



ΝΙΚΟΛΑΣ ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΣ
πρόεδρος ΕΟΤ

Στα περσινά επίπεδα ο τουρισμός

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΣΤΗ ΒΙΚΗ ΤΡΥΦΩΝΑ

Ο τουρισμός φέτος είχε –και συνεχίζει να έχει– να αντιμετωπίσει πολλές προκλήσεις. Η αρνητική οικονομική συγκυρία, ο διεθνής αντίκτυπος της αλλά και τα συσσωρευμένα λάθη του παρελθόντος δημιούργησαν ασφυκτικές πιέσεις στις τουριστικές επιχειρήσεις, που βλέπουν τα εσοδά τους να μειώνονται σημαντικά. Ωστόσο, ο ΕΟΤ και το υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού κατάφεραν με σειρά δράσεων να περιορίσουν τις απώλειες αυτές και, τουλάχιστον σε ό,τι αφορά τις αφίξεις, εκτιμάται ότι η φετινή σεζόν θα κλείσει στα ίδια επίπεδα με πέρσι. Ο πρόεδρος του ΕΟΤ κ. Νικόλαος Κανελλόπουλος περιγράφει τη στρατηγική που ακολούθησε ο οργανισμός αλλά και τα σχέδια για την επόμενη χρονιά.

Ποια ήταν τα μηνύματα από τις ξένες αγορές, μετά και τις επικοινωνιακές κινήσεις στις οποίες προχώρησε το υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού το τελευταίο διάστημα;

Η συλλογική προσπάθεια που καταβάλαμε ως ΕΟΤ, πάντα με την αρωγή και την καθοδήγηση της πολιτικής ηγεσίας του υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, αποφέρει ήδη σημαντικά αποτελέσματα σε αυτή την πραγματικά δύσκολη περίοδο για τον ελληνικό τουρισμό. Η συνεχής αρνητική δημοσιότητα της χώρας μας ολοκληρωτο περασμένο εξάμηνο, η πρόωγη περίοδος του

Το θετικό αυτό κλίμα που έχει διαμορφωθεί έχει ήδη αρχίσει να αποτυπώνεται και με την αύξηση των αφίξεων ξένων τουριστών στη χώρα. Το πρόσημο στην επικοινωνία και την τουριστική πολιτική γίνεται θετικό και οι δείκτες κλιμακούμενα αυξητικοί.

Πάσχα, που δεν μας ευνόησε, το πρόβλημα με την ηφαιστειακή τήφρα τον Απρίλιο, τα τραγικά επεισόδια του Μαΐου, το συχνό κλείσιμο λιμανιών και μουσείων με δεδομένη την οικονομική δυσπραγία, αλλά και το υπέρογκο χρέος του οργανισμού, διαμόρφωσαν μια παρατεταμένη κατάσταση κρίσης για την τουριστική αγορά. Ο συνδυασμός όλων αυτών των αρνητικών συγκυριών δεν επέτρεπε λάθη και ολγωρία. Έτσι, προβήκαμε σε στοχευμένες και ουσιαστικές πρωτοβουλίες που σκοπό είχαν να αλλάξουν το αρνητικό για τη χώρα μας κλίμα. Η συντονισμένη προσπάθεια της Επιτροπής Διαχείρισης Κρίσεων, τα γραφεία μας στο εξωτερικό,

η διαδικτυακή μας παρουσία σε συνδυασμό με τη νέα προωθητική δράση YOUINGREECE – YOUINATHENS για το Μάιο, κατάφεραν να αλλάξουν το κλίμα. Οι συνεχείς επισκέψεις ξένων δημοσιογράφων, τα λεγόμενα fam trips στη χώρα μας και η επαφή με τους σημαντικότερους tour operators είχαν ως αποτέλεσμα μια σειρά από θετικά δημοσιεύματα του διεθνούς τύπου. Κατάφεραμε και επικοινωνήσαμε το αυτονόητο, την Ελλάδα της ασφάλειας, την Ελλάδα ως ιδανικό πολυμορφικό προορισμό, την Ελλάδα της αναλογίας τιμής με ποιότητα.

Αυτή την περίοδο καταγράφουμε στο σύνολο των αγορών όπου αντιμετωπίζαμε πρόβλημα, όπως η Γερμανία και η Αγγλία, πλήθος θετικών δημοσιευμάτων, που καλούν τους πολίτες να επισκεφθούν τη χώρας μας. Το θετικό αυτό κλίμα έχει ήδη αρχίσει να αποτυπώνεται και με την αύξηση των αφίξεων ξένων τουριστών στη χώρα. Το πρόσημο στην επικοινωνία και την τουριστική πολιτική γίνεται θετικό και οι δείκτες κλιμακούμενα αυξητικοί.

Πώς πιστεύετε ότι θα κινηθεί τελικά η φετινή τουριστική σεζόν;

Θφείλω να σας υπογραμμίσω ότι αν σας απαντούσα στην ίδια ερώτηση πριν από δυο-τρεις μήνες, η απάντησή μου θα ήταν τελείως διαφορετική. Το πρώτο τρίμηνο, όταν μόλις είχα αναλάβει ως πρόεδρος τη διαίκηση του ΕΟΤ, καταγράφαμε σημαντική μείωση της τάξης του 7,7% και τα μηνύματα που λαμβώναμε από τις ξένες αγορές και τους tour operators ήταν πραγματικά αρνητικά. Παρόλα αυτά –και με δεδομένο το μήνα Μάιο και τα τραγικά γεγονότα–, στο σύνολο των προηγούμενων πέντε μηνών περιοριστήκαμε σε μια ελαφρά μείωση 2,75% στις αφίξεις στα ελληνικά αεροδρόμια σε σχέση με πέρσι. Ήδη, αυτή την περίοδο καταγράφουμε κλείσιμο της ψαλίδας, με τη χρονιά, παρά τις δυσκολίες της, να κινείται τελικά στα περσινά επίπεδα. Αυτό όμως που πραγματικά μας προβληματίζει είναι η αύξηση της επισκεψιμότητας Ελλήνων τουριστών σε προορισμούς του εξωτερικού σε συνδυασμό με την αναμενόμενη μείωση του εσωτερικού τουρισμού για λόγους οικονομικούς. Από την πλευρά μας, ενεργοποιούμε άμεσα πρόγραμμα στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης αλλά και του προγράμματος «Τουρισμός για όλους», που θα στοχεύει να ανατρέψει την κατάσταση. Ο στόχος είναι να εμφοησούμε στον Έλληνα ταξιδιώτη ότι ειδικά τη φετινή χρονιά οι διακοπές στη χώρα μας αποκτούν εθνική σημασία.

Έλλειμμα στρατηγικής. Στο πλαίσιο της καταγραφής των προβλημάτων που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές περιοχές της χώρας, ποια είναι τα κυριότερα προβλήματα που έχετε καταγράψει;

Όσον αφορά στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι τουριστικές περιοχές της χώρας, αυτά εδράζονται κυρίως στη διαχρονική έλλειψη χάραξης ενιαίας και σταθερής στρατηγικής για τον τουρισμό. Ουσιαστικά, πρόκειται για ένα μοντέλο βασικού τουρισμού που αναπτύχθηκε κυρίως βασισμένο στην ιδιωτική πρωτοβουλία. Αποτέλεσμα είναι να υπάρχει σημαντικός αριθμός κορεσμένων τουριστικών περιοχών και αντίστοιχα άλλων ανεκμετάλλευτων. Η ίδια εικόνα παρα-

τηρείται και με τα καταλύματα, τα οποία ουσιαστικά αυτοκατετάγησαν σε κατηγορίες αστέρων τα προηγούμενα χρόνια δίχως έλεγχο και θεσμικό πλαίσιο. Ήδη η κυβέρνηση, μέσω του χωροταξικού σχεδιασμού και δράσεων του ΕΣΠΑ, όπως ο Πράσινοσ Οδηγός του υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, βάζει το πλαίσιο για μια σεφρό τουριστική ανάπτυξη, ενώ ο ΕΟΤ σύντομα θα είναι σε θέση να προχωρήσει στην πιστοποίηση των τουριστικών καταλυμάτων.

Τι θα προτείνατε στους τουριστικούς επιχειρηματίες προκειμένου να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες της φετινής χρονιάς;

Επί ευκαιρία της ερώτησής σας θα ήθελα να ευχαριστήσω τους επιχειρηματίες του τουρισμού για την άμεση προσαρμοστικότητα τους στην πραγματικά δύσκολη οικονομικά φετινή χρονιά. Κατάφεραν όχι μόνο να συγκρατήσουν τις τιμές, αλλά στις περισσότερες των περιπτώσεων και να τις μειώσουν. Αυτό το αναγνωρίζουν και οι ίδιες οι αγορές, με χαρακτηριστική τη δήλωση της εκπροσώπου της TUJ στη Γερμανία ότι οι διακοπές στην Ελλάδα δεν ήταν ποτέ τόσο φθηνές όσο σήμερα. Το μεγάλο όμως στοίχημα φέτος είναι η βελτίωση της ποιότητας των παρεχομένων υπηρεσιών και της σωστής αντιμετώπισης και συμπεριφοράς προς τους τουρίστες, που θα προσδώσει προστιθέμενη αξία τόσο στην ίδια την επιχείρηση όσο και στην εικόνα της χώρας εν γένει. Είναι η στιγμή για την ποιότητα αυτοκαθάραση και εξύψωση της τουριστικής αγοράς.

Έμφαση στο διαδίκτυο. Ποιες είναι οι επόμενες στρατηγικές κινήσεις που σχεδιάζει ο ΕΟΤ ώστε να οδηγηθεί ο τουρισμός σε πορεία ανάκαμψης;

Εμείς διενεργούμε μια προσπάθεια εξύψωσης και δομικής αναδιοργάνωσης του ΕΟΤ. Ένας οργανισμός δίχως τα προβλήματα που κληρονόμησε από το παρελθόν θα είναι σε θέση να διαδραματίσει καθοριστικό ρόλο στην υλοποίηση μιας ουσιαστικής και στοχευμένης πολιτικής για τον τουρισμό. Σε επίπεδο στρατηγικής, θα προχωρήσουμε στη χάραξη στοχευμένων δράσεων και στην προβολή των τουριστικών επιχειρήσεων μας στις αγορές – στόχους μας από κοινού με τους εταίρους του κλάδου. Εστιάζουμε στη διαδικτυακή παρουσία του οργανισμού και στη μετατροπή του visitgreece.gr σε ένα portal που θα προσελκύει τουρίστες και θα προβάλλει την ίδια την Ελλάδα. Συγχρόνως, ενεργοποιούμε τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (Facebook, Twitter).

Δεν μένουμε όμως μόνο στη χάραξη στρατηγικής. Αυτή την περίοδο η ΕΡΤ και ο ΕΟΤ συνεχίζουν την πετυχημένη προωθητική δράση YOUINGREECE – YOUINATHENS, που περιλαμβάνει βίντεο με μαρτυρίες (testimonials) τουριστών που επισκεπτόνται τη χώρα, ακριβώς στον τόπο και το χώρο όπου βρίσκονται τη συγκεκριμένη χρονική στιγμή, και στη συγκεκριμένη περίπτωση στην Αθήνα. Επιτελούμε την ίδια διαδικασία για Γερμανούς και Ρώσους τουρίστες σε διάφορα μέρη της χώρας και με βάση θεματικές ενότητες του ελληνικού τουρισμού, όπως luxury, culture κ.ά. Η προβολή των εμπειριών των ίδιων των τουριστών θα αποτελέσει τον πυρήνα της προωθητικής μας στρατηγικής για την περίοδο 2010-2011.