

Η επιμήκυνση της σεζόν και η ανάδειξη νέων προορισμών στην Ελλάδα αποτελούν τους βασικούς άξονες του αρμόδιου υπουργείου

# Το διπλό στοίχημα για τον τουρισμό

Της **ΕΥΑΣ Δ. ΟΙΚΟΝΟΜΑΚΗ**  
e.oikonomaki@realnews.gr

**Η** επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και η ανάδειξη προορισμών που είναι λιγότερο γνωστοί διεθνώς αποτελούν βασικές πτυχές της πολιτικής που ακολουθεί ο υπουργός Τουρισμού **Βασίλης Κικίλιας**, με στόχο την ποιοτική αναβάθμιση και τον εμπλουτισμό του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Στην κατεύθυνση αυτή, ο Β. Κικίλιας, τους προηγούμενους μήνες, είχε αλληπάλληλες επαφές με ισχυρούς παίκτες που δραστηριοποιούνται σε όλο το φάσμα της ταξιδιωτικής βιομηχανίας, προετοιμάζοντας το έδαφος για την εκκίνηση μιας σεζόν υψηλής σημασίας για την επαναφορά των μεγεθών του ελληνικού τουρισμού στα επίπεδα του 2019.

«Η προσπάθειά μας για την ενίσχυση των δημόσιων εσόδων και της μέσης ελληνικής οικογένειας από τον τουρισμό περνά μέσα και από την ανάδειξη νέων προορισμών, τη σύνδεσή τους με τον πρωτογενή τομέα και τη συνεχή προσπάθεια εμπλουτισμού του τουριστικού μας προϊόντος με όρους βιωσιμότητας. Τα πρώτα δείγματα της σεζόν είναι θετικά, ωστόσο ταμείο θα κάνουμε στο τέλος της χρονιάς. Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει σημαντικό αντίβαρο στις επιπτώσεις της ενεργειακής κρίσης», επισημαίνει στη **Realnews** ο Β. Κικίλιας.

## Παράταση

Αυτή η στρατηγική στόχευση φαίνεται ότι αποφέρει καρπούς, με δεδομένο ότι το σήμα για την έναρξη της φετινής τουριστικής περιόδου δόθηκε τον Μάρτιο, νωρίτερα από κάθε άλλη χρονιά. Είναι χαρακτηριστικό ότι οι πτήσεις από τις ΗΠΑ με προορισμό την Ελλάδα ξεκίνησαν στις 7 Μαρτίου, με τους Αμερικανούς ταξιδιώτες να γεμίζουν ήδη όχι μόνο τα ξενοδοχεία της Αθήνας, αλλά και εκείνα των νησιωτικών προορισμών.

Με στόχο, δε, να επωφεληθούν από το θετικό για τον ελληνικό τουρισμό momentum, μεγάλες αεροπορικές εταιρείες και ισχυροί tour operators, όπως ο όμιλος jet2, που έχει πρωταγωνιστικό ρόλο στη βρετανική αγορά, ενέταξαν για πρώτη φορά στον προγραμματισμό τους την ελληνική πρωτεύουσα. Είναι ενδεικτικό ότι η διοίκηση της jet2holidays για πρώτη φορά προσφέρει πακέτα city break για την Αθήνα και εστιάζει στην εύρεση τριών νησιών του Αργοσαρωνικού που θα ενταχθούν στα προγράμματά του στο προσεχές μέλλον, ενώ η Jet.com, η τρίτη μεγαλύτερη αεροπορική εταιρεία του Ηνω-



μένου Βασιλείου, ξεκίνησε τέσσερα εβδομαδιαία δρομολόγια μεταξύ του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών «Ελευθέριος Βενιζέλος» και των αεροδρομίων του Μπέρμιγχαμ και του Μάντσεστερ. Στην ίδια λογική, για πρώτη φορά μετά από 20 χρόνια, στην Αθήνα προσγειώνεται και η γερμανική αεροπορική εταιρεία Condor, η οποία θα συνδέει την πρωτεύουσα με το Ντίσελτορφ και τη Λειψία.

Μάλιστα, αρκετές είναι οι αεροπορικές που εξετάζουν να διατηρήσουν κάποια από τα δρομολόγια τους και κατά τη διάρκεια του χειμώνα, ενισχύοντας τη συνδεσιμότητα της Ελλάδας με άλλους προορισμούς του εξωτερικού, ενδεχόμενο που θα συμβάλει καθοριστικά στην άμβλυση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού.

## Καμπάνια

Ψηλά στις προτεραιότητες του υπουργού Τουρισμού βρίσκεται την ίδια στιγμή και η περαιτέρω ανάδειξη στο εξωτερικό ελληνικών προορισμών που δεν είναι ιδιαίτερα γνωστοί στους ταξιδιώτες. Η προσπάθεια αυτή ξεκίνησε κατά τη διάρκεια του χειμώνα, όταν το υπουργείο Τουρισμού και ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού δημιούργησαν την καμπάνια «Greece does have a winter», η οποία προέβαλε την ομορφιά των ελληνικών ηπειρωτικών προορισμών και τις εμπειρίες που μπορούν να απολαύσουν οι επισκέπτες στην ενδοχώρα καθ' όλη τη διάρκεια του έτους. Η συγκεκριμένη καμπάνια ήταν εστιασμένη στην προβολή του χειμερινού τουρισμού, με παράλληλη ανάδειξη του φυσικού κάλλους της χώρας και των δραστηριοτήτων που συνθέτουν το τουριστικό προϊόν που διαθέτει η Ελλάδα και κατά τη διάρκεια του χειμώνα. Η καμπάνια

«Greece does have a winter» πραγματοποιήθηκε για πρώτη φορά φέτος και ανέδειξε τις ομορφιές της ορεινής Ελλάδας, από το Νυμφαίο και το Μέτσοβο μέχρι το Καρπενήσι και την ορεινή Πελοπόννησο.

Στο πλαίσιο αυτό, για πρώτη φορά η Σκιάθος θα αποκτήσει απευθείας σύνδεση με το Παρίσι μέσω της Transvania, ενώ η Λήμνος και η Σκύρος αποκτούν δρομολόγια με τη Βιέννη μέσω της Austrian Airlines. Η Καλαμάτα θα συνδεθεί με την Κοπεγχάγη στη Δανία και η Ηπειρος εντάσσεται στα δρομολόγια του μεγάλου γερμανικού tour operator Der Touristik με πτήσεις από και προς το Ακτιο, με τα πακέτα της εταιρείας να αναδεικνύουν τόσο την ακτογραμμή της Πρέβεζας όσο και τα Ζαγοροχώρια και τα Ιωάννινα. Παράλληλα, η Αλόνησος περιλαμβάνεται πλέον στα προγράμματα τουριστικών γραφείων που δραστηριοποιούνται στις σκανδιναβικές χώρες, ενώ η Θάσος αποκτά αναγνωρισιμότητα σε νέες αγορές, όπως η Φινλανδία.

Ετσι, πέρα από εμβληματικούς προορισμούς του νοτίου Αιγαίου, όπως η Μύκονος, η Σαντορίνη, η Ρόδος και η Κρήτη, τη δική τους δυναμική στο εξωτερικό αποκτούν προορισμοί που μέχρι πρότινος δεν είχαν θέση στον διεθνή τουριστικό χάρτη, με στόχο να αποτελέσουν πόλο έλξης για τους μελλοντικούς ταξιδιώτες. Μάλιστα, μέσα στους επόμενους μήνες αναμένεται να ξεκινήσουν τη λειτουργία τους σε Σύβοτα και Λήμνο δύο πολυτελή ξενοδοχεία του Apollo Travel Group, θυγατρικής του ομίλου DER Touristik, που εστιάζουν στον αθλητικό τουρισμό.



«Ο τουρισμός μπορεί να αποτελέσει σημαντικό αντίβαρο στις επιπτώσεις της ενεργειακής κρίσης», δηλώνει στην «**R**» ο υπουργός Τουρισμού, **Βασίλης Κικίλιας**