



# 5η Ημερίδα Παγκρήτια Ημερίδα ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΕΙΝ

# ΣΗΤΕΙΑ 2025



## Φιλοξενία & Βιωματικός Τουρισμός

# ΚΡΗΤΩΝ ΚΑΛΙΕΡΓΕΙΝ '26

**SAVE the  
DATE**

**28 . 02 . 2026**

**Σάββατο**

**ΜΑΙΧ**



**«Επανασχεδιασμός  
Πρωτογενή Τομέα»**



MORE THAN  
**A DESTINATION**  
AN EXPERIENCE



Explore more

RHODES | CORFU | CRETE

ellaresorts.com

motorclub.gr

// **MOTORCLUB**

Αυτοκίνητα

Μηχανές

Enduro

Quads



**Προτάσεις Διαδρομών**

Πλατεία 18 Άγγλων, 1, Ηράκλειο  
[www.motorclub.gr](http://www.motorclub.gr)  
[info@motorclub.gr](mailto:info@motorclub.gr)  
Τηλ.: 2810 222 408



## 5η Παγκρήτια Ημερίδα Κρητών Φιλοξενείν

8 Ευχαριστήριο  
9 Συμπεράσματα

### Χαιρετισμοί

14 Γιώργος Ζερβάκης

Δήμαρχος Σητείας

16 Γιώργος Πελεκανάκης

Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας

Διευθυντών Ξενοδοχείων - ΠΟΔΙΞ

Αντιπρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου

18 Μαρία Νικητάκη

Πρόεδρος του Δημοτικού Συμβουλίου Σητείας

Εντεταλμένη Σύμβουλος Τουρισμού

και Επιχειρηματικότητας

19 Μιχάλης Βλατάκης

Πρόεδρος των Τουριστικών

και Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κρήτης

22 Γιώργος Σφακιανάκης

Πρόεδρος Παγκρητίου Συλλόγου Διευθυντών

Ξενοδοχείων

24 Μιχάλης Βάμβουκας

Αντιπεριφερειάρχης Επιχειρηματικότητας

Περιφέρειας Κρήτης

### Ομιλητές

28 Γιώργος Ζερβάκης

Δήμαρχος Σητείας

«Η Σητεία ως Πρότυπο Βιωματικού Τουρισμού

και Αυθεντικής Φιλοξενίας»

30 Κατερίνα Σπυριδάκη

Βουλευτής Λασιθίου με το ΠΑΣΟΚ και Υπεύθυνη ΚΤΕ

Τουρισμού - Μηχανολόγος Μηχανικός

«Η φιλοξενία ως εμπειρία, η εμπειρία ως μέλλον του

τουρισμού - Ένα νέο αφήγημα για τον Τουρισμό»

32 Κυριάκος Κώτσογλου

Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού Περιφέρειας Κρήτης

«Κρήτη, Τουρισμός 2025: Ρεκόρ και ουσιαστικά βήματα

ή απλά φέραμε λίγους παραπάνω;»

34 Γιώργος Αγγελάκης

Ερευνητής στο Τμήμα Οικονομίας & Διοίκησης του

ΜΑΙΧ και υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης &

Τεχνολογίας του ΕΛΜΕΠΑ

«Διερεύνηση του προφίλ του αλλοδαπού τουρίστα που επισκέπτεται την Κρήτη»

44 Κωνσταντίνος Λυμπερίου

Αντιδήμαρχος Διοικητικών Υπηρεσιών, Παιδείας,

Αθλητισμού και Γεωπάρκου - Επιχειρηματίας

«Σητεία, το μέρος για να ζεις»

46 Γιώργος Ατσαλάκης

Οικονομολόγος, Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου

Κρήτης, Εργαστήριο Επιστημονικών Δεδομένων

«De-risking γεωπολιτική και τουρισμός»

50 Μάνος Περισυνάκης

Αντιδήμαρχος Οροπεδίου Λασιθίου, τεχνικών έργων,

υποδομών, πολιτισμού, τουρισμού, αθλητισμού.

«Ο βιωματικός τουρισμός σε έναν ορεινό τόπο»

52 Βαγγέλης Περάκης

Αναπληρωτής προϊστάμενος Γεωπάρκου και

Αθλητισμού

Συντονιστής παγκόσμιου Γεωπάρκου UNESCO Σητείας

«Ο Γεωτουρισμός και η δυναμική των εναλλακτικών

δραστηριοτήτων στο Δήμο Σητείας»

54 Αλέξανδρος Αποστολάκης

Κοσμήτορας

Σχολής Επιστημών Διοίκησης & Οικονομίας

Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο

Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού

«Η Οικονομία της Εμπειρίας και ο Ευφυής Τουρισμός:

Από το Storytelling στην Πολιτιστική Συμμετοχή»

56 Στέλιος Ζαχαριουδάκης

Πρόεδρος Δικτύου Οινοποιών Κρήτης

«Ο Οινοτουρισμός σήμερα και οι προοπτικές ανάπτυξής

του»

58 Σπύρος Μπαλαντίνος

Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Διασύνδεσης

Πρωτογενούς τομέα με τον τουρισμό

«Ο Κρητικός Διατροφικός Πολιτισμός ως Γέφυρα

Φιλοξενίας & Βιωματικού Τουρισμού»

60 Σοφία Σαββιδάκη

CEO της οικογενειακής επιχείρησης Savidakis Family

«Γεύση, Μνήμη και Ταυτότητα: Τοπικά Προϊόντα ως

Εργαλεία Βιωματικού Τουρισμού»

64 Κωνσταντίνος Ζορμπάς

Γενικός Διευθυντής Ερευνητικού Κέντρου

«Ορθόδοξος Ακαδημία Κρήτης»

«Οι υπεραποδόσεις της επιτυχίας που επισκιάζουν τις μεγάλες επερχόμενες δυσκολίες»

66 Μαρία Πισικάκη

Πρέσβης Γυναικείας Επιχειρηματικότητα Κρήτης

Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών

Επιχειρηματιών Κρήτης

«Βιωματικός Τουρισμός: Οφέλη και Προοπτική»

68 Βασίλης Ζαφειρόπουλος

Καθηγητής Εφαρμοσμένης Φυσικής

στο Τμήμα Επιστημών Διατροφής & Διαιτολογίας

του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ)

«Προστιθέμενη Αξία στη Φιλοξενία μέσω υπηρεσιών

Διατροφικής Αξιολόγησης-Παρέμβασης και

Γαστρονομικών Εμπειριών»

70 Μιχάλης Σαλούστρος

Business Studies & Marketing Manager

«Όχι απλά ένα όνειρο αλλά ένα μεγάλο όραμα»

72 Γιώργος Κλεισαρχάκης

Καθηγητής, Αν. Διευθυντής της ΑΣΤΕΚ

Ηλεκτρολόγος – Ηλεκτρονικός Μηχ/ος & Μηχ. Η/Υ

«Πώς μετατρέπουμε την φιλοξενία από «Υπηρεσία»

σε «Εμπειρία». Όταν ο «πελάτης» γίνεται «καλεσμένος

μας.»

74 Ελένη Κυριακάκη

Πολιτικός Επιστήμονας, MSc Political System & Public

Policies, Υποψήφια Διδάκτωρ Διοίκησης Επιχειρήσεων

& Τουρισμού

«Διαφορές και συγκλίσεις ανάμεσα στην αστική και την αγροτική επιχειρηματικότητα: πόροι, κίνητρα και προοπτικές βιωσιμότητας»

76 Ζαχαρίας Χνάρης

Ιδρυτής, Πρόεδρος & Διευθύνων Σύμβουλος

του Ομίλου CHC GROUP

«Φιλοξενία και Βιωματικός Τουρισμός: Δυο πυλώνες της σύγχρονης τουριστικής ανάπτυξης»

78 Ιωάννα Ατσαλάκη

Διδάσκων Πολυτεχνείου Κρήτης

Εργαστήριο Επιστημονικών Δεδομένων

«Ψηφιακή ορατότητα end-to-end στον τουρισμό»

82 Μιχάλης Βλαχάκης

Υπεύθυνος εργαστηρίου μη ιοντιζουσών ακτινοβολιών

του www.aktiponolia.gr

«Ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος στη σύγχρονη κοινωνία

και μέσα στο περιβάλλον που διαβιούμε. Τρόποι ελέγχου

και απόσβεσης του ηλεκτρομαγνητικού θορύβου.»

### Κατακλείδα Εργασιών

80 Γιώργος Πελεκανάκης

Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας

Διευθυντών Ξενοδοχείων - ΠΟΔΙΞ

Αντιπρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου

90 Γιώργος Ζερβάκης

Δήμαρχος Σητείας

### Αφιέρωμα

92 Οικομουσείο Σητείας • Eco.Muse



Ιδιοκτήτης - Εκδότης Κώστας Λιακάκης • Εμπορικό, Εμμανουήλ Δ. Λιναρίτης, marketing@cretanbusiness.gr • Εμπορικό, Ανδρέας Οικονόμου cretanbusinesscomm@gmail.com • Υπεύθυνος Επικοινωνίας, Γρηγόρης Λιακάκης, business@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, 6909101159 • web:http://www.cretanbusiness.gr • ISSN 2654-1300. Απαγορεύεται η αναδημοσίευση κειμένων και φωτογραφιών χωρίς την έγγραφη άδεια του εκδότη.



cretanbusiness.gr  
ΑΚΟΛΟΥΘΗΣΤΕ ΜΑΣ:



YouTube





## Ευχαριστήρια

**Μ**ε βαθιά συγκίνηση και αίσθημα ευγνωμοσύνης, η ομάδα «Κρητών Επιχειρείν» απευθύνει ένα θερμό ευχαριστώ σε όλους όσοι συνέβαλαν στην επιτυχία της 5ης Παγκρήτιας Ημερίδας «Κρητών Φιλοξενείν».

Πρώτα απ' όλα, ευχαριστούμε τους εξαιρετικούς ομιλητές που με τις εισηγήσεις τους φώτισαν πολύπλευρα το θέμα της φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού, εμπνέοντας σκέψη, διάλογο και δράση. Η συμβολή τους ήταν καθοριστική για την ποιότητα και το βάθος της ημερίδας. Ευχαριστούμε θερμά τους παρευρισκόμενους που μας τίμησαν με την παρουσία τους, γεμίζοντας την αίθουσα με ενδιαφέρον, ενέργεια και συμμετοχή. Η φυσική τους παρουσία ενίσχυσε το αίσθημα κοινότητας και επιβεβαίωσε τη σημασία του θεσμού.

Ιδιαίτερη μνεία αξίζει σε όλους παρακολούθησαν τη διοργάνωση διαδικτυακά, από κάθε γωνιά της Κρήτης και της Ελλάδας. Η ψηφιακή τους συμμετοχή μας ενδυναμώνει και μας ενθαρρύνει να συνεχίσουμε με ακόμα μεγαλύτερο αίσθημα ευθύνης και ανοιχτότητας.

Ευχαριστούμε θερμά τους συνδιοργανωτές που στήριξαν την προσπάθεια με συνέπεια, συνεργασία και δημιουργικότητα. Η συμβολή τους ήταν πολύτιμη σε κάθε στάδιο της προετοιμασίας και της υλοποίησης.

Ιδιαίτερος ευχαριστούμε τον Δήμαρχο Σητείας Γιώργο Ζερβάκη, για την αμέριστη στήριξη, τη φιλοξενία και την εμπιστοσύνη του. Η παρουσία και η ενεργή συμμετοχή του, ενίσχυσαν το κύρος της Ημερίδας και επιβεβαίωσαν τη σημασία της τοπικής αυτοδιοίκησης ως πυλώνα πολιτισμού και ανάπτυξης.

Τέλος, αλλά εξίσου σημαντικά, ευχαριστούμε τους φορείς που παρείχαν την Αιγίδα τους, τους χορηγούς και τους υποστηρικτές μας. Χάρη στη δική τους στήριξη, η ημερίδα απέκτησε την εμβέλεια και την ποιότητα που της αρμόζει. Η εμπιστοσύνη τους στο όραμά μας αποτελεί για εμάς πηγή δύναμης και έμπνευσης.

Η φιλοξενία είναι πράξη, είναι σχέση, είναι πολιτισμός. Και η φετινή ημερίδα απέδειξε ότι όταν η Κρήτη ενώνεται γύρω από τις αξίες της, μπορεί να δημιουργήσει εμπειρίες που αγγίζουν καρδιές και ανοίγουν δρόμους.

Με εκτίμηση,  
Η Ομάδα του Κρητών Επιχειρείν

# Συμπεράσματα

## 5ης Παγκρήτιας Ημερίδας Τουρισμού «Κρητών Φιλοξενείν» «Φιλοξενία και Βιωματικός Τουρισμός»

### Εισαγωγή

Η 5η Παγκρήτια Ημερίδα «Κρητών Φιλοξενείν» πραγματοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2025 στη Σητεία, μια πόλη που ενσαρκώνει με μοναδικό τρόπο την έννοια της φιλοξενίας. Η διοργάνωση αυτή αποτέλεσε συνέχεια ενός θεσμού που έχει καθιερωθεί τα τελευταία χρόνια ως σημείο αναφοράς για την ανάδειξη της φιλοξενίας όχι μόνο ως τουριστικής πρακτικής, αλλά ως πολιτισμικής αξίας και κοινωνικής στάσης ζωής.

Το κεντρικό θέμα «**Φιλοξενία και Βιωματικός Τουρισμός**» έδωσε την ευκαιρία να εξεταστούν σε βάθος οι τρόποι με τους οποίους η φιλοξενία μπορεί να αποτελέσει **στρατηγικό πλεονέκτημα** για την Κρήτη, να ενισχύσει την τοπική κοινωνία και να δημιουργήσει νέες μορφές **τουριστικής εμπειρίας** που ξεπερνούν τα όρια της απλής κατανάλωσης υπηρεσιών. Η ημερίδα συγκέντρωσε **εισηγητές** από τον ακαδημαϊκό χώρο, επαγγελματίες του τουρισμού, εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης, πολιτιστικούς συλλόγους και ενεργούς πολίτες. Μέσα από τις εισηγήσεις και τις συζητήσεις αναδείχθηκαν οι προκλήσεις, οι ευκαιρίες και οι προοπτικές που ανοίγονται για την Κρήτη, εφόσον η φιλοξενία και ο βιωματικός τουρισμός αξιοποιηθούν με **στρατηγική και όραμα**.

### Ιστορική διάσταση της φιλοξενίας στην Κρήτη

Η φιλοξενία στην Κρήτη έχει βαθιές ρίζες που φτάνουν μέχρι την αρχαιότητα. Ο Ξένιος Δίας, προστάτης των ξένων, αποτελεί ίσως το πιο χαρακτηριστικό παράδειγμα της σημασίας που απέδιδαν οι αρχαίοι Έλληνες στην υποδοχή και την περιποίηση του επισκέπτη. Στην **κρητική παράδοση**, η φιλοξενία δεν ήταν απλώς υποχρέωση, αλλά τιμή και χαρά. Ο ξένος θεωρούνταν ιερός, και η φροντίδα του αποτελούσε πράξη σεβασμού προς τους θεούς και την κοινωνία. Κατά τη διάρκεια των αιώνων, η φιλοξενία εξελίχθηκε σε αναπόσπαστο στοιχείο της καθημερινής ζωής. Στα χωριά της Κρήτης, η προσφορά φαγητού και ποτού στον επισκέπτη ήταν αυτονόητη. Η πρόσκληση στο τραπέζι, η προσφορά προϊόντων του τόπου, η αφήγηση ιστοριών γύρω από το τζάκι ή στο καφενείο, όλα αυτά

αποτελούσαν μορφές φιλοξενίας που ενίσχυαν τους **κοινωνικούς δεσμούς** και δημιουργούσαν αίσθημα κοινότητας.

Η φιλοξενία συνδέθηκε επίσης με τις γιορτές και τα πανηγύρια. Ο επισκέπτης δεν ήταν απλώς θεατής, αλλά συμμετείχε ενεργά: χόρευε, τραγουδούσε, μοιραζόταν το φαγητό και το κρασί. Μέσα από αυτές τις πρακτικές, η φιλοξενία μετατράπηκε σε **πολιτισμική εμπειρία** που ενσωμάτωνε την ταυτότητα του τόπου.

Στη νεότερη ιστορία, η φιλοξενία αποτέλεσε μέσο αντίστασης και αλληλεγγύης. Κατά τη διάρκεια δύσκολων περιόδων, όπως η Κατοχή, οι Κρητικοί πρόσφεραν καταφύγιο και φροντίδα σε όσους είχαν ανάγκη, αποδεικνύοντας ότι η φιλοξενία δεν είναι μόνο τουριστική πρακτική, αλλά **βαθιά ανθρώπινη αξία**.

### Ο βιωματικός τουρισμός ως στρατηγική ανάπτυξης

Ο βιωματικός τουρισμός αποτελεί μια από τις πιο δυναμικές τάσεις της σύγχρονης τουριστικής βιομηχανίας. Σε αντίθεση με τον παραδοσιακό μαζικό τουρισμό, που συχνά περιορίζεται σε τυποποιημένες υπηρεσίες και επιφανειακές εμπειρίες, ο βιωματικός τουρισμός εστιάζει στη δημιουργία ουσιαστικών δεσμών μεταξύ επισκέπτη και τόπου. Ο επισκέπτης δεν είναι απλώς καταναλωτής υπηρεσιών, αλλά συμμετέχει ενεργά στην καθημερινότητα, στις παραδόσεις και στις δραστηριότητες της τοπικής κοινωνίας.

### Χαρακτηριστικά του βιωματικού τουρισμού

- **Συμμετοχή:** Ο επισκέπτης καλείται να συμμετάσχει σε δραστηριότητες, όπως η παρασκευή παραδοσιακών φαγητών, η συγκομιδή αγροτικών προϊόντων, η συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια.
- **Αυθεντικότητα:** Η εμπειρία βασίζεται στην πραγματική ζωή του τόπου, όχι σε σκηνοθετημένες ή απλά εμπορευματοποιημένες εκδοχές.
- **Σύνδεση με την κοινότητα:** Ο επισκέπτης γνωρίζει τους κατοίκους, ακούει τις ιστορίες τους, μοιράζεται στιγμές μαζί τους.
- **Πολυαισθητηριακή εμπειρία:** Ο βιωματικός

τουρισμός ενεργοποιεί όλες τις αισθήσεις: γεύση, όσφρηση, αφή, ακοή, όραση.

### Παραδείγματα από την Κρήτη

Η Κρήτη προσφέρει πλούσιο έδαφος για την ανάπτυξη βιωματικού τουρισμού. Στην ημερίδα παρουσιάστηκαν παραδείγματα όπως:

- **Γαστρονομικές διαδρομές:** Επισκέπτες συμμετέχουν σε μαθήματα μαγειρικής, μαθαίνουν να φτιάχνουν παραδοσιακά πιάτα όπως ντάκο ή καλτσούνια, και δοκιμάζουν τοπικά προϊόντα απευθείας από τους παραγωγούς.
- **Αγροτουρισμός:** Συμμετοχή σε δραστηριότητες όπως η ελαιосуλλογή, η τυροκομία, η καλλιέργεια αμπελιών.
- **Πολιτιστικά εργαστήρια:** Μαθήματα παραδοσιακών χορών, μουσικής με λύρα και λαούτο, ή εργαστήρια κεραμικής και υφαντικής.
- **Φυσιολατρικές εμπειρίες:** Πεζοπορίες σε μονοπάτια, εξερεύνηση φαραγγιών, γνωριμία με την πλούσια χλωρίδα και πανίδα του νησιού.

### Οικονομική και κοινωνική διάσταση

Ο βιωματικός τουρισμός δεν είναι μόνο πολιτισμική εμπειρία, αλλά και στρατηγική ανάπτυξης.

- **Ενίσχυση τοπικής οικονομίας:** Οι επισκέπτες ξοδεύουν χρήματα απευθείας σε τοπικές επιχειρήσεις, παραγωγούς και συλλόγους.
- **Διασπορά τουριστικού οφέλους:** Αντί να συγκεντρώνεται μόνο σε μεγάλα ξενοδοχεία, το όφελος μοιράζεται σε μικρές κοινότητες.
- **Διατήρηση παραδόσεων:** Η ζήτηση για αυθεντικές εμπειρίες ενισχύει την ανάγκη να διατηρηθούν οι παραδοσιακές πρακτικές.
- **Κοινωνική συνοχή:** Η συμμετοχή των κατοίκων δημιουργεί αίσθημα υπερηφάνειας και ενδυναμώνει την κοινότητα.

### Προκλήσεις και προοπτικές

Παρά τα πλεονεκτήματα, υπάρχουν και προκλήσεις:

- Η ανάγκη για σωστή οργάνωση ώστε να μην αλλοιωθεί η αυθεντικότητα.
- Η ισορροπία μεταξύ εμπορικής αξιοποίησης και πολιτισμικής προστασίας.
- Η εκπαίδευση των επαγγελματιών ώστε να προσφέρουν εμπειρίες με σεβασμό στον επισκέπτη και στον τόπο.

Η Ημερίδα κατέληξε ότι ο βιωματικός τουρισμός μπορεί να αποτελέσει **στρατηγικό πλεονέκτημα για την Κρήτη, εφόσον αναπτυχθεί με όραμα, συνεργασία και σεβασμό στην τοπική ταυτότητα.**

### Ο ρόλος της τοπικής κοινωνίας και των νέων

Η τοπική κοινωνία αποτελεί τον θεμέλιο λίθο της

φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού. Χωρίς την ενεργή συμμετοχή των κατοίκων, καμία τουριστική εμπειρία δεν μπορεί να θεωρηθεί αυθεντική. Η φιλοξενία δεν είναι κάτι που «παράγεται» από επιχειρήσεις ή φορείς· είναι μια στάση ζωής που εκφράζεται καθημερινά μέσα από τις πράξεις των ανθρώπων.

### Η συμμετοχή των κατοίκων

Οι κάτοικοι είναι οι πραγματικοί φορείς της φιλοξενίας. Είναι αυτοί που ανοίγουν τα σπίτια τους, που προσφέρουν προϊόντα του τόπου, που μοιράζονται ιστορίες και παραδόσεις. Η συμμετοχή τους στον βιωματικό τουρισμό δεν είναι απλώς χρήσιμη, αλλά απαραίτητη. Χωρίς αυτούς, η εμπειρία κινδυνεύει να γίνει τεχνητή και να χάσει την αξία της. Η ημερίδα ανέδειξε παραδείγματα κοινοτήτων που έχουν καταφέρει να ενσωματώσουν τον τουρισμό στην καθημερινότητά τους με τρόπο φυσικό και δημιουργικό. Σε χωριά της Κρήτης, οι επισκέπτες συμμετέχουν σε αγροτικές εργασίες, σε γιορτές, σε μαθήματα παραδοσιακής μουσικής. Αυτές οι εμπειρίες δεν είναι «παραστάσεις», αλλά πραγματικές στιγμές ζωής που μοιράζονται οι κάτοικοι με τους επισκέπτες.

### Η σημασία της αυθεντικότητας

Η αυθεντικότητα είναι το κλειδί. Ο επισκέπτης αναζητά εμπειρίες που δεν είναι σκηνοθετημένες, αλλά αντικατοπτρίζουν την πραγματική ζωή του τόπου. Η τοπική κοινωνία είναι αυτή που μπορεί να προσφέρει αυτή την αυθεντικότητα. Όταν οι κάτοικοι συμμετέχουν ενεργά, η εμπειρία αποκτά βάθος και αξία. Η ημερίδα τόνισε ότι η εμπορευματοποίηση της φιλοξενίας αποτελεί κίνδυνο. Αν οι εμπειρίες γίνουν τυποποιημένες και αποκοπούν από την πραγματικότητα, τότε χάνεται η ουσία. Η πρόκληση είναι να βρεθεί η ισορροπία μεταξύ τουριστικής αξιοποίησης και διατήρησης της αυθεντικότητας.

### Ο ρόλος των νέων

Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στον ρόλο των νέων. Οι νέοι είναι οι μελλοντικοί φορείς της φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού. Η συμμετοχή τους είναι καθοριστική για τη συνέχιση της παράδοσης και την προσαρμογή στις σύγχρονες ανάγκες. Η εκπαίδευση των νέων γύρω από τις αξίες της φιλοξενίας μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα μεταξύ παράδοσης και σύγχρονων απαιτήσεων. Μέσα από εκπαιδευτικά προγράμματα, πολιτιστικές δράσεις και συμμετοχή σε τοπικές πρωτοβουλίες, οι νέοι μπορούν να αναλάβουν ενεργό ρόλο στην προώθηση της φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού. Παράλληλα, οι νέοι φέρνουν νέες ιδέες και τεχνολογικές γνώσεις που μπορούν να ενισχύσουν την εμπειρία. Η χρήση ψηφιακών εργαλείων, η προβολή μέσω κοινωνικών δικτύων, η δημιουργία εφαρμογών που συνδέουν επισκέπτες και κοινότητες, όλα αυτά

μπορούν να συμβάλουν στην ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού με τρόπο σύγχρονο και ελκυστικό.

### Κοινωνική συνοχή και υπερηφάνεια

Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και των νέων ενισχύει την κοινωνική συνοχή. Οι κάτοικοι αισθάνονται υπερηφάνεια για τον τόπο τους, για τις παραδόσεις τους, για την ικανότητά τους να προσφέρουν φιλοξενία. Αυτή η υπερηφάνεια μεταδίδεται στους επισκέπτες, οι οποίοι βιώνουν μια εμπειρία γεμάτη αυθεντικότητα και ζεστασιά.

Η Ημερίδα κατέληξε ότι η ενδυνάμωση της τοπικής κοινωνίας και η ενεργή συμμετοχή των νέων είναι **απαραίτητες προϋποθέσεις για την επιτυχία του βιωματικού τουρισμού** στην Κρήτη.

### Εκπαίδευση και επαγγελματισμός

Η εκπαίδευση και ο επαγγελματισμός στον τομέα της φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού αποτέλεσαν βασικό άξονα της 5ης Παγκρήτιας Ημερίδας «Κρητών Φιλοξενείν». Οι εισηγητές τόνισαν ότι η φιλοξενία δεν είναι μόνο έμφυτη στάση ζωής, αλλά και δεξιότητα που μπορεί να καλλιεργηθεί, να οργανωθεί και να ενισχυθεί μέσα από κατάλληλη εκπαίδευση.

### Η ανάγκη για κατάρτιση

Η τουριστική βιομηχανία εξελίσσεται συνεχώς και οι απαιτήσεις των επισκεπτών γίνονται ολοένα και πιο σύνθετες. Ο επαγγελματίας του τουρισμού καλείται να συνδυάσει την παραδοσιακή φιλοξενία με σύγχρονες γνώσεις: διαχείριση επιχειρήσεων, επικοινωνία, γλωσσομάθεια, χρήση τεχνολογίας. Χωρίς κατάρτιση, η ποιότητα των υπηρεσιών κινδυνεύει να υποβαθμιστεί και η αυθεντικότητα να χαθεί μέσα σε τυποποιημένες πρακτικές.

### Εκπαίδευση με αξίες

Η εκπαίδευση δεν πρέπει να περιορίζεται σε τεχνικές δεξιότητες. Οφείλει να ενσωματώνει τις αξίες της φιλοξενίας: σεβασμό, αυθεντικότητα, αλληλεγγύη, πολιτισμική ευαισθησία. Οι εισηγητές πρότειναν τη δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων που θα συνδυάζουν θεωρία και πράξη, ώστε οι νέοι επαγγελματίες να κατανοούν όχι μόνο το «πώς» αλλά και το «γιατί» της φιλοξενίας.

### Συνεργασία με πανεπιστήμια και φορείς

Η Ημερίδα ανέδειξε τη σημασία της συνεργασίας με πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και πολιτιστικούς φορείς. Μέσα από αυτή τη συνεργασία μπορούν να δημιουργηθούν προγράμματα σπουδών που θα συνδέουν την ακαδημαϊκή γνώση με την πρακτική εμπειρία. Η συμμετοχή των φοιτητών σε βιωματικά προγράμματα, η πρακτική άσκηση σε τοπικές επιχειρήσεις, η έρευνα γύρω από την πολιτιστική

κληρονομιά, όλα αυτά μπορούν να ενισχύσουν την ποιότητα της εκπαίδευσης.

### Δια βίου μάθηση

Η εκπαίδευση δεν σταματά με την ολοκλήρωση των σπουδών. Η δια βίου μάθηση είναι απαραίτητη για την προσαρμογή στις νέες συνθήκες. Σεμινάρια, εργαστήρια, συνέδρια και ημερίδες όπως αυτή στη Σητεία προσφέρουν ευκαιρίες για συνεχή επιμόρφωση. Οι επαγγελματίες του τουρισμού πρέπει να παραμένουν ανοιχτοί σε νέες ιδέες, να ενημερώνονται για τις τάσεις της αγοράς και να ανανεώνουν τις γνώσεις τους.

### Ο επαγγελματισμός ως στάση

Ο επαγγελματισμός δεν αφορά μόνο την τεχνική επάρκεια, αλλά και τη στάση απέναντι στον επισκέπτη. Ο επαγγελματίας της φιλοξενίας πρέπει να είναι ευγενικός, προσεκτικός, πρόθυμος να ακούσει και να κατανοήσει τις ανάγκες του επισκέπτη. Πρέπει να συνδυάζει την αυθόρμητη ζεστασιά της κρητικής φιλοξενίας με την οργανωμένη παροχή υπηρεσιών υψηλής ποιότητας.

### Η φιλοξενία ως πολιτιστική διπλωματία

Η φιλοξενία δεν είναι μόνο μια κοινωνική πρακτική ή μια τουριστική υπηρεσία· μπορεί να λειτουργήσει και ως εργαλείο πολιτιστικής διπλωματίας. Μέσα από τη φιλοξενία, η Κρήτη προβάλλει τις αξίες της, την ιστορία της και την κουλτούρα της σε διεθνές επίπεδο. Ο επισκέπτης που βιώνει την κρητική φιλοξενία δεν επιστρέφει απλώς με αναμνήσεις· γίνεται πρεσβευτής του τόπου, μεταφέρει εμπειρίες, εικόνες και συναισθήματα στη χώρα του, δημιουργώντας δίκτυα επικοινωνίας και φιλίας.

### Η φιλοξενία ως γέφυρα πολιτισμών

Η φιλοξενία μπορεί να λειτουργήσει ως γέφυρα μεταξύ διαφορετικών πολιτισμών. Όταν ένας επισκέπτης συμμετέχει σε ένα κρητικό πανηγύρι, δοκιμάζει παραδοσιακά φαγητά ή μαθαίνει έναν χορό, δεν γνωρίζει μόνο την Κρήτη· γνωρίζει και τον εαυτό του μέσα από την επαφή με κάτι διαφορετικό. Αυτή η εμπειρία ενισχύει την αμοιβαία κατανόηση και προάγει την ειρήνη και τη συνεργασία.

### Διεθνής προβολή

Η Ημερίδα τόνισε ότι η φιλοξενία μπορεί να αποτελέσει μέσο διεθνούς προβολής. Η Κρήτη μπορεί να παρουσιάσει τον πολιτισμό της μέσα από διεθνείς εκθέσεις, συνέδρια, φεστιβάλ, αλλά και μέσα από την καθημερινή εμπειρία των επισκεπτών. Η προβολή της φιλοξενίας ως αξίας μπορεί να ενισχύσει την εικόνα της Κρήτης ως τόπου αυθεντικού, φιλικού και ανοιχτού στον κόσμο.

### Δημιουργία δικτύων συνεργασίας

Η φιλοξενία μπορεί να οδηγήσει στη δημιουργία δικτύων συνεργασίας μεταξύ φορέων, πανεπιστημίων, πολιτιστικών συλλόγων και επιχειρήσεων. Μέσα από αυτά τα δίκτυα μπορούν να αναπτυχθούν προγράμματα ανταλλαγών, κοινές δράσεις και ερευνητικές πρωτοβουλίες που θα ενισχύσουν τη διεθνή παρουσία της Κρήτης.

### Η φιλοξενία ως πολιτιστική κληρονομιά

Η φιλοξενία πρέπει να αναγνωριστεί ως άυλη πολιτιστική κληρονομιά. Η καταγραφή, η μελέτη και η προβολή των πρακτικών φιλοξενίας μπορούν να συμβάλουν στην προστασία και την ανάδειξή τους. Η Ημερίδα πρότεινε την ενίσχυση των προσπαθειών για την αναγνώριση της κρητικής φιλοξενίας σε διεθνείς οργανισμούς, όπως η UNESCO, ώστε να προστατευθεί και να προβληθεί σε παγκόσμιο επίπεδο.

### Τεχνολογία και εμπειρία

Η τεχνολογία έχει εισχωρήσει δυναμικά σε κάθε πτυχή της ζωής μας και, αναπόφευκτα, στον τουρισμό. Στην Ημερίδα συζητήθηκε εκτενώς ο ρόλος της τεχνολογίας στη διαμόρφωση της εμπειρίας του επισκέπτη και πώς αυτή μπορεί να ενισχύσει ή να απειλήσει την αυθεντικότητα της φιλοξενίας.

### Ψηφιακή αφήγηση

Η ψηφιακή αφήγηση αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο προβολής της κρητικής φιλοξενίας. Μέσα από βίντεο, φωτογραφίες, ιστοσελίδες και κοινωνικά δίκτυα, οι εμπειρίες των επισκεπτών μπορούν να μεταδοθούν σε παγκόσμιο επίπεδο. Η προβολή της καθημερινότητας, των παραδόσεων και των βιωματικών εμπειριών δημιουργεί ένα ισχυρό αφήγημα που προσελκύει νέους επισκέπτες.

### Επαυξημένη και εικονική πραγματικότητα

Οι εφαρμογές επαυξημένης και εικονικής πραγματικότητας προσφέρουν νέες δυνατότητες. Ο επισκέπτης μπορεί να περιηγηθεί σε αρχαιολογικούς χώρους με ψηφιακές αναπαραστάσεις, να γνωρίσει την ιστορία μέσα από διαδραστικές εφαρμογές, να συμμετάσχει σε εικονικά εργαστήρια. Αυτές οι τεχνολογίες ενισχύουν την εμπειρία, προσφέροντας πληροφορίες και εμπάθυση.

### Πλατφόρμες συμμετοχικού τουρισμού

Οι ψηφιακές πλατφόρμες που συνδέουν επισκέπτες με τοπικές κοινότητες αποτελούν σημαντικό εργαλείο για την ανάπτυξη του βιωματικού τουρισμού. Μέσα από αυτές, οι επισκέπτες μπορούν να βρουν αυθεντικές εμπειρίες, να συμμετάσχουν σε δραστηριότητες, να γνωρίσουν ανθρώπους. Η τεχνολογία λειτουργεί ως γέφυρα που φέρνει κοντά τον επισκέπτη και τον

κάτοικο.

### Προκλήσεις της τεχνολογίας

Παρά τα πλεονεκτήματα, η τεχνολογία ενέχει κινδύνους. Η υπερβολική χρήση μπορεί να απομακρύνει τον επισκέπτη από την πραγματική εμπειρία. Αν η φιλοξενία περιοριστεί σε ψηφιακές εφαρμογές, χάνεται η ανθρώπινη επαφή που αποτελεί την ουσία της. Η Ημερίδα τόνισε την ανάγκη για ισορροπία: η τεχνολογία πρέπει να λειτουργεί συμπληρωματικά, όχι να αντικαθιστά την αυθεντικότητα.

### Η συμβολή των νέων

Οι νέοι, με τη γνώση και την εξοικείωση τους με την τεχνολογία, μπορούν να παίξουν καθοριστικό ρόλο. Μπορούν να δημιουργήσουν εφαρμογές, να προβάλλουν τον τόπο μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα, να συνδέσουν την παράδοση με τη σύγχρονη ψηφιακή πραγματικότητα. Με αυτόν τον τρόπο, η τεχνολογία γίνεται εργαλείο ενδυνάμωσης της φιλοξενίας και όχι απειλή.

### Παραδείγματα καλών πρακτικών

Κατά τη διάρκεια της ημερίδας παρουσιάστηκαν πλήθος παραδειγμάτων που δείχνουν πώς η φιλοξενία και ο βιωματικός τουρισμός μπορούν να εφαρμοστούν στην πράξη, με τρόπο που ενισχύει την τοπική κοινωνία και προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες στους επισκέπτες.

### Γαστρονομικές εμπειρίες

Η κρητική γαστρονομία αποτέλεσε κεντρικό σημείο αναφοράς. Μικρές οικογενειακές επιχειρήσεις προσφέρουν μαθήματα μαγειρικής, όπου οι επισκέπτες μαθαίνουν να φτιάχνουν παραδοσιακά πιάτα, όπως καλτσούνια, ντάκο ή χανιώτικη μπουγάτσα. Η εμπειρία δεν περιορίζεται στη γεύση· περιλαμβάνει την ιστορία των συνταγών, την προέλευση των υλικών, τη συμμετοχή στη διαδικασία. Έτσι, ο επισκέπτης δεν δοκιμάζει απλώς ένα πιάτο, αλλά ζει μια ολοκληρωμένη πολιτισμική εμπειρία.

### Αγροτουρισμός

Σε πολλές περιοχές της Κρήτης, οι επισκέπτες συμμετέχουν σε αγροτικές δραστηριότητες: ελαιοσυλλογή, τυροκομία, αμπελοκαλλιέργεια. Αυτές οι εμπειρίες συνδέουν τον επισκέπτη με τη γη και τους ανθρώπους της. Η συμμετοχή σε τέτοιες δραστηριότητες δημιουργεί αίσθημα σεβασμού προς τον κόπο των παραγωγών και ενισχύει την κατανόηση της τοπικής οικονομίας.

### Πολιτιστικά εργαστήρια

Πολιτιστικοί σύλλογοι οργανώνουν εργαστήρια παραδοσιακών χορών, μουσικής, κεραμικής και υφαντικής. Οι επισκέπτες έχουν την ευκαιρία να μάθουν

από τους ίδιους τους κατοίκους, να συμμετάσχουν σε δημιουργικές διαδικασίες και να αποκτήσουν δεξιότητες που συνδέονται με την πολιτιστική κληρονομιά. Αυτές οι εμπειρίες ενισχύουν την πολιτιστική ανταλλαγή και δημιουργούν δεσμούς που ξεπερνούν τα όρια του τουρισμού.

### Φυσιολατρικές εμπειρίες

Η Κρήτη προσφέρει μοναδικά φυσικά τοπία: φαράγγια, μονοπάτια, παραλίες, ορεινά χωριά. Οι επισκέπτες συμμετέχουν σε πεζοπορίες, εξερευνήσεις, δραστηριότητες οικοτουρισμού. Μέσα από αυτές τις εμπειρίες γνωρίζουν τη χλωρίδα και την πανίδα του τόπου, μαθαίνουν για την αειφορία και την προστασία του περιβάλλοντος. Ο βιωματικός τουρισμός συνδέεται έτσι με την οικολογική ευαισθησία και την αειφόρο ανάπτυξη.

### Κοινωνικές πρωτοβουλίες

Παρουσιάστηκαν επίσης παραδείγματα κοινωνικών πρωτοβουλιών που ενσωματώνουν τη φιλοξενία. Κοινότητες που οργανώνουν δράσεις αλληλεγγύης, πολιτιστικά φεστιβάλ, εκπαιδευτικά προγράμματα για παιδιά και νέους. Μέσα από αυτές τις δράσεις, η φιλοξενία αποκτά κοινωνική διάσταση, ενισχύει την αλληλεγγύη και δημιουργεί αίσθημα κοινότητας.

### Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής

Η 5η Παγκρήτια Ημερίδα «Κρητών Φιλοξενείν» ανέδειξε με σαφήνεια ότι η φιλοξενία και ο βιωματικός τουρισμός δεν είναι απλώς τουριστικές πρακτικές, αλλά βαθιά πολιτισμικές και κοινωνικές διαδικασίες που μπορούν να λειτουργήσουν ως μοχλοί βιώσιμης ανάπτυξης, ενίσχυσης της τοπικής ταυτότητας και διεθνούς προβολής της Κρήτης. Οι εισηγήσεις, οι παρεμβάσεις και οι συζητήσεις κατέληξαν σε σειρά συμπερασμάτων και προτάσεων που μπορούν να αποτελέσουν βάση για στρατηγικές πολιτικής, εκπαιδευτικές πρωτοβουλίες και κοινωνικές δράσεις.

### Κεντρικά συμπεράσματα

- Η φιλοξενία στην Κρήτη είναι πολιτισμικό κεφάλαιο που πρέπει να προστατευθεί και να αναδειχθεί.
- Ο βιωματικός τουρισμός αποτελεί στρατηγική επιλογή που ενισχύει την αυθεντικότητα, την αειφορία και την κοινωνική συνοχή.
- Η συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας και ιδιαίτερα των νέων είναι καθοριστική για την επιτυχία κάθε βιωματικής εμπειρίας.
- Η εκπαίδευση και η επαγγελματική κατάρτιση πρέπει να ενσωματώνουν τις αξίες της φιλοξενίας και να προσαρμόζονται στις σύγχρονες ανάγκες.

- Η τεχνολογία μπορεί να λειτουργήσει ως εργαλείο ενίσχυσης της εμπειρίας, εφόσον χρησιμοποιείται με σεβασμό στην αυθεντικότητα.
- Η φιλοξενία μπορεί να αποτελέσει μέσο πολιτιστικής διπλωματίας και διεθνούς προβολής της Κρήτης.

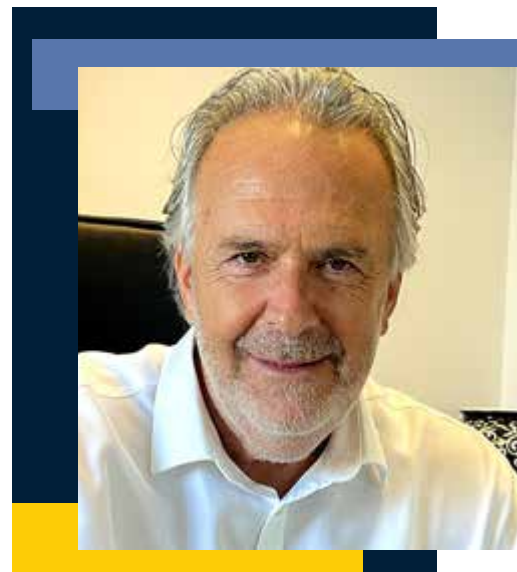
### Προτάσεις πολιτικής και δράσης

1. **Θεσμική αναγνώριση της φιλοξενίας** ως άυλης πολιτιστικής κληρονομιάς, με στόχο την προστασία και την προβολή της σε εθνικό και διεθνές επίπεδο.
2. **Δημιουργία εκπαιδευτικών προγραμμάτων** σε συνεργασία με πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα και πολιτιστικούς φορείς, που θα συνδυάζουν θεωρία και πράξη γύρω από τη φιλοξενία και τον βιωματικό τουρισμό.
3. **Ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας**, με χρηματοδοτικά εργαλεία και τεχνική υποστήριξη για δράσεις βιωματικού τουρισμού.
4. **Πρώθηση συνεργασιών** μεταξύ κοινοτήτων, συλλόγων, επιχειρήσεων και δημόσιων φορέων για τη δημιουργία δικτύων φιλοξενίας.
5. **Ανάπτυξη ψηφιακών εργαλείων** που θα συνδέουν επισκέπτες με αυθεντικές εμπειρίες, χωρίς να αλλοιώνουν την ανθρώπινη διάσταση της φιλοξενίας.
6. **Οργάνωση διεθνών δράσεων προβολής**, όπως φεστιβάλ, εκθέσεις και ανταλλαγές, με επίκεντρο την κρητική φιλοξενία.
7. **Καθιέρωση της Ημερίδας ως ετήσιου θεσμού**, με στόχο τη συνεχή ανταλλαγή ιδεών, την αξιολόγηση δράσεων και την ενίσχυση του διαλόγου.

### Επίλογος

Η φιλοξενία στην Κρήτη είναι κάτι περισσότερο από τουριστική πρακτική. Είναι τρόπος ζωής, πολιτισμική στάση, κοινωνική αξία. Η Ημερίδα στη Σητεία επιβεβαίωσε ότι η φιλοξενία μπορεί να αποτελέσει θεμέλιο για έναν τουρισμό με ανθρώπινο πρόσωπο, για μια ανάπτυξη που σέβεται τον τόπο και τους ανθρώπους του, για μια κοινωνία που χτίζει σχέσεις εμπιστοσύνης και συνεργασίας. Το μέλλον της φιλοξενίας στην Κρήτη δεν βρίσκεται μόνο στα ξενοδοχεία και τις υποδομές. Βρίσκεται στα σπίτια, στα χωριά, στις καρδιές των ανθρώπων. Εκεί όπου ο επισκέπτης γίνεται φίλος, και η εμπειρία μετατρέπεται σε μνήμη που μένει για πάντα.

**Σημειώνεται ότι οι εισηγητές παρουσίασαν συγκεκριμένα παραδείγματα, πρακτικές και προτάσεις τα οποία είναι διαθέσιμα μέσω των παρουσιάσεων της Ημερίδας.**



**Γιώργος Ζερβάκης**  
Δήμαρχος Σητείας

## Γιώργος Ζερβάκης

Αγαπητοί προσκεκλημένοι, κυρίες και κύριοι,

Καλώς ορίσατε στη Σητεία!

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στον κ. Κωστή Λιακάκη, εκ μέρους του Κρητών Επιχειρείν, και στον κ. Γιώργο Πελεκανάκη, εκ μέρους του Πανελληνίου Συνδέσμου Διευθυντών Ξενοδοχείων.

Η σημερινή εκδήλωση είναι αποτέλεσμα μιας προσπάθειας που ξεκίνησε πέρυσι στον Άγιο Νικόλαο, κατά τη διάρκεια του 4ου Φόρουμ. Εκεί, είπαμε ότι **«έχει δικαίωμα και η Σητεία»**. Είμαστε ένας τόπος απομακρυσμένος, αλλά θεωρούμε ότι μπορούμε να υποστηρίξουμε τέτοιες δράσεις, τις οποίες βέβαια και έχουμε ανάγκη. Οι διοργανωτές αποδέχτηκαν αμέσως την πρόταση και τους ευχαριστώ ιδιαίτερα για την εμπιστοσύνη.

Ευχαριστώ επίσης όλους εσάς, τους ομιλητές και τους παριστάμενους, που τιμάτε με την παρουσία σας τον τόπο μας.

Το θέμα της Ημερίδας, **«Φιλοξενία & Βιωματικός Τουρισμός»**, είναι ένα θέμα που, όπως λέμε στην καθομιλουμένη, **«κολλάει γάντι»** στη Σητεία. Η Σητεία είναι ένας τόπος ο οποίος διαθέτει όλα τα εχέγγυα και τη δυνατότητα, ώστε ο επισκέπτης μας να **βιώσει την καθημερινότητα** του Σητειακού. Να **Μυρίσει**, να **δει**, να **γευτεί** και να **δράσει** μέσα από τις ίδιες καθημερινές διαδικασίες που κάνουμε και εμείς οι Σητειακοί. Η **αυθεντικότητα** της περιοχής μας, η ισχυρή μας σύνδεση με τον πρωτογενή τομέα και την τοπική ζωή,

αποτελούν τον πυρήνα της τουριστικής μας ταυτότητας.

Θεωρώ, λοιπόν, ότι η σημερινή Ημερίδα και οι προσλαμβάνουσες που θα έχουμε από αυτήν είναι πολύτιμες. Οι δικές σας απόψεις και οι **καλές πρακτικές** που θα ακουστούν θα δώσουν μία επιπλέον δυνατότητα και έναν επιπλέον βηματισμό σε εμάς, σαν Δημοτική Αρχή.

Σκοπός μας είναι να μπορέσουμε να υλοποιήσουμε τα οράματά μας και τα σχέδια που έχουμε για τον τόπο. Θέλω να τονίσω ότι αυτά τα σχέδια γίνονται πάντοτε με **συνεργασία**. Πρώτα με τους δημότες και τους

φορείς, με τους ανθρώπους του τουρισμού και με τους επιχειρηματίες.

Όλα αυτά γίνονται ούτως ώστε να έχουμε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Για τη Δημοτική Αρχή, οι **συνέργειες και οι συνεργασίες είναι το ζητούμενο**, τις επιδιώκουμε πάντα και θεωρώ ότι είμαστε σε μία πολύ καλή σχέση με τους δημότες μας.

Σας ευχαριστώ ιδιαίτερα όλους.

Να είστε καλά και εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες της Ημερίδας.



### Video





## Γιώργος Πελεκανάκης

**Γιώργος Πελεκανάκης**  
 Πρόεδρος Πανελληνίας Ομοσπονδίας  
 Διευθυντών Ξενοδοχείων - ΠΟΔΙΞ  
 Αντιπρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου

Αξιότιμοι προσκεκλημένοι,  
 αγαπητοί συνάδελφοι και φίλοι του τουρισμού,

Με ιδιαίτερη χαρά σας καλωσορίζω στο συνέδριο «Φιλοξενία και Βιώσιμος Τουρισμός», εκ μέρους της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Διευθυντών Ξενοδοχείων (ΠΟΔΙΞ) στην φιλόξενη πόλη της Σητείας.

Είναι τιμή μου να βρίσκομαι σήμερα εδώ, με την ιδιότητα του συντονιστή αυτής της σημαντικής διοργάνωσης, που φέρνει κοντά επαγγελματίες, φορείς και επιστήμονες για να συζητήσουμε το μέλλον της ελληνικής βιώσιμης φιλοξενίας.

Η φιλοξενία, όπως τη γνωρίζουμε στην Ελλάδα, δεν είναι απλώς ένας κλάδος της οικονομίας, είναι στάση ζωής.

Όμως σήμερα, αυτή η φιλοξενία καλείται να εξελιχθεί, να γίνει πιο υπεύθυνη, πιο πράσινη, πιο βιώσιμη.

Ο τουρισμός μας βρίσκεται μπροστά σε νέες προκλήσεις:

- την ανάγκη για εξοικονόμηση φυσικών πόρων,
- την προσαρμογή στην κλιματική αλλαγή,
- και την προώθηση αυθεντικών, τοπικών εμπειριών που σέβονται τον τόπο και τους ανθρώπους του.

Ο ρόλος μας, ως επαγγελματίες και ως Ομοσπονδία, είναι να ηγηθούμε αυτής της μετάβασης, μέσα από εκπαίδευση, συνεργασία και καλές πρακτικές. Γιατί ο διευθυντής ενός ξενοδοχείου δεν είναι απλώς διαχειριστής. Είναι ηγέτης και παράδειγμα

για το προσωπικό του, για τους συνεργάτες και, τελικά, για ολόκληρο τον προορισμό. Στη διάρκεια του συνεδρίου θα έχουμε την ευκαιρία να ακούσουμε αξιόλογους ομιλητές, να ανταλλάξουμε εμπειρίες και να συζητήσουμε πρακτικές λύσεις, από τη διαχείριση ενέργειας και νερού, μέχρι την εκπαίδευση του ανθρώπινου δυναμικού και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Είμαι βέβαιος ότι οι ιδέες και τα συμπεράσματα που θα προκύψουν σήμερα θα συμβάλουν ουσιαστικά στη διαμόρφωση ενός πιο βιώσιμου και ανταγωνιστικού ελληνικού τουρισμού.

Σας ευχαριστώ θερμά για την παρουσία σας, και εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες του συνεδρίου.



**Video**





## Μαρία Νικητάκη

Αγαπητές φίλες και αγαπητοί φίλοι, εκλεκτοί προσκεκλημένοι, εκπρόσωποι φορέων και επιχειρήσεων, σας καλωσορίζω με μεγάλη χαρά και συγκίνηση στη Σητεία και στη φετινή, 5η Παγκρήτια Ημερίδα «Κρητών Φιλοξενείν».

Είναι ιδιαίτερη τιμή για τον Δήμο μας να φιλοξενεί μια διοργάνωση που αναδεικνύει τη βαθιά σχέση των Κρητικών με τη φιλοξενία - μια αξία που δεν είναι απλώς παράδοση, αλλά τρόπος ζωής, ριζωμένος στην ψυχή και την καθημερινότητά μας.

Η σημερινή θεματική, «Φιλοξενία & Βιωματικός Τουρισμός», έρχεται να αναδείξει τον σύγχρονο προσανατολισμό του τουρισμού: την αναζήτηση αυθεντικών εμπειριών, της επαφής με τον τόπο, τον άνθρωπο, τη γεύση, τη μνήμη. Και σε αυτό το πεδίο, η Κρήτη και ειδικά η Σητεία έχουν να προσφέρουν κάτι μοναδικό - το «φιλοξενείν με την καρδιά», όπως λέμε εδώ.

Θα ήθελα να συγχαρώ θερμά τους διοργανωτές -τον Δήμο Σητείας, την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων, τον Οργανισμό Ανάπτυξης Σητείας και το δίκτυο «Κρητών Επιχειρείν»- για τη συνεχή τους προσπάθεια να ενισχύουν τον διάλογο και τη συνεργασία γύρω από τον τουρισμό, την τοπική επιχειρηματικότητα και την πολιτιστική μας ταυτότητα.

Η σημερινή ημερίδα δεν είναι απλώς μια ανταλλαγή ιδεών. Είναι μια πρόσκληση να ξαναδούμε τη φιλοξενία ως βιωματική εμπειρία, που συνδέει τον επισκέπτη με την κοινότητα, που μεταφέρει αξίες, πολιτισμό και αυθεντικότητα.

Εύχομαι κάθε επιτυχία στις εργασίες της ημερίδας, καρποφόρες συζητήσεις και νέες συνεργασίες που θα κρατήσουν τη Σητεία και την Κρήτη στην πρωτοπορία ενός τουρισμού με ψυχή και ουσία.

Σας ευχαριστώ θερμά και σας εύχομαι μια δημιουργική και εμπνευσμένη ημέρα!

### Video



## Μιχάλης Βλατάκης

Από το βήμα της Ημερίδας, ο **Πρόεδρος των Τουριστικών και Ταξιδιωτικών Πρακτόρων Κρήτης, Μιχάλης Βλατάκης**, προέβη σε μία κεντρική ανακοίνωση που εστιάζει στην ποιοτική αναβάθμιση και την επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν της περιοχής.

Η σημαντική είδηση που προέκυψε από την Ημερίδα ήταν η δέσμευση για την **καθιέρωση του Διεθνούς Συνεδρίου Κλινικής Καρδιολογίας, CardioKreta, στην Σητεία σε ετήσια βάση**.

Ο κ. Μιχάλης Βλατάκης τόνισε ότι η Σητεία διαθέτει όλα τα χαρακτηριστικά για να γίνει πόλος έλξης για **ποιοτική τουριστική ανάπτυξη** και να αναδειχθεί ως προορισμός **συνεδριακού τουρισμού**.

«Η Σητεία είναι ένας τόπος που **δεν αξίζει να είναι απομονωμένος**. Η Σητεία είναι ένας τόπος που αξίζει να **αναπτυχθεί ποιοτικά τουριστικά**. Το πρώτο βήμα είναι η **καθιέρωση του Διεθνούς Συνεδρίου Κλινικής Καρδιολογίας, CardioKreta σε ετήσια βάση**».

Ο ενθουσιασμός του Προέδρου για τη νέα διοργάνωση ήταν έκδηλος, επιβεβαιώνοντας τη μόνιμη εγκατάσταση του Συνεδρίου στην πόλη. «Έχω εδώ ένα συνέδριο καρδιολογικό. Γι' αυτό είμαι εδώ. Γίνεται πρώτη φορά, είμαι ενθουσιασμένος. Ευχαριστούμε Δήμαρχε. Έχετε μια πολύ ωραία πόλη. **Καθιερώνετε λοιπόν αυτό το συνέδριο. Θα γίνεται κάθε χρόνο εδώ**. Διαλέγουμε ημερομηνίες του χρόνου. Όλοι οι γιατροί, σπουδαίοι καθηγητές καρδιολογίας είναι ενθουσιασμένοι. Έχουμε την υποστήριξη του Δήμου και είμαι και εγώ ενθουσιασμένος.»

Η ανακοίνωση του **CardioKreta** δεν είναι μόνο μια επιστημονική επιτυχία, αλλά και η πρακτική εφαρμογή της στρατηγικής του κ. Βλατάκη για την **επιμήκυνση της τουριστικής σεζόν** στο Λασιθί. Ο συνεδριακός τουρισμός αποτελεί κλειδί για την προσέλκυση επισκεπτών εκτός

### Video



της θερινής περιόδου.

Ο κ. Μιχάλης Βλατάκης διακήρυξε τη δέσμευσή του: «Από τώρα στο εξής αυτό που μπορώ να συσχετίσω είναι ότι σε κάθε συζήτηση που θα βάζουμε για την επιμήκυνση της σεζόν, εγώ θα βάζω: **πώς θα φέρω το στολίδι σας στη Σητεία.**»

Κλείνοντας τον χαιρετισμό του, τόνισε τη

σπουδαιότητα της περιοχής: «Με γνωρίζουν, είμαι πάρα πολύ επίμονος, γιατί **η Σητεία αξίζει**. Πράγματι αξίζει. Συγχαρητήρια.»

Η ανακοίνωση αυτή, εκμεταλλευόμενη τις δυνατότητες που προσφέρουν το Αεροδρόμιο και το Λιμάνι της Σητείας, σηματοδοτεί την έναρξη μίας νέας εποχής για την ευρύτερη περιοχή, θέτοντας τον συνεδριακό τουρισμό στον πυρήνα της ποιοτικής της ανάπτυξης.



## Φυσικά Καλλυντικά με Βιολογικά Συστατικά



Εντομοαπωθητικό



Λοσιόν σώματος  
με αλόη & καλέντουλα

[www.dimitra-balsam.com](http://www.dimitra-balsam.com)

[info@dimitra-balsam.com](mailto:info@dimitra-balsam.com)

TEL: +30 6979 476 129



**Γιώργος Σφακιανάκης**  
Πρόεδρος Παγκρητίου Συλλόγου  
Διευθυντών Ξενοδοχείων

## Γιώργος Σφακιανάκης

Αγαπητές φίλες και αγαπητοί φίλοι,

Είναι πραγματικά μεγάλη χαρά και τιμή να βρίσκομαι σήμερα μαζί σας, εδώ στη Σητεία - σ' έναν τόπο με αυθεντικότητα, ιστορία και ψυχή.

Σας ευχαριστώ θερμά για την πρόσκληση και συγχαίρω τους διοργανωτές για αυτή την όμορφη πρωτοβουλία.

Το θέμα της σημερινής ημερίδας, **«Φιλοξενία και Βιωματικός Τουρισμός»**, είναι πιο επίκαιρο από ποτέ.

Γιατί σήμερα ο επισκέπτης δεν ψάχνει απλώς ένα ξενοδοχείο για να μείνει. Αναζητά ένα μέρος που θα τον **αγγίξει**, μια εμπειρία που θα του **μείνει αξέχαστη**. Θέλει να ζήσει τον τόπο, να δοκιμάσει τις γεύσεις του, να γνωρίσει τους ανθρώπους του, να ακούσει τις ιστορίες του. Και σε αυτό, η Κρήτη -και ειδικά η Σητεία- έχει ένα μοναδικό πλεονέκτημα: τη **γνήσια, ανθρώπινη φιλοξενία της**.

Τη φιλοξενία που δεν διδάσκεται σε βιβλία, αλλά πηγάζει από την **καρδιά**.

Ως διευθυντές και επαγγελματίες της φιλοξενίας, έχουμε μια μεγάλη ευθύνη - αλλά και μια ευκαιρία.

Να μετατρέψουμε αυτή τη φιλοξενία σε **εμπειρία ζωής**. Να συνδέσουμε τα ξενοδοχεία μας με την τοπική παραγωγή, τον πολιτισμό, τη φύση και τους ανθρώπους του τόπου.

Να δώσουμε στον επισκέπτη την αίσθηση ότι έζησε -έστω και για λίγο- **την αληθινή Κρήτη**. Και ξέρετε... αυτό δεν γίνεται από μόνο του. Χρειάζεται **συνεργασία**. Χρειάζεται **συνέργεια όλων μας** - ξενοδόχων, επιχειρηματιών, τοπικών φορέων και παραγωγών, εκπαιδευτικών ιδρυμάτων.

Μόνο έτσι μπορούμε να δημιουργήσουμε ένα τουριστικό προϊόν **βιώσιμο, ποιοτικό και αυθεντικό**.

Θέλω, λοιπόν, να δώσω συγχαρητήρια σε όλους όσοι εργάστηκαν για αυτή την ημερίδα. Τέτοιες πρωτοβουλίες ανοίγουν δρόμους, εμπνέουν, και μας θυμίζουν γιατί αγαπήσαμε αυτόν τον όμορφο κλάδο.

Σας ευχαριστώ θερμά και εύχομαι κάθε επιτυχία στις εργασίες της ημερίδας.



### Video





**Μιχάλης Βάμβουκας**  
Αντιπεριφερειάρχης Επιχειρηματικότητας  
Περιφέρειας Κρήτης

## Μιχάλης Βάμβουκας

Θα ήθελα να απευθύνω ένα σύντομο χαιρετισμό ως Αντιπεριφερειάρχης Επιχειρηματικότητας στη Περιφέρεια Κρήτης, δυστυχώς δεν μπορώ να βρίσκομαι κοντά μας λόγω υποχρεώσεων στο Ρέθυμνο να σας συγχαρώ για τη πραγματοποίηση της ημερίδας στη Σητεία και να ευχηθώ καλή επιτυχία στις εργασίες της.

Για εμάς η Σητεία είναι ο τόπος που πρέπει να εφαρμοστούν οι στρατηγικές της ήπιας τουριστικής ανάπτυξης και του εναλλακτικού τουρισμού και να εφαρμοστούν προγράμματα και πολιτικές επικεντρωμένες στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της επαρχίας Σητείας.

Για το λόγο αυτό πέρα από τις δημόσιες επενδύσεις που πραγματοποιούνται χρειαζόμαστε και ιδιωτικά κεφάλαια και επενδύσεις που θα υλοποιήσουν τη στρατηγικές αυτές.

Ως αντίπεριφερειάρχης επιχειρηματικότητας στη Περιφέρεια Κρήτης είμαι αισιόδοξος για τη ανάπτυξη της περιοχής και της τοπικής επιχειρηματικότητας για τα επόμενα χρόνια που στηρίζονται στους παρακάτω πυλώνες ανάπτυξης:

A) Μεγάλα αναπτυξιακά έργα όπως ο ΒΟΑΚ που θα φτάσει μέχρι τη Σητεία καθώς και το νέο Αεροδρόμιο Καστελίου.

B) Η δρομολογούμενη παραχώρηση του αεροδρομίου Σητείας ίσως δώσει τη δυνατότητα για περισσότερους προορισμούς από Ελλάδα και Ευρώπη, θα πρέπει όμως να αντιστοιχεί στη φέρουσα ικανότητα για καταλύματα και υπηρεσίες της Περιοχής καθώς και στη προστασία του Περιβάλλοντος

Γ) Η σχεδιαζόμενη ανάπτυξη της κρουαζιέρας στο Λιμάνι της Σητείας θα ανοίξει νέους ορίζοντες τόσο το πολιτιστικό απόθεμα της Περιοχής όσο και στο λιανικό εμπόριο και τη εστίαση.

Δ) Η ανάπτυξη του Γεωπάρκου Σητείας καθώς και οι ολοκληρωμένες χωρικές επενδύσεις στη Περιοχή μπορούν να αποτελέσουν πόλο έλξης για το εναλλακτικό τουρισμό.

Ε) Η σύνδεση με το Τμήμα Διατροφής και Δικαιολογίας μπορούν να ανοίξουν νέους ορίζοντες τόσο στο γαστρονομικό τουρισμό όσο και σε υπηρεσίες υγείας και διατροφής στη περιοχή.

Σε μια εποχή που ο τουρίστας αναζητά νέους προορισμούς για να απολαύσει τη αυθεντικότητα του τόπου και τη αναζήτηση της αρμονίας και της γαλήνης, η Σητεία αποτελεί το ιδανικό προορισμό για όλους μας.

Θα ήθελα να σας ευχαριστήσω και να ευχηθώ καλή επιτυχία στις εργασίες της ημερίδας, τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της οποίας περιμένω με χαρά!



Φωτογραφία: IGD



ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΝΑΥΤΙΛΙΑΣ  
&  
ΝΗΣΙΩΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΚΑΙ ΜΕΤΑΦΟΡΩΝ



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ  
Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης  
και Τροφίμων



ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΚΡΗΤΗΣ



ΠΑΝΕΛΛΗΝΙΑ  
ΟΜΟΣΠΟΝΔΙΑ  
ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ



ΣΥΝΔΕΣΜΟΣ  
ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ  
ΚΡΗΤΗΣ

# // MOTORCLUB



Chnaris Hotel Management,  
Development & Consulting



Spa & Resorts Crete



ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΣΥΛΛΟΓΟΣ  
ΔΙΕΥΘΥΝΤΩΝ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ



Περιφερειακό  
Επιχειρησιακό Συμβούλιο Κρήτης



Wines of Crete  
*A spirit of place*



Ελληνικό Σύνδεσμο  
Διευθυντών Ξενοδοχείων  
Κρήτης



ΕΝΩΣΗ  
ΔΗΜΟΣΙΟΓΡΑΦΩΝ  
ΙΔΙΟΚΤΗΤΩΝ  
ΠΕΡΙΟΔΙΚΟΥ  
ΤΥΠΟΥ



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ  
ΕΝΩΣΗ ΔΗΜΩΝ  
ΚΡΗΤΗΣ



ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ  
ΑΦΙΣ ΜΠΟΤΖΑΚΗ



BIO  
Cretan  
AMBROSIA



eyewide  
digital marketing



ΔΙΜΙΤΡΑ  
Η δύναμη της φύσης  
σε μια σταγόνα



Regions  
4Climate



Γιώργος Ζερβάκης  
Δήμαρχος Σητείας

Γιώργος Ζερβάκης

## Η Σητεία ως Πρότυπο Βιωματικού Τουρισμού & Αυθεντικής Φιλοξενίας

Αξιότιμοι ομιλητές, αγαπητοί φίλοι του τουρισμού και του επιχειρείν,

Καλώς ορίσατε στη Σητεία. Η σημερινή μας συνάντηση έχει ως θέμα την ανάδειξη της **Σητείας ως πρότυπο βιωματικού τουρισμού και αθλητικής φιλοξενίας**. Ωστόσο, θα μου επιτρέψετε να μην χρησιμοποιήσω τα έτοιμα χαρτιά. Πιστεύω ότι είναι καλύτερο να μιλήσουμε **«από καρδιάς και από αλήθειες»**, για τις προκλήσεις που αντιμετωπίζουμε όλοι μας.

Πρώτα απ' όλα, οφείλω να αναφερθώ σε κάτι που τέθηκε και νωρίτερα: την **αδιαφορία ή την αναλογισία του κράτους και της κυβέρνησης**, σε ό,τι αφορά τη σχέση που πρέπει να έχει με τους ανθρώπους που προσπαθούν ενυχθημερόν να κρατήσουν ζωντανό έναν τόπο, ειδικά όσους δεν βρίσκονται στον **«αυτόματο πιλότο»**.

Θα μοιραστώ μαζί σας ένα άρθρο που διάβασα πρόσφατα στην **Καθημερινή** για τον αγροτουρισμό, το οποίο είναι χαρακτηριστικό παράδειγμα μιας ευρύτερης παθογένειας. Ο αρθρογράφος αναφέρει σωστά: Ο αγροτουρισμός είναι η επιτομή της φιλοξενίας και του βιώσιμου

τουρισμού. Ξεκίνησε ως μια ωραία ιδέα στην Ελλάδα, τη δεκαετία του '80, όπου παντρεύτηκε η εμπειρία με τη γη: να δείξεις πώς γίνεται το λάδι, να πουλήσεις μέλι και **εμπειρία μαζί**.

Όμως, μετά ήρθαν τα χρόνια των παχιών αγελάδων και των επιδοτήσεων. Ο αγροτουρισμός έγινε μια λέξη-κλειδί για να περάσει μία επιδότηση. Και ενώ ακολούθησε η οικονομική κρίση, το ελληνικό κράτος αποφάσισε, με τη δική του «σοφία», να αλλάξει τα πάντα το 2018.

Το κράτος αποφάσισε ότι ο αγροτουρισμός πρέπει να είναι **μόνο για αγρότες**. Όχι για όποιον θέλει να επενδύσει, όχι για όποιον μπορεί να συνεργαστεί με ένα αγρόκτημα, όχι για όποιον έχει μια καλή ιδέα. Η απόφαση ήταν: **να είσαι αγρότης ή τίποτα**. Δηλαδή, να είναι κανείς ενταγμένος στο Μητρώο Αγροτών (ΜΑΕ) και να έχει τουλάχιστον το **51%** του εισοδήματός του από το αγροτικό επάγγελμα.

Αυτή η προσέγγιση είναι ξένη στην υπόλοιπη Ευρώπη: **Ιταλία:** Η φιλοξενία είναι **παρεπόμενη** της γεωργίας, όχι απαγορευμένη. Ο αγρότης συνεργάζεται με επιχειρηματίες φιλοξενίας και βγάζουν κέρδη και οι δύο. **Γαλλία:** Το κράτος δεν ρωτάει τι δουλειά κάνεις, αλλά **πόσα δωμάτια έχεις**. **Αυστρία:** Το κριτήριο είναι **αν συνδέσαι με αγρόκτημα**, όχι αν δηλώνεις αγρότης στην εφορία.

Εμείς, όμως, βάζουμε έναν φραγμό στην είσοδο οποιουδήποτε άλλου πολίτη.

**Το Αποτέλεσμα:** Πολλοί που θα μπορούσαν να επενδύσουν στην ύπαιθρο, να αναστυλώσουν παλιά σπίτια, να συνεργαστούν με παραγωγούς, απλώς δεν το κάνουν. Και οι αγρότες είτε πνίγονται στη γραφειοκρατία, είτε δεν έχουν κεφάλαιο να στήσουν τη μονάδα μόνοι τους. Έτσι, ο αγροτουρισμός παραμένει μια ωραία θεωρία **σαν ΦΕΚ, αλλά όχι σαν πράξη**.

Ο αγροτουρισμός **δεν είναι επάγγελμα, είναι οικοσύστημα**. Χρειάζεται αγρότες, αλλά και ανθρώπους του τουρισμού, της εστίασης, της επικοινωνίας και των επενδύσεων. Χρειάζεται **συνεργασίες, όχι απαιτήσεις – περιορισμούς**. Το να περιορίσεις τον αγροτουρισμό μόνο στους αγρότες είναι σαν να θες να κάνεις ορχήστρα μόνο με έναν ντράμερ.

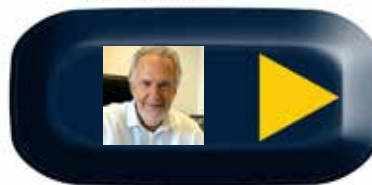
Αυτή είναι μία από τις παθογένειες του ελληνικού κράτους και αποτελεί μία άλλη αγκίδα στην καθημερινότητα των ανθρώπων του τουρισμού. Ως επιχειρηματίας, μπορώ να διακρίνω τις αγωνίες σας. Το σπουδαιότερο και δυσκολότερο αγκάθι που αντιμετωπίζετε όλοι είναι η **αντιμετώπισή σας με τις δημόσιες υπηρεσίες**.

Παρόλα αυτά, εμείς οι άνθρωποι του επιχειρείν είμαστε **επίπονοι, επίμονοι**. Αυτό μας δίνει τη δυνατότητα να ξεπερνούμε πολλά εμπόδια, να καταφέρνουμε πράγματα με τις δικές μας δυνάμεις και με τις **συνεργασίες ομοειδών εταιρειών και επαγγελματιών**. Αυτός είναι ο δρόμος.

Σας καλωσορίζω λοιπόν στον χώρο αυτόν, ο οποίος είναι καινούργιος για εμάς, παραχωρήθηκε από το πρώην Υπουργείο Γεωργίας. Τον ανακαινίσαμε, φτιάξαμε αυτό το μικρό θεατράκι για να μπορούμε να κάνουμε εκδηλώσεις. Στον περιβάλλοντα χώρο έχουν φυτευτεί περισσότερες από **30 ποικιλίες ελιάς**, συμβολίζοντας ακριβώς τον συνδυασμό της παραγωγής με την εξωστρέφεια. Εδώ φιλοξενούμε ήδη εκδηλώσεις υψηλής ποιότητας, όπως παρουσιάσεις κρασιών.

Σας ευχαριστώ όλους για άλλη μια φορά. Η Σητεία έχει ανάγκη την **παρουσία, τη γνώση και τη βοήθειά σας**. Εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες της Ημερίδας.

Video





**Κατερίνα Σπυριδάκη**  
Βουλευτής Λασιθίου  
ΠΑΣΟΚ-Κίνημα Αλλαγής  
Τομεάρχης Τουρισμού

## Κατερίνα Σπυριδάκη

# Ο τουρισμός του μέλλοντος δεν είναι οι αφίξεις, είναι οι επιρροές

Με λόγο ουσιαστικό και τεκμηριωμένο, η Βουλευτής Λασιθίου του ΠΑΣΟΚ και Τομεάρχης Τουρισμού, Κατερίνα Σπυριδάκη, έθεσε στο επίκεντρο το νέο μοντέλο ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού και τη μετάβαση από τον βιώσιμο στον αναγεννητικό τουρισμό.

Η κα Κατερίνα Σπυριδάκη ανέδειξε την ανάγκη να αλλάξει το αφήγημα για τον ελληνικό τουρισμό, δίνοντας έμφαση στην εμπειρία, στον άνθρωπο και στην ουσιαστική σύνδεση με τον τόπο. Όπως σημείωσε στην αρχή της ομιλίας της: **«Η φιλοξενία δεν είναι μια λέξη τουριστική. Είναι μια λέξη βαθιά ελληνική. Είναι η ψυχή μας. Η σχέση μας με τον επισκέπτη, με τον τόπο, με την κουλτούρα και τον τρόπο ζωής. Είναι κόμβος πολιτισμών, ιστορίας και αφηγημάτων.»**

Αναφερόμενη στη διεθνή συζήτηση για τη βιωσιμότητα, η Βουλευτής τόνισε πως ήρθε η ώρα να περάσουμε από τη διαχείριση στην αναγέννηση: **«Για χρόνια μιλούσαμε για βιώσιμο και αειφόρο τουρισμό. Περιορίζαμε το αποτύπωμά μας, ανακυκλώναμε, εξοικονομούσαμε ενέργεια. Όμως πλέον, το ζητούμενο δεν είναι απλώς να μην κάνουμε κακό — είναι να κάνουμε καλό. Αυτό είναι ο αναγεννητικός τουρισμός: ένας τουρισμός που δεν προστατεύει μόνο τον τόπο, αλλά τον θεραπεύει και τον αναβαθμίζει, που δεν τον διατηρεί απλώς, αλλά του ξαναδίνει ζωή.»**

Η κα Κατερίνα Σπυριδάκη έκανε εκτενή αναφορά στα στοιχεία των πρόσφατων μελετών του ΙΝΣΕΤΕ και του ΙΤΕΠ για τη βιωσιμότητα του ελληνικού τουρισμού,

σημειώνοντας πως: **«Ο ελληνικός τουρισμός βρίσκεται στην 21η θέση παγκοσμίως στον δείκτη βιωσιμότητας. Περισσότερες από τις μισές επιχειρήσεις δεν έχουν θέσει στόχους μείωσης εκπομπών ως το 2030. Αυτό, όμως, δεν πρέπει να μεταφράζεται σε έλλειψη ευαισθησίας - σημαίνει έλλειψη πλαισίου, τεχνογνωσίας και στήριξης.»**

Η ίδια επεσήμανε ότι η μετάβαση είναι ήδη σε εξέλιξη, καθώς: **«68% των μικρομεσαίων επιχειρήσεων έχουν μειώσει το ενεργειακό τους αποτύπωμα, 80% υλοποιούν δράσεις εξοικονόμησης και 77% επενδύουν στην τοπική κοινωνία. Ο αναγεννητικός τουρισμός δεν είναι πολυτέλεια - είναι το επόμενο αναπτυξιακό βήμα. Δεν είναι επικοινωνία - είναι ευθύνη.»**

Αναφερόμενη στη νέα τάση του τουρισμού εμπειρίας, η Κατερίνα Σπυριδάκη υπογράμμισε ότι οι ταξιδιώτες του σήμερα αναζητούν κάτι βαθύτερο από την επίσκεψη: **«Ο ταξιδιώτης δεν αναζητά πλέον τόπους, αναζητά εμπειρίες. Δεν θέλει απλώς να δει - θέλει να νιώσει, να βιώσει. Δεν αρκείται στο να βγάλει φωτογραφίες - θέλει να γίνει μέρος της ιστορίας.»**

Η Κρήτη, σύμφωνα με τη Βουλευτή Λασιθίου, έχει όλα τα χαρακτηριστικά για να αποτελέσει πρωταγωνιστή σε αυτό το νέο μοντέλο: **«Η Κρήτη, το Λασιθί, η Σητεία, η ανατολική Μεσόγειος, έχουν όλα τα συστατικά για να είναι πρωταγωνιστές σ' αυτό το νέο μοντέλο. Ποικιλία τοπίου, αυθεντική κουζίνα, ζωντανές κοινότητες, πολιτιστική συνέχεια και πάνω από όλα αυθεντικότητα.»**

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε στους ανθρώπους του τουρισμού και στην ανάγκη επένδυσης στην εκπαίδευση και στην επαγγελματική ενδυνάμωση: **«Χρειάζεται επένδυση στους ανθρώπους - ιδιαίτερα σε μία εποχή που αντιμετωπίζουμε τεράστιες ελλείψεις σε προσωπικό. Σε εκείνους που δίνουν ψυχή σε κάθε εμπειρία που προσφέρουν - από τον ξεναγό και τον παραγωγό μέχρι τον σερβιτόρο.»**

Όπως ανέφερε, **«το 40% των ξενοδοχείων έχει εκπαιδεύσει το προσωπικό του σε θέματα βιωσιμότητας, ανακύκλωσης και εξοικονόμησης νερού. Και όταν ο άνθρωπος που σε υποδέχεται γνωρίζει γιατί εξοικονομεί ενέργεια, τότε η εμπειρία αποκτά νόημα· μεταδίδει αξία.»**

Σε ένα πιο τοπικό επίπεδο, η κα Κατερίνα Σπυριδάκη παρουσίασε τη Σητεία ως παράδειγμα προορισμού που συνδυάζει αυθεντικότητα, πολιτισμό και βιώσιμη ανάπτυξη: **«Φανταστείτε έναν επισκέπτη στη Σητεία που τρώει πρωινό με μέλι από τις πλαγιές της Ζάκρου και λάδι από τον Ξερόκαμπο, που περπατά στα μονοπάτια του Γεωπάρκου, που μαθαίνει για**

**τον Μύσωνα, που συναντά έναν παραγωγό κρασιού στη Ζήρο και έναν τυροκόμο στο Χαμέζι. Αυτός δεν είναι απλώς πελάτης - είναι πρεσβευτής του τόπου.»**

Αναφέρθηκε στο Γεωπάρκο UNESCO της Σητείας, **«μοναδικό στην Ανατολική Μεσόγειο, σε ένα τοπίο που συνδυάζει φαράγγια, παραλίες, ελαιώνες και αρχαιολογικούς θησαυρούς, με γαστρονομία αναγνωρισμένη ως πρότυπο μεσογειακής διατροφής.»**

Παράλληλα, επεσήμανε ότι **«η έλλειψη κομβικών υποδομών υπονομεύει την ανάπτυξη της τουριστικής δραστηριότητας»** και κάλεσε την Πολιτεία **«να δράσει άμεσα με πράξεις και όχι εξαγγελίες.»**

Η Βουλευτής Λασιθίου στάθηκε ιδιαίτερα στην ανάγκη να μετράται ο τουρισμός με βάση τον αντίκτυπο και όχι τους αριθμούς: **«Το μέλλον του τουρισμού δεν είναι οι αφίξεις, είναι οι επιρροές. Δεν είναι το “πόσο ήρθαν”, αλλά το “τι άφησαν πίσω τους”.»**

Όπως σημείωσε: **«Ο τουρισμός αλλάζει – και αλλάζει ραγδαία. Όποιος επιμένει στο χθες, θα μείνει πίσω. Αυτό που χρειαζόμαστε σήμερα δεν είναι περισσότερη θεωρία, είναι στρατηγική, συνεργασίες, σχέδιο για τους ανθρώπους του τόπου. Ο αναγεννητικός τουρισμός δεν είναι σύνθημα. Είναι το στοίχημα της επόμενης δεκαετίας.»**

Η κα Κατερίνα Σπυριδάκη κάλεσε σε μια νέα προσέγγιση: **«Να χτίσουμε προορισμούς ανθεκτικούς, να διαφυλάξουμε τους πόρους μας, να κρατήσουμε τους νέους μας στον τόπο τους και να αποδείξουμε ότι η ανάπτυξη μπορεί να είναι δίκαιη και ουσιαστική. Να πάψει ο τουρισμός να μετριέται σε νούμερα και να αρχίσει να μετριέται σε αντίκτυπο. Σε ό,τι μένει όταν ο επισκέπτης φύγει.»**

Κλείνοντας την ομιλία της, η Βουλευτής Λασιθίου του ΠΑΣΟΚ ευχαρίστησε θερμά τους διοργανωτές της ημερίδας για την ουσιαστική τους συμβολή στην προώθηση του διαλόγου για το μέλλον της φιλοξενίας: **«Θέλω, κλείνοντας, να ευχαριστήσω θερμά τον Δήμο Σητείας, τον Οργανισμό Ανάπτυξης Σητείας, την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων και όλους τους Κρητικούς επιχειρηματίες που στηρίζουν διαχρονικά το «Κρητών Φιλοξενείν».**

**Η πρωτοβουλία αυτή δεν είναι απλώς ένα συνέδριο. Είναι χώρος ζύμωσης και συνάντησης ανθρώπων που αγαπούν τον τόπο και πιστεύουν ότι η φιλοξενία της Κρήτης μπορεί να γίνει διεθνές πρότυπο αυθεντικότητας και ποιότητας. Σας αξίζουν συγχαρητήρια γιατί κρατάτε ζωντανό το πιο ισχυρό μας brand - τον ίδιο τον τρόπο που υποδεχόμαστε τον κόσμο.»**

## Video





**Κυριάκος Κώτσογλου**  
Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού  
Περιφέρειας Κρήτης  
Μηχανικός Παραγωγής και Διοίκησης MSc, PhD

Κυριάκος Κώτσογλου

# Κρήτη, Τουρισμός 2025: Ρεκόρ & ουσιαστικά βήματα ή απλά φέραμε λίγους παραπάνω;

Αγαπητοί προσκεκλημένοι, κυρίες και κύριοι,

Καλώς ήρθατε στο **5ο Κρητών Φιλοξενείν** στη Σητεία.  
Το θέμα που μας απασχολεί σήμερα είναι εξαιρετικά κρίσιμο: **Κρήτη, Τουρισμός, 2025: Ρεκόρ και ουσιαστικά βήματα ή απλά φέραμε «λίγους παραπάνω...»;**

**Στρατηγικός Σχεδιασμός**  
Η Κρήτη έχει θέσει σε εφαρμογή έναν **Στρατηγικό Σχεδιασμό** για την περίοδο **2024–2028**. Ο στρατηγικός αυτός σχεδιασμός περιλαμβάνει τρεις βασικές φάσεις, οι οποίες αναδεικνύουν τη διαφορά μεταξύ απλής διαχείρισης και πραγματικής στρατηγικής:

- **Ανάπτυξη Στρατηγικής**
- **Καθορισμός Στόχων και Δεικτών**
- **Σχεδιασμός Δράσεων**

Ως στρατηγικό εργαλείο, χρησιμοποιείται η **SWOT Analysis**, εξετάζοντας τις Δυνάμεις, τις Αδυναμίες,

τις Ευκαιρίες και τις Απειλές.

## Βασικοί Πυλώνες και Όραμα

Το όραμά μας για την Κρήτη στον τομέα του Τουρισμού στηρίζεται σε μια σειρά από βασικές αρχές, θέλοντας να χτίσουμε μία:

- **Ποικιλόμορφη Κρήτη**
- **Ανθεκτική Κρήτη**
- **Αειφόρο – Πράσινη Κρήτη**
- **Έξυπνη Κρήτη**
- **Συνεργατική Κρήτη**
- **Ολιστική Κρήτη**
- **Διάσημη Κρήτη**

## Το Όραμά μας:

Ο Κρητικός Τουρισμός πρέπει να διαχέεται αρμονικά στον «Χώρο» (Βορρά, Νότο, Ενδοχώρα), τον «Χρόνο» (ως ένας προορισμός τεσσάρων εποχών) και τον «Τρόπο» (εξαντλώντας όλη τη θεματική αρχιτεκτονική του). Στόχος είναι η παροχή εμπειρίας πέρα από την προσδοκία στον επισκέπτη, επιτυγχάνοντας την αειφορία και τη βιωσιμότητά του, προφυλάσσοντας έτσι την αυθεντικότητά του, η οποία συνδέεται άμεσα με την ανθεκτικότητα του προορισμού.

## Η Αποστολή μας:

Να προβάλουμε την Κρήτη Παντού, αναδεικνύοντας κάθε συγκριτικό της πλεονέκτημα και εκμεταλλευόμενοι κάθε δυνατό σημείο της. Ενισχύουμε κάθε αναπτυξιακή προοπτική, συνεργαζόμενοι με όλους τους φορείς, τα ερευνητικά και ακαδημαϊκά ιδρύματα. Ταυτόχρονα, έχουμε την ευθύνη να προλάβουμε κάθε απειλή για τον Τουρισμό μας, αναλογιζόμενοι τι κληρονομήσαμε και τι θα παραδώσουμε στα παιδιά μας.

## Οι Βασικές Αξίες μας:

- **Συνεργασία - Εξωστρέφεια**
- **Διαφάνεια - Λογοδοσία**
- **Αποτελεσματικότητα**

## Αεροπορικές Αφίξεις και Κρουαζιέρα (έως Σεπτέμβριο 2025)

Ας δούμε τα πιο πρόσφατα στοιχεία.

### Αφίξεις Ηρακλείου

- Οι **Αφίξεις Αλλοδαπών με Charters στο Αεροδρόμιο Ηρακλείου** την περίοδο **1999–2024** δείχνουν μια ανοδική πορεία, με σημαντική πτώση το 2020 και δυναμική ανάκαμψη έκτοτε (βλέπε ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 18).
- Οι **Πτήσεις Εσωτερικού** επίσης είναι σημαντικές (βλέπε ΔΙΑΦΑΝΕΙΑ 20).
- **Φέτος στο Ηράκλειο**, για την περίοδο **Μαρτίου-Σεπτεμβρίου 2024/2025**, οι

**Αφίξεις Εσωτερικού** σημειώνουν αύξηση **9,19%** και οι **Αφίξεις Εξωτερικού** αύξηση **5,44%**.

- Προβλέπεται ότι φέτος θα είναι η **1η φορά πάνω από τα 4.000.000 διεθνείς αφίξεις** στο Ηράκλειο.

## Συνολική Εικόνα Περιφέρειας Κρήτης (Ιανουάριος – Σεπτέμβριος 2025)

Συνολικά, οι αεροπορικές αφίξεις στην Περιφέρεια Κρήτης καταγράφουν **συνολική αύξηση 5%** σε σχέση με το 2024.

Οι χώρες με τη μεγαλύτερη ποσοστιαία αύξηση αφίξεων είναι:

- **Ισραήλ:** 34,10%
- **Ιταλία:** 15,70%
- **Ηνωμένο Βασίλειο:** 9,40%

Στον αντίποδα, αρνητικά πρόσημα παρουσιάζουν οι αφίξεις από:

- **Ελβετία:** -9,00%
- **Σκανδιναβία:** -0,90%
- **Ολλανδία:** -2,50%

## Κρουαζιέρα

Η κίνηση κρουαζιερόπλοιων στα λιμάνια της Κρήτης (2025 έναντι 2024) εμφανίζει:

- **Σύνολο Αφίξεων Κρουαζιερόπλοιων Περιφέρειας:** 15% αύξηση
- **Σύνολο Αριθμού Αφίξεων Επιβατών Περιφέρειας:** 31% αύξηση (921.344 αφίξεις έως 30/09)

## Εξωστρέφεια και Προβολή

Ως μέρος της στρατηγικής μας, η προβολή της Κρήτης είναι συνεχής και εντατική. Το **Ετήσιο Πρόγραμμα Συμμετοχής της Περιφέρειας Κρήτης σε Διεθνείς Εκθέσεις και Workshops 2025** περιλαμβάνει παρουσίες σε χώρες όπως:

- Αυστρία (FERIENMESSE WIEN)
- Φινλανδία (MATKA)
- Γερμανία (CMT, ITB)
- Ηνωμένο Βασίλειο (WTM)
- Ιταλία (BIT MILANO, ITG TRAVEL EXPERIENCE)
- Γαλλία (SALON MONDIAL, IFTM – TOP RESA)

Κλείνοντας, αναλογιζόμαστε το όραμά μας για μια **αειφόρο, βιώσιμη και ανθεκτική Κρήτη**, που θα προφυλάσσει την **αυθεντικότητά** της.

Σας ευχαριστώ πολύ.

Παρουσίαση

Video





**Γιώργος Αγγελάκης**  
Ερευνητής Τμήμα Οικονομίας  
& Διοίκησης ΜΑΙΧ  
Υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης  
& Τεχνολογίας ΕΛΜΕΠΑ

*Γιώργος Αγγελάκης*

## ΕΡΕΥΝΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Περίοδος 2025

### Διερεύνηση του προφίλ του αλλοδαπού τουρίστα που επισκέπτεται την Κρήτη

Η έρευνα και ανάλυση υλοποιήθηκε από το Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης και συντονίστηκε από το τμήμα Οικονομίας & Διοίκησης του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων (ΜΑΙΧ), σε συνεργασία με το Εργαστήριο Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης του Πολυτεχνείου Κρήτης, το τμήμα Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ) και μέλη του Τμήματος Οικονομικών επιστημών του Πανεπιστημίου Κρήτης.

Το Παρατηρητήριο Τουρισμού Δυτικής Κρήτης, λειτουργεί πάνω από μια δεκαετία με πρωτοβουλία της Περιφέρειας Κρήτης και της Ένωσης Ξενοδόχων Χανίων ενώ συμμετέχει επίσης το Οικονομικό Επιμελητήριο Δυτικής Κρήτης και το Επιμελητήριο Χανίων.

**Παρουσίαση**

**Video**



Για την ανάλυση της έρευνας, που διενεργήθηκε στο αεροδρόμιο Χανίων (Ι. Δασκαλογιάννης) έχουν συμπεριληφθεί 3.000 έγκυρα ερωτηματολόγια την περίοδο Αυγούστου - Οκτωβρίου 2025, μεταφρασμένα σε διάφορες γλώσσες, από ερευνητές του ΜΑΙΧ. Η έρευνα αυτή συγχρηματοδοτείται από την Περιφέρεια Κρήτης. Για την ομαλή διεξαγωγή της έρευνας υπάρχει συνεχής υποστήριξη από τη Fraport-Greece και το Προσωπικό του Αερολιμένα Χανίων.

Αναφορά γίνεται στις πιο πρόσφατες αφίξεις αλλοδαπών τουριστών που έχουν δημοσιευθεί από την Fraport-Greece για το αεροδρόμιο Χανίων και από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας Ηρακλείου, με σκοπό να αξιολογήσει την έως τώρα φετινή τουριστική κίνηση στην Κρήτη και να τη συγκρίνει με την αντίστοιχη τελευταία περίοδο του 2024.

#### Ομάδα συγγραφής και ανάλυσης:

- Δρ. Γεώργιος Μπαουράκης, Διευθυντής Μ.Α.Ι.Χ.
- Γεώργιος Αγγελάκης, Ερευνητής Τμ. Οικονομίας και Διοίκησης Μ.Α.Ι.Χ., υπ. διδάκτωρ Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ
- Περικλής Δράκος, ΕΔΙΠ, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Καθ. Κωνσταντίνος Ζοπουνίδης, Ακαδημαϊκός, Διευθυντής Εργ. Συστημάτων Χρηματοοικονομικής Διοίκησης & Ανάλυσης Δεδομένων και Πρόβλεψης του Πολυτεχνείου Κρήτης, Audencia Business School, France

#### Ομάδα επιστημονικής υποστήριξης:

- Δρ. Κυριάκος Κώτσογλου, Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού και Ηλ. Διακυβέρνησης, Περιφέρεια Κρήτης
- Αν. Καθηγητής Χρήστος Λεμονάκης, Διευθυντής Εργαστηρίου Διοικητικής Οικονομικής και Συστημάτων Αποφάσεων, Τμ. Διοικητικής Επιστήμης & Τεχνολογίας, ΕΛΜΕΠΑ
- Αν. Καθηγητής Γεώργιος Ατσαλάκης, Σχολή Μηχανικών Παραγωγής & Διοίκησης, Πολυτεχνείο Κρήτης
- Καθηγητής Γαγάνης Χρυσοβαλάντης, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Αν. Καθηγητής Ανδρέας Παναγόπουλος, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης

- Επ. Καθηγητής Σπυριδάκης Αθανάσιος, Τμ. Οικονομικών Επιστημών, Πανεπιστήμιο Κρήτης
- Δρ. Σημαντηράκη Βανέσσα, Εκτελεστική Διευθύντρια ΕΛΜΕΠΑ.

#### ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΧΑΝΙΩΝ

Σχετικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Χανίων και με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Fraport-Greece για την περίοδο Ιανουάριος - Σεπτέμβριος 2025, καταγράφεται ρεκόρ αφίξεων με 1,4 εκ. αφίξεις, σημειώνοντας αύξηση 3,6% σε σχέση με την αντίστοιχη περίοδο του 2024, όπου είχαν σημειωθεί 50 χιλ. λιγότερες αφίξεις, χρονιά κατά την οποία είχαν καταγραφεί και οι περισσότερες αφίξεις έως τότε.

Η φετινή αύξηση, σε σχέση με το 2024, οφείλεται αποκλειστικά στους μη Σκανδιναβούς, οι οποίοι σημειώνουν ποσοστό αύξησης 6%. Αντίθετα, οι Σκανδιναβοί καταγράφουν οριακή μείωση, με τους Φινλανδούς και Σουηδούς να σημειώνουν πτώση αφίξεων κατά 3%, έκαστος. Αναφορικά με τις κύριες εθνότητες των μη Σκανδιναβών, Γερμανοί και Βρετανοί είναι αυτοί που σημειώνουν σημαντικά ποσοστά αυξήσεων με 8% με τους Βρετανούς να συνεχίζουν να παραμένουν στην πρώτη θέση επί των συνολικών αφίξεων με ποσοστό 18% και να ακολουθούν Γερμανοί, Δανοί Πολωνοί και Νορβηγοί με ποσοστά που κυμαίνονται από 10% έως 12%. Οι Πολωνοί καταλαμβάνουν την τέταρτη θέση επί των συνολικών αφίξεων με ποσοστό 10%, σημειώνοντας παράλληλα αύξηση των αφίξεων τους κατά 3%. Σουηδοί και Φινλανδοί ακολουθούν με ποσοστά 7% και 6% αντίστοιχα, ενώ αξιοσημείωτη είναι η αύξηση των Γάλλων κατά 26%, ανεβαίνοντας στην ένατη θέση επί των συνολικών αυξήσεων. Σχετικά με τις υπόλοιπες εθνότητες, ενθαρρυντικές είναι οι αυξήσεις των Αυστριακών και Ολλανδών με διψήφιο ποσοστό αύξησης ενώ αντίθετα ανησυχητική είναι η πτώση των Κυπρίων κατά 9%. Επίσης, έχουμε και την προσέλκυση νέων αγορών, αφού για πρώτη φορά επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη με απευθείας πτήση αλλοδαποί επισκέπτες που προέρχονται από την Πορτογαλία (Γράφημα 1).

Γενικά παρατηρούμε ότι οι Σκανδιναβοί σταθεροποιούνται γύρω στο 35% επί των συνολικών αφίξεων μετά την εποχή του κορονοϊού, όταν πριν το ποσοστό τους είχε εδραιωθεί γύρω στο 50%, ενώ αντίθετα οι αφίξεις των μη Σκανδιναβών αυξάνονται με γοργούς ρυθμούς (Γράφημα 2).

## ΑΦΙΞΕΙΣ ΑΛΛΟΔΑΠΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΣΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΗΡΑΚΛΕΙΟΥ

Αναφορικά με τις αφίξεις αλλοδαπών τουριστών στο αεροδρόμιο Ηρακλείου και με βάση τα πρόσφατα στοιχεία της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας Ηρακλείου, για την περίοδο Ιανουάριος - Σεπτέμβριος 2025, καταγράφεται επίσης ρεκόρ αφίξεων, της τάξεως των 3,6 εκατ. αφίξεων, σημειώνοντας αύξηση κατά 6,2% σε σχέση με τις αφίξεις της αντίστοιχης περυσινής περιόδου που είχαν φτάσει τα 3,4 εκ. αφίξεις, οι οποίες ήταν και οι υψηλότερες αφίξεις έως τότε.

Γερμανοί, Βρετανοί και Γάλλοι απαρτίζουν την πρώτη τριάδα καταλαμβάνοντας το 55% επί των συνολικών αφίξεων με τους Γερμανούς να συνεχίζουν να παραμένουν στην κορυφή της λίστας με 28%, σημειώνοντας μια σημαντική αύξηση της τάξεως του 6% σε σχέση με την αντίστοιχη περυσινή περίοδο. Στη δεύτερη θέση επί των συνολικών αφίξεων παραμένουν οι Βρετανοί με 17%, σημειώνοντας αύξηση 11% σε σχέση με το προηγούμενο έτος και ακολουθούν οι Γάλλοι με 11%, καταγράφοντας άνοδο της τάξεως του 4% συγκριτικά με την περασμένη σεζόν (*Γράφημα-3*).

Σχετικά με τις άλλες εθνότητες, οι Πολωνοί ανεβαίνουν στην τέταρτη θέση επί των συνολικών αφίξεων με ποσοστό 6% παρουσιάζοντας όμως μια μικρή μείωση 2% σε σχέση με την προηγούμενη περίοδο. Πτώση παρουσιάζουν και οι Ολλανδοί κατά 4%, κατεβαίνοντας στην πέμπτη θέση επί των συνολικών αφίξεων, ενώ ενθαρρυντική είναι η αύξηση των Ισραηλινών και Ιταλών κατά 45% και 19% συγκριτικά με το περασμένο έτος (*Γράφημα-4*).

### ΕΡΕΥΝΑ ΠΡΟΦΙΛ ΕΠΙΣΚΕΠΤΗ 2025

Η υλοποίηση της φετινής τουριστικής έρευνα στον Αερολιμένα Χανίων, εκτός από τις προσωπικές συνεντεύξεις και ερωτηματολόγια όπου χρειάζεται, πραγματοποιείται πλήρως με το αυτοματοποιημένο σύστημα οικειοθελούς συμμετοχής των αλλοδαπών τουριστών με την χρήση των προσωπικών τους συσκευών (PC, Smartphone και Tablet). Η επιλογή αυτής της δυνατότητας γνωστοποιείται στους επισκέπτες από τον εκπρόσωπο της έρευνας ή/ και με ROLL UPS και ενεργοποιείται στην γλώσσα επιλογής του ενδιαφερόμενου μέσω οπτικής σάρωσης κατάλληλου Url ή QR Code από το laptop, smartphone ή tablet.

Αναφορικά με τα αποτελέσματα της έρευνας, οι τουρίστες που προτιμάνε το αεροδρόμιο Χανίων ως τελικό προορισμό για τις διακοπές τους, παρουσιάζουν μια σταθεροποιητική τάση ως προς το προφίλ τους σε σχέση με την περυσινή τουριστική περίοδο σε σημείο να μπορούμε να υποστηρίξουμε ότι οι όποιες

ανακατατάξεις συντελέστηκαν στην περίοδο 2020-2022 έχουν παγιωθεί και βρισκόμαστε πλέον σ’ ένα καινούργιο σημείο ισορροπίας. Ολοένα και υψηλότερο είναι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη για **πρώτη φορά**, με το 55% των τουριστών να επισκέπτονται τη Δυτική Κρήτη για πρώτη φορά σε αντίθεση με τα προηγούμενα έτη, όπου το συγκεκριμένο ποσοστό ήταν χαμηλότερο. Την διαφορά αυτή ενισχύει η αύξηση των επισκεπτών από το Η.Β., την Γερμανία και την Πολωνία.

### Οικονομική κατάσταση – Ανάλυση δαπανών

Ο μέσος όρος του εισοδηματικού επιπέδου των επισκεπτών κυμαίνεται στα 70.000 ευρώ, παρουσιάζοντας μια μικρή αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη τουριστική περίοδο. Αυτή η αύξηση οφείλεται κυρίως από τουρίστες του Ηνωμένου Βασιλείου και Γερμανίας, αλλά και από την ιδιαίτερη αύξηση αλλοδαπών τουριστών που προέρχονται από χώρες της Αμερικής, Καναδά και Αυστραλίας, οι οποίοι είναι και πολύ υψηλού εισοδηματικού προφίλ. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι το 1/3 των επισκεπτών στην περιοχή μας δηλώνει εισόδημα πάνω από 100.000 € (*Γράφημα-5*).

Σε σχέση με το μέγεθος **της μέσης δαπάνης** που πραγματοποιεί ο επισκέπτης στις κύριες κατηγορίες εξόδων έως τώρα **δεν διαφέρουν καθόλου ή στατιστικά σημαντικά** από το προηγούμενο έτος και κυμαίνονται στα 1000 ευρώ ανά ταξίδι. Οι μέσες δαπάνες για εστίαση καταλαμβάνουν το 50% των συνολικών δαπανών, ενώ ακολουθούν δαπάνες ενοικίασης οχήματος με 30% και αγορές προϊόντων το υπόλοιπο 20% των δαπανών (*Γράφημα-6*).

Παρατηρώντας τα παραπάνω μπορούμε να συμπεράνουμε ότι το οικονομικό αποτύπωμα δαπανών των επισκεπτών δεν έχει αλλάξει. Το γεγονός αυτό ενισχύεται από την άποψη των επισκεπτών ότι η Δυτ. Κρήτη αποτελεί έναν προορισμό όπου οι υπηρεσίες που προσφέρει σε σχέση με το κόστος, είναι σε εξαιρετικό επίπεδο (ποσοστό Ικανοποίησης ~90%! ). Το τελευταίο όμως, δεν αναιρεί το γεγονός ότι φέτος υπάρχει αυξημένο κόστος γενικά σε όλο το φάσμα των υπηρεσιών τουρισμού, γεγονός που αναγνωρίζεται από τους επισκέπτες χωρίς ωστόσο να επηρεάζει το ύψος των δαπανών από την πλευρά τους. Σε αυτό ακριβώς το σημείο ίσως να **έγκειται και ο γρίφος της δυσφορίας αρκετών επιχειρήσεων της περιοχής** καθώς καλούνται να μοιραστούν το ίδιο με πέρυσι ποσό δαπανών των επισκεπτών, την ίδια στιγμή που πρέπει να αντιμετωπίσουν πολύ αυξημένα κόστη ενέργειας και πρώτων υλών, γεγονός που καθιστά το προϊόν ακριβό με χαμηλά περιθώρια

κέρδους και μειωμένη ανταγωνιστικότητα (*Γράφημα-7*).

### Χαρακτηριστικά επισκέπτη / προτιμήσεις / σχόλια

Εννέα στους δέκα αλλοδαπούς τουρίστες όχι μόνο θα επιθυμούσε να ξαναεπισκεφθεί τη Δυτική Κρήτη αλλά θα το σύστηνε ανεπιφύλακτα σε συγγενείς και φίλους. Επίσης, ένας στους τρεις αλλοδαπούς επισκέπτες δηλώνει ότι θα επισκεπτόταν την περιοχή και κατά τη διάρκεια της χειμερινής περιόδου αν υπήρχε απευθείας ανταπόκριση από την πόλη του, γεγονός που αναδεικνύει τη δυναμική του προορισμού για επέκταση της τουριστικής περιόδου. Η ποιότητα των υπηρεσιών στα τουριστικά καταλύματα, η ποιότητα των τοπικών αγροτικών προϊόντων, η φιλοξενία των ντόπιων ανθρώπων, το τοπίο της Πόλης, καθώς η ηρεμία και ασφάλεια του τόπου αξιολογούνται πολύ θετικά (~90% +) κατά τη διάρκεια παραμονής τους. Σταθεροποίηση προτιμήσεων παρατηρούμε στον τύπο καταλύματος αλλά και στα πακέτα διαμονής που προτιμούν οι αλλοδαποί τουρίστες. Πιο συγκεκριμένα, υπάρχει σταθεροποίηση στα ποσοστά των τουριστών που προτιμούν το λεγόμενο πακέτο “all inclusive” γύρω στο 17%, με σχεδόν τους μισούς αλλοδαπούς επισκέπτες να μην προτιμάει κανένα πακέτο. Καθοριστικός παράγοντας για την επιλογή του “all Inclusive” παραμένει η συνοδεία παιδιών κάτω των 15 ετών και η προσέλευση οργανωμένων ομάδων επισκεπτών (*Γράφημα-8*).

Ελαφρώς αυξημένο είναι το ποσοστό των αλλοδαπών τουριστών που προτιμούν τις βραχυπρόθεσμες ενοικιάσεις τύπου AirBnB, αφού περίπου **το 16% των** επισκεπτών επιλέγει να διαμένει σε τέτοια καταλύματα. Τα ξενοδοχεία, παραμένουν στην πρώτη θέση των προτιμήσεων των τουριστών, με έξι στους δέκα από αυτούς να τα επιλέγουν, ενώ σχεδόν δύο στους τρεις τουρίστες προτιμούν πολυτελή ξενοδοχεία 4 & 5 αστέρων. Οι βίλες μετά τον διπλασιασμό προσφοράς που παρατηρήθηκε στην περίοδο 2019-21 έχουν φτάσει σταθερά το ποσοστό τους πάνω από 5% (*Γράφημα-9*).

Αυξημένο είναι το ποσοστό (49%) των αλλοδαπών επισκεπτών που πραγματοποιούν διακοπές με τον/τη σύζυγο/σύντροφο, ενώ αντίθετα μειωμένο είναι το ποσοστό (28%) εκείνων που προτιμούν τις οικογενειακές διακοπές με παιδιά σε σχέση με την προηγούμενη τουριστική περίοδο (*Γράφημα-10*).

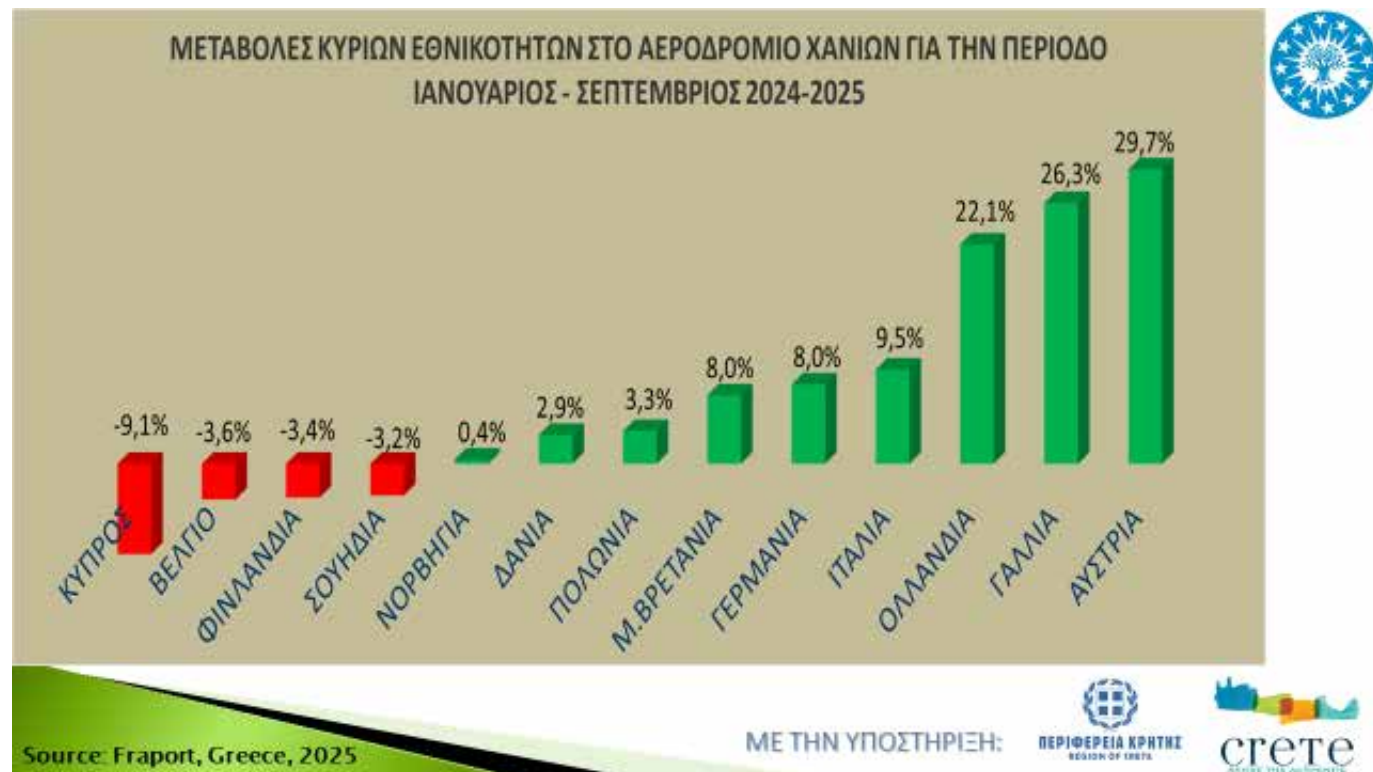
Το 45% των επισκεπτών επιλέγουν την παραλία του Ελαφονησίου και ακολουθούν αυτές των Μπάλου και Φαλασάρνων με ποσοστά 32% και 27%, αντίστοιχα, ενώ ένας στους τρεις αλλοδαπούς επισκέπτες

πραγματοποιεί επισκέψεις σε μοναστήρια, εκκλησίες, μουσεία και αρχαιολογικούς χώρους. Παρατηρείται ότι οι εμβληματικές παραλίες του Νομού Χανίων, είναι στις πρώτες επιλογές των αλλοδαπών τουριστών και κρίνεται απαραίτητη η αιφορική διαχείριση των προορισμών αυτών, δεδομένου του πολύ μεγάλου αριθμού αφίξεων αλλοδαπών τουριστών. Αξιο αναφοράς είναι η μεγάλη αύξηση επισκεψιμότητας φέτος για την παραλία του Ελαφονησίου, καθώς και τα έντονα αρνητικά σχόλια για τις συγκεκριμένες παραλίες αναφορικά με τον πολύ μεγάλο αριθμό επισκεπτών, την οχλαγωγία, την καθαριότητα και την προστασία των οικοσυστημάτων (*Γράφημα-11*). Αναφορικά με τα τοπικά προϊόντα διατροφής, ο αλλοδαπός τουρίστας μένει πολύ ικανοποιημένος από τα ποιοτικά χαρακτηριστικά των προϊόντων αυτών, ενώ φέτος δείχνει να προβαίνει σε μεγαλύτερες από άλλες χρονιές ποσότητες αλλά και ποικιλία προϊόντων. Για πρώτη φορά τα τοπικά τυριά μαζί με το ελαιόλαδο βρίσκονται στις πρώτες θέσεις των προτιμήσεων των αλλοδαπών τουριστών, με δύο στους τρεις αλλοδαπούς επισκέπτες να προβαίνουν σε αγορά αυτών των προϊόντων. Ιδιαίτερη δυναμική παρουσιάζει το κρητικό μέλι, και η τσικουδιά, τα οποία μαζί με το κρασί, προτιμούνται από σχεδόν τους μισούς τουρίστες. Σημαντική επίσης είναι η αύξηση της αγοράς βοτάνων και μπαχαρικών καθώς επίσης και του τοπικού φυσικού χυμού και του παραδοσιακού παξιμαδιού (*Γράφημα-12*).

Οι αλλοδαποί τουρίστες συνεχίζουν να εκφράζουν τη δυσαρέσκεια τους σχετικά με την κακή κατάσταση του οδικού δικτύου και της σήμανσης, ενώ το σύστημα αποκομιδής και περισυλλογής απορριμμάτων χρήζει περαιτέρω αναβάθμισης και ενίσχυσης, καθώς πραγματοποιείται έντονη χρήση πλαστικών κυρίως στην Πόλη των Χανίων. Επίσης, και φέτος, λόγω του μεγαλύτερου τουριστικού κύματος που έχει δεχτεί ποτέ η περιοχή, εκφράζεται έντονα η δυσαρέσκεια και ο προβληματισμός για την έλλειψη διαθέσιμων χώρων στάθμευσης και την κυκλοφοριακή συμφόρηση κυρίως στην Πόλη Χανίων. Από την άλλη, αρκετά είναι τα θετικά σχόλια για τη διαπλάτυνση και δημιουργία νέων πεζοδρομίων αλλά και για τα φεστιβάλ που διοργανώνονται από τον Δήμο Χανίων όπως είναι η Παραδοσιακή Στράτα.

Τέλος, θα θέλαμε να επισημάνουμε τη δυσφορία των αλλοδαπών τουριστών αναφορικά με το αυξημένο κόστος παροχής υπηρεσιών στους χώρους εστίασης, φιλοξενίας και μεταφοράς, όπως επίσης και την έντονη ανησυχία και προβληματισμό τους για τον συνωστισμό σε περιοχές ιδιαίτερου φυσικού κάλλους της Δυτικής Κρήτης, τα οποία χρήζουν άμεσης αντιμετώπισης από τους υπεύθυνους φορείς.

**Γράφημα 1**



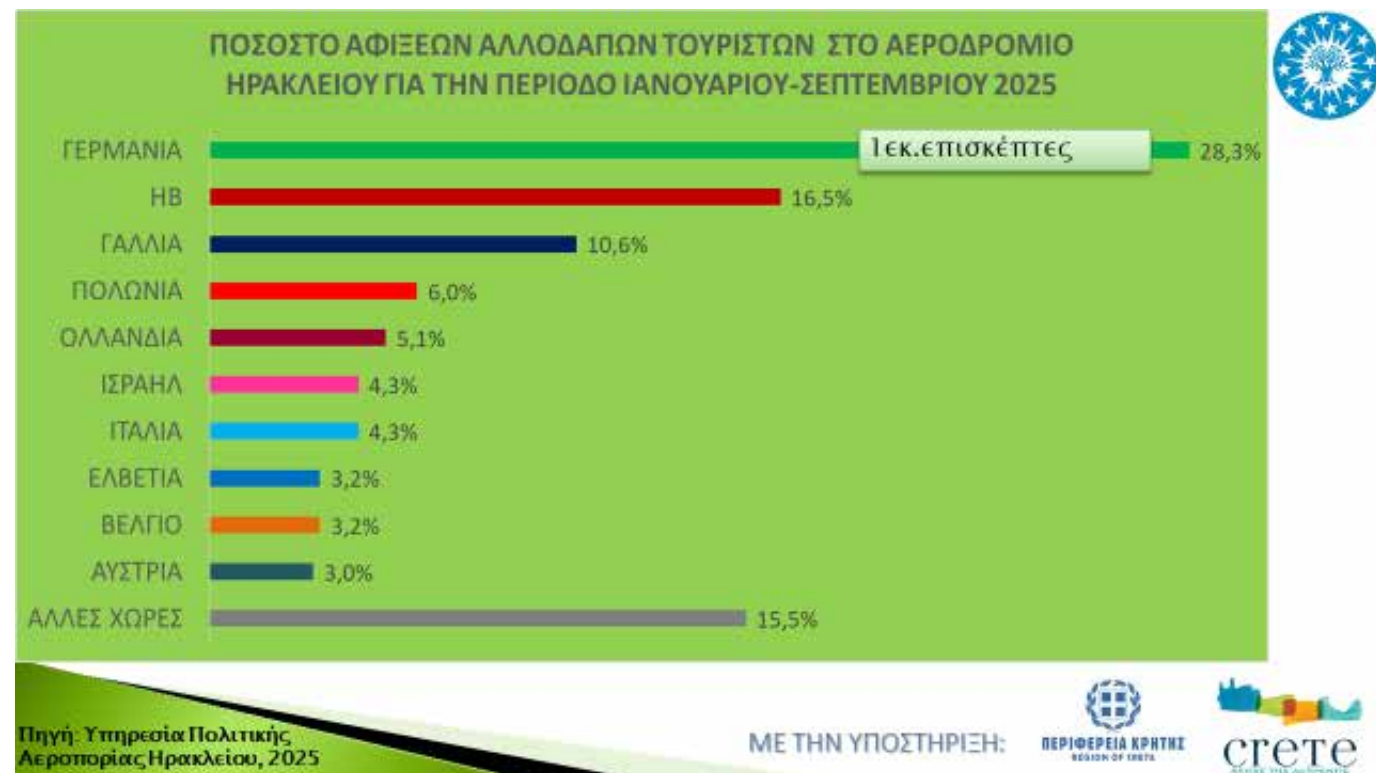
**Γράφημα 3**



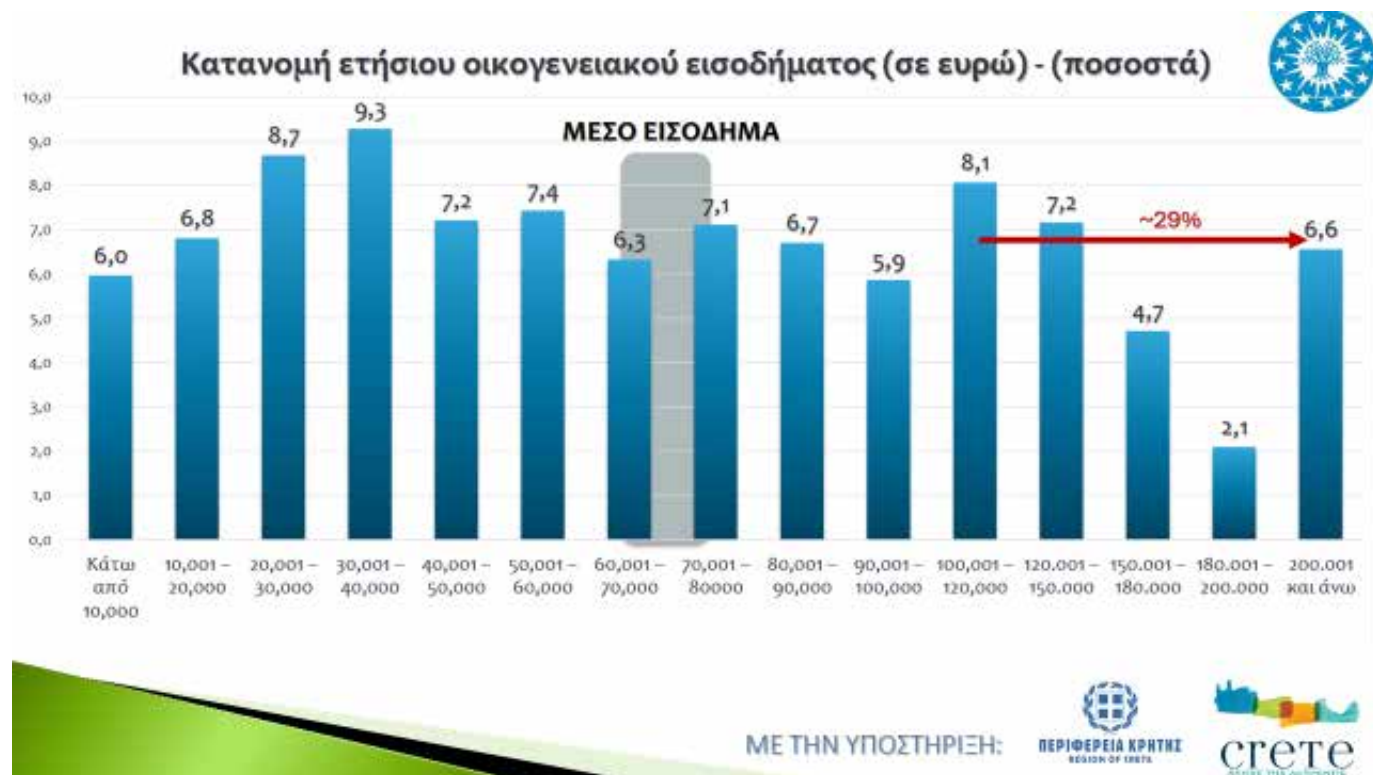
**Γράφημα 2**



**Γράφημα 4**



**Γράφημα 5**



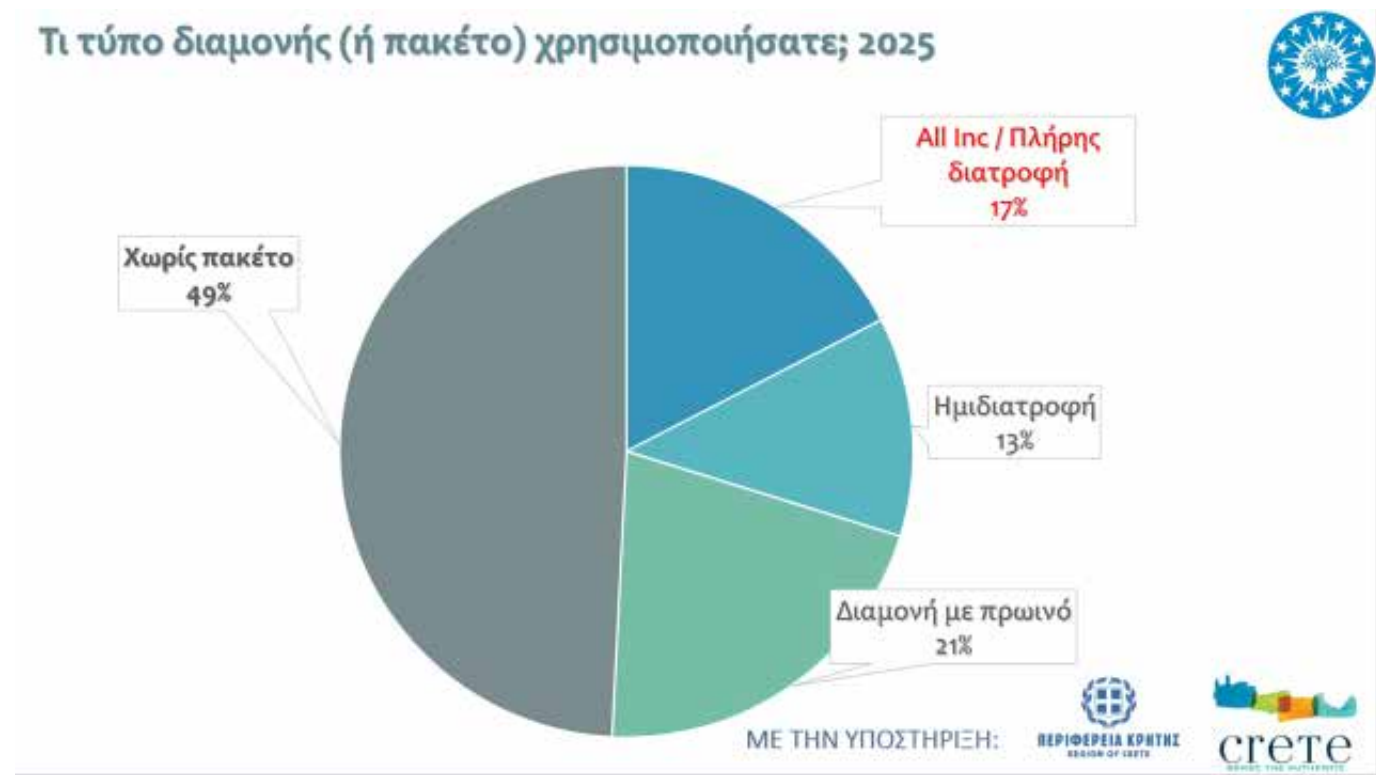
**Γράφημα 7**



**Γράφημα 6**



**Γράφημα 8**



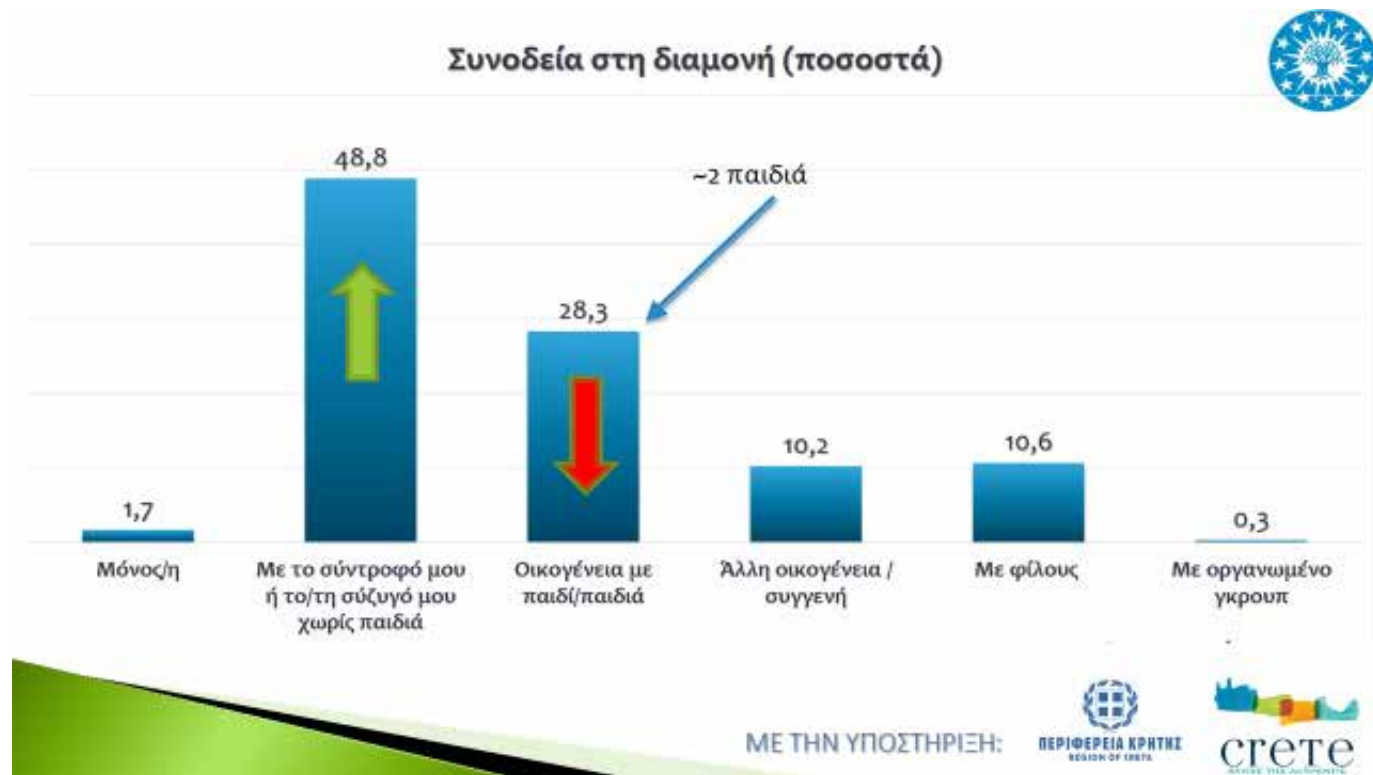
Γράφημα 9



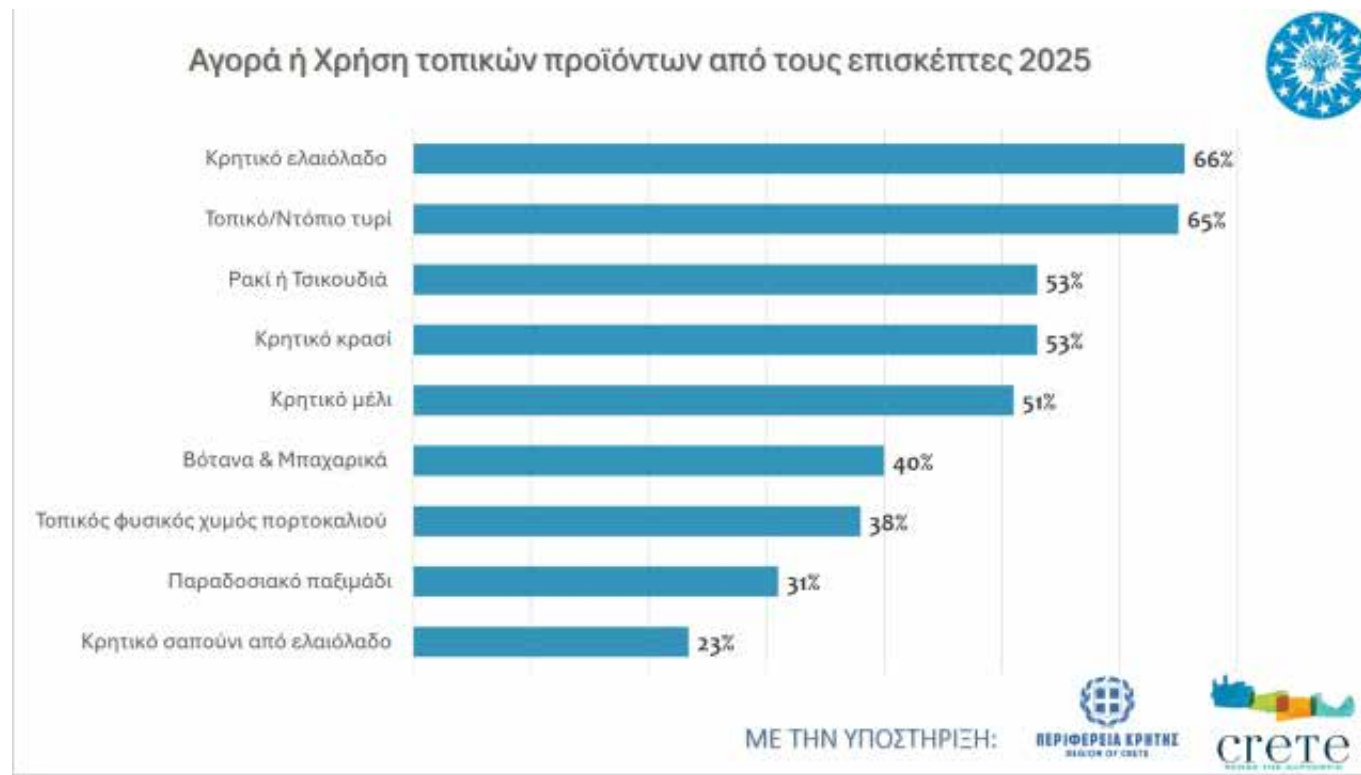
Γράφημα 11



Γράφημα 10



Γράφημα 12





**Κωνσταντίνος Λυμπερίου**  
Αντιδήμαρχος Διοικητικών Υπηρεσιών,  
Παιδείας, Αθλητισμού και Γεωπάρκου  
Επιχειρηματίας

## Σητεία το μέρος για να ζεις

Κωνσταντίνος  
Λυμπερίου

Αγαπητοί διοργανωτές, εκλεκτοί συνάδελφοι, φίλοι της κρητικής φιλοξενίας,

Σας ευχαριστώ θερμά για την πρόσκληση να συμμετάσχω σε αυτήν την τόσο σημαντική Ημερίδα, σε έναν θεσμό που αναδεικνύει την ψυχή του τουριστικού μας προϊόντος.

Ως Αντιδήμαρχος Σητείας, έχω την τιμή να εκπροσωπώ έναν τόπο με βαθιές ρίζες, παρθένα ομορφιά και ανθρώπους που υπηρετούν την αυθεντική έννοια της κρητικής φιλοξενίας.

Η δική μας φιλοσοφία συνοψίζεται σε μία φράση: **«Σητεία, το μέρος για να ζεις».**

### Η Φιλοσοφία «Σητεία, το μέρος για να ζεις»

Δεν μιλάμε απλώς για έναν προορισμό διακοπών. Μιλάμε για έναν τόπο που προσφέρει ποιότητα ζωής, που διατηρεί την ισορροπία μεταξύ ανάπτυξης και παράδοσης. Αυτή η ισορροπία είναι το θεμέλιο για τον Βιωματικό Τουρισμό που επιδιώκουμε. Όταν ο επισκέπτης βιώνει την αλήθεια του τόπου, την ποιότητα της καθημερινότητας των κατοίκων, τότε η φιλοξενία γίνεται αυθεντική εμπειρία.

**Το Μοναδικό μας Πλεονέκτημα: Το Γεωπάρκο Σητείας UNESCO**

Το κορυφαίο αναπτυξιακό μας εργαλείο και η καρδιά της βιωματικής εμπειρίας στη Σητεία είναι το **Γεωπάρκο Σητείας**, ενταγμένο στο Παγκόσμιο Δίκτυο Γεωπάρκων της UNESCO.

Το Γεωπάρκο δεν είναι απλώς ένα γεωλογικό αξιοθέατο. Είναι ένας χάρτης που αποκαλύπτει την ιστορία εκατομμυρίων ετών, συνδέοντας το περιβάλλον με τον πολιτισμό και την καθημερινή ζωή.

Εντός του Γεωπάρκου έχουμε αναγνωρίσει και χαρτογραφήσει **80 Γεώτοπους**, οι οποίοι είναι επισκέψιμοι και προσφέρουν στον ταξιδιώτη τη δυνατότητα να μάθει για τη γεωλογική εξέλιξη της περιοχής.

Επιπλέον, το Γεωπάρκο διαθέτει σπουδαία **Περιβαλλοντική και Πολιτιστική κληρονομιά** με πολυάριθμες, επίσης επισκέψιμες, θέσεις. Αυτό μας επιτρέπει να προσφέρουμε ολοκληρωμένες βιωματικές διαδρομές:

- Από την εξερεύνηση των γεωτόπων και των φαραγγιών.
- Μέχρι την επαφή με την τοπική παραγωγή, όπως φαίνεται στα επιτυχημένα παραδείγματα του **Κτήματος Τοπλού Α.Ε.** και σε άλλες τοπικές επιχειρήσεις που συνδυάζουν

παραγωγή, γαστρονομία και φιλοξενία.

- Και βέβαια, τη συμμετοχή μας σε διεθνείς εκθέσεις, όπως η **ITB Tourism Expo 2023 στο Βερολίνο**, όπου προβάλλουμε αυτό το μοναδικό μείγμα φύσης, πολιτισμού και ποιότητας ζωής.

### Προοπτική και Στόχοι

Ο σύγχρονος ταξιδιώτης αναζητά την ουσία, την αίσθηση του ανήκειν, τον σεβασμό στον τόπο. Η Σητεία, με το Γεωπάρκο και τους ανθρώπους της, προσφέρει ακριβώς αυτό: **Βιωματική Φιλοξενία**.

Συνεχίζουμε να εργαζόμαστε για τη σύνδεση του πρωτογενούς τομέα με την τουριστική αλυσίδα, για την ανάδειξη των τοπικών προϊόντων και για την ενίσχυση της περιφερειακής συνεργασίας. Ο στόχος μας είναι ξεκάθαρος: να κάνουμε τη Σητεία **πρότυπο βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης**, έναν τόπο που δεν είναι απλώς ωραίος για να τον επισκεφθείς, αλλά, κυρίως, **«το μέρος για να ζεις».**

Σας ευχαριστώ.



Παρουσίαση

Video





**Γιώργος Ατσαλάκης**  
Οικονομολόγος  
Αναπληρωτής Καθηγητής Πολυτεχνείου Κρήτης  
Εργαστήριο Επιστημονικών Δεδομένων

Γιώργος Ατσαλάκης

## De-risking γεωπολιτική και τουρισμός

Η πανδημία COVID-19, σε συνδυασμό με τις γεωπολιτικές αναταράξεις της τελευταίας τριετίας, ανέδειξε με δραματικό τρόπο την ευθραυστότητα των παγκόσμιων αλυσίδων προσφοράς. Πολλοί κλάδοι του τουρισμού όπως, η φιλοξενία, οι επισιτιστικές υπηρεσίες, οι μεταφορές και το τουριστικό εμπόριο, υπέστησαν πολλαπλές διαταραχές: ελλείψεις βασικών τροφίμων και υλικών, αύξηση χρόνων παράδοσης, διακοπές στα δρομολόγια εφοδιασμού και σοβαρές διακυμάνσεις κόστους. Ως αποτέλεσμα, οι επιχειρήσεις του κλάδου άρχισαν να αναδιαμορφώνουν συστηματικά τις εφοδιαστικές τους αλυσίδες με στόχο τη μείωση κινδύνου, το λεγόμενο «de-risking». Η ανάγκη αυτή υπογραμμίζεται και στις πρόσφατες αναλύσεις για την ανάκαμψη και τη βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού.

**1. Το πλαίσιο του «de-risking» στον τουρισμό:** Με τον όρο «de-risking» εννοούμε μια σειρά στρατηγικών επιλογών που αποσκοπούν στον περιορισμό της ευπάθειας απέναντι σε εξωγενείς κινδύνους: γεωπολιτικούς (συγκρούσεις, κυρώσεις), υγειονομικούς (πανδημίες), κλιματικούς (ακραία καιρικά φαινόμενα) και λειτουργικούς (λιμάνια-κομβικά σημεία, ελλείψεις πρώτων υλών). Οι τουριστικές επιχειρήσεις -ξενοδοχεία, εστιατόρια, tour operators- αναπροσαρμόζουν προσεγγίσεις που μέχρι πρότινος θεωρούνταν «κόστος» (π.χ. αποθέματα ασφαλείας, πολλαπλοί προμηθευτές) σε «ασφάλεια λειτουργίας». Οι παγκόσμιες μελέτες δείχνουν ότι μια μεγάλη μερίδα επιχειρήσεων ήδη υλοποιεί τέτοιες κινήσεις για να διασφαλίσει τη συνέχεια της λειτουργίας. Το de-risking δεν σημαίνει αναγκαστικά «επαναπάτριση» ή πλήρη αποσύν-

δεση από διεθνείς προμηθευτές· πρόκειται για συνδυασμό μέτρων που αποσκοπούν στη μείωση πιθανότητας και επιπτώσεων αστοχιών. Βασικά εργαλεία είναι: (α) διαφοροποίηση προμηθευτών (multi-sourcing), (β) τοπικοποίηση κρίσιμων προμηθειών (local sourcing), (γ) δημιουργία στρατηγικών αποθεμάτων και μικρο-αποθηκών (micro-warehousing) κοντά στους προορισμούς, (δ) ψηφιοποίηση για end-to-end ορατότητα και προβλεπτική διαχείριση, και (ε) συνεργασίες δημόσιου - ιδιωτικού τομέα για συντονισμό κρίσης. Οι διεθνείς οργανισμοί και οι μελέτες τονίζουν την ανάγκη για συστηματική εφαρμογή αυτών των αρχών προκειμένου ο κλάδος να αποκτήσει ανθεκτικότητα χωρίς να θυσιάζει μακροπρόθεσμα την ανταγωνιστικότητα. Για να γίνουν οι στρατηγικές μετρήσιμες, προτείνονται βασικοί δείκτες: ημέρες αυτονομίας αποθεμάτων (days of inventory), ποσοστό τοπικής προμήθειας (% local sourcing), χρόνος κύκλου επαναπρομήθειας (lead time), συχνότητα stockouts, ποσοστό on-time deliveries προμηθευτών, δείκτης ποικιλίας προμηθευτών (supplier diversification index), και δείκτης κόστους ασφάλειας (cost of resilience). Η τακτική παρακολούθηση και η σύνδεση των KPI με τη στρατηγική τιμολόγηση και το customer-satisfaction επιτρέπουν τη βελτιστοποίηση κόστους - ανθεκτικότητας.

**2. Πρακτικά μέτρα τοπικοποίηση προμηθειών και διαφοροποίηση προμηθευτών:** Μια από τις πιο άμεσες κινήσεις είναι η ενίσχυση της τοπικής προμήθειας («local sourcing»). Η στροφή σε τοπικούς παραγωγούς μειώνει εξαρτήσεις από διεθνή δρομολόγια και περιορίζει τον κίνδυνο διακοπής μέσω λιμανιών και διεθνών μεταφορών. Παράλληλα, οι επιχειρήσεις προωθούν την πολιτική πολλαπλών προμηθευτών για κρίσιμα αγαθά (π.χ. τρόφιμα, αναλώσιμα, ανταλλακτικά) ώστε η αποτυχία ενός προμηθευτή να μην καταλήγει σε πλήρη κατάρρευση της λειτουργίας. Η στροφή προς τοπικούς προμηθευτές μειώνει την ευπάθεια απέναντι σε παγκόσμιες διακυμάνσεις και εξαρτήσεις από διεθνή δρομολόγια· επιπλέον, ενισχύει την τοπική οικονομία και βελτιώνει την «αφήγηση» βιωσιμότητας για τον προορισμό. Ωστόσο, η στεγνή τοπικοποίηση -χωρίς αξιολόγηση κόστους-οφέλους- μπορεί να οδηγήσει σε αύξηση τιμών και μειωμένη ποικιλία. Γι' αυτό το βέλτιστο μοντέλο είναι υβριδικό: τοπική κάλυψη κρίσιμων κατηγοριών (φρέσκα προϊόντα, φάρμακα, βασικά αναλώσιμα) συνδυασμένη με διεθνείς προμηθευτές για εξειδικευμένα ή υψηλής τεχνολογίας είδη. Οι

φορείς τουρισμού οφείλουν να χαρτογραφούν τις κρίσιμες εξαρτήσεις και να αξιολογούν ποιες κατηγορίες έχουν λόγο τοπικοποίησης.

- 3. Στρατηγικά αποθέματα και «micro-warehousing»:** Πολλές ξενοδοχειακές αλυσίδες και μεγάλοι τουριστικοί πράκτορες υιοθετούν την πρακτική της συγκράτησης στρατηγικών αποθεμάτων - όχι μόνο τροφίμων αλλά και βασικών υλικών (αναλώσιμα, φίλτρα νερού, ανταλλακτικά εξοπλισμού). Η τεχνική αυτή μπορεί να πάρει μορφή κεντρικών αποθηκών περιφερειακού χαρακτήρα ή μικρών «micro-warehouses» κοντά σε προορισμούς, ώστε να διασφαλίζεται γρήγορη τροφοδοσία χωρίς εξάρτηση από μεγάλες, ευάλωτες φάλαγγες εφοδιασμού. Η βιβλιογραφία για τη διαχείριση αποθεμάτων τονίζει ότι η σωστή τιτλοποίηση και ο ηλεκτρονικός έλεγχος είναι κρίσιμα για να μην επωμιστεί η επιχείρηση υπερβολικό κόστος.
- 4. Ψηφιοποίηση και ορατότητα στην αλυσίδα (end-to-end visibility):** Η τεχνολογία παίζει κεντρικό ρόλο: ψηφιακά εργαλεία για παρακολούθηση αποθεμάτων, predictive analytics για προβλέψεις ζήτησης, blockchain για διαφάνεια συναλλαγών και IoT για real-time monitoring. Η αύξηση «ορατότητας» επιτρέπει προληπτική αντίδραση σε καθυστερήσεις και στοχευμένη ανασχεδίαση δρομολογίων. Επιπλέον, οι ψηφιακές πλατφόρμες διευκολύνουν μικρούς τοπικούς παραγωγούς να εισέλθουν σε δίκτυα προμήθειας μεγάλων ξενοδοχείων, ενισχύοντας παράλληλα τη βιωσιμότητα και την τοπική οικονομία.
- 5. Συνεργασίες και συλλογική ανθεκτικότητα:** Ο ιδιωτικός τομέας συνεργάζεται πλέον εντονότερα με τις τοπικές αρχές, κλαδικούς φορείς και δίκτυα παραγωγών για να δημιουργηθούν «συμμαχίες εφοδιασμού» — προγράμματα συλλογικών αποθεμάτων, κεντρικές αγορές προμηθειών, συντονισμένα σχέδια αντιμετώπισης κρίσεων. Η κινητοποίηση αυτή μειώνει τις συναλλακτικές τριβές και επιτρέπει ταχύτερη επιστράτευση πόρων σε περιόδους κρίσης. Ταυτόχρονα, ενισχύεται η κοινωνική αποδοχή του τουρισμού όταν οι τοπικές κοινότητες ωφελούνται από τις προμήθειες.
- 6. Πολιτικές επιλογές και δημόσιος ρόλος:** Οι κυβερνήσεις μπορούν να υποστηρίξουν τις προσπάθειες de-risking μέσω κινήτρων (φορολογικά, επιδοτήσεις για αποθήκευση στρατηγικών αντιστοιχιών), επενδύσεων σε υποδομές (ψυχρές αποθήκες, μεταφορές), και δημιουργίας τοπικών πλατφορμών αγρο-τουριστικής τροφοδοσίας. Η δημόσια δράση έχει πολλαπλασιαστικά οφέλη καθώς ενισχύει την

Video



εθνική και περιφερειακή ανθεκτικότητα, μειώνει εισαγωγικές πιέσεις και ενθαρρύνει την πράσινη μετάβαση με κονδύλια για αποδοτικές ενεργειακά αποθηκευτικές λύσεις.

**7. Κόστος, ανταγωνιστικότητα και κοινωνικές επιπτώσεις:** Η αναδιάρθρωση δεν είναι χωρίς κόστος: ενισχυμένη τοπική προμήθεια και διατήρηση αποθεμάτων αυξάνουν το λειτουργικό κόστος και μπορούν να επηρεάσουν τις τιμές για τον τελικό καταναλωτή. Ωστόσο, οι μακροπρόθεσμες ωφέλειες όπως, οι λιγότερες ακυρώσεις, σταθερότερη ποιότητα υπηρεσίας, προστασία του ανθρώπινου δυναμικού κλπ., υπερβαίνουν τα βραχυπρόθεσμα έξοδα, ιδίως για επιχειρήσεις που εξαρτώνται από συχνές και προβλέψιμες ροές πελατών. Επιπλέον, η ενίσχυση τοπικών αλυσίδων μπορεί να βελτιώσει την ανθεκτικότητα των περιφερειακών οικονομιών και να συμβάλει στη δίκαιη κατανομή οφελών.

**Συμπεράσματα και προτάσεις πολιτικής:** Η μετά-πανδημική εποχή επιβάλλει μια νέα ισορροπία ανάμεσα στην αποτελεσματικότητα κόστους και στην ανθεκτικότητα. Για τις επιχειρήσεις του τουρισμού αυτό σημαίνει: (α) ενεργή διαφοροποίηση προμηθευτών και τοπικοποίηση όποτε αυτό είναι δυνατόν· (β) επένδυση σε ψηφιακά συστήματα ορατότητας και προβλεπτικής ανάλυσης· (γ) δημιουργία συνεργατικών μηχανισμών αποθεματοποίησης σε περιφερειακό επίπεδο· (δ) συνεργασία με δημόσιες αρχές για υποδομές και κίνητρα. Οι πολιτικές αυτές δεν είναι «κόστος» αλλά επένδυση στην αξιοπιστία της προσφοράς, που αποτελεί βασικό κεφάλαιο στον ανταγωνισμό των προορισμών. Η υιοθέτηση συστημικών στρατηγικών de-risking θα διασφαλίσει ότι ο τουρισμός δεν θα επιστρέψει απλώς σε ένα ευάλωτο status quo, αλλά θα οικοδομήσει μια πιο ανθεκτική, βιώσιμη και κοινωνικά δίκαιη μετά-πανδημική πραγματικότητα.



## Για την έντυπη επικοινωνία σας

### ΕΝΤΥΠΟ

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



### ΚΟΥΤΙ

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



### ΠΟΤΗΡΙ

Χάρτινα ποτήρια με εκτύπωση λογότυπου ή προτυπωμένα, μονότοιχα 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](http://www.cupcode.gr) - [info@cupcode.gr](mailto:info@cupcode.gr)





**Μάνος Περισυνάκης**  
Αντιδήμαρχος Οροπεδίου Λασιθίου,  
τεχνικών έργων, υποδομών, πολιτισμού,  
τουρισμού, αθλητισμού.

## Ο βιωματικός τουρισμός σε έναν ορεινό τόπο

Μάνος Περισυνάκης

Αγαπητές φίλες και φίλοι,  
κυρίες και κύριοι,

Είναι μεγάλη μου χαρά που βρίσκομαι σήμερα εδώ για να μιλήσω για ένα θέμα που δεν είναι απλά ένα ακόμα κομμάτι της τουριστικής ανάπτυξης, αλλά πιστεύω ότι είναι το μέλλον του τουρισμού στην Κρήτη και, ακόμη περισσότερο, στο Οροπέδιο Λασιθίου: τον βιωματικό τουρισμό.

### 1. Τι είναι ο βιωματικός τουρισμός

Ο βιωματικός τουρισμός δεν είναι απλά ένα ταξίδι, δεν είναι μόνο μια επίσκεψη σε έναν προορισμό. Είναι μια εμπειρία. Είναι η δυνατότητα που δίνουμε στον επισκέπτη να ζήσει για λίγο σαν ντόπιος:

- να μαζέψει ελιές ή μήλα μαζί με τους αγρότες,
- να φτιάξει παραδοσιακό ψωμί στον ξυλόφουρνο,
- να μάθει να μαγειρεύει μια κρητική συνταγή,
- να περπατήσει στα μονοπάτια και να ακούσει τους μύθους του τόπου από τους ίδιους τους κατοίκους.

Ο τουρίστας παύει να είναι «θεατής» και γίνεται

«συμμέτοχος». Αυτό είναι το στοιχείο που κάνει τον βιωματικό τουρισμό τόσο ισχυρό. Διότι ο ταξιδιώτης δεν αγοράζει απλά μια υπηρεσία, αλλά μια εμπειρία που θα θυμάται μια ζωή.

### 2. Γιατί η Κρήτη έχει προβάδισμα στον βιωματικό τουρισμό

Η Κρήτη είναι ένας τόπος που ευνοεί όσο λίγοι στον κόσμο τον βιωματικό τουρισμό. Και αυτό για τρεις βασικούς λόγους:

1. Ιστορία και πολιτισμός: Εδώ γεννήθηκε ο Μινωικός πολιτισμός, ο πρώτος ευρωπαϊκός πολιτισμός. Κάθε χωριό, κάθε μονοπάτι έχει μια ιστορία να αφηγηθεί.
2. Φύση και τοπίο: Βουνά, οροπέδια, φαράγγια, θάλασσα. Μια μοναδική ποικιλία που δίνει αμέτρητες ευκαιρίες για πεζοπορία, ποδηλασία, περιηγήσεις στη φύση.
3. Άνθρωποι και φιλοξενία: Η κρητική φιλοξενία είναι παροιμιώδης. Ο ξένος γίνεται φίλος, γίνεται σχεδόν συγγενής. Και αυτή η αυθεντικότητα είναι που ζητούν σήμερα οι ταξιδιώτες.

Άρα, η Κρήτη έχει το πλεονέκτημα, το προβάδισμα. Αυτό που χρειάζεται είναι να το οργανώσουμε και να το αναδείξουμε.

### 3. Το Οροπέδιο Λασιθίου – Ένας τόπος «γεννημένος» για βιωματικό τουρισμό

Αν υπάρχει ένα μέρος στην Κρήτη που το βιωματικό στοιχείο είναι αυθεντικό, αυτό είναι το Οροπέδιο Λασιθίου.

Σκεφτείτε τι μπορεί να ζήσει εδώ ο επισκέπτης:

- Να συμμετάσχει στη συγκομιδή πατάτας, μήλων ή αχλαδιών.
- Να γνωρίσει τα τυροκομεία μας και να φτιάξει ο ίδιος μυζήθρα ή γραβιέρα.
- Να ακολουθήσει τον βοσκό στη μάντρα του και να δει πώς παράγεται το γάλα.
- Να περπατήσει στον Δικταίο Άντρο, εκεί όπου η παράδοση λέει ότι γεννήθηκε ο Δίας, και να νιώσει τον μύθο να γίνεται πραγματικότητα.
- Να ποδηλατήσει στον κύκλο του Οροπεδίου, 24 χιλιόμετρα μέσα από τα χωριά μας, σε ένα μοναδικό φυσικό τοπίο.
- Να μάθει κρητικούς χορούς από τους συλλόγους μας, να ακούσει μαντινάδες και να γευτεί την παραδοσιακή κουζίνα μας.

Αυτό δεν είναι απλά τουρισμός. Είναι μια εμπειρία ζωής. Και αυτό είναι που διαφοροποιεί τον τόπο μας από άλλους προορισμούς.

### 4. Πώς θα πετύχουμε τον βιωματικό τουρισμό

Όμως ο βιωματικός τουρισμός δεν έρχεται από μόνος του. Χρειάζεται σχέδιο και συνεργασία.

- Πρώτον, συνεργασία όλων των φορέων: Δήμος, ξενοδόχοι, τουριστικοί πράκτορες, πολιτιστικοί σύλλογοι, αγρότες και επαγγελματίες. Όλοι πρέπει να δουλέψουμε μαζί, με κοινό στόχο.
- Δεύτερον, εκπαίδευση: Οι κάτοικοι, οι επιχειρηματίες, οι επαγγελματίες της εστίασης και της φιλοξενίας χρειάζεται να εκπαιδευτούν στο πώς να προσφέρουν αυθεντικές εμπειρίες, με ποιότητα και συνέπεια. Δεν αρκεί να έχεις το προϊόν· πρέπει να ξέρεις να το παρουσιάσεις.
- Τρίτον, στάνταρ και ποιότητα: Πρέπει να συμφωνήσουμε όλοι σε κάποια βασικά στάνταρ. Στο πιάτο που θα σερβίρουμε στον επισκέπτη, να υπάρχει τοπικό προϊόν. Στο κατάλυμα, να υπάρχει το στοιχείο της τοπικής ταυτότητας. Στην ξενάγηση, να υπάρχει αξιοπιστία και γνώση.
- Τέταρτον, δικτύωση και προβολή: Χρειάζεται να φτιάξουμε ένα ενιαίο αφήγημα για το Οροπέδιο Λασιθίου. Να το επικοινωνήσουμε σε Ελλάδα και εξωτερικό. Να πούμε ότι «στο Οροπέδιο δεν έρχεσαι απλά για να δεις· έρχεσαι για να ζήσεις».

### 5. Ο ρόλος του Δήμου

Εδώ, ο ρόλος του Δήμου είναι καθοριστικός. Εμείς ως Δήμος Οροπεδίου Λασιθίου πρέπει να:

- συντονίσουμε τις δράσεις,
- στηρίξουμε τους συλλόγους,
- προωθήσουμε τα προϊόντα και τις εμπειρίες μας σε εκθέσεις και τουριστικές αγορές,
- και να δώσουμε στους κατοίκους τα εργαλεία για να συμμετάσχουν ενεργά.

Δεν είναι εύκολο έργο, αλλά είναι ο μόνος δρόμος. Για έναν ορεινό τόπο όπως ο δικός μας, ο βιωματικός τουρισμός δεν είναι επιλογή· είναι μονόδρομος.

Κυρίες και κύριοι, ο κόσμος του τουρισμού αλλάζει. Ο μαζικός τουρισμός φθίνει. Ο ταξιδιώτης αναζητά το αληθινό, το αυθεντικό. Και αυτό είναι το μεγάλο μας πλεονέκτημα. Η Κρήτη το έχει. Το Οροπέδιο Λασιθίου το ζει κάθε μέρα. Αυτό που χρειάζεται είναι να το πιστέψουμε όλοι, να το οργανώσουμε και να το προσφέρουμε στον κόσμο.



**Βαγγέλης Περάκης**  
Συντονιστής παγκόσμιου Γεωπάρκου  
UNESCO Σητείας  
Αναπληρωτής προϊστάμενος Γεωπάρκου  
& Αθλητισμού

## Ο Γεωτουρισμός και η δυναμική των εναλλακτικών δραστηριοτήτων στο Δήμο Σητείας

Σε μια εποχή που ο τουρισμός αναζητά αυθεντικότητα και περιβαλλοντική ευαισθησία, ο κ. **Βαγγέλης Περάκης**, Συντονιστής του Γεωπάρκου Σητείας UNESCO, παρουσίασε με ενάργεια το όραμα και την εφαρμογή του Γεωτουρισμού, αποδεικνύοντας ότι η διατήρηση της φυσικής κληρονομιάς αποτελεί το ισχυρότερο αναπτυξιακό κεφάλαιο της Ανατολικής Κρήτης.

**Ταυτότητα και η Φιλοσοφία του Γεωπάρκου**  
Το Γεωπάρκο Σητείας, το οποίο από το 2024 περιλαμβάνει ολόκληρο τον Δήμο Σητείας, αποτελεί μέλος του Παγκόσμιου Δικτύου Γεωπάρκων της UNESCO. Η φιλοσοφία του είναι σαφής: ο Γεωτουρισμός και οι εναλλακτικές μορφές τουρισμού δεν είναι απλώς συμπληρωματικές δράσεις, αλλά το **βασικό κεφάλαιο** για την ανάπτυξη της τοπικής κοινότητας.

Ο κ. Περάκης τόνισε ότι η περιοχή, η οποία ιστορικά υπήρξε η λιγότερο ανεπτυγμένη τουριστικά στην Κρήτη, διαθέτει πλέον ένα **μεγάλο συγκριτικό πλεονέκτημα**: ένα καθαρό και αναλλοίωτο φυσικό περιβάλλον. Αυτή η ανέγγιχτη φύση, σε συνδυασμό με τον πλούσιο πολιτισμό και την ιστορία, δίνει το δικαίωμα στη Σητεία να οραματίζεται την ανάπτυξη της μέσω του **Γεωτουρισμού**, ο οποίος ορίζεται ως η μορφή τουρισμού που διατηρεί την τοπική ταυτότητα, ενσωματώνοντας τη γεωλογία, το περιβάλλον, τον πολιτισμό, και κυρίως, την ευημερία των κατοίκων.

**Η Γεωκληρονομιά ως Πόλος Έλξης**

Το Γεωπάρκο Σητείας είναι ένα «ενεργό γεωλογικό εργαστήριο», με εντυπωσιακά ορεινά τοπία, εκτεταμένες ακτογραμμές, κραστικά φαινόμενα, χαράδρες, και 90 γεωτόπους. Η γεωκληρονομιά της περιοχής είναι παγκόσμιας σημασίας:

- **Απολιθώματα:** Έχουν βρεθεί τα παλαιότερα απολιθώματα σε βαλκανικό επίπεδο, ηλικίας περίπου 350 εκατομμυρίων ετών.
- **Δεινοθήριο:** Το παγκοσμίου φήμης απολίθωμα του Δεινοθηρίου της Σητείας αποτελεί ένα εύρημα που χρήζει άμεσης αξιοποίησης σε έναν κατάλληλο εκθεσιακό χώρο.
- **Γεωλογικά Φαινόμενα:** Γεωτόποι όπως οι παλαιές ακτές στην Κάτω Ζάκρο, οι βαρίσκιες πέτρες, οι εντυπωσιακές πτυχώσεις στον Κάβο Σίδερος, και το ενεργό ρήγμα της Λασιθίου, προσελκύουν διεθνή επιστημονική κοινότητα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

**Ολοκληρωμένες Υποδομές για Βιωματικές Δράσεις**  
Για την υποστήριξη του Γεωτουρισμού, το Γεωπάρκο έχει αναπτύξει ένα ολοκληρωμένο δίκτυο υποδομών, ώστε ο επισκέπτης να έχει μια πολύπλευρη και ολοκληρωμένη εικόνα της περιοχής:

1. **Διαδρομές:** Έχουν χαρτογραφηθεί 31 τουριστικές διαδρομές (οδικές, ποδηλατικές, πεζοπορικές), οι οποίες συνδυάζουν γεωλογικό, παλαιοντολογικό, πολιτιστικό και ιστορικό ενδιαφέρον.
2. **Πληροφόρηση:** Υποστηρίζονται από έντυπο υλικό, εξειδικευμένους χάρτες και ψηφιακές εφαρμογές (π.χ., το Avenza app) για την ασφαλή περιήγηση.
3. **Ασφάλεια και Συντήρηση:** Η συνεργασία με εθελοντές (μεταξύ των οποίων και διεθνείς αποστολές της UNESCO) είναι κρίσιμη για τη συντήρηση των μονοπατιών, ενώ οι παρεμβάσεις σε σημεία όπως το Φαράγγι του Ρίχτη έχουν μειώσει δραστικά τα ατυχήματα.

**Η Δυναμική των Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού**  
Πέρα από τον καθαρό Γεωτουρισμό, το Γεωπάρκο φιλοξενεί και αναπτύσσει πλήθος εναλλακτικών δραστηριοτήτων:

- **Πεζοπορία & Θεματικές Διαδρομές:** Η πεζοπορία αποτελεί την πλέον δημοφιλή δράση, με ειδικές θεματικές διαδρομές, όπως εκείνη που συνδέει την Αξιοπηγή με την Κάτω Ζάκρο, εστιάζοντας στο νερό και τα πολιτιστικά στοιχεία.
- **Σπηλαιολογία:** Με περίπου 700 σπήλαια, η περιοχή προσελκύει διεθνείς αποστολές για επιστημονική έρευνα και σεμινάρια σπηλαιοδιάσωσης.
- **Παρατήρηση Φύσης:** Η Σητεία είναι

σημαντικός τόπος φωλιάσματος αρπακτικών, όπως ο Χρυσαιτός. Η πλούσια βιοποικιλότητα, με 1200 είδη χλωρίδας (πολλά στενοενδημικά), προσελκύει ειδικούς και ερασιτέχνες.

- **Αθλητικός Τουρισμός:** Δραστηριότητες όπως το Canyoning, το ποδήλατο βουνού και ο καταδυτικός τουρισμός αναδεικνύουν το υποθαλάσσιο γεωλογικό υπόβαθρο, επιτρέποντας την παρατήρηση αρχαίων γραμμών ακτών.

**Προκλήσεις και το Όραμα της Αειφορίας**

Ο κ. Περάκης δεν παρέλειψε να επισημάνει τις βασικές προκλήσεις, όπως η έλλειψη προσωπικού (όλες οι δράσεις λειτουργούν σε βάση εθελοντισμού) και η ανάγκη για μεγαλύτερα Κέντρα Ενημέρωσης.

Ωστόσο, το κρισιμότερο μήνυμα αφορά το **στοίχημα της αειφορίας**: «Πιστέψτε με, τουρισμός και ανάπτυξη χωρίς περιβάλλον δεν μπορεί να υπάρξει». Η αναπτυξιακή πορεία πρέπει να βασίζεται στην κατανόηση της φέρουσας ικανότητας του τοπίου και όχι στη βραχυπρόθεσμη κερδοσκοπία.

Το Γεωπάρκο Σητείας έχει θέσει τις βάσεις, δίνοντας όλα τα απαραίτητα εργαλεία στους τοπικούς φορείς και τους επιχειρηματίες του τουρισμού. Η επιτυχία, όπως κατέληξε ο ομιλητής, εξαρτάται από το αν υπάρχει **όραμα** από τις τοπικές αρχές και τους φορείς και αν οι **κοινωνίες πιστεύουν** σε αυτό το μοντέλο τουρισμού.

Η Σητεία, μέσα από το Γεωπάρκο της, προσφέρει έναν δρόμο: η προστασία και η ανάδειξη της μοναδικής της κληρονομιάς αποτελεί τον πιο βιώσιμο και αυθεντικό τρόπο να υποδεχθεί τον επισκέπτη και να εξασφαλίσει την ευημερία της.



*Βαγγέλης Περάκης*

Παρουσίαση

Video





**Αλέξανδρος Αποστολάκης**  
Κοσμήτορας  
Σχολής Επιστημών Διοίκησης & Οικονομίας  
Ελληνικό Μεσογειακό Πανεπιστήμιο  
Τμήμα Διοίκησης Επιχειρήσεων & Τουρισμού

*Αλέξανδρος  
Αποστολάκης*

# Η Οικονομία της Εμπειρίας & ο Ευφυής Τουρισμός: Από το Storytelling στην Πολιτιστική Συμμετοχή

Η παρουσίαση «Η Οικονομία της Εμπειρίας και ο Ευφυής Τουρισμός: Από το Storytelling στην Πολιτιστική Συμμετοχή» του Δρ. Αλέξανδρου Αποστολάκη εξετάζει τη σύζευξη δύο κρίσιμων εννοιών στη σύγχρονη τουριστική ανάπτυξη: την οικονομία της εμπειρίας και τον ευφυή τουρισμό, εστιάζοντας στο πώς αυτές μπορούν να οδηγήσουν σε βιώσιμα, πολιτισμικά πλούσια μοντέλα τουρισμού, με επίκεντρο την Κρήτη.

## Πλαίσιο και σκοπός

Η μελέτη στηρίζεται στην εργασία της Ομάδας Εστίασης της Περιφέρειας Κρήτης για το σύμπλεγμα ευφυούς τουρισμού–πολιτισμού, με συμμετοχή φορέων από βιομηχανία, ακαδημαϊκά ιδρύματα και τοπική αυτοδιοίκηση. Ο θεωρητικός στόχος ήταν να συμβάλει στη στρατηγική RIS3Crete (αναθεωρημένη Στρατηγική Έξυπνης Εξειδίκευσης) ενώ ο πρακτικός στόχος αφορούσε την καταγραφή καλών πρακτικών και την ενημέρωση ενδιαφερόμενων μερών για δράσεις εμπλουτισμού της τουριστικής αλυσίδας αξίας.

## Η Οικονομία της Εμπειρίας

Η έννοια της οικονομίας της εμπειρίας μετατοπίζει την παραγωγή αξίας από τα προϊόντα και τις υπηρεσίες στις συναισθηματικά φορτισμένες, συμμετοχικές εμπειρίες. Οι επιχειρήσεις σχεδιάζουν γεγονότα και περιβάλλοντα που ενεργοποιούν αισθήσεις και συναισθήματα. Στον τουρισμό, ο ταξιδιώτης δεν είναι πια παθητικός θεατής αλλά συν-δημιουργός του βιώματος. Η διαφοροποίηση

πλέον προκύπτει από την προσωπική εμπειρία και όχι από το προϊόν καθαυτό.

## Η σχέση με τον Ευφυή Τουρισμό

Ο ευφυής τουρισμός βασίζεται στη χρήση τεχνολογιών (AI, IoT, VR/AR, big data) για την προσωποποίηση και βελτιστοποίηση της εμπειρίας του ταξιδιώτη. Ενώ η οικονομία της εμπειρίας απαντά στο «τι και γιατί» (το νόημα και η αξία), ο ευφυής τουρισμός απαντά στο «πώς» (το τεχνολογικό και λειτουργικό πλαίσιο). Η τεχνολογία επιτρέπει να κατανοούνται οι προτιμήσεις του επισκέπτη και να σχεδιάζονται δυναμικά εξατομικευμένες εμπειρίες.

Κοινό στοιχείο και των δύο μοντέλων είναι η ενεργός συμμετοχή του επισκέπτη:

- Στην οικονομία της εμπειρίας, ο επισκέπτης συν-παράγει νόημα μέσα από βιωματικές δραστηριότητες.
- Στον ευφυή τουρισμό, συμμετέχει ενεργά μέσω αλληλεπίδρασης με ψηφιακές πλατφόρμες, δεδομένα και κοινότητες.

Η σύζευξη των δύο δημιουργεί ψηφιακά οικοσυστήματα εμπειριών μεγάλης κλίμακας, όπου η τεχνολογία λειτουργεί ως μέσο και ο πολιτισμός ως περιεχόμενο.

## Ο ρόλος της τοπικότητας και του storytelling

Η τεχνολογία από μόνη της δεν παράγει εμπειρία. Ο ευφυής τουρισμός χρειάζεται πολιτισμικό υπόβαθρο και αυθεντικές αφηγήσεις. Η οικονομία της εμπειρίας προσφέρει το νοηματικό πλαίσιο, δηλαδή τον τρόπο με τον οποίο η αφήγηση, η αισθητηριακή εμπλοκή και η τοπική ταυτότητα μετατρέπονται σε αξία. Ένα παράδειγμα είναι η εφαρμογή AR σε αρχαιολογικό χώρο: η τεχνολογία δημιουργεί την εμπύθιση, αλλά η σύνδεσή της με ιστορία, συναίσθημα και συμμετοχή την καθιστά βιωματικά ουσιαστική.

## Οικονομικές και κοινωνικές επιπτώσεις

Η οικονομία της εμπειρίας ενισχύει τη διαφοροποίηση και προσφέρει προστιθέμενη αξία (premium pricing, επαναλαμβανόμενος τουρισμός). Ο ευφυής τουρισμός αυξάνει την αποδοτικότητα και τη βιωσιμότητα. Ο συνδυασμός τους δημιουργεί βιώσιμα οικοσυστήματα τουρισμού–πολιτισμού υψηλής αξίας, ενισχύοντας την ανταγωνιστικότητα περιφερειών όπως η Κρήτη. Η Κρήτη επί του παρόντος επιχειρεί να μεταβεί από το μοντέλο μαζικού τουρισμού σε ένα πολιτιστικά συμμετοχικό και βιωματικό πρότυπο. Ο στόχος είναι η εξατομίκευση του τουριστικού αφηγήματος και η ανάδειξη της τοπικότητας μέσα από αυθεντικές εμπειρίες. Κεντρικό ρόλο έχουν:

- οι ντόπιοι πολιτιστικοί επιχειρηματίες,
- η ψηφιακή εκπαίδευση,
- και η δημιουργία νέων μορφών συμμετοχής του πληθυσμού.

Η μετάβαση απαιτεί εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος, εισαγωγή νέων στοιχείων και ενεργό εμπλοκή της τοπικής κοινωνίας, ειδικά των νέων και των απόδημων Κρητών.

## Προτάσεις πολιτικής και δράσεων

Η παρουσίαση προτείνει συγκεκριμένα βήματα:

1. Εκπαίδευση και ψηφιακή ενημέρωση των νέων για το τοπικό πολιτιστικό απόθεμα.
  - ο Δημιουργία ψηφιακών βάσεων δεδομένων και αποθετηρίων ανοικτής πρόσβασης για το πολιτιστικό υλικό.
  - ο Καθιέρωση ενιαίου συστήματος αναφοράς και καταγραφής πολιτιστικών δεδομένων.
1. Δικτύωση ψηφιακών πολιτιστικών επιχειρηματιών που συνδυάζουν τον ευφυή τουρισμό με την πολιτιστική συμμετοχή.
  1. Ενεργοποίηση ανενεργών τοπικών ομάδων (π.χ. αποδήμων) με ειδικές γνώσεις ώστε να συμβάλουν στη δημιουργία διαφοροποιημένων τουριστικών αφηγήσεων.

Η μετάβαση προς μια «οικονομία εμπειριών» για τους ντόπιους και όχι μόνο τους επισκέπτες θεωρείται κρίσιμη για τη βιωσιμότητα της τουριστικής οικονομίας της Κρήτης.

## Συμπεράσματα

Η οικονομία της εμπειρίας και ο ευφυής τουρισμός αποτελούν συμπληρωματικά μοντέλα. Η πρώτη επικεντρώνεται στο νόημα, το συναίσθημα και τη συμμετοχή, ενώ ο δεύτερος παρέχει τα τεχνολογικά εργαλεία που καθιστούν δυνατή την εξατομίκευση και τη βιώσιμη διαχείριση. Η ενοποίηση αυτών των προσεγγίσεων δημιουργεί ένα νέο παράδειγμα τουρισμού που είναι πολιτισμικά ουσιαστικό, τεχνολογικά καινοτόμο και κοινωνικά συμμετοχικό. Συνολικά, η μελέτη καταλήγει ότι το μέλλον του τουρισμού, ειδικά για περιοχές με έντονη πολιτιστική ταυτότητα όπως η Κρήτη, βρίσκεται στη συνέργεια πολιτισμού, τεχνολογίας και συμμετοχικής αφήγησης. Η μετάβαση από τον μαζικό τουρισμό προς μια ευφυή και βιωματική οικονομία δεν είναι μόνο στρατηγική επιλογή αλλά αναγκαιότητα για τη βιώσιμη ανάπτυξη.

Η Κρήτη επιδιώκει έναν μετασχηματισμό της τουριστικής της ταυτότητας:

Από τον προορισμό «ήλιος και θάλασσα» σε έναν ψηφιακά ενισχυμένο, πολιτιστικά βιωματικό τόπο, όπου ο επισκέπτης συμμετέχει ενεργά, ο κάτοικος έχει ρόλο συν-δημιουργού και η τεχνολογία λειτουργεί ως σύνδεσμος ανάμεσά τους. Η πιο επικρατέστερη θεώρηση είναι ότι αυτό το υβριδικό μοντέλο —συνδυάζοντας ευφυή τουρισμό με οικονομία της εμπειρίας— μπορεί να αποτελέσει πρότυπο περιφερειακής ανάπτυξης και πλαίσιο πολιτιστικής αναζωογόνησης για ολόκληρη τη Μεσόγειο.

**Παρουσίαση**

**Video**





**Στέλιος Ζαχαριουδάκης**  
Πρόεδρος Δικτύου Οινοποιών Κρήτης

## Ο Οινοτουρισμός σήμερα και οι προοπτικές ανάπτυξής του

Αξιότιμοι προσκεκλημένοι, κυρία Βουλευτή, κύριε Δήμαρχε, κύριε Αντιπεριφερειάρχη,

Θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά για την ευγενική πρόσκληση να μιλήσω στη σημερινή Ημερίδα με θέμα: «**Ο Οινοτουρισμός σήμερα και οι προοπτικές ανάπτυξής του**». Η Κρήτη, με την πλούσια αμπελοοινική της παράδοση, βρίσκεται σε ένα κρίσιμο σταυροδρόμι, και ως νέα διοίκηση του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης, έχουμε ένα σαφές όραμα για το μέλλον.

**Η Σημασία του Οινοτουρισμού: Ένας Παγκόσμιος Καμβάς**

Ο οινοτουρισμός δεν είναι πλέον μια απλή τάση. Είναι ίσως η **πιο σημαντική εναλλακτική μορφή τουρισμού** που αναπτύσσεται ραγδαία διεθνώς. Ο σύγχρονος ταξιδιώτης αναζητά την αυθεντική εμπειρία: τη γνωριμία με το κρασί, την ιστορία, τον πολιτισμό και τη γαστρονομία μιας περιοχής.

Στην Ελλάδα, παρότι θεωρείται σχετικά νέα μορφή, προσφέρει μια ολοκληρωμένη εμπειρία:

- Επισκέψεις σε οινοποιία και περιηγήσεις σε αμπελώνες.
- Δοκιμές κρασιών, με έμφαση στις γηγενείς ποικιλίες, συνοδευόμενες από εκλεκτά τοπικά προϊόντα.
- Εκμάθηση της διαδικασίας παραγωγής και των μυστικών της οινοποίησης.
- Αγορές απευθείας από την πηγή.

Τα πλεονεκτήματα για την τοπική οικονομία είναι τεράστια: δημιουργούνται θέσεις εργασίας, ενισχύεται η τοπική παραγωγή και, κυρίως, **αναδεικνύεται η πολιτιστική ταυτότητα της υπαίθρου**. Διεθνώς, η εξέλιξη είναι εντυπωσιακή. Στην Τοσκάνη, για παράδειγμα, το 70% με 80% των επισκεπτών δηλώνουν ότι ο βασικός λόγος της επίσκεψής τους είναι η οινογαστρονομία.

**Wines of Crete: Ο Δρόμος προς την Αναγνώριση**

Στην Κρήτη, το **Δίκτυο Οινοποιών Κρήτης (Wines of Crete)** συσπειρώνει περίπου 40 οινοποιούς, αντιπροσωπεύοντας σχεδόν το **95%** του εμφιαλωμένου κρασιού του νησιού. Έχουμε δημιουργήσει **10 Οινοτουριστικές Διαδρομές**, μέσω των οποίων ο οινοτουρίστας ενημερώνεται όχι μόνο για τα επισκέψιμα οινοποιεία και τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, αλλά και για τα γύρω αξιοθέατα (αρχαιολογικά, ιστορικά, θρησκευτικά).

Ο επισκέπτης στα κρητικά οινοποιεία ζει μια **μοναδική εμπειρία**, χάρη στο ιδιαίτερο ανάγλυφο του εδάφους, την εξαιρετική ποιότητα των κρασιών, ιδίως από τις **γγενείς ποικιλίες**, και την ποιότητα των ίδιων των οινοποιιών.

**Η διεθνής αναγνώριση** είναι πλέον γεγονός.

Ενδεικτικά, το έγκριτο περιοδικό **Wine Enthusiast**, ένα από τα κορυφαία παγκοσμίως, χαρακτήρισε την Κρήτη ως την **πρώτη από επτά περιοχές στον κόσμο** που θεωρεί ποιοτικά ανερχόμενη, καλώντας ειδικούς και οινόφιλους να την παρακολουθούν στενά.

**Προκλήσεις και Στρατηγικές για το Μέλλον**

Παρά τη θετική εικόνα, ο οινοτουρισμός στην Κρήτη βρίσκεται ακόμα κάτω από το πραγματικό του δυναμικό.

**Το Μεγάλο Κενό: Η Έλλειψη Δεδομένων**

Μας λείπουν **συστηματικά στοιχεία** για τον οινοτουρισμό, σε αντίθεση με περιοχές όπως η Τοσκάνη ή η Σικελία. Δεν γνωρίζουμε με ακρίβεια:

- Τον αριθμό των τουριστών που επισκέπτονται την περιοχή για οινοτουρισμό.
- Την εθνικότητα και το προφίλ τους.
- Τους μήνες υψηλής επισκεψιμότητας των οινοποιείων.

Αυτά τα στοιχεία είναι **απολύτως κρίσιμα** για τη διαχείριση του παρόντος και τον προγραμματισμό του μέλλοντος, με στόχο την **επέκταση του οινοτουρισμού όλο τον χρόνο**.

**Θετικές Εξελίξεις και Θεσμική Υποστήριξη**

Ευτυχώς, το θεσμικό πλαίσιο βελτιώνεται:

- Το Υπουργείο Τουρισμού προωθεί την **ειδική σήμανση** για τα επισκέψιμα οινοποιεία.
- Ο οινοτουρισμός εντάχθηκε στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού, επιτρέποντας την **επιδότηση επενδύσεων** σε χώρους γευσιγνωσίας.
- Συζητείται η θέσπιση **σήμανσης ανάλογης των αστεριών** των ξενοδοχείων για τα οινοποιεία, βάσει ποιότητας εγκαταστάσεων και υπηρεσιών.
- Η σύσταση του **Εθνικού Συμβουλίου Οινοτουρισμού** στα πλαίσια της Διεπαγγελματικής Αμπέλου και Οίνου δίνει τη δυνατότητα για εθνικό στρατηγικό σχεδιασμό.

**Το Όραμα: Ολοκληρωμένος Οινοτουριστικός Προορισμός**

Το όραμά μας για την Κρήτη είναι να καταστεί ο οινοτουρισμός η **εναλλακτική μορφή τουρισμού** που θα προσελκύει οινόφιλους **365 ημέρες τον χρόνο**.

Με την επικείμενη λειτουργία του **νέου αεροδρομίου στο Καστέλι**, η κρητική ενδοχώρα μπορεί να φιλοξενήσει τουρίστες που:

1. Θα επισκέπτονται τα οινοποιεία ως **κεντρικό άξονα**.
2. Θα διανυκτερεύουν σε καταλύματα στα χωριά.
3. Θα απολαμβάνουν την παραδοσιακή κρητική κουζίνα σε εστιατόρια της υπαίθρου.
4. Θα επισκέπτονται άλλες παραγωγικές μονάδες και χώρους αρχαιολογικούς και πολιτιστικούς.

Αυτή την **ολιστική προσέγγιση** σκοπεύουμε να μορφοποιήσουμε ως «**Οινοτουριστική Πρόταση της Κρήτης**» και να την προωθήσουμε δυναμικά στις διεθνείς τουριστικές εκθέσεις, συμμετέχοντας ως **Wines of Crete**.

**Δύο Μεγάλοι Στόχοι για το 2027**

Σήμερα, είμαι σε θέση να ανακοινώσω δύο στρατηγικούς στόχους του Δικτύου Οινοποιών Κρήτης για το 2027:

1. **Μεταπτυχιακό στον Οινοτουρισμό:** Υπογράψαμε επιστολή ενδιαφέροντος για τη δημιουργία ενός **διετούς μεταπτυχιακού προγράμματος στον Οινοτουρισμό** από το 2027, σε συνεργασία του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου (ΕΛΜΕΠΑ) και του φημισμένου Πανεπιστημίου Geisenheim της Γερμανίας. Η πρακτική άσκηση των φοιτητών θα γίνεται στα οινοποιεία της Κρήτης.
2. **Παγκόσμιο Συνέδριο Οινοτουρισμού:** Διεκδικούμε το **Παγκόσμιο Συνέδριο Οινοτουρισμού του 2027** να φιλοξενηθεί στην Κρήτη.

Η επίτευξη αυτών των δύο στόχων, σε συνδυασμό με την έναρξη λειτουργίας του **νέου αεροδρομίου στο Καστέλι** την ίδια χρονική περίοδο και τη στρατηγική μας για **οινοτουρισμό όλο τον χρόνο**, θα αποτελέσει καταλυτικό παράγοντα για την ανάπτυξη.

Ο οινοτουρισμός στην Κρήτη έχει **όλες τις προοπτικές να πάει άριστα**, ενισχύοντας την προώθηση του κρητικού κρασιού, αναγεννώνοντας την αμπελοαγορά και, ευρύτερα, ολόκληρη την ύπαιθρο του νησιού.

Σας ευχαριστώ πολύ. Τέτοιες ημερίδες είναι ζωτικής σημασίας για τη συνεργασία και την απόκτηση των στοιχείων που χρειαζόμαστε, καθώς, όπως είπα, **αν δεν έχουμε στοιχεία, δεν μπορούμε να διαχειριστούμε το παρόν ούτε να προγραμματίσουμε το μέλλον**.

*Στέλιος Ζαχαριουδάκης*

**Video**





**Σπύρος Μπαλαντίνος**  
Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος  
Διασύνδεσης Πρωτογενούς τομέα  
με τον τουρισμό

## Σπύρος Μπαλαντίνος

# Ο Κρητικός Διατροφικός Πολιτισμός ως Γέφυρα Φιλοξενίας & Βιωματικού Τουρισμού

Καλημέρα σας.

Θα ήθελα να εκφράσω τις θερμές μου ευχαριστίες στους διοργανωτές για την πρόσκληση να συμμετάσχω στην 5η Ημερίδα «Κρητών Φιλοξενείν», έναν θεσμό που αναδεικνύει την καρδιά του κρητικού τουριστικού προϊόντος: τη Φιλοξενία και τον Βιωματικό Τουρισμό.

Ως Εντεταλμένος Περιφερειακός Σύμβουλος Διασύνδεσης Πρωτογενούς τομέα με τον Τουρισμό, και ως τέταρτη γενιά τυροκόμος, το ζήτημα της σύνδεσης της παραγωγής με τη φιλοξενία είναι για εμένα προσωπικό στοίχημα. Η σημερινή μου εισήγηση έχει τίτλο «Ο Κρητικός Διατροφικός Πολιτισμός ως Γέφυρα Φιλοξενίας & Βιωματικού Τουρισμού».

**Η Κρήτη Σήμερα: Το Ιστορικό Υψηλό και οι Πιέσεις**  
Η Κρήτη σήμερα βρίσκεται σε ιστορικό υψηλό τουριστικής κίνησης. Το 2024, οι αφίξεις στα αεροδρόμια Ηρακλείου και Χανίων ξεπέρασαν τα 5,5 εκατομμύρια, καταγράφοντας νέο ρεκόρ. Οι διανυκτερεύσεις αγγίζουν τα 35 εκατομμύρια, με αύξηση άνω του 15%, ενώ οι εισπράξεις του τουρισμού φτάνουν τα 4,2 δισ. ευρώ, δηλαδή το 25% των συνολικών εσόδων. Παράλληλα, παρατηρείται άνοδος σε κρουαζιέρες, city breaks και θεματικές εμπειρίες.

Ωστόσο, αυτή η επιτυχία συνοδεύεται από σημαντικές

πιέσεις στις υποδομές και στην κοινωνία.  
Έχουμε:

- Συγκέντρωση τουρισμού στον Βόρειο Άξονα, με κυκλοφοριακή και ενεργειακή πίεση.
- Υποχώρηση των υδροφόρων οριζόντων, με το νερό για πισίνες και τουριστικές μονάδες να προκαλεί αντιδράσεις στους αγρότες.
- Επιδείνωση των ξηρασιών και αύξηση των αναγκών ψύξης λόγω της κλιματικής κρίσης.
- Κοινωνικές εντάσεις λόγω χαμηλών μισθών έναντι του υψηλού κόστους ζωής στις τουριστικές περιοχές.

### Η Στρατηγική Απάντηση: Γαστρονομική Περιφέρεια 2026

Η ανάδειξη της Κρήτης ως «Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης 2026» αποτελεί μια μεγάλη ευκαιρία και τη στρατηγική μας απάντηση.

Οι δεσμεύσεις που αναλαμβάνουμε στο πλαίσιο της Γαστρονομικής Περιφέρειας της Ευρώπης, θα θέσουν τις βάσεις για τη δημιουργία ενός στρατηγικού σχεδιασμού που θα μας οδηγήσει και μετά το 2026. Στόχος είναι να δημιουργήσουμε μια ισχυρή, βιώσιμη διεθνή ταυτότητα, βασισμένη σε τέσσερις πυλώνες: την Τοπική Παραγωγή & Εφοδιαστική Αλυσίδα, την Εκπαίδευση & Έρευνα, την Προώθηση της Γαστρονομίας και τη Βιώσιμη Ανάπτυξη.

### Ο Κρητικός Διατροφικός Πολιτισμός: Ο Τρόπος Ζωής

Γιατί όμως επιλέγουμε να βάλουμε στο επίκεντρο τον «Κρητικό Διατροφικό Πολιτισμό»; Διότι η υγεία, η ευημερία, η ανθεκτικότητα και η μακροημέρευση δεν προκύπτουν μόνο μέσω ενός

διαιτολογίου, αλλά συνολικά μέσα από έναν «Τρόπο Ζωής».

Ο Κρητικός Διατροφικός Πολιτισμός, η «καρδιά» της παγκοσμίως αναγνωρισμένης Μεσογειακής διατροφής, συνίσταται κατά βάση:

- Στην ολιγαρκή κατανάλωση τοπικών, εποχικών πρώτων υλών και ομάδων τροφίμων, σε συγκεκριμένη ποσότητα και υπό φυσική και ήπια επεξεργασία.
- Στην άσκηση και ευρύτερα στη φυσική δραστηριότητα.
- Στην κοινωνική διάσταση της διατροφής.

Αυτός ο Πολιτισμός είναι η γέφυρα που μπορεί να συνδέσει τον **Πρωτογενή Τομέα** με τον **Τουρισμό**. Είναι το μοναδικό, αυθεντικό και βιωματικό στοιχείο που μπορεί να προσφέρει η Κρήτη για να διαφοροποιηθεί και να αναπτύξει ένα μοντέλο βιώσιμης φιλοξενίας.

### Συμπέρασμα

Η επιτυχία μας δεν είναι απλώς θέμα αριθμών και ρεκόρ. Είναι θέμα **βιωσιμότητας** και **ταυτότητας**. Η επιτυχία της Κρήτης ως Γαστρονομική Περιφέρεια της Ευρώπης και ως προορισμός που προσφέρει αυθεντική εμπειρία, εξαρτάται από τη **συλλογική προσπάθεια** όλων των εμπλεκόμενων μερών.

Μόνο αν εργαστούμε όλοι μαζί –παραγωγοί, ξενοδόχοι, εστιατορές, φορείς– για να αναδείξουμε τον Κρητικό Διατροφικό Πολιτισμό ως μια ολιστική εμπειρία ζωής, μπορούμε να διασφαλίσουμε ένα μέλλον ευημερίας για την Κρήτη.

Σας ευχαριστώ πολύ.

Παρουσίαση

Video





**Σοφία Σαββιδάκη**  
CEO της οικογενειακής επιχείρησης  
Savidakis Family

## Γεύση, Μνήμη & Ταυτότητα

Σοφία Σαββιδάκη

Αξιότιμες κυρίες, αξιότιμοι κύριοι,

Με χαρά και περηφάνια σας καλωσορίζω στον τόπο μου, τη Σητεία — έναν τόπο όπου οι άνθρωποι πίνουν ακόμη τη γη με τα χέρια, την καλλιεργούν, τη σέβονται και τη μετατρέπουν σε ζωή.

Εδώ παράγουμε το εξαιρετικό ελαιόλαδο ΠΟΠ Σητείας, το μελίσι μας δίνει θησαυρούς από τα άγρια θυμάρια, αποστάζουμε τσικουδιά με αγάπη, μαζεύουμε βότανα από τα απάτητα βουνά μας.

Σας καλωσορίζουμε, λοιπόν, με ανοιχτή καρδιά, στην Σητεία της παράδοσης και της προόδου.

Να συστηθώ για τους επισκέπτες που δεν με γνωρίζουν, λέγομαι Σοφία, Σοφία Σαββιδάκη και εκπροσωπώ την τέταρτη γενιά της οικογενειακής μας επιχείρησης Savidakis Family, μια καθετοποιημένη μονάδα παραγωγής/τυποποίησης μελιού, ελαιολάδου & τσικουδιάς.

Η σημερινή μας συνάντηση μάς φέρνει μπροστά σε τρεις λέξεις:

**Γεύση, Μνήμη και Ταυτότητα.**

Τρεις έννοιες που, όταν ενωθούν, αποκαλύπτουν την ψυχή του βιωματικού τουρισμού και τη δύναμη της

τοπικής ανάπτυξης.

Μιλάμε για έναν τουρισμό που δεν «καταναλώνει» τόπο, αλλά τον ζει, τον γεύεται και τον θυμάται.

**Η Γεύση – Η είσοδος στον πολιτισμό ενός τόπου**

Η γεύση είναι ο πιο άμεσος τρόπος να επικοινωνήσεις με έναν τόπο. Πριν ακόμα μιλήσουμε τη γλώσσα του τόπου, τον «γευόμαστε». Μέσα από ένα κομμάτι ψωμί, μια σταγόνα ελαιόλαδο ή μια ρακή στο καλωσόρισμα, ο επισκέπτης αισθάνεται τι σημαίνει Κρήτη.

Η γεύση εδώ δεν είναι μόνο απόλαυση· είναι **πολιτισμικός φορέας**.

Όταν ένας ταξιδιώτης δοκιμάζει το μέλι της Σητείας ή ένα φλυτζάνι δίκταμο, δεν γεύεται μόνο το προϊόν — γεύεται **ιστορίες**:

Γνωρίζει τη γη, το κλίμα, τους ανθρώπους, τις αξίες ενός τόπου και τις συνήθειες μαγειρικής που έχουν κληροδοτηθεί από γενιά σε γενιά.

Σύμφωνα με στοιχεία ερευνών όπως του **UNWTO (Παγκόσμιου Οργανισμού Τουρισμού των Ηνωμένων Εθνών 2023)**, πάνω από το **88% των ταξιδιωτών** δηλώνουν πως η γαστρονομία επηρεάζει σημαντικά την επιλογή προορισμού.

Μελέτες του κλάδου δείχνουν ότι ο γαστρονομικός τουρισμός βιώνει σημαντική ανάπτυξη στην Ευρώπη — με προβλέψεις ετήσιας αύξησης γύρω στο 15-20% στα επόμενα χρόνια.

Η Κρήτη μας διαθέτει ό,τι χρειάζεται για να πρωταγωνιστήσει: αυθεντικά προϊόντα, παραδοσιακές τεχνικές, και μια κουλτούρα φιλοξενίας που δεν διδάσκεται - αλλά βιώνεται.

**Η ΜΝΗΜΗ — Η δύναμη της εμπειρίας**

Η γεύση στη συνέχεια γεννά μνήμες. Και η μνήμη δίνει διάρκεια στην εμπειρία. Μπορεί να ξεχάσουμε το τοπίο ή το όνομα ενός χωριού, αλλά δεν ξεχνάμε ποτέ μια γεύση που μας συγκίνησε όταν το επισκεφθήκαμε.

Έρευνα της **Booking.com (2023) Travel Prediction Report** δείχνει ότι οι ταξιδιώτες πλέον αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες, επαφή με τη φύση και παραγωγικές δραστηριότητες που «θα θυμούνται για μια ζωή».

**Και αυτές οι μνήμες δεν προκύπτουν από φωτογραφίες, αλλά από συμμετοχή — να μαζεύεις ελιές, να τρυγήσεις μέλι, να φτιάξεις τυρί.. Αυτές οι στιγμές δεν είναι τουριστικές· είναι βιωματικές.**

Εκεί ο επισκέπτης παύει να είναι θεατής και γίνεται συμμετοχός στην εμπειρία.

**Η μνήμη είναι η γέφυρα που μετατρέπει μια εμπειρία σε αφήγηση, και έναν επισκέπτη σε**

**πρεσβευτή του τόπου....**

**Η ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ — Το στρατηγικό πλεονέκτημα της Κρήτης**

Η ταυτότητα στην συνεχεια είναι η γέφυρα που ενώνει τη γεύση και τη μνήμη με την ανάπτυξη. Είναι αυτό που κάνει έναν προορισμό αναγνωρίσιμο, αυθεντικό και διαχρονικό.

Η Κρήτη δεν χρειάζεται να αντιγράψει κανέναν· έχει ήδη μια ισχυρή ταυτότητα στηριγμένη στη γη, στους ανθρώπους, στα προϊόντα, στη φιλοξενία.

Το στοιχείο είναι να τη **μετατρέψουμε σε εμπειρία**. Να περάσουμε από το «παράγω προϊόντα» στο «δημιουργώ ιστορίες γύρω από αυτά». Το γνωστό story telling.

Η ταυτότητα δεν είναι κάτι που απλώς έχουμε. Είναι κάτι που συνεχώς **χτίζουμε, αφηγούμαστε και εξελίσσουμε**.

Και μέσα από αυτήν την ταυτότητα, η Κρήτη μπορεί να γίνει **πρότυπο βιωματικού τουρισμού διεθνώς**.

Το Νησί μας διαθέτει έναν πραγματικό θησαυρό προϊόντων — όχι μόνο ως αγαθά προς πώληση, αλλά ως **φορείς εμπειριών και ιστοριών**.

Κάθε προϊόν του πρωτογενούς τομέα μπορεί να αποτελέσει πύλη βιωματικού τουρισμού:

**Το ελαιόλαδο**, μέσα από συμμετοχή στον ελαιόμαζωμα, την επίσκεψη σε ελαιουργία και το μαγείρεμα παραδοσιακών πιάτων.

**Το μέλι**, μέσα από την επαφή με τη μέλισσα με μουργιόνι, την τέχνη του τρύγου & την γευσιγνωσία των κρητικών ποικιλιών μελιού.

**Το τυρί**, μέσα από επίσκεψη σε μιτάτο, παρακολούθηση στην φροντίδα των ζώων, το άρμεγμα, η τυροκόμιση.

**Τα βότανα**, μέσα από περιπατητικές διαδρομές, που η Κρήτη έχει άφθονες, να συλλέξουν και να κάνουμε τσάι ή σαπούνια.

**Τα φρούτα**, να συμμετέχει σε συγκομιδή εποχικών φρούτων, να τα καθαρίσει και να φτιάξει μαρμελάδες ή γλυκά κουταλιού.

**Το κρασί και η τσικουδιά**, μέσα από την συγκομιδή σταφυλιών. Επίσκεψη σε οινοποιείο, μέθοδοι απόσταξης και ούτως καθ' εξής.

Η αξία δεν βρίσκεται μόνο στο προϊόν, αλλά στο **πώς το ζει ο επισκέπτης**. Και εκεί ακριβώς ανοίγεται ο δρόμος για **οικογενειακές επιχειρήσεις, παραγωγούς και μικρούς φορείς** να δημιουργήσουν δραστηριότητες που συνδέουν τον τόπο με τον ταξιδιώτη.

**Ποια τα οφέλη τώρα για τον τόπο & την τοπική ανάπτυξη;**

• **Ενίσχυση της τοπικής οικονομίας** – Τα έσοδα διαχέονται σε μικρές επιχειρήσεις, παραγωγούς και κοινότητες, όχι μόνο στα μεγάλα ξενοδοχεία και τα

εργοστάσια.

- **Πρώθηση τοπικών προϊόντων** – Τα προϊόντα παύουν να είναι απλά εμπορεύματα και αποκτούν νέα αξία, ως φορείς πολιτισμού και ταυτότητας.
- **Αποσυμφόρηση δημοφιλών προορισμών** – Δίνεται ζωή σε αγροτικές και ορεινές περιοχές, και ο τουρισμός επεκτείνεται σε όλη τη διάρκεια του χρόνου, όχι μόνο τους καλοκαιρινούς μήνες.
- **Προστασία πολιτιστικής κληρονομιάς** – Η συμμετοχή σε τοπικές δραστηριότητες κρατά ζωντανές τις παραδόσεις, τα επαγγέλματα και τις γνώσεις των παλαιότερων.
- **Αειφορία και περιβαλλοντική ευαισθησία** – Ο επισκέπτης συνδέεται με τη φύση, μαθαίνει να σέβεται τη γη και τους κύκλους της.

**Τα Οφέλη για τους επαγγελματίες & παραγωγούς**

- **Διαφοροποίηση εισοδήματος** – Ο παραγωγός δεν πουλά πια μόνο το προϊόν του· πουλά εμπειρία, ιστορία, αυθεντικότητα.
- **Αύξηση αναγνωρισιμότητας** – Οι επισκέπτες μετατρέπονται σε «πρεσβευτές» του τόπου καθώς μοιράζεται τη στιγμή του στα social media στο εξωτερικό.
- Δικτύωση και συνεργασίες – Ενώνει επαγγελματίες από διαφορετικούς τομείς (αγρότες, ξενοδόχους, σεφ, ξεναγούς). Για ένα κοινό σκοπό.
- **Καινοτομία στην παράδοση** – Οι παλιές τεχνικές, όπως η τυροκόμηση ή η μελισσοκομία, παντρεύονται με τη σύγχρονη εμπειρία και γίνονται «ζωντανές» μπροστά στα μάτια του επισκέπτη.
- **Αύξηση πιστότητας επισκεπτών (repeaters)** – ο ταξιδιώτης που βιώνει αυτή τη σύνδεση επιστρέφει. Γίνεται φίλος του τόπου, όχι απλά ένας πελάτης.

**Οφέλη για τον ταξιδιώτη**

- **Αυθεντική εμπειρία** – η εμπειρία αυτή είναι κάτι πολύ περισσότερο από διακοπές. Είναι μια αληθινή γνωριμία με ανθρώπους — όχι μόνο με αξιοθέατα. Μαθαίνει, συμμετέχει, ζυμώνει, τρυγά, γεύεται. Γίνεται μέρος μιας ιστορίας που θα θυμάται για χρόνια.
- **Συναισθηματική σύνδεση με τον τόπο** – Δημιουργούνται ανθρώπινες σχέσεις ανάμεσα στους παραγωγούς και τους επισκέπτες.
- **Μάθηση και προσωπική εξέλιξη** – Μαθαίνει για τις καλλιέργειες, τις παραδοσιακές τεχνικές, τη διατροφική αξία, τον πολιτισμό, την τοπική φιλοσοφία ζωής.
- **Αίσθημα συμμετοχής και ευθύνης** – Ο επισκέπτης γίνεται προσωρινός κάτοικος· αισθάνεται μέρος της κοινότητας, μέρος της οικογένειας μας.

**Συγκεκριμένες Προτάσεις για τους Φορείς & Επαγγελματίες**

Για να ανθίσουν αυτές όμως οι εμπειρίες, χρειάζεται συνεργασία και κοινό όραμα.

Οι μικροί παραγωγοί και οι οικογενειακές επιχειρήσεις κρατούν στα χέρια τους το πιο δυνατό μας όπλο: **την αυθεντικότητα**.

Αρκεί να ενωθούν, να συνεργαστούν με φορείς και επαγγελματίες, και να μετατρέψουν τη γνώση και τις ιστορίες τους σε εμπειρίες που μένουν στη μνήμη του επισκέπτη.

Ήρθε η στιγμή, λοιπόν, να περάσουμε σε **προτάσεις και δράσεις** για μια Κρήτη-πρότυπο βιωματικού τουρισμού. Μερικές από αυτές είναι:

• **Δικτύωση παραγωγών – τουριστικών επιχειρήσεων – δήμων.**

Δημιουργία τοπικών cluster για βιωματικό τουρισμό με κοινή στρατηγική, σήμανση, προβολή & ανταλλαγή τεχνογνωσίας.

• Ανάπτυξη **θεματικών διαδρομών** με χάρτες, σήμανση και QR codes που οδηγούν σε ιστορίες παραγωγών, συνταγές και βίντεο. (όπως το wines of crete που μας δείχνει το δρόμο για το ελαιολάδο, μελι κλπ).

• Προώθηση συνεργασιών ανάμεσα σε **τουριστικά καταλύματα και παραγωγούς**, ώστε κάθε ξενοδοχείο να προσφέρει **«γεύσεις του τόπου»** και δυνατότητα επίσκεψης στις μονάδες παραγωγής.

• Προγράμματα **storytelling & hospitality training** για επαγγελματίες του τουρισμού και παραγωγούς.

Πώς αφηγούμαι την ιστορία του προϊόντος μου; Πώς μετατρέπω τη διαδικασία παραγωγής σε εμπειρία;

• **Δημιουργία πακέτων «From Earth to Table» — συνδυασμός αγροτουριστικής εμπειρίας, γευσιγνωσίας και τοπικής κουζίνας.**

• Δημιουργία **θερινών σχολείων βιωματικού τουρισμού**, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης, για νέους επαγγελματίες του πρωτογενούς τομέα.

• **Ψηφιακή προβολή εμπειριών** μέσω πλατφορμών, VR περιηγήσεων και social media micro-content για εικονικές περιηγήσεις σε ελαιώνες, μελισσοκομεία ή τυροκομεία για προσέλκυση ξένων επισκεπτών.

• Επένδυση σε **short-form περιεχόμενο (TikTok, Instagram Reels)** με ανθρώπινες ιστορίες παραγωγών.

• Δημιουργία **ενιαίας πλατφόρμας προβολής εμπειριών βιωματικού τουρισμού** της Κρήτης (π.χ. ExperienceCrete.gr) με δυνατότητα online κρατήσεων.

• Δημιουργία τοπικής **σήμανσης αυθεντικών εμπειριών «Cretan Experience»**, που θα εγγυάται βιωματική, ασφαλή και ποιοτική συμμετοχή του επισκέπτη. (π.χ. συλλογή μελιού, μαγείρεμα, ελαιομάζωμα).

• **Συνεργασία με πανεπιστήμια & ερευνητικά κέντρα**, για καταγραφή, προβολή και καινοτομία στα τοπικά προϊόντα.

• Ενίσχυση συνεργασιών με **Περιφέρεια Κρήτης και Υπουργείο Τουρισμού** για χρηματοδοτικά εργαλεία και branding υποστήριξη.

• Ενσωμάτωση **αναγεννησιακού τουρισμού** (regenerative tourism): κάθε εμπειρία να αφήνει θετικό

αποτύπωμα στον τόπο — οικολογικό και κοινωνικό.

• Προώθηση πράσινων πρακτικών (μείωση πλαστικών, χρήση τοπικών προϊόντων, ανακύκλωση) ως προϋπόθεση πιστοποίησης βιωματικών εμπειριών.

• Ενίσχυση **εκπαιδευτικών επισκέψεων** (σχολείων, φοιτητών, ερευνητών) σε παραγωγικές μονάδες με βιωματικό χαρακτήρα.

• Προώθηση δράσεων **ενδογενούς τουρισμού** — Κρητικοί που γνωρίζουν ξανά τον τόπο τους μέσα από τη γεύση και την εμπειρία.

• Ανάπτυξη **μικρών οικογενειακών επισκέψιμων μονάδων** (ελαιουργεία, τυροκομεία, μελισσοκομεία) με κοινή ταυτότητα και εκπαίδευση στην υποδοχή επισκεπτών.

• Συμμετοχή σε **διεθνείς εκθέσεις τουρισμού** με παρουσιάσεις παραγωγών, των προϊόντων & δραστηριοτήτων.

**ΤΕΣΣΕΡΕΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΒΙΩΜΑΤΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΗ ΣΗΤΕΙΑ**

Στη Σητεία έως σήμερα, λίγες μόνο επιχειρήσεις προσφέρουν βιωματικό τουρισμό. Υπερήφανα αναφέρομαι αρχικά στην οικογενειακή μας επιχείρηση, **Savidakis Family**, που φέτος κλείνουμε 10 χρόνια αγροτουρισμού, με περισσότερους από 60.000 επισκέπτες να συμμετέχουν σε ξεναγήσεις, γευσιγνωσίες και δραστηριότητες στον χώρο της παραγωγής.

Παράλληλα, στο κατάστημά μας **Kipseli** έχουμε διοργανώσει περισσότερες από 400 γευσιγνωσίες με μέλι, ελαιόλαδο και τσικουδιά, φέρνοντας τους επισκέπτες πιο κοντά στην αυθεντικότητα της κρητικής παραγωγής.

Πρόσφατα ξεκίνησαν και άλλες τρεις αξιόλογες πρωτοβουλίες: η **Χριστίνα Χρυσούλα**, με πεζοπορίες και γευσιγνωσίες ελαιολάδου, η **Evoke Greece**, της Κρίστι Παπαδάκη με εμπειρίες ζυμώματος ψωμιού και ο Μακρυνάκης Νίκος με τα μαθήματα κεραμικής.

Όλες αυτές οι προσπάθειες δείχνουν κάτι σημαντικό: η Σητεία έχει τεράστιες δυνατότητες. Περιμένει νέους ανθρώπους με όραμα και πάθος να ακολουθήσουν. Η γη μας έχει πλούτο, παράδοση, ιστορία. Και όποιος τολμήσει να μοιραστεί αυτή την εμπειρία με τους επισκέπτες... μπορεί να δημιουργήσει κάτι πραγματικά μοναδικό.

Σας χαιρετώ λέγοντας ότι η Κρήτη δεν χρειάζεται να ψάξει κάτι νέο· το έχει ήδη μέσα της — γη, γεύση, ιστορία, ανθρώπους.

Το στοίχημα είναι να τα ενώσουμε, να δώσουμε μορφή στην αυθεντικότητα και αξία στην εμπειρία του επισκέπτη.

Σας ευχαριστώ θερμά!





**Κωνσταντίνος Ζορμπάς**  
Γενικός Διευθυντής  
Ερευνητικού Κέντρου  
«Ορθόδοξος Ακαδημία Κρήτης»,  
Πολιτικός Επιστήμων & Αναλυτής,  
Κοινωνιολόγος & Θεολόγος

## Οι υπεραποδόσεις της επιτυχίας που επισκιάζουν τις μεγάλες επερχόμενες δυσκολίες

Κωνσταντίνος  
Ζορμπάς

Αγαπητοί διοργανωτές, εκλεκτοί συνάδελφοι,  
Σας ευχαριστώ για την ευκαιρία να μοιραστώ σκέψεις  
γύρω από τον **πυρήνα του τουρισμού**, την **φιλοξενία**.  
Η φιλοξενία δεν είναι απλώς μια υπηρεσία, αλλά  
ένα **υπαρξιακό** και **ανθρωπολογικό** θέμα. Αφορά  
τη σχέση μας με τον **άλλον, τον ξένο, τον άγνωστο  
Θεό**, όπως τον χαρακτηρίζει ο Νίκος Καζαντζάκης στην  
«Αναφορά στον Γκρέκο». Στην Κρήτη, η φιλοξενία  
είναι **τρόπος ζωής** και **συμπεριφοράς**.

**1. Ο Υπερτουρισμός: Όρια και Κίνδυνος Χρεοκοπίας**  
Η σημερινή πραγματικότητα επιβάλλει να θέσουμε **όρια**  
σε αυτήν την ατέρμονη φιλοξενία, διότι η απουσία ορίων  
μπορεί να οδηγήσει σε **ελλειμματική φιλοξενία**.

**Ο Ακατονόμαστος Κίνδυνος**

Ο όρος **Υπερτουρισμός**, τον οποίο ακούσαμε ήδη  
τρεις φορές, ορίζεται από τον Παγκόσμιο Οργανισμό  
Τουρισμού με βάση δύο κριτήρια:

1. Την **υπερβολική επιρροή στην ποιότητα  
ζωής** των μόνιμων κατοίκων.
2. Την **ποιότητα των εμπειριών** των  
επισκεπτών.

Όταν αυτά τα δύο επηρεάζονται, έχουμε υπερτουρισμό,

και ναι, τον έχουμε ήδη στην Κρήτη.

**Το Μοντέλο της Μονοκαλλιέργειας**

Το σημερινό τουριστικό μοντέλο μοιάζει με **επιχείρηση  
που αυξάνει τις πωλήσεις αλλά μειώνει τα κέρδη**.

- Οι αριθμοί, ενώ φαντάζουν εντυπωσιακοί,  
κρύβουν κινδύνους: Εάν το 2034 φτάσουμε τα  
90 εκατομμύρια επισκέπτες, αλλά τα **έσοδα  
ανά επισκέπτη περιοριστούν στα 390€**,  
ο **τριπλασιασμός των δαπανών** για τη  
διαχείριση απορριμμάτων και τη φθορά των  
υποδομών, του αέρα και του νερού, είναι  
πιθανό να καταστήσει το **ισοζύγιο εσόδων-  
εξόδων αρνητικό**.
- Σε αυτή την περίπτωση, η επιχείρηση  
που λέγεται τουρισμός **χρεοκοπεί**. Αυτό  
συμβαίνει επειδή ο τουρισμός λειτουργεί  
ως **μονοκαλλιέργεια**, κάτι που εγκυμονεί  
πάντοτε κινδύνους, οδηγώντας μας  
στην **«κατάρρα των πόρων»**.

**2. Η Λύση: Από την «Επιτάχυνση» στον  
«Συντονισμό»**

Το πρόβλημα που ζούμε σήμερα είναι η **εποχή της  
επιτάχυνσης**, η οποία οδηγεί σε **εξάντληση**—ψυχική  
και σωματική. Είμαστε συνέχεια «στην τζούρα» χωρίς  
να βλέπουμε οφέλη.

**Η Θεολογία του Πεζουλιού**

Το αντίδοτο στην εξάντληση και η εναλλακτική λύση  
είναι η έννοια του **Συντονισμού**. Ο συντονισμός  
είναι η **αντιμετώπιση του κόσμου**—ανθρώπων,  
πραγμάτων, ύλης, φύσης και ζωής.

- Ο φιλοξενούμενος πρέπει να πάρει αυτή την  
έννοια του συντονισμού, όχι μόνο τρώγοντας  
μια καλή γραβιέρα, αλλά **κατανοώντας  
τι κρύβεται πίσω από το φαγητό**: τη  
συμπεριφορά, τη σχέση μας με τη φύση και  
τον **λιτό τρόπο ζωής**. Αυτή είναι η «θεολογία  
του πεζουλιού».

**Η Τουριστική Βιομηχανία Εκτός Ελέγχου**

Η ταξιδιωτική βιομηχανία είναι σήμερα **εκτός  
ελέγχου** και έχει μετατραπεί σε «αγώνα προς τον  
πάτο». Ο προορισμός, που ξεκινά ως **υψηλής  
ποιότητας για λίγους**, μέσα σε μερικά χρόνια  
γίνεται **χώρος μαζικής αγοράς**. Η τοπική κοινωνία  
αντιδρά, όχι επειδή είναι κατά του τουρισμού, αλλά  
επειδή νιώθει ότι **δεν ελέγχει πλέον τον τόπο της**.

**3. Προτάσεις για Πραγματική Καινοτομία και  
Ανθεκτικότητα**

Ο τουρισμός, όσο σημαντικός κι αν είναι, **δεν είναι ο  
μοναδικός δρόμος προς την ευημερία**. Η αύξηση  
του ΑΕΠ λόγω του τουρισμού σήμερα λειτουργεί  
ως **«κόκκινη σειρήνα έκτακτης ανάγκης»**, σημάδι  
μιας οικονομίας που αποτυγχάνει σε όλους τους άλλους  
τομείς.

Η **πραγματική καινοτομία** βρίσκεται στην **ανάδειξη**

**των χαρακτηριστικών** που αυξάνουν  
τη **διαφοροποίηση** του προϊόντος μας, καθιστώντας  
το **σπάνιο** και **περιζήτητο**:

- **Φυσικός Πλούτος έναντι  
Οικοδόμησης**: Έμφαση στη διατήρηση  
του φυσικού πλούτου έναντι της συνεχούς  
καταστροφής του μέσω της οικοδόμησης.
- **Μικρή Κλίμακα**: Έμφαση στη **μικρή  
κλίμακα** και στις **τοπικές ιδιαιτερότητες**,  
έναντι της μίμησης και της ενσωμάτωσης σε  
μεγάλες διεθνείς αλυσίδες.
- **Πολιτισμός και Κουλτούρα**: Διατήρηση και  
περαιτέρω καλλιέργεια του πολιτισμού και της  
κουλτούρας μας.

**Απαιτούμενες Δράσεις**

1. **Επαγγελματική  
Εκπαίδευση**: Θεωρώ **απαραίτητη** τη  
δημιουργία **Σχολής Ξενοδόχων** ή την  
ανάληψη **εκπαιδευτικών σεμιναρίων** από  
τους ίδιους τους ξενοδόχους, όπως κάνουν οι  
μεγάλες αλυσίδες.
2. **Πνεύμα Συλλογικότητας**: Πρέπει  
να πολεμήσουμε την **ιδιονομία της  
οικονομίας** και να ανακτήσουμε το **πνεύμα της  
συλλογικότητας**, το οποίο είναι η ταυτότητα  
της Κρήτης.
3. **Συναισθηματική Νοημοσύνη**: Είναι ζωτικής  
σημασίας η ανάπτυξη **συναισθηματικής  
νοημοσύνης** στη σχέση μεταξύ εργαζομένου  
και πελάτη.

Εν κατακλείδι, η λέξη **Αυθεντικότητα** πρέπει να  
προστεθεί ως ο **όγδοος άξονας** στις αναπτυξιακές  
πολιτικές της Περιφέρειας. Χρειαζόμαστε  
έναν **συντονισμένο τουρισμό φιλοξενίας**. Σας  
ευχαριστώ.





**Μαρία Πιτσικάκη**  
Πρέσβης Γυναικείας Επιχειρηματικότητα Κρήτης  
Πρόεδρος Αναπτυξιακού Συλλόγου Γυναικών  
Επιχειρηματιών Κρήτης

## Μαρία Πιτσικάκη

# Βιωματικός Τουρισμός: Οφέλη & προοπτικές

Αγαπητοί φίλοι, κυρίες και κύριοι

Στην εποχή μας, όπου ο κόσμος κινείται με ταχύτητα και οι εμπειρίες αποκτούν μεγαλύτερη αξία από τα υλικά αγαθά, ο τουρισμός μεταμορφώνεται.

Από μια απλή μετακίνηση σε ένα τόπο, εξελίσσεται σε μια εμπειρία ζωής. Μέσα σε αυτό το πλαίσιο γεννιέται και αναπτύσσεται ο βιωματικός τουρισμός – μια μορφή ταξιδιού, που δεν περιορίζεται στην επίσκεψη αξιοθέατων, αλλά στοχεύει στη βίωση της αυθεντικότητας ενός τόπου.

Ο βιωματικός τουρισμός είναι εκείνος που προκαλεί τον επισκέπτη να γίνει συμμετοχός και όχι απλός θεατής.

Να μάθει να ζυμώνει ψωμί σε ένα χωριό, να συμμετέχει στον τρύγο, να μαγειρεύει παραδοσιακές συνταγές, να εξερευνά μονοπάτια με οδηγούς – κατοίκους, να βιώνει την καθημερινότητα όπως οι άνθρωποι του τόπου.

Είναι ένας τουρισμός που βασίζεται στην ανθρώπινη επαφή, την αυθεντικότητα και τη βιωσιμότητα.

Αυτός ο τρόπος ταξιδιού δεν είναι απλώς μια μόδα. Είναι μια οφειλή – προς τον τόπο, τον πολιτισμό και τους ανθρώπους του. Οφείλουμε να προστατεύσουμε και να αναδείξουμε τα τοπικά μας χαρακτηριστικά, τις παραδόσεις, τη φύση και τη φιλοξενία μας. Ο βιωματικός τουρισμός συμβάλλει ακριβώς σε αυτό: διατηρεί ζωντανές τις τοπικές κοινότητες, ενισχύει

την οικονομία χωρίς να αλλοιώνει το περιβάλλον και αναδεικνύει την πολιτιστική ταυτότητα κάθε περιοχής.

Οι προοπτικές του βιωματικού τουρισμού είναι εξαιρετικά ενθαρρυντικές. Στην Ελλάδα -μια χώρα με πλούσια ιστορία, παράδοση και φυσική ομορφιά- μπορεί να αποτελέσει πυλώνα ανάπτυξης.

Από την αγροτουριστική εμπειρία στα χωριά μας, μέχρι τα εργαστήρια κεραμικής ή τη συμμετοχή σε γιορτές κρασιού, κάθε τόπος έχει κάτι μοναδικό να προσφέρει.

Με την κατάλληλη εκπαίδευση, συνεργασία τοπικών φορέων και ψηφιακή προβολή, ο βιωματικός τουρισμός μπορεί να προσφέρει ποιοτική ανάπτυξη και ουσιαστική σχέση μεταξύ επισκέπτη και προορισμού. Δεν πρόκειται απλώς για τουριστική υπηρεσία, αλλά για ανθρώπινη εμπειρία.

- Ο βιωματικός τουρισμός είναι **Είναι γνώση** τόπων, **Είναι σύνδεση** με ντόπιους που λένε ιστορίες, **Είναι εξατομίκευση** της εμπειρίας, **Είναι ικανότητα** να εκπλήσσει.
  - **Έχει ακοή:** ο ήχος των εντόμων, των ζώων ή των θορύβων της φύσης.
  - **Έχει Μυρωδιά:** η μυρωδιά από λουλούδια, σανό, θρυμματισμένα σταφύλια, κρασί, λάδι, αρωματικά βότανα.
- Ο βιωματικός τουρισμός είναι **η εμπειρία που περιλαμβάνει τις 5 αισθήσεις: όραση, ακοή, γεύση, αφή και όσφρηση**
  - **Έχει Γαστρονομικές Εμπειρίες** που όχι μόνο επιτρέπουν να γευτούμε την τοπική κουζίνα, αλλά και να εξερευνήσουμε τις ιστορίες, τις τεχνικές και τις παραδόσεις πίσω από τα πιάτα.

Η έννοια του βιωματικού τουρισμού κερδίζει ολοένα και περισσότερο έδαφος. Είναι οι **διακοπές βασισμένες στην εμπειρία που φέρνουν σίγουρα ένα**

**νέο νόημα στην έννοια του ταξιδιού.** Αυτός ο τουρισμός είναι καλός τόσο για ταξιδιώτες όσο και για ξενοδόχους. **Οι σχέσεις γίνονται βαθύτερες**, οι άνθρωποι γνωρίζονται καλύτερα και δημιουργούνται συνδέσεις με τους ντόπιους, δίνουν έμφαση στην αποκόμιση εμπειριών από το μέρος που επισκέπτονται αποκτώντας επαφή με την τοπική ιστορία, τους ανθρώπους, την φύση και την κουλτούρα.

Ο βιωματικός τουρισμός δεν αφορά μόνο το πώς ταξιδεύουμε, αλλά και το πώς αντιλαμβανόμαστε τον κόσμο.

**Είναι μια πρόσκληση να ξαναβρούμε την ουσία του ταξιδιού. Την επαφή, τη γνώση, τη συγκίνηση.** Ας επενδύσουμε λοιπόν σε εμπειρίες που ενώνουν τους ανθρώπους και αναδεικνύουν τον τόπο μας με σεβασμό και αυθεντικότητα.

Κλείνοντας, θα έλεγα πως ο βιωματικός τουρισμός είναι μια φιλοσοφία ζωής, που μας καλεί να γνωρίσουμε τον κόσμο όχι με τα μάτια του καταναλωτή, αλλά με την ψυχή του ανθρώπου που αναζητά νόημα, επαφή και αυθεντικότητα.

Κυρίες και κύριοι. |

Ο βιωματικός τουρισμός, μας κάνει να νιώσουμε **συναισθήματα που αποκτούν τουριστική απήχηση**, λόγω της συναισθηματικής τους αξίας.

Σύμφωνα δε με έρευνα του Αριστοτέλειου Πανεπιστημίου Θεσσαλονίκης, ο βιωματικός τουρισμός, εξακολουθεί να αποτελεί ένα νέο ερευνητικό πεδίο στην Ελλάδα. Ωστόσο, χρειάζεται ένα σαφές νομοθετικό πλαίσιο, περισσότερη εκπαίδευση, εξειδίκευση, συνεργασία μεταξύ των φορέων, ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, αλλά και ενίσχυση των υφιστάμενων υποδομών

Σας ευχαριστώ πολύ!

Παρουσίαση

Video





**Βασίλης Ζαφειρόπουλος**  
Καθηγητής Εφαρμοσμένης Φυσικής  
στο Τμήμα Επιστημών Διατροφής  
& Διαιτολογίας  
του Ελληνικού Μεσογειακού Πανεπιστημίου  
(ΕΛΜΕΠΑ)

*Βασίλης  
Ζαφειρόπουλος*

## Προστιθέμενη Αξία στη Φιλοξενία μέσω υπηρεσιών Διατροφικής Αξιολόγησης - Παρέμβασης & Γαστρονομικών Εμπειριών

Αξιότιμοι διοργανωτές, εκλεκτοί συνάδελφοι και φίλοι της κρητικής φιλοξενίας,

Σας ευχαριστώ για την πρόσκληση. Η παρουσία μου εδώ, λίγο μετά την ομιλία μας στο Καρδιολογικό Συνέδριο, αποδεικνύει τη **συνέργεια** και την **αλληλεπίδραση** των επιστημών, της υγείας και του τουρισμού. Στην εποχή μας, η ανάπτυξη και η καινοτομία προέρχονται από τη **διεπιστημονική βοήθεια**, όχι από τον επιστήμονα που κλείνεται μόνος στο εργαστήριό του.

Το Τμήμα Επιστημών Διατροφής και Διαιτολογίας του ΕΛΜΕΠΑ μπορεί να συνεισφέρει καθοριστικά σε αυτό που συζητάμε σήμερα: τη βιωματική φιλοξενία με **προστιθέμενη αξία**.

### 1. Η Κρητική-Μεσογειακή Διατροφή ως Επιστημονικό Προϊόν

Η **Κρητική-Μεσογειακή Διατροφή** είναι ένα παγκόσμιο brand. Είναι γραμμένη σε διεθνή επιστημονικά περιοδικά από τους ξένους ερευνητές που ξεκίνησαν την έρευνα των επτά χωρών πριν από δεκαετίες.

- **Η Διαφορά:** Όπως τονίστηκε, χώρες της

Μεσογείου (π.χ., η Αίγυπτος) έχουν κατά κεφαλήν κατανάλωση ελαιολάδου μισό λίτρο τον χρόνο, γεγονός που αποδεικνύει ότι η Κρήτη **είναι διαφορετική**—ένα ξεχωριστό κομμάτι της ευρύτερης Μεσογείου.

Για να αξιοποιήσουμε πλήρως αυτό το πλεονέκτημα, χρειαζόμαστε:

#### Ενημέρωση και Εκπαίδευση

Δεν αρκεί η βιωματική εμπειρία (να συμμετέχει ο επισκέπτης στη διαδικασία). Πρέπει οι φιλοξενούμενοί μας να **ενημερωθούν επιστημονικά** για το τι είναι η Κρητική Διατροφή και γιατί είναι ευεργετική. Ο καλύτερος τρόπος είναι μέσω **ομιλιών** από επιστήμονες, συνοδευόμενων από σχετικές **βιωματικές δραστηριότητες**.

#### Προστασία της Τοπικής Γαστρονομίας

Η τοπική γαστρονομία χρειάζεται **προστασία**. Όχι μόνο από το κράτος, αλλά **από όλους μας**. Αυτό σημαίνει ευθύνη για την **αυθεντικότητα** των προϊόντων. Αναφέρθηκε το παράδειγμα (από παλαιότερη πρωτοβουλία στα Χανιά) της προσπάθειας **πιστοποίησης εστιατορίων** που χρησιμοποιούν πραγματικό κρητικό ελαιόλαδο. Όταν η προστασία ατονεί, το σύστημα νοθεύεται και «μαθαίνεται» η διαδικασία ελέγχου, χάνοντας την αξία της.

#### Στήριξη των Οικοτεχνικών Τροφίμων

Τα **οικοτεχνικά τρόφιμα**, που παράγονται σε μικρές, οικογενειακές μονάδες σε όλη την Κρήτη (τυροκομεία, εργαστήρια), είναι κάτι καινούργιο και πολύ σημαντικό. Πρέπει να υποστηριχθούν, για παράδειγμα, μέσω **κινήτρων στους ξενοδόχους** για την αγορά αυτών των προϊόντων.

### 2. Οι Υπηρεσίες Διατροφικής Αξιολόγησης (Nutrition Assessment)

Ένα άλλο κομμάτι που προσφέρει **μοναδική** προστιθέμενη αξία στον ποιοτικό επισκέπτη είναι η **Διατροφική Αξιολόγηση και Παρέμβαση**.

#### Αντικατάσταση των Παλαιών Δεικτών

Η απλή μέτρηση του Δείκτη Μάζας Σώματος (**BMI**) είναι πλέον **ξεπερασμένη** για τη διάγνωση της παχυσαρκίας. Για παράδειγμα, δύο άτομα με τον ίδιο BMI (π.χ., 31) μπορεί να έχουν εντελώς διαφορετικό σωματότυπο (ένας αθλητής και ένας αγύμναστος).

- **Το Κρίσιμο Μέγεθος:** Αυτό που πρέπει να εξετάζουμε είναι το **ποσοστό λίπους** (% Fat Mass). Αυτό το ποσοστό, και όχι το βάρος, δείχνει την πραγματική εικόνα της παχυσαρκίας, η οποία ορίζεται πλέον ως το υψηλό ποσοστό λιπώδους μάζας.

### Το Πακέτο Υπηρεσιών

Το Τμήμα μας διαθέτει την τεχνογνωσία και τις μεθόδους (βιοηλεκτρική εμπέδηση, δερματοπτυχομετρία, μέτρηση βασικού μεταβολισμού κ.ά.) για να προσφέρει ένα **ολοκληρωμένο πακέτο διατροφικής αξιολόγησης**.

- Οι υπηρεσίες αυτές, που περιλαμβάνουν διαχρονική παρακολούθηση και εξατομικευμένη παρέμβαση, προσφέρονται σε λίγα σημεία παγκοσμίως, συνήθως με αποσπασματικό τρόπο. Η προσφορά ενός **ολόκληρου πακέτου υπηρεσιών** στους φιλοξενούμενους είναι **μοναδική**.

### 3. Μοντέλο Στόχευσης και Συνέργειες Προορισμού

Προτείνουμε ένα μοντέλο που εστιάζει στον **«μέσο» τουρίστα** που έχει ενδιαφέρον για τον **διατροφικό/βιωματικό τουρισμό**.

- **Οικονομική Λογική:** Επιδιώκουμε να προσελκύσουμε τον μεγάλο αριθμό ατόμων που, αν και συμμετέχουν με μικρό ποσοστό στον εν λόγω τουρισμό, στο σύνολό τους αποτελούν ένα **μεγάλο αριθμό επισκεπτών**.

Φανταστείτε λοιπόν μια **αξιοπρεπή επιχείρηση φιλοξενίας** στη Σητεία, η οποία:

1. Συνεργάζεται με τοπικούς παράγοντες.
2. Διαθέτει **όλες** τις δραστηριότητες (αρχαιολογικό, θρησκευτικό, γεωλογικό πάρκο, ιατρικό τουρισμό, αθλητικό τουρισμό).
3. Προσφέρει **γαστρονομικές εμπειρίες και διατροφική αξιολόγηση**.

Αυτό συνθέτει κάτι **μοναδικό στον κόσμο**. Για να επιτευχθεί αυτό, απαιτείται **συνεργασία με επιστημονικό φορέα** (όπως το Τμήμα μας) που διαθέτει συνεχή και διεπιστημονική γνώση, και όχι απλώς η πρόσληψη ενός αποφοίτου. Σας ευχαριστώ. Όλες οι παρουσιάσεις θα δημοσιευθούν στο περιοδικό Κρητών Επιχειρείν.





**Μιχάλης Σαλούστρος**  
Business Studies & Marketing Manager

## Μιχάλης Σαλούστρος

# Όχι απλά ένα όνειρο αλλά ένα μεγάλο όραμα

Το παραδοσιακό κρητικό χωριό Αρόλιθος φτιάχτηκε με πολύ μεράκι και αγάπη πριν από περίπου 40 χρόνια, ωστόσο η ιδέα είχε ήδη γεννηθεί πολύ περισσότερα χρόνια πριν. Το μεράκι και την αγάπη μπορείς να τα διαπιστώσεις όταν έρθεις και μείνεις στο χώρο. Χρησιμοποιήθηκαν απλά υλικά, πέτρα και ξύλο και χτίστηκε στη πλαγιά ενός λόφου ανάμεσα σε αγριοχαρουπιές με τη μορφή ενός χωριού. Έτσι έδεσε αρμονικά με το υπόλοιπο φυσικό τοπίο προκαλώντας τις αισθήσεις μας.

Ο κος Μιχάλης Σαλούστρος επισήμανε: «Δημιουργήσαμε το χωριό Αρόλιθος για να διατηρήσουμε τη κρητική παράδοση μέσω μιας ποικιλίας δραστηριοτήτων όπως τέχνες, επαγγέλματα, διατροφή, φιλοξενία τρόπο ζωής, ήθη και έθιμα. Έτσι ο επισκέπτης μας φεύγει από το παρόν και κάνει ένα ταξίδι στο χρόνο σε μια περασμένη εποχή. Οι πιο μεγάλοι όταν μας επισκέπτονται ανασύρουν μνήμες από τα παιδικά τους χρόνια και οι νεότεροι έχουν μια εμπειρία της απλότητας και της ομορφιάς του παρελθόντος.»

ΑΡΟΛΙΘΟΣ είναι μια αρχαία ελληνική λέξη η οποία επιβιώνει μέχρι τις μέρες μας. Αποτελείται από δύο συνθετικά τη λέξη «αρός» δηλαδή υγρός και τη λέξη «λίθος» δηλαδή πέτρα. Η υγρή πέτρα. Η πέτρα που μαζεύει το νερό σε μια φυσική κοιλότητα της. Η πέτρα μαζεύει και διατηρεί και μεταδίδει το νερό της βροχής. Ζώα και άνθρωποι μπορούν να πιούν και να ξεδιψάσουν. Το χωριό Αρόλιθος έχει αυτή τη συμβολική ονομασία διότι συγκεντρώνει, διατηρεί και μεταδίδει τις παραδόσεις, το πολιτισμό και την ομορφιά της Κρήτης.

### Video



Φωτογραφία Αρχαίου Περιφέρειας Κρήτης



**Γιώργος Κλεισαρχάκης**  
Καθηγητής  
Αν. Διευθυντής της ΑΣΤΕΚ  
Ηλεκτρολόγος – Ηλεκτρονικός Μηχ/ος  
& Μηχ. Η/Υ

*Γιώργος  
Κλεισαρχάκης*

## Πώς μετατρέπουμε την φιλοξενία από «Υπηρεσία» σε «Εμπειρία» Όταν ο «πελάτης» γίνεται «καλεσμένος μας»

Τουρίστας για εμάς δεν είναι ... «ο πελάτης», αλλά είναι «ο καλεσμένος μας - ο φιλοξενούμενός μας». Τον γνωρίζουμε προσωπικά, τον ίδιο, την οικογένειά του, την εργασία του, την περιοχή προέλευσης του, τις επιθυμίες και τα θέλω του. Συχνά είναι και «επαναλαμβανόμενος», δεν είναι ο ανώνυμος πελάτης- φιλοξενούμενος του all inclusive.

Υπηρεσία, είναι αυτή που προσφέρουμε στον φιλοξενούμενο μας, είναι αυτή που ανταποκρίνεται σε φιλόξενες και βασικές ανθρώπινες ανάγκες πχ: ασφαλές καθαρό και περιποιημένο δωμάτιο, γρήγορο check in / check out, άμεση εξυπηρέτηση και ανταπόκριση στις ερωτήσεις και απορίες του, καλό φαγητό, ..κλπ.

Εμπειρία, είναι η δημιουργία συναισθηματικής σύνδεσης με τον φιλοξενούμενο μας, είναι οι μνήμες και οι αναμνήσεις για τον τόπο την περιοχή, τον τρόπο που συμπεριφερόμαστε μαζί του, που συνομιλούμε, που συνεργαζόμαστε. Είναι οι προσωποποιημένες στιγμές σε κάθε στάδιο της διαμονής του σε εμάς.

**Η προσωποποίηση σε κάθε στάδιο περιλαμβάνει:**

- Πριν την άφιξη: συλλογή προτιμήσεων (π.χ. τύπος μαξιλαριού, διατροφικές συνήθειες, ενδιαφέροντα, ..κλπ).
- Κατά την άφιξη: εξατομικευμένο καλωσόρισμα, χρήση ονόματος, μικρές εκπλήξεις (π.χ. ζεστό καλωσόρισμα, τοπικό γλυκό ή χειρόγραφο κάρτα).
- Κατά τη διαμονή: προτάσεις δραστηριοτήτων που

ταιριάζουν στο προφίλ του πελάτη.

- Μετά την αναχώρηση: προσωπικό follow-up, π.χ. email με ευχαριστίες και προτάσεις για μελλοντική επίσκεψη.

Η Εμπειρία ξεκινά όταν: Ο επισκέπτης νιώσει ότι μπαίνει σε μια ιστορία, όχι απλώς σε έναν τόπο ή χώρο.

Όταν Δημιουργούμε μία θεματικής ταυτότητας του τόπου και της περιοχής (π.χ. «παραδοσιακό αρχοντικό», «βιώσιμη πολυτέλεια», «τοπική κουλτούρα», ..κλπ).

Όταν εμπλουτίζουμε την εμπειρία, με την ιστορία του τόπου, του ξενοδοχείου.

Όταν επικοινωνούμε αυτήν την ιστορία μέσα από την μουσική, την διακόσμηση, με εμφανείς μικρές λεπτομέρειες, και με αυθεντική ανθρώπινη επαφή ..κλπ.

Σαφώς χρειαζόμαστε και την Τεχνολογία, και η τεχνολογία βοηθά σε αυτά, αλλά το ανθρώπινο στοιχείο είναι αυτό που μετατρέπει την υπηρεσία σε εμπειρία.

Η εκπαίδευση του προσωπικού, έτσι ώστε να μην ακολουθεί απλώς διαδικασίες, αλλά να διαβάσει τη διάθεση και τις ανάγκες των φιλοξενούμενών μας είναι το κλειδί της επιτυχίας. Η ενθάρρυνση της αυθεντικής επικοινωνίας, Όπως, «πως ήταν η βόλτα σας σήμερα, αντί ενός απλού τυπικού χαιρετισμού. Η αναζήτηση της λεκτικής επαφής είναι αυτό που μετράει ..

Παρατηρούμε ότι, οι ταξιδιώτες σήμερα, αναζητούν τον τοπικό χαρακτήρα της περιοχής που βρίσκονται, κοντά στέκονται σε διάφορα τοπικά γεγονότα της περιοχής τους. Αναζητούν τα τοπικά προϊόντα στο πρωινό τους, θέλουν να έχουν εμπειρίες με τους ντόπιους παραγωγούς, επιθυμούν τις διάφορες ξεναγήσεις σε εκδηλώσεις και δραστηριότητες που αναδεικνύουν παραδόσεις, τέχνη, γεύσεις και την φύση.

Σύμφωνα με διάφορες θεωρίες ("peak-end rule"), οι άνθρωποι θυμούνται έντονα τις κορυφαίες στιγμές σε ένα ταξίδι. Η Δημιουργία κάποιων ιδιαίτερων στιγμών,

όπως κάποιο γεύμα σε απρόσμενο σημείο, μια έκπληξη για τα γενέθλια τους, ..κλπ. έχουν σαν αποτέλεσμα την επιτυχημένη και συναρπαστική εμπειρία του ταξιδιού τους.

Ένα αποχαιρετισμό που να αφήνει την αίσθηση της φροντίδας, και όχι ένα απλό check-out, είναι η συνταγή για την δημιουργία μιας έντονης συναισθηματικής αυθεντικής ανθρώπινης σύνδεσής με τον φιλοξενούμενό μας.

Η εμπειρία εν δυναμώνεται με τα τοπικά ήθη και έθιμα, με την τοπική κουλτούρα και τον πολιτισμό κάθε περιοχής.

Η συνεχής εμπειρική ανατροφοδότηση με νέες ιδέες για βελτίωση και εξέλιξη της συναισθηματικής επαφής με τους φιλοξενούμενούς μας, δημιουργεί την «κουλτούρα εμπειριών», και όχι ένα «πρωτόκολλο» των τμημάτων εξυπηρέτησης.

**Συνοψίζοντας:**

Η υπηρεσία εξυπηρετεί τυπικές ανάγκες για τους φιλοξενούμενους μας, ενώ η εμπειρία είναι αυτή που δημιουργεί συναισθήματα και δεσμούς μαζί τους. Η διαρκής έλλειψη Ντόπιου ανθρώπινου δυναμικού, από δυναμιτίζει την προσφερόμενη εμπειρία και καταλήγει στην τυπική και απρόσωπη υπηρεσία, ενός ταξιδιού.

Το μυστικό του επαναλαμβανόμενου ταξιδιώτη κρύβεται στην εμπειρία του με τον τόπο, στις αυθεντικές – ανθρώπινες συναναστροφές του με τους ντόπιους, και με τα ήθη και έθιμα της περιοχής που τον φιλοξενεί.

**Βιβλιογραφία:**

*Η Τουριστική Ματιά, John Urry & Jonas Larsen (Ε. Παπαδάκη).*

*Έρευνα Τουριστικής Αγοράς, (Ε. Χρήστου ).  
Εισαγωγή στον Τουρισμό, (Ν. Ηγουμενάκης, Κ. Κραβαρίτης, Π. Λύτρας).*

**Παρουσίαση**

**Video**





**Ελένη Κυριακάκη**  
Πολιτικός Επιστήμονας  
MSc Political System & Public Policies  
Υποψήφια Διδάκτωρ Διοίκησης Επιχειρήσεων  
& Τουρισμού

Ελένη Κυριακάκη

## Διαφορές & συγκλίσεις ανάμεσα στην αστική & την αγροτική επιχειρηματικότητα: πόροι, κίνητρα & προοπτικές βιωσιμότητας

### Εισαγωγή

Η σύγχρονη ελληνική επιχειρηματικότητα διαμορφώνεται σε ένα περιβάλλον έντονων γεωγραφικών και οικονομικών δυαδισμών. Ιδιαίτερα στο πλαίσιο της Κρήτης και της Κρητών Φιλοξενείν -όπου ο Τουρισμός λειτουργεί ως βασικός οικονομικός πολλαπλασιαστής- η ανάγκη για διαφοροποιημένη στήριξη είναι επιτακτική. Η παρούσα εισήγηση διερευνά τις διαφορές και τις συγκλίσεις μεταξύ της αστικής και της αγροτικής επιχειρηματικότητας, εστιάζοντας σε τρεις κρίσιμους παράγοντες βιωσιμότητας: τους διαθέσιμους πόρους, τα κίνητρα των επιχειρηματιών και, κυρίως, τον καταλυτικό ρόλο της επιχειρηματικής κατάρτισης και της ένταξης σε ευρωπαϊκά χρηματοδοτικά εργαλεία (ΕΣΠΑ,

LEADER).

### Συγκριτική Ανάλυση: Πόροι, Εμπόδια και Ευκαιρίες

Η αστική επιχειρηματικότητα (που περιλαμβάνει μεγάλες τουριστικές μονάδες, υπηρεσίες μεταφοράς, logistics και ψηφιακά εργαλεία φιλοξενίας) βασίζεται στην αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων των πόλεων: πρόσβαση σε ανεπτυγμένες υποδομές, εκτεταμένες αγορές, και εξειδικευμένο ανθρώπινο δυναμικό. Αντιμετωπίζει έντονο ανταγωνισμό και υψηλότερο λειτουργικό κόστος.

Αντίθετα, η αγροτική επιχειρηματικότητα εδράζεται στους φυσικούς πόρους, την τοπική ταυτότητα και τη βιοποικιλότητα. Εδώ, ο αγροτουρισμός και η γαστρονομική ταυτότητα αποτελούν βασικούς μοχλούς ανάπτυξης, προσφέροντας υπηρεσίες εμπειρίας (experience tourism) που διαφοροποιούν το τοπικό προϊόν. Τα κύρια εμπόδια είναι η γεωγραφική απομόνωση και η έλλειψη υποδομών. Ωστόσο, τα προγράμματα LEADER και το Πρόγραμμα Αγροτικής Ανάπτυξης (ΠΑΑ) λειτουργούν ως μηχανισμοί αντιστάθμισης. Η ψηφιοποίηση δημιουργεί νέες προοπτικές, επιτρέποντας στις αγροτικές επιχειρήσεις να επεκταθούν σε ηλεκτρονικά δίκτυα εμπορίου και κρατήσεων, γεφυρώνοντας έτσι το χάσμα της απόστασης.

### Ο Καταλυτικός Ρόλος της Κατάρτισης και της Χρηματοδότησης

Η επιτυχία, όπως αναδεικνύεται από τα εμπειρικά δεδομένα της εν εξελίξει έρευνας, δεν εξαρτάται πρωτίστως από τη γεωγραφική θέση, αλλά από τη δυνατότητα στρατηγικής αξιοποίησης των ευρωπαϊκών χρηματοδοτήσεων.

Το πιο κρίσιμο εύρημα αφορά τη στενή συσχέτιση μεταξύ επιχειρηματικής κατάρτισης και επιτυχίας ένταξης σε ευρωπαϊκά προγράμματα.

Οι επιχειρηματίες που έχουν παρακολουθήσει σχετικά σεμινάρια (π.χ. από τον ΕΛΓΟ-ΔΗΜΗΤΡΑ, τον ΟΑΕΔ ή το ΙΝΕ-ΓΣΕΒΕΕ) εμφανίζουν σημαντικά υψηλότερη πιθανότητα να ενταχθούν σε χρηματοδοτικά σχήματα. Αυτό οφείλεται στο ότι η κατάρτιση παρέχει τις απαραίτητες γνώσεις για:

- Τη σύνταξη ολοκληρωμένων και βιώσιμων επιχειρηματικών σχεδίων (business plans).
- Την κατανόηση των τυπικών προϋποθέσεων επιλεξιμότητας (ΚΑΔ, νομική μορφή).
- Την ελαχιστοποίηση κινδύνων και τη στοχευμένη χρήση των πόρων.
- Εμπειρικά Ευρήματα από την Έρευνα

**Η πρωτογενής έρευνα αναδεικνύει δύο βασικά,**

**και εν μέρει αντιφατικά, ευρήματα σχετικά με την επιχειρηματική απόδοση:**

### Μέγεθος Επιχείρησης και Κερδοφορία

Διαπιστώνεται ότι οι μικρότερες επιχειρήσεις, εκείνες που απασχολούν 1 έως 5 εργαζόμενους και έχουν ενταχθεί σε ευρωπαϊκό πρόγραμμα, εμφανίζουν, αναλογικά, υψηλότερα καθαρά κέρδη σε σχέση με άλλες. Αυτό υποδηλώνει ότι η επιδότηση λειτουργεί ως ισχυρός πολλαπλασιαστής, επιτρέποντας στοχευμένες επενδύσεις (π.χ. τεχνολογική αναβάθμιση, εξοπλισμό) που ενισχύουν την αποδοτικότητα.

### Νομική Μορφή και Χρηματοδότηση

Παραδόξως, οι περισσότερες ενταγμένες επιχειρήσεις δεν είναι οι μεγάλες Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε.), αλλά οι Ομόρρυθμες (Ο.Ε.) και Ετερόρρυθμες (Ε.Ε.). Το εύρημα αυτό ενισχύει την υπόθεση ότι οι μικρότερες νομικές μορφές αναζητούν την επιδότηση ως εργαλείο επιβίωσης και ανάπτυξης.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαπίστωση ότι οι επιχειρήσεις με υψηλότερα έσοδα έχουν ενταχθεί σε χρηματοδοτικά σχήματα, με τους λόγους να σχετίζονται με τη δραστηριοποίηση σε εξωστρεφείς τομείς. Ειδικά στην Κρήτη, κλάδοι όπως η οινοποιία και οι εξαγωγικές επιχειρήσεις τροφίμων συνδέονται άμεσα με τον τουρισμό εμπειρίας και την υψηλή γαστρονομία, υπογραμμίζοντας τη σημασία της διασύνδεσης πρωτογενούς τομέα και φιλοξενίας.

### Συμπεράσματα και Προτάσεις Πολιτικής

Η επιχειρηματική ανάπτυξη, είτε στον αστικό είτε στον αγροτικό χώρο, καθορίζεται όχι από τη γεωγραφία, αλλά από τη στρατηγική ικανότητα του ανθρώπινου κεφαλαίου. Η επιτυχία εξαρτάται από τον συνδυασμό: α) της οργανωμένης αξιοποίησης των ευρωπαϊκών κεφαλαίων και β) της συνεχούς επιμόρφωσης των επιχειρηματιών.

Προτείνεται η ενίσχυση του μηχανισμού υποστήριξης των επιχειρήσεων, ιδίως στις περιφερειακές περιοχές. Η Τοπική Αυτοδιοίκηση (Δήμοι και Περιφέρειες) θα πρέπει να λειτουργήσει ως ενδιάμεσος φορέας, δημιουργώντας τοπικά γραφεία επιχειρηματικότητας (τύπου «one-stop shop»). Οι δομές αυτές θα προσφέρουν τεχνική βοήθεια, πληροφόρηση και καθοδήγηση στη σύνταξη φακέλων, γεφυρώνοντας το πληροφοριακό και διοικητικό χάσμα.

Προτείνεται επίσης οι δομές αυτές να εξειδικευτούν για τον τουριστικό τομέα, προσφέροντας καθοδήγηση για πιστοποιήσεις ποιότητας, ψηφιακό marketing και διασύνδεση τοπικών παραγωγών με τις μονάδες φιλοξενίας. Η βιώσιμη ανάπτυξη προϋποθέτει πολιτική συνοχής που να ανταποκρίνεται στις ανάγκες της μικρής και περιφερειακής επιχειρηματικότητας, με τον τουρισμό ως κεντρικό άξονα.



**Ζαχαρίας Χνάρης**  
Ιδρυτής, Πρόεδρος και Διευθύνων  
Σύμβουλος του Ομίλου CHC GROUP  
– Chnaris Hotel, Management,  
Development & Consulting SA.

*Ζαχαρίας Χνάρης*

## Φιλοξενία & Βιωματικός Τουρισμός: Δυο πυλώνες της σύγχρονης τουριστικής ανάπτυξης

Με ιδιαίτερη χαρά συμμετέχω ως ιδρυτής και γενικός διευθυντής της CHC Group στην Παγκρήτια Ημερίδα Τουρισμού με θέμα «Φιλοξενία και Βιωματικός Τουρισμός», που διοργανώνεται στην πανέμορφη Σητεία από το Κρητών Επιχειρείν, τον Δήμο Σητείας και την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων.

Και επισημαίνω αυτή την χαρά, γιατί πράγματι πιστεύω ότι η φιλοξενία μας, η γνήσια, η αυθεντική Κρητική, Ελληνική φιλοξενία, μπορεί να συνδεθεί και να λειτουργήσει αλληλο-συμπληρωματικά με τον βιωματικό τουρισμό.

Και ξέρετε γιατί συμβαίνει αυτό;  
Επειδή πρόκειται για δυο βασικούς άξονες, δυο πυλώνες της σύγχρονης τουριστικής ανάπτυξης.

Η φιλοξενία αποτελεί βασικό στοιχείο της κουλτούρας. Δεν είναι απλώς η παροχή υπηρεσιών διαμονής και εστίασης, αλλά μια στάση ζωής που περιλαμβάνει θερμή υποδοχή, σεβασμό προς τον επισκέπτη, προσωπική φροντίδα και αυθεντικότητα.

Η φιλοξενία δεν περιορίζεται μόνο στην παροχή υψηλού επιπέδου υπηρεσιών, σε καθαρά δωμάτια, στην άνετη διαμονή, στο καλό φαγητό, κλπ. Αλλά επεκτείνεται στην προσωπική επαφή. Στη ζεστασιά

και την αυθεντικότητα με την οποία οι άνθρωποι ενός τόπου υποδέχονται κάθε ξένο επισκέπτη.

Γενικότερα, στη χώρα μας, παραδοσιακά η φιλοξενία θεωρείται ιερό καθήκον. Από την αρχαιότητα, το γνωρίζετε καλά, δεν χρειάζεται να επεκταθώ.

Ειδικότερα, όμως, στον τουρισμό, η αίσθηση που μπορεί να αποκομίσει κάποιος από την προσωπική επαφή, η οποία θα του δώσει το μήνυμά του ότι είναι ευπρόσδεκτος σε έναν ξένο τόπο, σε μια άλλη χώρα, όχι ως ένας απλός «πελάτης» που πήγε - πλήρωσε - έφυγε, αλλά ως άνθρωπος, ως προσωπικότητα, δημιουργεί μια σειρά απίστευτων συναισθημάτων. Δημιουργεί την αίσθηση, η οποία είναι και η πραγματικότητα, ότι τον αντιμετωπίζουν ως άνθρωπο και όχι ως πορτοφόλι. Ως μοναδικό άνθρωπο και όχι ως γκρουπ. Ως έναν «δικό τους άνθρωπο» και όχι ως έναν ξένο.

Πώς τώρα μπορεί να συνδεθούν τα παραπάνω με τον βιωματικό Τουρισμό;

Πολύ απλά: Ο βιωματικός τουρισμός εστιάζει και έχει ως γνώμονα το να βιώσει ο ταξιδιώτης αυθεντικές εμπειρίες που τον συνδέουν με τον κάθε τόπο, τον εκάστοτε πολιτισμό και τους ανθρώπους του. Δεν είναι δηλαδή ένας παθητικός παρατηρητής, αλλά ενεργός συμμετέχων της καθημερινότητας. Ο βιωματικός τουρισμός δίνει έμφαση στη συμμετοχή του ταξιδιώτη σε αυθεντικές εμπειρίες που τον φέρνουν πιο κοντά στον τόπο και στους ανθρώπους του.

Για παράδειγμα, η συμμετοχή σε μαγειρικά εργαστήρια με τοπικά προϊόντα, σε αγροτικές εργασίες, σε μαθήματα παραδοσιακών χορών ή μουσικής, σε συμμετοχή σε τοπικά πανηγύρια, εθιμικά δρώμενα και θρησκευτικές γιορτές, σε φυσιολατρικές δραστηριότητες, κ.α.

Αυτές οι δραστηριότητες προϋποθέτουν την δημιουργία μιας «σχέσης» μεταξύ του «ντόπιου» και του «ξένου». Ο ντόπιος είναι αυτός που κατευθύνει τον ξένο, που του μαθαίνει τα μυστικά, του δείχνει τις διαδικασίες, του μεταφέρει πληροφορία και γνώση, κοκ., οπότε αναπτύσσει μαζί του μια πιο στενή σχέση από το «καλώς ήρθατε, καλημέρα, καλησπέρα, αντίο σας». Αυτές οι δραστηριότητες φέρνουν τους ανθρώπους πιο κοντά. Νιώθει ο ένας τον άλλο πιο οικείο – γιατί είναι αμφίπλευρη η σχέση.

Με αυτόν τον τρόπο, ο βιωματικός τουρισμός χρησιμοποιείται ως εργαλείο και η φιλοξενία, η οποία ειδικά στην Κρήτη βρίσκεται στο DNA μας, βγαίνει αυθόρμητα, γνήσια και καθαρά -τουλάχιστον από την πλειονότητα των συντοπιτών μας- γίνεται η γέφυρα που φέρνει τους ανθρώπους κοντά.

Η φιλοξενία αποτελεί το υπόβαθρο, ενώ ο βιωματικός τουρισμός είναι η εμπλουτισμένη εμπειρία που δημιουργεί συναισθηματικό δεσμό με τον τόπο.

Για να το πω όσο πιο απλά γίνεται, μπορεί να έρθει ένας τουρίστας, να μείνει σε ένα πεντάστερο ξενοδοχείο με όλες τις ανέσεις, να περάσει υπέροχα, να γυρίσει στη χώρα του και να μην θυμάται ούτε ένα όνομα από το προσωπικό που τον εξυπηρέτησε άψογα. Όταν όμως αυτός ο τουρίστας φύγει από τον τόπο μας και του έχουν χαραχθεί, για παράδειγμα, μια εμπειρία που αποτύπωσε το χαμόγελο του οικοδεσπότη, μια ιστορία που άκουσε σε ένα καφενείο χωριού, η βόλτα που έκανε με ένα γαιδουράκι, ή το κρασί που πάτησε με τα πόδια του, τότε έχει βιώσει επιπλέον και πολύ ιδιαίτερα συναισθήματα. Έχει μετατραπεί, έστω και για λίγο, σε ντόπιο, παρά το ότι είναι ξένος.

Τα οφέλη απ' όλα τα παραπάνω είναι προφανή, δεν θέλω να σας κουράσω, επιγραμματικά μόνο να αναφέρω ότι:

Για κάθε ταξιδιώτη, αυτές οι γνήσιες, οι αυθεντικές εμπειρίες προσφέρουν προσωπική ανάπτυξη και νέα πολιτιστικά ερεθίσματα.

Για την Κρήτη, για τον τόπο μας όπως και κάθε τόπο, συμβάλλουν στην ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, στην ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς, στη βιώσιμη ανάπτυξη αλλά και στην ενίσχυση των αναπτυξιακών προοπτικών.

Για τις επιχειρήσεις, προσφέρουν στοιχεία διαφοροποίησης, ισχυρότερου δεσμίματος με κάθε πελάτη και, φυσικά, θετική φήμη.

Η σχέση της φιλοξενίας και του βιωματικού τουρισμού, μπορεί να είναι αλληλένδετη και αλληλοσυμπληρωματική. Η φιλοξενία να λειτουργήσει ως το υπόβαθρο που θα δημιουργήσει κλίμα εμπιστοσύνης και ο βιωματικός τουρισμός να είναι η εμπειρία που θα κάνει τον ταξιδιώτη να νιώσει «σαν ντόπιος».

Και μαζί αυτά τα δύο, να προσφέρουν αξέχαστες εμπειρίες για τον ξένο επισκέπτη, ενίσχυση της τοπικής οικονομίας, διατήρηση πολιτιστικής κληρονομιάς. Να δώσουν αυθεντικότητα στην εμπειρία.

Να διαφοροποιήσουν το τουριστικό προϊόν. Και να μεγιστοποιήσουν τη φήμη κάθε τόπου, μέσα από τις διηγήσεις των αναμνήσεων που θα μεταφέρει κάθε ξένος επισκέπτης στη δική του χώρα. Και όπου, όπως όλοι γνωρίζουμε, αυτή η στόμα με στόμα διαφήμιση, έχει τα καλύτερα αποτελέσματα από κάθε διαφημιστική καμπάνια.

Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας, εύχομαι τα καλύτερα για την συνέχεια.



**Δρ. Ατσαλάκη Ιωάννα**  
Διδάσκων Πολυτεχνείου Κρήτης  
Εργαστήριο Επιστημονικών Δεδομένων

*Ιωάννα Ατσαλάκη*

## Ψηφιακή ορατότητα end-to-end στον τουρισμό

Στον μεταπανδημικό και γεωπολιτικά ασταθή κόσμο, η ικανότητα μιας τουριστικής επιχείρησης ή ενός προορισμού να προϋπολογίζει, να εντοπίζει και να ελέγχει την κίνηση αγαθών και πόρων από την αρχική πηγή έως τον τελικό χρήστη (end-to-end visibility) δεν είναι πλέον «πλεονέκτημα» αλλά είναι προϋπόθεση επιβίωσης. Τα ψηφιακά εργαλεία όπως, αισθητήρες Internet of Things (IoT), πλατφόρμες διαχείρισης προμηθευτών, ψηφιακά δίδυμα (digital twins), blockchain και αλγόριθμους πρόβλεψης, μετασχηματίζουν τη δυναμική της εφοδιαστικής στο τουριστικό οικοσύστημα: μειώνουν τα «τυφλά σημεία», βελτιώνουν τη λήψη αποφάσεων σε πραγματικό χρόνο και επιτρέπουν την προληπτική διαχείριση ρίσκου. Οι δυνατότητες και τα όρια αυτών των τεχνολογιών αναλύονται παρακάτω, με έμφαση στην εφαρμογή τους στον τουρισμό.

**ΨΗΦΙΑΚΑ ΔΙΔΥΜΑ (DIGITAL TWINS) ΚΑΙ ΤΟΝ ΡΟΛΟ ΤΟΥΣ:** Ο όρος «digital twin» περιγράφει μια δυναμική ψηφιακή αναπαράσταση φυσικών ή διαδικαστικών οντοτήτων όπως είναι οι εγκαταστάσεις, αλυσίδες προμηθειών, αποθήκες, ακόμη και ολόκληρων προορισμών, που ενημερώνεται με πραγματικά δεδομένα και επιτρέπει προσομοιώσεις, σενάρια «what-if»

και βελτιστοποίηση λειτουργιών. Στον τουρισμό, digital twins μπορούν να μοντελοποιήσουν την προμήθεια τροφίμων σε ξενοδοχεία, τη λειτουργία ψυχρών αλυσίδων για ευπαθή προϊόντα, την πληρότητα αποθηκών και τις διαδρομές μεταφοράς, επιτρέποντας στο management να προβλέπει σημεία συμφόρησης και να δοκιμάζει λύσεις χωρίς να διακινδυνεύει πραγματικούς πόρους. Μελέτες βιομηχανικών συμβούλων δείχνουν ότι τα digital twins μπορούν να βελτιώσουν την τήρηση των δεσμεύσεων προς τον καταναλωτή, να μειώσουν κόστη εργασίας και να αυξήσουν την αποδοτικότητα της αλυσίδας.

**ΙΟΤ: ΑΙΣΘΗΤΗΡΕΣ, COLD-CHAIN ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΣ ΧΡΟΝΟΣ:** Οι IoT αισθητήρες (GPS, θερμοκρασίας, υγρασίας, δόνησης) προσφέρουν την «αίσθηση» της αλυσίδας: το πού βρίσκεται ένα φορτίο, υπό ποιες συνθήκες διατηρείται, τότε άρχισε μια καθυστέρηση. Στον τουρισμό, όπου πολλές υπηρεσίες βασίζονται σε φρέσκα προϊόντα, φάρμακα για ταξιδιώτες ή ειδικά ανταλλακτικά, η παρακολούθηση της ψυχρής αλυσίδας μέσω IoT μειώνει απώλειες και κινδύνους φθοράς. Τα δεδομένα θερμοκρασίας και υγρασίας, σε συνδυασμό με predictive analytics, επιτρέπουν την αυτόματη ειδοποίηση και τη μετατόπιση πόρων (π.χ. reroute ενός φορτίου) πριν προκύψει ζημία. Η εμπειρική βιβλιογραφία και οι πρόσφατες αγορικές αναλύσεις αναγνωρίζουν την ταχεία διείσδυση τέτοιων λύσεων σε cold-chain εφαρμογές.

**BLOCKCHAIN ΓΙΑ ΙΧΝΗΛΑΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΕΜΠΙΣΤΟΣΥΝΗ:** Το blockchain προσφέρει αμετάβλητο αρχείο γεγονότων κατά μήκος της αλυσίδας: καταγραφή παραγωγού, μεταφοράς, επεξεργασίας και παράδοσης. Στον τουρισμό αυτό σημαίνει ότι ένα ξενοδοχείο μπορεί να τεκμηριώσει την προέλευση βιολογικών τροφίμων, να αποδείξει τη σωστή τήρηση της ψυχρής αλυσίδας και να απαντήσει γρήγορα σε κρίσεις ασφάλειας τροφίμων, ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των πελατών. Πειραματικές εφαρμογές και μελέτες δείχνουν ότι το blockchain βελτιώνει την ιχνηλασιμότητα και διευκολύνει την αυτόματη ενεργοποίηση συμβολαίων (smart contracts) σε περίπτωση παράδοσης ή μη συμμόρφωσης.

**ΠΡΟΓΝΩΣΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ (PREDICTIVE ANALYTICS) ΚΑΙ AI-POWERED FORECASTING:** Η συσχέτιση ιστορικών πωλήσεων, εποχικότητας, δεδομένων καιρού, κρατήσεων και real-time σημάτων από αισθητήρες τροφοδοτεί αλγόριθμους που προβλέπουν ζήτηση, αστοχίες προμηθευτών ή σημεία

συμφόρησης. Στον ξενοδοχειακό κλάδο, αυτό μεταφράζεται σε βελτιωμένο geordering (αυτόματη αναπλήρωση όταν τα αποθέματα πέφτουν κάτω από όρια), μείωση stockouts και λιγότερες ακυρώσεις υπηρεσιών (π.χ. επισιτιστικές παροχές που δεν μπορούν να ικανοποιηθούν). Με την υιοθέτηση AI-based forecast, εταιρείες αναφέρουν μειώσεις lead-times, βελτίωση service levels και εξοικονόμηση κόστους.

### ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ

- 1. Διαχείριση φρέσκων προμηθειών:** ξενοδοχεία και εστιατόρια χρησιμοποιούν IoT για να παρακολουθούν θερμοκρασίες ψυγείων και να ενεργοποιούν αυτόματες παραγγελίες προϊόντων τοπικών παραγωγών. Αυτό μειώνει σπατάλη τροφίμων και βελτιώνει τη σταθερότητα προσφοράς.
- 2. Micro-warehousing και ροές multi-sourcing:** με digital twins μπορούν να προσομοιώσουν την τοποθέτηση μικρών αποθηκών σε νησιά ή μακρινούς προορισμούς ώστε να ελαττωθεί ο χρόνος επαναπρομήθειας.
- 3. Ιχνηλασιμότητα και πιστοποιήσεις:** blockchain πλατφόρμες επιτρέπουν στους ταξιδιώτες να δουν την προέλευση προϊόντων - ένα στοιχείο που ενισχύει τη βιώσιμη ταυτότητα του προορισμού.

**ΟΦΕΛΗ: ΜΕΙΩΣΗ LEAD-TIMES, ΛΙΓΟΤΕΡΕΣ ΑΚΥΡΩΣΕΙΣ, ΒΕΛΤΙΩΣΗ ΚΟΣΤΟΥΣ:** Συνδυαστικά εργαλεία digital twins, συν IoT, συν predictive analytics επιτυγχάνουν: (α) καλύτερο συγχρονισμό προσφοράς και ζήτησης, (β) γρήγορη ανακατανομή πόρων σε έκτακτες καταστάσεις, (γ) μείωση απωλειών λόγω κακοκαιρίας ή ελλιπούς ψύξης και (δ) βελτιωμένη εμπειρία επισκέπτη (συνεχής παροχή υπηρεσιών). Οι συμβουλευτικές μελέτες καταγράφουν μετρήσιμα οφέλη στην ποιότητα υπηρεσίας και στη μείωση κόστους λειτουργίας.

**ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΥΛΟΠΟΙΗΣΗΣ:** Η τεχνολογική μετάβαση δεν είναι χωρίς εμπόδια: κόστη επένδυσης, ανάγκη διαλειτουργικότητας μεταξύ legacy συστημάτων, ελλείψεις δεξιοτήτων και ζητήματα ιδιωτικότητας δεδομένων. Επιπλέον, η τυποποίηση πρωτοκόλλων IoT και η ενσωμάτωση blockchain σε μικρές τοπικές αλυσίδες απαιτούν τεχνική υποστήριξη και κοινές πολιτικές. Η επιχειρησιακή αντοχή απαιτεί σταδιακή υιοθέτηση με πιλοτικές εφαρμογές και συνεργασίες με τεχνολογικούς παρόχους.

**ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΚΑΙ ΒΕΛΤΙΣΤΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ:**

• **Στάδια υιοθέτησης:** ξεκινήστε από pilot projects -π.χ. ένα ξενοδοχείο ή ένα μικρό δίκτυο επιχειρήσεων- πριν την κλιμάκωση.

• **Δημόσιο-ιδιωτική συνεργασία:** υποδομές (π.χ. δίκτυα LPWAN για IoT, κέντρα δεδομένων) μπορούν να υποστηριχθούν από δημόσιες επενδύσεις και επιδοτήσεις.

• **Τυποποίηση και εκπαίδευση:** προγράμματα κατάρτισης για τεχνικό και διοικητικό προσωπικό και πρότυπα για διαλειτουργικότητα συστημάτων.

• **Αποδοτικότητα κόστους:** αξιολογήσεις κόστους - οφέλους και χρήση cloud-based υπηρεσιών για μείωση αρχικών δαπανών.

**Βασικοί δείκτες μετρήσεων** (για μικρό/μεσαίο ξενοδοχείο): Κάθε Key Performance Index (KPI), περιλαμβάνει τύπο υπολογισμού και προτεινόμενο στόχο μετά 6–12 μήνες.

**1. Days of Inventory (DOI)**

Τύπος: (Συνολική αξία αποθεμάτων / μέσο ημερήσιο κόστους πωλήσεων).

Στόχος: 10–20 ημέρες για τρόφιμα (ανάλογα εποχικότητα).

**2. Stockout Rate (%)**

Τύπος: (αριθμός περιπτώσεων stockout / συνολικές απαιτήσεις)×100.

Στόχος: <2% για κρίσιμες κατηγορίες.

**3. On-time Delivery Rate (%)**

Τύπος: (on-time deliveries / total deliveries)×100.

Στόχος: >95%.

**4. Mean Time to Detect (MTTD) anomaly**

Τύπος: μέσος χρόνος (ώρες) από αδυναμία/παράβαση αισθητήρα έως ειδοποίηση.

Στόχος: <1 ώρα.

**5. Mean Time to Remediate (MTTR)**

Τύπος: μέσος χρόνος από ειδοποίηση έως ανάκτηση/ανακατεύθυνση.

Στόχος: <12 ώρες για κρίσιμα είδη.

**6. Waste reduction % (food loss)**

Τύπος: (baseline loss – current loss)/ baseline ×100.

Στόχος: μείωση 15–30% εντός 12 μηνών.

**7. Forecast accuracy (%)**

Τύπος:  $1 - (|forecast - actual| / actual) \times 100$  (για εβδομαδιαία/μηνιαία ζήτηση).

Στόχος: >85% για επαναλαμβανόμενα είδη.

**8. Supplier diversification index**

Τύπος: αριθμός ενεργών προμηθευτών / κρίσιμες κατηγορίες.

Στόχος: ≥2 προμηθευτές για κάθε κατηγορία A.

**9. Cost of Resilience (€ / μήνα)**

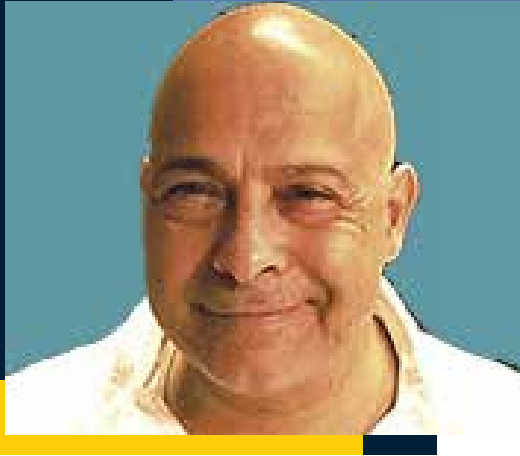
Τύπος: επιπλέον κόστος αποθήκευσης + insurance + SaaS fees / μήνα.

Στόχος: παρακολούθηση για αξιολόγηση ROI (στόχος payback <18–24 μήνες).

Η ψηφιακή ορατότητα end-to-end αλλάζει ριζικά τον τρόπο που οι τουριστικές επιχειρήσεις σχεδιάζουν, προμηθεύονται και διαχειρίζονται υπηρεσίες. Η συνδυαστική χρήση digital twins, IoT, blockchain και AI-driven forecasting δεν είναι τεχνολογικό «εύρημα» αλλά λειτουργικό εργαλείο ανθεκτικότητας: μειώνει lead-times, ελαχιστοποιεί διακοπές, βελτιώνει την εμπειρία του επισκέπτη και ενισχύει την ανταγωνιστικότητα του προορισμού. Η υιοθέτηση αυτών των τεχνολογιών πρέπει να γίνει στρατηγικά, με σταδιακή εφαρμογή, δημόσια-ιδιωτική συνεργασία και πολιτικές ενίσχυσης δεξιοτήτων - έτσι ώστε η ψηφιακή μετάβαση να μετατραπεί σε βιώσιμο πλεονέκτημα για τον τουρισμό.



Φωτογραφία Αρχείου Περιφέρειας Κρήτης



**Μιχάλης Βλαχάκης**  
Υπεύθυνος εργαστηρίου μη ιοντιζουσών  
ακτινοβολιών του [www.aktinologia.gr](http://www.aktinologia.gr)  
Προέρχεται από το τμήμα Επιστήμης  
Υπολογιστών του Πανεπιστημίου Κρήτης

## Μιχάλης Βλαχάκης

# Ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος στο περιβάλλον της ανθρώπινης διαβίωσης

## 1. Εισαγωγή – Το αόρατο νέφος του πολιτισμού

Ζούμε μέσα σε έναν κόσμο που πάλλεται από ηλεκτρομαγνητικά κύματα.

Από το κινητό μας μέχρι τον ανεμιστήρα οροφής, από το ρούτερ μέχρι το τραμ που περνά απ' έξω, κάθε τεχνολογική λειτουργία συνοδεύεται από ένα αόρατο αποτύπωμα: ηλεκτρομαγνητικό θόρυβο.

Η ύπαρξη αυτού του «ηλεκτρονικού νέφους» είναι τόσο δεδομένη, που σπάνια τη συνειδητοποιούμε.

Κι όμως, ο θόρυβος αυτός δεν αφορά μόνο τη λειτουργία των συσκευών αλλά και την ποιότητα του περιβάλλοντος στο οποίο ζούμε.

Στόχος της εισήγησης: να κατανοήσουμε τι είναι ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος, ποιες είναι οι πηγές του, πώς μπορεί να επηρεάσει τη ζωή μας και με ποιους τρόπους μπορούμε να μειώσουμε την έκθεσή μας.

## 2. Τι είναι ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος

Ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος (Electromagnetic Noise ή EM Pollution) είναι η άτακτη, μη επιθυμητή εκπομπή ηλεκτρομαγνητικής ακτινοβολίας που προστίθεται στα φυσικά πεδία της Γης και του Σύμπαντος.

### 2.1. Δύο βασικές κατηγορίες

Φυσικός θόρυβος: κεραυνοί, ηλιακές εκλάμψεις, κοσμική ακτινοβολία.

Τεχνητός θόρυβος: κάθε εκπομπή που προέρχεται από ανθρώπινες δραστηριότητες (δίκτυα, συσκευές, ραδιοφωνία, Wi-Fi, 5G, μικροκύματα, ηλεκτρικά καλώδια).

### 2.2. Από το ρεύμα μέχρι το κύμα

Κάθε συσκευή που διαρρέεται από εναλλασσόμενο ρεύμα δημιουργεί ηλεκτρικό και μαγνητικό πεδίο.

Όταν αυτά συνδυάζονται και διαδίδονται στο χώρο, σχηματίζουν ηλεκτρομαγνητικό κύμα.

Ο θόρυβος δεν είναι τίποτε άλλο παρά ένα σύνολο

ανεπιθύμητων κυμάτων διαφόρων συχνοτήτων και εντάσεων.

## 3. Πηγές ηλεκτρομαγνητικού θορύβου στο περιβάλλον διαβίωσης

- **Τηλεπικοινωνίες και τεχνολογίες κινητών τηλεφώνων**  
Τα κινητά τηλέφωνα και οι βάσεις κεραιών εκπέμπουν συνεχώς ηλεκτρομαγνητικά κύματα. Η πυκνότητα των πηγών αυτών αυξάνεται με την ανάπτυξη των δικτύων 5G, που απαιτούν περισσότερα μικρά κεραιά τοποθετημένα σε αστικές περιοχές.
- **Wi-Fi και ασύρματες συσκευές**  
Οι δρομολογητές Wi-Fi και άλλες συσκευές ασύρματες επικοινωνίας (Bluetooth, συσκευές IoT) εκπέμπουν συνεχώς ηλεκτρομαγνητικά πεδία, συνήθως σε πολύ χαμηλά επίπεδα, αλλά με συχνή χρήση.
- **Ηλεκτρικές και ηλεκτρονικές συσκευές στο σπίτι και το γραφείο**  
Ψυγεία, κουζίνες, τηλεοράσεις, υπολογιστές και μικρές συσκευές εκπέμπουν ηλεκτρομαγνητικό θόρυβο, ειδικά τα ηλεκτρικά καλώδια και οι μετασχηματιστές.
- **Βιομηχανικές πηγές και ηλεκτροπαραγωγικές μονάδες**  
Οι βιομηχανικές δραστηριότητες, ηλεκτρικά εργοστάσια και πυρηνικοί αντιδραστήρες δημιουργούν υψηλής ισχύος ηλεκτρομαγνητικά πεδία, αυξάνοντας την έκθεση σε ορισμένες περιοχές.

### 3.1. Εσωτερικές πηγές (εντός κατοικίας)

Wi-Fi routers, κινητά τηλέφωνα, tablets. Φούρνοι μικροκυμάτων, ασύρματα τηλέφωνα, τηλεοράσεις. Ηλεκτρικές κουζίνες επαγωγής, ψυγεία, καλώδια με ανεπαρκή θωράκιση.

Dimmer φωτισμού, ρευματοδότες με σπινθήρες, φορτιστές χαμηλής ποιότητας.

### 3.2. Εξωτερικές πηγές

Κεραίες κινητής τηλεφωνίας, δίκτυα 5G. Γραμμές υψηλής τάσης, υποσταθμοί, τραμ, ηλεκτρικά λεωφορεία.

Ραντάρ, πομποί, συστήματα ασύρματης μετάδοσης δεδομένων.

### 3.3. Παράγοντες έκθεσης

Η ένταση, η συχνότητα και η απόσταση καθορίζουν τη δόση έκθεσης.

Το πεδίο μειώνεται με το τετράγωνο της απόστασης (νόμος αντιστρόφων τετραγώνων).

## 4. Πιθανές επιδράσεις στον άνθρωπο και στο περιβάλλον

- **Υγεία του ανθρώπου**  
Οι μελέτες δείχνουν ότι η χρόνια έκθεση σε ηλεκτρομαγνητικά πεδία μπορεί να προκαλέσει ή

να επιδεινώσει προβλήματα όπως:

- ο Αϋπνία και διαταραχές ύπνου
- ο Άγχος και κατάθλιψη
- ο Κεφαλαλγίες και ζάλη
- ο Διαταραχές στη συγκέντρωση και την μνήμη
- ο Κίνδυνοι γενετικών μεταλλάξεων και κυτταρικών αλλαγών σε μεγαλύτερα επίπεδα ή σε ευαίσθητα άτομα
- ο Υπόγειες επιπτώσεις που ακόμα ερευνάται, όπως η μακροπρόθεσμη επίδραση στον ανθρώπινο οργανισμό
- **Περιβάλλον και ζωντανά οργανικά συστήματα**  
Πολύ υψηλά επίπεδα ηλεκτρομαγνητικών πεδίων μπορεί να διαταράξουν:
  - ο Βιολογικές διαδικασίες σε συγκεκριμένα φυτά και ζώα
  - ο Μεταβολές στη συμπεριφορά, στον κύκλο ζωής και στην αναπαραγωγή των ζωντανών οργανισμών
  - ο Υπερβολική συσσώρευση ηλεκτρομαγνητικών πεδίων σε ορισμένα οικοσυστήματα, ειδικά κοντά σε βιομηχανικές περιοχές και ηλεκτροπαραγωγικές μονάδες

### 4.1. Φυσιολογικές επιδράσεις

Θερμική επίδραση: αύξηση της θερμοκρασίας ιστών από απορρόφηση ενέργειας (SAR).

Διαταραχή σε ρυθμούς ύπνου και έκκριση μελατονίνης. Πιθανή μεταβολή στην κυτταρική επικοινωνία (ion channels, βιοηλεκτρικά πεδία).

### 4.2. Ψυχολογικές και νευρολογικές παρατηρήσεις

Κόπωση, αϋπνία, άγχος, δυσκολία συγκέντρωσης (όπως αναφέρεται σε πληθυσμούς κοντά σε πηγές). Αν και δεν υπάρχει οριστική απόδειξη αιτιότητας, οι μελέτες συνιστούν προληπτική στάση (WHO, ICNIRP, ELINΥAE).

### 4.3. Περιβαλλοντικές επιδράσεις

Ενδείξεις ότι ορισμένα έντομα (μέλισσες, πουλιά) επηρεάζονται από τεχνητά πεδία στην πλοήγησή τους. Αυξανόμενη συζήτηση για την ανάγκη “ηλεκτρομαγνητικής οικολογίας”.

## 5. Τρόποι αποκοπής και προστασίας

- **Χρήση προστατευτικών υλικών και απομονωτικών συστημάτων:** Τα υλικά εξασφαλίζουν περιορισμό της εκπομπής και απορρόφηση των ηλεκτρομαγνητικών πεδίων. Παράδειγμα αποτελεσματικής λύσης είναι οι μεταλλικά επενδυμένοι τοίχοι, θωρακίσεις και ειδικά φίλτρα.
- 1. **Κανονισμοί και νομοθεσία:** Οι αυστηροί κανονισμοί σχετικά με τα όρια εκπομπής ηλεκτρομαγνητικών πεδίων, όπως τα πορίσματα διεθνών οργανώσεων (π.χ. ICNIRP), συμβάλλουν στη ρύθμιση και έλεγχο της έκθεσης.
- 2. **Τεχνολογικές καινοτομίες:** Οι κατασκευαστές ηλεκτρονικών συσκευών κατά την ανάπτυξη

τους μπορούν να ελαχιστοποιήσουν τις εκπομπές ηλεκτρομαγνητικού θορύβου μέσω βελτιωμένων κυκλωμάτων και απομονωτικών τεχνικών.

- 3. Εκπαίδευση και ενημέρωση:** Η ευαισθητοποίηση του κοινού σχετικά με τους κινδύνους και τα μέτρα ασφαλείας συμβάλλει στον ορθό χειρισμό και τη μείωση της έκθεσης.
- 4. Χρησιμοποίηση μέσων αποσβέσεως:** Υπάρχουν ειδικές συσκευές, όπως φίλτρα και συστήματα αποκατάστασης, που μπορούν να μειώσουν τα ηλεκτρομαγνητικά πεδία σε συγκεκριμένους χώρους, ιδιαίτερα σε ευαίσθητα περιβάλλοντα.

Η διατήρηση της ισορροπίας ανάμεσα στην τεχνολογική ανάπτυξη και την προστασία της υγείας και του περιβάλλοντος απαιτεί συνεχή έλεγχο, επιστημονική έρευνα και τάσεις υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών. Η ενημέρωση και η ενεργός συμμετοχή όλων των κοινωνικών στρωμάτων είναι το κλειδί για την αντιμετώπιση του ηλεκτρομαγνητικού θορύβου στη σύγχρονη εποχή.

#### 5.1. Τεχνικές λύσεις

Χρήση θωρακισμένων καλωδίων και φίλτρων ρεύματος. Γειώσεις για εξισορρόπηση πεδίων. Τοποθέτηση router μακριά από υπνοδωμάτια. Faraday υλικά (χρώματα, κουρτίνες ή υφάσματα με αγώγιμες ίνες).

#### 5.2. Αρχιτεκτονικές και χωρικές παρεμβάσεις

Επένδυση τοίχων ή παραθύρων με ειδικά υλικά. Σχεδιασμός κατοικιών με «ήσυχες ζώνες» χαμηλής έκθεσης. Αποφυγή εγκατάστασης ηλεκτρικών πινάκων πίσω από κρεβάτια ή γραφεία.

#### 5.3. Συμπεριφορικές πρακτικές

Αποσύνδεση συσκευών τη νύχτα. Ελαχιστοποίηση χρόνου κοντά σε πομπούς. Χρήση ακουστικών αντί για κινητό στο αυτί. Προτίμηση ενσύρματης σύνδεσης όπου είναι εφικτό.

### 6. Θεσμικό πλαίσιο και όρια έκθεσης

Η επίδραση των μη ιονιζουσών ακτινοβολιών στον άνθρωπο αποτελεί αντικείμενο επιστημονικής έρευνας. Σύμφωνα με τον **Παγκόσμιο Οργανισμό Υγείας (ΠΟΥ)** και την **Διεθνή Επιτροπή Προστασίας από Μη Ιονίζουσες Ακτινοβολίες (ICNIRP)**, δεν υπάρχουν επαρκείς αποδείξεις ότι η έκθεση σε επίπεδα κάτω από τα επιτρεπόμενα όρια προκαλεί βλάβες στην υγεία. Ωστόσο, συνιστάται **προληπτική στάση**: περιορισμός άσκοπης έκθεσης, χρήση hands-free στο κινητό και αποφυγή παρατεταμένης επαφής με πηγές εκπομπής.

#### 6.1. Διεθνή όρια

Οργανισμοί: WHO, ICNIRP, IEEE. Τυπικά όρια έκθεσης: 4,5–9 W/m<sup>2</sup> για 900 MHz (κινητή).

10 W/m<sup>2</sup> για 2,4 GHz (Wi-Fi).

Στόχος: αποφυγή θερμικών επιδράσεων.

#### 6.2. Ευρωπαϊκό και Ελληνικό πλαίσιο

Η Ελλάδα υιοθετεί αυστηρότερα όρια: 70% των ορίων ICNIRP. Παρακολούθηση από ΕΕΑΕ (Ελληνική Επιτροπή Ατομικής Ενέργειας). Διαρκής ανάγκη αναθεώρησης λόγω νέων τεχνολογιών (π.χ. 5G, IoT).

#### 7. Συμπέρασμα – Προς μια ηλεκτρομαγνητική ισορροπία

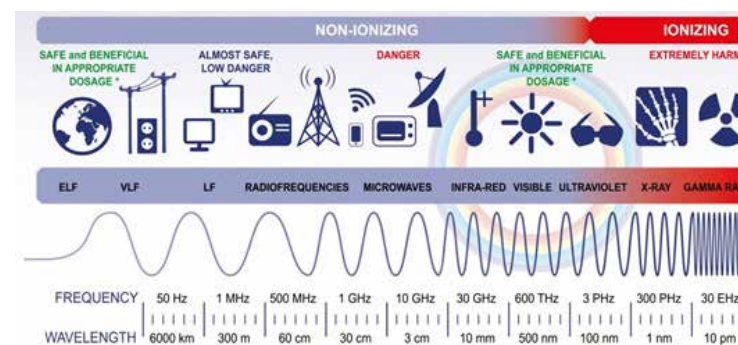
Ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος είναι το τίμημα της συνδεδεμένης κοινωνίας μας. Δεν μπορούμε να τον εξαλείψουμε, μπορούμε όμως να τον διαχειριστούμε με λογική, επιστημονική γνώση και σχεδιασμό. Η τεχνολογία και η υγεία δεν είναι αντίπαλοι — χρειάζονται συντονισμό, όπως δύο κύματα που αν μπουν σε φάση, αντί να αλληλοαναιρούν. Αν και σε γενικές γραμμές δεν θεωρείται επικίνδυνος για την ανθρώπινη υγεία στα επιτρεπόμενα επίπεδα, είναι σημαντικό να τηρούνται οι διεθνείς κατευθυντήριες οδηγίες και να προωθείται η ορθολογική χρήση της τεχνολογίας. Η κατανόηση και η διαχείριση του ηλεκτρομαγνητικού περιβάλλοντος είναι καθοριστική για μια **ισορροπημένη και ασφαλή τεχνολογική ανάπτυξη**.

#### Ενδεικτική βιβλιογραφία

- World Health Organization (WHO), *Electromagnetic fields and public health*, Geneva, 2023.
- International Commission on Non-Ionizing Radiation Protection (ICNIRP), *Guidelines for Limiting Exposure to Electromagnetic Fields (100 kHz–300 GHz)*, 2020.
- IEEE Transactions on Electromagnetic Compatibility, various issues.
- Ευρωπαϊκή Ένωση – Οδηγία 2013/35/ΕΕ σχετικά με τα όρια έκθεσης σε ηλεκτρομαγνητικά πεδία.

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

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



**Aktinovolgia.gr**

**Υψηλές συχνότητες**  
Κινητή τηλεφωνία, πάρκα κεραιών

**Χαμηλές συχνότητες**  
Παραγωγή - μεταφορά ενέργειας, υψηλή/μέση τάση

**Ιοντίζουσα ακτινοβολία**  
Ραδιενέργεια - ραδόνιο

**Μαγνητικά πεδία**  
Ιατρικές εφαρμογές

**Θωρακίσεις ακτινοβολίας**  
Λύσεις θωράκισης από ακτινοβολίες

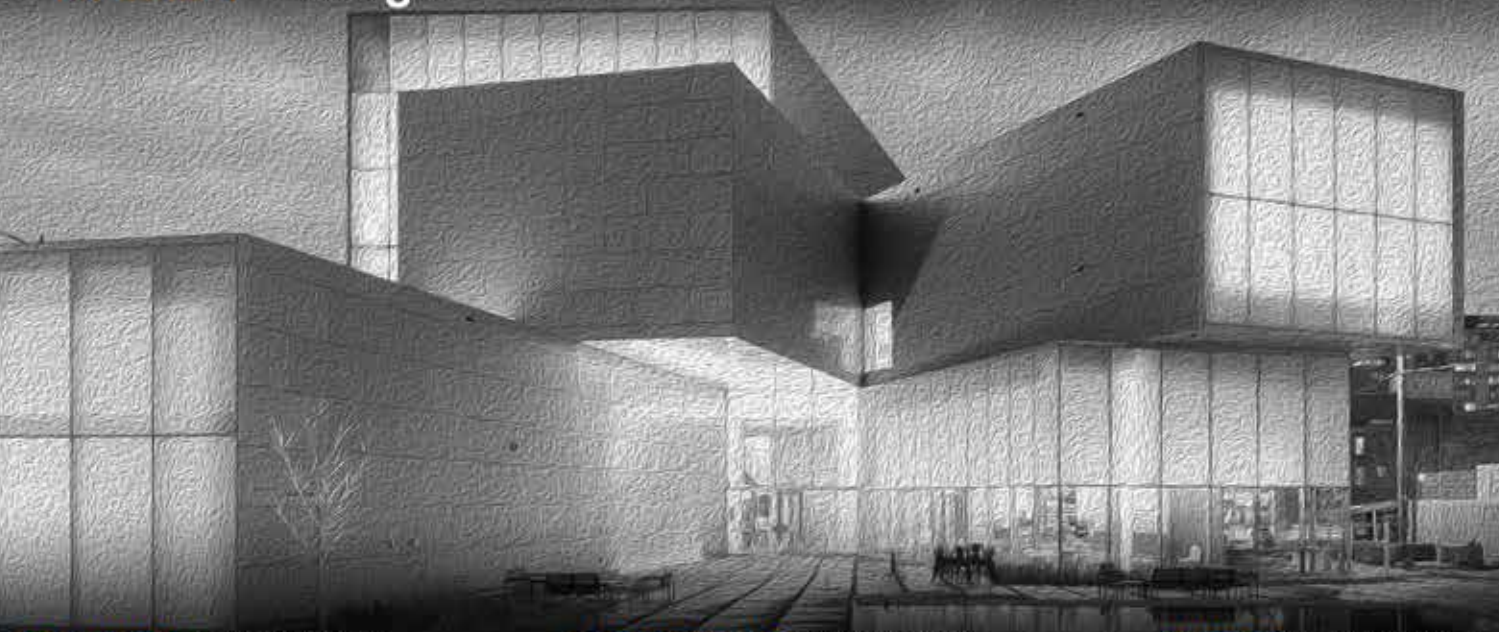
**Πιστοποιήσεις ασφαλείας**  
Πιστοποίηση σε έκθεση ηλεκτρομαγνητικών πεδίων

**ΗΡΑΚΛΕΙΟ:** Αγία Πελαγία, τηλ: +30 2810 256248  
**ΑΘΗΝΑ:** Ακαδημίας 52, τηλ: +30 210 3008795  
Κιν: +30 6978 557360, info@aktinovolgia.gr

MD

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

# Cretan Herbs & Spices from Sfakia

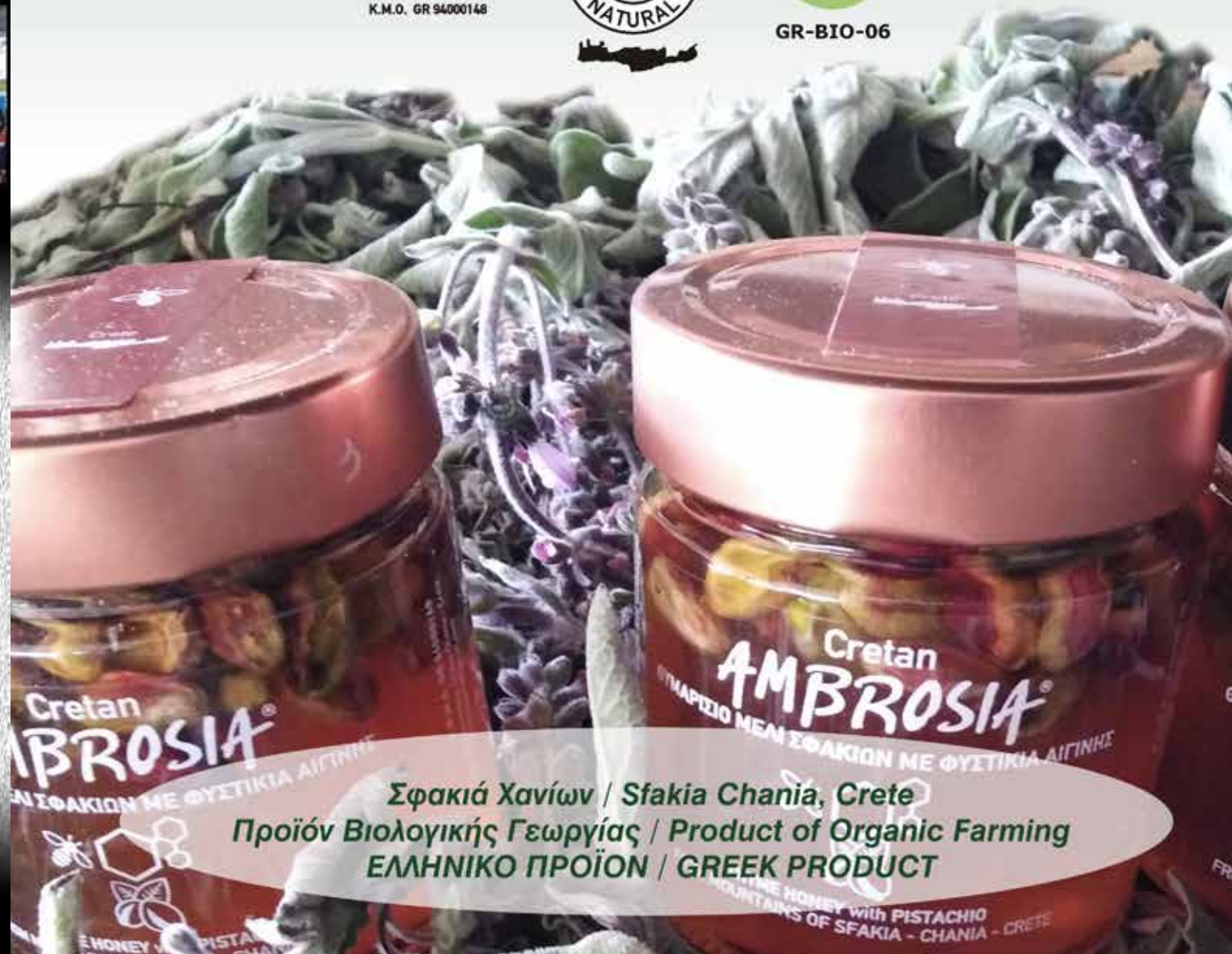
## BIO Cretan AMBROSIA®



K.M.O. GR 94000148



GR-BIO-06



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

ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΠΡΟΪΟΝ ΜΕ ΣΦΑΚΙΟΝ ΜΕ ΦΥΣΤΙΚΙΑ ΑΙΓΙΝΗΣ  
THE HONEY WITH PISTACHIO  
MOUNTAINS OF SFAKIA - CHANIA - CRETE



## Γιώργος Πελεκανάκης

**Γιώργος Πελεκανάκης**  
Πρόεδρος Πανελλήνιας Ομοσπονδίας  
Διευθυντών Ξενοδοχείων - ΠΟΔΙΞ  
Αντιπρόεδρος Δικτύου Κρητικού Ελαιολάδου

Κυρίες και κύριοι, καθώς φτάνουμε στο τέλος αυτής της εξαιρετικά ενδιαφέρουσας ημερίδας, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά όλους τους ομιλητές μας για τις πολύτιμες γνώσεις, τα παραδείγματα και τις προοπτικές που μοιράστηκαν μαζί μας. Από τη διερεύνηση του προφίλ του τουρίστα στην Κρήτη, μέχρι τον βιωματικό και τον οινοτουρισμό, την αξία των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας, τη στρατηγική και την ψηφιακή ορατότητα, αλλά και τις προκλήσεις της σύγχρονης κοινωνίας όπως ο ηλεκτρομαγνητικός θόρυβος — κάθε εισήγηση έφερε στο προσκήνιο σημαντικές διαστάσεις της ανάπτυξης και της βιωσιμότητας του τουρισμού. Συνοψίζοντας, μπορούμε να κρατήσουμε τα εξής βασικά συμπεράσματα:

- 1. Η εμπειρία του επισκέπτη** είναι πλέον το κεντρικό στοιχείο για κάθε τουριστική στρατηγική, και η αυθεντικότητα, η τοπική ταυτότητα και η προσωποποιημένη φιλοξενία αποτελούν τον πυρήνα της.
- 2. Η τοπική κουλτούρα και τα προϊόντα** δεν είναι μόνο πόροι, αλλά εργαλεία βιωματικού τουρισμού που δημιουργούν ισχυρούς δεσμούς με τον επισκέπτη και ενισχύουν την οικονομία της περιοχής.
- 3. Η στρατηγική και η προνοητικότητα** είναι απαραίτητες για την αντιμετώπιση των μελλοντικών προκλήσεων, είτε πρόκειται για οικονομικές ή γεωπολιτικές, είτε για τεχνολογικές και περιβαλλοντικές.
- 4. Η ψηφιακή ορατότητα και τεχνολογία end-**

**to-end** επιτρέπει την ολοκληρωμένη διαχείριση της εμπειρίας του επισκέπτη, από την πρώτη αναζήτηση μέχρι την παρακολούθηση μετά το ταξίδι.

- 5. Η βιωσιμότητα και η υπευθυνότητα** πρέπει να βρίσκονται στο επίκεντρο όλων των δράσεων, ώστε ο τουρισμός να εξελίσσεται αρμονικά με την κοινωνία και το περιβάλλον.

Η σημερινή ημέρα μας έδειξε ότι η συνεργασία, η καινοτομία και η προσεκτική αξιοποίηση των πόρων μπορούν να δημιουργήσουν έναν τουρισμό που είναι όχι μόνο ανταγωνιστικός, αλλά και ουσιαστικά βιώσιμος. Σας ευχαριστώ όλους θερμά για τη συμμετοχή σας, τις ερωτήσεις και τη ζωντανή συζήτηση. Ας συνεχίσουμε

όλοι μαζί να επενδύουμε σε έναν τουρισμό που συνδέει τον άνθρωπο, τον τόπο και την εμπειρία με τρόπο αυθεντικό και βιώσιμο.

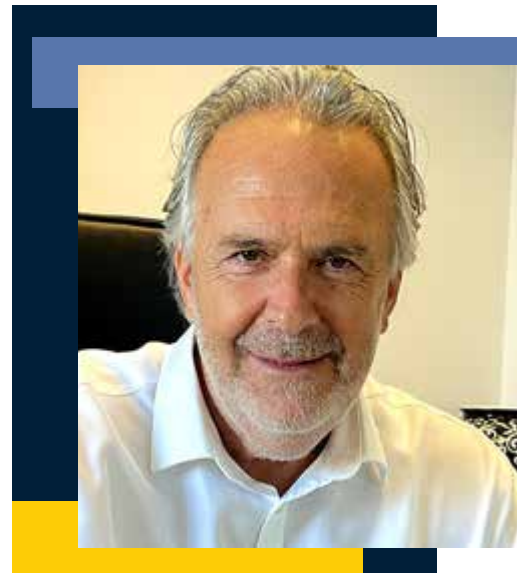
Ένα μεγάλο ευχαριστώ στον Δήμαρχο Σητείας κύριο Ζερβάκη για την άψογη φιλοξενία και την βουλευτή Λασιθίου κυρία Σπυριδάκη για την παρουσία της καθ' όλη την διάρκεια της Ημερίδας.

Ανανεώνουμε το ραντεβού μας, αποδεχόμενοι με χαρά την πρόσκληση του Αντιδημάρχου Οροπεδίου Λασιθίου, κ. Μανώλη Περισυνάκη, να οργανώσουμε την 6η Ημερίδα «Κρητών Φιλοξενείν» που θα πραγματοποιηθεί τον Οκτώβριο του 2026, στο Οροπέδιο Λασιθίου. Σας εύχομαι καλή συνέχεια και καλή επιστροφή στα σπίτια σας.



Video





**Γιώργος Ζερβάκης**  
Δήμαρχος Σητείας

## Γιώργος Ζερβάκης

Ο Δήμαρχος Σητείας Γιώργος Ζερβάκης κλείνοντας την 5η Παγκρήτια Ημερίδα Κριτών Φιλοξενείν ευχαρίστησε θερμά τους διοργανωτές και τους παρευρισκόμενους κάνοντας αναφορά σε όλα όσα ακούστηκαν, ιδιαίτερα σημαντικά και χρήσιμα για μια περιοχή σαν τη Σητεία η οποία προσπαθεί να βρει το βηματισμό της γνωρίζοντας όμως καλά τι θέλει.

*«Έχουμε αποφασίσει από κοινού ποιος είναι ο τρόπος με τον οποίο θέλουμε να αναπτυχθούμε τουριστικά. Η αυθεντικότητα της Σητείας είναι το μεγάλο της ατού και εκεί επενδύουμε. Το μεγάλο ζητούμενο για εμάς είναι να μπορέσουμε δημιουργώντας τις κατάλληλες προϋποθέσεις να κρατήσουμε τα νέα παιδιά στον τόπο τους. Για να γίνει αυτό χρειαζόμαστε τουριστικές επενδύσεις μιας και όλα δείχνουν ότι ο πρωτογενής τομέας φθίνει. Η Σητεία αξίζει να ενδυναμωθεί αφού είναι ένας ιδανικός τόπος για να ζεις. Με την βοήθεια τη δικιά σας, ως γνώστες του τουρισμού, θα μπορέσουμε να κάνουμε το επόμενο βήμα σε μια αναπτυξιακή προοπτική για αυτόν τον χαρισματικό τόπο.»*

Ειδικότερα ανέφερε:

Οι στιγμές και οι ώρες που περάσαμε ήταν γεμάτες ουσιαστικές τοποθετήσεις. Για εμάς στη Σητεία, που είμαστε σε μία περιοχή η οποία προσπαθεί να βρει τον βηματισμό της, η συζήτηση για τη φιλοξενία και τον βιωματικό τουρισμό έχει κομβική σημασία.

Η Σητεία, ως τοπική κοινωνία, έχει αποφασίσει από κοινού ποιος είναι ο τρόπος με τον οποίο πρέπει να

αναπτύξουμε πραγματικά το τουριστικό μας κομμάτι. Ο τρόπος αυτός, είναι η ανάδειξη της **αυθεντικότητας** που διαθέτει ο τόπος μας.

Η Σητεία είναι ίσως ο μοναδικός αστικός Δήμος της Κρήτης ο οποίος στηρίζεται εξίσου και σε μεγάλο βαθμό στον **πρωτογενή τομέα** και στον **τουρισμό**. Αυτός ο συνδυασμός είναι η μοναδική μας ταυτότητα και το ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα, το οποίο προσπαθούμε να κεφαλαιοποιήσουμε.

Οι προσπάθειες που γίνονται κινούνται σταθερά στην κατεύθυνση του **βιωματικού τουρισμού** και του σωστού τρόπου προσέγγισης του επισκέπτη. Ιδιαίτερη έμφαση δίνεται στον **επαναλαμβανόμενο επισκέπτη**, αυτόν που επιστρέφει, αναγνωρίζοντας την ποιότητα της εμπειρίας που του προσφέρουμε.

Παράλληλα με την τουριστική στρατηγική, ως Δήμος, έχουμε εστιάσει στη συνεχή **βελτίωση της καθημερινότητας** και της εικόνας της πόλης. Η καθαριότητα, οι επενδύσεις σε υποδομές και ο τρόπος με τον οποίο θέλουμε να αναπτυχθεί η περιοχή, όλα αυτά αποτελούν τον θεμέλιο λίθο για την επιτυχία του τουριστικού μας οράματος.

Το αποτέλεσμα εκτιμούμε πως θα είναι καλό, διότι ο τόπος μας είναι **φιλόξενος** και ο επισκέπτης που έρχεται πράγματι λέει καλά λόγια. Είναι ενδεικτικό ότι σπάνια ακούμε κακές κριτικές, κάτι που επιβεβαιώνεται και από τις δικές μας βιωματικές εμπειρίες με τους επισκέπτες μας.

Για εμάς, το **ζητούμενο** δεν είναι μόνο η τουριστική ανάπτυξη, αλλά κυρίως να μπορέσουμε να **κρατήσουμε τα νέα παιδιά στον τόπο**. Ο τόπος το έχει ανάγκη, έχει ανάγκη από νέους ανθρώπους για να παραμείνει ζωντανός.

Για να γίνει αυτό, κακά τα ψέματα, χρειαζόμαστε **επενδύσεις**, και μάλιστα τουριστικές επενδύσεις. Δυστυχώς, ο πρωτογενής τομέας, και ιδιαίτερα η **μονοκαλλιέργεια της ελιάς**, φαίνεται ότι δημιουργεί προβλήματα και υποχωρεί. Ως εκ τούτου, η εστίασή μας προς τον τουρισμό πρέπει να είναι αυτή που θα δώσει τη δυνατότητα στα παιδιά μας να παραμείνουν και να ευημερήσουν.

Εάν καταφέρουμε να λύσουμε το οικονομικό πρόβλημα -το οποίο στις μικρές κοινωνίες δεν είναι τεράστιο, καθώς έχουμε ανάγκη απλώς από ένα καλό επίπεδο- μπορούμε να προσφέρουμε στην οικογένειά μας τις βασικές δυνατότητες που μπορεί να έχει μια μικρή πόλη.

Μέσα σε αυτές τις προσπάθειες εντάσσεται και η **σημερινή μας Ημερίδα**. Αντίστοιχα, το **Καρδιολογικό Συνέδριο** που διεξάγεται στην πόλη μας συγκεντρώνει κόσμο υψηλού επιπέδου, ανθρώπους με γνώση, οι οποίοι μπορούν να δώσουν την επικοινωνία που έχει ανάγκη ο τόπος.

Εκτιμώ λοιπόν ότι οι προσπάθειές μας, πρέπει να γίνουν με τη **συνέργεια όλων**. Εμείς δεν είμαστε ούτε παντογνώστες, ούτε έχουμε την εμπειρία να τα καταφέρουμε όλα μόνοι μας. Με τη βοήθεια όλων, να κάνουμε τον βηματισμό εκείνο και το επόμενο βήμα που θα δώσει τη δυνατότητα στα νέα παιδιά να παραμείνουν.

Η στρατηγική μας απαιτεί **αργά βήματα, προσεκτικά, σταθερά**, ούτως ώστε να παραμείνουμε αυτοί που είμαστε. Αυτή η διατήρηση της ταυτότητας, σε συνδυασμό με την ποιοτική ανάπτυξη, είναι το ζητούμενο για τη Σητεία.

Σας ευχαριστώ ιδιαίτερα όλους. Να είστε καλά.

### Video





ελαιολάδου και στην ενίσχυση της τοπικής επιχειρηματικότητας.

Η φιλοξενία της Ημερίδας στο Οικομουσείο Σητείας αποτέλεσε μια **συμβολική αλλά και ουσιαστική επιλογή**. Ο χώρος ανέδειξε την αξία της συνεργασίας, της καινοτομίας και της εξωστρέφειας, στοιχεία που βρίσκονται στον πυρήνα της επιχειρηματικής δράσης. Παράλληλα, προσέφερε στους



# Οικομουσείο Σητείας

*Ένας ζωντανός χώρος πολιτισμού και ανάπτυξης*

επισκέπτες μια μοναδική ευκαιρία να βιώσουν την αυθεντικότητα της Σητείας μέσα από τις θεματικές διαδρομές, τα τοπικά προϊόντα και την αίσθηση της κοινότητας.

Το Οικομουσείο Σητείας δεν είναι απλώς ένας χώρος πολιτισμού. Είναι ένας τόπος συνάντησης ανθρώπων, ιδεών και προοπτικών. Η φιλοξενία της 5ης Ημερίδας «Κτητών Φιλοξενείν» επιβεβαίωσε τον ρόλο του ως **σημείο αναφοράς για την επιχειρηματική και πολιτιστική ανάπτυξη της περιοχής**, δίνοντας το μήνυμα ότι η παράδοση και η καινοτομία μπορούν να συνυπάρξουν δημιουργικά.



Η Σητεία, γνωστή για την πλούσια πολιτιστική της κληρονομιά και το μοναδικό φυσικό της περιβάλλον, απέκτησε τα τελευταία χρόνια έναν χώρο που συνδυάζει παράδοση, βιωματική εμπειρία και καινοτομία: το **Οικομουσείο Σητείας**. Πρόκειται για ένα ανοιχτό μουσείο που δεν περιορίζεται σε έναν κλειστό χώρο αλλά απλώνεται σε ολόκληρη την περιοχή, αναδεικνύοντας μνημεία, χωριά, αγροτικές δραστηριότητες και φυσικά τοπία.

Η επιλογή του Οικομουσείου ως τόπου φιλοξενίας της **5ης Ημερίδας «Κτητών Φιλοξενείν»** δεν ήταν τυχαία. Ο χώρος αυτός ενσαρκώνει την έννοια της φιλοξενίας με τον πιο ουσιαστικό τρόπο: προσφέρει στον επισκέπτη μια εμπειρία που συνδέει την ιστορία με το παρόν, την παράδοση με την επιχειρηματική προοπτική, και την τοπική κοινωνία με τον κόσμο.

Κατά τη διάρκεια της Ημερίδας, το Οικομουσείο ανέδειξε τον ρόλο του ως **κόμβος πολιτισμού και επιχειρηματικής δικτύωσης**. Οι συμμετέχοντες είχαν την ευκαιρία να γνωρίσουν έναν χώρο που δεν περιορίζεται σε εκθέματα, αλλά λειτουργεί ως ζωντανό δίκτυο εμπειριών. Η Σητεία παρουσιάστηκε όχι μόνο ως τόπος με πλούσια ιστορία, αλλά και ως περιοχή που επενδύει στη βιώσιμη ανάπτυξη, στην ανάδειξη του



## Κόμβος πολιτισμού και επιχειρηματικής δικτύωσης



# Όταν η Συνέπεια Συναντάει την Ποιότητα!

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

Εκτυπώσεις offset  
Ψηφιακές εκτυπώσεις

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

  
Τζαβέλλη 10 & Μεσολογγίου 17  
Τ.Κ. 10681 | Αθήνα - Εξάρχεια  
210 3847 356 | 210 3301 604  
mpotzakis@gmail.com

**ΑΦΟΙ ΜΠΟΤΖΑΚΗ**  
ΓΡΑΦΙΚΕΣ ΤΕΧΝΕΣ

Από το  
**1975**