

GREEK HOTELIER NEWS

Τετάρτη 20 / 5 / 2026

Νέο Ειδικό Χωροταξικό Τουρισμού: Τι αλλάζει για ξενοδοχεία και πισίνες

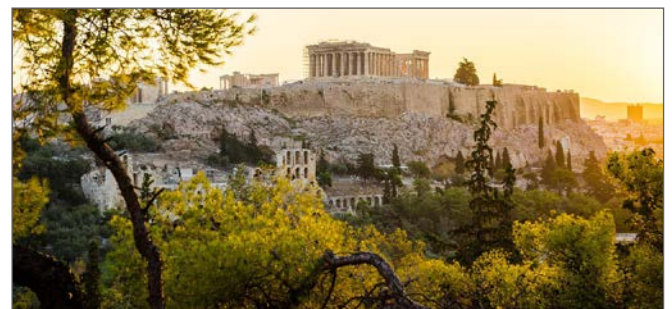


Ο γενικός γραμματέας Χωρικού Σχεδιασμού και Αστικού Περιβάλλοντος Ευθύμιος Μπακογιάννης παρουσίασε τις βασικές αλλαγές του νέου Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου

για τον Τουρισμό, το οποίο -όπως τόνισε- έρχεται να βάλει πιο καθαρούς κανόνες στην τουριστική ανάπτυξη της χώρας, με έμφαση κυρίως στα ξενοδοχεία και τις τουριστικές επενδύσεις. Όπως εξήγησε μιλώντας στο ERTNEWS, το νέο πλαίσιο λειτουργεί σαν ένας «εθνικός χάρτης» που δείχνει πού επιτρέπεται και με ποιους όρους να αναπτυχθεί ο τουρισμός, ώστε να υπάρχει ισορροπία ανάμεσα στην οικονομική ανάπτυξη, την προστασία του περιβάλλοντος και τη βιωσιμότητα των τοπικών κοινωνιών. Στόχος είναι να μπει τάξη σε ένα τοπίο που πιέζεται έντονα, ειδικά σε περιοχές με ήδη αυξημένη τουριστική επιβάρυνση. Για τα ξενοδοχεία και τις τουριστικές μονάδες, η σημαντικότερη αλλαγή αφορά την αυστηροποίηση των όρων δόμησης. Η ελάχιστη αρτιότητα ανεβαίνει από τα 4 στα 8 στρέμματα, κάτι που σημαίνει ότι απαιτούνται μεγαλύτερα οικοπέδα για νέες επενδύσεις. Σε 18 ιδιαίτερα κορεσμένες περιοχές, το όριο ανεβαίνει ακόμη περισσότερο, στα 16 στρέμματα, όπου θα επιτρέπεται η δημιουργία μονάδων έως 100 κλινών. Παράλληλα, θεσπίζεται αυστηρός περιορισμός στην παράκτια ζώνη: σε απόσταση έως 25 μέτρα από την ακτογραμμή δεν θα επιτρέπεται καμία δόμηση, με εξαίρεση έργα πρόσβασης για άτομα με αναπηρία και κάποιες κοινωφελείς υποδομές. Ο ίδιος υπογράμμισε ότι η χάραξη της ακτογραμμής θα είναι δημόσια διαθέσιμη μέσω ψηφιακής πλατφόρμας του ΥΠΕΝ, ώστε κάθε πολίτης να μπορεί να ελέγχει τα όρια. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον για τον ξενοδοχειακό κλάδο προκαλεί και η ρύθμιση για τις πισίνες: προωθείται η χρήση θαλασσινού νερού, καθώς τα “rooms with pool” αποτελούν ισχυρό τουριστικό προϊόν, αλλά με μειωμένη επιβάρυνση στους υδάτινους πόρους. Ο κ. Μπακογιάννης παραδέχτηκε ότι μπορεί να υπάρξουν αντιδράσεις, ωστόσο τόνισε πως το νέο πλαίσιο είναι αναγκαίο για να προστατευθεί το τοπίο και να εξασφαλιστεί μακροπρόθεσμη ποιότητα στον τουρισμό. Προανήγγειλε επίσης ότι σύντομα θα παρουσιαστούν και τα χωροταξικά για τις ΑΠΕ και τη βιομηχανία. Οι αντιδράσεις μέχρι στιγμής από τους φορείς του τουρισμού είναι έντονες. Απαντώντας στις αιτιάσεις για ελλιπή διαβούλευση, η Όλγα Κεφαλογιάννη έδωσε το μήνυμα ότι το σχέδιο του Ειδικού Χωροταξικού Πλαισίου για τον Τουρισμό παραμένει ανοιχτό σε παρατηρήσεις και βελτιώσεις πριν από την οριστική του διαμόρφωση.

Αθήνα: Τουριστικός «πρωταθλητής» με... περιθώρια βελτίωσης

Η Αθήνα και η ευρύτερη περιοχή της Αττικής συνεχίζουν να καταγράφουν ιδιαίτερα θετικές επιδόσεις στον τουρισμό, σύμφωνα με τη νέα ετήσια «Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών» της ΕΞΑ, του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών και της GBR Consulting. Τα ευρήματα δείχνουν ότι η πόλη όχι μόνο παραμένει δημοφιλής, αλλά ενισχύει και τη συνηθισμένη της σύνδεση με τους ταξιδιώτες. Μιλώντας στην παρουσίαση των αποτελεσμάτων, στελέχη του κλάδου τόνισαν ότι η Αθήνα λειτουργεί ταυτόχρονα ως αυτόνομος προορισμός city break αλλά και ως «πύλη» για ταξίδια σε όλη την Ελλάδα. Ο πολιτισμός εξακολουθεί να αποτελεί το ισχυρότερο «χαρτί» της πόλης, με πολύ υψηλή αξιολόγηση, ενώ πολλοί επισκέπτες δηλώνουν ότι φεύγουν από την Αθήνα με αίσθηση πολιτιστικού εμπλουτισμού, χαράς και έμπνευσης. Η πλειονότητα των τουριστών έρχεται για αναψυχή, ενώ περισσότεροι από τους μισούς επισκέπτονται την πόλη για πρώτη φορά. Ωστόσο, μόνο ένα μικρό ποσοστό μένει αποκλειστικά στην πρωτεύουσα, καθώς οι περισσότεροι συνδυάζουν την Αθήνα με άλλους ελληνικούς προορισμούς. Παράλληλα, η ημερήσια δαπάνη αυξήθηκε, κυρίως σε πολιτιστικές δραστηριότητες και εμπειρίες. Σημαντική εξέλιξη αποτελεί το γεγονός ότι πολλοί λιγότεροι επισκέπτες φτάνουν πλέον στο παραλιακό μέτωπο, παρότι όσοι το επισκέπτονται το αξιολογούν πολύ θετικά. Αντίστοιχα, τα νησιά του Αργοσαρωνικού παραμένουν σχετικά άγνωστα ή εκτός βασικών τουριστικών διαδρομών, κυρίως λόγω έλλειψης χρόνου και πληροφόρησης. Αντιθέτως, το μεγαλύτερο «αδύναμο σημείο» παραμένει ο δημόσιος χώρος: καθαριότητα, πεζοδρόμια, πράσινο και θόρυβος λαμβάνουν χαμηλότερες βαθμολογίες, παρά τις μικρές βελτιώσεις. Παρ' όλα αυτά, η Αθήνα θεωρείται ιδιαίτερα φιλόξενη και συμπεριληπτική πόλη. Στον ξενοδοχειακό τομέα, η ζήτηση ενισχύεται κυρίως τον χειμώνα, δείχνοντας ότι η πόλη επεκτείνει την τουριστική της σεζόν. Ωστόσο, το καλοκαίρι εμφανίζει σημάδια κορεσμού, ενώ η αύξηση τιμών παραμένει πιο ισχυρή από την αύξηση πληρότητας. Συνολικά, η Αθήνα εμφανίζεται ως προορισμός με ισχυρή ταυτότητα, υψηλή ικανοποίηση και σημαντικά περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης.



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



Έως 70% οικονομία

σε μελάνια & toner για επιχειρήσεις & ξενοδοχεία!

Εξόπλισε την επιχείρησή σου εύκολα & οικονομικά.

Ανακάλυψε πλήρη γκάμα: από εκτυπωτές έως γραφική ύλη.



✓ Υψηλή Ποιότητα ✓ Υποστήριξη B2B ✓ Next Day Παράδοση



211 19 98 568



info@123ink.gr



123ink.gr

Ακολουθήσε μας:



Ξενοδόχοι κατά χωροταξικού: «Κίνδυνος για τον τουρισμό τα οριζόντια μέτρα»



Ο πρόεδρος της Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων (ΠΟΞ), κ. Χατζής, παρεμβαίνοντας δημόσια για το νέο Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο του Τουρισμού, άσκησε κριτική στον τρόπο με τον οποίο σχεδιάζονται οι αλλαγές, επισημαίνοντας ότι ο τουρισμός απαιτεί σοβαρό και τεκμηριωμένο σχεδιασμό με σεβασμό στην πραγματική λειτουργία του κλάδου. Τόνισε ότι η χώρα χρειάζεται κανόνες και περιβαλλοντική ισορροπία, όμως ο στρατηγικός σχεδιασμός δεν μπορεί να αγνοεί την ιστορική εξέλιξη κάθε προορισμού. Υπογράμμισε πως τα νησιά δεν είναι ίδια μεταξύ τους και ότι οριζόντιες ρυθμίσεις κινδυνεύουν να προκαλέσουν στρεβλώσεις, επηρεάζοντας την επενδυτική δραστηριότητα και τη βιωσιμότητα ώριμων τουριστικών αγορών. Ιδιαίτερη αναφορά έκανε στην καθυστέρηση κρίσιμων διαδικασιών, όπως η παραχώρηση του αιγιαλού, σημειώνοντας ότι η έλλειψη διοικητικής συνέπειας δυσκολεύει τις επιχειρήσεις εν μέσω της τουριστικής περιόδου. Παράλληλα, έθεσε ερωτήματα για την αποτελεσματικότητα του νέου χωροταξικού σχεδιασμού όταν προηγούνται προβλήματα εφαρμογής της ίδιας της νομοθεσίας. Ο κ. Χατζής προειδοποίησε ότι η πρόθεση περιορισμού της δυναμικότητας των ξενοδοχείων μπορεί να οδηγήσει σε κατακερματισμό της ανάπτυξης, με περισσότερες μικρές μονάδες και αυξημένες ανάγκες σε υποδομές, ενέργεια και διαχείριση αποβλήτων, αντί για οργανωμένα σχήματα με οικονομίες κλίμακας. Αυτό, όπως είπε, ενδέχεται να αυξήσει το περιβαλλοντικό αποτύπωμα αντί να το μειώσει. Επισημάνε επίσης ζητήματα ασφάλειας δικαίου και επενδυτικής σταθερότητας, καθώς οι αλλαγές μπορεί να επηρεάσουν υφιστάμενες επενδύσεις και την αξία γης. Αναφερόμενος σε έρευνα της Deloitte με την ΠΟΞ, σημείωσε ότι το 92% των ξενοδόχων δηλώνει δυσαρέσκεια για τη συνεργασία με το κράτος. Κλείνοντας, ζήτησε να δοθεί άμεσα το σχέδιο του χωροταξικού για διάλογο πριν την παρουσίασή του, τονίζοντας ότι χωρίς θεσμική σταθερότητα και ουσιαστική διαβούλευση δεν μπορεί να υπάρξει βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Σαντορίνη: Τέλος στο συνωστισμό της κρουαζιέρας με νέο μοντέλο αφίξεων

Σύμφωνα με όσα δήλωσε ο δήμαρχος Θήρας Νίκος Ζώρζος στο Αθηναϊκό και Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων (ΑΠΕ-ΜΠΕ), αλλάζει ριζικά ο τρόπος διαχείρισης της κρουαζιέρας στη Σαντορίνη, με στόχο την αποσυμφόρηση του νησιού και τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών. Όπως εξήγησε, με βάση μελέτη του Πανεπιστημίου Αιγαίου, τίθεται πλέον ανώτατο ημερήσιο όριο 8.000 επισκεπτών από κρουαζιερόπλοια. Δεν μειώνεται συνολικά η ετήσια κίνηση, αλλά ανακατανέμονται οι αφίξεις μέσα στην εβδομάδα, ώστε να αποφεύγονται οι μεγάλες συγκεντρώσεις τουριστών σε συγκεκριμένες ημέρες και ώρες. Ο νέος σχεδιασμός, σύμφωνα με τον δήμαρχο, έχει ήδη οδηγήσει σε πιο ομαλή ροή επισκεπτών και λιγότερο συνωστισμό στο νησί, ενώ φαίνεται να γίνεται αποδεκτός και από την αγορά της κρουαζιέρας. Παράλληλα, βελτιώσεις στις υποδομές, όπως η ανακαίνιση του τελεφερίκ και η δημιουργία στεγασμένου χώρου αναμονής, ενισχύουν τη διαχείριση των αφίξεων στα σημεία αιχμής.

Νέοι μισθοί και επιδόματα για 400.000 εργαζόμενους σε εστίαση και τουρισμό

Με απόφαση της υπουργού Εργασίας και Κοινωνικής Ασφάλισης Νίκης Κεραμέως, στο πλαίσιο της Εθνικής Κοινωνικής Συμφωνίας για τις Συλλογικές Συμβάσεις Εργασίας, επεκτείνονται σε όλη τη χώρα δύο νέες κλαδικές συμβάσεις που επηρεάζουν άμεσα τον τουρισμό και τη λειτουργία της εστίασης. Οι ρυθμίσεις αφορούν πάνω από 400.000 εργαζόμενους σε επισιτισμό και τουριστικά καταστήματα, έναν από τους πιο κρίσιμους κλάδους για την ελληνική οικονομία. Η νέα σύμβαση για τον επισιτισμό, που θα ισχύει από το 2026 έως το 2028, προβλέπει βασικούς μισθούς από 930 έως 1.100 ευρώ, δηλαδή έως και σχεδόν 20% πάνω από τον κατώτατο μισθό. Παράλληλα, ενισχύονται τα εισοδήματα με πρόσθετα επιδόματα, όπως γάμου, τουριστικής εκπαίδευσης και εποχικής απασχόλησης, κάτι ιδιαίτερα σημαντικό για έναν κλάδο που βασίζεται έντονα στην εποχικότητα και τη ζήτηση του τουρισμού. Αντίστοιχα, στον κλάδο των ζαχαρωδών προϊόντων, η νέα σύμβαση καλύπτει αρχικά 6.000 εργαζόμενους, με δυνατότητα επέκτασης σε 23.000 μέσω του νέου μηχανισμού. Προβλέπει αυξήσεις έως 7,2% στα κατώτατα ημερομίσθια και συνολική άνοδο 9,2% μέσα στην τριετία, μαζί με επιπλέον παροχές και προσαυξήσεις για εξειδικευμένο προσωπικό. Η υπουργός τόνισε ότι οι συλλογικές συμβάσεις ενισχύουν ουσιαστικά τους μισθούς πάνω από το επίπεδο του κατώτατου, δείχνοντας ότι αποτελεί απλώς ένα βασικό δίκτυ προστασίας και όχι το τελικό όριο αμοιβών. Σε έναν τομέα όπως ο τουρισμός, όπου η εστίαση και η φιλοξενία αποτελούν βασικούς πυλώνες, οι αλλαγές αυτές εκτιμάται ότι θα επηρεάσουν σημαντικά τις αμοιβές, την προσέλκυση προσωπικού και τη συνολική ποιότητα υπηρεσιών.



TOSHIBA

HAORI

Το κλιματιστικό που ακολουθεί το στυλ σου!

Ανακάλυψε το **TOSHIBA HAORI**, το απόλυτο κλιματιστικό που συνδυάζει **υψηλή αισθητική** και **κορυφαία ιαπωνική τεχνολογία**. Με υφασμάτινη επένδυση σε ποικιλία μοντέρνων αποχρώσεων, ταιριάζει απόλυτα στη διακόσμηση του χώρου σου, χαρίζοντας κομψότητα και στυλ.

Απόλαυσε ατμόσφαιρα απόλυτης καθαρότητας με τον **Ιονιστή Plasma** και το **Φίλτρο Ultra Pure**, που εξασφαλίζουν φρέσκο και υγιεινό αέρα. Η **λειτουργία Ultra Quiet** προσφέρει αθόρυβη απόδοση, ενώ η **απομακρυσμένη διαχείριση** σου δίνει τον απόλυτο έλεγχο, όπου κι αν βρίσκεσαι. Με **ενεργειακή κλάση A+++** εγγυάται υψηλή απόδοση με χαμηλή κατανάλωση, συνδυάζοντας οικονομία και οικολογική λειτουργία.



2 καλύμματα
μαζί με τη συσκευή



Light grey



Dark grey

4 επιπλέον
επιλογές χρωμάτων



Bluish grey



Grey beige



Dark brown



Emerald blue



 Google Assistant  amazon alexa

ΑΗΙ CARRIER N.A. ΕΥΡΩΠΗΣ ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ Α.Ε.

www.toshiba-aircon.gr

Κοινοπρακτική εταιρεία της Carrier Corporation εξουσιοδοτημένη για τη διανομή των προϊόντων κλιματισμού Toshiba.



Η Ελλάδα «κλειδώνει» τη βρετανική αγορά - Συμφωνίες και επαφές στο Λονδίνο

Η Υπουργός Τουρισμού Όλγα Κεφαλογιάννη πραγματοποίησε στο Λονδίνο σειρά επαφών με εκπροσώπους της βρετανικής τουριστικής αγοράς, αεροπορικών εταιρειών και διεθνών ΜΜΕ, με στόχο την ενίσχυση της παρουσίας της Ελλάδας, τη βελτίωση της αεροπορικής συνδεσιμότητας και την προώθηση του τουρισμού 12 μηνών.

Η βρετανική αγορά παραμένει η σημαντικότερη για την Ελλάδα σε έσοδα, με το 2025 να καταγράφει αύξηση 7,6% στις αφίξεις και 18,5% στις εισπράξεις. Στις συναντήσεις με Jet2 και British Airways επιβεβαιώθηκε η ισχυρή ζήτηση για ελληνικούς προορισμούς, καθώς και η τάση για κρατήσεις τελευταίας στιγμής λόγω διεθνούς αβεβαιότητας. Παράλληλα, συζητήθηκε η περαιτέρω ανάπτυξη της Θεσσαλονίκης ως city break προορισμού, αλλά και η ενίσχυση της Σαντορίνης μέσω βιώσιμων τουριστικών δράσεων.

Η British Airways κατέγραψε άνοδο 13% στο πρώτο τρίμηνο και αύξηση πτήσεων από Heathrow, ενώ η Jet2 συνεχίζει να επενδύει στρατηγικά στην Ελλάδα. Επίσης, η υπουργός υπογράμμισε τη σημασία της ομαλής εφαρμογής του ευρωπαϊκού συστήματος εισόδου-εξόδου (EES) και την ανάγκη για σταθερές ταξιδιωτικές ροές. Συνολικά, η Ελλάδα προβάλλεται ως σταθερός, υψηλής ζήτησης και ποιοτικός προορισμός με προοπτικές περαιτέρω ανάπτυξης.

Νέα συνεργασία Snappi και SKY express



Η Snappi, ελληνική neobank με άδεια ΕΚΤ, συνεργάζεται με τη SKY express, προσφέροντας welcome gift voucher €30 για επόμενη πτήση σε επιβάτες που ανοίγουν λογαριασμό και πραγματοποιούν 3 συναλλαγές των €5 με χρεωστική Mastercard. Η συνεργασία εντάσσεται στη στρατηγική διεύρυνσης συνεργασιών και ενίσχυσης προνομίων. Η Snappi προωθεί εύκολες ψηφιακές πληρωμές, 0% προμήθειες στο εξωτερικό και ήδη ξεπερνά τους 100.000 χρήστες. Η SKY express τονίζει τη βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας μέσω συνεργασιών, με εκτεταμένο εγχώριο δίκτυο και αναπτυσσόμενο διεθνές. Και οι δύο πλευρές εστιάζουν στην ευκολία και την αξία για τον σύγχρονο ταξιδιώτη. Η πρωτοβουλία ενισχύει τη σύνδεση fintech και ταξιδιών.

«Ψαλιδίζει» τα χειμερινά δρομολόγια στην Ελλάδα η Ryanair



Η Ryanair ανακοίνωσε σημαντική αναδιάρθρωση του δικτύου της στην Ελλάδα για τον χειμώνα του 2026, με πιο ηχηρή εξέλιξη το προσωρινό κλείσιμο της βάσης της στη Θεσσαλονίκη, όπου σήμερα επιχειρούν τρία αεροσκάφη. Παράλληλα, η εταιρεία προχωρά σε αισθητή μείωση της δραστηριότητάς της στην Αθήνα, περιορίζοντας τη διαθέσιμη χωρητικότητα κατά περίπου 45%, κάτι που αντιστοιχεί σε απώλεια 700.000 θέσεων και την κατάργηση 12 δρομολογίων. Η αεροπορική εταιρεία αποδίδει τις αποφάσεις αυτές στο υψηλό κόστος λειτουργίας των ελληνικών αεροδρομίων, κάνοντας λόγο για μη ανταγωνιστικές χρεώσεις και αύξηση τελών τα τελευταία χρόνια. Υποστηρίζει ότι, παρά τη μείωση του τέλους ανάπτυξης αεροδρομίων από την ελληνική κυβέρνηση, τα οφέλη δεν μετακυλίστηκαν στους επιβάτες, με αποτέλεσμα -όπως λέει- η Ελλάδα να χάνει σε ανταγωνιστικότητα έναντι άλλων αγορών. Στο πλαίσιο της αναδιάρθρωσης, η Ryanair μεταφέρει μέρος της χωρητικότητάς της σε άλλες ευρωπαϊκές χώρες, όπου θεωρεί ότι το κόστος είναι πιο ευνοϊκό για low cost αεροπορικές. Οι αλλαγές επηρεάζουν κυρίως τη χειμερινή περίοδο, που είναι κρίσιμη για τη διατήρηση της τουριστικής κίνησης εκτός υψηλής σεζόν. Η εταιρεία, ωστόσο, δεν αποκλείει μελλοντική επέκταση στην Ελλάδα, παρουσιάζοντας ένα φιλόδοξο σχέδιο ανάπτυξης.

HUAWEI **IdeaHub** Makes Ideas Possible



Smart choice for enterprise digital office



IdeaHub S2



HUAWEI IdeaHub B3

IdeaHub B3 supports a vast array of features, including 1080p HD cloud meeting, Bring Your Own Meeting (BYOM), Wi-Fi 6 for direct projection, and 16 ms writing latency – serving as the versatile conferencing and display endpoint for today's modern office.

All-in-One Design

- 4K soft light screen with optical anti-blue light and ultra-narrow frame
- One-tap switch between Android and Windows
- Easy-to-access front-panel NFC, Type-C, USB3.0, and power button
- Magnetic stylus pen with an anti-wear design for a comfortable grip





Austrian Airlines: Η Ελλάδα κυριαρχεί με 22 προορισμούς

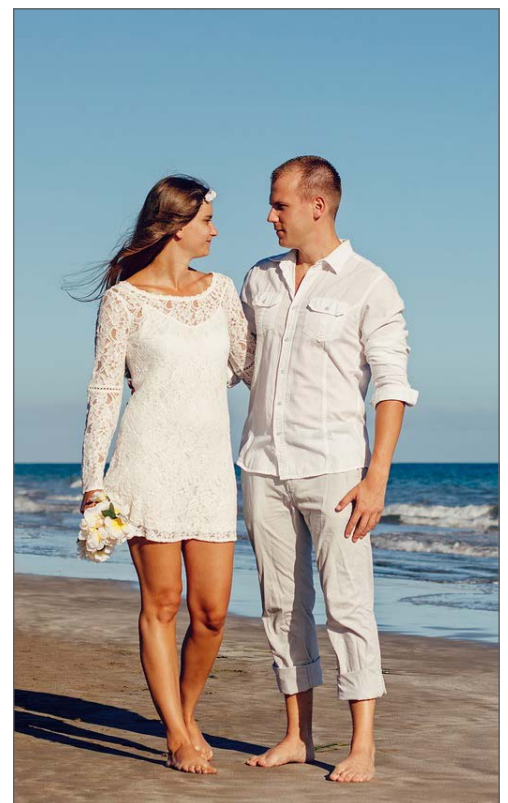
Η θετική πορεία του εισερχόμενου τουρισμού από την Αυστρία προς την Ελλάδα επιβεβαιώθηκε σε ειδική εκδήλωση της Austrian Airlines στη Βιέννη, που πραγματοποιήθηκε σε συνεργασία με την Υπηρεσία ΕΟΤ Αυστρίας. Παρά τις διεθνείς γεωπολιτικές ανησυχίες, η ζήτηση για ταξίδια προς την Ελλάδα παραμένει ισχυρή, με την Austrian Airlines να ενισχύει το δίκτυό της, να αυξάνει τη χωρητικότητα και να διευρύνει τη διάρκεια του θερινού προγράμματος. Η Ελλάδα κυριαρχεί φέτος με 22 καλοκαιρινούς προορισμούς στο πτητικό πρόγραμμα της εταιρείας. Η διευθύντρια πωλήσεων της Austrian Airlines, Susanne Pamminger, τόνισε τη σταθερή ανάπτυξη των συνδέσεων και τη διαθεσιμότητα καυσίμων για την απρόσκοπτη λειτουργία των πτήσεων. Από την πλευρά της, η προϊσταμένη του ΕΟΤ Αυστρίας, Σταυρούλα Σκαλτσή, υπογράμμισε ότι το 2025 περισσότεροι από 900.000 Αυστριακοί ταξίδεψαν στην Ελλάδα, επισημαίνοντας την ποιότητα των υποδομών και τη στροφή προς βιώσιμο τουρισμό και αυθεντικές εμπειρίες στην ελληνική ύπαιθρο. Στην εκδήλωση συμμετείχαν μεγάλοι tour operators, εξειδικευμένοι επαγγελματίες σε incentives και silver tourism, καθώς και δημοσιογράφοι, επιβεβαιώνοντας το ισχυρό ενδιαφέρον της αυστριακής αγοράς για τον ελληνικό τουρισμό.

Η Πελοπόννησος μπαίνει δυναμικά στον χάρτη του mountain tourism

Μνημόνιο Συνεργασίας υπογράφηκε μεταξύ του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, της Περιφέρειας Πελοποννήσου, της euZHN feelosophy και της IQ Sports, με στόχο τη διερεύνηση της διοργάνωσης αγώνα της σειράς UTMB World Series στον Ταΰγετο. Η πρωτοβουλία επιδιώκει να αναδείξει την Πελοπόννησο ως διεθνή προορισμό για adventure και mountain tourism, εντάσσοντάς την σε ένα παγκόσμιο δίκτυο κορυφαίων ορεινών αγώνων με παρουσία σε πάνω από 40 προορισμούς και δεκάδες χιλιάδες συμμετέχοντες. Το UTMB® αποτελεί σημείο αναφοράς στο παγκόσμιο trail running, με εμβληματικούς αγώνες σε Άλπεις, Πυρηναία και Δολομίτες. Ο Ταΰγετος ξεχωρίζει για το έντονο ανάγλυφο, τη φυσική ομορφιά και τη συνύπαρξη βουνού και θάλασσας, στοιχεία που τον καθιστούν ιδανικό για διεθνή διοργάνωση. Η πρωτοβουλία αναμένεται να ενισχύσει τη διεθνή αναγνωρισιμότητα της Ελλάδας, να προωθήσει τον θεματικό και βιώσιμο τουρισμό και να συμβάλει στην τοπική οικονομία μέσω προσέλκυσης επισκεπτών υψηλής ποιότητας. Παράλληλα, αξιοποιεί τα brands VisitGreece και VisitPeloponnese για διεθνή προβολή. Οι εμπλεκόμενοι φορείς τονίζουν τη στρατηγική σημασία του έργου και τη δυνατότητα να καταστεί η Πελοπόννησος σημείο αναφοράς στον παγκόσμιο χάρτη του outdoor tourism.

Destination Weddings: «Χρυσή» αγορά 2,5 δισ. ευρώ για την Ελλάδα

Ο γαμήλιος τουρισμός εξελίσσεται σε έναν από τους πιο δυναμικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, με τη μέση δαπάνη ανά destination wedding να φτάνει τις 160.000 ευρώ προ ΦΠΑ, σύμφωνα με έρευνα της Focus Bari που παρουσιάστηκε στο Destination Weddings Tourism Forum - Greece 2026. Κάθε γάμος συγκεντρώνει κατά μέσο όρο 130 καλεσμένους, οι οποίοι παραμένουν τέσσερις νύχτες, ενισχύοντας σημαντικά ξενοδοχεία, εστίαση και τουριστικές υπηρεσίες. Η συνολική ετήσια οικονομική συνεισφορά του κλάδου εκτιμάται έως και στα 2,5 δισ. ευρώ. Το 77% των γάμων αφορά ζευγάρια από το εξωτερικό, κυρίως από ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Αυστραλία, Καναδά και Ισραήλ, ενώ αναπτύσσονται δυναμικά αγορές όπως η Ινδία και τα ΗΑΕ. Οι περισσότεροι αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες, ιδιωτικότητα και υψηλού επιπέδου γαστρονομία, ενώ αυξάνεται και το ενδιαφέρον για βιώσιμες διοργανώσεις. Παράλληλα, οι πολυήμεροι γάμοι και οι παράλληλες δραστηριότητες ενισχύουν την τουριστική περίοδο και αναδεικνύουν την Ελλάδα ως κορυφαίο διεθνή προορισμό destination weddings.





 tesla.info

 sales.gr@comtrade.com

Technology for all

TESLA

7 Γαλάζιες Σημαίες για τη Σύρο το 2026

Η Σύρος γιορτάζει την απονομή επτά «Γαλάζινων Σημαιών» για το 2026, επιβεβαιώνοντας τη διαρκή προσπάθεια του Δήμου για καθαρές, ασφαλείς και ποιοτικές παραλίες. Τη διεθνή διάκριση έλαβαν οι ακτές Αγκαθωπές, Αζόλιμνος, Βάρη, Γαλησσάς, Κίνι, Μέγας Γαλός και Φοίνικας. Η επιτυχία αυτή ενισχύει τη συμβολή της Σύρου στη δυναμική παρουσία της Ελλάδας, που κατατάσσεται δεύτερη παγκοσμίως στο πρόγραμμα «Γαλάζια Σημαία». Ο αντιδήμαρχος Τουρισμού Γιάννης Βουτσίνος τόνισε ότι η διάκριση αποτελεί αποτέλεσμα συστηματικής δουλειάς και συνεχών παρεμβάσεων για αναβάθμιση υποδομών, προσβασιμότητας και συνολικής εμπειρίας κατοίκων και επισκεπτών.

Ψήφος εμπιστοσύνης στην Κρήτη από το Condé Nast Traveller

Η Κρήτη ξεχωρίζει ως ένας από τους πιο ελκυστικούς προορισμούς για ζευγάρια το 2026, σύμφωνα με νέο αφιέρωμα του Condé Nast Traveller που παρουσιάζει τα ελληνικά νησιά ιδανικά για ρομαντικές αποδράσεις. Το διεθνές περιοδικό αναδεικνύει το νησί για την ισορροπία ανάμεσα στην πολυτέλεια, την αυθεντικότητα και τις μοναδικές εμπειρίες που προσφέρει στους επισκέπτες. Ιδιαίτερη μνεία γίνεται στα Χανιά, το Ρέθυμνο, τον Άγιο Νικόλαο και τη Σητεία, περιοχές που συνδυάζουν φυσική ομορφιά, γαστρονομία, ποιοτική φιλοξενία και δυνατότητες ευεξίας. Το αφιέρωμα τονίζει επίσης τη δυναμική της Κρήτης στον luxury και wellness tourism, καθώς και τη σύνδεσή της με τη διεθνή τάση για βιωματικά ταξίδια. Στη λίστα περιλαμβάνονται ακόμη η Σαντορίνη και η Μύκονος για πολυτέλεια και κοσμοπολίτικη ατμόσφαιρα, αλλά και η Κίμωλος με την Τήνο για πιο αυθεντικές και ήρεμες εμπειρίες διακοπών.



Νέα εποχή στα ευρωπαϊκά ταξίδια με ενιαίες κρατήσεις



Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προτείνει νέο ενιαίο σύστημα κρατήσεων για διασυνοριακά ταξίδια στην Ευρώπη, με στόχο να διευκολύνει κυρίως τα σιδηροδρομικά δρομολόγια μεταξύ διαφορετικών παρόχων. Οι νέες προτάσεις

δίνουν τη δυνατότητα στους επιβάτες να αναζητούν, να συγκρίνουν και να αγοράζουν ένα ενιαίο εισιτήριο μέσω μίας μόνο πλατφόρμας, ανεξάρτητα από την εταιρεία που πραγματοποιεί κάθε σκέλος του ταξιδιού. Παράλληλα, ενισχύονται σημαντικά τα δικαιώματα των επιβατών σε περιπτώσεις χαμένων ανταποκρίσεων, παρέχοντας βοήθεια, επαναδρομολόγηση, αποζημιώσεις και επιστροφές χρημάτων για ταξίδια με πολλούς παρόχους. Σύμφωνα με τον Επίτροπο Βιώσιμων Μεταφορών και Τουρισμού Απόστολο Τζιτζικώστα, οι σιδηροδρομικές εταιρείες θα υποχρεώνονται να διαθέτουν τα δεδομένα εισιτηρίων τους σε ανεξάρτητες πλατφόρμες, ενισχύοντας τη διαφάνεια και τον ανταγωνισμό. Επιπλέον, οι πλατφόρμες κρατήσεων θα πρέπει να παρουσιάζουν ουδέτερα όλες τις διαθέσιμες επιλογές, συμπεριλαμβάνοντας όπου είναι δυνατόν και στοιχεία για τις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, προωθώντας πιο βιώσιμες μετακινήσεις στην Ευρώπη.

Late bookings: Ελλάδα και Ισπανία οι μεγάλοι κερδισμένοι του καλοκαιριού

Η Ελλάδα και η Ισπανία φαίνεται πως κερδίζουν τη «μάχη» των καλοκαιρινών κρατήσεων, καθώς ολοένα και περισσότεροι ταξιδιώτες επιλέγουν να οργανώσουν τις διακοπές τους την τελευταία στιγμή. Σύμφωνα με τον ταξιδιωτικό κολοσσό TUI, η διεθνής αβεβαιότητα και οι γεωπολιτικές εξελίξεις στη Μέση Ανατολή ενισχύουν την τάση των late bookings, με σχεδόν τους μισούς Ευρωπαίους που σκοπεύουν να ταξιδέψουν φέτος να μην έχουν ακόμη κλείσει πακέτο διακοπών. Ο όμιλος εκτιμά ότι η Ελλάδα, μαζί με την Ισπανία, τις Βαλεαρίδες και τα Κανάρια Νησιά, θα αποτελέσουν τους πιο δημοφιλείς προορισμούς του φετινού καλοκαιριού. Παράλληλα, αναμένονται αυξήσεις στις τιμές ξενοδοχείων και κρουαζιέρων, ώστε να αντισταθμιστεί το αυξημένο λειτουργικό κόστος. Παρότι ο πόλεμος στο Ιράν



και ακραία καιρικά φαινόμενα επηρέασαν οικονομικά την εταιρεία, η TUI κατέγραψε αύξηση εσόδων στο πρώτο τρίμηνο του έτους και περιορισμό των ζημιών. Ωστόσο, η εταιρεία αποφεύγει ακόμη να δώσει σαφή ετήσια πρόβλεψη, καθώς η διεθνής τουριστική αγορά παραμένει ασταθής και απρόβλεπτη.

Τα



Πρεσβευτές του Ελληνικού πρωινού

Εδώ και 5 χρόνια, συνεργάτες του θεσμού «Ελληνικό Πρωινό», όπου είναι ένα πρόγραμμα του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου της Ελλάδας, με βασικό σκοπό την εδραίωση, υποστήριξη και προώθηση της προσφοράς αγνών ελληνικών προϊόντων, αυθεντικών και τοπικών εδεσμάτων στο πρωινό των ελληνικών ξενοδοχείων.

Υποστηρίζουμε τον θεσμό «Ελληνικό Πρωινό» με την πιο γευστική παλέτα ελληνικών φρούτων.

Η ελληνική καινοτομία χωρίς προσθήκη ζάχαρης.



**Ελληνικό
πρωινό**
ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΟ ΕΠΙΜΕΛΗΤΗΡΙΟ ΕΛΛΑΔΟΣ

*Το καλύτερό είναι
στη συνταγή!*



Επιλέξτε μας για τη Season 2026 και καλέστε μας στα:
801 113 4009 + 22730 34009
Ή στείλτε μας e-mail στο: info@baristapro.com.gr



FlexiCommerce B2B:

Η νέα πλατφόρμα της **Digital4U**, μέλους του Ομίλου **EPSILONNET**, που **αυτοματοποιεί** την ψηφιακή παραγγελιοληψία στις επιχειρήσεις του τομέα της Χονδρικής (B2B)



MEMBER OF EPSILONNET
GROUP OF COMPANIES



Η **Digital4U**, μέλος του **Ομίλου EPSILONNET**, ξεκίνησε τη διάθεση του **FlexiCommerce B2B**, ενός νέου ψηφιακού συστήματος που επαναπροσδιορίζει τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις διαχειρίζονται την B2B παραγγελιοληψία, αξιοποιώντας πλήρως τα δεδομένα του ERP τους.

Η λύση έχει διασυνδεθεί πλήρως με τις πλατφόρμες ERP του Ομίλου, **Pylon Hybrid & Galaxy Hybrid**, δημιουργώντας ένα ενιαίο οικοσύστημα μεταξύ εμπορικής δραστηριότητας και back-office λειτουργιών, όπου όλα τα δεδομένα λειτουργούν σε πραγματικό χρόνο. Παράλληλα έχουν αναπτυχθεί τα κατάλληλα εργαλεία για την εύκολη διασύνδεση με τα ERP τρίτων κατασκευαστών καθώς και ειδική λειτουργικότητα για την αυτόνομη εισαγωγή ειδών & εμπορικών πολιτικών.

Η αρχιτεκτονική της λύσης βασίζεται σε productized προσέγγιση μειώνοντας σημαντικά τον χρόνο υλοποίησης σε σχέση με συνήθεις custom υλοποιήσεις.

Από τη χειροκίνητη παραγγελιοληψία στην ψηφιακή εμπειρία

Σε ένα περιβάλλον όπου πολλές επιχειρήσεις του τομέα της χονδρικής εξακολουθούν να βασίζονται σε μη δομημένες διαδικασίες, όπως τηλεφωνικές

παραγγελίες ή email, η **Flexicommerce B2B** έρχεται να προσφέρει μια πλήρως οργανωμένη, αυτοματοποιημένη και αξιόπιστη διαδικασία παραγγελιοληψίας, συνδέοντας σε πραγματικό χρόνο τα δεδομένα τιμών, αποθεμάτων και πελατών με την καθημερινή εμπορική δραστηριότητα.

Η **FlexiCommerce B2B** επιτρέπει:

- την Online B2B παραγγελιοληψία με εξατομικευμένους εμπορικούς όρους
- την άμεση διασύνδεση με ERP για ενημέρωση αποθεμάτων και τιμών
- την μείωση λαθών και λειτουργικών καθυστερήσεων
- την ενημέρωση Εμπορικών & Οικονομικών δεδομένων σε πραγματικό χρόνο
- την επιτάχυνση του κύκλου παραγγελίας και τιμολόγησης
- την βελτιωμένη εμπειρία πελάτη σε B2B περιβάλλον

FLEXICOMMERCE B2B

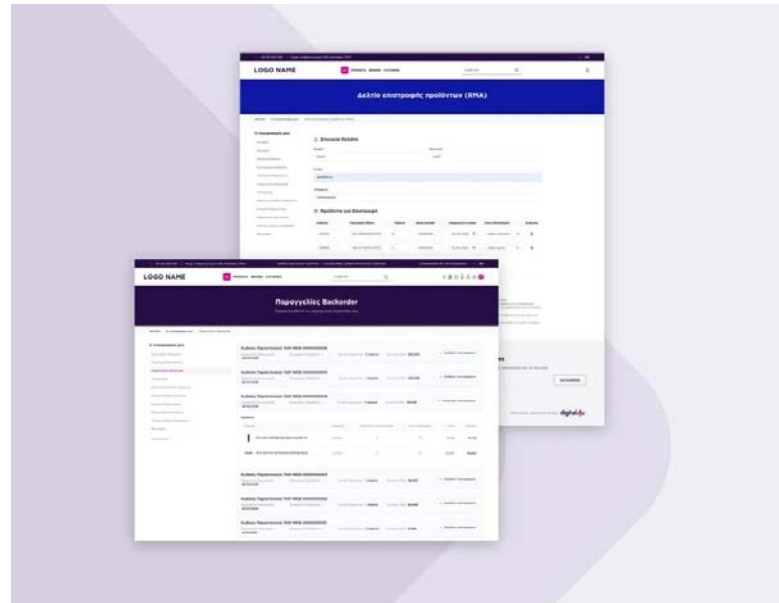
THE FULLY CONNECTED B2B PLATFORM



Η **Digital4U**, με τη συγκεκριμένη λύση, ενισχύει το portfolio των ψηφιακών λύσεων του Ομίλου της **EPSILONNET** που υποστηρίζουν τον σύγχρονο μετασχηματισμό των επιχειρήσεων, προσφέροντας ένα εργαλείο που συνδέει την τεχνολογία με την καθημερινή εμπορική λειτουργία.

Η λύση απευθύνεται σε όλες τις επιχειρήσεις του τομέα Χονδρικής που επιθυμούν να οργανώσουν ολοκληρωμένα τη B2B παραγγελιοληψία τους σε ένα πιο αυτοματοποιημένο και αποδοτικό μοντέλο εμπορικής λειτουργίας.

Μάθετε περισσότερα για το προϊόν FlexiCommerce B2B εδώ: <https://www.digital4u.gr/flexi-b2b/> ή απευθυνθείτε στον Συνεργάτη του Δικτύου της EPSILONNET στην περιοχή σας.



Πέρα από τα βασικά χαρακτηριστικά, το **FlexiCommerce B2B** προσφέρει ουσιαστική επιχειρησιακή αξία συμβάλλοντας:

- ✓ στην αύξηση πωλήσεων, μέσω ευκολότερης και ταχύτερης διαδικασίας παραγγελίας
- ✓ στην μείωση του λειτουργικού κόστους, περιορίζοντας τις manual καταχωρήσεις και τα λάθη
- ✓ στην καλύτερη αξιοποίηση του ERP σας, αξιοποιώντας πραγματική εμπορική των δεδομένων σας
- ✓ στη διαθεσιμότητα της λήψης παραγγελίας 24/7, δίνοντας τη δυνατότητα στους πελάτες να παραγγέλλουν οποτεδήποτε με την χρήση του υπολογιστή ή του κινητού τους
- ✓ στην ενίσχυση της πελατειακής εμπειρίας, με προσωποποιημένη και σύγχρονη B2B αλληλεπίδραση
- ✓ στην συνεχή αναβάθμιση χωρίς πολυπλοκότητα, καθώς η λύση βασίζεται σε παραμετροποιήσιμη αρχιτεκτονική η οποία δεν απαιτεί εξειδικευμένη custom ανάπτυξη.



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

Αν δεν σε προτείνει το AI, υπάρχουν;



Του Χρήστου Κοτσακά

Στην οθόνη του κάθε ταξιδιώτη, εκεί όπου άλλοτε απλωνόταν μια ατελείωτη λίστα από ξενοδοχεία, φίλτρα, τιμές και reviews, εμφανίζεται πλέον κάτι πολύ πιο συμπυκνωμένο: μια απάντηση. Όχι απαραίτητα η μοναδική σωστή, αλλά η πρόταση που ένα σύστημα τεχνητής νοημοσύνης εκτιμά ως πιο σχετική για το προφίλ και το πλαίσιο του χρήστη. Για τα ξενοδοχεία, αυτή η μετατόπιση αλλάζει ριζικά τον τρόπο με τον οποίο διαμορφώνεται η ορατότητα, καθώς η κατάταξη, η συνάφεια και η αξιοπιστία των δεδομένων μπαίνουν σε μια νέα εξίσωση.

Από την αναζήτηση στη σύσταση

Για περισσότερα από είκοσι χρόνια, η αναζήτηση στον τουρισμό βασίστηκε σε ένα γνώριμο μοντέλο: ο χρήστης πληκτρολογούσε μια φράση, όπως «ξενοδοχείο στην Αθήνα κοντά στο κέντρο» και στη συνέχεια φίλτραρε τα αποτελέσματα. Αυτό το μοντέλο δεν εξαφανίζεται, αλλά δίπλα του αναπτύσσεται ένα νέο επίπεδο, όπου

ο ταξιδιώτης στρέφεται σε έναν AI assistant για να του προτείνει τι ταιριάζει ακριβώς στις ανάγκες του.

Η αναζήτηση γίνεται περισσότερο «συνομιλιακή». Ο χρήστης δεν ξεκινά πάντα από το «πού να μείνω», αλλά από σύνθετα σενάρια: «θέλω ένα ήσυχο ξενοδοχείο για εργασία και χαλάρωση, κοντά σε καλό φαγητό, χωρίς να χρειάζομαι αυτοκίνητο». Το σύστημα κάνει σύνθεση, αποκλείει επιλογές, ιεραρχεί προτάσεις και παρουσιάζει περιορισμένο αριθμό καταλυμάτων. Έτσι, η ορατότητα μετατοπίζεται από την κλασική κατάταξη στο αν ένα ξενοδοχείο θεωρείται αρκετά σχετικό, αξιόπιστο και κατανοητό ώστε να περιληφθεί στην τελική απάντηση.

Σε ένα τέτοιο prompt, το σύστημα δεν αναζητά μόνο γεωγραφική θέση ή τιμή. Προσπαθεί να συνδυάσει παροχές, τοποθεσία, reviews και σαφήνεια πληροφορίας. Όσο πιο καθαρά είναι τα δεδομένα ενός ξενοδοχείου, τόσο μεγαλύτερη είναι η πιθανότητα να αξιολογηθεί ως σχετική επιλογή. Στο κλασικό search, ακόμη και αν ένα ξενοδοχείο δεν ήταν πρώτο, μπορούσε να εμφανιστεί και να διεκδικήσει την προσοχή. Στην εποχή του AI, κινδυνεύει να υποεκπροσωπηθεί σημαντικά αν τα δεδομένα του είναι ελλιπή, αντιφατικά ή δυσανάγνωστα από τα LLMs. Το παλιό ερώτημα «αν

δεν σε βρίσκει η αναζήτηση, υπάρχουν;» μετατρέπεται πλέον στο «αν δεν σε προτείνει το AI, υπάρχουν;».

Το νέο SEO δεν διαβάζει μόνο λέξεις

Η επόμενη φάση του hotel marketing δεν ακυρώνει το SEO, αλλά το αναγκάζει να εξελιχθεί. Τα generative συστήματα δεν μένουν στα keywords και στα backlinks, αλλά επιχειρούν να μοντελοποιήσουν οντότητες, σχέσεις και αξιοπιστία. Πρέπει να μπορούν να καταλάβουν τι είναι ένα ξενοδοχείο, για ποιον είναι κατάλληλο και ποιες ανάγκες μπορεί να καλύψει.

Εδώ εμφανίζεται ο όρος Generative Engine Optimisation (GEO), που χρησιμοποιείται όλο και συχνότερα δίπλα σε έννοιες όπως το AI search optimisation ή το LLM visibility. Η ουσία είναι σαφής: η ιστοσελίδα ενός ξενοδοχείου δεν πρέπει απλώς να είναι πειστική για τον άνθρωπο, αλλά και απόλυτα κατανοητή από τις μηχανές, μέσω καθαρής δομής και δεδομένων χωρίς ασάφειες.

Τα δομημένα δεδομένα, οι σαφείς περιγραφές παροχών, οι πολιτικές κράτησης και οι συχνές ερωτήσεις λειτουργούν ως κρίσιμη υποδομή. Αν ένα ξενοδοχείο δεν δίνει καθαρή απάντηση στο αν διαθέτει parking, φορτιστή EV ή υποδομές προσβασιμότητας, ένα σύστημα σύστασης μπορεί να προτιμήσει κάποιο άλλο κατάλυμα με πιο σαφή πληροφορία.

Αυτό είναι ένα καθαρά στρατηγικό ζήτημα. Αν ένα ξενοδοχείο έχει αντιφατικές πληροφορίες στο site του, στα προφίλ του στις πλατφόρμες και στα social media, το AI μπορεί να το θεωρήσει λιγότερο αξιόπιστο. Η στρατηγική, επομένως, δεν είναι απλώς «γράψε καλύτερο περιεχόμενο», αλλά «οργάνωσε την πληροφορία σου ώστε να μπορεί να τη διαβάσει και να τη χρησιμοποιήσει το ψηφιακό οικοσύστημα».

Οι πλατφόρμες ξαναγράφουν τη σχέση με τον πελάτη

Η ορατότητα δεν εξαρτάται πλέον μόνο από τα ιδιόκτητα assets ενός ξενοδοχείου, αλλά και από ενδιάμεσους παίκτες (πλατφόρμες κρατήσεων, marketplaces, metasearch και AI assistants). Οι μεγάλες ταξιδιωτικές πλατφόρμες ενσωματώνουν ήδη AI trip planners, μετατρέποντας την αναζήτηση σε μια καθοδηγούμενη εμπειρία χωρίς την ανάγκη για δεκάδες φίλτρα.



Για τα ξενοδοχεία, αυτό δημιουργεί μια νέα συνθήκη. Από τη μία πλευρά, οι πλατφόρμες λειτουργούν ως ισχυροί πάροχοι δεδομένων. Από την άλλη, η κυρίαρχη εμπειρία μεταφέρεται σε έναν AI βοηθό. Σε αυτή την περίπτωση, ο έλεγχος της σχέσης με τον πελάτη περιπλέκεται, καθώς ο ταξιδιώτης μπορεί να μην αντιλαμβάνεται πάντα ποιο σύστημα τροφοδοτεί την πρόταση.

Παράλληλα, οι ξενοδοχειακές αλυσίδες έχουν κίνητρο να κινηθούν προς άμεσες διασυνδέσεις (APIs). Αν μπορούν να τροφοδοτούν απευθείας τους AI assistants με έγκυρα δεδομένα διαθεσιμότητας και τιμών, μειώνουν την εξάρτηση από τα OTAs. Αντίθετα, τα ανεξάρτητα ξενοδοχεία θα χρειαστούν σύγχρονους τεχνολογικούς ενδιάμεσους (channel managers, εξελιγμένα CRS/PMS) που θα τα βοηθούν να «μιλούν» με τα AI συστήματα με δομημένο τρόπο.

Το AI δεν φέρνει το τέλος των ενδιάμεσων, αλλά ένα υβριδικό οικοσύστημα. Αν οι AI πλατφόρμες ακολουθήσουν διαφημιστικά μοντέλα, η ορατότητα μέσα στις απαντήσεις θα γίνει το νέο πεδίο εμπορικής διεκδίκησης. Αν επικρατήσουν πιο ουδέτερα ή συνδρομητικά μοντέλα, τότε η ποιότητα των δεδομένων, η φήμη και η συνάφεια με το prompt θα αποκτήσουν ακόμη μεγαλύτερη σημασία.

Το destination content γίνεται μέρος του προϊόντος

Η τεχνητή νοημοσύνη δεν απαντά μόνο στο ποιο ξενοδοχείο να επιλέξει ο χρήστης, αλλά και στο «σε ποια γειτονιά να μείνω» ή «τι να κάνω σε τρεις ημέρες». Αυτό σημαίνει ότι το κατάλυμα δεν αντιμετωπίζεται απομονωμένα, αλλά εντάσσεται σε ένα ευρύτερο αφήγημα προορισμού και εμπειριών.

Ένα ξενοδοχείο που παράγει χρήσιμους οδηγούς για τη γειτονιά του, τις μετακινήσεις ή τα εστιατόρια, τροφοδοτεί τα AI συστήματα με το απαραίτητο πλαίσιο. Για την ελληνική αγορά, αυτό έχει και πολυγλωσσική διάσταση, καθώς τα prompts γίνονται σε πολλές γλώσσες, με διαφορετικές πολιτισμικές προσδοκίες και πρόθεση αναζήτησης.

Σε αυτό το πλαίσιο, οι κριτικές και το user-generated content γίνονται ακόμη πιο σημαντικά. Τα AI μοντέλα μπορούν να αναλύουν, στον βαθμό που έχουν πρόσβαση, reviews, ερωτήσεις και φωτογραφίες. Αν οι επισκέπτες επαναλαμβάνουν ότι ένα ξενοδοχείο έχει «ήσυχα δωμάτια, ιδανικά για remote work», αυτή η έννοια τείνει να συνδέεται με το brand.



Για την ελληνική αγορά, η διεθνής ορατότητα στην εποχή του AI δεν θα κερδηθεί μόνο με όμορφες εικόνες. Θα κερδηθεί με περιεχόμενο που είναι ανθρώπινο, αξιόπιστο, δομημένο και επαρκώς ενημερωμένο, γεφυρώνοντας το ψηφιακό χάσμα ταχυτήτων που ακόμη παρατηρείται.

Η εμπιστοσύνη γίνεται τεχνικό και ρυθμιστικό ζήτημα

Η συνομιλία με έναν AI assistant αλλάζει την ψυχολογία της απόφασης. Όταν ένα σύστημα παρουσιάζει ελάχιστα ξενοδοχεία ως «κατάλληλα για εσάς», η πρόταση μοιάζει πιο προσωπική και πειστική. Αυτό ενισχύει την εμπιστοσύνη, αλλά φέρνει και νέους κινδύνους, καθώς ο χρήστης συχνά δεν γνωρίζει αν η επιλογή βασίστηκε σε πραγματική συνάφεια ή σε εμπορική συμφωνία.

Υπάρχει, επίσης, ο κίνδυνος των AI hallucinations. Ένα σύστημα μπορεί να παράξει λανθασμένη πληροφορία αν τα επίσημα στοιχεία είναι ασαφή. Αν εμφανιστεί μια ανύπαρκτη παροχή ή μια λάθος πολιτική ακύρωσης, το πρόβλημα μετατρέπεται άμεσα σε ζήτημα εμπιστοσύνης, νομικής συμμόρφωσης και φήμης για το ξενοδοχείο.

Στην Ευρώπη, η συζήτηση αυτή συνδέεται άμεσα με το ρυθμιστικό περιβάλλον (GDPR, AI Act), το οποίο πιέζει για διαφάνεια και επεξηγησιμότητα. Όσο περισσότερο οι συστάσεις αυτοματοποιούνται, τόσο περισσότερο θα χρειάζονται καθαροί κανόνες για το τι είναι οργανικό και τι εμπορικά επηρεασμένο.

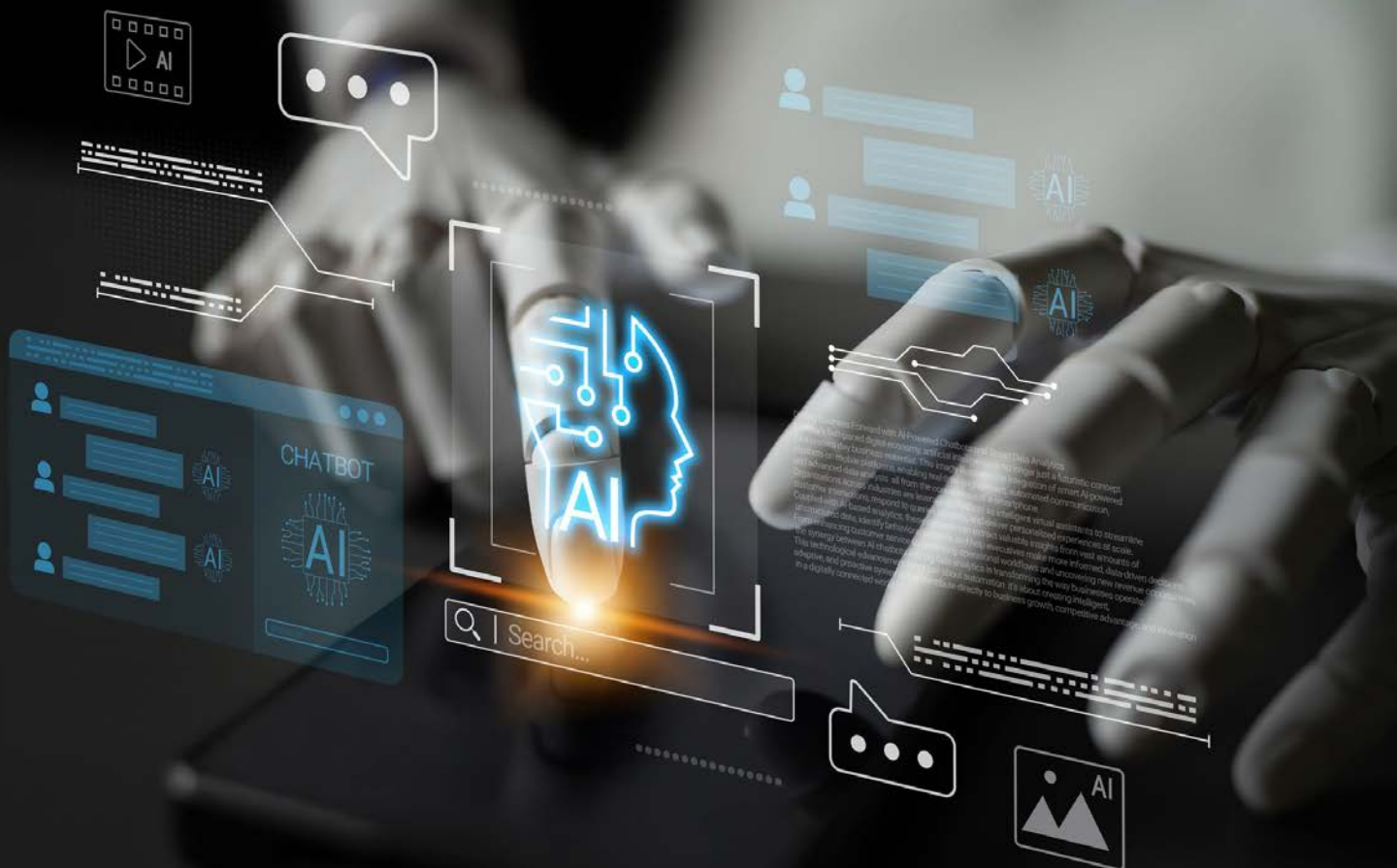
Από το booking στο agentic commerce

Η σημερινή φάση είναι μόνο η αρχή. Το επόμενο βήμα είναι το agentic AI, όπου τα συστήματα δεν περιορίζονται στο να απαντούν, αλλά εκτελούν ενέργειες. Ο χρήστης θα αναθέτει στον βοηθό του να εντοπίσει επιλογές, να συγκρίνει όρους και να ολοκληρώσει την κράτηση με βάση τις προτιμήσεις του.

Για να συμμετάσχει ένα ξενοδοχείο σε αυτό το περιβάλλον, απαιτείται τεχνική ετοιμότητα: ασφαλή APIs, real-time ενημέρωση τιμών/διαθεσιμότητας και semantic interoperability, ώστε οι μηχανές να καταλαβαίνουν με ενιαίο τρόπο τι σημαίνει δωμάτιο, παροχή ή περιορισμός.

Η τεχνολογική «στοίβα» (PMS, channel manager, booking engine, CRM) πρέπει να σχηματίζει ένα ενιαίο οικοσύστημα δεδομένων. Το πρώτο βήμα δεν είναι η υιοθέτηση κάθε νέας μόδας, αλλά ένας ειλικρινής έλεγχος ορατότητας: πώς εμφανίζεται το ξενοδοχείο σε βασικά prompts και αν οι πληροφορίες του είναι συνεπείς σε κάθε κανάλι.

Το hotel tech περνά από την εποχή των εργαλείων στην εποχή της στρατηγικής υποδομής. Στο μέλλον της αναζήτησης, ορατότητα σημαίνει να είσαι η σωστή πρόταση, τη σωστή στιγμή, για το σωστό ταξιδιωτικό σενάριο. Και εκεί, η τεχνητή νοημοσύνη θα είναι ο νέος, βασικός μεσολαβητής ανάμεσα στην πρόθεση του ταξιδιώτη και στην τελική επιλογή.



16^ο Συνέδριο



AI Connected World

CONNECT, PROTECT, INNOVATE:
GREECE AS A DIGITAL GATEWAY

TETARTH
27
ΜΑΪΟΥ
2026
DIVANI
CARAVEL
HOTEL

WWW.CBWORLD.GR

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ



SMART PRESS
Μόγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500
210.5231555

www.smartpress.gr
smart@smartpress.gr

f InfoCom.gr

in SmartPress S.A.

t SmartEvents

f SmartPress

in InfoCom.gr

t InfoCom.gr

f SmartEvents

y InfoComWorld



Ρεκόρ κίνησης τον Απρίλιο για το αεροδρόμιο «Μακεδονία»

Το αεροδρόμιο «Μακεδονία» της Θεσσαλονίκης κατέγραψε σημαντική αύξηση στην επιβατική κίνηση τον Απρίλιο του 2026, καθώς περισσότεροι από 646.000 ταξιδιώτες πέρασαν από τις εγκαταστάσεις του, αριθμός αυξημένος κατά 3,1% σε σχέση με τον αντίστοιχο μήνα του 2025. Σύμφωνα με στοιχεία της Fraport Greece, περίπου 20.000 περισσότεροι επιβάτες επέλεξαν φέτος το αεροδρόμιο για τα ταξίδια τους. Οι πτήσεις εξωτερικού συγκέντρωσαν το μεγαλύτερο μέρος της κίνησης, με πάνω από 439.000 επιβάτες, ενώ οι πτήσεις εσωτερικού ξεπέρασαν τις 207.000. Η Γερμανία παρέμεινε η σημαντικότερη αγορά για τη Θεσσαλονίκη, ακολουθούμενη από την Ιταλία, την Κύπρο και το Ηνωμένο Βασίλειο. Ιδιαίτερα δυναμική ήταν η άνοδος της Πολωνίας, ενώ αυξημένη ήταν και η επιβατική κίνηση από και προς την Τουρκία. Σε επίπεδο τετραμήνου, από τον Ιανουάριο έως τον Απρίλιο, μέσω του αεροδρομίου διακινήθηκαν σχεδόν 2,1 εκατομμύρια επιβάτες. Παράλληλα, συνολικά τα 14 περιφερειακά αεροδρόμια της Fraport Greece εξυπηρέτησαν 1,8 εκατομμύρια επιβάτες μόνο τον Απρίλιο, επιβεβαιώνοντας τη συνεχή άνοδο του ελληνικού τουρισμού και των αερομεταφορών.



Hotelier NEWS



ΤΑ ΠΑΝΤΑ ΓΙΑ ΤΟΝ
ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΜΕ ΕΝΑ
ΚΛΙΚ!

www.hoteliernews.gr

3° ΣΥΝΕΔΡΙΟ

Powered by
BIZNOW!

WORKFORCE INNOVATION 2026



CONNECTING TALENT TO THE DIGITAL GATEWAY SKILLS & CAREER SUMMIT

TETARTH 27 MAΪΟΥ 2026 - DIVANI CARAVEL HOTEL


W O R K F O R C E I N N O V A T I O N . G R

ΔΙΟΡΓΑΝΩΣΗ




SMART PRESS
Μάγερ 11, 10438, Αθήνα

T.210.5201500 www.smartpress.gr
210.5231555 smart@smartpress.gr

 InfoCom.gr

 SmartPress S.A.

 @SmartEventsGR

 SmartPress

 InfoCom.gr

 @InfoComNews

 SmartEvents

 BizNow.gr

 @BizNowgr

 BizNow.gr

 InfoComWorld





Στο επίκεντρο η βιώσιμη ανάπτυξη του τουρισμού στην Τροιζήνα

Στις επετειακές εκδηλώσεις για τη Γ' Εθνοσυνέλευση των Ελλήνων στην ιστορική Τροιζήνα συμμετείχε η Υφυπουργός Τουρισμού Άννα Καραμανλή, η οποία ανέδειξε τη σημασία της ιστορικής μνήμης, της ενότητας και της πολιτικής ωριμότητας για τη σύγχρονη Ελλάδα. Κατά την ομιλία της, η Υφυπουργός αναφέρθηκε στη συμβολή της Γ' Εθνοσυνέλευσης στη διαμόρφωση του νεότερου ελληνικού κράτους και στο διαχρονικό μήνυμα ενότητας που άφησαν οι αγωνιστές της εποχής. Όπως σημείωσε, όταν η κοινωνία και η χώρα πορεύονται με κοινό στόχο, μπορούν να πετυχαίνουν περισσότερα. Ιδιαίτερη αναφορά έκανε και στον τουρισμό, τονίζοντας ότι ο κλάδος συνεχίζει να καταγράφει ιστορικές επιδόσεις, ενώ η στρατηγική της χώρας πλέον επικεντρώνεται όχι μόνο στην ποσοτική, αλλά κυρίως στην ποιοτική και βιώσιμη ανάπτυξη. Παράλληλα, υπογράμμισε τον σημαντικό ρόλο της Αττικής στον ελληνικό τουρισμό και την ανάγκη ανάδειξης νέων προορισμών. Η κα Καραμανλή χαρακτήρισε τον Δήμο Τροιζηνίας-Μεθάνων ως περιοχή με μεγάλες προοπτικές ανάπτυξης, χάρη στους φυσικούς πόρους, την ιδιαίτερη γεωμορφολογία και το πολιτιστικό του απόθεμα. Παράλληλα, ανακοίνωσε τη συμμετοχή του Δήμου στη διαμόρφωση της νέας «Λευκής Βίβλου» για τον ελληνικό τουρισμό της περιόδου 2030-2035, υπογραμμίζοντας τη σημασία της συνεργασίας Πολιτείας και Τοπικής Αυτοδιοίκησης για τη βιώσιμη ανάπτυξη των τοπικών κοινωνιών.



Προσκυνηματικός Τουρισμός: Σχέδιο ανάπτυξης για όλη την Ελλάδα

Παρουσία της Υπουργού Τουρισμού Όλγα Κεφαλογιάννη πραγματοποιήθηκε η δεύτερη συνεδρίαση της Κοινής Συντονιστικής Επιτροπής Προσκυνηματικού Τουρισμού για το 2026, υπό την προεδρία της Υφυπουργού Τουρισμού Άννα Καραμανλή. Στη συνάντηση συμμετείχαν εκπρόσωποι του Οικουμενικού Πατριαρχείου, της Εκκλησίας της Ελλάδος, της Εκκλησίας της Κρήτης, του Αγίου Όρους, αρμόδιων υπουργείων και του Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού. Κεντρικό θέμα αποτέλεσε η πορεία των κοινών δράσεων για την ανάπτυξη και προβολή του Θρησκευτικού και Προσκυνηματικού Τουρισμού στην Ελλάδα, καθώς και ο καλύτερος συντονισμός των εμπλεκόμενων φορέων. Παράλληλα, συζητήθηκε η διοργάνωση του Ε' Πανελληνίου Συνεδρίου Προσκυνηματικών Περιηγήσεων, που θα φιλοξενηθεί στην Αλεξανδρούπολη το φθινόπωρο του 2026. Ιδιαίτερη έμφαση δόθηκε στη μοναστηριακή παράδοση και στη συμβολή της στη διατήρηση της πολιτιστικής και πνευματικής κληρονομιάς της χώρας. Η κα Κεφαλογιάννη τόνισε ότι ο προσκυνηματικός τουρισμός μπορεί να ενισχύσει λιγότερο προβεβλημένες περιοχές και να συμβάλει στη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη της Ελλάδας.

Εκδότης

Κώστας Νόστης

Αρχισυντάκτρια

Ελένη Σαραντάκη

Στη Σύνταξη 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

