

Ανδρέας Στυλιανόπουλος

## Θαλάσσιος τουρισμός - κρουαζιέρα - περιβάλλον

Κυρίες και κύριοι,

Με πολύ μεγάλη χαρά βρίσκομαι εδώ σήμερα, στην όμορφη και ιστορική Ύδρα. Ένα νησί που ταυτίζεται με τη ναυτική μας παράδοση, αλλά και που αποτελεί διαχρονικό σύμβολο για ό,τι πιο εκλεκτό έχει να προσφέρει η Ελλάδα τουριστικά.

Επειδή η σχέση μου με την ναυτιλία αφορά μόνο την τουριστική της πλευρά, θα πω μερικά πράγματα για την σύγχρονη κρουαζιέρα. Κατ' αρχήν, η κρουαζιέρα δεν είναι τίποτε άλλο από μια καθαρή μορφή εισαγόμενου τουρισμού που προσφέρει διακοπές πάνω σε πλωτά ξενοδοχεία. Με κανένα τρόπο δεν κατατάσσεται στις θαλάσσιες μεταφορές και η σχέση της με την ναυτιλία – που τόσο έχει παρεξηγηθεί στη χώρα μας - αφορά μόνο το περιηγητικό μέσο που χρησιμοποιεί. Εφ' όσον αυτό λειτουργεί σωστά, με τα πιστοποιητικά του, τους κανονισμούς του νηολογίου του, τις διεθνείς συμβάσεις, κλπ., δεν έχει καμμία δουλειά η χώρα που το φιλοξενεί να του επιβάλλει διαδικασίες αδειοδότησης παρόμοιες με αυτές που συνήθως εφαρμόζονται για εσωτερικές ακτοπλοϊκές συνδέσεις. Η Ελλάδα είναι η μοναδική χώρα που δεν έχει ακόμη καταλάβει αυτό το τόσο απλό και αυτονόητο πράγμα και εδώ εξαντλώ το σημερινό μου σχόλιο για τον σχετικό νόμο που ψηφίστηκε πρόσφατα.

Στις 14 Σεπτεμβρίου βρέθηκα στις Βρυξέλες για να παρακολουθήσω τις εργασίες του συνεδρίου του Ευρωπαϊκού Συμβουλίου Κρουαζιέρας. Εκεί ανακοινώθηκαν τα τελευταία στατιστικά στοιχεία από την χρήση του 2009, που αποδεικνύουν περίτρανα την αντοχή της κρουαζιέρας στην κρίση και την αυξανόμενη σημασία της για την Ευρωπαϊκή οικονομία. Παρά την δύσκολη αυτή χρονιά, η ανάπτυξη της Ευρωπαϊκής αγοράς συνεχίστηκε ακάθεκτη με αύξηση 12,1%, φτάνοντας τα 4,9 εκ. επιβατών. Επίσης αυξήθηκαν κατά 3,2% οι επιβιβάσεις από Ευρωπαϊκά λιμάνια, φτάνοντας συνολικά τα 4,8 εκατομμύρια επιβατών όλων των εθνικοτήτων. Τέλος, η συνολική απόδοση της κρουαζιέρας προς την Ευρωπαϊκή Οικονομία επίσης αυξήθηκε κατά € 2 δισ., φτάνοντας τα € 34 δισ. ετησίως.

Ο Επίτροπος Ανάπτυξης, Βιομηχανίας και Τουρισμού κ. Antonio Tajani μίλησε emphaticά για την σημασία που δίνει η ΕΕ στον τουρισμό της κρουαζιέρας και ανακοίνωσε την πρόθεση της Κομισιόν να απλοποιήσει τις διαδικασίες βίζας, προκειμένου να ενθαρρυνθεί η τουριστική κίνηση από Ρωσία, Κίνα και Βραζιλία, καθώς και από τις ανερχόμενες οικονομίες της Νοτιοανατολικής Μεσογείου. Το μήνυμα αυτό δεν θα μπορούσε να είναι πιο ευοίωνο για την Ελλάδα, που μπορεί να παίξει σημαντικό ρόλο για την ανάπτυξη πολλών από αυτές τις αγορές, ειδικά σε μια εποχή που η κρουαζιέρα της Ανατολικής Μεσογείου κυριολεκτικά ετοιμάζεται να απογειωθεί.

Ένας από τους βασικούς λόγους που η Μεσογειακή κρουαζιέρα ωθείται προς ανατολάς, είναι η προοπτική ανάπτυξης των αναδυόμενων αγορών γύρω από την περιοχή της Ανατολικής Μεσογείου. Φυσικά υπάρχουν και άλλοι λόγοι, ίσως και πιο άμεσα πιεστικοί, όπως η εκτόνωση του κορεσμού στην Δυτική Μεσόγειο, η επιστροφή κάποιων

πολύ δημοφιλών προορισμών στην ομαλότητα – Άγιοι Τόποι και Αίγυπτος – ΑΛΛΑ ΚΑΙ Η ΙΔΑΝΙΚΟΤΗΤΑ ΤΟΥ ΚΛΙΜΑΤΟΣ ΓΙΑ ΤΗΝ ΧΕΙΜΕΡΙΝΗ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑ – σε αντίθεση με την Δυτική Μεσόγειο. Η ανάπτυξη της χειμερινής κρουαζιέρας είναι το στοίχημα που θα ωριμάσει την Μεσόγειο σε εφάμιλλο επίπεδο με την Καραϊβική.

Πάντως, όλοι οι αναλυτές της βιομηχανίας περιμένουν ότι η Μεσόγειος θα ξεπεράσει την Καραϊβική, ίσως και σε λιγότερο από μια δεκαετία.. Εύκολα καταλαβαίνει κανείς τι μπορεί να σημαίνει αυτό για την χώρα μας... και ιδιαίτερα για το homeporting στα λιμάνια μας. Αλλά πόσο έτοιμοι είμαστε για μια τόσο εκρηκτική ανάπτυξη στην περιοχή μας;

Για να απαντήσω, θα αναφερθώ λίγο στο πρόσφατο παρελθόν. Πριν δύο χρόνια έγινε στην Αθήνα ένα πρωτοποριακό για τα Ελληνικά δεδομένα συνέδριο με κύριους διοργανωτές τον ΗΑΤΤΑ και τον διεθνή οργανισμό εκθέσεων και συνεδρίων κρουαζιέρας SEATRADE. Ο κύριος στόχος ήταν να έρθουν πιο κοντά οι σχεδιαστές δρομολογίων των εταιρειών με εκπροσώπους προορισμών όλης της Ελλάδος και να γίνει μια ουσιαστική ανταλλαγή απόψεων για τις μελλοντικές προοπτικές της χώρας μας, αλλά και για τις δυνατότητες ανάπτυξης περισσότερων Ελληνικών προορισμών. Η διοργάνωση πρόσφερε μια μοναδική ευκαιρία για πολλούς προορισμούς μας να εκτεθούν στον τρόπο σκέψης της βιομηχανίας της κρουαζιέρας, αλλά και για τις εταιρείες να αποκομίσουν χρήσιμες πληροφορίες για την πληθώρα εναλλακτικών που προσφέρει η χώρα μας...

Επίσης συζητήθηκε και η σημασία που έχουν σήμερα οι υποδομές, δεδομένου ότι τα μεγέθη των πλοίων διαρκώς αυξάνονται, μαζί με τις απαιτήσεις σε ποιότητα υπηρεσιών. Αναμφίβολα η χώρα μας έχει μείνει αρκετά πίσω σε αυτό τον τομέα και πρέπει οπωσδήποτε να εκσυγχρονιστούν η πολιτική και τα συστήματα ανάπτυξης λιμένων σε όλα τα επίπεδα. Ενώ σχεδόν όλα τα ξένα τουριστικά λιμάνια γύρω μας έχουν προ πολλού μπει σε προγράμματα σταδιακής αναβάθμισης και προοδεύουν, εμείς ακόμη ψαχνόμαστε... με τον Αθηνο-κεντρισμό και τους γραφειοκρατικούς κυκεώνες του...

Στο συνέδριο έγινε επίσης αναφορά σε κάποια ειδικά προβλήματα κορεσμού που ήδη υπάρχουν σε ορισμένους δημοφιλείς προορισμούς μας, όπως π.χ. στην Σαντορίνη, όπου η διακίνηση των επιβατών κρουαζιέρας καταντά καμιά φορά εφιαλτική. Εκεί συζητήθηκαν θέματα όπως το slotting, δηλαδή η αναγκαιότητα μιας καλύτερης διαχείρισης των προσεγγίσεων. Πολλά επιχειρησιακά προβλήματα όμως έχει και η ίδια η Αθήνα, που συχνά κλείνει λόγω διαδηλώσεων, πράγμα που καθιστά αδύνατη την εγγυημένη εκτέλεση ικανοποιητικών περιηγήσεων στα αξιοθέατα της. Είναι πολλά αυτά που επισημάνθηκαν τότε, ακόμη και θέματα που έχουν σχέση με ιδιότυπες καταστάσεις που δυσχεραίνουν την επισκεψιμότητα σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία, συχνά λόγω σύγκρουσης ωραρίων με δρομολογιακές συγκυρίες. Μια μεγαλύτερη ελαστικότητα και κατανόηση είναι συχνά ζητούμενα από την κρουαζιέρα, ειδικά στους πύο περίοπτους Ελληνικούς προορισμούς...

Για όλα όσα τότε επισημάνθηκαν ως προβλήματα και παρ' όλη την ευρεία κάλυψη που είχαν από τον τύπο, σχεδόν τίποτε το ουσιαστικό δεν έγινε... και βέβαια τα ζήσαμε πάλι αυτή τη σεζόν που πέρασε...

Ερχόμαστε τώρα σε αυτά που προείπα για το μέλλον της Ανατολικής Μεσογείου. Το 2009, η Ελλάδα πέρασε πρώτη σε επισκεψιμότητα κρουαζιέρας στην Ευρώπη, καταγράφοντας σχεδόν 5 εκ. επιβατο-επισκέψεις το χρόνο. Το βάρος όμως αυτής της πρωτιάς πέφτει κυρίως πάνω σε 5 με 6 προορισμούς- φίρμες και καθώς ο φόρτος αυτός θα αυξηθεί, ο κίνδυνος κορεσμού ή και υποβάθμισης ορισμένων εξ αυτών είναι ήδη υπαρκτός. Η αναγκαιότητα να δημιουργηθούν νέες εναλλακτικές τράνζιτ για την κρουαζιέρα στο άμεσο μέλλον είναι δεδομένη, όσο δεδομένο είναι και το ενδιαφέρον των εταιρειών να ακούσουν φρέσκες προτάσεις. Και εδώ μπαίνουμε σε ένα άλλο μεγάλο κεφάλαιο, αυτό της προώθησης και προβολής...

Με ένα τόσο μακρύ παρελθόν προστατευτισμού, είναι αδύνατον να μην υπάρχουν κατάλοιπα εσωστρέφειας και εφησυχασμού. Αυτό ίσως να εξηγεί και το γιατί η Ελλάδα - ως χώρα - ακόμη δεν έχει πεισθεί για την αναγκαιότητα μίας συγκροτημένης προσπάθειας προβολής στον χώρο της κρουαζιέρας. Εν πολλοίς, το αυτό ισχύει και για τα λιμάνια-προορισμούς μας και έτσι η Ελληνική παρουσία στις διεθνείς διοργανώσεις της κρουαζιέρας είναι από υποτονική έως ανύπαρκτη. Θυμάμαι τον σχεδιαστή δρομολογίων της Norwegian Cruise Line να λέει από το βήμα του συνεδρίου της Αθήνας, ότι πριν έρθει είχε ψάξει στην βιβλιοθήκη της εταιρείας του για προωθητικό υλικό Ελληνικών λιμανιών. Δεν βρήκε ούτε ένα έντυπο... πράγμα που του έκανε τεράστια εντύπωση, όταν υπήρχε υλικό ακόμη και από τους πιο ασήμαντους προορισμούς του κόσμου...

Το θετικό είναι ότι μια σειρά σημαντικών προσπαθειών που έγιναν – κυρίως από ιδιωτική πρωτοβουλία και φορείς του τουρισμού - βοήθησαν στην αφύπνιση αρκετών Ελληνικών λιμανιών, που άρχισαν να καταλαβαίνουν ότι πρέπει και από μόνα τους να κινητοποιηθούν, όπως κάνουν επί σειράν ετών όλα τα άλλα λιμάνια του κόσμου. Όμως, στην Ελλάδα υπάρχουν ακόμη διάφορα ιδιότυπα εμπόδια που δυσχεραίνουν τέτοιες πρωτοβουλίες και που πρέπει όχι μόνο να ξεπεραστούν, αλλά και να βρεθούν τρόποι διευκόλυνσης τοπικών προσπαθειών προώθησης. Πάντως, το ΔΛΤ Κω τα κατάφερε και ξεκίνησε μία πολύ συγκροτημένη προσπάθεια μάρκετινγκ του λιμανιού του εδώ και περίπου μια διετία και ήδη έχει αρχίσει να βλέπει απτά αποτελέσματα. Η Κω είναι ένα παράδειγμα προς μίμηση για όλα τα λιμάνια που θέλουν να προσελκύσουν την κρουαζιέρα...

Η προβολή ενός προορισμού για την προσέλκυση της κρουαζιέρας είναι μια πολυσύνθετη υπόθεση. Κατ' αρχήν, κάθε προορισμός πρέπει να αξιολογήσει τι προφίλ θέλει να προβάλλει, τι είδους κίνηση θέλει να προσελκύσει και τι μεγέθη μπορεί να σηκώσει η υποδομή του. Επίσης σημαντικό είναι το να προσδιορίσει ένα ρεαλιστικό αλλά συγκροτημένο πρόγραμμα αναβαθμίσεων άμεσης, μεσοπρόθεσμης και μακροπρόθεσμης σχεδίασης, ώστε να μπορεί να κρατήσει μια καλή ισορροπία μεταξύ ανάπτυξης και της δυνατότητας παροχής μιας σταθερής ποιότητας υπηρεσιών.

Καθώς ένας αναδυόμενος προορισμός ανεβαίνει σε αναγνωριστικότητα και δημοφιλία, είναι πιθανό να προσελκύσει και επενδύσεις εταιρειών κρουαζιέρας για το αναπτυξιακό του πρόγραμμα, ειδικά αν όλα αυτά που ακούμε περί fast track τελικώς μπου σε εφαρμογή, σε συνδυασμό με μια αληθινή αυτονόμηση των περιφερειών. Αλλιώς, με τα γνωστά δεδομένα, δεν θα δούμε εύκολα φώς ούτε σε αυτόν τον τομέα...

Επίσης, οι προορισμοί πρέπει να μπουν και στην λογική του cluster, δηλαδή μίας σχέσης αμοιβαίας ανταποδοτικότητας με άλλους προορισμούς της περιοχής τους, για την συγκρότηση ομαδικής προώθησης. Αυτό είναι πολύ σημαντικό, γιατί η κρουαζιέρα πρώτα προσελκύεται σε επίπεδο περιοχής και μετά προσδιορίζει το λιμάνι προσέγγισης.

Το βέβαιο είναι ότι η επιτυχία ενός cluster καταμερίζεται και για αυτό δεν πρέπει οι γειτνιάζοντες προορισμοί να συμπεριφέρονται ανταγωνιστικά μεταξύ τους. Τα λιμάνια ή νησιά ενός cluster που έχουν επαρκείς υποδομές προσέγγισης σχεδόν πάντα εναλλάσσονται στα δρομολόγια, γιατί η ποικιλία ενισχύει την εμπορικότητα των προγραμμάτων κρουαζιέρας. Όσο για τους προορισμούς ενός cluster που έχουν μεν τουριστικό ενδιαφέρον, αλλά δεν έχουν υποδομές για μεγάλα πλοία, αυτοί μπορούν να αναπτυχθούν ως εκδρομικοί. Για παράδειγμα, η κύρια προσέγγιση να γίνεται σε ένα μεγάλο λιμάνι του cluster και από εκεί να προσφέρονται θαλάσσιες εκδρομές – ημερόπλοια, καΐκια, κλπ – προς τα μικρότερα λιμάνια που θα αναδειχθούν για το ρόλο αυτό.

Όλα αυτά τα θέματα προβολής οπωσδήποτε χρειάζονται εξειδικευμένη βοήθεια και όσοι έχουν δοκιμάσει να προχωρήσουν χωρίς αυτήν, συνήθως καταλήγουν σε σπατάλη χρημάτων, σε λάθος στρατηγική, σε άστοχο υλικό προώθησης, κλπ.

Χρειάζεται επίσης και η δημιουργία ενός κεντρικού φορέα προβολής για την κρουαζιέρα που θα παρέχει στήριξη και συντονισμό, ώστε να ολοκληρωθεί η προσπάθεια και σε εθνικό επίπεδο, με την συμμετοχή και του κρατικού φορέα τουρισμού, αλλά κυρίως όλων των κλάδων και προορισμών που εμπλέκονται στην κρουαζιέρα. Δεν μπορεί να έχουμε οργανωθεί τόσο καλά για τον αγροτουρισμό και για ένα πολλαπλά πιο προσοδοφόρο κλάδο να μην έχουμε τίποτε το συγκροτημένο να δείξουμε. Ούτε μπορεί ο ΕΟΤ να ανταπεξέλθει σε μια τέτοια αποστολή, γιατί δεν είναι αυτός ο ρόλος του και ούτε έχει την απαιτούμενη εξειδίκευση. Αυτό φάνηκε καθαρά σε μια-δύο προσπάθειες που έχει κάνει τελευταία, που ήταν και πρόχειρες και καθόλου στοχευμένες.

Μέσα στην κρίση που διανύουμε, η κρουαζιέρα είναι ένας εξωγενής παράγοντας που βρίσκεται σε υγιή ανάπτυξη και μπορεί να συμβάλλει ουσιαστικά στην οικονομική μας ανάκαμψη. Για αυτό πρέπει να αξιοποιήσουμε πολύ καλύτερα απ' ό,τι έχουμε κάνει ως τώρα την μεγάλη ποικιλία θαλάσσιων προορισμών μας, αλλά και την στρατηγική θέση που έχει η χώρα μας στην Ανατολική Μεσόγειο. Αυτή τη στιγμή, η διεθνής κρουαζιέρα εισφέρει στην Ευρωπαϊκή Οικονομία - μόνο από απ' ευθείας δαπάνες κρουαζιεροπλοίων και επιβατών - παραπάνω από 14 δις ευρώ ετησίως. Το πως αυτά τα οφέλη κατανέμονται στις τοπικές οικονομίες έχει πολύ να κάνει και με το πόσο αποτελεσματικά διεκδικεί η κάθε χώρα το μέρος της...

*Ευχαριστώ πολύ*