

HELLENISM TOURISM FORUM

NEW YORK 29/1/-2/2/2026



Hellenism Tourism Regional Local Fora

ΠΡΟΤΑΣΗ ΠΡΟΣ ΧΟΡΗΓΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΝΕΔΡΟΥΣ

ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ USA 28/1/2026-2/2/2026

Η πρόταση αφορά

1. την χρηματοδότηση ενός τουριστικού και επενδυτικού πολυσυνεδρίου στην Νέα Υόρκη
2. την χορηγία δεξίωσης μετά από ομιλία της Υπουργού Τουρισμού και τον χαιρετισμό της προέδρου του ΕΟΤ. (αναμένουμε επιβεβαίωση)

ΔΟΜΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΦΟΡΟΥΜ

ΠΡΩΤΟ ΔΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΤΟ ΚΕΝΤΡΙΚΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΣΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ ΜΕ ΚΟΙΝΟ ΑΠΟΔΗΜΟ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟ, OPINION LEADERS ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΠΡΑΚΤΟΡΕΣ.

Διοργάνωση κεντρικής εκδήλωσης με προτεινόμενη ομιλία της Υπουργού το Σάββατο 31 Ιανουαρίου 2026 τις ώρες 19.00-21.00.

Η συγκεκριμένη ενότητα της εκδήλωσης θα χωριστεί σε δύο μέρη. Ένα μέρος η ομιλία της Υπουργού που προτείνουμε να είναι στο τέλος της εκδήλωσης και ένα δεύτερο μέρος όπου θα είναι ομιλητές οι εκπρόσωποι των διεθνών και Αμερικανικών φορέων που κρίνει η Υπουργός ότι έχουν κάτι να προσθέσουν στην εθνική προσπάθεια στον χώρο της Εθνικής βιομηχανίας δηλαδή του τουρισμού.

ΔΕΥΤΕΡΟ ΔΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΠΑΡΑΛΛΗΛΕΣ ΔΙΩΡΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΑΦΟΡΟΥΝ ΤΟΥΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΥΣ ΕΘΝΙΚΟΥΣ, ΣΥΝΤΕΧΝΙΑΚΟΥΣ ή ΕΤΑΙΡΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΜΕ ΧΑΙΡΕΤΙΣΜΟΥΣ Η ΟΜΙΛΙΕΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΗΓΕΣΙΑΣ ΤΟΥ ΥΠΟΥΡΓΕΙΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΣΕ ΕΠΙΠΕΔΟ ΥΠΟΥΡΓΟΥ Η ΑΝΩΤΑΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ. ΟΙ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΑΥΤΕΣ ΘΑ ΥΠΟΣΤΗΡΙΧΤΟΥΝ ΑΠΟ ΠΛΕΥΡΑΣ ΚΟΙΝΟΥ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΟΜΟΓΕΝΕΙΑΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΚΑΙ ΤΑ ΠΟΛΙΤΙΣΤΙΚΑ ΙΔΡΥΜΑΤΑ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΣΜΟΥ ΜΕ ΕΔΡΑ ΤΗΝ ΝΕΑ ΥΟΡΚΗ/ΗΠΑ.

Προτείνουμε η συγκεκριμένη ενότητα να καλύψει κάθε μορφή θεματικού τουρισμού με την συνεργασία των επαγγελματικών φορέων.

ΤΡΙΤΟ ΔΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ 13 ΠΑΡΑΛΛΗΛΕΣ ΔΙΩΡΕΣ ΣΥΝΕΔΡΙΑΚΕΣ ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ ΠΟΥ ΘΑ ΟΡΓΑΝΩΘΟΥΝ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΣΗΜΑΝΤΙΚΟΤΕΡΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ 13 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟΥΣ ΕΘΝΙΚΟΥΣ ΚΑΙ ΣΥΝΤΕΧΝΙΑΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΣΤΟΝ ΧΩΡΟ ΤΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΟΥ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ. ΕΠΙΘΥΜΗΤΗ Η ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΡΧΩΝ ΚΑΙ ΔΗΜΑΡΧΩΝ και ΤΟΠΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΩΝ ΟΙΚΟΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ.

Από πλευράς συνεδριακού κοινού θα υπάρξει συνεργασία με ομογενειακές οργανώσεις ανα Ελληνική Περιφέρεια ή Δήμους.

ΤΕΤΑΡΤΟ ΔΟΜΙΚΟ ΣΤΟΙΧΕΙΟ ΣΤΡΟΓΓΥΛΑ ΤΡΑΠΕΖΙΑ ΠΟΥ ΠΑΡΑΧΩΡΟΥΝΤΑΙ ΣΤΟΥΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ ΤΩΝ 13 ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΩΝ ΠΟΥ ΘΑ ΟΡΓΑΝΩΣΟΥΝ ΤΟΠΙΚΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΠΡΟΒΟΛΗ ΤΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΠΟΥ ΑΝΤΙΠΡΟΣΩΠΕΥΟΥΝ ΤΙΣ ΤΟΠΙΚΕΣ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΕΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΕΣ ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΥΠΟΔΟΜΕΣ

Η παρούσα πρόταση είναι εύκολα οργανωτικά διαχειρίσιμη γιατί μετακυλίνουνται οι ευθύνες οργάνωσης των εκδηλώσεων σε άλλους έμπειρους σε διοργάνωση εκδηλώσεων και επίλεκτους τουριστικούς φορείς. Όσο αφορά τους περιφερειακούς επίσης υπάρχει σχετική εμπειρία τους και στελέχη τους για υλοποίηση.

Μορφή του “HELLENISM TOURISM FORUM ”

Το προτεινόμενο Show θα σχεδιαστεί βάσει της υπάρχουσας τριακονταετούς εμπειρίας μας (από το σχεδιασμό και την υλοποίηση 500 Shows στην Ελλάδα και το εξωτερικό με συνολικά ειδικά κοινά (που υπερβαίνουν κατά πολύ το 1.000.000 επισκεπτών) λαμβάνοντας υπόψη δύο βασικούς παράγοντες:

α. Τις ανάγκες επικοινωνίας του Υπουργείου Τουρισμού στην Ελλάδα και το εξωτερικό ώστε να εξυπηρετηθεί κατά το βέλτιστο δυνατό τρόπο ο βασικός stakeholder της διοργάνωσης δηλαδή ο ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ και η ΕΛΛΑΔΑ που αναζητά ΠΕΛΑΤΕΣ και ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ για την αναθέρμανση των τοπικών οικονομιών ανα την Ελληνική Επικράτεια.

β. Τα βασικά δεδομένα οργάνωσης, επιπέδου και λειτουργίας, ώστε να αντληθούν τα οφέλη δημοσιότητας και προβολής της διοργάνωσης που συναρτώνται από την ένταξή της σε ένα πλαίσιο αντίστοιχων διοργανώσεων επιπέδου με γνωστό παρελθόν.

Με τα δεδομένα αυτά, η πρότασή μας αφορά στη διοργάνωση ενός Show το οποίο θα κινηθεί σύμφωνα με τα δεδομένα που προέκυψαν από την πιλοτική διοργάνωση του Blue Money Show Νέας Υόρκης συνεπώς μιλούμε για μια διοργάνωση υψηλού επιπέδου από πλευράς προσκεκλημένων ομιλητών και συνέδρων, με κεντρικό θέμα την προσέλκυση ομογενών τουριστών που θα επισκεφθούν τις ιδιαίτερες πατρίδες τους μετά από δεκαετίες ως συναισθηματικά συνδεόμενοι και ως ίσως τοπικοί επενδυτές λόγω σαφών επενδυτικών ευκαιριών.

Η διοργάνωση θα διαρκέσει ένα τριήμερο (Πέμπτη, Παρασκευή, Σάββατο και θα περιλαμβάνει τα εξής μέρη:

-Σειρά δώρων συνεδριακών εκδηλώσεων με προσκεκλημένους ομιλητές/πάνελιστς τους σημαντικότερους Έλληνες και ξένους επενδυτές ανα γεωγραφικό διαμέρισμα στην Ελλάδα, εκπροσώπους της Ελληνικής κυβέρνησης, συμβούλους με πρακτική εμπειρία στα επενδυτικά και χρηματοπιστωτικά θέματα της τουριστικής αγοράς και εκπροσώπους του τουριστικού τομέα της οικονομικής ζωής.

Σύνεδροι θα είναι Έλληνες ενδιαφερόμενοι για τουρισμό και επενδύσεις στη χώρα μας , εμπλεκόμενοι σε τομείς όπου υπάρχει ενδιαφέρον Ελληνοαμερικανικής συνεργασίας, και εκπρόσωποι από τα σημαντικότερα ομογενειακά ΜΜΕ του Ελληνισμού .

-B2B στη διάρκεια των οποίων θα καταστεί δυνατή η συνάντηση και συζήτηση μεταξύ των συμμετεχόντων στις τουριστικές συνεδριακές εκδηλώσεις και των προσκεκλημένων VIPs για την προώθηση των επαφών και το απαραίτητο lobbying προς την κατεύθυνση της προώθησης των ειδικών τους συμφερόντων.

2. Εμπλοκή του MONEY SHOW- ORGANOTECNICA GROUP στη διοργάνωση

Η διοίκηση μας λόγω της επιτυχημένης εμπλοκής της με το σχεδιασμό και την υλοποίηση αντίστοιχων διοργανώσεων με συνολικό κοινό 1.000.000+ επισκεπτών είναι σε θέση να παράσχει τα εξής:

α. Πλήρη οργανωτική μέριμνα της διοργάνωσης με τρόπο ώστε, αυτή να διασφαλίζει το απαραίτητο επίπεδο για την εξυπηρέτηση των στόχων προβολής και επικοινωνίας των συμμετεχόντων..

β. Εξασφάλιση, μέσω των διασυνδέσεών της και του καλού της παρελθόντος στο χώρο, της προβολής της διοργάνωσης στον Ελληνικό και Αμερικανικό Τύπο για την ικανοποίηση των αντίστοιχων αναγκών .

γ. Εξασφάλιση της σύνθεσης του κοινού των συνεδρίων με κατεύθυνση την ικανοποίηση των αναγκών μάρκετινγκ και lobbying.

3. Οφέλη για τον χορηγό τίτλου

Τα οφέλη επικοινωνίας, που μπορούν να επιδιωχθούν στα πλαίσια της προτεινόμενης διοργάνωσης είναι πολλαπλά και εξαρτώνται από:

Τις γενικότερες στρατηγικές κατευθύνσεις του χορηγού τίτλου ο οποίος συνδιαμορφώνει το περιεχόμενο της εκδήλωσης.

Τα ειδικότερα στρατηγικά και τακτικά πλάνα του στην Αμερική (ΗΠΑ)

Τις διαμορφούμενες από τα προηγούμενα ανάγκες επικοινωνίας στην Ελλάδα και τη Αμερική.

Όπως και με τους χορηγούς των παρελθόντων Shows τα στελέχη μας είναι στη διάθεση σας για μια διεξοδική συζήτηση των προηγούμενων αναγκών και πλάνων για τη μεγαλύτερη δυνατή προσαρμογή των δεδομένων Οργάνωσης σχεδιασμού της διοργάνωσης με στόχο την εξυπηρέτησή τους. Η συμβουλευτική αυτή συζήτηση δεν είναι επιβαλλόμενη ούτε υποχρεωτική αλλά θα βοηθούσε σημαντικά το χορηγό στην άντληση όσο δυνατόν περισσότερων ωφελειών από την "επένδυσή" του στο Show, και την αντίστοιχη εμπειρία μας .

Επί της ουσίας, οι βασικοί άξονες πάνω στους οποίους μπορεί να κινηθεί η προσέγγιση των δυνητικών ωφελειών επικοινωνίας και μάρκετινγκ είναι οι εξής:

- α. η δυνατότητα άμεσης επικοινωνίας με ένα κοινό ανώτατου κοινωνικού και οικονομικού επιπέδου, το οποίο είναι προφανές ότι δεν είναι δυνατόν να προσεγγιστεί ικανοποιητικά με τη χρήση διαφημιστικών μέσων που απευθύνονται είτε στο ευρύτερο κοινό, είτε σε ειδικά κοινά που δεν συμπίπτουν (από πλευράς οικονομικών δυνατοτήτων, ενδιαφερόντων και συμπεριφοράς) με το κοινό-στόχο του χορηγού
- β. η προβολή στον ειδικό Τύπο ως βασικού φορέα μιας διοργάνωσης επιπέδου, με καταλυτική επίδραση στη επενδυτική διείσδυση στην αγορά, και η "ταύτιση" του χορηγού με τα ενδιαφέροντα των Ελλήνων επενδυτών στο συγκεκριμένο οικονομικό χώρο.
- γ. Η καταξίωση του χορηγού τίτλου στο "υποσυνείδητο" της δυνητικής του «πελατείας» για την αγορά αυτή με τις σοβαρότερες προσπάθειες προώθησης επενδυτικών σχεδίων και την καλή, πρακτική και "εκ των έσω" γνώση των δεδομένων μιας αγοράς ενδιαφέρουσας αλλά άγνωστης στους επιχειρηματίες.
- δ. Η ταύτιση του προς την πλευρά όσων κινούν τα νήματα στο οικονομικό περιβάλλον της Αμερικής (κυβέρνηση, χρηματοπιστωτικό χώρο), με μια από τις σοβαρότερες προσπάθειες (πιθανότατα τη σοβαρότερη) προσπάθειες ελληνοαμερικανικής επιχειρηματικής προσέγγισης, με όλα τα πλεονεκτήματα που μπορεί να συνεπάγεται μια τέτοια ταύτιση σε προσπάθειες lobbying.
- ε. Η έμμεση αλλά ουσιαστική ανάδειξη σε σημαντικό παράγοντα του χρηματοπιστωτικού γίγνεσθαι της αγοράς, μέσα από την προσέγγιση των συνέδρων και VIPs και μέσα από την έμμεση ταύτισή της με ουσιαστικά επενδυτικά πλάνα επιχειρήσεων.

Προαπαιτούμενα της διοργάνωσης

Κατόπιν των ανωτέρω δεδομένων, πρέπει έχει γίνει σαφές ότι η προετοιμασία της διοργάνωσης δεν είναι μια απλή υπόθεση.

Η άποψη μας είναι ότι απαιτείται κατ' ελάχιστον απασχόληση 4 – 6 μηνών ΔΕΚΑΔΩΝ ΕΞΩΤΕΡΙΚΩΝ ΣΥΝΕΡΓΑΤΩΝ για τη διεκπεραίωση του σχετικού έργου.

Συνεπώς, και με δεδομένο ότι ο σχεδιασμός της διοργάνωσης πρέπει να έχει ολοκληρωθεί κατά την έναρξη των εργασιών υλοποίησης, γίνεται αντιληπτό ότι για την επίτευξη του στόχου χρειάζεται, το ταχύτερο δυνατόν, να υλοποιηθούν δύο προαπαιτούμενα:

α. Η σύναψη σύμβασης μεταξύ του χορηγού τίτλου και διοργανωτού για την οικονομική χορηγία του .

β. Εφόσον το επιθυμεί μπορεί να προγραμματιστούν συναντήσεις και διεξοδικές συζητήσεις μεταξύ των στελεχών του και του διοργανωτή , ώστε η προσαρμογή των δεδομένων της διοργάνωσης στις στρατηγικές και τακτικές επιδιώξεις επικοινωνίας και μάρκετινγκ του να είναι η μεγαλύτερη δυνατή.

Τα ανωτέρω σημεία χρήζουν ειδικής προσοχής και εκτιμούμε ότι αξίζει να αντιμετωπιστεί σοβαρά το θέμα επιτάχυνσης των σχετικών διαδικασιών, ώστε να μην χαθεί πολύτιμος χρόνος στο σχεδιασμό της προτεινόμενης διοργάνωσης..

HELLENISM TOURISM FORUM by NEW YORK GREEN & BLUE MONEY SHOW

Αντικείμενο του HELLENISM TOURISM NEW YORK FORUM by MONEY SHOW.

ΤΑ ΣΥΝΕΔΡΙΑ.

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ

ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

13 ΕΛΛΗΝΙΚΕΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

fed HATTA

ΣΕΤΕ

A ENERGY: “ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟ ΣΥΝΕΔΡΙΟ ΓΙΑ ΜΕΓΑΛΕΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΕΠΕΝΔΥΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ»

ORGANOTECNICA «INVESTMENT TOURISM»

«MEDICAL TOURISM»

Ταυτότητα

HELLENISM TOURISM NEW YORK FORUM by MONEY SHOW

Πολυσυνεδριακό forum για την Τουριστική Αγορά, την αγορά επενδύσεων και τον Πολιτισμό, που συνδυάζει ιδανικά τις χαρακτηριστικές μορφές εκφρασης τους.

α) Η προβολή της τουριστικής, επενδυτικής και πολιτιστικής δραστηριότητας Ελλήνων επιχειρηματιών ή φορέων καθώς και ή δημιουργία δικτύων σχέσεων .

Σημαντικό στοιχείο προσέγγισης αποτελεί ή γνωριμία ή αμοιβαία καταγραφή ή ανταλλαγή εμπειριών και αναγκών.

β) Η ενημέρωση των τουριστικών, επιχειρηματιών και πολιτιστικών φορέων ομαδοποιημένων κατά Περιφέρεια, Δήμο της Ελλάδας με βάση τον ιδιαίτερο τρόπο

καταγωγής τους σχετικά με τις τουριστικές, επενδυτικές και πολιτιστικές προκλήσεις που σχετίζονται με την ιδιαίτερη πατρίδα τους στην Ελλάδα.

Η ενημέρωση αυτή θα γίνει από κυβερνητικούς, πολιτιστικούς, αυτοδιοικητικούς και επιμελητηριακούς φορείς που ενδιαφέρονται να προβάλλουν τον τόπο τους.

Με όλους αυτούς τους φορείς διατηρούμε άριστες σχέσεις λόγω των διοργανώσεων των MONEY SHOWs σε πενήντα πόλεις σε όλη την Ελλάδα.

γ) Ενημέρωση του ειδικού ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΎ επιχειρηματικού καί πολιτιστικού τύπου των Ελλήνων ομογενών στην Αμερική και την Ελλάδα. [Εθνικός, περιφερειακός και τοπικός τύπος] για τις επενδυτικές και πολιτιστικές προκλήσεις της συνεργασίας μητροπολιτικού και αποδήμου Ελληνισμού.

Δυνατότητες που προσφέρει το HELLENISM TOURISM FORUM by NEW YORK MONEY SHOW

α) Επισκέπτες: Εκπρόσωποι ελληνικών εταιρειών που ενδιαφέρονται να επενδύσουν

Εκπρόσωποι πολιτιστικών ιδρυμάτων που ενδιαφέρονται να έρθουν σε επαφή ή να ενημερώσουν για το έργο τους

Ενημέρωση από τους σημαντικότερους υπάρχοντες εκπροσώπους των επενδυτών για τις προϋποθέσεις επιτυχούς ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΉΣ, επενδυτικής ή πολιτιστικής δραστηριότητας .

β) Χορηγοί:

Οι ωφέλειες των χορηγών παρουσιάζονται αναλυτικά και συγκεκριμένα στην ανάπτυξη των παροχών ανά χορηγό.

Η προβλεπόμενη κεντρική χορηγία είναι η χορηγία τίτλου.

Πώς θα λειτουργεί το HELLENISM TOURISM FORUM by NEW YORK GREEN & BLUE MONEY SHOW 2026

Πυρήνας της εκδήλωσης θα είναι τα συνέδρια, τα οποία θα πραγματοποιηθούν στους ειδικά διαμορφωμένους χώρους.

Οι ομιλητές θα είναι περίπου εκατό (100) και θα προέρχονται, όπως και οι σύνεδροι, από τον χώρο της Ελληνικής και της διεθνούς τουριστικής και επενδυτικής αγοράς .

Σε ειδικό σημείο του συνεδριακού χώρου, θα έχουν διαμορφωθεί τα banners των χορηγών

Την λογική αυτών των παρουσιάσεων την δοκιμάσαμε πιλοτικά στην πρώτη μας διοργάνωση στην Νέα Υόρκη καθώς και στην υπόλοιπη Ελλάδα.

Σχεδιαστική φιλοσοφία

Το HELLENISM TOURISM FORUM by NEW YORK GREEN & BLUE MONEY SHOW δεν είναι ούτε μια Έκθεση B2B, ούτε ένα Συνέδριο. Είναι ένας πρακτικός συνδυασμός των δύο, προσανατολισμένος επικοινωνιακά στην πρακτική ανάλυση των τουριστικών και επενδυτικών θεμάτων και στη διαμόρφωση επιχειρηματικών επαφών.

Το κοινό του, είναι εκ των προτέρων απόλυτα ελέγξιμο οργανωτικά, ποιοτικά και ποσοτικά.

Η έκθεση B2B λειτουργεί ως χώρος συζήτησης συνεργασιών και, κατά δεύτερο λόγο, ως χώρος ενημέρωσης, αλλά σε κάθε περίπτωση για προεπιλεγμένο κοινό.

Δεν υπάρχει κατηγορία συμμετεχόντων, η οποία να μην καλύπτεται από αντίστοιχη ομιλία στις συνεδριακές εκδηλώσεις.

Η συμμετοχή στα συνέδρια δεν ανταποκρίνεται απλά στη λογική της εταιρικής προβολής, αλλά στην οργανωμένη διαδικαστικά δυνατότητα για συζητήσεις ή συμφωνίες με τους πιο σημαντικούς υποψήφιους πελάτες κάθε συμμετέχοντος.

Τέλος, αξίζει να σημειωθεί ότι στους ομιλητές των συνεδρίων περιλαμβάνονται και οι σημαντικότεροι Έλληνες επενδυτές ..

Η Επικοινωνιακή Καινοτομία

Το FORUM απέκτησε επιχειρηματική υπόσταση, αφού ελήφθησαν υπόψη οι εξής παράμετροι:

-Το ενδιαφέρον του κοινού και των φορέων της αγοράς είναι αυξανόμενο και προβλέπεται να κορυφωθεί μετά το 2026.

-Η ενημέρωση των τουριστικών προϊόντων και Πολιτιστικών υπηρεσιών που αφορά τις Ελληνικές Περιφέρειες που προσφέρει σήμερα η Ελληνική αγορά είναι γνωστή σε όλη της την έκταση μόνο στους ειδικούς, ενώ στόκοινό είναι γνωστά μόνον επιμέρους προϊόντα και υπηρεσίες, με αποτέλεσμα πολλά από αυτά να μένουν ανεκμετάλλευτα.

Με βάση τον σχεδιασμό του η καινοτομία του B2B και του συνεδριακού μέρους είναι εμφανής, διότι παρέχει:

- 1.Τη δυνατότητα στη δυναμική Ελληνική τουριστική επενδυτική αγορά να προβεί σε σφαιρική παρουσίαση όλων των δραστηριοτήτων της σε τουριστικούς φορείς.**
- 2. Τη δυνατότητα παρουσίασης των νέων δεδομένων σε επενδυτικούς φορείς.**
- 3.Τη δυνατότητα στους ενδιαφερόμενους να γνωρίσουν από κοντά επαγγελματίες, ειδικευμένους σε τουριστικά προϊόντα και υπηρεσίες .**
- 4. Τη δυνατότητα στους συνέδρους να προσεγγίσουν άμεσα κάποιους πολύ συγκεκριμένους από τους 100 περίπου ομιλητές του συνεδρίου, που τους ενδιαφέρουν, για συζήτηση συγκεκριμένων συνεργασιών.**
- 5.Τη δυνατότητα στους ομιλητές των συνεδρίων να ενημερώσουν από κοντά κοινά τα οποία ενδιαφέρονται ζωτικά, όχι για μια φιλολογική, αλλά για μια πρακτικά χρήσιμη ενημέρωση, που θα στηρίζεται σε συγκεκριμένες τουριστικές επενδυτικές εμπειρίες.**
- 6 .Από πλευράς ακροατών των συνεδρίων, δημιουργούνται οι προϋποθέσεις για τη σφαιρική και έγκυρη ενημέρωσή τους, στο θέμα εκείνο που τους ενδιαφέρει άμεσα.**
- 7. Από την πλευρά των χορηγών, τους παρέχεται η δυνατότητα να "εκμεταλλευθούν", μέσω της χορηγίας τους την εικόνα του παρέχοντος, μέσω χρηματοδότησης, το σκηνικό μιας σειράς εκδηλώσεων, που παρουσιάζουν για τους ομιλητές και τους ακροατές άμεσο τουριστικό επιχειρηματικό ενδιαφέρον.**

8. Επίσης, πέραν της δημιουργίας θετικής εικόνας, προβλέπεται ειδική διαδικασία χάριν των χορηγών της εκδήλωσης, ώστε να πλησιάσουν όσους από τους συμμετέχοντες τους ενδιαφέρουν.

Οργανωτικές παράμετροι

1.Υπεύθυνος διοργάνωσης

Ηλίας Φαραγγιτάκης,

2.Οργάνωση ως σήμερα

Το έργο έχει ήδη πίσω του μήνες σχεδιαστικής και οργανωτικής εργασίας.

Το φόρουμ απασχολεί, από τον Ιούνιο του 2025, ένα επιτελείο 4 αποκλειστικά απασχολουμένων με το έργο συνεργατών.

Πέραν του σχεδιαστικού έργου, αναφέρουμε τα σημαντικότερα οργανωτικά έργα:

α) Δημιουργία της Ομάδας Έργου.

β) Δημιουργία γραφείων αντιπροσωπείας ανα Ελληνική Περιφέρεια .

γ) Στοχευμένο Διαφημιστικό πρόγραμμα, τηλεοπτικές εμφανίσεις και έμμεσα δημοσιεύματα.

δ) Έρευνα αγοράς και διενέργεια εκατό και πλέον συναντήσεων με τους σημαντικότερους τουριστικούς επιχειρηματικούς φορείς .

στ)Σύνταξη και κοινοποίηση ειδικού ενημερωτικού φακέλου, από τον Ιούνιο του 2025, για το σε χίλιους ειδικά ενδιαφερόμενους επιχειρηματικούς φορείς.

ζ) Οργάνωση ταξιδιών , με αποκλειστικό σκοπό πολιτικές επαφές με την Περιφερειακή και Τοπική Αυτοδιοίκηση, για τη μετέπειτα στήριξη του φόρουμ.

3. Οργάνωση από σήμερα

μέχρι την ημερομηνία διεξαγωγής του

- α) Τελική πρόσκληση ομιλητών.
- β) Υπογραφή συμβολαίων με χορηγούς.
- γ) Κοινοποίηση τελικού ενημερωτικού υλικού προς συνέδρους και εκθέτες.
- δ) Υλοποίηση του ήδη καταρτισθέντος διαφημιστικού προγράμματος

ε)Τελική ρύθμιση διαδικαστικών λεπτομερειών μεταφοράς των συνέδρων – επισκεπτών του.

στ)Τελική ρύθμιση λεπτομερειών συνεδρίων.

ζ) Προσκήσεις επισήμων προσκεκλημένων και εκπροσώπων των ΜΜΕ.

η)Σύνταξη Οδηγού.

4. Είδη συμμετεχόντων

Οι κατηγορίες τ έχουν ως εξής:

α) Χορηγοί.

β)εταιρείες-οργανισμοί με σημαντική τουριστική/επενδυτικήήπολιτιστική δραστηριότητα στη Διεθνή αγορά, οι οποίες και αντιπροσωπεύονται με εκπρόσωπό τους στα συνέδρια

γ) Τράπεζες/φορείς χρηματοδότησης.

δ) Εταιρείες που πρόκειται να ιδιωτικοποιηθούν.

ε) Επιμελητήρια και Ενώσεις Επιχειρηματιών. στ) Κρατικοί φορείς.

ζ) Μικτές επιχειρήσεις.

5. Επισκέπτες

Οι επισκέπτες διακρίνονται στις εξής ομάδες:

Έλληνες-Ξένοι τουριστικοί επενδυτές .

Ελληνικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.

Στελέχη των εκθετών.

Υποψήφιοι επενδυτές Επιχειρηματίες.

Εκπρόσωποι της Κυβέρνησης.

6. Οργάνωση εισόδου: Κάρτα Money Lab

Ο έλεγχος των πληροφοριών ροών θα γίνει μέσω της κάρτας μελών του Money Lab.

7. Παράλληλες επενδυτικές εκδηλώσεις στις JAY SUITES

Ταυτόχρονα με το τουριστικό πολυσυνέδριο συνέδριο, θα υπάρξει μια σειρά παράλληλων εκδηλώσεων για τις οποίες θα χρησιμοποιηθούν ανάλογοι χώροι των JAY SUITES με βάση τις ανάγκες των πελατών μας.

Ο Όμιλος Organotecnica διαθέτει ειδική ομάδα έργου για τη διεξοδική συζήτηση των επικοινωνιακών αναγκών κάθε πελάτη, με στόχο την τελική διατύπωση συνολικής πρότασης – μελέτης που να ανταποκρίνεται στις εξειδικευμένες ανάγκες του.

8. Σύνδεση συνεδρίου και έκθεσης B2B

Το Συνέδριο και η Έκθεση δεν είναι δύο ξεχωριστά γεγονότα που χρονικά συμπίπτουν.

Πέραν της ενημερωτικής σκοπιμότητας της Έκθεσης β2β, η οποία ενδιαφέρει τους επισκέπτες, προβλέπεται ειδική διαδικασία για τη σύνδεση Συνεδρίου και Έκθεσης B2B.

Από αυτή την άποψη, ο χώρος της Έκθεσης B2B δεν είναι παρά ο ιδιωτικός χώρος του κάθε εκθέτη, όπου αυτός έχει τη δυνατότητα να διαπραγματευθεί συμφωνίες και να έχει προσωπικές συζητήσεις με τους ομιλητές του συνεδρίου ή τους συνέδρους.

Για χορηγούς των οποίων η συμμετοχή δεν έχει απλά και μόνον ενημερωτικό χαρακτήρα, αλλά προσδοκούν στην εξυπηρέτηση ειδικών τους αναγκών επαφής με συγκεκριμένους επώνυμους ομιλητές ή επίτιμους προσκεκλημένους του Συνεδρίου, το Συνέδριο και οι παράλληλες εκδηλώσεις του παρέχονται ως το περιβάλλον εκείνο που τους δίνει τη δυνατότητα πολλαπλών επαφών με σημαντικούς εκπροσώπους φορέων εξοικονομώντας σημαντικούς πόρους σε χρόνο και χρήμα.

Οι άξονες του σχεδιασμού του συνεδρίου, με βάση τα ανωτέρω είναι δύο:

α) Έγκυρη και ολοκληρωμένη κάλυψη της θεματολογίας ενός τουριστικού, επενδυτικού–πολιτιστικού συνεδρίου, με κεντρικό σημείο αναφοράς τις εξελίξεις στην Ελλάδα..

β) Κάλυψη συγκεκριμένων αναγκών εμπορικών –πολιτιστικών επαφών με Έλληνες και ξένους συμμετέχοντες στο Συνέδριο.

9. Σύεδροι – ομιλητές συνεδρίου

9.1. Ταυτότητα συνέδρων

Οι σύεδροι διακρίνονται σε τρεις ομάδες:

α) Σύεδροι επί τιμή.

β) Σύεδροι άμεσου ενδιαφέροντος, μεταξύ των οποίων περιλαμβάνονται:

Έλληνες επενδυτές. Εμπορικοί ακόλουθοι Πρεσβειών. Στελέχη εκθετών.

γ) Εκπρόσωποι της κυβέρνησης.

9.2. Προσέλκυση συνέδρων

Όσον αφορά την προσέλκυση των συνέδρων, η προσέγγιση τους εστιάζεται στην επίμαχη διαπίστωση ότι η επιτυχία ενός συνεδρίου κρίνεται, μεταξύ άλλων αλλά κατά κύριο λόγο, από την επιλογή των συνέδρων.

9.3. Προσέλκυση ομιλητών

Για την προσέγγιση των ομιλητών, ο Όμιλος Organotecnica διαθέτει ειδική ομάδα έργου, η οποία συνεργάζεται με αντίστοιχο επιτελείο συνεργατών.

10. Σχεδιαστική λογική του έργου

Εξασφάλιση ειδικού κοινού απόλυτα μετρήσιμου ποιοτικά και ποσοτικά. Λογική τιμολόγηση – χρονολόγηση.

Επαρκής γνώση της αγοράς – στόχου σε βάθος και πλάτος.

Έγκυρη, αισθητικά σοβαρή, και προσεγμένη εμφάνιση ενημερωτικού φακέλου

Διεξοδικός έλεγχος αποστολών, όσον αφορά αφ' ενός τους αποδέκτες, αφ' ετέρου τη διαδικασία της αποστολής του ενημερωτικού υλικού.

Έγκαιρος σχεδιασμός Συνεδρίου.

Δημιουργία παράλληλων εκδηλώσεων, με όλες τις θετικές συνέπειες επικοινωνίας.

Δυνατότητα παροχής χορηγιών σε εξαιρετικά χαμηλή τιμή έναντι των παροχών τους, λόγω της καινοτομικής συμπίεσης του κοστολογίου, διασφαλίζοντας παράλληλα την ανώτατη δυνατή ποιότητα διοργάνωσης.

Προσωπική επαφή με έναν προς έναν εκ των υποψηφίων χορηγών και συνέδρων.

Ποιοτική αντί πιεστικής πώλησης, με εμβάθυνση στις πραγματικές και ιδιόρρυθμες ανάγκες κάθε πελάτη.

Εντοπισμός, με ειδική διαδικασία, των εταιρειών ή των χώρων που παρουσιάζουν ένταση ζήτησης .

Έμφαση στο συνεδριακό μέρος.

Επιλεκτικά προσωπικά ραντεβού, κατά προτεραιότητα σε επίπεδο διοικήσεων, με στόχο την εξασφάλιση της προαποφασισθείσας ποιοτικής σύνθεσης και ενδεικτικής αντιπροσώπευσης των σημαντικότερων υποψηφίων.

Απόλυτη αποθάρρυνση του άμεσου ή έμμεσου ανταγωνισμού, μέσω της στρατηγικής της κυρίαρχης θέσης, της δημιουργίας στρατηγικών συμμαχιών, της παροχής συγκριτικού πλεονεκτήματος και της μεθοδικής εφαρμογής επικοινωνιακών καινοτομιών.

11. Επικοινωνία

1. Διαφημιστική προβολή στον ηλεκτρονικό κυρίως τύπο.
2. Διαφήμιση στη τηλεόραση και τις σημαντικότερες επιχειρηματικές εφημερίδες.
3. Διαφημιστικό πρόγραμμα στον οικονομικό ηλεκτρονικό τύπο στην Ελλάδα.
4. Διαφημιστικό πρόγραμμα στον ειδικό τουριστικό, οικονομικό και χρηματιστηριακό περιοδικό ηλεκτρονικό τύπο στην Ελλάδα.
5. Έμμεσα δημοσιεύματα στον ελληνικό και διεθνή τύπο.