



Αντώνης Ροκάκης

Με μεγάλη χαρά το Επιμελητήριο Χανίων και η επιχειρηματική κοινότητα του τόπου μας υποδεχόμαστε στα Χανιά μια ακόμα αξιόλογη πρωτοβουλία του «Κρητών Επιχειρείν» μαζί με τους εκλεκτούς ομιλητές και τους σημαντικούς προσκεκλημένους της. Ο σημερινός διάλογος «ανοίγει» σε μια από τις πλέον κρίσιμες στιγμές των τελευταίων δεκαετιών για την Κοινωνία και την Οικονομία της Κρήτης -λόγω της Πανδημίας Covid-19- ενώ θέτει αποτελεσματικά στο επίκεντρο το πλέον κρίσιμο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα του Τουρισμού μας: την «Κρητών Φιλοξενία». Γιατί οι άνθρωποι της Κρήτης βρίσκονται στην «καρδιά» της Τουριστικής υπηρεσίας, αυτοί την κάνουν τόσο μοναδική. Είναι οι ίδιοι άνθρωποι που δημιούργησαν έναν από τους αρχαιότερους πολιτισμούς του πλανήτη, αυτοί που καλλιεργούν την ευλογημένη της γη και πάνω από όλα αυτοί που ανοίγουν τόσο απλόχερα την καρδιά και το σπίτι τους στον κάθε «Ξένο».

Το Επιμελητήριο Χανίων ενίσχυσε την εξωστρέφεια της Χανιώτικης Τουριστικής Αγοράς και έστειλε τους περασμένους μήνες στην Ευρώπη και στην Ελλάδα ένα καθαρό και δυνατό μήνυμα - πρόσκληση προς κάθε υποψήφιο πελάτη, κάθε προβληματισμένο από την πανδημία ταξιδιώτη: «**CHANIA, Always Pure**» (Χανιά, πάντοτε αγνά). Αυτός ήταν και ο τίτλος της στοχευμένης διαφημιστικής εκστρατείας στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης, η

οποία πρόσφατα ολοκληρώθηκε. Στρατηγικό μας επίτευγμα η επικοινωνία σε **5.200.000** Ευρωπαίους και Έλληνες ενεργούς ταξιδιώτες ότι η τουριστική αγορά των Χανίων είναι -όπως πάντοτε- υπέροχη, ανοιχτή και ασφαλής. Αιχμή του «δόρατος» της διαφημιστικής εκστρατείας του Επιμελητηρίου Χανίων, «**CHANIA: Always Pure**» υπήρξε η παραγωγή ενός διαδικτυακού βίντεο, το οποίο με τις πιο πρόσφατες εικόνες, μετά την επανεκκίνηση της τουριστικής αγοράς, διαβεβαίωνε αποτελεσματικά τους ενδιαφερόμενους να ταξιδέψουν επισκέπτες ότι ο προορισμός των Χανίων είναι πιο όμορφος από ποτέ, αναδεικνύοντας και υπενθυμίζοντας τις μοναδικές παραλίες, τις ορεινές διαδρομές, το θρησκευτικό και πολιτιστικό πλούτο, συνδυαστικά με την πλούσια γαστρονομική παράδοση των Χανίων και τις υψηλού επιπέδου υποδομές φιλοξενίας και εστίασης.

Συνδυαστικά με την υπέροχη αυτή τουριστική εμπειρία, για πρώτη φορά, με διακριτικό αλλά καθαρό διαφημιστικό τρόπο προωθήσαμε και αναδείξαμε στους δυνητικούς επισκέπτες του τόπου μας τα αξιόπιστα μέτρα ασφάλειας, τα οποία προβλέπουν τα υγειονομικά πρωτόκολλα της Ελληνικής πολιτείας και του Παγκόσμιου Οργανισμού Υγείας (π.χ. μάσκες και γάντια προσωπικού, αποστάσεις στην εστίαση και στις παραλίες).

Υποστηρικτικά, οι νέες υψηλής αισθητικής σελίδες του Επιμελητηρίου Χανίων στα κοινωνι-

κά δίκτυα, στο Facebook, στο Instagram και στο YouTube, προώθησαν στη διεθνή και εσωτερική Τουριστική αγορά εντυπωσιακές αλλά και «ασφαλείς» υγειονομικά εικόνες από τον εξαιρετικό Πολιτισμό, τη Φύση, τη Διατροφή και τη Φιλοξενία του τόπου μας.

Σε μια τόσο πολύπλοκη και ανταγωνιστική εποχή απαιτείται γνώση, μελέτη και στρατηγική δουλειά για να κρατήσουμε ψηλά την Κρήτη μας στον παγκόσμιο ανταγωνισμό. Πιο πολύ από ποτέ, σήμερα οφείλουμε να συστρατευτούμε: Πολιτεία, θεσμικοί φορείς, επιχειρηματίες και εργαζόμενοι. Την περασμένη Τετάρτη, η Ένωση Ξενοδόχων Νομού Χανίων και το Επιμελητήριο Χανίων ανακοινώσαμε με αποφασιστικότητα τη δέσμευσή μας να διαμορφώσουμε κοινό στρατηγικό πλαίσιο δράσης για να βγάλουμε ενωμένοι τα Χανιά από την πρωτοφανή κρίση του Τουρισμού, ο οποίος παράγει εντυπωσιακά 48% του ΑΕΠ της περιφερειακής μας ενότητας και προσφέρει στο 23% της Απασχόλησής της.

Θα παρακαλουθήσουμε λοιπόν ενεργά και με ιδιαίτερο ενδιαφέρον τις τοπθετήσεις των σημαντικών συμμετεχόντων του «Κρητών Φιλοξενία» με στόχο να αντλήσουμε δημιουργικές ιδέες και προτάσεις σχετικές με το στρατηγικό σχεδιασμό δράσης της επόμενης τουριστικής περιόδου, ο οποίος για εμάς στο Επιμελητήριο Χανίων έχει ήδη ξεκινήσει.

Εύχομαι καλή επιτυχία στις εργασίες σας. Σας ευχαριστώ!

