου στην Ελλάδα και σε όλον τον κόσμο.
- Ανάπτυξη της ευρύτερης τουριστικής αγοράς.
- Σχεδιασμός και δημιουργία νέων τουριστικών προϊόντων.
- Δράσεις βιωματικών εμπειριών για τους επισκέπτες, οι οποίες συμβάλλουν στην επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
- Εποικοδομητική συνεργασία με φορείς Τουρισμού Ελλάδας και εξωτερικού.
- Συνεργασία με τα εκπαιδευτικά ιδρύματα πάνω σε θέματα Τουρισμού.
- Σχεδιασμό και υλοποίηση Πράσινης Τουριστικής Ανάπτυξης

Μέσα από το όραμα και την πολιτική που θέτει η Επιτροπή Τουρισμού, το Τμήμα Τουρισμού Δήμου Ρεθύμνης εφαρμόζει βιώσιμες πολιτικές και πρακτικές, στοχεύοντας στην ανάπτυξη καινοτόμων τουριστικών προϊόντων με βάση την τοπική κοινωνία και το σχέδιο μάρκετινγκ που υλοποιείται και εκτελείται όλα αυτά τα χρόνια.

Ο κάθε φορέας που συμμετέχει στην Επιτροπή Τουρισμού προτείνει πρωτοβουλίες, οι οποίες περιλαμβάνουν συζητήσεις και επαφές με τοπικούς

και διεθνείς φορείς και εταίρους του κάθε κλάδου που εκπροσωπούν, με έμφαση στη συλλογικότητα, την προσφορά στον προορισμό και την ανάπτυξη, καθώς και στην εκπαίδευση των τοπικών κοινοτήτων και των τουριστικών φορέων και επιχειρήσεων σχετικά με τις ανάγκες των επισκεπτών μας.

Η Επιτροπή δίνει έμφαση στην προσπάθεια να υιοθετήσουν όλα τα μέλη της τη βιώσιμη χρήση των πόρων και την αξιοποίηση βέλτιστων πρακτικών, καθώς αποτελούν βασική προϋπόθεση για την αειφόρο ανάπτυξη του τόπου και τη δημιουργία θέσεων εργασίας. Τα μέλη της Επιτροπής φροντίζουν ώστε να διασφαλιστεί ότι τα τουριστικά προϊόντα διατηρούν την παραδοσιακή γνώση, προστατεύουν τους φυσικούς πόρους, ωφελούν οικονομικά τις κοινότητες και συμβάλλουν στη συνολική ευημερία της τοπικής κοινότητας.

Μια από τις πιο σημαντικές πρωτοβουλίες που έχει ξεκινήσει και εξελίξει η Επιτροπή Τουρισμού είναι ο εορτασμός της Παγκόσμιας Ημέρας Τουρισμού (27 Σεπτεμβρίου), όπου προσκαλεί και βραβεύει τους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες που επιλέγουν το Ρέθυμνο για πολλά χρόνια ως προορισμό των διακοπών τους, ενώ, στην ίδια εκδήλωση, έχουν βραβευτεί και Ρεθυμνιώτες επαγγελματίες για την προσφορά τους στον Τουρισμό.

Ποιες οι διεθνείς σχέσεις της Επιτροπής;

Η Επιτροπή Τουρισμού Δήμου Ρεθύμνης ανοίγει ορίζοντες και δίνει προοπτικές συνεργασίας σε όλο

το φάσμα των επιχειρηματιών του Τουρισμού του τόπου, προβάλλει την ταυτότητα του προορισμού και προωθεί το τουριστικό προϊόν, καλλιεργώντας την εξωστρέφεια και τη συμμετοχή στο παγκόσμιο περιβάλλον, μέσω:

- Των Εκθέσεων Τουρισμού και των Road Shows σε Ευρώπη, Αμερική και Ασία, με τις συναντήσεις B2B και τις παρουσιάσεις.
- Των ταξιδιών εξοικείωσης πρακτόρων, δημοσιογράφων, influencers και συνεργατών.
- Των Ευρωπαϊκών Προγραμμάτων ποικίλων αντικειμένων, όπως Βιώσιμη Κινητικότητα, Ανάπτυξη, ανταλλαγές μαθητών-σπουδαστών-φοιτητών, δράσεις φορέων, κ.ά.
- Των αδελφοποιήσεων με διάφορες πόλεις του εξωτερικού.
- Των καλλιτεχνικών δράσεων με διεθνείς καλλιτέχνες και με διεθνές κοινό.
- Των καταχωρήσεων σε διεθνή MME Τουρισμού και μέσων μεταφοράς.
- Των συνεδρίων του Πανεπιστημίου Κρήτης και άλλων Ιδρυμάτων.
- Των συνεργασιών με τις διεθνείς κοινότητες αλλοδαπών στο Ρέθυμνο, καθώς και ομογενών σε όλον τον κόσμο.

Ποια η σύνδεση του Πρωτογενούς με τον Τριτογενή Τομέα;

Ο Πρωτογενής Τομέας στο Ρέθυμνο, αλλά και σε ολόκληρο το νησί μας, είναι ένας από τους ισχυ-



ρότερους πυλώνες ανάπτυξης και εξέλιξης, και ο Τουρισμός έχει την ευκαιρία να φέρει κοντά τις τοπικές κοινωνίες, ώστε να αποκτήσουν την αίσθηση της συμμετοχής, της κοινότητας, της υπερηφάνειας και της προσφοράς.

Η ουσιαστική σύνδεση Πρωτογενούς Τομέα και Τουρισμού αποτελεί πάντα προτεραιότητα για τον Δήμο Ρεθύμνης και βασικό στόχο πληθώρας δράσεων και θεσμών. Το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα είναι η Γιορτή Κρασιού, η οποία ξεκίνησε το 1958 ως κοινωνική καλοκαιρινή ψυχαγωγική εκδήλωση και αναδιοργανώθηκε το 2009 από το Δήμο ως Γιορτή Κρητικών Παραδοσιακών Προϊόντων. Σήμερα, η Γιορτή Κρητικής Διατροφής αποτελεί τη «μετεξέλιξη» δύο εκδηλώσεων σε μια κοινή προσπάθεια: της Γιορτής Κρασιού του Δήμου Ρεθύμνης και της Αγροτουριστικής Συνεργασίας της Περιφερειακής Ενότητας Ρεθύμνης, με συμμετοχή και του Επιμελητηρίου.

Στο πλαίσιο της Γιορτής, οι τοπικοί παραγωγοί εκθέτουν τα προϊόντα τους παράλληλα με διάφορες δράσεις και εκδηλώσεις οινογαστρονομικού, πολιτιστικού και εκπαιδευτικού χαρακτήρα, όπως γευσιγνωσίες, θεατρικές και μουσικές παραστάσεις, εικαστικά δρώμενα, σεμινάρια, ημερίδες, κ.ά., για

όλες τις ηλικίες.

Μέσω του συγκεκριμένου θεσμού, κάτοικοι και επισκέπτες γνωρίζουν τα προϊόντα του νησιού μας, την κρητική διατροφή και τον κρητικό τρόπο ζωής, έρχονται σε άμεση επαφή με την τοπική ιστορία, την κουλτούρα και την κρητική φιλοξενία και, κατόπιν, αποτελούν πρεσβευτές της Κρήτης στους δικούς τους τόπους, καθώς προβάλλουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τον προορισμό μας.

Αντίστοιχη περίπτωση αποτελούν και οι δράσεις στο πλαίσιο της διάκρισης του Ρεθύμνου ως Ευρωπαϊκή Πόλη Κρασιού 2018 από το Ευρωπαϊκό Δίκτυο Οινικών Πόλεων RECEVIN, οι οποίες συνέβαλαν αποφασιστικά στην καθιέρωση του Ρεθύμνου ως έναν οινογαστρονομικό προορισμό, ο οποίος συνδυάζει τις κατάλληλες υποδομές φιλοξενίας, τη γαστρονομική παράδοση, την ιστορική οινική κουλτούρα, την εξαιρετική πρώτη ύλη του Κρητικού Αμπτελώνα και το φυσικό περιβάλλον. Οι πολιτιστικοί θεσμοί που προέκυψαν από τη διάκριση αυτή, όπως το **Wines @ Fortezza** (Έκθεση κρητικού κρασιού στο Φρούριο Φορτέτσα με τη συμμετοχή των μελών του Δικτύου Wines of Crete) και η **Εβδομάδα Κρητικού Κρασιού** σε συνεργασία με τις επιχειρήσεις Εστίασης και Αναψυχής του

Ρεθύμνου, καθώς και οι δράσεις που πραγματοποιήθηκαν τόσο στην πόλη όσο και στους οικισμούς, κατάφεραν να αναδείξουν τη γαστρονομική και οινική μας παράδοση, συνδέοντας το Ρέθυμνο με την ενδοχώρα και κάνοντας την περιοχή μας να ανταποκριθεί αποτελεσματικά στις απαιτήσεις τόσο της τουριστικής Αγοράς όσο και στις διατροφικές ανάγκες και τάσεις της παγκόσμιας Αγοράς.

Επιπλέον, πληθώρα δράσεων πραγματοποιούνται καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου στην ενδοχώρα του Ρεθύμνου, με στόχο την άμεση επαφή των επισκεπτών με την πρώτη ύλη της κρητικής γης και τη δημιουργία αντίστοιχων εμπειριών: μαθήματα και διαγωνισμοί ελληνικής και κρητικής κουζίνας, ορεινές διαδρομές με συνοδούς βουνού και ξενάγηση στη χλωρίδα και πανίδα της Κρήτης, γευσιγνωσίες σε φούρνους, τυροκομεία, ελαιοτριβεία, μελισσοκήπους, φάρμες, μιτάτα, γνωριμία με το κρητικό κρασί και τη ρακή, γνωριμία με τα μοναστήρια μας και την καλογερική διατροφή, γαστρονομικές διαδρομές και γνωριμία με ιδιαίτερα προϊόντα, όπως το χαρούπι και τα κρητικά βότανα, δράσεις από το Κέντρο Κρητικής Γαστρονομίας στην Αργυρούπολη, κ.ά. Οι δράσεις αυτές συμπληρώνονται με τις εξαιρετικές υπηρεσίες υποδοχής και φιλοξενίας της ενδοχώρας μας.

Άλλωστε, ο Δήμαρχος Ρεθύμνης, ως πρόεδρος του συλλόγου Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης (ΣΕ-ΔΗΚ), ασχολείται με το ελαιόλαδο και την διαχείρισή του, όπως και με το σύλλογο Κτηνοτρόφων και τα προϊόντα τους, προσπαθώντας να φέρει σε άμεση επικοινωνία Πρωτογενή με Τριτογενή τομέα και να έχουμε κατανάλωση των τοπικών προϊόντων από τις επισιτιστικές τοπικές μονάδες κάθε είδους.

Ο Τουρισμός Υπαίθρου, ο Οίνο-γαστρονομικός Τουρισμός και ο Αγροτουρισμός, λοιπόν, είναι βιώσιμες μορφές Τουρισμού, στις οποίες ο Δήμος Ρεθύμνης έχει επενδύσει και θα συνεχίσει να επενδύει, πάντα συνεργαζόμενος με τις τοπικές κοινότητες για μια υπεύθυνη και αειφόρο αξιοποίηση του φυσικού περιβάλλοντος και της ιδιαίτερης πολιτισμικής ταυτότητας της ενδοχώρας μας.

Η Κρήτη μπορεί να γίνει κέντρο τουριστικής εκπαίδευσης;

Παρόλο που η τουριστική εκπαίδευση οφείλει να αποτελεί τη βάση πάνω στην οποία στηρίζεται και αναπτύσσεται η τουριστική δραστηριότητα, είναι αξιοσημείωτο το γεγονός ότι, παγκοσμίως, το 50% των επαγγελματιών του Τουρισμού είναι είτε απόφοιτοι δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης είτε διαθέτουν μόνο βασικές δεξιότητες (soft skills).

Το Ρέθυμνο αιτεί και απαιτεί να αποκτήσει Σχολή Ανωτάτων Σπουδών στον Τουρισμό, εφόσον είναι η Βάση του Πανεπιστημίου Κρήτης και συνδυάζει σχολές που αδελφώνουν άριστα με το

αντικείμενο: Οικονομικό, Ανθρωπιστικές σπουδές, Πολιτικές επιστήμες, φιλολογίες 6 γλωσσών, Ιστορία-Αρχαιολογία, Παιδαγωγικό κα. Λειτουργεί δε και η Σχολή Ξεναγών του Υπουργείου Τουρισμού.

Οι πλούσιες τουριστικές επαγγελματικές υποδομές μπορούν να είναι άριστο έδαφος για πρακτική άσκηση και για σταδιοδρομία των φοιτητών.

Δυστυχώς, αν και θα έπρεπε να επενδύσει το κράτος πάνω στην εκπαίδευση των Τουριστικών επαγγελματιών, δεν υπάρχει καμία σοβαρή εξέλιξη σ' αυτόν τον Τομέα, ο οποίος θεωρούμε ότι θα προσφέρει κύρος και σταθερότητα στο επάγγελμα και θα βοηθήσει στην έλλειψη προσωπικού που μαστίζει τον επιχειρηματικό κόσμο στα χρόνια μας.

Η καινοτομία προσδίδει αξία στη φιλοξενία;

Η καινοτομία αποτελεί απαραίτητη προϋπόθεση για τον τομέα της Φιλοξενίας, ώστε να μπορέσει να ακολουθήσει τις νέες τάσεις και εξελίξεις του σύγχρονου τουριστικού γίνεσθαι, κυρίως στη μετά-Covid εποχή, στην οποία οι επισκέπτες πλέον λαμβάνουν σοβαρά υπόψη τα ευρήματά τους στο διαδίκτυο, τις μηχανές αναζήτησης και τα social media, σε κάθε βήμα της αγοραστικής διαδικασίας και στη λήψη αποφάσεων.

Υλοποιώντας τη στρατηγική επικοινωνία του τουριστικού προϊόντος, το Ρέθυμνο μπήκε δυναμικά στην νέα αυτή εποχή, μέσω της δημιουργίας μιας αμιγώς τουριστικής πλατφόρμας, το **www.rethymno.guide**. Πρόκειται για τον επίσημο τουριστικό ηλεκτρονικό οδηγό της περιοχής μας, όπου, με τη δημιουργία περιεχομένου, το οποίο και αναρτάται, καλύπτονται σε μεγάλο βαθμό οι προσδοκίες των επισκεπτών σε σχέση με τη διαδικασία προετοιμασίας των διακοπών τους. Επιπλέον, δημιουργούνται συναισθήματα και εμπειρίες μέσα από τις προσωποποιημένες υπηρεσίες που παρέχονται και καλύπτουν ένα μεγάλο φάσμα θεματικών και πληροφοριών.

Στη σύγχρονη αυτή ηλεκτρονική πλατφόρμα παρουσιάζεται η αυθεντική εικόνα της πόλης, καθώς, εκτός από τα σημεία ιστορικού και πολιτιστικού ενδιαφέροντος, προβάλλονται και τα άυλα στοιχεία που διαμορφώνουν την παράδοση, την κουλτούρα και την ιστορία των ανθρώπων, ενώ αναπτύσσεται και εξελίσσεται το Place Branding, που αποτελεί το βασικό εργαλείο σχεδιασμού και προβολής του Ρεθύμνου. Με αυτόν τον τρόπο, έχοντας ως στόχο την προσέλκυση του ενδιαφέροντος του κοινού, δόθηκε έμφαση στην πολυγλωσσία (ελληνικά, αγγλικά, γερμανικά, γαλλικά, ιταλικά, πολωνικά, κινέζικα και ρωσικά), στο άμεσο και μεστό περιεχόμενο και στο οπτικοακουστικό υλικό. Η χρήση σύγχρονων τρόπων προσέγγισης στα κείμενα και στα μηνύματα προώθησης, στοχεύει να δημιουργήσει πιστό κοινό ακολούθων και ενεργή συμμετοχή - αλληλεπί-



δραση των επισκεπτών.

Με δεδομένο ότι ο **Τουρισμός εμπειρίας** αποτελεί ζητούμενο τα τελευταία χρόνια, με τους επισκέπτες να αποζητούν έναν συνδυασμό που θα τους επιτρέψει να πάρουν μια γεύση από την αυθεντική ζωή του προορισμού που επισκέπτονται, η ηλεκτρονική μας πλατφόρμα ανανεώνεται συχνά, προβάλλοντας όλες τις εναλλακτικές μορφές Τουρισμού που διαθέτουμε, ώστε να έχουν οι επισκέπτες μας όχι μόνο πλήρη εικόνα σχετικά με το τι μπορούν να κάνουν στο Ρέθυμνο, αλλά και μια διαφορετική εκδοχή για τις διακοπές τους: μια ωραία βόλτα με ποδήλατο στην ενδοχώρα βλέποντας τα αξιοθέατα, τις βυζαντινές εκκλησίες, τα μοναστήρια, τους αμπελώνες και τους ελαιώνες, μια ρακή ή ένας καφές σε ένα καφεενεδάκι στα πανέμορφα χωριά μας, είναι αυθεντικές εμπειρίες, οι οποίες, πραγματικά μένουν στη μνήμη με όλες τις αισθήσεις. Η καινοτομία και η τεχνολογία, λοιπόν, γίνονται αναπόσπαστο κομμάτι της ανάδειξης της ιδιαιτερότητας μας ταυτότητας.

Η «μετάβαση» του Ρεθυμνιώτικου Τουρισμού στην καινοτομία, τις νέες τεχνολογίες και τις νέες τάσεις, περιλαμβάνει και τα Κέντρα Πληροφόρησης Επισκεπτών (info-point) του Δήμου Ρεθύμνης, με στόχο την εξυπηρέτηση και ενημέρωση των επισκεπτών της πόλης και την παροχή πληροφοριών τουριστικού περιεχομένου και έντυπου πληροφοριακού υλικού. Αναγνωρίζοντας τις ανάγκες και τις προσδοκίες των επισκεπτών μας, προχωρήσαμε στη δημιουργία QR Codes για την ανάκτηση ηλεκτρονικών πληροφοριών χρησιμοποιώντας τα smartphones, ενώ, με την προγραμματισμένη εγκατάσταση ψηφιακών περιπτέρων ενημέρωσης και πληροφοριών (digital kiosks), θα παρέχεται

κάθε είδους πληροφορία, από δρομολόγια πλοίων, λεωφορείων και αεροπορικών πτήσεων μέχρι προγράμματα μουσικών, θεατρικών παραστάσεων και διαθεσιμότητα εισιτηρίων πολιτιστικών και αθλητικών δράσεων και εκδηλώσεων.

Με τα παραπάνω αλλά και ότι άλλο χρειαστεί ελπίζουμε να κατακτήσουμε και τον τομέα των **Digital Nomads**, το ιδιαίτερο είδος επισκεπτών μακράς διάρκειας που γιγαντώνεται μετά την συνθήκη του Covid19 και μας ενδιαφέρει πολύ, γιατί πρόκειται για επισκέπτες όλο το χρόνο.

Ρέθυμνο: Τουριστικός Προορισμός. Γιατί;

Ρέθυμνο: 12μηνος τουριστικός προορισμός. Το Ρέθυμνο έχει ήδη αποδείξει ότι μπορεί να ανταποκριθεί στις προκλήσεις της νέας εποχής, καταφέροντας να αναπτύξει σχεδόν κάθε εναλλακτική μορφή Τουρισμού. Διατηρώντας απόφια τα στοιχεία της αυθεντικότητας της τουριστικής εμπειρίας, προσφέρει επιλογές για κάθε ηλικία και προϋπολογισμό, καθώς και για πληθώρα ενδιαφερόντων των επισκεπτών, 12 μήνες τον χρόνο.

Με ένα εξαιρετικό φυσικό περιβάλλον με εναλλαγές τοπίων και φιλόξενες θερμοκρασίες κάθε εποχή, με μια ενδοχώρα με αναρίθμητες ευκαιρίες εξερεύνησης και με έναν πολύτιμο Πρωτογενή Τομέα σε άμεση σύνδεση με τον Τουρισμό, το Ρέθυμνο ανταγωνίζεται επάξια αντίστοιχους ευρωπαϊκούς και διεθνείς προορισμούς, διαθέτοντας ταυτόχρονα, άριστης ποιότητας υποδομές Φιλοξενίας (τόσο στην πόλη όσο και στην ενδοχώρα) και άρτια εκπαιδευμένο προσωπικό.

Επιπλέον, το Ρέθυμνο αποτελεί ήδη έναν βραβευμένο προορισμό, πρότυπο Βιώσιμης Ανάπτυξης, προσβασιμότητας και ασφάλειας, και

έχει ως απώτερο στόχο να γίνει μια υποδειγματική «έξυπνη» πόλη, βασισμένη σε καινοτόμες λύσεις, τεχνολογίες και επενδύσεις. Ο Τουρισμός χωρίς αποκλεισμούς, το βιώσιμο και χωρίς άγχος περιβάλλον για κατοίκους και επισκέπτες και οι ίσες ευκαιρίες για συμμετοχή σε κάθε είδους τουριστικές εμπειρίες, αποτελούν πάντα προτεραιότητα τόσο για τους Φορείς του Τουρισμού όσο και για τους επιχειρηματίες της Φιλοξενίας, όπως έχει αποδειχθεί από την αλλαγή συμπεριφοράς, τακτικών και σχεδιασμού των τελευταίων ετών.

Η άμεση και διαρκής σύνδεση Πολιτισμού και Τουρισμού (δράσεις και εκδηλώσεις καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, όπως το Ρεθεμνιώτικο Καρναβάλι και το Αναγεννησιακό Φεστιβάλ, διεξαγωγή όλων των δράσεων σε σημεία ιστορικού ενδιαφέροντος, κ.λπ.), η **φιλοξενία αθλητικών και πολιτιστικών διοργανώσεων παγκόσμιας εμβέλειας κάθε εποχή του χρόνου** (Socca 2020, Golden Age Festival, Oceanman 2022, Rethymno Bike Friendly Days, Isoman Trimore, κ.λπ.), οι **ποικίλες χειμερινές δραστηριότητες** (μαθήματα ελληνικής μυθολογίας, ιστορίας, ελληνικών και κρητικών χορών, αργυροχρυσοχοΐας, κεραμικής και ζωγραφικής, ελληνικής και κρητικής κουζίνας, μαγειρέματα με κατοίκους των χωριών, βόλτες και ξεναγήσεις σε παλιά επαγγέλματα, ορεινές διαδρομές με συνοδούς βουνού και ξενάγηση στη

χλωρίδα και πανίδα, γευσιγνωσίες σε φούρνους, τυροκομεία, ελαιοτριβεία, μελισσόκηπους, φάρμες, μιτάτα, γνωριμία με το κρητικό κρασί και τη ρακή, γνωριμία με τα μοναστήρια μας και τις χειροτεχνίες τους, την καλογερική διατροφή και τις συνταγές τους, συμμετοχή σε ανασκαφές αρχαιολογικών χώρων, επισκέψεις στο Πανεπιστήμιο Κρήτης και τη βιβλιοθήκη του, ξεναγήσεις στο Ιστορικό Κέντρο και στα πολυπληθή μνημεία - μουσεία στην πόλη, συμμετοχή σε εθελοντικές δράσεις του δικτύου ΡΕΘελοντώ του Δήμου Ρεθύμνης, κ.ά.), η **συνεχής ακαδημαϊκή - ερευνητική δραστηριότητα και οι ανταλλαγές μαθητών και φοιτητών, οι πολυάριθμες επιλογές ψυχαγωγίας, διασκέδασης και αγορών** για κάθε ηλικία, είναι μερικά μόνο από τα στοιχεία που κάνουν το Ρέθυμνο έναν ζωντανό, σύγχρονο και βιώσιμο προορισμό, 12 μήνες τον χρόνο.

Πάνω απ' όλα όμως, ένα είναι το συγκριτικό μας πλεονέκτημα, όπως λένε οι επισκέπτες μας:

Οι Άνθρωποι!

Η αυθεντικά ζεστή υποδοχή και φιλοξενία από τους κατοίκους.

Η εξυπηρέτηση που γίνεται με αρχοντιά, διακριτικότητα και σεβασμό.

Που δίνει νόημα στο value-for-money

Τέλος, όλα αυτά που σε κάνουν να μετράς το χρόνο για να ξαναγυρίσεις.....



Αποτύπωση Επιχειρηματικού Κλίματος 2023

του Δρ Αλέξανδρου Αποστολάκη

Μια Εισαγωγή

Με αφορμή τις ημέρες καριέρας που πραγματοποιήθηκαν πριν από λίγο καιρό στο Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο και διοργάνωσε το Γραφείο Διασύνδεσης του πανεπιστημίου, υλοποιήθηκε μια προσπάθεια αποτύπωσης του επιχειρηματικού κλίματος στην Ελλάδα και την Κρήτη (ΕΛΜΕΠΑ). Η προσπάθεια αυτή υλοποιήθηκε μέσω ενός σύντομου ερωτηματολογίου που απευθυνόταν στις επιχειρήσεις που έλαβαν μέρος στις ημέρες καριέρας. Συνολικά, την περίοδο 3 και 4 Νοεμβρίου 2022, συμμετείχαν στις ημέρες καριέρας του ΕΛΜΕΠΑ 70 επιχειρήσεις από ολό το φάσμα της επιχειρηματικής κοινότητας της Κρήτης προσφέροντας παραπάνω από 130 διαφορετικές θέσεις εργασίας και πρακτικής άσκησης. Περίπου 600 φοιτητές, -τριες και απόφοιτοι του πανεπιστημίου συμμετείχαν στις ημέρες καριέρας, ενώ το 40% των επιχειρήσεων δήλωσαν ότι βρίσκονται σε διαδικασία συνεντεύξεων για πρόσληψη με άτομα τα οποία γνώρισαν στη διάρκεια του διημέρου.

Η έρευνα που πραγματοποιήθηκε κατά τη διάρκεια των εκδηλώσεων εστίασε στην αποτύπωση του επιχειρηματικού κλίματος από την πλευρά των επιχειρήσεων που συμμετείχαν. Πιο συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες και οι εκπρόσωποι των επιχειρήσεων ερωτήθηκαν για το πως διαβλέπουν την πορεία της Ελληνικής και Κρητικής οικονομίας για το πρώτο εξάμηνο του 2023, για το δεύτερο εξάμηνο του 2023 και συνολικά για το 2023. Επίσης, κλήθηκαν να προσδιορίσουν τους παράγοντες που θα επηρεάσουν την ανάπτυξη της οικονομίας στη Κρήτη το επόμενο έτος (2023), καθώς και τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις στη παρούσα φάση. Συνολικά, στην έρευνα πήραν

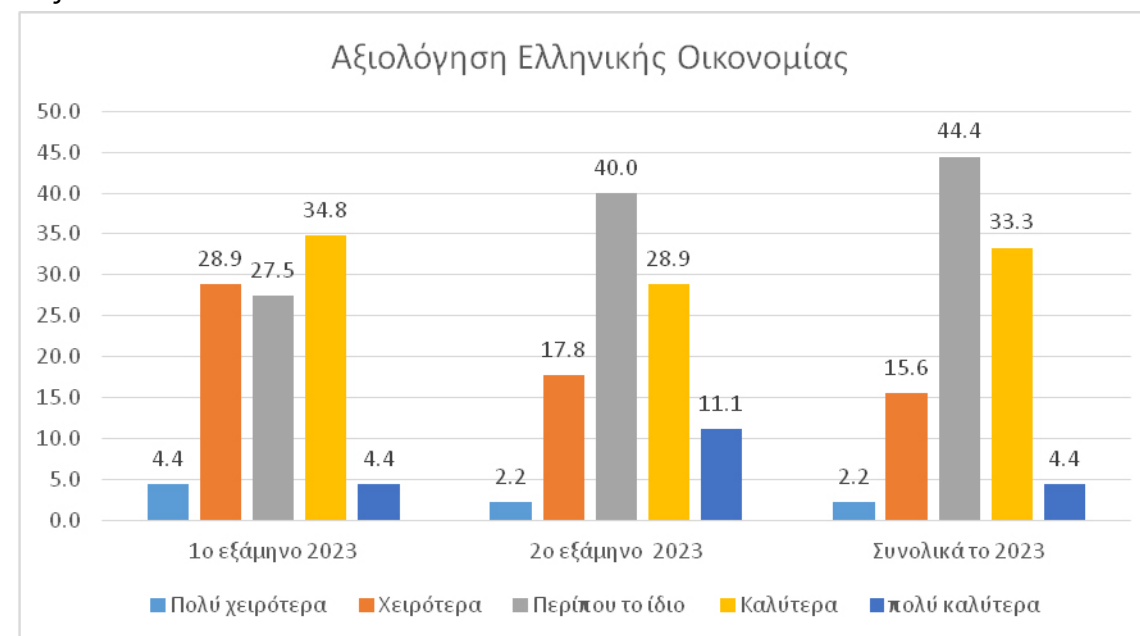


Δρ Αλέξανδρος Αποστολάκης
Αναπλ. καθηγητής, Τμ. Διοίκησης
Επιχειρήσεων και Τουρισμού,
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

μέρος 53 από τις 70 επιχειρήσεις που συμμετείχαν στις ημέρες καριέρας.

Αξιολόγηση Ελληνικής Οικονομίας

Συμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας που πραγματοποιήθηκε και παρουσιάζονται στο γράφημα 1 παρακάτω, περίπου το 35% των επιχειρηματιών θεωρεί ότι το 1ο εξάμηνο του 2023 τα πράγματα θα είναι καλύτερα από το αντίστοιχο 1ο εξάμηνο του 2022. Το ενδιαφέρον εδώ είναι ότι τα ποσοστά των επιχειρηματιών που διαβλέπουν ότι τα πράγματα θα είναι περίπου τα ίδια με το αντίστοιχο περσινό εξάμηνο είναι το ίδιο με αυτό των επιχειρηματιών που έχουν μια πιο απαισιόδοξη άποψη για το μέλλον (περίπου 28% και στις δύο περιπτώσεις). Το ίδιο ακριβώς συμβαίνει και με τους επιχειρηματίες που βρίσκονται στα δύο άκρα της κλίμακας.



Γράφημα 1: Αξιολόγηση Ελληνικής Οικονομίας

Αξιολόγηση Κρητικής Οικονομίας

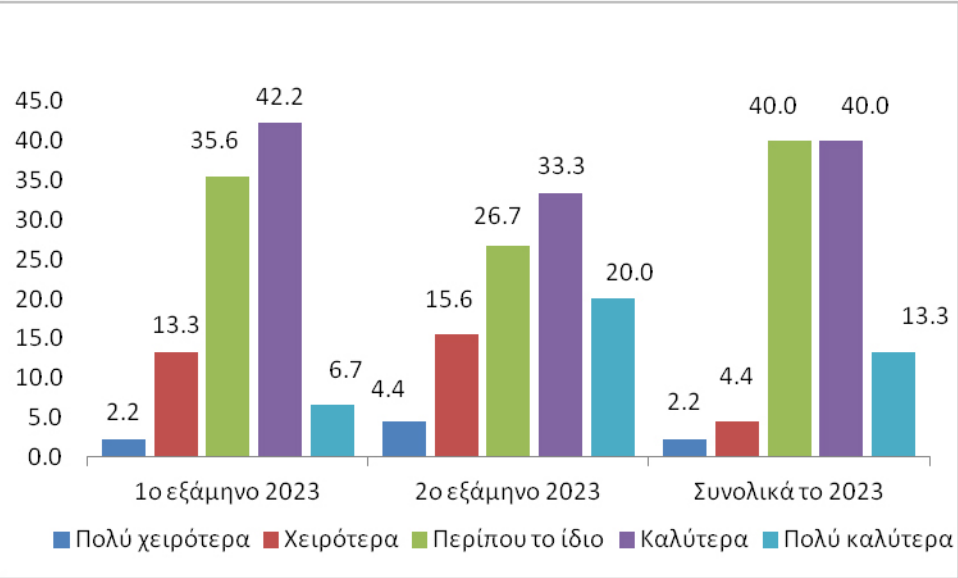
Το γράφημα 2 παρακάτω συνοψίζει τις απόψεις των επιχειρηματιών αναφορικά με τις προσδοκίες τους για τη πορεία της Κρητικής οικονομίας για το 2023. Με βάση τα αποτελέσματα παρατηρούμε σημαντικές ομοιότητες αλλά και μικρές διαφοροποιήσεις στις απόψεις των συμμετεχόντων. Για παράδειγμα, όπως και στη περίπτωση της χώρας παραπάνω, έτσι και εδώ οι επιχειρηματίες έδειξαν ότι διατηρούν μια θετική εικόνα για το 1ο εξάμηνο του 2023, σε σχέση με το αντίστοιχο 1ο εξάμηνο του 2022. Μάλιστα, τα ποσοστά στη περίπτωση της Κρήτης είναι αρκετά μεγαλύτερα σε σχέση με τα αντίστοιχα της χώρας. Συγκριτικά δηλαδή, οι επιχειρηματίες δείχνουν μια μεγαλύτερη τάση

Αναφορικά με το 2ο εξάμηνο του 2023, οι απόψεις φαίνεται να διαφοροποιούνται αισθητά. Παρατηρούμε ότι τα 2/5, το 40% δηλαδή των ερωτώμενων, έχει μια πιο συγκρατημένη άποψη για το μέλλον της Ελληνικής οικονομίας, αν και βέβαια το ποσοστό αυτών που θεωρούν ότι το οικονομικό κλίμα στην Ελλάδα το 2ο εξάμηνο του 2023 θα είναι καλύτερο από αυτό του αντίστοιχου εξαμήνου του 2022 είναι αρκετά αυξημένο στο 11%. Περίπου η ίδια εικόνα αποτυπώνεται και συνολικά για το 2023, με το 44,5% των επιχειρηματιών να έχουν μάλλον περιορισμένες προσδοκίες για την πορεία της Ελληνικής οικονομίας. Και εδώ βέβαια να σημειώσουμε το σχετικά υψηλό ποσοστό (το 1/3 των ερωτώμενων επιχειρηματιών) που διαβλέπουν μια πιο θετική προοπτική για την Ελληνική οικονομία το 2023 συνολικά.

αισιοδοξίας για τις προοπτικές της περιφερειακής οικονομίας, σε σχέση με την εθνική οικονομία για το 1ο εξάμηνο του έτους. Αναφορικά με το 2ο εξάμηνο του έτους, περίπου ένας στους τρεις συμμετέχοντες (33%) έχει μια θετική εικόνα για το μέλλον, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι ένας στους πέντε επιχειρηματίες (20%) θεωρεί ότι το επιχειρηματικό κλίμα στη Κρήτη στο 2ο μισό του χρόνου θα είναι πολύ καλύτερο από την αντίστοιχη περίοδο του περσινού έτους. Διαβλέπουμε δηλαδή μια μεγαλύτερη αισιοδοξία μεταξύ των επιχειρηματιών αναφορικά με την πορεία της οικονομίας στη Κρήτη το 2ο εξάμηνο του έτους, σε σχέση με τις προβλέψεις τους για τη πορεία της οικονομίας της χώρας συνολικά για την αντίστοιχη περίοδο.

Τέλος, και αναφορικά με το σύνολο τού έτους, παρατηρούμε ότι υπάρχει απόλυτη ισοροπία μεταξύ αυτών που θεωρούν ότι το οικονομικό κλίμα στη Κρήτη θα παραμείνει στα ίδια επίπεδα με το περασμένο έτος, και αυτούς που έχουν περισσότερο θετικές προσδοκίες. Σε σχέση με την εικόνα που παρουσιάστηκε στο γράφημα 1 παραπάνω, οι επιχειρηματίες εξακολουθούν να διατηρούν επιφυλάξεις αναφορικά με την πορεία της Κρητικής

οικονομίας, αλλά την ίδια στιγμή φαίνεται να είναι και περισσότερο αισιόδοξοι, όταν συγκρίνουμε τις απόψεις τους για την οικονομία της χώρας συνολικά. Την ίδια στιγμή το ποσοστό των επιχειρηματιών που έχουν πολύ θετικές εκτιμήσεις για το επιχειρηματικό κλίμα στην οικονομία της Κρήτης είναι σημαντικά υψηλότερο σε σχέση με τις εκτιμήσεις για το επιχειρηματικό κλίμα στην Ελλάδα για το 2023 (13.3% έναντι 4.4%).



Γράφημα 2: Αξιολόγηση Κρητικής Οικονομίας

Ευκαιρίες και Απειλές

Ταυτόχρονα με την αποτύπωση των τάσεων για το επιχειρηματικό κλίμα σε Ελλάδα και Κρήτη αντίστοιχα, οι επιχειρηματίες κλήθηκαν να προσδιορίσουν τους παράγοντες που θα καθορίσουν την τύχη των επιχειρήσεων τους για το 2023. Ξεκινώντας από τις απειλές, τους παράγοντες δηλαδή που θεωρούν ότι θα δημιουργήσουν προβλήματα για την υγιή ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρηματιών εστίασε στην έλλειψη (καταρτισμένου) προσωπικού. Ανεξάρτητα τον τομέα οικονομικής δραστηριότητας της επιχείρησης, οι συμμετέχοντες σχεδόν ομόφωνα συμφώνησαν ότι η έλλειψη ανθρώπινου δυναμικού θα είναι η βασική πηγή προβλημάτων για τις επιχειρήσεις τους για το 2023. Παρατηρούμε δηλαδή ότι το πρόβλημα του ανθρώπινου δυναμικού δεν περιορίζεται μόνο σε επιχειρησείς παροχής υπηρεσιών (π.χ., τουρισμός) όπως αρχικά διαφαινόταν, αλλά σιγά - σιγά εξελίσσεται σε βαρύδι και για επιχειρήσεις σε άλλους τομείς της οικονομίας. Επίσης, παρατηρούμε ότι το πρόβλημα ξεκίνησε να γίνεται ευρύτερα αντιληπτό αρκετά νωρίς.

Η γραφειοκρατία και οι καθυστερήσεις που

δημιουργεί για τις επιχειρήσεις, και οι υψηλές τιμές έπονται σε σημαντικότητα. Ειδικά για τις τιμές – ακρίβεια, οι επιχειρηματίες τόνισαν το υψηλότερο κόστος πρώτων υλών, το ενεργειακό κόστος καθώς και την υψηλή φορολογία. Σε χαμηλότερη θέση στη λίστα, οι συμμετέχοντες ανέφεραν την ανάγκη για βελτίωση των υποδομών στη Κρήτη και την έλλειψη ευκαιριών χρηματοδότησης.

Από την άλλη πλευρά, όταν ρωτήθηκαν αναφορικά με τους παράγοντες που θα συμβάλουν στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων τους στο μέλλον, οι περισσότεροι εστίασαν στην ανάπτυξη των μεγάλων έργων υποδομών που έχουν ξεκινήσει στη Κρήτη (χαρακτηριστικά παραδείγματα BOAK και νέο διεθνές αεροδρόμιο Ηρακλείου), καθώς και σε μικρότερης σημασίας - περιφερειακά έργα. Παρατηρούμε δηλαδή ότι η σημασία που αποδίδουν οι επιχειρηματίες στις υποδομές είναι εξαιρετικά σημαντική για τη βιωσιμότητα των επιχειρήσεων τους. Στη συνέχεια, αρκετά ψηλά στη λίστα των ευκαιριών, οι συμμετέχοντες ανέφεραν τις δυνατότητες που προσφέρει η ανάπτυξη του συμπλέγματος «τουρισμός – αγροτικός τομέας». Εδώ παρατηρούμε, πιθανά και λόγω της σύστασης της

Κρητικής οικονομίας, την επίδραση του τριτογενή και πρωτογενή τομέα, συνολικά στην οικονομία της Κρήτης. Με άλλα λόγια, μια θετική πορεία της τουριστικής και αγροτικής οικονομίας στη Κρήτη θα συμπαρασύρει (θετικά) και τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην περιφέρεια. Αυτό είναι ένα εύρημα που δείχνει την έμμεση συμβολή των δυο αυτών οικονομικών δραστηριοτήτων στην περιφερειακή οικονομία. Τέλος και με βάση τις απαντήσεις των συμμετεχόντων στην έρευνα, η πολιτική σταθερότητα σε εθνικό όσο και στο διεθνές περιβάλλον θεωρείται ως η τρίτη βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων.

Συνοπτικά, τα αποτελέσματα από την έρευνα αποτύπωσης του επιχειρηματικού – οικονομικού κλίματος στη Κρήτη καταδεικνύουν αρχικά ένα μεγαλύτερο βαθμό αισιοδοξίας αναφορικά με τη πορεία της Κρητικής οικονομίας για το 2023, σε σχέση με τη πορεία της Ελληνικής οικονομίας το έτος που διανύουμε. Συνολικά δηλαδή οι Κρητικοί επιχειρηματίες είναι περισσότερο αισιόδοξοι για την πορεία του επιχειρηματικού κλίματος στη Κρήτη, σε σχέση με την Ελλάδα. Μπορεί να είναι -ακόμα- αρκετά επιφυλακτικοί στο σύνολο τους για την πορεία της οικονομίας στη Κρήτη, αλλά δείχνουν να πιστεύουν περισσότερο την αναπτυξιακή πορεία της περιφερειακής οικονομίας, σε σχέση με τις προοπτικές της οικονομίας της χώρας. Η έλλειψη εξειδικευμένου και καταρτισμένου προσωπικού εμφανίζεται ως το βασικότερο ανάχωμα για την ανάπτυξη των Κρητικών επιχειρήσεων, και μάλιστα αυτό αφορά το σύνολο των επιχειρήσεων, και όχι μόνο αυτές που δραστηριοποιούνται στις υπηρεσίες. Η ακρίβεια - τιμές έρχονται στη δεύτερη θέση των απειλών για τις Κρητικές επιχειρήσεις. Από την άλλη πλευρά η αναπτυξιακή ώθηση των νέων υποδομών που αναπτύσσονται στη Κρήτη (BOAK, αεροδρόμιο), καθώς και μια θετική πορεία του τριτογενή και πρωτογενή τομέα θεωρούνται οι παράγοντες που μπορεί να οδηγήσουν σε ανάπτυξη των ντόπιων επιχειρηματικών μονάδων. Ειδικά για τις υποδομές, συνολικά προκύπτει η μεγάλη ανάγκη και σημασία που αποδίδουν οι επιχειρηματίες σε αυτό τον παράγοντα. Σημειώνεται ότι αυτή δεν είναι η πρώτη φορά που αποτυπώνεται αυτή η τάση στη Κρήτη, και αναδεικνύει τη διαχρονικότητα αυτού του παράγοντα.

Ο Δρ. Αλέξανδρος Αποστολάκης θα ήθελε να εκφράσει τις θερμές ευχαριστίες του σε όλη την ομάδα του Γραφείου Διασύνδεσης του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου, καθώς και στην ομάδα των εθελοντών φοιτητών του πανεπιστημίου για την πολύτιμη βοήθεια τους στην υλοποίηση της παρούσας έρευνας.



«Ψηφιακές» Δ.Ε.Υ.Α.

Οι Δημοτικές Επιχειρήσεις Ύδρευσης - Αποχέτευσης (Δ.Ε.Υ.Α.) συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών αυξάνοντας την απασχόληση, δυναμώνοντας τις συνέργειες των επιχειρήσεων για έργα, προμήθειες και υπηρεσίες που συνδέονται με το αντικείμενό τους.

Και βέβαια ο ψηφιακός μετασχηματισμός των Δ.Ε.Υ.Α. θα συμβάλλει στη βελτίωση των παρεχόμενων στους πολίτες υπηρεσιών αλλά και στην αποτελεσματικότερη διαχείριση των δικτύων ύδρευσης και υλοποίηση των Σχεδίων Ασφάλειας Νερού, μας επισήμανε ο Δήμαρχος Ρεθύμνης και Πρόεδρος της Ένωσης Δημοτικών Επιχειρήσεων Ύδρευσης - Αποχέτευσης (Ε.Δ.Ε.Υ.Α.).



Γιώργης Μαρινάκης
Δήμαρχος Ρεθύμνης
Πρόεδρος Ε.Δ.Ε.Υ.Α.

Πότε ιδρύθηκε η Ένωση Δημοτικών Επιχειρήσεων Ύδρευσης - Αποχέτευσης (Ε.Δ.Ε.Υ.Α.);

Η Ε.Δ.Ε.Υ.Α. ιδρύθηκε το 1989 κι έχει έδρα την Λάρισα. Σήμερα έχει μέλη 123 Δ.Ε.Υ.Α. Ιδρύθηκε με πρωτοβουλία του αείμνηστου Δημάρχου Λάρισας Αριστείδη Λαμπρούλη που με οξυδέρκεια αντιλήφθηκε ότι οι Δ.Ε.Υ.Α. είχαν ανάγκη από έναν θεσμικό εκπρόσωπο ώστε τα προβλήματά τους να εντάσσονται σ' ένα κοινό πλαίσιο διεκδίκησης για να προωθούνται αποτελεσματικά και να επιλύονται σύμφωνα με τις ανάγκες τους. Με άλλα λόγια «η ισχύς εν τη ενώσει».

Το 2017 η Ε.Δ.Ε.Υ.Α. με τον ν. 4483/2017 ο οποίος τροποποίησε τον ν. 1069/80, τον ιδρυτικό νόμο των Δ.Ε.Υ.Α., αναγνωρίστηκε από την Πολιτεία ως θεσμικός συννομιλητής της σε ζητήματα του τομέα υδάτων. Η Ε.Δ.Ε.Υ.Α. για την επίτευξη των σκοπών της που είναι ο συντονισμός και η υποβοήθηση των Δ.Ε.Υ.Α. συνεργάζεται με τα συναρμόδια Υπουργεία, φορείς της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, Πανεπιστημιακά ιδρύματα κ.λ.π. Στο πλαίσιο της υποβοήθησης των Δ.Ε.Υ.Α. έχει αναπτύξει από το

2018 ένα Ολοκληρωμένο Πληροφοριακό Σύστημα για την ποιότητα του νερού ανθρώπινης κατανάλωσης και την συγκριτική αξιολόγηση των Δ.Ε.Υ.Α.

Ποιοί οι τομείς δράσεων των Δημοτικών Επιχειρήσεων Ύδρευσης - Αποχέτευσης (Δ.Ε.Υ.Α.);

Οι Δ.Ε.Υ.Α. που ιδρύονται από τους Δήμους και είναι κοινωφελείς επιχειρήσεις μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα έχουν ως υποχρεωτικό αντικείμενο σύμφωνα με το θεσμικό τους πλαίσιο, τον ν. 1069/80 όπως ισχύει σήμερα την ύδρευση και την αποχέτευση στην περιοχή αρμοδιότητάς τους δηλ. στον οικείο Δήμο (πλην Αθήνας και Θεσσαλονίκης). Μπορούν, ωστόσο, με αποφάσεις των Διοικητικών τους Συμβουλίων κατόπιν οικονομοτεχνικής μελέτης να επεκτείνουν το αντικείμενό τους και στην άρδευση, καθώς και στις Ανανεώσιμες Πηγές Ενέργειας και στο φυσικό αέριο.

Πόσο οι ΔΕΥΑ συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών;

Οι Δ.Ε.Υ.Α. συμβάλλουν στην οικονομική ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών με τα έργα τους, έργα ύδρευσης και αποχέτευσης που βελτιώνουν την ποιότητα ζωής των πολιτών που εξυπηρετούν. Επίσης, συμβάλλουν και στην τοπική απασχόληση, τόσο με το προσωπικό που απασχολούν, αλλά και με την συνεργασία τους με τοπικές επιχειρήσεις για έργα, προμήθειες και υπηρεσίες που συνδέονται με το αντικείμενό τους.

Ειδικότερα:

Ο λόγος ίδρυσης των Δ.Ε.Υ.Α. συνδέεται άμεσα με την αδυναμία των Δήμων να διαχειρισθούν την ύδρευση, αλλά κυρίως την αποχέτευση στις αρχές της δεκαετίας του '80. Και η μέχρι σήμερα πορεία τους δικαίωσε την τολμηρή αυτή επιλογή της Πολιτείας, αφού με την ευελιξία με την οποία θεσμικά εξοπλίσθηκαν, εκτέλεσαν ή εκτελούν έργα ύδρευσης-αποχέτευσης και επεξεργασίας λυμάτων ύψους 20 περίπου δις ευρώ. Για την υλοποίηση όλων των έργων χρησιμοποιήθηκαν διαχρονικά όλα σχεδόν τα εθνικά και ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία, αλλά και δανεισμός και ίδιοι πόροι.

Με τα έργα των Δ.Ε.Υ.Α. το 99% των πολιτών της Περιφέρειας της χώρας μας πίνει καθαρό και υγιεινό νερό, ενώ το 80% απολαμβάνει υπηρεσίες αποχέτευσης και επεξεργασίας υγρών αποβλήτων.

Κάποια αριθμητικά στοιχεία για τις 126 ΔΕΥΑ:

- Διαθέτουν χιλιάδες χώρους αποθήκευσης νερού (δεξαμενές) και ελέγχουν πάνω από 5.500 γεωτρήσεις,
- Το σύνολο των εγκατεστημένων υδρομετρητών που ανήκουν στον τομέα ευθύνης τους πλησιάζει τα 3 εκατομμύρια,
- Το συνολικά παραγόμενο νερό ανέρχεται περίπου στα 550 εκατομμύρια κυβικά/έτος,
- Διαχειρίζονται και συντηρούν πάνω από 70.000 χλμ. δικτύων ύδρευσης.

Ως προς την αποχέτευση οι Δ.Ε.Υ.Α. διαχειρίζονται και συντηρούν περίπου 30.000 χλμ. δικτύων αποχέτευσης και λειτουργούν πάνω από 170 Εγκαταστάσεις Επεξεργασίας Λυμάτων. Και δεν θα ήταν υπερβολή αν ισχυριζόμασταν ότι οι γαλάζιες σημαίες στις ακτές μας οφείλονται και στις ΔΕΥΑ.

Πού θα συμβάλει ο ψηφιακός μετασχηματισμός των ΔΕΥΑ;

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των Δ.Ε.Υ.Α. αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους της Ε.Δ.Ε.Υ.Α. που εδώ και χρόνια έχει ενσωματώσει στην αναπτυξιακή στρατηγική της για τις ΔΕΥΑ. Είναι το επόμενο βήμα στην πορεία των Δ.Ε.Υ.Α. για να ενισχυθεί ο ισχυρός αναπτυξιακός, περιβαλλοντικός και κοινωνικός χαρακτήρας τους.

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός των Δ.Ε.Υ.Α. θα συμβάλει όχι μόνο στη βελτίωση των παρεχόμενων στους πολίτες υπηρεσιών αλλά και στην αποτελεσματικότερη διαχείριση των δικτύων ύδρευσης και υλοποίηση των Σχεδίων Ασφάλειας Νερού.

Έτσι οι Δ.Ε.Υ.Α. θα μπορέσουν να ανταποκριθούν στις απαιτητικές θεσμικές εξελίξεις στον τομέα των υδάτων σε ευρωπαϊκό επίπεδο, και ιδίως στη νέα Οδηγία 2184/2020/ΕΕ για την ποιότητα του πόσιμου νερού ανθρώπινης κατανάλωσης.

Οι «ψηφιακές» Δ.Ε.Υ.Α. θα είναι σε θέση να λειτουργούν αποτελεσματικά σ' ένα περιβάλλον ψηφιακής οικονομίας, ανταποκρινόμενες έτσι στις ανάγκες των τοπικών κοινωνιών για υγιεινό και καθαρό νερό και υπηρεσίες αποχέτευσης, ανταποκρινόμενες με λίγα λόγια στον σκοπό για τον οποίο ιδρύθηκαν.

Η Ε.Δ.Ε.Υ.Α. ανέλαβε την πρωτοβουλία και ζήτησε το καλοκαίρι του 2022 από το Υπουργείο Ψηφιακής Διακυβέρνησης να δρομολογήσει τον ψηφιακό μετασχηματισμό των Δ.Ε.Υ.Α. μέσω του Ταμείου Ανάκαμψης. Το Υπουργείο αποδέχθηκε

την πρότασή μας και ελπίζουμε ότι πολύ σύντομα θα εκδοθεί η σχετική πρόσκληση.

Βιογραφικό

Ο Γιώργος Μαρινάκης γεννήθηκε το 1957. Σπούδασε στη Νομική Σχολή του Αριστοτελείου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, απ' όπου αποφοίτησε με άριστα.

Από το 1982 έως το 2010 εργάστηκε ως δικηγόρος.

Το 2007 εξελέγη Δήμαρχος Ρεθύμνης, ιδιότητα που διατηρεί μέχρι σήμερα.

Το 2019 επανεξελέγη για τρίτη φορά Πρόεδρος της Ε.Δ.Ε.Υ.Α. (Ένωση Δημοτικών Επιχειρήσεων Ύδρευσης Αποχέτευσης).

Είναι εκλεγμένο Μέλος της Πολιτικής Επιτροπής (Policy Advisory Committee - PAC) της Ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας CIVITAS.

Είναι Αντιπρόεδρος της ΠΕΔ Κρήτης (Περιφερειακής Ένωσης Δήμων Κρήτης), μέλος της Επιτροπής Θεσμών και Διαφάνειας της ΚΕΔΕ (Κεντρικής Ένωσης Δήμων Ελλάδας) και της Περιφερειακής Επιτροπής Διαβούλευσης της Περιφέρειας Κρήτης, ενώ παραμένει Πρόεδρος του Σ.Ε.Δ.Η.Κ. (Σύνδεσμος Ελαιοκομικών Δήμων Κρήτης).

Είναι παντρεμένος με τη Αναστασία Γ. Δρανδάκη - Συμβολαιογράφο και Πρόεδρο Συμβολαιογραφικού Συλλόγου Εφετείου Κρήτης Ρεθύμνου, με την οποία έχουν αποκτήσει δύο παιδιά, το Χάρη και τον Γιώργο - Δικηγόρους.



Ολοκληρωμένο Εργαλείο Αποτύπωσης και Διαχείρισης των Υποδομών Νερού της Ε.Δ.Ε.Υ.Α.

Όταν η Συνέπεια συναντάει την Ποιότητα!

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

Εκτυπώσεις offset
Ψηφιακές εκτυπώσεις

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



Από το
1975



Στρατηγικός Σχεδιασμός Γυναικείου Επιχειρείν

Έχουμε αποδείξει πως το τοπικό Επιχειρείν και δη οι γυναίκες, διαθέτουν τα εχέγγυα για να πετύχουν τους στόχους που τίθενται. Στόχοι, μικρότερης ή μεγαλύτερης κλίμακας, που αποδεικνύουν και επιβεβαιώνουν συνάμα, ότι το νησί μας διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα, που θα στηρίξουν κάθε όραμα και κάθε προσπάθεια, με τις γυναίκες να πρωτοστατούν και να πρωτοπορούν στο κομμάτι της εξωστρέφειας, υπογραμμίζει η κυρία Εβελίνα Μπάκιντα, Πρόεδρος του Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης.

Πότε ιδρύθηκε ο Σύλλογος και ποιοί οι στόχοι του;

Ο Αναπτυξιακός Σύλλογος Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης αριθμεί αισίως 20 χρόνια ζωής, έχοντας δημιουργηθεί από γυναίκες επιχειρηματίες της Κρήτης, με πρωτοργάτη την Μαρία Πιτσικάκη, με στόχο να βοηθά και να στηρίζει όλες τις γυναίκες του νησιού και όχι μόνο.

Από ίδρυσης του, το 2003, μέχρι σήμερα, ο σύλλογος απαριθμεί εκατοντάδες μέλη - γυναίκες επιχειρηματίες, έχοντας προσφέρει από το δικό του μετερίζι τα μέγιστα για την ενίσχυσή τους. Θα πρέπει να σας πω ότι κάθε γυναίκα που δραστηριοποιείται με το Επιχειρείν μπορεί να γίνει μέλος μας, ανεξαρτήτως αντικειμένου. Είτε ασχολείται

με τον τομέα των κρητικών προϊόντων, την Οικοτεχνία, τη Χειροτεχνία κ.α. μπορεί και πρέπει να ενεργοποιηθεί ως μέλος μας.

Να επισημάνουμε ότι μια γυναίκα, που θέλει να είναι μέλος του Συλλόγου μας μπορεί να εγγραφεί άμεσα. Απευθυνόμαστε σε κάθε γυναίκα επιχειρηματία, βιοτέχνη, έμπορο, οικοτέχνη και χειροτέχνη, εμπορικό και ασφαλιστικό αντιπρόσωπο, καλλιτέχνη, ελεύθερη επαγγελματία, αλλά και στους πρωτοβάθμιους συνεταιρισμούς γυναικών.

Ποιές οι δράσεις του Συλλόγου;

Ο Σύλλογός μας είναι ένας από τους φορείς που αγωνίζονται για την επίτευξη αυτού του στοιχήματος, αγκαλιάζοντας όλες τις γυναίκες επιχειρη-

ματίες, ανεξαρτήτως κλάδου.

Από ίδρυσης του, από το 2003 δηλαδή μέχρι σήμερα έχει μια πολλαπλή και πολυποίκιλη παρουσία και δραστηριότητα. Ενδεικτικά μπορώ να σας αναφέρω ότι ο Σύλλογος μας:

Πρωωθεί ενεργά, μέσω των δράσεων του, την ενίσχυση της βιωσιμότητας της γυναικείας επιχειρηματικότητας και την εξωστρέφεια τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό.

Πρωωθεί τις ίσες ευκαιρίες για τις γυναίκες επιχειρηματίες στην οικονομική, κοινωνική και πολιτική ζωή του τόπου σε συνεργασία με το Εθνικό Επιμελητηριακό Δίκτυο Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών του οποίου ηγείται η Σοφία Εφραίμ-γλου, Πρόεδρος του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών.

Υποστηρίζει με πρωτοβουλίες του την εξάλειψη των δυσμενών επαγγελματικών διακρίσεων σε συνεργασία με την ΟΕΒΕΝΗ.

Μέσα από το θεσμό «Ημέρες Καριέρας» ενθαρρύνει τα μέλη του να επιμορφώνονται μέσω επαγγελματικής κατάρτισης καθώς και να εξασφαλίζουν συνθήκες ανόδου του μορφωτικού και πολιτιστικού επιπέδου τους με πολλαπλές πρωτοβουλίες του. Κατά τη διάρκεια της καραντίνας εκπαιδεύσαμε σε συνεργασία με την Εκπαιδευτική Αναπτυξιακή Πλοηγός πάνω από 100 γυναίκες σε δεξιότητες προώθησης των προϊόντων τους, όπως το digital marketing αλλά και σε θέματα Κοινωνικής και Αλληλεγγύας Οικονομίας.

Παρέχει συμβουλές μέσω ειδικών επιστημόνων σε θέματα ψυχικής και σωματικής υγείας μέσα από το θεσμό «Ημέρες Υγείας».

Καλλιεργεί το πνεύμα αλληλεγγύης και αλληλοβοήθειας μεταξύ των μελών του καθώς και τη στήριξη των τοπικών επιχειρήσεων μέσω της δικτύωσης. Πρόσφατα εγκαινιάσαμε τη μηνιαία δράση «Γνωρίστε τη γυναίκα επιχειρηματία» με επισκέψεις γνωριμίας στις επιχειρήσεις των μελών μας.

Συνδράμει στην διατήρηση τεχνών που τείνουν να εξαλειφθούν, ενθαρρύνοντας τη διάδοχη κατάσταση στις οικογενειακές επιχειρήσεις και δίδοντας κανάλι διανομής των προϊόντων αυτών στην έκθεση - θεσμό στο κέντρο του Ηρακλείου κάθε καλοκαίρι.

Συνεργάζεται με φορείς και οργανώσεις γυναικών από όλη την Ελλάδα και την Ευρωπαϊκή Ένωση, για επαγγελματικά θέματα και συμμετέχει σε αντίστοιχες Ελληνικές και Διεθνείς Οργανώσεις. Ως συντονιστής της Ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας StartupCities Initiative για όλη την Ελλάδα παρουσάσαμε στην Braga της Πορτογαλίας καινοτόμα project των μελών μας τα τιμούμε σήμερα για την εξωστρέφεια τους.

Συμβάλλει - εν κατακλείδι στην υλοποίηση -



Εβελίνα Μπάκιντα
Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου
Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης

κάθε επιχειρηματικής δραστηριότητας και οραματικής ιδέας.

Ποιά το οικονομικό αποτύπωμα στο νησί;

Για την Κρήτη, όπως και για όλες τις περιοχές της χώρας, ο χρόνος που πέρασε για το τοπικό Επιχειρείν -το 2022- ήταν δύσκολος και με πολλά εμπόδια. Ήταν μια χρονιά που «πλήγωσε» το Επιχειρείν στο νησί, μιας και βρεθήκαμε και βρισκόμαστε αντιμέτωποι αφενός με τα κατάλοιπα της υγειονομικής κρίσης αφετέρου με τις επιπτώσεις της ενεργειακής κρίσης.

Η χρονιά που ήρθε όμως, είναι μια ευκαιρία, στην οποία καλούμαστε για μια ακόμη φορά να κάνουμε ένα ιδιότυπο restart. Η επιχειρηματικότητα στην Κρήτη καλείται για μια ακόμη χρονιά να βγει από αυτές τις συμπληγάδες -προφανώς όχι αλώβητη- αλλά με τις μικρότερες δυνατές επιπτώσεις, έχοντας το πλεονέκτημα του Τουρισμού, του πρωτογενούς Τομέα, αλλά και του πείσματος που διαθέτει ο Κρητικός επιχειρηματίας για να εξελισσεται, να πετυχαίνει και να προοδεύει.

Ποιά η συμβολή της επιχειρηματικότητας των γυναικών στην εξωστρέφεια;

Νομίζω ότι έχουμε αποδείξει πως το τοπικό Επιχειρείν και δη οι γυναίκες, διαθέτουν τα εχέγγυα για να πετύχουν τους στόχους που τίθενται. Στόχοι, μικρότερης ή μεγαλύτερης κλίμακας, που αποδεικνύουν και επιβεβαιώνουν συνάμα, ότι το νησί μας διαθέτει όλα εκείνα τα χαρακτηριστικά και τα πλεονεκτήματα, που θα στηρίξουν κάθε όραμα και κάθε προσπάθεια, με τις γυναίκες να πρωτοστατούν και να πρωτοπορούν στο κομμάτι της εξωστρέφειας.

Προϊόντα για παράδειγμα, που προέρχονται από γυναικείους Συνεταιρισμούς και επιχειρήσεις που διοικούνται από γυναίκες, ταξιδεύουν σε αγορές όλου του κόσμου, διαφημίζοντας την Κρήτη και την Ελλάδα γενικότερα.

Μπορώ να πω ότι σε μια εποχή που η επιχειρηματικότητα έχει πληγεί από την πολυετή οικονομική κρίση, την πανδημία και φυσικά την ενεργειακή κρίση, το γυναικείο Επιχειρείν επιδεικνύει μεγάλη ανθεκτικότητα, επισημαίνοντας εδώ ότι οι νέες γενιές γυναικών επιχειρηματιών είναι πιο δυναμικές σε αυτό το κομμάτι.

Ποιά τα επόμενα σχέδια του Συλλόγου, για την ανάπτυξη του γυναικείου Επιχειρείν;

Εμείς ως Αναπτυξιακός Σύλλογος Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης λέμε ότι η προώθηση και ενίσχυση της γυναικείας επιχειρηματικότητας πρέπει να γίνει προτεραιότητα!

Είναι επιτακτική ανάγκη να υπάρξει στρατηγικός σχεδιασμός και συλλογική προσπάθεια ώστε

να μπορέσουν οι γυναίκες επιχειρηματίες να ξεπεράσουν τα εμπόδια για να κάνουμε ουσιαστικά βήματα προς την πραγματική ισότητα των φύλων σε προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο.

Η επόμενη μέρα είναι εφικτό να είναι ακόμη καλύτερη. Το όραμα και η θέληση για ανάπτυξη του Επιχειρείν υπάρχει και η προσπάθεια που καταβάλλεται από τις επιχειρηματίες κάθε κλάδου είναι αξιόπαινη.

Αυτό που χρειάζεται είναι ένας στρατηγικός σχεδιασμός, που θα στηρίξει ουσιαστικά, τις επιχειρηματικές πρωτοβουλίες, ώστε αυτές να λάμπουν και όχι να «πνίγονται», από οριζόντιες αποφάσεις και αδικαιολόγητα οικονομικά βάρη.

Ιδέες υπάρχουν. Επιχειρηματικά μυαλά υπάρχουν. Ιδιωτική πρωτοβουλία υπάρχει.

Όρεξη για δουλειά και επιτυχία επίσης, αν αναλογιστούμε πως πολλές επιχειρήσεις έχουν ανοίξει τα «φτερά» τους και κερδίζουν το χώρο τους, σε αγορές του εξωτερικού.

Αυτό που μας λείπει είναι να διεκδικήσουμε ένα ασφαλές επιχειρηματικό περιβάλλον και στο εσωτερικό. Και προς αυτή την κατεύθυνση ο Αναπτυξιακός Σύλλογος Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης θα κινηθεί στο μέλλον...

Βιογραφικό

Γεννήθηκε και μεγάλωσε στο Ηράκλειο Κρήτης με καταγωγή από τα Αλάτσατα της Μικράς Ασίας και τη Μυρτιά του Καπετάν Μιχάλη.

Σπούδασε στην Αθήνα και το Λονδίνο και είναι κάτοχος πανεπιστημιακών πτυχίων και μεταπτυχιακών τίτλων Διοίκησης Επιχειρήσεων, Ευρωπαϊκού Πολιτισμού και Marketing.

Στο δεύτερο μισό της δεκαετίας του 1990 εργάστηκε σε πολυεθνικές εταιρίες στον τομέα του τουρισμού στο εξωτερικό αποκομίζοντας πολύτιμη εμπειρία την οποία ήρθε να εφαρμόσει στην τοπική Air Greece μετέπειτα Aegean Airlines.

Υπήρξε στέλεχος της Ένωσης Αγροτικών Συνεταιρισμών Πεζών επί 15 συναπτά έτη, βοηθώντας στην εδραίωση κρητικών προϊόντων, όπως το Κρασί της Παρέας. Κατά τη διάρκεια της υπηρεσίας της συμμετείχε ενεργά στην ομάδα του Υπουργείου Αγροτικής Ανάπτυξης για το Στρατηγικό Σχεδιασμό Marketing του Ελληνικού Οίνου New Wines of Greece.

Το 2015, ίδρυσε την επιχείρηση ελληνικών εταιρικών δώρων «Chic Greek Gifts», η οποία βραβεύτηκε με χάλκινο μετάλλιο στα Tourism Awards 2022 για την συμβολή της στην ανάπτυξη της αξίας του ελληνικού τουρισμού. Τη διετία 2016-2017, ως στέλεχος του Επιμελητηρίου Ηρακλείου, συντόνισε την πρωτοβουλία «Κρητικά Χέρια» και την προώθηση της κρητικής χειροτεχνίας κάτι

που συνεχίζει ακόμα και σήμερα σε συνεργασία με την Εκπαιδευτική Αναπτυξιακή Πλοηγός. Το 2018, ίδρυσε την επιχείρηση συμβουλευτικών υπηρεσιών Marketing OFFICE με την οποία έχει ολοκληρώσει πάνω από 20 Ευρωπαϊκά έργα και δεκάδες ιδιωτικά project προβολής προϊόντων και υπηρεσιών.

Ως επιχειρηματίας, ήταν και είναι μέλος σε πολλές εμπορικές αποστολές στις πέντε ηπείρους με όραμα να μεταδώσει την αγάπη για τα ελληνικά προϊόντα σε όλον τον κόσμο.

Επιπλέον, επί σειρά ετών, έχει διδάξει στα Τμήματα Marketing, Διοίκησης Επιχειρήσεων, καθώς και Τουρισμού των Δημόσιων και Ιδιωτικών ΙΕΚ και κολλεγίων του Νομού Ηρακλείου εμπνέοντας νέους και νέες να δημιουργήσουν και να επιχειρήσουν.

Το 2018 εξελέγη στο Δ.Σ. του «Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών Επιχειρηματιών Κρήτης» και σήμερα υπηρετεί από την θέση της Προέδρου προσφέροντας εθελοντικά στήριξη και ενδυνάμωση στις γυναίκες του τόπου μας. Κατά τη διάρκεια της θητείας της διατελεί εκπρόσωπος στη Γ.Σ. του Εθνικού Επιμελητηριακού Δικτύου Ελληνίδων Γυναικών Επιχειρηματιών από το 2019 έως σήμερα υποστηρίζοντας πανελλαδικά τη θέση της γυναίκας στον επιχειρηματικό στίβο. Έχει διατελέσει γραμματέας στον Σοροπτιμιστικό Όμιλο Αρετούσα και είναι εκπρόσωπος του ομίλου στην Σοροπτιμιστική Ένωση Ελλάδος. Έχει μιλήσει για τη Φύση και τον Άνθρωπο στην Κρήτη, στη σειρά παρουσιάσεων Ted Talks στο TEDx European Sustainability Academy το 2020. Συμμετέχει στο Μητρώο Μεντόρων Βιώσιμης Ανάπτυξης και Εταιρικής Κοινωνικής Ευθύνης της Περιφέρειας Κρήτης. Είναι Συντονίστρια Κρήτης της Ευρωπαϊκής πρωτοβουλίας Global StartupCities. Αρθρογραφεί για το Επιχειρείν και την Επικαιρότητα στη Huffpost Greece, στο www.epixeiro.gr καθώς και στα τοπικά έντυπα και ηλεκτρονικά ΜΜΕ.

Έχει προσκληθεί να μιλήσει για την επιτυχία επιχειρηματική της δράση, τη στήριξή της στη γυναικεία επιχειρηματικότητα και στα πολιτιστικά δρώμενα της χώρας: Στο Επιμελητήριο Ηρακλείου, Επιμελητήριο Ρεθύμνου, Επιμελητήριο Λασιθίου, Οικονομικό Επιμελητήριο Ανατολικής Κρήτης, Κλαδικό Εθνικό Αγροτικό Συνεταιρισμό Αμπελοοινικών Προϊόντων, Αγροτικό Κέντρο Καινοτομίας και Επιχειρηματικότητας Κρήτης, Σοροπτιμιστικό Όμιλο Ηρακλείου και Πατρών, στην Περιφέρεια Κρήτης, ΘΕΑ του ΕΒΕΑ, Κεντρική Συνεταιριστική Οικοποιητική Ένωση, σε Συλλόγους Γυναικών κ.ά.

Ως μεγαλύτερη διάκρισή της θεωρεί ότι είναι μητέρα τριών παιδιών.

Εβελίνα Μπάκιντα



Μηνάς Λιαπάκης,
Co-founder της Revitup

Στρατηγική digital marketing πωλήσεων στα ξενοδοχεία

Με έδρα την Κρήτη και πελάτες διεθνώς η Revitup προσφέρει μια ολιστική προσέγγιση στον σχεδιασμό και τις πωλήσεις των υπηρεσιών φιλοξενίας, παρέχοντας καθετοποιημένες τεχνολογικές λύσεις Marketing και Revenue Management.

Σήμερα, μετά την έλευση του COVID-19 και τις προσδοκίες περαιτέρω ανάτασης στον κλάδο, τέτοιες υπηρεσίες αποτελούν βασικό εργαλείο για κάθε επαγγελματία. Συνομιλήσαμε με τον κ. Μηνά Λιαπάκη, Co-founder της εταιρείας, οποίος μας περιέγραψε τα πρώτα βήματα, τις υπηρεσίες και τα πλεονεκτήματα που διακρίνουν την Revitup.

Ο ίδιος μιλά, μεταξύ άλλων, για τις μεγάλες αλλαγές στο τουριστικό προϊόν και άλλα χρήσιμα στοιχεία για τα ξενοδοχεία και τον εν εξελίξει μετασχηματισμό του κλάδου.

Επίσης περιγράφει τις λύσεις που προσφέρει η Revitup στο πλαίσιο της σύγχρονης στρατηγικής σε πωλήσεις και marketing που καλούνται να χαράξουν σήμερα τα ξενοδοχεία (και) σε digital περιβάλλον.

Πείτε μας δυο λόγια για τα πρώτα επαγγελματικά σας βήματα και ποια ήταν τα πρώτα βήματα της Revitup;

Τα επαγγελματικά βήματα ξεκίνησαν μεν στον τουρισμό, όχι ως επιχειρηματίας αλλά ως στέλεχος σε ξενοδοχεία και τουριστικά γραφεία. Το αντικείμενο παρέμενε το ίδιο, αυτό του Digital marketing και πλέον δραστηριοποιούμαστε και στο Revenue Management ξενοδοχείων. Μετά τον COVID-19 χρειάστηκαν προσαρμογές όχι μόνο για εμάς και τις τουριστικές επιχειρήσεις, αλλά για όλη την αγορά. Συνεπώς τον όρο «πρώτα βήματα» μπορεί χαριτολογώντας να πει κανείς ότι για όλες τις τουριστικές επιχειρήσεις ισχύει και όχι μόνο για εμάς.

Πλέον, μαζί με τον Γιώργο Εργαζάκη, μηχανικό του Εθνικού Μετσόβιου Πολυτεχνείου που ασχολείται με τον κλάδο και το Data Management, δημιουργήσαμε μία ομάδα 25 ατόμων και έναν μικρό όμιλο καινοτόμων ψηφιακών υπηρεσιών για ξενοδοχειακές και τουριστικές επιχειρήσεις.

Ποιες είναι οι βασικές υπηρεσίες που προσφέρετε και ποια θεωρείτε τα ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα που σας διακρίνουν;

Συνεργαζόμαστε κυρίως με ξενοδόχους υπό το πρίσμα μιας συνολικής οπτικής σχεδιασμού και ελέγχου στρατηγικής σε ετήσια βάση. Προσφέρουμε μία λύση που ανταποκρίνεται υπεύθυνα στην σημερινή ανάγκη. Αυτή τη στιγμή είναι να δοθεί

η απάντηση στο πρόβλημα του μέσου ξενοδόχου όχι μόνο στην Ελλάδα, αλλά ίσως σε όλη τη Μεσόγειο: να ξεφύγει μακροπρόθεσμα από το «παραδοσιακό» μαζικό μοντέλο, βλέποντας την μετά COVID εποχή ως μία ευκαιρία για εσωτερική «μεταμόρφωση», όπως θα μετέφραζε κανείς το Transformation που κυριαρχεί στη management agenda. Μεταμόρφωση στο ξενοδοχειακό κομμάτι συνεπάγεται είτε να ξεπεραστεί η εποχικότητα του προϊόντος, είτε να διευρυνθούν οι υπηρεσίες ενός ξενοδοχείου, είτε να εδραιωθεί στην αγορά μειώνοντας το ρίσκο μακροπρόθεσμα. Μία ακόμα λέξη που ακούγεται συχνά είναι το Transparency, στα ελληνικά διαφάνεια στα δεδομένα. Παρέχουμε 100% διαφάνεια τόσο στα δεδομένα, όσο και στην

τιμολόγηση της υπηρεσίας μας και αυτό εκτιμάται και δημιουργεί εμπιστοσύνη. Οι πελάτες λοιπόν υποστηρίζονται από εμάς κυρίως σε επίπεδο Ανάλυσης Δεδομένων, Performance Marketing, Revenue και Yield Management και εκτέλεσης ενεργειών προώθησης και πωλήσεων.

Τι έχει αλλάξει στο τουριστικό προϊόν διεθνώς και απαιτείται η μεταμόρφωση που αναφέρετε; Ποια είναι η ευκαιρία για ένα ξενοδοχείο που δεν είναι πολυεθνική αλυσίδα;

Πρακτικά, τα πάντα εκτός από το κρεβάτι του ξενοδοχείου, αλλά και για αυτό λόγω των κινητών, βλέπετε ότι προσφέρονται πια και διακοπές ψηφιακής αποτοξίνωσης, το λεγόμενο detox. Το επόμενο

που μπορεί ο οποιοσδήποτε να αντιληφθεί ότι άλλαξε κρατώντας το κινητό του τηλέφωνο είναι η διανομή του προϊόντος, καθώς μπορεί κάποιος από τη βεράντα του χαλαρώνοντας να αναζητήσει και να κλείσει ό,τι πακέτο θέλει για όποιο προορισμό θέλει. Αυτό για ένα ξενοδοχείο που είναι στο «πουθενά» αποτελεί μία πρόκληση και μία ευκαιρία. Πρόκληση γιατί μπορεί να μην έχει κανέναν πελάτη και ευκαιρία γιατί μπορεί να είναι γεμάτο συνέχεια. Το πώς θα το πετύχει αυτό είναι δική του αποκλειστική δουλειά και ευθύνη. Είναι δική του δουλειά καθώς θα πρέπει να σταματήσει να ασχολείται με τη «φιλοξενία» του επισκέπτη μονομερώς και θα πρέπει να σκεφτεί την πώληση με τους τεχνολογικούς κανόνες του σήμερα. Ευθύνη είναι γιατί θα πρέπει να μεταμορφώσει την επιχείρησή και άρα τον ίδιο, δηλαδή να εκπαιδευτεί, ή να προσλάβει άλλους για αυτή τη δουλειά. Εμείς αναλαμβάνουμε αυτή ακριβώς την ευθύνη το μάρκετινγκ δηλαδή, με το αποτέλεσμα που ονομάζεται διαχείριση yielding και revenue, τη ζήτηση και την κερδοφορία, δηλαδή τις πωλήσεις.

Πώς το διαχειρίζεστε όλο αυτό;

Όπως αναφερθήκαμε και παραπάνω, δια-

χειριζόμενοι με υπευθυνότητα και συνέπεια τα δεδομένα. Ο ανταγωνισμός ούτως ή άλλως είναι παγκόσμιος. Αυτή τη στιγμή υπάρχουν στην αγορά δεκάδες εργαλεία BI (Business Intelligence) που αντλούν δεδομένα real time και παρέχουν reports, τα οποία πρέπει κάποιος να ξέρει να τα διαβάζει, να αναπροσαρμόζει τις πωλήσεις και ξανά και ξανά. Εμείς έχουμε θεσπίσει το δικό μας προγραμματισμό, έχουμε το δικό μας εργαλείο και κάνουμε το κατά δύναμη για μία έγκαιρη πρόβλεψη στο yielding και το revenue των ξενοδοχείων. Ακόμα πιο σημαντικό είναι οι άνθρωποι, εμείς θεωρούμε έχουμε τις σωστές ομάδες και επενδύουμε στη βελτίωση των διαδικασιών και την εκπαίδευση του ανθρώπινου παράγοντα, κάτι που το θεωρούμε μονόδρομο για κάθε μικρομεσαία επιχείρηση.

Έχετε κάποιο παράδειγμα να μοιραστείτε μαζί μας, ώστε να καταλάβουμε τον τρόπο με τον οποίο ασχολείστε με τα δεδομένα ενός ξενοδοχείου και την στρατηγική του;

Φυσικά. Το πιο ενδιαφέρον παράδειγμα που μπορούμε να μοιραστούμε αποτελεί ένα ξενοδοχείο στην Χερσόνησο της Κρήτης, έναν παραδοσιακό εποχιακό προορισμό. Αυτό το ξενοδοχείο

ήρθε σε εμάς το 2019 με συνολικές πωλήσεις κάτω από 200.000 ευρώ και φέτος, σε μία πολύ καλή ομολογουμένως χρονιά, ξεπέρασε το 1.000.000 ευρώ. Φυσικά, οποιοσδήποτε θα μπορούσε να πει με τι κόστος διαφήμισης, και όμως και το κόστος διαφήμισης ήταν κάτω από 20 χιλιάδες ευρώ. Δημιουργούμε μία κοινή ομάδα με συγκεκριμένες συναντήσεις (με τις βιντεοκλήσεις λύθηκε και η απόσταση) η οποία λύνει τα προβλήματα που προκύπτουν real-time. Γενικά ακολουθούμε μία πολύ ισορροπημένη προσέγγιση, είμαστε σε πλήρη αρμονία με τον πελάτη, καθώς και αυτός βλέπει την προσπάθεια και τα αποτελέσματα. Προφανώς δεν υποστηρίζουμε ότι κάθε πελάτης απολαμβάνει την ίδια αύξηση κερδοφορίας, αλλά είναι ολοφάνερο το περιθώριο βελτίωσης που υπάρχει για ένα μέσο οικογενειακό ξενοδοχείο.

Οι ΜμΕ του κλάδου μπορούν να ανταγωνιστούν διεθνείς ομίλους που επενδύουν πλέον αρκετά στον κλάδο. Πώς τους βοηθάτε ως προς αυτό;

Ένας διεθνής όμιλος τι παρέχει σε έναν ξενοδόχο; εγγυήσεις για το αποτέλεσμα, το οποίο προκύ-

πτει από τη διαφάνεια των δεδομένων, γνωρίζεις δηλαδή ότι γνωρίζει και αυτός, και το πιο σημαντικό, ο παράγοντας άνθρωπος. Γενικά στην ελληνική αγορά έχουμε μάθει να δεχόμαστε a priori το υψηλό επίπεδο παροχής υπηρεσίας από κάποιον ξένο, υποτιμώντας πολλές φορές άθελά μας τις δικές μας δυνατότητες στον τριτογενή τομέα. Όπως και στην τεχνολογία όμως, έτσι και στον τουρισμό, διαθέτουμε ανθρώπους που μπορούν να συνεργαστούν σε ομάδα ME τον πελάτη και αυτό κάνουμε. Επιπλέον ένα λάθος που κάνουμε είναι ότι θεωρούμε ως ανταγωνιστικό το διπλανό ξενοδοχείο του προορισμού μας, ενώ δεν είναι έτσι. Το είδαμε συγκεκριμένα σε ένα ξενοδοχείο που διαχειριζόμαστε σε έναν άκρως ανταγωνιστικό προορισμό, της Χερσονήσου στην Κρήτη, όπου αν δείξουμε τα αποτελέσματα κάποιοι θα αναρωτιούνται εάν είναι αλήθεια. Ο μόνος ανταγωνισμός είναι είτε ο εαυτός μας είτε η παγκόσμια αγορά. Για του λόγου το αληθές, ζητήσαμε από τον συγκεκριμένο ξενοδόχο την άδειά του για να δημοσιοποιήσουμε τα στοιχεία του και θα προσπαθήσουμε να ολοκληρώσουμε την συνέντευξη με **ένα λεπτομερές case study**.



www.revitup.direct
Hotel Revenue Management & Digital Marketing

Συνέντευξη

Νανά Καράτζη

Ισχυρή πηγή δημιουργίας



Η ενσυναίσθηση, το οργανωτικό πνεύμα και η αντοχή είναι μόνο μερικά από τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν μία γυναίκα. Αποτελεί ανάγκη τώρα όσο ποτέ, σε μία εποχή - που όπως διαπιστώσαμε κοινώς - αντιμετωπίζει προκλήσεις και είναι ευμετάβλητη να τονώσουμε την επιχειρηματικότητα αξιοποιώντας μία ακόμα ισχυρή πηγή δημιουργίας, τονίζει η κυρία Νανά Καράτζη, Ανώτερη Αντιπρόεδρος του Ομίλου Εταιρειών Καράτζη, σε συνέντευξη στο Κρητών Επιχειρείν.

Ποιά η συμβολή της γυναίκας στο επιχειρείν;

Η θέση τόσο της γυναίκας όσο και του άντρα στον επιχειρηματικό κλάδο τοποθετούνται η μία δίπλα στην άλλη, συμπληρωματικά και είναι φύσει αλληλοεξαρτώμενες. Η επιχειρηματικότητα δεν έχει φύλο και αυτό θα έλεγα είναι το υγιές. Τα στοιχεία, τα οποία διαμορφώνουν έναν επιχειρηματία και τον διαφοροποιούν από έναν άλλον σχετίζονται με την εκάστοτε προσωπικότητα σε συνδυασμό με τα βιώματά του. Κάνοντας στάση, όμως, μόνο στον ρόλο των γυναικών, χωρίς να βάζω στο περιθώριο το ανδρικό φύλο, θεωρώ ότι είναι κομβικός και έχει γίνει αντιληπτός, παρότι δεν είναι καθολικά αποδεκτός. Τα τελευταία χρόνια, παρατηρούμε ότι η παρουσία των γυναικών στελεχών ολοένα και περισσότερο αυξάνεται. Η ενσυναίσθηση, το οργανωτικό πνεύμα και η αντοχή είναι μόνο μερικά από τα στοιχεία που χαρακτηρίζουν μία γυναίκα. Ωστόσο, πιστεύω ότι

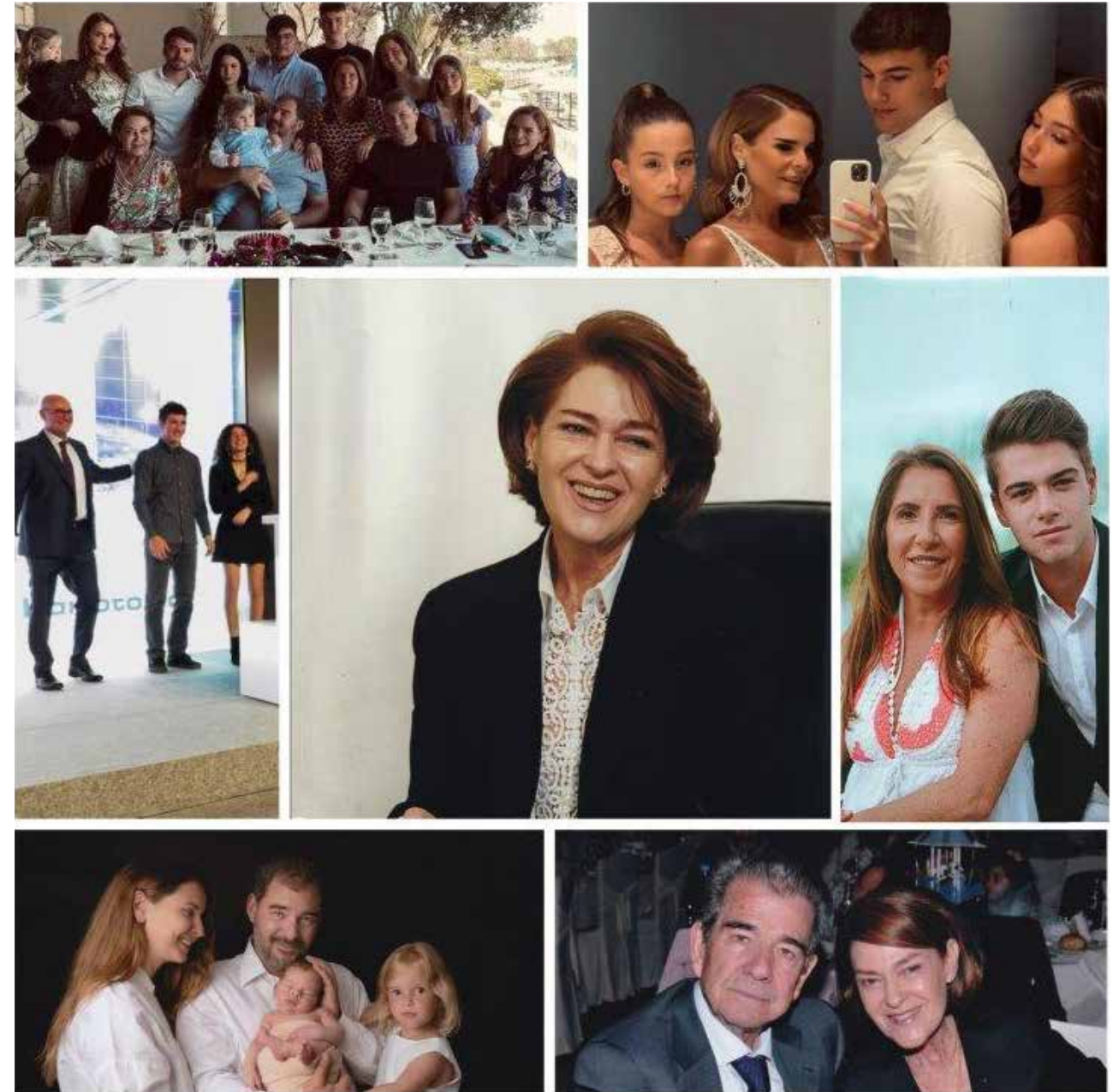
υπάρχει ένα μεγάλο περιθώριο για τις γυναίκες του εργασιακού και κατ' επέκταση του επιχειρηματικού κλάδου, να αξιοποιήσουν περισσότερο τη δυναμική τους αναλογικά με τις ικανότητές τους. Αποτελεί ανάγκη τώρα όσο ποτέ, σε μία εποχή - που όπως διαπιστώσαμε κοινώς - αντιμετωπίζει προκλήσεις και είναι ευμετάβλητη να τονώσουμε την επιχειρηματικότητα αξιοποιώντας μία ακόμα ισχυρή πηγή δημιουργίας.

Είναι ευνοϊκό το περιβάλλον για τις γυναίκες επιχειρηματίες;

Προσωπικά και ως γυναίκα επιχειρηματίας, ο δρόμος που ακολούθησα δεν ήταν στρωμένος με

ροδοπέταλα, παρά με θέληση, προσπάθεια και με ένα κοινό όραμα που είχαμε χτίσει με τον αείμνηστο και αγαπημένο μου σύζυγο, Μιλτιάδη Καράτζη, και το οποίο δεν παύει να κατοικεί στην «καρδιά» αυτού που καταφέραμε να δημιουργήσουμε. Σε μία πραγματικότητα τότε σκληρή και δύσκολη ακόμα και σήμερα για τις γυναίκες στο επιχειρείν, εγώ στάθηκα πραγματικά τυχερή, χάρη στη στήριξη του άντρα μου. Παράλληλα, νιώθω πολύ υπερήφανη για τις δύο μου κόρες, οι οποίες έχουν καταφέρει να μπουν δυναμικά στον ανταγωνιστικό επιχειρηματικό κόσμο, δημιουργώντας προστιθέμενη αξία στον Όμιλο.

Για να είμαστε ειλικρινείς, εν έτει 2023 ζούμε σε



Οικογένεια Μιλτιάδη και Νανάς Καράτζη

έναν ανδροκρατούμενο κλάδο και η θέση της γυναίκας αντιμετωπίζει δυσκολίες. Σαφώς, έχει καταγραφεί σημαντική πρόοδος σε παγιωμένες αντιλήψεις και προκαταλήψεις περί των συγκριτικών δυνατοτήτων αλλά και ικανοτήτων των δύο φύλων. Ωστόσο, υπάρχει μέχρι και σήμερα μία έμφυτη επιφυλακτικότητα που βρίσκει τις ρίζες της σε παλιά στερεότυπα. Η σημερινή γυναίκα επιχειρηματίας έρχεται σε σύγκρουση με τη λεγόμενη γυάλινη οροφή που φαντάζει ως εμπόδιο στην επαγγελματική της πορεία, όμως, η αλήθεια είναι πως ο μοναδικός και αληθινός φόβος της είναι αυτός της πρόσκρουσης. Εκ φύσεως, η γυναίκα είναι ικανή για να ανταπεξέρχεται σε αντιξοότητες και να προσαρμόζεται καθώς ωριμάζει και επιφορτίζεται περισσότερους ρόλους. Σίγουρα, έχουμε δρόμο να διανύσουμε,

ώστε να αλλάξουμε ριζικά στην αναπαραγωγή προκατειλημμένων στάσεων, όμως, έχουμε κάνει ήδη μερικά σημαντικά βήματα. Οι σημερινές γυναίκες έχουν φωνή, η οποία ακούγεται. Είναι εξοπλισμένες με βαθιά προσήλωση στον ανταγωνιστικό επιχειρηματικό στίβο. Διαθέτουν ισχυρά γυναικεία πρότυπα και έχουν διεκδικήσει αξιοθαύμαστες επιτυχίες στον επιχειρηματικό κλάδο.

Σε πόσους τομείς της οικονομίας δραστηριοποιείται ο Όμιλος Καράτζη;

Ο Όμιλος ξεκίνησε με τον σύζυγό μου, Μιλτιάδη Καράτζη ως κοινό όραμα στον κλάδο της βιομηχανίας και εξελίχθηκε στη συνέχεια ραγδαία. Μαζί, δημιουργήσαμε μία υπέροχη οικογένεια, η οποία στην πορεία των χρόνων ακολούθησε πιστά τα

βήματα του πατέρα της και πλέον έχουμε επεκταθεί σε διάφορους επενδυτικούς τομείς. Εκτός της παραγωγής υλικών διχτύων, δραστηριοποιούμαστε στον τουριστικό και ξενοδοχειακό κλάδο με την ίδρυση των Nana Hotels με τα ξενοδοχεία Nana Golden Beach και Nana Princess. Μεταξύ άλλων, είμαστε ιδιαίτερα χαρούμενοι για την πρόσφατη ίδρυση εγκαταστάσεων και γηπέδων τένις μετά τη δημιουργία του Nana Tennis & Sports Club, μία επένδυση που φιλοδοξεί να καταστήσει την Κρήτη ως διεθνή προορισμό τένις.

Παράλληλα, σε μία κρίσιμη εποχή, διακρίναμε τη σημασία των Ανανεώσιμων Πηγών Ενέργειας και προχωρήσαμε σε μία σειρά επενδύσεων στην παραγωγή ηλεκτρικής ενέργειας και κατασκευής φωτοβολταϊκών πάρκων. Στη συνέχεια, στην προσπάθειά μας να συμβάλουμε στην ανάπτυξη του Ομίλου και να προσφέρουμε προστιθέμενη αξία στις ανάγκες του τόπου, προχωρήσαμε στους τομείς της αεροπλοΐας και ακτοπλοΐας. Το ταξίδι δεν τελειώνει εδώ, καθώς συνεχίζουμε να είμαστε σε επαφή με ερευνητικά κέντρα και εκπαιδευτικά ιδρύματα διαθέτοντας και άλλα εκκρεμή έργα προς υλοποίηση.

Οφείλω να πω και πιστεύω, πως χωρίς τα τέσσερα παιδιά μας, τίποτα από τα παραπάνω δεν θα ήταν εφικτό να πραγματοποιηθεί. Είμαι περισσότερο από ευγνώμων που συνέχισαν την υλοποίηση του φιλόδοξου έργου μας, έχοντας εκείνα έναν πατέρα κι εγώ αντίστοιχα έναν σύντροφο ζωής, ο οποίος ήταν υποδειγματικός φάρος όλων μας.

Ποιά η παρουσία του Ομίλου στο διεθνή οικονομικό στίβο;

Σήμερα, δραστηριοποιούμαστε μέσω των τριών θυγατρικών μας σε Ιταλία, Πολωνία, Krasnodar και μεταξύ αυτών περιλαμβάνεται η μονάδα βιομηχανικής παραγωγής στη Γερμανία. Συνεχίζουμε να επενδύουμε και να επεκτείνουμε τη γεωγραφική μας παρουσία μέσω της ίδρυσης θυγατρικών σε χώρες που πιστεύουμε ότι είναι στρατηγικής σημασίας. Παράλληλα, έχουμε καταφέρει να εξελιχθούμε και να φτιάξουμε από κοινού μία παγκόσμια παρουσία μέσω του εξαγωγικού χαρακτήρα του Ομίλου σε περισσότερες από 70 χώρες.

Ανατρέχοντας πίσω, τέσσερις δεκαετίες πριν, όταν είχαμε ένα μικρό εργοστάσιο στην Ελλάδα και αναλογίζοντας τη μετέπειτα πορεία μας, μπορώ να πω πως το κλειδί για τη μελλοντική μας ανάπτυξη είναι η ενδυνάμωση του γεωγραφικού μας αποτυπώματος, μία άποψη η οποία υιοθετείται από όλη την οικογένεια.

Ποιό το κοινωνικό αποτύπωμα του Ομίλου;

Η ανάπτυξη του Ομίλου μας με την παράλληλη ενίσχυση της κοινωνίας αποτελούσαν και

αποτελούν μέρος του DNA μας. Εστιάζουμε στις συνεργασίες, αναπτύσσουμε συνέργειες με στόχο τη δημιουργία κοινής αξίας και με γνώμονα τη βιωσιμότητα των περιοχών όπου δραστηριοποιούμαστε, καθώς νιώθουμε ότι αποτελεί μέρος της ευθύνης μας. Στον Όμιλο Καράτζη, οι άνθρωποι είναι η δύναμή μας, γι' αυτό νιώθουμε υπερήφανοι για τις θέσεις εργασίας που δημιουργούμε, για την ενίσχυση των προοπτικών και της εξωστρέφειας της ελληνικής οικονομίας και για την ανάπτυξη μιας βιώσιμης στρατηγικής μέσα από την προώθηση περαιτέρω πράσινων επενδύσεων.

Παράλληλα, προσπαθούμε με κάθε τρόπο να συμβάλουμε στην ενίσχυση της κοινωνίας με διάφορες δράσεις και στην προσπάθειά μας αυτή συμπεριλαμβάνονται ποικίλοι τομείς, όπως για παράδειγμα του αθλητισμού και στο ιστορικό Πανελλήνιο Αθλητικό Σωματείο Γυναικών Καλλιπάτειρα. Το βραβείο που έλαβα από τον ιστορικό αυτόν σύλλογο, ήταν για εμάς μία γενναιόδωρη επιβράβευση των όσων πρεσβεύουμε και μία ώθηση να συνεχίσουμε ακόμα παραπέρα.

Είμαι βαθιά συγκινημένη που καταφέραμε να μεταλαμπαδεύσουμε στα παιδιά μας τις αρχές μας, καθώς συνεχίζουν πέρα από τις προσδοκίες μας και με σεβασμό, το όραμα του πατέρα τους και η συνεισφορά τους στην κοινωνία είναι πολύτιμη.

Παρά το γεγονός, ότι τα τελευταία χρόνια βιώσαμε πολλαπλές κρίσεις, ο Όμιλος έμεινε πιστός στις αξίες του, άντεξε στα δύσκολα και πλέον περνάει στην επόμενη μέρα με νέες δραστηριότητες, έμφαση στην κοινωνία και εμπιστοσύνη στις δυνατότητες της χώρας.

Βιογραφικό Σημείωμα

Η Νανά Καράτζη γεννήθηκε στην Πρέβεζα. Παντρεύτηκε τον επιχειρηματία Μιλτιάδη Καράτζη και απέκτησαν τέσσερα παιδιά. Από το 1973 διαμένει στο Ηράκλειο Κρήτης. Σπούδασε στην Ανωτέρα Σχολή Οικονομικών Επιστημών ΠΑΛΜΕΡ υπό την αιγίδα της Ανωτάτης Βιομηχανικής Σχολής Πειραιά. Στην πορεία της καριέρας της, παρακολούθησε πολυετή ειδικά σεμινάρια, εξειδικευμένα σε θέματα management, marketing, ολικής ποιότητας, υγιεινής και ασφάλειας στο εργασιακό περιβάλλον. Μιλάει Αγγλικά, Γαλλικά και Ιταλικά. Το 1973 μαζί με τον σύζυγό της, Μιλτιάδη Καράτζη, ίδρυσαν την εταιρεία Μ. & Α. Καράτζη Α.Ε. και έκτοτε συμμετέχει ενεργά υπό την ιδιότητα της Αντιπροέδρου του Δ.Σ. Η κύρια αρμοδιότητά της εστιάζεται στα χρηματοοικονομικά θέματα του Ομίλου και στην ξενοδοχειακή αλυσίδα Nana Hotels. Είναι μέλος της Ελληνικής Εταιρείας Διοικήσεως Επιχειρήσεων και του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων. Εκτός της επιχειρηματικής δραστηριότητας, ασχολείται και στηρίζει οργανώσεις κοινωνικού ενδιαφέροντος.



Φωτογραφίες: Πανελλήνιο Αθλητικό Σωματείο Γυναικών Καλλιπάτειρα

Βράβευση Νανάς Καράτζη

Οδικός χάρτης μετάβασης της Ε.Ε. προς ένα βιώσιμο τουριστικό οικοσύστημα

Η εφαρμογή του στην Ελλάδα μέσα από μια διαχείριση προορισμών 3 επιπέδων

του Μάνου Λυγεράκη



Κατά τη διάρκεια της εμβληματικής ετήσιας εκδήλωσης της ΕΕ για τη βιομηχανία, «Ευρωπαϊκές Ημέρες Βιομηχανίας» για το 2021, παρουσιάστηκε ο «Οδικός χάρτης Μετάβασης της Ε.Ε. προς ένα βιώσιμο και ψηφιακό, καινοτόμο τουριστικό οικοσύστημα». Η δημιουργία του χάρτη ήταν το προϊόν μιας διαπραγμάτευσης μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων του πεδίου (stakeholders), η οποία ξεκίνησε πολλούς μήνες νωρίτερα. Ο οδικός χάρτης καλεί την τουριστική κοινότητα να εφαρμόσει μέτρα σε 27 τομείς. Οι βασικότεροι άξονες πάνω στους οποίους κινούνται τα μέτρα τα οποία συμπεριλαμβάνονται, καλούν τους φορείς:

- Να επενδύσουν στην κυκλικότητα, για τη μείωση στην κατανάλωση της ενέργειας, των αποβλήτων, των υδάτων και της ρύπανσης, και ταυτόχρονα για την καλύτερη κάλυψη της αυξανόμενης ζήτησης για βιώσιμο τουρισμό.
- Να ενισχύσουν τις πρακτικές ανταλλαγής δεδομένων για να επιτραπούν νέες καινοτόμες τουριστικές υπηρεσίες και να βελτιωθεί η βιώσιμη διαχείριση των προορισμών.
- Να επενδύσουν σε εκπαίδευση και δεξιότητες για να εξασφαλιστεί η διαθεσιμότητα εξειδικευμέ-



Μάνος Λυγεράκης,
Συνιδρυτής & μέλος
της Διοικούσας Επιτροπής
της 3win Action,
Hotel manager,
Μέλος του Ελληνικού Παραρτήματος
της Διεθνούς Ακαδημίας IMA.

νου εργατικού δυναμικού και ελκυστικές σταδιοδρομίες στο οικοσύστημα.

- Να ενισχύσουν την ψηφιοποίηση των παρεχόμενων υπηρεσιών, του μάρκετινγκ αλλά και όσο το δυνατόν περισσότερων σημείων επαφής στη διάρκεια μιας ταξιδιωτικής εμπειρίας.

Αξίζει να σημειωθεί ότι ο τουριστικός κλάδος είναι το πρώτο από τα κλαδικά οικοσυστήματα των κρατών-μελών της Ε.Ε. για το οποίο ετοιμάστηκε ένας χάρτης μετάβασης για πράσινο και ψηφιακό μετασχηματισμό ώστε μέχρι το 2030 (ή και λίγο αργότερα, εφόσον μιλάει για ορίζοντα πλέον της δεκαετίας και εκδόθηκε πριν ένα χρόνο), να έχει αποκτήσει ανθεκτικότητα και να συμβαδίζει με τις δεσμεύσεις και το σύμφωνο της Ευρωπαϊκής Ένωσης για πράσινη και ψηφιακή Ευρώπη, όπως ανέφερε κατά την παρουσίαση του χάρτη Τιερί Μπρετόν, Επίτροπος Εσωτερικής Αγοράς της Ε.Ε.. Δηλαδή με την επανομαζόμενη Πράσινη Συμφωνία.

Η διαδικασία συν-εφαρμογής που περιέγραψε στο κάλεσμα του ο Τιερί Μπρετόν, είναι μια μακροχρόνια διαδικασία, η οποία φυσικά συμπεριλαμβάνει ανοιχτή κατά τόπους διαβούλευση μεταξύ των επιμέρους φορέων τουρισμού, των κρατών-μελών. Στην έκθεση των εμπειρογνομώνων της Επιτροπής που συνέστησε η Ε.Ε. για τη σύνταξη του Χάρτη, το υποστηρικτικό πλαίσιο κάνει μια ομαδοποίηση σε 17 περιοχές δράσης οι οποίες συνοψίζονται σε 5 θεματικές ενότητες.

1. Ενεργοποίηση πλαισίου Διακυβέρνησης και

εφαρμογής Πολιτικών

2. Πράσινη Μετάβαση
3. Ψηφιακή Μετάβαση
4. Εκπαίδευση και Κατάρτιση για τους Πολίτες και τους Οργανισμούς (Φορείς)
5. Ισότητα και Προσβασιμότητα στον Τουρισμό (εδώ να τονιστεί ότι εκτός από το αγοραστικό κοινό του τουριστικού προϊόντος, δίνεται βαρύτητα και στην ισότιμη πρόσβαση στην εργασία)

Από την ίδια τη δομή και το περιεχόμενο του Οδικού Χάρτη γίνεται σαφές ότι η στρατηγική που θα πρέπει να χαραχθεί και ακολουθηθεί θα χωρίζεται σε 3 επίπεδα. Γίνεται αναφορά σε φορείς διαχείρισης προορισμών (DMOs) οι οποίοι θα πρέπει να διαβουλευονται και να συναποφασίζουν με ενιαία στρατηγική σε Ευρωπαϊκό, εθνικό και τοπικό επίπεδο αντίστοιχα. Φυσικά όπως είναι εύκολα αντιληπτό η διαχείριση προορισμών είναι εξ' ορισμού μια τοπική έννοια και είναι αδύνατο γίνεται σε Ευρωπαϊκό ή εθνικό επίπεδο. Στην συγκεκριμένη περίπτωση η αναφορά εννοεί την οριοθέτηση του γενικού πλαισίου για την βιώσιμη μετάβαση και φυσικά το monitoring δηλαδή την παρακολούθηση του επιπέδου προσαρμογής. Λαμβάνοντας υπόψη τα παραπάνω κατατέθηκε στο ελληνικό κοινοβούλιο, λίγο πριν την είσοδο του 2022, ένα νομοσχέδιο το οποίο θεσμοθέτησε την ίδρυση φορέων διαχείρισης προορισμών. Κατά την ψήφιση του συγκεκριμένου νομοσχεδίου ακούστηκαν πολλές απόψεις επί του θέματος. Μερικές από τις κυριότερες που αξίζει να αναφερθούν είναι οι παρακάτω δύο.

Πρώτον, το ότι οι φορείς που περιγράφονται στην Ευρωπαϊκό χάρτη ως διαχείρισης και προώθησης (DMMOs) στο υπό συζήτηση νομοσχέδιο αναφέρονταν ως διαχείρισης και ανάπτυξης. Φυσικά όμως το μάρκετινγκ είναι ο ακρογωνιαίος λίθος στην τουριστική αγορά και η προσθήκη του από την επιτροπή εμπειρογνομώνων της Ε.Ε. στον επί δεκαετίες, ήδη, χρησιμοποιούμενο όρο της διεθνούς ορολογίας, μόνο τυχαία δεν ήταν. Από την άλλη η αντικατάσταση του όρου μάρκετινγκ με τον όρο ανάπτυξη προβλημάτισε μια μερίδα των φορέων. Καθώς η ανάπτυξη και τα έργα υποδομής είναι μεν το βασικότερο συστατικό που θα βοηθήσει στην διαδικασία της μετάβασης, αλλά το αντικείμενο του φορέα διαχείρισης είναι να λειτουργεί εισηγητικά σε αυτό το κομμάτι. Το εκτελεστικό κομμάτι των αναπτυξιακών έργων εκτελείται κατά κύριο λόγο από το κεντρικό Κράτος και την Τοπική Αυτοδιοίκηση. Αντιθέτως το κομμάτι της προώθησης πρέπει να είναι αποκλειστική ευθύνη του φορέα διαχείρισης. Για αυτό και για άλλους λόγους καταλήξαμε τελικά στην υιοθέτηση του όρου DMMO.

Το δεύτερο σημείο, άξιο αναφοράς είναι ότι το τρίτο επίπεδο, δηλαδή το τοπικό, που περιγράφει

Ο κάθε προορισμός ξεκινάει την διαδικασία των αναπροσαρμογών που απαιτούνται για την μετάβαση, από διαφορετικό υπόβαθρο. Οι μορφολογικές συνθήκες, το κλίμα και η ρυμοτομία της περιοχής είναι διαφορετικά. Οι υπάρχουσες υποδομές εντός των ορίων του κάθε Δήμου βρίσκονται σε άλλο επίπεδο. Υπάρχουν δήμοι με εργοστάσια ανακύκλωσης και τουριστικές περιοχές εντός δήμων που δεν υπάρχουν καν οι βασικές υποδομές όπως

Κλείνοντας να τονίσω ότι όλες οι παραπάνω παράμετροι που αφορούν το ρόλο ενός DMMO σε σχέση με τις υποδομές και το μάρκετινγκ ενός προορισμού, αναφέρονται αποκλειστικά και μόνο στο κομμάτι της μετάβασης προς ένα βιώσιμο, πράσινο και ψηφιακό οικοσύστημα. Η γενικότερη λειτουργία ενός DMMO φυσικά είναι πολύπλευρη και αφορά τη διαρκή διαχείριση, και προώθηση ενός προορισμού. Τα διάφορα επίπεδα και πτυχές της ορθής λειτουργίας ενός DMMO είναι μια συζήτηση που χρειάζεται πολύ μεγαλύτερη ανάλυση. Σε επόμενα άρθρα θα δούμε κάποιες από αυτές τις πτυχές.

Πηγή:
<https://ec.europa.eu/docsroom/documents/45977/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
 COMMISSION STAFF WORKING DOCUMENT
 Scenarios towards co-creation of transition pathway for tourism for a more resilient, innovative and sustainable ecosystem – SWD(2021) 164 final
 EU Green Deal. <https://ec.europa.eu/info/strategy/priorities-2019-2024/european-green-deal/>
 Scientific Tourism Group, Think Tank. Roadmap for the transition of European tourism to 2030 (www.epot.gr)
<https://www.ot.gr/2022/02/08/tourismos/ee-pos-tha-ginei-i-metavasi-sto-prasino-kai-psifiako-touristiko-oikosystima/>

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

ART
GRATEFUL
GIFT

Το **δῶρο** αποτελεί μια ευγενική κίνηση προσφοράς και μεταφέρει εκ πρώτης όψεως χαρά, έκπληξη, προσμονή, αγωνία, ενθουσιασμό, λαχτάρα, αγάπη στον αποδέκτη του!

Έχει τη δύναμη να μεταφέρει μηνύματα, στοιχεία πολιτισμού ακόμα και την ιστορία κάθε τόπου. Δημιουργεί δεσμούς... δεσμούς φιλοξενίας, δεσμούς σύνδεσης, δεσμούς ανάμνησης με το πρόσωπο, τον τόπο, τη χώρα.

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



JOYNTLY
ART
GRATEFUL
GIFT

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

www.joynty.gr

Ποια είναι η ασφαλής απόσταση διαβίωσης για τα καλώδια υψηλής τάσης

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 μετρή-
σεις ακτινοβολίας μέσω του εργαστηρίου
www.aktinovolia.gr σε όλη την χώρα.



Θα πρέπει να ανησυχείτε εάν ζείτε κοντά σε καλώδια υψηλής τάσης; Υπάρχει σημαντικός κίνδυνος; Πόσο μακριά πρέπει να μένετε από γραμμές μεταφοράς ηλεκτρικής ενέργειας υψηλής τάσης; Μένετε κοντά σε γραμμή μεταφοράς υψηλής τάσης; Ή μετασχηματιστή; Ή μια γραμμή ηλεκτρικού τρένου; Υπάρχουν οικιακά καλώδια ηλεκτρικού ρεύματος πολύ κοντά στο σπίτι σας;

Εάν η απάντηση σε οποιαδήποτε από αυτές τις ερωτήσεις είναι ναι, τότε θα πρέπει να αφιερώσετε τα επόμενα 5 λεπτά διαβάζοντας αυτό το άρθρο.



Ακτινοβολία εξαιρετικά χαμηλής συχνότητας (ELF)

Η διέλευση ηλεκτρικού ρεύματος μέσω ενός αγωγού προκαλεί ακτινοβολία ELF.

Η ακτινοβολία εξαιρετικά χαμηλής συχνότητας (ELF) μπορεί να προκαλέσει καρκίνο. Αυτό ερευνήθηκε για πρώτη φορά από το IARC το 2002. Στη συνέχεια, επικυρώθηκε από τον ΠΟΥ το 2007. Η ακτινοβολία εξαιρετικά χαμηλής συχνότητας (ELF) σχετίζεται με αύξηση της παιδικής λευχαιμίας κατά 200%. Εάν θέλετε να διαβάσετε περισσότερα για την ακτινοβολία ELF, κάντε κλικ [εδώ](#).

Είναι ασφαλές να ζεις κοντά σε ηλεκτροφό-

ρα καλώδια;

Η ακτινοβολία ELF από τα ηλεκτροφόρα καλώδια είναι επιβλαβής για το σώμα. Είναι γνωστό ότι προκαλεί πονοκέφαλο, ζάλη, κόπωση και αϋπνία. Αυτό οδηγεί σε υπέρταση, ευερεθιστότητα, ατονία, μείωση των επιπέδων ενέργειας, παχυσαρκία κ.λπ. Επομένως, ακόμη και αν δεν υπάρχουν επιστημονικά στοιχεία, η ακτινοβολία ELF αποτελεί κίνδυνο για την υγεία. Ως εκ τούτου, δεν είναι ασφαλές να ζεις κοντά σε ηλεκτροφόρα καλώδια.



Υπάρχει νομοθεσία για την ασφάλεια από τις γραμμές ηλεκτρικής ενέργειας;

Το μεγαλύτερο μέρος της νομοθεσίας για την ασφάλεια γύρω από τα ηλεκτροφόρα καλώδια περιλαμβάνονται σε κομμάτια γης και στις δύο πλευρές της γραμμής ηλεκτρικού ρεύματος. Αυτό ονομάζεται «Δουλειά Διέλευσης».

Το δικαίωμα διέλευσης είναι μια παραχώρηση γης γύρω από τα ηλεκτροφόρα καλώδια όπου δεν πρέπει να επιτρέπεται η ανθρώπινη κατοίκηση. Στις περισσότερες περιπτώσεις, είναι το έδαφος 20-23 μέτρα και στις δύο πλευρές της γραμμής μεταφοράς ηλεκτρικής ενέργειας HT. Οι νόμοι διανομής ηλεκτρικής ενέργειας υπαγορεύουν ότι αυτή η γη θα μείνει κενή δραστηριότητας.

Αυτό γίνεται για την αντιμετώπιση οποιουδήποτε ατυχήματος που μπορεί να προκαλέσει πτώση του καλωδίου ρεύματος στο έδαφος και κίνδυνο ηλεκτροπληξίας αυτού.

Επομένως, το δικαίωμα διέλευσης δεν λαμβάνει υπόψη τη συγκέντρωση της ακτινοβολίας ELF στην περιοχή γύρω από τους αγωγούς μεταφοράς

ρεύματος.

Το δικαίωμα διέλευσης για τα συστήματα διανομής ισχύος δεν λαμβάνει υπόψη τους κινδύνους ακτινοβολίας ELF από τους αγωγούς. Αυτοί οι κίνδυνοι εκτείνονται πολύ πέρα από το δικαίωμα διέλευσης.

Μένω κοντά σε καλώδια υψηλής τάσης. Ποια είναι η ασφαλής απόσταση διαβίωσης κοντά σε καλώδια υψηλής τάσης;

Η έκθεση ELF λόγω της γειννίας με γραμμή ρεύματος υψηλής τάσης εξαρτάται από 2 πράγματα.

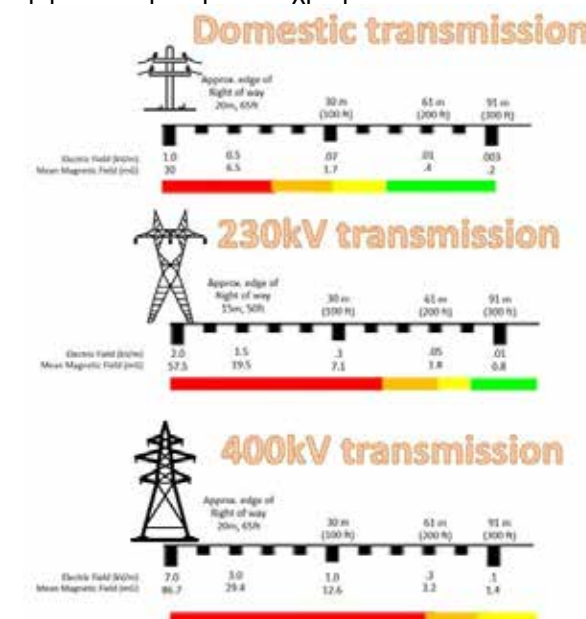
1. Το ρεύμα που διέρχεται από τον αγωγό
2. Η απόσταση διαχωρισμού μεταξύ του θέματος (άτομο, οικογένεια, χώρος) και του μαέστρου.

Κατά κανόνα του αντίχειρα, τόσο υψηλότερο είναι το ρεύμα μέσω του καλωδίου αγωγού, τόσο μεγαλύτερη είναι η ακτινοβολία ELF που παράγει. Επομένως, ένα οικιακό καλώδιο τροφοδοσίας παράγει χαμηλότερο ELF από ένα καλώδιο διανομής ρεύματος.

Ως δεύτερος κανόνας του αντίχειρα, όσο πιο μακριά απομακρύνεστε από τον αγωγό, τόσο χαμηλότερη είναι η ακτινοβολία ELF στην οποία εκτίθεστε.

Ως εκ τούτου, σχεδιάσαμε μια ζώνη ασφαλείας λαμβάνοντας τις βέλτιστες τιμές ρεύματος μέσω αυτών των καλωδίων αγωγών και την απόσταση πεδίου ως συντεταγμένες. (Αυτό το μοντέλο είναι απλοϊκό και δεν λαμβάνει υπόψη πολλούς άλλους παράγοντες, όπως χαλάρωση κ.λπ.).

Οι ζώνες κινδύνου έχουν επισημανθεί με κόκκινο, οι ζώνες προσοχής με πορτοκαλί και οι ζώνες ανοχής με κίτρινο. Οι ασφαλείς ζώνες έχουν εμφανιστεί με πράσινο χρώμα.



Τιμές κινδύνου ELF που σχετίζονται με τη διαβίωση κοντά σε γραμμές ηλεκτρικής ενέργειας υψηλής τάσης.

Αρχικά δίνουμε τους σχετικούς ορισμούς που σχετίζονται με αυτό το μοντέλο.

1. Το όριο της τιμής ανθρώπινης έκθεσης λαμβάνεται στα 2,5mG. Αυτό παρέχεται από την Υπηρεσία Προστασίας Περιβάλλοντος (ΕΡΑ, ΗΠΑ).

2. Η απολύτως ασφαλής τιμή ELF εμφανίζεται με πράσινο και λαμβάνεται ως ζώνη όπου το ELF είναι χαμηλότερο από 1mG. Αυτό είναι σύμφωνα με τα πρότυπα βιολογίας κτιρίων.

3. Μεταξύ της τιμής κατωφλίου και της απολύτως ασφαλούς τιμής – έχουμε τη ζώνη ανοχής. Ορισμένα ευαίσθητα άτομα, όπως τα παιδιά και οι μεγαλύτεροι ενήλικες, θα έχουν πρόβλημα να σε μεγαλύτερες εκθέσεις σε αυτήν τη ζώνη.

4. Ζώνη κινδύνου είναι η περιοχή όπου το ELF δεν είναι ασφαλές για παρατεταμένη έκθεση και ανθρώπινη διαβίωση. Αυτό σημειώνεται με κόκκινο χρώμα.

Συμπέρασμα

Ευρητηριάσαμε τις μετρήσεις σε σχέση με το όριο ΕΡΑ και τα πρότυπα συμμόρφωσης της Βιολογίας κτιρίων. Ωστόσο να ληφθεί υπόψη η αυστηρότητα των ορίων σε σχέση με τον WHO (World Health Organization). Λάβετε υπόψη επίσης ότι οι μετρήσεις ελήφθησαν καθώς οι άνθρωποι που ζουν κοντά σε καλώδια υψηλής τάσης περνούν τουλάχιστον το ένα τρίτο της ημέρας τους στα σπίτια τους. Επομένως, η επίδραση της ακτινοβολίας ELF αποτελεί σημαντικό λόγο για την υγεία τους.

ΔΙΚΤΥΟ ΠΟΛΗΣ	ΔΟΥΛΕΙΑ ΔΙΑΒΑΣΗΣ	ΕΠΙΚΙΝΔΥΝΗ ΖΩΝΗ	ΚΑΤΟΦΛΙ ΖΩΝΗΣ	ΑΣΦΑΛΗΣ ΑΠΟΣΤΑΣΗ
150 KVolt	15 μέτρα	15 μέτρα	20 - 50 μέτρα	50 μέτρα
400 KVolt	20 μέτρα	30 μέτρα	30 - 65 μέτρα	65 μέτρα
	20 μέτρα	60 μέτρα	60-100 μέτρα	100 μέτρα

Δεξιά διέλευσης έναντι ζώνης κινδύνου έναντι ζώνης κατωφλίου έναντι ζώνης ασφαλείας

Το πιο αξιοσημείωτο είναι ότι το δικαίωμα διέλευσης είναι απλώς ένας δείκτης με μικρή ή καθόλου συνάφεια με τις εκθέσεις ακτινοβολίας ELF. Ως εκ τούτου, εάν κάποιος εξετάζει τις ασφαλείς τιμές – πρέπει να απέχει τουλάχιστον 50 μέτρα από την εγχώρια μετάδοση και 80 μέτρα για γραμμές μεταφοράς 150-400 KV.

Λάβετε υπόψη ότι σε πολλές περιπτώσεις, τα αποτελέσματα της ακτινοβολίας ELF δεν είναι άμεσα ορατά. Παίρνουν χρόνο και ξεκινούν πάντα ως ελαφρά και αβλαβή – ένας νευρικός πόνος, ένας ίλιγγος, μια ελαφριά κόπωση, ένας πιο ελαφρύς ύπνος. Αυτά μπορεί να αυξηθούν σημαντικά.

Σε κάθε περίπτωση πρέπει να λάβουμε υπόψη με σοβαρότητα την Ηλεκτρομαγνητική Θωράκι-

ση της οικίας – κτηρίου κατόπιν μετρήσεων ELF (Extreme Low Frequencies) η οποία αλλάζει τα δεδομένα ασφαλείας από ηλεκτρομαγνητική ρύπανση ELF (Extreme Low Frequencies) χαμηλών συχνοτήτων.

Στο χώρο ανάμεσα στην ανεξέλεγκτη χρήση-κατάχρηση της τεχνολογίας και στην απόλυτη αποχή από αυτήν βρίσκεται η εταιρεία μας Aktinovolia.com που με τη σωστή ενημέρωση για την ορθή χρήση των τεχνολογικών επιτευγμάτων αλλά και τις προτάσεις για την θωράκιση σε περίπτωση που χρειάζεται μπορεί να βοηθήσει ιδιώτες και επαγγελματίες να ζουν αρμονικά απολαμβάνοντας την τεχνολογία.

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



Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



Προτάσεις Διαδρομών

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

Η Τέχνη της σκιάσης

7sun



Μαρία Μιχαλάκη
Διευθύνουσα Σύμβουλος
Sevensun



Η Sevensun, κορυφαίος κατασκευαστής λύσεων σκίασης, προσφέρει στον ιδιώτη και στον επαγγελματία ότι ακριβώς θέλει ή έχει φανταστεί, επιλέγοντας μέσα από δεκάδες συνδυασμούς μεγεθών, υφασμάτων, μηχανισμών, στοιχείων φωτισμού, χρωματικών συνδυασμών κοκ. Η αναβαθμισμένη αξία σε πεδία όπως το αισθητικό αποτέλεσμα, η λειτουργικότητα, η απτή ποιότητα, οι μειωμένες απαιτήσεις συντήρησης, η αντοχή στο χρόνο και το μηδαμινό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, δημιουργούν μια εξαιρετική σχέση αξίας - τιμής που είναι δύσκολο να βρει κανείς σήμερα.

Ποιό το όφελος των επιχειρηματιών στην επιλογή προϊόντων της Sevensun;

Κάτι που αναφέρουμε συχνά είναι ότι η ιδανική λύση σκίασης για τις ανάγκες του καθενός βρίσκεται εδώ. Αυτό δεν είναι τυχαίο. Έχουμε αναπτύξει μια πλήρη γκάμα προτάσεων που καλύπτει κάθε πιθανή επιθυμία και ιδιαιτερότητα, είτε αυτή σχετίζεται με αισθητικές προτιμήσεις του καθενός είτε με τις απαιτήσεις του χώρου και του σημείου, είτε με το budget.

Πέρα από το πλήθος των σειρών αυτό καθαυτό, η κάθε σειρά προσφέρεται με τη δυνατότητα απόλυτης παραμετροποίησης και προσωποποίησης. Αυτό συμβαίνει γιατί ο χρήστης μπορεί να έχει αυτό ακριβώς που θέλει ή έχει φανταστεί, επιλέγοντας μέσα από δεκάδες συνδυασμούς μεγεθών, υφασμάτων, μηχανισμών, στοιχείων φωτισμού, χρωματικών συνδυασμών κοκ.

Επίσης, φροντίζουμε πάντα να παρέχουμε αναβαθμισμένη αξία σε πεδία όπως το αισθητικό αποτέλεσμα, η λειτουργικότητα, η απτή ποιότητα, οι μειωμένες απαιτήσεις συντήρησης και η αντοχή στο

χρόνο. Φυσικά διαθέτουμε προτάσεις που απευθύνονται σε διαφορετικά επίπεδα αναγκών αλλά όλα τα προϊόντα Sevensun από το πιο απλό έως και το πιο εξελιγμένο διακρίνονται από μια εξαιρετική σχέση αξίας - τιμής που είναι δύσκολο να βρει κανείς σήμερα.

Το να φτάσουμε εδώ φυσικά δεν ήταν κάτι απλό. Απαιτείται μια συνεχής επικέντρωση στην καινοτομία και μια φιλοσοφία που απορρίπτει την επανάπαυση - όσο και επιτυχημένο να έχει υπάρξει κάτι στο παρελθόν. Και φυσικά απαιτείται μια συνεχής εγρήγορση, σε σχέση με τις εξελίξεις του χώρου σε διεθνές επίπεδο αλλά και τις ανάγκες των τελικών χρηστών.

Θέλουμε να πιστεύουμε ότι όλα αυτά κάνουν μια ουσιαστική διαφορά για τον τελικό χρήστη των προϊόντων μας. Η ιδέα ότι βρισκόμαστε πίσω από την αναβάθμιση χιλιάδων σημείων και την δημιουργία χιλιάδων ευχάριστων, ξέγνοιαστων στιγμών είναι κάτι που μας γεμίζει χαρά και μας κινητοποιεί να κάνουμε ακόμη περισσότερα στο μέλλον.

Ποιό το περιβαλλοντικό αποτύπωμα της

εταιρείας;

Τα πάντα ξεκινούν από την κεντρική μας φιλοσοφία που αντιλαμβάνεται τον οργανισμό ως μέρος ενός ευρύτερου συνόλου, όπου τα πάντα είναι αλληλένδετα και αλληλοεξαρτώμενα. Από αυτή μας την αντίληψη πηγάζει η πεποίθησή μας ότι ο καθένας είναι υποχρεωμένος να συμβάλει έτσι ώστε να εξασφαλίσουμε ένα καλύτερο μέλλον.

Φυσικά όλα αυτά θα πρέπει να αποδεικνύονται στην πράξη, και πιστεύουμε ότι αυτό είναι σαφές ότι συμβαίνει. Ξεκινάμε από την εκπαίδευση του ανθρώπινου κεφαλαίου της Sevensun σε φιλικές προς το περιβάλλον πρακτικές και την ανάπτυξη μιας κουλτούρας ευαισθησίας και σεβασμού.

Σε πιο πρακτικά πεδία, θα πρέπει να αναφέρω τον πρόσφατα αποκτηθέντα εξοπλισμό που διαθέτουμε – με υπερσύγχρονα μηχανήματα που καταναλώνουν σημαντικά λιγότερη ηλεκτρική ενέργεια σε σύγκριση με τα συμβατικά, μειώνοντας τις εκπομπές CO2.

Πέρα από αυτό, οι διαδικασίες βαφής που εφαρμόζουμε χρησιμοποιούν τις μικρότερες δυνατές ποσότητες νερού, ενώ οι ίδιες οι βαφές είναι απαλλαγμένες από ρύπους όπως βαρέα μέταλλα. Επιπλέον, το νερό που χρησιμοποιείται κατά τη διαδικασία υπόκειται σε επεξεργασία και ανακυκλώνεται.

Η συσκευασία όλων των προϊόντων της Sevensun (κυρίως από χαρτόνι) χρησιμοποιεί 100% ανακυκλωμένο υλικό. Η ίδια προσέγγιση εφαρμόζεται σε όλο το έντυπο υλικό που χρησιμοποιείται από την εταιρεία.

Η λογική της ανακύκλωσης διαπερνά όλο το φάσμα των δραστηριοτήτων μας. Το σημαντικό είναι ότι χρησιμοποιούμε μόνο αλουμίνιο με υψηλό συντελεστή ανακύκλωσης. Το ίδιο ισχύει και για τα πλαστικά μέρη ή υφάσματα που ενσωματώνουμε στα προϊόντα μας. Αυτό αποτελεί μια ρητή απαίτηση προς τους προμηθευτές μας και βασικό κριτήριο συνεργασίας. Οι λίγοι και εκλεκτοί προμηθευτές στους οποίους έχουμε καταλήξει αποτελούν κορυφαία ονόματα παγκοσμίως τόσο σε ότι αφορά την ποιότητά τους όσο και σε ότι αφορά τα περιβαλλοντικά τους διαπιστευτήρια.

Τα ίδια τα προϊόντα μας τέλος αποτελούν ζωντανή απόδειξη της φιλοσοφίας αυτής. Αυτά έχουν σχεδιαστεί και κατασκευαστεί για να διαρκέσουν μια ζωή, ελαχιστοποιώντας τη χρήση πρώτων υλών, χημικών ουσιών και ενέργειας κατά τη διάρκεια του κύκλου ζωής τους. Ταυτόχρονα, επιτρέπουν τον έλεγχο της θερμοκρασίας με τον πιο φιλικό προς το περιβάλλον τρόπο. Όπως στις περισσότερες περιπτώσεις, η θεωρία επιβεβαιώνεται μόνο αν βιώσει κανείς τα αποτελέσματα στην πράξη.

Υπάρχει εξωστρεφής δραστηριότητα;

Βεβαίως! Αν και το αρχικό μας πεδίο δραστηριοτήτων ήταν φυσικά η Ελληνική αγορά, από την πρώτη στιγμή είχαμε εξαγωγικές βλέψεις καθώς πιστεύαμε στην αξία και την ανταγωνιστικότητα των προτάσεων μας. Τα αποτελέσματα μας δικαιώνουν, καθώς σημαντικό κομμάτι της παραγωγής μας εδώ και αρκετά χρόνια κατευθύνεται στα Βαλκάνια και στην Ευρώπη, σημειώνοντας σαφείς ανοδικές τάσεις κάθε χρόνο. Αρκεί να σημειώσω εδώ ότι το

πρώτο 3μηνο του 2023 παρουσιάζεται 34% αύξηση σε σχέση με το 2022. Επίσης για το 2024 η Sevensun έχει θέσει ως στόχο και σχεδιάσει την διείσδυση σε νέες αγορές έχοντας ήδη κλείσει συμμετοχή στην έκθεση R&T 2024 της Στουτγάρδης, η οποία είναι η σημαντικότερη έκθεση συστημάτων σκίασης με επισκέπτες επαγγελματίες από όλο τον κόσμο.

Να σημειώσω εδώ ότι η εξαγωγική αγορά έχει κατά τόπους πολλές ιδιαιτερότητες και είναι λάθος να αντιμετωπίζεται ως κάτι το ενιαίο, καθώς οι προτεραιότητες και οι ανάγκες ποικίλουν έντονα. Το σημαντικό είναι όμως ότι έχουμε καταφέρει να προσφέρουμε λύσεις που απαντούν σε όλα αυτά με το παραπάνω. Αντιπροσωπεύουμε κατά μία έννοια και τα «ελληνικά χρώματα» εκτός Ελλάδας, και αυτό συνοδεύεται μεταξύ άλλων και με ένα αίσθημα ευθύνης. Η αναγνώριση που χαίρουν τα προϊόντα μας σε τόσες αγορές μας γεμίζει ικανοποίηση και υπερηφάνεια.

Ποιά η αναπτυξιακή στόχευση της Sevensun, στην ψηφιακή εποχή;

Σε ότι αφορά το κεντρικό αντικείμενο των δραστηριοτήτων μας δεν θα αλλάξει κάτι. Θέλουμε να είμαστε κορυφαίοι στο χώρο μας, και αυτό θεωρούμε ότι απαιτεί απόλυτη προσήλωση και επικέντρωση. Πέρα από αυτό όμως, η πρόθεσή μας είναι να εξελίσσουμε ακόμη περισσότερο τις προτάσεις μας καλύπτοντας ακόμη πιο εξειδικευμένες και στοχευμένες ανάγκες, όντας πάντα ένα βήμα μπροστά από ένα ολοένα εξελισσόμενο κοινό ιδιωτών όσο και επαγγελματιών.

Αυτό στην πράξη μεταφράζεται στην μεγαλύτερη ενσωμάτωση υψηλής τεχνολογίας (όπως πχ ασύρματη συνδεσιμότητα στα προϊόντα μας) στην εξέλιξη των υλικών, στη δυνατότητα επιλογής ακόμη περισσότερων ειδικών στοιχείων εξοπλισμού. Αν επισκεφτείτε την ιστοσελίδα μας θα διαπιστώσετε ότι σχεδιάσαμε ψηφιακά μια βίλα με συστήματα Sevensun, ώστε οι επισκέπτες να έχουν την δυνατότητα να δουν τα συστήματα όπως θα ήταν στην πραγματικότητα. Το 2021 λάβαμε μέρος στην πρώτη ψηφιακή έκθεση R&T. Επίσης πάρα πολύ συχνά δημιουργούμε ψηφιακές συναντήσεις για τη διαφύλαξη της υγείας και τη διευκόλυνση των συνεργατών μας. Τέλος στην ακόμη πιο ευρεία δυνατότητα διαμόρφωσης και ανάπτυξης στην ψηφιακή εποχή σχεδιάζουμε εκπλήξεις που επιφυλάσσουμε για το μέλλον.

Παράλληλα, φροντίζουμε να εξελίσσουμε τον τρόπο με τον οποίο συνομιλούμε με τα κοινά μας. Η διαδικτυακή μας παρουσία αναβαθμίζεται σημαντικά (το site μας πχ είναι ήδη διαθέσιμο σε 3 γλώσσες, και έπεται συνέχεια) παράλληλα με τα συμβατικά μέσα επικοινωνίας όπως πχ τα φυλλάδια, προσφέροντας καλύτερη και πιο ουσιαστική πληροφόρηση σε κάθε ενδιαφερόμενο.

Στην καρδιά αυτής της προσπάθειας είναι και το περαιτέρω χτίσιμο του brand Sevensun τόσο σε επίπεδο αναγνωρισιμότητας όσο και εικόνας. Πιστεύουμε απόλυτα στο προϊόν μας και αυτό σημαίνει ότι του αξίζει ένα brand που περνά τα σωστά μηνύματα και εκφράζει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο αυτό το οποίο πρεσβεύουμε. Οπότε να περιμένετε πολλά περισσότερα και σε αυτό το πεδίο.



Δίκτυο Κρητικής Γαστρονομίας

Το ελαιόλαδο αποτελεί το βασικό συστατικό της Κρητικής διατροφής, καθώς αντικαθιστά το βούτυρο και της διάφορες λιπαρές ουσίες, με την πληθώρα αντιοξειδωτικών που διαθέτει. Η Κρητική κουζίνα είναι η αριστοκρατική αρχόντισσα της Μεσογείου, με την ταπεινότητα των υλικών της, και με την τεράστια διατροφική αξία, τον εποχικών προϊόντων της, υπογραμμίζει ο Chef Γιάννης Αποστολάκης, στο Κρητών Επιχειρείν.

Γιάννης Αποστολάκης
Chef

Πότε δημιουργήθηκε το Δίκτυο Κρητικής Γαστρονομίας και ποιός ο σκοπός;

Το Δίκτυο Κρητικής Γαστρονομίας ιδρύθηκε το 2007 με σκοπό, να αναδείξει την κουλτούρας της Κρητικής διατροφής, και την προβολή των προϊόντων και του πολιτισμού που σχετίζονται με αυτήν. Επίσης τη δημιουργική συνέχεια της Κρητικής κουζίνας και η προβολή της, σε εθνικό αλλά και σε διεθνές επίπεδο, αφορούν τους άμεσους στόχους του Δικτύου.

Αυτό μπορεί να γίνει με την ανάδειξη των προϊόντων τοπικής γαστρονομίας δια μέσου οργάνωσης συμποσίων, σεμιναρίων, εκθέσεων, εκδόσεων, και κάθε είδους εκδήλωσης σε αυτή την κατεύθυνση.

Η ανάδειξη των τοπικών πρώτων υλών ζωικής και φυτικής προέλευσης η δημιουργία νέων συνταγών με βάση των παραπάνω υλικών, η δημοσίευση αυτών σε ειδικά έντυπα, διοργάνωση γευστικών διαγωνισμών, η οργάνωση σεμιναρίων προ τα μέλη αλλά και κάθε ενδιαφερόμενο, η προβολή των τοπικών οίνων και ξεχασμένων ποικιλιών της Κρήτης, της τσικουδιάς και διαφόρων τοπικών αποσταγμάτων όπως μουνρόρακι, κουμαρόρακι.

Ποιά τα πλεονεκτήματα της Κρητικής Κουζίνας;

Η Κρητική κουζίνα και η διατροφή όπως έχω επισημάνει και παλιότερα είναι η κοιτίδα της μεσογειακής διατροφής, καθώς διακρίνεται, για την κατανάλωση προϊόντων, ανάλογα με την εποχή, μη επεξεργασμένα και με την απλότητα των συνταγών. Για διάφορους λόγους, σήμερα ονομάζεται μεσογειακή διατροφή.

Ένας από τους πρωταγωνιστές της Κρητικής κουζίνας είναι αναμφισβήτητο το ελαιόλαδο, ένα φυσικό προϊόν που αποτελεί το βασικό συστατικό της Κρητικής διατροφής καθώς αντικαθιστά το βούτυρο και της διάφορες λιπαρές ουσίες. Η διατροφική του αξία είναι μοναδική με την πληθώρα αντιοξειδωτικών που διαθέτει. Άλλωστε για αυτό το λόγο, έχουν ασχοληθεί επιστήμονες διαχρονικά με το θαύμα της Κρητικής διατροφής. Εκτός από το ελαιόλαδο καταναλώνονται σε μεγάλες ποσότητες διάφορα είδη χόρτων, καλλιεργήσιμα και άγρια, λαχανικών, όσπρια, μικρές ποσότητες κρέατος,

ψάρια και φρούτα, όλα αυτά βέβαια ανάλογα με την εποχή.

Το παξιμάδι με τη μακραίωνα ιστορία του στη διατροφική αλυσίδα της Κρήτης. Άλλωστε είναι ένα από τα πρώτα τρόφιμα που ήταν μακράς διάρκειας, καθώς σήμερα χρησιμοποιείται σε διάφορες περιοχές του κόσμου, κάνοντας διεθνή καριέρα όπως και η χωριάτικη, το γιαούρτι και η φέτα.

Τα χόρτα με το σταμναγκάθι να είναι ξεχωριστό στις προτιμήσεις των καταναλωτών, το απάκι, τα σύγλινα, τα σκιουφιχτά, η γραβιέρα, το γιαούρτι το γαμοπίλαφο, τα σαλιγκάρια, τα βότανα, το μέλι. Προϊόντα που περιλαμβάνονται στις αυθεντικές συνταγές, έχουν μεγάλο γαστρονομικό ενδιαφέρον για τους επισκέπτες, και όχι μόνο, καθώς είναι προϊόντα και συνταγές που παρασκευάζονται με αγάπη και σεβασμό, στη διαχρονική παράδοση, στα σπίτια μας και σε πολλά εστιατόρια.

Οι οινοποιοί στη Κρήτη κάνουν θαύματα, με οινοποιήσεις γηγενών ποικιλιών μοναδικών σε γεύσεις και αρώματα, των ποικιλιακών αποσταγμάτων.

Η γαστρονομία της Κρήτης έχει διακριθεί βάση επιστημονικών μελετών, για τη διατροφική της αξία ως η διατροφή που προστατεύει τη καρδιά από διάφορες παθήσεις, και βοηθά στην ευζωία των ανθρώπων που ακολουθούν τη Κρητική διατροφή.

Η φιλοσοφία του Κρητικού φαγητού βασίζεται στην απόλυτη φρεσκάδα της πρώτης ύλης, στη λιτότητα της παρασκευής και στην ισορροπία ανάμεσα στα λιγοστά στοιχεία που απαρτίζουν ένα έδεσμα. Κυρίαρχο στοιχείο είναι το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο και τα προϊόντα που παράγονται ανάλογα με την εποχή.

Ποιά η συμβολή της Κρητικής Γαστρονομίας στην εξωστρέφεια;

Η συμβολή της Κρητικής κουζίνας στην εξωστρέφεια είναι σημαντική καθώς κάθε χρόνο, ο τουρισμός αυξάνεται και γίνεται γνωστή η ύπαρξη της Κρήτης με σημαντική αναγνώριση στον παγκόσμιο χάρτη της γαστρονομίας.

Το βέβαιο είναι ότι, η γαστρονομία, είναι κομμάτι της ταυτότητας μας. Είναι κάτι που αναζητεί ο κάθε επισκέπτης, που εκτός από τον ήλιο τη θάλασσα αναζητεί την αυθεντικότητα τον γεύσεων

και των φυσικών προϊόντων.

Μην ξεχνάμε η Κρητική κουζίνα είναι η αριστοκρατική αρχόντισσα της Μεσογείου, με την ταπεινότητα των υλικών της, και με την τεράστια διατροφική αξία, τον εποχικών προϊόντων που χρησιμοποιεί. Ανεμοδαρμένα προϊόντα που έχουν ποτιστεί με την αλμυρά της θάλασσας και έχουν αναπτυχθεί με αυτό το μοναδικό υπέροχο φως, που μας λούζει. Έχοντας σαν αιχμή του δόρατος το έξτρα παρθένο ελαιόλαδο, τα χόρτα, τα βότανα, και τα προϊόντα εποχής. Άλλωστε είναι γνωστό ότι το 44% των επισκεπτών είναι οι λεγόμενοι γαστροναύτες, η γαστρονομάδες, είναι οι επισκέπτες που αναζητούν και θέλουν να δοκιμάσουν τα προϊόντα που παράγονται στην περιοχή που επισκέπτονται. Πολλά δε από τα εστιατόρια έχουν αντιληφθεί την υπεραξία της Κρητικής κουζίνας και έχουν προσαρμοστεί πάνω στις ανάγκες των επισκεπτών που επιθυμούν να γνωρίσουν και να δοκιμάσουν νέες συνταγές εδεσμάτων. Δημιουργούν μενού με δημιουργικές συνταγές στηριζόμενες στην αυθεντικότητα, με έμφαση στα Κρητικά προϊόντα. Παράλληλα η λίστες κρασιών περιλαμβάνουν κρασιά και αποστάγματα προερχόμενα από γηγενής ποικιλίες, τελευταία παρουσιάζονται επίσης λίστες ελαιολάδων με σημαντική ζήτηση και εκδήλωση ενδιαφέροντος από τους επισκέπτες.

Ποιές δράσεις προγραμματίζει το Δίκτυο;

Τα τελευταία χρόνια λόγω της πανδημίας είχαμε περιορίσει της δράσεις μας αλλά τώρα επανερχόμαστε δυναμικά με πρώτη μας δράση την εξοικείωση με το ποιοτικό ελαιόλαδο τα μυστικά του, την σωστή χρήση του, συνδυασμό φαγητού με ελαιόλαδο. Ελαιόλαδο προερχόμενο από διαφορετικές περιοχές της Κρήτης, με το μικρόκλιμα της κάθε περιοχής να επιδρά στη γεύση του, με τις διάφορες ποικιλίες ελαιόδεντρων.

Σεμινάρια για τη δημιουργία διάφορων, συνταγών, παρασκευών στην κουζίνα μας, των θαλάσσιων εισβολέων όπως τα μπλε καβούρια, των λεσεψιανών μεταναστών /λεοντόψαρα, γερμανούς, γουρουνόψαρα καθώς οι καταναλωτές τα αντιμετωπίζουν με επιφύλαξη.

Την προβολή και διάδοση σε κάθε ενδιαφερόμενο την παρασκευή ξυδιού από μέλι, τη χούμελη.

Προϊόντα της μέλισσας που κάποιοι μελισσοκόμοι τα έχουν διαφυλάξει σαν κόρη οφθαλμού.

Την τεχνική παλαιώσης γραβιέρας, ανθότυρο ξερό σε στάχτη από εσπεριδοειδή.

Σε συνεργασία με το Βοτανικό πάρκο περιήγηση και αναγνώριση των βρώσιμων χόρτων και τον βοτάνων.

Βιογραφικό

1957 Έτος γέννησης στα Χανιά

1973 - '79 Μετανάστευση στον Καναδά, εκπαίδευση σε σχολή μαγειρικής, εργασία σε διάφορα εστιατόρια

1979/ 86 Επιστροφή στα Χανιά εργασία σε διάφορα εστιατόρια και ξενοδοχεία

1983 Γάμος

1988 Γεννήθηκε ο Αλέξανδρος

1990 Γεννήθηκε ο Μάρκος

1986 - 2019 στο Μ.Α.Ι.Χ

2004 Συνταγές με Αβοκάντο περιοδικό «Φρουτονέα»

2007 Δίκτυο Κρητικής Γαστρονομίας

2008 Έκδοση βιβλίου μαγειρικής «Ονείρου Γεύσεις»

2009 Παρουσίαση Κρητικής κουζίνας στο Παρίσι με τη συνεργασία του κ. Ανδρέα Μαυρομάτη σε 140 δημοσιογράφους γεύσης

2012 - 2019 Διάφορα σεμινάρια με ΚΕΚ ΜΑΙΧ

2012 Συνταγές για τα έντυπα Real Taste, Go Travel

2015 Συνταγές για το έντυπο με τίτλο Locavores

2015 Προβολή της Κρητικής Κουζίνας στη SHANGHAI στα ξενοδοχεία Sheraton, Westin Martin

2016 Προβολή της Κρητικής κουζίνας στις Βρυξέλλες με την Terra Creta

2017 Προβολή της Κρητικής κουζίνας στη GUANGZHOU και στο ξενοδοχείο Sofitel

2019 Προβολή της Κρητικής κουζίνας στη Κύπρο με το ΜΑΙΧ

Πληθώρα παρουσιάσεων συνταγών στη τοπική τηλεόραση και στο ΣΚΑΪ.

Πληθώρα δημοσιεύσεων άρθρων και συνταγές στον τοπικό και Αθηναϊκό Τύπο για διάφορα προϊόντα της Κρήτης.



Το μέλλον της εργασίας στον τουρισμό

του Βασίλη Σπόκου



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

Το μέλλον της εργασίας στον τουρισμό είναι ένα θέμα που απασχολεί όλο και περισσότερο τον τουριστικό κλάδο, καθώς οι εξελίξεις στην τεχνολογία και η αλλαγή των αναγκών των ταξιδιωτών επηρεάζουν τον τρόπο που λειτουργούν οι επιχειρήσεις και οι εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο. Σε αυτό το άρθρο, θα εξετάσουμε ποιες είναι οι τάσεις που διαμορφώνουν το μέλλον της εργασίας στον τουρισμό και πώς μπορούν οι επιχειρήσεις και οι εργαζόμενοι να προετοιμαστούν για αυτές τις αλλαγές.

Ο τουρισμός είναι μια βιομηχανία που συμβάλει στη δημιουργία εκατομμυρίων θέσεων εργασίας παγκοσμίως και συνεχώς εξελίσσεται. Με την ταχεία εξέλιξη της τεχνολογίας και των κοινωνικών αλλαγών, το μέλλον της εργασίας στον τομέα του τουρισμού φαίνεται πολύ διαφορετικό από το παρελθόν.

Η εργασία στον τουρισμό στην Ελλάδα αντιμετωπίζει διάφορα προβλήματα, όπως:

Εποχικότητα: Η εργασία στον τουρισμό στην Ελλάδα είναι συνήθως εποχιακή, με πολλούς εργαζόμενους να εργάζονται μόνο κατά τη διάρκεια της τουριστικής περιόδου. Αυτό σημαίνει ότι οι εργαζόμενοι αντιμετωπίζουν αβεβαιότητα στην εργασία τους και δεν μπορούν να βασιστούν στο εισόδημά τους όλο το έτος.

Χαμηλές αποδοχές: Σε πολλές περιπτώσεις, οι εργαζόμενοι στον τουρισμό στην Ελλάδα λαμβάνουν χαμηλές αποδοχές, ιδιαίτερα σε θέσεις που απαιτούν λιγότερα προσόντα ή είναι εποχιακές.

Έλλειψη εκπαίδευσης και κατάρτισης: Σε ορισμένες περιπτώσεις, οι εργαζόμενοι στον τουρισμό στην Ελλάδα δεν έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και κατάρτιση για τη θέση τους. Αυτό μπορεί να οδηγήσει σε προβλήματα ποιότητας των

υπηρεσιών που παρέχονται και να επηρεάσει την επιστροφή των ταξιδιωτών στο μέλλον.

Ανεπαρκής ρύθμιση της αγοράς εργασίας:

Σε ορισμένες περιπτώσεις, η αγορά εργασίας στον τουριστικό τομέα δεν είναι καλά ρυθμισμένη, με αποτέλεσμα την εκμετάλλευση των εργαζομένων και την παράνομη απασχόληση.

Έλλειψη σταθερότητας και ανασφάλεια στην εργασία: Οι εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα στην Ελλάδα συχνά αντιμετωπίζουν ανασφάλεια στην εργασία τους, καθώς πολλές επιχειρήσεις αναζητούν τρόπους για να μειώσουν τα έξοδά τους σε μια ανταγωνιστική αγορά.

Έλλειψη προοπτικών ανέλιξης: Πολλοί εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα δεν έχουν προοπτικές ανέλιξης στην καριέρα τους και δεν έχουν τη δυνατότητα να βελτιώσουν τις δεξιότητές τους ή να αναπτύξουν νέες.

Αντιμετώπιση των επιπτώσεων του COVID-19: Η πανδημία του COVID-19 είχε μείζονα αρνητική επίδραση στον τουριστικό τομέα στην Ελλάδα και στην εργασία των ανθρώπων σε αυτόν τον τομέα.

Η επανάσταση της τεχνολογίας

Η τεχνολογική εξέλιξη έχει ήδη αλλάξει τον τρόπο που οι επιχειρήσεις στον τουρισμό λειτουργούν και έχει δημιουργήσει νέες ευκαιρίες απασχόλησης. Οι ταξιδιώτες μπορούν να κλείσουν ταξίδια, να κάνουν κρατήσεις σε ξενοδοχεία και να βρουν τις καλύτερες προσφορές από το smartphone τους, κάτι που σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να είναι διαθέσιμες στο διαδίκτυο και να προσφέρουν υψηλής τεχνολογίας υπηρεσίες. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις στον τουριστικό κλάδο πρέπει να επενδύσουν σε τεχνολογία και να εξοικειωθούν με τις νέες τάσεις και τα εργαλεία που προσφέρει η τεχνολογία. Μια από τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουν οι επιχειρήσεις είναι η ανάγκη για προσαρμογή στη χρήση τεχνολογίας για την αύξηση της αποδοτικότητας και της ποιότητας των υπηρεσιών που προσφέρουν.

Εξαρτήματα της αυτοματοποίησης

Η αυτοματοποίηση είναι ένας άλλος τομέας που αλλάζει το μέλλον της εργασίας στον τουριστικό κλάδο. Η εισαγωγή της τεχνητής νοημοσύνης και της ρομποτικής στον τουριστικό κλάδο μπορεί να αποτελέσει μια ευκαιρία για τη βελτίωση της ποιότητας των υπηρεσιών και τη μείωση των δαπανών. Τα chatbots, για παράδειγμα, μπορούν να απαντούν σε ερωτήσεις των πελατών, ενώ τα ρομπότ μπορούν να βοηθήσουν στην εκτέλεση διαφόρων καθηκόντων, όπως η καθαριότητα των δωματίων ξενοδοχείων.

Οι επιχειρήσεις πρέπει επίσης να είναι σε θέση

να διαχειρίζονται αποτελεσματικά τα δεδομένα των πελατών τους, ώστε να μπορούν να προσφέρουν ατομικές και προσαρμοσμένες εμπειρίες στους ταξιδιώτες. Η τεχνολογία μπορεί να βοηθήσει επίσης στην αυτοματοποίηση ορισμένων διαδικασιών, όπως η διαχείριση κρατήσεων και η παροχή πληροφοριών στους πελάτες, μειώνοντας τον ανθρώπινο παράγοντα στις επιχειρήσεις και κάνοντας την εργασία πιο αποδοτική και ακριβή.

Η αλλαγή των αναγκών των ταξιδιωτών

Το μέλλον της εργασίας στον τουρισμό επηρεάζεται επίσης από την αλλαγή των αναγκών των ταξιδιωτών. Οι ταξιδιώτες αναζητούν πλέον αυθεντικές και προσωπικές εμπειρίες και αντί για την παραδοσιακή τουριστική εμπειρία, ψάχνουν για εμπειρίες που τους επιτρέπουν να αλληλοεπιδρούν με τους ντόπιους και να ανακαλύψουν την πραγματική κουλτούρα και τα έθιμα της κάθε περιοχής. Αυτό σημαίνει ότι οι επιχειρήσεις στον τουρισμό πρέπει να προσαρμοστούν σε αυτές τις αλλαγές και να προσφέρουν προσαρμοσμένες εμπειρίες που θα είναι πιο αυθεντικές και προσαρμοσμένες στις ανάγκες και τις προτιμήσεις των ταξιδιωτών.

Με την ταχεία ανάπτυξη των τεχνολογιών και την επέκταση της ψηφιακής επικοινωνίας, ο τουριστικός τομέας βρίσκεται σε συνεχή εξέλιξη. Η χρήση των τεχνολογιών όπως η εικονική πραγματικότητα και η επαυξημένη πραγματικότητα, μπορεί να δημιουργήσει πιο εντυπωσιακές και αξέχαστες εμπειρίες για τους ταξιδιώτες. Παράλληλα, η χρήση τεχνολογιών στον τουρισμό μπορεί να βελτιώσει τη διαχείριση των καταλυμάτων και των αξιοθέατων, καθώς και τη διαδικασία κρατήσεων και πληρωμών.

Επιπλέον, οι ταξιδιωτικές πλατφόρμες όπως το Airbnb και το Booking έχουν διευκολύνει την πρόσβαση σε διαμερίσματα και καταλύματα σε όλο τον κόσμο, ενώ οι ταξιδιώτες έχουν τη δυνατότητα να κάνουν κρατήσεις και να πληρώσουν online. Επιπλέον, οι τεχνολογίες blockchain μπορούν να βοηθήσουν στη διαχείριση των δεδομένων κρατήσεων και πληρωμών.

Κάποια σημαντικά βήματα που μπορούν να ακολουθήσουν περιλαμβάνουν:

- 1. Εκπαίδευση και κατάρτιση:** Οι εργαζόμενοι στον τουριστικό τομέα πρέπει να εκπαιδευτούν για να ανταποκριθούν στις νέες απαιτήσεις των ταξιδιωτών και να εξελιχθούν στις νέες τεχνολογίες που θα χρησιμοποιηθούν στον τομέα του τουρισμού.
- 2. Προσαρμογή στις ανάγκες των ταξιδιωτών:** Οι επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα πρέπει να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους στις νέες ανάγκες των ταξιδιωτών και να προσφέρουν

εμπειρίες που θα ικανοποιούν τις αυξανόμενες απαιτήσεις για αυθεντικές και προσωπικές εμπειρίες.

3. **Χρήση τεχνολογιών:** Η χρήση τεχνολογιών όπως η τεχνητή νοημοσύνη, το Internet των πραγμάτων και η εικονική πραγματικότητα μπορεί να βοηθήσει τις επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα να παρέχουν βελτιωμένες υπηρεσίες και εμπειρίες.
4. **Αειφορία:** Οι επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα πρέπει να εστιάσουν στη βιώσιμη ανάπτυξη και τη μείωση του αντικτύπου τους στο περιβάλλον. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την χρήση πιο βιώσιμων πρακτικών, όπως η ανακύκλωση, η εξοικονόμηση ενέργειας και η χρήση ανανεώσιμων πηγών ενέργειας. Επιπλέον, μπορούν να αναπτυχθούν βιώσιμες τουριστικές πρακτικές που λαμβάνουν υπόψη τους την προστασία του περιβάλλοντος και την τοπική κοινότητα.
5. **Διασφάλιση της ασφάλειας:** Η ασφάλεια των ταξιδιωτών πρέπει να είναι μία από τις βασικές προτεραιότητες των επιχειρήσεων στον τουριστικό τομέα. Μπορούν να ληφθούν μέτρα ασφαλείας, όπως η επιλογή ασφαλών τοποθεσιών και η παροχή προστασίας από κινδύνους όπως οι φυσικές καταστροφές και οι τρομοκρατικές επιθέσεις.
6. **Καινοτομία:** Οι επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα πρέπει να είναι ανοιχτές στην καινοτομία και να αναζητούν νέους τρόπους για να προσελκύουν τους ταξιδιώτες. Αυτό μπορεί να σημαίνει την εξέλιξη νέων τεχνολογιών, τη δημιουργία νέων εμπειριών και την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών.
7. **Κοινωνική ευθύνη:** Οι επιχειρήσεις στον του-

ριστικό τομέα έχουν επίσης κοινωνική ευθύνη. Πρέπει να λαμβάνουν υπόψη τους την επίδραση των δραστηριοτήτων τους στην τοπική κοινότητα και να συμβάλλουν στη βελτίωση των συνθηκών ζωής των κατοίκων. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με τη δημιουργία θέσεων εργασίας, την υποστήριξη της τοπικής κοινότητας και την ανάπτυξη βιώσιμων τουριστικών δραστηριοτήτων.

8. **Ανταγωνιστικότητα:** Η ανταγωνιστικότητα είναι ένας σημαντικός παράγοντας για τις επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα. Πρέπει να είναι σε θέση να παρέχουν υπηρεσίες υψηλής ποιότητας σε συνδυασμό με προσιτές τιμές. Επιπλέον, πρέπει να δημιουργούν μια μοναδική εμπειρία για τους ταξιδιώτες που θα τους κάνει να επιστρέφουν στο μέλλον και να συστήνουν την επιχείρηση σε άλλους.

Συνολικά, οι επιχειρήσεις στον τουριστικό τομέα πρέπει να επιδιώκουν μια ισορροπημένη προσέγγιση που λαμβάνει υπόψη τις ανάγκες των επισκεπτών, των κατοίκων και του περιβάλλοντος. Η βιώσιμη ανάπτυξη είναι ζωτικής σημασίας για το μέλλον του τουριστικού τομέα και την προστασία των πόρων του πλανήτη. Μέσω της συνεργασίας και της καινοτομίας, ο τουριστικός τομέας μπορεί να αναπτύξει μια βιώσιμη προσέγγιση που θα προάγει την οικονομική ανάπτυξη, την κοινωνική ευθύνη και την προστασία του περιβάλλοντος.

Επιπλέον, η επένδυση στην κατάρτιση και επιμόρφωση των εργαζομένων στον τουριστικό τομέα μπορεί να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα της χώρας στο διεθνή τουριστικό αγορά, καθώς οι τουρίστες θα έχουν καλύτερες εμπειρίες και θα επιλέγουν να επισκέπτονται ξανά τη χώρα.





MUST Design

INTERNATIONAL TRADE SHOW CONSTRUCTION

EXHIBITION SERVICES



SHOPFITTING SERVICES



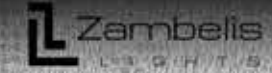
EVENT SERVICES



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















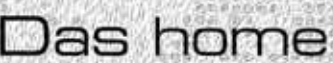
































































... and others

ΓΕΩΡΓΙΟΥ ΓΕΩΡΓΙΑ 22B, 19400 - ΚΟΡΩΠΙ
+30 210 66 22 173
info@mustdesign.gr
www.mustdesign.gr
@mustdesigngr

Αγροοικολογία

Συνδυαστική επιστήμη, σύνολο πρακτικών και κοινωνικό κίνημα

*Συνσχεδιάζοντας τη μετάβαση στην αγροοικολογική αμπελουργία:
Το έργο ECOVINEGOALS/Interreg Adrion*

• **Σταματάκη Ελένη**, Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης, MAIX • **Σιντόρη Αλεξάνδρα**, Δρ, ΙΝΑΓΡΟΚ-ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ • **Κωνσταντιδέλλη Βασιλεία**, ΙΝΑΓΡΟΚ-ΕΛΓΟ ΔΗΜΗΤΡΑ, Υποψ. Δρ., Γ.Π.Α. – Τμ. Αγροτικής Οικονομίας και Ανάπτυξης • **Πιλαφίδης Σωτήριος**, MAIX, Υποψ. Δρ., Παν/μιο Αιγαίου Τμ. Επιστήμης Τροφίμων και Διατροφής του Ανθρώπου • **Φακωτάκης Ελευθέριος**, Τμήμα Οικονομίας και Διοίκησης, MAIX

Η Αγροοικολογία θεωρείται επιστήμη, πρακτική και κοινωνικό κίνημα. Η Αγροοικολογία βασίζεται στην εφαρμογή οικολογικών εννοιών και αρχών των αλληλεπιδράσεων μεταξύ φυτών, ζώων, ανθρώπου και περιβάλλοντος και λαμβάνει υπόψη τις κοινωνικές διαστάσεις της αγροτικής παραγωγής με σκοπό τη δημιουργία ενός αειφόρου και δίκαιου συστήματος παραγωγής τροφίμων.

Αγροοικολογία: συνδυαστική επιστήμη, σύνολο πρακτικών και κοινωνικό κίνημα.

Η αγροοικολογία, ως συνδυαστική επιστήμη, σύνολο πρακτικών και κοινωνικό κίνημα, υιοθετεί μια ολιστική προσέγγιση, βασίζεται στην ολοκληρωμένη κατανόηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ διαφόρων στοιχείων του αγρο-οικοσυστήματος και στοχεύει σε ένα πιο βιώσιμο αγροδιατροφικό σύστημα. Επιδιώκει να βελτιστοποιήσει τις αλληλεπιδράσεις μεταξύ φυτών, ζώων, ανθρώπων και περιβάλλοντος, λαμβάνοντας παράλληλα υπόψη τις κοινωνικές πτυχές που πρέπει να αντιμετωπιστούν για ένα βιώσιμο και δίκαιο σύστημα τροφίμων.

Πρωθεί πρακτικές και λύσεις φιλικές προς το περιβάλλον που βασίζονται στις φυσικές και οικολογικές διεργασίες, σέβονται την τοπιακή κληρονο-

μία, είναι κοινωνικά δίκαιες και προσαρμοσμένες σε κάθε τόπο.

Η αγροοικολογία μοιράζεται ένα κοινό όραμα με τη βιολογική γεωργία όσον αφορά στις πρακτικές που προτείνει και που βασίζονται στη φύση, στη διατήρηση της βιοποικιλότητας, στο σεβασμό προς το περιβάλλον και στους φυσικούς πόρους.

Μεταξύ της βιολογικής γεωργίας και της αγροοικολογίας αναπτύσσονται συνέργειες, με την τελευταία να θεωρείται ως ένας χώρος ελεύθερης σκέψης για τη δημιουργία αντιλήψεων και πρακτικών ώστε η βιολογική γεωργία να αναπτυχθεί πέρα από τα στενά όρια των κανονισμών της.

Το έργο ECOVINEGOALS

Το έργο ECOVINEGOALS (Ecological

Vineyards Governance Activities for Landscapes' Strategies) επιχείρησε να προσεγγίσει σημαντικές προκλήσεις της εντατικής αμπελουργίας στην περιοχή της Αδριατικής-Ιονίου και συγκεκριμένα τις αρνητικές επιπτώσεις στην ποιότητα του εδάφους, του νερού και του αέρα, της βιοποικιλότητας και των φυσικών τοπίων, υποστηρίζοντας τη μετάβαση στην αγροοικολογική αμπελουργία.

Δέκα εταίροι από Ιταλία, την Κροατία, το Μαυροβούνιο, τη Σερβία, τη Σλοβενία και την Ελλάδα συνένωσαν την εμπειρία και την εξειδίκευση τους για την επίτευξη ενός κοινού στόχου: την ανάπτυξη εργαλείων, στρατηγικών, σχεδίων δράσης και διαδικασιών συμμετοχικής διακυβέρνησης για τη μετάβαση της εντατικής αμπελουργίας, στην αγροοικολογία, ένα σύστημα χαμηλών εισροών και εκπομπών ρύπων που συμβιβάζει τις παραγωγικές, κοινωνικές, περιβαλλοντικές ανάγκες και τη διατήρηση του αγροτικού τοπίου ευάλωτων οινοπαραγωγικών περιοχών της Αδριατικής-Ιονίου.

Το έργο διάρκειας 36 μηνών (Μάρτιος 2020 - Φεβρουάριο 2023) υλοποιήθηκε με τη συγχρηματοδότηση της ΕΕ, μέσα από το πρόγραμμα INTERREG ADRION με συντονιστή φορέα την Ομάδα Τοπικής Δράσης Ανατολικής Βενετίας, VeGAL από την Ιταλία και με τη συμμετοχή του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (MAIX).

Η μετάβαση του αμπελοοικονομικού τομέα στην αγροοικολογία νοείται από το έργο ως μια μακρά διαδικασία υιοθέτησης λύσεων για την αντιμετώ-

πιση συγκεκριμένων προκλήσεων σε διαφορετικά αμπελουργικά τοπία μέσω συνδυασμένων δράσεων με κοινό άξονα: το σεβασμό στο περιβάλλον και στις οικονομικές και κοινωνικές ισορροπίες κάθε περιοχής.

Σύμφωνα δε με το συγκεκριμένο έργο η αγροοικολογική αμπελουργία αφορά στον αμπελώνα – αγρόκτημα αλλά και με το ευρύτερο τοπίο μιας περιοχής και είναι αυτή που:

- υιοθετεί πρακτικές που λαμβάνουν υπόψη/σέβονται το περιβάλλον
- είναι συμβατή με τη διατήρηση του αγροτικού τοπίου (τοπιακή κληρονομιά), των φυσικών οικοτόπων και της βιοποικιλότητας ειδών και οικοσυστημάτων,
- επιδιώκει την παραγωγή ποικίλων προϊόντων (όχι μόνο κρασί) και υπηρεσιών
- προστατεύει/αναδεικνύει τον τοπικό πολιτισμό/παραδόσεις, κλπ
- στηρίζει τις κοινωνικο-οικονομικές δραστηριότητες που αναπτύσσονται στις αγροτικές περιοχές όπως ο τουρισμός, η υπαίθρια αναψυχή, το εμπόριο τοπικών προϊόντων και διασφαλίζει την ανάπτυξη των αγροτικών κοινοτήτων γενικά.

Το έργο πραγματοποίησε μια σειρά δράσεων – αναλύσεων στις περιοχές μελέτης που αντιμετωπίστηκαν ως «εργαστήρια μετάβασης» που ήταν για την Ιταλία η Βιο-περιφέρεια της Βενετίας, και η κοιλάδα Val di Cembra, στη Σλοβενία οι λόφοι Virava, στην Κροατία η Περιφέρεια Istria, στην Σερβία ο Δήμος Topola, στο Μοντενέγκρο η πε-

Κύριος Στόχος του έργου ECOVINEGOALS

Πρόκληση

Η εντατική αμπελουργία βασίζεται σε σημαντικές εισροές χημικών και ορυκτών καυσίμων με αρνητικές επιπτώσεις στην ποιότητα του εδάφους, του νερού και του αέρα, της βιοποικιλότητας και των φυσικών τοπίων.

Προσέγγιση - Λύση:

Η αγροοικολογία, που στοχεύει στη βελτιστοποίηση των αλληλεπιδράσεων μεταξύ φυτών, ζώων, ανθρώπων και περιβάλλοντος, για μια βιώσιμη γεωργίας και αγροτικής ανάπτυξη, κοινωνικής ισότητας και ενός δίκαιου αγροδιατροφικού συστήματος.

Στόχος:

ανάπτυξη εργαλείων, στρατηγικών, σχεδίων δράσης και ικανοτήτων για την υποστήριξη της αγροοικολογικής μετάβασης της αμπελουργίας στις χώρες της Αδριατικής και Ιονίου



ριοχή Crtnica και στην Κρήτη οι Δήμοι Αρχανών Αστερουσίων και Πλατανιά.

Η Κρήτη, με μια μακραίωνη ιστορία 4.000 χρόνων στην αμπελουργία και μια συνολική αμπελουργική έκταση 221.845 στρεμμάτων (ΕΛΣΤΑΤ, 2020) κατέχει σήμερα την τρίτη θέση όσον αφορά στις εκτάσεις με οινάμπελα και τη δεύτερη στις εκτάσεις με σταφιδάμπελα, ενώ είναι γνωστή για τις 4 ζώνες Π.Ο.Π. (Αρχάνες, Δαφνές, Πεζά, και Σητεία και πολλές τοπικές ποικιλίες (Λιάτικο, Βιδιανό, Βιλάνα, Ρωμείο, κ.λπ.)

Ο Δ. Αρχανών-Αστερουσίων με 38 χιλιάδες στρέμματα αμπελώνων περίπου σύμφωνα με το αμπελουργικό μητρώο ή 28 χιλ. σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία (ΕλΣτατ, 2019) κατέχει το 21% της συνολικής αμπελουργικής έκτασης στην ΠΕ Ηρακλείου (137.210 στρέμματα), που είναι η μεγαλύτερη έκταση αμπελώνων στην Κρήτη.

Ο Δ. Πλατανιά με 4,5 χιλιάδες στέμματα αμπελώνων σύμφωνα με το αμπελουργικό μητρώο ή 5 χιλιάδες σύμφωνα με την Στατιστική Υπηρεσία (ΕλΣτατ, 2019) κατέχει περίπου το 32% της συνολικής αμπελουργικής έκτασης της ΠΕ Χανίων (15.580 στρέμματα) η δεύτερη μεγαλύτερη στην Κρήτη.

Σημαντικά δυνατά σημεία για την ανάπτυξη της

αγροοικολογικής αμπελουργίας στις δυο περιοχές είναι το ιδιαίτερο κάλους αγροτικό τοπίο και η βιοποικιλότητα, η παρουσία πολλών σημείων φυσικού αλλά και πολιτιστικού – αρχαιολογικού ενδιαφέροντος (π.χ. γεωπάργα, περιοχές NATURA, μοναστήρια, αρχαιολογικοί χώρου), η ανεπτυγμένη τουριστική δραστηριότητα Διαρθρωτικά προβλήματα – μικρός και κατακερματισμένος κλήρος –αυξημένο κόστος παραγωγής

Ως αδύνατα σημεία επισημαίνονται η έλλειψη ενημέρωσης, κατάρτισης, συμβουλευτικής και εκπαίδευσης σε θέματα αγροοικολογικών και βιώσιμων πρακτικών και διαχείρισης της παραγωγής, οι διαμάχες όσον αφορά στις χρήσεις γης και οι πιέσεις στο περιβάλλον από την ανθρώπινη δραστηριότητα (π.χ. εντατική καλλιέργεια, κτηνοτροφία, οικιστική ανάπτυξη τουρισμός, κλπ).

Καλές πρακτικές αγροοικολογικής αμπελουργίας

Με άξονα την καλύτερη κατανόηση της αγροοικολογίας ως πρακτική το συγκεκριμένο έργο δημιούργησε μια (ανοικτή) λίστα (29) καλών αγροοικολογικών πρακτικών που εφαρμόζονται από τους αμπελουργούς στις περιοχές μελέτης. Διακρίνονται

δε σε αυτές που ενισχύουν την αποτελεσματικότητα – αποδοτικότητα των εισροών (ανακύκλωση - μείωση των εισροών) όπως κομποστοποίηση των υπολειμμάτων κλαδέματος, βιώσιμα συστήματα άρδευσης, κλπ, σ 'αυτές που εστιάζουν στην αντικατάσταση – υποκαθιστούν άλλες πρακτικές όπως η χλωρή λίπανση, η χρήση κατάλληλων τεχνικών κλαδέματος, κλπ και τέλος στον επανασχεδιασμό του αγροοικοσυστήματος με άξονα την οικονομική βιωσιμότητα αλλά και την κοινωνική ευαισθητοποίηση με πρακτικές όπως η εισαγωγή προτύπων πιστοποίησης που αξιολογούν τις περιβαλλοντικές επιπτώσεις, η ενθάρρυνση της διάχυσης της πληροφόρησης, η παραγωγή ποικίλων προϊόντων και υπηρεσιών όπως υπηρεσιών οινοτουρισμού και τα επισκέψιμα αγροκτήματα. Εκτενή παρουσίαση των πρακτικών αυτών παρουσιάζεται στην πλατφόρμα ecovineroads.com.

Αξίζει να σημειωθεί δε ότι όσον αφορά στις περιοχές μελέτης στην Κρήτη σύμφωνα με τις απαντήσεις ερωτηματολογίου που στάλθηκε ηλεκτρονικά σε συνεργασία με την Δ/ση ποιότητας & ασφάλειας τροφίμων Ηρακλείου και τον γεωπόνο κ. Μπαγκή Νικόλαο, αρκετά μεγάλο ποσοστό (55%) χρησιμοποιεί σύστημα βιώσιμης διαχείρισης νερού άρδευσης ενώ αρκετά διαδεδομένες πρακτικές είναι η κομποστοποίηση των υπολειμμάτων κλαδέματος και η παρακολούθηση της γονιμότητας του εδάφους.

Επιπλέον τα ερωτηματολόγια (δείγμα 30) και οι συνεντεύξεις (δείγμα 15 αμπελουργοί) που πραγματοποιήθηκαν στις περιοχές μελέτης ανέδειξαν ως βασικές αιτίες για τη μη υιοθέτηση καλών αγροοικολογικών πρακτικών, το αυξημένο κόστος

παραγωγής, η ανεπαρκής γνώση και συμβουλευτική υποστήριξη και κυρίως η απουσία (οικονομικών) κινήτρων αφού ουσιαστικά η τιμή των σταφυλιών προς οينوποίηση στην αγορά ελάχιστα προσδιορίζεται από τη χρήση αειφόρων πρακτικών - συστημάτων καλλιέργειας.

Αγροοικολογική Μετάβαση της αμπελουργίας: Σημείο εκκίνησης και Σχέδια Δράσης

Μια σημαντική ερώτηση που κλήθηκε να απαντήσει το έργο αφορούσε στην σημερινή-παρούσα κατάσταση, το σημείο εκκίνησης όσον αφορά στην αγροοικολογική δομή των αμπελώνων στις περιοχές μελέτης. Άλλωστε ο σχεδιασμός της πορείας προς την αγροοικολογική μετάβαση προϋποθέτει το σαφή προσδιορισμό του σημείου εκκίνησης.

Η ανάλυση βασίστηκε στην έννοια της Κύριας Αγροοικολογικής Δομής (MAS) του Leon-Sicard (2018)¹ που χρησιμοποιεί δέκα δείκτες αξιολόγησης μεταξύ των οποίων η διαφοροποίηση και η συνδεσιμότητα των διαφόρων στοιχείων μέσα στον αμπελώνα, οι πρακτικές διαχείρισης του εδάφους, η αντιμετώπιση των ζιζανίων κλπ. Ο συγκεκριμένος δείκτης αξιολόγησης (MAS) συμπληρώθηκε από την εκτίμηση εδαφικού και περιβαλλοντικού πλαισίου (TEC) που ουσιαστικά βασίζεται στις αντιλήψεις των γεωργών – αμπελουργών - ερωτώμενων σχετικά με το επίπεδο ικανοποίησης από την αμπελουργία στην περιοχή γενικά καθώς και από την ευαισθητοποίηση σε θέματα αγροβιοποικιλότητας.

Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη ανάλυση η αγροοικολογική δομή στις περιοχές μελέτης στην Κρήτη – Δ. Αρχανών Αστερουσίων και Δ. Πλατανιά, εμφανίζεται ως «ασθενώς ανεπτυγμένη» με προ-



πτική. Οι προτάσεις για τη βελτίωση του επιπέδου της αγροοικολογικής δομής συμπεριλαμβάνουν τη φύτευση νέων φυτικών στοιχείων εσωτερικά και εξωτερικά του αμπελώνα, συγκαλλιέργεια αμπέλου με άλλα είδη (π.χ. ψυχανθή, σιτηρά), παρουσία επιλεγμένων περιοχών με αυτοφυή φυτά-ζιζάνια και μηχανική καταπολέμηση στις υπόλοιπες περιοχές, ανακύκλωση, κομποστοποίηση, επανενσωμάτωση φυτικών υπολειμμάτων.

Ένας από τους πιο σημαντικούς στόχους του έργου ήταν η ανάπτυξη Τοπικών Σχεδίων Δράσης για την αγροοικολογική μετάβαση στις περιοχές μελέτης. Πρόκειται για δράσεις οι οποίες αναπτύχθηκαν με βάση τα συμπεράσματα των μελετών που διεξήχθησαν στις περιοχές αυτές, το διάλογο με όλους τους εμπλεκόμενους τις συναντήσεις εργασίας – εργαστήρια που διοργανώθηκαν με τη συμμετοχή εκπροσώπων πολλών φορέων. Στα συγκεκριμένα εργαστήρια εφαρμόστηκε η διαδικασία σχεδιασμού βημάτων/σεναρίων προς ένα επιθυμητό μέλλον (διαδικασία ανάδρομου σχεδιασμού «backcasting»). Πρόκειται για μια διαδικασία συμμετοχικής διακυβέρνησης μέσω της οποίας προσδιορίστηκε το κοινό όραμα για την αμπελουργία του μέλλοντος στις περιοχές μελέτης. Οι βασικοί στόχοι που πρέπει να επιτευχθούν δε είναι:

- η ενδυνάμωση του ανθρώπινου κεφαλαίου για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της αγροοικολογικής μετάβασης,
- η προώθηση ενός βιώσιμου - φιλοπεριβαλλοντικού αμπελοοικονομικού τομέα και τέλος
- η αναδιάρθρωση και ο εκσυγχρονισμός των αμπελώνων.

Σε αναφορά με τους συγκεκριμένους στόχους προτείνονται και περιγράφονται με σαφήνεια βρα-

χυπρόθεσμα, μεσοπρόθεσμα και μακροπρόθεσμα τοπικά σχέδια δράσης η υλοποίηση των οποίων προϋποθέτει την ενεργό συμμετοχή όλων των άμεσα ή έμμεσα εμπλεκόμενων στην αμπελουργία, που με αυτό τον τρόπο γίνονται εταίροι σε μια κοινή προσπάθεια.

Ενδεικτικά σχέδια δράσης για την αγροοικολογική μετάβαση της αμπελουργίας:

- Ανάπτυξη και προώθηση μιας πολύπλευρης και αυθεντικής κρητικής οίνο-τουριστικής εμπειρίας
- Καταγραφή και χαρτογράφηση επισκέψιμων αμπελώνων και οινοποιείων, στοιχείων φυσικού κάλλους, στοιχείων πολιτιστικής κληρονομιάς και γαστρονομίας, τοπιακού ενδιαφέροντος, συνέργεια μεταξύ αυτών και δημιουργία αντίστοιχης εφαρμογής.
 - Δημιουργία εναλλακτικών οινικών διαδρομών με βάση τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά των αμπελώνων και άλλων στοιχείων της περιοχής
 - Δημιουργία νέων τουριστικών αξιοθέατων (π.χ. η δημιουργία Μουσείου Κρητικού Αμπελώνα).
 - Συνεργασία-δικτύωση μεταξύ των αμπελοκαλλιεργητών, με φορείς τουρισμού και εστίασης
- Δικτύωση/ συνεργασία - Δράση: Δημιουργία Κέντρου/Γραφείου Δικτύωσης των Εμπλεκόμενων Φορέων και Προώθησης των Τοπικών Οίνων
- Δημιουργία δικτύου αμπελουργών / ηλεκτρονικής πλατφόρμας εμπλεκόμενων φορέων
 - Ενίσχυση της ανταλλαγής γνώσεων και πληροφοριών μεταξύ των παραγωγών σχετικά με αγροοικολογικές πρακτικές, προώθηση τοπικών ποικιλιών και διαχείρισης των επιχειρήσεών τους.
 - Σημεία προβολής στις πύλες εισόδου της πόλης και στα περίπτερα τουριστικής πληροφόρησης,

δημιουργία ψηφιακού υλικού

Παροχή κατάρτισης και εκπαίδευσης και ευαισθητοποίηση αμπελουργών, οινοποιών και λοιπών εμπλεκόμενων αλλά και καταναλωτών σχετικά με τις αγροοικολογικές πρακτικές

- Σχεδιασμός καλά στοχευμένων προγραμμάτων κατάρτισης για νέους αμπελοκαλλιεργητές
- Εκπαίδευση παραγωγών και οινοποιών σε αμπελουργικές, οινοποιητικές τεχνικές και αγροοικολογικές πρακτικές, με επίκεντρο τις τοπικές ποικιλίες, την αυτόχθονη-τοπική γνώση και την τοπιακή κληρονομιά – Διασύνδεση με ακαδημαϊκά και ερευνητικά ιδρύματα-διάχυση ερευνητικών αποτελεσμάτων.
- Διοργάνωση εκδηλώσεων (επίδειξης πιλοτικών αμπελώνων και οινοποιείων, δράσεις ευαισθητοποίησης)
- Εκπαίδευση και πιστοποίηση συμβούλων σε πρακτικές αγροοικολογικής διαχείρισης.

Ανάπτυξη τοπικού εμπορικού σήματος αγροοικολογικής / βιώσιμης αμπελοκαλλιέργειας

- Ανάπτυξη τοπικού σήματος για τον βιώσιμο κρητικό οίνο/τους αγροοικολογικούς αμπελώνες
- Προσδιορισμός των προϋποθέσεων / δεικτών για την απόκτηση του σήματος
- Προώθηση του κρητικού οίνου σε εξειδικευμένες αγορές και καταναλωτές με αυξημένη ευαισθητοποίηση για τη βιωσιμότητα.

Αναδιάρθρωση του κλάδου - αύξηση του μεγέθους των εκμεταλλεύσεων - αντιμετώπιση του κατακερματισμού των εκμεταλλεύσεων - εκσυγχρονισμός των εκμεταλλεύσεων – προώθηση γηγενών ποικιλιών

- Κατάρτιση σχεδίου χρήσης της γεωργικής γης λαμβάνοντας υπόψη παράγοντες όπως προστασία της
- βιοποικιλότητας, προστασία του τοπίου και περιορισμός της μονοκαλλιέργειας
- Διερεύνηση δυνατοτήτων ενοποίησης και αναδιανομής της γης, σε εθελοντική βάση
- Διατήρηση - Προστασία αναβαθμίδων
- Ενθάρρυνση των νέων γεωργών να ξεκινήσουν τη δραστηριότητα ή να επεκτείνουν τις εκμεταλλεύσεις τους.
- Προώθηση των αποτελεσμάτων της έρευνας καταγραφής, ταξινόμησης και μελέτης των τοπικών και γηγενών ποικιλιών αμπέλου - Ιολογική εξυγίανση, παροχή κατάλληλου πολλαπλασιαστικού υλικού

Εγκαθίδρυση Βιο-Αγροοικολογικής περιοχής

- Περαιτέρω ανάπτυξη της βιολογικής αμπελουργίας στην Κρήτη και αύξηση των αμπελουργών που υιοθετούν αγροοικολογικές πρακτικές
- Καθορισμός συγκεκριμένων «εμβληματικών» περιοχών ως βιο-περιοχών (bio-districts), ή αγροοικολογικών περιοχών σε συμφωνία με

τους παραγωγούς και τις τοπικές αρχές

- Δημιουργία υποστηρικτικού θεσμικού πλαισίου και στρατηγικών για τη διαχείριση και την ανάπτυξη των περιοχών αυτών (υποστηρικτικά μέτρα από τις τοπικές αρχές)
- Δημιουργία συνεργειών με τοπικά εστιατόρια και άλλες επιχειρήσεις.

Η σημασία των τοπικών σχεδίων δράσης

Η διαδικασία αξιολόγησης των συγκεκριμένων σχεδίων δράσης μέσω ερωτηματολογίου και συζητήσεων έδωσε προτεραιότητα σε αυτά που σχετίζονται με την κατάρτιση/εκπαίδευση/συμβουλευτική υποστήριξη και ευαισθητοποίηση αμπελουργών αλλά και όλων των συμμετεχόντων στην αλυσίδα παραγωγής σχετικά με τις αγροοικολογικές πρακτικές, την προστασία και την προώθηση της τοπιακής κληρονομιάς και της βιοποικιλότητας. Η συγκεκριμένη δραστηριότητα αξιολογείται η πιο σημαντική αλλά και η πιο εφικτή. Επιπλέον σχέδια δράσης που βρήκαν ιδιαίτερη ανταπόκριση είναι η ανακήρυξη περιοχών σε βιολογικές ή αγροοικολογικές καθώς και η δημιουργία ενός κέντρου δικτύωσης – συνεργειών για την αντιμετώπιση διαρθρωτικών προβλημάτων που κλάδου (μικροί αμπελώνες, κλπ), την προώθηση τοπικών ποικιλιών, την ενίσχυση της συνέργειας με τον τουρισμό, κλπ.

Γενικά η αγροοικολογική μετάβαση είναι μια μακρά διαδικασία πολλών βημάτων – δράσεων, βραχυπρόθεσμων, μεσοπρόθεσμων και μακροπρόθεσμων, που στηρίζονται σ’ ένα κοινό όραμα όλων των εμπλεκόμενων φορέων και προϋποθέτουν τη συνεργασία και την ενεργό συμμετοχή όλων των εμπλεκόμενων στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Τα τοπικά σχέδια δράσης που σχεδιάστηκαν μέσω του έργου ECOVINEGOALS/ADRION στο πλαίσιο μιας ολιστικής προσέγγισης που προτείνει η αγροοικολογική μετάβαση στην αμπελουργία, επιδιώκουν την προώθηση φιλικών προς το περιβάλλον πρακτικών, υποστηρίζουν συναφείς δραστηριότητες αλλά και συμβάλουν στη βιώσιμη ανάπτυξη των περιοχών, βελτιώνοντας την ποιότητα ζωής, τις υπηρεσίες και την πρόσβαση των κατοίκων και των επισκεπτών στη φύση, αναδεικνύοντας και αξιοποιώντας παράλληλα τα τοπικά προϊόντα και το αγροτικό τοπίο.

Δύναται να αποτελέσουν σημαντικό εργαλείο, να λειτουργήσουν ως παρακαθήκη / εφελτήριο για το σχεδιασμό στρατηγικής και μελλοντικών δράσεων για ενίσχυση της βιωσιμότητας του αμπελοοικονομικού τομέα στην Κρήτη.

¹León-Sicard, T., Calderón, J. Martinez-Bernal, L., Cleves Iguizamo, J. 2018, The Main Agroecological Structure (MAS) of the Agroecosystems: Concept, Methodology and Applications, Sustainability



2ο Παγκρήτιο Forum ΟΑΚΑ

Κορυφαίο γεγονός εξωστρέφειας

Με επιτυχία πραγματοποιήθηκε το 2ο Παγκρήτιο Forum, στο Ολυμπιακό Ποδηλατοδρόμιο της Αθήνας (ΟΑΚΑ), δημιουργώντας σταθερές βάσεις συνεργασίας παραγωγών και μεταποιητών αγροτικών προϊόντων της Κρήτης με επιχειρήσεις και εκτός Κρήτης.

Το Παγκρήτιο Forum στο ΟΑΚΑ, πραγματοποιείται από τα Επιμελητήρια Κρήτης, σε συνεργασία με το Υφυπουργείο Αθλητισμού, την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων (ΠΟΔΙΞ) και με τη στήριξη της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων (ΚΕΕΕ) και της Περιφέρειας Κρήτης.

Στη διάρκεια του Forum η Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων (ΠΟΔΙΞ), διοργάνωσε εκδήλωση με θέμα «Αγροδιατροφή και Τουρισμός: Η διαπραγματευτική ισχύς εν τη ενώσει». Παράλληλα αναπτύχθηκαν οι θεματικές «Κρητική Διατροφή: η αξία της και τρόποι αύξησης πωλήσεων παραγωγών, μεταποιητών, ξενοδό-

χων», «Το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της Κρητικής Διατροφής στη διεθνή αγορά», «Το φαγητό ως εγγύηση της βιωσιμότητας παραγωγών-μεταποιητών-ξενοδόχων».

Στο κορυφαίο επιχειρηματικό γεγονός συμμετείχαν φέτος περισσότεροι από 110 εκπρόσωποι 63 εταιρικών ομίλων, που περιλαμβάνουν συνολικά, περίπου 800 ξενοδοχεία, Super Market, Δίκτυα Διανομής, Delicatessen και εστιατόρια.

Στη διάρκεια του διήμερου Forum πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 17.000 προκαθορισμένες επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) μεταξύ των δύο πλευρών, σε ειδικά διαμορφωμένους χώρους, αλλά και παράλληλες δράσεις για γνωριμία με τα κρητικά προϊόντα.

Σημειώνεται ότι κατά το 1ο Παγκρήτιο Forum, το 47% των συμμετεχόντων, και από τις δύο πλευρές, δήλωσαν ότι ήρθαν σε συμφωνία για την αγορά κρητικών προϊόντων, απευθείας από τους παραγωγούς - μεταποιητές.



Φωτογραφίες: Επιμελητήρια Κρήτης

11ο Παγκρήτιο Φόρουμ ΔΕΚΚ

Επιχειρηματικές Συναντήσεις

Περισσότερες από 18.200 επιχειρηματικές συναντήσεις (B2B) ανάμεσα στους 218 παραγωγούς - μεταποιητές και βιοτέχνες με τους εκπροσώπους 230 ξενοδοχείων και δικτύων διανομής, πραγματοποιήθηκαν στο 11ο Παγκρήτιο Φόρουμ, στο Διεθνές Εκθεσιακό Κέντρο Κρήτης (ΔΕΚΚ).

Το 11ο Παγκρήτιο Φόρουμ διεξήχθη με τη συνεργασία των τεσσάρων Επιμελητηρίων της Κρήτης, του Παγκρητίου Συλλόγου Διευθυντών Ξενοδοχείων και των Ξενοδόχων της Κρήτης, καθώς και με τη στήριξη και την αιγίδα της Κεντρικής Ένωσης Επιμελητηρίων Ελλάδος (ΚΕΕΕ) και της Περιφέρειας Κρήτης.

Στην διάρκεια του Φόρουμ διοργανώθηκε και έκθεση κρητικών προϊόντων και γευσισγνωσίας. Εκπρόσωποι της Περιφέρειας Κρήτης, των Περιφερειακών Ενοτήτων και των Δήμων ενημέρωσαν τους επιχειρηματίες για τις δράσεις στήριξης του πρωτογενούς τομέα που έχουν αναλάβει.

Σημειώνεται ότι οι συγκεκριμένες επιχειρηματικές συναντήσεις διοργανώνονται από το 2012 και αποσκοπούν στη συνεργασία ξενοδόχων και αγροτών, επαγγελματιών, βιοτεχνών, μεταποιητών, ώστε να καλυφθούν οι ανάγκες των Κρητικών ξενοδοχείων και της ευρύτερης τοπικής αγοράς από την ντόπια αγροτική παραγωγή - δίνοντας την ευκαιρία και στους επισκέπτες του νησιού να γνωρίσουν τα γνήσια προϊόντα της Κρητικής διατροφής – αλλά και να στηριχθεί η συναφής με τον τουρισμό επαγγελματική - βιοτεχνική δραστηριότητα.



Αγροδιατροφική Σύμπραξη Κρήτης

Δυναμική και εντυπωσιακή ήταν η παρουσία της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης της Περιφέρειας Κρήτης, στη διεθνή έκθεση Τροφίμων & Ποτών «FOOD EXPO 2023», που πραγματοποιήθηκε στο εκθεσιακό κέντρο METROPOLITAN EXPO στην Αθήνα.

Οι επιχειρήσεις - μέλη της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης, με τα Πιστοποιημένα προϊόντα Προστατευόμενης Ονομασίας Προέλευσης - ΠΟΠ, και Προστατευόμενης Γεωγραφικής Ένδειξης - ΠΓΕ όπως ελαιόλαδο, τυροκομικά, μέλι, σταφίδα, κρασί και παξιμάδι, έδωσαν την δυνατότητα σε εκατοντάδες εμπορικούς επισκέπτες της έκθεσης, να γνωρίσουν και να γευτούν τα προϊόντα της Κρητικής γης. Η ανταπόκριση των επισκεπτών ήταν θερμή ώστε να πραγματοποιηθεί μεγάλος αριθμός εμπορικών συναντήσεων με σημαντικούς ξένους αγοραστές και εισαγωγείς, από όλο τον κόσμο.

Στον ειδικά διαμορφωμένο χώρο εντός της έκθεσης οι chefs Μιχάλης Παπακυρί-

τσης και Μαριάννα Ξοφάκη παρουσίασαν εξαιρετικές προτάσεις για brunch με κρητικά προϊόντα ενώ ο Σταύρος Τζεδάκης, Αντιπεριφερειάρχης Κρήτης σε θέματα αγροδιατροφής και Πρόεδρος της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης Κρήτης, μίλησε αναλυτικά για τη μοναδικότητα και την ποιότητα των παραδοσιακών κρητικών προϊόντων, και τα σήματα πιστοποίησης που συμβάλουν στην αναγνώριση των Κρητικών προϊόντων σε Ελλάδα και εξωτερικό.

Επίσης η Αντιπεριφερειάρχης Πρωτογενούς Τομέα Κρήτης Ειρήνη Χουδετσανάκη – Γιακουμάκη, αναφέρθηκε στη επισήμανση των τροφίμων και στην στρατηγική από το Αγρόκτημα στο πιάτο.

Τέλος στο εκθεσιακό χώρο της Αγροδιατροφικής Σύμπραξης, η Executive Chef, Νεκταρία Κοκκινάκη, μαγείρεψε καθ' όλη την διάρκεια της έκθεσης, υπέροχες Κρητικές συνταγές με Π.Ο.Π. και Π.Γ.Ε. προϊόντα, τις οποίες δοκίμασε πλήθος επισκεπτών, αποσπώντας πολύ θετικά σχόλια.



μέχρι σήμερα... **ηλιαχτίδα** ΠΑΓΚΡΗΤΙΟΣ ΣΥΛΛΟΓΟΣ ΓΟΝΕΩΝ & ΦΙΛΩΝ ΠΑΙΔΙΩΝ ΜΕ ΝΕΟΠΛΑΣΙΑ **με την δική σας στήριξη...**



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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



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

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

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

Κάλεσε από σταθερό ή κινητό και στήριξε το έργο της Ηλιαχτίδας

19850*

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

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

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



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

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

Cretan Herbs & Spices from Sfakia

BIO Cretan AMBROSIA®



K.M.O. GR 94000148



GR-BIO-06



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

THE HONEY with PISTACHIO
MOUNTAINS OF SFAKIA - CHANIA - CRETE