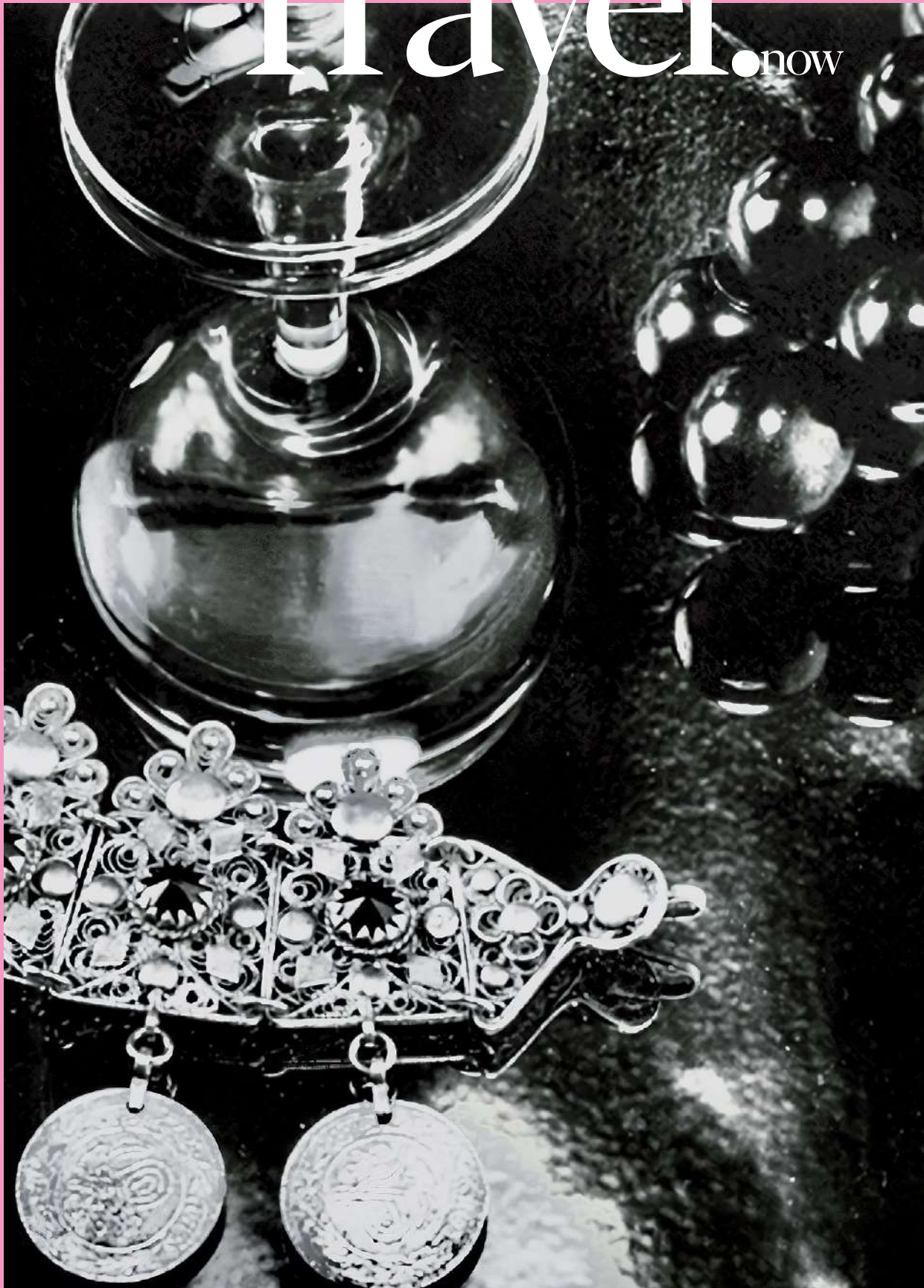




ΤΕΥΧΟΣ #006 — ΙΟΥΝΙΟΣ 2025

Travel^{now}



↑ Ο χρυσός στα κοσμήματα της Μπούλας και του Γενίτσαρου, ο υγρός «χρυσός» του Ξινόμαυρου στο ποτήρι: ένας τόπος-θησαυρός

ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ: ΝΑΟΥΣΑ

ΟΙ ΑΝΘΡΩΠΟΙ, Ο ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ, Η ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ, Ο ΑΜΠΕΛΩΝΑΣ, ΟΙ ΥΠΟΔΟΜΕΣ,
Η ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ: Η ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΗ ΠΟΛΗ ΑΛΛΑΖΕΙ - ΚΑΙ ΑΤΕΝΙΖΕΙ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΜΕ ΑΙΣΙΟΔΟΞΙΑ.

ΚΑΙ ΜΑΖΙ: Η ΝΕΑ ΠΟΛΥΤΕΛΕΙΑ ΣΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ: ΛΙΓΟΤΕΡΗ ΧΛΙΔΗ, ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΗ ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙ ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ. — GREEK ISLANDS TRAIL: ΕΝΑ ΝΕΟ ΠΕΖΟΠΟΡΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΣΥΝΔΕΕΙ ΤΑ ΚΥΚΛΑΔΟΝΗΣΙΑ.

Τεύχος #087

Μάιος 2025
www.citymagthess.gr

city mag



ΟΙΝΟΣ ΕΥΦΡΑΙΝΕΙ ΔΡΑΜΑ

Η «Διεθνής των Οινοποιών» βάζει δυναμικά τη μακεδονική πόλη στον ελληνικό και τον διεθνή χάρτη. Από κοντά, τολμηροί επιχειρηματίες, δημιουργικά μινιά και καλλιτέχνες, που γράφουν –καθένας από την πλευρά του– το νέο «παραμύθι» μιας περιοχής που ανακαλύπτει (ακόμη) τη δύναμή της.

Your free guide
to urban and suburban
fine living

Δημιουργικοί άνθρωποι, ενδιαφέρουσες
ιστορίες, ιδέες & απόψεις, οδηγός στην πόλη
και όλο το talk of the town της Θεσσαλονίκης

Content. Style. And aesthetics.



Your free guide to urban & suburban fine living.

Γίνετε οι influencers του εαυτού σας

Γράφει ο ΑΓΓΕΛΟΣ Ν. ΒΑΣΙΟΣ

ΜΠΟΡΕΙ Η ΕΝΝΟΙΑ του «influencer» (του «επιδραστικού προσώπου», αν προτιμάτε τα Ελληνικά) να παίζει πολύ δυνατά τα τελευταία χρόνια, στην πραγματικότητα ωστόσο πρόκειται για μια έννοια παλιά όσο και ο άνθρωπος. Και εδώ, στη χώρα μας, είχαμε influencers εδώ και δεκαετίες – τουλάχιστον τον τελευταίο αιώνα, αν πιάσουμε την πιο πρόσφατη ιστορία. Υπάρχει ωστόσο μία μεγάλη διαφορά σε σχέση με αυτούς που αυτοπεριγράφονται σήμερα ως «επιδραστικοί».

ΠΑΛΑΙΟΤΕΡΑ, για να αποκτήσει κάποιος τον τίτλο του «influencer» (ορθότερα: για να λειτουργεί ως influencer, καθώς τότε η ουσία είχε πολύ μεγαλύτερη αξία από την ταμπέλα) έπρεπε να έχει φάει πολλά καρβέλια ψωμί. Ποια χαρακτηριστικά είχαν τότε οι πραγματικά επιδραστικοί; Ήταν άνθρωποι βαθιά καλλιεργημένοι – πρόσωπα με σπουδές και πνευματικά ενδιαφέροντα. Είχαν ταξιδέψει πολύ και είχαν αποκτήσει πολλές εμπειρίες σε αυτά τα ταξίδια τους εντός και εκτός συνόρων – είχαν δειπνήσει σε θρυλικά εστιατόρια, είχαν βρεθεί σε μπαρ με πελατεία τους τους ανθρώπους που διαμόρφωναν τον κόσμο εκείνης της εποχής, είχαν διαπλεύσει τον Νείλο πάνω σε εμβληματικά πλοία σαν κι αυτό που περιέγραφε η Άγκαθα Κρίστι στο βιβλίο της «Έγκλημα στον Νείλο», είχαν ταξιδέψει στα βάθη της Αφρικής και στα όρια του Αρκτικού Κύκλου, όταν τέτοια ταξίδια είχαν ρίσκο ακόμη και για τη ζωή των συμμετεχόντων σε αυτά. Αποτελούσαν τον κύκλο θρυλικών προσωπικοτήτων της εποχής τους – είχαν πει καφέ με τον Τέλλο Αγρα, τον Δημοσθένη Βουτυρά, τον Φώτο Γιοφύλλη, τον Κλέωνα Παράσχο, τον Λάμπρο Πορφύρα, τον Σωτήρη Σκίπη, τον Κώστα Βάρναλη και τον Ναπολέοντα Λαπαθιώτη στον ημιυπόγειο «Μαύρο Γάτο», στη συμβολή των οδών Ακαδημίας και Ασκληπείου, στην Αθήνα, δίπλα στο σπίτι του Κωστή Παλαμά· είχαν συμμετάσχει σε συζητήσεις με τον Οδυσσέα Ελύτη, τον Νίκο Γκάτσο, τον Μάνο Χατζιδάκι, τον Μίλτο Σαχτούρη, τον Μιχάλη Κατσαρό, τον Μίκη Θεοδωράκη, τον Γιάννη Τοαρούχη, τον Γιάννη Μόραλη, τον Ανδρέα Εμπειρίκο, την Ελένη Βακαλό και τον Τάκη Σινόπουλο στο «Πατάρι του Λουμίδα», στον αριθμό 38 της οδού Σταδίου, δίπλα στη Στοά Νικολούδη· είχαν απολαύσει ένα παγωτό «Σικάγο» στο διπλανό τραπέζι από εκείνο του Οδυσσέα Ελύτη, του Ευάγγελου Αβέρωφ, του Γεώργιου Ράλλη, του Φρέντυ Γερμανού, του Άντονι Κουίν, της Σοφίας Λόρεν και του Χόρχε Λούις Μπόρχες στο καφεζαχαροπλαστείο «Ζόναρς» του Ελληνοαμερικανού Κάρολου Ζωναρά (από το 1934 στη γωνία Πανεπιστημίου και Κριεζώτου και από το 1940 στο ισόγειο του μεγάρου του Μετοχικού Ταμείου Στρατού, στην Αθήνα).

ΕΙΧΑΝ ΑΛΛΟ ΒΑΘΟΣ οι influencers παλαιότερων δεκαετιών. Και σίγουρα πόρρω απείχαν από αυτό που είθισται να αποκαλούμε σήμερα «influencers» – γυναίκες και άνδρες συνήθως μικρότερης ηλικίας, με βασική δεξιότητα να ανεβάζουν γρήγορα (και άκριτα;) reels και stories στα social media (κατά κανόνα, με περιεχόμενο αναντίστοιχα εξυμνητικό σε σχέση με την πραγματικότητα). Που ντύνονται εκκεντρικά στην προσπάθειά τους να διατυμπανίσουν πόσο «cool» και «out of the box» είναι. Πού στα διαλείμματα από τα γυρίσματα με το κινητό τους τηλέφωνο πέφτουν με ορμή πάνω στον μπουφέ, αποθεώνοντας κάθε κατεψυγμένη γαρίδα που καταβροχθίζουν σαν να απολάμβαναν τον ζωμό του καβουριού στο «Swan Oyster Depot» του Σαν Φρανσίσκο (τη νοστιμιά για την οποία ο πρόωρα χαμένος το 2018 Άντονι Μπουρντέν –ο «Τζακ Κέρουακ της μαγειρικής», όπως τον αποκαλούσαν πολλοί– είχε πει: «Αν ο Θεός έχει φτιάξει κάτι καλύτερο, το έχει κρατήσει για τον εαυτό του»).

ΑΥΤΟ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ πηγαίνετε σε μέρη όπου δεν έχετε ξαναβρεθεί. Ακολουθήστε το λιγότερο περπατημένο μονοπάτι. Δοκιμάστε φαγητά και ποτά που δεν έχετε ξαναγευθεί – η γεύση είναι η ισχυρότερη υποβοήθηση της μνήμης. Ακούστε, μυρίστε, αγγίξτε. Ρουφήξτε κάθε λεπτό της διαδρομής. Το ταξίδι είναι δικό σας και δεν χρειάζεστε διαμεσολάβηση για να το ζήσετε.

ΑΥΤΟ ΤΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ γίνετε εσείς οι μόνοι influencers του εαυτού σας. 🌍



ekies,

s c u l p t u r e s
o f a e t h e r

*HO-MA-GE sculpture by Thanos Zakopoulos
in memory of our centenarian friend*



A MEMBER OF
DESIGN HOTELS

Ειδική έκδοση.
Διανέμεται δωρεάν από
το Σάββατο **07.06.2025**

ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑ-ΕΚΔΟΣΗ:



Now
The Creativity Platform

ΔΙΕΥΘΥΝΤΗΣ:

Άγγελος Ν. Βάσος
angelos@citymagthess.gr

ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ:

Γιάννης Παπαδημητρίου
john@citymagthess.gr

ΥΠΕΥΘΥΝΗ ΠΩΛΗΣΕΩΝ

Ιωάννα Κατσαρού
ioanna@citymagthess.gr

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ:

Ροδοπόλεως 9, Καλαμαριά
TK 551 33, Θεσσαλονίκη

ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ:

T.: 231 043 1669

W.: www.citymagthess.gr

E./ΣΥΝΤΑΞΗ:

contact@citymagthess.gr

E./ΕΜΠΟΡΙΚΟ ΤΜΗΜΑ:

adv@citymagthess.gr

advdirect@citymagthess.gr

FACEBOOK: CitymagThess

INSTAGRAM: Citymagthess

TWITTER: @citymag_thess

E-BOOK: issuu.com/citymagthess

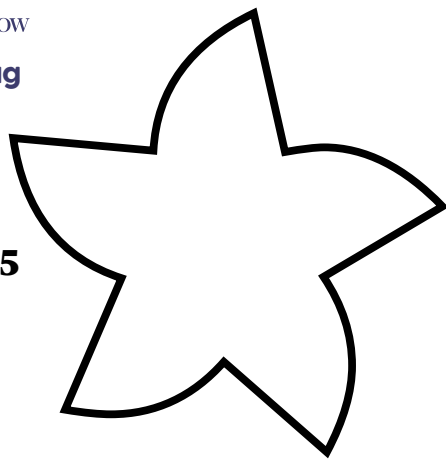
ΕΚΤΥΠΩΣΗ:

Thess Print AE

Απαγορεύεται η αναδημοσίευση, η αναπαραγωγή, ολική, μερική ή περιληπτική ή κατά παράφραση ή απόδοση του περιεχομένου του εντύπου με οποιονδήποτε τρόπο - μηχανικό, ηλεκτρονικό, φωτοτυπικό, ηχογράφησης ή άλλο - χωρίς προηγούμενη γραπτή άδεια του εκδότη (νόμος 2121/1993 και κανόνες Διεθνούς Δικαίου που ισχύουν στην Ελλάδα). Οι απόψεις των σχολιαστών είναι προσωπικές και δεν απηχούν κατ' ανάγκη τις απόψεις της διεύθυνσης του εντύπου.



**Παρακαλούμε, ανακυκλώστε
μετά την ανάγνωση.**



ΣΕΛ.020

Το καλοκαίρι έφτασε και τα μουσεία του MOMus βάζουν τα... θερινά τους, καλώντας παιδιά ηλικίας 7 έως 10 ετών να συμμετάσχουν σε μια πρωτότυπη και γεμάτη έμπνευση εμπειρία. Από τις 16 έως και τις 27 Ιουνίου μετακινούμαστε στα μουσεία του MOMus στη Θεσσαλονίκη με δύο εργαστήρια υπό τον τίτλο «Activity_MOMus Summer Edition» και γνωρίζουμε τους χώρους και τις συλλογές τους μέσα από χρωματιστούς πειραματισμούς τέχνης και έκφρασης.

ΣΕΛ.022

Το 4ο Evia Film Project, η πράσινη πρωτοβουλία του Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, έρχεται στην Αγία Άννα, την Αιδηψό και τη Λίμνη από τις 17 έως τις 21 Ιουνίου, φέρνοντας στο επίκεντρο το ελληνικό καλοκαίρι. Βασικός προσανατολισμός του Evia Film Project παραμένει η βιωσιμότητα και η σχέση του ανθρώπου με τη φύση.



ΣΕΛ.024

Προορισμός: Νόουσα. Απομακρυνόμενη από το δυστοπικό παρελθόν της αποβιομηχάνισης, η μακεδονική πόλη αντιμετωπίζει το μέλλον της με ολόκληρο αυξανόμενο αισιοδοξία: πατώντας πάνω σε έξι κρασιά με αφετηρία το Ξινόμυρο (και όχι μόνον), σε εξαιρετικής ποιότητας πρώτες ύλες



που μεταμορφώνονται σε πιότα ιδιαίτερης νοστιμιάς, σε μια αρχαιολογική κληρονομιά που εξακολουθεί να αποκαλύπτεται με τρόπο εντυπωσιακό, σε μια πολιτιστική δραστηριότητα που δεν σταματά να εξελίσσεται και να ξαφνιάζει, σε ουσιαστικές επενδύσεις στις υποδομές και στην εκπαίδευση, αλλά –κυρίως– στους ανθρώπους της (ανθρώπους τολμηρούς, οραματικούς και πεισματάρηδες), επανασυστήνεται ως ένας δωδεκάμηνος προορισμός που υπόσχεται να ικανοποιήσει ένα κοινό εξαιρετικό υψηλών απαιτήσεων. Και τα καταφέρνει έξοχα!



δίκτυα πεζοπορικών διαδρομών που ενώνει με φυσικό και πολιτιστικό νήμα τις Κυκλάδες, προτείνοντας μια νέα, βιωματική προσέγγιση στην εξερεύνηση των ελληνικών νησιών.



που έπαιρναν μαζί τους ως ενθύμιο οι τουρίστες. Σήμερα όμως οι τουρίστες μπορούν πλέον και γίνονται μέρος αυτής της «καρτ ποστάλ», καθώς μοιράζονται μαζί με τους ψαράδες την εμπειρία της θάλασσας και του απέραντου μαγευτικού της κόσμου.



ΣΕΛ. 048

Τι είναι πολυτέλεια στο ταξίδι στις μέρες μας; Οι ειδικοί συμφωνούν: οι ταξιδιώτες ζητούν πλέον λιγότερη χλιδή, περισσότερη αυθεντικότητα και εμπειρίες.

ΣΕΛ. 050

Οι rich and famous θέλουν Ελλάδα: Εντυπωσιακή άνοδος της αγοράς πολυτελών ακινήτων στη χώρα μας. Ποιο είναι το προφίλ των αγοραστών.

ΣΕΛ. 054

Μια νέα εποχή για τον πεζοπορικό τουρισμό στην Ελλάδα εγκαινιάζει η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση Paths of Greece, παρουσιάζοντας το φιλόδοξο και καινοτόμο Greek Islands Trail: ένα διασυνδεδεμένο

ΣΕΛ. 060

Under the radar. Τρία νησιά του Αιγαίου (όχι από τα κοσμικώς τουριστικά) μπαίνουν δυναμικά το τελευταίο διάστημα στο «μικροσκόπιο» των διεθνών travel enthusiasts. Οι λόγοι, διαφορετικοί – κι όμως, από μία άποψη ανάλογοι. Τα επισκεπτόμαστε, για να δούμε τι είναι αυτό που τα καθιστά ορισμένα από τα σπουδαιότερα «next best things» στο τουριστικό «οπλοστάσιο» της χώρας μας.

ΣΕΛ. 068

Τουρίστες στα δίκτυα. Ένα καίκι, ένας ψαράς που απλώνει τα δίκτυα του στο μπλε της θάλασσας και οι γλάροι που πετούν: αυτή η εικόνα της Ελλάδας ήταν κυρίαρχη στις καρτ ποστάλ

ΣΕΛ. 070

«Βιώσιμη φιλοξενία και ρυθμιστικά πλαίσια, τα μεγάλα στοιχεία του ελληνικού τουρισμού». Την αισιοδοξία του για την πορεία της τουριστικής σεζόν του 2025, παρά τις γεωπολιτικές και οικονομικές προκλήσεις, εκφράζει ο Αλέξανδρος Βασιλικός, πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδας και της HORTEC.

ΣΕΛ. 076

Τι έκανε η Κάλυμνος και κατάφερε να έχει τουριστική σεζόν 10 μήνες τον χρόνο; Μπορεί η τουριστική περίοδος στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας να ξεκινά παραδοσιακά το Γάσχα και να τελειώνει με τα πρώτα κρύα του φθινοπώρου, στην Κάλυμνο ωστόσο τα πράγματα είναι διαφορετικά.

ΑΘΗΝΑ, ΕΛΛΑΔΑ

Γεωγραφικό πλάτος: 37° 59' 1,716" Β

Γεωγραφικό μήκος: 23° 43' 39,1404" Α



Η ΜΙΚΡΟΜΕΡΙΑ ΤΗΣ ΑΚΡΟΠΟΛΗΣ

(*Micromeria Acropolitana*) είναι ένα εξαιρετικά σπάνιο και στενότοπο ενδημικό φυτό, που φύεται αποκλειστικά στον ιερό **βράχο της Ακρόπολης**, στην **Αθήνα**, και πουθενά αλλού στον κόσμο. Το φυτό θεωρούνταν εξαφανισμένο είδος από την ελληνική και την παγκόσμια χλωρίδα για περισσότερο από έναν αιώνα. Ανακαλύφθηκε για πρώτη φορά το **1906** από δύο **γάλλους βοτανολόγους** και περιγράφηκε επιστημονικά το **1908** από τον αυστριακό βοτανολόγο **Εουτζέν φον Χαλάσι**. Η επανανακάλυψή του έγινε το **2006** από τον έλληνα βιολόγο **Γρηγόρη Τσούνη** και τον γιο του, **Λάμπρο**. Από το 2004, καθώς γράφει το βιβλίο του «**Γύρω από την Ακρόπολη**», ο Γρηγόρης Τσούνης παρατηρεί και καταγράφει το πλούσιο οικοσύστημα της περιοχής. Και δύο χρόνια αργότερα, σε μια βόλτα με τον γιο του, «σκοντάφτουν» πάνω του. «Μόλις το είδα από μακριά, λέω: **‘Να μια μικρομέρια’**, επειδή τα φύλλα της έχουν μικρά μέρη. Αλλά ποια μικρομέρια ακριβώς;». Τρία χρόνια αργότερα, το **2009**, η δανή βιολόγος και καθηγήτρια στο Πανεπιστήμιο της Κοπεγχάγης **δρ. Κιτ Ταν** επιβεβαίωσε ότι το φυτό ήταν, πράγματι, η περίφημη *Micromeria Acropolitana*. Αυτή η επιβεβαίωση σήμαινε ότι το μοναδικό αυτό φυτό δεν είχε εξαφανιστεί, αλλά ευδοκίμυσε **στο φυσικό του οικοσύστημα**, την Ακρόπολη της Αθήνας, εκεί όπου βρίσκεται ο **Παρθενώνας**, το πιο εμβληματικό μνημείο στην ιστορία του δυτικού πολιτισμού. 🌿



CAFE • BAR • RESTAURANT
OPEN AIR CINEMA • EVENT SPACES



Zappeion Gardens, Athens
aiglizappeiou.gr

ΑΙΓΛΗ
ΖΑΠΠΕΙΟΥ

ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗ, ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ ΤΗΣ ΣΙΓΚΑΠΟΥΡΗΣ

Γεωγραφικό πλάτος: 1° 21' 7,4988" Β

Γεωγραφικό μήκος: 103° 49' 11,4204" Α



Η ΔΙΕΘΝΩΣ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΜΕΝΗ

αεροπορική εταιρεία **Skytrax**, αξιολογώντας τις ετήσιες αξιολογήσεις επιβατών, δημοσίευσε την πολυαναμενόμενη λίστα με **τα 100 κορυφαία αεροδρόμια του κόσμου για το 2025**. Σε μια εποχή που οι ταξιδιώτες επιδιώκουν την ελαχιστοποίηση του χρόνου παραμονής στα αεροδρόμια, μια νέα κατάταξη έρχεται να ανατρέψει αυτήν την αντίληψη, αναδεικνύοντας τους συγκεκριμένους χώρους ως μια απροσδόκητα μοναδική εμπειρία. Στην κορυφή της παγκόσμιας κατάταξης δεσπόζει για άλλη μία φορά το **αεροδρόμιο Τοανγκί της Σιγκαπούρης (SIN)**, ενώ τη δεύτερη και τρίτη θέση καταλαμβάνουν το **Διεθνές Αεροδρόμιο Χαμάντ (DOH)** στη Ντόχα του Κατάρ και το **Διεθνές Αεροδρόμιο του Τόκιο (HND)**, αντίστοιχα. Οι πρωτοποριακές και ποικίλες ανέσεις που προσφέρει στους ταξιδιώτες το αεροδρόμιο της Σιγκαπούρης το καθιστούν κορυφαίο ελκυστικό προορισμό, ακόμη και για μια σύντομη στάση. Σύμφωνα με το **CNN Travel**, ένα από τα κύρια σημεία του είναι το επιβλητικό, δεκαώροφο **εμπορικό κέντρο Jewel**, που άνοιξε τις πύλες το 2019 και προσφέρει ένα ατελείωτο φάσμα εμπορικών καταστημάτων. Το **2024** το επισκέφτηκαν **80 εκατ. ταξιδιώτες**. Για τη διευκόλυνσή τους παρέχεται η δυνατότητα του **early check-in**, ώστε να μπορούν να αφήνουν τις αποσκευές τους ως και 48 ώρες πριν από την πτήση τους. Ξεχωρίζει, επίσης, ο **επιβλητικός καταρράκτης Rain Vortex (φωτ.), ύψους 40 μέτρων**, ο μεγαλύτερος εσωτερικός του είδους στον κόσμο. Επιπλέον, διαθέτει **ξενοδοχεία, εσωτερικούς κήπους, ιαματικά λουτρά, τοίχο αναρρίχησης, εκθέσεις τέχνης, κινηματογράφο** και ένα **θεματικό πάρκο δεινοσαύρων**.



Η πρώτη εμφιάλωση τσίπουρου στη Θεσσαλία, την πατρίδα του τσίπουρου, το 1989, η ανάδειξή του σε μια από τις πρώτες επιλογές των Ελλήνων καταναλωτών και η δημιουργία κορυφαίων, καινοτόμων προϊόντων απόσταξης, έχουν όνομα.

Τσιλιλή.
Όπως Τσίπουρο.

www.tsililis.gr



Απολαύστε Υπεύθυνα

ΣΥΡΟΣ, ΕΛΛΑΔΑ

Γεωγραφικό πλάτος: 37° 26' 40,7364" Β

Γεωγραφικό μήκος: 24° 56' 34,4724" Α

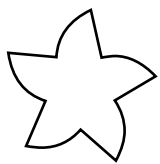
ΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ

καταλαμβάνει η **Σύρος** στον νέο κατάλογο που ανακοίνωσε η ολλανδική ιστοσελίδα **Griekenland.net** με τους επτά **καλύτερους ανεξερεύνητους νησιωτικούς προορισμούς** της Ελλάδας που ξεχωρίζουν για τον **πολιτισμό** και τη **γαλήνια ενέργειά** τους. Σύμφωνα με τον δημοφιλέστερο ταξιδιωτικό ιστότοπο της Ολλανδίας που εξειδικεύεται αποκλειστικά στην Ελλάδα (και που διαβάζουν εκατομμύρια ταξιδιώτες), η αρχόντισσα των Κυκλάδων κερδίζει την πρωτιά. «**Νεοκλασική κομψότητα**» αποκαλεί τη Σύρο ο συντάκτης της λίστας, τονίζοντας ότι «η πρωτεύουσα των Κυκλάδων αποτελεί ένα ιδιαίτερο μείγμα **ελληνικής αισθητικής** και **ευρωπαϊκής μεγαλοπρέπειας**. Στην πόλη της Ερμούπολης, η ιστορία 'ζωντανεύει' στις **μαρμάρινες πλατείες**, τα **νεοκλασικά αρχοντικά** και το **επιβλητικό δημαρχείο** στην **πλατεία Μιαούλη**, που είναι σχεδιασμένο από τον βαυαρό αρχιτέκτονα **Ερνέστο Τσίλερ**. Το **Θέατρο Απόλλων** φιλοξενεί τακτικά παραστάσεις και φεστιβάλ. Η λοφώδης συνοικία της **Άνω Σύρου** εντυπωσιάζει με τα μεσαιωνικά σοκάκια και την υπέροχη θέα στη θάλασσα». Τον κατάλογο του Griekenland.net συμπληρώνουν νησιά από τις **Κυκλάδες**, τα **Δωδεκάνησα** και τα **Επτάνησα**. 🌿



ΣΤΗ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗ
ΤΑ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΑ
ΑΚΟΜΑ ΜΕΤΡΑΜΕ ΤΑ
ΠΑΓΩΤΑ
ΜΑΣ





ΜΙΑ ΦΡΕΣΚΙΑ ΙΔΕΑ
Πώς
«ακούγονται»
τα μνημεία
παγκόσμιας
κληρονομιάς;

ΠΟΣΕΣ ΦΟΡΕΣ έχετε δει φωτογραφίες από την **Ακρόπολη**, το **Κολοσσαίο** ή το **Μάτσο Πίτσου**; Πόσοι τουρίστες μπορούν να πουν, όμως, πώς «ακούγεται» η εμπειρία αυτών των μνημείων; Ένα πρωτοποριακό έργο υπόσχεται να αλλάξει τον τρόπο με τον οποίο αντιλαμβανόμαστε μερικά από τα σημαντικότερα μνημεία του κόσμου – μέσα όχι από την εικόνα, αλλά από τον ήχο. Η πλατφόρμα **Sonic Heritage**, που ξεκίνησε τον Απρίλιο, αποτελεί την **πρώτη συλλογή ηχογραφήσεων από μνημεία παγκόσμιας κληρονομιάς της UNESCO**. Μέχρι στιγμής περιλαμβάνει **270 ηχογραφήσεις από 68 χώρες** – από τους ήχους του τροπικού δάσους στη **Βραζιλία** μέχρι το θρόισμα των φύλλων στην αρχαία πόλη Τικάλ στη **Γουατεμάλα** και τον ήχο φαλαινών στις ακτές του **Μεξικού**. Το έργο επιχειρεί να δώσει **μια νέα, στοχαστική διάσταση στην ταξιδιωτική εμπειρία**, μακριά από τη συνήθη εμμονή με την **τέλεια φωτογραφία** για τα **social media**. Όπως αναφέρουν οι δημιουργοί του, «στην οπτικά κυρίαρχη κουλτούρα μας, ο ήχος παραμένει ο φτωχός συγγενής του τουρισμού».



ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΑΚΡΙΒΕΙΑ Οι Γερμανοί ξανάρχονται

ΠΑΡΑ ΤΗΝ ΑΥΞΙΑΝΟΜΕΝΗ ΠΙΕΣΗ από τον **πληθωρισμό** και το διαρκώς **υψηλότερο κόστος ζωής**, οι **Γερμανοί** δεν εγκαταλείπουν τα ταξίδια. Σύμφωνα με τη θερινή έρευνα της **Norisbank** για το 2025, το **63,6%** των ερωτηθέντων σχεδιάζει **τουλάχιστον μία εβδομαδιαία απόδραση**, ποσοστό σχεδόν ίδιο με το 2024 (63,5%). Οι αυξήσεις τιμών σε είδη πρώτης ανάγκης, ενέργεια και υπηρεσίες δεν φαίνεται να κλονίζουν την ανάγκη για ξεκούραση και αλλαγή παραστάσεων. Το **68%** των ερωτηθέντων δήλωσε ότι **οι τιμές σε βασικές υπηρεσίες**, όπως ταξί ή κομμωτήρια, έχουν αυξηθεί σημαντικά – άνοδος από το **56%** το 2024 και μόλις **20%** το 2022. Η **ενέργεια** προκαλεί ανησυχία στο **76%** (έναντι 72% πέρσι), ενώ **είδη παντοπωλείου και καθαρισμού** πιέζουν ακόμη περισσότερο τους οικογενειακούς προϋπολογισμούς. Περίπου **8% περισσότερα νοικοκυριά** σε σχέση με πέρσι κάνουν **οικονομίες στην καθημερινότητα** (μειώνουν έξοδα σε τρόφιμα και θέρμανση), ώστε να εξασφαλίσουν χρήματα για τις διακοπές. **Οι προγραμματισμένες διακοπές παραμένουν σταθερές, ειδικά στις νεότερες ηλικίες**. Εντυπωσιακό είναι ότι το **75,3%** των **Γερμανών ηλικίας 18-34 ετών σχεδιάζει καλοκαιρινό ταξίδι**, ποσοστό που υποχωρεί στο **67,4%** για τις **ηλικίες 35-49** και στο **53,2%** για την ομάδα **50-69**. Οι νέοι συνεχίζουν να δίνουν **προτεραιότητα στην εμπειρία του ταξιδιού**, ακόμη κι αν αυτό σημαίνει οικονομική πίεση ή περικοπές αλλού.

**ΑΕΓΕΑΝ
ΚΑΙ ΕΜΙΡΑΤΕΣ**
Διευρύνουν τη
συνεργασία τους

Η **ΑΕΓΕΑΝ** και η **Emirates** διευρύνουν τη στρατηγική τους συνεργασία, προσφέροντας αμοιβαία οφέλη στους επιβάτες τους μέσα από τα προγράμματα πιστότητας **Miles+Bonus** και **Emirates Skywards**. Ήδη από τις 5 Μαΐου, τα μέλη του

Skywards μπορούν να **συγκεντρώνουν** και να **εξαργυρώνουν μίλια** σε όλες τις πτήσεις της **ΑΕΓΕΑΝ** και της **Olympic Air** προς **162 προορισμούς** σε **Ευρώπη, Μέση Ανατολή και Βόρεια Αφρική**. Αντίστοιχα, από τις 21 Μαΐου τα μέλη του **Miles+Bonus** απέκτησαν **πρόσβαση σε περισσότερους από 140 προορισμούς του παγκόσμιου δικτύου της Emirates**, σε έξι ηπείρους. Η συμφωνία ανακοινώθηκε επίσημα στο πλαίσιο της διεθνούς έκθεσης **Arabian Travel Market**, στο **Ντουμπάι**, παρουσία κορυ-

φάιων στελεχών των δύο εταιρειών. Οι επιβάτες επωφελούνται, επίσης, από την ήδη υπάρχουσα συμφωνία κοινού κωδικού, που προσφέρει **ενισχυμένη συνδεσιμότητα μέσω Αθήνας σε δεκατέσσερις ελληνικές πόλεις, τέσσερις ευρωπαϊκές και το Ντουμπάι**, αλλά και **απευθείας πτήσεις της Emirates από την Αθήνα προς Νιούαρκ και Ντουμπάι**.

Στο πλαίσιο της ενίσχυσης των προγραμμάτων επιβράβευσης, **τα μέλη του Skywards μπορούν να κερδίζουν ως και 1,25 μίλια για κάθε πραγ-**

ματικό μίλι ταξιδιού με την ΑΕΓΕΑΝ, ενώ **μπορούν να εξαργυρώνουν μίλια για πτήσεις από 8.000 (οικονομική) ή 17.500 (business class)**. Από την πλευρά τους, **τα μέλη του Miles+Bonus μπορούν να κερδίζουν μίλια σε όλες τις επιλέξιμες πτήσεις της Emirates**, ανάλογα με τον ναύλο. Η νέα φάση συνεργασίας ενισχύει την παρουσία των δύο εταιρειών σε παγκόσμιο επίπεδο, προσφέροντας στους ταξιδιώτες μεγαλύτερη ευελιξία, περισσότερους προορισμούς και πλούσια προνόμια.



ΚΑΙ ΤΟΝ ΑΠΡΙΛΙΟ Σπάει τα ρεκόρ το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης «Μακεδονία»

ΝΕΑ ΣΗΜΑΝΤΙΚΗ ΑΝΟΔΟΣ ΣΤΗΝ ΕΠΙΒΑΤΙΚΗ ΚΙΝΗΣΗ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ ΚΑΙ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ. ΧΑΡΗ ΣΕ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΑΝΩ ΤΩΝ 100 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ ΑΠΟ ΤΗ FRAPORT GREECE, ΕΧΕΙ ΚΑΤΑΦΕΡΕΙ ΝΑ ΞΕΠΕΡΑΣΕΙ ΠΛΗΡΩΣ ΤΙΣ ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ ΕΠΙΠΤΩΣΕΙΣ ΤΗΣ ΠΑΝΔΗΜΙΑΣ ΚΑΙ ΤΩΝ ΓΕΩΠΟΛΙΤΙΚΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΟΧΗ ΜΑΣ.

ΑΠΟ ΡΕΚΟΡ ΣΕ ΡΕΚΟΡ

κινείται και στο 2025 το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης «Μακεδονία», το οποίο έκλεισε τον περασμένο Απρίλιο με αύξηση 8,1% στην επιβατική κίνηση – ένα εντυπωσιακό ποσοστό, το οποίο προκύπτει από μια αύξηση 5,5% (201.880 επιβάτες) σε σύγκριση με τον περσινό Απρίλιο στην κίνηση εσωτερικού και 9,4% (424.752 επιβάτες) στους εισερχόμενους από το εξωτερικό επισκέπτες.

Μόνον από το Ryanair Group μετακινήθηκαν τον περασμένο Απρίλιο 22.000 επιπλέον επιβάτες με 150 περισσότερες πτήσεις σε σχέση με τον περσινό Απρίλιο, ενώ και το Wizz Air Group μετέφερε 11.000 περισσότερους ταξιδιώτες χάρη σε 50 επιπλέον πτήσεις σε σύγκριση με τον αντίστοιχο περσινό μήνα. Περίπου 9.000 περισσότεροι επιβάτες έφτασαν στη Θεσσαλονίκη από το Τελ Αβίβ (με τις πτήσεις που πραγματοποιούν οι εταιρείες EL AL, Israir, Arkia και

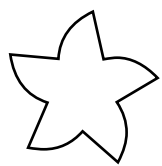


ΟΙ ΥΨΗΛΕΣ ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΓΙΑ ΑΚΟΜΗ ΕΝΑΝ ΜΗΝΑ ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΑ ΠΡΟΣΤΕΘΟΥΝ ΣΤΙΣ ΤΡΙΕΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΡΙΣΕΙΣ ΠΟΥ ΑΠΕΣΠΑΣΕ ΤΟ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ «ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ» ΣΤΑ 2024 AIRPORT SERVICE QUALITY (ASQ) AWARDS.



Tus Airways), ενώ άλλους 5.500 επιπλέον ταξιδιώτες μετέφερε η Jet2.com, χάρη στις αυξημένες συνδέσεις με Μάντσεστερ και Στάνστεντ, αλλά και στο νέο δρομολόγιο από και προς το Μπέρμιγχαμ. Όλα αυτά τα δρομολόγια έρχονται να προστεθούν στις νέες συνδέσεις που εγκαινιάστηκαν από τα τέλη του 2024 και έως τώρα με πόλεις εντός και εκτός Ελλάδας, όπως η Καλαμάτα, το Ηράκλειο, το Άμστερνταμ, η Χαν, το Ζάγκρεμπ, το Πόζναν, η Μπρατισλάβα και το Τελ Αβίβ (μέσω της Aegean, της Ryanair, της Israir, της EL AL και της Arkia Airlines), ενώ από τα τέλη Ιουνίου η Aegean ξεκινά νέο, απευθείας δρομολόγιο Θεσσαλονίκη-Σμόρνη. Αυτές οι υψηλές επιδόσεις έρχονται να προστεθούν στις τρεις σημαντικές διακρίσεις που απέσπασε το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» στα 2024 Airport Service Quality (ASQ) Awards που απονέμει το Διεθνές Συμβούλιο Αεροδρομίων (ACI World), ένας από τους πλέον αξιόπιστους φορείς διεθνώς. Εκεί, με κριτήριο τις αξιολογήσεις των ιδίων των επιβατών, το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης απέσπασε τις επίζηλες διακρίσεις «Καλύτερο αεροδρόμιο στην Ευρώπη στην κατηγορία 5 έως 15 εκατομμύρια επιβάτες» (για τρίτη συνεχή χρονιά), «Καθαρότερο αεροδρόμιο στην Ευρώπη» (για δεύτερη συνεχή χρονιά) και «Πιο ευχάριστο αεροδρόμιο στην

Ευρώπη» (για πρώτη φορά). Στο πλαίσιο αυτής της στρατηγικής, το αεροδρόμιο Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» έχει ξεπεράσει τις αρνητικές επιπτώσεις τόσο της περιόδου της πανδημίας όσο και των γεωπολιτικών εξελίξεων στην ευρύτερη περιοχή μας, οι οποίες οδήγησαν σε οριστική διακοπή της λειτουργίας δύο αεροπορικών εταιρειών, αλλά και σε αναγκαστικό αποκλεισμό περισσότερων από ένα εκατομμύριο επιβατών από αγορές όπως αυτές της Ουκρανίας, της Ρωσίας και της Λευκορωσίας. Όπως αποδεικνύουν τα μέχρι στιγμής αποτελέσματα, το χαμένο έδαφος ανακτήθηκε από άλλες αγορές και σήμερα το αεροδρόμιο παρουσιάζει σημαντική αύξηση σε όλα τα μεγέθη – και κυρίως στη διεθνή κίνηση. Οι εξελίξεις αυτές έρχονται ως αποτέλεσμα της σημαντικής επένδυσης της Fraport Greece, ύψους άνω των 100 εκατ. ευρώ, χάρη στις οποίες η συνολική χωρητικότητα του αεροδρομίου Θεσσαλονίκης «Μακεδονία» διπλασιάστηκε. Και, παρότι μέχρι στιγμής δεν τίθεται ζήτημα ανεπαρκούς χωρητικότητας, η εταιρεία εξακολουθεί να υλοποιεί κάθε χρόνο ένα εκτεταμένο πρόγραμμα εκσυγχρονισμού των υφιστάμενων υποδομών, έχοντας ως στρατηγικό στόχο τη συνεχή αναβάθμιση των υπηρεσιών και της συνολικής εμπειρίας που προσφέρεται στους επιβάτες και τους επισκέπτες του αεροδρομίου. 🌐



ΣΤΟ +38%
ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ
Πιο «αλμυρή»
η Ευρώπη
φέτος για τους
Αμερικανούς

Η ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΗ αύξηση του κόστους ταξιδιών προς την Ευρώπη (κατά 38% σε σχέση με πέρσι) οδηγεί όλο και περισσότερους αμερικανούς ταξιδιώτες σε εναλλακτικούς, πιο οικονομικούς ευρωπαϊκούς προορισμούς, διατηρώντας ωστόσο την έμφαση στην ποιότητα της εμπειρίας. Σύμφωνα με δεδομένα της **Squaremouth**, της κορυφαίας υπηρεσίας σύγκρισης ταξιδιωτικής ασφάλισης στις ΗΠΑ, το μέσο κόστος ενός ευρωπαϊκού καλοκαιρινού ταξιδιού το 2025 διαμορφώνεται στα **10.346 δολάρια**. Το γεγονός αυτό οδηγεί τους Αμερικανούς σε αναζήτηση «value-for-money» επιλογών, που συνδυάζουν πολιτισμό, φυσική ομορφιά και ανταγωνιστικό κόστος.

Στην κορυφή των πιο οικονομικών ευρωπαϊκών προορισμών για φέτος βρίσκονται χώρες όπως η **Πολωνία** (\$5.505), η **Φινλανδία** (\$6.577), η **Αυστρία** (\$7.177), η **Γροιλανδία** (\$7.321), η **Γερμανία** (\$7.897), η **Ιρλανδία** (\$8.258), η **Ισπανία** (\$8.699), το **Ηνωμένο Βασίλειο** (\$8.779), η **Πορτογαλία** (\$8.903) και η **Σουηδία** (\$9.072). Αυτή η νέα τάση προσφέρει σε ευρωπαϊκούς προορισμούς που μέχρι πρότινος δεν ήταν στην κορυφή των αμερικανικών επιλογών μια χρυσή ευκαιρία να προσηλυτίσουν τουρίστες με υψηλή κατά κεφαλήν δαπάνη, αλλά και μεγαλύτερη ευαισθησία στο κόστος. Η **Ελλάδα**, ως κατεξοχήν πολιτιστικός και θερινός προορισμός, έχει τη δυνατότητα να κεφαλαιοποιήσει αυτήν τη στροφή, επενδύοντας σε στοχευμένη προώθηση, διαφοροποίηση προϊόντος και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας σε δευτερεύοντες προορισμούς, πέραν των κλασικών hotspots. 🌍



Φωτογραφία: Benan Membrillo/Unsplash

ΕΛΕΩ ΜΠΛΑΚΑΟΥΤ Με μετρητά φέτος οι Βρετανοί στην Ισπανία

Η ΠΡΟΣΦΑΤΗ ΔΙΑΚΟΠΗ ΡΕΥΜΑΤΟΣ που έπληξε μεγάλο μέρος της Ισπανίας άφησε χιλιάδες βρετανούς τουρίστες χωρίς πρόσβαση σε βασικές υπηρεσίες πληρωμών, κινητής τηλεφωνίας και διαδικτύου. Το περιστατικό αυτό επαναφέρει στο προσκήνιο τη συζήτηση για την ανάγκη διατήρησης της χρήσης μετρητών, ειδικά σε περιόδους κρίσης. Με το ρεύμα κομμένο και τα ψηφιακά συστήματα εκτός λειτουργίας, πολλοί τουρίστες βρέθηκαν σε δύσκολη θέση, χωρίς τη δυνατότητα να πληρώσουν για βασικά αγαθά. Η **βρετανική κοινή γνώμη** δείχνει ήδη σημάδια αλλαγής στάσης, με πολλούς ταξιδιώτες να δηλώνουν ότι φέτος σκοπεύουν να έχουν πάντοτε μαζί τους μετρητά, όταν επισκέπτονται την Ισπανία. Σήμερα, το ρευστό εξακολουθεί να αντιπροσωπεύει περίπου το 40% των συναλλαγών στην Ισπανία, με τις πιστωτικές και χρεωστικές κάρτες να ακολουθούν, ενώ τα ψηφιακά πορτοφόλια βρίσκονται ακόμη σε πρώιμο στάδιο χρήσης (περίπου 10%). Παρά τις τάσεις ψηφιοποίησης, οι ειδικοί προειδοποιούν ότι κρίσεις όπως αυτή της 28ης Απριλίου (με το μπλακάουτ) αναδεικνύουν τον ρόλο των μετρητών ως «διχτυού ασφαλείας». 🌍

**ΓΙΑ ΧΑΜΕΝΕΣ
ΑΠΟΣΚΕΥΕΣ
Τα χειρότερα
και τα καλύτερα
αεροδρόμια**

ΕΝΑ ΧΑΜΕΝΟ βαλιτοάκι μπορεί να μετατρέψει τις διακοπές των ονείρων σας σε εφιάλτη μέσα σε λίγα λεπτά. Μελετώντας 53 μεγάλα αεροδρόμια παγκοσμίως, η εξειδικευμένη εταιρεία **AirAdvisor**, ειδική στα δικαιώματα των επιβατών αερομεταφορών,



Φωτογραφία: Alexander Mits/Unsplash

ανέδειξε τα αεροδρόμια όπου οι κίνδυνοι για τις αποσκευές σας είναι αυξημένοι, αλλά και εκείνα όπου μπορείτε να ταξιδέψετε με μεγαλύτερη σιγουριά. Στην κορυφή της λίστας με τα πιο «ριψοκίνδυνα» αεροδρόμια βρίσκεται το λονδρέζικο **Χίθροου**. Ακολουθούν το **Σαρλ ντε Γκολ** στο Παρίσι, το **Dubai International**, το αεροδρόμιο της **Κωνσταντινούπολης** και το **Frankfurt am Main**, στη Γερμανία. Όπως διαπιστώθηκε, τα ιδιαίτερα πολυσύχναστα αεροδρόμια τείνουν να παρουσιάζουν μεγαλύτερα ποσοστά προβλημάτων με τις αποσκευές. 🌍



Φωτογραφία: Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort.



ΤΟ ΑΜΜΟΑ LUXURY HOTEL & SPA RESORT ΕΙΝΑΙ ΙΔΑΝΙΚΗ ΕΠΙΛΟΓΗ ΓΙΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ, ΠΡΟΣΦΕΡΟΝΤΑΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΓΙΑ ΜΙΚΡΟΥΣ ΚΑΙ ΜΕΓΑΛΟΥΣ.



Φωτογραφία: Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort.

AMMOA LUXURY HOTEL & SPA RESORT Το απόλυτο καλοκαιρινό καταφύγιο πολυτέλειας στη Χαλκιδική

ΜΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΟΛΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΝΕΩΣΗΣ
ΣΕ ΜΙΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΟΜΟΡΦΟΤΕΡΕΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ
ΤΟΥ ΔΕΥΤΕΡΟΥ ΠΟΔΙΟΥ.

ΣΤΗΝ ΚΑΡΔΙΑ της μαγευτικής παραλίας του Αγίου Ιωάννη στη Χαλκιδική, το **Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort** υποδέχεται την τέταρτη καλοκαιρινή του σεζόν με μια ακαταμάχητη υπόσχεση: να προσφέρει στους επισκέπτες του την απόλυτη εμπειρία διακοπών, όπου η

κοιμήσιμη συναντά την απόλυτη χαλάρωση. Με πανοραμική θέα στον **Τορωναίο κόλπο**, το Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort μεταμορφώνει κάθε στιγμή διαμονής σε μια αυθεντική εμπειρία εκλεπτυσμένης πολυτέλειας. Τα ευρύχωρα δωμάτια και τα ξεχωριστά bungalows



Φωτογραφία: Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort.



Φωτογραφία: Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort.

beach volley και **ποδοσφαίρου**. Η γαστρονομική εμπειρία στο Ammoa είναι εξίσου συναρπαστική. Στα **τρία signature εστιατόριά** του –το **KYMA**, το **The Signature** και το **Ammoa Main Restaurant**– η τοπική και η διεθνής κουζίνα αποκτούν νέα διάσταση, συνοδεύόμενες πάντοτε από το μαγευτικό σκηνικό του απέραντου γαλάζιου. Εμπνευσμένο από τη φυσική ομορφιά της περιοχής και αφιερωμένο στην παροχή υπηρεσιών υψηλών προδιαγραφών, το Ammoa Luxury Hotel & Spa Resort συνεχίζει και φέτος να αποτελεί **σημείο αναφοράς** για όσους αναζητούν ένα εκλεπτυσμένο, καλοκαιρινό καταφύγιο στη Χαλκιδική. 🌊

με ιδιωτικές πισίνες αποπνέουν αέρα ανεπιτήδευτης κομψότητας, συνδυάζοντας την άνεση με ένα μοναδικό στιλ υψηλής αισθητικής. Το ξενοδοχείο είναι ιδανική επιλογή για **οικογενειακές διακοπές**, προσφέροντας υπηρεσίες και δραστηριότητες για μικρούς και μεγάλους. Ακόμη, για όσους αναζητούν ανανέωση, το **Ethereal Spa** του resort αποτελεί ένα αυθεντικό καταφύγιο ευεξίας. Εξατομικευμένες θεραπείες, χαλαρωτικά μασάζ και σύγχρονες υπηρεσίες ομορφιάς προσκαλούν το σώμα και το πνεύμα σε ένα ταξίδι αναζωογόνησης. Παράλληλα, οι λάτρες της δράσης μπορούν να επιλέξουν από μια **πλούσια γκάμα αθλητικών δραστηριοτήτων και εκδρομών με ιστιοπλοϊκό** ή να διασκεδάσουν στα **γήπεδα τένις**,



AMMOA Luxury Hotel & Spa Resort, παραλία Άγιος Ιωάννης, Νικήτη Χαλκιδικής.
Τ. 23750-22200.
Στο Facebook: AMMOA Luxury Hotel & Spa Resort.
Στο Instagram: ammoa_luxury_resort. **Στο ίντερνετ:** ammoaresort.com



Snappi

THE NEW BANKING EXPERIENCE

**Μπορεί μια τράπεζα να σου μιλάει με ανθρώπινη φωνή και να σε κάνει να γελάς;
Ναι, μπορεί – και ασφαλώς θα έπρεπε!**

ΣΤΗ SNAPPI,

την πρώτη neobank με άδεια από την Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα, πιστεύουμε ότι όλα ξεκινούν από τους ανθρώπους και τις αξίες. Ειδικά στην εποχή του AI, η ανθρώπινη επαφή και η εξυπηρέτηση με ψυχή μετράνε περισσότερο από ποτέ. Η Snappi συνδυάζει την αξιοπιστία της παραδοσιακής τράπεζας με την ευελιξία του fintech, για να δημιουργήσει κάτι νέο: μια πλήρως ψηφιακή τράπεζα που μοιάζει απόλυτα ανθρώπινη. Με ζωντανή, 24/7 υποστήριξη πελατών τόσο σε Ελληνικά όσο και σε Αγγλικά, η Snappi είναι εδώ για να εξυπηρετήσει τους ανθρώπους και να προσαρμοστεί στις ανάγκες του καθενός, όχι για να τους περδέψει.

Διαθέσιμη σύντομα σε Έλληνες φορολογούμενους πολίτες, η Snappi δημιουργήθηκε από την πρώτη μέρα ως ένα διεθνές brand. Ένας από τους βασικούς μετόχους είναι η Piraeus Financial Holdings, εισηγμένη στο Χρηματιστήριο Αθηνών και μητρική εταιρεία της Τράπεζας Πειραιώς, του βασικού συνεργάτη της Snappi για τη μελλοντική της επέκταση στην Ευρώπη. Ενώ ο δεύτερος μέτοχος είναι η Natech, η ελληνική fintech με εξειδίκευση στη δημιουργία τραπεζικού λογισμικού, με έδρα τα Ιωάννινα.

Επομένως, τι να περιμένουμε από τη Snappi μόλις είναι διαθέσιμη για όλους στα app stores; Και γιατί πρέπει να σε ενδιαφέρει να

συμμετάσχεις σε αυτό το ταξίδι;

Αληθινή, ανθρώπινη, εξυπηρέτηση πελατών, 24/7. Όλα τα μέλη της ομάδας εξυπηρέτησης πελατών είναι ικανοί να σου παρέχουν σωστή και φιλική εξυπηρέτηση όποτε τη χρειάζεσαι.

Άνοιγμα λογαριασμού σε λιγότερο από 5 λεπτά.

Χωρίς καταστήματα, χωρίς άσκοπη γραφειοκρατία, μόνο με το κινητό σου.

Φυσικές και ψηφιακές κάρτες. Ασφαλείς, έξυπνες και πάντοτε στα δάχτυλα του χεριού σου.

Άτοκα δάνεια μικρής διάρκειας. Άμεσες εγκρίσεις, ευέλικτες αποπληρωμές και μια ευκαιρία να χτίσεις το πιστωτικό σου ιστορικό.

Μια τραπεζική εμπειρία βασισμένη σ' εσένα. Απλή. Διαισθητική. Χαρούμενη.

Φέτος το καλοκαίρι, η Snappi προσφέρει ακτοποϊκά εισιτήρια για το νησί των ονείρων σου. Μπες στη waitlist για μια ευκαιρία να κερδίσεις αξέχαστες καλοκαιρινές στιγμές και early access στο Snappi App. **Σκάνανε το παρακάτω QR code:**



Η Snappi είναι κάτι παραπάνω από τράπεζα. Είναι κερδισμένος χρόνος για τις εμπειρίες που αξίζουν. Είναι αυτοπεποίθηση στις επιλογές σου.

Είναι μία τράπεζα με ψυχή.

Η 1^η ελληνική neobank με άδεια από την
Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα έρχεται

ΜΠΕΣ ΣΤΗ **WAITLIST**
summer edition

ΞΕΚΛΕΙΔΩΣΕ
EARLY ACCESS
ΣΤΟ APP

& ΜΟΝΑΔΙΚΕΣ
ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΕΣ
ΕΜΠΕΙΡΙΕΣ

ΣΚΑΝΑΡΕ ΤΟ QR
ΓΙΑ ΝΑ ΜΠΕΙΣ ΣΤΗ
WAITLIST.



snappi



ΙΟΥΝΙΟΣ ΣΤΗΝ ΠΟΛΗ MOMus summer edition

ΑΠΟ ΤΙΣ 16 ΩΣ ΤΙΣ 27 ΙΟΥΝΙΟΥ,
ΠΑΙΔΙΑ ΗΛΙΚΙΑΣ 7-10 ΕΤΩΝ ΘΑ ΕΧΟΥΝ
ΤΗΝ ΕΥΚΑΙΡΙΑ ΝΑ ΣΥΜΜΕΤΕΧΟΥΝ
ΣΕ ΔΡΑΣΕΙΣ ΚΑΙ ΑΠΟΔΡΑΣΕΙΣ ΜΕ ΤΕΧΝΗ
ΣΤΑ ΜΟΥΣΕΙΑ ΤΟΥ MOMus.

ΤΟ ΘΕΡΟΣ

έφτασε και τα μουσεία του
MOMus βάζουν τα... καλοκαιρινά
τους, καλώντας **παιδιά ηλικίας
7 ως 10 ετών** να συμμετάσχουν

σε μια πρωτότυπη και γεμάτη
έμπνευση εμπειρία. Από τις 16 ως
και τις 27 Ιουνίου μετακινούμα-
στε στα μουσεία του MOMus στη
Θεσσαλονίκη με δύο εργαστήρια
υπό τον τίτλο «**Artivity MOMus**



Summer Edition» και γνωρίζουμε
τους χώρους και τις συλλογές τους
μέσα από χρωματιστούς πειραμα-
τισμούς τέχνης και έκφρασης.
Το διασκεδαστικό summer tour
στην τέχνη ξεκινά την πρώτη
εβδομάδα του (**16-20.06**) από το
Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης,
στο κέντρο της πόλης, και το
Μουσείο Φωτογραφίας στο
λιμάνι και συνεχίζεται για μία
δεύτερη εβδομάδα (**23-27.06**) στο
Μουσείο Μοντέρνας Τέχνης
στη **Μονή Λαζαριστών**, με συνο-
δούς τις επιμελήτριες εκπαιδευ-
σης του MOMus στα αντίστοιχα
εργαστήρια.

Η πρέσα χαρτακιών και τα
τυπώματα, το «κλικ» του φωτο-
γραφικού φακού, η ζωγραφική,
οι τρισδιάστατες κατασκευές
και η γλυπτική, το STEAM και ο
μαγικός διάλογος της τέχνης και



ΤΟ ΔΙΑΣΚΕΔΑΣΤΙΚΟ SUMMER TOUR
ΣΤΗΝ ΤΕΧΝΗ ΞΕΚΙΝΑ ΣΤΙΣ 16 ΙΟΥΝΙΟΥ ΚΑΙ
ΟΛΟΚΛΗΡΩΝΕΤΑΙ ΣΤΙΣ 27 ΤΟΥ ΜΗΝΑ.



της τεχνολογίας, οι πειραματισμοί
του κολάζ-ντεκολάζ και άλλες
γνωστές και άγνωστες τεχνικές
και εικαστικές εκπλήξεις μάς
εμπνέουν για να «χαράξουμε» τη
δική μας διαδρομή. Και, φυσικά,
δεν θα λείψουν και οι περιπέτειες
στις αυλές και τους εξωτερικούς
χώρους των μουσείων.

Το πρόγραμμα

Πρώτο εργαστήριο (16-20

Ιουνίου): Δευτέρα 16 με Τετάρτη
18 Ιουνίου στο MOMus-Μουσείο
Σύγχρονης Τέχνης (εντός της
ΔΕΘ-Helexpo) και Πέμπτη 19
και Παρασκευή 20 Ιουνίου στο
MOMus-Μουσείο Φωτογραφίας
Θεσσαλονίκης (Αποθήκη Α', προ-
βλήτα Α', στο λιμάνι).

Δεύτερο εργαστήριο (23-

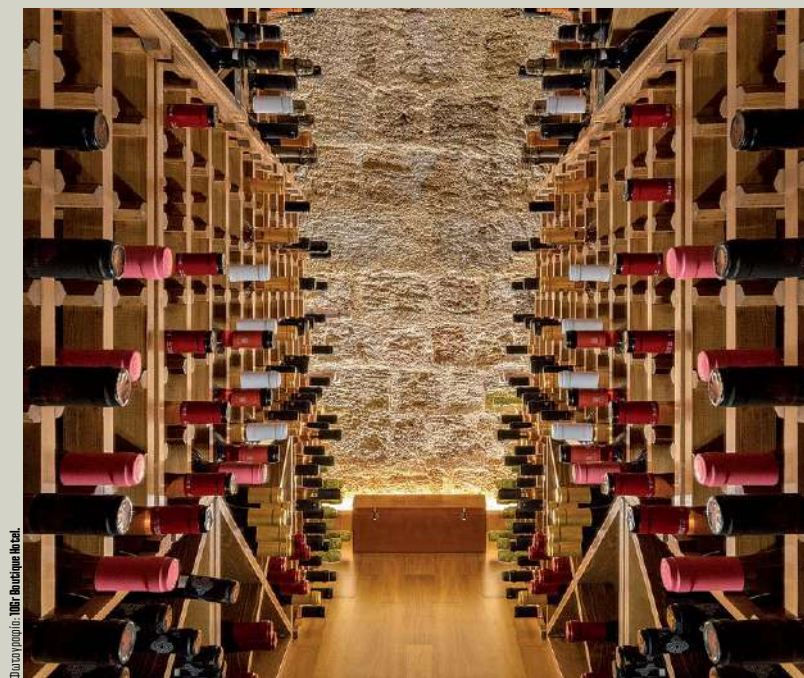
27 Ιουνίου): Δευτέρα 23 με
Παρασκευή 27 Ιουνίου στο
MOMus-Μουσείο Μοντέρνας
Τέχνης (Μονή Λαζαριστών).
Σχεδιασμός και υλοποίηση:
**Τμήμα Έρευνας και Εκπαί-
δευσης MOMus.** Μπορείτε να
λάβετε περισσότερες πληροφο-
ρίες για το πρόγραμμα καλώντας
στο Τ. 231 056 6716 (εσωτ. 1) ή
επισκεπτόμενοι τον σύνδεσμο
[https://www.momus.gr/education/
artivitymomus-summer-edition.](https://www.momus.gr/education/artivitymomus-summer-edition)



Οι δράσεις, που είναι κατάλληλες
για παιδιά ηλικίας 7-10 ετών,
θα διαρκούν από τις 10:00 ως τις
14:00 (δυνατότητα προσέλευσης
στις 09:30 και αποχώρησης
στις 14:30). Έκδοση εισιτηρίων
διαδικτυακά, μέσω της πλατφόρ-
μας ComeTogether, μέχρι
και την Τετάρτη 11 Ιουνίου για
το πρώτο εργαστήριο και μέχρι
και την Τετάρτη 18 Ιουνίου για το
δεύτερο. Το κόστος συμμετοχής
ανέρχεται στα €70/άτομο ανά
εργαστήριο. Ισχύει έκπτωση 15%
για τα αδέρφια και για όποιον
θέλει να παρακολουθήσει και
το δύο εργαστήρια. Πληροφορίες
στο Τ. 231 056 6716 (εσωτ. 1).



ΑΝΟΙΧΤΟ ΟΛΟ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ, ΤΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ
ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥ –ΕΚΤΟΣ ΑΠΟ ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΔΙΑΜΟΝΗ– ΤΗ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ
ΝΑ ΓΝΩΡΙΣΟΥΝ ΣΕ ΒΑΘΟΣ ΤΟΝ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΑΜΠΕΛΩΝΑ.



10GR BOUTIQUE HOTEL & WINE BAR Ταξίδι στην πόλη των ιπποτών

ΣΤΗΝ ΚΑΡΔΙΑ ΤΗΣ ΜΕΣΑΙΩΝΙΚΗΣ ΠΟΛΗΣ
ΤΗΣ ΡΟΔΟΥ, ΕΚΕΙ ΟΠΟΥ ΤΟ ΙΠΠΟΤΙΚΟ ΠΑΡΕΛΘΟΝ
ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ ΣΥΝΑΝΤΑ ΤΟΝ ΣΥΓΧΡΟΝΟ
ΚΟΣΜΟΠΟΛΙΤΙΣΜΟ, ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ
ΕΝΑ ΠΟΛΥ ΙΔΙΑΙΤΕΡΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ.

ΤΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ, που είναι στην ίδια γειτονιά με τον μεσαιωνικό **Πύργο του Ρολογιού**, την **οδό Ιπποτών** και το **παλάτι του Μεγάλου Μάγιστρου**, αποτελείται από **δεκατέσσερα δωμάτια**, **δέκα deluxe stone rooms** και **τέσσερις σουίτες**. Μάλιστα, οι σουίτες φέρουν το όνομα των τεσσάρων αρχαίων πόλεων του νησιού – της **Καμείρου**, της **Ιαλυσοῦ**, της **Λίνδου** και της **Ρόδου**. Με υψηλή αισθητική στη διακόσμηση και την αρχιτεκτονική, αυτό το ξενοδοχείο στεγάζεται σε ένα κτήριο που παλαιότερα λειτουργούσε ως **χάνι ιπποτών**. Επάνω ξεκουράζονταν οι ιππότες, κάτω ήταν οι στάβλοι για τα άλογα.

Μεγάλο κελάρι

Ανοιχτό όλο τον χρόνο, το ξενοδοχείο προσφέρει στους επισκέπτες του –εκτός από ποιοτική διαμονή– τη δυνατότητα να γνωρίσουν σε βάθος τον **ελληνικό αμπελώνα**. Άρρηκτα συνδεδεμένο με την οινική παράδοση του τόπου, στο **κελάρι** του θα βρείτε **περισσότερες από τετρακόσιες ετικέτες ελληνικών κρασιών** από τη **Ρόδο** μέχρι τη **Σαντορίνη** και από την **Κρήτη** ως τη **Νάουσα**. Τα κρασιά (πολλά διατίθενται και σε ποτήρι) συνοδεύονται από **εκλεκτά εδέσματα** του τόπου – και όχι μόνον. Στο εστιατόριο, όπου νιώθεις ότι ταξιδεύεις πίσω στον χρόνο, υπάρχουν έξυπνες



επιλογές που προβάλλουν την ελληνική γαστρονομία, όπως ο **ντάκος με τσίπουρο και θρούμπι**, η **καπνιστή πανσέτα με φάβα** και η **ποικιλία εγχώριων αλλαντικών**. Ιδανικό για όσους θέλουν να

ζήσουν την εμπειρία της μεσαιωνικής πόλης (η οποία αποτελεί μνημείο παγκόσμιας πολιτιστικής κληρονομιάς της UNESCO), ενώ την ίδια στιγμή βρίσκονται κοντά στον παλιό της σύγχρονης Ρόδου, το **10Gr** υμνεί την ελληνική φιλοξενία. 🍷



10Gr Boutique Hotel & Wine Bar, Πολυδώρου 16 με Αγισάνδρου 9, Ρόδος. Τ. 22410-20910. **Στο ίντερνετ:** 10grhotel.com. Επικοινωνείτε με μήνυμα στο **E. info@10grhotel.com**

Ενα «άλλο» ταξίδι στη Βόρεια Εύβοια ΑΝΑΚΑΛΥΠΤΟΝΤΑΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΑΡΧΗ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ

Το 4ο Evia Film Project, η πράσινη πρωτοβουλία του Φεστιβάλ Κινηματογράφου Θεσσαλονίκης, έρχεται στην Αγία Άννα, την Αιδηψό και τη Λίμνη Ευβοίας από τις 17 έως τις 21 Ιουνίου, φέρνοντας στο επίκεντρο το ελληνικό καλοκαίρι.

ΒΑΣΙΚΟΣ

προσανατολισμός του **Evia Film Project** παραμένει η βιωσιμότητα και η σχέση του ανθρώπου με τη φύση. Ειδικότερα φέτος, η διοργάνωση επαναπροσεγγίζει το **ελληνικό καλοκαίρι σε όλες τις εκφάνσεις του** – περιβαλλοντικές, τουριστικές, πολιτισμικές, οικονομικές, πολιτικές. Το ξαναζούμε μέσα από τις κινηματογραφικές του εικόνες, αλλά και μέσα από τις ίδιες μας τις εμπειρίες, σε μια διαδικασία που μας κάνει να αναρωτηθούμε ποια είναι η ουσία του ελληνικού καλοκαιριού και πώς η **Βόρεια Εύβοια**, μετά τις καταστροφές με τις οποίες βρέθηκε αντιμέτωπη, μπορεί να προσφέρει έναν νέο ορισμό, **έναν νέο τρόπο να απολαμβάνουμε και να μοιραζόμαστε το καλοκαίρι σε αρμονία με το περιβάλλον μας**. Το Evia Film Project (EFP) φέρνει προβολές, συζητήσεις, εργαστήρια και μουσικές εκδηλώσεις, με ελεύθερη είσοδο για το κοινό.

Δικτύωση με την τοπική κοινότητα

Φέτος, για πρώτη φορά, το Evia Film Project διοργανώνει σειρά δράσεων τόσο πριν όσο και στη διάρκειά του, για την καλύτερη ενημέρωση της τοπικής κοινότητας. Η παρουσία του φεστιβάλ επεκτείνεται: τέσσερις ημέρες πριν από την επίσημη έναρξη των εκδηλώσεων, **την Παρασκευή 13 Ιουνίου**, θα ανοίξει το **Κύμα**, το info point του EFP στην **Αιδηψό**, ενώ φέτος θα υπάρχει **info point** και στη **Λίμνη**.

Το Σάββατο 14 και την Κυριακή 15 Ιουνίου το κοινό προσκαλείται στο **Κύμα** για ενημέρωση, ένα μικρό κέρασμα και χαλαρή κουβέντα. Οι δράσεις εντάσσονται στην **καινούργια ενέργεια** του φεστιβάλ με την επωνυμία **«Καφενείο»**, που περιλαμβάνει, επίσης, **επιτόπιες συναντήσεις στελεχών του φεστιβάλ και προβεβλημένων καλλιτεχνών σε χώρους όπου χτυπάει η καρδιά της Βόρειας Εύβοιας**, όπως καφενεία και τόπους συνάντησης και εργασίας των κατοίκων της περιοχής.

Οι προβολές

Στους θερινούς κινηματογράφους **«Απόλλων»** στην **Αιδηψό** και **«Ελύμιον»** στη **Λίμνη** και στο **αλιευτικό καταφύγιο** στην **Αγία Άννα** θα προβληθούν, με **ελεύθερη είσοδο**, επιλεγμένες ταινίες του **ελληνικού** και του **παγκόσμιου σινεμά**, κλασικές, αλλά και πρόσφατης παραγωγής, μυθοπλασίας ή ντοκιμαντέρ, που μας καλούν να ανακαλύψουμε ξανά το ελληνικό καλοκαίρι. Μεταξύ αυτών το ντοκιμαντέρ **Super Paradise** του **Στηβ Κρικρή** (2024), η ταινία **Animal** της **Σοφίας Εξάρχου** (2023), το **Suntan** του **Αργύρη Παλαδημητρόπουλου** (2016), το φιλμ **Πριν τα μεσάνυχτα** του **Ρίτσαρντ Λινκλέιτερ** (2013), το **Mamma Mia!** της **Φιλίντα Λόιντ** (2008), το **Ατέραντο γαλάζιο** του **Λικ Μπεσόν** (1988), **Οι εραστές του καλοκαιριού** του **Ράνταλ Κλάιζερ** (1982), αλλά και οι κλασικές ταινίες **Κορίτσια στον ήλιο**

του **Βασίλη Γεωργιάδη** (1968) και **Τζένη Τζένη** του **Ντίνου Δημόπουλου** (1966). Επίσης, σε ειδική προβολή θα προβληθεί το **L'éclairage revient/Κύματα φωτός** (2025) των **Παντελή Καλογεράκη, Μιχάλη Καλογεράκη, Παναγιώτη Ανδριανού**.

Γιορτή της Μουσικής

Φέτος η λήξη του φεστιβάλ συμπίπτει με την πρώτη ημέρα του καλοκαιριού (**21 Ιουνίου**), όταν παραδοσιακά γιορτάζεται η **Ευρωπαϊκή Ημέρα Μουσικής**. Το Evia Film Project έχει προγραμματίσει μια σειρά από **ειδικές μουσικές και κινηματογραφικές εκδηλώσεις** με αφορμή τη συγκεκριμένη επέτειο. 🎵



Σκανάρετε με το smartphone σας το QR code, για να μαθαίνετε πρώτοι όλα τα νέα του 4ου EFP:



Σκανάρετε με το smartphone σας το QR code, για να δείτε το σποτ της διοργάνωσης που δημιούργησε ο Φωκίων Ξένος:



Ο ΣΚΗΝΟΘΕΤΗΣ ΚΑΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΣ ANIMATION ΦΩΚΙΩΝ ΞΕΝΟΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕ ΓΙΑ ΤΗΝ ΟΠΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ ΤΟΥ 4ου EVIA FILM PROJECT ΜΙΑ ΣΕΙΡΑ ΑΠΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΕΣ ΕΙΚΟΝΕΣ, ΚΛΕΙΝΟΝΤΑΣ ΤΟ ΜΑΤΙ ΣΕ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΣΣΕΣ ΠΟΥ ΕΧΟΥΝ ΑΦΗΣΕΙ ΕΠΟΧΗ. ΟΠΩΣ ΣΗΜΕΙΩΝΕΙ, «Η ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΠΟΤΕ ΜΙΑ ΕΝΙΑΙΑ ΕΙΚΟΝΑ. ΕΙΝΑΙ ΜΙΑ ΣΥΛΛΟΓΗ ΑΠΟ ΜΙΚΡΕΣ, ΕΝΤΟΝΕΣ ΣΤΙΓΜΕΣ ΠΟΥ ΕΝΩΝΟΝΤΑΙ ΝΟΗΤΑ – ΣΑΝ ΠΑΖΛ. ΕΧΟΝΤΑΣ ΠΕΡΑΣΕΙ ΤΑ ΠΑΙΔΙΚΑ ΜΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΑ ΣΤΗΝ ΕΥΒΟΙΑ, ΣΤΑ ΝΕΑ ΣΤΥΡΑ, ΞΕΡΩ ΚΑΛΑ ΠΩΣ ΟΙ ΕΙΚΟΝΕΣ ΜΙΑΣ 'ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΝΗΣ ΗΜΕΡΑΣ' ΔΙΑΔΕΧΟΝΤΑΙ ΚΑΙ ΣΥΜΠΛΗΡΩΝΟΥΝ Η ΜΙΑ ΤΗΝ ΑΛΛΗ[...]. ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΕΤΣΕΤΕΣ ΤΗΣ ΠΑΡΑΛΙΑΣ ΚΑΙ ΤΑ ΦΡΟΥΤΑ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ ΜΕΧΡΙ ΤΟΝ ΕΝΑΣΤΡΟ ΟΥΡΑΝΟ ΕΝΟΣ ΘΕΡΙΝΟΥ ΣΙΝΕΜΑ, ΚΑΘΕ ΣΚΗΝΗ ΠΡΟΣΠΑΘΕΙ ΝΑ ΜΕΤΑΦΕΡΕΙ ΤΗΝ ΕΛΑΦΡΟΤΗΤΑ, ΤΗ ΝΟΣΤΑΛΓΙΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΑΠΛΟΤΗΤΑ ΠΟΥ ΚΟΥΒΑΛΑ ΜΕΣΑ ΤΟΥ ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ».



ΤΟ ELEPHANT ΣΤΟ ΠΕΥΚΟΧΩΡΙ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ ΓΙΟΡΤΑΖΕΙ ΦΕΤΟΣ 10 ΧΡΟΝΙΑ ΑΝΕΜΕΛΩΝ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΩΝ ΚΑΙ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΣΤΟΝ ΙΔΙΟ ΡΥΘΜΟ: SIGNATURE COCKTAILS, ΓΕΥΣΤΙΚΑ ΣΝΑΚΣ, ΛΑΧΤΑΡΙΣΤΟΙ ΚΑΦΕΔΕΣ, ΔΡΟΣΙΣΤΙΚΑ SMOOTHIES ΚΑΙ, ΤΟ ΚΥΡΙΟΤΕΡΟ, ΘΕΡΙΝΑ ΠΑΡΤΙ, ΠΡΑΙΕΣ ΜΟΥΣΙΚΕΣ ΚΑΙ ΗΛΙΘΒΑΣΙΛΕΜΑΤΑ.



ΔΕΚΑ ΧΡΟΝΙΑ ELEPHANT Κοσμοπολιτισμός στην άμμο

ΦΟΙΝΙΚΕΣ, ΑΝΑΠΑΥΤΙΚΕΣ ΞΑΠΛΗΣΤΡΕΣ, ΤΡΟΠΙΚΕΣ ΟΜΠΡΕΛΕΣ, ΜΕΓΑΛΕΣ ΦΛΟΡΑΛ ΜΑΪΙΛΑΡΕΣ, ΑΦΡΙΚΑΝΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΣΜΗΤΙΚΕΣ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΕΣ, ΛΕΠΤΗ ΑΜΜΟΣ ΚΑΙ ΤΟ ΑΠΕΡΑΝΤΟ ΓΑΛΑΖΙΟ ΤΗΣ ΧΑΛΚΙΔΙΚΗΣ.

ΜΕ ΤΟ ΠΟΥ ΠΕΡΑΣΕΙΣ

την ξύλινη είσοδο που «αγκαλιάζεται» από φυτά, ανακαλύπτεις τον δικό σου παράδεισο στον κόσμο του **Elephant**. Το τροπικό beach bar στο **Πευκοχώρι Χαλκιδικής** γιορτάζει φέτος 10 χρόνια ανέμελων καλοκαιριών και συνεχίζει στον ίδιο ρυθμό: **signature cocktails**, **γευστικά σνακς**, λαχταριστοί **καφέδες**, δροσιστικά **smoothies** και, το κυριότερο, **θερινά πάρτι**,

ωραίες μουσικές και **ηλιοβασιλέματα**. Από τα ελάχιστα μέρη όπου συναντάς κόσμο να χορεύει με την ψυχή του και να διασκεδάζει. Λογικό, αφού κάθε μέρα ένας **dj** θα φροντίσει να δημιουργεί εορταστική ατμόσφαιρα. Ανοιχτό **από τις 10 το πρωί** για καφέ και έξυπνες επιλογές για πρωινό (όπως το υγιεινό μπολ με γιαούρτι, μέλι και φρούτα), κρατάει **μέχρι τις 9 το βράδυ**. Στο μενού κυριαρχούν **τα διάσημα**

σουβλάκια, ακολουθούμενα από τα **ελληνικά τύπου τάκος** (για παράδειγμα, το τάκος που θυμίζει τυλιχτό με χοιρινό γύρο), τα χορταστικά **μπέργκερς με ψωμί μπριός** και τα διαφορετικά τύπου **σάντουιτς**. Στην κάρτα των ποτών ξεχωρίζουν τα **signature cocktails**, όπως το **Mumbo Jumbo** (με βότκα, φρούτα του δάσους, κράνμπερι, ροζ γκρέιπ-φρουτ και λάιμ) και το πολύ δροσιστικό **σπριτζ** του μαγαζιού.

Κι όταν έρθει η ώρα του ηλιοβασιλέματος, απολαύστε τον ήλιο να βάφει κόκκινο τον ουρανό και να χάνεται με μεγαλοπρέπεια στο βάθος του ορίζοντα. **Ιούλιο και Αύγουστο χρειάζεται οπωσδήποτε κράτηση**, ακόμη και τις καθημερινές. ☀



Elephant, Πευκοχώρι Χαλκιδικής, Τ. 698 706 5570. Ανοιχτό καθημερινά, μεταξύ 10:00-21:00.

Προορισμός: Νάουσα

Απομακρυνόμενη από το δυστοπικό παρελθόν της αποβιομηχάνισης, η μακεδονική πόλη αντιμετωπίζει το μέλλον της με ολοένα αυξανόμενη αισιοδοξία: πατώντας πάνω σε έξοχα κρασιά με αφετηρία το Ξινόμαυρο (και όχι μόνον), σε εξαιρετικής ποιότητας πρώτες ύλες που μεταμορφώνονται σε πιάτα ιδιαίτερης νοστιμιάς, σε μια αρχαιολογική κληρονομιά που εξακολουθεί να αποκαλύπτεται με τρόπο εντυπωσιακό, σε μια πολιτιστική δραστηριότητα που δεν σταματά να εξελίσσεται και να ξαφνιάζει, σε ουσιαστικές επενδύσεις στις υποδομές και στην εκπαίδευση, αλλά –κυρίως– στους ανθρώπους της (ανθρώπους τολμηρούς, οραματικούς και πεισματάρηδες), επανασυστήνεται ως ένας δωδεκάμηνος προορισμός που υπόσχεται να ικανοποιήσει ένα κοινό εξαιρετικά υψηλών απαιτήσεων. Και τα καταφέρνει έξοχα!

Κείμενα: THE TRAVEL.NOW TEAM

Φωτογραφίες: ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ ΝΤΕΜΠΟΣ, UNSPLASH+, ΑΡΧΕΙΟ



THE INTERVIEW

«Δίνουμε εργαλεία στους ανθρώπους της Νάουσας για να κάνουν καλύτερη τη ζωή τους»

Ο πρώτος πολίτης της μακεδονικής πόλης,
Νίκος Κουτσογιάννης,
καλωσορίζει το Travel.now στο γραφείο του
και μοιράζεται μαζί μας το όραμά του
για τον τόπο του.

Συνέντευξη στον ΑΓΓΕΛΟ Ν. ΒΑΣΙΟ
Πορτρέτο: ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ ΝΤΕΜΠΟΣ

Συμπληρώνετε σχεδόν ενάμιση χρόνο στη δεύτερη θητεία σας ως δημάρχου Νάουσας. Ξεκινώντας από το τι παραλάβατε και με δεδομένη την εμπειρία σας, θα ήθελα να σας ρωτήσω ποια κληρονομιά κουβαλά η Νάουσα. Από πού ξεκινά για να επανεφεύρει τον εαυτό της, ποια είναι τα δυνατά στοιχεία της, ενδεχομένως ποια είναι και τα βάρη που κουβαλά μετά τη βίαιη αποβιομηχάνισή της.

Επανεφεύρεση! Να μία λέξη που, όση γοητεία κι αν ασκεί, στην πράξη καταντά συνήθως ανούσιος πολιτικός λόγος. Στην Ελλάδα έχουμε κατά καιρούς «επανεφεύρει» τη χώρα, την κυβέρνηση, την εκπαίδευση, το σύστημα υγείας, τη δικαιοσύνη... Έχουμε επανεφεύρει σχεδόν τα πάντα – και εγώ, τουλάχιστον, δεν είδα ούτε την πλειοψηφία ευτυχισμένη ούτε την οικονομία ακλόνητη.

Στη Νάουσα κάνουμε κάτι λιγότερο βαρύγδουπο και πολύ πιο χρήσιμο: δημιουργούμε υποδομές και δίνουμε εργαλεία στους ανθρώπους της για να εκδηλώσουν τη δημιουργικότητα και τη φιλοδοξία τους, για να κάνουν καλύτερη τη ζωή τους και για να αναπτύξουν τον τόπο τους. Νερό, αμπέλια και παραδόσεις έχουν και άλλοι τόποι, η δημιουργικότητα όμως και η φιλοδοξία των Ναουσαίων είναι η δύναμη που έκανε την περιοχή μας βιομηχανική πρωτεύουσα της κλωστο-ύφαντουργίας ενάμιση αιώνα πριν, αυτή είναι που σήμερα κάνει περίφημα τα κρασιά μας, αυτή είναι η κινητήρια δύναμη του πολιτισμού και του μέλλοντός μας.

Δημιουργικότητα» είναι, επομένως, η λέξη-κλειδί; Τι τροφοδοτεί αυτήν τη δημιουργικότητα;

Η όρεξη για διάκριση και η γνώση. Αν ενδιαφέρομαι για το ανασκαφικό έργο στη Σχολή του Αριστοτέλη (δηλαδή, στο πρώτο πανεπιστήμιο του κόσμου), δεν είναι μόνο για να προσφέρω ακόμη ένα αξιοθέατο στον επισκέπτη. Είναι, κυρίως, για να πείσω τα παιδιά μας ότι με τη γνώση μπορείς να κατακτήσεις τον κόσμο.

Όταν προσκαλώ το κορυφαίο ελληνικό ερευνητικό κέντρο, το Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τε-



«ΣΤΗ ΝΑΟΥΣΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΜΕ ΥΠΟΔΟΜΕΣ ΚΑΙ ΔΙΝΟΥΜΕ ΕΡΓΑΛΕΙΑ ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΤΗΣ ΓΙΑ ΝΑ ΕΚΔΗΛΩΣΟΥΝ ΤΗ ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΦΙΛΑΔΕΛΦΕΙΑ ΤΟΥΣ».

αρχήν η Αθήνα, σε δεύτερη ανάγνωση και η Θεσσαλονίκη), ποια περιθώρια έχει ένα αστικό κέντρο της περιφέρειας, όπως η Νάουσα, ώστε να διεκδικήσει, ίσως ακόμη και να πιέσει για να προωθήσει την ατζέντα της; Ποιον ρόλο παίζουν προς αυτήν την κατεύθυνση οι συνέργειες;

Δεν κομίζω γλαύκαν εις Αθήνας, αλλά θα το κάνω σαφές προς κάθε κατεύθυνση: η περιφερειακή ανάπτυξη δεν είναι zero sum game – ή, αλλιώς: αν προκόβει η Νάουσα, δεν χάνει η Θεσσαλονίκη. Το αντίθετο. Περισσότερες και πιο προσοδοφόρες παραγωγικές δραστηριότητες εδώ σημαίνουν περισσότερες και καλύτερες υπηρεσίες στο μεγάλο αστικό κέντρο. Μαρασμός εδώ σημαίνει συρρίκνωση και στην πόλη. Η ταχύτερη και ασφαλέστερη οδική σύνδεση της πόλης και των χωριών μας με τη Θεσσαλονίκη θα ωθήσει εδώ δραστηριότητες που δεν θα συνέφερε χωροταξικά ή κοστολογικά να εγκατασταθούν ή να επανεπενδύσουν στη μητροπολιτική περιοχή.

Αν η γερμανική Team Viewer εγκαθιστά το κέντρο έρευνας και τεχνολογίας της στα Ιωάννινα, ζητάω πολλά όταν προσκαλώ το Εθνικό Κέντρο Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης να φέρει στα 90 χιλιόμετρα από τη Θεσσαλονίκη τους ερευνητές και τους πειραματικούς αγρούς ρομποτικής καλλιέργειας; Έτσι, άλλωστε, αποκτά περιεχόμενο και αξία ο περιφερειακός σχεδιασμός – και είμαι οίγουρος ότι σύγχρονοι πολιτικοί στο κέντρο και την περιφέρεια βλέπουν τις προοπτικές της περιοχής μας και εργάζονται για να άρουν ένα ένα τα εμπόδια που τις περιορίζουν.

Να επαναλάβω: η μικρή κοινωνία του δήμου Νάουσας έχει δημιουργικές δυνάμεις που θα μας κάνουν όλους υπερήφανους.

Παρότι έχετε ακόμη πολύ δρόμο μπροστά σας, όταν κάποια στιγμή δεν θα είστε πλέον δήμαρχος Νάουσας, για ποια πράγματα θα θέλατε να σας θυμάται η πόλη σας;

Για την αγάπη που της έχω! 🐾



Παναγιώτης Κωνσταντίνου

χνολογικής Ανάπτυξης (ΕΚΕΤΑ), να ξαναδώσει ζωή σε ένα ιστορικό βιομηχανικό κτήριο δεν είναι μόνο για να προσθέσω μερικές δεκάδες χιλιάδες ευρώ στο τοπικό εισόδημα, αλλά, κυρίως, για να δώσω την ευκαιρία στους νέους μας να διαπρέψουν στις επιστήμες – ανάμεσά τους και στη σύγχρονη γεωργία.

Στην ίδια κατεύθυνση κινείται και η συνεργασία μας με το Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδας: να ζωντανέψουμε όχι μόνο τις μνήμες ενός ηρωικού τόπου, αλλά την όρεξή μας για ένα καλύτερο μέλλον.

Προχωρώντας στην επόμενη μέρα, ποιο είναι το όραμά σας για τη Νάουσα; Οι άξονες στους οποίους θα θέλατε να βασίσετε την ανάπτυξή της, ενδεχομένως και κάποιες στρατηγικές κινήσεις σε συγκεκριμένα μέτωπα τις οποίες θέλετε να προωθήσετε;

Με μία φράση: η Νάουσα και η περιοχή της εξελίσσονται σε έναν υπέροχο τόπο για να ζεις. Για λίγο – ίσα για να πάρεις μία ανάσα φυσικής ζωής και γεύσης – ή για πάντα – για μία ολόκληρη ζωή.

Χρειάζεσαι διακοπές; Η Νάουσα γίνεται για εσένα ένα χαλαρωτικό διάλειμμα, η οικοδόσπινα για λίγες ημέρες αναζωογόνησης, περιήγησης και πολιτισμού.

Θέλεις να στήσεις οπτικό και οικογένεια, θέλεις κορυφαία

ισορροπία μεταξύ φυσικού και σύγχρονου οικιστικού περιβάλλοντος, ενώ ασκείς την οικονομική σου δραστηριότητα εδώ ή σε μια μεγάλη πόλη, όπως η Θεσσαλονίκη; Η Νάουσα και τα χωριά της αποτελούν μια όλο και πιο ελκυστική επιλογή ζωής για εμάς τους κατοίκους της, για τους νέους μας, αλλά και για τους ανθρώπους που εξάντλησαν την αντοχή τους στον θόρυβο, το άγχος και το υψηλό κόστος ζωής του μεγάλου αστικού κέντρου.

Όλα τα έργα που γίνονται αυτήν τη στιγμή στον δήμο – από τις πεζοδρομήσεις και τις αναπλάσεις μέχρι τις οπτικές ίνες, την ψηφιοποίηση των υπηρεσιών και την αναβάθμιση των ενεργειακών υποδομών με το φυσικό αέριο – αναβαθμίζουν το περιβάλλον που χρειάζεται όποια ή όποιος, ντόπιος ή νεοφερμένος, θέλει να ζήσει μια καλή ζωή και να δημιουργήσει.

Επιμένω να λέω ότι η Νάουσα και η περιοχή της είναι, ευτυχώς, αρκετά κοντά και αρκετά μακριά από τη Θεσσαλονίκη. Ξεκινήστε να έρχεστε! Σε λίγο καιρό θα αναρωτιέστε γιατί δεν μένετε ήδη εδώ...

Θεωρώντας δεδομένο ότι, με βάση την ιστορία, τη γεωστратομία και το φυσικό περιβάλλον της περιοχής, στοχεύετε στον τουρισμό ως εργαλείο ανάπτυξης, ποιο είναι το προφίλ του επισκέπτη που θα θέλατε να προσελκύσετε;

Έλληνες και ξένοι, οι άνθρωποι που θα εκτιμήσουν αυτόν τον τόπο έχουν γούστο, χιούμορ και αγοραστική δύναμη – οι υπόλοιποι θα μαζέψουν ό,τι έχουν και δεν έχουν σε χρόνο, χρήμα ή ταξιδιωτική διάθεση και θα πάνε παραλία. Αν έχεις γούστο, δεν σου φτάνει ένα χιονοδρομικό κέντρο ή μία περιπατητική διαδρομή. Θέλεις και εξαιρετικό κρασί, καλή τοπική κουζίνα και διαμονή με χαρακτήρα.

Αν έχεις χιούμορ, καταλαβαίνεις αμέσως το «Sorry, no beaches!»: ότι, δηλαδή, βρίσκεσαι ανάμεσα σε ανθρώπους που σε φιλοξενούν όχι επειδή είσαι η τελευταία τους οικονομική ελπίδα, αλλά επειδή χαίρονται να σου δείχνουν τον τόπο τους.

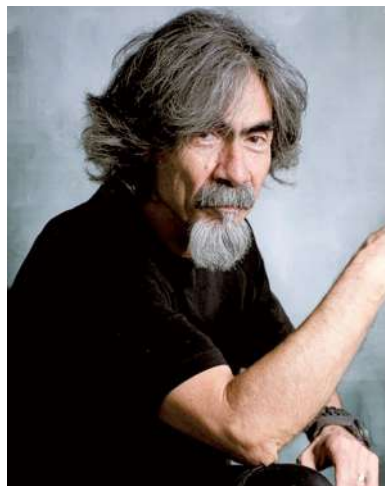
Αν έχεις αγοραστική δύναμη, δεν θα φύγεις χωρίς μια γενναία προσθήκη στην κάβα σου ή ένα σπάνιο δείγμα λαογραφίας – το οίγουρο, πάντως, είναι ότι θα ξανάρθεις για τον τρύγο, για τα χιονισμένα Χριστούγεννα και την κατάβαση στα Τρία Πέντε Πηγιάδια, για τις Μπούλες και τους Γενίτοσους, για την υπέροχη άνοιξη στο Βέρμιο, για τα δροσερά καλοκαίρια στα δάση.

Είσαι πιθανότατα 55+, ταξιδεύεις με αγαπημένα πρόσωπα, ενδιαφέρεσαι για την ιστορία και τον πολιτισμό, χαίρεσαι τη ζωή. Καλώς όρισες!

Σε μια χώρα με αστικό υδροκεφαλισμό (κατ’



ΛΙΓΟΙ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΓΝΩΡΙΖΟΥΝ
ΤΟ BRANDING ΟΠΩΣ Ο ΧΡΗΣΤΟΣ ΧΕΛΜΗΣ
(ΤΗΣ COLIBRI BRANDING & DESIGN).



Γιατί χρειάζεται τουριστικό branding η Νάουσα; Είναι (ή θα μπορούσε να γίνει) ανεξάρτητος τουριστικός προορισμός ή, τελικά, θα παραμείνει μια ενδιαφέρουσα ημερήσια εκδρομή μία ώρα δρόμο από τη Θεσσαλονίκη;

Αυτή ακριβώς είναι η πιο σπουδαία στρατηγική πρόκληση των τόπων γύρω από έναν ισχυρό τουριστικό προορισμό, όπως η Νάουσα σε σχέση με τη Θεσσαλονίκη. Πολύ περισσότεροι, μάλιστα, όταν οι υποδομές τους – διαμονή, εστίαση, δραστηριότητες – δεν είναι καλά αναπτυγμένες. Αυτό που έχει η Νάουσα και τα χωριά της (και μάλιστα πολύ περισσότερο από άλλους δευτερεύοντες προορισμούς στην Κεντρική Μακεδονία) είναι ο πολυσύνθετος χαρακτήρας της. Βουνό για τρέκινγκ και χιόνι, επισκέψιμα οινοποιεία σε έναν από τους μεγαλύτερους ελληνικούς αμπελώνες, καλό φαγητό, σπουδαία ιστορία και λαογραφία. Και όλα αυτά συγκεντρωμένα γύρω από ένα οικιστικό κέντρο με χαρακτηριστικά χωριού και πόλης. Αν σ' αυτόν τον ωραίο καμβά αρχίσες να προσθέτεις μικρά «διαμάντια», όπως η σχολή του Αριστοτέλη – πιθανότατα το πρώτο πανεπιστήμιο της οικουμένης – ή τα murals και τόσα άλλα, έχεις πραγματικά ένα προορισμό που αξίζει το όνομά του.

Δεν έχει, όμως, παραλίες... «Sorry, no beaches»: με αυτό το μήνυμα πρωτοπαρουσιάζετε τον προορισμό. Πείτε μας γιατί.

Επειδή έτσι επικοινωνούμε το χιούμορ, τη νεανικότητα, τον πολιτισμό της κοινωνίας μας και, κυρίως, επειδή έτσι στοχεύουμε

σε επισκέπτες που έχουν το μυαλό και την αγοραστική δύναμη να διαλέξουν κάτι καλύτερο από μία εβδομάδα επαλειψών με αντηλιακό σε μια ξαπλώστρα. Το tag line ενός προορισμού δεν είναι διαφημιστικό μήνυμα. Είναι ακόμη μία πληροφορία για το ύψος του, για την εμπειρία που υπόσχεται.

Έχει εντυπωσιάσει για την τόλμη και τη διαφορετικότητά του. Πώς επιλέχθηκε; Το διάλεξε ο δήμαρχος;

Για να πετύχεις σωστή και διεισδυτική εικόνα στο branding δεν έχεις άλλο δρόμο παρά να επεξεργαστείς μια μεγάλη ποικιλία προτάσεων και να στενεύεις σταδιακά τις επιλογές σου, μέχρι την τελική απόφαση. Ο «έρωτας με την πρώτη ματιά» δεν αποκλείεται, αλλά στο branding – τουλάχιστον! – είναι επικίνδυνος. Έτσι έγινε και με το έμβλημα και το tag line-μήνυμα της Νάουσας.

Ο δήμαρχος το αγάπησε από την αρχή, χρειάστηκε όμως να πειστεί για τη δυνατότητα του ίδιου του προορισμού να ανταποκριθεί στην υπόσχεση αυτού του μηνύματος – όταν μιλάς τόσο προσωπικά, οφείλεις να προσφέρεις και ανάλογο χαρακτήρα υπηρεσίες, δεν είσαι ακόμη ένας βαρετός προορισμός. Αν η Νάουσα δεν τολμά να διακριθεί σε κάθε τι που κάνει, θα διαψεύσει το μήνυμά της, θα σπαταλήσει τον

τουριστικό της πλούτο και θα μείνει να ιστορεί τις ευκαιρίες που έχασε, όπως συνέβη με τη βιομηχανική της υπεροχή, σχεδόν έναν αιώνα πριν.

Μιλάτε σαν να ζείτε τη Νάουσα... Μιλήστε μας για τη σχέση σας με τον τόπο και τους ανθρώπους του.

Πρωτοπήγα στη Νάουσα πριν από 18 χρόνια. Τη γνώρισα υπό ιδανικές συνθήκες – είχαμε προσκληθεί από μια ομάδα εικοσάρηδων που είχαν ξεκινήσει ένα απίθανο διεθνές φεστιβάλ κινηματογραφικών ταινιών μικρού μήκους. Ο σημερινός δήμαρχος ήταν η ψυχή εκείνης της παρέας και επικεφαλής της υποδειγματικής διοργάνωσης (σκεφτείτε ότι είχε διαχειριστική επάρκεια που δεν είχαν ούτε τα Φεστιβάλ Θεσσαλονίκης ή Δράμας), που πετύχαινε ολοένα και περισσότερες συμμετοχές δημιουργών, συγκέντρωνε στρατιές νέων εθελοντών και εντυπωσίαζε τους σινεφίλ από όλη την Ελλάδα.

Νομίζω ότι ήταν το 2011 όταν, σε μία από τις παράλληλες εκδηλώσεις του NIFF (Naoussa International Film Festival), εισηγήθηκα την αξία του destination branding για τη Νάουσα, με την εμπειρία της μελέτης των τουριστικών δυνατοτήτων της Κ. Μακεδονίας και της Θεσσαλονίκης.

Εσείς είχατε κάνει και την «καρδιά» της Θεσσαλονίκης, το «many stories, one

heart» – καλά θυμάμαι;

Με την ίδια ακριβώς μεθοδολογία που χρησιμοποιήσαμε με επιτυχία στη Θεσσαλονίκη του αείμνηστου Μπουτάρη και του Απόστολου Τζίτζικώστα τότε, εργαστήκαμε και για τη Νάουσα. Στις συνεντεύξεις, θυμάμαι, με προσωπικότητες της περιοχής είχαμε και τον απερχόμενο δήμαρχο, που ευχαρίστως συμμετείχε, δίνοντας το παράδειγμα μιας ενωτικής, υπερ-παραταξικής προσέγγισης που έχει ανάγκη ο τουρισμός. Οι ενεργοί πολίτες της Νάουσας και των χωριών της, όπως ο τότε πρόεδρος της Ένωσης Ξενόδοχων, είδαν την αξία μιας στρατηγικά σχεδιασμένης ταυτότητας και ο δήμος το έβαλε στο πρόγραμμα.

Μου δίνετε ωραία «γέφυρα» για την τουριστική στρατηγική της Νάουσας. Πού στοχεύει; Σε ποιο κοινό;

Με δυο λόγια: Baby Boomers και Gen X. Ή, αλλιώς, στους 45+, επειδή αυτό είναι το κοινό που ταξιδεύει στις shoulder seasons, που αναζητά άνεση, ασφάλεια και πολιτιστική αξία, που δαπανά περισσότερο στις διακοπές, που εκτιμά την αυθεντικότητα, τις γαστρονομικές εμπειρίες και την ανακάλυψη νέων τόπων, που συνταξιδεύει με παιδιά/εφηβους/νέους και ενδιαφέρεται λιγότερο για τα trends και περισσότερο για την επαφή με τη φύση, την ποιότητα και τις προσωπικές σχέσεις. Σε αυτές τις ηλικίες, σε Έλληνες και διεθνείς ταξιδιώτες, τι έχει να προσφέρει η Νάουσα; Σχεδόν το πλήρες πακέτο του soft adventure. Τι δεν έχει; Αναπτυγμένη αντίστοιχη διαμονή, τουλάχιστον ένα spa resort ή κάποια άλλη eco-luxury υποδομή και αναγνωρισιμότητα. Βουνό, κρασί και ιστορία δεν τα παραγγέλνεις, αν δεν τα έχεις ήδη. Τα υπόλοιπα φτιάχνονται. Και μαζί τους αναπτύσσεται και η περιέργη – και ζητούμενη σε πολλές περιοχές της Ελλάδας – κουλτούρα φιλοξενίας.

Είστε αισιόδοξος;

Όχι – από τη φύση μου! Αλλά πιστεύω στη Νάουσα και την περιοχή της. Πιστεύω στο μέλλον της. Δεν θα γίνει ποτέ Σαμονί, Νταβός ή Κορτίνα ντ'Αμπρέτσο, μπορεί όμως να ανταγωνιστεί ορεινούς προορισμούς της Ισπανίας, της Πορτογαλίας, της Σλοβενίας ή της Ρουμανίας. Αρκεί να μπει στους χάρτες των tour operators και να κρατήσει την αυθεντικότητά της. 🌿



Η ΠΡΟΣΠΑΘΕΙΑ ΕΠΑΝΕΚΚΙΝΗΣΗΣ ΤΗΣ ΠΟΛΗΣ ΠΕΡΝΑ ΑΠΟ ΤΟ ΙΣΤΟΡΙΚΟ ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΟ «ΒΕΡΜΙΟΝ», ΕΝΑ ΤΡΙΑΣΤΕΡΟ ΚΑΤΑΛΥΜΑ ΜΕ 70 ΔΩΜΑΤΙΑ, ΧΤΙΣΜΕΝΟ ΛΙΓΟ ΕΞΩ ΑΠΟ ΤΗΝ ΠΟΛΗ, ΠΟΥ ΣΤΑΜΑΤΗΣΕ ΝΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΤΟ 2016.

ΑΠΟ ΤΑ ΤΕΛΗ

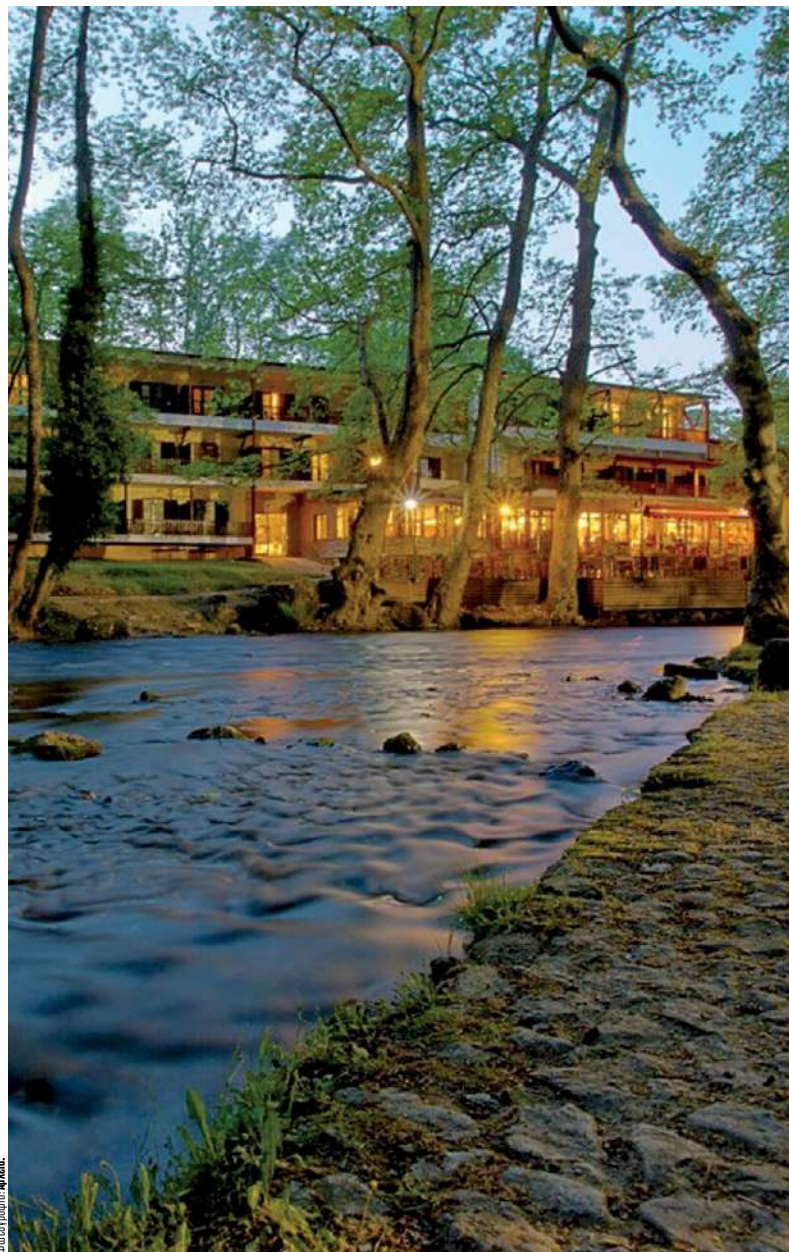
του 19ου αιώνα, όταν λειτούργησε το πρώτο εργοστάσιο επεξεργασίας βαμβακιού (το ιστορικό **νηματοουργείο Λόγγου, Κύρτση και Τουρπάλη**), και για περισσότερο από 100 χρόνια η Νάουσα υπήρξε ένα από τα σημαντικότερα κέντρα της ελληνικής και ευρωπαϊκής κλωστοϋφαντουργίας. Μέχρι και τα τέλη της δεκαετίας του 1980, η βιομηχανία ήταν το βασικό της στήριγμα. Σήμερα αυτό το παρελθόν αντικατοπτρίζεται κυρίως στα βιομηχανικά κτήρια που στέκουν ακόμη – κάποια από αυτά αποκτούν νέα ζωή ως χώροι πολιτισμού. Ένα τέτοιο παράδειγμα είναι το **Κέντρο Βιομηχανικής Κληρονομιάς ΕΡΙΑ**, που φιλοξενεί εκθέσεις και δράσεις με ιστορικό και καλλιτεχνικό χαρακτήρα.

Αν και η εποχή της βιομηχανικής ακμής έχει παρέλθει, η Νάουσα επαναπροσδιορίζεται: επενδύει στις υποδομές, τον τουρισμό και τον πολιτισμό. Από τη μία πλευρά εξελίσσει τις βασικές υποδομές της κι από την άλλη μεταμορφώνεται σε έναν προορισμό τεσσάρων εποχών.

Νέα αρχή με επίκεντρο το ξενοδοχείο «Βέρμιον»

Η προσπάθεια επανεκκίνησης περνά από το ιστορικό **δημοτικό ξενοδοχείο «Βέρμιον»**, ένα τρίαστερο κατάλυμα με 70 δωμάτια, που σταμάτησε να λειτουργεί το 2016. Το εμβληματικό κτήριο, χτισμένο λίγο έξω από την πόλη, θεωρείται «κλειδί» για την ανάδειξη της Νάουσας ως τουριστικού κόμβου.

Η δημοτική αρχή έχει θέσει ως προτεραιότητα την αναβάθμισή του. Υστερα από μια μακρά διαδικασία εκκαθάρισης της παλιάς δημοτικής επιχείρησης, το ακίνητο επέστρεψε στον δήμο, ο οποίος ετοιμάζει διεθνή διαγωνισμό για να βρεθεί επενδυτής με όραμα και σχέδιο για τη μετατροπή του σε μονάδα τεσσάρων εποχών. Με τεχνικό σύμβουλο τη **Deloitte**, ο διαγωνισμός θα ξεκινήσει σύντομα, ενώ θα στηθεί και εικονικό κέντρο πληροφόρησης για την καλύτερη προετοιμασία των ενδιαφερομένων. Ουσιαστικά αναζητείται εταίρος που θα καταθέσει ένα ουσιαστικό επιχειρηματικό σχέδιο, το οποίο θα λειτουργήσει ως βασική προϋπόθεση για τη συμφωνία. Η τοποθεσία του ξενοδοχείου (σε έναν τόπο μοναδικής φυσικής ομορφιάς) σε



Φωτογραφία: Α. Χαλκιά

THE TIMING ΔΙΑΧΡΟΝΙΑ Η πόλη μπαίνει ξανά στον χάρτη

ΑΠΟ ΤΗ ΒΑΡΙΑ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΑ,
ΕΝΑΣ ΖΩΝΤΑΝΟΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΣ
ΓΙΑ ΟΛΟ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ.

Κείμενο: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

συνδυασμό με την απουσία άλλης πολυτελούς μονάδας στην περιοχή δημιουργούν ελπίδες για ισχυρό ενδιαφέρον από την τουριστική αγορά.

Ευεξία, σκι και πολιτισμός

Η τουριστική ενίσχυση της Νάουσας δεν σταματά στο ξενοδοχείο. Μεγάλη σημασία έχει και η διαδικασία αναγκώρισης των **πηγών του Αγίου Νικολάου ως ιαματικών**, η οποία θα ανοίξει τον δρόμο για τη δημιουργία **κέντρου ευεξίας**, εμπλουτίζοντας την ταυτότητα της περιοχής με ακόμη έναν θεματικό άξονα. Παράλληλα, προχωρά η μελέτη για την **οδική ένωση των τριών χιονοδρομικών κέντρων – του Βόρα/Καϊμάκτσαλαν, των 3-5 Πηγαδιών και του Σελίου**. Ο δήμος, σε συνεργασία με όμορους δήμους και περιφέρειες, θέλει να προσφέρει στους επισκέπτες τη δυνατότητα ενοποιημένων χειμερινών δραστηριοτήτων, καθώς η Νάουσα δείχνει να μπορεί να γίνει βάση για εκδρομές μιάμισης ώρας προς κάθε κατεύθυνση.

Σημαντική πτυχή του νέου αφηγήματος είναι και η **αρχαιολογική ταυτότητα** της περιοχής. Οι συνεχιζόμενες ανασκαφές στη **Μιέζα**, όπου ο **Αριστοτέλης** διδάξε τον **Μέγα Αλέξανδρο**, ενισχύθηκαν με μια νέα προγραμματική σύμβαση με το **υπουργείο Πολιτισμού**. Στόχος, η ανάδειξη του αρχαιότερου γυμνασίου στον κόσμο, υπό την καθοδήγηση της αρχαιολόγου **Αγγελικής Κοτταρίδη**.

Μια πόλη ανθρώπινη, φιλική και ζωντανή

Για να καταστεί η Νάουσα πραγματικός προορισμός, χρειάζονται υποδομές που θα υποστηρίξουν την καθημερινότητα του επισκέπτη. Προς την κατεύθυνση αυτή, ο δήμος προχωρά στην **ανάπλαση της πλατείας Καρατάσου**, δημιουργεί **δίκτυο πεζοδρόμων** και σχεδιάζει **μια πόλη πιο προσβάσιμη και φιλική**. Μέσα σε αυτό το πολυδιάστατο τουριστικό μωσαϊκό, προστίθενται η **οινική κουλτούρα του Ξινόμαυρου**, η **ντόπια γαστρονομία** και τα **παραδοσιακά έθιμα**, όπως οι **Μπούλες** και οι **Γενίτσαροι**. Όλα αυτά συνθέτουν έναν τόπο που δεν χρειάζεται παραλίες για να είναι ελκυστικός – κάτι που υπογραμμίζει με χιούμορ και αυτοπεποίθηση το σύνθημα του δήμου: **«Sorry... No beaches!»**. 🌊

THE WINE Η ιερή γη του Ξινόμαυρου

Η αμπελουργική ζώνη της Νάουσας
εξελισσεται δυναμικά,
δημιουργώντας σταδιακά έναν πρότυπο
οινοτουριστικό προορισμό.

Κείμενο: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ

ΣΤΟ ΒΟΡΕΙΟ-ΔΥΤΙΚΟ

τιμήμα της **Ημαθίας** και στις νοτιο-ανατολικές πλαγιές του **Βερμίου**, εκεί όπου οι λόφοι διαδέχονται ο ένας τον άλλο και αγκαλιάζουν τους αμπελώνες, εκεί όπου το φως διαχέεται ανάμεσα σε πλαγιές και κοιλάδες, εκτείνεται η **αμπελουργική ζώνη ΠΟΠ Νάουσας**. Με **συνολική έκταση σχεδόν 4.000 στρέμματα** (εκ των οποίων τα **χίλια** εκτιμάται ότι είναι **βιολογικής καλλιέργειας**), αποτελεί έναν από τους θεμέλιους λίθους της ελληνικής οινικής ταυτότητας. Συγκαταλέγεται **στις πρώτες περιοχές της χώρας που απέκτησαν (το 1971) αναγνώριση ως Ονομασία Προέλευσης Ανώτερης Ποιότητας** και λειτουργεί ως ένα ζωντανό παράδειγμα του πώς η **παράδοση**, το **έδαφος** και η **γνώση** συνδυάζονται, για να δώσουν κρασιά με βάθος και διάρκεια.

Ένα συγκλονιστικό terroir

Η σημασία της ζώνης της Νάουσας ξεκινά από το ίδιο το **τοπίο** και το **μικροκλίμα** της. Τα πλούσια, αργιλώδη και ασβεστολιθικά εδάφη, η ποικιλία υψομέτρων (που κινούνται από 150 έως 400 μέτρα)

και η επίδραση του όρους Βέρμιο δημιουργούν τις ιδανικές συνθήκες για την καλλιέργεια της εμβληματικής ποικιλίας **Ξινόμαυρο**. Το οινοπέδιό της χαρακτηρίζεται από εύκρατο, μεσογειακό κλίμα με ηπειρωτικές επιρροές, ενώ **στην περιοχή δραστηριοποιούνται συνολικά είκοσι επτά παραγωγοί**, μέλη του **Συνδέσμου Οινοποιών και Αμπελουργών Νάουσας (BAENI)**. Το σύνολο της **ετήσιας παραγωγής** τους υπολογίζεται κοντά στους **4.000 τόνους**, εκ των οποίων **το 40% εξάγεται σε περισσότερες από 30 χώρες**, διαφημίζοντας την Ελλάδα σε όλα τα μήκη και τα πλάτη της γης.

Γενικότερα, το **Ξινόμαυρο**, μία από τις πιο αναγνωρισμένες διεθνώς ελληνικές ποικιλίες, που συγκρίνεται με το **Nebbiolo** και το **Pinot Noir**, μαγνητίζει το ενδιαφέρον των οινόφιλων και των επισκεπτών στην περιοχή που θέλουν να το γνωρίσουν περισσότερο. Ως σταφύλι είναι ιδιαίτερα **απαιτητικό**, αρκετά **ευαίσθητο** στις καιρικές συνθήκες, με **αργή ωρίμανση** και **πολύ έντονη προσωπικότητα**. Ωστόσο, όταν καλλιεργηθεί σωστά, αποδίδει **κρασιά σπάνιας φινέτσας**, με **πολυπλοκότητα, οξύτητα, στιβαρές τανίνες** και **δυναμικό**

μακρόχρονης παλαιώσης

– είναι το ίδιο δυναμικό που έχει η Νάουσα στο DNA της: να κρατάει στις αιωνόβιες ρίζες της την αμπελουργική παράδοση και, ταυτόχρονα, να έχει την τύχη να ξεπετάγονται συνεχώς νέοι οινοποιοί, που προσπαθούν να προσεγγίσουν την ποικιλία διαφορετικά. Και αυτός είναι ακόμη ένας λόγος που **η ζώνη είναι πρότυπο οινοτουρισμού**. Εκτός του ότι είναι προικισμένη με μια χαρακτηριστική ποικιλία, **ο επισκέπτης έχει τη δυνατότητα** – χωρίς να χάνεται σε εκατοντάδες χιλιόμετρα – **να κάνει όμορφες διαδρομές μέσα στη φύση και να γνωρίζει τις διαφορετικές εκφράσεις του Ξινόμαυρου από παλαιούς και νέους οινοποιούς**. Κατά κανόνα, **τα κρασιά της Νάουσας** διακρίνονται για τη δομή τους και την ικανότητά τους να εξελίσσονται με τον χρόνο. Δεν είναι κρασιά που επιδιώκουν την ευκολία ή την άμεση εντύπωση: αντιθέτως, **χτίζουν την προσωπικότητά τους σταδιακά**, αποκαλύπτοντας με τα χρόνια **αρωματικά βάθη** και **ισορροπία**. Το χαρακτηριστικό προφίλ τους περιλαμβάνει νότες κόκκινων φρούτων, αποξηραμένης ντομάτας, ελιάς, μπαχαρικών και καπνού, ενώ στο στόμα παρυσιάζουν εντυπωσιακή ένταση.

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται μια ενδιαφέρουσα μετατόπιση: **η ανάδειξη διαφορετικών εκφράσεων του Ξινόμαυρου με πιο φρέσκες, λιγότερο εκχυλισμένες ετικέτες**, αλλά και προσπάθειες εντοπισμού και ανάδειξης επιμέρους μικροζωνών μέσα στην ευρύτερη περιοχή – μια προσέγγιση που **παράττει σε έννοιες όπως τα στυλ του εξωτερικού**.

Μια περιοχή-σύμβολο

Βέβαια, **η αμπελουργική ζώνη της Νάουσας** δεν είναι σημαντική μόνο για τα κρασιά της, αλλά και ως **πολιτιστικός και τουριστικός προορισμός**. Οι επισκέπτες μπορούν να περιηγηθούν στους **αμπελώνες**, να γνωρίσουν τις διαφορετικές **τοποθεσίες** και να παρακολουθήσουν από κοντά τη **διαδικασία παραγωγής**. Η **ελαφή με τη φύση, η σύνδεση με την παράδοση**, αλλά και η **σύγχρονη προσέγγιση της οινογνωσίας** καθιστούν τη Νάουσα μια εμπειρία πολυεπίπεδη – όχι απλώς γευστική. Η πόλη της Νάουσας (με τα νερά της, την ιστορική της διαδρομή και την αφοσίωση της στον πολιτισμό του κρασιού) ενισχύει αυτήν τη δυναμική. **Εκδηλώσεις, πολιτιστικές δράσεις και οινικές γιορτές** εδραιώνουν τη σύνδεση της περιοχής με το κρασί όχι μόνο ως προϊόν, αλλά και ως στοιχείο ταυτότητας. Χαρακτηριστικό παράδειγμα, η εκδήλωση **Νάουσα-πόλη του Οίνου**, που πλέον μετρά 10 χρόνια ζωής. Η σημασία της ζώνης Νάουσας είναι βαθιά και πολυδιάστατη. Αποτελεί **σημείο αναφοράς για την ελληνική οινοπαραγωγή** χάρη στη μοναδική της ποικιλία, το ιστορικό της βάθος, αλλά και τη σταθερή προσήλωση στην ποιότητα. Είναι μια περιοχή που **επιδιώκει** όχι να μιμηθεί άλλες, αλλά **να εκφράσει τον εαυτό της μέσα από την αυθεντικότητά του Ξινόμαυρου και τη δύναμη του τόπου της**. Σε μια εποχή κατά την οποία η έννοια της οινικής ταυτότητας γίνεται ολοένα και πιο σημαντική διεθνώς, η Νάουσα προσφέρει ένα καθαρό, στιβαρό και γοητευτικό μήνυμα: **η Ελλάδα έχει κρασιά με χαρακτήρα** – και η Νάουσα είναι από τα πιο δυνατά παραδείγματα αυτού του χαρακτήρα. 🍷



Η ΣΗΜΑΣΙΑ ΤΗΣ ΖΩΝΗΣ ΤΗΣ ΝΑΟΥΣΑΣ ΞΕΚΙΝΑ ΑΠΟ ΤΟ ΙΔΙΟ ΤΟ ΤΟΠΙΟ ΚΑΙ ΤΟ ΜΙΚΡΟΚΛΙΜΑ ΤΗΣ. ΤΑ ΠΛΟΥΣΙΑ, ΑΡΓΙΛΩΔΗ ΚΑΙ ΑΣΒΕΣΤΟΛΙΘΙΚΑ ΕΔΑΦΗ, Η ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΥΨΟΜΕΤΡΩΝ (ΠΟΥ ΚΙΝΟΥΝΤΑΙ ΑΠΟ 150 ΕΩΣ 400 ΜΕΤΡΑ) ΚΑΙ Η ΕΠΙΔΡΑΣΗ ΤΟΥ ΟΡΟΥΣ ΒΕΡΜΙΟ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΤΙΣ ΙΔΑΝΙΚΕΣ ΣΥΝΘΗΚΕΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΑ ΤΗΣ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΗΣ ΠΟΙΚΙΛΙΑΣ ΞΙΝΟΜΑΥΡΟ.



THE FOOD

Μια έξοχη cucina povera αλλά Ελληνικά

Πιάτα πικάντικα και σύνθετα μέσα στην απλότητά τους περιλαμβάνει το θαυμαστό γαστρονομικό σύμπαν της Νάουσας.

Κείμενο: ΑΓΓΕΛΟΣ Ν. ΒΑΣΣΟΣ

ΟΙ ΦΥΣΕΙ

ταξιδιώτες συνηθίζουν να λένε ότι **η γεύση αποτελεί ένα από τα ισχυρότερα ενισχυτικά της μνήμης** – τις περισσότερες φορές, από την επίσκεψή μας σε έναν τόπο δεν θυμόμαστε τόσο κάτι που είδαμε ή έναν χώρο που επισκεφθήκαμε όσο μια γεύση, ένα πιάτο που δοκιμάσαμε ή κάποιο κρασί που απολαύσαμε. Και είναι αυτό ακριβώς το πεδίο που αποτελεί ένα από τα πιο δυνατά χαρτιά της **Νάουσας**, μιας περιοχής με παράδοση στην παραγωγή έξοχων κρασιών (με προεξάρχον το ευλογημένο Ξινόμαυρο). Αλλά και με **μια κουζίνα-παραλλαγή της ιταλικής cucina povera**, όπου τα απλούστερα των υλικών (πάντοτε φρέσκων και ποιοτικών, με την προστιθέμενη αξία του κλίματος και της γης της περιοχής) μεταμορφώνονται πρώτα **μέσα από τη σοφία της ναουσαϊκής οικιακής οικονομίας** και, πλέον, **από τα χέρια ταλαντούχων επαγγελματιών μαγείρων** σε δημιουργίες που τέρπουν τον ουρανίοκο των ορκισμένων foodies.

Είναι αυτή η γαστρονομική κουλούρα της Νάουσας που φέρνει ακόμη και σήμερα στο τραπέζι του επισκέπτη της πιάτα όπως η **μάντζα**, τα **γκαβόψαρα**, τα **πέτουρα**, οι **κεφτέδες με άρμη** και οι έξοχες **πίτες** της. Αλλά και νοστιμιές όμως οι μοσχοβολιστοί, αφράτοι **σαρμάδες** (αυτούς που στην υπόλοιπη Μακεδονία ονομάζουμε λαχανοντολμάδες), τα λιμπιστερά **ντολμαδάκια με αμπελόφυλλο ξινόμαυρο** (ιδανικά για τα καλοκαιρινά μεσημέρια συνοδεία κρασιού ή τσίπουρου), αλλά και τον πλούσιο **φασουλονταβά**, με τη μακρά, κρεμώδη και βελούδινη επίγευση.

Κι όταν η συζήτηση γύρω από το τραπέζι σοβαρέψει, έρχεται η ώρα να βγουν τα μεγάλα «όπλα». Η Νάουσα έχει παράδοση στα **κρεατικά**, τα οποία η τοπική μαγειρική virtuosité αξιοποιεί με πάμπολλους τρόπους – σε δημιουργίες όπως η **κότα ή το κοκόρι με πέτουρα ή χυλοπίτες**, το τρυφερό στην υφή και στιβαρό στη γεύση **μοσχάρι** (μαγειρεμένο με τη «βασίλισσα» των λαχανικών, τη **μελιτζάνα**), το

ζουμερό **χοιρινό συνοδευμένο από πράσα, σέλινο και κυδώνια**, το **αγριογούρουνο με κάστανα, δαμάσκηνα, κυδώνια ή ελιές** (πόσο λάθος θα κάνετε αν θεωρήσετε ότι αυτή η περίφημη γαστριμαργική απόλαυση είναι πιο ταιριαστή με τον χειμώνα), όπως επίσης και το **κατοικάκι με φρέσκα κρεμμυδάκια** (τα οποία οι ντόπιοι αποκαλούν «**κρομυδούλια**»).

Η κουζίνα, παρότι απλή, παραμένει **δημιουργική** όχι μόνο στον συνδυασμό των πρώτων υλών, αλλά και στις **μεθόδους μαγειρέματος** – για παράδειγμα, **χοιρινό, ζυγούρι και μοσχάρι μαγειρεύονται (πολλές φορές μαζί) στη στάμνα**, ενώ ψαρικά όπως οι **πέστροφες** τηγανίζονται με **κατοικάσιο βούτυρο** από την περιοχή και **μπόλικο σκόρδο**.

Το κεφάλαιο «πίτες»

Μία κατηγορία μόνες τους αποτελούν στη Νάουσα οι **πίτες** – ένα από τα παραδοσιακότερα πιάτα της ελληνικής κουζίνας, εν γένει, που παλαιότερα κατάφερε να ταίσει γενιές ολόκληρες σε περιόδους φτώχειας και που

σήμερα πια μεταμορφώνεται σε ένα έδεσμα υψηλής διατροφικής και γευστικής αξίας, με ισχυρή τη σφραγίδα της ελληνικής του ταυτότητας.

Όταν βρεθείτε στη Νάουσα, κάντε όρεξη για πίτες – είναι βέβαιο ότι οι ντόπιοι θα σας εκπλήξουν με τη δημιουργικότητά τους. Ξεκινώντας από τις **κλειστές** (όπως η **πρασοκιμαδόπιτα**, η **μπατζόπιτα**, η **κολοκυθόπιτα**, η **ριζόπιτα**, η **κρεμόπιτα**, η **τσουκνιδόπιτα**, η **πίτα με μελουβουδιά**, ένα αγριόχορτο της περιοχής, η **σπανακοτυρόπιτα**, η **πίτα με κρομμυδούλια** και οι **λαχανόπιτες**) και προχωρώντας στις **ανοιχτές** πίτες (αυτές που οι ντόπιοι αποκαλούν **ξεσκέπαστες** ή **γκουλόγλαβες**), όπως η **πλατούντα** (κυρίως με φέτα), η **πατσαβουρόπιτα** και η **τραχανόπιτα**.

Τα πιάτα-«trademarks»

Σίγουρα τα **γκαβόψαρα**, ο πιο διάσημος τοιπουρομεζές της Νάουσας. Πρόκειται για μελιτζάνες «ψημένες» σε αλατόνερο με σινάπι, οι οποίες κόβονται σε μακρόστενα κομμάτια (είναι αυτό ακριβώς το σχήμα, που θυμίζει αφρόψαρο, που τις δίνει το όνομά τους) και τηγανίζονται αλευρωμένες για 2-3 λεπτά σε καυτό λάδι. Αλλά και η **μάντζα**, ακόμη ένα αγαπημένο τοπικό ορεκτικό, που φτιάχνεται με τηγανητές πιπεριές, μελιτζάνες, πατάτες και κολοκυθάκια. Όλα αυτά τα υλικά «δένονται» με μια σάλτσα που φτιάχνεται στο τηγάνι σοτάροντας στο ελαιόλαδο ψιλοκομμένο κρεμμύδι με φρέσκες ντομάτες τριμμένες (κάποιοι προσθέτουν ψιλοκομμένο σκόρδο, αλατοπίπερο και λίγη ζάχαρη). Από τα πιάτα που επιβάλλεται να δοκιμάσετε δεν θα μπορούσαν να λείπουν οι **κεφτέδες με άρμη**, ίσως το πιο αυθεντικό παραδοσιακό πιάτο της Νάουσας, με τηγανητούς κεφτέδες που «κολυμπούν» σε μια σαλτσούλα από αλεύρι, σάλτσα ντομάτας σε πελτέ, νερό, ζύδι και σκόρδο.

Κι όταν έρθει η ώρα του γλυκού, δοκιμάστε **μουστόπιτα** και **μουστοκούλουρα**, αλλά και τους **γκρακλιάνους** (ένα είδος μπακλαβά με σπιτικό τυλιχτό φύλλο, σουσαμέλαιο και άφθονα καρύδια, που σιροπιάζεται σε μέλι από μούστο). ☼



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΑΡΧΕΙΟ TRAVEL NOW



ΟΙ ΝΤΟΛΜΑΔΕΣ (ΣΑΡΜΑΔΕΣ) ΜΕ ΛΑΧΑΝΟ ΜΑΓΕΙΡΕΥΟΝΤΑΙ ΣΕ ΟΛΗ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ, ΙΔΙΑΙΤΕΡΑ ΟΜΩΣ ΣΤΗ ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΑΠΟΤΕΛΟΥΝ ΕΝΑ ΑΓΑΠΗΜΕΝΟ ΧΕΙΜΩΝΙΑΤΙΚΟ ΦΑΓΗΤΟ. ΤΗΝ ΠΕΡΙΟΔΟ ΤΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ, ΟΙ ΝΤΟΛΜΑΔΕΣ ΦΤΙΑΧΝΟΝΤΑΙ ΜΕ ΑΜΠΕΛΟΦΥΛΛΑ ΚΑΙ ΕΙΔΙΚΑ ΣΤΗ ΝΑΟΥΣΑ ΜΕ ΦΥΛΛΑ ΑΠΟ ΞΙΝΟΜΑΥΡΟ.



ΤΑ ΠΑΛΑΙΟΤΕΡΑ ΧΡΟΝΙΑ ΣΤΗ ΝΑΟΥΣΑ Η ΔΕΞΙΟΤΕΧΝΙΑ ΤΗΣ ΥΠΟΨΗΦΙΑΣ ΝΥΦΩΣ ΣΤΗΝ ΠΑΡΑΣΚΕΥΗ ΤΗΣ ΠΙΤΑΣ ΑΠΟΤΕΛΟΥΣΕ (ΜΑΖΙ, ΠΡΟΦΑΝΩΣ, ΜΕ ΤΗΝ ΠΡΟΙΚΑ) ΚΡΙΤΗΡΙΟ ΑΠΟΔΟΧΗΣ Ή ΑΠΟΡΡΙΨΗΣ ΕΝΟΣ ΠΡΟΣΕΝΙΟΥ.

ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΑΡΧΕΙΟ TRAVEL NOW



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΑΡΧΕΙΟ TRAVEL NOW



ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΕΣ: ΑΡΧΕΙΟ TRAVEL NOW



ΤΟ ΑΥΘΕΝΙΚΟΤΕΡΟ ΠΙΑΤΟ ΤΗΣ ΝΑΟΥΣΑΙΙΚΗΣ ΚΟΥΖΙΝΑΣ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΚΕΦΤΕΔΕΣ ΜΕ ΑΡΜΗ, ΜΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΠΑΝΕΥΚΟΛΗ ΚΑΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΑ ΠΕΝΤΑΝΟΣΤΙΜΗ.



ΤΙΣ ΕΠΟΧΕΣ ΠΟΥ ΔΕΝ ΜΠΟΡΟΥΣΕΣ ΝΑ ΕΧΕΙΣ Ο,ΤΙ ΘΕΛΕΙΣ ΟΛΟ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ, ΟΙ ΝΑΟΥΣΑΙΟΙ, ΓΙΑ ΝΑ ΕΧΟΥΝ ΠΑΝΤΟΤΕ ΤΗΓΑΝΗΤΗ ΜΕΛΙΤΖΑΝΑ ΓΙΑ ΝΑ ΣΥΝΔΕΥΟΥΝ ΤΟ ΤΣΙΠΟΥΡΟ Ή ΤΟ ΟΥΖΟ ΤΟΥΣ, ΤΗ ΔΙΑΤΗΡΟΥΣΑΝ ΣΤΗΝ ΑΡΜΗ. ΟΤΑΝ ΘΕΛΑΝ ΝΑ ΤΗΝ ΑΠΟΛΑΥΣΟΥΝ, ΤΗΝ ΞΑΛΜΥΡΙΖΑΝ ΚΑΙ ΤΗΝ ΤΗΓΑΝΙΖΑΝ. ΕΤΣΙ ΠΡΟΕΚΥΨΑΝ ΤΑ ΓΚΑΒΟΨΑΡΑ.



Η ΜΝΗΜΕΙΑΚΗ ΠΡΟΣΩΠΗ ΤΟΥ ΜΑΚΕΔΟΝΙΚΟΥ ΤΑΦΟΥ ΤΩΝ ΑΝΘΕΜΙΩΝ, ΟΨΙΜΟΣ 4^{ος} ΑΙ. Π.Χ. ΑΡΧΕΙΟ ΕΦΟΡΕΙΑΣ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΗΜΑΘΙΑΣ.

ΣΤΟΥΣ ΠΡΟΠΟΔΕΣ

του Βερμίου, εκεί όπου το φως διαχέεται μέσα από την πυκνή φυλλωσιά των πλατανιών, μέσα σε ένα εύφορο πεδινό τοπίο, απλώνεται μια πόλη σιωπηλή, αλλά παντοτινή. Η **αρχαία Μιέζα**, κάποτε αστικό κέντρο του μακεδονικού βασιλείου, κρύβει στα σπλάχνα της ένα σπάνιο πολιτιστικό απόθεμα: ένα γυμνάσιο όπου ο **Αριστοτέλης** δίδαξε τον **Αλέξανδρο**, θέατρο, μακεδονικούς τάφους με ζωγραφικά σύμπαντα, ιερά, επαύλεις και βασιλικές.

Η **δρ. Γεωργία Στρατούλη**, προϊσταμένη της Εφορείας Αρχαιοτήτων Κιλκίς και αναπληρώτρια προϊσταμένη της Εφορείας Αρχαιοτήτων Ημαθίας, γνωρίζει καλά τα στρώματα του χρόνου που κουβαλά η Νάουσα. Μιλά με πάθος για την ιστορική ταυτότητα του τόπου, για τις πρόσφατες ανασκαφές, τη σημασία της Μιέζας για την παιδεία και τον πολιτισμό και το μεγάλο στοίχημα: να αναδειχθεί αυτός ο τόπος όχι απλώς ως μνημειακός προορισμός, αλλά ως ένα ζωντανό αφήγημα, όπου η αρχαιότητα συνομιλεί με το σήμερα. Στο επίκεντρο αυτής της προσπάθειας βρίσκεται η επιθυμία να αναδειχθεί η Μιέζα όχι απλώς ως σκηνικό ανασκαφής, αλλά ως βιωματικός τόπος – εκεί όπου ο επισκέπτης δεν αρκείται να δει, αλλά καλείται να κατανοήσει, να συνδέσει, να αισθανθεί. Ένα φυσικό και πολιτιστικό τοπίο, όπου το παρελθόν δεν είναι «παγωμένο μάρμαρο», αλλά ενεργή μνήμη, έτοιμη να ενταχθεί στο μέλλον της περιοχής.

Για τη Νάουσα – μια πόλη με πυκνή ιστορία και βαθιά πολιτιστική ρίζα – η Μιέζα δεν είναι απλώς ένα αρχαιολογικό απόθεμα. Είναι ταυτότητα, είναι δυνατότητα, είναι ένα κεφάλαιο ακόμη ανοιχτό.

Μέσα σε αυτό το παλίμψηστο μνήμης και φυσικού κάλλους, η Γεωργία Στρατούλη μιλά στο Travel.now για όσα αποκαλύπτονται και για όσα ακόμη αναζητούν φωνή και φροντίδα. Με λόγο στοχαστικό, αλλά και

THE CULTURE ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ

Η ΔΡ. ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΡΑΤΟΥΛΗ,
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΤΗΣ ΕΦΟΡΕΙΑΣ
ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΚΙΛΚΙΣ
ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ
ΤΗΣ ΕΦΟΡΕΙΑΣ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΗΜΑΘΙΑΣ,
ΓΝΩΡΙΖΕΙ ΚΑΛΑ ΤΑ ΣΤΡΩΜΑΤΑ
ΤΟΥ ΧΡΟΝΟΥ ΠΟΥ ΚΟΥΒΑΛΑ Η ΝΑΟΥΣΑ.



Η ΔΡ. ΓΕΩΡΓΙΑ ΣΤΡΑΤΟΥΛΗ, ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ
ΤΗΣ ΕΦΟΡΕΙΑΣ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΚΙΛΙΚΙΑΣ ΚΑΙ ΑΝΑΠΛΗΡΩΤΡΙΑ
ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΤΗΣ ΕΦΟΡΕΙΑΣ ΑΡΧΑΙΟΤΗΤΩΝ ΗΜΑΘΙΑΣ.



πρακτικό, ξετυλίγει την ιστορία της αρχαίας Μιέζας και του σύγχρονου οράματος που τη συνοδεύει.

Ποια είναι η πολιτιστική και ιστορική ταυτότητα της Νάουσας;

Η Νάουσα έχει σημαντικό πολιτιστικό κεφάλαιο και ευδιάκριτο ιστορικό αποτύπωμα. Οικιστικά κατάλοιπα ήδη από το τέλος της 2ης χιλιετίας π.Χ. είναι μάρτυρες της ανθρώπινης δραστηριότητας στην περιοχή. Μία από τις σημαντικότερες πόλεις της «ερατεινής Ημαθίας» είναι η Μιέζα, η οποία αναπτύσσεται στους πρόποδες του Βερμίου, σε μια κατάφυτη περιοχή του μακεδονικού κάμπου στα ανατολικά της Νάουσας. Ανήκε στην περιοχή της αρχαίας Βοτταίας, που εκτεινόταν μεταξύ του Αλιάκμονα και του Αξιού ποταμού.

Η Μιέζα οργανώθηκε σε αστικό κέντρο πιθανότατα από τον Φίλιππο Β', τον 4ο αι. π.Χ. Από την εποχή αυτή και έως την κατάκτηση του μακεδονικού βασιλείου από τους Ρωμαίους το 168 π.Χ., η αρχαία πόλη ακμάζει και αναδεικνύεται σε μία από τις σημαντικότερες πόλεις της ευρύτερης περιοχής.

Ποια είναι η σημασία του θεάτρου της αρχαίας πόλης;

Το θέατρο της Μιέζας οικοδομείται πιθανόν στα χρόνια του Φιλίππου Β' και μέχρι τον 4ο αι. μ.Χ. αποτελούσε τοπόσημο για την πόλη.

Τι γνωρίζουμε για το γυμνάσιο της Μιέζας;

Και το οικοδομικό συγκρότημα του γυμνασίου της αρχαίας πόλης, στα βορειοανατολικά του θεάτρου, το οποίο εκτείνεται σε επιφάνεια περίπου 35 στρεμμάτων, υπήρξε σημαντικό σημείο αναφοράς. Οι ανασκαφές σε αυτό ξεκίνησαν τη δεκαετία του 1970 και από το 2024 συνεχίζονται συστηματικά, με επιστημονική υπεύθυνη την επίτιμη έφορο αρχαιοτήτων δρ. Αγγελική Κοτταρίδη.

Ο Αριστοτέλης διδάσκει εδώ –κατά την τριετία 343-340 π.Χ.– τον Αλέξανδρο και τους βασιλικούς παίδες, προετοιμάζοντας,

ουσιαστικά, τους μελλοντικούς ηγέτες της μετέπειτα ελληνιστικής οικουμένης.

Υπάρχουν άλλα γνωστά ή άγνωστα μνημεία της αρχαίας πόλης;

Η οικονομική ανάπτυξη της Μιέζας αντανακλάται και στα ταφικά μνημεία της. Τα σημαντικότερα από αυτά είναι οι μακεδονικοί τάφοι, που ανήκουν σε μέλη της αριστοκρατικής κοινωνίας των ελληνιστικών χρόνων. Τρεις από αυτούς –ο Τάφος της Κρίσεως, στην πρόσοψη του οποίου αναγνωρίζεται η όψη του προπύλου του ανακτόρου των Αιγών, των Ανθεμίων και των Λύσωνος και Καλλικλέους– φέρουν πλούσιο τοιχογραφικό διάκοσμο. Συγκαταλέγονται στα σπουδαιότερα ταφικά κτίσματα της μακεδονικής αρχιτεκτονικής και αποτελούν βασικές πηγές

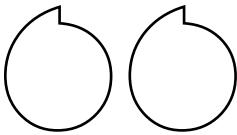
πληροφόρησης για τη χαμένη, σήμερα, αρχαία ελληνική ζωγραφική. Δυτικά της αρχαίας πόλης, στη θέση Ιοβόρια, σε ένα κατάφυτο, ειδυλλιακό φυσικό περιβάλλον με πολλές πηγές νερού, έχει ανασκαφεί ένα ιερό των νυμφών. Επίσης, έχουν εντοπιστεί εντυπωσιακά ψηφιδωτά δάπεδα σε ρωμαϊκές επαύλεις, καθώς και έργα γλυπτικής, όπως η προτομή του Όλγανου, του 2ου αι. μ.Χ., που εκτίθεται στο Αρχαιολογικό Μουσείο Βέροιας. Ψηφιδωτά δάπεδα αποκαλύφθηκαν ακόμη σε παλαιοχριστιανικά λουτρά, ενώ της ίδιας εποχής είναι και δύο βασιλικές, μαρτυρίες της πρώιμης χριστιανικής παρουσίας στην περιοχή.

Ποιο είναι το όραμα για το μέλλον;

Μέλημα της Εφορείας Αρχαιοτήτων Ημαθίας συνεχίζει να αποτελεί η ανάδειξη των εμβληματικών χώρων και των μνημείων της Μιέζας, ώστε, παράλληλα με τις Αιγές και τη Βέροια, να καταλάβει τον χώρο που της αναλογεί στον αρχαιολογικό χάρτη της Κεντρικής Μακεδονίας. Στο πλαίσιο της περαιτέρω ανάδειξης της αρχαίας πόλης προσβλέπουμε, επίσης, στη σύνδεση των ταφικών μνημείων μεταξύ τους, αλλά και με τις υπόλοιπες αρχαιολογικές νησίδες της αρχαίας πόλης (θέατρο, γυμνάσιο, νυμφαίο, επαύλεις κτλ.), καθώς και στην αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Παράλληλα, στοχεύουμε στην ψηφιακή παρουσίαση του κοινού οργανωμένων διαδρομών σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, σε σύνδεση με περιοχές φυσικού κάλλους, όπως το Βέρμιο και οι πηγές του Αγίου Νικολάου. Επιπλέον, αναγκαία θεωρείται η διασύνδεση των μνημείων με την πλούσια οινολογική παράδοση και γαστρονομία της περιοχής, καθώς και με εγκαταστάσεις και μουσεία της βιομηχανικής ιστορίας του τόπου.

Και στην περίπτωση της Νάουσας, η συμβολή του πολιτισμού στην ανάπτυξη του τόπου είναι πρόδηλη. Ωστόσο, αυτή μπορεί να εκτοξευθεί με συνέργειες και συμπράξεις του δημόσιου και του ιδιωτικού τομέα. 🌱



Στοχεύουμε στην ψηφιακή παρουσίαση στο κοινό οργανωμένων διαδρομών σε αρχαιολογικούς χώρους και μνημεία, σε σύνδεση με περιοχές φυσικού κάλλους, όπως το Βέρμιο και οι πηγές του Αγίου Νικολάου. Επιπλέον, αναγκαία θεωρείται η διασύνδεση των μνημείων με την πλούσια οινολογική παράδοση και γαστρονομία της περιοχής, καθώς και με εγκαταστάσεις και μουσεία της βιομηχανικής ιστορίας του τόπου.

THE EXPERTISE

ΟΣΑ

συμβαίνουν τα τελευταία χρόνια συνθέτουν ένα φιλόδοξο, μα καλά δομημένο όραμα: να γίνει η Νάουσα, η ιστορική πόλη της Ημαθίας, **σημείο αναφοράς για τη γνώση, την καινοτομία και τη σύνδεσή τους με τις ανάγκες της αγοράς και της κοινωνίας.** Με αφετηρία την **ιστορική ταυτότητα** της πόλης και τον **πολιτισμό του οίνου**, ο **δήμος Ηρωικής Πόλεως Νάουσας** προχωρά συντονισμένα σε συνεργασίες με **πανεπιστήμια, ερευνητικά κέντρα** και **θεσμικούς φορείς**, δημιουργώντας ένα **νέο υπόδειγμα περιφερειακής ανάπτυξης με επίκεντρο τη γνώση.**

Ακαδημία Οίνου: από την αγορά για την αγορά

Στην καρδιά αυτού του οράματος βρίσκεται η **ίδρυση της πρώτης Ακαδημίας Οίνου στην Ελλάδα** – μιας σχολής που φιλοδοξεί να **συνδέσει αλυσθείς την εκπαιδευτική διαδικασία με τις πραγματικές ανάγκες** του πιο εξωστρεφούς, ίσως, κλάδου της ελληνικής γεωργικής παραγωγής. Δεν πρόκειται για ένα θεωρητικό, ακαδημαϊκό σχήμα, αλλά για ένα εκπαιδευτικό ίδρυμα όπου **το πρόγραμμα σπουδών θα διαμορφώνεται σε συνεργασία με τις ίδιες τις οινολογικές επιχειρήσεις.** Ουσιαστικά, κάθε σπουδαστής θα καταρτίζεται βάσει των πραγματικών αναγκών για θέσεις εργασίας στον κλάδο, σε μια συνθήκη όπου η **επαγγελματική αποκατάσταση δεν είναι υπόσχεση, αλλά προοπτική μετρημένη με στατιστική ακρίβεια**, όπως λένε οι εμπνευστές του φιλόδοξου εγχειρήματος. Δημόσια σχολή με τη στήριξη του **δήμου Νάουσας** και της **ιδιωτικής πρωτοβουλίας**, η Ακαδημία Οίνου εκτιμάται ότι θα ξεκινήσει τη λειτουργία της **το φθινόπωρο του 2026.** Το προσεχές διάστημα αναμένεται να εισαχθεί προς ψήφιση το σχετικό νομοσχέδιο που θα ρυθμίζει όλες τις λεπτομέρειες για την ίδρυση τέτοιου είδους ακαδημιών και στη συνέχεια θα ξεκινήσουν οι διεργασίες για να ανοίξει η Ακαδημία τις πύλες της και να υποδεχθεί τους πρώτους σπουδαστές. Το όραμα, όμως, δεν σταματά στην αρχική εκπαίδευση. Η συνεργασία

Από την ιστορική κληρονομιά στην έρευνα και την καινοτομία

Η Νάουσα, γνωστή για το πλούσιο ιστορικό της αποτύπωμα και τον οινικό πολιτισμό της, διεκδικεί δυναμικά μια νέα ταυτότητα: αυτήν του σύγχρονου, πολυεπίπεδου εκπαιδευτικού και ερευνητικού κόμβου.

Κείμενο: ΣΟΦΙΑ ΠΑΠΑΔΟΠΟΥΛΟΥ

με το **Διεθνές Πανεπιστήμιο της Ελλάδας** ανοίγει τον δρόμο για τη **δημιουργία εξειδικευμένων εκπαιδευτικών προγραμμάτων**, εστιασμένων στη **μεταποίηση** και τον **πρωτογενή τομέα, με ιδιαίτερη έμφαση στον οίνο.** Το **Ξινόμαυρο** της Νάουσας –ένα

από τα πλέον εμβληματικά ελληνικά κρασιά, με διεθνή παρουσία και πορεία – δεν είναι πια μόνον η σημαία της οινολογικής παραγωγής στην περιοχή, αλλά και η **αφετηρία για επιστημονική έρευνα, ανάπτυξη και εξωστρέφεια.** Δήμος και Διεθνές Πανεπιστή-

μιο υπέγραψαν προγραμματική σύμβαση για την εκπόνηση και την εκτέλεση έργου με τίτλο «**Παροχή υπηρεσιών έρευνας για την ίδρυση και τη λειτουργία εκπαιδευτικών δομών τριτοβάθμιας εκπαίδευσης και επαγγελματικής κατάρτισης**

ΕΪΠΕ

ΝΙΚΟΣ ΚΟΥΤΣΟΓΙΑΝΝΗΣ
δήμαρχος Ηρωικής Πόλεως Νάουσας

στον δήμο Ηρωικής Πόλεως Νάουσας. Και, όπως δηλώνει στο Travel.now ο πρύτανης του Διεθνούς Πανεπιστημίου, **Σταμάτης Αγγελόπουλος**, πρόκειται για μια καθ' όλα εμβληματική κίνηση: **«Θέλουμε προγράμματα που να έχουν σχέση με την αγροτική παραγωγή, τη μεταποίηση, τον τουρισμό»**, τονίζει ο κ. Αγγελόπουλος, εξηγώντας ότι υπάρχουν σκέψεις αφενός μεν για τον **σχεδιασμό και την ανάπτυξη ενός μεταπτυχιακού προγράμματος σπουδών σχετικού με τον πρωτογενή τομέα** (κυρίως θέματα καινοτομίας, όπως η ψηφιακή γεωργία και η πιστοποίηση προϊόντος, αλλά και **soft skills επικοινωνίας**), αλλά και για ένα **μεταπτυχιακό που θα έχει στόχευση στους δρόμους του κρασιού**, με κατευθύνσεις που θα κυμαίνονται από την παραγωγή και την **οινοποίηση** μέχρι και το **μάρκετινγκ οίνου**.

«Θέλουμε, επίσης, να αναπτύξουμε κάποιες **δράσεις για την υποστήριξη της καινοτομίας και της μεταλειτουργικής εκπαίδευσης**» προσθέτει ο κ. Αγγελόπουλος, επισημαίνοντας ότι «η μεταπτυχιακή εκπαίδευση μέσω του **Κέντρου Διά Βίου Μάθησης** είναι πιο ευέλικτη, επειδή μπορείς να κάνεις **προγράμματα μεταπτυχιακού τύπου από 20 μέχρι 400 ώρες**. Κατ' αυτόν τον τρόπο, έχουμε **μεγάλο εύρος ευελιξίας**, ενώ ταυτόχρονα **κοιτάμε και την τοπική οικονομία**».

ΕΚΕΤΑ: η έρευνα ριζώνει στην ύπαιθρο

Στον ίδιο άξονα έρχεται να προστεθεί η ίδρυση **παραρτήματος του Εθνικού Κέντρου Έρευνας και Τεχνολογικής Ανάπτυξης (ΕΚΕΤΑ) στη Νάουσα**. Το νέο ερευνητικό κέντρο θα εξειδικευτεί στους τομείς της **Αγροτεχνολογίας**, της **Αγροδιατροφής** και των **Agrologistics**, καλύπτοντας **όλο το φάσμα από τον αγρό μέχρι το ράφι**. Η δημιουργία **πειραματικού αγρού** και η **αξιοποίηση δημοτικών υποδομών** υπογραμμίζουν την **πρόθεση να γίνει η πόλη ζωντανό εργαστήριο καινοτομίας**.

«Αυτό που κάνουμε αυτήν τη στιγμή με τον δήμο είναι να πάρουμε **ένα νεοκλασικό κτήριο** –και μάλιστα από τα πρώτα της κλωστοϋφαντουργίας, ένα πολύ

ΟΙ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΕΣ, ΟΙ ΜΕΓΑΛΟΙ ΜΑΣ «ΓΙΓΑΝΤΕΣ»

«Θξιδέρκεια και τόλμη – αυτά είναι για εμένα τα χαρακτηριστικά του επιστήμονα, έτσι τους έβλεπα από μικρό παιδί αυτούς τους γίγαντες που μας πηγαίνουν έξω, μακριά, στο βάθος του διαστήματος, αλλά και μέσα, στο βάθος του γενετικού μας κώδικα. Τους καλωσορίζουμε, τους φιλοξενούμε και θα τους βοηθήσουμε στο χρήσιμο έργο τους. Θα είναι το ζωντανό παράδειγμα για τα παιδιά μας, θα είναι οι εμπνευστές και οι δάσκαλοι για τα σημερινά κορίτσια και τα αγόρια που αύριο θα κάθονται σ' αυτήν την αίθουσα, θα καλλιεργούν τη γη μας, θα συνδημιουργούν τις θεωρίες και τις τεχνολογίες του αύριο, θα παράγουν εκλεκτά προϊόντα και υπηρεσίες εδώ, στον τόπο τους, στη Νάουσα και τα όμορφα χωριά της».

ΑΠΟΚΕΝΤΡΩΜΕΝΗ ΕΠΙΣΤΗΜΟΝΙΚΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ: ΕΥΡΩΠΑΪΚΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ, ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΑΠΟΦΑΣΗ

«Δεν είναι λίγα τα κυριόφρα ευρωπαϊκά ινστιτούτα και τα ερευνητικά κέντρα που διαλέγουν να αποκεντρώσουν τα τμήματά τους σε μικρότερες πόλεις και αγροτικά περιβάλλοντα, για να προσφέρουν καλύτερες συνθήκες ζωής στους ερευνητές τους, αλλά και για να αναζωογονήσουν τις τοπικές κοινωνίες. Το θηριώδες γερμανικό Φράουνχόφερ λειτουργεί 76 ινστιτούτα και ερευνητικές μονάδες σε όλη τη Γερμανία. Το CERN –ποιος δεν ξέρει το CERN–, το Ευρωπαϊκό Κέντρο Πυρηνικής Φυσικής, δεν είναι στη Γενεύη, αλλά σε χωριστά όρια στα γαλλοελβετικά σύνορα. Τι καταλαβαίνουμε, επομένως; Ότι δεν είναι καθόλου απίθανο, ότι δεν είναι μια τρέλα του Μπεκίάρη και του Κουτσογιάννη το ΕΚΕΤΑ στη Νάουσα. Είναι, απλώς, ευρωπαϊκή πρακτική – και σήμερα γίνεται ταλπηρή, ελληνική απόφαση».

ΝΑΟΥΣΑ-ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ: ΤΟ ΞΕΠΕΡΑΣΜΕΝΟ ΔΙΠΟΛΟ ΚΕΝΤΡΟ-ΕΠΑΡΧΙΑ

«Είναι πιο μακριά απ' όσο το Σέβενσας του Κεντ από το Λονδίνο; Ή το Πέτερσφιλντ του Χάμσάιρ, όπου θέλεις μία ώρα με το τρένο για να πας στο Λονδίνο; Δεν είναι μόνον η Αγγλία. Γύρω από το Παρίσι συμβαίνει το ίδιο – από και προς τη Σεβρέζ, που απέχει 45 λεπτά από το Παρίσι, μετακινούνται καθημερινά άνθρωποι που προτιμούν να ζουν μέσα στη φύση, σε εκείνον τον παράδεισο του χάνινγκ, παρά στην πόλη. Για να μη σας πω για τον Άγιο Στέφανο στην Αττική, που είναι πιο μακριά από το κέντρο της Αθήνας απ' όσο η Νάουσα από την πλατεία Αριστοτέλους – το αστέρι που λέγεται για τον Άγιο Στέφανο είναι ότι δεν είναι βόρειο προάστιο της Αθήνας, αλλά νότιο της Θήβας. Ήρθε ο καιρός να ξεφύγουμε από το δίπολο κέντρο-επαρχία. Η Γερμανία που ανέφερα προηγουμένως έχει μόλις τέσσερις πόλεις με πληθυσμό πάνω από το εκατομμύριο, σε μια χώρα 85 εκατομμυρίων. Όταν μιλάμε για αποκεντρωση και εδώ, στην Ελλάδα, πρέπει να πάψουμε να εννοούμε μόνο την Πλατεία με τις δημόσιες υπηρεσίες της, τις τράπεζες και τα ταχυδρομεία».

εμβληματικό κτήριο–, το οποίο ο δήμος αναβάθμισε ώστε να είναι ενεργειακά ουδέτερο, μαζί με 100 στρέμματα. Εκεί θα αναπτύξουμε ένα **πάρτημα εστιασμένο στην Τεχνολογία Αγροτικής Ανάπτυξης**, στα **Agrologistics** και σε οτιδήποτε άλλο σχετικό, με **έμφαση στα τοπικά προϊόντα**, όπως η **οινοποιία** και τα **εσπεριδοειδή**, και βέβαια πάντοτε με **τριπλή στόχευση: καινοτομία, έρευνα, ανάπτυξη**» εξηγεί, μιλώντας στο Travel.now, ο πρόεδρος του ΕΚΕΤΑ, **Ευάγγελος Μπεκιάρης**. «Σε πρώτη φάση, έχουμε **εργαστήρια** (που θα αναπτυχθούν από το Ινστιτούτο Αγροτεχνολογίας και από τα υπόλοιπα ινστιτούτα), τα οποία έχουν να κάνουν με **ερευνητικά θέματα**, ώστε να μπορέσουμε να **προσελκύσουμε εθνικές και ευρωπαϊκές χρηματοδοτήσεις**. Σχεδόν ταυτόχρονα, αλλά και **σε δεύτερη φάση**, θα προχωρήσουμε σε **συνανάπτυ-**

ξη ερευνητικών προϊόντων, αλλά και προϊόντων μέσα από συνεργασίες με τοπικούς φορείς – π.χ. οινοποιεία, κλωστοϋφαντουργεία κ.ά. **Σε τρίτη φάση** σκεφτόμαστε να δημιουργήσουμε και ένα **εκπαιδευτικό κομμάτι** (καθώς το κτήριο είναι πολύ μεγάλο), όπου θα προσφέρουμε **εκπαίδευση και πιστοποίηση σε νέες τεχνολογίες στην αγροτική παραγωγή**», καταλήγει ο κ. Μπεκιάρης.

Σχολή Αστυφυλάκων: η επιστροφή ενός θεσμού

Την ίδια ώρα, η επαναλειτουργία (το 2023, μετά από μία δεκαετία απουσίας) της **Σχολής Αστυφυλάκων** ενισχύει περαιτέρω το εκπαιδευτικό προφίλ της πόλης. Με σχεδόν **600-700 σπουδαστές (οι μισές γυναίκες)**, η σχολή συνδέει την αστυνομική εκπαίδευση με τα σύγχρονα ευρωπαϊκά πρότυπα. Παράλληλα, η παρουσία των σπουδαστών **τονώνει την**

τοπική οικονομία, με άμεσο αντίκτυπο στην **αγορά στέγασης και εστίασης**.

Οραμα για ένα εκπαιδευτικό campus

Στο φόντο όλων αυτών, ακόμη μία φιλόδοξη πρόταση έρχεται να συμπληρώσει το παζλ: **η μετατροπή τώως βιομηχανικών εγκαταστάσεων σε εκπαιδευτικό campus** – έναν χώρο όπου θα συγκλίνουν η **εκπαίδευση**, η **έρευνα** και ο **πολιτισμός**. Παράλληλα, προωθείται η **παραχώρηση στον δήμο της τώως μαθητικής κατασκήνωσης της Αγίας Τριάδας**, ώστε να αναπτυχθούν εκεί **δράσεις με αναπτυξιακό και κοινωνικό χαρακτήρα**.

Ταυτόχρονα, ο **δήμος Ηρωικής Πόλεως Νάουσας** και το **Ευρωπαϊκό Ινστιτούτο Επικοινωνίας** (European Communication Institute – ECI) προχωρούν σε μια σημαντική συνεργασία με την **υπογραφή μνημονίου** που στοχεύει στην **υλοποίηση εκπαιδευτικών και δημοσιογραφικών δράσεων** υψηλής προστιθέμενης αξίας για την περιοχή.

Συγκεκριμένα, το μνημόνιο προβλέπει τη **δημιουργία μεταπτυχιακού προγράμματος για βαλκάνιους επικοινωνητές**, καθώς και τη **διοργάνωση πανελλαδικού συνεδρίου**, με την υποστήριξη της **Ενώσης Συντακτών Μακεδονίας-Θράκης (ΕΣΗΜ-Θ)** και της **Πανελληνίας Ομοσπονδίας Ενώσεων Συντακτών (ΠΟΕΣΥ)**. Οι πρωτοβουλίες αυτές αναμένεται να ενισχύσουν την **εξωστρέφεια** και την **εκπαιδευτική δραστηριότητα** του δήμου Νάουσας, αναδεικνύοντας τον ρόλο του ως **περιφερειακού κόμβου γνώσης και διαλόγου**.

Από την ιστορική μνήμη στην εκπαιδευτική αναγέννηση

Μέσα από αυτές τις πρωτοβουλίες, η **πόλη επαναασυρτήνεται** ως τόπος ζωντανής ιστορικής μνήμης, αλλά και ως **παράδειγμα περιφερειακής ανάπτυξης με βάση τη γνώση, τη δημιουργικότητα και τον στρατηγικό σχεδιασμό**. Όπως το παρελθόν της Νάουσας σφυρηλατήθηκε από **ηρωισμό** και **ανθεκτικότητα**, έτσι και το μέλλον της χτίζεται πάνω σε **θεμέλια γνώσης, καινοτομίας και δημιουργίας**.

THE LOCALS

Ελεάννα Ταμπούρη

Όταν το σακάκι γίνεται γλώσσα ταυτότητας

ΟΙ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΟΙ ΤΗΝ ΕΜΑΘΑΝ ΩΣ ΣΧΕΔΙΑΣΤΡΙΑ ΤΟΥ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΟΥ ΣΑΚΑΚΙΟΥ ΠΟΥ ΣΥΖΗΤΗΘΗΚΕ ΠΟΛΥ ΣΤΟΥΣ ΕΟΡΤΑΣΜΟΥΣ ΤΗΣ ΕΠΕΤΕΙΟΥ ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗΣ. Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΗΣ ΟΜΩΣ ΕΧΕΙ ΠΟΛΥ ΠΕΡΙΣΣΟΤΕΡΕΣ... ΠΤΥΧΕΣ.

Κείμενο: ΑΓΓΕΛΟΣ Ν. ΒΑΣΙΟΣ | Πορτρέτο: ΝΙΚΗΘΟΡΟΣ ΝΤΕΜΠΟΣ

Η ΝΑΟΥΣΑΙΑ ΣΧΕΔΙΑΣΤΡΙΑ

Ελεάννα Ταμπούρη είναι μία από εκείνες τις Ελληνίδες που, ακόμμη και εν μέσω πανδημίας, αναγνώρισε μία ανάγκη και την έκανε ευκαιρία. Το λανσάρισμα του brand της, του **Nevro Blazer**, στην ελληνική αγορά έγινε τον Δεκέμβριο του 2020, στη διάρκεια του δεύτερου κύματος της Covid-19. Δύο μήνες αργότερα ήρθε η πρώτη μεγάλη αναγνώριση, όταν το μπλέιζερ **Evzon** από την capsule συλλογή **Thourios** φορέθηκε από την πρόεδρο της επιτροπής «Ελλάδα 2021», **Γιάννα Αγγελολοπούλου**, στο πλαίσιο των εορτασμών για τα 200 χρόνια από την ελληνική επανάσταση.

Συζητώντας μαζί της στο στούντιό της στο κέντρο της Θεσσαλονίκης, τη ρωτώ πόσο την επηρέασε ως σχεδιάστρια η καταγωγή της από έναν τόπο με τόσο βαρύ ιστορικό αποτύπωμα: «Η Ελλάδα συνολικά προσφέρει απλόχερα **έμπνευση** – πόσο μάλλον η πόλη όπου γεννήθηκα, η οποία έχει τεράστιες ιστορικές καταβολές» απαντά. «Αν και το Nevro δεν σχεδιάζει προϊόντα με βάση την παράδοση, στην ειδική συλλογή που ήταν αφιερωμένη στην Ελλάδα είχα τόσο πλούσιο πολιτισμικό υπόβαθρο από τον τόπο μου, που, ουσιαστικά, **η πληροφορία με καθοδηγήσε μόνη της**. Η **Μακεδονία** ήταν για εμένα **μία βάση brand storytelling**. Όχι έμπνευση με τη ρομαντική έννοια, αλλά **πολιτισμικό positioning**. Η παράδοση προσφέρει **αυθεντικότητα** και **βάθος** – και αυτό είναι κάτι που, πλέον, ζητούν οι διεθνείς αγορές: όχι απλώς design, αλλά **contextual design**, με συνέπεια και ταυτότητα. Δεν χρειάστηκε να εφεύρω αφήγημα – ήταν ήδη εκεί. Το μόνο που χρειαζόταν ήταν σωστή μεταφορά σε ένα σύγχρονο, καθαρό design».

Ήταν αυτή η σωστή ανάγνωση των αναγκών της αγοράς που την ώθησε να ασχοληθεί με τη μόδα, παρά το ότι οι **σπουδές** της (στη Διοίκηση Επιχειρήσεων), αλλά και η **οικογενειακή παράδοση** (η οικογένειά της λειτουργεί το **boutique hotel Palea Poli** στη **Νάουσα** – εξ ου και το μεταπτυχιακό της Ελεάννας στα ξενοδοχειακά) ήταν πιθανότερο να την οδηγήσουν προς άλλες κατευθύνσεις.

«Η απόφαση να δημιουργήσω το Nevro δεν βασίστηκε μόνο σε προσωπικό πάθος, αλλά και σε μια **στρατηγική ανάγνωση της αγοράς**» σχολιάζει, όταν τη ρωτώ σχετικά. «Το **σακάκι**, στο οποίο εστιάζουμε, είναι ίσως **το πιο πολυμορφικό ένδυμα** της γκαρνταρόμπας: φοριέται από το πρωί ως το βράδυ, από τα περισσότερα επαγγέλματα, σε προσωπικό και επαγγελματικό επίπεδο, ανεξαρτήτως ηλικίας. **Δεν είναι απλώς ρούχο. Είναι 'δομή'**. Το Nevro ξεκίνησε περισσότερο ως μία επένδυση σε μια ανελαστική ανάγκη της αγοράς: την ανάγκη για **διαχρονικότητα, δομή** και **identity-based dressing**. Συνειδητοποίησα ότι έλειπε μια ελληνική πρόταση που να το αντιμετωπίζει

όχι ως συνοδευτικό, αλλά ως κεντρικό εργαλείο έκφρασης και παρουσίας, με ποιοτικά υλικά, ουσία και χαρακτήρα. Με τη ματιά μου από τον χώρο της φιλοξενίας και της επιχειρηματικότητας, αντιμετώπισα τη μόδα ως ένα νέο σύστημα αξιών, όχι ως 'ακόμη ένα brand'. Το ότι προέρχομαι από τον χώρο της φιλοξενίας με βοήθησε να καταλάβω τον τελικό χρήστη καλύτερα από πολλούς insiders – ξέρω πώς να δημιουργώ εμπειρίες, όχι μόνο προϊόντα».

Γιατί όμως αυτή η εξειδίκευση στο σακάκι; «**Απευθυνόμαστε σε μια στρατηγικά επιλεγμένη target persona**» εξηγεί η κυρία Ταμπούρη. «Γυναίκες που επενδύουν στη δική τους visual authority και χρειάζονται δομή στο ντύσιμο χωρίς να χάσουν την ταυτότητά τους. Δεν τους αρκεί απλώς να είναι καλοντυμένες – θέλουν να δηλώνουν θέση μέσω του ρούχου. Το **σακάκι** είναι ένα ένδυμα που δίνει δομή όχι μόνο στο σώμα, αλλά και στο βλέμμα του άλλου απέναντί σου. Είναι **ένα εργαλείο επιρροής και διαπραγμάτευσης**. Το Nevro προσφέρει non-verbal communication assets με αισθητική, υλικά και κατασκευή που ενισχύουν το authority κάθε πελάτισσας. Είναι ρούχο με υπόσταση, ένα εργαλείο ενδυνάμωσης».

Τόλην επί δύο

Η Ελεάννα Ταμπούρη ήταν **διπλά τολμηρή**, λανσάροντας το εγχείρημά της. Επέλεξε να ξεκινήσει όχι απλώς **εν μέσω πανδημίας**, μίας από τις μεγαλύτερες παγκόσμιες προκλήσεις των καιρών μας, αλλά και **με αφετηρία τη Νάουσα**, μακριά από την Αθήνα και τις δυνατότητες που αυτή προσφέρει.

«Η πρόκληση δεν ήταν μόνον η πανδημία» αναφέρει. «Ξεκινήσαμε τον Ιανουάριο του 2021 σχεδόν από το μηδέν και μέσα σε λίγους μήνες έπρεπε να ολοκληρώσουμε **καμπάνια, σχεδιασμό, παραγωγή, φωτογράφιση, branding** και **στρατηγική επικοινωνίας**. Αυτό που βοήθησε ήταν η συγκέντρωση. Όπως λέει και ο **Μέγας Βασίλειος**, 'αρχή καθάρσεως της ψυχής, η ησυχία'. Και, πραγματικά, αυτή η **ησυχία** και η **απομόνωση** της πανδημίας μού έδωσαν το περιβάλλον που χρειαζόμουν για να ξεδιπλώσω το κόνσεπτ του Nevro, να δω τα πράγματα καθαρά και να λειτουργήσω αποφασιστικά. Όσο για την **απόσταση από την Αθήνα**, αντί να είναι εμπόδιο, έγινε **στοιχείο positioning**. Το Evzon ήταν το **proof of concept**. Φυσικά, η τύχη και η θεία βοήθεια έπαιξαν τον ρόλο τους».

Η πορεία από το ξεκίνημα του Nevro Blazer ως σήμερα είναι τεκμήριο ότι η Ελεάννα Ταμπούρη έχει απόλυτο δίκιο. Άλλωστε, τα best seller σακάκια που ακολούθησαν το Evzon επιβεβαιώνουν τη δυναμική πορεία μιας εταιρείας που μέσα σε ελάχιστα χρόνια έχει καταφέρει να γίνει **ένα από τα πιο επιτυχημένα ελληνικά monobrand**s. 🌟



THE LOCALS

Κωνσταντίνος Μπισούκης

Ο κοσμογυρισμένος Ναουσαίος που γεννήθηκε μέσα στον καφέ

ΜΕΤΑ ΑΠΟ ΔΥΟ ΔΕΚΑΕΤΙΕΣ ΠΕΡΙΠΛΑΝΗΣΗΣ, Ο ΔΡΟΜΟΣ ΤΟΝ ΕΦΕΡΕ ΠΙΣΩ
ΣΤΑ ΠΑΤΡΙΑ, ΟΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΕ ΤΟ ΚΑΦΕΚΟΠΤΕΙΟ ΚΑΦΕΛΛΗΝΙΟΝ
ΣΤΟ ΠΑΛΙΟ ΠΑΝΤΟΠΩΛΕΙΟ ΤΟΥ ΘΕΙΟΥ ΤΟΥ. ΕΚΕΙ ΟΠΟΥ ΑΓΑΠΗΣΕ ΤΟΝ ΚΑΦΕ.

Κείμενο: ΓΙΑΝΝΗΣ ΠΑΠΑΔΗΜΗΤΡΙΟΥ Πορτρέτο: ΝΙΚΗΦΟΡΟΣ ΝΤΕΜΠΟΣ

ΜΙΚΡΟ ΠΑΙΔΙ

Θυμάται τον θείο του, **Παντελή Γκέκα**, να καβουρδίζει ελληνικό καφέ στο παντοπωλείο που διατηρούσε **μετά το 1950 και για πολλές δεκαετίες** στη **Νάουσα**. Μπορεί ακόμη να φέρει στον νου τη μυρωδιά του καφέ, τις εικόνες με τον θείο του μπροστά από το μικρό ψητικό μηχανήμα, την απόλαυση στα πρόσωπα των πελατών, τα τοπικά προϊόντα που μοσχοβολούσαν. Στην περίπτωση του πενήντα τεσσάρων χρόνων σήμερα **Κωνσταντίνου Μπισούκη** ισχύει το γνωμικό **«Το μήλο κάτω από τη μηλιά θα πέσει»**. Βέβαια, μέχρι να μπει σε «οικογενειακή» τροχιά, χρειάστηκε να κάνει –κυριολεκτικά– σχεδόν τον γύρο του κόσμου μέσα σε δύο δεκαετίες.

Δεκαοκτώ χρόνων έφυγε από τη Νάουσα και ξεκίνησε το τουρ της ζωής του. **Λατινική Αμερική, Ευρώπη, Θεσσαλονίκη, Αθήνα**. Λίγη **εστίαση**, αρκετή **γαστρονομία**, μπόλικος **καφές**. Πειραματιζόταν, ζούσε, έβγαζε τα προς το ζην, συγκέντρωνε εμπειρίες, γέμιζε το μυαλό του με εικόνες. Όσο φόρτωνε ο σκληρός δίσκος του μυαλού νέες εμπειρίες τόσο μέσα του ανοιγόταν ο δρόμος της επιστροφής στην πατρίδα. Ακούγοντάς τον να μιλάει για τόσα μέρη και τόπους, διακρίνω μια νοσταλγία για το **Περού**. Εκεί –και, συγκεκριμένα, στη **Λίμα**– έζησε επί σχεδόν μία τριετία: «Μιλούσα Ισπανικά, ναι. Είχα φτιάξει τη ζωή μου στο Περού. Τι θυμάμαι; Τις σεβιτοερίες, φυσικά» μονολογεί.

Το Καφελλήνιον

Με πολλές εμπειρίες στα μπαγκάζια του και με κληρονομιά την παιδική του αγάπη για τον καφέ, αποφασίζει **σε ηλικία 35 χρόνων** να γυρίσει στη **Νάουσα**. Γύρω στο **2004** παίρνει το εγκαταλελειμμένο οικογενειακό παντοπωλείο και το μετατρέπει σε ένα σύγχρονο καφεκοπτείο, το **Καφελλήνιον**. Εδώ ο κόσμος μπορεί να βλέπει το **άλεσμα** και το **καβούρδισμα** του καφέ, να ψωνίζει για το σπίτι, αλλά και να απολαμβάνει τον καφέ του στα λιγοστά τραπέζια. Τον ρωτάω για τις συνταγές καφέ που χρησιμοποιεί: **«Ο θείος μου άφησε παρακαταθήκη τη συνταγή για τον ελληνικό καφέ, που εκείνα τα χρόνια ήταν ο μοναδικός καφές. Πήρα λοιπόν τη συνταγή και οιγά οιγά, αποκτώντας με τα χρόνια εμπειρία, έφτιαξα ένα δικό μου μπλεντ, εξελίσσοντας την αρχική γεύση»** απαντά συγκινημένος.

Σαφώς, τα χρόνια προκαλούν συγκίνηση. Απόγονοι των πελατών του θείου του επισκέπτονται σήμερα το δικό του μαγαζί. Εκτός από τον διάσημο ελληνικό καφέ του, μεταποιεί **καφέ φίλτρου** και **εσπρέσο**. Άλλωστε, ήταν από τους πρώτους στην Ελλάδα που άρχισαν να ασχολούνται συστηματικά και σε βάθος με τον **specialty καφέ**. Σήμερα είτε αγοράζει πρώτη ύλη από εισαγωγείς είτε εισάγει ο ίδιος απευθείας καφέ-

δες από διάφορες χώρες, όπως για παράδειγμα από φάρμες στο Περού. «Πού έμαθα να καβουρδίζω; **Χρειάστηκαν πολλά χρόνια, πολλοί πειραματισμοί και πολλές παραμετροποιήσεις** – για παράδειγμα, η εναλλαγή των στροφών σε παραδοσιακό ψηστήρι ή η εναλλαγή της φλόγας», περιγράφει.

The Coffee Rawsters

Στην κουβέντα μας και με φόντο τη μαμά του, την **κυρία Τζοβάννα**, να εξυπηρετεί πελάτες, δεν γινόταν να μην τον ρωτήσω ποιο θεωρεί το μυστικό του καλού καφέ: **«Ο καλός καφές χρειάζεται καλή πρώτη ύλη, καλή διαχείριση του προϊόντος και, φυσικά, το κατάλληλο καβούρδισμα**. Δεν δέχονται όλοι οι καφέδες τα ίδια ψησίματα» απαντά. Εκτός από το Καφελλήνιον, συνεργάζεται με τον ναουσαίο οινοποιό **Απόστολο Θυμιόπουλο** στο πρότζεκτ **The Coffee Rawsters**. Ο ένας βάζει την αγάπη του για τον καφέ, ο άλλος το πάθος του για εκλεκτές γεύσεις και αρώματα. Καθόλου παράλογο, αφού, **σε κάποια σημεία, χαρακτηριστικά του καφέ, όπως η επίγευση και το σώμα, φέρουν ομοιότητες με τα αντίστοιχα του κρασιού**.

«Ασχολούμαστε αποκλειστικά με specialty καφέδες. Το βασικό μας μπλεντ είναι **Βραζιλία-Κολομβία**, ενώ φέρνουμε και κάποιους single-origin καφέδες από **Γουατεμάλα, Περού, Ελ Σαλβαδόρ** και άλλες χώρες. Είμαστε όλη την ώρα στο κυνήγι» σημειώνει χαμογελαστός. Το βασικό τους μπλεντ είναι ένας **γλυκύποτος καφές** με αρκετά **πλούσιο σώμα**, έντονες **νότες εσπεριδοειδών** και **ισορροπημένες οξύτητες**, αρκετά κοντά στη γευστική παλέτα των Ελλήνων. Σύντομα θα μπορεί να ξαναγεί τους πελάτες τους και στο **σύγχρονο roastery** που ετοιμάζουν ακριβώς **δίπλα στο οινοποιείο του Απόστολου Θυμιόπουλου, στον Τρίλοφο Ημαθίας**. Πού να το φανταζόταν, όταν μικρό παιδί έπαιζε με τα χαρμάνια του θείου του, ότι μια μέρα θα έφτανε όχι μόνο να έχει δικό του καφεκοπτείο, αλλά και να συμμετέχει σε ένα από τα πιο σύγχρονα roasteries της χώρας. Λίγο πριν τελειώσουμε την κουβέντα μας, συζητάμε για την πατρίδα του, **το παρελθόν και το μέλλον της Νάουσας**. Είναι αισιόδοξος: «Τα παιδικά μου χρόνια τα θυμάμαι με χαρά. Είχαμε πολύ καρναβάλι, ξέφρενα γλέντια, όλες αυτές τις μυρωδιές του τόπου, το πράσινο, τα κεράσια, τα φρούτα γενικότερα», λέει – και συνεχίζει με φανερό πάθος για τη Νάουσα: «Η πόλη έχει μια βαριά πολιτιστική κληρονομιά – άλλωστε, ο πολιτισμός είναι ένας από τους λόγους που βρίσκομαι εδώ. Αισθάνομαι μετά απ' όλα αυτά που γίνονται σε επίπεδο υποδομών στη χώρα και τη Μακεδονία ότι **η Νάουσα θα έχει μια πολύ θετική εξέλιξη**». Πράγματι: είναι ελάχιστες περιοχές στην Ελλάδα που συνδυάζουν με τόση απλοχεριά φύση, πολιτισμό, ιστορία και πλούσια αγροτική παραγωγή. ☼





no beaches!

Παραλίες δεν έχουμε!
Έχουμε όμως:

Πλούσια ιστορία

Ένα ζωντανό μωσαϊκό ιστορίας από τη Σχολή του Αριστοτέλη, όπου δίδαξε τον Μέγα Αλέξανδρο, τους βασιλικούς τάφους της Αρχαίας Μίεζας και της Βεργίνας, μέχρι το ταξίδι στη βιομηχανική κληρονομιά στο αναπαλαιωμένο εργοστάσιο της ΕΡΙΑ.

Άγρια φύση

Από το γαλήνιο πάρκο του Αγίου Νικολάου μέχρι τα μονοπάτια και τις πανοραμικές κορυφές του Βερμίου, που φιλοξενεί σκιέρ, πεζοπόρους και κρυμμένα ξωκλήσια, η φύση της Νάουσας σας προσκαλεί να πάρετε βαθιές αναπνοές και να την εξερευνήσετε.



visitnaoussa.gr



Ζωντανός πολιτισμός

Η Νάουσα σφύζει από ζωή με το έθιμο «Μπούλες & Γενίτσαροι», ένα ζωντανό τελετουργικό από παραδοσιακές φορεσιές, μουσική και λεβέντικο χορό, που πάλλεται από το πάθος και την υπερηφάνεια αιώνων, των κατοίκων της.

Θρυλικό κρασί

Περιηγηθείτε στους τοπικούς αμπελώνες, ξεναγηθείτε στα οινοποιεία και τα ατμοσφαιρικά κελάρια και απολαύστε μια εμπειρία γευσιγνωσίας παλαιωμένων κρασιών με πρωταγωνιστή το διάσημο Ξινόμαυρο.

Είτε απολαμβάνετε ένα ποτήρι κρασί κάτω από τις κληματαριές, είτε εξερευνάτε αρχαία μονοπάτια ή χορεύετε φορώντας τον «πρόσωπο»...

Η Νάουσα θα γίνει οι ιστορίες, η ψυχή και η γοητεία που θα θυμάστε για πάντα.



© 2023 PHOTO: Mar-Bella Collection.

Η ΣΥΝΑΝΤΗΣΗ ΤΟΥ ΘΕΡΟΥΣ

GREEK CHEFS ABROAD VOL. V: ΜΙΑ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΚΗ ΙΣΤΟΡΙΑ ΠΟΥ ΓΡΑΦΕΤΑΙ ΕΔΩ ΚΑΙ 5 ΧΡΟΝΙΑ

Το μεγάλο καλοκαιρινό ραντεβού του Ομίλου Mar-Bella Collection, που έχει γίνει πλέον θεσμός για τους εντός και εκτός συνόρων food connoisseurs, γιορτάζει τα πέντε χρόνια του παρέα με μερικούς από τους καλύτερους έλληνες σεφ που ζουν και εργάζονται στο εξωτερικό.



ΟΛΑ ΤΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΟΜΙΛΟΥ MAR-BELLA COLLECTION ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ ΣΤΟΥΣ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ ΤΟΥΣ ΜΙΑ ΜΕΓΑΛΗ ΠΟΙΚΙΛΙΑ ΑΠΟ ΕΞΑΤΟΜΙΚΕΥΜΕΝΕΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΑΠΟΚΛΕΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ, ΜΕ ΤΗΝ ΑΛΥΣΙΔΑ ΝΑ ΣΥΝΕΧΙΖΕΙ ΝΑ ΠΡΩΤΟΠΟΡΕΙ ΣΤΗΝ ΠΟΛΥΤΕΛΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΣΤΗΝ ΚΕΡΚΥΡΑ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΓΑ.



ΒΡΑΒΕΥΜΕΝΟΙ με αστέρια Michelin έλληνες σεφ επιστρέφουν στην Ελλάδα και στο **Greek Chefs Abroad**, για να μοιραστούν το εξαιρετικό τους ταλέντο και τις διεθνείς γαστρονομικές εμπειρίες τους. Πέντε χρόνια Greek Chefs Abroad, πέντε χρόνια δημιουργικής πορείας για το μοναδικό γαστρονομικό φεστιβάλ στην Ελλάδα (του **Ομίλου Mar-Bella Collection**) που είναι αφιερωμένο στους έλληνες σεφ που αναζητήσαν τη γαστρονομική τους έκφραση στο εξωτερικό και διαπρέπουν διεθνώς. Ως κεντρικό στοιχείο του φετινού προγράμματος, οι σεφ δημιουργούν **πρωτοποριακά μενού πέντε πιάτων**, που, μεταξύ άλλων, περιλαμβάνουν **ένα signature**

πιάτο, μια παραδοσιακή ελληνική συνταγή με σύγχρονη προσέγγιση και ένα πιάτο εμπνευσμένο από το προσωπικό τους ταξίδι στο εξωτερικό. Η δημιουργικότητα και η καινοτομία των κορυφαίων σεφ αποτελεί πηγή έμπνευσης για τη σύγχρονη ελληνική γαστρονομία. Φυσικά, **όλα τα μενού συνοδεύουν κρασιά του ελληνικού αμπελώνα.** «Είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι που, μέσω της συνεργασίας μας με διακεκριμένους και ταλαντούχους έλληνες σεφ του εξωτερικού, τους προσκαλούμε πίσω στην Ελλάδα, προσφέροντας στο κοινό της Mar-Bella Collection την ευκαιρία να ανακαλύψει τη γαστρονομική τους κουλτούρα» σημειώνει

ο διευθυντής Πωλήσεων και Marketing, **Περικλής Γομπάκης**. «Φέτος, πέντε διακεκριμένοι έλληνες σεφ παρουσιάζουν μενού εμπνευσμένα από **το διεθνές ταξίδι τους, την ελληνική τους κληρονομιά και την αφοσίωσή τους στα πιο εκλεκτά τοπικά υλικά**».

Ο Όμιλος Mar-Bella Collection Είναι ένας οικογενειακός όμιλος τεσσάρων πολυτελών και πολυβραβευμένων ξενοδοχείων πέντε αστέρων – όλα γύρω από το **Ιόνιο πέλαγος**. Κάθε ξενοδοχείο της Mar-Bella Collection έχει επιμεληθεί προσεκτικά, για να αναδείξει τη μοναδική γοητεία κάθε καταλύματος, ενώ παράλληλα διακρίνεται για την **εξχωριστή**

φυσιογνωμία του: από το πρώτο ξενοδοχείο του ομίλου, το εμβληματικό **MarBella**, το οποίο επαναπροσδιόρισε τις πολυτελείς διακοπές στην **Κέρκυρα** όταν άνοιξε **πριν από 50 χρόνια** (και σήμερα παρέχει μια **κορυφαία all-inclusive προσφορά** τόσο για ζευγάρια όσο και για οικογένειες) μέχρι το **adults-only Nido**, ένα **Small Luxury Hotel of the World**, που άνοιξε το **2018** και προσφέρει ένα γαλήνιο καταφύγιο για ζευγάρια. Το **Elix**, που εντάχθηκε στη συλλογή το **2021**, βρίσκεται στις ακτές του Ιονίου, **στη δυτική πλευρά της ηπειρωτικής Ελλάδας**. Είναι ο ιδανικός προορισμός για **ζευγάρια και οικογένειες με μεγάλα παιδιά** που αναζητούν



ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΤΟΥ ΦΕΤΙΝΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥ GREEK CHEFS ABROAD ΕΙΝΑΙ ΟΤΙ ΟΙ ΠΡΟΣΚΕΚΛΗΜΕΝΟΙ ΣΕΦ ΚΑΛΟΥΝΤΑΙ ΝΑ ΔΗΜΙΟΥΡΓΗΣΟΥΝ ΠΡΩΤΟΠΟΡΙΑΚΑ ΜΕΝΟΥ ΠΕΝΤΕ ΣΤΑΔΙΩΝ, ΠΟΥ, ΜΕΤΑΞΥ ΑΛΛΩΝ, ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΕΝΑ SIGNATURE ΠΙΑΤΟ, ΜΙΑ ΠΑΡΑΔΟΣΙΑΚΗ ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΣΥΝΤΑΓΗ ΜΕ ΣΥΓΧΡΟΝΗ ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ ΚΑΙ ΕΝΑ ΠΙΑΤΟ ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΟ ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥΣ ΤΑΞΙΔΙ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ.



© φωτογραφία: Mar-Bella Collection.

περιπέτειες στη φύση και συμπεριλήφθηκε στη **Hot List 2022** του **Condé Nast Traveller**.

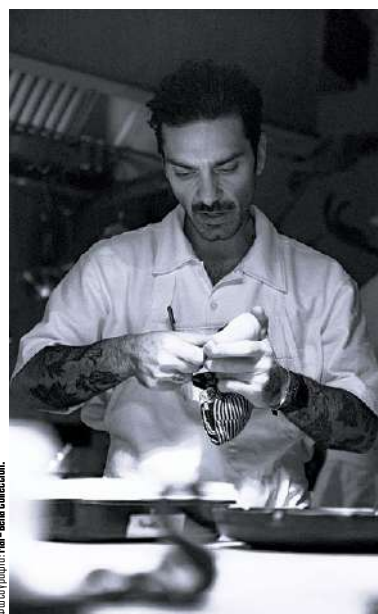
Αυτό το καλοκαίρι (2025) ανοίγει τις πόρτες του το **Avali**, το νεότερο μέλος της οικογένειας, έτοιμο να υποδεχτεί **ζευγάρια, φίλους, μεμονωμένους ταξιδιώτες** και **νεαρές οικογένειες με παιδιά άνω των 6 ετών**, που επιθυμούν παραθαλάσσιες διακοπές **χωρίς τυπικότητες και επιτηδευμένη πολυτέλεια**, αλλά **με όλες τις πέντε αστέρων υπηρεσίες** και τη σφραγίδα του ομίλου.

Όλα τα καταλύματα προσφέρουν στους επισκέπτες τους μια μεγάλη ποικιλία από **εξατομικευμένες δραστηριότητες** και **αποκλειστικές υπηρεσίες**, επιτρέποντάς τους να εξερευνήσουν τη γύρω περιοχή και την κουλτούρα της, με την αλυσίδα να συνεχίζει να πρωτοπορεί στην πολυτελή φιλοξενία στην **Κέρκυρα** και την **Πάργα**. 🌿



Τα λέμε, λοιπόν, στο καθιερωμένο μας ραντεβού!
Κλείστε τώρα τη διαμονή σας σε ένα από τα ξενοδοχεία της **Mar-Bella Collection**, καλώντας στο **T. +30 26610 71183** ή online στο **Marbella.gr**

Το πρόγραμμα →



© φωτογραφία: Mar-Bella Collection.

Γιώργος Καταράς

Σάββατο 28 Ιουνίου
Pearl, Elix

ΓΕΝΝΗΜΕΝΟΣ

στην Αθήνα και αρχικά μουσικός, ο Γιώργος Καταράς στράφηκε μετά την αποφοίτησή του στη μαγειρική και εκπαιδεύτηκε σε Παρίσι και Λονδίνο. Έχει εργαστεί σε κορυφαία εστιατόρια, όπως το Geranium στην Κοπεγχάγη, ενώ το δικό του βραβευμένο με αστέρι Michelin εστιατόριο στο Άμστερνταμ έκλεισε λόγω της πανδημίας. Σήμερα διευθύνει το CUE Amsterdam, ένα πρωτοποριακό listening bar που προσφέρει γαστρονομία και μουσική. Η κουζίνα του συνδυάζει βορειοευρωπαϊκή τεχνική με μεσασγειακή φρεσκάδα, δίνοντας έμφαση στην έκφραση μέσω της γεύσης. 🌿

Rendez-vous
#01



Φωτογραφία: Mar-Belle Collection.

Giorgio Pintzas Monzani

Σάββατο 12 Ιουλίου
Araggio, Nido

ΙΤΑΛΟΕΛΛΗΝΑΣ ΣΕΦ και συγγραφέας με βάση την Ιταλία, συνδέει την ελληνική και την ιταλική κουζίνα με δημιουργικότητα και σεβασμό στην παράδοση. Ο Giorgio Pintzas Monzani διδάσκει στο Congusto Institute, στο Μιλάνο, «παντρεύοντας» παραδοσιακά υλικά, όπως ο ελληνικός τραχανάς ή το τυρί πεκορίνο από την Αμφιλοχία με μοντέρνες τεχνικές, δημιουργώντας αριστουργήματα. Είναι επίσης σημαντική η συμμετοχή του σε γαστρονομικές εκδηλώσεις διεθνούς βεληνικού, όπως το Pitti Taste 2025 στη Φλωρεντία. 🌿

Rendez-vous
#02



Φωτογραφία: Mar-Belle Collection.

Αρσένιος Φουρκιώτης

Σάββατο 29 Αυγούστου
Pearl, Elix

ΕΓΚΑΤΕΣΤΗΜΕΝΟΣ στη Φινλανδία, ο Αρσένιος προβάλλει τη σύγχρονη ελληνική κουζίνα μέσω του δικού του μπιστρό, του Le Greco, στο Ελσίνκι και έχει αφιερώσει την τέχνη του στην ανάδειξη της κουζίνας της πατρίδας του – με σύγχρονο τρόπο. Δίνει έμφαση σε εποχικά υλικά και πιάτα με καθαρές, αυθεντικές γεύσεις. Το μενού ανανεώνεται πέντε φορές τον χρόνο και όλα τα στοιχεία παρασκευάζονται εντός του εστιατορίου – περιλαμβανομένων της πίτσας, του γιοουρτιού και του παγωτού. 🌿

Rendez-vous
#04



Φωτογραφία: Mar-Belle Collection.

Τάκης Παναγάκης

Πέμπτη 24 Ιουλίου
Araggio, Nido

ΓΕΝΝΗΜΕΝΟΣ και μεγαλωμένος στην Ελλάδα, ο βραβευμένος με αστέρι Michelin σεφ Τάκης Παναγάκης αγαπά να μαγειρεύει με τα πιο φρέσκα υλικά. Εργάστηκε στο Etrusco στην Κέρκυρα πριν μετακομίσει στην Ολλανδία, για να εμπλουτίσει την εμπειρία του σε εστιατόρια με αστέρι Michelin, όπως τα Harderwijk, Brouwerskolkje, Overveen και Mazie. Σήμερα ηγείται του δικού του εστιατορίου, του Elea, στη Χάγη, υπηρετώντας μια κουζίνα που χαρακτηρίζεται από ελληνικές επιρροές, δημιουργικότητα και καθαρές γεύσεις που «παντρεύουν» τεχνική και παράδοση. 🌿

Rendez-vous
#03



Φωτογραφία: Mar-Belle Collection.

Νίκος Κουλούσιος

Σάββατο 30 Αυγούστου
Araggio, Nido

ΑΚΟΜΗ ΕΝΑΣ διεθνής σεφ, γεννημένος στη Κοζάνη, με εμπειρία σε Ευρώπη, Αφρική και Μέση Ανατολή. Απόφοιτος των New England Culinary Art Institute και Claude Dornier-Schule Friedrichshafen και με διεθνή παρουσία (από την Ευρώπη ως την Αφρική και τη Μέση Ανατολή), συνέβαλε στην ίδρυση Σχολής Μαγειρικής Τέχνης στο Λίβανο. Έχει μαγειρέψει για βασιλικές οικογένειες, κυβερνήσεις και διασημότητες, με αποκορύφωμα τον γάμο του Χάρι με τη Μέγκαν και τους εορτασμούς για τα 70 χρόνια της βασίλισσας Ελισάβετ στον θρόνο – πάντοτε με έμφαση σε τοπικά υλικά. Το πάθος του γι' αυτά είναι αξιοσημείωτο – ιδιαίτερα η χρήση τρούφας, κρόκου και μελιού από την Κοζάνη, στοιχείων που του έχουν χάρισει σειρά διακρίσεων, συμπεριλαμβανομένου του τίτλου του Καλύτερου Σεφ στη Βόρεια Ελλάδα. 🌿

Rendez-vous
#05

Ταξίδια: η νέα πολυτέλεια

Λιγότερη χλιδή, περισσότερη αυθεντικότητα και εμπειρίες.

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ

του εύπορου ταξιδιώτη αλλάζει ριζικά – από τα πεντάστερα πρότυπα σε βιώματα που συγκινούν και μεταμορφώνουν. Στο πλαίσιο αυτό, η εποχή της πολυτέλειας στον τουρισμό όπως τη γνωρίζαμε, αλλάζει. Οι ταξιδιώτες υψηλού εισοδήματος αναζητούν πλέον κάτι περισσότερο από πολυτελείς ανέσεις και «χρυσά» στάνταρ. Θέλουν εμπειρίες που αφήνουν το δικό τους αποτύπωμα, που εμπνέουν και που προσφέρουν ουσιαστική σύνδεση με τον τόπο που επισκέπτονται. Τα συμπεράσματα αυτά προκύπτουν με σαφήνεια από την έκθεση **Luxury Travel Report 2025** της εταιρείας **The Harris Poll**, η οποία πραγματοποιήθηκε στις ΗΠΑ στο διάστημα Φεβρουαρίου-Μαρτίου 2025. Σε αυτήν **συμμετείχαν περισσότεροι από 500 εύποροι ταξιδιώτες** με ετήσιο οικογενειακό εισόδημα άνω των 250.000 δολαρίων, περιουσία άνω του 1 εκατ. δολαρίων και τουλάχιστον 10.000 δολάρια ετήσιες δαπάνες για ταξίδια αναψυχής. Για το **2025** οι συμμετέχοντες δηλώνουν ότι σκοπεύουν να πραγματοποιήσουν **κατά μέσο όρο οκτώ ταξίδια αναψυχής**, εκ των οποίων **τα τρία διεθνή**. Και, με

αυτό το δεδομένο, παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον οι αλλαγές στις προτιμήσεις τους.

«Δεν είμαστε όλοι ίδιοι»

Περίπου το 70% των συμμετεχόντων εξέφρασε **δυσανεμία για την «τυποποίηση» των εμπειριών** σε πολλά σύγχρονα ξενοδοχεία. Η έλλειψη ταυτότητας, ο πανομοιότυπος σχεδιασμός και η μη διαφοροποιημένη εξυπηρέτηση προκαλούν απογοήτευση. Οι ταξιδιώτες επιθυμούν διαμονή που αντανάκλα τον χαρακτήρα του προορισμού (όπως *boutique* ξενοδοχεία με τοπικά στοιχεία ή βίλες με αυθεντικό τοπικό ύφος).

Η στιγμή έχει αξία

Περισσότερο από το 80% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι **οι πιο αξέχαστες στιγμές στα ταξίδια τους προέρχονται από βαθιά προσωπικές συνδέσεις** με την κουλτούρα, την ιστορία και τους ανθρώπους ενός τόπου. Η πολυτέλεια σήμερα έρχεται μέσα από μεταμορφωτικές εμπειρίες, όπως μια ιδιωτική ξενάγηση σε ιστορικά μνημεία ή μια προσωπική γνωριμία με τοπικούς τεχνίτες.

Κωδικός «εξατομίκευση»

Η προσωποποιημένη εμπειρία

έχει πάψει να θεωρείται προνόμιο – πλέον, είναι προσδοκία. Το 89% των ερωτηθέντων δήλωσε ότι επιθυμεί **ξενοδοχεία που ενσωματώνουν αυθεντικά στοιχεία του τόπου** και προσφέρουν **πλήρως προσαρμοσμένες υπηρεσίες – από tailor-made προγράμματα ως τοπική γαστρονομία**.

Οι σύμβουλοι ταξιδιών παίζουν καθοριστικό ρόλο σε αυτήν τη μετάβαση, αναλαμβάνοντας την οργάνωση εμπειριών απόλυτα ευθυγραμμισμένων με τις επιθυμίες των πελατών τους.

Σύνδεση με τον τόπο

Για περισσότερο από το 90% των ταξιδιωτών πολυτελείας, **η βύθιση στην τοπική κουλτούρα είναι προτεραιότητα**. Επιλέγουν διαμονή σε αναπαλαιωμένα αρχοντικά, παραδοσιακά καταλύματα ή ιστορικές κατοικίες που «διηγούνται ιστορίες». Ο στόχος δεν είναι απλώς να μείνουν κάπου όμορφα, αλλά να συνδεθούν με την ιστορία και τις παραδόσεις του προορισμού.

Τα loyalty programs

Παρά τις αλλαγές, **τα προγράμματα πιστότητας συνεχίζουν να έχουν ατήχηση**. Το 82% των ερωτηθέντων δηλώνει ότι τα

προγράμματα αυτά προσφέρουν όχι μόνο συνέπεια στην ποιότητα και στα οφέλη, αλλά και αίσθηση ασφάλειας και αναγνώρισης. Λειτουργούν ως **εγγύηση** ότι οι προσδοκίες τους θα ικανοποιηθούν – ίσως και ότι θα ξεπεραστούν.

Στο διά ταύτα

Το συμπέρασμα είναι ξεκάθαρο: **ο εύπορος ταξιδιώτης του 2025 επαναπροσδιορίζει την έννοια της πολυτέλειας**. Δεν αρκείται σε ακριβά ξενοδοχεία ή υπηρεσίες πρώτης τάξεως. Επζητά το **προσωπικό, το αυθεντικό** και το **βιωματικό**. Θέλει ταξίδια που έχουν νόημα και αφήνουν **συναίσθηματικό αποτύπωμα**. Με δεδομένο ότι οι ταξιδιώτες αυτοί σχεδιάζουν περίπου οκτώ ταξίδια φέτος –σχεδόν τα μισά στο εξωτερικό–, ο παγκόσμιος χάρτης του πολυτελούς τουρισμού διαμορφώνεται εκ νέου. Μικρά, μοναδικά καταλύματα, εξειδικευμένοι ταξιδιωτικοί σύμβουλοι και πολιτισμικά εμπλουτισμένες εμπειρίες θα βρίσκονται στην πρώτη γραμμή αυτής της νέας εποχής. Κι αν το ζητούμενο είναι να μείνει το ταξίδι για πάντα στη μνήμη, τότε **η πολυτέλεια του μέλλοντος είναι αυτή που συγκινεί, που συγκλονίζει και που εμπνέει**. 🌍



Η ΠΡΟΣΠΟΙΟΙΗΜΕΝΗ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΕΧΕΙ ΠΑΦΕΙ ΝΑ ΘΕΩΡΕΙΤΑΙ ΠΡΟΝΟΜΙΟ – ΠΛΕΟΝ, ΕΙΝΑΙ ΠΡΟΣΔΟΚΙΑ.
ΤΟ 89% ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΘΕΝΤΩΝ ΔΗΛΩΣΕ ΟΤΙ ΕΠΙΘΥΜΕΙ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ ΠΟΥ ΕΝΣΩΜΑΤΩΝΟΥΝ ΑΥΘΕΝΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΚΑΙ ΠΡΟΣΦΕΡΟΥΝ
ΠΛΗΡΩΣ ΠΡΟΣΑΡΜΟΣΜΕΝΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ – ΑΠΟ TAILOR-MADE ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΑ ΩΣ ΤΟΠΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ.



ΟΙ RICH AND FAMOUS ΘΕΛΟΥΝ ΕΛΛΑΔΑ

*Εντυπωσιακή άνοδος της αγοράς πολυτελών ακινήτων
στη χώρα μας. Ποιο είναι το προφίλ των αγοραστών.*



Η ΑΘΗΝΑΪΚΗ ΡΙΒΙΕΡΑ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ ΤΗΣ ΖΗΤΗΣΗΣ, ΑΠΟΤΕΛΟΝΤΑΣ ΤΟ 17% ΤΩΝ ΣΥΝΟΛΙΚΩΝ ΑΙΤΗΜΑΤΩΝ. ΣΤΑΘΕΡΑ ΥΨΗΛΑ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΙΜΗΣΕΙΣ ΠΑΡΕΜΕΙΝΕ Η ΚΕΡΚΥΡΑ, ΚΑΤΑΛΑΜΒΑΝΟΝΤΑΣ ΤΗ 2η ΘΕΣΗ, ΕΝΩ ΤΗΝ ΠΡΩΤΗ ΠΕΝΤΑΔΑ ΣΥΜΠΛΗΡΩΣΑΝ ΤΟ ΚΕΝΤΡΟ ΤΗΣ ΑΘΗΝΑΣ, Η ΚΡΗΤΗ ΚΑΙ Η ΛΕΥΚΑΔΑ. Η ΜΥΚΟΝΟΣ ΕΠΕΣΕ ΣΤΗΝ 6η ΘΕΣΗ, ΜΕ ΤΑ REQUESTS ΝΑ ΣΗΜΕΙΩΝΟΥΝ ΠΤΩΣΗ ΠΟΥ ΑΓΓΙΞΕ ΤΟ 18% ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ ΤΟ 2023, ΕΝΩ ΠΤΩΣΗ ΚΑΤΕΓΡΑΨΑΝ ΚΑΙ ΤΑ ΝΗΣΙΑ ΤΗΣ ΤΗΝΟΥ, ΤΗΣ ΠΑΡΟΥ ΚΑΙ ΤΗΣ ΚΕΑΣ.



ΕΝΤΥΠΩΣΙΑΚΗ

άνοδο εμφανίζει η **αγορά πολυτελών ακινήτων** στη χώρα μας στη διάρκεια των τελευταίων ετών, με αποκορύφωμα το 2024, σύμφωνα με συγκλίνουσες εκτιμήσεις και έρευνες που βλέπουν το φως της δημοσιότητας, με την πλειονότητα των ενδιαφερόμενων να είναι εκτός Ελλάδος (χωρίς αυτό να σημαίνει ότι δεν υπάρχει ενδιαφέρον και από έλληνες επενδυτές, που είναι μάλιστα ανοδικό). Στη κορυφή της ζήτησης, η **Αθηναϊκή Ριβιέρα**, καθώς, μεταξύ άλλων, η διεθνής καμπάνια για το έργο του **Ελληνικού** έχει πολλαπλασιαστικά αποτελέσματα σε όλη την περιοχή. Ειδικότερα, σύμφωνα με το τρίτο **Market Report** από την **Greece Sotheby's International Realty**, που είδε το φως της δημοσιότητας, η δυναμική της ελληνικής αγοράς στον τομέα των ατόμων υψηλής καθακής οικονομικής θέσης παραμένει, με τις **συνολικές πωλήσεις** του οίκου **στην Ελλάδα** να αγγίζουν τα **500 εκατ. ευρώ στην πενταετία**.

Οι πρωταγωνιστές

Η **Αθηναϊκή Ριβιέρα** βρίσκεται σταθερά στην κορυφή το 2024, ενώ η **Μύκονος** βρίσκεται πλέον 6η σε αιτήματα ζήτησης. Το 2024 χαρακτηρίστηκε από αυξημένη δραστηριότητα, με τον δείκτη μετατροπής επιτόπιων υποδείξεων σε πωλήσεις να εκτοξεύεται από το 6,5% το 2023 στο 14,2% το 2024, υποδηλώνοντας την παρουσία πιο αποφασισμένων αγοραστών. Παράλληλα, τα ρεκόρ πωλήσεων που καταγράφηκαν στο **Ιόνιο** και το **Κεντρικό Αιγαίο** επιβεβαιώνουν ότι η ζήτηση παραμένει έντονη για κορυφαίες τουριστικές τοποθεσίες της χώρας. Ένα από τα πιο βασικά χαρακτηριστικά του 2024 υπήρξε, επίσης, η **μεγάλη εγχώρια αύξηση του ενδιαφέροντος**, που οδήγησε τους **Έλληνες στην πρώτη θέση**, αντιπροσωπεύοντας μερίδιο ύψους **16% επί της συνολικής ζήτησης**. Ακολουθούν (οριακά κοντά) οι **Ηνωμένες Πολιτείες**, με μερίδιο επίσης **16%**, παρότι παρουσίασαν μικρή μείωση κατά 4,3% σε σχέση με το 2023. Η τρίτη θέση ανήκει στο **Ηνωμένο Βασίλειο**, το οποίο κατέγραψε αύξηση **17%**. Στην πρώτη πεντάδα βρίσκονται, επίσης, η **Γαλλία** (μερίδιο **9%**) και

η **Γερμανία** (μερίδιο **4%**), παρότι αμφότερες σημείωσαν μικρές μειώσεις.

Σε ό,τι αφορά τις επιμέρους γεωγραφικές περιοχές, σύμφωνα με την έρευνα, η **Αθηναϊκή Ριβιέρα** βρίσκεται στην κορυφή της ζήτησης, αποτελώντας το 17% των συνολικών αιτημάτων (requests), ενώ, ταυτόχρονα, **το σύνολο της πρωτεύουσας** συγκέντρωσε το 30% της συνολικής ζήτησης. Σταθερά υψηλά στις προτιμήσεις παρέμεινε η **Κέρκυρα**, καταλαμβάνοντας τη 2η θέση, ενώ την πρώτη πεντάδα συμπλήρωσαν **το κέντρο της Αθήνας**, η **Κρήτη** και η **Λευκάδα**. Η **Μύκονος** έπεσε στην 6η θέση, με τα requests να σημειώνουν πτώση που άγγιξε το 18% σε σχέση με το 2023, ενώ πτώση κατέγραψαν και τα νησιά της **Τήνου**, της **Πάρου** και της **Κέας**.

Η σημαντική αύξηση του δείκτη μετατροπής στο 2024, όπως αναφέρει στο ΑΠΕ/ΜΠΕ και στον δημοσιογράφο **Αλέκο Λιδωρίκη** ο **Σάββας Σαββαΐδης**, πρόεδρος και διευθύνων σύμβουλος της Greece Sotheby's International Realty, οφείλεται σε έναν συνδυασμό παραγόντων. Κατ' αρχάς, η **πολιτική σταθερότητα** που ακολούθησε τις εκλογές του 2023, με τη δημιουργία μιας ισχυρής κυβερνητικής πλειοψηφίας, ενίσχυσε την εμπιστοσύνη των επενδυτών και των αγοραστών στην ελληνική οικονομία. Παράλληλα, η **αναβάθμιση της Ελλάδας σε επενδυτική βαθμίδα** από διεθνείς οίκους αξιολόγησης, όπως η **Fitch** και η **S&P**, σηματοδότησε μια θετική αλλαγή στην αντίληψη της χώρας ως ελκυστικού επενδυτικού προορισμού. Ακόμη ένας καθοριστικός παράγοντας ήταν η **περιορισμένη προσφορά ποιοτικών πολυτελών ακινήτων**, η οποία, σε συνδυασμό με την **αυξημένη ζήτηση**, οδήγησε σε ταχύτερες αποφάσεις αγοράς. Επιπλέον, η **αλλαγή στη νοοτροπία των αγοραστών**, ιδίως των διεθνών, οι οποίοι πλέον υιοθετούν μια προσέγγιση «*carpe diem*» («*άδραξε την ημέρα*»), έχει παίξει καθοριστικό ρόλο. Πολλοί επενδυτές δεν αγοράζουν πλέον μόνο με γνώμονα τη μελλοντική υπεραξία, αλλά **επιλέγουν κατοικίες που συνδυάζουν την επενδυτική αξία με την απόλαυση ενός αναβαθμισμένου τρόπου ζωής**.

Έλληνες από τη Διασπορά και το brain gain

Οι έλληνες αγοραστές πολυτελών κατοικιών, σύμφωνα με την έρευνα, αντιπροσωπεύουν το 16% της συνολικής ζήτησης. Όπως αναφέρει ο κ.Σαββαΐδης, αρχικά **υπάρχει μια ισχυρή ζήτηση από την ελληνική Διασπορά**, δηλαδή από επενδυτές ελληνικής καταγωγής που ζουν στο εξωτερικό και διαθέτουν υψηλή ρευστότητα. Αυτοί οι αγοραστές αναζητούν ελκυστικές τοποθετήσεις σε ακίνητα υψηλών προδιαγραφών, είτε ως μακροπρόθεσμη επένδυση είτε ως μια ευκαιρία να διατηρήσουν ισχυρούς δεσμούς με τη χώρα καταγωγής τους. Η Ελλάδα –και ιδιαίτερα περιοχές όπως η Αθηναϊκή Ριβιέρα και τα νησιά– προσφέρουν ιδανική ισορροπία μεταξύ συναισθηματικής σύνδεσης και ισχυρής επενδυτικής προοπτικής.

Παράλληλα, **ένα νέο δυναμικό κοινό έχει αρχίσει να αναδύεται μέσα από το φαινόμενο του brain gain**, καθώς πολλοί Έλληνες που είχαν μεταναστεύσει στη διάρκεια της οικονομικής κρίσης της προηγούμενης δεκαετίας επιστρέφουν στη χώρα. Πρόκειται κυρίως για άτομα με υψηλή εξειδίκευση, εμπειρία από αγορές του εξωτερικού και οικονομική σταθερότητα, που αναζητούν όχι μόνον ένα σπίτι, αλλά κι έναν τρόπο ζωής που συνδυάζει την ποιότητα ζωής με την επαγγελματική εξέλιξη. Επιπρόσθετα, **υπάρχει η κατηγορία των Ελλήνων που έχουν δημιουργήσει νέα οικονομική ευημερία τα τελευταία χρόνια**, είτε μέσα από επιχειρηματικές δραστηριότητες, τον τεχνολογικό τομέα και τις νεοφυείς επιχειρήσεις (startups) είτε μέσα από άλλες δυναμικές αγορές.

Η φορολογική πολιτική και οι ξένοι επενδυτές

Η **φορολογική πολιτική** της Ελλάδας αποτελεί σημαντικό παράγοντα ενίσχυσης της ελκυστικότητας της αγοράς πολυτελών ακινήτων, όμως παραμένει ένα πλεονέκτημα που **δεν έχει επικοινωνηθεί επαρκώς εκτός συνόρων**.

Το **καθεστώς Non-Dom** (καθεστώς μη μόνιμου κατοίκου) που παρέχει σημαντικά φορολογικά κίνητρα σε εύπορους επενδυτές θα μπορούσε να λειτουργήσει ως

καταλύτης για την προσέλκυση ατόμων υψηλότατης καθακής οικονομικής θέσης στη χώρα, όπως συμβαίνει ήδη σε ανταγωνιστικές αγορές. Άλλες χώρες με παρόμοιο ρυθμιστικό πλαίσιο έχουν αξιοποιήσει τη φορολογική τους πολιτική ως στρατηγικό εργαλείο προσέλκυσης κατοίκων, μετατρέποντας μια ελκυστική φορολογική ευκαιρία σε πραγματικές μετακινήσεις επενδυτών. «Η Ελλάδα διαθέτει όλα τα απαραίτητα στοιχεία –φορολογικά κίνητρα, υψηλή ποιότητα ζωής και ελκυστικές τοποθεσίες–, αλλά απαιτείται μια πιο στοχευμένη διεθνής προβολή, ώστε να μετατραπεί η θεωρητική ελκυστικότητα σε απτή ζήτηση και αύξηση των εγκαταστάσεων αυτής της κατηγορίας αγοραστών στη χώρα», σημειώνει ο κ.Σαββαΐδης.

Τα hotspots πολυτελών ακινήτων

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται δυναμική ανάπτυξη σε εναλλακτικούς προορισμούς, οι οποίοι έχουν αρχίσει να προσελκύουν αγοραστές υψηλού προφίλ. Ειδικά την τελευταία πενταετία έχουν καταγραφεί ρεκόρ πωλήσεων σε περιοχές όπως οι **Παξοί**, η **Ρόδος**, η **Κρήτη**, η **Λευκάδα** και η **Σύρος**, μεταξύ άλλων. Ωστόσο, η αγορά πολυτελών ακινήτων δεν λειτουργεί όπως ο τουρισμός, όπου ένας προορισμός μπορεί να αναδειχθεί απλώς από την επισκεψιμότητα.

Η προσέλκυση αγοραστών υψηλής καθακής θέσης (UHNWI) απαιτεί στοχευμένη και μακροχρόνια στρατηγική. Η ανάδειξη νέων hotspots δεν είναι αποτέλεσμα συγκυρίας, αλλά συντονισμένων προσπαθειών μάρκετινγκ, διεθνούς δικτύωσης και σωστής τοποθέτησης των ακινήτων στις κατάλληλες αγορές. «Σε αυτό το πλαίσιο, η δική μας συμβολή», αναφέρει ο Σάββας Σαββαΐδης, «δεν αποτυπώνεται απλώς σε αριθμούς πωλήσεων, αλλά στη θεμελίωση μιας αγοράς που δεν υπήρχε με τη σημερινή της μορφή πριν από μία δεκαετία. Η στρατηγική μας έχει συμβάλει καταλυτικά στη διεθνή προβολή των ελληνικών πολυτελών κατοικιών, καθιστώντας τη χώρα έναν από τους πλέον ελκυστικούς προορισμούς για αγοραστές υψηλού επιπέδου». 🌐



Η ΠΑΧΙΑ ΣΚΙΑ ΤΩΝ ΠΛΑΤΑΝΙΩΝ ΕΞΑΣΦΑΛΙΖΕΙ ΔΡΟΣΙΑ ΚΑΙ ΣΚΙΑ ΣΤΟΝ ΓΑΣΤΡΟΚΑΦΕΝΕ, ΠΟΥ ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΣΤΑ ΔΥΟ ΧΩΡΙΑ, ΕΝΑΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΠΙΟ ΟΜΟΡΦΟΥΣ ΟΡΕΙΝΟΥΣ ΟΙΚΙΣΜΟΥΣ ΤΟΥ ΝΗΣΙΟΥ, ΣΤΟ ΝΟΤΙΟ ΜΕΡΟΣ ΤΟΥ.

ΑΓΑΝΤΑ Πδη στις γεύσεις Ελλάδας

ΕΝΑΣ ΓΑΣΤΡΟΚΑΦΕΝΕΣ
ΣΤΑ ΔΥΟ ΧΩΡΙΑ
ΤΗΣ ΤΗΝΟΥ ΥΜΝΕΙ
ΤΟ ΕΛΛΗΝΙΚΟ ΚΡΑΣΙ
ΚΑΙ ΤΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ
ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΑΣ.



ΤΟ ΑΓΑΝΤΑ

είναι μια «φωλιά» ηρεμίας, γλεντιού, γαλήνης, χορού και νόστιμου φαγητού, την οποία σχηματίζουν πέντε πελώρια πλατάνια σε μια πλακόστρωτη πλατεία **στα Δύο Χωριά της Τήνου**.

Ανάλογα με την ώρα και το φως, ο **γαστροκαφενές** (που δημιουργήθηκε πριν από δύο χρόνια) αλλάζει ατμόσφαιρα. **Το πρωί** επικρατεί ηρεμία, με τον κόσμο να μαζεύεται σιγά σιγά στα ξύλινα τραπέζια για τον **πρώτο καφέ της ημέρας**, συνοδεία γεύσεων της Τήνου, όπως το πιάτο «**Τα αβγά αλλιώς**» με **ντόπιο λουκάνικο** και η **πίτα ημέρας με υλικά από το νησί**. Όσο περνάει η ώρα και φτάνει το **μεσημέρι**, στήνονται στο πι και φι παρέες για **τούμπουρο** και **κρασί**. Η λίστα είναι εύστοχη και μετρημένη, δίχως υπερβολές, καθώς περιλαμβάνει σχεδόν όλες τις ελληνικές ποικιλίες οίνου (από **Ασύρτικο** μέχρι **Ρομπόλα** και **Κακοτρύγη**) και προσεγμένες επιλογές σε **αποστάγματα** και **μπίρες**.

Η παχιά σκιά των πλατανιών



εξασφαλίζει **δροσιά** και **σκιά** στο μαγαζί, που βρίσκεται σε έναν από τους πιο όμορφους ορεινούς οικισμούς του νησιού, στο νότιο μέρος του.

Από νωρίς το απόγευμα ως το **βράδυ** σεβρίζεται και η **κάρτα του φαγητού**. Το μενού, που φέτος επιμελείται ο σεφ **Τίμος Ζαχαράτος**, βασίζεται πολύ σε **ελληνικές γεύσεις** και σε **παραδοσιακές συνταγές**, εξελιγμένες τόσο όσο πρέπει. Ξεχωρίζουν τα **κολοκυθάκια με μυρβόνια** και **σταφύλι**, ο **κόκορας του καφενέ**, οι **χυλοπίτες με μοσχαράκι** και **παλαιωμένη γραβιέρα** και το διάσημο **αρνίσιο σουβλάκι με καπνιστό γιαούρτι**. Ρωτήστε τους και για το **πίατο ημέρας**, όλο και κάτι καινούργιο θα έχουν σκαρφιστεί. Κι αν πάλι δεν πεινάτε, επιλέξτε ένα από τα δροσιτικά **κοκτέιλ**, όπως το **Aegean Spritz** με **μαστίχα**.

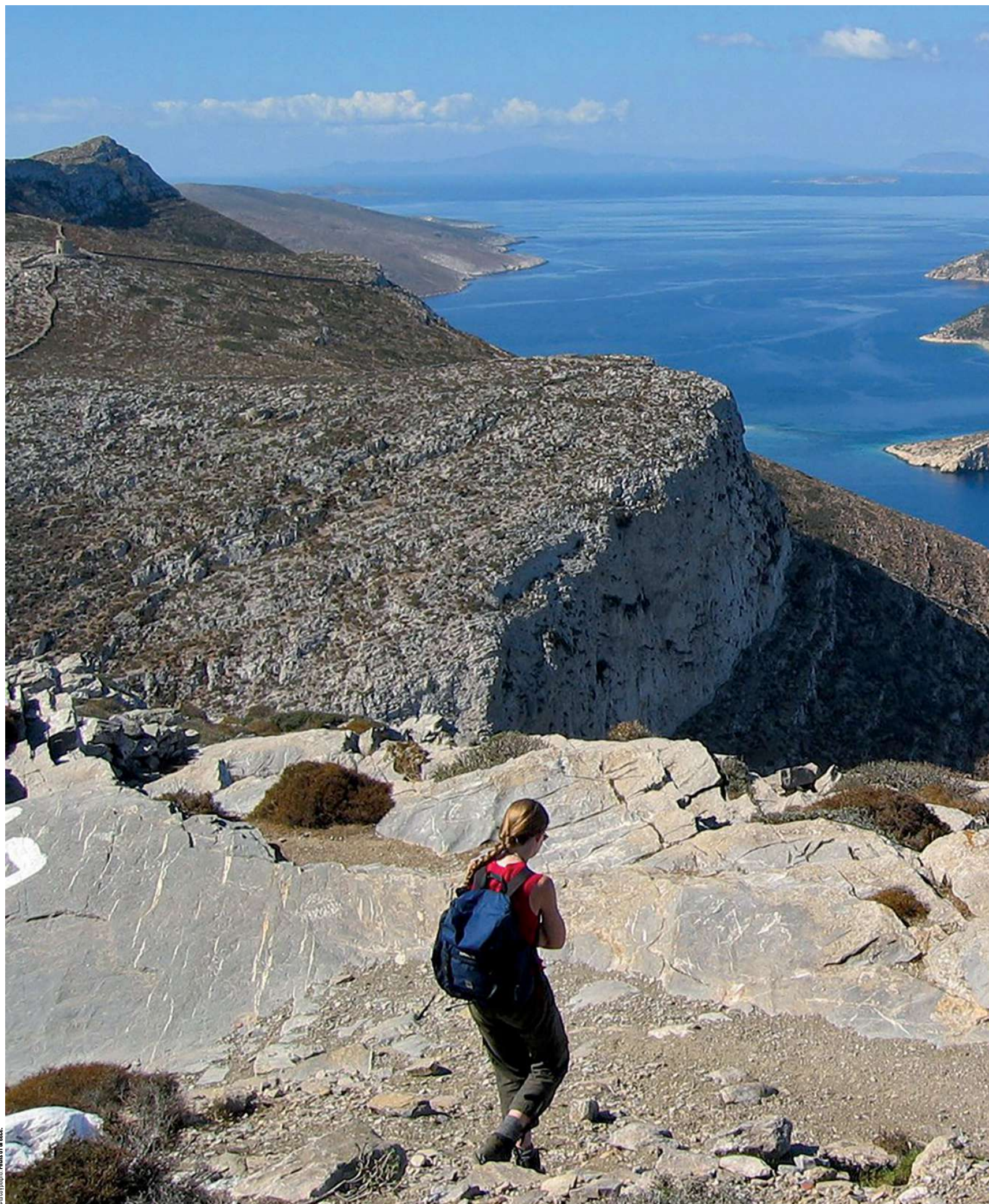
Εδώ, στο μέρος όπου κάθε βράδυ μαζεύονται λογίων λογίων παρέες για να διασκεδάσουν, τα όνειρα δίνουν και παίρνουν. ☺



Aganta, στα Δύο Χωριά, Τήνος.
Τ. 698 211 9000.
Ανοιχτό ΔΕ-ΚΥ, 10:00-23:30.



ΤΟ GREEK ISLANDS TRAIL ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΜΟΝΟ ΜΙΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΠΡΟΤΑΣΗ. ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΟΡΑΜΑ ΓΙΑ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΤΑ ΝΗΣΙΑ, ΠΟΥ ΕΝΣΩΜΑΤΩΝΕΙ ΤΗΝ ΕΝΝΟΙΑ ΤΗΣ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑΣ, ΤΗΣ ΤΟΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΑΥΘΕΝΤΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ. ΟΙ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΙ ΤΟΥ ΚΑΛΟΥΝ ΤΗ ΔΙΕΘΝΗ ΚΟΙΝΟΤΗΤΑ ΤΩΝ ΠΕΖΟΠΟΡΩΝ, ΦΥΣΙΟΛΑΤΡΩΝ ΚΑΙ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΝΑ ΓΝΩΡΙΣΟΥΝ ΤΙΣ ΚΥΚΛΑΔΕΣ ΑΠΟ ΜΕΣΑ – ΟΧΙ ΜΟΝΟΝ ΩΣ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ, ΑΛΛΑ ΩΣ ΖΩΝΤΑΝΟ, ΕΞΕΛΙΣΣΟΜΕΝΟ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΟ ΤΟΠΙΟ.



Paths of Greece

*Ένα νέο πεζοπορικό δίκτυο
με την επωνυμία «Greek
Islands Trail» συνδέει
τα Κυκλαδονήσια.*



Η ΠΡΩΤΟΒΟΥΛΙΑ ΑΦΟΡΑ ΣΕ ΕΝΑ ΔΙΚΤΥΟ ΜΟΝΟΠΑΤΙΩΝ ΠΟΥ ΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΣΕ ΠΟΛΛΑ ΑΠΟ ΤΑ ΠΛΕΟΝ ΕΜΒΛΗΜΑΤΙΚΑ ΝΗΣΙΑ ΤΩΝ ΚΥΚΛΑΔΩΝ, ΟΠΩΣ Η ΝΑΞΟΣ, Η ΑΜΟΡΓΟΣ, Η ΣΙΦΝΟΣ ΚΑΙ Η ΤΗΝΟΣ. ΣΤΟΧΟΣ ΤΟΥ ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΠΡΟΣΦΕΡΕΙ ΣΤΟΥΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ ΜΙΑ ΑΥΘΕΝΤΙΚΗ, ΒΙΩΣΙΜΗ ΚΑΙ ΒΑΘΙΑ ΕΜΠΕΙΡΙΑ ΣΥΝΔΕΣΗΣ ΜΕ ΤΗ ΦΥΣΗ, ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ, ΜΕΣΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ ΤΗΣ ΠΕΖΟΠΟΡΙΑΣ.



Φωτογραφία: Thomas Jarraud/Unsplash.



ΜΙΑ ΝΕΑ ΕΠΟΧΗ

για τον πεζοπορικό τουρισμό στην Ελλάδα εγκαινιάζει η Κοινωνική Συνεταιριστική Επιχείρηση (Κοιν.Σ.Επ.) **Paths of Greece**, παρουσιάζοντας το φιλόδοξο και καινοτόμο **Greek Islands Trail: ένα διασυνδεδεμένο δίκτυο πεζοπορικών διαδρομών που ενώνει με φυσικό και πολιτιστικό νήμα τις Κυκλάδες**, προτείνοντας μια νέα, βιωματική προσέγγιση στην εξερεύνηση των ελληνικών νησιών.

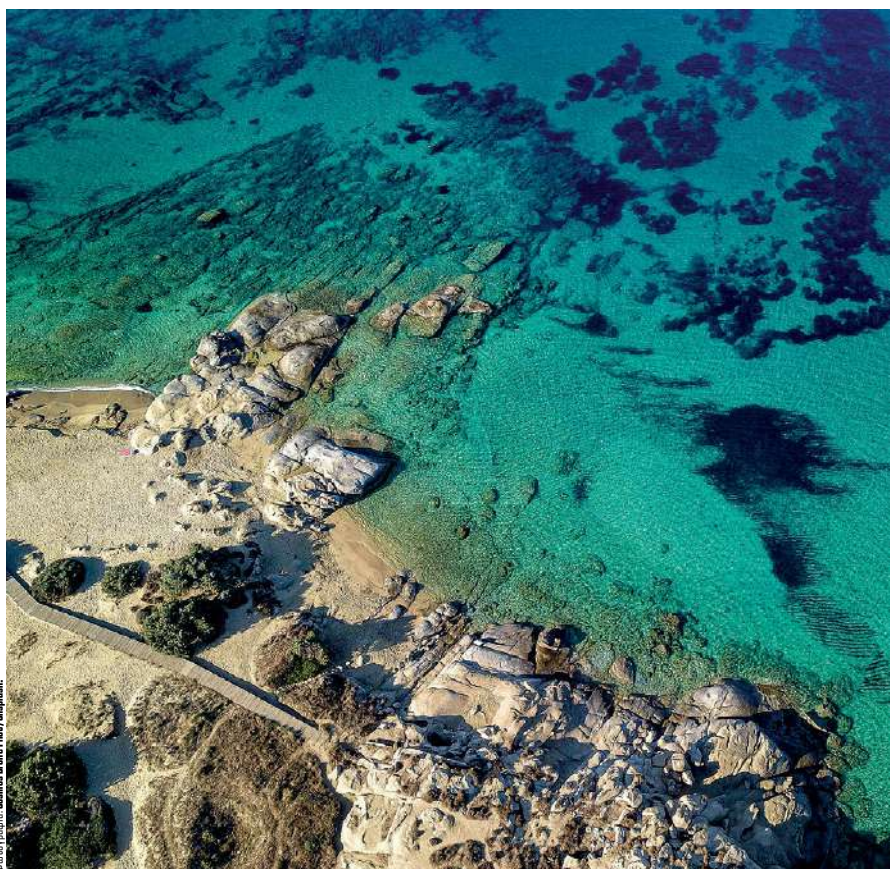
Το έργο αφορά σε ένα δίκτυο μονοπατιών που εκτείνεται σε πολλά από τα πλέον εμβληματικά νησιά των Κυκλάδων, όπως η **Νάξος**, η **Αμοργός**, η **Σίφνος** και η **Τήνος**. Στόχος του είναι να προσφέρει στους ταξιδιώτες μια **αυθεντική, βιώσιμη και βαθιά εμπειρία σύνδεσης με τη φύση, τον πολιτισμό και τις τοπικές κοινωνίες**, μέσα

από τη δραστηριότητα της **πεζοπορίας**.

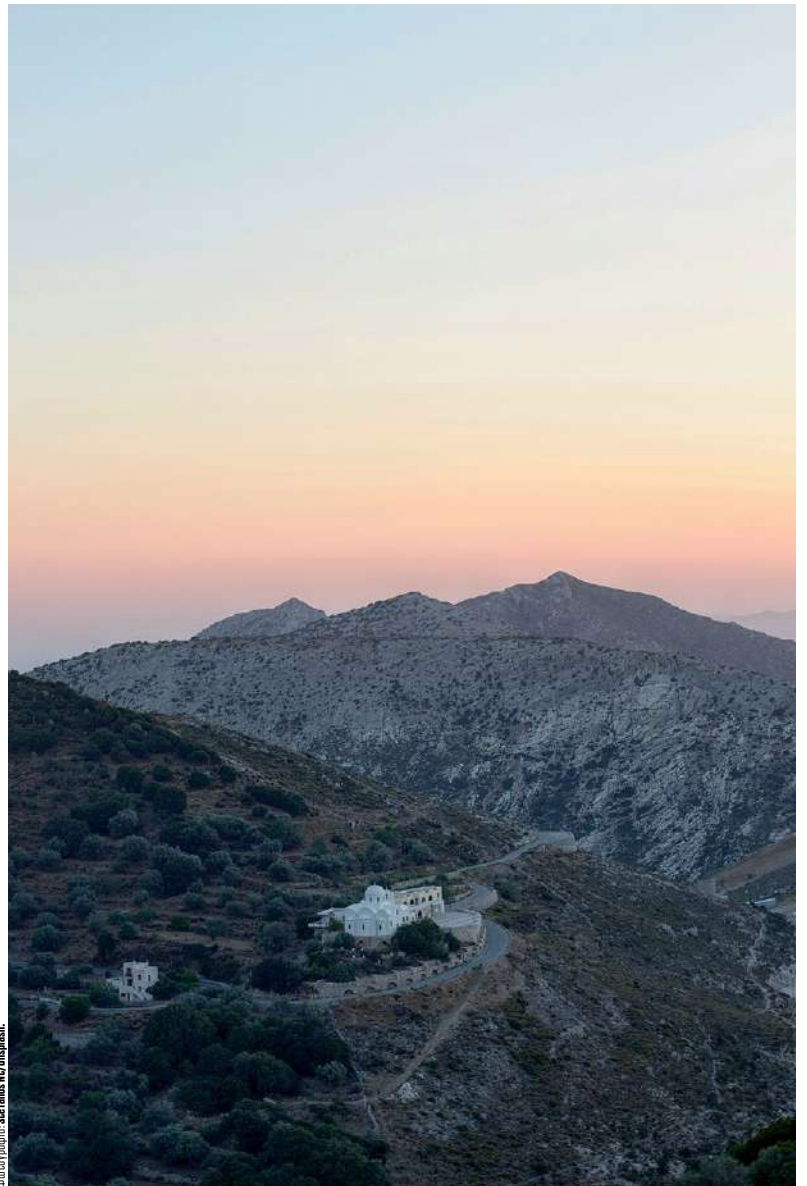
Μια εμπειρία ζωής

Όπως εξηγεί ο ιδρυτής της Paths of Greece, **Φοίβος Τοαραβόπουλος**, το Greek Islands Trail (GIT) δεν είναι ένας αυστηρά καθορισμένος διάδρομος, αλλά μια ιδέα: μια πρόσκληση για εξερεύνηση και πολυήμερη παραμονή σε κάθε νησί, με στόχο τη βαθύτερη γνωριμία με τον τόπο. Το δίκτυο μονοπατιών συνδέει φυσικά, ιστορικά και πολιτιστικά τοπία (από **αρχαία μονολάτια** και **κρυμμένους κολλίσκους** μέχρι **παραδοσιακά χωριά** και **ενετικά κάστρα**), δίνοντας έμφαση στην ανάδειξη του αυθεντικού χαρακτήρα κάθε νησιού.

«Το Greek Islands Trail γεννήθηκε από μια βαθιά αγάπη για τις Κυκλάδες και την επιθυμία να μοιραστούμε τη μαγεία



Φωτογραφία: Cassius Dume Piller/Unsplash.



αυτού του μοναδικού τοπίου με βιώσιμο και καθηλωτικό τρόπο», δηλώνει ο κ. Τσαραβόπουλος. «Δημιουργούμε ένα δίκτυο που δεν προβάλλει μόνο τη φυσική ομορφιά των νησιών, αλλά ενισχύει και τις τοπικές οικονομίες, **προωθώντας έναν υπεύθυνο, τετράμηνο και, ιδανικά, δωδεκάμηνο τουρισμό**».

«Κλειδί» οι συνέργειες

Η υλοποίηση του Greek Islands Trail έγινε εφικτή χάρη σε ένα ευρύ φάσμα συνεργειών. Καθοριστική υπήρξε η συμβολή του προγράμματος **Cycladic Identity** του **Μουσείου Κυκλαδικής Τέχνης**, που υποστήριξε οικονομικά και θεσμικά την προσπάθεια, ενώ σημαντικό μέρος του έργου χρηματοδοτήθηκε και από **ιδίους πόρους** της Paths of Greece. Παράλληλα, η **περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου** και

τοπικοί φορείς κάθε νησιού συνέβαλαν ουσιαστικά στην καταγραφή, αποκατάσταση και σήμανση των διαδρομών. Το έργο υποστηρίζεται ψηφιακά από την ειδικά διαμορφωμένη ιστοσελίδα **www.greekislandstrail.gr**, η οποία λειτουργεί ως **πλήρης οδηγός σχεδιασμού για τους πεζοπόρους**. Περιλαμβάνει **λεπτομερείς χάρτες, τεχνικά χαρακτηριστικά** των μονοπατιών, **πληροφορίες για σημεία ενδιαφέροντος**, καθώς και **επαφές με τους τοπικούς φορείς διαχείρισης** των διαδρομών.

Ορισμένα από τα κυριότερα χαρακτηριστικά του Greek Islands Trail είναι τα εξής: **Αυθεντικές εμπειρίες**: βαδίζετε σε αρχαία καλντερίμια, ανακαλύψτε απόκρυφες παραλίες και ζήστε την καθημερινότητα στα λευκά κυκλαδίτικα χωριά.



ΤΟ ΕΡΓΟ ΥΠΟΣΤΗΡΙΖΕΤΑΙ ΨΗΦΙΑΚΑ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΙΔΙΚΑ ΔΙΑΜΟΡΦΩΜΕΝΗ ΙΣΤΟΣΕΛΙΔΑ WWW.GREEKISLANDSTRAIL.GR, Η ΟΠΟΙΑ ΛΕΙΤΟΥΡΓΕΙ ΩΣ ΠΛΗΡΗΣ ΟΔΗΓΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΠΕΖΟΠΟΡΟΥΣ. ΠΕΡΙΛΑΜΒΑΝΕΙ ΛΕΠΤΟΜΕΡΕΙΣ ΧΑΡΤΕΣ, ΤΕΧΝΙΚΑ ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΜΟΝΟΠΑΤΙΩΝ, ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ ΓΙΑ ΣΗΜΕΙΑ ΕΝΔΙΑΦΕΡΟΝΤΟΣ, ΚΑΘΩΣ ΚΑΙ ΕΠΑΦΕΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΑΔΡΟΜΩΝ.



Φωτογραφία: Getty Images/Unsplash*

Πολιτιστική εμβάθυνση:

τα μονοπάτια διέρχονται από ιστορικά μνημεία, προϊστορικούς οικισμούς, βυζαντινά εκκλησιάκια και φρουριακά συγκροτήματα.

Island hopping με τα πόδια: η πρόταση ενθαρρύνει τη μετακίνηση από νησί σε νησί, με κάθε νησί να προσφέρει μια μοναδική πεζοπορική εμπειρία.

Βιώσιμος τουρισμός: το δίκτυο έχει σχεδιαστεί ώστε να ελαχιστοποιεί το περιβαλλοντικό αποτύπωμα, προσελκύοντας επισκέπτες εκτός υψηλής σεζόν και ενισχύοντας τις τοπικές επιχειρήσεις.

Κάλεσμα προς τη «Διεθνή των Πεζοπόρων»

Το Greek Islands Trail δεν είναι μόνο μια τουριστική πρόταση. Είναι **ένα όραμα για το μέλλον του τουρισμού στα νησιά**, που ενσωματώνει την έννοια της **βιωσιμότητας**, της

τοπικότητας και της αυθεντικής εμπειρίας.

Οι δημιουργοί του καλούν τη διεθνή κοινότητα των πεζοπόρων, φυσιολατρών και ταξιδιωτών να γνωρίσουν τις Κυκλάδες από μέσα – όχι μόνον ως προορισμό, αλλά ως ζωντανό, εξελισσόμενο πολιτιστικό τοπίο.

«Είμαστε ενθουσιασμένοι που μοιραζόμαστε αυτό το νέο ταξίδι με τον κόσμο και **ανυπομονούμε να δούμε τους πεζοπόρους να ανακαλύπτουν την αληθινή ψυχή αυτών των υπέροχων νησιών**», σημειώνει ο κ. Τοαραβόπουλος.

Η Paths of Greece είναι μια κοινωνική συνεταιριστική επιχείρηση με αποστολή την ανάδειξη της Ελλάδας ως κορυφαίου παγκόσμιου πεζοπορικού προορισμού. Με έργα σε όλη τη χώρα, σχεδιάζει και προωθεί μονοπάτια που υπηρετούν τη **βιώσιμη ανάπτυξη** και την **πολιτιστική διατήρηση**. 🌿



Φωτογραφία: Sebastiano Gatti/Unsplash*



ΟΛΑ ΤΑ T-SHIRTS ΤΗΣ HaaV ΕΙΝΑΙ ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΑ – ΑΠΟ ΤΙΣ ΡΑΦΕΣ ΜΕΧΡΙ ΤΑ ΚΕΝΤΗΜΑΤΑ ΠΟΥ ΤΑ ΔΙΑΚΟΣΜΟΥΝ. ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΟΛΑ ΜΟΝΑΔΙΚΑ, ΚΑΘΩΣ ΦΙΛΟΞΕΝΟΥΝ ΜΙΑ ΣΕΙΡΑ ΑΠΟ ΔΙΑΦΟΡΕΤΙΚΑ ΖΩΑ, ΕΜΠΝΕΥΣΜΕΝΑ ΑΠΟ ΤΙΣ ΠΑΙΔΙΚΕΣ ΖΩΓΡΑΦΙΕΣ ΠΟΥ ΦΤΙΑΧΝΕΙ Η ΣΧΕΔΙΑΣΤΡΙΑ ΒΑΝΕΣΣΑ ΧΑΤΖΗΓΙΑΝΝΑΚΗ ΜΑΖΙ ΜΕ ΤΟΥΣ ΔΥΟ ΓΙΟΥΣ ΤΗΣ.

SCAN & SHOP!

Δείτε (και αποκτήστε) τη συλλογή σκανόροντας το QR code στο δεξιά



HaaV ΤΑ T-SHIRTS ΤΟΥ ΦΕΤΙΝΟΥ ΚΑΛΟΚΑΙΡΙΟΥ

Γορίλες, καλαμάρια και εξωτικά πουλιά ζωντανεύουν σε oversized κοντομάνικα μπλουζάκια.

ΕΙΝΑΙ ΧΕΙΡΟΠΟΙΗΤΑ

– από τις ραφές μέχρι τα κεντήματα που τα διακοσμούν. Παράγονται στην Ελλάδα, αποτελούνται 100% από «βαρύ» βαμβάκι, ώστε να πέφτουν καλύτερα στο σώμα. Και, το κυριότερο: είναι πρωτότυπα και μοναδικά, καθώς φιλοξενούν μια σειρά από δια-

φορετικά ζώα (όπως καλαμάρια, τίγρεις, φίδια και γορίλες), τα οποία είναι εμπνευσμένα από τις παιδικές ζωγραφιές που φτιάχνει η σχεδιάστρια **Βανέσσα Χατζηγιαννάκη** μαζί με τους δύο γιους της. Με άλλα λόγια: η παιδική φαντασία μεταμορφώνεται με τρόπο αυθεντικό σε ρούχο για ενήλικες,



με το πανί να γίνεται ο καμβάς όπου ζωντανεύουν τα ζώα.

Τα **oversized T-shirts** της εταιρείας **HaaV** είναι περιορισμένης παραγωγής, **απευθύνονται σε γυναίκες και άνδρες**, κυκλοφορούν σε τρία χρώματα (λευκό, μαύρο και γκρι – όχι τα ίδια σε κάθε σχέδιο) και **διατίθενται διαδικτυακά** από την επίσημη ιστοσελίδα της εταιρείας, **όπως επίσης και στη μπουτίκ του ξενοδοχείου Ekies, στη Βουρ-βουρού Χαλκιδικής.**

Η HaaV ξεκίνησε στις αρχές του 2024 με βασική φιλοσοφία να δημιουργήσει **στιλάτα και πολύ προσεγμένα ρούχα** για ανθρώπους που διεκδικούν καθημερινά την καλύτερη πλευρά του εαυτού τους.

Η συλλογή, εκτός από τα εντυπωσιακά T-shirts, περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, **γυναικεία φορέματα** που παντρεύουν θηλυκά με αθλητικά στοιχεία, **αθλητικά κολάν**, παιχνιδιάρικες **φόρμες και βερμούδες**, όπως και ωραίες, **φαρδιές ζακέτες** – για γυναίκες και άνδρες. 🐞



Βρείτε τη συλλογή HaaV στην ιστοσελίδα www.haavcollective.gr. Για περισσότερες πληροφορίες καλείτε στο Τ. 697 400 8020.

Under the radar

*Τρία νησιά του Αιγαίου (όχι από τα κοσμικώς τουριστικά)
μπαίνουν δυναμικά το τελευταίο διάστημα
στο «μικροσκόπιο» των διεθνών travel enthusiasts.
Οι λόγοι, διαφορετικοί – κι όμως, από μία άποψη
ανάλογοι. Τα επισκεπτόμαστε, για να δούμε τι είναι
αυτό που τα καθιστά ορισμένα από τα σπουδαιότερα
«next best things» στο τουριστικό «οπλοστάσιο»
της χώρας μας.*

Κείμενα: THE TRAVEL.NOW TEAM
Φωτογραφίες: UNSPLASH+, ΑΡΧΕΙΟ

Λειψοί

Στο επίκεντρο των διεθνών ΜΜΕ για τις πρωτοβουλίες τους στο πεδίο της βιωσιμότητας

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ

των διεθνών μέσων μαζικής ενημέρωσης (ΜΜΕ) βρίσκονται οι **Λειψοί** το 2025, ως πρόταση για αντιουμβατικές διακοπές στην Ελλάδα, με εξωτικές ομορφιές και χωρίς μαζικό τουρισμό. Η βρετανική **Mirror** αναφέρει (εδώ: <https://x.com/VisitLipsi/status/1925780836319694903>) πως, «αν αναζητάτε έναν προορισμό πέρα από τα τετριμμένα, οι Λειψοί αποτελούν την ιδανική επιλογή. Το νησί προσφέρει μοναδικές εμπειρίες, παρθένες παραλίες, γαλαζοπράσινα νερά και αυθεντική φιλοξενία μακριά από τον συνωστισμό των τουριστών. Οι τοπικές αρχές, μαζί με τους κατοίκους, αναλαμβάνουν δραστικές πρωτοβουλίες για τη διατήρηση του φυσικού περιβάλλοντος, την υδατική επάρκεια και την αειφορία, ώστε ο τόπος να παραμείνει άθικτος για τις μελλοντικές γενιές».

Στο ίδιο μήκος κύματος, η γαλλική **Le Figaro** συγκαταλέγει τους Λειψούς στις προτάσεις για διακοπές που θα ξεχωρίσουν το 2025, κάνοντας λόγο για την υπέροχη ακτογραμμή, τις ποιοτικές υπηρεσίες και την εξωπραγματική αίσθηση αναζωογόνησης που απολαμβάνουν οι επισκέπτες, οι οικογένειες και τα ζευγάρια στο μυθικό νησί της **Καλυφούς**.

«Επιλέγουμε να λέμε 'όχι' στην κατασκευή πισινών και στις οργανωμένες ξαπλώστρες και ομπρέλες σε παραλίες, με σκοπό να προστατεύσουμε τους φυσικούς μας πόρους και να παρέχουμε στους επισκέπτες τη σπάνια, πλέον, δυνατότητα για διακοπές σε ένα αναλλοίωτο φυσικό περιβάλλον» εξηγεί ο δήμαρχος Λειψών, **Φώτης Μάγγος**.

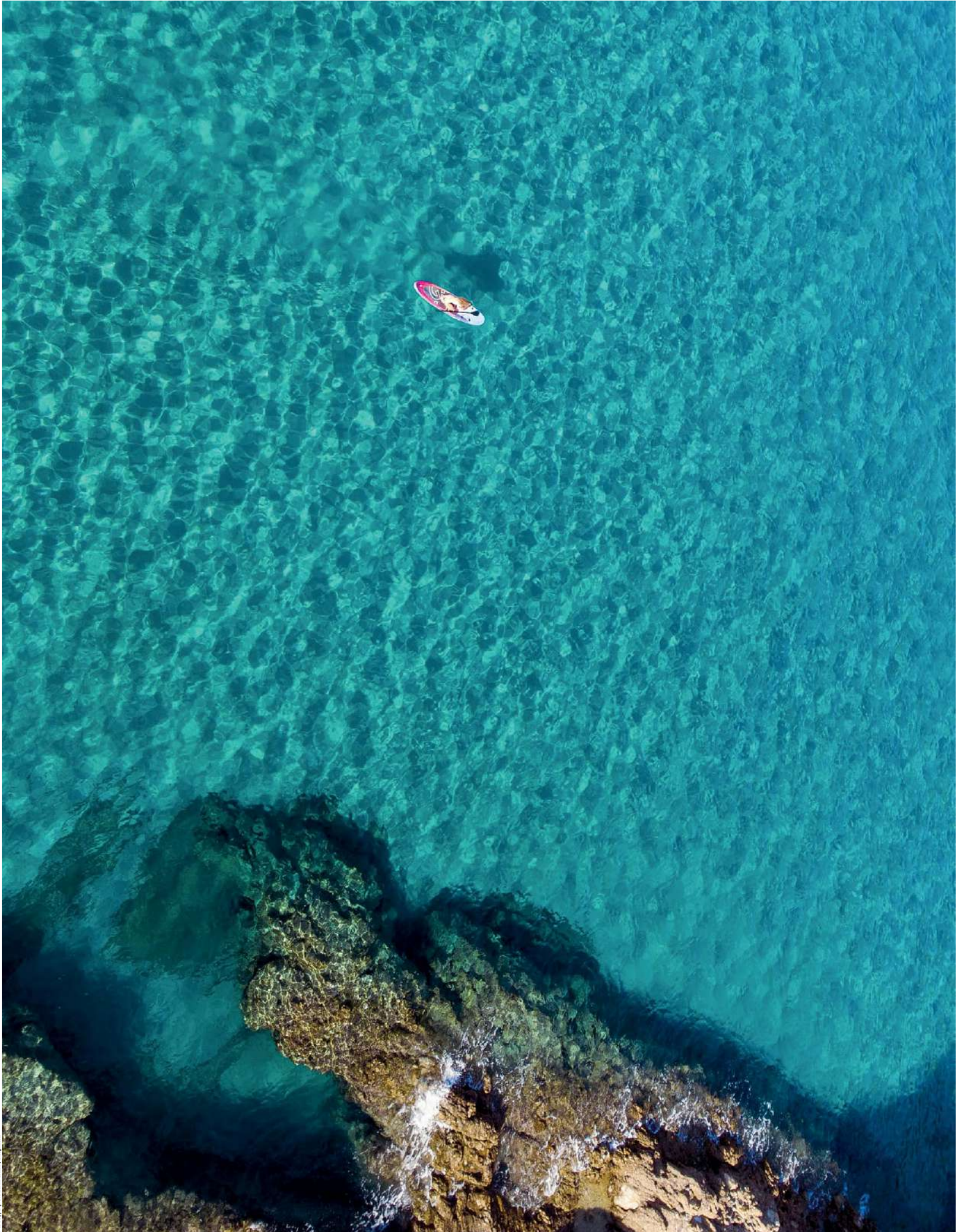
Η ανταπόκριση του ταξιδιωτικού κοινού στις

βιώσιμες δράσεις των Λειψών είναι πολύ θετική, τόσο από την Ελλάδα όσο και από το εξωτερικό, όπως δείχνουν τα διαδοχικά ρεκόρ ακτοπλοϊκών αφίξεων τις προηγούμενες χρονιές, αλλά και τα **πολύ υψηλά ποσοστά ικανοποίησης (άνω του 90%) στις τουριστικές υπηρεσίες του προορισμού**, σύμφωνα με έρευνα του δήμου Λειψών σε χιλιάδες ηλεκτρονικές κριτικές. Όπως συμπληρώνει ο κ. Μάγγος, «με στόχο την ενίσχυση της ικανότητας για υδατική αυτονομία και αειφορία, ολοκληρώσαμε στο νησί το μεγαλύτερο έργο της τελευταίας δεκαετίας σχετικά με την προμήθεια συστήματος τηλεελέγχου-τηλεχειρισμού του δικτύου ύδρευσης, προϋπολογισμού 1,7 εκατ. ευρώ, με χρηματοδότηση του **προγράμματος Αντώνης Τρίτσης**. Τα οφέλη θα είναι πολλαπλά στην ποιότητα ζωής των κατοίκων, όπως πόσιμο νερό με την τοποθέτηση συστήματος παραγωγής και μέτρησης χλωρίου στις τρεις κύριες δεξαμενές του δήμου, κεντρικός έλεγχος και τηλεχειρισμός δεξαμενών, αντλιοστασίων, αφαλάτωσης και γεωτρήσεων, αυτόματη καταμέτρηση των καταναλώσεων με την τοποθέτηση οκτακοσίων ψηφιακών υδρομέτρων και μείωση του κόστους λειτουργίας των υποδομών και των εγκαταστάσεων ύδρευσης. Επιπλέον, πρόσφατα ολοκληρώθηκε και το έργο της επέκτασης του δικτύου ύδρευσης κατά 13 χλμ.».

Τα έργα αυτά εντάσσονται σε μια ευρύτερη προσπάθεια του δήμου τα τελευταία χρόνια, που έχει οδηγήσει σε μείωση της κατανάλωσης, αλλά και της σπατάλης νερού σε διψήφιο ποσοστό, όπως επίσης και στην ενίσχυση της παραγωγής. 🌱



Η ΓΑΛΛΙΚΗ LE FIGARO ΣΥΓΚΑΤΑΛΕΓΕΙ ΤΟΥΣ ΛΕΙΨΟΥΣ ΣΤΙΣ ΠΡΟΤΑΣΕΙΣ ΓΙΑ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΠΟΥ ΘΑ ΞΕΧΩΡΙΣΟΥΝ ΤΟ 2025, ΚΑΝΟΝΤΑΣ ΛΟΓΟ ΓΙΑ ΤΗΝ ΥΠΕΡΟΧΗ ΑΚΤΟΓΡΑΜΜΗ, ΤΙΣ ΠΟΙΟΤΙΚΕΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΚΑΙ ΤΗΝ ΕΞΟΠΡΑΓΜΑΤΙΚΗ ΑΙΣΘΗΣΗ ΑΝΑΖΩΟΓΟΝΗΣΗΣ ΠΟΥ ΑΠΟΛΑΜΒΑΝΟΥΝ ΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ, ΟΙ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΕΣ ΚΑΙ ΤΑ ΖΕΥΓΑΡΙΑ ΣΤΟ ΜΥΘΙΚΟ ΝΗΣΙ ΤΗΣ ΚΑΛΥΨΟΥΣ.



Κάρπαθος Το «μυστικό» νησί της Ευρώπης με εντυπωσιακές διαδρομές στη φύση

ΤΙΣ «ΜΥΣΤΙΚΕΣ»

ομορφιές της **Καρπάθου** προβάλλουν το τελευταίο διάστημα μέσα ενημέρωσης από τη **Γερμανία**, τη **Βρετανία** και την **Πολωνία**. Το **γερμανικό Esquire** αναφέρει ότι «ενώ ο μαζικός τουρισμός έχει εισχωρήσει σε πολλά ελληνικά νησιά, η Κάρπαθος έχει καταφέρει να διατηρήσει την αυθεντικότητα και τη γαλήνια γοητεία της. Το νησί έχει κάτι άγριο και παρθένο – και αυτό ακριβώς είναι που το κάνει τόσο ελκυστικό το 2025. Τραχιά βουνά διασχίζουν το νησί, συναντώντας κρουσάλλια, γαλαζοπράσινα νερά που μοιάζουν σαν να έχουν υποστεί επεξεργασία για το Instagram. Η πεζοπορία και το τρέξιμο στο νησί είναι μια ονειρική εμπειρία, που προτείνεται ανεπιφύλακτα για όσους λατρεύουν την εξερεύνηση».

Με ένα «πολύτιμο, κρυμμένο πετράδι που **θυμίζει Καραϊβική**» παρομοιάζει την Κάρπαθο η **βρετανική Mirror**, ενώ τονίζεται πως «σε αντίθεση με τα πολυσύχναστα νησιά της **Σαντορίνης** και της **Μυκόνου**, που υποφέρουν από τον υπερτουρισμό, η **Κάρπαθος** είναι ένα από τα λίγα ελληνικά νησιά που δεν έχουν φθαρεί από τους μαζικούς τουρίστες. Κρυμμένο στο Νοτιοανατολικό Αιγαίο, το μαγευτικό αυτό νησί δικαίως αναδεικνύεται ως ένα από τα καλύτερα κρυμμένα ταξιδιωτικά μυστικά της Ευρώπης. Για όσους επιθυμούν πιο δραστήριες διακοπές, η Κάρπαθος είναι γεμάτη διαδρομές που προσφέρουν εκπληκτική θέα στο νησί».

Στο ίδιο μήκος κύματος εκτέμνει και ο κορυφαίος **τουριστικός ιστότοπος TTG της Πολωνίας**, ο οποίος σε εκτενές αφιέρωμά του χαρακτηρίζει την Κάρπαθο ως «**έναν αληθινό παράδεισο για τους λάτρεις των όμορφων παραλιών, του ελληνι-**

κού πολιτισμού και της ποιοτικής αναψυχής».

Συμπληρώνει, δε, ότι «η αίσθηση του ανεξερεύνητου, τα τοπία που κόβουν την ανάσα με τις συγκλονιστικές παραλίες, η γοητεία του ανεπιτήδευτου, η βαθιά αναλλοίωτη παράδοση, η πλούσια καρπαθιώτικη τοπική κουζίνα, το εύρος εναλλακτικών δραστηριοτήτων – από καταδύσεις ως πεζοπορία και τρέξιμο – και οι ποιοτικές τουριστικές υπηρεσίες με καταλύματα, εστιατόρια και τουριστικές επιχειρήσεις που δεν υπολείπονται άλλων δημοφιλών προορισμών είναι οι λόγοι που κάνουν την Κάρπαθο πραγματικά αυναγωνίστη».

Με στόχο την ενίσχυση της εξωστρέφειας, ο δήμος Καρπάθου υλοποιεί ένα πολύπλευρο πρόγραμμα προβολής γνωστών και άγνωστων πτυχών του νησιού μέσα από δημοσιογραφικές αποστολές, ενημερώσεις διεθνών ΜΜΕ, διαρκείς επαφές με αεροπορικές εταιρείες και tour operators, διεθνείς εκθεσιακές συμμετοχές, ανάπτυξη των social media του και διαδικτυακές καμπάνιες με τη χρήση πρωτότυπων βίντεο, στα οποία πρωταγωνιστούν οι επισκέπτες από το εξωτερικό: «Μέλημά μας είναι να διατηρήσουμε την αυθεντικότητά μας, εξελίσσοντας παράλληλα τον προορισμό με νέες εμπειρίες» εξηγεί ο αντιδήμαρχος Τουρισμού της Καρπάθου, **Τάσος Μηλιός**.

Ήταν σε αυτό ακριβώς το πλαίσιο που, πολύ πρόσφατα (στις 24.05), διοργανώθηκε το δρομικό γεγονός **Karpathos Run 2025**, που συνδύασε τρέξιμο και διακοπές στο δεύτερο μεγαλύτερο νησί των Δωδεκανήσων. Οι αγώνες περιελάμβαναν τρεις εναλλακτικές διαδρομές μήκους ενός, πέντε και δέκα χιλιομέτρων, που διέσχισαν πανέμορφα σημεία στη φύση με θέα σε γραφικούς οικισμούς, ιστορικές τοποθεσίες και εξωτικές παραλίες. 🌿



ΜΕ ΕΝΑ «ΠΟΛΥΤΙΜΟ, ΚΡΥΜΜΕΝΟ ΠΕΤΡΑΔΙ ΠΟΥ ΘΥΜΙΖΕΙ ΚΑΡΑΪΒΙΚΗ» ΠΑΡΟΜΟΙΑΖΕΙ ΤΗΝ ΚΑΡΠΑΘΟ Η ΒΡΕΤΑΝΙΚΗ MIRROR, ΕΝΩ ΤΟΝΙΖΕΤΑΙ ΠΩΣ «ΣΕ ΑΝΤΙΘΕΣΗ ΜΕ ΤΑ ΠΟΛΥΣΥΧΝΑΣΤΑ ΝΗΣΙΑ ΤΗΣ ΣΑΝΤΟΡΙΝΗΣ ΚΑΙ ΤΗΣ ΜΥΚΟΝΟΥ, ΠΟΥ ΥΠΟΦΕΡΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟΝ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟ, Η ΚΑΡΠΑΘΟΣ ΕΙΝΑΙ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΛΙΓΑ ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΝΗΣΙΑ ΠΟΥ ΔΕΝ ΕΧΟΥΝ ΦΘΑΡΕΙ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΜΑΖΙΚΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ. ΚΡΥΜΜΕΝΟ ΣΤΟ ΝΟΤΙΟΑΝΑΤΟΛΙΚΟ ΑΙΓΑΙΟ, ΤΟ ΜΑΓΕΥΤΙΚΟ ΑΥΤΟ ΝΗΣΙ ΔΙΚΑΙΩΣ ΑΝΑΔΕΙΚΝΥΕΤΑΙ ΩΣ ΕΝΑ ΑΠΟ ΤΑ ΚΑΛΥΤΕΡΑ ΚΡΥΜΜΕΝΑ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΑ ΜΥΣΤΙΚΑ ΤΗΣ ΕΥΡΩΠΗΣ».



1ος Ο «μυστικός» παράδεισος που συνδυάζει ιδανικά την εξερεύνηση με τη χαλάρωση

ΣΤΟ ΕΠΙΚΕΝΤΡΟ

των διεθνών μέσων ενημέρωσης έχει βρεθεί η **1ος** για τις διαφορετικές εμπειρίες εξερεύνησης και χαλάρωσης που προσφέρει. Ειδική αναφορά στο νησί κάνει η **διεθνής ιστοσελίδα Forbes.com**, που ξεχώρισε το γραφικό κυκλαδονήσι στην προτεινόμενη **λίστα με τα καλύτερα μέρη του κόσμου για διακοπές το 2025** – ως έναν «μη συμβατικό προορισμό, με εύκολη προσβασιμότητα από την Αθήνα».

Επιπλέον, το **Μαγγανάρι**, που φημίζεται για τις χρυσαφί αμμουδιές και τα γαλαζοπράσινα νερά, θεωρείται η **ομορφότερη παραλία των Κυκλάδων και η πέμπτη καλύτερη της Ελλάδας**, σύμφωνα με τον σημαντικότερο **ιταλικό ταξιδιωτικό ιστότοπο Travel.Thewom.it**, που ειδικεύεται σε θέματα **αειφορίας και εναλλακτικών μορφών τουρισμού**.

Στο ίδιο διάστημα, η **1ος** συμπεριλήφθηκε **στα 20 ομορφότερα νησιά της Ελλάδας**, όπως τα κατέγραψε ο **γαλλικός ταξιδιωτικός οδηγός Petit Fute** με βάση τις προτιμήσεις των γάλλων τουριστών. Όπως αναφέρεται στον κατάλογο, «το κυκλαδίτικο νησί του **Ομήρου** ήταν κάποτε πόλος έλξης για νέους που επιζητούσαν τη νυχτερινή ζωή, τον ήλιο και τη θάλασσα. Πλέον, όμως, η **1ος** έχει να δείξει ένα νέο πρόσωπο: κάθε χρόνο προσελκύει

πλήθη ταξιδιωτών που έρχονται να απολαύσουν τη **φύση**, τα **ιστορικά και πολιτιστικά αξιοθέατα**, το **όμορφο χωριό** της, το **μοναδικό, βραχώδες τοπίο** και τις **απομονωμένες παραλίες και κολπίσκους της**, σε μήνες **εκτός τουριστικής αιχμής**».

Ο πρόεδρος της Επιτροπής Τουρισμού του δήμου Ιητών, **Αντώνης Μέττος**, σχολιάζει σχετικά πως «το τουριστικό αφήγημά μας έχει δύο σκέλη: την **επιμήκυνση της σεζόν** μέσα από την ανάδειξη των πολλών διαφορετικών πτυχών του προορισμού για τη χαμηλή σεζόν και την **ενίσχυση της εξωστρέφειας** μέσα από **εναλλακτικές δραστηριότητες**, τη **γαστρονομία**, τον **πολιτισμό** και τις **σύγχρονες τουριστικές υπηρεσίες διαμονής, εστίασης και διασκέδασης**. Τα τελευταία χρόνια συντελείται μια εξέλιξη του προορισμού, την οποία βιώνουν τόσο οι Έλληνες όσο και οι ξένοι επισκέπτες μας. Προς αυτήν την κατεύθυνση κινείται, άλλωστε, το πρόγραμμα προβολής μας σε εγχώρια και διεθνή ΜΜΕ». Σύμφωνα με τα στοιχεία επιβατικής κίνησης πλοίων για κρατήσεις μέσω του **Ferryhopper**, μεταξύ Ιανουαρίου και Δεκεμβρίου 2024 η **1ος** κατέλαβε την **7η θέση ανάμεσα στα δέκα δημοφιλέστερα ελληνικά νησιά που προτίμησαν οι ταξιδιώτες του εξωτερικού**. 🌐



ΟΠΩΣ ΣΗΜΕΙΩΝΕΙ ΓΙΑ ΤΗΝ 10 Ο ΓΑΛΛΙΚΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΟΔΗΓΟΣ ΡΕΤΙΤ ΦΥΤΕ, «ΤΟ ΚΥΚΛΑΔΙΤΙΚΟ ΝΗΣΙ ΤΟΥ ΔΗΜΗΤΡΟΥ ΗΤΑΝ ΚΑΠΟΤΕ ΠΟΛΟΣ ΕΛΞΗΣ ΓΙΑ ΝΕΟΥΣ ΠΟΥ ΕΠΙΖΗΤΟΥΣΑΝ ΤΗ ΝΥΧΤΕΡΙΝΗ ΖΩΗ, ΤΟΝ ΗΛΙΟ ΚΑΙ ΤΗ ΘΑΛΑΣΣΑ. ΠΛΕΟΝ, Η 10Σ ΕΧΕΙ ΝΑ ΔΕΙΞΕΙ ΕΝΑ ΝΕΟ ΠΡΟΣΩΠΟ: ΠΡΟΣΕΛΚΥΕΙ ΠΛΗΘΗ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ ΠΟΥ ΕΡΧΟΝΤΑΙ ΝΑ ΑΠΟΛΑΥΣΘΟΥΝ ΤΗ ΦΥΣΗ, ΤΑ ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΑΞΙΘΕΑΤΑ, ΤΟ ΜΟΝΑΔΙΚΟ, ΒΡΑΧΩΔΕΣ ΤΟΠΙΟ ΚΑΙ ΤΙΣ ΑΠΟΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΠΑΡΑΛΙΕΣ ΚΑΙ ΚΟΛΠΙΣΚΟΥΣ ΤΗΣ, ΣΕ ΜΗΝΕΣ ΕΚΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΙΧΜΗΣ».



ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΣΤΑ ΔΙΧΤΥΑ

Ψάρεμα και ιχθυοκαλλιέργειες δίνουν ακόμη μία διέξοδο στο ελληνικό τουριστικό προϊόν.

ΕΝΑ ΚΑΪΚΙ,

ένας ψαράς που απλώνει τα δίχτυα του στο πλε της θάλασσας και οι γλάροι που πετούν: αυτή η εικόνα της Ελλάδας ήταν κυρίαρχη στις καρτ ποστάλ που έπαιρναν μαζί τους ως ενθύμιο οι τουρίστες. Σήμερα όμως οι τουρίστες μπορούν πλέον και γίνονται μέρος αυτής της «καρτ ποστάλ», καθώς μοιράζονται μαζί με τους ψαράδες την εμπειρία της θάλασσας και του απέραντου μαγευτικού της κόσμου, όπως αναφέρει, μιλώντας στο ΑΠΕ/ΜΠΕ η πρόεδρος του Πανελλήνιου Σωματείου Αλιευτικού Τουρισμού, **Αντωνία Βασιλείου**.

Νέες δυνατότητες

Με το νομοθετικό πλαίσιο να δίνει πλέον το «πράσινο φως» για να γίνουν και οι ιχθυοκαλλιέργειες επισκέψιμες, ανοίγει η «βεντάλια» των δυνατοτήτων για την αξιοποίηση του θαλάσσιου πλούτου, με μια τουριστικά εναλλακτική προσέγγιση που ενισχύει ακόμη περισσότερο τη βιωσιμότητα – κοινωνικά, οικονομικά, αλλά και περιβαλλοντικά.

Ήδη εδώ και περίπου μία δεκαετία ο αλιευτικός τουρισμός στην Ελλάδα αποτελεί πραγματικότητα. Οι ψαράδες έπαψαν να είναι οι μοναχικοί ταξιδευτές και καλωσορίζουν κόσμο στα καΐκια τους. Η κυρία Βασιλείου

είναι μία από τις ελάχιστες γυναίκες αλιείς που υπάρχουν στην Ελλάδα. Κάποτε, όπως σημειώνει, δεν είχε καν δικαίωμα να ανεβεί στο καΐκι του συζύγου της, αφού δεν ανήκε στο πλήρωμα. Από τότε που άλλαξε ο νόμος, το καΐκι πλέον μπορεί να δέχεται –εκτός από το πλήρωμα– και έναν συγκεκριμένο αριθμό επισκεπτών, ανάλογα με το μέγεθός του.

«Σήμερα έχω κι εγώ το δικό μου καΐκι και δραστηριοποιούμαι στον αλιευτικό τουρισμό στο νησί της Κεφαλονιάς. Συνολικά έχουν εκδοθεί περίπου 315 άδειες, αλλά οι ενεργές άδειες των σκαφών που πραγματοποιούν συστηματικά εκδρομές κάθε χρόνο είναι περίπου 150. Με τον αλιευτικό τουρισμό ασχολούνται επαγγελματίες αλιείς παράκτιας αλιείας μικρής κλίμακας. Δείχνουμε τα εργαλεία μας και ψαρεύουμε με δίχτυα, με παραγάδια, με καλάμια, ακόμη και με συρτή και καθετή. Μαγειρεύουμε αυτά που πιάνουμε πάνω στο σκάφος, χρησιμοποιώντας πάντοτε τοπικά προϊόντα, όπως ορίζει και ο νόμος, καθώς αυτό είναι το νόημα: να γευτούν οι επισκέπτες την τοπική γαστρονομία. Ακολουθούμε κάπως το πρόγραμμα του ψαρά. Όπως, δηλαδή, ένας ψαράς θα βγει να ψάρεμα, θα φτιάξει κάτι για να φάει πάνω στο καΐκι του και μετά θα κάνει και καμιά βουτιά



© Α. Βασιλείου / Α. Βασιλείου

ενδιάμεσα, έτσι κι εμείς ακολουθούμε την ίδια διαδρομή», εξηγεί η κυρία Βασιλείου.

Ο αλιευτικός τουρισμός αποτελεί ένα καλό συμπληρωματικό εισόδημα, όπως επισημαίνει η κυρία Βασιλείου, «καθώς με την κλιματική κρίση μειώνεται το αλιευτικό απόθεμα, όπως

συμβαίνει ενίοτε και με την υπεραλίευση. Με αυτήν τη δραστηριότητα δεν σηκώνουμε δίχτυα για πολλά χιλιόμετρα. Ακόμη κι αν βγάλουμε 5 κιλά, είναι αρκετά για να μπορέσουμε να ταΐσουμε τον κόσμο, που τρώει πάνω στο σκάφος το ψάρι, απευθείας από τη θάλασσα, εξαιρετικά φρέσκο.



ΗΔΗ ΕΔΩ ΚΑΙ ΠΕΡΙΠΟΥ ΜΙΑ ΔΕΚΑΕΤΙΑ Ο ΑΛΙΕΥΤΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟΤΕΛΕΙ ΠΡΑΓΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ. ΟΙ ΨΑΡΑΔΕΣ ΕΠΑΨΑΝ ΝΑ ΕΙΝΑΙ ΟΙ ΜΟΝΑΧΙΚΟΙ ΤΑΞΙΔΕΥΤΕΣ ΚΑΙ ΚΑΛΩΣΟΡΙΖΟΥΝ ΚΟΣΜΟ ΣΤΑ ΚΑΪΚΙΑ ΤΟΥΣ. ΠΛΕΟΝ, Η ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΘΕΣΜΙΚΟΥ ΠΛΑΙΣΙΟΥ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΠΙΣΚΕΨΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΩΝ ΙΧΘΥΟΚΑΛΛΙΕΡΓΕΙΩΝ ΔΙΝΕΙ ΜΙΑ ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΔΥΝΑΤΟΤΗΤΑ ΣΤΟΥΣ ΑΝΘΡΩΠΟΥΣ ΠΟΥ ΑΣΧΟΛΟΥΝΤΑΙ ΜΕ ΤΟΝ ΘΑΛΑΣΣΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟ.



θεσμικού πλαισίου για την επισκεψιμότητα και των ιχθυοκαλλιέργειών δίνει μία επιπλέον δυνατότητα στους ανθρώπους που ασχολούνται με τον θαλάσσιο τουρισμό, όπως υπογραμμίζει ο **Σάββας Χατζηνικολάου**, ιχθυολόγος και επαγγελματίας αυτοδύτης.

«Είναι μια εξαιρετική ευκαιρία να δει ο κόσμος πώς δουλεύει μια ιχθυοκαλλιέργεια στην πράξη και να συμμετέχει σε μια δραστηριότητα συμβατή με το περιβάλλον. Γι' αυτό μπορεί και γίνεται και σε περιοχές Natura. Ενδυναμώνεται η βιοποικιλότητα – αυτός είναι ο λόγος που βλέπουμε πολλά ψάρια, με επιπλέον τα δελφίνια. Εμείς κάνουμε ήδη φιλοπεριβαλλοντικές εκδρομές στην περιοχή, αλλά με τον νέο νόμο θα μπορούμε να μπαίνουμε στην ιχθυοκαλλιέργεια και να κάνουμε καταδύσεις ή να μπει ένα σκάφος να δει τη διαδικασία. Είναι ένας έμμεσος τρόπος διαφήμισης της ιχθυοκαλλιέργειας, των προϊόντων μας και της καλής ποιότητας που αυτά έχουν. Να δει ο κόσμος ότι μια ιχθυοκαλλιέργεια που λειτουργεί σωστά δεν επιβαρύνει το περιβάλλον, αλλά το ενδυναμώνει», επισημαίνει ο κ. Χατζηνικολάου.

«Πρόκειται για μια ψυχαγωγική, εκπαιδευτική εκδρομή, μια εναλλακτική μορφή τουρισμού. Μπορεί να αξιοποιηθεί μέρος της ιχθυοκαλλιέργειας, ειδικά σε μικρά νησιά όπως η Χάλκη, όπου μπορεί να προσφέρει στον επαγγελματία ένα επιπλέον εισόδημα», σύμφωνα με τον κ. Χατζηνικολάου, ο οποίος συμπληρώνει: «Γύρω από τις ιχθυοκαλλιέργειες οι οργανισμοί αυξάνονται – οι δύτες μπορούν να θαυμάσουν έναν υπέροχο κόσμο και να δουν μέχρι και δελφίνια και τόνους. Η παρουσία δελφινιών αποδεικνύει πόσο διαυγή είναι τα νερά, ενώ παράλληλα οι ειδικοί εξηγούν στοιχεία υδροβιολογίας. Είναι εκδρομές που μπορούν να ενταχθούν και σε πακέτα συνεδρίων, καθώς προσελκύουν το ενδιαφέρον πολύ κόσμου, με δεδομένο ότι, γύρω απ' όλα αυτά, ο επισκέπτης έρχεται σε επαφή με τον πολιτισμό, την ιστορία, τη γαστρονομία και την κουλτούρα ενός τόπου». 🌿

Οι ψαράδες μας είναι οι καλύτεροι πρεσβευτές της χώρας μας. Γνωρίζουν το νησί από την απέξω πλευρά και το γνωρίζουν καλύτερα από όλους» προσθέτει. Ως σωματείο, στοχεύουν στην περαιτέρω ενίσχυση της εκπαίδευσης των ψαράδων. Στα

μεγάλα νησιά ο αλιευτικός τουρισμός έχει προχωρήσει, εκείνο που επισημαίνει ωστόσο η κυρία Βασιλείου ως ανάγκη είναι να δραστηριοποιηθούν πιο ενεργά και τα μικρά νησιά. Είναι ένας σημαντικός κλάδος, δίνει δουλειά σε πολλές οικογένειες και έλκει το ενδιαφέρον πολ-

λών τουριστών, κυρίως ξένων. Συμβάλλει, επίσης, στην οικονομική, κοινωνική και περιβαλλοντική βιωσιμότητα, καθώς γίνεται μείωση των αλιευτικών εργασιών.

Οι ιχθυοκαλλιέργειες

Την ίδια ώρα, η δημιουργία



«Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ ΔΗΜΙΟΥΡΓΕΙ ΑΞΙΑ ΓΙΑ ΟΛΟΥΣ – ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΘΝΙΚΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑ, ΤΗΝ ΑΠΑΣΧΟΛΗΣΗ ΚΑΙ ΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΜΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΕΣ. ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΕΙΝΑΙ ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΟ ΜΕ ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΗΣ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑΣ, ΟΠΩΣ, ΑΝΤΙΣΤΟΙΧΑ, Η ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΕΙΝΑΙ ΑΡΡΗΚΤΑ ΣΥΝΔΕΔΕΜΕΝΗ ΜΕ ΤΗ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΗ ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΜΑΣ. ΕΙΝΑΙ ΣΥΜΠΤΩΣΗ ΟΤΙ ΟΙ ΔΥΟ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΤΗΣ ΧΩΡΑΣ ΜΕ ΘΕΤΙΚΟ ΔΗΜΟΓΡΑΦΙΚΟ ΔΕΙΚΤΗ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΝΟΤΙΟ ΑΙΓΑΙΟ ΚΑΙ Η ΚΡΗΤΗ;».



ΑΛΕΞΑΝΔΡΟΣ ΒΑΣΙΛΙΚΟΣ

ΒΙΩΣΙΜΗ ΦΙΛΟΞΕΝΙΑ ΚΑΙ ΡΥΘΜΙΣΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ ΤΑ ΜΕΓΑΛΑ ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Την αισιοδοξία του για την πορεία της τουριστικής σεζόν του 2025, παρά τις γεωπολιτικές και οικονομικές προκλήσεις, εκφράζει ο Αλέξανδρος Βασιλικός, πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ) και πρόεδρος της HORTEC.

ΟΠΩΣ ΣΗΜΕΙΩΝΕΙ

χαρακτηριστικά στη συνέντευξη που παραχωρεί στο Αθηναϊκό-Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων και τη Μαρία Τοιβγέλη, «είμαστε σε μια κατάσταση διεθνούς αβεβαιότητας. Τον ορίζοντα σκιάζουν πληθωρισμός, ακριβές μεταφορές, πολεμικές επιχειρήσεις, γεωπολιτικοί και οικονομικοί ανταγωνισμοί, απειλές ύφεσης για τις ευρωπαϊκές οικονομίες. Παρ' όλα αυτά, εξακολουθούμε να βλέπουμε υψηλή τουριστική ζήτηση». Ωστόσο, σημειώνει ότι αυτή η εξέλιξη «δεν πρέπει να μας καθησυχάζει ούτε να μας δημιουργείται η εντύπωση ότι θα είναι έτσι για πάντα». Υπογραμμίζει πάντως ότι «μέχρι και αυτήν τη στιγμή δεν έχουμε ανησυχητικά σημάδια σε επίπεδο προκρατήσεων και αεροπορικών slots για την Ελλάδα». Εστιάζοντας στο στοιχείο της βιωσιμότητας για τον ελληνικό τουρισμό, ο κ. Βασιλικός επισημαίνει ότι «βήματα γίνονται – και είναι σημαντικά. Όπως το γεγονός ότι πέρασε η πρόταση του ΣΕΕ με το πρόσφατο νομοσχέδιο που ψηφίστηκε για την κατάταξη των ξενοδοχείων με κριτήρια βιωσιμότητας και θα παρουσιαστεί αναλυτικά μέσα στις επόμενες εβδομάδες». Αναφορικά με την κατεύθυνση που θα πρέπει να έχουν τα χρηματοδοτικά εργαλεία τα επόμενα χρόνια, ο πρόεδρος του ΣΕΕ τονίζει ότι ειδικά οι μικρότερες επιχει-

ρήσεις πρέπει να στηριχθούν, για να μπορέσουν να επιτύχουν την πράσινη και τεχνολογική μετάβαση που θα προσδιορίσει και το μέλλον τους. Ειδική μνεία κάνει και στη βραχυχρόνια μίσθωση, υπογραμμίζοντας ότι η κυβέρνηση έκανε κάποια βήματα για να εξισορροπήσει το φαινόμενο, ωστόσο σπεύδει να προσθέσει ότι «απέχουμε ακόμη πολύ από τις δοκιμασμένες πρακτικές που έχουν ακολουθηθεί στο εξωτερικό και έχουν φέρει αποτελέσματα. Εξακολουθούμε να παραμένουμε η μόνη δυτική χώρα που δεν έχει, επί της ουσίας, ρυθμιστικό πλαίσιο για τη βραχυχρόνια μίσθωση. Και, έτσι, οι καταστροφικές συνέπειες της άμετρης ανάπτυξης του φαινομένου για την κοινωνία και την ταυτότητα των πόλεων και των προορισμών μας εντείνονται». Όσον αφορά στο στεγαστικό πρόβλημα και τη σύνδεσή του με τη βραχυχρόνια μίσθωση, ο κ. Βασιλικός τονίζει ότι «από την αγορά λείπουν 200.000 οπίτια, τη στιγμή που, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας, υπάρχουν πάνω από 300.000 ακίνητα σε μία και μόνη πλατφόρμα βραχυχρόνιων μισθώσεων, την Airbnb. Αυτά είναι μείζονα ζητήματα που πρέπει, επιτέλους, να τα λύσουμε μέσα από μια συζήτηση βιώσιμης προοπτικής και κοινής λογικής και οίγουρα όχι φανατισμού και αντιπαλότητας» όπως υποστηρίζει.

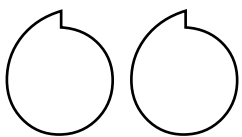
Επιστρέψατε πρόσφατα από το Όσλο, όπου πραγματοποιήθηκε η 90ή γενική συνέλευση της Πανευρωπαϊκής Συνομοσπονδίας Ξενοδοχίας & Εστίασης (HOTREC). Ως πρόεδρος της συνομοσπονδίας, με βάση τις πληροφορίες σας, πώς βλέπετε να πηγαίνουν τα πράγματα στην Ελλάδα και στην Ευρώπη για τη σεζόν του 2025;

Είμαστε σε μια κατάσταση διεθνούς αβεβαιότητας. Τον ορίζοντα σκιάζουν πληθωρισμός, ακριβές μεταφορές, πολεμικές επιχειρήσεις, γεωπολιτικοί και οικονομικοί ανταγωνισμοί, απειλές ύφεσης για τις ευρωπαϊκές οικονομίες. Παρ' όλα αυτά, εξακολουθούμε να βλέπουμε υψηλή τουριστική ζήτηση. Αυτό, βέβαια, δεν πρέπει να μας καθησυχάζει ούτε να μας δημιουργείται η εντύπωση ότι θα είναι για πάντα έτσι. Αν και στη μετα-Covid περίοδο βλέπουμε μια καταναλωτική συμπεριφορά που βάζει τα ταξίδια σε προτεραιότητα, δεν υπάρχει αμφιβολία ότι κάποια στιγμή θα επηρεαστεί η ζήτηση. Το γεγονός ότι υπάρχει, δυστυχώς, μια τάση υπερφορολόγησης του τουριστικού προϊόντος οίγουρα δεν λαμβάνει υπόψη την ελαστικότητα που μπορεί να εμφανίσει η ζήτηση. Πρέπει να υπάρξει προσοχή, διότι υπάρχουν ανησυχητικά μηνύματα από κάποιες ευρωπαϊκές οικονομίες που αποτελούν βασικές αγορές για τον ελληνικό τουρισμό. Θα πρέπει να αντιληφθούμε ότι ο κλάδος της φιλοξενίας είναι άρρηκτα συνδεδεμένος με την ευρωπαϊκή και την παγκόσμια οικονομία. Παραδείγματος χάρη, το ενδεχόμενο μιας μεγάλης κλίμακας απολύσεων στη γερμανική αυτοκινητοβιομηχανία υπό την πίεση δασμών και αυστηρών χρονοδιαγραμμάτων για την «πράσινη» μετάβαση θα επηρέαζε σημαντικά το διαθέσιμο εισόδημα και, κατ' επέκταση, την τουριστική ζήτηση προς τη χώρα μας. Γι' αυτό είναι πολύ σημαντικό ότι ο ευρωπαίος επίτροπος Βιώσιμων Μεταφορών και Τουρισμού, Αλόστολος Τζιτζικώστας, έχει ήδη δραστηριοποιηθεί, τονίζοντας ότι η Ευρωπαϊκή Ένωση θα κάνει ό,τι

χρειάζεται, για να προστατεύσει την ηγετική θέση της αυτοκινητοβιομηχανίας της. Συνοψίζοντας, πάντως, μέχρι αυτήν τη στιγμή δεν έχουμε ανησυχητικά σημάδια σε επίπεδο προκρατήσεων και αεροπορικών slots για την Ελλάδα. Επαναλαμβάνω όμως ότι η ανάγνωση που κάνουμε δεν πρέπει να είναι μόνο ποσοτική, αλλά οφείλει να συμπεριλαμβάνει και ποιοτικά χαρακτηριστικά. Είναι η ώρα στρατηγικών αποφάσεων, διότι, αν τα πράγματα επιδεινωθούν, θα φταίμε εμείς και κανένας άλλος.

Ποιος θα πρέπει να είναι ο κεντρικός πυρήνας αυτής της στρατηγικής στην οποία αναφέρεστε;

Έναν δρόμο μόνον έχουμε μπροστά μας και είναι ο δρόμος της αυθεντικότητας. Κάθε άλλος, αργά ή γρήγορα οδηγεί σε αδιέξοδο. Αυτό ισχύει και για την Ελλάδα και για την Ευρώπη συνολικά. Η αυθεντικότητα είναι που κατοχυρώνει τη θέση μας στον παγκόσμιο χάρτη και κάνει τη ζώνη του Σένγκεν τον πρώτο προορισμό παγκοσμίως – και είναι αυτή που θα μας διατηρήσει στην κορυφή. Δεν χρειάζεται να αντιγράψουμε άλλα μοντέλα. Έχουμε το μοντέλο μας σε μια παγκόσμια αγορά που ξεκίνησε με 25 εκατ. τουρίστες το 1950 και έχουμε φτάσει σήμερα στο 1,4 δισ. Σε μια αγορά που εξελίσσεται εκθετικά πρέπει να ξέρουμε ποια είναι η θέση μας. Η διατήρηση της ταυτότητάς μας είναι το άλφα και το ωμέγα. Και αφορά στην κουλτούρα, τον πολιτισμό, την παράδοση, τη γαστρονομία. Αφορά σε μια ποιοτική πρωτογενή παραγωγή που πρέπει να είναι προσανατολισμένη στην αγορά και όχι στις επιδοτήσεις. Χωρίς αυθεντικότητα, διακινδυνεύουμε να χάσουμε μεγάλα συγκριτικά πλεονεκτήματά μας. Γι' αυτό και κάθε τοπική κοινωνία, κάθε προορισμός πρέπει να κάνει τις επιλογές του με σεβασμό στη φυσιογνωμία του και την ιδιαιτερότητά του. Βεβαίως, πάντοτε θα υπάρχει μαζικός τουρισμός, όμως κάθε προορισμός πρέπει να σχεδιάσει το πώς θα μοιάζει η επόμενη μέρα του. Προφανώς, δεν μπορούν να γίνουν όλοι Μύκονος ή Σαντορίνη – και ούτε θα ήταν ορθολογικό να γίνουν. Η Ισπανία



Πάντοτε θα υπάρχει μαζικός τουρισμός, όμως κάθε προορισμός πρέπει να σχεδιάσει το πώς θα μοιάζει η επόμενη μέρα του. Προφανώς, δεν μπορούν να γίνουν όλοι Μύκονος ή Σαντορίνη – και ούτε θα ήταν ορθολογικό να γίνουν. Η Ισπανία



«ΤΟ ΝΑ ΑΝΑΚΥΚΛΩΝΟΥΜΕ ΜΙΑ ΣΥΖΗΤΗΣΗ ΓΙΑ ΤΟ ΑΝ ΕΧΟΥΜΕ Ή ΟΧΙ ΥΠΕΡΤΟΥΡΙΣΜΟ ΔΕΝ ΕΧΕΙ ΝΟΗΜΑ, ΟΤΑΝ, ΓΙΑ ΠΑΡΑΔΕΙΓΜΑ, ΕΝΑ ΛΙΜΑΝΙ ΓΕΜΙΖΕΙ ΜΕ ΛΥΜΑΤΑ, ΕΠΕΙΔΗ ΤΟ ΤΟΠΙΚΟ ΔΙΚΤΥΟ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΔΕΝ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΑΝΤΕΠΕΞΕΛΘΕΙ. ΤΟ ΖΗΤΗΜΑ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ Η ΤΑΜΠΕΛΑ, ΑΛΛΑ ΤΟ ΓΕΓΟΝΟΣ ΟΤΙ ΥΠΑΡΧΕΙ ΠΡΟΒΛΗΜΑ. ΚΑΙ ΥΠΑΡΧΟΥΝ, ΠΛΕΟΝ, ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ ΠΟΥ ΔΕΙΧΝΟΥΝ ΣΗΜΕΙΑ ΤΑ ΟΠΟΙΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΜΑΣ ΑΝΗΣΥΧΗΣΟΥΝ ΣΟΒΑΡΑ».



έχει μία Ίμπιζα, δεν έχει δέκα. Υπάρχει μια πολύ μεγάλη παλέτα επιλογών και το βασικό είναι κάθε τοπική κοινωνία να αποφασίσει τι θέλει να αφήσει κληρονομιά στα παιδιά της.

Από εκεί και πέρα, ασφαλώς χρειάζονται και δράσεις σε μεγαλύτερη κλίμακα. Ένα απλό παράδειγμα: τα λιμάνια μας δεν θα πρέπει να αναβαθμιστούν; Από τα πιο απλά –τροφοδοσία με καύσιμα και νερό– ως τα, υποτιθέμενα, πιο σύνθετα, όπως το να έχουν υποδομές για τροφοδοσία με LNG; Πρόσφατα πληροφορήθηκα ότι νεότευκτο τουριστικό σκάφος πολυεθνικού ηγέτη στον τομέα του τουρισμού, το οποίο αποτελεί τον σύγχρονο ορισμό της πολυτελούς κρουαζιέρας, δεν μπορεί να συμπεριλάβει την Ελλάδα στα δρομολόγιά του, επειδή τα λιμάνια μας δεν διαθέτουν σύστημα εφοδιασμού με LNG.

Όπου κι αν κοιτάζουμε υπάρχουν ζητήματα που απαιτούν σχεδιασμό και απαντήσεις συγχρονισμένες με τις παγκόσμιες τάσεις, όπου κεντρικό ρόλο παίζει το στοιχείο της βιωσιμότητας.

Πιστεύετε ότι θα κερδίσει ο ελληνικός τουρισμός το στοιχείο της βιωσιμότητας;

Βήματα γίνονται – και είναι σημαντικά. Όπως το γεγονός ότι

πέρασε η πρόταση του ΞΕΕ με το πρόσφατο νομοσχέδιο που ψηφίστηκε για την κατάταξη των ξενοδοχείων με κριτήρια βιωσιμότητας και θα παρουσιαστεί αναλυτικά μέσα στις επόμενες εβδομάδες. Είναι σαφές ότι δίνει και την κατεύθυνση που θα πρέπει να έχουν τα χρηματοδοτικά εργαλεία τα επόμενα χρόνια. Ειδικά οι μικρότερες επιχειρήσεις πρέπει να στηριχθούν, για να μπορέσουν να επιτύχουν την πράσινη και τεχνολογική μετάβαση που θα προσδιορίσει και το μέλλον τους. Αλλά πρέπει αυτή η τάση να συμπαρασύρει και τις τοπικές υποδομές. Δεν φτάνει να είναι τα ξενοδοχεία νησίδες βιωσιμότητας μέσα σε ένα πέλαγος αδιαφορίας για το περιβάλλον. Δεν μπορεί να κάνει το ξενοδοχείο ανακύκλωση, αλλά ο τοπικός δήμος να μην εφαρμόζει τη νομοθεσία που επιβάλλει να μειώσει αναλογικά τα τέλη καθαριότητας.

Το ελληνικό ξενοδοχείο μπορεί να πρωτοπορήσει και θα πρωτοπορήσει, αλλά σίγουρα είναι κι αυτή μια οριζόντια προσπάθεια που πρέπει να γίνει απ' όλους. Αυτά τα θέματα δεν μπορεί να είναι «στον αυτόματο». Ο τουρισμός είναι καθρέφτης της εθνικής εικόνας και ακριβώς γι' αυτό απαιτούνται συνεργασίες και επενδύσεις.

Το στεγαστικό, όπως φάνηκε και από τα πρόσφατα

κυβερνητικά μέτρα, αποτελεί ένα από τα μεγαλύτερα προβλήματα για την ελληνική κοινωνία σήμερα. Με δεδομένο ότι το πρόβλημα επηρεάζεται άμεσα από τις βραχυχρόνιες μισθώσεις, πώς βλέπετε σήμερα το τοπίο τους;

Τοπίο στην ομίχλη. Πράγματι, η σημερινή κυβέρνηση έκανε κάποια βήματα για να εξισορροπήσει το φαινόμενο της ανεξέλεγκτης ανάπτυξης των βραχυχρόνιων μισθώσεων μετά από χρόνια απραξίας των προηγούμενων κυβερνήσεων. Δυστυχώς όμως απέχουμε ακόμη πολύ από τις δοκιμασμένες πρακτικές που έχουν ακολουθηθεί στο εξωτερικό και έχουν φέρει αποτελέσματα. Εξακολουθούμε να παραμένουμε η μόνη δυτική χώρα που δεν έχει, επί της ουσίας, ρυθμιστικό πλαίσιο για τη βραχυχρόνια μίσθωση.

Και, έτσι, οι καταστροφικές συνέπειες της άμετρης ανάπτυξης του φαινομένου για την κοινωνία και την ταυτότητα των πόλεων και των προορισμών μας εντείνονται. Είτε είναι σχολεία που μειώνουν τμήματα, επειδή δεν υπάρχουν οικογένειες και παιδιά, όπως συμβαίνει σε ιστορικές περιοχές της Αθήνας, είτε επειδή φεύγουν οι ντόπιοι σε νησιά διότι τους συμφέρει περισσότερο να νοικιάσουν το σπίτι τους σε βραχυχρόνια μίσθωση και να μετακομίσουν αλλού.

Για το στεγαστικό που αναφέρατε, διαβάζουμε ότι από την αγορά λείπουν 200.000 σπίτια, τη στιγμή που, σύμφωνα με τα στοιχεία που έχουμε στη διάθεσή μας, υπάρχουν πάνω από 300.000 ακίνητα σε μία και μόνη πλατφόρμα βραχυχρόνιων μισθώσεων, την Airbnb. Τι άλλο χρειάζεται να πούμε μετά από αυτό;

Αυτά είναι μείζονα ζητήματα που πρέπει επιτέλους να τα λύσουμε μέσα από μια συζήτηση βιώσιμης προοπτικής και κοινής λογικής και σίγουρα όχι φανατισμού και αντιπαλότητας. Αν δεν καθίσουμε να κάνουμε μεθοδικά όλα αυτά που ζητάμε πάνω από μία δεκαετία να γίνουν, όλα τα υπόλοιπα είναι «ασπιδίνες». Πρέπει να υπάρξει μια μεγάλη τομή, ξεκαθαρίζοντας τι θέλουμε. Αν θέλουμε απλώς ποσότητα και να μετράμε κεφάλια στα αεροδρόμια ή αν πρέπει να αρχίσει να μας ανησυχεί το γεγονός ότι πέφτει η μέση κατά

κεφαλή δαπάνη και ότι υπάρχουν προορισμοί των οποίων η φέρουσα ικανότητα οφείλει να μας προβληματίσει έντονα.

Καθώς αναφέρατε τη φέρουσα ικανότητα, πώς κρίνετε την εντεινόμενη δημόσια συζήτηση για τον υπερτουρισμό;

Κοιτάξετε... Πρέπει επιτέλους να δούμε κατάματα την πραγματικότητα και να δώσουμε λύσεις και όχι να μένουμε στις περιγραφές.

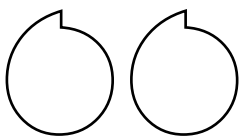
Το να ανακυκλώνουμε μια συζήτηση για το αν έχουμε ή όχι υπερτουρισμό δεν έχει νόημα, όταν, για παράδειγμα, ένα λιμάνι γεμίζει με λύματα, επειδή το τοπικό δίκτυο υποδομών δεν μπορεί να αντεπεξέλθει. Το ζήτημα δεν είναι η ταμπέλα, αλλά το γεγονός ότι υπάρχει πρόβλημα. Και υπάρχουν, πλέον, προορισμοί που δείχνουν σημεία τα οποία πρέπει να μας ανησυχίσουν σοβαρά.

Αν ένας προορισμός, για παράδειγμα, έχει 10.000 σπίτια, δεν πρέπει να συζητήσουμε πόσα μπορούν να είναι εμπορεύσιμα μέσα από τη βραχυχρόνια μίσθωση; Είναι το ίδιο να είναι 500 με το να είναι 2.000 ή 4.000; Ποια είναι η ισορροπία που λαμβάνει υπόψη την ανάπτυξη της τοπικής κοινωνίας;

Δεν πρέπει να μας απασχολήσει το γεγονός ότι παραμένουμε η μόνη δυτική χώρα χωρίς χωροταξικό σχεδιασμό, παρά το ότι τα επί χρόνια λιμνάζοντα νερά σε αυτό το θέμα επιτέλους κινούνται;

Ο κλάδος της φιλοξενίας δημιουργεί αξία για όλους – για την εθνική οικονομία, την απασχόληση και τις τοπικές μας κοινωνίες. Το μέλλον της χώρας είναι συνδεδεμένο με το μέλλον της φιλοξενίας, όπως, αντίστοιχα, η φιλοξενία είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τη βιωσιμότητα και τη διατήρηση της ταυτότητας των προορισμών μας. Είναι σύμπτωση ότι οι δύο περιφέρειες της χώρας με θετικό δημογραφικό δείκτη είναι το Νότιο Αιγαίο και η Κρήτη;

Γι' αυτό και πρέπει να δούμε την πραγματικότητα και το μέλλον μέσα από ένα εθνικό πρίσμα και να δημιουργήσουμε τις προϋποθέσεις, ώστε οι προορισμοί μας να προστατευτούν και οι τοπικές κοινωνίες να ανθίσουν. 🌱



Τα λιμάνια μας δεν θα πρέπει να αναβαθμιστούν; Από τα πιο απλά ως τα, υποτιθέμενα, πιο σύνθετα; Πρόσφατα πληροφορήθηκα ότι νεότευκτο τουριστικό σκάφος πολυεθνικού ηγέτη στον τομέα του τουρισμού, το οποίο αποτελεί τον σύγχρονο ορισμό της πολυτελούς κρουαζιέρας, δεν μπορεί να συμπεριλάβει την Ελλάδα στα δρομολόγιά του, επειδή τα λιμάνια μας δεν διαθέτουν σύστημα εφοδιασμού με LNG...



«Η ΑΥΘΕΝΤΙΚΟΤΗΤΑ ΕΙΝΑΙ ΠΟΥ ΚΑΤΟΧΥΡΩΝΕΙ ΤΗ ΘΕΣΗ ΜΑΣ ΣΤΟΝ ΠΑΓΚΟΣΜΙΟ ΧΑΡΤΗ ΚΑΙ ΚΑΝΕΙ ΤΗ ΖΩΝΗ ΤΟΥ ΣΕΝΓΚΕΝ ΤΟΝ ΠΡΩΤΟ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ – ΚΑΙ ΕΙΝΑΙ ΑΥΤΗ ΠΟΥ ΘΑ ΜΑΣ ΔΙΑΤΗΡΗΣΕΙ ΣΤΗΝ ΚΟΡΥΦΗ. ΔΕΝ ΧΡΕΙΑΖΕΤΑΙ ΝΑ ΑΝΤΙΓΡΑΨΟΥΜΕ ΑΛΛΑ ΜΟΝΤΕΛΑ. ΕΧΟΥΜΕ ΤΟ ΜΟΝΤΕΛΟ ΜΑΣ ΣΕ ΜΙΑ ΠΑΓΚΟΣΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΟΥ ΞΕΚΙΝΗΣΕ ΜΕ 25 ΕΚΑΤ. ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΤΟ 1950 ΚΑΙ ΕΧΟΥΜΕ ΦΤΑΣΕΙ ΣΗΜΕΡΑ ΣΤΟ 1,4 ΔΙΣ. ΣΕ ΜΙΑ ΑΓΟΡΑ ΠΟΥ ΕΞΕΛΙΣΣΕΤΑΙ ΕΚΘΕΤΙΚΑ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΞΕΡΟΥΜΕ ΠΟΙΑ ΕΙΝΑΙ Η ΘΕΣΗ ΜΑΣ».





ΜΕ ΠΛΗΘΥΣΜΟ ΠΕΡΙΠΟΥ 18.000 ΚΑΤΟΙΚΟΥΣ ΚΑΙ 12.000 ΔΙΑΘΕΣΙΜΕΣ ΚΛΙΝΕΣ, Η ΚΑΛΥΜΝΟΣ ΚΑΛΥΠΤΕΙ ΑΝΕΤΑ ΤΙΣ ΑΝΑΓΚΕΣ ΤΩΝ ΕΠΙΣΚΕΠΤΩΝ ΤΗΣ. ΟΙ ΤΙΜΕΣ ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ ΛΟΓΙΚΕΣ ΟΛΗ ΤΗ ΧΡΟΝΙΑ ΚΑΙ ΜΕΧΡΙ ΤΟ ΤΕΛΟΣ ΙΟΥΝΙΟΥ ΚΑΠΟΙΟΣ ΜΠΟΡΕΙ ΝΑ ΒΡΕΙ ΕΥΚΟΛΑ ΚΑΤΑΛΥΜΑ.

ΤΙ ΕΚΑΝΕ Η ΚΑΛΥΜΝΟΣ ΚΑΙ ΚΑΤΑΦΕΡΕ ΝΑ ΕΧΕΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΣΕΖΟΝ ΤΟ ΜΗΝΕΣ ΤΟΝ ΧΡΟΝΟ;

Μπορεί η τουριστική περίοδος στο μεγαλύτερο μέρος της χώρας να ξεκινά παραδοσιακά το Πάσχα και να τελειώνει με τα πρώτα κρύα του φθινοπώρου, στην Κάλυμνο ωστόσο τα πράγματα είναι διαφορετικά.

ΜΕ ΑΙΧΜΗ

του δόρατος την αναρρίχηση, η οποία τα τελευταία χρόνια έχει εξελιχθεί σε βασικό πυλώνα της τοπικής οικονομίας, το νησί έχει πια επισκεψιμότητα σχεδόν όλο τον χρόνο. Η **Κάλυμνος** έχει καταφέρει να ξεχωρίσει στον τουριστικό χάρτη της Ελλάδας, αλλά και διεθνώς, αξιοποιώντας στο έπακρο το βασικό της συγκριτικό πλεονέκτημα: τους μοναδικούς βράχους της. Ένα νησί που έχει χτίσει τη φήμη του

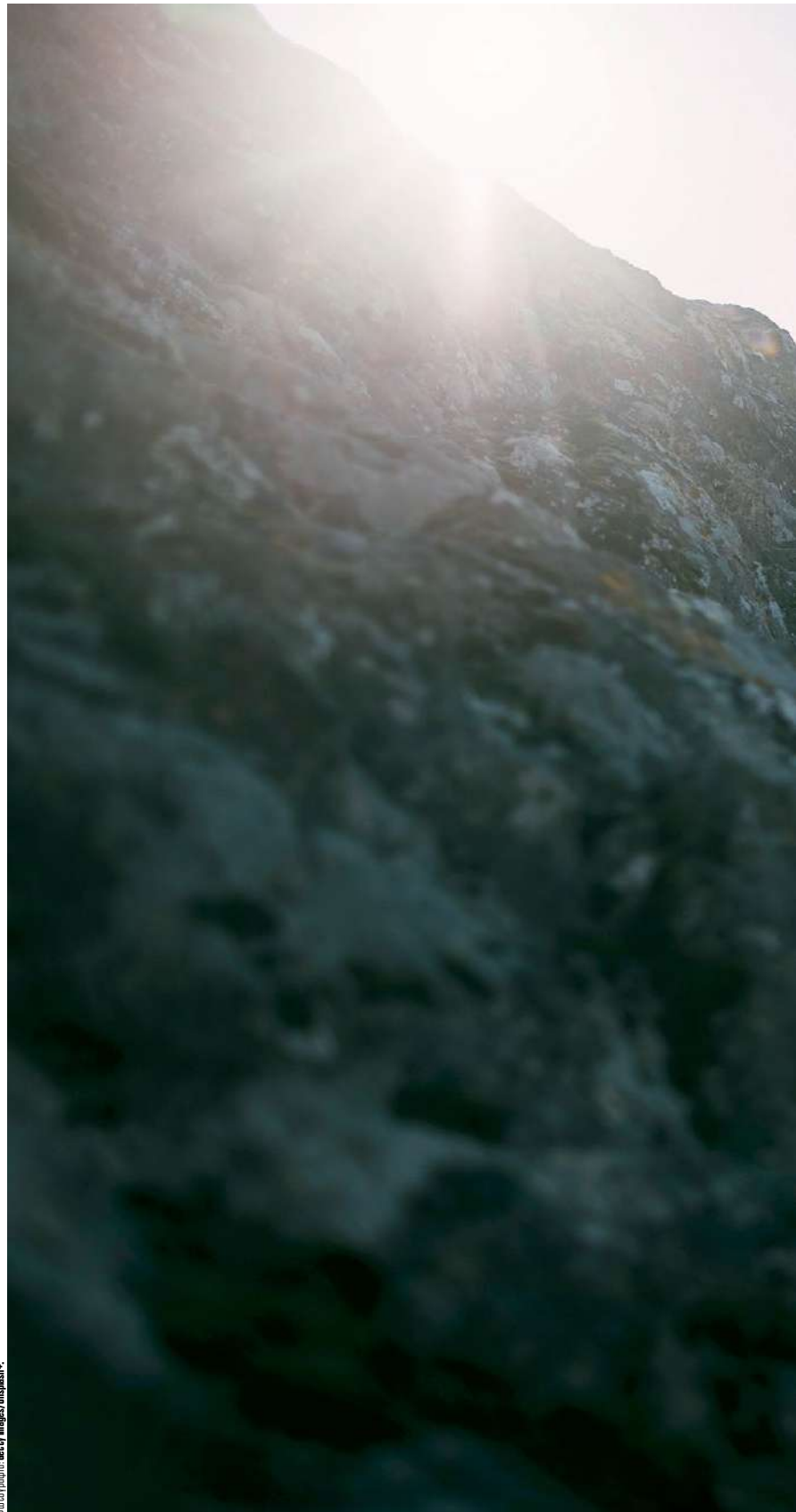
ως παγκόσμιου προορισμού αναρρίχησης, προσελκύοντας επισκέπτες από τον Φεβρουάριο μέχρι και τον Νοέμβριο. Όπως τονίζει η αντιδήμαρχος Τουρισμού και Απόδημων, **Καλλιόπη Κουτούζη**, μιλώντας στο Αθηναϊκό και Μακεδονικό Πρακτορείο Ειδήσεων, «η Κάλυμνος είναι το νησί που ζει τον τουρισμό αλλιώς. Είμαστε ο Νο 1 προορισμός στην Ευρώπη για αναρρίχηση και έχουμε αναπτύξει σταθερά αυτήν τη μορφή

τουρισμού εδώ και 30 χρόνια, ενώ τα τελευταία χρόνια, χάρη στην προβολή που έχει γίνει, έγινε ακόμη πιο γνωστή. Μην ξεχνάμε ότι η αναρρίχηση είναι πλέον και ολυμπιακό άθλημα». Υπογραμμίζει, ταυτόχρονα, ότι «η αναρρίχηση, η κατάδυση και η πεζοπορία φέρνουν επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο, ειδικά σε περιόδους που άλλοι του-

ριστικοί προορισμοί είναι πιο ήσυχoi».

Η σπογγαλιεία

Η Κάλυμνος, εκτός από αναρριχητικούς παράδεισους, είναι γνωστή εδώ και αιώνες για τη **σπογγαλιεία** της: «Τα σφουγγάρια έκαναν γνωστή την Κάλυμνο σε όλο τον κόσμο. Ακόμη και σήμερα υπάρχουν οικογένειες





που ζουν από τη σπογγαλιεία, είτε μέσω της αλιείας είτε μέσω της μεταποίησης και της πώλησης στους χονδρεμπόρους. Το μεγαλύτερο μέρος εξάγεται στην Ευρώπη και την Ασία». Όπως εξηγεί, στόχος του δήμου είναι να αναπτυχθεί και ο **αλιευτικός τουρισμός**, με τη δημιουργία **καταδυτικού πάρκου** και τη διοργάνωση **φεστι-**

βάλ και **εκδηλώσεων** που θα συνεχίζουν την ιστορία και την παράδοση του νησιού. Η Κάλυμνος διαθέτει **τέσσερις σχολές εκμάθησης καταδύσεων** και **τη μοναδική επαγγελματική σχολή δυτών στην Ελλάδα**. «Η σχέση μας με τη θάλασσα είναι ζωντανή και πολυεπίπεδη», επισημαίνει η κυρία Κουτούζη. Η τουριστική περίοδος στην

Κάλυμνο ξεκινά τον Φεβρουάριο και φτάνει μέχρι τον Νοέμβριο, με τον Οκτώβριο να είναι, όπως χαρακτηριστικά λέει η αντιδήμαρχος, «πιο τουριστικός ακόμη και από τον Ιούλιο και τον Αύγουστο. Αυτό οφείλεται στην **αναρρίχηση**, την **κατάδυση** και την **πεζοπορία**, που προσελκύουν επισκέπτες απ' όλο τον κόσμο, ειδικά σε περιόδους χαμηλότερης θερμοκρασίας». Σύμφωνα με την κυρία Κουτούζη, η Κάλυμνος προσφέρει **slow** και **leisure tourism**: «Έχουμε τα πάντα –νυχτερινή ζωή, καταστήματα κ.ά.–, αλλά **χωρίς υπερτουρισμό**. Αυτό είναι και το πλεονέκτημά μας. Ο επισκέπτης μπορεί να απολαύσει αυθεντικές εμπειρίες χωρίς πίεση».

Με πληθυσμό περίπου 18.000 κατοίκους και 12.000 διαθέσιμες κλίνες, η Κάλυμνος καλύπτει άνετα τις ανάγκες των επισκεπτών της. Οι τιμές παραμένουν λογικές όλη τη χρονιά και μέχρι το τέλος Ιουνίου κάποιος μπορεί να βρει εύκολα κατάλυμα.

Σχετικά με ακόμη μία μορφή τουρισμού, αυτή του **θρησκευτικού**, η κυρία Κουτούζη αναφέρει: «Έχουμε σημαντικά σημεία προσκυνηματικού ενδιαφέροντος, με κορυφαίο **το μοναστήρι του Αγίου Σάββα**, που δεσπόζει πάνω από το λιμάνι».

Η προσβασιμότητα του νησιού είναι, επίσης, σημαντικό πλεονέκτημα: «Το καλοκαίρι έχουμε **έξι αεροπορικές συνδέσεις την εβδομάδα** με την Αθήνα, καθώς και μία επιπλέον πτήση –γνωστή ως «τρενάκι»– που εξυπηρετεί τη γραμμή Αθήνα-Αστυπάλαια-Λέρος-Κως-Κάλυμνος». Υπάρχει, επίσης, **ακτοπλοϊκή σύνδεση με τον Πειραιά έξι φορές την εβδομάδα και σύνδεση με τα υπόλοιπα Δωδεκάνησα**: «Από την Κω, που έχει διεθνές αεροδρόμιο, φτάνεις σε μισή ώρα στην Κάλυμνο μέσω του Μαστιχαρίου – ενός ψαροχωριού με συχνά δρομολόγια προς το νησί μας», εξηγεί.

Η Κάλυμνος έχει τουρίστες απ' όλα τα μέρη του κόσμου – **Ιαπωνία, Φιλιππίνες, Αμερική**, αλλά και από **Ιταλία, Γαλλία, Αυστρία, Ολλανδία** και τις **σκανδιναβικές χώρες**. «Τους προσελκύουν η **αναρρίχηση**, η **θάλασσα** και η **αυθεντικό-**

τητα. Έχουμε και **μαρίνα**, που υποστηρίζει τον θαλάσσιο τουρισμό», αναφέρει.

Ακόμη ένα σημαντικό κεφάλαιο για την Κάλυμνο είναι οι απόδημοι: «Η Κάλυμνος είναι **‘ναυτομάνα’**. Όπου κι αν ταξιδέψεις, θα βρεις έναν καλύμνιο ναυτικό. Αν υπολογίσουμε μέχρι και τρίτη ή τέταρτη γενιά, **οι απόδημοι ξεπερνούν τα 50.000 άτομα**», σημειώνει.

Όπως υπενθυμίζει η κυρία Κουτούζη, «στο **Τάρπον Σπρινγκς της Φλόριντα**, που είναι πόλη αδελφοποιημένη με την Κάλυμνο, είχαμε καλύμνιο δήμαρχο, τον **Χρυσόστομο (Κρις) Αλαχούζο**. Ήταν ο πρώτος δήμαρχος ελληνικής καταγωγής στην πόλη, γεννημένος στην Κάλυμνο, που μετανάστευσε στις ΗΠΑ σε ηλικία 11 ετών. Στην **Αυστραλία**, στο **Ντάργουιν**, ζουν περίπου 10.000 Δωδεκανήσιοι, οι περισσότεροι Καλύμνιοι. Κάθε Ιούλιο και Αύγουστο έρχονται απόδημοι στο νησί, που μιλούν τα παλιά Καλυμνικά και τα Ελληνικά με προφορά, μένουν σε δικά τους σπίτια, τα οποία έχουν ανακαινίσει, και φέρνουν μαζί τους φίλους και οικογένειες. Είναι οι καλύτεροι πρεσβευτές μας». Παρά τα μέχρι τώρα καλά αποτελέσματα, όμως, οι Καλύμνιοι δεν εφησυχάζουν, όπως επισημαίνει η αντιδήμαρχος, αναφερόμενη σε μια σημαντική δράση που δρομολογείται: «Από τις **16 ως τις 19 Οκτωβρίου** σχεδιάζουμε τη **διοργάνωση διεθνούς αναρριχητικού φεστιβάλ**, που είχε διακοπεί λόγω πανδημίας. Θέλουμε να συνεχίσουμε να αναδεικνύουμε τον φυσικό μας πλούτο και να ενισχύουμε τις εναλλακτικές μορφές τουρισμού».

Όπως σημειώνει η αντιδήμαρχος Τουρισμού και Απόδημων του δήμου Καλυμνίων, «η Κάλυμνος είναι το νησί που ενσωματώνει την **αυθεντικότητα** με την **περιπέτεια** και την **παράδοση** με τη **βιωσιμότητα**». Γι' αυτό και στην έκθεση **Green Expo** που πραγματοποιήθηκε πριν από μερικές ημέρες στην Αθήνα η Κάλυμνος είχε δυναμική παρουσία ως τιμώμενος δήμος και προορισμός εναλλακτικού τουρισμού, με πλούσια φυσική ομορφιά, ιστορία και ιδιαίτερες δραστηριότητες. 🌿

ΤΕΥΧΟΣ #006 — ΙΟΥΝΙΟΣ 2025

Travel.now

