

Άγγελος Αντωνίου
Cluster General Manager,
Hilton Chania Old Town Resort & Spa
& Chania Flair Boutique Hotel, Tapestry
Collection by Hilton

Παρουσίαση

Video



Άγγελος Αντωνίου

Κρήτη 12 μήνες τον χρόνο: Από την επιμήκυνση της σεζόν στη δημιουργία ενός προορισμού τεσσάρων εποχών

Την ανάγκη μετάβασης από τη λογική της απλής επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου στη συγκρότηση ενός πραγματικά ολοκληρωμένου προορισμού τεσσάρων εποχών ανέδειξε ο Άγγελος Αντωνίου, Cluster General Manager των Hilton Chania Old Town Resort & Spa και Chania Flair Boutique Hotel, Tapestry Collection by Hilton, κατά την παρέμβασή του στην 6η Παγκρήτια Ημερίδα «ΚΡΗΤΩΝ ΦΙΛΟΞΕΝΕΙΝ».

Με πολυετή εμπειρία στην κρητική φιλοξενία, παρότι κατάγεται από την Καρδίτσα, ο κ. Αντωνίου υπογράμμισε ότι η μεγαλύτερη δύναμη της Κρήτης δεν βρίσκεται μόνο στο φυσικό της περιβάλλον ή στις τουριστικές υποδομές, αλλά σε αυτό που αποκαλείται αυθεντική κρητική φιλοξενία. Μια φιλοξενία που εκφράζεται μέσα από μικρές καθημερινές πράξεις και αυθόρμητες χειρονομίες των ανθρώπων του τόπου, οι οποίες δεν μπορούν να αναπαραχθούν από κανένα διεθνές brand ή μοντέλο εξυπηρέτησης.

Αναφερόμενος σε προσωπική εμπειρία κατά τη διαμονή του στο Οροπέδιο Λασιθίου, περιέγραψε χαρακτηριστικά πώς μια απλή προσφορά τοπικών προϊόντων από μία οικοδέσποινα μετατράπηκε σε αυθεντική εμπειρία φιλοξενίας και σε ζωντανό παράδειγμα της κρητικής κουλτούρας. Όπως σημείωσε, αυτή η ανθρώπινη διάσταση είναι που τελικά παραμένει στη μνήμη του επισκέπτη και διαφοροποιεί την Κρήτη από κάθε ανταγωνιστικό προορισμό.

Στο επίκεντρο της ομιλίας του βρέθηκε η συζήτηση για το μέλλον του τουρισμού και ειδικότερα για τη λειτουργία της Κρήτης ως προορισμού δώδεκα μηνών. Όπως ανέφερε, η συζήτηση δεν πρέπει να περιορίζεται στο αν τα ξενοδοχεία θα παραμείνουν ανοιχτά λίγες εβδομάδες περισσότερες την άνοιξη ή το φθινόπωρο. Το πραγματικό ζητούμενο είναι η δημιουργία ουσιαστικών λόγων επίσκεψης σε όλη τη διάρκεια του έτους.

«Δεν μιλάμε για επιμήκυνση λίγων ημερών. Μιλάμε για τη δημιουργία ενός προορισμού με αξία, εμπειρίες και περιεχόμενο κάθε εποχή του χρόνου», ήταν το βασικό μήνυμα που μετέφερε.

Σύμφωνα με τον ίδιο, η Κρήτη διαθέτει όλα τα απαραίτητα συγκριτικά πλεονεκτήματα για να διεκδικήσει αυτόν τον ρόλο. Η γαστρονομία, η κρητική διατροφή, η ιστορία, η πολιτιστική κληρονομιά, τα μουσεία, τα ορεινά τοπία, οι φυσικές διαδρομές και οι αυθεντικές εμπειρίες της ενδοχώρας συνθέτουν ένα προϊόν που ξεπερνά το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιος και θάλασσα».

Ιδιαίτερη αναφορά έκανε στο Οροπέδιο Λασιθίου, το οποίο χαρακτήρισε χαρακτηριστικό παράδειγμα της πολυμορφίας του νησιού και των δυνατοτήτων ανάπτυξης εμπειριών πέρα από τη θερινή περίοδο. Όπως σημείωσε, περιοχές σαν το Οροπέδιο μπορούν να αποτελέσουν ισχυρούς πόλους έλξης επισκεπτών που αναζητούν αυθεντικές εμπειρίες, πολιτισμό, φύση και επαφή με την τοπική κοινωνία.

Ο κ. Αντωνίου στάθηκε επίσης στην ανάγκη κατανόησης των νέων αγορών και των διαφορετικών προφίλ επισκεπτών. Φέρνοντας ως παράδειγμα επισκέπτες από τις Ηνωμένες Πολιτείες, εξήγησε ότι πολλές φορές η ίδια η τοπική αγορά εστιάζει υπερβολικά στις αεροπορικές συνδέσεις και στις απευθείας πτήσεις, ενώ σημαντικές αγορές έχουν διαφορετικά ταξιδιωτικά πρότυπα και προσεγγίζουν την Κρήτη μέσω μεγαλύτερων κόμβων, όπως η Αθήνα.

Παράλληλα τόνισε ότι η δωδεκάμηνη τουριστική λειτουργία δεν μπορεί να επιτευχθεί αποκλειστικά από τα ξενοδοχεία. Απαιτείται ενεργός συμμετοχή ολόκληρης της τοπικής οικονομίας, από την εστίαση και το λιανεμπόριο μέχρι τους παραγωγούς, τις επιχειρήσεις δραστηριοτήτων, τις μεταφορές και την αυτοδιοίκηση. Ένας επισκέπτης δεν μπορεί να ζήσει μια ολοκληρωμένη εμπειρία εάν διαπιστώνει ότι οι περισσότερες υπηρεσίες και επιχειρήσεις παραμένουν κλειστές εκτός σεζόν.

Ειδική αναφορά έκανε και στον ρόλο των διεθνών ξενοδοχειακών brands στην Κρήτη, επισημαίνοντας τη σημαντική αύξηση της παρουσίας τους τα τελευταία χρόνια. Όπως υπογράμμισε, η ανάπτυξη διεθνών αλυσίδων δεν πρέπει να λειτουργεί ανταγωνιστικά προς την τοπική ταυτότητα. Αντίθετα, ο στόχος πρέπει να είναι η αξιοποίηση της διεθνούς προβολής και των δικτύων τους για την προσέλκυση επισκεπτών που ενδιαφέρονται για αυθεντικές εμπειρίες και ποιοτικό τουρισμό.

Ιδιαίτερη έμφαση έδωσε στον ρόλο της εκπαίδευσης των ανθρώπων της φιλοξενίας. Όπως σημείωσε, οι εργαζόμενοι πρώτης γραμμής, οι υπεύθυνοι υποδοχής, οι θυρωροί και οι concierge αποτελούν κρίσιμους κρίκους στη διαμόρφωση της τελικής εμπειρίας του επισκέπτη. Είναι εκείνοι που καλούνται να γνωρίζουν και να αναδεικνύουν όλα όσα μπορεί να προσφέρει η Κρήτη εκτός της θερινής περιόδου.

«Δεν αρκεί να λέμε ότι η Κρήτη έχει βουνά, χιόνι, πεζοπορικές διαδρομές ή πολιτιστικές εμπειρίες. Πρέπει οι άνθρωποι που υποδέχονται τον επισκέπτη να μπορούν να του τα αφηγηθούν και να τον καθοδηγήσουν να τα ανακαλύψει», ανέφερε χαρακτηριστικά.

Κλείνοντας την παρέμβασή του, ο Άγγελος Αντωνίου υπογράμμισε ότι η δημιουργία ενός δωδεκάμηνου τουριστικού προορισμού δεν αφορά μόνο τη ξενοδοχειακή βιομηχανία αλλά ολόκληρη την κοινωνία. Απαιτεί συνεργασία, κοινό σχεδιασμό, επένδυση στην τοπική ταυτότητα και ανάδειξη εμπειριών που μπορούν να προσφέρονται όλες τις εποχές του χρόνου. Μόνο έτσι, όπως τόνισε, η Κρήτη μπορεί να μεταβεί από την επιμήκυνση της σεζόν στη δημιουργία ενός ολοκληρωμένου προορισμού τεσσάρων εποχών.

