

Η εξέλιξη της ευρωπαϊκής κρουαζιέρας

Με την εισαγωγή των εταιρειών κρουαζιέρας στο Χρηματιστήριο τη δεκαετία του '80, ο κλάδος άρχισε να γνωρίζει πρωτοφανή ανάπτυξη με κέντρο την Καραϊβική, ο κορεσμός της οποίας οδήγησε στη ραγδαία εξέλιξη της ευρωπαϊκής κρουαζιέρας και στην καθιέρωση της Μεσογείου ως δεύτερου σημαντικότερου προορισμού στον κόσμο. Ωστόσο στην Ελλάδα επικρατεί «**μια ανεξήγητη απάθεια**» και παντελής έλλειψη οργανωμένης και συντονισμένης προσπάθειας να προωθηθούν οι χρυσοί προορισμοί της χώρας αλλά και να αντιμετωπιστούν θέματα του κλάδου όπως η συμφόρηση, που ήδη πλήττει δημοφιλή νησιά-προορισμούς. **Άρθρο του κ. Γιώργου Σταθόπουλου, διευθύνοντος συμβούλου της Louis Hellenic Cruises**

Η σημερινή μορφή της παγκόσμιας βιομηχανίας της κρουαζιέρας είναι αποτέλεσμα μιας πορείας ωρίμανσης που διήρκεσε 25 περίπου χρόνια. Με κύριο μοχλό ανάπτυξης την αμερικανική αγορά, ο κλάδος άρχισε να μαζικοποιείται σε πρωτοφανή κλίμακα κατά τη δεκαετία του '80, κυρίως γύρω από την Καραϊβική. Τότε κάποιες εταιρείες άρχισαν να εισέρχονται στο Χρηματιστήριο, απ' όπου άντλησαν –και εξακολουθούν να αντλούν– τεράστια κεφάλαια για την ανάπτυξή τους. Στη συνέχεια ακολούθησε μια περίοδος εξαγορών και συγχωνεύσεων που οδήγησε στη δημιουργία τριών μεγάλων εταιρειών που μαζί κυριαρχούν στον κλάδο. Η εντατικοποίηση του ανταγωνισμού στην Καραϊβική έφερε έναν πόλεμο ναύλων που επηρέασε βαθιά την όλη φιλοσοφία της ραγδαία εξελισσόμενης βιομηχανίας. Η κερδοφορία άρχισε να επι-

κεντρώνεται στα έσοδα επί του πλοίου, πράγμα που άλλαξε ριζικά το μοντέλο του προσφερόμενου προϊόντος, αλλά και το κρουαζιερόπλοιο, που από μέσο προσέγγισης προορισμών μετετράπη το ίδιο σε έναν αυτόνομο και αυτόρκη προορισμό. Στην εξέλιξη αυτή συνεπικύρησε και το γεγονός της έλλειψης αξιόλογων αξιοθέατων και δραστηριοτήτων στα νησιά της Καραϊβικής, πράγμα που ώθησε τη μαζική κρουαζιέρα στο να γίνει πιο εσωστρεφής. Η λογική που άρχισε να επικρατεί και που καθόρισε την κρουαζιέρα της νέας εποχής ήταν απλή: να δημιουργηθούν πλοία μεγαλύτερης χωρητικότητας ώστε να επιτευχθούν οικονομίες κλίμακος, να αυξηθεί η βάση κερδοφορίας και να ενσωματωθούν διάφορα καινοτόμα σημεία πώλησης που θα συγκρατούσαν το ενδιαφέρον των πελατών, μαζί με το μεγαλύτερο μέρος των δαπανών τους κατά τη διάρκεια της κρουαζιέρας. Έτσι τα πλοία άρχισαν να γίνονται όλο και πιο μεγάλα σε μέγεθος και να ε-

μπεριέχουν εκτεταμένες υπηρεσίες τύπου spa, επιλογές εναλλακτικής εστίασης, εμπορικά κέντρα, καζίνο και θέατρα τύπου Las Vegas, μέχρι και... παγοδρόμια. Δηλαδή, από κρουαζιερόπλοια μετετράπησαν σε πλωτά resort και ακόμη και αρχιτεκτονικά άρχισαν να μοιάζουν όλο και περισσότερο με κτίρια, αφού όλο το βάρος έπεσε πάνω στο εσωτερικό τους.

Όταν τα τεράστια αυτά κρουαζιερόπλοια ήρθαν στη Μεσόγειο, θα μπορούσε να πει κανείς ότι βρέθηκαν έξω από τα νερά τους, γιατί εκεί οι επιβάτες δεν επιθυμούν να κλείνουν μέσα, αλλά αντιθέτως, θέλουν να βγαίνουν και να εξερευνούν τους προορισμούς. Το αποτέλεσμα είναι να ταλαιπωρούνται οι χιλιάδες των πελατών που μεταφέρουν με χρονοβόρες αποβιβάσεις από αγκυροβόλια, με οχλαγωγίες και με πολλά άλλα αρνητικά που απορρέουν από την επίπτωση των μεγεθών τους πάνω στις συνθήκες



Ο κ. Γιώργος Σταθόπουλος, διευθύνων σύμβουλος της LHC

περιορισμένες δυνατότητες των δημοφιλέστερων προορισμών της περιοχής. Είναι βέβαιο ότι οι περισσότεροι επιβάτες κρουαζιέρας που επιλέγουν τη Μεσόγειο –και ειδικά οι Ευρωπαίοι– θα προτιμούσαν μεσαίου μεγέθους πλοία, ώστε να έχουν μια πιο άνετη και λιγότερο απρόσωπη ταξιδιωτική

Ένα από τα μυστικά που καθιέρωσαν τη Louis Cruise Lines ως τη μεγαλύτερη εταιρεία κρουαζιέρας της Ανατολικής Μεσογείου, και μάλιστα σε τόσο βραχύ χρόνο, έχει να κάνει με τη διατήρηση μιας ανθρώπινης διάστασης στην κρουαζιέρα