



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΔΗΜΟΣ ΠΡΕΒΕΖΑΣ

Πρέβεζα 22-05-2020

Γραφείο Τύπου

Β. Μπάλκου 1 – 48100 – Πρέβεζα

Τηλ.: 26820-26013

Fax: 26820-26631

E-mail: press@1485.syzefxis.gov.gr

Εισήγηση Δημάρχου Πρέβεζας κ. Νίκου Γεωργάκου στο έκτακτο ΔΣ για τον τουρισμό



Η υγειονομική κρίση που είναι σε εξέλιξη προκάλεσε σημαντικό πλήγμα στον ελληνικό τουρισμό που αποτελεί τη σημαντικότερη παραγωγική δραστηριότητα για τη χώρα μας αλλά και για το Δήμο μας.

Έχουμε μπροστά μας ένα απρόβλεπτο γεγονός και έχουμε επίσης έναν άγνωστο, ακόμη, από επιστημονικής πλευράς εχθρό, που για την αντιμετώπισή του πρέπει να έχουμε ένα πρόγραμμα επικοινωνιακής διαχείρισης.

Ένα πρόγραμμα που να είναι προσαρμοσμένο στα δικά μας δεδομένα ώστε να κρατηθεί όρθια η τοπική οικονομία και να στηριχθούν οι επαγγελματίες του τουρισμού και της εστίασης.

Η αδιαμφισβήτητη επιτυχία της χώρας μας στην πρώτη φάση αντιμετώπισης της πανδημίας δημιουργεί βάσιμες ελπίδες σε σχέση με την επανεκκίνηση του ελληνικού τουρισμού μέσα από τη διατήρηση της ελκυστικότητας του «προορισμού Ελλάδα».

Σαν Δημοτική Αρχή, δεν έχουμε αυταπάτες. Γνωρίζουμε ότι η κατάσταση είναι πολύ δύσκολη και ότι δεν πρόκειται να πετύχουμε να έχουμε τους επισκέπτες των προηγούμενων ετών.

Ο στόχος μας είναι η Πρέβεζα να καταφέρουμε να πάρει ένα μεγαλύτερο μερίδιο της τουριστικής αγοράς από μια μικρότερη, ούτως ή άλλως, για την Ελλάδα φετινή πίδα.

Αυτό θα πρέπει να το αντιληφθούμε όλοι μας. Να αντιληφθούμε δηλαδή ότι για να πετύχει αυτό το εγχείρημα σε τοπικό επίπεδο, είναι κάτι που δεν εξαρτάται αποκλειστικά από εμάς.

Δεν χαράσσουμε εμείς σαν Δήμος Πρέβεζας και οι τοπικοί επαγγελματικοί φορείς την τουριστική πολιτική της χώρας. Ούτε καθορίζουμε εμείς τους κανόνες για τις ταξιδιωτικές μετακινήσεις και την παραμονή των τουριστών.

Επιπλέον, δεν είμαστε σε μια κανονική τουριστική περίοδο για να ακολουθήσουμε τις συνηθισμένες από το παρελθόν πρακτικές.

Καθοριστικός παράγοντας για τη διάσωση της φετινής τουριστικής κίνησης είναι οι διμερείς συμφωνίες στις οποίες θα καταλήξει το Υπουργείο Τουρισμού με χώρες που έχουν αντίστοιχα καλές επιδόσεις στη διαχείριση της πανδημίας και οι οποίες θα επιτρέπουν τα ταξίδια μεταξύ των δύο πλευρών.

Και επίσης μια σημαντική παράμετρος είναι οι υγειονομικοί κανόνες για τη λειτουργία των ξενοδοχείων, των καταλυμάτων και των καταστημάτων εστίασης και κατά πόσον μπορούν οι επαγγελματίες της περιοχής να ανταπεξέλθουν σε αυτούς τους κανόνες.

Τα αναφέρω όλα αυτά γιατί θέλω να επισημάνω ότι αντιμετωπίζουμε μια ασύμμετρη απειλή στον τουρισμό πανελλαδικά και οι κρίσιμες αποφάσεις λαμβάνονται σε άλλα επίπεδα, και αυτό που εμείς

έχουμε να κάνουμε είναι να προσαρμοστούμε σ' αυτές τις αποφάσεις και να κινηθούμε όσο το δυνατόν πιο έγκαιρα στο πλαίσιο αυτών των αποφάσεων στις στρατηγικές μας κινήσεις συνεργασιών και προβολής τόσο για τη φετινή δύσκολη περίοδο αλλά άλλο τόσο για τη δημιουργία του επιθυμητού BRAND PREVEZA που δεν υπήρξε στο παρελθόν ποτέ.

Σαν Δημοτική Αρχή βρεθήκαμε από την πρώτη στιγμή στην πρώτη γραμμή της μάχης.

-Προκαλέσαμε άμεσα μια σειρά συναντήσεων με το Επιμελητήριο Πρέβεζας και τους επαγγελματικούς φορείς των ξενοδοχείων, των καταλυμάτων, της εστίασης και του τουρισμού γενικά,

-Έχουμε ξεκινήσει και καθαρίζουμε και εξωραΐζουμε όλους τους κοινόχρηστους χώρους του Δήμου και θα περάσουμε σε συνεργασία με τους αρμόδιους εποπτεύοντες φορείς για τη συντήρηση στο Αισθητικό Δάσος Μονολιθίου και τα κάστρα.

-Από τις πρώτες ενέργειες και εν μέσω καραντίνας στην πανδημία, ήταν η τηλεσυνεδρίαση με το δίκτυο των αδελφοποιημένων Πόλεων, το γνωστό Δίκτυο Πάφου, όπου συμμετέχουμε, αποφασίστηκε η άμεση προβολή των παραλιακών τουριστικών Δήμων στους άλλους Δήμους, η ενέργεια προβολής και προσέγγισης με το Ισραήλ αλλά και η συνέχιση της στρατηγικής win-win για όλο το χρόνο καλύπτοντας κάθε είδος εποχικού και θεματικού τουρισμού.

-Ξεκινήσαμε μια πρώτη προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Πρέβεζας όπως στα προανέφερα με την πρώτη περίοδο αναφοράς στον τουρισμό στα κεντρικά μέσα ενημέρωσης της καμπάνιας «ΠΡΕΒΕΖΑ 2020 Η ΑΣΦΑΛΕΙΑ ΤΗΣ ΕΛΕΥΘΕΡΙΑΣ!» «PREVEZA 2020 BE SAFE BE FREE!» η οποία ήδη έχει κάνει αίσθηση και θα συνεχιστεί σε όλα τα μέσα με σχεδιασμό με στόχο τον εσωτερικό τουρισμό. Αξίζει να πούμε ότι ήδη για πρώτη φορά η Πρέβεζα βρίσκεται με συντονισμένες ενέργειες στο πρόγραμμα των τηλεοπτικών καναλιών με τα οποία έχουμε ήδη κλείσει μια σειρά παρουσιάσεων και αναφορών έως και τις αρχές Ιουνίου καθώς και μία κάλυψη με σχετικά ρεπορτάζ καθόλη τη διάρκεια της φετινής τουριστικής περιόδου.

-Απευθυνθήκαμε στο Υπουργείο Τουρισμού ζητώντας την προβολή της Πρέβεζας στις επίσημες διαφημιστικές καμπάνιες του Υπουργείου ή του ΕΟΤ και σε σημερινή μου επικοινωνία ακόμα στις νέες των 23 εκ. Ευρώ του ΕΟΤ και στο πλαίσιο της Συν-διαφήμισης που ανακοίνωσε ο υπουργός κ. Χάρης Θεοχάρης και ο οποίος απάντησε ότι η Πρέβεζα θα είναι η αιχμή του δόρατος της τουριστικής προβολής της χώρας μας.

-Από με τις σχετικές ανακοινώσεις που έγιναν εχθές, την Τετάρτη 20 Μαΐου, στο διάγγελμα του Πρωθυπουργού και των αρμόδιων Υπουργών ανακοινώθηκε η συνεργασία μεταξύ ασφαλών Βαλκανικών κρατών. όπως είναι η Σερβία με την οποία έχουμε ήδη ξεκινήσει επαφές διαμέσου των καλών σχέσεων που έχουμε αναπτύξει σε συνεργασία με το Ελληνοσερβικό Επιμελητήριο, τη Βουλγαρία όπου ήδη έχουμε ξεκινήσει διαδικασία συνέργειας με το Δήμο Σόφιας και τη Ρουμανία όπου θα πράξουμε αναλόγως. Οι συμφωνίες αυτές θα πρέπει να κλείσουν όσο το δυνατόν ταχύτερα και σίγουρα πριν από το άνοιγμα των εποχιακών ξενοδοχείων στις 15 Ιουνίου.

-Η τουριστική προβολή της Πρέβεζας και τι είδους προβολή πρέπει να προωθήσουμε ιδιαίτερα στο εξωτερικό είτε στα Βαλκάνια είτε στην κεντρική και βόρεια Ευρώπη επεξεργάζεται τη στιγμή αυτή με διεθνής καταξιωμένους τουριστικούς παράγοντες όπως για παράδειγμα η πλατφόρμα EUROPEAN BEST DESTINATION με την οποία έχουμε ήδη αναπτύξει μία πρώτη επαφή στο πλαίσιο της στρατηγικής να ενταχθεί το παραλιακό μας μέτωπο.

-Σήμερα κάνουμε πράξη τη καταγεγραμμένη από το περασμένο Δημοτικό Συμβούλιο δέσμευσή μας, για το έκτακτο αυτό Δημοτικό Συμβούλιο στο οποίο έχουν κληθεί όλοι οι φορείς του τόπου και βεβαίως η Περιφέρεια Ηπείρου, και θα μας δοθεί η δυνατότητα να συζητήσουμε, να καταλήξουμε σε αποφάσεις και παράλληλα να συντονίσουμε τις δράσεις μας.

Ας έλθω όμως πιο συγκεκριμένα σε κάποιες σκέψεις μου για τη διαχείριση της κατάστασης.

Υπάρχουν πολλά θετικά στοιχεία για τη χώρα μας που πρέπει να λάβουμε υπόψη μας και αυτά είναι:

- Όπως ανέφερα και στην αρχή της τοποθέτησής μου, η μέχρι σήμερα αντιμετώπιση της πανδημίας αλλά και τα μέχρι σήμερα στατιστικά στοιχεία δείχνουν ότι παραμένουμε ένας, συγκριτικά πάντα, ίσως ο ασφαλέστερος προορισμός.

- Η μετάβαση από τον μαζικό στον επιλεκτικό τουρισμό, που ήδη έχει σηματοδοτηθεί πριν την εμφάνιση του φαινομένου του κορωνοϊού, «απελευθερώνει» ένα σημαντικό μέρος του διακινούμενου πληθυσμού με αποτέλεσμα της αποτροπή τυχόν «χειραγώγησής» του προς συγκεκριμένες κατευθύνσεις.

-Βασικές ανταγωνίστριες χώρες, όπως η Ιταλία και η Ισπανία αναμένεται να ανακάμψουν αργότερα, δεδομένης της οξύτητας του προβλήματος στις χώρες αυτές.

Ωστόσο, υπάρχουν και αρνητικά στοιχεία τα οποία πρέπει να έχουμε υπόψη μας:

- Η οξύτητα του προβλήματος στις χώρες αποστολής τουριστών και, κυρίως, στις βασικές αγορές της Ιταλίας, της Γερμανίας και της Βρετανίας ενδέχεται να προκαλέσει ανάσχεση του τουριστικού ρεύματος, ενώ, όπως είχε συμβεί και στην οικονομική ύφεση το 2008, οι χώρες αυτές δεν αποκλείεται να ενθαρρύνουν τον εσωτερικό τουρισμό προκειμένου να συγκρατήσουν την απώλεια εσόδων.

- Η εκ των πραγμάτων νέα οικονομική ύφεση θα πλήξει το εισόδημα του ευρωπαϊκού κυρίως, πληθυσμού με αρνητικό αντίκτυπο στη Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη, ενώ δεν αποκλείεται να υπάρξουν πιέσεις επαναδιαπραγμάτευσης των συμβολαίων με τις ξενοδοχειακές επιχειρήσεις με συνέπεια την επιβάρυνση των λειτουργικών τους δαπανών.

- Η κατάρρευση μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών και αεροπορικών εταιριών λόγω των οικονομικών επιπτώσεων του κορωνοϊού, με φαινόμενα αντίστοιχα του Thomas Cook, που είχαν σοβαρό αντίκτυπο στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις.

Ειδικά για την Πρέβεζα, είναι γνωστό ότι η πόλη μας έχει μια ιδιαίτερη «τουριστική ταυτότητα», η οποία βασίζεται στα εξής κυρίαρχα χαρακτηριστικά:

1ον) Στην Ασφάλεια για ασφαλή τουρισμό στην περίοδο της πανδημίας που αποτελεί και το κεντρικό μας εθνικό μήνυμα κάτι που επιβεβαιώνεται σε όλα τα διεθνή μέσα εχθές και σήμερα αλλά και κάθε ημέρα. Ασφαλής προορισμός ως προς την επιτυχία της εθνικής μας στρατηγικής από την πολιτεία με τα χαμηλότερα ποσοστά κρουσμάτων και θανάτων, αξίζει να πούμε ότι η Ελλάδα ανήκει στην Dream Team των 9 χωρών, ασφαλής για τα εξίσου πολύ χαμηλά της Περιφέρειας Ηπείρου και κυρίως ασφαλής για τα σχεδόν μηδενικά κρούσματα στο Δήμο μας και προπαντός χάριν στη μεγαλύτερη και ασφαλέστερη παραλία στην Ευρώπη, στη μεγάλη ακτογραμμή, που μπορεί να συγκεντρώσει δεκάδες χιλιάδες λουόμενους κατοίκους και επισκέπτες δίχως κανένα συνωστισμό με συνεπακόλουθα την προσέλκυση σκαφών, τον καταδυτικό τουρισμό, το ψάρεμα κλπ.

2ον) Στην αξιοποίηση της μοναδικής ομορφιάς και σπουδαιότητας μνημείων της Αρχαίας Ιστορίας Αρχαία Νικόπολη, Αρχαία Κασσώπη κτλ και στον τεράστιο άγνωστο ακόμα πολιτιστικό μας πλούτο.

3ον) Στη κομβική θέση που κατέχει η Πρέβεζα, μεταξύ των υπόλοιπων προορισμών της Ηπείρου, του Ιονίου και της Στερεάς Ελλάδας, διαθέτοντας εύκολη οδική, θαλάσσια αλλά και αεροπορική πρόσβαση.

4ον) Στη μορφολογία του Δήμου μας, με άπειρες επιλογές δημιουργικής και ψυχαγωγικής ενασχόλησης, αναδεικνύοντας την πόλη της Πρέβεζας σαν Τουριστικό Προορισμό Δραστηριοτήτων σε όλες της δημοτικές ενότητες Λούρου, Ζαλόγγου και Πρέβεζας.

5ον) Στην επιτυχημένη προβολή του υγροτόπου του Αμβρακικού που είναι από τους σημαντικότερους παγκοσμίως και γενικά στο φυσικό περιβάλλον που διαθέτουμε.

6ον) Στην ανάδειξη της γαστρονομίας και του οινικού τουρισμού, μέσα από την ενίσχυση και προβολή των ποιοτικών τοπικών προϊόντων και συνταγών.

7ον) Στον αθλητικό τουρισμό, και βέβαια,

8^{ον}) Στον θρησκευτικό τουρισμό.

Σ' αυτή την τουριστική μας ταυτότητα, υπάρχουν ορισμένα ιδιαίτερα στοιχεία που πρέπει να τα προβάλλουμε, γιατί μπορούν να μας φανούν πολύ χρήσιμα σ' αυτή τη δύσκολη συγκυρία.

- Οι μεγάλες σε μήκος παραλίες μας, δίνουν τη δυνατότητα να απολαμβάνουν τη θάλασσα χιλιάδες επισκέπτες κρατώντας τις αποστάσεις ασφαλείας που προβλέπονται.

- Η πόλη διαθέτει Νοσοκομείο και βρίσκεται ταυτόχρονα σε πολύ κοντινή απόσταση από το Πανεπιστημιακό Νοσοκομείο Ιωαννίνων που είναι Νοσοκομείο αναφοράς. Αναλαμβάνουμε την πρωτοβουλία για να αποκτήσει το Νοσοκομείο μας αξιόπιστο μηχάνημα για μοριακό τέστ ανίχνευσης του κορωνοϊού, ώστε να είμαστε ένας υγειονομικά επαρκής και τουριστικά ασφαλής προορισμός.

- Οι περιοχές φυσικού κάλλους που διαθέτουμε δίνουν τη δυνατότητα για επισκέψεις, περιπάτους και διαδρομές χωρίς συνωστισμό και κοντά στον καθαρό αέρα και τη φύση.

Η διαχείριση της κρίσης

Όλα τα παραπάνω απαιτούν άμεσες ετοιμασίες και αναπροσαρμογή στρατηγικών προσαρμοσμένων στις συνθήκες και τις ιδιαιτερότητες της περιοχής μας.

Αυτό σημαίνει ότι η περιοχή μας έχει ανάγκη καθοδήγησης τόσο σε επίπεδο Δήμου, όσο και στο επίπεδο των επαγγελματιών τουρισμού και εστίασης για τη διαχείριση της κρίσης. Εμείς δεν είμαστε ειδικοί.

Χρειαζόμαστε την καθοδήγηση των ειδικών, ώστε:

1. Να εκπέμψουμε το μήνυμα της ασφάλειας σε επίπεδο Δήμου αλλά και επιχειρήσεων αποτελώντας προορισμό πρότυπο ασφάλειας και φιλοξενίας όπου τηρούνται τα μέτρα κατά γράμμα.

2. Να εκμεταλλευτούμε τα δεδομένα όπως διαμορφώνονται σύμφωνα με τις τάσεις του ταξιδιωτικού κοινού, δηλαδή την ανάπτυξη του εσωτερικού και του οδικού τουρισμού, σε συνδυασμό με τις δυνατότητες που προσφέρονται για δραστηριότητες στη φύση.

3. Να προσαρμόσουμε σε ότι αφορά τις αεροπορικές συνδέσεις την επικοινωνιακή μας προσέγγιση, ανάλογα με τις χώρες αποστολής τουριστών.

4. Να υπάρχει συνεχής ενημέρωση και καθοδήγηση του Δήμου και των επαγγελματιών καθώς και εκπαίδευση στα δεδομένα που δημιουργούνται.

Αυτά είναι τα βασικά στοιχεία που οφείλουμε να αναδείξουμε επειδή αυτά, περισσότερο από οτιδήποτε άλλο, αποτελούν προτεραιότητα για την προσέγγιση του ταξιδιώτη.

Βέβαια, οφείλουμε παράλληλα, να λάβουμε υπόψη τις σύγχρονες τάσεις του τουρίστα, όπως τουλάχιστον είχαν διαμορφωθεί πριν την εμφάνιση της πανδημίας. Και αυτές οι τάσεις συνδύαζαν την αυθεντικότητα με την οργάνωση ενός τόπου σε επίπεδο παροχών και υπηρεσιών, πράγματα τα οποία θα πρέπει να συμπεριλάβουμε στη στρατηγική προσέγγισης των αγορών.

Τέλος από την ατομική ευθύνη στην πανδημία περνούμε στην ατομική ευθύνη ως προς την κοινή προσπάθεια της διάσωσης της φετινής περιόδου αλλά και της ανάπτυξης του BRAND PREVEZA, σε ότι αφορά τη δυσφήμιση και την αλλοίωση της καλής εικόνας που οφείλουμε να βγάζουμε προς τα έξω. Για το λόγο αυτό προσωπικές καιροσκοπικές τακτικές με έντονα στοιχεία υπερβολής που

πληγώνουν και δυσκολεύουν την αποστολή μας που έχει μόνο στόχο την προστασία της εργασίας και των επιχειρήσεων των συμπολιτών μας καλό είναι να σταματήσουν.

Εξειδικευμένος σύμβουλος διαχείρισης της κρίσης στον τουρισμό

Για να υπάρξει λοιπόν αυτή η καθοδήγηση, θα προχωρήσουμε, μέσα από τις διαδικασίες που προβλέπει ο νόμος για τις δημόσιες συμβάσεις στη σύναψη σύμβασης τρίμηνης διάρκειας με εξειδικευμένο γραφείο τουριστικού μάρκετινγκ ώστε και να θέσουμε τις βάσεις για μια σωστή τουριστική προβολή και ανάπτυξη της Πρέβεζας τα επόμενα χρόνια αλλά και την κρίση να διαχειριστούμε με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Πιο συγκεκριμένα, το αντικείμενο υπηρεσιών που θα ζητήσουμε θα είναι :

1. Η διαχείριση της υπάρχουσας κρίσης στον Τουρισμό με εξειδίκευση στην αντιμετώπιση των επιπτώσεων στην περιοχή του Δήμου Πρέβεζας μέσα από:

-Συμβουλευτική υποστήριξη του Δήμου και των επαγγελματιών για δράσεις και πρωτοβουλίες που πρέπει να αναληφθούν ανάλογα με τα δεδομένα που διαμορφώνονται στην εσωτερική και τη διεθνή αγορά σε επίπεδο ταξιδιωτικής ασφάλειας και ενδεχόμενης ζήτησης.

-Ενημέρωση και καθοδήγηση του Δήμου και των επαγγελματιών –μέσω των φορέων τους- σε συχνά διαστήματα (περίπου ανά τριήμερο) για προσαρμογή στις συνθήκες που θα δημιουργούνται (νομοθεσία, διμερείς συμβάσεις, ευρωπαϊκές οδηγίες κλπ).

2. Η εκπαίδευση μέσω σεμιναρίων με τηλεδιασκέψεις ή με οποιοδήποτε άλλο πρόσφορο τρόπο των εκπροσώπων του Δήμου και των επαγγελματιών για τη μεθοδολογία προσέγγισης των αγορών σε επίπεδο μάρκετινγκ και επίσης για τις ανθρώπινες-δημόσιες σχέσεις στον τουρισμό μετά τα νέα δεδομένα που έχουν προκύψει λόγω του κορωνοϊού.

3. Η έκδοση δελτίων τύπου με στόχο τη διάχυση μηνυμάτων που μπορεί να ενδιαφέρουν τους εν δυνάμει ταξιδιώτες αλλά και τους διακινητές τους (ταξιδιωτικοί πράκτορες).

4. Η οργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης για δημοσιογράφους από την ελληνική αγορά με στόχο την προβολή του προορισμού, είτε αποκλειστικά είτε συνδυαστικά με όμορες περιοχές εφόσον η

προβολή θα συμβάλει στον εμπλουτισμό του τουριστικού προϊόντος και η παρουσίαση της Πρέβεζας σε επιλεγμένο κοινό πρακτόρων και δημοσιογράφων μέσω ηλεκτρονικών σεμιναρίων.

5. Ο εντοπισμός των αγορών και των ομάδων του πληθυσμού που ενδιαφέρονται για τα στοιχεία που προσφέρει η Πρέβεζα καθώς και η έρευνα και κατηγοριοποίηση της υπάρχουσας κατάστασης (προσφερόμενο προϊόν, δομές και υφιστάμενοι πελάτες)

6. Η ανάδειξη των προβλημάτων και των αιτημάτων προς την κεντρική κυβέρνηση και η συμμετοχή (εφόσον αυτό κριθεί αναγκαίο) εκπροσώπου της εταιρίας συμβούλων σε συσκέψεις σε περιφερειακό και κεντρικό επίπεδο.

7. Προτάσεις και εισηγήσεις σχετικά με το παραγόμενο διαφημιστικό υλικό (concept / branding / θέματα strategic marketing).

8. Μελέτη για τον εμπλουτισμό του τουριστικού μας προϊόντος και μελέτη πρόσθετων δυνατοτήτων ανάλογα και με την διεθνή ζήτηση.

Κυρίες και Κύριοι,

Όπως είπα και στην αρχή της τοποθέτησής μου, εμείς επειδή αντιλαμβανόμαστε τη μεγάλη σημασία του τουρισμού για την τοπική μας κοινωνία βρεθήκαμε από την πρώτη στιγμή στην πρώτη γραμμή της μάχης.

Σ' αυτή την προσπάθεια αντιμετώπισης της κατάστασης πρέπει να πάμε όλοι μαζί. Δεν υπάρχουν αντίπαλοι, υπάρχουν μόνο συνεργάτες.

Κάθε καλοπροαίρετη ιδέα , προσπάθεια, πρόταση είναι από εμάς καλοδεχούμενη.

Δεν είμαστε ειδικοί, αναλαμβάνουμε όμως πλήρως την ευθύνη που μας αναλογεί και βάζουμε μπροστά τους ειδικούς για να βοηθήσουν με την τεχνογνωσία τους τον τόπο και τους ανθρώπους του.