



Ενέργειες Επανεκκίνησης Τουρισμού

Κυριάκος Κώτσοζλου

Μηχανικός Παραγωγής & Διοίκησης
MSc, PhD,
Εντεταλμένος Περιφερειακός
Σύμβουλος Κρήτης Τουρισμού
και Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης,
Γενικός Διευθυντής στην εταιρεία
Caldera Group of Companies

Στο βασικό ερώτημα της ημερίδας «Κρητών Φιλοξενείν», της Επανεκκίνησης του Τουρισμού της Κρήτης και της παράλληλης προσπάθειας για Τουρισμό 12 μηνών, μέσω σειράς ερωτημάτων δείχνουν τις ενέργειες, που έχει κάνει η Περιφέρεια Κρήτης, προς αυτό τον Στόχο.

Ερώτηση: Έχει γίνει από την Περιφέρεια Κρήτης κάποια εκτίμηση - καταγραφή με Ποιοτικά και Ποσοτικά, Οικονομικά κ.λπ. δεδομένα των συνεπειών του Κορωνοϊού στον Τουρισμό, σε Επίπεδο Κρήτης;

Η φετινή χρονιά είχε σειρά αρνητικά δεδομένα, τα οποία επηρέασαν, επηρεάζουν και θα συνεχίσουν να επηρεάζουν την Κρητική οικονομία, όπως φυσικά συμβαίνει και σε εθνικό επίπεδο. Οι αξίες μειώθηκαν σε ποσοστό που φτάνει το 80%, ο κύκλος εργασιών το ίδιο, ενώ η απασχόληση έπεσε κάτω από 50% και συνεχίζει, βαίνοντας μειούμενη. Σε αντίθεση, άνοιξε, επιχείρησε, πάνω από το 80% των ξενοδοχειακών καταλυμάτων της Κρήτης, γεγονός που είχε τόσο αρνητικές όσο και θετικές επιρροές στον Κρητικό Τουρισμό.

Σε κάθε περίπτωση, για την Κρήτη η σαιζόν δεν έχει τελειώσει, το ότι βαίνει προς την ολοκλήρωσή της είναι λογικό, όμως έχει ακόμα πολλά να δώσει, τόσο στον κύκλο εργασιών του Τουρισμού όσο και την απασχόληση. Εκτός όμως από τα προφανή, αυξάνει την ικανότητα της Κρήτης και των Στελεχών της στην εφαρμογή των υγειονομικών πρωτοκόλλων, αλλά και το Brand Name «Κρήτη» που ενισχύεται ακόμα και σήμερα. Το σλόγκαν «Η σαιζόν τελείωσε», **δεν ισχύει** σίγουρα για την Κρήτη, συνεχίζουμε την προσπάθεια...

Στην προσπάθειά μας να αποτιμήσουμε και να καταγράψουμε τα αρνητικά δεδομένα της χρονιάς αυτής έγιναν πολλές προσπάθειες, αλλά αξίζει να ξεχωρίσουμε τις παρακάτω, που είναι διακριτές και σημαντικές:

α. Η Μελέτη που γίνεται στην Π.Ε. Χανίων για το Προφίλ του επισκέπτη της Δυτικής Κρήτης και φέτος επιπλέον για το Προφίλ του επισκέπτη του Φαραγγιού της Σαμαριάς, σε συνεργασία MAIX, Πολυτεχνείου Κρήτης, ΕΒΕ Χανίων και φυσικά της Περιφέρειας Κρήτης, που ανέδειξε μια σειρά σημαντικών δεδομένων.

β. Η Μελέτη που έγινε με τη συνεργασία της ALCO, αναφορικά με την Κρήτη ως τουριστικό προορισμό για τον εσωτερικό τουρισμό της Ελλάδας, τις προτιμήσεις που δημιουργήθηκαν κατά την εποχή του Κορωνοϊού, το ποσοστό αποδοχής της προβολής της Κρήτης, της τήρησης των πρωτοκόλλων και πως η Κρήτη βρέθηκε στην πρώτη θέση των προτιμήσεων του εσωτερικού τουρισμού της χώρας, παρότι νησί.

γ. Η μελέτη της Horwath HTL, μια μελέτη για την αξιοπιστία της Κρήτης ως τουριστικό προορισμό, την οποία η Περιφέρεια Κρήτης σκοπεύει να παραδώσει στους Συλλόγους και τις Ενώσεις ξενοδόχων της Κρήτης, με **σκοπό να αποτελέσει ένα εργαλείο ανάδειξης της αξιοπιστίας της Κρήτης και στο Διεθνές στερέωμα.**

Ερώτηση: Τι μέτρα έχουν παρθεί από την Περιφέρεια Κρήτης για τη στήριξη των εργαζομένων και των επαγγελματιών του τουρισμού.

α. Τη στιγμή που γράφοντας οι γραμμές αυτές, βρισκόμαστε στο επίκεντρο του **προγράμματος ενίσχυσης των επιχειρήσεων και επαγγελματιών που επλήγησαν από τον Κορωνοϊό**, με το πρόγραμμα ενός Κεφαλαίου Επιδότησης ύψους 50 εκ. ευρώ, για τις επιχειρήσεις της Κρήτης που επλήγησαν κατά το 2020.

β. Η Εκπαίδευση την οποία πραγματοποίησε η Περιφέρεια Κρήτης, σε συνεργασία με το Πανεπιστήμιο Κρήτης και την Ιατρική Σχολή του και αποδέκτες πάνω από 60.000 Κρητικά Στελέχη του Τουρισμού και όλων των συναφών κλάδων, αποτέλεσε μια ενέργεια που χαρακτηρίστηκε παγκόσμια, ως καλή πρακτική.

γ. Επικοινωνήσαμε καθ' όλη τη διάρκεια με τους φορείς τουρισμού όλης της Κρήτης και της Ελλάδας γενικότερα, συμμετείχαμε με τον πιο δεικτικό τρόπο στα φόρουμ του Κρητικού Τουρισμού, αναζητήσαμε λύσεις σε θέματα που ξεκίνησαν από την Αστική Ευθύνη κι έφτασαν ως τα εργασία ή τραπεζικά ζητήματα.

δ. Συζητήσαμε με τους Συλλόγους Ξενοδοχοϋπαλλήλων και τους λοιπούς φορείς των εργαζομένων, παρείχαμε αρωγή στα αιτήματα των εποχιακών εργαζομένων για επανα-πρόσληψη, αιτήματα που εν τέλει ικανοποιήθηκαν ως προς το δίκαιό τους, αλλά και τους οδηγούς, τους ξεναγούς και κάθε κατηγορία.

ε. Ενημερώσαμε σε συνεργασία με τις Διευθύνσεις Υγείας της Περιφέρειας Κρήτης και τους επόπτες

Δημόσιας Υγείας, για την ορθή εφαρμογή τους, σε όλους τους Δήμους της Κρήτης που μας το ζήτησαν, μια σειρά ενεργειών που απέδειξαν ότι **ο ρόλος της Περιφέρειας είναι προληπτικός** κι όχι κατασταλτικός.

στ. Συμμετείχαμε σε κάθε συνεδρίαση του Περιφερειακού Συμβουλίου Τουρισμού, καλέσαμε τον υπουργό στην Κρήτη, αλλά κυρίως, ενισχύσαμε κάθε ενέργεια που έγινε για φιλοξενία τουριστικών πρακτόρων από κάθε χώρα, ενέργειες πάνω στο πεδίο του τουρισμού που ανάδειξαν την Κρήτη κορυφαίο προορισμό.

Ερώτηση: Τι μέτρα έχουν παρθεί από πλευράς της Περιφέρειας Κρήτης για τη στήριξη και τη περεταίρω ενίσχυση των Δομών Υγείας σε συνέργεια με τους αρμόδιους φορείς.

α. Πάλι, στην φάση αυτή, έχει υπογραφεί από την Περιφέρεια Κρήτης, η προγραμματική σύμβαση για την ενίσχυση των δομών υγείας ύψους 20 εκατομμυρίων Ευρώ, γεγονός που δείχνει ότι η Περιφέρεια Κρήτης, στοχεύει με το βλέμμα στραμμένο στο μέλλον και όχι μόνο σε εφήμερες ενέργειες ανακούφισης.

β. Παρόλα αυτά δεν πρέπει να υποβαθμίζονται ενέργειες όπως οι δράσεις εθελοντισμού τις οποίες διοργάνωσε η Περιφέρεια Κρήτης, με ή χωρίς την 7η Υγειονομική Περιφέρεια, τα υλικά (μάσκες, γάντια και αντισηπτική) τα οποία παρέδωσε σε όποιον φορέα αιτήθηκε, παράλληλα με το ποσό του 1.000.000 € που παρείχε εντός της Πανδημίας, με σκοπό την αγορά εξοπλισμού και υγειονομικού υλικού για όλους.

Ερώτηση: Υπάρχει πρωτοβουλία ιδιαίτερης τουριστικής προβολής της Κρήτης, έχοντας ως γνώμονα την υπάρχουσα δυσχερή συγκυρία στο τομέα αυτό με τις επιπτώσεις του, από ένα πρόγραμμα προσαρμοσμένο στα σημερινά πραγματικά δεδομένα, που να αφορά την τόνωση του τουρισμού στην Περιφέρεια Κρήτης, ένεκα ότι το νησί μας κατέχει ένα μεγάλο ποσοστό στο τουριστικό τομέα της χώρας και έχει το λιγότερο συγκριτικά πληγεί από τον Κορωνοϊό που αυτό λειτουργεί ως πλεονέκτημα.

Η Περιφέρεια Κρήτης, κατά τη διάρκεια του Κορωνοϊού ήδη, σχεδίασε και υλοποίησε το **Crete From Home**, μια ιστοσελίδα που «μετάφερε» σε όλον τον κόσμο που ήταν τότε σε Lock Down, το θετικό συναίσθημα από την Κρήτη. Με τον τρόπο αυτό ακόμα και πριν τη χαλάρωση των μέτρων όλος ο κόσμος συζητούσε για την Κρήτη που και με τις συνθήκες αυτές, συνεχίζει να αποτελεί την **«ατμομηχανή»** του Τουρισμού της Ελλάδας! Η τουριστική καμπάνια μας είναι ειδικά σχεδιασμένη για να είναι επίκαιρη και δυναμική, να προσαρμόζεται σύμφωνα με τις ανάγκες της Κρήτης και τις διαρκώς μεταβαλλόμενες τουριστικές συνθήκες.

Video



Αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της στρατηγικής τουρισμού της Π.Κ. που στόχο έχει την ανάδειξη του προορισμού κι ενδυνάμωση σε παγκόσμιο επίπεδο του brand name «ΚΡΗΤΗ». **Το επόμενο χρονικό διάστημα θα εκπλήξει.**

Παρότι η τουριστική προβολή είναι μια ενιαία δέσμη ενεργειών, θα δώσουμε μια μεγάλη έμφαση στην Φιλοξενία δημοσιογράφων από μεγάλα και έγκυρα ΜΜΕ της Ελλάδας και του εξωτερικού με πρωταρχικό στόχο την προβολή της ασφάλειας του προορισμού, την τήρηση των υγειονομικών πρωτοκόλλων. Δεδομένα, η απόφαση να ταξιδέψω εξαρτάται από το πως θα αντιμετωπιστώ και αυτή είναι, μια σημαντική διάσταση.

Ερώτηση: **Υπάρχει ένα συνολικό στρατηγικό σχέδιο επούλωσης των συνεπειών του Κορωνοϊού σε επίπεδο Κρήτης από μεριάς της Περιφέρειας Κρήτης;**

α. Υπάρχουν ήδη συμφωνίες με Αεροπορικές

Εταιρείες, σε Ανατολική και Δυτική Κρήτη, που επεκτείνουν το πτητικό πρόγραμμά τους, για όλο τον Νοέμβριο του 2020. Αυτό, όχι μόνον θα φέρει αύξηση στα τουριστικά έσοδα και την απασχόληση, αλλά και θα επιφέρει την επιθυμητή επέκταση που όλοι ζητάμε.

β. Εξελίσσεται ο Στρατηγικός μας σχεδιασμός για το 2020-30, λαμβάνοντας υπόψη του τις κρίσεις που μας απασχόλησαν τα τελευταία χρόνια (Thomas Cook, Μεταναστευτικό, Covid-19) αλλά και το **Παρατηρητήριο Τουρισμού που ενεργοποιήσαμε, με το ΕΛΜΕΠΑ, ως πρώτη Περιφέρεια, στην Ελλάδα.**

γ. Κυρίως όμως ο στόχος μας είναι να συνεχίσουμε να παρουσιάζουμε την Κρήτη ως κορυφαίο παγκόσμια προορισμό, σε συνεργασία με τους Δήμους μας, για να αναφωνήσουμε όλοι και πάλι.

Κρήτη παντού!!!

