



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ

Αθήνα, 25.08.2025

Α.Π. : 1656

Προς: Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων και Α.Κ.Ε.

Ταχ. Δ/ση: Λ. Αμαλίας 14, Τ.Κ. 105 57, Αθήνα
Πληροφορίες: Α. Τσακύρη
Τηλ.: 210 3736140
Email: koinovouleytikos@mintour.gr

Κοιν.: Βουλευτή κ. Αικατερίνη (Κατερίνα) Σπυριδάκη

Θέμα: Απάντηση στην με Α.Π. 6513/19.06.2025 Ερώτηση

Σχετικά με την εν θέματι ερώτηση που κατέθεσε στη Βουλή των Ελλήνων η βουλευτής της παράταξης “ΠΑΣΟΚ - ΚΙΝΗΜΑ ΑΛΛΑΓΗΣ” κ. Αικατερίνη (Κατερίνα) Σπυριδάκη, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Σε συνέχεια της κατάπαυσης του πυρός Ισραήλ - Ιράν οι αεροπορικές εταιρείες επανεκκινούν το πτητικό πρόγραμμά τους και επιστρέφουν σταδιακά σε κανονικά επίπεδα λειτουργίας και διαθεσιμότητας πτήσεων.

Αξίζει να σημειωθεί ότι, σύμφωνα με στοιχεία της Υπηρεσίας Πολιτικής Αεροπορίας (Υ.Π.Α.) και του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών (Δ.Α.Α.) για το πρώτο πεντάμηνο των ετών 2024 και 2025, σε ό,τι αφορά τις αφίξεις Ισραηλινών στον Δ.Α.Α, το 2025 σημειώνεται αύξηση της τάξεως του 112,1% σε σχέση με το 2024 και σε ό,τι αφορά τις αφίξεις από το Ισραήλ στους υπόλοιπους αερολιμένες της χώρας, κατά τους πέντε πρώτους μήνες του 2025 σημειώθηκε αύξηση 58,4% σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2024.

Επιπλέον, σύμφωνα με τα τελευταία στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος, κατά το πρώτο τρίμηνο του 2025 σημειώθηκε αύξηση στην εισερχόμενη από το Ισραήλ ταξιδιωτική κίνηση της τάξεως του 85,70% σε σχέση και με το πρώτο τρίμηνο του 2024 και αύξηση 46,60% στις διανυκτερεύσεις για το ίδιο διάστημα.

Σε κάθε περίπτωση, ο Ε.Ο.Τ, ως καθ' ύλην αρμόδιος εθνικός φορέας για την προώθηση και προβολή του ελληνικού τουρισμού και την ενίσχυση της εικόνας της χώρας διεθνώς, αναπτύσσει κάθε δυνατή συνέργεια με διεθνείς βασικούς partners, με επιλεγμένους συνεργάτες (επιχειρήσεις, media, δίκτυα) που επηρεάζουν τη ζήτηση προς τη χώρα μας σε παραδοσιακές και αναδυόμενες αγορές - στόχους, την Τοπική Αυτοδιοίκηση αλλά και λοιπούς διεθνείς και εγχώριους stakeholders του τουρισμού.

Ενεργοποιεί, προς την κατεύθυνση αυτή, όλα τα επικοινωνιακά του εργαλεία, κυρίως σχεδιάζοντας και υλοποιώντας προγράμματα διαφήμισης και συνδιαφήμισης με μεγάλους Tour Operators και αεροπορικές εταιρείες, ενισχύοντας απευθείας τη ζήτηση στις αγορές-στόχους. Βρίσκεται δε σε συνεχή επικοινωνία με τις Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού και κατά τόπους δίκτυα συνεργατών προκειμένου να λαμβάνει επικαιροποιημένη πληροφορία για επιμέρους προορισμούς της Ελλάδας που τυχόν επηρεαστούν από ακυρώσεις

κρατήσεων Ισραηλινών τουριστών, όπως για παράδειγμα η Ρόδος, το Ηράκλειο, η Θεσσαλονίκη, η Κέρκυρα, η Μύκονος και η Κως, όπου, το 2024, επισκέφθηκαν συνολικά πάνω από 374.000 Ισραηλινοί τουρίστες, σύμφωνα με επίσημα στοιχεία της Υ.Π.Α.

Επιπρόσθετα, σύμφωνα με το Σχέδιο Μάρκετινγκ Ελληνικού Τουρισμού 2025- 2028, γίνεται συντονισμένη προσπάθεια για την προώθηση της χώρας ως τουριστικού προορισμού και την ενίσχυση της θετικής εικόνας, όπως αποτυπώνεται στους στόχους υψηλής προτεραιότητας, ήτοι:

✓ ανάδειξη της χώρας ως «βιώσιμου» προορισμού (περιβαλλοντικά, οικονομικά, κοινωνικά), μέσω ενεργειών προβολής πολιτικών βιώσιμης ανάπτυξης και υπεύθυνου τουρισμού

✓ ενίσχυση της φήμης του προορισμού «Ελλάδα» ως προορισμού μοναδικών και πολυθεματικών εμπειριών δίνοντας έμφαση στην κοινωνική βιωσιμότητα

✓ ισόρροπη προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος γεωγραφικά και χρονικά μέσω της διαφοροποίησης του χαρτοφυλακίου τουριστικών προϊόντων - προώθηση θεματικού τουρισμού, με έμφαση στις προσφερόμενες εμπειρίες και τη διαχείριση των φυσικών και πολιτιστικών πόρων.

Παράλληλα, επιχειρείται αύξηση του brand awareness καθώς και ανάπτυξη μεριδίου αγοράς στις ασιατικές και της αγοράς της Μέσης Ανατολής. Συγκεκριμένα, σε συνέχεια των Σχεδίων Δράσης 2021 - 2024 με βάση τα οποία αναπτύχθηκαν, μεταξύ άλλων, στρατηγικές προσέγγισης και ανάπτυξης μεριδίου στις αγορές της Κίνας, της Ιαπωνίας, της Νοτίου Κορέας, της Ινδίας, της Σαουδικής Αραβίας και των Ηνωμένων Αραβικών Εμιράτων, στον προγραμματισμό του Υπουργείου περιλαμβάνεται η δημιουργία καμπάνιας με στόχευση τις αγορές αυτές, με δημιουργία υλικού όπου οι εικονιζόμενοι θα είναι από τις αγορές στόχους, ώστε να αισθάνονται ταύτιση ως θεατές, καθώς και στην γλώσσα της εκάστοτε αγοράς και με τα θεματικά προϊόντα στόχευσης, όπως αυτά προκύπτουν από τις στρατηγικές που έχουν εκπονηθεί.

Ακριβές Αντίγραφο

Ελένη Παπασπύρου
Γραφείο Νομικών και Κοινοβουλευτικών
Θεμάτων

Η ΥΠΟΥΡΓΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΟΛΓΑ ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ

-Γραφείο Υπουργού
-Γραφείο Υπηρεσιακής Γραμματέως
-Υπηρεσία Συντονισμού
-Διεύθυνση Στρατηγικού Σχεδιασμού
-Διεύθυνση Έρευνας
-ΕΟΤ
Σελίδες απάντησης: (2)
Σελίδες συνημμένων: (0)
Σύνολο Σελίδων : (2)