

## **JBR HELLAS LTD.**

*Business Consultants*

A member of Horwath

Franchise Consulting Services

Group in association with Eversheds

31, Voukourestiou str.

106 73 Athens, Greece

Tel. +30-210-36 05 002

Fax. +30-210-36 06 935

[www.jbrhellas.gr](http://www.jbrhellas.gr)



### **Dr. Άρης Ίκκος**

*Ο κ. Ίκκος είναι Γενικός Διευθυντής της JBR Hellas. Η JBR Hellas είναι εταιρεία Συμβούλων Επιχειρήσεων σε θέματα στρατηγικής και χρηματοοικονομικών. Ειδικεύεται σε τουριστικά projects και είναι μέλος του διεθνούς ομίλου συμβούλων Horwath, που είναι παγκόσμιος leader σε θέματα τουρισμού.*

### **Τουριστικό Marketing και Επενδύσεις στο Ντουμπάι και στην Ελλάδα**

Στο τεύχος Μαΐου του περιοδικού Hotels αναφέρεται ότι το Ντουμπάι έχει 23.000 δωμάτια, δέχεται ετησίως 5 εκατομμύρια επισκέπτες με έντονες ανοδικές τάσεις, και για 100 μέρες τον χρόνο διώχνει τους πιθανούς πελάτες ελλείψει δυνατότητας φιλοξενίας τους, ενώ – την ίδια περίοδο – τα παραθαλάσσια ξενοδοχεία έχουν τη δυνατότητα να χρεώσουν super rack rate. Αντίστοιχα η Ελλάδα διαθέτει 320.000 καταγεγραμμένα ξενοδοχειακά δωμάτια (και άγνωστο αριθμό επισήμων και ανεπισήμων ενοικιαζομένων δωματίων), δέχεται ετησίως 13 εκατομμύρια επισκέπτες με πτωτική τάση, και για 120 – 150 ημέρες τον χρόνο τα περισσότερα ξενοδοχεία είναι κλειστά, ενώ σπανίζουν οι περιπτώσεις που οι τιμές πόρτας βρίσκουν εφαρμογή.

Πώς είναι δυνατόν η Ελλάδα που υπερτερεί τόσο σημαντικά του Ντουμπάι, μιας παραθαλάσσιας ερήμου, από πλευράς φύσης, κλίματος, πολιτισμού και ιστορίας να είναι σε τόσο σημαντικά δυσμενέστερη θέση στον τουρισμό; Πολλά μπορούν να ειπωθούν σε ότι αφορά το κόστος, την οργάνωση κλπ. Όμως η σημαντικότερη παράμετρος είναι το marketing. Το marketing που όμως δεν νοείται μόνον ως διαφήμιση και δημόσιες σχέσεις αλλά καλύπτει τα πάντα: από το σχεδιασμό ξενοδοχείων που βρίσκονται μέσα στη θάλασσα και μοιάζουν με ιστιοφόρα (Burj al Arab) και τεχνητών νησιών που από ψηλά μοιάζουν με φύλο φοίνικα (Palm island) ή με την υφήλιο (Globe island) μέχρι την αξιοποίηση του σχετικά φιλελεύθερου προφίλ του Εμιράτου για την καθιέρωσή του ως Συνεδριακού και Επιχειρηματικού προορισμού αλλά και την διαφημιστική χρησιμοποίηση superstars όπως ο Tiger Woods για να προωθηθεί ο τουρισμός golf.

Η λύση ασφαλώς δεν είναι να μιμηθούμε το Ντουμπάι ως προς τις υποδομές του αλλά ως προς το να συνειδητοποιήσουμε ότι μόνο με την αξιοποίηση των στρατηγικών μας πλεονεκτημάτων και τον στρατηγικό και λειτουργικό σχεδιασμό του ελληνικού τουρισμού μπορούμε να ανακτήσουμε το χαμένο έδαφος και να προχωρήσουμε μπροστά. Μέχρι τότε οι μεγάλες ξενοδοχειακές αλυσίδες και άλλοι επενδυτές του τουριστικού χώρου, ευλόγως θα εστιάζουν το ενδιαφέρον τους σε αγορές από τις οποίες θα προσδοκούν πολύ μεγαλύτερες πληρότητες, έσοδα, αποδόσεις και ανάπτυξη.