

GREEK HOTELIER NEWS

Τετάρτη 25 / 2 / 2026

ΙΝΣΕΤΕ: Το brand Ελλάδα κερδίζει δυναμικά τις αγορές της Ασίας



Η τελευταία μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) αποτυπώνει την εικόνα του brand «Ελλάδα» στις πιο μακρινές αγορές,

όπως οι ΗΠΑ, Καναδάς, Κίνα, Ινδία και Αυστραλία. Οι ΗΠΑ, ο Καναδάς και η Αυστραλία αποτελούν σταθερές πηγές εισερχόμενου τουρισμού, ενώ η Ινδία και η Κίνα εμφανίζουν τη μεγαλύτερη δυναμική για ανάπτυξη το επόμενο 12μηνο. Στην Ινδία, το brand «Ελλάδα» ανέβηκε 9 θέσεις και στην Κίνα 3 θέσεις το 2025 σε σχέση με το 2024, ενώ διατήρησε τη θέση του στις ΗΠΑ και υποχώρησε κατά μία θέση στον Καναδά και την Αυστραλία. Η Ελλάδα κατατάσσεται στην 11η θέση στην Αυστραλία, στη 12η στον Καναδά και στην 13η στις ΗΠΑ, ενώ στην Ινδία βρίσκεται στην 27η και στην Κίνα στην 29η θέση. Παρά τις διαφορές, οι αποστάσεις σε προτίμηση από τις χώρες που προηγούνται είναι μικρές, δείχνοντας ανταγωνιστική θέση του ελληνικού brand. Σύμφωνα με το ΙΝΣΕΤΕ, το 2025 αναμένεται ορόσημο, με τις αφίξεις και τα έσοδα να ξεπερνούν ήδη τα αντίστοιχα του 2024, κυρίως λόγω αυξημένης ζήτησης από τις μεγάλες αγορές. Η Ελλάδα κατατάσσεται υψηλά σε σύγκριση με άλλους μεσογειακούς προορισμούς: 3η στην Αυστραλία και 4η σε ΗΠΑ, Καναδά, Κίνα και Ινδία, ξεπερνώντας Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Πορτογαλία, Κροατία και Τουρκία. Ο Γενικός Διευθυντής του ΙΝΣΕΤΕ, Ηλίας Κικίλιας, τόνισε ότι η ενίσχυση της μέσης κατά κεφαλή δαπάνης συνδέεται με το στρατηγικό άνοιγμα στις long haul αγορές και ότι η χώρα χρειάζεται συνεκτικό σχέδιο, αποτελεσματική διακυβέρνηση προορισμών και επαρκείς υποδομές. Μια μακροχρόνια στρατηγική που συνδυάζει δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, εστιάζει στη βιωσιμότητα και την ταυτότητα των προορισμών, μπορεί να αξιοποιήσει τη δυναμική των μακρινών αγορών και να ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα και τα οφέλη για τις τοπικές κοινωνίες.

ΠΟΞ και Υπουργείο Τουρισμού συντονίζουν τη στρατηγική του 2026

Στα ανακαινισμένα γραφεία της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ) πραγματοποιήθηκε συνάντηση με τη συμμετοχή της Υπουργού Τουρισμού Όλγας Κεφαλογιάννη και του Διοικητικού Συμβουλίου της ΠΟΞ, όπου συζητήθηκαν οι προτεραιότητες του ελληνικού τουρισμού για το 2026 και ο καθοριστικός ρόλος των ξενοδόχων. Ο ξενοδοχειακός κλάδος αναγνωρίστηκε ως βασικός πυλώνας ανάπτυξης, με έμφαση στην ποιότητα, την ανθεκτικότητα, την επενδυτική δραστηριότητα και τη συνεχή αναβάθμιση των υπηρεσιών που ενισχύουν τη διεθνή εικόνα της Ελλάδας. Στο επίκεντρο βρέθηκαν η αξιοποίηση ειδικών μορφών τουρισμού, όπως ο ορεινός και ο 12μηνος, η διαφοροποίηση προϊόντων και υπηρεσιών, η συνεργασία με Οργανισμούς Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμών (DMMOs) και η ενίσχυση της προσβασιμότητας μέσω προγραμμάτων όπως το «Τουρισμός για Όλους». Επιπλέον, τονίστηκε η σημασία των θεσμικών ρυθμίσεων για τις βραχυχρόνιες μισθώσεις και η συμβολή των ξενοδόχων στην εφαρμογή προδιαγραφών ασφαλείας. Η συντονισμένη δράση της ΠΟΞ με το Υπουργείο Τουρισμού στοχεύει στη διάχυση των οφελών του τουρισμού σε όλη τη χώρα, στην ενίσχυση της ελκυστικότητας των προορισμών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου και στη βιώσιμη ανάπτυξη, καθιστώντας την Ελλάδα έναν προορισμό υψηλής ποιότητας και αξίας για εγχώριους και διεθνείς επισκέπτες.

Καθαρά Δευτέρα: Ποιους προορισμούς επέλεξαν οι Έλληνες



Την Καθαρά Δευτέρα, η επιβατική κίνηση στην Ελλάδα κινήθηκε σε ιδιαίτερα υψηλά επίπεδα, καθώς πολλοί ταξιδιώτες επέλεξαν να εκμεταλλευτούν το τριήμερο για εκδρομές εντός και εκτός χώρας. Σύμφωνα με στοιχεία της AEGEAN, οι πληρότητες από τις δύο μεγαλύτερες βάσεις, Αθήνα και Θεσσαλονίκη, ξεπέρασαν το 80%, με κορύφωση την Πέμπτη, την Παρασκευή και την Καθαρά Δευτέρα. Στο δίκτυο εξωτερικού, οι προτιμήσεις των Αθηναίων επικεντρώθηκαν σε δημοφιλείς ευρωπαϊκούς προορισμούς, όπως Ρώμη, Μιλάνο, Παρίσι, Βαρκελώνη, Βαρκελώνη, Ρώμη, Μόναχο και Λάρνακα. Παράλληλα, αυξημένο ενδιαφέρον υπήρξε και για λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς, όπως Σόφια, Βελιγράδι, Βουκουρέστι, Ζάγκρεμπ, αλλά και για πιο μακρινούς προορισμούς, όπως Τζέντα, Ριάντ και Άμπου Ντάμπι. Στο δίκτυο εσωτερικού, οι ταξιδιώτες επέλεξαν κυρίως νησιωτικούς προορισμούς, με τους Αθηναίους να προτιμούν Αλεξανδρούπολη, Ηράκλειο, Χίο, Σαντορίνη και Ρόδο, και τους Θεσσαλονικείς Χίο, Λήμνο, Κω, Ηράκλειο και Ρόδο. Η αυξημένη ζήτηση επεκτάθηκε και σε εναλλακτικούς προορισμούς. Η εικόνα αυτή επιβεβαιώνει τη σταθερά υψηλή ταξιδιωτική ζήτηση για την περίοδο και αναδεικνύει την ποικιλία επιλογών των Ελλήνων, τόσο για κοντινές αποδράσεις εντός Ελλάδας όσο και για ταξίδια στο εξωτερικό, σε δημοφιλείς και αναδυόμενους προορισμούς.

Αν θέλετε να λαμβάνετε το newsletter μας και να ενημερώνεστε για τις τελευταίες εξελίξεις για τον τουρισμό, πατήστε [εδώ!](#)

Η ΙΔΑΝΙΚΗ ΒΙΩΣΙΜΗ ΛΥΣΗ
ΓΙΑ ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΣΑΣ

PUREZZA™

PREMIUM WATER

STILL & SPARKLING



Δες το video

Για πρώτη φορά στην Ελλάδα από την Rainbow Waters



Είμαστε σε μια πράσινη αποστολή.

Επικοινωνήστε μαζί μας σήμερα στο horeca@rainbowwaters.gr ή στο **801 11 34 34 34** για να σας προτείνουμε το σύστημα **Purezza** που θα καλύψει τις ανάγκες σας.



www.purezza.gr

Solo Travel: Το νέο must τουριστικό trend



Η τάση των solo travelers, των ταξιδιωτών που επιλέγουν να ταξιδέψουν μόνοι τους, κερδίζει συνεχώς έδαφος, όχι ως ανάγκη αλλά ως συνειδητή επιλογή αυτονομίας και αυτοφροντίδας. Πρόκειται για άτομα που επιδιώκουν να αποδράσουν από την καθημερινότητα, να γνωρίσουν νέους τόπους, ανθρώπους και συνήθειες, ενώ παράλληλα

ανακαλύπτουν τον εαυτό τους. Σύμφωνα με έρευνα της booking.com, το 72% των ταξιδιωτών σχεδιάζει ένα solo ταξίδι μέσα στον επόμενο χρόνο. Οι περισσότερες solo ταξιδιώτισσες είναι γυναίκες ηλικίας 47+ ετών, κοινωνικές, ανεξάρτητες και με ανάγκη για ψυχική ενδυνάμωση. Η Ελλάδα και η Ευρώπη βρίσκονται στους κορυφαίους προορισμούς λόγω φιλοξενίας, ασφάλειας και πολιτιστικού πλούτου. Οι ξενοδόχοι και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες καλούνται να προσαρμόσουν τις υπηρεσίες τους, προσφέροντας ανταγωνιστικές τιμές για μονόκλινα δωμάτια, δραστηριότητες κοινωνικού χαρακτήρα, room service και ευέλικτα πακέτα. Το κοινό αυτό ξοδεύει έως και 35% περισσότερα από οικογένειες και ταξιδεύει πιο συχνά εκτός αιχμής, συμβάλλοντας στην αποεποχοποίηση των προορισμών. Υπάρχουν επίσης κοινότητες solo travelers, που οργανώνουν ταξίδια για ανθρώπους που θέλουν παρέα αλλά κρατούν την αυτονομία τους. Οι ταξιδιώτες αυτοί αναδεικνύουν την εμπειρία ως δώρο στον εαυτό τους, ενισχύοντας την αυτοπεποίθηση και την προσωπική ελευθερία. Η τάση του solo travel υπογραμμίζει ότι το ταξίδι μπορεί να είναι προσωπική περιπέτεια, μέσο αυτογνωσίας και εμπλουτισμού της ζωής, ενώ δημιουργεί νέες ευκαιρίες για τον τουριστικό κλάδο.

Βρετανία: Το 20% των νέων επιλέγει βιώσιμες διακοπές



Οι «διακοπές με θετικό αντίκτυπο» κερδίζουν συνεχώς έδαφος, ιδιαίτερα στη βρετανική αγορά, όπως καταδεικνύει η πρόσφατη έρευνα της ABTA «Holiday Habits & Travel Trends Report 2025-26». Σύμφωνα με τα στοιχεία, το 20% των ταξιδιωτών ηλικίας 25-34 ετών επιλέγει εταιρεία, ξενοδοχείο ή

προορισμό με βάση τις περιβαλλοντικές δεσμεύσεις και τις πρακτικές βιωσιμότητας - ποσοστό διπλάσιο σε σχέση με τις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες. Η έρευνα επιβεβαιώνει ότι οι Βρετανοί ταξιδιώτες επιθυμούν ολοένα και περισσότερο να περιορίζουν το περιβαλλοντικό τους αποτύπωμα και να οργανώνουν υπεύθυνες ταξιδιωτικές εμπειρίες. Παράλληλα, οι ταξιδιωτικοί πράκτορες συνεχίζουν να διαδραματίζουν κρίσιμο ρόλο, καθώς το 38% των Βρετανών έκλεισε τις διακοπές του μέσω επαγγελματία τουρισμού, με το ποσοστό να φτάνει το 55% στις νεαρές οικογένειες. Το 41% των ταξιδιωτών δηλώνει ότι αισθάνεται μεγαλύτερη εμπιστοσύνη όταν χρησιμοποιεί τουριστικό πράκτορα, υπογραμμίζοντας τον ρόλο τους ως καθοδηγητών και συμβούλων στις επιλογές ταξιδιού. Η έρευνα αναδεικνύει την τάση για βιώσιμες επιλογές και την ενισχυμένη σημασία των επαγγελματιών τουρισμού στη διαμόρφωση των προτιμήσεων, επιβεβαιώνοντας ότι οι υπεύθυνες πρακτικές δεν είναι μόνο ηθική επιλογή, αλλά και βασικός παράγοντας για την εμπιστοσύνη και τις αποφάσεις των ταξιδιωτών.

Προσκυνηματικός Τουρισμός: Οργανωμένη προβολή στο εξωτερικό

Την Τετάρτη 18 Φεβρουαρίου 2026, στο υπουργείο Τουρισμού πραγματοποιήθηκε η πρώτη συνεδρίαση για το 2026 της Κοινής Συντονιστικής Επιτροπής Προσκυνηματικού Τουρισμού, υπό την προεδρία της υφυπουργού Τουρισμού, Άννας Καραμανλή. Στη συνάντηση συμμετείχαν εκπρόσωποι της Εκκλησίας της Ελλάδος, της Εκκλησίας της Κρήτης, του Οικουμενικού Πατριαρχείου, του Αγίου Όρους, καθώς και των υπουργείων Πολιτισμού, Τουρισμού και του ΕΟΤ. Η κυρία Καραμανλή υπογράμμισε τη σημασία της οργανωμένης προβολής των προσκυνημάτων και θρησκευτικών παραδόσεων στο εξωτερικό, με σεβασμό στον πνευματικό τους χαρακτήρα. Τόνισε ότι κάθε πρωτοβουλία θα υλοποιείται σε συνεργασία με τις εκκλησιαστικές αρχές, στη βάση του Κοινού Πρωτοκόλλου Συνεργασίας του 2024. Στη συζήτηση κατατέθηκαν πρακτικές προτάσεις ανάπτυξης, οι οποίες θα προωθηθούν στα εκκλησιαστικά κέντρα για έγκριση. Η Επιτροπή συμφώνησε να επανέλθει σύντομα για να παρακολουθήσει την πορεία υλοποίησης, ενισχύοντας την Ελλάδα ως διεθνή προορισμό θρησκευτικού και πνευματικού ενδιαφέροντος.





Κέρδισε έως και 70%
στις αγορές σου, με 100% εγγύηση ποιότητας!
Υψηλή Ποιότητα | Υποστήριξη B2B | Next Day Παράδοση

Εξόπλισε την επιχείρησή σου
άμεσα και οικονομικά. Ανακάλυψε μία πλήρη γκάμα
μελανιών & τόνερ, εκτυπωτών και γραφικής ύλης.



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολούθησε μας:





Ο Ελληνικός Τουρισμός «Αλλιώς»: Όταν οι Άνθρωποι Γίνονται ο Προορισμός

Η Marketing Greece παρουσιάζει τις «Καλές Ιστορίες Τουρισμού».
Μια βαθιά βουτιά στην αυθεντική Ελλάδα που δεν χωράει σε τουριστικούς οδηγούς.

Του Θανάση Λασκούδη

Τί μένει τελικά από ένα ταξίδι; Μια φωτογραφία στο κινητό ή η κουβέντα με τον παραγωγό που σου έδειξε πώς επιβιώνει η παράδοση; Η Marketing Greece, με τη νέα της πρωτοβουλία «Καλές Ιστορίες Τουρισμού», αποφάσισε να στρέψει τον προβολέα εκεί που χτυπά η πραγματική καρδιά του ελληνικού τουρισμού: στους ανθρώπους, στις τοπικές κοινωνίες και στο θετικό αποτέλεσμα που αφήνει ο καθένας μας στο πέρασμά του.

Το «Πρόσωπο» πίσω από την Εμπειρία

Μέσα από την πλατφόρμα kalesistoriestourismou.gr, η δράση αυτή ξεκινά ένα οδοιπορικό σε κάθε γωνιά της χώρας. Δεν πρόκειται για άλλη μια διαφημιστική καμπάνια, αλλά για μια κατάθεση ψυχής.

Ο Νίκος Διαμαντόπουλος, Γενικός Διευθυντής της Marketing Greece, το έθεσε εύστοχα στην παρουσίαση της εκδήλωσης: «Ο τουρισμός δεν είναι απλά ταξίδι, αλλά εμπειρία ζωής» και συνέχισε τονίζοντας: «Η νέα μας πρωτοβουλία έχει





στόχο να αποτυπώσει το βιώσιμο και συμπεριληπτικό πρόσωπο του ελληνικού τουρισμού, προσφέροντας έμπνευση και νέες προοπτικές για τους ελληνικούς προορισμούς.»

Όταν αυτή η εμπειρία συνοδεύεται από σεβασμό στη φύση και την ιστορία, τότε οι τόποι δεν προσφέρουν απλώς φιλοξενία, αλλά αναζωογονούνται οι ίδιοι.

Στο πλευρό αυτής της προσπάθειας στέκεται και το Υπουργείο Τουρισμού, με τη Γενική Γραμματέα Βάσια Κουτσούκου να τονίζει πως η ανταγωνιστικότητα της χώρας μας κρύβεται ακριβώς σε αυτά τα ποιοτικά, ανθρωποκεντρικά χαρακτηριστικά. Από τον καινοτόμο επιχειρηματία που «βλέπει» μόνο πράσινο, μέχρι τον άνθρωπο που διασώζει τη γεύση ενός τόπου, όλοι γίνονται κρίκοι μιας αλυσίδας που ονομάζεται συλλογική επιτυχία.

Ένα Μωσαϊκό από Πράξεις και Όραμα

Στην εκδήλωση, το κλίμα φορτίστηκε από το πάθος ανθρώπων που κάνουν την αγάπη για τον τόπο τους καθημερινή πράξη. Εκπρόσωποι από το [Messolonghi by Locals](#), το [Navarino Pet Community](#), τη [Σκάλα Βραδέτου](#) και τους [Phaea Farmers](#) απέδειξαν ότι η αλλαγή ξεκινά από τη βάση.

Το ταξίδι των «Καλών Ιστοριών» όμως συνεχίζεται ψηφιακά και φυσικά:

- Στις Πρέσπες, το εγχείρημα [«Του Χάσου»](#) δίνει νέα πνοή στη Μικρολίμνη.

- Στην Πίνδο, το [Μουσείο Υδροκίνησης Ανθοχωρίου](#) μας γυρίζει στις ρίζες μας.
- Στη Λέσβο, η τέχνη και η παράδοση στην [Αγιάσο \(«αλλιώς'κα»\)](#) δείχνουν ότι η ταυτότητα ενός τόπου είναι ένας ζωντανός οργανισμός.
- Στην Πελοπόννησο, η [Δυτική Μάνη](#) τρέχει σε ρυθμούς ορεινού αγώνα, ενώ οι Δελφοί μας καλούν να περπατήσουμε στα ίχνη των αρχαίων προσκυνητών.

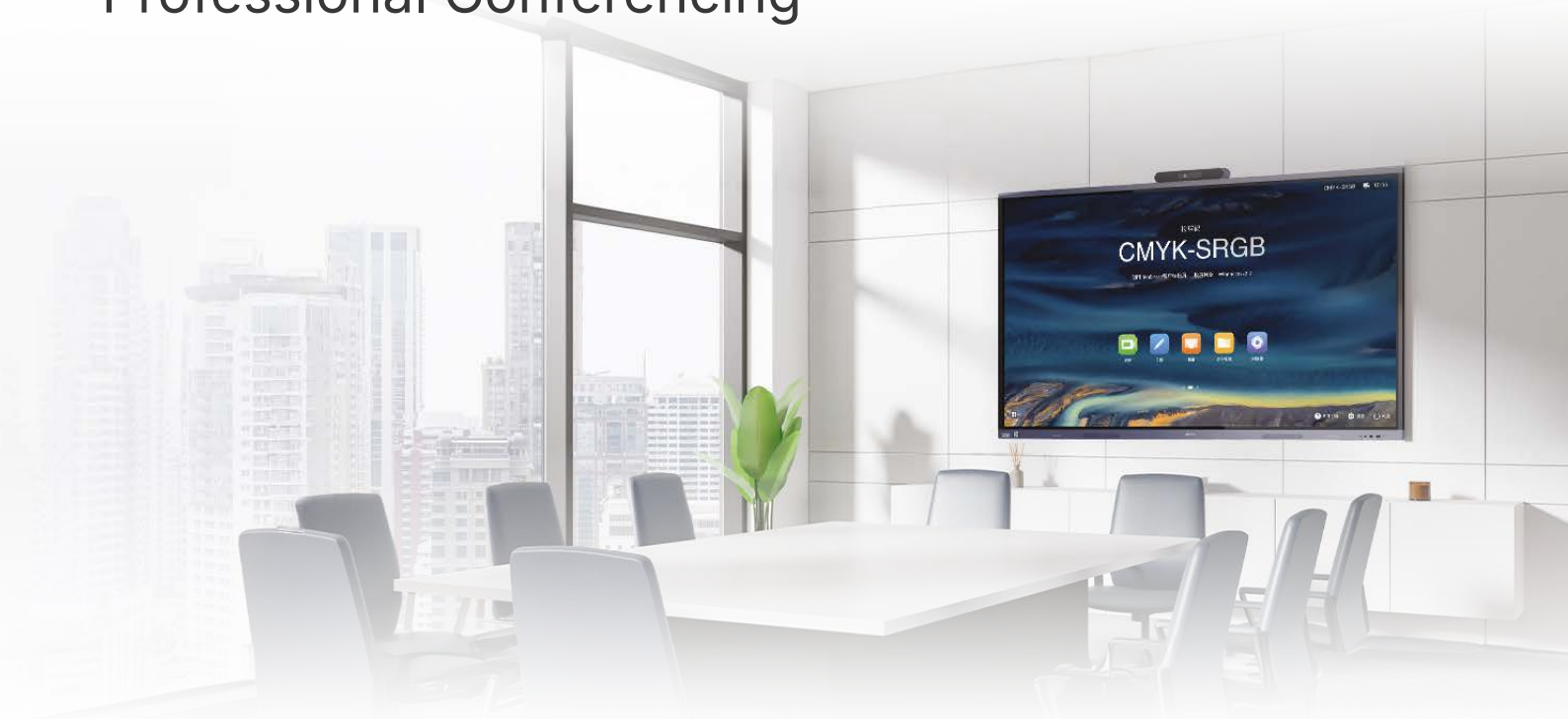
Η βιωσιμότητα παίρνει σάρκα και οστά και μέσα από το [ReHoreca](#), που φιλοδοξεί να μετατρέψει τα ξενοδοχεία και την εστίαση σε έναν τομέα μηδενικών αποβλήτων.

Το Βλέμμα στο 2026

Η πρωτοβουλία, η οποία εντάσσεται στο ευρύτερο πρόγραμμα του ΣΕΤΕ «METRON Sustainable Tourism», δεν είναι πυροτέχνημα. Το 2026 αναμένεται γεμάτο με podcasts, και videocasts, φέρνοντας αυτές τις ιστορίες στα αυτιά και τα μάτια ενός ακόμη μεγαλύτερου κοινού. Όσοι αναζητούν έμπνευση, μπορούν ήδη να ακολουθήσουν το ταξίδι σε Facebook και Instagram. Η πρωτοβουλία «Καλές Ιστορίες Τουρισμού» είναι η απόδειξη ότι ο τουρισμός στην Ελλάδα αλλάζει πίστα. Ξεφεύγει από το μοντέλο «ήλιος και θάλασσα» και επενδύει σε αυτό που έχουμε περισσότερο ανάγκη: το νόημα. Αν το 2026 είναι η χρονιά της βιωσιμότητας, τότε αυτές οι ιστορίες είναι ο οδικός χάρτης για να το πετύχουμε, διατηρώντας την αυθεντικότητά μας αναλλοίωτη.

HUAWEI IdeaHub ES3

Redefining Smart Meetings with
Professional Conferencing



Intelligent Whiteboard

16 ms ultra-low writing latency:
Supports AI handwriting prediction
algorithm for a smooth writing
experience.



Μεσογειακή συμμαχία για βιώσιμες και ποιοτικές τουριστικές εμπειρίες

Σε μια στρατηγική συνάντηση για τη διαμόρφωση της τουριστικής ατζέντας της επόμενης δεκαετίας, η υπουργός Τουρισμού Όλγα Κεφαλογιάννη συναντήθηκε στη Μαδρίτη με τον Ισπανό ομόλογό της, Jordi Hereu. Κύριο θέμα ήταν η εναρμόνιση των θέσεων Ελλάδας και Ισπανίας εν όψει της νέας Ευρωπαϊκής Στρατηγικής για τον Τουρισμό που επεξεργάζεται ο Ευρωπαίος Επίτροπος Απόστολος Τζιτζικώστας και αναμένεται την άνοιξη. Συζητήθηκαν η πράσινη και ψηφιακή μετάβαση του τουρισμού, η ανάδειξη του «Brand Europe» πέρα από το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιος και θάλασσα», η ενίσχυση της μεσογειακής συνεργασίας, η ανάπτυξη θαλάσσιου τουρισμού και η ανταλλαγή τεχνογνωσίας. Επίσης, συμφώνησαν στην υπογραφή μνημονίου συνεργασίας το 2026 και στην ανάγκη δημιουργίας ενιαίου ευρωπαϊκού πλαισίου για βραχυχρόνιες μισθώσεις με σεβασμό στη βιωσιμότητα και τα δικαιώματα των κατοίκων. Η κυρία Κεφαλογιάννη τόνισε ότι Ελλάδα και Ισπανία, ως στρατηγικοί εταίροι, προωθούν έναν τουρισμό ισορροπημένο, βιώσιμο και ποιοτικά αναβαθμισμένο, προετοιμάζοντας το έδαφος για ουσιαστικές αλλαγές στην Ευρώπη και τη Μεσόγειο.



Διεθνής εκδήλωση για τον τουρισμό στην Ελλάδα το 2027

Στη Μαδρίτη, η υπουργός Τουρισμού Όλγα Κεφαλογιάννη και η νέα Γενική Γραμματέας του UN Tourism, Shaikha Al Nowais, εγκαινίασαν μια νέα φάση συνεργασίας Ελλάδας - Οργανισμού, εστιάζοντας στη βιώσιμη ανάπτυξη και την ενίσχυση της ανθεκτικότητας των τουριστικών προορισμών. Οι συνομιλίες περιέλαβαν εκπαίδευση, ανάπτυξη δεξιοτήτων, επενδύσεις, ψηφιακό μετασχηματισμό και τη διασύνδεση τουρισμού με πολιτισμό, με στόχο τη μακροπρόθεσμη ανταγωνιστικότητα του κλάδου. Σημαντικό στοιχείο αποτέλεσε η συμφωνία για τη διεξαγωγή διεθνούς εκδήλωσης «Πολιτισμός και Τουρισμός» στην Ελλάδα το πρώτο εξάμηνο του 2027, καθώς και η παρουσίαση ελληνικής πρότασης για την ενίσχυση του πολιτιστικού τουρισμού. Επιπλέον, προτάθηκε συνεργασία για την αξιολόγηση των επιπτώσεων της κλιματικής αλλαγής σε παράκτιους και νησιωτικούς προορισμούς, με στόχο τον σχεδιασμό πρόληψης κινδύνων και την εκπαίδευση σε διαχείριση κρίσεων. Στο πλαίσιο αυτό, συμφωνήθηκε η ανανέωση του Μνημονίου Συνεργασίας για τη σύσταση Παρατηρητηρίου Θαλάσσιου και Παράκτιου Τουρισμού στην Ανατολική Μεσόγειο. Παράλληλα, εξετάστηκε συνεργασία με το ελληνικό Innovation Hub CapsuleT για στήριξη νεοφυών επιχειρήσεων και πράσινων ψηφιακών λύσεων, ενώ η Ελλάδα παρουσίασε έργα βελτίωσης της προσβασιμότητας σε ελληνικές παραλίες μέσω του Σχεδίου Ανάκαμψης.

Ανθεκτικός ο χειμερινός τουρισμός - 2,3 ημέρες η μέση διαμονή

Τον Δεκέμβριο του 2025, οι αφίξεις στα ελληνικά καταλύματα ξενοδοχειακού τύπου, κάμπινγκ και ενοικιαζόμενα δωμάτια έφτασαν τις 966.703 και οι διανυκτερεύσεις τις 2.261.248, σημειώνοντας μικρή άνοδο σε σχέση με τον Δεκέμβριο του 2024 (+1,7% στις αφίξεις, +1,2% στις διανυκτερεύσεις). Οι αλλοδαποί επισκέπτες παρουσίασαν αύξηση 3,3% στις αφίξεις και 2,4% στις διανυκτερεύσεις, ενώ οι Έλληνες ταξιδιώτες συνέβαλαν κατά 68% στις αφίξεις και 64,1% στις διανυκτερεύσεις, με μικρές αυξήσεις 1% και 0,6% αντίστοιχα. Η μέση διαμονή υπολογίστηκε σε 2,3 ημέρες, καταδεικνύοντας σταθερή ζήτηση και για το χειμερινό τουριστικό προϊόν της χώρας.

JBL

HORIZON 3

Όσα χρειαστείς για
το πρωινό σου ξύπνημα,
στο κομοδίνο σου



Ισχυρός ήχος
JBL Pro



Ξυπνητήρι με
εφέ ανατολής



Ραδιόφωνο & μουσική
Bluetooth



Φωτισμός
περιβάλλοντος



Θύρα φόρτισης
USB Type-C



LCD
οθόνη

ΚΥΒΕΡΝΟΕΠΙΘΕΣΕΙΣ ΣΤΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ

Προκλήσεις και λύσεις για το 2026!



Του Χρήστου Κοτσακά

Η εικόνα ενός επισκέπτη που πλησιάζει την πόρτα του δωματίου του και την ξεκλειδώνει με ένα άγγιγμα του smartphone αποτελεί μέρος της **ψηφιακής φιλοξενίας**. Πίσω όμως από αυτή την ευκολία κρύβεται ένα αόρατο πεδίο μάχης, όπου οι παραδοσιακές αξίες της εξυπηρέτησης συγκρούονται με τις απαιτήσεις της κυβερνοασφάλειας. Για τον σύγχρονο ξενοδόχο, η μετάβαση στην **έξυπνη τεχνολογία** είναι ένας μονόδρομος που συνοδεύεται από μια εκτεταμένη επιφάνεια επίθεσης. Το 2026, η κυβερνοασφάλεια στον ξενοδοχειακό κλάδο έχει μετεξελιχθεί σε κεντρικό πυλώνα της **στρατηγικής επικοινωνίας** και της βιωσιμότητας κάθε τουριστικού brand.

Η στατιστική πραγματικότητα, όπως αποτυπώνεται σε πρόσφατες κλαδικές αναλύσεις, δείχνει το μέγεθος της πρόκλησης που αντιμετωπίζει η βιομηχανία παγκοσμίως. Το μέσο κόστος μιας παραβίασης δεδομένων στον κλάδο

της φιλοξενίας εκτιμάται πλέον στα **€3,71 εκατομμύρια** ανά περιστατικό, σημειώνοντας μια ανησυχητική αυξητική τάση που απειλεί την κερδοφορία ακόμη και των πιο εύρωστων ομίλων. Σύμφωνα με έρευνα του 2021 του Cornell Center for Hospitality Research, σχεδόν το ένα τρίτο (31%) των επιχειρήσεων σε **λιανεμπόριο, εστίαση και φιλοξενία** έχει βιώσει παραβίαση δεδομένων, και από αυτές, ένα εντυπωσιακό 89% χτυπήθηκε περισσότερες από μία φορές μέσα στο ίδιο έτος. Γίνεται σαφές ότι οι εισβολείς στοχεύουν μεθοδικά σε ένα οικοσύστημα που διαχειρίζεται τεράστιους όγκους **ευαίσθητων προσωπικών δεδομένων**.

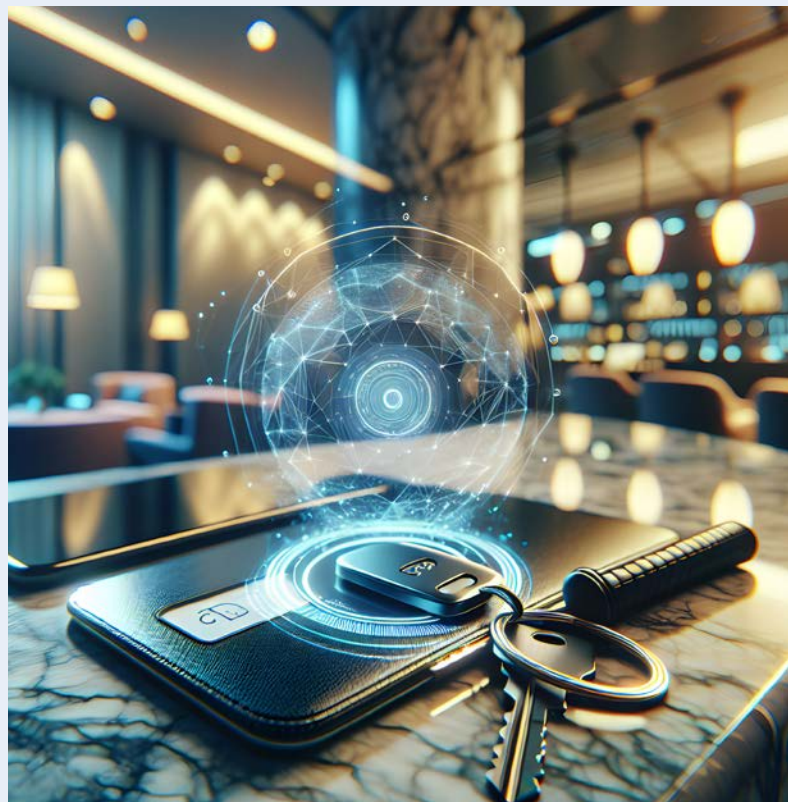
Η κοινωνική μηχανική στην πρώτη γραμμή

Η φιλοξενία, από τη φύση της, βασίζεται στην προθυμία του προσωπικού να ανταποκριθεί άμεσα και θετικά σε

κάθε αίτημα του επισκέπτη. Αυτό ακριβώς αποτελεί την κερκόπορτα για επιθέσεις **κοινωνικής μηχανικής (social engineering)**, οι οποίες καταγράφουν αύξηση σχεδόν 300% σε συγκεκριμένες κλαδικές αναφορές για απάτες πλαστοπροσωπίας μέσα σε ένα μόνο έτος. Η πιο εξελιγμένη μέθοδος είναι η τεχνική «**ClickFix**», η οποία στοχεύει απευθείας στους υπαλλήλους της υποδοχής. Οι επιτιθέμενοι στέλνουν μηνύματα μέσω επίσημων καναλιών, παριστάνοντας πελάτες με επείγοντα ζητήματα, όπως ένα πρόβλημα με την κράτηση ή την επιβεβαίωση στοιχείων, προκαλώντας μια κατάσταση τεχνητής έκτακτης ανάγκης.

Σε καμπάνια που οι ερευνητές ονομάζουν «**I Paid Twice**», οι επιτιθέμενοι μολύνουν τα συστήματα των ξενοδοχείων με το κακόβουλο λογισμικό **PureRAT** μέσω της τεχνικής ClickFix. Όταν ο υπάλληλος πειστεί να εκτελέσει μια εντολή για να «διορθώσει» ένα υποτιθέμενο σφάλμα, ο χάκερ αποκτά πλήρη έλεγχο των διαπιστευτηρίων. Στη συνέχεια, χρησιμοποιεί τους επίσημους λογαριασμούς του ξενοδοχείου σε πλατφόρμες όπως η Booking.com για να αποσπάσει πληρωμές από τους επισκέπτες, ισχυριζόμενος προβλήματα με την κάρτα τους. Η απώλεια εμπιστοσύνης που ακολουθεί όταν ο πελάτης συνειδητοποιεί την απάτη στο check-in είναι συχνά μη αναστρέψιμη για τη φήμη της μονάδας, καθώς η επικοινωνία προήλθε από **πιστοποιημένο λογαριασμό**.

Η χρήση **generative AI** έχει καταστήσει τα καλοστημένα μηνύματα phishing πολύ πιο δύσκολο να εντοπιστούν από τον μέσο χρήστη. Η απουσία των κλασικών «κόκκινων σημαιών», όπως τα ορθογραφικά ή συντακτικά λάθη, επιτρέπει στους εισβολείς να δημιουργούν υπερ-εξατομικευμένα σενάρια σε πολλές γλώσσες. Η εκπαίδευση του προσωπικού δεν μπορεί πλέον να περιορίζεται σε ετήσια σεμινάρια, αλλά πρέπει να μετατραπεί σε μια συνεχή **κουλτούρα εγρήγορσης**, όπου κάθε απροσδόκητο αίτημα για λήψη αρχείου ή εκτέλεση εντολής αντιμετωπίζεται με υγιή σκεπτικισμό.

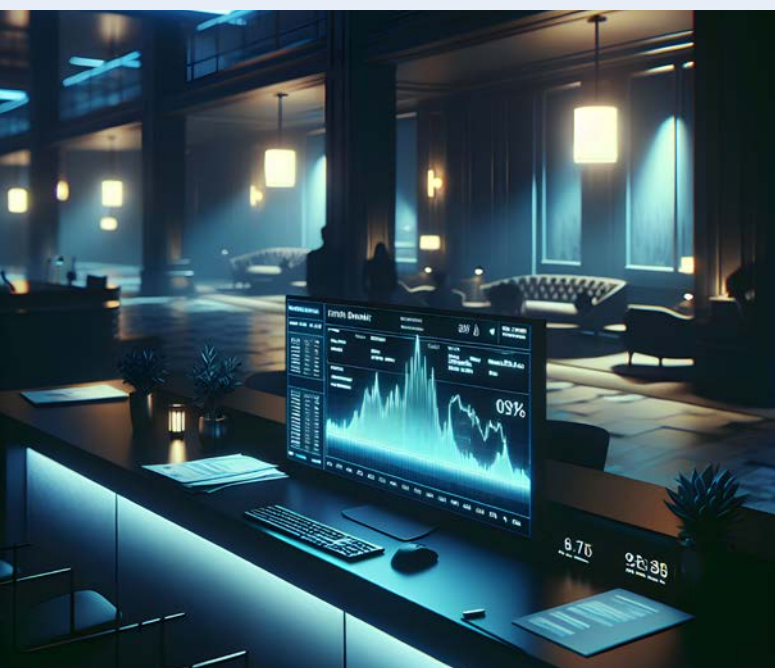


Οι ξενοδόχοι οφείλουν να ενθαρρύνουν την επιβεβαίωση ύποπτων αιτημάτων μέσω μιας δεύτερης, ανεξάρτητης οδού επικοινωνίας.

Η θωράκιση των συναλλαγών

Τα τερματικά πληρωμών και τα συστήματα διαχείρισης καταλυμάτων αποτελούν τη «ραχοκοκαλιά» των οικονομικών ροών, αλλά και τον κύριο στόχο για την υποκλοπή δεδομένων. Σύμφωνα με τεχνικές αναλύσεις, μέχρι το τέλος του 2025, έως και το 60% των κυβερνοεπιθέσεων σε ξενοδοχεία υπολογιζόταν πως θα οφείλεται σε ευπάθειες σε **συνδεδεμένες συσκευές**, όπως ο εξοπλισμός POS και το IoT. Η μετάβαση σε **cloud-based συστήματα (SaaS)** προσφέρει μεν μεγαλύτερη ασφάλεια μέσω αυτοματοποιημένων ενημερώσεων, αλλά εισάγει νέους κινδύνους μέσω λανθασμένων ρυθμίσεων. Το πρόσφατο περιστατικό του παρόχου **Otelier**, που εξέθεσε χιλιάδες μοναδικά email πελατών λόγω κακής διαχείρισης πρόσβασης σε AWS S3 storage, φέρνει στο προσκήνιο την ανάγκη για αυστηρό έλεγχο των τρίτων παρόχων.

Η συμμόρφωση με το πρότυπο **PCI DSS 4.0** επιβάλλει πλέον τη χρήση επαλήθευσης πολλαπλών παραγόντων (MFA) για κάθε πρόσβαση στο **περιβάλλον δεδομένων των καρτών**. Οι ξενοδόχοι πρέπει να απαιτούν από τους συνεργάτες τους τεχνολογίες **κρυπτογράφησης από άκρο σε άκρο (E2EE)** και **tokenization**, ώστε οι πραγματικοί αριθμοί των καρτών να μην αποθηκεύονται ποτέ στις τοπικές βάσεις δεδομένων. Με αυτόν τον τρόπο, ακόμη και αν ένας εισβολέας αποκτήσει πρόσβαση στο σύστημα, τα δεδομένα που θα αποσπάσει





θα είναι άχρηστα, προστατεύοντας την επιχείρηση από το τεράστιο οικονομικό και νομικό βάρος μιας διαρροής.

Αναφορές από παρόχους ασφαλείας δείχνουν ότι περίπου ένα στα τρία cyberattacks (32%) το 2025 συνδεόταν με **μη ενημερωμένο λογισμικό**. Αυτό συμβαίνει συχνά επειδή οι κρίσιμες αναβαθμίσεις αναβάλλονται προκειμένου να μη διαταραχθεί η λειτουργία του ξενοδοχείου κατά τις περιόδους αιχμής. Ωστόσο, το ρίσκο είναι ανυπολόγιστο, όπως απέδειξε η περίπτωση της **Omni Hotels**, όπου ένα εκτεταμένο cyberattack ανάγκασε τις μονάδες να επιστρέψουν σε χειρόγραφα check-in και κλειδιά που δεν λειτουργούσαν. Η επένδυση σε ένα σύγχρονο **σύστημα διαχείρισης περιουσίας (PMS)** που διαχειρίζεται κεντρικά τις ενημερώσεις ασφαλείας, είναι πλέον η μόνη στρατηγική ορθή επιλογή για τη διασφάλιση της επιχειρησιακής συνέχειας.

Το παράδοξο του έξυπνου δωματίου

Η ενσωμάτωση του **Internet of Things (IoT)** στα δωμάτια προσφέρει μια πρωτόγνωρη εμπειρία άνεσης, αλλά διευρύνει επικίνδυνα την επιφάνεια επίθεσης. Η αποκάλυψη της ευπάθειας «**Unsaflok**», η οποία επηρεάζει εκατομμύρια κλειδαριές RFID παγκοσμίως, έδειξε ότι ένας εισβολέας μπορεί να αποκτήσει πρόσβαση σε οποιοδήποτε δωμάτιο

μέσα σε λίγα δευτερόλεπτα, χρησιμοποιώντας μόνο ένα ζευγάρι πλαστών καρτών. Αυτή η αδυναμία στα συστήματα ελέγχου πρόσβασης αναδεικνύει το γεγονός ότι οι «έξυπνες» συσκευές συχνά υστερούν σε επίπεδο **ενσωματωμένης ασφάλειας**, καθώς οι κατασκευαστές τους δίνουν προτεραιότητα στη χρηστικότητα έναντι της προστασίας.

Πέρα από τις κλειδαριές, οι νέες απειλές αφορούν και τα συστήματα ήχου στα δωμάτια. Η ευπάθεια **WhisperPair**, που αποκαλύφθηκε στις αρχές του 2026, επιτρέπει σε εισβολείς να καταλαμβάνουν εξ αποστάσεως Bluetooth συσκευές και να τις μετατρέπουν σε **εργαλεία υποκλοπής ήχου**. Σε δίκτυα που στερούνται διαχωρισμού, τέτοιες συσκευές μπορούν δυνητικά να λειτουργήσουν ως εφελτήριο για την μετακίνηση του χάκερ προς τα εσωτερικά συστήματα που αποθηκεύουν δεδομένα πελατών. Η λύση απαιτεί την απομόνωση των συσκευών IoT σε ξεχωριστά **εικονικά τοπικά δίκτυα (VLANs)**, ώστε μια πιθανή παραβίαση να μην μπορεί να εξαπλωθεί στην υπόλοιπη υποδομή.

Η στρατηγική θωράκισης του έξυπνου δωματίου περιλαμβάνει επίσης την απαίτηση για δελτία ασφαλείας υλικού (SBOM) από τους προμηθευτές. Οι ξενοδόχοι πρέπει να γνωρίζουν ακριβώς ποια υποσυστήματα περιλαμβάνονται στον εξοπλισμό τους και ποια είναι η πολιτική του κατασκευαστή για την **επιδιόρθωση ευπαθειών (patching)**.

Με την τάση να κινείται προς τα digital wallets και τα wallet credentials, η ασφάλεια μετατοπίζεται από την κάρτα-κλειδί στο κινητό του χρήστη. Αυτό καθιστά απαραίτητη την υιοθέτηση πρωτοκόλλων όπως το **WPA3** για το Wi-Fi και τη χρήση ασφαλών smartphone για την αποθήκευση των ψηφιακών κλειδιών.

Ψηφιακός εκβιασμός και review-bombing

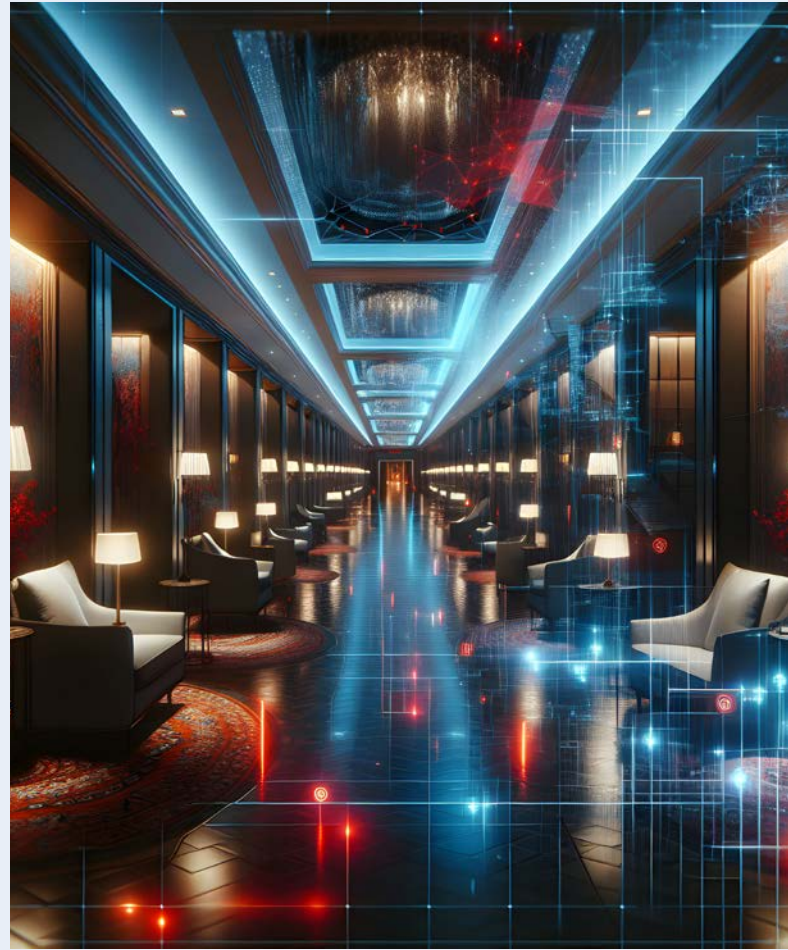
Οι κυβερνοεγκληματίες έχουν οπλοποιήσει το σύστημα αξιολογήσεων. Το φαινόμενο του «**review-bombing**», όπου μια επιχείρηση κατακλύζεται από ψεύτικες αρνητικές κριτικές, χρησιμοποιείται πλέον ως μέσο εκβιασμού για την καταβολή λύτρων σε κρυπτονομίσματα. Οι επιθέσεις αυτές συχνά συνοδεύονται από απόπειρες **hijacking** των επίσημων προφίλ στο Google Business. Σε πραγματικά περιστατικά, δεκάδες επισκέπτες έχουν στείλει προκαταβολές σε λογαριασμούς απατεώνων που άλλαξαν τα τηλέφωνα επικοινωνίας στο προφίλ του ξενοδοχείου, πριν ο ιδιοκτήτης αντιληφθεί την παραβίαση.

Η ανταπόκριση της τεχνολογικής βιομηχανίας σε αυτό το κύμα ψηφιακού σαμποτάζ ήταν η δημιουργία ειδικών εργαλείων αναφοράς. Η Google λάνσαρε μια ειδική φόρμα, η οποία επιτρέπει στις επιχειρήσεις να καταγγέλλουν συντονισμένες επιθέσεις και να ζητούν την ταχεία αφαίρεση των ψευδών κριτικών. Μια συχνή συμβουλή επί του θέματος είναι η **μηδενική διαπραγμάτευση** με τους εκβιαστές. Η πληρωμή λύτρων όχι μόνο δεν εγγυάται την αποκατάσταση της φήμης, αλλά τοποθετεί το ξενοδοχείο σε μια λίστα εύκολων στόχων στο dark web, ενθαρρύνοντας μελλοντικές επιθέσεις.

Η διαχείριση μιας τέτοιας κρίσης απαιτεί διαφάνεια και επαγγελματισμό. Μια προσεκτικά διατυπωμένη δημόσια απάντηση στις ψεύτικες κριτικές, που ενημερώνει τους πελάτες ότι το ξενοδοχείο δέχεται επίθεση εκβιασμού και συνεργάζεται με τις αρχές, μπορεί να μετατρέψει μια απειλή σε απόδειξη **υπευθυνότητας**. Η συνεχής παρακολούθηση της ψηφιακής παρουσίας και η τεκμηρίωση κάθε ύποπτης επικοινωνίας μέσω screenshots και logs είναι απαραίτητα βήματα για τη νομική και επικοινωνιακή θωράκιση. Η φήμη είναι ένα ενεργό πεδίο μάχης και η προστασία της απαιτεί την ίδια εγρήγορση που επιδεικνύεται και στην ασφάλεια των φυσικών εγκαταστάσεων.

Από την αντίδραση στην πρόληψη

Η κυβερνοασφάλεια στη φιλοξενία δεν μπορεί να είναι μια σειρά από αποσπασματικά μέτρα, αλλά μια ολοκληρωμένη στρατηγική βασισμένη στο μοντέλο «**Zero Trust**». Σύμφωνα με αυτό το πρότυπο, κανένας χρήστης ή συσκευή δεν θεωρείται αξιόπιστος από προεπιλογή, ακόμη και αν βρίσκεται εντός του εσωτερικού δικτύου. Η επαλήθευση πρέπει να είναι συνεχής και αυστηρή. Τα στοιχεία δείχνουν ότι ο παγκόσμιος μέσος χρόνος από την αρχική παραβίαση μέχρι τον πλήρη εντοπισμό και τον περιορισμό παραμένει



γύρω στις **241 ημέρες**. Αυτό το διάστημα είναι υπεραρκετό για έναν εισβολέα να χαρτογραφήσει πλήρως τις αδυναμίες σας και να προκαλέσει ανεπανόρθωτη ζημιά.

Στην Ελλάδα, όπου ο τουρισμός αποτελεί βασικό πυλώνα της οικονομίας, η συμμόρφωση με τον **Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων (GDPR)** είναι κρίσιμη. Οι κυρώσεις για σοβαρές παραβάσεις μπορούν να φτάσουν τα **€20 εκατομμύρια** ή το 4% του παγκόσμιου ετήσιου κύκλου εργασιών, καθιστώντας την κυβερνοασφάλεια μια καθαρά οικονομική επένδυση με υψηλό δείκτη απόδοσης (ROI). Οι αρμόδιες Αρχές παρακολουθούν τη συμμόρφωση, ειδικά καθώς τα ελληνικά ξενοδοχεία υιοθετούν AI-driven εργαλεία για την εξυπηρέτηση πελατών, τα οποία εμπίπτουν στις διατάξεις του νέου **EU AI Act**, με τη σταδιακή εφαρμογή των σχετικών υποχρεώσεων για συστήματα υψηλού κινδύνου να εκτείνεται έως το 2026-2027.

Κλείνοντας, ο ψηφιακός μετασχηματισμός του κλάδου προσφέρει μοναδικές ευκαιρίες για την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος, αλλά απαιτεί μια νέα μορφή **ψηφιακής υπευθυνότητας**. Η επιτυχία θα ανήκει σε εκείνους που θα καταφέρουν να ισορροπήσουν την υπερ-εξατομίκευση με την απόλυτη προστασία της **ιδιωτικότητας**, με την κυβερνοασφάλεια να αποτελεί την απόλυτη υπόσχεση που μπορείτε να προσφέρεται στον επισκέπτη του ξενοδοχείου σας.

MAXHUB

Beyond Collaboration

Premium All-in-One Collaboration Display

The V6 Transcend Series



More Opportunities to Share



8-array Microphones



Flip Camera



10th Gen Intel CPU



Overhead Seam Speakers



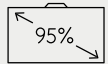
Plug & Play Simplicity



P-CAP Touch Technology

3X+
Optical

48MP+8MP
with 3x Optical Zoom



95% Screen Ratio

Αποκλειστική διανομή



FOLLOW US



TOGETHER
WE WORK
TOGETHER
WE THRIVE

sales@partnernet-ict.com | +30 210 710 0000 | www.partnernet-ict.com



Η all-in-one λύση για τη σύγχρονη διαχείριση τουριστικών καταλυμάτων

Η διαχείριση ενός τουριστικού καταλύματος σήμερα είναι πιο απαιτητική από ποτέ. Πολλαπλά κανάλια κρατήσεων, δυναμική τιμολόγηση, συνεχής επικοινωνία με επισκέπτες και ανάγκη για απόλυτο έλεγχο των οικονομικών δεδομένων.

Tο Roomismo δημιουργήθηκε για να απλοποιήσει αυτή την καθημερινότητα, προσφέροντας μια ολοκληρωμένη, all-in-one λύση διαχείρισης τουριστικών καταλυμάτων μέσα από μία ενιαία και εύχρηστη πλατφόρμα.

Όλα σε ένα περιβάλλον

Με το Roomismo, οι επαγγελματίες της φιλοξενίας μπορούν να διαχειρίζονται:

- Κρατήσεις και διαθεσιμότητα
 - Τιμολογιακή πολιτική
 - Πληρωμές και οικονομική εικόνα
 - Αυτοματοποιημένη επικοινωνία με επισκέπτες
 - Στατιστικά και αναφορές απόδοσης
- Η συγκέντρωση όλων των λειτουργιών σε ένα σύστημα μειώνει την πολυπλοκότητα και εξοικονομεί πολύτιμο χρόνο, επιτρέποντας στους ιδιοκτήτες και διαχειριστές να επικεντρωθούν σε αυτό που έχει πραγματική αξία: την εμπειρία φιλοξενίας.

Σχεδιασμένο για την ελληνική αγορά

Το Roomismo αναπτύχθηκε με γνώμονα τις ανάγκες της ελληνικής τουριστικής πραγματικότητας. Από μικρά boutique καταλύματα έως διαχειριστές πολλαπλών ακινήτων, η πλατφόρμα προσαρμόζεται εύκολα και υποστηρίζει την ανάπτυξη κάθε επιχείρησης.

Πρόκειται για μια σύγχρονη ελληνική επιχειρηματική πρωτοβουλία που επενδύει στην τεχνολογία ως εργαλείο



Καραλιόλιου Ευαγγελία
Sales Manager

ουσίας - όχι απλώς αυτοματοποίησης, αλλά ουσιαστικής βελτίωσης της οργάνωσης και της απόδοσης.

Στρατηγικός συνεργάτης ανάπτυξης

Σε ένα ανταγωνιστικό περιβάλλον, η ύπαρξη μιας αξιόπιστης και ολοκληρωμένης λύσης διαχείρισης αποτελεί σημαντικό πλεονέκτημα.

Το Roomismo φιλοδοξεί να αποτελέσει τον στρατηγικό συνεργάτη κάθε σύγχρονου καταλύματος που επιδιώκει:

- Απλοποίηση διαδικασιών
- Καλύτερο έλεγχο δεδομένων
- Βελτίωση κερδοφορίας
- Βιώσιμη ανάπτυξη

Με καθαρή δομή, ευχρηστία και ξεκάθαρη φιλοσοφία, το Roomismo τοποθετείται ως η all-in-one απάντηση στις σημερινές ανάγκες της ελληνικής φιλοξενίας.

Τι μας ξεχωρίζει στην αγορά

Το Roomismo δεν προσφέρει μόνο ολοκληρωμένη διαχείριση - φέρνει και μοναδικά εργαλεία που αυξάνουν την κερδοφορία και την αποδοτικότητα:

- **Booking engine χωρίς προμήθειες:** Συνδέεται σε οποιαδήποτε ιστοσελίδα και social media, αυξάνοντας τις απευθείας κρατήσεις και κρατώντας περισσότερα έσοδα στην επιχείρηση.
- **Smart locks:** Ο κάθε κωδικός ενεργοποιείται αυτόματα για τη διάρκεια της κράτησης και αποστέλλεται στον πελάτη, εξασφαλίζοντας ασφαλές και αυτοματοποιημένο check-in.
- **Guest app:** Προσφέρει στους επισκέπτες πληροφορίες για το κατάλυμα και την περιοχή, ενώ ταυτόχρονα δημιουργεί ευκαιρίες για up selling υπηρεσιών και αύξηση εσόδων ανά κράτηση.

Με αυτά τα εργαλεία, το Roomismo διαφοροποιείται στην αγορά και δίνει στα καταλύματα τον απόλυτο έλεγχο, απλοποιώντας τη λειτουργία τους και ενισχύοντας την ανάπτυξη.



 tesla.info

 sales.gr@comtrade.com



Technology for all

TESLA

Νέο ΔΣ στο ΙΤΕΠ με πρόεδρο τη Χριστίνα Τετράδη

Νέο Διοικητικό Συμβούλιο αναδείχθηκε στο Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων (ΙΤΕΠ) μετά τις εκλογές της 13ης Φεβρουαρίου 2026. Πρόεδρος του ΔΣ αναλαμβάνει η Χριστίνα Τετράδη, με αντιπροέδρους τον Ιωάννη Άγγλο και τον Γεώργιο Ζαφείρη. Γενικός Γραμματέας είναι ο Σακελλάριος Σουλούνιας, ταμίας ο Χαράλαμπος Βούλγαρης, ενώ μέλη είναι οι Απόστολος Δοξιάδης και Γεράσιμος Ζαχαράτος. Αναπληρωματικά μέλη ορίστηκαν οι Κωνσταντίνος Λεβέντης, Κωνσταντίνος Μερμανός, Όλγα Παπαδάκη και Κυριάκος Τσίγκρος. Η νέα πρόεδρος ευχαρίστησε για την εμπιστοσύνη και τόνισε ότι το ΙΤΕΠ θα συνεχίσει να ενισχύει την εξωστρέφεια, τη συνεργασία με θεσμικούς και διεθνείς φορείς και την αξιοποίηση του επιστημονικού δυναμικού του για τον ελληνικό τουρισμό.

Ρεκόρ επισκεπτών στο Πατρινό Καρναβάλι

Η φετινή διοργάνωση του Πατρινού Καρναβαλιού ξεπέρασε την περσινή, με τον πρόεδρο της ΚΕΔΗΠ-Καρναβάλι Πάτρας, Παύλο Σκούρα, να επισημαίνει την προσεκτική προετοιμασία, την άριστη συνεργασία των υπηρεσιών και τον αποτελεσματικό συντονισμό των φορέων. Η πόλη προσέλκυσε χιλιάδες επισκέπτες, με περίπου 20.000 να φτάνουν μέσω των υπεραστικών λεωφορείων του ΚΤΕΛ και συνολικά 60.000 θεατές να παρακολουθούν τις παρελάσεις. Η γρήγορη καθαριότητα του κέντρου εντός μίας ώρας ανέδειξε την επιχειρησιακή ετοιμότητα της πόλης. Ο δήμαρχος Πατρέων επαίνεσε την ομάδα παραγωγής των αρμάτων και επισήμανε τη συμβολή της στο διεθνές κύρος του θεσμού. Το Καρναβάλι επιβεβαίωσε την ισχυρή του θέση ως πολιτιστικό και τουριστικό γεγονός, ενισχύοντας την τοπική οικονομία και την εικόνα της Πάτρας ως πόλης με ζωντανό πολιτιστικό παλμό και υψηλή επισκεψιμότητα.



HORECA 2026: Η φιλοξενία στο επίκεντρο της ελληνικής τουριστικής εμπειρίας

Η Υπουργός Τουρισμού, Όλγα Κεφαλογιάννη, επισκέφθηκε την ετήσια Διεθνή Έκθεση HORECA στο Metropolitan Exro (13-16 Φεβρουαρίου), έναν από τους σημαντικότερους θεσμούς για τους κλάδους της φιλοξενίας και της εστίασης. Στην περιήγησή της στα περίπτερα, συνοδευόμενη από τον Πρόεδρο & Διευθύνοντα Σύμβουλο της FORUM AE, Θανάση Παναγούλια, η Υπουργός ενημερώθηκε για τη φετινή αύξηση ξένων επισκεπτών, υπογραμμίζοντας τη σημασία της έκθεσης για τη διαμόρφωση των τάσεων στη φιλοξενία. Η επίσκεψη επικεντρώθηκε στη διασύνδεση τουρισμού, ελληνικής γαστρονομίας και πρωτογενούς παραγωγής, καθώς και στην ποιότητα των υπηρεσιών, τις επενδύσεις και τις σύγχρονες εξελίξεις της αγοράς. Η Κεφαλογιάννη επισήμανε ότι η στρατηγική για ποιοτική ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού αποδίδει, με στόχο την επέκταση της δραστηριότητας σε όλη τη χώρα καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, ενώ η HORECA καταδεικνύει τον καθοριστικό ρόλο της φιλοξενίας και της εστίασης στη συνολική τουριστική εμπειρία της Ελλάδας.

Κεντρική Μακεδονία: All-year-round προορισμός για Ρουμάνους



Η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας συμμετείχε στην διεθνή τουριστική έκθεση TTR στο Βουκουρέστι, σε συνεργασία με τον Οργανισμό Τουρισμού Θεσσαλονίκης, τον Τουριστικό Οργανισμό Χαλκιδικής και τον Πιερικό Οργανισμό Τουριστικής Ανάπτυξης. Η παρουσία αυτή ενίσχυσε τη θέση

της Ρουμανίας ως σημαντικής και σταθερής αγοράς για την περιοχή, με τους Ρουμάνους επισκέπτες να δείχνουν συνεχή προτίμηση σε προορισμούς όπως η Χαλκιδική, η Ολυμπιακή Ριβιέρα και ο Στρυμονικός κόλπος. Εκτός από τον κλασικό τουρισμό «ήλιος και θάλασσα», προβλήθηκαν οι τομείς του θρησκευτικού, πολιτιστικού και γαστρονομικού τουρισμού, καθώς και αυθεντικές εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού Βίκυ Χατζηβασιλείου τόνισε ότι η απευθείας αεροπορική σύνδεση με Τιμισοάρα και Ιάσιο, μαζί με τη διευκόλυνση λόγω Σένγκεν, αναμένεται να φέρει χιλιάδες νέους επισκέπτες, ενισχύοντας την επισκεψιμότητα και την αναγνωρισιμότητα της Κεντρικής Μακεδονίας.

Δικηγορικά γραφεία Κωνσταντίνα Λεκκάκου & Συνεργάτες

ΔΙΚΗΓΟΡΟΣ ΠΑΡ' ΑΡΕΙΩ ΠΑΓΩ • ΔΙΕΥΘΥΝΤΡΙΑ ΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ • ΔΙΑΠΙΣΤΕΥΜΕΝΗ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΤΡΙΑ ΥΠ.ΔΙΚΑΙΟΣΥΝΗΣ, ΔΙΑΦΑΝΕΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΘΡΩΠΙΝΩΝ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΩΝ • ΣΥΝΤΟΝΙΣΤΡΙΑ ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΤΩΝ ΤΗΣ ΕΓΔΙΧ ΥΠ. ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
• DPO EXECUTIVE (Υπεύθυνη Προστασίας Δεδομένων) – GDPR, ISO/IEC 17024

Το γραφείο μας απαρτίζεται από εμπείρους συνεργάτες: οικονομολόγους, πιστοποιημένους διαμεσολαβητές, πιστοποιημένους εκτιμητές ακινήτων, ορκωτούς λογιστές.

Υπάρχουν σοβαρές πρακτικές άμυνες και στρατηγικής που μπορείτε να αμυνθείτε και να διαπραγματευτείτε με τις τράπεζες, τα funds, τα δάνειά σας, τις οφειλές σας προς στο δημόσιο και ότι άλλο σας απασχολεί

Η ΕΓΚΥΡΗ ΝΟΜΙΚΗ ΚΑΘΟΔΗΓΗΣΗ ΚΑΙ Η ΕΓΚΥΡΗ ΔΡΑΣΗ ΕΙΝΑΙ Η ΜΟΝΑΔΙΚΗ ΛΥΣΗ



ΤΟΜΕΙΣ ΕΞΕΙΔΙΚΕΥΣΗΣ

- (Υποχρεωτική Διαμεσολάβηση / Διαπραγμάτευση)
- Κόκκινα Δάνεια - Αναδιάρθρωση οφειλών - Ακίνητη περιουσία
- Δημόσιο Δίκαιο - Εργατικό Δίκαιο - Φορολογικό Δίκαιο
- Τραπεζικό Δίκαιο - Εμπορικό και Εταιρικό Δίκαιο
- Προστασία προσωπικών δεδομένων / συμμόρφωση με τον G.D.P.R.
- Πτωχευτικό Δίκαιο - Συμβουλευτική Νομική υποστήριξη

ΘΩΡΑΚΙΣΗ ΚΑΙ ΧΑΡΑΞΗ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΩΝ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΩΝ ΕΙΔΙΚΑ ΓΙΑ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ

Έχοντας πολύχρονη εμπειρία στα Τραπεζικά θέματα καταγράφουμε με λεπτομέρεια την κατάσταση και προτείνουμε λύσεις ειδικά για την περίπτωση σας δρώντας αποτελεσματικά, αξιόπιστα και με συνέπεια.

ΑΝΑΔΙΑΡΘΡΩΣΗ ΔΙΚΑΣΤΙΚΗ ΚΑΙ ΕΞΩΔΙΚΑΣΤΙΚΗ - ΔΙΑΜΕΣΟΛΑΒΗΣΗ-ΔΙΑΠΡΑΓΜΑΤΕΥΣΗ

Τα γραφεία μας σας παρέχουν εξειδικευμένη υποστήριξη στον νέο θεσμό της Διαμεσολάβησης με πιστοποιημένους και έμπειρους Διαμεσολαβητές από το Υπ. Δικαιοσύνης και πιστοποιημένους Συντονιστές Διαμεσολαβητών από το Υπ. Ανάπτυξης.

ΓΙΑ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΚΑΛΕΣΤΕ ΣΤΟ 6949424844

Αθήνα: Υμηπτού 5 & Αποστόλου Παύλου | 16777 Ελληνικό Ν. Αττικής | Τηλ. 210 384 2614

Email: patelis@lekkakou.gr | info@lekkakou.gr | www.lekkakou.gr



Κρουαζιέρα: Αύξηση ζήτησης και νέες εμπειρίες

Η κρουαζιέρα στην Ελλάδα συνεχίζει την ανοδική της πορεία, με τη ζήτηση να παρουσιάζει αύξηση έως 10%, σύμφωνα με τον Ανδρέα Στυλιανόπουλο, πρόεδρο της Navigator Travel and Tourism Services και αποκλειστικό αντιπρόσωπο της Royal Caribbean International σε Ελλάδα και Βουλγαρία. Σημαντικό μέρος της ανάπτυξης αφορά και την εγχώρια αγορά, με όλο περισσότερους Έλληνες να ξεκινούν κρουαζιέρες από τον Πειραιά, ενισχύοντας την τοπική οικονομία μέσω μεταφορών, προμηθειών και υποστηρικτικών υπηρεσιών. Το Brilliance of the Seas θα πραγματοποιήσει τέσσερις αναχωρήσεις από Πειραιά το καλοκαίρι του 2026, ενώ η παρουσία του Legend of the Seas, του μεγαλύτερου κρουαζιερόπλοιου στον κόσμο, σηματοδοτεί νέα εποχή για την ευρωπαϊκή αγορά. Παράλληλα, η Royal Caribbean προωθεί αναβαθμισμένες υπηρεσίες φιλοξενίας και νεότερο κοινό, ενώ το πρώτο Royal Beach Club στην Ευρώπη, στη Σαντορίνη, θα προσφέρει μοναδική εμπειρία προορισμού για τους επιβάτες.

Κορυφαίος προορισμός για το 2026 η Σίφνος



Η Ελλάδα συνεχίζει να πρωτοστατεί στον παγκόσμιο τουρισμό, με το 2026 να την αναδεικνύει κορυφαίο προορισμό, σύμφωνα με το διεθνές ταξιδιωτικό μέσο Broadsheet. Στην κορυφή των ελληνικών επιλογών ξεχωρίζει η Σίφνος, νησί που συνδυάζει αυθεντικότητα, ή-

ρεμους ρυθμούς και ζωντανά χωριά. Οι επισκέπτες μπορούν να απολαύσουν μοναδικές στιγμές: γεύματα με φρέσκα θαλασσινά δίπλα στο κύμα, πεζοπορίες ανάμεσα σε μοναστήρια και μονοπάτια που ενώνουν φύση και οικισμούς, ή μαγευτικά δειλινά στα σοκάκια με το λευκό των σπιτιών να «αγκαλιάζει» το φως του Αιγαίου. Η παραδοσιακή κεραμική και η γαστρονομία του νησιού ενισχύουν την πολιτιστική εμπειρία, καθιστώντας τη Σίφνο σημείο αναφοράς για τους λάτρεις της ελληνικής κουζίνας. Το νησί σημείωσε ρεκόρ ακτοπλοϊκών αφίξεων το 2025, με αύξηση 9% από το 2024, επιβεβαιώνοντας τη διεθνή απήχυσή του. Ο στόχος του Δήμου Σίφνου είναι να προβάλλει το νησί ως προορισμό βιωματικών εμπειριών, πέρα από τις κλασικές διακοπές.

Έκρηξη επισκεψιμότητας στο e-kyklades.gr

Το 2025, η διαδικτυακή πύλη του Επιμελητηρίου Κυκλάδων, e-kyklades.gr, κατέγραψε σημαντική αύξηση επισκεψιμότητας, με 10,5 εκατομμύρια clicks, άνοδο 32% σε σχέση με το 2024, και πάνω από 810.000 μοναδικούς χρήστες από όλο τον κόσμο. Οι περισσότερες προβολές αφορούσαν τον κλάδο της διαμονής (5,2 εκατ.), ακολουθούμενη από εστίαση, μεταφορές, τοπικά προϊόντα, διασκέδαση και δραστηριότητες. Η πλατφόρμα προσφέρει δωρεάν προβολή σε 5.000 επιχειρήσεις και περιεχόμενο σε 8 γλώσσες, αποτελώντας εργαλείο προώθησης για το ελληνικό τουριστικό προϊόν. Το Επιμελητήριο προετοιμάζει νέα αναβαθμισμένη έκδοση για βελτίωση εμπειρίας και περαιτέρω ενίσχυση της ψηφιακής παρουσίας των Κυκλάδων.

Η Κρήτη μαγνητίζει τους Γερμανούς τουρίστες

Η Κρήτη αναμένεται να ενισχύσει ακόμα περισσότερο τη δημοτικότητά της στη Γερμανία, σύμφωνα με στελέχη της Περιφέρειας που συμμετείχαν σε δύο κορυφαίες εκθέσεις τουρισμού: τη CMT Στουτγκάρδης και τη Reisen & Caravaning Αμβούργου. Στα περίπτερα της Κρήτης παρουσιάστηκαν οργανωμένα τουριστικά πακέτα, περιπατητικές και ποδηλατικές διαδρομές, καταδύσεις και ορεινές αναβάσεις, ενώ οι επισκέπτες είχαν την ευκαιρία να δοκιμάσουν παραδοσιακά κρητικά προϊόντα. Οι συζητήσεις με ταξιδιωτικούς πράκτορες, δημοσιογράφους και bloggers έδειξαν ότι υπάρχει σημαντικό περιθώριο ανάπτυξης, τόσο από τις μεγάλες όσο και από περιφερειακές γερμανικές αγορές. Η Κρήτη θεωρείται ιδανικός προορισμός για όλο το χρόνο, με ιδιαίτερη απήχηση στις εναλλακτικές μορφές τουρισμού. Φέτος, το Ελληνογερμανικό Επιμελητήριο θα διοργανώσει ταξίδι Γερμανών πρακτόρων και δημοσιογράφων στην Κρήτη τον Νοέμβριο, ενώ παράλληλα προετοιμάζεται Ελληνο-Γερμανικό Φόρουμ Τουρισμού για την ανάδειξη νέων αναπτυξιακών έργων και δραστηριοτήτων 12μηνης διάρκειας.





13^ο Συνέδριο
**SECURITY
PROJECT**
2026

Future
Smart,
Human
Safe



27 ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΥ 2026

→ DIVANI CARAVEL HOTEL ←

www.securityproject.gr



ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS

security
manager

ΣΥΝΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ

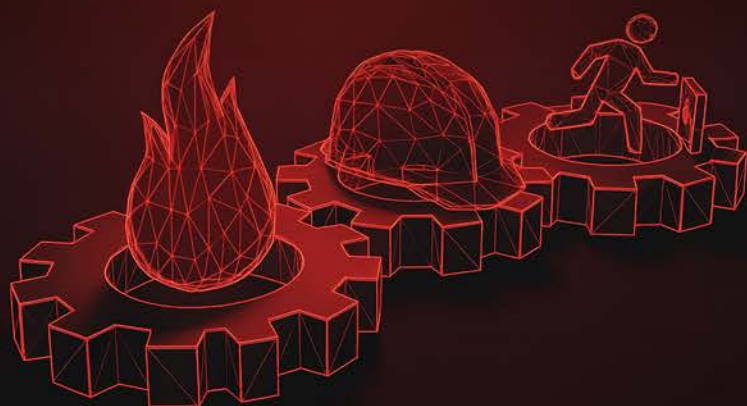


**SECURITY
PROJECT**
2026

ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ - ΕΓΓΡΑΦΕΣ
WWW.FIRESAFETY.GR



2^ο Συνέδριο
Fire 
& Safety
FORUM
ΠΥΡΑΙΧΝΕΥΣΗ | ΠΥΡΟΣΒΕΣΗ | ΠΡΟΣΤΑΣΙΑ



From Fire Safety
to Total Protection

2006 • 2026
20 ΧΡΟΝΙΑ
Παραμένει για την ασφάλεια
security
manager

Γαλλία: Παγκόσμια τουριστική δύναμη με 102 εκατ. επισκέπτες

Η Γαλλία αναδείχθηκε για άλλη μια χρονιά κορυφαίος τουριστικός προορισμός παγκοσμίως, υποδεχόμενη 102 εκατ. διεθνείς επισκέπτες το 2025, με τα έσοδα από τον τουρισμό να φτάνουν τα 77,5 δισ. ευρώ, σύμφωνα με στοιχεία της Banque de France. Ο υπουργός Τουρισμού Serge Pajon χαρακτήρισε την επίδοση «επιτυχημένο στοίχημα» για την οικονομία της χώρας, ενώ ο στόχος έως το 2030 είναι τα 100 δισ. ευρώ έσοδα και η ηγεσία στον βιώσιμο τουρισμό. Οι Ευρωπαίοι ταξιδιώτες αντιπροσώπευσαν το 76% των διανυκτερεύσεων, με σημαντική άνοδο από ΗΠΑ και γερμανική αγορά, ενώ οι Ασιάτες επισκέπτες επανέρχονται σταδιακά. Οι Γάλλοι συνεχίζουν να προτιμούν εγχώριους προορισμούς, με αυξημένες διανυκτερεύσεις σε καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης και κάμπινγκ. Η στρατηγική επικεντρώνεται σε διαφοροποίηση προορισμών, ενίσχυση τοπικής οικονομίας και μετάβαση στον βιώσιμο τουρισμό, καθιστώντας τον τουρισμό μακροπρόθεσμο μοχλό ανάπτυξης.



Hotelier **NEWS**



ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΜΕ ΕΝΑ
ΚΛΙΚ!

www.hoteliernews.gr

6° **women** in digital



The **Human Touch**

in the age of AI

5 ΜΑΡΤΙΟΥ 2026
DIVANI CARAVEL HOTEL

WWW.WOMENINDIGITAL.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr



WomenInDigitalgr



WomenInDigital



womenindigital.gr





Η Ελλάδα πρώτη επιλογή για τους Σέρβους τουρίστες

Η Ελλάδα διατηρεί τη θέση της ως κορυφαία επιλογή διακοπών για τους Σέρβους τουρίστες, με βασικά χαρακτηριστικά την ποιότητα των παρλιών, τη φιλοξενία, τον πολιτισμό και τη γαστρονομία, ενώ η γεωγραφική εγγύτητα ενισχύει περαιτέρω την προτίμησή τους. Οι περισσότεροι επισκέπτες προτιμούν προορισμούς της βόρειας Ελλάδας, όπως η Χαλκιδική, η Θεσσαλονίκη και η Θάσος, όμως παρατηρείται σταδιακή διεύρυνση ενδιαφέροντος και σε άλλες περιοχές της χώρας. Τα αποτελέσματα προέκυψαν από έρευνα που διεξήγαγε η Διεύθυνση Τουριστικής Προβολής του ΕΟΤ σε συνεργασία με την Ένωση Τουριστικών Πρακτόρων Σερβίας (YUTA), μεταξύ Ιουνίου και Σεπτεμβρίου 2025, και παρουσιάστηκαν στη Διεθνή Έκθεση Τουρισμού του Βελιγραδίου 2026 από τον προϊστάμενο της Υπηρεσίας ΕΟΤ Σερβίας, Πώργο Κακούτη. Η έρευνα ανέδειξε τα κίνητρα των Σέρβων επισκεπτών, τις προτιμήσεις τους και προτάσεις για την ενίσχυση της γαστρονομίας, του πολιτισμού, της αεροπορικής συνδεσιμότητας και της τουριστικής κίνησης εκτός υψηλής περιόδου. Στην εκδήλωση συμμετείχαν εκπρόσωποι ελληνικών φορέων, δημοσιογράφοι, η πρέσβης της Ελλάδας στη Σερβία Μαρία Λεβαντή και στελέχη της YUTA, ενώ η παρουσίαση ολοκληρώθηκε με γεύμα δικτύωσης, ενισχύοντας τη συνεργασία Ελλάδας - Σερβίας στον τουρισμό.

Ισπανός χάκερ «ξάφρισε» πολυτελή ξενοδοχεία

Ένας 20χρονος χάκερ στην Ισπανία κατάφερε να κάνει διακοπές σε πολυτελή ξενοδοχεία πληρώνοντας... σχεδόν τίποτα. Η ισπανική αστυνομία ανακοίνωσε τη σύλληψή του, αφού εκμεταλλευόταν ένα κενό στο σύστημα ηλεκτρονικών πληρωμών: αντί για τα κανονικά 1.000 ευρώ τη βραδιά, κατάφερε να πληρώνει μόλις ένα σεντ. Ο νεαρός επέλεγε τη μέθοδο πληρωμής μέσω μιας γνωστής διεθνούς πλατφόρμας και τροποποιούσε τη διαδικασία επιβεβαίωσης, ώστε η συναλλαγή να εγκρίνεται χωρίς να καταβάλλεται το σωστό ποσό. Με αυτόν τον τρόπο, είχε κάνει κράτηση τεσσάρων διανυκτερεύσεων αξίας 4.000 ευρώ πληρώνοντας... 40 λεπτά συνολικά. Η αστυνομία δήλωσε ότι ο ύποπτος είχε ξανακάνει το ίδιο κόλπο σε άλλα ξενοδοχεία, προκαλώντας συνολικές ζημιές άνω των 20.000 ευρώ. Επιπλέον, κατανάλωνε προϊόντα από το μίνι μπαρ χωρίς να τα πληρώνει. Η ανακάλυψη έγινε μετά από καταγγελία ταξιδιωτικού πρακτορείου στις 2 Φεβρουαρίου. Παρά την εμφάνιση της πληρωμής στο σύστημα κρατήσεων ως κανονική, η πλατφόρμα πληρωμών μεταβίβασε στην επιχείρηση το πραγματικό ποσό -ένα σεντ- ημέρες αργότερα. Η αστυνομία σημείωσε ότι πρόκειται για έναν πρωτοφανή τρόπο απάτης.



Εκδότης

Κώστας Νόστης

Γενικός Διευθυντής

Θανάσης Λασκούδης

Αρχισυντάκτρια

Ελένη Σαραντάκη

Στη Σύμβαση Συνεργάστηκαν:

Δημήτρης Θωμαδάκης, Χριστίνα Κιτσάτη,

Πέτρος Κυπραίος, Μάνος Κωνσταντινιάδης

Ανταποκριτές Εξωτερικού:

Otto Hansen, Markus Hoenig,

Dieter Hoenig (Γερμανία)

Διεύθυνση Διαφήμισης: Ειρήνη Νόστη

Τμήμα Διαφήμισης: Έλλη Μαστρομανώλη

Υπεύθυνη Παραγωγής: Ελένη Καπιτσάκη

Διπ: Φάνης Ζέρβας, Νίκος Χαλκιαδάκης

Λογιστήριο: Ανδρέας Λουλάκης

Στοιχεία Επικοινωνίας

Smart Press

Μάγερ 11, 104 38, Αθήνα,

Τηλ.: 210 5201500, 5230000



SMART PRESS

Smart Kiosk

WWW.YUMPU.COM/USER/SMARTPRESS

ΔΙΑΒΑΣΤΕ ONLINE ΟΛΑ ΤΑ ΠΕΡΙΟΔΙΚΑ
της
SMARTPRESS
 ΣΤΟ ΗΛΕΚΤΡΟΝΙΚΟ ΚΙΟΣΚΙ

