

Στην **ΕΥΑ Δ. ΟΙΚΟΝΟΜΑΚΗ**  
e.oikonomaki@realnews.gr

**Τ**ην ανάγκη διαφοροποίησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, έτσι ώστε η χώρα να γίνει πιο ανταγωνιστική, προτάσσει σε συνέντευξή του στη **Realnews** ο γενικός γραμματέας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), **Δημήτρης Φραγκάκης**, ο οποίος επισημαίνει ότι σε αυτή τη δύσκολη συγκυρία τα κέρδη της Ελλάδας είναι η προσαρμοστικότητα, η αξιοπιστία και ο επαγγελματισμός που επέδειξε διεθνώς.

#### ■ Μπορείτε να μας κάνετε έναν απολογισμό της φετινής τουριστικής σεζόν;

Ξέραμε από την αρχή ότι θα ήταν μια πολύ δύσκολη σεζόν φέτος, με χαμηλές αφίξεις και λίγα έσοδα. Πρωταρχικός στόχος μας, όμως, ήταν να ανοίξουμε τον τουρισμό με ασφάλεια και αυτό δεν ήταν καθόλου απλή υπόθεση. Καταφέραμε και κινήσαμε τη μηχανή, η οποία είχε μείνει «ακίνητη» μπροστά στη λαίλαπα της COVID-19, κάτι που δεν ήταν καθόλου αυτονόητο πριν από λίγους μήνες. Υποδεχθήκαμε επισκέπτες εν μέσω πανδημίας. Ο ίδιος ο πρωθυπουργός της χώρας μπήκε μπροστά στο εγχείρημα και αυτό νομίζω ότι λέει πολλά. Φτιάξαμε από το μηδέν υγειονομικά πρωτόκολλα και διαδικασίες, κάναμε έναν τιάτριο αγώνα σε όλη την Ευρώπη να πείσουμε τους ξένους να μας επισκεφθούν και καταφέραμε να φτάσουμε προς τα τέλη της σεζόν κρατώντας το τρίπτυχο των κερδών της χώρας για φέτος: την προσαρμοστικότητα, την αξιοπιστία και τον επαγγελματισμό μας.

#### ■ Σε τι ορίζοντα εκτιμάτε ότι θα επανέλθει ο ελληνικός τουρισμός;

**Ποιος είναι ο στόχος για το 2021;**

Δεν ανήκω στους απαισιόδοξους που προβλέπουν ανάκαμψη του τουρισμού σε 5 χρόνια, ούτε όμως και σε εκείνους που θεωρούν ότι το 2021 θα επιστρέψουμε στην κανονικότητα σαν να μην έχει συμβεί τίποτα. Η ανάκαμψη θα έρθει, αλλά θα είναι σταδιακή. Θα χρειαστεί χρόνος, ακόμα και αν βρεθεί εμβόλιο στο τέλος του έτους, καθώς οι παράγοντες που θα εμπλακούν στη διαδικασία ανάκαμψης δεν είναι μόνο υγειονομικοί. Είναι νωρίς ακόμα να κάνω εκτιμήσεις για την επόμενη σεζόν, αλλά τα πρώτα μηνύματα είναι ενθαρρυντικά. Θεωρώ ότι αυτή τη στιγμή έχουμε ένα σημαντικό πλεονέκτημα ως προς την ασφάλεια, το οποίο, όμως, πρέπει να το κρατήσουμε πάση θυσία.

#### ■ Το τελευταίο διάστημα έχει επανέλθει η συζήτηση για τη μεγάλη εξάρτηση που έχει η ελληνική οικονομία από τον τουρισμό. Ποια είναι η θέση σας;

Νομίζω ότι αυτή είναι μια λάθος συζήτηση. Όσοι μιλούν για την ανάγκη «απεξάρτησης» από τον τουρισμό θα πρέπει να υποδείξουν και από ποια παραγωγική δραστηριότητα θα αντικατασταθεί. Η σωστή συζήτηση θα ήταν με ποιο τρόπο θα αυξήσουν το μερίδιό τους στην οικονομική δραστηριότητα και άλλοι κλάδοι, πέραν του τουρισμού. Περίπου το 25% του ΑΕΠ παράγεται από την τουριστική δραστηριότητα στη χώρα μας και πάνω από 700.000 άνθρωποι εργάζονται στον κλάδο. Ακόμα και σε μια κακή σε-



**Δημήτρης Φραγκάκης**  
Γενικός γραμματέας ΕΟΤ

## «Η ανάκαμψη θα έρθει, αλλά θα είναι σταδιακή»

«Είναι νωρίς ακόμα να κάνω εκτιμήσεις για την επόμενη σεζόν, αλλά τα πρώτα μηνύματα είναι ενθαρρυντικά και έχουν να κάνουν με τη θετική αποτίμηση της προσπάθειας της Ελλάδας να λειτουργήσει ως ασφαλής τουριστικός προορισμός»

ζόν όπως η φετινή, έστω και τα 4 δισ. που ενδέχεται να εισπραχθούν από τον τουρισμό είναι μια ανάσα για τις τοπικές οικονομίες που δεν είναι καθόλου αμελητέα. Δεν πατάς απλώς ένα κουμπί και αλλάζουν οι τοπικές οικονομίες από τη μια στιγμή στην άλλη. Μια συζήτηση που είναι επίκαιρη και πρέπει να ανοίξει, όμως, είναι πώς εμπλουτίζουμε και πώς διαφοροποιούμε το τουριστικό μας προϊόν στη μετά COVID-19 εποχή. Εκεί οφείλουμε να εστιάσουμε και να κάνουμε γενναία βήματα το επόμενο διάστημα, για να γίνουμε πιο ανταγωνιστικοί.

#### ■ Ποιες ήταν οι μεγαλύτερες προκλήσεις στις οποίες κληθήκατε να αντεπεξέλθετε μέχρι τώρα;

Η αλήθεια είναι ότι, με το «καλημέρα» μου

στον ΕΟΤ τον περασμένο Σεπτέμβριο, ήρθα αντιμέτωπος με την πρώτη σημαντική κρίση, την πτώχευση της Thomas Cook. Αυτό βέβαια ήταν «βόλτα στην εξοχή» σε σχέση με την πανδημία της COVID-19, τη μεγαλύτερη κρίση στην ιστορία του κλάδου, την οποία αντιμετωπίζουμε εδώ και τουλάχιστον έξι μήνες. Παρότι οι κρίσεις αυτές άλλαξαν κατά πολύ τα πλάνα που είχα αρχικά για τον ΕΟΤ, θεωρώ ότι μέσα από αυτές προσαρμοζόμαστε, δοκιμαζόμαστε και τελικά βγαίνουμε μακροπρόθεσμα κερδισμένοι, ειδικά στον τρόπο που διαχειριζόμαστε μεγάλες κρίσεις και όχι απλώς δυσκολίες. Τώρα πρέπει να υπερβάλουμε εαυτόν για να ανορθωθεί η τουριστική βιομηχανία μας.

#### ■ Τι προβλέπει το στρατηγικό πλάνο του ΕΟΤ

#### για το 2021; Πού θα επικεντρωθεί η στρατηγική σας;

Ενας από τους κλάδους του τουρισμού που θα δώσουμε έμφαση ενόψει 2021 είναι η γαστρονομία. Σε έναν πρώτο άξονα θα ενισχύσουμε την παρουσία μας στο επιτυχημένο **Symposium**, καθώς προσανατολιζόμαστε να συμμετέχουμε σε πάνω από 60 **Symposia**, που θα γίνουν virtually στην Ευρώπη και στις ΗΠΑ, με ένα πολύ έξυπνο concept. Σε ένα δεύτερο άξονα, σχεδιάζουμε το 2021 να αναπτύξουμε μια ιδιαίτερη δράση για τα αποστάγματα της χώρας μας και τον ιδιαίτερο τρόπο παραγωγής τους και του συνδυασμού τους με την τοπική φιλοξενία. Και σε αυτό θα συνεργαστούμε με δήμους και περιφέρειες. Τέλος, στην κατεύθυνση προβολής της ελληνικής γαστρονομίας, η οποία δύναται να λειτουργήσει και ως σημαντικός πρεσβευτής της Ελλάδας στο εξωτερικό, έχουμε δρομολογήσει τη δημιουργία του ελληνικού οδηγού Michelin (σ.σ.: σχετικό ρεπορτάζ σελ. 8-9).

#### ■ Ποιο θα είναι το μήνυμα της καμπάνιας για την προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό για το 2021;

Εχουμε αποφασίσει ως Οργανισμός ότι πλέον θα έχουμε καμπάνια προβολής της χώρας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Μέσα στην πρώτη εβδομάδα του Οκτωβρίου θα ολοκληρωθεί η καμπάνια με τίτλο «Destination Greece Health First» και στο τέλος του Οκτωβρίου θα ξεκινήσει η καμπάνια «Greek four: Για Σένα» για 4 νησιά του βορειοανατολικού Αιγαίου, τη Σάμο, τη Χίο, τη Λέσβο και τη Λέρο, αλλά και διακριτά την Κω. Η καμπάνια αυτή θα «τρέξει» μέχρι τον Ιανουάριο του 2021. Από εκεί και πέρα, στις αρχές του επόμενου έτους θα ξεκινήσει η νέα καμπάνια προβολής της χώρας

για το 2021, η οποία θα διαρκέσει μέχρι και τον Ιούνιο. Αυτό το διάστημα σχεδιάζουμε τα σενάρια στρατηγικής τα οποία θα αναπτύξουμε στην κατεύθυνση προβολής της χώρας μας και τα οποία θα προσαρμόσουμε ανάλογα με τις υγειονομικές και άλλες συνθήκες που θα επικρατήσουν. Παράλληλα, επειδή φέτος τα ξενοδοχεία 12μηνιας λειτουργίας της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης και ο τουρισμός city break έχουν δεχθεί ισχυρό πλήγμα εξαιτίας της πανδημίας, σχεδιάζουμε να αναπτύξουμε ειδικές δράσεις προβολής,

προκειμένου να τονώσουμε τον τουρισμό στα δύο μεγαλύτερα αστικά κέντρα της χώρας. Και σε αυτό θα συνεργαστούμε με την αυτοδιοίκηση και τους τοπικούς φορείς προβολής των δύο πόλεων.

#### ■ Στο μέτωπο των εκθέσεων, ποια είναι η στόχευσή σας, με δεδομένο ότι κάποιες από τις εκθέσεις ενδέχεται να μην πραγματοποιηθούν;

Αυτή την περίοδο είμαστε στην αναζήτηση του κατάλληλου ψηφιακού εργαλείου που θα δώσει στον ΕΟΤ τη δυνατότητα να συμμετέχει σε virtual εκθέσεις, να προγραμματίσει B2B συναντήσεις, αλλά και να διοργανώσει virtual workshops. Στόχος μας είναι να αναπληρώσουμε το κενό που θα δημιουργηθεί από τις εκθέσεις που δεν θα πραγματοποιηθούν διά ζώσης. Μάλιστα, σε κάποιες από τις εκθέσεις του 2020 αλλά και του 2021 έχουμε αποφασίσει να καλύψει ο ΕΟΤ το κόστος συμμετοχής των συνεκθετών που ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν, ως ένα κίνητρο και μια διευκόλυνση. Προσαρμόζομαστε στα νέα δεδομένα, προκειμένου η χώρα μας να δίνει το «παρών» δυναμικά στο νέο περιβάλλον που διαμορφώνεται.