

1. ΟΙ ΣΥΜΠΡΑΞΕΙΣ ΘΑ ΒΕΛΤΙΩΣΟΥΝ ΤΗΝ ΑΝΑΓΝΩΡΙΣΙΜΟΤΗΤΑ ΤΗΣ...

Μέσο: ΜΑΚΕΔΟΝΙΑ ΚΥΡΙΑΚΗΣ

Ημ. Έκδοσης: ...22/12/2019 Ημ. Αποδελτίωσης: ...22/12/2019

Σελίδα: 34

Innews AE - Αποδελτίωση Τύπου - <http://www.innews.gr>



Του **Σάκη Παπαδόπουλου**
omorfataxidia@gmail.com

editorial

Οι συμπράξεις θα βελτιώσουν την αναγνωρισιμότητα της Θεσσαλονίκης

Μπορεί η Θεσσαλονίκη να γίνει αναγνωρίσιμη στο εξωτερικό; Ποια είναι τα πλεονεκτήματά που πρέπει να προβληθούν; Έχει να προσφέρει υπηρεσίες και εμπειρίες στον επισκέπτη, ώστε αυτός να μείνει περισσότερες μέρες; Αυτά και άλλα πολλά συζητήθηκαν σε μία ανοιχτή συνάντηση των ανθρώπων του τουρισμού της πόλης, που συγκάλεσε στη Θεσσαλονίκη η Marketing Greece, δηλαδή η σύμπραξη του ΣΕΤΕ με άλλους φορείς του ιδιωτικού τομέα, που δημιουργεί ψηφιακές καμπάνιες για την προβολή της χώρας ή περιοχών της στο εξωτερικό με έναν σύγχρονο τρόπο. Καθώς η Marketing Greece ετοιμάζει μια μεγάλη καμπάνια για τη Θεσσαλονίκη, θέλησε να ακούσει τις απόψεις όχι μόνο των εκπροσώπων των φορέων αλλά και επιχειρηματιών από όλους τους τομείς, που έχουν άμεσο ή έμμεσο ενδιαφέρον για τον τουρισμό. Μεταξύ άλλων στην εκδήλωση παραβρέθηκαν και μίλησαν ο δήμαρχος Θεσσαλονίκης Κωνσταντίνος Ζέρβας, ο τομέάρχης Τουρισμού της περιφέρειας Κεντρικής Μακεδονίας Αλέξανδρος Θάνος και ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ Γιάννης Ρέτσος. Τη συζήτηση συντόνισε η διευθύνουσα σύμβουλος της Marketing Greece Ιωάννα Δρέττα, η οποία ζήτησε τις απόψεις όλων για την τουριστική προοπτική της πόλης, με βάση την εμπειρία του καθενός. Τι είναι αυτό που βρίσκει ο τουρίστας στη Θεσσαλονίκη κυρίως σε επίπεδο εμπειριών, ποια θεωρούν τα πλεονεκτήματα της πόλης, τι δεν αρέσει στους επισκέπτες και όλα αυτά που προφανώς θα βοηθήσουν στη δημιουργία μιας αποτελεσματικής ψηφιακής καμπάνιας. Περίπου δυόμισι ώρες κράτησε η συζήτηση,

καθώς ειπώθηκαν πολλά από πολλούς και το συμπέρασμα είναι πως η πόλη έχει προβλήματα στην καθημερινότητά της π.χ. ΟΑΣΘ, που επηρεάζουν το τουριστικό της προϊόν, έχει όμως και πλεονεκτήματα όπως η ζωντάνια της, η ιστορική της κληρονομιά, η γαστρονομία, εξαιρετικό value for money και πολλά ακόμα. Επίσης η Θεσσαλονίκη χάρη σε μικρές κυρίως επιχειρηματικές πρωτοβουλίες εμπεριστατώνει σταδιακά τις εμπειρίες που προσφέρει στους επισκέπτες της, χρειάζεται όμως πολιτιστικές και άλλες εκδηλώσεις διεθνούς εμβέλειας, που θα προσελκύσουν τουρίστες. Έχει όμως ένα μεγάλο πρόβλημα που πρέπει να λύσει και είναι το γεγονός ότι παραμένει άγνωστη και μη αναγνωρίσιμη στο εξωτερικό. Ως λύση στο πρόβλημα αναφέρθηκαν οι συμπράξεις που κυοφορούνται ιδιωτικού τομέα όπως Aegean, Fraport κτλ. και τοπικών φορέων όπως ο δήμος, που είναι αυτές που θα δημιουργήσουν τις προϋποθέσεις για την προβολή της πόλης με υψηλά ποιοτικά στάνταρ. Θα δημιουργήσουν το ποιοτικό άλμα στο μάρκετινγκ και την προώθηση της πόλης που όλοι προσδοκούν. Κάτι ανάλογο ήδη συμβαίνει στην Αθήνα με την σύμπραξη «**This is Athens**» αρχικά της Aegean, του αεροδρομίου Αθηνών και του δήμου Αθηναίων, που λειτουργεί εξαιρετικά και παράγει αποτελέσματα. Είναι φανερό πως η συζήτηση για την αναβάθμιση της τουριστικής προώθησης της Θεσσαλονίκης έχει ξεκινήσει για τα καλά. Για τη Θεσσαλονίκη και την τουριστική της προοπτική άρχισαν πλέον να ενδιαφέρονται πολλοί και ανάμεσα σ' αυτούς μεγάλες επιχειρήσεις που έχουν επενδύσει στη Θεσσαλονίκη, αλλά ακόμη και ο ΕΟΤ που παλιότερα αδιαφορούσε για την πόλη.

