

Γιατί ελπίζουμε...

Του ΝΙΚΟΛΑ ΚΑΝΕΛΛΟΠΟΥΛΟΥ*

Η φετινή τουριστική περίοδος χαρακτηρίζεται από πρωτοφανείς για τα ελληνικά δεδομένα διακυμάνσεις, αποτέλεσμα των συνεχιζόμενων συγκυριακών δραματικών γεγονότων που έλαβαν χώρα τελευταία.

Η αποτίμηση της πραγματικής ζημίας των τουριστικών επιχειρήσεων από τις ακυρώσεις των κρατήσεων αποτελεί έργο που απαιτεί εξειδικευμένη προσέγγιση, προσαρμοσμένη στα συγκεκριμένα γεγονότα και στις ειδικότερες συνθήκες, όπως αυτές έχουν διαμορφωθεί.

Κατά το πρώτο τρίμηνο (Ιανουάριος-Μάιος 2010), οι αφίξεις στα ελληνικά αεροδρόμια εμφάνισαν ελαφρά μείωση (-2,75%) σε σχέση με το 2009. Η μείωση είναι εμφανέστερη σε περιοχές όπως η Κρήτη και τα νησιά του Ιονίου, ενώ στα Δωδεκάνησα εμφανίζεται αύξηση. Τον Μάιο του 2010 οι αφίξεις στο αεροδρόμιο Ηρακλείου Κρήτης ήταν σχεδόν ίδιες με τις αντίστοιχες του Μαΐου του 2009.

Τα στοιχεία δε των κρατήσεων των τουριστικών πακέτων από τη Γερμανία μέχρι το τέλος Φεβρουαρίου δείχνουν πτώση στην επισκεψιμότητα κατά 4,3% (Tourism Panel της GfK).

Τον Απρίλιο η μείωση των αφίξεων άγγιξε το -16%, αποδίδεται δε κατά κύριο λόγο στην τέφρα του ισλανδικού ηφαιστείου, που καθήλωσε για μεγάλο χρονικό διάστημα τις πτήσεις σε όλη την Ευρώπη.

Στη διάρκεια του Απριλίου τα ταξιδιωτικά γραφεία της Γερμανίας σημείωσαν μείωση (-12%) των εσόδων τους από πωλήσεις στην Ελλάδα, με πτώση των κρατήσεων κατά 6%.

Δυστυχώς, η συνεχής αρνητική δημοσιότητα της χώρας μας, σε όλα τα διεθνή ΜΜΕ, αλλοίωσε σημαντικά την αξιοπιστία και την εικόνα που είχαν οι ταξιδιώτες για εμάς. Επίσης, η επιβράδυνση της οικονομικής ανάκαμψης σε χώρες-αγορές για την Ελλάδα, όπως η Μεγάλη Βρετανία και η Γερμανία, σε συνδυασμό με τη μειωμένη ανταγωνιστικότητα στη Ζώνη του Ευρώ, οδηγεί τους πολίτες στην επιλογή φθηνότε-

ρων προορισμών για τη φετινή χρονιά.

Παρ' όλα αυτά, σύμφωνα με έρευνα για λογαριασμό της TUI, το 49% των Γερμανών εκτιμά ότι θα κάνει διακοπές στην Ελλάδα τα επόμενα χρόνια, ενώ μόνο το 6,3% δήλωσε να επηρεάζεται από την κρίση.

Επίσης, παρά την αρνητική δημοσιότητα που έχει δεχθεί η χώρα μας, η GOOGLE ανακοίνωσε επίσημα ότι λέξεις-κλειδιά που σχετίζονται με «διακοπές στην Ελλάδα» έχουν αυξηθεί συνολικά κατά 160%, ενώ οι χρήστες που εμφανίζουν «διαδικτυακό» ενδιαφέρον να περάσουν τις διακοπές τους στη χώρα μας προέρχονται πάντα -σύμφωνα με στοιχεία της GOOGLE- από το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ, με ό,τι αυτό συνεπάγεται.

Ο ΕΟΤ και η επιτροπή διαχείρισης κρίσεων, με την καθοδήγηση της πολιτικής ηγεσίας, προχώρησαν από την πρώτη στιγμή σε μια σειρά από συντονισμένες δράσεις, με σκοπό την αντιστροφή του αρνητικού κλίματος.

Σημαντικό εργαλείο σε αυτή με την προσπάθεια αποτελεί και η νέα επικοινωνιακή μας προσέγγιση YOU IN GREECE, που αποτελεί μια καταγραφή και διαδικτυακή αναμετάδοση των προσωπικών εμπειριών των επισκεπτών μας, σε συνδυασμό πάντα με τη διαδικτυακή μας παρουσία και τη χρήση εφαρμογών κοινωνικής δικτύωσης.

Στο πλαίσιο αυτό, ευελπιστούμε ότι το επόμενο διάστημα η κατάσταση βαίνει προς μια ορατή ομαλοποίηση. Παρ' όλα αυτά, σημαντική μείωση θα υπάρξει στο εσωτερικό ρεύμα τουρισμού ένεκα της οικονομικής κρίσης που πλήττει τη χώρα μας.

Για τον λόγο αυτό, το μήνυμα «Μένουμε Ελλάδα» ηχεί φέτος πιο επίκαιρο παρά ποτέ και απαντά στην πατριωτική συνείδηση του Έλληνα τουρίστα που εκτιμά και βοηθά με τις δικές του δυνάμεις τον τόπο του, εξερευνώντας ταυτόχρονα τις ανεξάντλητες ομορφιές του.

* Πρόεδρος του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.