

ΣΥΖΗΤΗΣΗ

“Εκτιμήσεις και προβλέψεις για τον κλάδο της κρουαζιέρας στην Ελλάδα την τουριστική σεζόν 2021”

Τρίτη 25 Μαΐου 2021, 13:00 - 13:45 EET | 12:00 - 12:45 CET

Watch live at www.posidoniaforum2021.com

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Τα πολλά γεωπολιτικά προβλήματα που αντιμετώπισε η Ανατολική Μεσόγειος τις τελευταίες δεκαετίες απέκλεισαν την πρόσβαση σε σημαντικούς προορισμούς της και την συρρίκνωσαν εμπορικά. Αυτό αποτέλεσε ένα από τα πιο σημαντικά εμπόδια για την ανάπτυξη homerorting και της κρουαζιέρας στην Ελλάδα γενικότερα.

- Ύστερα από το πάγωμα της κρουαζιέρας λόγω πανδημίας, βλέπουμε ξαφνικά την Ανατολική Μεσόγειο να γίνεται ένα από τα κύρια θέατρα επανεκκίνησης της κρουαζιέρας στην Ευρώπη. Επίσης, μία συρροή σημαντικών πλοίων από τα μεγαλύτερα brands της διεθνούς κρουαζιέρας επέλεξαν τον Πειραιά ως homeport για φέτος το καλοκαίρι. Πρόκειται μόνο για ένα συγκυριακό φαινόμενο ή μήπως προμηνύεται μία νέα δυναμική ανάπτυξης της κρουαζιέρας και του homerorting στην Ελλάδα;
- Ποιές είναι οι ενδεδειγμένες ενέργειες από πλευράς της Ελλάδος ώστε η εξέλιξη αυτή να μετατραπεί από συγκυρία σε ένα αιεφόρο κύμα ανάπτυξης της κρουαζιέρας;
- Με δεδομένο ότι τα μέτρα υγειονομικής προστασίας από τον COVID 19 θα ισχύσουν για αρκετό διάστημα ακόμη, πόσο σημαντική είναι η συνεργασία μεταξύ Ελληνικών αρχών, τοπικών αυτοδιοικήσεων, διοικήσεων λιμανιών και εταιρειών κρουαζιέρας ώστε να επιτευχθεί μία συστηματικά ασφαλής διαχείριση των επισκέψεων κρουαζιεροπλοίων και πόσο αυτή επηρεάζει την επιλογή/προτίμηση προορισμών;
- Η ανάπτυξη του homerorting ευνοεί τον παραπλήσιο τουριστικό κλάδο από τα προγράμματα pre-post cruise, αλλά και από το μαρκετινγκ των εταιρειών κρουαζιέρας για να τα πουλήσουν. Η κρουαζιέρα επενδύει στην τουριστική προβολή για κάθε προορισμό τράνζιτ που προσφέρει. Πόσο το αντιλαμβάνεται αυτό ο τουριστικός μας κλάδος και πόσο διατεθειμένος είναι να συμβάλλει στην προσπάθεια προβολής για την προσέλκυση της κρουαζιέρας;
- Είναι σημαντικό να βελτιωθεί η αναγνωρισιμότητα περισσότερων Ελληνικών προορισμών για να διευρυνθεί η γκάμα επιλογών των σχεδιαστών δρομολογίων, αλλά όχι χωρίς στρατηγική συνέπεια. Πρώτα πρέπει να γίνει μία αντικειμενική ιεράρχηση προορισμών ως προς τις υφιστάμενες συνθήκες υποδοχής και τουριστικού προϊόντος, μαζί με ένα πρόγραμμα συχνά απλών αναβαθμίσεων, όπως ναύδετοι ή περιορισμένης παρέμβασης έργα, (π.χ. dolphin jetty). Με ποιό τρόπο ή οργάνωση πιστεύετε ότι θα μπορούσε να γίνει η επεξεργασία ενός σχεδίου ικανού να συντονίσει την εμπορική προτεραιοποίηση για το εθνικό μάρκετινγκ με το τεχνικό σκέλος και τα χρονοδιαγράμματα του;
- Η κρουαζιέρα καλύπτει όλα τα είδη και επίπεδα της τουριστικής αγοράς. Για παράδειγμα, σήμερα η υπερπολυτελής κρουαζιέρα - που λειτουργεί με πολύ μικρά πλοία - αναπτύσσεται πολύ δυναμικά και φέρνει μία ευκαιρία για μικρά νησιά ή λιμάνια περιορισμένης προσβασιμότητας να προσελκύσουν μία προσοδοφόρα δραστηριότητα. Η επίσημη τουριστική προβολή της Ελλάδος δεν έχει ακόμη στηρίξει την κρουαζιέρα και η όποια προβολή γίνεται στην αγορά αυτή βασίζεται σε σποραδικές τοπικές πρωτοβουλίες (π.χ. Δήμων ή Περιφερειών) που είναι συχνά ασυντόνιστες, υποχρηματοδοτημένες και χωρίς ξεκάθαρους εμπορικούς στόχους. Αποτέλεσμα, ο κύριος όγκος της κρουαζιέρας ακόμη περιορίζεται στους ίδιους λίγους προορισμούς που μπορούν οι εταιρείες να βασιστούν εμπορικά. Πόσο έτοιμοι είμαστε να πάρουμε στα σοβαρά την εξειδικευμένη προβολή που χρειάζεται η Ελλάδα για να στηρίξει την ευρύτερη ανάπτυξη της στον τομέα αυτό;