



DEPARTMENT OF TOURISM MANAGEMENT
P.O. Box 141, 57400 THESSALONIKI, GREECE
Email: rdoffice@tour.teithe.gr
Tel. 00 30 2310791556, fax: 00 30 2310791555

ALEXANDREION TECHNOLOGICAL
EDUCATIONAL INSTITUTION of
THESSALONIKI



ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ : Η ΕΞΕΛΙΞΗ ΤΟΥ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ ΚΑΙ ΠΡΟΟΠΤΙΚΕΣ

ΜΑΡΙΑ ΠΑΠΑΜΑΡΙΝΟΥ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 2007

ΕΙΣΗΓΗΤΗΣ ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ
ΚΟΥΡΤΕΣΑΣ ΓΕΩΡΓΙΟΣ

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

- Travel από το “Travaille” = Εργάζομαι
- Ταξίδι για να έρθεις σε επαφή με ομότεχνούς σου με το ίδιο γνωστικό αντικείμενο
- Για να διακριθείς
- Συνεδριακός τουρισμός: πρωτογενές και συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν (επηρεάζει και επηρεάζεται από τις λοιπές τουριστικές δραστηριότητες)
- Επιμήκυνση τουριστικής κίνησης από πλευράς ζήτησης
- Ο τουρισμός καθοριστικός για την οικονομική ανάπτυξη της χώρας
- Προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος – Σε βάρος του μεγάλου αριθμού – του γιγαντιαίου τουρισμού που καταστρέφει το τοπίο και το περιβάλλον και υπονομεύει τα αιτήματα του τουρισμού
- Ο συνεδριακός τουρισμός αποδίδει τουλάχιστον το διπλάσιο εισόδημα απ ότι το κλασικό παραθεριστικό πακέτο

- Καθοριστικής σημασία η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού για την τουριστική βιομηχανία στο σύνολό της
- Καταπολέμηση εποχικότητας – αναβάθμιση επιπέδου τουριστών
- Ώθηση για Αναβάθμιση υποδομών – ο συνεδριακός τουρισμός απαιτεί περισσότερες και καλύτερες υποδομές
- Ώθηση για ποιότητα παρεχομένων υπηρεσιών



22^ο Βορειοελλαδικό Ιατρικό Συνέδριο
Conference Room – Hyatt Regency Θεσσαλονίκη

Η ΑΝΑΓΚΗ ΤΟΥ «ΣΥΝΕΡΧΕΣΘΑΙ»

Το “Συνέρχεσθαι”

- Οι Έλληνες από τον 5ο αιώνα κάνουν ευρεία χρήση της λέξης στην πράξη.
- Ανοικτές συναθροίσεις και Ανοικτά Θέματα Πολιτικής, Επιστημονικής ή φιλοσοφικής χροιάς.
- Ανάγκες Επικοινωνίας και Ανταλλαγής απόψεων.
- Έκτοτε οι Συνεδριακές δραστηριότητες κάθε είδους συνεχίζουν την αυξανόμενη πορεία.
- Η τεχνολογία αλλάζει σημαντικά τον τρόπο των καθημερινών μας συναλλαγών αλλά λίγο μπορεί να επηρεάσει την ανάγκη του “συνέρχεσθαι” και της ανθρώπινης επαφής.
- Η τεχνολογία δεν είναι ποτέ αρκετή και ικανή να αντικαταστήσει την ανθρώπινη επαφή. Πάντα υπάρχει ανάγκη για παραδοσιακές και ανθρώπινες εκφράσεις του “συνέρχεσθαι”



Pietro Testa (il Lucchesino), The Symposium

Δελφικές Αμφικτιονίες

- Θρησκευτικός & Πολιτικός Σύνδεσμος μεταξύ των Ελλήνων στην Αρχαία Ελλάδα. Λατρεία σ' ένα ιερό από κατοίκους γύρω πόλεων.
- Συμμετοχή στη διοργάνωση των κοινών εορτών και εκδηλώσεων της λατρείας, αντιπροσώπων όλων των περιοχών, που μετατράπηκε σε πολιτικό σύνδεσμο.
- Αμφικτιονία των Δελφών – Πολιτικό κέντρο που επηρέασε την ιστορική ελληνική ζωή. Έπαιρναν μέρος 12 λαοί με αντιπροσωπίες.
- Δελφική Αμφικτιονία γνωστή και ως Αμφικτιονικό Συνέδριο
- Υπήρχαν Κανόνες και Νόμοι.
- Διαχείριση Περιουσίας ιερού Δελφών, διοργάνωση πυθικών αγώνων δικαίωμα να κηρύξει πόλεμο σε όποια πόλη δεν πειθαρχούσε στους κανόνες των αμφικτιονιών.
- Ο θεσμός αντικαταστάθηκε από τα Κοινά και τις συμπολιτείες.
- Κοινά σημεία με την Κοινωνία των Εθνών και τον Οργανισμό Ηνωμένων Εθνών.

ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΟ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ MICE

Meetings, Incentives, Conferences, Exhibitions

Συνέδριο (Conference / Convention)

- Συγκέντρωση ομάδας ατόμων με στόχο την ανταλλαγή ιδεών, απόψεων, πληροφοριών κοινού ενδιαφέροντος.
- Είναι περιοδικό
- Μπορεί να συνοδεύεται από μια έκθεση, προϊόντα και υπηρεσίες
- Απαιτούν υψηλών προδιαγραφών διαμονή και δαπανώνται ανάλογα υψηλά ποσά ανά συνέδριο
- Απαιτούν βοηθητική υποδομή υψηλών προδιαγραφών
- Χαρακτηρίζονται από μειωμένη εποχικότητα

Επαγγελματικές Συναντήσεις (Meetings)

- Συναντήσεις συνήθως μέσα στην Επιχείρηση ή και έξω από αυτή με σκοπό εισηγήσεις / αναφορές.
- Συνήθως με μέλη της ίδιας εταιρείας / οργανισμού
- Μικρός Αριθμός Συμμετεχόντων
- Μικρή Διάρκεια

Ταξίδια Κινήτρων (Incentives)

- Εταιρικά “events” με πυρίνα το ταξίδι.
- Ταξίδια – δώρα για εργαζομένους, συνεργάτες, πελάτες με σκοπό την επιβράβευση για επίτευξη στόχων
- Τα ταξίδια είναι η πλέον επιθυμητή κατηγορία δώρων / ισχυρότερα και από καθαρά χρηματικά κίνητρα
- Μέσο για Ανθρώπινες και Δημόσιες Σχέσεις
- Εκδήλωση με “απόηχο”

Εκθέσεις

- Παρουσίαση Προϊόντων και Υπηρεσιών
- Καταξιωμένος ανά τον κόσμο θεσμός που υπηρετεί την ενημέρωση σχετικά με την αγορά σε συγκεκριμένους τομείς παραγωγής ή υπηρεσιών
- Φέρνει σε επαφή μελλοντικούς συνεργάτες
- Προάγει την εμπορική και επιχειρηματική δραστηριότητα.



Διεθνής Έκθεση Αυτοκινήτου στη Γενεύη

Τα Convention and Visitors Bureau (CVB)

- Μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί που εργάζονται για την προσέλκυση συνεδρίων και τουριστών
- Συνεργατικοί φορείς (Δημόσιος – Ιδιωτικός Τομέας)
- Μέλη με συνδρομή Τουριστικές Επιχειρήσεις

Τι είναι το Convention Bureau

- Μνάδα Μάρκετινγκ
- Στελέχωση με επαγγελματίες του Μάρκετινγκ
- Συλλογική και συνολική προβολή του προορισμού
- Υποστηρίζει τις επιχειρήσεις στην προσέλκυση συνεδρίων

➤ Τι δεν είναι το Convention Bureau

- Συνδικαλιστικός φορέας
- Οργανωτής συνεδρίων

Ο Συνεδριακός Τουρισμός Διεθνώς

- Μια από τις πλέον προσοδοφόρες εναλλακτικές μορφές τουρισμού με μεγάλη ανάπτυξη διεθνώς
- Καλύπτει το 3-4% του αριθμού αφίξεων αλλοδαπών τουριστών διεθνώς και το 6-7% της συνολικής εισροής τουριστικού συναλλάγματος
- Οι κυριότερες πηγές ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είναι
 - Τα διάφορα είδη οργανώσεων (επιστημονικών, επαγγελματικών κα) με περισσότερο του 50% της συνολικής κίνησης
 - Οι μεγάλες επιχειρήσεις με μικρότερο μέρος κίνησης αλλά υψηλότερη κατά κεφαλήν δαπάνη
- Μικρός βαθμός εποχικότητας αλλά και εποχική συμπληρωματικότητα
- Η μέση ημερήσια δαπάνη / συνεδριακό επισκέπτη εμφανίζεται έως και δεκαπλάσια του αντίστοιχου για το γενικό τουρισμό
- Βραχύτερη παραμονή.
- Η συμμετοχή σε συνέδριο δημιουργεί πρόσθετη ζήτηση γενικών τουριστικών υπηρεσιών
- Το μέσο μέγεθος συνεδριακών εκδηλώσεων διαμορφώνεται διεθνώς μεταξύ 500 και 1000 συνέδρων

- Η Αμερική κατέχει την μεγαλύτερη μερίδα στη διοργάνωση παγκοσμίων συνεδρίων
- Τελευταία στο παιχνίδι μπαίνουν νέοι προορισμοί όπως η Κίνα και η Νότιος Αφρική
- Σε Ευρωπαϊκό επίπεδο η Γερμανία, η Ισπανία και το Ηνωμένο Βασίλειο αποτελούν τις πιο δημοφιλείς συνεδριακές χώρες

Έτσι μοιράζεται η διεθνής συνεδριακή «πίττα»

Οι δέκα πιο δημοφιλείς «συνεδριακές χώρες» (2005)		
Κατάταξη	Χώρα	Συνέδρια
1	Αμερική	376
2	Γερμανία	320
3	Ισπανία	275
4	Ηνωμένο Βασίλειο	270
5	Γαλλία	240
6	Ολλανδία	197
7	Ιταλία	196
8	Αυστραλία	164
9	Αυστρία	157
10	Σουηδία	151

Οι δέκα πιο δημοφιλείς «συνεδριακές πόλεις» (2005)		
Κατάταξη	Πόλη	Συνέδρια
1	Βιέννη	129
2	Σιγκαπούρη	125
3	Βαρκελώνη	116
4	Βερολίνο	100
5	Χονγκ Κονγκ	95
6	Παρίσι	91
7	Άμστερνταμ	82
8	Σεούλ	77
9	Βουδαπέστη	77
10	Στοκχόλμη	72

* Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 22η θέση ανά τον κόσμο στη διοργάνωση παγκόσμιων συνεδρίων

Συνολικός αριθμός παγκόσμιων συνεδρίων ανά Ήπειρο						
Ήπειρος	1996	1999	2002	2003	2004	2005
Ευρώπη	2,063	2,357	2,929	3,006	3,197	3,082
Ασία	569	635	813	759	986	956
Βόρεια Αμερική	493	557	675	650	653	564
Νότια Αμερική	172	234	257	304	333	393
Αυστραλία	140	156	174	169	195	192
Αφρική	78	103	133	126	133	128
Σύνολο	3,515	4,042	4,981	5,014	5,497	5,315

Συνολικός αριθμός παγκόσμιων συνεδρίων των οργανισμών ανά τον κόσμο

Έτος	Αριθμός Συνεδρίων
1996	3,506
1997	3,571
1998	3,959
1999	4,028
2000	4,495
2001	4,450
2002	4,946
2003	4,982
2004	5,448
2005	5,283

Συνολικός αριθμός προγραμματιζόμενων μέχρι το 2017 παγκόσμιων συνεδρίων

Θέση	Χώρα	Αριθμός Συνεδρίων	Ποσοστό %
1	Η.Π.Α.	462	8.7%
2	Γερμανία	260	4.9%
3	Μ. Βρετανία	248	4.7%
4	Ιταλία	228	4.3%
5	Αυστραλία	225	4.2%
10	Κίνα	184	3.5%
11	Αυστρία	154	2.9%
15	Ελλάδα	113	2.1%
16	Είβητια	108	2.0%
17	Ν. Αφρική	105	2.0%
20	Τουρκία	98	1.8%

Η Ελλάδα καταλαμβάνει την 15η θέση παγκόσμια από εισηγημένους από δο σημαντικών χωρών όπως η Κίνα και η Νότιος Αφρική

Ο ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Η παρούσα κατάσταση

- Η Ελλάδα κατέχει μόλις το 1,72% τις συνολικής αγοράς ενώ βρίσκεται στη 22η Θέση ανά τον κόσμο στη διοργάνωση παγκόσμιων συνεδρίων
- Βρίσκεται στην 15η θέση παγκόσμια όσον αφορά στον αριθμό των προγραμματιζόμενων μέχρι το 2017 διεθνών συνεδρίων
- Αυξημένη σε ποσοστό 81% η κίνηση των επιβατών που αφίχθησαν την περίοδο Απρίλιος-Σεπτέμβριος 2006 στο «Ελ. Βενιζέλος» με σκοπό συνέδρια και εκθέσεις
- Βασική προτεραιότητα η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού στη χώρα μας
- Ενέργειες για την ανάπτυξη υποδομών και ανωδομών για τον συνεδριακό τουρισμό

**Παρουσίαση Αποτελεσμάτων έρευνας από την Hospitality
& Tourism σε συνεργασία με τον HAPCO (Hellenic
Association of Professional Congress Organizers)**

Ποιοτική και Ποσοτική έρευνα που
πραγματοποιήθηκε το 2006 με
ερωτηματολόγια σε PCOs ανα τον κόσμο
και θέμα

“Η ανταγωνιστικότητα και οι προοπτικές του
ελληνικού συνεδριακού προϊόντος” αλλά και
με ερωτήσεις που αφορούν την προβολή
του συνεδριακού τουρισμού.

A. Προβολή ενός Συνεδριακού Προορισμού

➤ **Αξιολόγηση πηγών ενημέρωσης και συγκεκριμένα επτά πηγές άντλησης πληροφοριών για συνεδριακούς προορισμούς**

1. Το διαδύκτιο δείχνει παίζει καθοριστικό ρόλο στην τουριστική βιομηχανία αλλά και στους επαγγελματίες οργανωτές συνεδρίων
 2. Τα τοπικά Convention Bureau και Associations
 3. Συστάσεις από τοπικούς PCO ή “word of mouth”
 4. Διαφημιστικές καταχωρήσεις
- ❖ Σε ερώτηση να αναφέρουν ιστοσελίδες που ανατρέχουν για έυρεση πληροφοριών για το ελληνικό συνεδριακό προϊόν το 81% απάντησε ότι δεν γνωρίζει καμία ιστοσελίδα και μόλις το 19% ότι γνωρίζει κάποια σελίδα.

B) Ανταγωνιστικότητα και Αξιολόγηση Κριτηρίων Επιλογής του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος

- **Αξιολογήθηκαν κάποια γενικά κριτήρια επιλογής ενός συνεδριακού προορισμού και ξεχώρισαν :**

Η αεροπορική πρόσβαση, Η ασφάλεια του προορισμού, Το value for money, Το image / φήμη και Η ύπαρξη αξιόπιστου local PCO

- **Ζητήθηκε να αξιολογηθούν τα κριτήρια επιλογής της Ελλάδος ως συνεδριακός προορισμός και ξεχώρισαν**

- Ο πολιτισμός και η ιστορία
- Η ασφάλεια
- Το κλίμα
- Το image / reputation

(Κριτήρια που σχετίζονται εν γένει με το ελληνικό τουριστικό προϊόν και όχι άμεσα με το καθαυτό συνεδριακό προϊόν)

➤ Στην ίδια ερώτηση (Κριτήρια Αξιολόγησης του Ελληνικού Συνεδριακού προϊόντος) παρουσίασαν υψηλό ποσοστό βαθμού ΜΗ ικανοποίησης τα ακόλουθα:

- Η δυσκολία ή έλλειψη μέσων για εύρεση χρηστικών και ολοκληρωμένων πληροφοριών
- Έλλειψη αξιόπιστου PCO
- Off-site venues for events: μη δυνατότητα χρήσης αξιόλογων πολιτιστικών και μη χώρων για τη διοργάνωση εκδηλώσεων, προβλήματα χορήγησης άδειας κλπ. Σε αντίθεση με άλλες χώρες που εκμεταλλεύονται την ύπαρξη εντυπωσιακών χώρων / μουσείων
- Value for money: αναλογία κόστους / προσφερόμενων υπηρεσιών
- Απευθείας αεροπορική πρόσβαση

(Τα δύο τελευταία απαντήθηκαν κυρίως από ερωτηθέντες που δεν έχουν επιλέξει μέχρι σήμερα την Ελλάδα ως συνεδριακό προορισμό)

➤ Αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των μεσογειακών χωρών ως συνεδριακοί προορισμοί

Η κατάταξη του βαθμού ικανοποίησης έχει ως εξής

- Εντυπωσιακό το ποσοστό του 100% της Ισπανίας
- Η Ελλάδα στη δεύτερη θέση με 95%
- Η Ιταλία με 91% και πολύ κοντά η Πορτογαλία

* Ενδιαφέρον παρουσίασε το ποσοστό της Κροατίας που δείχνει μία ανερχόμενη στο συνεδριακό τουρισμό χώρα

* Σε περαιτέρω ανάλυση του βαθμού ικανοποίησης 95% για την Ελλάδα, διαπιστώθηκε ότι το ποσοστό «Σχετικά ικανοποιημένος» είναι πολύ υψηλότερο του «Πολύ ικανοποιημένος» σε αντίθεση με άλλες χώρες που τα ποσοστά ισομοιράζονται

Γ. Οι Προοπτικές του Ελληνικού Συνεδριακού Προϊόντος

- **Ζητήθηκε να αναφέρουν ποιες είναι οι προοπτικές για τη διοργάνωση Meetings, Incentives ή Συνεδρίων στην Ελλάδα τα επόμενα πέντε χρόνια**

Τα σημαντικότερα αποτελέσματα περιλαμβάνουν:

- Πολύ καλές προοπτικές για τα ταξίδια κινήτρων που στην επιλογή “Already booked” απέσπασαν το 8% ενώ στην επιλογή “Definitely Will” το 19%
 - Αξιόλογο ποσοστό για τη διοργάνωση συνεδρίων (meetings – αφορά τη διοργάνωση μικρομεσαίων συνεδρίων)
 - Μικρό ποσοστό για τη διοργάνωση μεγάλων συνεδρίων που ίσως οφείλεται στην έλλειψη μεγάλων συνεδριακών κέντρων
- **Δύο ακόμη σημεία που δείχνουν τις καλές προοπτικές του ελληνικού συνεδριακού τουρισμού :**
 - Μετά το 2004 των Ολυμπιακών Αγώνων περισσότεροι συμπεριλαμβάνουν την Ελλάδα στις προτάσεις τους
 - Το 40% των ερωτηθέντων ζήτησε αποστολή ενημερωτικού υλικού για το συνεδριακό προϊόν της Ελλάδας

➤ **Αξιολόγηση των σημαντικότερων ελληνικών συνεδριακών προορισμών όπου ζητήθηκε και η πρόθεση των ερωτηθέντων σχετικά με το ποιους προορισμούς θα επέλεγαν για τη διοργάνωση ενός συνεδρίου / ταξίδι κινήτρου**

Ξεχώρισαν:

- Το εντυπωσιακό 93% της Αθήνας που κατατάσσει την Αθήνα ως τον δημοφιλέστερο προορισμό στην Ελλάδα
- Αναμενόμενο και υψηλό το ποσοστό για την Κρήτη με 69% και τη Ρόδο με 66%

Συμπεράσματα της Έρευνας

- Έλλειψη προβολής του ελληνικού συνεδριακού προϊόντος
- Έλλειψη οργανωμένης και ολοκληρωμένης πληροφόρησης / ενημέρωσης
- Το ελληνικό συνεδριακό προϊόν δεν διαφοροποιείται και είναι απλά αποδέκτης των πλεονεκτημάτων και μειονεκτημάτων που παρουσιάζει το ελληνικό τουριστικό προϊόν
- Υπάρχει αυξημένη ζήτηση και ενδιαφέρον για συνέδρια και ταξίδια κινήτρων και το ζητούμενο είναι να κεφαλαιοποιήσουμε το ενδιαφέρον με κλείσιμο συνεργασιών.

Τα Κοινωνικά και Οικονομικά Οφέλη του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα

- Αυξημένο το οικονομικό αντικείμενο: Η μέση δαπάνη ανά συνεδριακό επισκέπτη είναι αρκετά μεγαλύτερη από του μέσου επισκέπτη
- Ομαλότερη εποχική κατανομή και εποχική συμπληρωματικότητα με την τουριστική κίνηση
- Βελτίωση πληρότητας ξενοδοχειακών μονάδων – οικονομική υγεία
- Με έναυσμα τον συνεδριακό τουρισμό δημιουργείται δευτερογενής αύξηση της τουριστικής κίνησης

ΠΟΙΟΤΙΚΑ ΟΦΕΛΗ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ

Οι Σύεδροι:

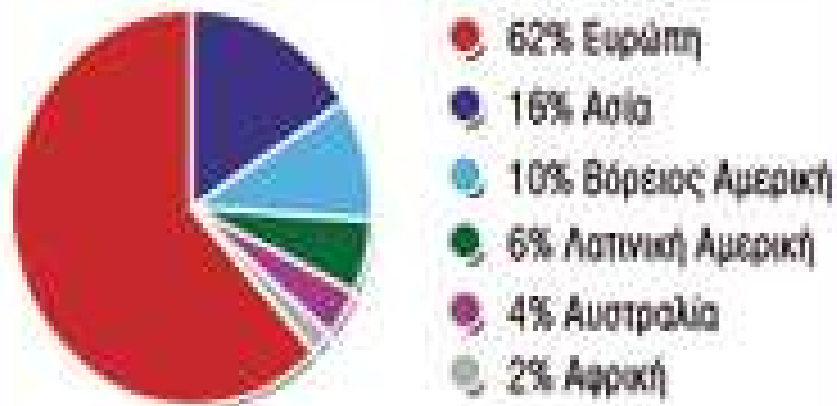
- Είναι στελέχη μεγάλων οργανισμών και επιχειρήσεων
- Βρίσκονται σε παραγωγική ηλικία (35 έως 65 ετών)
- Ταξιδεύουν συχνά και έχουν εμπειρία αντίστοιχων γεγονότων
- Εκτιμούν την ιστορική και πολιτιστική ταυτότητα του τόπου που επισκέπτονται
- Λειτουργούν ως διαμορφωτές γνώμης επηρεάζοντας θετικά ή αρνητικά το περιβάλλον τους

Σημασία του κλάδου

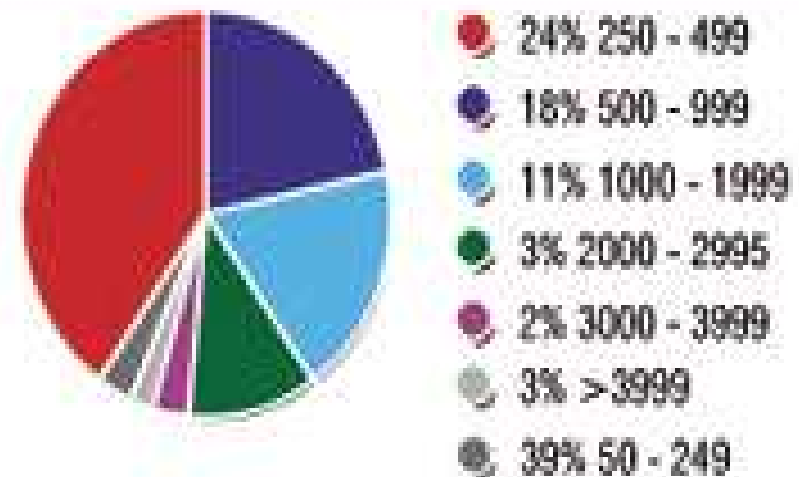
- 1 στους 5 επιχειρηματικούς ταξιδιώτες είναι σύνεδρος
- Ο ετήσιος τζίρος κυμαίνεται στα \$ 485 δις ετησίως
- Ο κλάδος εμφανίζει αυξητική τάση 8-10 % ετησίως

WTTC (World Travel and Tourism Council)

Μερίδια αγοράς συνεδρίων ανά ηπειρό το 2003



Αριθμός συμμετεχόντων σε διεθνείς συναντήσεις το 2003



ΕΣΟΔΑ ΚΑΙ ΑΠΟΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΗΣ ΑΓΟΡΑΣ (για Ξενοδοχειακές Επιχειρήσεις)

ΑΜΕΣΑ

- Υψηλότερη Μέση Τιμή Δωματίου
- Πρόσθετα έσοδα προερχόμενα από εκμετάλλευση συνεδριακών χώρων, διοργάνωση δεξιώσεων και εκδηλώσεων
- Υψηλότερη Μέση κατά κεφαλή είσπραξη στα τμήματα του ξενοδοχείου

ΕΜΜΕΣΑ

- Άμβλυση Εποχικότητας της ζήτησης
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου
- Μείωση του επιχειρηματικού κινδύνου που επισείει η εστίαση σε μια μόνο αγορά

Συνεδριακοί χώροι / Συνεδριακά κέντρα / Συνεδριακές υποδομές της Ελλάδας

- **ΑΤΤΙΚΗ**
- **ΑΘΗΝΑ**
 - [ΑΕΓΛΙ](#)
 - [ΑΜΑΛΙΑ HOTEL](#)
 - [ALEXANDROS HOTEL](#)
 - [ATHINAIS](#)
 - [CAPSIS CULTURAL EXHIBITION & CONFERENCE CENTRE](#)
 - [HOLIDAY INN ATHENS](#)
 - [IONIC CENTRE](#)
 - [LEDRA MARRIOTT HOTEL](#)
 - [ΟΔΟΣ ΚΑΣΣΑΝΔΡΑΣ](#)
 - [OLYMPIA CONFERENCE & SEMINAR HALL](#)
 - [PARK HOTEL](#)
 - [ΠΟΛΕΜΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ](#)
 - [POLIS GRAND HOTEL](#)
 - [STRATOS VASSILIKOS HOTEL](#)
 - [TITANIA HOTEL](#)
 - [ZAFOLIA HOTEL](#)
 - [ΜΕΓΑΡΟ ΔΙΕΘΝΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΑΘΗΝΩΝ](#)
- **ΠΕΙΡΑΙΑ**
 - [ΠΕΙΡΑΙΑΣ 1911](#)
- **ΓΛΥΦΑΔΑ**
 - [FENIX HOTEL](#)
 - [OASIS HOTEL APARTMENTS](#)
- **ΚΗΦΙΣΙΑ**
 - [HOTEL PENTELIKON](#)
 - [LIFE GALLERY HOTEL](#)
- **ΘΡΑΚΟΜΑΚΕΔΟΝΕΣ**
 - [JOCKEY'S COUNTRY CLUB](#)
- **ΒΑΡΥΜΠΟΜΠΗ**
 - [PENTELIKON ESTATE](#)
- **ΑΝΑΒΥΣΣΟ**
 - [EDEN BEACH RESORT HOTEL](#)
 - [PLAZA RESORT HOTEL](#)
- **ΜΑΡΟΥΣΙ**
 - [DAIS CULTURAL AND ATHLETIC CENTER](#)
 - [HELEXPO PALACE- ATTICA EXHIBITION AND CONFERENCE CENTER](#)
- **ΠΑΛΑΙΟ ΦΑΛΗΡΟ**
 - [POSEIDON HOTEL](#)
- **ΒΟΥΛΙΑΓΜΕΝΗ**
 - [AMARILIA HOTEL](#)
 - [MARGI HOTEL](#)



Conference Room
Divani Apollon Palace, Βουλιαγμένη, Αθήνα



ΑΘΗΝΑΪΣ – AUDITORIUM 1

- **ΑΓ. ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ**
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΕΚΕΦΕ
"ΔΗΜΟΚΡΙΤΟΣ"
- **ΛΑΥΡΙΟ**
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΕΚΘΕΣΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ
ΛΑΥΡΙΟΥ
- **ΠΑΛΛΗΝΗ**
ΚΕΛΛΑΡΙ ΠΑΠΑΧΡΗΣΤΟΥ
- **ΠΑΙΑΝΙΑ**
HOLIDAY INN ATHENS ATTICA AVENUE

➤ **ΝΗΣΙΑ ΣΑΡΩΝΙΚΟΥ**

- **ΠΟΡΟΣ**
SIRENE HOTEL

➤ **ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ - ΘΡΑΚΗ**

- **ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ**
CAPSIS THESSALONIKI HOTEL
CITY PALACE HOTEL
ELECTRA PALACE HOTEL
HELEXPO'S CONGRESS CENTERS
HOLIDAY INN HOTEL
POLIS CONVENTION CENTRE
PORTO PALACE HOTEL
ΜΕΓΑΡΟ ΜΟΥΣΙΚΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

- **ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΥΠΟΛΗ**
ALEXANDER BEACH HOTEL
THRAKI PALACE HOTEL & CONFERENCE
CENTER

- **ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ**
ATHENA PALLAS VILLAGE
EAGLE'S PALACE HOTEL
POSSIDI HOLIDAYS HOTEL

- **ΚΑΒΑΛΑ**
BATIS MULTIPLEX

- **ΝΑΟΥΣΣΑ**
VERMION HOTEL

- **ΚΟΜΟΤΗΝΗ**
ARCADIA HOTEL

➤ **ΘΕΣΣΑΛΙΑ**

- **ΚΑΛΑΜΠΑΚΑ**
AMALIA HOTEL
- **ΚΑΡΔΙΤΣΑ**
KIERION HOTEL
- **ΒΟΛΟΣ**
VOLOS PALACE
ΡΑΛΑΙΑ - ΠΟΛΥΧΩΡΟΣ ΤΣΑΛΑΠΑΤΑ
ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
- **ΣΚΙΑΘΟΣ**
SKIATHOS PALACE HOTEL

➤ **ΣΤΕΡΕΑ ΕΛΛΑΔΑ & ΕΥΒΟΙΑ**

- **ΑΡΑΧΩΒΑ**
[SANTA MARINA ARACHOVA HOTEL](#)
- **ΔΕΛΦΟΙ**
[AMALIA HOTEL](#)
[EUROPEAN CULTURAL CENTRE OF DELPHI](#)
- **ΝΑΥΠΑΚΤΟΣ**
[NAFS HOTEL](#)
- **ΑΙΔΗΨΟ**
[THERMAE SYLLA SPA - WELLNESS HOTEL](#)
- **ΧΑΛΚΙΔΑ**
[PALIRIA HOTEL](#)
- **ΚΑΜΕΝΑ ΒΟΥΡΛΑ**
[GALINI WELLNESS SPA & RESORTS](#)

➤ **ΗΠΕΙΡΟΣ**

- **ΠΡΕΒΕΖΑ**
[AMALIA HOTEL](#)

➤ **ΠΕΛΟΠΟΝΗΣΣΟΣ**

- **ΛΟΥΤΡΑΚΙ**
[HOTEL POSEIDON RESORT](#)
- **ΝΑΥΠΛΙΟ**
[AMALIA HOTEL](#)
- **ΟΛΥΜΠΙΑ**
[AMALIA HOTEL](#)

• **ΠΑΤΡΑ**

- [ASCHAIA BEACH HOTEL](#)
- [FLORIDA BLUE BAY HOTEL](#)
- [ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ & ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟΥ ΠΑΤΡΩΝ](#)

• **ΠΟΡΤΟ ΧΕΛΙ**
[AKS HOTELS](#)

➤ **ΝΗΣΙΑ ΙΟΝΙΟΥ**

- **ΚΕΡΚΥΡΑ**
[CORFU HOLIDAY PALACE HOTEL](#)
[CORFU PALACE HOTEL](#)
[IBEROSTAR KERKYRA GOLF](#)
[IBEROSTAR REGENCY BEACH](#)
[MARBELLA CORFU](#)
- **ΚΕΦΑΛΟΝΙΑ**
[PLAGOS BEACH HOTEL](#)

➤ **ΚΥΚΛΑΔΕΣ**

- **ΜΥΚΟΝΟΣ**
[MYCONIAN AMBASSADOR](#)
[MYCONIAN IMPERILA RESORT & THALASSO SPA CENTER](#)
[MYCONIAN K](#)
[ROYAL MYCONIAN RESORT & THALASSO SPA CENTER](#)
[MYKONOS GRAND HOTEL & RESORT](#)
[PETASOS](#)
[SAN MARCO](#)



Conference Room
Creta Maris Hotel, Ηράκλειο



Rodos Palace Hotel – Delphi
Amphitheater

- **ΠΑΡΟΣ**
[HOLIDAY SUN](#)
- **ΜΗΛΟΣ**
[ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΟ ΚΕΝΤΡΟ ΜΗΛΟΥ - Γ. ΗΛΙΟΠΟΥΛΟΣ](#)
- **ΒΟΡΕΙΟ ΑΙΓΑΙΟ**
- **ΧΙΟΣ**
[ARGENTIKON LUXURY SUITES](#)
[ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΧΙΟΥ](#)
- **ΣΑΜΟΣ**
[HYDRELE BEACH HOTEL](#)
- **ΔΩΔΕΚΑΝΗΣΑ**
- **ΚΩΣ**
[IBEROSTAR KIPRIOTIS PANORAMA](#)
[IBEROSTAR KIPRIOTIS MARIS](#)
[IBEROSTAR KOS BAY VIEW](#)
[IBEROSTAR HIPPOCRATES](#)
[NEPTUNE RESORT CONVENTION](#)
[CENTRE & SPA](#)
- **ΡΟΔΟΣ**
[RODOS PALACE RESORT HOTEL &](#)
[CONVENTION CENTER](#)
[SOFITEL CAPSIS HOTEL & CONVENTION](#)
[CENTRE](#)
- **ΚΡΗΤΗ**
- **ΧΑΝΙΑ**
[MINOA PALACE RESORT HOTEL](#)
[THALASSA BEACH RESORT HOTEL](#)
- **ΡΕΘΥΜΝΟ**
[IBEROSTAR CRETA MARINE](#)
[IBEROSTAR CRETA PANORAMA & MARE](#)
- **ΗΡΑΚΛΕΙΟ**
[ATLANTIS HOTEL](#)
[BELLA MARIS HOTEL](#)
[CANDIA MARIS HOTEL](#)
[CAPSIS RESORT HOTEL](#)
[CRETA MARIS HOTEL](#)
[FODELE BEACH HOTEL](#)
[GALAXY IRAKLIO HOTEL](#)
[IBEROSTAR IKAROS](#)
[IBEROSTAR MIRABELLO](#)
- **ΛΙΜΕΝΑΣ ΧΕΡΣΟΝΗΣΟΥ**
[BELLA MARIS HOTEL](#)
[SILVA MARIS HOTEL](#)
- **ΕΛΟΥΝΤΑ**
[ELOUNDA BLUE BAY HOTEL](#)
[ELOUNDA ILION HOTEL](#)

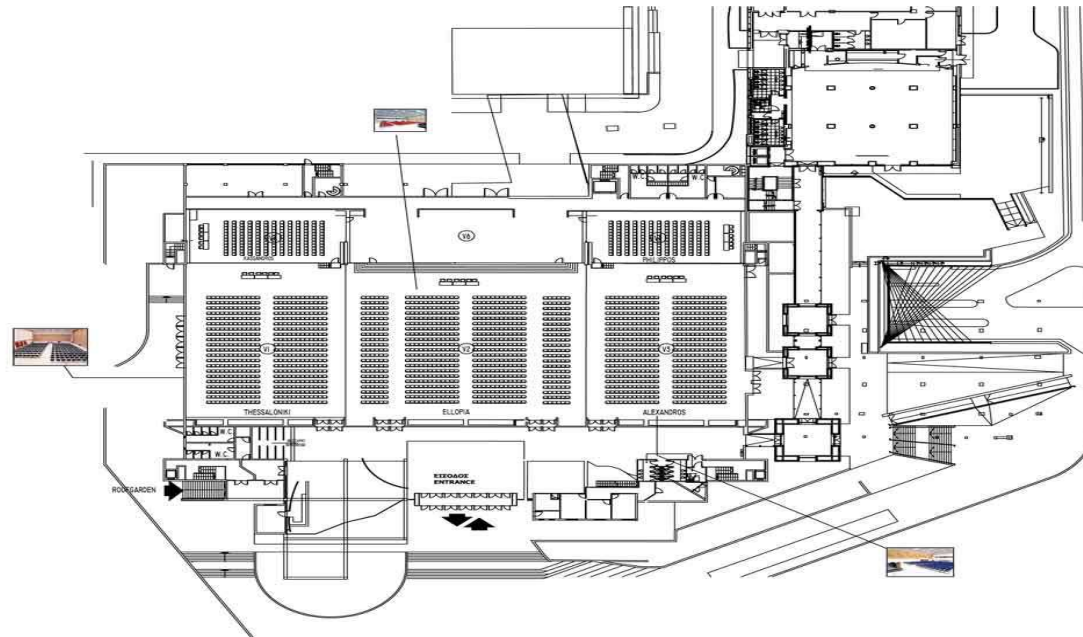
Παρουσίαση κάποιων από τα μεγαλύτερα συνεδριακά Κέντρα της Ελλάδας

➤ Συνεδριακό Κέντρο "Ιωάννης Βελλίδης"

- Το μεγαλύτερο συνεδριακό κέντρο σήμερα στην Ελλάδα, με
- Χωρητικότητα 2.400 ατόμων.
- Λειτουργικότητα δυνατότητα να φιλοξενεί κάθε είδους εκδηλώσεις
- Διαθέτει πέντε (5) αίθουσες, βοηθητικούς χώρους και χώρους υποδοχής με τον πιο σύγχρονο εξοπλισμό.
- Κλιματιζόμενοι χώροι και σύγχρονα οπτικοακουστικά μέσα
- Δυνατότητα οργάνωσης τριών παράλληλων εκδηλώσεων.
- Roof-garden που μπορεί να φιλοξενήσει δεξιώσεις 1.000 ατόμων, ενώ το υπόγειο πάρκινγκ εξασφαλίζει τη στάθμευση 430 αυτοκινήτων
- Λειτουργεί όλο το χρόνο και φιλοξενεί τις πολυπληθέστερες εκδηλώσεις της πόλης, καθώς σε αυτό μπορούν να οργανωθούν μεγάλα συνέδρια, ημερίδες, συμπόσια, σεμινάρια, ομιλίες, συνεντεύξεις Τύπου, εταιρικές παρουσιάσεις, συναυλίες κλασικής και σύγχρονης μουσικής, ακόμη και θεατρικές παραστάσεις.

ΑΙΘΟΥΣΑ/ HALL	ΔΙΑΣΤΑΣΕΙΣ / DIMENSIONS		ΧΩΡΗΤΙΚΟΤΗΤΑ / CAPACITY						
	ΜΗΚΟΣ x ΠΛΑΤΟΣ x ΥΨΟΣ/ LENGTH x WIDTH x h	M2	ΕΞΕΤΑΣΕΙΣ	ΘΕΑΤΡΙΚΗ/ THEATRE	ΣΧΟΛΙΚΗ/ SCHOOL	ΔΕΞΙΩΣΗ/ COCKTAIL	ΚΑΘΙΣΤΟΣ ΜΠΟΥΦΕ/ SIT DOWN BUFFET	ΚΑΘΙΣΤΟ ΣΕΡΒΙΡΙΣΤΟ ΜΕΝΟΥ/ SIT DOWN SET MENU	ΔΙΑΤΑΞΗ ΣΥΣΚΕΨΗΣ Π / U SHAPE
1 THESSALONIKI	30 x 20 x 9	500	120	528	220	400	250	300	70
2 ELLOPIA	30 x 30 x 9	800	230	800	480	700	550	600	90
3 ALEXANDROS	30 x 20 x 9	500	120	528	220	400	250	300	70
4 KASSANDROS	20 x 10 x 5	200	25	154	80	150	100	120	40
5 FILIPPOS	20 x 10 x 5	200	25	154	80	150	100	120	40
HALL 6	20.50 x 17.70 x 3	362	66	154	85	280	150	200	40
ROOF GARDEN	67 x 14.80 x 3.35	907				600	400	500	
V.I.P. ROOM A+B	A) 6.70 x 3.70 B) 6.60 x 3.30	47							
PRESS ROOM	A) 9.30 x 5.40 B) 4.00 x 2.50	60							
1+2+3	70 x 30 x 9	1800	470	2100	1272	2100	1000	1200	

Παροχές



Κάτοψη

➤ HELEXPO PALACE - Εκθεσιακό και Συνεδριακό Κέντρο Αττικής

- Κτίριο ιδιαίτερης σχεδιαστικής σύλληψης, με σύγχρονη αισθητική και λειτουργική αντίληψη ώστε να προσφέρει ευελιξία και ανέσεις στους χρήστες του (οργανωτές, εκθέτες, επισκέπτες).
- Το πρώτο Εκθεσιακό Κέντρο στην Αττική που σχεδιάστηκε για εκθεσιακή και συνεδριακή χρήση, από γνωστά μελετητικά γραφεία σε συνεργασία με την HELEXPO-ΔΕΘ.
- Το πιο προηγμένο τεχνολογικά Εκθεσιακό Κέντρο στην Ελλάδα, κατάλληλο για φιλοξενία τόσο εμπορικών όσο και καταναλωτικών εκθέσεων. Ιδανικό για εταιρικές εκδηλώσεις, με δυνατότητα να φιλοξενεί περισσότερες από μία εκδηλώσεις παράλληλα.
- Είχε ιδιαίτερα θετικό αντίκτυπο στην Εκθεσιακή Αγορά της Αττικής και συνάντησε την γενική αποδοχή τόσο των Εκθετών όσο και των Επισκεπτών του.

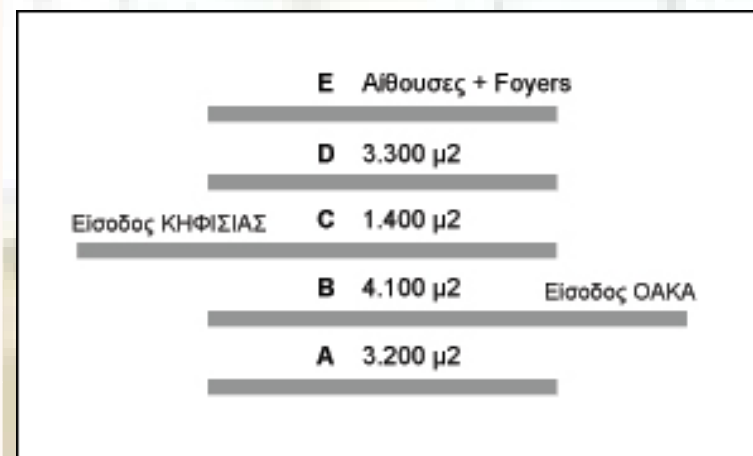
Γενικά Στοιχεία του HELEXPO PALACE

4 Εκθεσιακά Επίπεδα

Μικτή εκθεσιακή επιφάνεια	12.000 τ.μ.
Επίπεδο Α:	3.200 τ.μ.
Επίπεδο Β:	4.100 τ.μ.
Επίπεδο C:	1.400 τ.μ.
Επίπεδο D:	3.300 τ.μ.

1 Συνεδριακό Επίπεδο

Συνεδριακή επιφάνεια	2.100 τ.μ.
Επίπεδο Ε:	2.100 τ.μ.
Αίθουσα Ε.1:	600 τ.μ. - 400 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Αίθουσα Ε.2:	210 τ.μ. - 160 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Αίθουσα Ε.3:	190 τ.μ. - 140 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Αίθουσα Ε.4:	160 τ.μ. - 120 ατόμων (θεατρική διάταξη)
Φουαγιέ Ε.1:	600 τ.μ.
Φουαγιέ Ε.2, Ε.3, Ε.4:	340 τ.μ.



ΠΑΡΟΧΕΣ

κλιματισμός

συστήματα πυρασφάλειας-πυροπροστασίας

πυρανίχνευση

BMS

CCTV

H/Z

πλήρες δίκτυο εκθεσιακών παροχών (ηλεκτρικό ρεύμα, ύδρευση-αποχέτευση)

πλήρες δίκτυο τηλεπικοινωνιών (τηλεφωνικό κέντρο, τηλέφωνα, fax, internet, t.v.)

τηλέφωνα κοινού

δομημένη καλωδίωση

μεγαφωνική εγκατάσταση

σύστημα ανακοινώσεων

μεταφραστικό σύστημα

χώρος υποδοχής - καταγραφής επισκεπτών

αποθηκευτικοί χώροι

προσβάσεις & ευκολίες για ΑμΕΑ

κυλικεία-εστιατόρια

WC

ανεξάρτητες εισοδοι δομών & εκθεμάτων

υπόγειο πάρκινγκ εκθετών και περιφερειακό πάρκινγκ επισκεπτών

ιατρείο

15 κυλιόμενες κλιμάκες

6 ανελκυστήρες ατόμων

2 ανελκυστήρες εμπορευμάτων

3 συμβατικά κλιμακοστάσια

Υπηρεσίες

Φύλαξη, Καθαριότητα,
Εστίαση, Σήμανση,
Διακόσμηση, Φυτά,
Επιπλα, Κατασκευή
εκθετηρίων,
Ηλεκτροδότηση
εκθετηρίων, ATM,
Διαμονή,
Μετακινήσεις,
Μεταφορές,
Φορτοεκφορτώσεις,
Φωτορεπορτάζ,
Επιγραφές-
Εκτυπώσεις,
Επιχειρηματικό
Κέντρο, Κέντρο
Τύπου, Τηλεδιάσκεψη,
Τηλεπικοινωνίες,
Οπτικοακουστικά,
Ιατρική Κάλυψη,
Προσωπικό
Υποστήριξης.

Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο του Μεγάρου Μουσικής Αθηνών

- Από τους πλέον σύγχρονους και οργανωμένους χώρους πολιτισμού σε διεθνές επίπεδο
- Αρχισε να λειτουργεί από το 1991
- Το Μέγαρο Μουσικής Αθηνών αποτελεί έναν πολυπολιτισμικό χώρο που μπορεί να φιλοξενήσει συναυλίες και μουσικές εκδηλώσεις αλλά και να λειτουργήσει ως συνεδριακό κέντρο.



**Μέγαρο Μουσικής
Αθηνών**

Αίθουσα «Τριάντη»

Συνεδριακό Κέντρο Θεσσαλίας

- Στη σκιά του Ανατολικού Πηλίου λειτουργεί από το 2003 συνδυάζοντας σεβασμό στο φυσικό περιβάλλον, άνεση, φιλόξενη ατμόσφαιρα και σύγχρονο εξοπλισμό.
- Κατασκευασμένο με αποκλειστικό σκοπό τη φιλοξενία συνεδριακών δραστηριοτήτων έχει ανεγερθεί σε έκταση 122 στρεμμάτων και έχει αναπτυχθεί σε τρία επίπεδα συνολικής επιφάνειας 6000 m².
- Έχει πανοραμική θέα της πόλης του Βόλου, του Παγασητικού και του Πηλίου.
- Λειτουργεί καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- Διαθέτει 13 συνεδριακές αίθουσες συνολικής χωρητικότητας 1350 ατόμων.



Αμφιθέατρο

- Στα εστιατόριά του μπορεί να προσφερθεί φαγητό σε 440 άτομα ταυτόχρονα.
- Οι αίθουσές του καλύπτουν από πλευράς προδιαγραφών και διαθέσιμων οπτικοακουστικών και ηλεκτρονικών μέσων τις απαιτήσεις κάθε επιχειρηματικής, επιστημονικής ή πολιτιστικής συνάντησης, μικρής ή μεγάλης σε διάρκεια και πλήθος συμμετεχόντων, τοπικής ή διεθνούς εμβέλειας.
- Στα πλεονεκτήματά του συγκαταλέγονται και τα κατάλληλα για εκθέσεις εκτεταμένα φουαγιέ του.
- Έχει εύκολη οδική πρόσβαση από το κέντρο του Βόλου (10 λεπτά)
- Ιδανική αφετηρία για εξορμήσεις προς το Πήλιο, τις παραλίες του Παγασητικού, του Αιγαίου, των νησιών της Σκιάθου, της Σκοπέλου και της Αλοννήσου, αλλά και τα Μετέωρα.
- Απέχει 320 km από την Αθήνα και 210 km από τη Θεσσαλονίκη.
- Στις προσφερόμενες υπηρεσίες περιλαμβάνεται η ευθύνη της προβολής, της γραμματειακής υποστήριξης, της διοργάνωσης εκδρομών κ.λπ.

Συνεδριακό Πολιτιστικό Κέντρο Πανεπιστημίου Πατρών

- Έχει ανεγερθεί στην Πανεπιστημιούπολη της Πάτρας, σε δύο επίπεδα, συνολικής επιφάνειας 9.300 τ.μ. και μπορεί να φιλοξενήσει έως και 2.000 συνέδρους ταυτόχρονα. Περιλαμβάνει χώρους που προσφέρονται για συνέδρια, σεμινάρια, ημερίδες, συναντήσεις εργασίας, εκθέσεις και πολιτιστικά γεγονότα
- Μία Κύρια Αμφιθεατρική Αίθουσα χωρητικότητας 1080 ατόμων, με κατάλληλη υποδομή ώστε να υποδέχεται τόσο συνεδριακές όσο και καλλιτεχνικές εκδηλώσεις.
- Ένα αμφιθέατρο 250 ατόμων.
- Δέκα παράλληλες αίθουσες, 15-130 θέσεων
- Εκθεσιακούς χώρους και χώρους δεξιώσεων συνολικής επιφάνειας 1.400 τ.μ.
- Μεταφραστικούς θαλάμους, χώρους για συνεντεύξεις τύπου, γραμματεία
- Γραφεία για τις οργανωτικές ανάγκες των εκδηλώσεων.
- Οπτικοακουστικά συστήματα διεθνών προδιαγραφών
- Δυνατότητες Videokonference σε όλες τις αίθουσες.
- Σταθμό Πρώτων Βοηθειών, ο οποίος περιέχει βασικό εξοπλισμό αντιμετώπισης επειγόντων περιστατικών
- Βιβλιοθήκη - Αρχείο
- Προσβάσεις για φορτηγά, parking 500 θέσεων αυτοκινήτων και πούλμαν και όλες τις διευκολύνσεις για εξυπηρέτηση ατόμων με ειδικές ανάγκες.
- Διοικητικές εγκαταστάσεις



Αίθουσα Συνεδριακού
Πολιτιστικού Κέντρου
Πανεπιστημίου Πατρών

Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο Αθηνών

Π. ΦΑΛΗΡΟ: Τάε Κβον Ντο

- Το Διεθνές Συνεδριακό Κέντρο θα είναι έτοιμο προς λειτουργία το φθινόπωρο του 2009, μέσω της μετασκευής της υφιστάμενης εγκατάστασης. Ο διαγωνισμός βρίσκεται σε εξέλιξη και προβλέπεται να ολοκληρωθεί τον Φεβρουάριο του 2008
- Με τη νέα του μορφή, το κτίριο θα προσφέρει 11.588 τ.μ. συνεδριακών χώρων. Επιπλέον 4.000 τ.μ. των υφιστάμενων κτιρίων μπροστά στη μαρίνα του Φαλήρου θα διαμορφωθούν έτσι ώστε να φιλοξενούν μικρές εκθέσεις.
- Υπολογίζεται ότι τα ετήσια έσοδα των εγκαταστάσεων θα φθάσουν τα 60 - 70 εκατ. ευρώ και κάθε διοργάνωση θα διασφαλίζει περίπου 8.000 διανυκτερεύσεις σε ξενοδοχεία της Αττικής
- Προσδοκάται να φιλοξενήσει περίπου 100 εκδηλώσεις από το πρώτο έτος λειτουργίας του, και να ξεπεράσει τις 200 εκδηλώσεις ετησίως μετά το πέμπτο έτος. Η αντίστοιχη επισκεψιμότητα υπολογίζεται σε 70.000 χιλιάδες συνέδρους, επισκέπτες και οργανωτές κατά το πρώτο έτος λειτουργίας, ενώ αναμένεται ότι θα ανέλθει σε 160.000 ετησίως μετά το πέμπτο έτος λειτουργίας.



Ολυμπιακό Γυμναστήριο Tae Kwo Do



Δέλτα Π. Φαλήρου

Συνέδρια Εν Πλω

- Κατάλληλες αποδεικνύονται οι κρουαζιέρες για τη διεξαγωγή συνεδρίων
- Πολλές μεγάλες και μεσαίες πολυεθνικές εταιρείες έχουν πραγματοποιήσει την ιδέα εκμεταλλευόμενοι τις κρουαζιέρες για τα incentives και τα συνέδριά τους
- Νεότευκτα κρουαζιερόπλοια αποτελούν υπερσύγχρονες ξενοδοχειακές μονάδες
- Διαθέτουν πλήρως οργανωμένους επαγγελματικούς και συνεδριακούς χώρους με σύγχρονες εγκαταστάσεις, εξοπλισμό και οπτικοακουστικά μέσα



Princess Cruises

Crown Princess Cruise Ship



Costa Cruises
Costa Mediterranean Conference Room

- Ειδικά διαμορφωμένες αίθουσες, τεχνολογικά εξοπλισμένες για διεξαγωγή μικρών και μεγάλων συνεδριάσεων
- Τα κρουαζιερόπλοια είναι μικρότεροι χώροι όπου υπάρχει ευκολότερη και γρηγορότερη επικοινωνία μεταξύ ανθρώπων
- Διαρκής και άμεση παρουσία με αποδοτικότερη προβολή του θέματος που τους ενδιαφέρει καθώς βρίσκονται όλοι στον ίδιο χώρο εν πλω
- Συνδιασμός δουλειάς με ποικιλία δυνατοτήτων διασκέδασης
- Αλλαγή παραστάσεων – επίσκεψη διαφόρων λιμανιών
- Συνδιασμός διακοπών με εργασία

Εξελίξεις και Προοπτικές της Ελληνικής Αγοράς στο Συνεδριακό Τουρισμό

- Η πολιτεία αρχίζει να αντιλαμβάνεται τη σημασία των ειδικών μορφών τουρισμού για την περαιτέρω ανάπτυξη της τουριστικής βιομηχανίας
–Αντιμετώπιση εποχικότητας -Ποιοτική αναβάθμιση εισερχόμενων τουριστών (Σύνεδροι: τουρίστες υψηλής εισοδηματικής στάθμης)

Ολυμπιακοί Αγώνες και μελλοντικές προοπτικές

- Έργα υποδομής -Μεταφορικά δίκτυα -Συνεδριακές αίθουσες
- Τεράστια προβολή ως διοργανώτρια των Αγώνων –Ενίσχυση της αξιοπιστίας της χώρας στη διοργάνωση εκδηλώσεων παγκόσμιας εμβέλειας.
- Χώρες που φιλοξένησαν τους Ολυμπιακούς Αγώνες γνώρισαν σημαντική ανάπτυξη στον συνεδριακό τομέα – με την σωστή εκμετάλλευση (π.χ. ΙΣΠΑΝΙΑ: Η Βαρκελώνη από το 1992 εκτοξεύτηκε από τη 10^η στη 5^η θέση της παγκόσμιας συνεδριακής αγοράς)
- Μη σωστή εκμετάλλευση της προβολής της Ελλάδας, χάσιμο χρόνου, έλλειψη συνεργασίας φορέων
- Όμως η ικανότητα διοργάνωσης έχει καταξιωθεί στη συνείδηση συνέδρων
- Αναβαθμισμένο συνεδριακό προϊόν μετά τους αγώνες –Μεγάλα έργα

Προϋποθέσεις Ανάδειξης Συνεδριακών Προορισμών

- Αναπτυγμένο μεταφορικό δίκτυο
Αεροπορικές, Σιδηροδρομικές, Ακτοπλοϊκές, Οδικές μετακινήσεις
- Άνετες προσβάσεις στο συνεδριακό κέντρο, εντός πόλης ή στην περιφέρεια
(Μετρό, ταξί, αυτοκίνητο, λεωφορείο, αεροπλάνο)
- Πολιτιστική υποδομή - Πολιτιστική ταυτότητα
- Άρτια ξενοδοχειακή εξυπηρέτηση

Βασικά Κριτήρια επιλογής συνεδριακού προορισμού:

- Κόστος
- Μεταφορά – Μετακίνηση – Εύκολη πρόσβαση στους συνεδριακούς χώρους
- Ποιότητα των χώρων και υπηρεσιών που παρέχουν
- Η ποιότητα των ξενοδοχείων που διαμένουν οι σύνεδροι
- Γαστρονομία
- Παράλληλες εκδηλώσεις και κοινωνική υποδομή του προορισμού
- Φήμη, Εικόνα και Ασφάλεια του προορισμού

Δύο είναι οι τύποι περιοχών που προβάλλονται ως ελκυστικοί συνεδριακοί προορισμοί στη διεθνή αγορά

- Τα Μητροπολιτικά Κέντρα (στην πλειοψηφία τους διαθέτουν αυτοτελή κατάλληλη υποδομή με μορφή συνεδριακών κέντρων)
- Τα Θέρετρα (τα συνέδρια διοργανώνονται κατά κανόνα σε ξενοδοχεία)

Ενέργειες Αναβάθμισης του Συνεδριακού Προϊόντος στην Ελλάδα

- Η Ελλάδα διαθέτει όλα τα φυσικά και πολιτιστικά στοιχεία για την καθιέρωση σε συνεδριακό προορισμό # Χρειάζεται να προχωρήσει σε περισσότερες συντονισμένες προσπάθειες προκειμένου να αξιοποιήσει και να βελτιώσει την υπάρχουσα υποδομή και να προχωρήσει σε μία καλύτερη οργάνωση του κλάδου
- Εντοπίζεται έλλειψη σε επίπεδο μεγάλου συνεδριακού κέντρου στην Πρωτεύουσα, χωρητικότητας άνω των 7,000 ατόμων, κάτι που παρατηρείται σχεδόν μόνο στην Αθήνα σε σχέση με άλλες πρωτεύουσες
- Εκθεσιακό Κέντρο Ελληνικού, Ολυμπιακό γυμναστήριο Tae Kwo Do στο Δέλτα Φαλήρου
- Σημαντικές επενδύσεις τα τελευταία χρόνια για τη βελτίωση των συνεδριακών υποδομών (αριθμός αιθουσών, εξοπλισμός, οργάνωση, παρεχόμενες υπηρεσίες)
- Αύξηση αριθμού ξενοδοχειακών συγκροτημάτων στην περιφέρεια για την προσέλκυση συνεδρίων και εκδηλώσεων με λειτουργία όλο το χρόνο

Δράση της πολιτείας με

- Ίδρυση και στελέχωση συνεδριακού γραφείου του ΕΟΤ στο Λονδίνο που ενίσχυσε το ενδιαφέρον της Βρετανικής Αγοράς
- Υπο δημιουργία ειδικό site για τον ελληνικό συνεδριακό τουρισμό
- Έκδοση ειδικών εντύπων
- Ειδικό πρόγραμμα προβολής του συνεδριακού τουρισμού
- Θέση του συνεδριακού τουρισμού στην καμπάνια του ΕΟΤ

Τα CVBs σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη

Athens Convention & Visitors Bureau

- Ιδρύθηκε το 2003 από 4 συλλογικούς φορείς
- Λειτουργήσε με προδιαγραφές συνδικαλιστικού φορέα
- Δεν εξασφάλισε χρηματοδότηση και στήριξη από τις επιχειρήσεις
- Δεν υπήρξε χρηματοδότηση από τον ΕΟΤ
- Παύση λειτουργίας το 2006
- Προσπάθεια Επαναλειτουργίας το 2007

Thessaloniki Convention & Visitors Bureau

- Ιδρύθηκε το 2000 από μία ομάδα ξενοδόχων
- Σήμερα: 133 μέλη, χορηγοί και υποστηρικτές από τον ιδιωτικό και δημόσιο τομέα
- Λειτουργεί με περιορισμένο προϋπολογισμό
- Προσωπικό: 2 άτομα
- Έβαλε τη Θεσσαλονίκη στο συνεδριακό χάρτη

Συνεδριακοί Προορισμοί Αθήνα & Θεσσαλονίκη Τα Υπέρ και τα Κατά για τη διοργάνωση Συνεδρίων



- ❖ ΣΥΝΕΔΡΙΑ
- ❖ ΕΚΘΕΣΕΙΣ
- ❖ INCENTIVES
- ❖ ΔΙΑΜΟΝΗ
- ❖ ΜΕΤΑΦΟΡΕΣ

Αθήνα

Υπερ

- **Συνέδρια**: Αξιόλογη υποδομή με πρόσφατα ανακαινισμένες αίθουσες, εξοπλισμένες με τελευταίας τεχνολογίας οπτικοακουστικά συστήματα ικανές να φιλοξενήσουν απαιτητικά συνέδρια
- **Εκθέσεις**: Αρκετοί χώροι με ικανοποιητική χωρητικότητα. (HELEXPO, EXPO, ΕΚΕΠ, ΟΛΠ, αεροδρόμιο Ελληνικού, Mediterranean Exhibition Center, Εκθεσιακό κέντρο Αθηνών)
- **Incentives**: Όμορφες παραλίες, νυχτερινή ζωή, πολλές επιλογές για ψώνια, διασκέδαση, άθληση, ψυχαγωγία, αρχαιολογικοί χώροι
- **Διαμονή**: Υψηλό επίπεδο (Ολυμπιακοί), Επενδύσεις σε ανακαίνιση ή δημιουργία νέων μονάδων, 62.000 ξενοδ. κλίνες, design hotels
- **Μεταφορές**: Σημαντική βελτίωση (Ολυμπιακοί), μετρό, τραμ, πυκνό δίκτυο ΜΜΜ, μικρό κόστος μετακίνησης, Υπερσύγχρονο αεροδρόμιο

Κατά

- **Συνέδρια**: Έλλειψη μεγάλου συνεδριακού κέντρου. Το Athens CVB δεν έλαβε στήριξη
- **Εκθέσεις**: Πεπαλαιωμένοι χώροι που χρειάζονται ανακαίνιση. Καλύτερη πολιτική marketing για προσέλκυση μεγαλύτερων εκθέσεων με διεθνή απήχηση
- **Incentives**: Έλλειψη marketing ως ιδανικού προορισμού. Να δοθεί έμφαση στα πλεονεκτήματα της Αθήνας
- **Διαμονή**: Ανεβασμένες τιμές των ξενοδοχειακών κλινών (κυρίως μετά τους Ολυμπιακούς) και δημιουργία κακής εντύπωσης στο εξωτερικό
- **Μεταφορές**: Μετά την Ολυμπιάδα επανήλθε η κακή κατάσταση στις συγκοινωνίες με όχι τόσο πυκνά δρομολόγια και παύση τους νωρίς τη νύχτα. Μεγάλο το κυκλοφοριακό πρόβλημα στην Αθήνα που δυσκολεύει την καθημερινή κίνηση – ανάγκη κυκλοφοριακής μελέτης

Θεσσαλονίκη

Υπερ

- **Συνέδρια**: Αξιόλογοι συνεδριακοί χώροι κυρίως εκτός ξενοδοχειακών μονάδων. Επενδύσεις με ορίζοντα την ανάληψη της EXPO 2008
- **Εκθέσεις**: Ο μόνος εκθεσιακός χώρος της HELXPO με μεγάλη έκταση, ικανός να φιλοξενεί μεγάλες εκθέσεις με πολλές απαιτήσεις
- **Incentives**: Έχει αρχίσει να αναπτύσσεται ως προορισμός μέσω του TCVB. Ενδιαφέρον από Γερμανία. Καλό γεωγραφικά σημείο, Πολιτιστικοί και αρχαιολογικοί χώροι, εκδηλώσεις
- **Διαμονή**: Μεγάλες επενδύσεις τα τελευταία χρόνια -12.000 ξενοδ.κλίνες. Ανακαινισμένες μονάδες (Ολυμπιακοί, EXPO)
- **Μεταφορές**: Βελτιωμένη πρόσβαση στην πόλη οδικώς και σιδηροδρομικώς (Εγνατία, Εθνική Αθηνών-Θεσ/νίκης, Θεσ/νίκη-Χαλκιδική). Μετρό για εντός πόλης μετακινήσεις

Κατά

- **Συνέδρια**: Λίγα σύγχρονα συνεδριακά για 800-1000 άτομα. Δεν υπάρχουν συνεδριακά για πάνω από 1000 άτομα
- **Εκθέσεις**: Ένα και μόνο το εκθεσιακό κέντρο. Ο χώρος της HELEXPO είναι μεγάλος αλλά όχι ικανός να διεκδικήσει περισσότερες εκθέσεις
- **Incentives**: Απαιτείται πολιτική marketing για όλο το νομό σε συνδυασμό με τους γύρω νομούς που παρουσιάζουν εξαιρετικό οικολογικό, πολιτιστικό, αρχαιολογικό ενδιαφέρον με σκοπό την προώθηση της περιοχής ως ιδανικό προορισμό.
- **Διαμονή**: Αξιόλογες μονάδες με καλές υπηρεσίες – χρειάζεται πολιτική marketing για να προωθηθεί η καλή εικόνα της πόλης στο εξωτερικό
- **Μετακινήσεις**: Μικρό αεροδρόμιο με λίγες απευθείας πτήσεις από μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Χρειάζονται κίνητρα

ΑΔΥΝΑΜΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑΤΑ

- ❖ Αντικειμενικές Αδυναμίες για την Ανάπτυξη του Συνεδριακού Τουρισμού στην Ελλάδα
 1. Ελλείψεις σε ειδική τουριστική υποδομή. –Έλλειψη ενός μεγάλου κέντρου για πολύ μεγάλα συνέδρια σε συνδυασμό με μεγάλους εκθεσιακούς χώρους όπως π.χ. συνέδρια των 8.000 ατόμων
 2. Η έλλειψη συνεδριακής κουλτούρας και η συνειδητοποίηση της μεγάλης σημασίας της για τον τουρισμό και το σύνολο της οικονομίας της χώρα μας
 3. Δεν υπάρχει δυναμική παρέμβαση της πολιτείας ή γενναία χρηματοδότηση έργων για τις ειδικές μορφές τουρισμού
 4. Τροχοπέδη η γραφειοκρατία
 5. Υστερούμε στη σωστή υποδομή και στη σωστή διάταξη των συνεδριακών χώρων, σε κατάλληλο και σύγχρονο εξοπλισμό, ποικιλία μεγάλων και μικρών αιθουσών και συμπληρωματικούς εκθεσιακούς χώρους

6. Έλλειψη γνώσης και εμπειρίας. Χρειάζεται γνώση και άσκηση στην οργάνωση, υποστήριξη, διαχείριση και προβολή συνεδρίων και άλλων εκδηλώσεων
7. Έλλειψη στην εξειδίκευση και ικανότητα στελεχών με τεχνικές γνώσεις και δεξιότητες. Πρέπει να δημιουργηθούν τέτοια στελέχη που να κατανοούν, να προβλέπουν, να υποστηρίζουν και να καλύπτουν τις συνεδριακές ανάγκες. Χρειάζεται συνεχιζόμενη εκπαίδευση και κατάρτιση για μια νέα γενιά ηγετικών στελεχών με Πανεπιστημιακού επιπέδου παιδεία, διεθνή προσανατολισμό και τουριστική κουλτούρα
8. Απουσία ειδικού φορέα προώθησης του συνεδριακού τουρισμού και ειδικά μετά την διάλυση ουσιαστικά του Athens CVB
9. Τροχοπέδη στην ανάπτυξη του κλάδου και η μη κατοχύρωση του επαγγέλματος των οργανωτών συνεδρίων
10. Η έλλειψη εξειδικευμένης προβολής του συνεδριακού προϊόντος της Ελλάδας
11. Φτωχή οργάνωση και ποιότητα υπηρεσιών στην Ελλάδα, από τα σημαντικότερα μειονεκτήματα της ως συνεδριακός προορισμός

Τα Σημαντικότερα προβλήματα των PCOs στην Ελλάδα

A) Θεσμοθέτηση

- Καλά οργανωμένες και καθ' όλα νόμιμες επιχειρήσεις ανταγωνίζονται μεμονωμένους και συχνά παράτυπους επαγγελματίες για σημαντικές διοργανώσεις εκατομμυρίων ευρώ
- Δημιουργία αθέμιτου ανταγωνισμού
- Επιπτώσεις στην ποιότητα των υπηρεσιών που εισπράττουν οι πελάτες
- Προστασία και των σωστών επαγγελματιών και των καταναλωτών

* Αρχές του 2006 το επάγγελμα του Επαγγελματία Οργανωτή Συνεδρίων και Εκδηλώσεων αναγνωρίστηκε επισήμως από την Ειδική Επιτροπή των Ηνωμένων Εθνών και σχετικά πρόσφατα η χώρα μας με την διάταξη του άρθρου 8 παρ. 3 το Νόμου 3522/2006 απαγορεύει και ποινικοποιεί ανάλογες δραστηριότητες από μεμονωμένους ή άλλους φορείς που δεν διαθέτουν, αν μη τι άλλο, σχετική άδεια από τον ΕΟΤ. Όλα αυτά φαίνονται ότι είναι μία καλή βάση σε μία προσπάθεια που όμως δεν έχει ακόμα ολοκληρωθεί)

- Η λύση του προβλήματος δεν αποσκοπεί μόνο στην οικονομική και εμπορική προστασία ενός επαγγέλματος. Σημαντικές παράμετροι μακροοικονομίας όπως εκπαίδευση. Στήριξη ενός εκπαιδευτικού συστήματος αν δεν υπάρχει σαφές και θεσμοθετημένο επάγγελμα; Άρα επαγγελματικό κίνητρο και όραμα.
- Χωρίς εκπαιδευτική αναβάθμιση δεν μπορούμε να μιλάμε για ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
- Αύξηση δυσλειτουργιών της αγορά με την καθυστέρηση ουσιαστικής αναγνώρισης, θεσμοθέτησης, πιστοποίησης
- Χρειάζεται άμεση αντίδραση της Ευρώπης και της Ελλάδας για τη βελτίωση της νομοθεσίας, πιστοποίηση των επαγγελματιών, αναβάθμιση της εκπαίδευσης, αναδιάρθρωση υπηρεσιών και υποδομών

B) Πηγές Πληροφοριών / Στατιστικά Στοιχεία

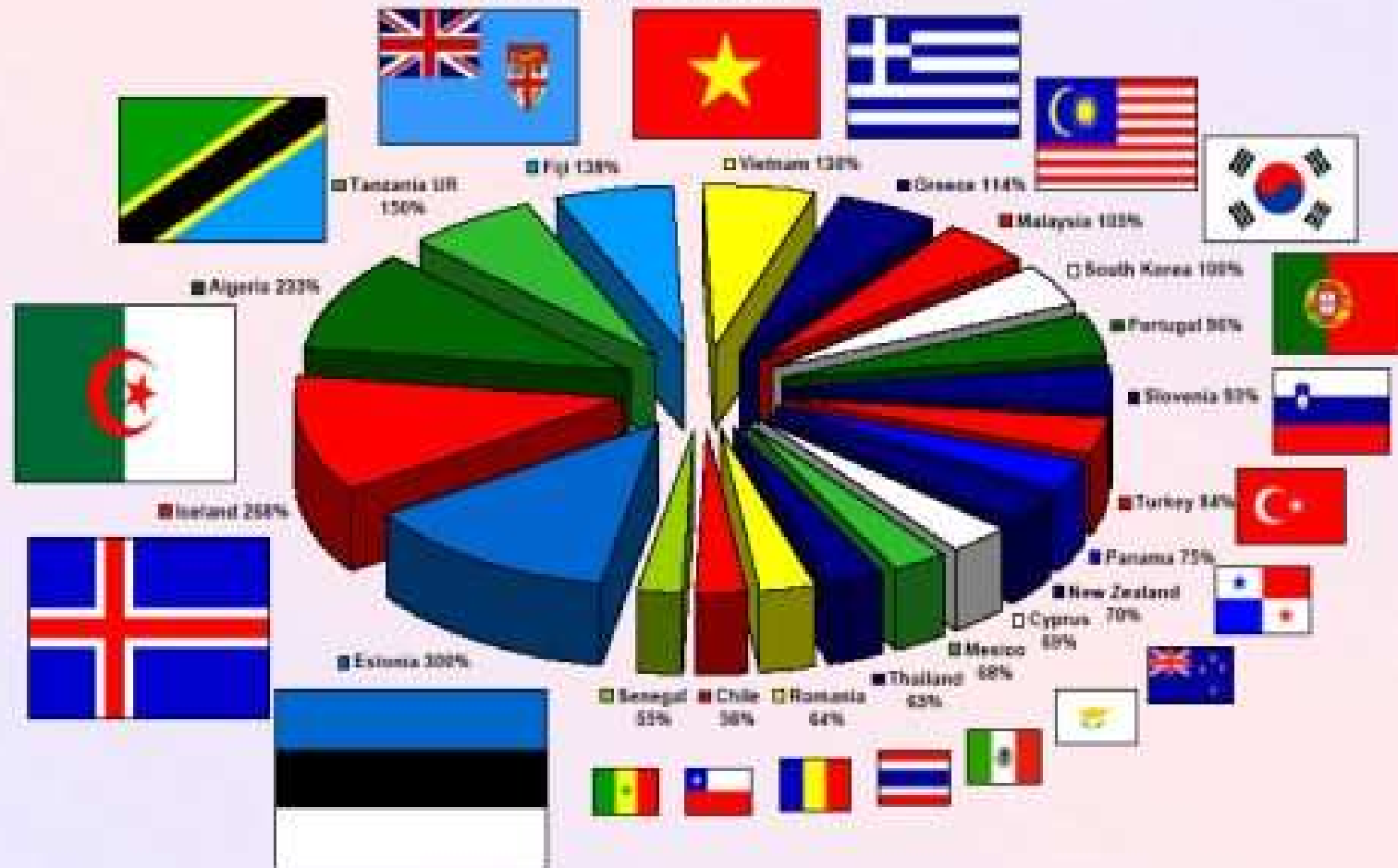
- Έλλειψη ενός επίσημου ή καθολικού μητρώου συνεδρίων που να καταγράφει τις συνεδριακές εκδηλώσεις στη χώρα μας
- Οι διάφορες δημοσιεύσεις έστω και καλοπροαίρετες δεν αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα
- Στατιστικά μητρώα διεθνών ενώσεων όπως ICCA (International Congress & Conference Association) και UIA (Union of International Associations) απέχουν πολύ από την πραγματικότητα λόγω των προϋποθέσεων για τις έρευνές τους
- Η Καταγραφή της συνεδριακής δραστηριότητας σημαντική- δημιουργεί ρεαλιστική τουριστική πολιτική σε κρατικό επίπεδο ή σε επίπεδο φορέων για διαμόρφωση των εκστρατειών προβολής και ορθότερη διάθεση των κονδυλίων τους
- Για ιδιώτες τα ορθά στοιχεία βοηθούν για σχεδιασμό προβολής, γνώση χαρακτηριστικών και αριθμού συνεδρίων που θα πραγματοποιηθούν στην Ελλάδα, να αναλύσουν τα χαρακτηριστικά τους, την πορεία των ανταγωνιστών τους.
- Νικητής είναι αυτός που έχει την δυνατότητα και την ικανότητα να προβλέπει τις τάσεις και να διαμορφώνει εγκαίρως το προϊόν του ή τις υπηρεσίες του προκειμένου να προσελκύσει και ικανοποιήσει πλήρως τους πελάτες

UIA Annual International Meetings Statistics Report

Tigers of the decade: 1995 - 2004

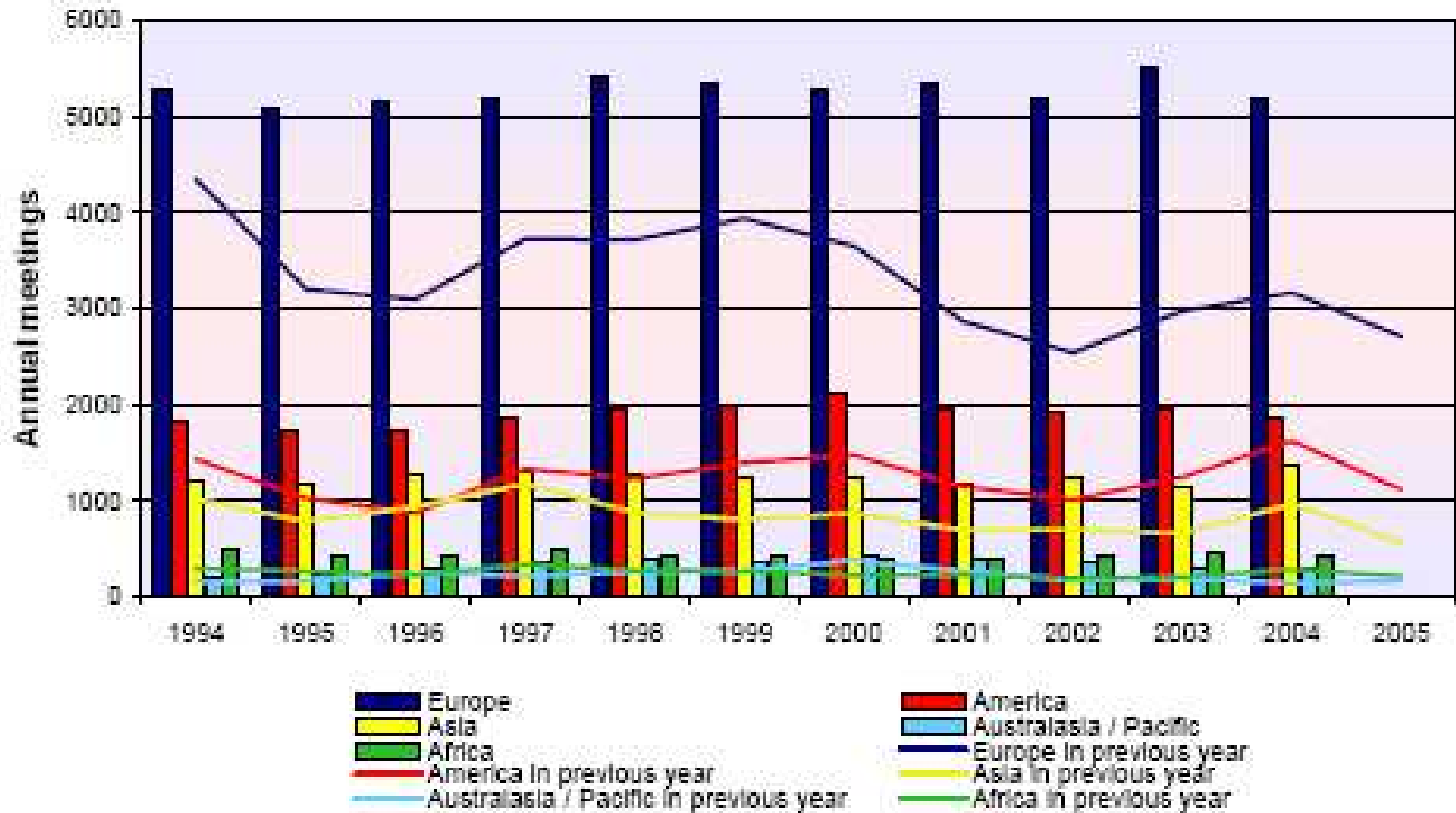
Countries with greater than 50% growth in international meetings in the last ten years

(pie = 1218 meetings = 13% of 2004 meetings)



Comparison by continent

bars are the actual count of meetings for the year
lines are meetings known one year in advance



**Top international meeting countries in 2005 –
Minimum of 45 international meetings**

	Country	Number of meetings	Percentage of all meetings
1.	1. USA	1039	11.61%
1.	2. France	590	6.59%
1.	3. Germany	410	4.58%
1.	4. UK	386	4.31%
1.	5. Italy	382	4.27%
1.	6. Spain	368	4.11%
1.	7. Netherlands	341	3.81%
1.	8. Austria	314	3.51%
1.	9. Switzerland	268	2.99%
1.	10. Belgium	242	2.70%

**TOP TEN INTERNATIONAL MEETING CITIES IN
2005
Minimum of 20 international meetings**

	City	Number of Meetings	Percentage of all Meetings
1.	1. Paris	294	3.28%
1.	2. Wien (Vienna)	245	2.74%
1.	3. Brussels	189	2.11%
1.	4. Singapore	177	1.98%
1.	5. Barcelona	162	1.81%
1.	6. Geneva	161	1.80%
1.	7. New York NY	129	1.44%
1.	8. London	128	1.43%
1.	9. Seoul	103	1.15%
1.	10. København (Copenhagen)	98	1.09%

Γ) CVBs (Convention & Visitors Bureau)

- Θα έπρεπε να είναι αυτονόητη η ανάγκη της λειτουργίας ενός CVB
- Δεν υπάρχει κονδύλιο για την προβολή και διαφήμιση της χώρας μας ως συνεδριακού προορισμού
- Οι αρμόδιοι επιμένουν στο μοντέλο της χώρας μας ως παραθεριστικού προορισμού
- Η καθιέρωση της χώρας μας στον παγκόσμιο συνεδριακό χάρτη προϋποθέτει και μεθοδικότητα αλλά και την εκπόνηση ειδικών μελετών
- Δεν υπάρχει χρηματοδότηση για φορείς που καταστρώνουν πρόγραμμα προβολής και διαφήμισης για τον συνεδριακό τουρισμό της περιοχής τους
- Μεμονωμένες προσπάθειες επιχειρηματιών να προβάλουν μόνοι τους τα συνεδριακά τους κέντρα δεν έχουν τη δυνατότητα να προσεγγίσουν τη ζήτηση - Μόνο προσωρινά οφέλη

- Μη τήρηση μητρώων συνεδρίων
- Σήμερα έχουμε μόνο δύο CVBs που λειτουργούν αυτοτελώς και όχι ως τμήματα κάποιου τουριστικού οργανισμού
- Η χώρα μας διαθέτει δωρεάν Ιστορία, πολιτισμό, άριστες κλιματολογικές συνθήκες, θάλασσα, γαστρονομικές απολαύσεις και ανάλογα με την περιοχή θα έπρεπε **να υπάρχει κάποιος να εκμεταλλευτεί** την προβολή τους για προσέλκυση συνεδριακού τουρισμού



ΑΝΑΠΤΥΞΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ – ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ, ΛΥΣΕΙΣ, ΔΡΑΣΕΙΣ

➤ Γενική Πολιτική

1. Δημιουργία και συντήρηση ικανοποιητικής στάθμης οικονομικής και κοινωνικής υποδομής και αποτελεσματικότερη **λειτουργία των κρατικών υπηρεσιών** για βελτίωση της γενικότερης εικόνας της χώρας.
2. Το κράτος οφείλει, κατά τα πρότυπα πολλών άλλων χωρών, **να συμβάλει** και με ειδικότερα μέτρα, σε όλους τους τομείς
3. Η δημιουργία ενός μεγάλου σύγχρονου **συνεδριακού κέντρου** καθίσταται αναγκαίο συμπλήρωμα, το οποίο θα συμβάλει και στην πληρέστερη αξιοποίηση της πολύ μεγαλύτερης επένδυσης που έγινε για την Ολυμπιάδα
4. Θα πρέπει, στη συνέχεια, να εξεταστεί και η προοπτική δημιουργίας και δεύτερου **κέντρου στη Θεσσαλονίκη**
5. Είναι ανάγκη να δημιουργηθούν **Γραφεία Συνεδρίων και Φιλοξενίας**, η έλλειψη των οποίων αναφέρεται και από τους ξένους οργανωτές συνεδρίων ως αδύνατο σημείο της ελληνικής συνεδριακής υποδομής

6. Να γίνει κατανοητό ότι **η πρωτεύουσα** δεν μπορεί να αποκλείεται από οικονομικές λειτουργίες απαραίτητες για την επιτυχήστερη αξιοποίηση ενός νέου συνεδριακού κέντρου, με το επιχείρημα ότι αυτές πρέπει, για λόγους παράδοσης και πολιτικών σκοπιμοτήτων, να μονοπωλούνται από τη Θεσσαλονίκη

Έτσι δημιουργείται συχνά παρεμπόδιση της γενικότερης ανάπτυξης του κλάδου στη χώρα, που πρέπει να αποτελεί και το τελικό ζητούμενο. Σ ένα όλο και περισσότερο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον, η παλαιά τακτική αποβαίνει τελικά σε όφελος των ανταγωνιστριών χωρών και αν ωφελεί τη Θεσσαλονίκη, την ωφελεί πολύ λιγότερο απ' ό τι βλάπτει τη χώρα στο σύνολό της.

7. Στήριγμα για τη δημιουργία επίσημων **δομών εκπαίδευσης και κατάρτισης** για το συνεδριακό τουρισμό στην Ελλάδα. Πρώτα να δημιουργηθούν ικανοποιητικές δομές για την κατάρτιση για τον τουρισμό γενικά και η ειδική κατάρτιση για το συνεδριακό τουρισμό να αποτελέσει οργανικό τμήμα τους

8. Στο **σύστημα των ενισχύσεων** για τις επενδύσεις οι επενδύσεις σε συνεδριακή υποδομή πρέπει να έχουν τη θέση τους. Προσοχή στις μορφές υποδομής που υπάρχει περιορισμένη προσφορά προς αποφυγή σπατάλης πόρων

9. Να αποτελεί αντικείμενο κρατικών αρχών όπως λ.χ. το Υπουργείο Πολιτισμού, ή η Γεν Γραμματεία Τουρισμού του Υπουργείου Ανάπτυξης, η **συλλογή πληροφοριών για τις κυριότερες πηγές** ενισχύσεων για συνεδριακές εκδηλώσεις από τον δημόσιο τομέα και η επιχείρηση συντονισμού τους, με κριτήριο και την ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού
10. **Δράσεις προβολής** που να στοχεύουν με τους κατάλληλους τρόπους στις πηγές της ζήτησης συνεδριακών υπηρεσιών είτε ως σκέλος των γενικότερων δραστηριοτήτων προβολής του ελληνικού τουρισμού από την πλευρά του δημοσίου, είτε με χωριστό πρόγραμμα.
11. Συνεργασία, κοινή παρουσία, ένας βαθμός **συλλογικότητας** και ένωση δυνάμεων των επιχειρήσεων του κλάδου για την προώθηση θεμάτων. Μάζα παρουσίας και πίεσης στην εκπροσώπησή του για ουσιαστικά αποτελέσματα

Άλλα μέτρα που απαιτούνται για την ενίσχυση του συνεδριακού τουρισμού :

- ✓ Μέτρα για τη βελτίωση της ελκυστικότητας των πόλεων / τουριστικών περιοχών, τον εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση των υφιστάμενων εγκαταστάσεων και τη δημιουργία νέων, είτε αμιγών είτε συνδυασμένων με καταλύματα υψηλών προδιαγραφών με συνεδριακά κέντρα
- ✓ Δράσεις ενσωμάτωσης νέων τεχνολογιών στις υποδομές του συνεδριακού τουρισμού.
- ✓ Πρόσθετα κίνητρα για αποκατάσταση και επανάχρηση αξιόλογων παλαιών κελυφών.
- ✓ Η προώθηση δράσεων σύνδεσης του συνεδριακού με τον εκθεσιακό τουρισμό.

Μεταολυμπιακή Ελλάδα, Πρόκληση για επιχειρηματικότητα και νέες επενδύσεις

- Προβολή διεθνώς ως τόπος ασφαλούς, υψηλής ποιότητας ζωής, εντυπωσιακής αλλαγής και προόδου
- Να γίνει μελέτη παραδειγμάτων και αποτελεσμάτων για εκμετάλλευση και ανάπτυξη των υποδομών κεφαλαιοποιώντας τα ευεργετικά αποτελέσματα στον τουρισμό
- Η απόκτηση εμπειρίας από τους Ολυμπιακούς αποτελεί απόδειξη
- Η ανάπτυξη του συνεδριακού τουρισμού ακρογωνιαίος λίθος για την ανάπτυξη του Ελληνικού τουρισμού συνολικά.
- Να ξεφύγουμε από τις παραδοσιακές και συνηθισμένες προσεγγίσεις του τουριστικού προϊόντος
- Αξιοποίηση των υποδομών που άφησαν τα Ολυμπιακά Έργα

Φιλικό και Φιλόξενο περιβάλλον για επιχειρηματική δραστηριότητα

Επενδυτικοί Παράγοντες

- Επενδυτικό φιλόξενο περιβάλλον
 - Προσπάθεια απλούστευσης των διαδικασιών για την απάλειψη εμποδίων
 - Παράγοντες πολιτικοί, με πρώτο εκείνον της ασφάλειας
 - Πολιτική σταθερότητα με την υποδειγματική λειτουργία ενός κοινοβουλευτικού συστήματος με την εναλλαγή των πολιτικών κομμάτων στην εξουσία
 - Παράγοντες ρυθμιστικοί
 - Ειδική νομοθεσία για δημιουργία ελκυστικού επιχειρηματικού και επενδυτικού κλίματος
- Είναι ουσιαστική η οργάνωση αναπτυξιακής στρατηγικής που να αποσκοπεί στο τρίπτυχο Παραγωγικότητα, Ποιότητα, Ανταγωνιστικότητα
- Το κράτος να είναι αρωγός και όχι χειραγωγός της επιχειρηματικότητας

Άμεσοι Επιχειρησιακοί Στόχοι για την Ανάπτυξη του Τουρισμού και του συνεδριακού τουρισμού πρέπει να είναι:

- Ο αναπροσανατολισμός της ελληνικής οικονομίας προς τον ανταγωνισμό στην ποιότητα και την καινοτομία, αντί του ανταγωνισμού στο κόστος που κυριαρχεί μέχρι σήμερα
- Η μετατροπή των συγκριτικών μας πλεονεκτημάτων σε ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στην εσωτερική και τη διεθνή αγορά.
- Ο προσανατολισμός του τουρισμού μας σε νέες αγορές υψηλής προστιθέμενης αξίας και η προσέλκυση τουριστών υψηλού εισοδήματος.
- Η δημιουργία φιλικού κι ευέλικτου επιχειρηματικού περιβάλλοντος για την τόνωση της εγχώριας επιχειρηματικότητας στον τομέα του τουρισμού, την προσέλκυση άμεσων ξένων επενδύσεων στην Ελλάδα και την ενίσχυση της απασχόλησης
- Η διευκόλυνση της πρόσβασης των τουριστικών επιχειρήσεων στα σύγχρονα χρηματοδοτικά μέσα
- Η αξιοποίηση της πολιτιστικής μας κληρονομιάς και του φυσικού περιβάλλοντος, η εκτεταμένη τουριστική προβολή της χώρας για την προσέλκυση εκδηλώσεων συνεδριακού τουρισμού σε διάφορους κλάδους, δηλαδή συνέδρια, εκθέσεις και διάφορα άλλα.

Υποδομές: Βελτίωση και Συμπλήρωση

- Νέοι Ανταγωνιστές που παράγουν και προσφέρουν το ίδιο παραδοσιακό τουριστικό προϊόν μας σε πολύ χαμηλότερη τιμή.
- Αναγκαία η επανατοποθέτησή μας στην τουριστική αγορά με πιο σύνθετη και ποιοτικά αναβαθμισμένη τουριστική προσφορά
- Υπολογίζεται ότι η μεσαία τάξη τουριστών θα μειωθεί το 2018 στο 10 έως 20% και θα αυξηθεί η υψηλότερη τάξη στα 35-40%.
- Πρέπει να επικεντρωθούμε σ' αυτό το 35-40% της υψηλής εισοδηματικής κατηγορίας που παρουσιάζει τη χρυσή ευκαιρία για τον συνεδριακό και επαγγελματικό τουρισμό
- Απαραίτητη προϋπόθεση γι' αυτό η βελτίωση και συμπλήρωση υποδομών και δημιουργία νέων

Μεταξύ αυτών περιλαμβάνονται:

- Ξενοδοχειακές (υπάρχουν μονάδες εξαιρετικής ποιότητας)
- Χώροι εκτός ξενοδοχείων (εδώ υπάρχει πρόβλημα)
- Venues έξω από το χώρο των συνεδριακών κέντρων (κι εδώ χρειάζεται δουλεία)
- “Απόσυρση” παλαιών ξενοδοχειακών μονάδων κάτω από τη Γ’ κατηγορία – Μετατροπή τους σε φοιτητικά διαμερίσματα ή παρόμοιες χρήσεις, ή ελεύθεροι χώροι
- Βίλες, Παραδοσιακοί ξενώνες, αγροτουριστικές μονάδες να πολλαπλασιαστούν
- Χώροι Εστίασης – Πιστοποιημένα εστιατόρια (απαραίτητη υποδομή)
- Μέσα Διακίνησης: Η Ολυμπιακή να βρεί το δρόμο της. Η Aegean φωτεινή εξαίρεση στην εξέλιξη των αερομεταφορών
- Βελτίωση τουριστικών λεωφορείων, ταξί και ΚΤΕΛ
- Shopping: Καταστήματα τουριστικών ειδών, εμπορικά καταστήματα (προσοχή στην εξυπηρέτηση και περιορισμός φαινομένων “αρπαχτής”

- Συνεδριακές εγκαταστάσεις: πολύ καλές εγκαταστάσεις στους ξενοδοχειακούς χώρους. Πληγμα η έλλειψη ολοκληρωμένου συνεδριακού κέντρου στην πρωτεύουσα
- Τεχνολογική υποδομή, σχεδιασμός εγκαταστάσεων, design, spotlights
- Wellness centers, spas, κέντρα ευεξίας, θαλασσοθεραπείας, γυμναστήρια, αθλητικοτουριστικές εγκαταστάσεις, γκολφ (Πολύ σημαντικά αν θέλουμε συνεδριακό τουρισμό)

* Το 15 – 20% των συνέδρων δεν πάνε εκεί που δεν υπάρχει η επιλογή, ή δυνατότητα να παίξουν γκολφ, έστω και αν τελικά δεν αξιοποιήσουν την ευκαιρία.

❑ Όλες αυτές οι υποδομές είναι απαραίτητη μεν αλλά όχι επαρκής προϋπόθεση για την ανάπτυξη του τουρισμού μας και ιδιαίτερα του συνεδριακού τουρισμού.
Επενδύσεις σε εγκαταστάσεις ναι, αλλά χωρίς επένδυση στους ανθρώπους όλα αυτά δεν πάνε πουθενά

Γενικές Υποδομές:

- Αεροδρόμια : Κόσμημα το «Ελευθέριος Βενιζέλος» - διαχρονική συμφορά το αεροδρόμιο του Ηρακλείου.

Προχωρά η ανάπτυξη του αεροδρόμιο «Μακεδονία»

της Θεσσαλονίκης. Φτωχά και τα περισσότερα υπόλοιπα αεροδρόμια της χώρας.

- Λιμάνια : Τα πλείστα είναι προβληματικά
- Αυτοκινητόδρομοι: Πολλά έργα στην Αθήνα λόγω των Ολυμπιακών Αγώνων. Εγνατία και ΠΑΘΕ βαίνουν προς ολοκλήρωση. Μεγάλο επίτευγμα είναι η γέφυρα Ρίου-Αντιρίου. Η κατάσταση όμως στην Ελλάδα της Περιφέρειας είναι δυστυχώς ζοφερή. Σήμανση, παγίδες, ποιότητα οδοστρώματος - η πραγματικότητα είναι πολύ «σκληρή». Ο τουρισμός πάει σε όλη την Ελλάδα
- Metro: Ωραίο το έργο της Αθήνας που συνεχίζει να αναπτύσσεται. Το χρειάζεται και η Θεσσαλονίκη που άρχισε να προχωρεί
- Νοσοκομεία: Οι Υποδομές σε αυτόν τον τομέα κατά κύριο λόγο άθλιες

Ο Ρόλος των CVBs & PCOs

- Marketing: Μικρο-μάρκετινγκ Επιχειρήσεων
Μακρο-μάρκετινγκ Φορέων (Τοπική
αυτοδιοίκηση, ΕΟΤ, CVB)
- Προσέλκυση συνεδρίων

Συνεργασία όλων των κλάδων που εμπλέκονται για ένα επιτυχημένο συνέδριο (Συνεδριακή Αλυσίδα)

- Η συνεργασία είναι το κλειδί της επιτυχίας
- 15 – 20 κλάδοι εμπλέκονται κατά τη διοργάνωση – διεξαγωγή ενός συνεδρίου
 - Εκτυπώσεις
 - Διερμηνείς
 - Μέσα μεταφοράς (τουριστικά λεωφορεία, ταξί)
 - Catering
 - Ηλεκτρονική προβολή συνεδρίου / On-line payments (τράπεζες)
 - Τραπεζες (τραπεζικές επιβαρύνσεις – λογαριασμοί συνεδρίων)
 - Κατασκευές εκθεσιακών περιπτέρων, χωροθέτηση εκθεσιακού χώρου, ενοικίαση poster banners, banner σήμανσης, ενοικιάσεις γραμματειών
 - Οπτικοακουστικά μέσα, τεχνολογίες - εξοπλισμός
 - Ξενοδοχειακά συνεδριακά κέντρα, ενοικίαση αιθουσών, δωματίων Οι σχέσεις με τον “ξενοδόχο” είναι οι σημαντικότερες ίσως για την ομαλή διοργάνωση/διεξαγωγή του συνεδρίου
 - Ο απόηχος συνεργασιών που “στραβώνουν” ξεπερνά και τα σύνορα μιας χώρας δημιουργώντας φήμη ως κακού συνεδριακού προορισμού
 - Διάθεση απ όλους για την αντιμετώπιση προβλημάτων – κώδικας επικοινωνίας

Η ανάγκη για εκπαίδευση

- Σπάνια διδάσκεται το μάθημα του επαγγελματικού τουρισμού στα ΤΕΙ
- Η διδασκαλία του συνεδριακού τουρισμού συνίσταται σε μια απλή αναφορά του κλάδου στο πλαίσιο της γενικής τουριστικής εκπαίδευσης
- Αποτέλεσμα οι απόφοιτοι που καταλήγουν στη συνεδριακή βιομηχανία να “βουτούν στα βαθιά” χωρίς θεωρητική βάση
- Πριν από λίγα χρόνια εντάχθηκε το μάθημα σε ευρωπαϊκά πανεπιστήμια
- Πρέπει να ενταχθεί και στα ελληνικά Ιδρύματα
- Το έμπυχο δυναμικό / προσωπικό είναι αυτό που μπορεί να οικοδομήσει σωστά και να βελτιώσει ή να αμαυρώσει τη συνεδριακή εμπειρία
- Πρέπει να διαθέτουν τα προσόντα για το σχεδιασμό και συντονισμό
- Χρειάζονται προσπάθειες

Σχολή με μαθήματα όπως

- Meeting and event planning management
- Conference center management
- Convention and events public relations and advertising
- Incentive travel management
- Hotel spa and resort
- Οργάνωση επισκέψεων σε συνεδριακά κέντρα, ξενοδοχεία 5αστέρων, γήπεδα γκολφ κ.λ.π.
 - Απόκτηση και πρακτικών γνώσεων
 - Απόκτηση συνεδριακής κουλτούρας
 - Εξοικείωση με την έννοια του επαγγελματισμού
 - Κατανόηση ειδικών αναγκών των συνέδρων

Ο ρόλος της Τεχνολογίας στη Διοργάνωση Συνεδρίων

- Η τεχνολογία είναι το πιο γρήγορο, ακριβές και φθινό μέσο διακίνησης συνεδριακών πληροφοριών.
- Δείχνει ένα πρώτο βαρόμετρο υψηλού επαγγελματισμού στην πρώτη επαφή με το ξενοδοχείο ή συνεδριακό κέντρο
- Μεταφέρεται από τον διοργανωτή στον πελάτη
- Το μέγιστο όφελος επενδύσεων στην τεχνολογία προκύπτει από την σύγκριση κόστους και αποδοτικότητας
- Πολλές είναι οι εταιρείες που πωλούν ή ενοικιάζουν εξοπλισμό συνεδρίων αλλά και υπηρεσίες υποστήριξης όπως
 - Εγκατάσταση και χειρισμό του εξοπλισμού
 - Σχεδιασμό και υλοποίηση σκηνικών συνεδρίου
 - Χωροθέτηση και κατασκευή stand εταιρειών στην έκθεση του συνεδρίου



Κέντρο Τύπου / Αίθουσα Συνεδρίων Γενικής Γραμματείας Επικοινωνίας – Γενικής Γραμματείας Ενημέρωσης Έχει επιφάνεια 600 τ.μ. Λειτουργεί σε μόνιμη βάση ως Κέντρο Τύπου, ή χρησιμοποιείται ως αίθουσα συνεδρίων. Στην υποδομή του περιλαμβάνονται :

- 96 σταθερές θέσεις εργασίας εφοδιασμένες με τηλέφωνο, πρίζες ρεύματος από UPS, ελεύθερη πρίζα RJ45 για πρόσβαση φορητών υπολογιστών στο διαδίκτυο μέσω δικτύου (ταχύτητα 4 Mbrps)
- ασύρματο μεταφραστικό σύστημα 4 γλωσσών,
- ενσύρματο μικροφωνικό σύστημα το οποίο θα έχει τη δυνατότητα αυτόματης παρακολούθησης του ομιλητή με κάμερες τύπου DOM,
- ειδικές θέσεις για τηλεοπτικές κάμερες με διανομείς ήχου, καλωδίωση (TRIAΧ κλπ) προς το κεντρικό Control Room και παροχή ρεύματος από ειδική ηλεκτρολογική εγκατάσταση,
- 20 Η/Υ μόνιμα εγκατεστημένοι με πρόσβαση στο διαδίκτυο, με υποδομή για εγκατάσταση 150 Η/Υ σε ειδικές περιπτώσεις,
- προβολικά συστήματα, με προβολέα οροφής και τηλεοράσεις, με δυνατότητα μετάδοσης τηλεοπτικών προγραμμάτων ή εικόνας και ήχου από το Press Room κλπ,
- τηλεοπτικό φωτισμό και ειδική ηλεκτρολογική εγκατάσταση για επιπλέον φωτισμό.

Εξοπλισμοί / Τεχνολογία που χρησιμοποιείται σε ένα συνέδριο:

- Εξέδρα – Αναλόγιο
- Σκηνικά : Η κεντρική σκηνή είναι το σημείο εστίασης κάθε εκδήλωσης. Το σημείο που επικοινωνεί το ύφος και τα μηνύματα κάθε event
- **Εικόνα :**
 - LCD PROJECTORS
 - DLP PROJECTORS
 - LENSES
 - SLIDE PROJECTORS
 - OVERHEAD PROJECTORS
 - SCREENS
 - PLASMA MONITORS
 - LCD MONITORS
 - PREVIEW MONITORS
 - DATA SWITCHERS
 - VIDEO SWITCHERS
 - DATA AMPLIFIERS
 - VIDEO AMPLIFIERS
 - DIGITAL VIDEO-CAMERAS
 - BETA CAMERAS
 - VIDEO VHS SYSTEMS
 - DVD PLAYERS
 - VIDEO BETA BROADCAST RECORDERS
 - SCAN CONVERTERS
 - TIMER LED
 - VIDI WALLS
 - VIDEO WALLS
 - FIBER OPTICS
 - SATELLITE CONNECTIONS
 - FLIP CHARTS



Βιντεο-διάσκεψη (Videoconferencing)



Ηλεκτρονικό Σύστημα Ψηφοφορίας



Προβολικό – LCD / DLP Projector



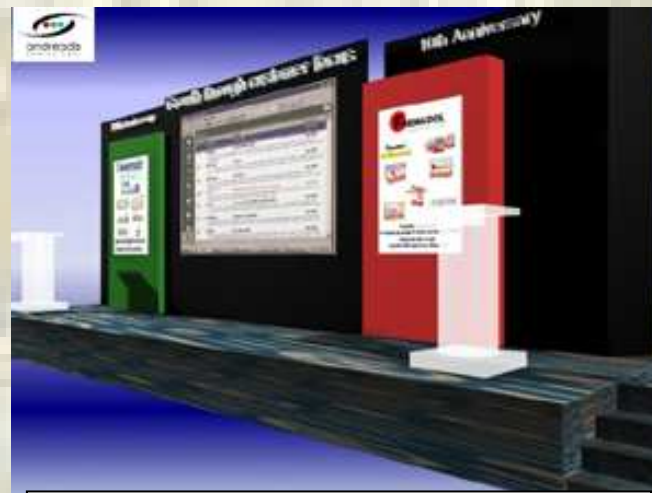
Σύστημα Ταυτόχρονης Μετάφρασης



Προβολικό – Slides Projector



Οθόνη PLASMA



Σκηνικό

- Video Conferencing

- Ήχος:

- ΗΧΕΙΑ
- ΕΝΙΣΧΥΤΕΣ
- ΚΟΝΣΟΛΕΣ
- ΑΣΥΡΜΑΤΑ ΜΙΚΡΟΦΩΝΑ
- ΨΗΦΙΑΚΑ ΜΙΚΡΟΦΩΝΑ
- AUDIO SPLITTERS
- CD PLAYERS
- TELEPHONE HYBRID
- INTERCOMS

- Εξοπλισμός Γραμματείας

- Εκτυπωτές (Ink Jet, Laser)
- Φωτοτυπικά (Ψηφιακά, Αναλογικά)
- Επιτραπέζιοι ή Φορητοί Η/Υ
- Fax

- Slides Reception

- Ασύρματη Σύνδεση Internet

- Άλλος Εξοπλισμός / Μικροσυσκευές (Laser Pointers, USB Storage Devices)

- Μεταφραστικά Συστήματα - Ασύρματα μεταφραστικά σύστημα με δυνατότητα ταυτόχρονης μετάφρασης πολλών γλωσσών.

- Συστήματα Ψηφοφορίας - Ασύρματα συστήματα ψηφοφορίας που καλύπτουν μεγάλο αριθμό διαφορετικών απαντήσεων.



Ψηφιακά Μικρόφωνα

Ο Ρόλος της Επικοινωνίας στην Ανάδειξη του Συνεδριακού Τουρισμού

- Από τη σωστή συναρμογή των βασικών συστατικών της επικοινωνίας εξαρτάται η επιτυχία κάθε προσπάθειας για να επικοινωνήσουμε ένα μήνυμα σε ένα οποιοδήποτε κοινό
- Η επικοινωνία με τη μορφή της προβολής αφορά το συνεδριακό χώρο σε δύο κυρίως τομείς: A) Τη συνολική προβολή της χώρας ως ανταγωνιστικού και ελκυστικού συνεδριακού προορισμού B) Την προβολή των μεμονωμένων συνεδρίων που πραγματοποιούνται στην Ελλάδα
- Η Ελλάδα δεν κατορθώνει να “επιδείξει” στο μέγιστο βαθμό τα πολλά της πλεονεκτήματα λόγω της περιορισμένης ή και κάποτε ακατάλληλης προβολής της
- Ενώ ο συνεδριακός τουρισμός θεωρείται προτεραιότητα της εθνικής στρατηγικής και οι αναφορές σ’ αυτόν πυκνώνουν, η προβολή του στο εξωτερικό παραμένει αμήχανη

Στο ανταγωνιστικό διεθνές περιβάλλον χρειάζεται

- ✓ οργανωμένη προβολή
- ✓ με ενιαία μηνύματα
- ✓ κατάλληλα μέσα
- ✓ συνέπεια και συνέχεια
- Χρειάζεται έναν ισχυρό πομπό (Πολιτεία, Οργανισμοί)
- Κατάλληλοι δέκτες (πρόσωπα / φορείς που αποφασίζουν για την διοργάνωση συνεδρίων)
- Ισχυρό μήνυμα (περιεκτικό, σαφές, ελκυστικό)
- Κατάλληλα μέσα (οργανωμένη διαφημιστική καμπάνια, με συχνότητα, παρουσία σε εκθέσεις, διαρκές lobbying με τους παράγοντες του συνεδριακού χώρου, διαρκής παρουσία σε έντυπα)

- Παρόμοια διαδικασία και στην προβολή μεμονωμένων συνεδρίων των Ελλήνων PCO
- Να δίνεται βάρος όχι μόνο στη διοργάνωση αλλά και στην προβολή
- Η αξιοποίηση των επικοινωνιακών μέσων για ένα συνέδριο επιστρέφει στον διοργανωτή

- ❖ Εργαλεία και πρακτικές επικοινωνίας του συνεδρίου πριν, κατά τη διάρκεια και μετά το συνέδριο:
 - Ένας προσεγμένος φάκελος για το σύνηδρο, με άψογη εμφάνιση
 - Μηνύματα και χρήση μέσων όπως καταχωρήσεις για το συνέδριο, αρθρογραφία στον ειδικό τύπο, επιστολές, ενημερωτικά newsletter, ιστοσελίδες και ηλεκτρονικές ανακοινώσεις
 - Προσεγμένο ενημερωτικό υλικό κατά τη διάρκεια του συνεδρίου
 - Μετά το τέλος του συνεδρίου άμεση και στοχευόμενη προβολή των αποτελεσμάτων σε όλα τα κοινά-στόχους πιστοποιεί την επιτυχία και δημιουργεί προϋποθέσεις για επανάληψη συνεργασίας

- ❖ Η αξιοποίηση της επικοινωνίας δημιουργεί ταυτότητα στο προϊόν

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

- Ένταση του Διεθνούς Ανταγωνισμού
- Αναβάθμιση / Συμπλήρωση Υποδομών
- PCOs – Θεσμοθέτηση, Επαγγελματισμός
- Παιδεία – Εκπαίδευση
- Συνεργασία Δημοσίου – Ιδιωτικού Τομέα
- Προβολή Προϊόντος
- Τεχνολογία
- Συνεδριακή Αλυσίδα – Συνεργασία, Συνεννόηση, Εμπιστοσύνη
- Στρατηγική και Συντονισμένη προσπάθεια
- Εκμετάλλευση των προτερημάτων της Ελλάδας

