
Πως το λιμάνι της Θεσσαλονίκης θα ενισχύσει την κρουαζιέρα

2017/11/13 12:06 στην κατηγορία ΓΝΩΜΗ

Το λιμάνι της Θεσσαλονίκης για πάνω από 2300 χρόνια, αποτελεί τον σημαντικότερο λιμένα της Μακεδονίας και ένα από τα σημαντικότερα λιμάνια της Νοτιοανατολικής Ευρώπης.

Η πλεονεκτική γεωγραφική του θέση και οι εξαιρετικές οδικές και σιδηροδρομικές συνδέσεις καθιστούν την Θεσσαλονίκη έναν προορισμό που σε συνεργασία με το Διεθνές Αεροδρόμιο “ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ” (μόλις 16χμ. απόσταση) μπορεί να κοιτάζει το μέλλον με αισιοδοξία.

Η πρόσφατη ιδιωτικοποίηση του Οργανισμού Λιμένος Θεσσαλονίκης (ΟΛΘ) βάζει τον πήχη πολύ ψηλά, μεταξύ άλλων, και στον τομέα της κρουαζιέρας ακόμα και αν η σημερινές συνθήκες για την ευρύτερη περιοχή είναι αρκετά δύσκολες.

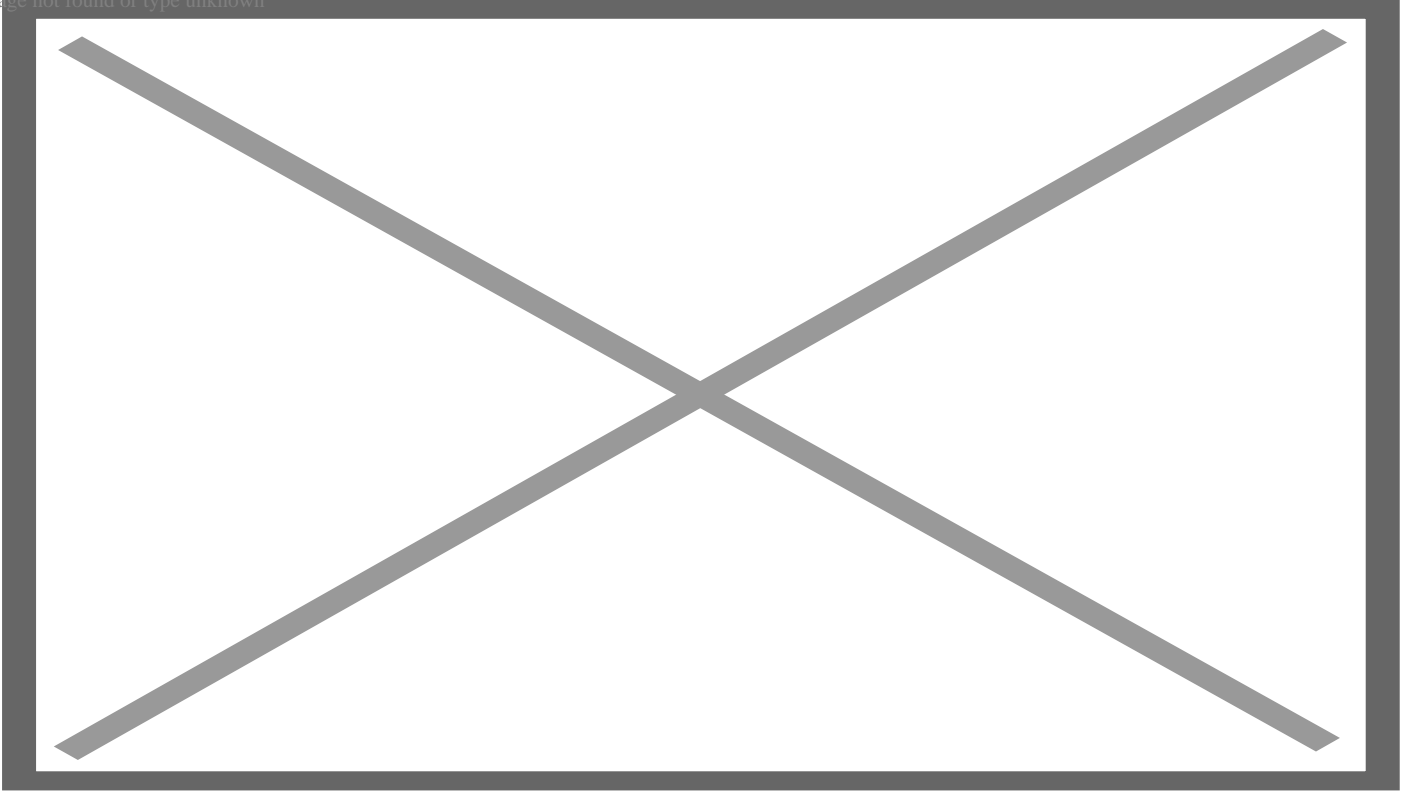
Τα τελευταία χρόνια ο προορισμός Θεσσαλονίκη συνδέεται οδικώς με απευθείας δρομολόγια με τις μεγαλύτερες πόλεις όλων των γειτονικών της χωρών. Με τα Σκόπια να βρίσκονται μόλις 3 ώρες μακριά με πληθυσμό πάνω από 0,5 εκατ., τα Τίρανα 6 ώρες με πληθυσμό πάνω από 0,8 εκατ., την Φιλιππούπολη σε απόσταση 5 ωρών και πληθυσμό 0,4 εκατ. και φυσικά με την Κωνσταντινούπολη που σε 6,5 ώρες γεφυρώνει την χώρα μας με 15 εκατ. πληθυσμό.

Επίσης, οι άριστες υποδομές του αεροδρομίου αλλά και η ενεργή στρατηγική της Fraport Greece κάνουν ακόμα πιο εύκολη την πρόσβαση στην Θεσσαλονίκη από όλες τις ευρωπαϊκές, και όχι μόνο, πρωτεύουσες της Ευρώπης.

Εκτίμηση είναι ότι **το 2017 θα υπάρξει σημαντική διψήφια αύξηση** στους επισκέπτες που θα περάσουν από το αεροδρόμιο με το νούμερο αυτό να αυξάνετε γεωμετρικά τα επόμενα χρόνια.

Η Θεσσαλονίκη ως κρουαζιερικός προορισμός είναι γνωστός στις εταιρείες κρουαζιέρας καθώς **πάνω από 30 κρουαζιερόπλοια μέσω όρο** (στοιχεία 2014-2016) επισκέπτονται το λιμάνι κάθε χρόνο. Φυσικά η σημερινή κατάσταση στην ευρύτερη περιοχή είναι πολύ δύσκολη, αλλά καθώς οι εξελίξεις τρέχουν ραγδαία θα πρέπει ο προορισμός να εκμεταλλευτεί όλες τις πιθανές ευκαιρίες για να προσελκύσει, τα επόμενα χρόνια, περισσότερα και μεγαλύτερα κρουαζιερόπλοια.

Image not found or type unknown



Ο λιμένας διαθέτει όλες τις απαραίτητες υποδομές σε ξηρά και θάλασσα για να μπορέσει να ανταπεξέλθει σε μια πιθανή αύξηση κινήσεων αλλά είναι σίγουρο ότι οι και νέοι διαχειριστές θα κάνουν ότι είναι απαραίτητο για να βελτιωθούν ακόμα περισσότερο οι υποδομές.

Όταν γίνει περαιτέρω ανάλυση στα παγκόσμια στατιστικά της κρουαζιέρας αυτά δείχνουν μια σταθερή άνοδο που με οδηγό τις εξελίξεις στην Ασία θα υπάρξει μια προσθήκη **για το 2017 τουλάχιστον 2,37 εκατ. νέων επιβατών φτάνοντας στους 25,3 εκατ.** (στοιχεία CLIA) μια αύξηση της τάξεως του 10,35%.

Οι προγραμματισμένες ναυπηγήσεις για τα επόμενα χρόνια (2018-2026) ξεπερνούν τις 78 με επιπλέον 227.000 κρεβάτια να προστίθενται στο δυναμικό των εταιρειών καθιστώντας τον κλάδο ως τον ταχύτερα τουριστικά αναπτυσσόμενο.

Στην αντίθετη πλευρά η Ελλάδα, όπου οι εξελίξεις και η κακή ψυχολογία που έχει αναπτυχθεί στην γειτονική Τουρκία οδηγούν τις προσεγγίσεις με μια διαφαινόμενη μείωση για το 2017 στο -20%.

Σχεδόν όλα τα λιμάνια του Αιγαίου θα έχουν μειώσεις και αυτό οφείλεται από την μία στην επιλογή των εταιρειών να αλλάξουν συνολικά τα προγραμματισμένα δρομολόγια αποφεύγοντας συνολικά την περιοχή αλλά και από την άλλη, η έλλειψη στρατηγικής από πλευράς μας που δεν δίνει την δυνατότητα με “συγκεκριμένες κινήσεις” να αλλάξει αυτή η κακή ψυχολογία.

Ένα ενδιαφέρον παράδειγμα είναι οι γερμανόφωνες εταιρείες κρουαζιέρας που τα τελευταία δύο χρόνια μερικές από αυτές επέλεξαν να αποσύρουν τα πλοία τους από την ανατολική Μεσόγειο δρομολογώντας τα για πρώτη φορά στην Γερμανία και μάλιστα για κρουαζιέρες όλο τον χρόνο.

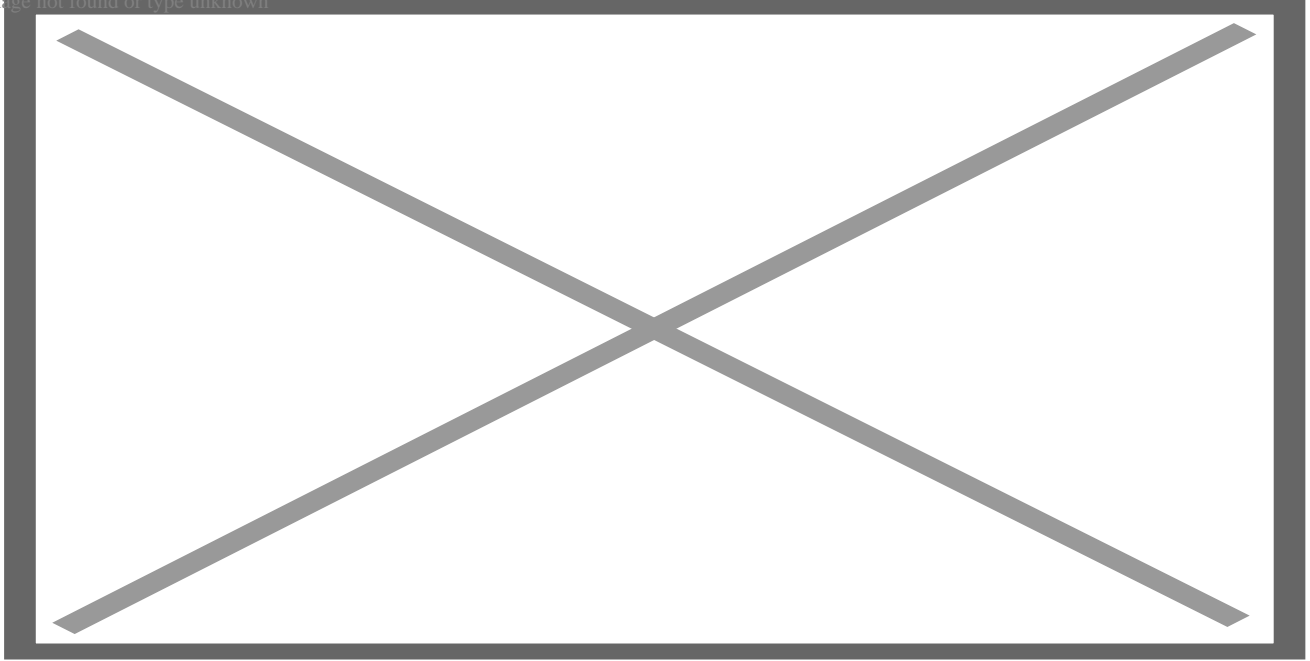
Η ανάλυση δείχνει ότι δειλά-δειλά οι γερμανόφωνες εταιρείες θα επιστρέψουν πίσω στην περιοχή αφού το 2018 υπάρχει τουλάχιστον μια γερμανόφωνη εταιρεία που θα κάνει περιορισμένα Homeport από λιμάνι της Τουρκίας.

Η ανάλυση που έγινε από την Five Senses Consulting οδηγεί στο συμπέρασμα ότι **ο προορισμός Θεσσαλονίκη μπορεί και πρέπει να σχεδιάσει και εκτελέσει ένα στρατηγικό σχέδιο προσέγγισης** αυτών των εταιρειών επικουρούμενο από όλους τους τοπικούς φορείς αλλά και από το αεροδρόμιο της πόλης.

Το αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης έχει δείξει σοβαρά σημάδια βελτίωσης των μεγεθών του με τα στοιχεία να μιλούν για αύξηση της τάξεως του 22,8% (Ιανουάριος – Ιούλιος 2016 & 2017 από 1,7 σε 2,1 εκατ. επιβάτες, αντίστοιχα) με αυξημένη την κίνηση από Γερμανία με 14 εταιρείες να πετούν σχεδόν καθημερινά από 19 προορισμούς.

Είναι λοιπόν άμεσα κατανοητό ότι η καλή διασύνδεση της Θεσσαλονίκης με τις περισσότερες πόλεις της Γερμανίας και η **πιθανή διασύνδεση της με το κρουαζιερικό προϊόν** μπορεί να βοηθήσει τα μέγιστα σε μια προσπάθεια ανάπτυξης ενός νέου προϊόντος.

Επίσης, πρέπει να αναφέρουμε ότι η Θεσσαλονίκη σε σχέση με πχ. την Αντάλεια είναι κοντύτερα από το Αμβούργο κατά 700 χλμ. (Αμβούργο-Θεσσαλονίκη 1730 χλμ. vs Αμβούργο-Αντάλεια 2435 χλμ.) με ότι αυτό συνεπάγεται για το κόστος καυσίμων και τους χρόνους που απαιτούνται για τις πτήσεις (Αμβούργο – Θεσσαλονίκη 2 ώρες και 45 λεπτά vs Αμβούργο – Αντάλεια 3 ώρες και 50 λεπτά).



Ένα μόνο νέο Homerport στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης με operation 20 εβδομάδων (15 Μαΐου-15 Οκτωβρίου) ενός πλοίου 2.500 επιβατών θα επέφερε, γενικότερα, **πάνω από 13,5 εκατ. τζίρο**, πού με μια ήπια μόχλευση x 2.5 θα μπορούσε να φτάσει πάνω από τα 33εκ. Ευρώ μόνο για τον προορισμό της Θεσσαλονίκης (2500 επιβάτες x 2 επιβίβαση/αποβίβαση X 20 εβδομάδες X 135* έξοδα/επιβάτη = 13.5 εκ. ευρώ).

Το παραπάνω ποσό θα μπορούσε να μοχλευτεί x4 αν η Ελλάδα ήταν πιο φιλική στους φόρους και το ΦΠΑ της.

Επίσης αν το πλοίο επισκεπτόταν και άλλα ελληνικά λιμάνια θα άφηνε στο καθένα επιπλέον 3 εκατ. ευρώ (2500 x 20 x 60**= 3 εκατ.) ανά προορισμό (7,5 εκατ. με την μόχλευση) συμβάλλοντας έτσι άμεσα στην ανάπτυξη και άλλων περιοχών της Ελλάδας.

Το προτεινόμενο σχέδιο κυκλικών ταξιδιών θα έχει την μορφή της διαδρομής πεταλούδας (Butterfly Itinerary) όπου το πρόγραμμα της πρώτης εβδομάδας θα εναλλάσσεται με μία διαφορετική διαδρομή την δεύτερη εβδομάδα, δίνοντας έτσι την δυνατότητα σε κάποιον να κάνει κρουαζιέρα 2 εβδομάδων σε διαφορετικά μέρη.

*** Βάση στατιστικών στοιχείων ο κάθε επιβάτης Homerport ξοδεύει 135 ανά/άτομο στον προορισμό εκκίνησης.**

**** Ο κάθε επιβάτης Transit ξοδεύει 60 ανά/άτομο στον κάθε προορισμό που επισκέπτονται.**

Aegean Anthem Cruise

Week 1 Itinerary

Week 2 Itinerary

Day 1	Θεσσαλονίκη	Επιβίβαση Αναχ. 20:00	Απόσταση μίλια	Θεσσαλονίκη	Επιβίβαση Αναχ.20:00	Απόστα μίλια
Day 2	Βόλος	06:00-18:00	141,8	Μυτιλήνη	09:30-17:00	204
Day 3	Πειραιάς	06:30-18:00	185,95	Μύκονος	06:30-18:00	115,5
Day 4	Σούδα	07:00-17:00	156	Μπόντρουμ	07:00-17:00	116
Day 5	Σαντορίνη	07:00-18:00	82,65	Σητεία	06:30-17:00	194,5
Day 6	Κουσάντασι	07:00-17:00	152,55	Ρόδος	06:30-17:00	206
Day 7	Λήμνος	07:00-17:00	195	Χίος	07:00-17:00	187
	Θεσσαλονίκη	Αποβίβαση 07:00	155	Θεσσαλονίκη	Αποβίβαση 08:00	22

Η πρόταση περιέχει αρκετούς νέους, σχετικά, προορισμούς αλλά και κλασικούς που θα αυξήσουν το ενδιαφέρον των επιβατών αλλά και ένα λιμάνι σε κάθε ταξίδι εκτός Σέγγκεν για την απαραίτητη από φορολογικής άποψης λειτουργία σε καύσιμα, προμήθειες και καταστήματα.

Εναλλακτικά ή/και συνδυαστικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν τα λιμάνια της Σκιάθου, της Ύδρας της Πάρου, της Νάξου και της Σαμοθράκης.

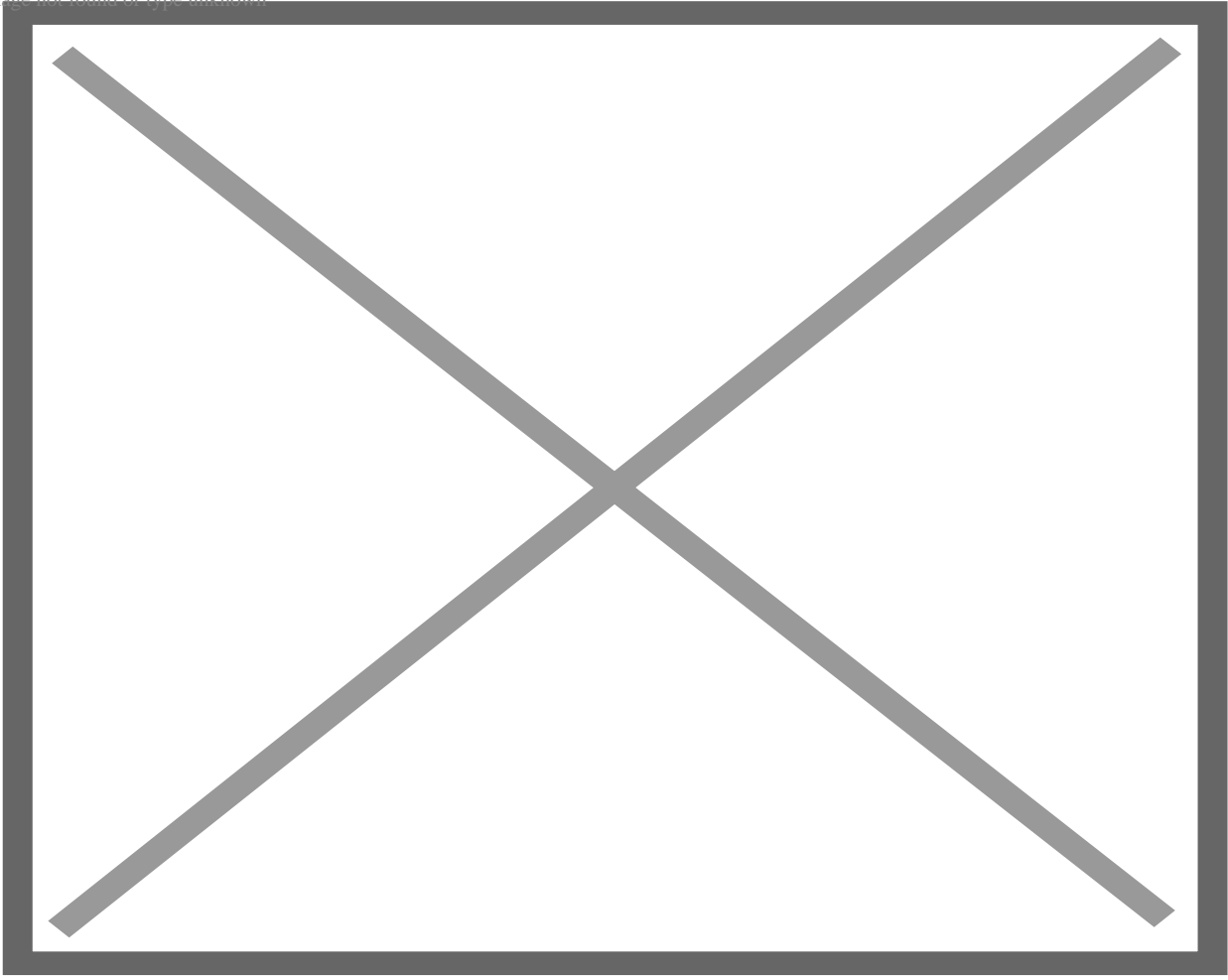
Επίσης θα μπορούσαν **να αξιοποιηθούν και τα αεροδρόμια/λιμάνια της Ρόδου αλλά και των Χανίων** σε περίπτωση που η εταιρεία κρουαζιέρας αποφασίσει να κάνει Interporting δηλαδή μερική επιβίβαση από επιπλέον προορισμούς.

Για να μπορέσει το παραπάνω σχέδιο να έχει ποσοστά επιτυχίας, θα πρέπει να μπει σε άμεση προτεραιότητα από την νέα διοίκηση του λιμανιού καθώς χρειάζεται χρόνος, επιμονή και επαγγελματισμός για την ωρίμανση του. Θα πρέπει, επίσης να υπάρξει άμεση συνεργασία όλων των φορέων του προορισμού αλλά και του αεροδρομίου που πρέπει να παίξει ενεργό ρόλο στις όποιες συζητήσεις και διαπραγματεύσεις που θα καθορίσουν και το τελικό κόστος των προσφερόμενων υπηρεσιών.

Η ανάπτυξη της κρουαζιέρας χρειάζεται στρατηγικό σχέδιο, υπομονή αλλά και επιμονή στους στόχους. Χρειάζεται ένα όραμα που θα διαμοιραστεί σε όλους τους εμπλεκόμενους φορείς και θα γίνει πράξη βήμα-βήμα.

Πρέπει, τέλος, να υπάρξει μια συγκεκριμένη στρατηγική προσδιορισμού των εμπειριών που θα βιώνουν οι επισκέπτες μας και μέσω έξυπνων συστημάτων να τους δίνουμε την δυνατότητα να προβάλουν αυτές τους τις εμπειρίες στα κοινωνικά δίκτυα. Μόνο έτσι θα μπορέσουμε να έχουμε προσδοκία για θετικότερα μεσο-μακροπρόθεσμα αποτελέσματα που θα μπορέσουν να ανατρέψουν την σημερινή δύσκολη κατάσταση.

Image not found or type unknown



Γιάννης Μπρας,

CEO Five Senses Consulting

(Research assistant: Γεωργία Δώδου)