



ΓΡΑΦΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ & ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ
ΣΕΟΥΛ

Διμερείς Τουριστικές Σχέσεις Ελλάδας - Νοτίου Κορέας

- Από πλευράς προοπτικών Νοτίου Κορέας, ο τουριστικός τομέας είναι ένας από τους δυναμικότερους αλλά και τους πλέον αναξιοποίητους.
- Οι 50-55.000 Κορεάτες επισκέπτες που κατ'εκτίμηση υποδεχόμαστε ετησίως αποτελούν την κορυφή του παγόβουνου σε ότι αφορά τις δυνατότητες της χώρας μας. Είναι εξαιρετικά σημαντικό να ξεπεράσουμε τους 100.000 τουρίστες ώστε να επιτύχουμε την τακτική απευθείας διασύνδεση Αθήνας-Σεούλ με πτήσεις της Korean Air.
- Η ετήσια συμμετοχή στην Διεθνή Έκθεση Τουρισμού της Σεούλ έχει ξεπεραστεί ως εργαλείο προβολής και προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος.
- Σε πρώτη φάση απαιτείται ακριβής καταγραφή του αριθμού των Κορεατών επισκεπτών και η χρονική κατανομή τους εντός του έτους.
- Στη συνέχεια, προτείνεται η κατάρτιση ανανεούμενων τριετών προγραμμάτων, με έμφαση σε συγκεκριμένους τομείς θεματικού τουρισμού, εστιασμένες εκδηλώσεις στην Κορέα και αντίστοιχα fam trips στην Ελλάδα.
- Θα πρέπει επίσης να δοθεί προτεραιότητα στην προσέλκυση γυρισμάτων Κορεατικών τηλεοπτικών και κινηματογραφικών εκπομπών στην χώρα μας.

Ολοκληρώθηκε με επιτυχία η συμμετοχή της χώρας μας με εθνικό περίπτερο του ΕΟΤ στην Διεθνή Έκθεση Τουρισμού της Σεούλ SITIF 2019 (6-9 Ιουνίου). Το Ελληνικό Περίπτερο των 60 τ.μ. ήταν καλαίσθητο και είχε αξιόλογη επισκεψιμότητα τόσο από το Κορεατικό κοινό όσο και από επαγγελματίες. Εκτός από τους εκπροσώπους του ΕΟΤ, στο Περίπτερο συμμετείχαν ως συνεκθέτες η Περιφέρεια Κρήτης, η Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας, η πόλη της Καβάλας και το ταξιδιωτικό γραφείο ARGO TRAVEL GROUP. Όλοι οι συνεκθέτες έμειναν ικανοποιημένοι από τις επαφές τους με Κορεάτες επαγγελματίες του χώρου, γεγονός που δεν προκαλεί έκπληξη, καθώς η Ελλάδα είναι ένας τουριστικός προορισμός που ενδιαφέρει τους Κορεάτες ταξιδιώτες.

Δεν είναι τυχαίο ότι οι επισκέπτες της χώρας μας από την Κορέα έχουν πολλαπλασιασθεί τα τελευταία χρόνια, ξεκινώντας βέβαια από μηδενική σχεδόν βάση.

Με μέριμνα του Γραφείου ΟΕΥ Σεούλ, προγραμματίστηκε σειρά συναντήσεων με ταξιδιωτικά γραφεία, τουριστικούς πράκτορες θρησκευτικού τουρισμού, τηλεοπτικά κανάλια και εταιρείες δημοσίων σχέσεων, στις οποίες συμμετείχαν από ελληνικής πλευράς εκπρόσωποι του ΕΟΤ συνοδευόμενοι από τον υπογράφοντα. Σε γενικές γραμμές, το μήνυμα που λάβαμε είναι ότι η χώρα μας παρουσιάζει μεγάλο ενδιαφέρον για το Κορεατικό κοινό ως ταξιδιωτικός προορισμός, πλην όμως το ενδιαφέρον αυτό δεν καλλιεργείται και δεν αναπτύσσεται λόγω της παντελούς έλλειψης Προγράμματος Προβολής και Προώθησης του Ελληνικού τουρισμού στη Νότιο Κορέα.

Κατά την συνάντησή μας με τον εκπρόσωπο της HANJIN Travel, μας παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα των τεσσάρων απευθείας πτήσεων charter Σεούλ-Αθηνών της Korean Air στις 26/4, 3/5, 10/5 και 17/5. Τα πακέτα των ταξιδιών διατέθηκαν μέσω κυρίως home shopping και οι πτήσεις εμφάνισαν πληρότητα 97%. Συνολικά 840 Κορεάτες επισκέφτηκαν την χώρα μας με τις πτήσεις charter (το φθινόπωρο πραγματοποιήθηκαν άλλες τρεις πτήσεις, ανεβάζοντας τον αριθμό των Κορεατών που επισκέφτηκαν την Ελλάδα με απευθείας πτήσεις charter το 2019 στους 1.500 περίπου). Ως αιτία για το μειωμένο ενδιαφέρον της εταιρείας να αυξήσει τα δρομολόγια απευθείας σύνδεσης, το αρμόδιο για τις πτήσεις charter στέλεχος της Hanjin Travel μας ανέφερε την μη εκπλήρωση από ελληνικής πλευράς των δεσμεύσεων συνχρηματοδότησης της διαφήμισης των ανωτέρω πακέτων.

Προκειμένου να εστιασθεί περαιτέρω η στόχευση της μελλοντικής προσπάθειας προώθησης και προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Κορέα, απαιτείται σε πρώτη φάση η επανασχεδίαση του ελληνικού περιπτέρου με βάση τη νοοτροπία και τις προσδοκίες των δυνητικών Κορεατών επισκεπτών. Το εγχείρημα αυτό θα πρέπει να ξεκινήσει ένα τουλάχιστον εξάμηνο πριν την συμμετοχή στην έκθεση και να περιλάβει τον χωρισμό του ελληνικού περιπτέρου σε θεματικές ενότητες, ελκυστικές στους Κορεάτες. Καθώς ο ήλιος και η θάλασσα δεν αποτελούν προτεραιότητα εδώ, προτείνεται η προβολή του θεματικού, περιηγητικού, αρχαιολογικού, θρησκευτικού, ιαματικού κλπ. τουρισμού. Η στόχευση αυτή έχει επίσης το ιδιαίτερα επιθυμητό για εμάς αποτέλεσμα της επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου, όπως υποδηλώνεται και από το μήνυμα που χαρακτήριζε το περίπτέρό μας. Οι ιδιώτες συνεκθέτες θα πρέπει να παρουσιάζουν πακέτα προσαρμοσμένα στην λογική αυτή και στην περιορισμένη διάρκεια διακοπών των Κορεατών επισκεπτών.

Προτείνεται η κατάργηση των προωθητικών φυλλαδίων και η ανάπτυξη διαδραστικών ψηφιακών εφαρμογών, τις οποίες θα “κατεβάζουν” στα κινητά τους τηλέφωνα οι επισκέπτες του περιπτέρου και θα τους μεταφέρουν μια εντύπωση εμπειρίας της κάθε θεματικής ενότητας.

Επίσης, για να τονωθεί το ενδιαφέρον, η προσέλευση και η διαδραστικότητα του περιπτέρου, θα μπορούσαν κάθε μία ώρα να λαμβάνουν χώρα διαγωνισμοί (για παράδειγμα: Ποιος μπορεί να τοποθετήσει τα Μετέωρα ή τη Βεργίνα πάνω στο χάρτη της Ελλάδας;) με μικρά δώρα, όπως ένα μπουκάλι κρασί ή ένα βαζάκι πάστας ελιάς, ώστε ταυτόχρονα να στηρίζουμε και να καταστήσουμε γνωστότερα επώνυμα προϊόντα μας που βρίσκονται ήδη στην αγορά.

Το Υπουργείο Τουρισμού, σε συνεργασία με την Γενική Γραμματεία Ενημέρωσης και Επικοινωνίας του Υπουργείου Ψηφιακής Πολιτικής, Τηλεπικοινωνιών και Ενημέρωσης προτείνεται να καταρτίσουν στρατηγικό πλάνο και να προβούν, με την στήριξη της Πρεσβείας, σε παφές και συναντήσεις με τηλεοπτικά κανάλια και παραγωγούς οπτικοακουστικού υλικού (content) της Κορέας. Δεν υφίσταται καλύτερη προώθηση στη Νότιο Κορέα από την προβολή τηλεοπτικών εκπομπών και ταινιών με οπτικές αναφορές στην χώρα μας, η οποία εξάλλου είναι υπερπλήρης αξιοθεάτων με ευθείες αναφορές στην εκπαιδευτική εμπειρία των Κορεατών (ιστορία, μυθολογία, θρησκεία). Οι ανταγωνίστριες χώρες εξάλλου επιδοτούν γενναιόδωρα και επιδιώκουν επιθετικά την προσέλκυση των παραγωγών αυτών, οι οποίες διαμορφώνουν τάσεις σε επίπεδο που πολλές φορές αποτελούν την ειδοποιό διαφορά ως προς τις τουριστικές ροές.

Θα θέλαμε απλώς εδώ να προσθέσουμε ότι η συμμετοχή, παρότι βέβαια προτιμότερη από την πλήρη απουσία, καθώς αποτελεί μέχρι στιγμής ουσιαστικά την μόνη δράση από Ελληνικής πλευράς για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην Κορέα, δεν αποτελεί αυτοσκοπό. Οι ανταγωνίστριες χώρες (όπως για παράδειγμα η Τουρκία ή η Κροατία) γενικά χρησιμοποιούν την συμμετοχή στην SITIF ως ένα μέσο αρχικής διερεύνησης και απόκτησης κάποιας γνώσης της αγοράς πριν προχωρήσουν στην εφαρμογή συγκεκριμένου εθνικού προγράμματος προώθησης και προβολής, το οποίο, από ένα σημείο και μετά, ενδεχομένως και να μην συμπεριλαμβάνει την εν λόγω συμμετοχή, δίνοντας προτεραιότητα σε πιο εστιασμένες δράσεις.

Επιπλέον, η παρουσία μας στην Κορέα μία φορά ετησίως δεν είναι αρκετή. Θα πρέπει να συνοδευτεί από προσεκτικά σχεδιασμένες και ελεγχόμενου κόστους εστιασμένες δράσεις, κατά προτίμηση στο δεύτερο μισό του έτους. Σε πρώτη φάση προτείνεται η διοργάνωση:

1. Κλειστού workshop ενημέρωσης του ΕΟΤ και ελληνικών ταξιδιωτικών πρακτόρων για την κορεατική τουριστική αγορά και τις ιδιαιτερότητές της, με εκπροσώπους ενός από τους δύο μεγαλύτερους tour operators της Κορέας (HANA Tour ή MODE Tour).
2. Ανοικτή εκδήλωση προβολής-προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, και ιδίως των θεματικών ενοτήτων του περιπτέρου μας στην SITIF, σε εκπροσώπους tour operators & travel agents Κορέας, καθώς και σε εκπροσώπους ΜΜΕ και διαμορφωτών κοινής

γνώμης. Εφόσον υπάρχει σχετικό ενδιαφέρον, το Γραφείο μας θα προβεί σε περαιτέρω εξειδίκευση, ανάλυση και κοστολόγηση της ανωτέρω πρότασης, η οποία ως έχει δεν αναμένεται να ξεπεράσει το ποσό των 20.000 \$ Η.Π.Α. κατά προσέγγιση, το οποίο κρίνεται πολύ λογικό σε σχέση με το προσδοκώμενο αποτέλεσμα. Σε δεύτερη φάση, θα πρέπει να οργανωθεί fam trip επαγγελματιών του κλάδου στην Ελλάδα, διατηρώντας πάντα την έμφαση προβολής και προώθησης των ίδιων θεματικών ενοτήτων.

Σχετικά με την ευρύτερη προβολή και προώθηση του τουριστικού μας προϊόντος στην Κορέα, σημειώνουμε:

1. Την ανάγκη υλοποίησης των δεσμεύσεων που αναλαμβάνουμε ως χώρα, καθώς, σε αντίθετη περίπτωση, χάνεται η αξιοπιστία έναντι της εδώ αγοράς και καθίσταται ιδιαίτερα δυσχερής ακόμη και ο διάλογος με τους επαγγελματίες της.
2. Για τον θρησκευτικό-προσκυνηματικό τουρισμό, προτείνεται η μετάφραση του νέου εντύπου του ΕΟΤ για τα “Βήματα του Αποστόλου Παύλου” στα Κορεατικά και αποστολή του προς εμάς προκειμένου να διανεμηθεί σε εξειδικευμένους επαγγελματίες του κλάδου. Θα μπορούσε επίσης να διοργανωθεί μια εκδήλωση στην Σεούλ για την παρουσίασή του σε επαγγελματίες, Μ.Μ.Ε. και διαμορφωτές κοινής γνώμης, η οποία να ακολουθηθεί από αντίστοιχο ταξίδι εξοικείωσης επιλεγμένων Κορεατών στην χώρα μας.
3. Για τα περιηγητικά ντοκυμαντέρ που γύρισε στην χώρα μας το KBS2TV στις αρχές Μαΐου 2019 σε Θεσσαλία και Κρήτη, απαιτείται να δοθεί η ανάλογη συνέχεια.
4. Την ανάγκη κατάρτισης τριετούς κατ’ ελάχιστο προγράμματος, το οποίο θα συνοδεύεται από συγκεκριμένους στόχους και προϋπολογισμό. Στη συνέχεια, σε συνεργασία με την Πρεσβεία Σεούλ θα προσδιορίζεται ο βέλτιστος τρόπος κατανομής και διάθεσης των χρημάτων, προκειμένου να επιτευχθεί το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Προκρίνεται η συνεργασία με εξειδικευμένες εταιρείες δημοσίων σχέσεων, οι οποίες διαθέτουν την μακροχρόνια εξειδίκευση, τεχνογνωσία και επαφές που δύνανται να εξασφαλίσουν τα ζητούμενα αποτελέσματα. Η Πρεσβεία θα παρακολουθεί επίσης και θα εποπτεύει την εκτέλεση δράσεων ώστε να εξασφαλιστεί η επίτευξη των εκάστοτε στόχων.
5. Εάν δεν είναι δυνατή η κατάρτιση και έγκριση τριετούς προγράμματος, θα μπορούσε να προκριθεί η λύση ετήσιων, κυλιόμενων προγραμμάτων, πάντα βέβαια με τον απαραίτητο προϋπολογισμό. Ούτως ή άλλως, τα προγράμματα αυτά θα πρέπει να είναι δυναμικά και όχι στατικά, στηριζόμενα σε αναλυτικούς απολογισμούς της κάθε δράσης και

συνολικούς ετήσιους απολογισμούς οι οποίοι θα βοηθήσουν στην στοχοθεσία και την αντίστοιχη διαμόρφωση του προγράμματος του επομένου έτους.

6. Από την στιγμή που, επί του παρόντος, η μοναδική μας παρουσία στην εδώ αγορά είναι η συμμετοχή στην Ετήσια Διεθνή Έκθεση Τουρισμού που λαμβάνει χώρα τον Ιούνιο, είναι πλήρως αδόκιμο η συζήτηση για λοιπές δράσεις να έρχεται στο προσκήνιο 2-3 μήνες πριν την Έκθεση. Η προετοιμασία θα πρέπει να ξεκινά αμέσως μετά την ολοκλήρωση της συμμετοχής μας στην Έκθεση και, σε κάθε περίπτωση, όχι αργότερα από τον Σεπτέμβριο ώστε μέχρι το τέλος του εκάστοτε έτους να έχει ολοκληρωθεί η στοχοθεσία και ο προϋπολογισμός δράσεων του επομένου έτους. Με τον τρόπο αυτό, θα καταστεί και δυνατή η έγκαιρη δρομολόγηση και η αποτελεσματική υλοποίησή τους.

Επιπρόσθετα, παρότι κατά γενική παραδοχή, η Νότιος Κορέα αποτελεί μια ταχύτατα αναπτυσσόμενη και ταυτόχρονα ιδιαίτερα ελπιδοφόρα αγορά για το Ελληνικό τουριστικό προϊόν, επισημαίνουμε ότι η απουσία αξιόπιστων απογραφικών στατιστικών στοιχείων για τον αριθμό των εισερχόμενων Κορεατών δημιουργεί πολύ σοβαρά ζητήματα ως προς την περαιτέρω ανάπτυξη της εν λόγω δυναμικής.

Από όσο γνωρίζουμε, η ΕΛΣΤΑΤ διαθέτει τα στοιχεία αυτά έως και τον Ιούνιο του 2016 (είναι διαθέσιμα και μέσω της ιστοσελίδας της στον σύνδεσμο <http://www.statistics.gr/el/statistics/-/publication/STO04/->). Στην συνέχεια, τα μόνα διαθέσιμα στοιχεία είναι εκείνα της Υπηρεσίας Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος, τα οποία όμως, είναι στατιστικά μη σημαντικά και, επομένως, μη αξιοποιήσιμα ως προς τα απόλυτα μεγέθη καθώς αποτελούν ουσιαστικά μια περισσότερο ή λιγότερο αξιόπιστη αποτίμηση της τάσης και όχι μια απογραφή του αριθμού των τουριστών.

Συνεπώς, παρότι γνωρίζουμε ότι ο εισερχόμενος τουρισμός από τη Νότια Κορέα έχει εκτιναχθεί από τους 6.200 επισκέπτες που καταγράφηκαν το 2012, ο αριθμός των 50-55.000 επισκεπτών που συνήθως αναφέρεται για το 2019 προέρχεται πρωτίστως από Κορεατικές πηγές και δεν είναι τεκμηριωμένος από Ελληνικής πλευράς ώστε αποτελεί, στην καλύτερη περίπτωση, μια καλή εκτίμηση του μεγέθους και, στην χειρότερη, μια κατά προσέγγιση υπόθεση.

Σε κάθε περίπτωση, η σαφής και εμπειριστατωμένη γνώση του αριθμού των Κορεατών επισκεπτών αποτελεί βασικότατο εργαλείο άσκησης εξωτερικής τουριστικής πολιτικής, καθώς η αποτελεσματικότητα οποιουδήποτε προγράμματος ή δράσης προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος στην χώρα της Άπω Ανατολής μπορεί να μετρηθεί αποκλειστικά και μόνο μέσω της επίδρασης στην αύξηση του εισερχόμενου τουρισμού, κάτι που είναι αδύνατο να γίνει χωρίς σαφή γνώση της τρέχουσας κατάστασης.

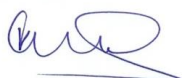
Πιο συγκεκριμένα, κατά την επίσκεψη της τ. Υπουργού Τουρισμού κας Κουντουρά στην Σεούλ στις 16-21 Σεπτεμβρίου 2018, πραγματοποιήθηκε συνάντηση με στελέχη της Korean Air, με αντικείμενο το ενδεχόμενο έναρξης απευθείας αεροπορικής σύνδεσης Σεούλ – Αθήνας. Οι εκπρόσωποι της Korean Air κατέστησαν σαφές ότι η βιωσιμότητα της απευθείας αεροπορικής σύνδεσης προϋποθέτει μια αμφίδρομη ροή 100.000 ατόμων τουλάχιστον ετησίως και ζήτησαν τεκμηριωμένα ιστορικά στοιχεία εισερχόμενων Κορεατών επισκεπτών στην Ελλάδα προκειμένου να εξετάσουν το σχετικό αίτημα. Η αδυναμία μας να τα παράσχουμε έχει ουσιαστικά αδρανοποιήσει τα επιχειρήματα για το πόσο ελκυστική είναι η χώρα μας για τους Κορεάτες επισκέπτες και τις προοπτικές που παρουσιάζει ως τουριστικός προορισμός.

Αντίθετα, και για του λόγου το αληθές, η Πορτογαλία ήταν σε θέση να πιστοποιήσει, με βάση στοιχεία της Εθνικής Στατιστικής της Υπηρεσίας, ότι ο αριθμός των επισκεπτών από τη Νότιο Κορέα ξεπέρασε τους 100.000 κατά το 2016, με αποτέλεσμα την έναρξη απευθείας αεροπορικής σύνδεσης Σεούλ-Λισαβόνας από την Korean Air.

Σημειώνεται ότι η έναρξη απευθείας αεροπορικής σύνδεσης αποτελεί κομβικό σημείο που θα δώσει πολύ σημαντική ώθηση στον εισερχόμενο τουρισμό, δημιουργώντας νέες τάξεις μεγέθους τουριστικών ροών από τη Νότιο Κορέα προς την Ελλάδα, καθώς οι Κορεάτες επισκέπτες προτιμούν σαφώς δρομολόγια με απευθείας πτήση και μάλιστα από δικές τους αερογραμμές. Οπωσδήποτε, η πραγματοποίηση απευθείας πτήσεων charter της Korean Air την άνοιξη (4 δρομολόγια) και το φθινόπωρο (3 δρομολόγια) του 2019 αποτελεί μια θετική εξέλιξη προς την επίτευξη του στόχου μόνιμης απευθείας αεροπορικής σύνδεσης.

Υπό το φως των ανωτέρω, προτείνουμε να δοθεί προτεραιότητα στην εκ νέου σαφή καταγραφή του αριθμού των Κορεατών επισκεπτών και μάλιστα όχι μόνο σε ετήσια αλλά και σε τριμηνιαία τουλάχιστον βάση (η Korean Air ζήτησε στην πραγματικότητα μηνιαία στοιχεία για να εξετάσει την κατανομή της συχνότητας δρομολογίων εντός του ημερολογιακού έτους). Για παράδειγμα, μια ετήσια αύξηση της τάξης των 10.000 επισκεπτών μπορεί να αφορά τουρίστες τον Ιούλιο-Αύγουστο που επισκέπτονται την Σαντορίνη ή κάποια τοποθεσία που προβάλλεται στο τελευταίο K-Drama ή πεζοπόρους που φτάνουν στην χώρα μας την άνοιξη και το φθινόπωρο ως αποτέλεσμα της προβολής περιηγητικού ντοκιμαντέρ “The Mountain” από το Κορεατικό κανάλι KBS2TV.

Ο Προϊστάμενος



Κωνσταντίνος Δίκaros, Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄