

Δελτίο Τύπου

Σάββατο, 13 Νοεμβρίου 2021

Μεγάλη πρόκληση για τον ελληνικό τουρισμό η αυθεντικότητα του τουριστικού προϊόντος

Αυξάνονται οι τουρίστες που αναζητούν προσωποποιημένες εμπειρίες

Η αυθεντικότητα του τουριστικού προϊόντος και ο τουρισμός εμπειρίας συνδέονται με όλους τους παραγωγικούς κλάδους της ελληνικής οικονομίας, επισήμανε σήμερα από το βήμα του Συνεδρίου της Philoxenia με θέμα «Τουρισμός Εμπειρίας: Αναζητώντας την Αυθεντικότητα» ο υπουργός Τουρισμού, κ. Βασίλης Κικίλιας.

Στο πλαίσιο της θεματικής ενότητας «Ταξίδι VS Προορισμός. Επενδύοντας στο συναίσθημα του ταξιδιώτη» ο υπουργός σημείωσε επίσης ότι στόχος είναι να αυξηθούν οι επισκέπτες στη χώρα και να αναδειχθούν όλες οι περιοχές που έχουν να προσφέρουν αυθεντικές εμπειρίες. «Θέλουμε ποσότητα και ποιότητα τουριστών. Προϋπόθεση είναι να απλώσουμε χρονικά την τουριστική περίοδο» υπογράμμισε ο κ. Κικίλιας.

Στη χαμένη διάσταση της τουριστικής εμπειρίας αναφέρθηκε από την πλευρά της η κεντρική ομιλήτρια του συνεδρίου και καθηγήτρια Marketing στο Πανεπιστήμιο του Πειραιά, Δρ Μαριάννα Σιγάλα, τονίζοντας πως «δεν αγοράζεις την εμπειρία, αλλά αγοράζεις αυτό που πιστεύεις ότι θα σου δώσει η εμπειρία και θα σε κάνει καλύτερο άνθρωπο συνολικά». Η ίδια επισήμανε ότι η αυθεντικότητα χρειάζεται τρία στοιχεία, το υλικό-αντικείμενο της εμπειρίας, τον παροχέα και τον τουρίστα, ενώ υπογράμμισε πως η τέχνη μάς κάνει να βλέπουμε έναν τόπο διαφορετικά.

Την αύξηση των «ψαγμένων» τουριστών ανέδειξε, μεταξύ άλλων, στην ομιλία του ο αναπληρωτής καθηγητής του τμήματος Θεολογίας του ΑΠΘ, κ. Χρήστος Τσιρώνης, τονίζοντας πως ο τουρισμός εμπειρίας ανοίγει τον δρόμο για ένα διαφορετικό όραμα στον τουρισμό. «Όχι μόνο παροχή υπηρεσιών στον τουρισμό,

αλλά διαμόρφωση και προσωποποιημένων εμπειριών» είπε ο κ. Τσιρώνης και σημείωσε πως στη Θεσσαλονίκη μπορεί να αναπτυχθεί ο ακαδημαϊκός τουρισμός.

«Οι επισκέπτες θέλουν αφήγημα» επισήμανε στο πλαίσιο της θεματικής ενότητας «Σύγχρονα εργαλεία marketing, βιωματικές εμπειρίες και ψηφιακός τουρισμός» ο καθηγητής τουριστικού μάρκετινγκ του Διεθνούς Πανεπιστημίου της Ελλάδος, κ. Ευάγγελος Χρήστου, υπογραμμίζοντας πως όλα τα τουριστικά προϊόντα είναι βιωματικές εμπειρίες και ιδιαίτερη σημασία έχει η διαχείριση των συναισθημάτων του πελάτη.

Στις εξελίξεις της τεχνολογίας και στην επίδραση τους στον τουρισμό εμπειρίας αναφέρθηκε ο Chief Innovation Officer της TheFutureCats, κ. Δημήτρης Δημητριάδης, υπογραμμίζοντας ότι η πανδημία αποτέλεσε καταλύτη για τον ψηφιακό μετασχηματισμό όλη της ανθρωπότητας.

Για την αναλυτική μεγάλων δεδομένων στον τουρισμό μίλησε ο κύριος ερευνητής του Ινστιτούτου Τεχνολογιών Πληροφορικής και Επικοινωνιών του ΕΚΕΤΑ, Δρ Διονύσης Κεχαγιάς.

Από την πλευρά του ο visual content creator και storyteller photographer, κ. Ανδρέας Σφυρίδης, ανέδειξε τη σημασία της δημιουργίας αφηγημάτων εμπειρίας και αυθεντικότητας στην οπτική προβολή και ανάδειξη.

Στον χαιρετισμό του ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, κ. Δημήτρης Φραγκάκης, τόνισε πως ο ΕΟΤ ξεκινά νέα καμπάνια για τον χειμερινό τουρισμό στην ηπειρώτικη χώρα, ενώ αργότερα θα ακολουθήσει καμπάνια για τα city breaks. Ο αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, κ. Αλέξανδρος Θάνος, σημείωσε πως το 2019 αθροίστηκαν 2,3 δισ.ευρώ στο ΑΕΠ της Περιφέρειας από τον τουρισμό και υπάρχει ελπίδα πως το 2022 θα επιτευχθεί ξανά αυτό το νούμερο και ίσως και να ξεπεραστεί. Ο δε δήμαρχος Επιδαύρου, κ. Αναστάσιος Χρόνης, υπογράμμισε, αναφερόμενος στις ωφέλειες του τουρισμού στην οικονομία, πως σύμφωνα με μελέτη γερμανικής εταιρείας η διοργάνωση του Τριάθλου της Επιδαύρου αποφέρει 250.000 ευρώ άμεσα στην τοπική κοινωνία και 380.000 ευρώ έμμεσα. Αναγνώστηκε επίσης μήνυμα που απέστειλε η Αντιπεριφερειάρχης Μ.Ε. Θεσσαλονίκης, κα Βούλα Πατουλίδου.

Τον ρόλο των βιωματικών εμπειριών και την υπεραξία τους για τον τουρισμό υπογράμμισε ο διευθύνων σύμβουλος της We do Local, ενός καινοτόμου brand φιλοξενίας, κ. Δημήτρης Καλαϊτζιδάκης στο πλαίσιο της θεματικής ενότητας «Η οργάνωση τοπικών γεγονότων και δράσεων ενισχύει το brand του προορισμού, αλλά και τη μοναδικότητά του». Από γευσιγνωσίες τυριών, λαδιών και κρασιών, ζύμωμα και φούρνισμα ψωμιού μέχρι μαθήματα μαγειρικής για παιδιά και αγροτικές εργασίες για μικρούς και μεγάλους, ο κ. Καλαϊτζιδάκης παρουσίασε μια σειρά βιωματικών δραστηριοτήτων σε τουριστικές μονάδες της Κρήτης που μπορούν να δώσουν νέα διάσταση σε μια τουριστική επιχείρηση και στην εμπειρία που προσφέρει στον επισκέπτη.

Στην πρωτοπορία του ομίλου Fais στο κομμάτι της δημιουργίας εμπειριών, με τελευταίο παράδειγμα την αποκατάσταση της αγοράς Μοδιάνο στη Θεσσαλονίκη, του πρώτου μνημείου που αποκαθίσταται και επανέρχεται λειτουργικά στην πόλη όπως ήταν αρχικά, αναφέρθηκε ο group project director του Fais Group, κ. Τηλέμαχος Στυλιανός. Έκανε μάλιστα γνωστό πως το πολυαναμενόμενο έργο θα είναι έτοιμο εντός του 2022, θα διαθέτει 80 καταστήματα και θα συνδυάζει το κατεργασμένο και το ακατέργαστο τρόφιμο, δίνοντας στον επισκέπτη τη δυνατότητα να αγοράσει τρόφιμα, αλλά και να τα γευτεί. Τόνισε δε πως στόχος του πρότζεκτ, που είναι πολύ δύσκολο, όπως είπε, αλλά μοναδικό, είναι να ικανοποιεί και να διεγείρει όλες τις αισθήσεις. «Η εμπειρία είναι βιώματα που δημιουργούνται από τις αισθήσεις και πώς τις διεγείρουμε» σημείωσε.

Την ανάγκη να ευαισθητοποιηθεί η ελληνική Πολιτεία και να διδαχθεί από το παράδειγμα της Γαλλίας στην ανάπτυξη του ιστορικού τουρισμού υπογράμμισε ο δημοσιογράφος και μέλος της ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ Άγκιστρο, κ. Παναγιώτης Σαββίδης. Ο κ. Σαββίδης αναφέρθηκε στον τρόπο με τον οποίο μια μικρή πόλη της Γαλλίας, το Βερντέν, αξιοποίησε την κληρονομιά της από τον Α' και Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, για να γίνει πόλος ιστορικού τουρισμού. Από το παράδειγμα αυτό άντλησε έμπνευση η ΚΟΙΝ.Σ.ΕΠ Άγκιστρο στην προσπάθειά της για την αξιοποίηση της κληρονομιάς του Β' Παγκοσμίου Πολέμου στο βόρειο τμήμα των Σερρών μέσω δράσεων για την ανάδειξη, μεταξύ άλλων, της ιστορίας του οχυρού Ρούπελ.

Την αξία της επένδυσης στον τουρισμό εμπειρίας, αλλά με προσεκτικό σχεδιασμό υπογράμμισε ο συντονιστής βιωματικών

δραστηριοτήτων της Φάρμας Καραϊσκος, κ. Μελέτιος Ανδρινός, εξηγώντας πως πρέπει πλέον να κατανοήσουμε την αναγκαιότητα της αλλαγής του τουριστικού μοντέλου. Η βιωσιμότητα και η εμπειρία ήταν και οι λέξεις κλειδιά που αποτέλεσαν τη βάση πάνω στην οποία στηρίχθηκε το εγχείρημα της Φάρμας, η οποία βρίσκεται στην Πορταριά Πηλίου και προσφέρει, όπως είπε, την ευκαιρία στους τουρίστες, αλλά και τους ντόπιους να επανασυνδεθούν με τη φύση. Η κεντρική ιδέα όπου η οικογένεια Καραϊσκου έχτισε την εμπειρία της φάρμας συνοψίζεται σε μια φράση, «όλα ξεκινούν από τον λαχανόκηπό μας».

Για το όραμα του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων Υπαίθριων Δραστηριοτήτων Αναψυχής να δημιουργηθεί στη χώρα μας μια outdoor κουλτούρα και μια outdoor παιδεία, αλλά και για το προσωπικό του όραμα να γίνει η Ελλάδα ο μεγαλύτερος outdoor προορισμός στην Ευρώπη μίλησε ο πρόεδρος του Συνδέσμου και διευθύνων σύμβουλος της Trekking Hellas, κ. Στέφανος Σιδηρόπουλος. Ο Σύνδεσμος μετρά σήμερα πάνω από 200 επιχειρήσεις-μέλη.

Στην αιφόρο ανάπτυξη ως προϋπόθεση για το μέλλον κάθε τουριστικού προορισμού με αιχμή τις υποδομές, τα μέσα μεταφοράς και τους ανθρώπινους πόρους επικεντρώθηκε η επόμενη θεματική ενότητα.

Σε μια εποχή κατά την οποία αντιμετωπίζουμε τόσες προκλήσεις είναι η ώρα να υιοθετήσουμε νέες αρχές, νέες πολιτικές και να κάνουμε πράξη την αιφόρο ανάπτυξη, σημείωσε η Τομεάρχης Τουρισμού του ΣΥΡΙΖΑ, κα Κατερίνα Νοτοπούλου, τονίζοντας πως ο σχεδιασμός της νέας τουριστικής πολιτικής πρέπει να λαμβάνει υπόψη όλες τις νέες ανάγκες που προκύπτουν. Κατά την ίδια όμως, δεν μπορούμε να μιλούμε για βιώσιμη ανάπτυξη, αν η οικονομική ανάπτυξη δεν είναι αποτελεσματική, κοινωνικά δίκαιη και περιβαλλοντικά βιώσιμη.

Στις προοπτικές ανάπτυξης της προσβασιμότητας σε μια τουριστική περιοχή αναφέρθηκε από την πλευρά της η αντιδήμαρχος Τουρισμού του δήμου Κατερίνης, κα Μαρία Τερζίδου, ενώ στον αιφόρο τουρισμό και τις δράσεις του δήμου Θεσσαλονίκης σε αυτό το πεδίο επικεντρώθηκε η αντιδήμαρχος Τουρισμού και Πολιτισμού, κα Μαρία Καραγιάννη.

Για τις στρατηγικές βελτίωσης της συνδεσιμότητας και της απόδοσης των τουριστικών υποδομών μίλησε ο αναπληρωτής καθηγητής Μάνατζμεντ Υποδομών και Οικονομίας Μεταφορών στο Δημοκρίτειο Πανεπιστήμιο Θράκης, κ. Δημήτρης Δημητρίου, ενώ την ενότητα ολοκλήρωσε με θέμα το «Μέτρον Φιλοξενίας» ο project manager της MENTOP Συστήματα Πληροφορικής, κ. Χριστόδουλος Μερτζιμέκης.

Το συνέδριο της Philoxenia έκλεισε με έντονο το άρωμα... γυναίκας και συγκεκριμένα με το στρογγυλό τραπέζι με θέμα «Μονόδρομος οι συνέργειες για τη δημιουργία επιτυχημένων sales kit», όπου τέσσερις επιτυχημένες γυναίκες μοιράστηκαν τις εμπειρίες τους η κάθε μία από τον δικό της κλάδο. Στο στρογγυλό τραπέζι συμμετείχαν η πρόεδρος της Εθνικής Επιτροπής Οινοτουρισμού, ξενοδόχος και οινοποιός, κα Μαίρη Τριανταφυλλοπούλου, η vice president of operations του TOR Hotel Group, κα Ισμήνη Τορνιβούκα, η managing director του Thessaloniki Convention Bureau, κα Ελένη Σωτηρίου και η ιδιοκτήτρια της Handpicked Cultural & Creative Projects-Συμμαχία για τον Πολιτισμό της Θεσσαλονίκης, κα Αργυρώ Μπαράτα.

Συντονιστές των ενοτήτων του συνεδρίου ήταν ο πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ξενοδόχων, κ. Γρηγόρης Τάσιος, ο σύμβουλος branding και επικοινωνίας, general manager της DASC Branding, κ. Δημοσθένης Μπρούσαλης, ο διευθύνων σύμβουλος της ΔΕΘ-Helexpo, κ. Κυριάκος Ποζरिकίδης και η διευθύντρια εκδόσεων του Πανεπιστημίου Μακεδονίας, κα Ιωάννα Δανδέλια.

Χορηγός Φιλοξενίας του Συνεδρίου, που τελεί υπό την αιγίδα του ΕΟΤ και της Περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας, είναι η Fraport, Χορηγός του Coffee Break το Thessaloniki Tourism Organization, Χορηγός Μετακινήσεων η Taxi Way, υποστηρικτές είναι η ΠΟΞ, η Souroti και το Greek Instagramers Events, ενώ Μέγας Χορηγός Επικοινωνίας είναι το ΑΠΕ-ΜΠΕ.

Η είσοδος στις εκθέσεις Philoxenia και Hotelia είναι δωρεάν για επαγγελματίες επισκέπτες και ανοιχτή για το κοινό και την Κυριακή 14 Νοεμβρίου με απαραίτητη προϋπόθεση την προσκόμιση πιστοποιητικού εμβολιασμού ή νόσησης.

Με την παράκληση να δημοσιευθεί, να αναρτηθεί ή να μεταδοθεί.