

Επιτέλους
ας ακολουθήσουμε
μια στρατηγική...
για την ποιοτική τουριστική
και οικονομική ανάπτυξη
του νησιού μας

Πάνος Μιχ. Πίτσιος
ΟΙΚΟΝΟΜΟΛΟΓΟΣ ΜΕ ΕΙΔΙΚΕΥΣΗ ΣΤΗ "ΔΙΕΘΝΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ"
ΥΠΟΨΗΦΙΟΣ ΣΥΜΒΟΥΛΟΣ ΜΥΤΙΛΗΝΗΣ ΛΕΣΒΟΥ

ΒΙΟΓΡΑΦΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ

Ο Πάνος Μιχ. Πίτσιος γεννήθηκε στη Μυτιλήνη το 1960. Είναι παντρεμένος με την οικονομολόγο – καθηγήτρια Μαρία Πλεξουσάκη και έχει δύο ενήλικα παιδιά. Επί 20 χρόνια υπήρξε αθλητής κολύμβησης και υδατοσφαίρισης στο Ναυτικό Όμιλο Μυτιλήνης. **Αγωνίστηκε στη βασική ομάδα υδατοσφαίρισης του Ν.Ο.Μ. επί δεκαπενταετία, με συμμετοχές στις Εθνικές Ομάδες της χώρας.**



Πάτρα 1980. Ομάδα πόλο Ν.Ο.Μ. Α' Εθνική. Διακρίνονται ο Σπ. Γαληνός και ο Π. Πίτσιος

Είναι οικονομολόγος, πτυχιούχος της Ανωτάτης Σχολής Οικονομικών & Εμπορικών Επιστημών (Α.Σ.Ο.Ε.Ε.), **με μεταπτυχιακές σπουδές (master's) στο South Bank University του Λονδίνου, στη "Διεθνή Επιχειρηματικότητα".**

Επαγγελματικά κινήθηκε επί 25ετία ως διοικητικό στέλεχος Επιχειρήσεων και Οργανισμών στον τομέα υπηρεσιών, στην Ελλάδα και στην Αγγλία (Αντασφαλιστική Εταιρεία "ΚΟΥΜΒΑΣ REINSURANCE BROKERS S.A.", Αθήνα και Ναυτιλιακή Εταιρεία "OFF SHORE OIL SERVICES (U.K.) LTD", Λονδίνο). Από το 1994 ζει μόνιμα και εργάζεται στη Μυτιλήνη. Αρχικά στην Ε.Τ.Α.Λ. Α.Ε. ως διευθυντής & συντονιστής του αγροτουριστικού προγράμματος "LEADER", ακολούθως στη "NEL LINES" ως υπεύθυνος marketing (με πλειάδα προτάσεων και εισηγήσεων για τη μελλοντική εύρυθμη λειτουργία της) και στη συνέχεια στην Αναπτυξιακή Εταιρεία Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης Λέσβου ως πρώτος διευ-

θυντής & συντονιστής του επιχειρησιακού προγράμματος "Γραφείο Βιομηχανικής Αλληλεγγύης".

Σήμερα εργάζεται στην Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου, **ως ειδικός επιστήμων με ειδικότητα "Marketing & Επιχειρησιακή Έρευνα" και με αρμοδιότητες ανάπτυξης της εξωστρεφούς επιχειρηματικότητας της περιοχής**, μέσω ειδικών δράσεων - projects που αφορούν κατά μείζονα λόγο στην προώθηση προϊόντων & επιχειρήσεων του κλάδου τροφίμων & ποτών στην Ελλάδα και στο εξωτερικό (40 projects τα τελευταία 4 χρόνια). Αποσπασματικά έχει εμπλακεί επίσης και σε ορισμένες μεμονωμένες δράσεις τουριστικού marketing (αφορούν κυρίως στο άνοιγμα των τουριστικών αγορών Τουρκίας, Σερβίας, κ.α. στη Λέσβο).

Παράλληλα επί 20ετία διδάσκει ως εισηγητής σε επαγγελματικά σεμινάρια δημόσιων και ιδιωτικών εκπαιδευτικών οργανισμών, με γνωστικά πεδία εισηγήσεων: **marketing, τουριστικό marketing, εξαγωγικό marketing, marketing αγροτικών προϊόντων, προώθηση πωλήσεων & έρευνα αγοράς, διεθνές εμπόριο, διοίκηση επιχειρήσεων, τουριστική οικονομία, αγγλική ορολογία marketing, κ.α.**

Έχει διατελέσει μέλος του Δ.Σ. του Επιμελητηρίου Λέσβου (1997 - 2001), ενώ κατά τη διάρκεια της θητείας του στο Δ.Σ. της Συν/κής Τράπεζας Λέσβου - Λήμνου (2002 - 2005), διαδραμάτισε καταλυτικό ρόλο μέσω της στενής συνεργασίας του με τα ανώτατα διοικητικά στελέχη της Τράπεζας της Ελλάδος, **στην απο κάλυψη των γνωστών σκανδάλων**, που ακόμη ταλανίζουν τους μετόχους και την κοινωνία της Λέσβου.

Την τελευταία δεκαετία δραστηριοποιείται ενεργά με τα διοικητικά του ιστορικότερου αθλητικού σωματείου του νησιού, του Ναυτικού Ομίλου Μυτιλήνης, όπου είχε την ευκαιρία **να συνεργαστεί με τον Πρόεδρό του και σημερινό υποψήφιο Δήμαρχο Σπύρο Γαληνό.**

Την τετραετία 2003 - 2006 είχε εκλεγεί δημοτικός σύμβουλος του Δήμου Μυτιλήνης, με την πλειοψηφούσα παράταξη "ΕΠΟΜΕΝΗ ΜΕΡΑ". Υπήρξε ιδρυτής και πρόεδρος της Δημοτικής Επιχείρησης Τουριστικής Ανάπτυξης Μυτιλήνης (Δ.Ε.Τ.Α.Μ.), η οποία δημιουργήθηκε χωρίς καμία θεσμική υποχρέωση, **με μοναδικό στόχο την ανάδειξη του τουρισμού σε κύριο μοχλό οικονομικής ανάπτυξης της πόλης.** Έχοντας θέσει με ελάχιστους πόρους σημαντικές βάσεις, προκειμένου η Μυτιλήνη να γίνει "τελικός προορισμός", το πλούσιο έργο της διεκόπη το 2007, όταν αποχώρησε από το Δήμο Μυτιλήνης (για το έργο του ως Προέδρου της Δ.Ε.Τ.Α.Μ., βλ. σελ. 6, "ΔΡΑΣΗ Δ.Ε.Τ.Α.Μ.").



Βράβευση παλαίμαχων υδατοσφαιριστών Ν.Ο.Μ., 2004. Ανάμεσά τους ο Σπ. Γαληνός και ο Π. Πίτσιος

Αγαπητοί συνδημότες και συνδημότισσες,

Η Δημοτική Αρχή ενός τόπου, πρέπει μακριά από κομματικές σκοπιμότητες, να αγωνίζεται για **την αναπτυξιακή του πορεία, αλλά και την ευημερία των κατοίκων του.**

Δυστυχώς η αδυναμία εξέλιξης των οικονομικών μεγεθών, ο τουριστικός αποκλεισμός του νησιού και η συρρίκνωση των εισοδημάτων των πολιτών, αποδεικνύουν περίτρανα τον ερασιτεχνισμό με τον οποίο αντιμετωπίζεται σήμερα η ανάπτυξη της Λέσβου.

Ο λόγος είναι ότι οι αποφάσεις που λαμβάνονται, είναι αποσπασματικές και τυχαίες, που εξυπηρετούν το εφήμερο και το προσωρινό, γεγονός που κατά κανόνα δεν αποδίδει κανένα μακροχρόνιο αποτέλεσμα.

Αυτή η κατάσταση μπορεί και πρέπει να ανατραπεί. Ακολουθώντας μια ολοκληρωμένη στρατηγική βάσει στόχων, ο ενιαίος Δήμος Λέσβου μπορεί μέσα σε διάστημα δύο χρόνων να τεθεί σε **τροχιά ανάπτυξης και πλούτου για τους πολίτες του.**

Αγαπητοί φίλοι και φίλες,

Η απόλυτη ταύτιση των απόψεων αυτών, με τη φιλοσοφία και τους στόχους του υποψήφιου **Δημάρχου Σπύρου Γαληνού**, με οδήγησε στην απόφαση να διεκδικήσω την ψήφο σας ως Δημοτικός Σύμβουλος Μυτιλήνης, με τον συνδυασμό **“ΜΟΝΟ ΓΙΑ ΤΗ ΛΕΣΒΟ”**, στις εκλογές της 18^{ης} Μαΐου 2014.

Είναι πεποίθησή μου, ότι η συνολική πρόταση που κατατίθεται, **αποτελεί τη λύση για το μέλλον του τόπου.** Ο ευρύτερος Δήμος διαθέτει μια αναμφισβήτητη ομορφιά, αξιοζήλευτο πολιτισμό και μακρά ιστορία, αγαθά που αποτελούν την πρώτη ύλη για τουριστική ανάπτυξη, **τη μόνη ίσως ελπίδα για την οικονομική ανάσταση της Λέσβου και των κατοίκων της.**

Όμως η σωστή τουριστική ανάπτυξη δεν έρχεται ούτε τυχαία, ούτε μόνη της, ούτε με λεκτικές προσεγγίσεις & ευχολόγια. **Απαιτείται μια ενιαία στρατηγική διεθνούς τουριστικού marketing από εξειδικευμένους επιστήμονες,** με προγραμματισμό σε βάθος χρόνου, με αλληλοϋποστηριζόμενες δράσεις και με ένα όραμα ...

Σας ευχαριστώ,
Πάνος Μιχ. Πίσιος



Τηλ. Επικοινωνίας: 22510 42445 (οικία) & 6973 004872, email: pitsiosp@otenet.gr

ΦΙΛΟΣΟΦΙΑ ΚΑΙ ΣΤΟΧΟΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΤΟΥ ΤΟΠΟΥ ΜΑΣ

Η Λέσβος είναι το μοναδικό νησί του Αιγαίου, που στην κυριολεξία δεν αποτελεί σημαντικό “τουριστικό προορισμό”. Επιπλέον η πρωτεύουσα Μυτιλήνη, είναι η μοναδική πόλη του Αιγαίου, ίσως και της Μεσογείου, που δεν έχει την παραμικρή τουριστική οργάνωση. Ο τουρισμός του νησιού, πάρα τις φιλότιμες πλην όμως ερασιτεχνικές προσπάθειες που καταβάλλονται από μη ειδικούς, παραμένει σε εξαιρετικά χαμηλά επίπεδα, ενώ η διείσδυση σε εγχώριες και διεθνείς αγορές παρουσιάζει δραματική υστέρηση σε σχέση, όχι μόνο με τις παραδοσιακά αμιγώς τουριστικές νησιωτικές περιοχές (υπόλοιπο Αιγαίο, Κρήτη, Ιόνιο), αλλά ακόμη και με τους νεοφανείς τουριστικούς προορισμούς (ηπειρωτική Ελλάδα).



“PHILOXENIA 2007”, Θεσσαλονίκη: Το τουριστικό ρεύμα από τη Βόρειο Ελλάδα, μπορεί και πρέπει να αυξηθεί

Αυτό συμβαίνει, διότι ποτέ μέχρι σήμερα στη Λέσβο, πλην μεμονωμένων ενεργειών δημοσιότητας, δεν εφαρμόστηκε οργανωμένη στρατηγική τουριστικής ανάπτυξης, που να διακατέχεται από προσανατολισμό και φιλοσοφία marketing. Είναι εμφανείς οι αδυναμίες: α) ανάπτυξης σύγχρονων μεθόδων και λειτουργιών διαχείρισης βάσει στόχων (management by objectives), β) διενέργειας επιχειρησιακής έρευνας, και γ) εφαρμογής συγκροτημένης στρατηγικής διεθνούς τουριστικού marketing. Με ελάχιστες ίσως μεμονωμένες εξαιρέσεις προσώ-



“Τοπικό Σύμφωνο ελληνικού πρωινού... στη Λέσβο”. 2013, Αθήνα: Απαραίτητη η διασύνδεση του τουριστικού με τον πρωτογενή τομέα.



Ημερίδα για αποκατάσταση & αξιοποίηση Αρχαίου Θεάτρου, με το διευθυντή αναστηλώσεων του ΥΠ.ΠΟ. Δημοσθένη Ζηρώ: Η αποτελεσματικότητα των τουριστικών υποδομών, άμεση προτεραιότητα

πων, οι φορείς του τόπου στο σύνολό τους δεν είδαν τη Λέσβο σαν νησί που η οικονομική του δραστηριότητα θα είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τον τουρισμό και δεν φρόντισαν να το αναπτύξουν προς αυτή την κατεύθυνση. Ποτέ δεν είδαν σαν τουριστικό νησί. Ποτέ δεν απέκτησε τουριστική οργάνωση. **ΑΥΤΟ ΜΠΟΡΕΙ ΚΑΙ ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΝΑΤΡΑΠΕΙ.**

Η Λέσβος πρέπει να γίνει φύσει τουριστική. Να αποκτηθεί τουριστική οργάνωση σε όλη την επικράτεια του ευρύτερου Δήμου, ώστε να ικανοποιούνται στο μέγιστο οι ανάγκες και του πιο απαιτητικού επισκέπτη. **Να γίνει το νησί απόλυτα φιλικό προς τον επισκέπτη. Το κεντρικό σύνθημα όλων μας πρέπει να είναι: «Η ΛΕΣΒΟΣ ΟΡΓΑΝΩΝΕΙ ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ».**



2006, “Open City - Open House”: Τα φημισμένα Αρχοντικά της Μυτιλήνης πρέπει να αξιοποιηθούν τουριστικά.

Αυτή είναι η βασική φιλοσοφία που πρέπει να αναπτυχθεί και όλες οι αποφάσεις που λαμβάνονται πρέπει να κινούνται με γνώμονα αυτήν. Πρέπει να γίνει αυτό που σε αντίστοιχες νησιωτικές περιοχές θεωρείται αυτονόητο. Πρέπει να γίνει

«Η ΕΠΑΝΑΣΤΑΣΗ ΤΟΥ ΑΥΤΟΝΟΗΤΟΥ».

Οι εκφρασμένοι φόβοι για καταστροφή του νησιού αν αναπτυχθεί τουριστικά δεν δικαιολογούνται, διότι ουδείς επιθυμεί την «άναρχη τουριστική ανάπτυξη» και την καταστροφή του περιβάλλοντος. Αντίθετα όλη η φιλοσοφία πρέπει να στηρίζεται στην προστασία και ανάδειξη του φυσικού και δομημένου περιβάλλοντος, καθώς και των ιστορικών μνημείων.

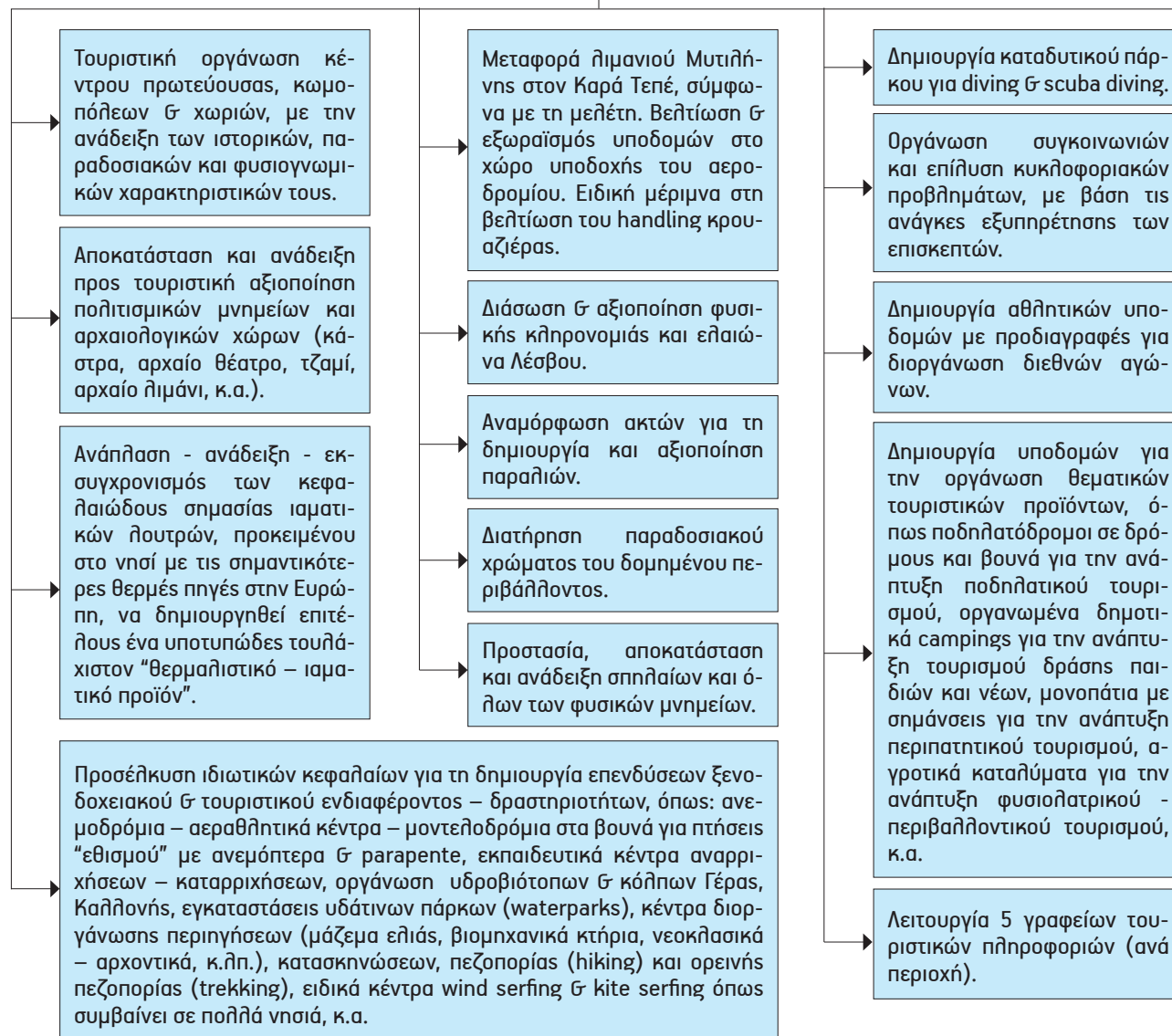
Με κεντρικό σύνθημα : “Η ΛΕΣΒΟΣ ΟΡΓΑΝΩΝΕΙ ΓΙΑ ΠΡΩΤΗ ΦΟΡΑ ΤΟΝ ΤΟΥΡΙΣΜΟ ΤΗΣ”, στόχος είναι σε δύο χρόνια το νησί να έχει γίνει σημαντικός τελικός προορισμός

Χωρισμός Λέσβου σε 5 περιοχές, με βάση: α) τα γεωγραφικά χαρακτηριστικά, και β) το βαθμό τουριστικής ανάπτυξής τους: 1. **Ανατολική Λέσβος**: Πρωτεύουσα Μυτιλήνη και περίξ περιοχές (χερσόνησος Αμαλίας, Θερμή, Μανταμάδος, κ.α.), με χαμηλή τουριστική ανάπτυξη. 2. **Νότια Λέσβος**: Υπό ανάπτυξη τουριστικές περιοχές κόλπου Γέρας, Πλωμαρίου, Αγιάσου, Πολιχνίτου, Βατερών, κ.α. 3. **Δυτική Λέσβος**: Αρκετά αλλιά όχι ικανοποιητικά αναπτυγμένες τουριστικές περιοχές Ερεσού, Αντίσης, Σιγρίου, κ.α. 4. **Κεντρική Λέσβος**: Εν δυνάμει αναπτυσσόμενες τουριστικές περιοχές κόλπου Καλλιθονής. 5. **Βόρεια Λέσβος**: Σχετικά, αλλιά όχι επαρκώς, αναπτυγμένη τουριστική περιοχή Μολύβου, Πέτρας, Ανάξου, κ.λπ.

ΕΡΓΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ ΣΤΙΣ 5 ΠΕΡΙΟΧΕΣ

Η τουριστική ανάπτυξη της κάθε περιοχής απαιτεί: α) καταγραφή τουριστικού πλούτου σε ειδική βάση δεδομένων, β) ταξινόμηση προβλημάτων & ελλείψεων τουριστικών υποδομών, γ) βελτιώσεις - έργα υποδομών, δ) δημιουργία τουριστικού profile κάθε περιοχής.

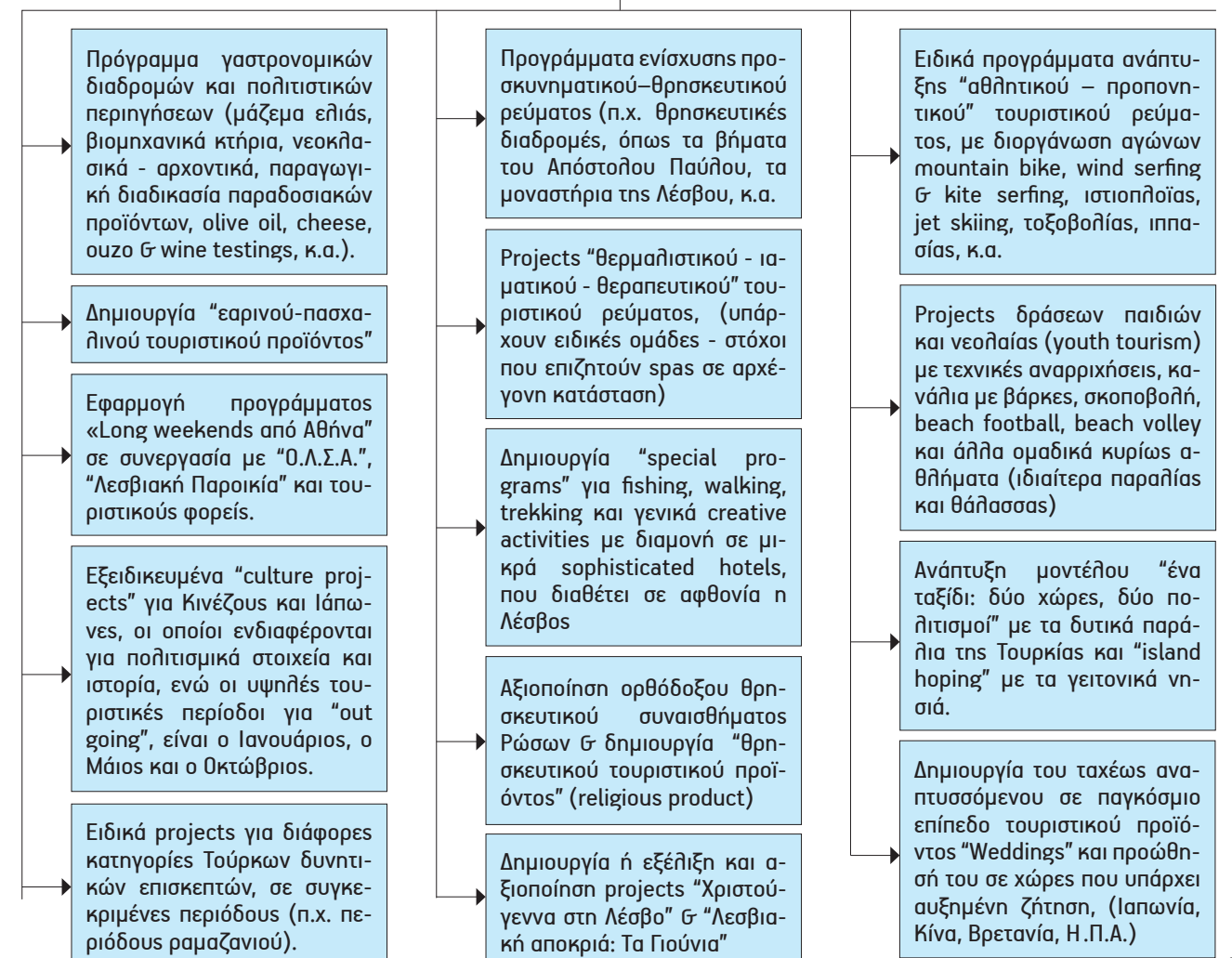
Ανακίνηση και αποτελεσματική διαφόρων “ξεχασμένων” υποθέσεων στη Λέσβο, που αφορούν στην ανάπτυξη του τουρισμού. Ενδεικτικά:



ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΔΙΕΘΝΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ MARKETING

Η εφαρμογή ολοκληρωμένου διεθνούς τουριστικού marketing για την κάθε περιοχή, σε συσχέτιση με τα έργα τουριστικής ανάπτυξης, απαιτεί: α) διενέργεια έρευνας marketing και β) εκπόνηση 5ετούς marketing plan για την κάθε περιοχή (ανάλυση υφιστάμενης αγοράς, ανταγωνισμός, profile σημερινού επισκέπτη, κίνητρα επίσκεψης, loyalty, τμηματοποίηση & στόχευση αγορών, ανάπτυξη στρατηγικών, σχεδιασμός νέων “τουριστικών προϊόντων”, τοποθέτηση προϊόντων στις αγορές - στόχους, σχεδιασμός προώθησης, κ.λπ.)

Με τη παρακίνηση φορέων & ιδιωτικών επιχειρήσεων και σε απόλυτη συνεργασία μαζί τους, δημιουργία νέων ολοκληρωμένων projects marketing (εποχικών & θεματικών τουριστικών προϊόντων), και εν συνεχεία προώθηση - διείσδυση σε νέες αγορές - στόχους εσωτερικού & εξωτερικού. Αποτέλεσμα θα είναι η άμεση δημιουργία νέας τουριστικής ζήτησης (demand creation). Ενδεικτικά:



ΔΡΑΣΗ Δ.Ε.Τ.Α.Μ. (2004 – 2006)

Με πρωτοβουλία του Δημοτικού Συμβούλου Πάνου Πίτσιου, το 2004 ιδρύθηκε η "Δημοτική Επιχείρηση Τουριστικής Ανάπτυξης Μυτιλήνης" (Δ.Ε.Τ.Α.Μ.), μολονότι ο Δήμος Μυτιλήνης δεν είχε καμία θεσμική αρμοδιότητα ανάπτυξης τουριστικής στρατηγικής. Στα δύο μόλις χρόνια της υποδειγματικής της λειτουργίας (2004 – 2006), κατόρθωσε με μηδαμινούς πόρους να πραγματοποιήσει τόσο σημαντικό έργο, όσο δεν έχει παραχθεί για τον τουρισμό σε όλη τη Λέσβο εδώ και δεκαετίες, γεγονός που έχει αναγνωριστεί από το σύνολο των τουριστικών παραγόντων και όχι μόνο.

- Ενδεικτικά και μόνο, παρατίθενται ορισμένες από τις δράσεις της:
- Επιστημονικές στατιστικές έρευνες αγορών με profile, γνώμη, εντυπώσεις & βαθμολογία επισκεπτών για τα τουριστικά ενδιαφέροντα της Μυτιλήνης.
 - Καταγραφή τουριστικού πλούτου πόλης & δημοτικών διαμερισμάτων, ταξινόμηση προβλημάτων & ελλείψεων υποδομών, που άπτονται της τουριστικής ανάπτυξης της.
 - Πλήρης ανάλυση marketing με δέσμες μέτρων ανά φορέα που απαιτούνται να πραγματοποιηθούν, ώστε η πρωτεύουσα Μυτιλήνη να γίνει κάποτε τουριστική.
 - Σύσταση και λειτουργία για πρώτη φορά "Γραφείου Τουρισμού" στο ιστορικό κτήριο του Παλαιού Λιμεναρχείου (κέντρο πόλης), με υπηρεσίες έγκυρης πληροφόρησης των επισκεπτών και εξεύρεσης κλίνης.
 - Εύρυθμη λειτουργία του Μουσείου Λαϊκής Τέχνης (μοναδική φορά που λειτούργησε πραγματικά).
 - Λειτουργία "τουριστικού τρένου" για περιήγηση της πόλης και ξενάγηση με CD.
 - Δυναμικές παρεμβάσεις δημιουργίας και ενδυνάμωσης θεματικών & εποχικών τουριστικών προϊόντων ("Περίπλους κόλπου Γέρας", Ημέρες μαγειρικής στη Μυτιλήνη" "Πάσχα, Χριστούγεννα, Απόκριες στη Μυτιλήνη", κ.α.).
 - "Promotion events" σε πηλιάδα τηλεοπτικών εκπομπών πανελληνίας εμβέλειας (π.χ. εκπομπή "Μπουκιά & Συχώριο" του Ηλία Μαμαλάκη, με τεράστια επαναληψιμότητα στο "MEGA"), έκδοση απόλυτα στοχευμένων και όχι γενικόλογων εντύπων (π.χ. εφημερίδα "Τουριστική Μυτιλήνη", "Αρχιτεκτονικές διαδρομές" στο πλαίσιο του project "Open city - Open house", κ.λπ.), και πάρα πολλά άλλα.



"8η HO.RE.CA.", Αθήνα 2013: Παρουσίαση γαστρονομικού πλούτου Λέσβου



"Great Kouzina", 7ο Διεθνές Forum Γαστρονομίας 2014: Με τη chef από την Κωνσταντινούπολη Μαρία Εκμεκτζιογλου



"ΕΞΠΟΤΡΟΦ" 2014, Αθήνα, 3ο Ελληνορωσικό Εξαγωγικό Συμπόσιο: Με την Ελένη Μενεγάκη

ΔΥΟ ΛΟΓΙΑ ΓΙΑ ΤΗΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΤΟΥΡΚΙΑΣ

Ενόψει των εκλογών, έχει ξεκινήσει μία γενικόλογη συζήτηση γύρω από το μελλοντικό "άνοιγμα" της τουριστικής αγοράς της Τουρκίας προς τη Λέσβο και το ενδεχόμενο αθρόας επίσκεψης Τούρκων τουριστών στο νησί. Προκειμένου να αποδοθεί η πραγματική κατάσταση, πρέπει να επισημανθεί εμφαντικά, ότι η εν λόγω αγορά, παρά την πλήρη απουσία των αρμόδιων κρατικών αρχών, έχει ήδη "ανοίξει" δυναμικά από το 2011, μετά από:

- τις συντονισμένες και στοχευμένες δράσεις προώθησης της τουριστικής, παραγωγικής & εμπορικής φυσιογνωμίας του νησιού στη γείτονα χώρα, που πραγματοποιούνται συνεχώς από τους φορείς της Λέσβου εδώ και τέσσερα χρόνια, όπως συμμετοχή σε εκθέσεις & επιχειρηματικές αποστολές σε Σμύρνη και Κωνσταντινούπολη, (με συντονιστικό & πρωταγωνιστικό ρόλο του Πάνου Πίτσιου) και οι οποίες έχουν αρχίσει να αποδίδουν καρπούς, και
- τον καταλυτικό ρόλο που διαδραμάτισαν οι καίριες παρεμβάσεις του Βουλευτή Λέσβου Σπύρου Γαληνού στη Βουλή των Ελλήνων, αναφορικά με τον περιορισμό των διαδικασιών έκδοσης βίζας στους Τούρκους επισκέπτες. Σε αντίθεση με την υποτονική τουριστική ανάπτυξη του νησιού, η τουρκική τουριστική αγορά είναι η μόνη που βρίσκεται σε ικανοποιητικό επίπεδο με ανοδικές τάσεις. Με τις κατάλληλες δε ενέργειες που σχεδιάζονται, τα αποτελέσματα στο άμεσο μέλλον θα είναι ακόμη καλύτερα.



Με την Κινέζα Εμπορική Ακόλουθο, κ. Sui Hui σε συνέδριο για την ανάπτυξη του κινέζικου τουρισμού



Τηλεοπτική εκπομπή MEGA "Μπουκιά & Συχώριο", 2006: Με την Ηλία Μαμαλάκη, στο Συν/σμό Γυναικών Αγιάσου



Σμύρνη Τουρκίας, Σεπτέμβριος 2013: Η μεγαλύτερη και πολυπληθέστερη επιχειρηματική αποστολή που έχει διοργανωθεί ποτέ