

## Παρουσίαση Προέδρου ΠΑΣΥΞΕ

Θέμα: «Οι προκλήσεις στον Τουρισμό από το 2013 και μετά»

### ΕΙΣΑΓΩΓΗ

#### Η περίοδος 2001 – 2012

##### SLIDES

2

- Η κρίση στην τουριστική βιομηχανία ξεκίνησε πολύ πριν το 2012 και το 2013. Επί μία και πλέον δεκαετία, χρησιμοποιούσαμε ως μέτρο σύγκρισης το 2001, όταν είχαμε καταγράψει την καλύτερη μέχρι τότε επίδοση, τόσο σε αφίξεις όσο και σε έσοδα.

3

- Την ίδια δεκαετία, ο παγκόσμιος τουρισμός από το επίπεδο των 700 εκατομμυρίων περιηγητών, ξεπέρασε το ένα δισεκατομμύριο. Εμείς, ακόμη και τις θεωρητικά καλές χρονιές της δεκαετίας, παραμέναμε, σε σχέση με το 2001, περίπου 300 χιλιάδες πίσω στις αφίξεις και πέραν των 400 εκατομμυρίων ευρώ πίσω στα έσοδα.

4

- Την ίδια επίσης περίοδο, ενώ η μια χρονιά μετά την άλλη έκλειναν με απώλειες στις αφίξεις περίπου 10% με 12% έναντι του 2001, οι χειμερινοί μήνες κατέγραφαν μειώσεις 30%. Η τουριστική μας περίοδος, από δέκα μήνες το χρόνο είχε συρρικνωθεί σταδιακά στους επτά και βαδίζαμε ολοταχώς προς τους πέντε.

5

- Τι κάναμε ως βιομηχανία; Επιμέναμε για την ανάγκη λήψης μέτρων αναβάθμισης του τουριστικού μας προϊόντος και βελτίωσης της ανταγωνιστικότητάς μας. Παραθέταμε στοιχεία για τις εντυπωσιακές κινήσεις ανταγωνιστών μας και τις πολιτικές κινήτρων που εφαρμόζαν για ανάπτυξη των τουριστικών τους υποδομών και για προσέλκυση επισκεπτών και οργανωτών ταξιδιών.
- Σχεδιασμοί υπήρχαν, όμως δυστυχώς, ήταν η περίοδος που κάποιοι πίστεψαν ότι η τουριστική μας βιομηχανία, ότι είχε να δώσει το έδωσε και ότι ο τόπος έπρεπε να επενδύσει σε άλλους τομείς πιο προσοδοφόρους.

## Το δύσκολο 2013

- Αυτά ήταν τα δεδομένα στη δική μας βιομηχανία, όταν το σύνολο της κυπριακής οικονομίας αλλά και της κοινωνίας βρέθηκε ενώπιον των τραγικών δεδομένων του 2013.

6

- Οι αποφάσεις του Eurogroup προκάλεσαν πάγωμα κρατήσεων, επικράτησε κλίμα ανασφάλειας εντός Κύπρου, αλλά και μεταξύ των διοργανωτών ταξιδίων και των περιηγητών που προγραμμάτιζαν διακοπές στη χώρα μας.
- Τις πρωτόγνωρες εκείνες συνθήκες κλήθηκαν να αντιμετωπίσουν όλοι οι τομείς οικονομικής δραστηριότητας και όλοι οι Κύπριοι πολίτες. Η διαφορά όλων εμάς που αποτελούμε την τουριστική βιομηχανία του τόπου, ήταν ότι η μεγάλη ανατροπή του Μαρτίου του 2013 μας βρήκε πιο προετοιμασμένους, ακριβώς γιατί βρισκόμασταν για αρκετά χρόνια σε συνθήκες κρίσης.

7

- Το 2013, λοιπόν, μέσα σε ένα πολύ δύσκολο περιβάλλον, κυρίαρχα στοιχεία του οποίου ήταν η ανασφάλεια, η παντελής έλλειψη εμπιστοσύνης και το στέγνωμα της αγοράς από χρήμα, κατορθώσαμε να συγκρατήσουμε τις απώλειες μόλις στο 2%, έναντι ενός σχετικά καλού 2012, και να αυξήσουμε τα έσοδα κατά 8% ξεπερνώντας για πρώτη φορά ύστερα από αρκετά χρόνια τα €2 δισεκατομμύρια.
- Η τουριστική βιομηχανία επέδειξε φοβερή ανθεκτικότητα και ευελιξία και απέδειξε σε όλους, τον καταλυτικό ρόλο που θα μπορούσε να διαδραματίσει στην προσπάθεια που έπρεπε να καταβάλει η χώρα μας για να ορθοποδήσει, μετά το πλήγμα που δέχθηκε.

8

- Αυτά τα χαρακτηριστικά εξέπληξαν ακόμη και τους δανειστές μας, οι οποίοι αν και διέβλεψαν και κατέγραψαν εξ αρχής τη δυναμική και προοπτική της τουριστικής μας βιομηχανίας, δεν υπολόγισαν την ανθεκτικότητά της.
- Δεν διεκδικούμε τα εύσημα γι' αυτή την επιτυχία. Η προσπάθεια που καταβλήθηκε για να αντιμετωπιστούν οι έκτακτες συνθήκες που διαμορφώθηκαν στον τόπο μας, υπήρξε συλλογική και οι ενέργειες συντονισμένες. Προωθήθηκαν πολεοδομικά κίνητρα για εμπλουτισμό και ανακαινίσεις ξενοδοχειακών μονάδων, υλοποιήθηκαν έργα υποδομής, ελευθεροποιήθηκαν πτήσεις, έγιναν διπλωματικές κινήσεις προς διάφορες αγορές και πολλά άλλα.

## Η ανοδική πορεία 2014 - 2018

- Η συλλογικότητα, η αποφασιστικότητα, οι πιο γρήγορες διαδικασίες στη λήψη αποφάσεων και η καλή συνεργασία των δυνάμεων της τουριστικής βιομηχανίας και του κράτους, ήταν τα στοιχεία που συνέβαλαν στην ουσιαστική ανάκαμψη του τουρισμού μας τα επόμενα χρόνια.
- Το 2014 έκλεισε με αύξηση των αφίξεων της τάξης του 1,5%. Σήμερα μπορεί να θεωρείται μικρή, όμως υπό τις συνθήκες μνημονίου, ανασφάλειας και αβεβαιότητας που συνέχιζαν να επικρατούν, ήταν πάρα πολύ σημαντική.

9

- Ακολούθησαν τέσσερις πολύ θετικές χρονιές. Αύξηση αφίξεων 8,9% το 2015, 19,8% το 2016, 14,6% το 2017, 7,8% το 2018. Συνολικά, την πενταετία 2014 – 2018 οι αφίξεις αυξήθηκαν πέραν του 60%, φτάνοντας το 2018 στα 3,9 εκατομμύρια επισκέπτες.

10

- Βελτίωση παρουσίασαν και οι χειμερινοί μήνες, καταγράφοντας σε αρκετές περιπτώσεις αύξηση αφίξεων μεγαλύτερη από την αντίστοιχη της θερινής περιόδου. Για παράδειγμα, οι αφίξεις το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2018 ήταν αυξημένες κατά 29,3% έναντι της αντίστοιχης περιόδου του 2017, ενώ η αύξηση όλης της χρονιάς ήταν, όπως ήδη αναφέραμε 7,8%.

- Αν και μικρότερη, σε σύγκριση με τα προηγούμενα χρόνια, θεωρούμε την αύξηση του 2018 πολύ σημαντική. Γιατί επιτεύχθηκε μέσα σε πολύ διαφορετικές και πιο δύσκολες συνθήκες.

11

- Περιορισμένη αύξηση των αφίξεων από την πιο σημαντική αγορά, του Ηνωμένου Βασιλείου και σημαντική μείωση των αφίξεων από τη δεύτερη πιο σημαντική αγορά από την οποία αντλούμε επισκέπτες, τη Ρωσική.
- Δυναμική επάνοδος στο προσκήνιο ανταγωνιστικών μας προορισμών, όπως η Τουρκία, η Αίγυπτος και η Τυνησία, οι οποίοι τα προηγούμενα χρόνια αντιμετώπισαν σοβαρά προβλήματα.

12

- Το γεγονός ότι κατορθώσαμε να κλείσουμε τη χρονιά με αυξημένες αφίξεις σχεδόν κατά 8%, επιβεβαιώνει, μεταξύ άλλων, την ικανότητά μας να προσελκύουμε επισκέπτες από νέες αγορές και να μειώνουμε σταδιακά την εξάρτησή μας από πιο παραδοσιακές αγορές.

## Οι προκλήσεις 2019 – 2020

- Στόχος της τουριστικής μας βιομηχανίας για το 2019, ίσως και για το 2020, θα πρέπει να είναι η σταθεροποίηση στα ικανοποιητικά επίπεδα στα οποία ανήλθε τα τελευταία χρόνια και να διατηρήσουμε τα κεκτημένα.
- Τα πρώτα μηνύματα για το τρέχον έτος, παρά την αύξηση αφίξεων που καταγράφηκε τον Ιανουάριο και τον Φεβρουάριο (+5,7%), δείχνουν ότι τα φαινόμενα που συγκράτησαν την ανοδική τάση του τουρισμού μας το 2018, ενδέχεται να είναι φέτος ακόμη πιο έντονα.
  - Η αβεβαιότητα που συνεχίζει να προκαλεί σε ευρωπαϊκό, αλλά και σε παγκόσμιο επίπεδο, η επικείμενη -με ή χωρίς συμφωνία- έξοδος της Βρετανίας από την Ευρωπαϊκή Ένωση.
  - Η εξασθένηση της συναλλαγματικής ισοτιμίας του ρουβλιού έναντι του ευρώ η οποία ενδέχεται να περιορίσει τον εξερχόμενο τουρισμό ή να διαφοροποιήσει τις επιλογές των Ρώσων περιηγητών.
  - Οι έντονες προσπάθειες της Τουρκίας, της Αιγύπτου και άλλων προορισμών της περιοχής να καταστούν ξανά ανταγωνιστικοί στον τομέα του τουρισμού. Η υποτίμηση της τούρκικης λίρας και οι γενναιόδωρες επιδοτήσεις που δίνονται για πτήσεις προς τους τουριστικούς προορισμούς της Τουρκίας, έχουν ενισχύσει σημαντικά την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού της προϊόντος.
- Στους πιο πάνω παράγοντες, θα πρέπει να προσθέσουμε τη σημαντική αύξηση του ενεργειακού κόστους, το οποίο επηρεάζει αεροπορικές εταιρείες και ξενοδοχειακές μονάδες, πλήττοντας καίρια την ανταγωνιστικότητα του τουριστικού μας πακέτου καθώς επίσης και τον αθέμιτο ανταγωνισμό από μη αδειούχα καταλύματα τύπου Airbnb κλπ.

## Μακροπρόθεσμη στρατηγική και στόχοι

13

- Η προσπάθειά μας σε αυτή τη μεταβατική περίοδο, θα πρέπει να επικεντρωθεί στη συνολική **ποιοτική** αναβάθμιση του τουριστικού μας προϊόντος. Αυτό καταδεικνύουν τα στοιχεία για τα έσοδα, τα οποία αν και αυξημένα, δεν ακολούθησαν την ανοδική τάση των αφίξεων.
- Αυτό είναι ένα προειδοποιητικό μήνυμα που σχετίζεται πρωτίστως με τη δυνατότητα μας να προσελκύνουμε επισκέπτες ψηλών εισοδημάτων.
- Οι διακοπές πρέπει πλέον να αντιμετωπίζονται ως μια **ολιστική εμπειρία** η οποία διαμορφώνεται από ένα πλήθος εντυπώσεων και εμπειριών. Από το επίπεδο ενός ευρύτατου φάσματος υπηρεσιών, όπως τα αεροδρόμια, το κατάλυμα, η εστίαση, η διασκέδαση, οι συγκοινωνίες, αλλά και η ποιότητα και ο επαγγελματισμός του προσωπικού σε όλα τα πεδία εξυπηρέτησης.
- Με την εξέλιξη του **διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής δικτύωσης**, ο κάθε επισκέπτης μπορεί να συμβάλει θετικά ή και αρνητικά στην εικόνα ενός προορισμού. Με αυτό τον τρόπο λειτουργεί στη σημερινή εποχή η διάδοση από στόμα σε στόμα και η επίδρασή της είναι σαφώς πιο ισχυρή σε σχέση με το παρελθόν, ιδιαίτερα αν ληφθεί υπόψη η επιρροή των λεγόμενων **influencers**.
- Στην προσπάθειά μας για να πετύχουμε τον στόχο της ποιότητας, ως ΠΑΣΥΞΕ, πιστεύουμε πως είναι σημαντικό να ακολουθήσουμε τις εξής κατευθύνσεις:
  - Άμεση εφαρμογή του νέου Θεσμικού Πλαισίου Κατηγοριοποίησης Ξενοδοχείων, μέσω του οποίου θα ενισχυθεί η προσπάθεια για εκσυγχρονισμό και αναβάθμιση των ξενοδοχειακών μας μονάδων.
  - Ολοκλήρωση μεγάλων έργων υποδομής.
  - Αξιοποίηση ταχύρρυθμων προγραμμάτων κατάρτισης, με έμφαση στους νέους άνεργους για την ποιοτική αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών από εξειδικευμένο προσωπικό.
  - Ανάπτυξη θεματικού τουρισμού με εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες.

14

- Η ποιοτική αναβάθμιση και ο εμπλουτισμός του τουριστικού μας προϊόντος, θα συμβάλουν καταλυτικά στις προσπάθειές μας για επέκταση σε νέες αγορές με στόχο την περαιτέρω επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και καθιέρωση της Κύπρου ως ολόχρονου προορισμού.

## ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

### Γιατί πετύχαμε;

15&16

- Γιατί σε συνθήκες κρίσης ο τουρισμός απέδειξε ξανά –όπως και μετά το 1974– ότι είναι ένας αξιόπιστος και σταθερός βραχίονας οικονομικής ανάπτυξης, ο οποίος προσελκύει επενδύσεις, προσφέρει θέσεις εργασίας, αυξάνει τα έσοδα του κράτους.
- Όπως είχα πει σε μια προηγούμενη ομιλία μου «Η χώρα μας είναι καταδικασμένη να είναι ένας ελκυστικός τουριστικός προορισμός».

17

- Γιατί κάτω από την πίεση που δημιουργούσαν οι δυσμενείς οικονομικές συνθήκες, κράτος και ιδιωτικός τομέας, βρήκαμε λύσεις, εργαστήκαμε και συνεργαστήκαμε άψογα, δημιουργικά αποτελεσματικά.
- Γιατί υλοποιήσαμε σχεδιασμούς που για χρόνια έμεναν στα χαρτιά, γιατί προσέκρουαν σε γραφειοκρατικές διαδικασίες και στρεβλώσεις του κράτους και των υπηρεσιών του.
- Προϋπόθεση επιτυχίας αυτής της προσπάθειας, αποτελεί η συνέχιση και εντατικοποίηση της μεταρρυθμιστικής προσπάθειας για μετεξέλιξη της χώρας μας σε ένα σύγχρονο και ανταγωνιστικό κράτος.
- Σημαντική παράμετρο αυτής της μεταρρύθμισης, για τη δική μας βιομηχανία, αποτελεί ασφαλώς η δημιουργία του Υφυπουργείου Τουρισμού.
- Στα δύσκολα τα καταφέραμε. Οι επιδόσεις των τελευταίων χρόνων δείχνουν τον τρόπο με τον οποίο πρέπει να συνεχίσουμε να εργαζόμαστε και να επενδύουμε στην τουριστική μας βιομηχανία.

18

- Οι λέξεις-κλειδιά είναι **αποτελεσματικότητα και ευελιξία** στον τρόπο λειτουργίας και συνεργασίας κράτους και επιχειρήσεων, **ποιότητα** όσον αφορά το τουριστικό προϊόν, **αξιοποίηση της τεχνολογίας** όσον αφορά τις νέες τάσεις και ανάγκες της παγκοσμιοποιημένης τουριστικής αγοράς.