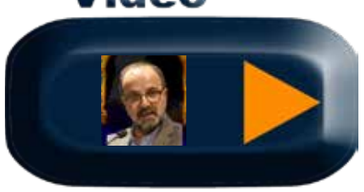


Σταύρος Σφακιανάκης

Σταύρος Σφακιανάκης
MSc in Accounting & Finance
Πρόεδρος του ΟΕΕ – Τμήμα Ανατολικής Κρήτης

Video



Αξιότιμε κύριε Δήμαρχε,
Αξιότιμοι εκπρόσωποι των φορέων,
Αγαπητέ κ. Λιακάκη,
Κυρίες και κύριοι,

Θέλω να ευχαριστήσω θερμά το «Κρητών Επιχειρείν», τον Δήμο Οροπεδίου Λασιθίου και την Πανελλήνια Ομοσπονδία Διευθυντών Ξενοδοχείων για την πρόσκληση και για τη διοργάνωση αυτής της σημαντικής Ημερίδας.

Το θέμα της «Αυθεντικής Εμπειρίας Φιλοξενίας» είναι εξαιρετικά επίκαιρο και θα ήθελα να το προσεγγίσω από τη σκοπιά του Οικονομικού Επιμελητηρίου.

Σύμφωνα με τα τελευταία πλήρη στοιχεία του Παρατηρητηρίου Βιώσιμου Τουρισμού, η Κρήτη κατέγραψε το 2025 περίπου **6,35 εκατομμύρια επισκέψεις, 48,6 εκατομμύρια διανυκτερεύσεις και 4,3 δισεκατομμύρια ευρώ τουριστικές εισπράξεις**.

Μιλάμε για έναν τεράστιο οικονομικό πλούτο.

Αυτομάτως Το ερώτημα, όμως, που τίθεται είναι:
Πώς μετατρέπουμε την αυθεντική φιλοξενία από μια όμορφη εμπειρία για τον επισκέπτη σε πραγματική και διατηρήσιμη οικονομική αξία για τον τόπο;

Η Κρήτη είναι ένας από τους ισχυρότερους τουριστικούς προορισμούς της χώρας και της Μεσογείου.

Η συζήτηση για την επόμενη ημέρα δεν μπορεί και δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στον αριθμό των αφίξεων και των διανυκτερεύσεων.

Για εμάς, στο Οικονομικό Επιμελητήριο, το ουσιαστικό ερώτημα είναι διαφορετικό:
Πόση από την αξία που δημιουργεί ο τουρισμός μένει τελικά στην Κρήτη;

Πόσο φτάνει στον Κρητικό παραγωγό;
Πόσο στη μικρή τοπική επιχείρηση;
Πόσο στην ενδοχώρα;
Πόσο στον εργαζόμενο;
Και πόσο επιστρέφει στην τοπική οικονομία με τη μορφή νέων επενδύσεων, νέων θέσεων εργασίας και μεγαλύτερου διαθέσιμου εισοδήματος;

Αυτό είναι, κατά τη γνώμη μου, το πραγματικό οικονομικό στοίχημα γιατί, Η Κρήτη διαθέτει ένα σημαντικό συγκριτικό πλεονέκτημα. Δεν προσφέρει μόνο ήλιο και θάλασσα. Προσφέρει πολιτισμό, γαστρονομία, τοπικά προϊόντα, χωριά, βουνό, ιστορία, παράδοση και, πάνω απ' όλα, φιλόξενους ανθρώπους.

Και εδώ αποκτά ακόμη μεγαλύτερη σημασία η έννοια της αυθεντικότητας.

Γιατί η αυθεντικότητα δεν είναι απλώς τουριστική εικόνα. Είναι οικονομικό κεφάλαιο.

Είναι το ελαιόλαδο που θα χρησιμοποιήσει το ξενοδοχείο.
Είναι το τυρί, το κρασί, το μέλι και τα προϊόντα του τόπου μας.
Είναι η ταβέρνα του χωριού.
Είναι ο επισκέπτης που θα φύγει από την παραλιακή ζώνη και θα έρθει στο Οροπέδιο Λασιθίου.

Θα γνωρίσει τον παραγωγό, θα περπατήσει στο χωριό, θα αγοράσει ένα τοπικό προϊόν, θα δοκιμάσει την τοπική κουζίνα και θα γνωρίσει έναν διαφορετικό τρόπο ζωής.

Όταν συμβαίνει αυτό, η φιλοξενία παύει να είναι απλώς μία υπηρεσία.

Γίνεται αλυσίδα αξίας.

Και από αυτή τη θέση, ως Οικονομικό Επιμελητήριο Ανατολικής Κρήτης, θέλω να καταθέσω τρεις συγκεκριμένες προτεραιότητες.

Πρώτη προτεραιότητα: ουσιαστική σύνδεση του τουρισμού με την τοπική παραγωγή.
Χρειαζόμαστε σταθερές συνεργασίες μεταξύ ξενοδοχείων, εστίασης, παραγωγών και τοπικών επιχειρήσεων.
Όχι μόνο μεμονωμένες καλές πρακτικές.
Χρειαζόμαστε ένα πραγματικό οικοσύστημα συνεργασίας.
Γιατί κάθε επιπλέον ευρώ τουριστικής κατανάλωσης που κατευθύνεται σε ένα κρητικό προϊόν έχει πολλαπλασιαστική επίδραση στην τοπική οικονομία.

Δεύτερη προτεραιότητα: η ενδοχώρα της Κρήτης να μπει στο κέντρο του τουριστικού σχεδιασμού.
Όχι ως συμπληρωματική εκδρομή.
Αλλά ως ισότιμο κομμάτι της εμπειρίας της Κρήτης.
Και το Οροπέδιο Λασιθίου είναι ίσως ένα από τα καλύτερα παραδείγματα.
Έχει φυσικό περιβάλλον, αγροτική παραγωγή, πολιτισμό, ιστορία, γαστρονομία και αυθεντικότητα.
Αυτό μπορεί να σημαίνει μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής, μεγαλύτερη δαπάνη ανά επισκέπτη και, κυρίως, διάχυση του εισοδήματος πέρα από τις ήδη ανεπτυγμένες τουριστικές περιοχές.

Εννοείται, ότι Η τουριστική ανάπτυξη πρέπει να σχεδιάζεται μαζί με τις υποδομές που απαιτούνται για να τη στηρίξουν.

Νερό, ενέργεια, οδικές υποδομές, διαχείριση αποβλήτων, ψηφιακά δίκτυα και προσβασιμότητα δεν είναι δευτερεύοντα ζητήματα.
Είναι βασικές προϋποθέσεις για να μπορούμε να μιλάμε σοβαρά για ένα βιώσιμο και ανταγωνιστικό τουριστικό μοντέλο.

Τρίτη προτεραιότητα: να μετράμε καλύτερα τι πραγματικά αφήνει ο τουρισμός στον τόπο.
Όχι μόνο αφίξεις και διανυκτερεύσεις.
Αλλά τοπική προστιθέμενη αξία.
Τι ποσοστό της τουριστικής δαπάνης μένει στην Κρήτη;
Πόσο συμμετέχουν οι τοπικές επιχειρήσεις;
Πόσο ωφελείται ο πρωτογενής τομέας;
Πόσες σταθερές και ποιοτικές θέσεις εργασίας δημιουργούνται;
Πόσο από το τουριστικό εισόδημα φτάνει στην ενδοχώρα;
Αυτά είναι τα στοιχεία που μπορούν να μας οδηγήσουν σε καλύτερες πολιτικές και καλύτερες επενδύσεις.

Κυρίες και κύριοι,

Για την Κρήτη, ο τουρισμός δεν είναι απλώς ένας σημαντικός κλάδος της οικονομίας. Είναι ένα ολόκληρο οικονομικό οικοσύστημα.

Η Κρήτη δεν χρειάζεται απλώς περισσότερο τουρισμό.

Χρειάζεται καλύτερο τουρισμό.
Τουρισμό που δημιουργεί περισσότερη αξία ανά επισκέπτη.
Που στηρίζει περισσότερο την τοπική παραγωγή.
Που δημιουργεί καλύτερες θέσεις εργασίας.
Που φέρνει τον επισκέπτη πιο κοντά στην ενδοχώρα.
Και, κυρίως, τουρισμό του οποίου το οικονομικό όφελος διαχέεται σε περισσότερους ανθρώπους και περισσότερες περιοχές.

Αυτό πιστεύω ότι πρέπει να είναι το επόμενο μεγάλο βήμα:

Γιατί η αυθεντικότητα της Κρήτης δεν αγοράζεται, δεν αντιγράφεται και δεν κατασκευάζεται.

Είναι οι άνθρωποί της. Είναι τα χωριά της. Είναι η παραγωγή της. Είναι οι γεύσεις της. Είναι ο τρόπος ζωής της. Έτσι, δημιουργείται **ένα καλύτερο αναπτυξιακό μοντέλο για ολόκληρη την Κρήτη**.

Και το μεγάλο στοίχημα είναι αυτή η αυθεντικότητα να μη δημιουργεί μόνο όμορφες αναμνήσεις για τον επισκέπτη, αλλά οικονομική αξία και ευημερία για τον τόπο.

Σας ευχαριστώ θερμά.



