



την πορεία του κορωνοϊού στις χώρες που αποτελούν βασικές πηγές ταξιδιωτών για τη χώρα μας, η νέα εκστρατεία προβολής της Ελλάδας στο εξωτερικό, προϋπολογισμού 3 εκατ. ευρώ, που σχεδιάζει ο ΕΟΤ είναι βασισμένη στον χρόνο εξόδου κάθε χώρας από την υγειονομική κρίση, όπως αυτό προκύπτει από την έρευνα του Εργαστηρίου Ανάλυσης Δεδομένων και Πρόβλεψης του Πολυτεχνείου Κρήτης.

Η διαφημιστική εκστρατεία, που θα είναι στοχευμένη σε κάθε αγορά-πηγή εισερχόμενου τουρισμού ξεχωριστά, θα βγει στον «αέρα» τον Ιούνιο και θα εστιάζει στα συγκριτικά πλεονεκτήματα της χώρας μας, κεφαλαιοποιώντας σε σημαντικό βαθμό τα αντανακλαστικά που επέδειξε η Ελλάδα κατά τη διάρκεια της πανδημίας.

«Έχουμε ήδη ξεκινήσει να προετοιμάζουμε την επόμενη ημέρα. Για να είμαστε πιο αποτελεσματικοί στον τρόπο προσέγγισης των ξένων αγορών, χρειαζόμαστε επιστημονικά δεδομένα και αξιόπιστες αναλύσεις. Η πορεία αντιμετώπισης της πανδημίας στις αγορές της Ευρώπης που μας ενδιαφέρουν είναι εξίσου σημαντικό στοιχείο με την πορεία εξέλιξης της στη χώρα μας», επισημαίνει ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ.

Χώρες-στόχοι

Η έρευνα προβλέπει το τέλος της εξάπλωσης του κορωνοϊού σε 7 χώρες-στόχους του ελληνικού τουρισμού, τη Γαλλία, τη Γερμανία, τη Βρετανία, την Ιταλία, τη Σουηδία, τη Νορβηγία και τη Φινλανδία. Με βάση τα ευρήματα της έρευνας, η καμπάνια του ΕΟΤ θα επικεντρωθεί σε πρώτη φάση στην προβολή της χώρας στη Φινλανδία, η οποία εκτιμάται ότι θα βγει πρώτη από την υγειονομική κρίση, στις αρχές Μαΐου, μαζί με το Ισραήλ, ενώ θα ακολουθήσει στοχευμένη εκστρατεία στη Γερμανία, στη Γαλλία, στη Βρετανία και στη Νορβηγία, στις οποίες το τέλος εξάπλωσης του κορωνοϊού τοποθετείται, με βάση την έρευνα, στα μέσα Μαΐου, συμπίπτοντας με την έξοδο της Ελλάδας από τη δίνη της πανδημίας.

«Η χρονική περίοδος άρσης των μέτρων, η άρση της απαγόρευσης των πτήσεων, όπου έχουν ανασταλεί, καθώς και το κατά πόσο οι κυβερνήσεις και οι ταξιδιωτικοί πράκτορες θα ενθαρρύνουν τον κόσμο να ταξιδέψει ξανά, θα αποτελέσουν σημαντικούς παράγοντες για την εισροή επισκεπτών και χρημάτων στη χώρα μας», τονίζει ο Γ. Ατσαλάκης.

Η τελευταία φάση της διαφημιστικής καμπάνιας που σχεδιάζει ο ΕΟΤ και θα είναι στο σύνολό της digital, αξιοποιώντας τη δύναμη των νέων τεχνολογιών και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θα περιλαμβάνει την προβολή της Ελλάδας στην Ιταλία και στη Σουηδία, δύο χώρες οι οποίες εκτιμάται ότι ξεπεράσουν τη νόσο COVID-19 στα τέλη Μαΐου.

Στο επόμενο στάδιο της έρευνας θα ενταχθούν και άλλες χώρες-στόχοι της Ελλάδας, όπως η Αυστρία, η Κύπρος, η Ολλανδία, η Ελβετία, η Πολωνία, η Ρωσία, ο Καναδάς και οι ΗΠΑ, ενώ σε δεύτερο επίπεδο θα αξιοποιηθούν και τα ευρήματα της έρευνας του Μεσογειακού Αγρονομικού Ινστιτούτου Χανίων, με βάση τα οποία η καμπάνια του ΕΟΤ θα αναδείξει τους τουριστικά βιώσιμους προορισμούς της χώρας.

Ιδιαίτερη έμφαση αναμένεται να δώσει ο ΕΟΤ και στην προβολή της Ελλάδας στις βαλκανικές αγορές, με δεδομένο ότι εκτιμάται πως ο οδικός τουρισμός θα ανακάμψει με πιο ταχείς ρυθμούς, από τη στιγμή που σε αρκετές χώρες ισχύει η απαγόρευση πτήσεων. «Ο οδικός τουρισμός μπορεί να ενισχύσει σημαντικά τη βόρεια Ελλάδα, η οποία είναι σε θέση να προσελκύσει τουρίστες από τη Βουλγαρία, τη Ρουμανία, τη Σερβία και τη Σλοβενία. Γι' αυτό σχεδιάζουμε ένα ειδικό πρόγραμμα γι' αυτές τις αγορές», επισημαίνει ο Δ. Φραγκάκης.



“Οι τουρίστες φέτος αναζητούν ασφάλεια. Το κριτήριο με βάση το οποίο θα προγραμματίσουν τις διακοπές τους είναι η ασφάλεια, όχι οι τιμές”

λέει στην «R» ο επίκουρος καθηγητής του Πολυτεχνείου Κρήτης Γιώργος Ατσαλάκης

φωθεί. Προκρίνουμε το αίσθημα της ασφάλειας και πιστεύουμε ότι θα έχουμε θετική ανταπόκριση», υπογραμμίζει ο Γ. Ατσαλάκης, ο οποίος εκτιμά ότι έχουν χαθεί ήδη 6 μονάδες του ΑΕΠ από τη ζημιά που υπολογίζεται ότι έχει υποστεί ο ελληνικός τουρισμός το α' εξάμηνο του έτους.

Στοχευμένη καμπάνια

Με δεδομένο ότι η άρση των μέτρων και η επαναλειτουργία των ξενοδοχειακών μονάδων στην Ελλάδα δεν αρκούν για να σηματοδοτήσουν την έναρξη της καλοκαιρινής σεζόν, αφού ο τουρισμός εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό και από



“ Πρέπει να διοχετευθούν τα απαραίτητα κεφάλαια στις επιχειρήσεις προκειμένου να βγουν από το σημείο μηδέν που βρίσκονται σήμερα ”

δηλώνει στην «R» ο πρόεδρος του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος Αλέξανδρος Βασιλικός

■ **ΣΤΑ 1,79 ΔΙΣ. ΕΥΡΩ** ανέρχεται η χρηματοδότηση που έχουν ανάγκη τα ελληνικά ξενοδοχεία έτσι ώστε να καταφέρουν να μπουκώσουν σε τροχιά επανεκκίνησης για την επόμενη ημέρα του ελληνικού τουρισμού, σύμφωνα με την έρευνα «COVID-19 και ελληνικά ξενοδοχεία», που εκπόνησε το Ινστιτούτο Τουριστικών Ερευνών και Προβλέψεων για λογαριασμό του Ξενοδοχειακού Επιμελητηρίου Ελλάδος (ΞΕΕ).

Με στόχο να αποφευχθεί η δημιουργία μιας καινούργιας γενιάς «κόκκινων» δανείων στον ξενοδοχειακό κλάδο, αλλά παράλληλα να διοχετευθούν τα απαραίτητα κεφάλαια στις επιχειρήσεις προκειμέ-

όρων λειτουργίας των επιχειρήσεων, φορολογικές διευκολύνσεις, καθώς και εργασιακές και τραπεζικές ρυθμίσεις. Στο πλαίσιο αυτό, ζητούν να δοθούν κίνητρα σε ιδιοκτήτες προκειμένου ακίνητα που μισθώνονται διαδικτυακά μέσω πλατφόρμας τύπου Airbnb να επιστρέψουν στη μακροχρόνια μίσθωση και να εντατικοποιηθεί ο έλεγχος των καταλυμάτων που λειτουργούν ως ξενοδοχεία, ενώ δεν πληρούν αντίστοιχους υγειονομικούς όρους.

Στα πρόθυρα

Την ίδια στιγμή, σύμφωνα με την έρευνα, η απώλεια του τζίρου των ξενοδοχειακών μονάδων εκτιμάται για το 2020

Ανάγκη άμεσης ρευστότητας 1,79 δισ. ευρώ

Φόβοι για μαζικές χρεοκοπίες και για κραχ στα υφιστάμενα δάνεια

νο να βγουν από το «σημείο μηδέν που βρίσκονται σήμερα», όπως χαρακτηριστικά επεσήμανε ο πρόεδρος του ΞΕΕ, **Αλέξανδρος Βασιλικός**, οι ξενοδοχοί κάνουν λόγο για αδήριτη ανάγκη χρηματοδότησης των μονάδων τους.

Στην κατεύθυνση επανεκκίνησης της τουριστικής δραστηριότητας, μάλιστα, το ΞΕΕ κατέθεσε μια ολοκληρωμένη δέσμη προτάσεων που θα λειτουργήσουν ως εγγύηση για τη βιωσιμότητα των ελληνικών ξενοδοχείων αμέσως μετά τη λήξη της υγειονομικής κρίσης. Η πρόταση των ξενοδόχων περιλαμβάνει τη θέσπιση υγειονομικών



στα 4,46 δισ. ευρώ, με περισσότερες από 45.000 θέσεις εργασίας να βρίσκονται σε κίνδυνο, ως απόρροια της μείωσης της απασχόλησης κατά 40% που προβλέπουν οι επιχειρηματίες.

Όπως διαπιστώνεται, η πλειονότητα των ιδιοκτητών ξενοδοχείων συνεχούς λειτουργίας (το 65%) θεωρεί πιθανό το «λουκέτο», με το αντίστοιχο ποσοστό για τα ξενοδοχεία εποχικής λειτουργίας να ανέρχεται στα 51,8%, ενώ ταυτόχρονα το 95% των ιδιοκτητών ξενοδοχείων εκτιμά ότι ο τζίρος του θα καταγράψει σημαντική πτώση άνω του 50%.