

Σύντομη περίληψη περιεχομένων μελέτης-εμπειρογνωμοσύνης με θέμα: «Κατευθυντήριες γραμμές για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα».

Η αιεφορία της κρουαζιέρας για μια χώρα υποδοχής είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με την στρατηγική βαρύτητα του αφετηριακού της ρόλου και για αυτό, το homeporting – πολύ περισσότερο από την επισκεψιμότητα τρανζιτ - είναι κύρια προϋπόθεση αναπτυξιακής ωρίμανσης στον τομέα αυτό του τουρισμού.

Οι συγκυρίες που επηρεάζουν την κρουαζιέρα στην Ελλάδα

- Η Μεσόγειος από το 2011 άρχισε να βιώνει τις συνέπειες μιας σειράς αρνητικών οικονομικών και γεωπολιτικών συγκυριών που οδήγησαν σε αισθητή μείωση προσφοράς κλινών κρουαζιέρας. Στην ουσία μπήκε ένα διορθωτικό φρένο στους ραγδαίους ρυθμούς ανάπτυξης της δεκαετίας που προηγήθηκε.
- Η Ανατολική Μεσόγειος επλήγη περισσότερο λόγω των εξελίξεων που έφερε η Αραβική Άνοιξη, δηλαδή της εξάπλωσης των αναταραχών σε όλη τη Μέση Ανατολή, της επιδείνωσης του εμφυλίου πολέμου στη Συρία, του προσφυγικού, των περιορισμών που επέβαλε στην χρήση του λιμανιού της η Βενετία, κλπ. Επίσης, η κρίση στην Κριμαία ακύρωσε προσωρινά μια αναδυόμενη δραστηριότητα κρουαζιέρας στην Μαύρη Θάλασσα, πράγμα που επηρεάζει κυρίως την Ελλάδα και την Τουρκία.
- Η εμβάθυνση και ο μακρύς χρονικός ορίζοντας των προβλημάτων με την Μεσογειακή κρουαζιέρα ανάγκασε τις εταιρείες του κλάδου να αναθεωρήσουν ριζικά την παγκόσμια αναπτυξιακή στρατηγική τους. Αυτό οδήγησε στο να επικεντρώσουν μεγάλο μέρος της δυναμικής τους σε μια επιθετική προσπάθεια επίσπευσης της ανάπτυξης των αναδυόμενων Ασιατικών αγορών, κυρίως της Κίνας.
- Η αγορά της Κίνας αντιδρά πολύ θετικά και σε σχετικά λίγο χρόνο άρχισε να πλησιάζει αριθμητικά τις θεωρούμενες ως ώριμες αγορές της Ευροζώνης. Αυτό κρύβει μια μεσοπρόθεσμη ευκαιρία για την Μεσόγειο, καθώς σε 5-6 χρόνια που η Κινεζική αγορά θα έχει αρχίσει να ωριμάζει, είναι φυσικό να αναπτύξει και ζήτηση για κρουαζιέρες σε άλλες περιοχές του κόσμου. Η Ελλάδα, που είναι ένας προορισμός πολύ ψηλά στην δημοφιλία των Κινέζων, πρέπει από τώρα να αρχίσει να καλλιεργεί τις προοπτικές αυτού του πλεονεκτήματος.

Γιατί δεν αναπτύσσεται ικανοποιητικά το Ελληνικό homeporting

- Παρ' όλο που η Ελλάδα έχει υπάρξει και 1^η χώρα σε επισκεψιμότητα κρουαζιέρας στην Ευρώπη και την τελευταία πενταετία βρίσκεται σταθερά στην 3^η θέση, για πολλούς εσωτερικούς και εξωγενείς λόγους δεν κατάφερε ως τώρα να αναπτύξει ικανοποιητικά το homeporting.
- Ένας από τους βασικούς λόγους ήταν και η μεγάλη καθυστέρηση με την αλλαγή στάσης της Ελλάδος σε σχέση με την αφετηριακή χρήση των λιμανιών της από πλοία με σημαίες τρίτων χωρών. Η ανάπτυξη του Ελληνικού homeporting ακόμη βασίζεται κυρίως στα brands της Αμερικανικής αγοράς που ως επί το πλείστον λειτουργούν πλοία με τέτοιες σημαίες.
- Άλλοι λόγοι είναι η ανεπάρκεια αεροπορικών συνδέσεων με τις αγορές της Β. Αμερικής και η απουσία backyard market από τις χώρες της ευρύτερης περιοχής.
- Οι ελλείψεις σε λιμενικές υποδομές είναι ένα πρόβλημα που περιορίζει την μελλοντική προοπτική του Ελληνικού homeporting, καθώς αυξάνονται σταθερά τα πολύ μεγάλα νέας γενιάς κρουαζιερόπλοια. Πάντως, υπάρχουν ακόμη περιθώρια περαιτέρω ανάπτυξης με τις υφιστάμενες δυνατότητες, χωρίς αυτό να σημαίνει ότι είναι και ιδανικές.

Που βρίσκεται σήμερα η κρουαζιέρα στην Ανατολική Μεσόγειο

- Λόγω συγκυριών η Ανατολική Μεσόγειος είναι μια αρκετά «αδυνατισμένη» περιοχή κρουαζιέρας, έχοντας απωλέσει διαχρονικούς προορισμούς-μαγνήτες όπως την Αίγυπτο και τους Άγιους Τόπους. Σήμερα η ζήτηση για κρουαζιέρες στην περιοχή βασίζεται αποκλειστικά στο δίδυμο Ελλάδα – Τουρκία, που είναι ούτως ή άλλως οριακό όταν η εμπορικότητα των δρομολογίων βασίζεται στην ποικιλία χωρών, πολιτισμών και παραστάσεων.
- Η αυξανόμενη ανησυχία για την κατάσταση στην Τουρκία είναι σαφής απειλή για τους Ελληνικούς προορισμούς κρουαζιέρας, αλλά κρύβει και μια σπάνια ευκαιρία. Η ανερχόμενη τουριστική δημοφιλία της Ελλάδος, που ήδη έπαιξε σημαντικό ρόλο στην αποτροπή μιας μεγαλύτερης φθοράς στην Ανατολική Μεσόγειο, της δίνει τώρα την δυνατότητα να διεκδικήσει πρωταγωνιστικό ρόλο στην ανάκαμψη της.

Πως πρέπει να κινηθεί η Ελλάδα για να επιτύχει μια αποτελεσματικότερη ανάπτυξη της κρουαζιέρας

- Για να μπορέσει να διεκδικήσει τον πρωταγωνιστικό ρόλο που ανοίγεται μπροστά της, αλλά και για να συμβάλει στην συγκράτηση του ενδιαφέροντος των εταιρειών

κρουαζιέρας για την Ανατολική Μεσόγειο, η Ελλάδα χρειάζεται μια εκσυγχρονιστική παρέμβαση στον τρόπο που κινείται με την ανάπτυξη της κρουαζιέρας. Μια παρέμβαση που θα συμβάλλει στο να αποκτήσει ένα μακρόπνοο σχέδιο με πολύ συγκεκριμένους στόχους, που σήμερα δεν έχει. Για αυτό πρέπει πρωτίστως και επειγόντως να συγκροτηθεί μια οργάνωση ανάπτυξης της κρουαζιέρας σε επίπεδο ανάλογο με αυτό που έχει επιτευχθεί για τον γενικό Τουρισμό. Οποσδήποτε, σημαντική για την προσπάθεια αυτή θα ήταν η συμβολή του ΣΕΤΕ, της Ένωσης Λιμένων Ελλάδος (ΕΛΙΜΕ), των αεροδρομίων που εξυπηρετούν λιμάνια με αφετηριακές δυνατότητες, αλλά και των τοπικών τουριστικών και ξενοδοχειακών φορέων των προορισμών.

- Με όποια μορφή και αν συγκροτηθεί η παραπάνω οργάνωση, μεταξύ των αρμοδιοτήτων της θα είναι η δημιουργία μιας σύγχρονης πλατφόρμας μάρκετινγκ για την Ελλάδα ως προορισμού και χώρας υποδοχής κρουαζιέρας. Επειδή δεν μπορεί αυτό να γίνει εν κενώ, ενδείκνυται η συνεργασία με την Marketing Greece, τουλάχιστον σε επίπεδο συντονισμού με την γενικότερη τουριστική προώθηση. Υπάρχει βέβαια αυτονόητο έδαφος και για περαιτέρω συνέργειες επί ορισμένων θεμάτων, όπως π.χ. στο branding και στην ευρύτερη στρατηγική destination marketing, γιατί πέρα από την εξειδίκευση που απαιτεί η κρουαζιέρα, καλό είναι να επιτευχθεί μια βασική συνακολουθία στον τρόπο επικοινωνίας του τουριστικού προϊόντος. Επίσης, η συνεννόηση πάνω στους διαφοροποιημένους εμπορικούς στόχους θα προήγαγε μια αποτελεσματικότερη και ευρύτερης ωφέλειας συνεργασία μεταξύ γενικού τουρισμού και κρουαζιέρας, που στην ουσία είναι συγκοινωνούντα δοχεία.
- Η προσπάθεια αυτή πρέπει να έχει υπολογίσιμη επιρροή και στον ευρύτερο αναπτυξιακό προγραμματισμό που γίνεται για την κρουαζιέρα, κυρίως όσον αφορά στην εναρμόνιση των προοπτικών ζήτησης με τις ανάγκες ή προτεραιότητες έργων υποδομών, κάτι που σήμερα δεν γίνεται σε μεγάλο βάθος. Για να έχει όμως αποτέλεσμα μια τέτοια συστημική παρέμβαση θα χρειαστεί κύρος και για αυτό κάποια μορφή ουσιαστικής υποστήριξης από τον γενικό τουρισμό θα ήταν ζωτικής σημασίας.

Στόχοι μιας εξειδικευμένης οργάνωσης ανάπτυξης της κρουαζιέρας

- Να σχεδιάσει μια στρατηγική μάρκετινγκ για την ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα με άμεσους, μεσοπρόθεσμους και μακροπρόθεσμους στόχους και βάσει

αυτών να δημιουργήσει μια σύγχρονη πλατφόρμα που θα τους επιδιώξει αποτελεσματικά.

- Να προσφέρει τεχνοκρατική στήριξη και να δημιουργήσει ένα πλαίσιο που θα βάλει μια τάξη στην άναρχη, ασυντόνιστη και ad hoc επικοινωνία που εκπέμπεται προς την βιομηχανία της κρουαζιέρας από διάφορους τοπικούς φορείς και οργανισμούς ανα την Ελλάδα.
- Να συμβάλλει στην ανάδειξη νέων προορισμών βάσει ενός σχεδίου αξιολόγησης και προτεραιοτήτων που θα βασίζεται σε ρεαλιστικές προοπτικές και δυνατότητες.
- Να συμβάλλει συμβουλευτικά στον εμπλουτισμό και στην ανανέωση του εκδρομικού προϊόντος και της εμπειρίας που προσφέρουν αναδυόμενοι και ήδη δημοφιλείς προορισμοί στον επιβάτη κρουαζιέρας.
- Να εργαστεί για την επίτευξη του υπ' αριθμόν 1 στόχου για την αειφόρο ανάπτυξη της κρουαζιέρας, που είναι η δημιουργία κατάλληλων εμπορικών, στρατηγικών και επιχειρησιακών συνθηκών για homeporting. Η Ελλάδα μπορεί να έχει την πιο προνομιακή γεωγραφική θέση στην Ανατολική Μεσόγειο, αλλά πρέπει να εργαστεί συστηματικά και σε πολλά επίπεδα για να παίξει κεντρικό ρόλο και στην αλλαγή της αναπτυξιακής δυναμικής της περιοχής που θέλει να εξυπηρετήσει αφετηριακά. *(Σημ. Για να γίνει αυτό δεν φτάνει να βελτιωθούν οι αναγκαίες υποδομές ή να αυξηθούν οι αεροπορικές συνδέσεις με την Β. Αμερική. Χρειάζονται παράλληλες προσπάθειες και συστηματικές διεθνείς συνέργειες για την βελτίωση της μειωμένης εμπορικότητας της Ανατολικής Μεσογείου, αλλά και για την επιτάχυνση της ανάπτυξης των παραπλήσιων τουριστικών αγορών.)*
- Να συμβάλλει στο να αποκτήσει η Ελλάδα ένα ξεκάθαρο όραμα για την κρουαζιέρα που θα οδηγήσει σε συγκροτημένους σχεδιασμούς και ένα προγραμματισμό έργων υποδομής που θα λαμβάνει υπ' όψιν και την εμπορική τεκμηρίωση αναγκών και προτεραιοτήτων. Ένα αποτελεσματικό σχέδιο ανάπτυξης πρέπει να βασίζεται σε ρεαλιστικές προβλέψεις για την εξέλιξη της ζήτησης και μια βαθύτερη αντίληψη των τάσεων και των στρατηγικών προθέσεων των εταιρειών κρουαζιέρας.

Μια άλλη άποψη για την στρατηγική ανάπτυξης

- Προτείνεται μια διαφορετική αναπτυξιακή αρχιτεκτονική για την κρουαζιέρα βασισμένη σε μια ανα περιοχή ομαδοποίηση προορισμών (clusters) γύρω από μεγάλα λιμάνια με αφετηριακές δυνατότητες. Στην έκθεση παρουσιάζεται σε γενικές γραμμές μια στρατηγική υποδιαίρεση που θα μπορούσε να συμβάλλει στο να προσαρμοστεί το μάρκετινγκ πάνω στην λογική της κρουαζιέρας, συμβάλλοντας στην θεμελίωση ενός μακρόπνοου σχεδίου δημιουργίας περιφερειακών κέντρων

κρουαζιέρας. Αυτό φυσικά θα υποστηρίξει και την ανάπτυξη του περιστασιακού ή εποχιακού περιφερειακού homeporting.

Κατευθύνσεις για επόμενες κινήσεις

- Καλύτερη αξιοποίηση της ανοδικής πορείας ζήτησης για το προορισμό της Αθήνας ως μοχλού ανάπτυξης του homeporting.
- Κτίσιμο εμπιστοσύνης με τις εταιρείες για το homeporting γενικότερα, ώστε να πεισθούν ότι κάποια πολύ αρνητικά φαινόμενα του παρελθόντος δεν θα επαναληφθούν. Επίσης, εκτός από μια κυβερνητική καμπάνια διαβεβαιώσεων και δεσμεύσεων, πρέπει να γίνει η Ελλάδα πιο ευέλικτη σε πολιτικές κινήτρων. Τα κίνητρα μπορούν να αποτελέσουν ένα καταλύτη για την ανάπτυξη σε αυτή την δύσκολη συγκυρία, αλλά και να δημιουργήσουν ενδιαφέρον για homeporting εφ' όσον είναι καλά στοχευμένα. Εκτός από διάφορες εκπτώσεις σε κόστη λιμανιών με αντάλλαγμα περισσότερες προσεγγίσεις ή αφετηριακή χρήση (π.χ. τον χειμώνα), κίνητρο είναι και η εγγύηση προτεραιότητας θέσης ελλιμενισμού.
- Να γίνει η κυβερνητική επιτροπή κρουαζιέρας που ανακοινώθηκε πρόσφατα, αλλά για να έχει αποτέλεσμα πρέπει να επικεντρωθεί στον συντονισμό των υπουργικών συναρμοδιοτήτων που εμπλέκονται θεσμικά και επιχειρησιακά με την λειτουργία της κρουαζιέρας. Βασικός στόχος είναι να αντιμετωπιστούν διάφορα υπηρεσιακά και γραφειοκρατικά προβλήματα που συχνά δημιουργούνται στα λιμάνια.
- Το λιμάνι του Πειραιά μπορεί να έχει 9 θέσεις ελλιμενισμού - που ακούγεται καλό όταν η Βαρκελώνη έχει 10 - αλλά η διαρρύθμιση των θέσεων είναι τέτοια που πιέζεται πολύ όταν συμπίπτουν 5 ή 6 κρουαζιερόπλοια σε μια μέρα, ειδικά αν μεταξύ τους είναι και κάποια πολύ μεγάλα. Για να μπορέσει να στηρίξει μια σημαντική ανάπτυξη του homeporting οπωσδήποτε θα χρειαστεί και περισσότερες σύγχρονες υποδομές διακίνησης επιβατών. Σήμερα έχει 2 συμβατικούς επιβατικούς σταθμούς που ήδη δεν επαρκούν για τις ανάγκες της σύγχρονης μαζικής κρουαζιέρας, έτσι όπως έχει εξελιχθεί.
- Να βρεθούν άμεσα λύσεις για την βελτίωση των κυκλοφοριακών προβλημάτων εισόδου-εξόδου από τον Πειραιά. Επίσης, η πόλη του Πειραιά πρέπει να γίνει πιο φιλική προς τον επιβάτη κρουαζιέρας.
- Να προχωρήσει η ανάπτυξη ενός εναλλακτικού homeport στην Αττική (π.χ. Ραφήνα) για να αποσυμφορήσει τον Πειραιά και να δώσει ελκυστικές λύσεις σε brands με μικρότερα κρουαζιερόπλοια – όπως είναι τα περισσότερα των 5 αστέρων και άνω -

που προτιμούν να αποφεύγουν τα μεγάλα εμπορικά λιμάνια και την μαζική κρουαζιέρα γενικώς.

- Πάντως, για να δημιουργηθούν συνθήκες για μια σημαντική μελλοντική ανάπτυξη του homeporting – αλλά και του τράνζιτ - για την Αθήνα, είναι τέτοια τα μελλοντικά μεγέθη των πλοίων και τα logistics διακίνησης των επιβατών τους που η Αττική θα χρειαστεί και δεύτερη λιμενική υποδομή. (Σημ.Υπήρξε σχετικά πρόσφατα μια πρόταση για την κατασκευή ενός σύγχρονου λιμανιού κρουαζιέρας στον Φαληρικό Όρμο, ειδικά για την εξυπηρέτηση κρουαζιεροπλοίων των 360+ μέτρων μήκους και χωρητικότητας 5.500+ επιβατών. Μάλιστα, ανάμεσα στους ενδιαφερόμενους επενδυτές ήταν και ένας μεγάλος όμιλος κρουαζιέρας που έχει τα περισσότερα γιγάντια κρουαζιερόπλοια. Οι εγχώριες αντιδράσεις ήταν τέτοιες που η ιδέα ναυάγησε, ήταν όμως μια καθαρή ένδειξη του τι θέλει να δει η βιομηχανία της κρουαζιέρας σε μελλοντικές υποδομές κομβικού homeporting). Όλο και περισσότερο οι εταιρείες με γιγάντια κρουαζιερόπλοια θα αναζητούν στην Μεσόγειο λιμάνια που να μπορούν να διαχειριστούν τις υπερβολικά αυξημένες επιχειρησιακές απαιτήσεις τους. Αν η Αττική αποκτήσει μεγαλύτερη επάρκεια υποδομών τέτοιου επιπέδου, ακόμη και λόγω σπανιότητας θα εξασφαλίσει σημαντικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα, ειδικά για homeporting.
- Να γίνουν συνέργειες μαρκετινγκ με την Τουρκία κυρίως για την εμπορική ενίσχυση της Ανατολικής Μεσογείου, αλλά και για την γενικότερη «επισκευή» εικόνας της περιοχής. Αυτές οι προσπάθειες μπορούν να συνδυαστούν και με τα clusters του Ανατολικού Αιγαίου.
- Να διερευνηθεί και η πιθανότητα συνεργειών μαρκετινγκ (co-op) με εταιρείες κρουαζιέρας για συγκεκριμένες καμπάνιες προώθησης δρομολογίων τους που περιλαμβάνουν Ελληνικούς προορισμούς.
- Να ενεργοποιηθεί περισσότερο η Ελλάδα με καμπάνιες στις γειτονικές χώρες, κυρίως για την τουριστική ανάπτυξη των Βαλκανικών αγορών. Είναι ζωτικό να αρχίσει να δημιουργείται ένα backyard market με δυνατότητες και επίγειας πρόσβασης, γιατί στο μέλλον αυτό θα συμβάλλει ουσιαστικά στην καθιέρωση του Ελληνικού homeporting.
- Να δοθεί μεγάλη έμφαση προωθητικά στις αγορές της Β. Αμερικής, Αυστραλίας, Κίνας και Ρωσίας. Επίσης, να ενταθεί η προώθηση και στις δύο μεγαλύτερες ώριμες Ευρωπαϊκές αγορές κρουαζιέρας, δηλαδή του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γερμανίας.
- Πρέπει σύντομα να λυθεί το θέμα της βίζας γιατί η ανάπτυξη της κρουαζιέρας στην Ελλάδα βασίζεται πολύ στις αγορές τρίτων χωρών. Θα ήταν πολύ σημαντικό αν



ξεκινούσε μια συνεργασία μεταξύ ΣΕΤΕ και CLIA Europe πάνω στην προσπάθεια που ήδη γίνεται για την κρουαζιέρα στις Βρυξέλλες. Έχει ήδη δημιουργηθεί ένα δυνατό λόμπυ και πρέπει να έχει φωνή και ο Τουρισμός της Ελλάδος.