



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΠΟΥΡΓΟΥ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΣ
ΕΛΕΓΧΟΣ

28 JUN 2010

Αθήνα, 25.6.2010
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./1038

Ταχ. Δ/ση: Μπουμπουλίνας 20
Ταχ. Κώδ : 106 82
Πληροφ. :
Τηλέφωνο : 82.01.363, 368

ΠΡΟΣ: Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
ΚΟΙΝ: 1. Βουλευτή κ. Σπυρίδωνα – Άδωνι
Γεωργιάδη
2. Βουλευτή κ. Αθανάσιο Πλεύρη

Θέμα: Απάντηση στην υπ' αριθμ. 10983/2.6.2010 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 10983/2.6.2010 Ερώτησης των Βουλευτών κ.κ. Σπυρίδωνα – Άδωνι Γεωργιάδη και Αθανάσιου Πλεύρη, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Η διεθνής οικονομική κρίση χτύπησε ιδιαίτερα την Ελλάδα, όχι μόνο λόγω των πολύ σοβαρών δημοσιονομικών της προβλημάτων, αλλά διότι ήμασταν η πρώτη οικονομία που χτυπήθηκε από τους κερδοσκόπους, η πρώτη χώρα που πήρε μέτρα και η πρώτη χώρα που είχε κοινωνικές αναταραχές -συνεπώς η πρώτη χώρα που τράβηξε τα φώτα της δημοσιότητας.

Ωστόσο, το πρόβλημα με τον ελληνικό τουρισμό δεν ξεκίνησε φέτος, ούτε αφορά μόνον την αρνητική δημοσιότητα που λόγω κρίσης περιέβαλε τη χώρα. Πρέπει να αναγνωρίσουμε κατ' αρχήν τη μέχρι σήμερα ταυτότητα της χώρας μας, πάνω σε τι ήταν χτισμένη, ποια ήταν τα καλά και ποια τα κακά της. Η εικόνα της χώρας μας είχε συνδεθεί με κλισέ, όπως η άμυαλη καλοπέραση, η ατιμία, η αδιαφορία. Ήταν χτισμένη σε γυάλινα πόδια. Ούτε λίγο ούτε πολύ, το προφίλ που οικοδομήθηκε για την Ελλάδα τα τελευταία χρόνια είναι αυτό μιας χώρας αναξιόπιστης, μιας κοινωνίας που αρνείται να αλλάξει. Για δεκαετίες οι ελληνικές Κυβερνήσεις επένδυναν στο μοντέλο «ήλιος, θάλασσα και λίγα αρχαία». Καλή ζωή, καλή διασκέδαση. Προέβαλαν –και τελικά- επέβαλαν αυτή την εικόνα για τη χώρα στο εξωτερικό. Αυτό είχαμε πουλήσει και αυτό είχαν αγοράσει.

Είναι προφανές ότι αυτή η εικόνα δεν μπορούσε να προβάλλει ιδιαίτερες αντιστάσεις στην πίεση που δέχθηκε από παντού η χώρα μας το τελευταίο χρονικό διάστημα. Τα γεγονότα ήρθαν να καταστρέψουν μία εξαιρετικά ευάλωτη εικόνα. Επιβεβαίωσαν τις χειρότερες σκέψεις που οι άλλοι έκαναν για μας. Και γι' αυτόν ακριβώς τον λόγο η ζημιά που προκλήθηκε, το αρνητικό κλίμα που δημιουργήθηκε, δεν μπορούσε να αντιστραφεί με μια διαφημιστική καμπάνια, όπως πιστεύουν κάποιοι. Το σποτ δεν μπορεί να νικήσει την είδηση.

Η καλύτερη απάντηση στην κριτική ήταν ο ίδιος ο Πρωθυπουργός και η πολιτική απάντηση που έδωσε στο πρόβλημα. Η εικόνα που έχει παγιωθεί διεθνώς για τη χώρα μας χρειάζεται ανατροπή και, κυρίως, χρειάζεται να οικοδομηθεί μια νέα εικόνα, θετική, η εικόνα μιας χώρας που μπορεί και παράγει, που έχει δραστήριους και δημιουργικούς

πολίτες, μια εικόνα περίπου σαν αυτή που είχαμε προβάλει την περίοδο των Ολυμπιακών Αγώνων.

Αυτό είναι ένα εγχείρημα που απαιτεί χρόνο, μεθοδικότητα, συνέπεια, και συλλογικότητα. Σήμερα προσπαθούμε να ανατρέψουμε την αρνητική εικόνα της χώρας μας, λαμβάνοντας μέτρα σε τρία επίπεδα: μακροπρόθεσμα, βραχυπρόθεσμα και άμεσα.

Μακροπρόθεσμα, έχουμε στόχο να αποκτήσει η Ελλάδα μία νέα τουριστική ταυτότητα: να γίνει μια Ελλάδα των εμπειριών, που επενδύει στον πολιτισμό, τη φύση, τον μοναδικό τρόπο ζωής των Ελλήνων. Μία Ελλάδα που έχει να προσφέρει σε κάθε γωνιά της, κάθε εποχή του χρόνου.

Ωστόσο, η λήψη μέτρων για να τονώσουμε άμεσα τον τουρισμό είναι αδήριτη ανάγκη. Ήδη ο Πρωθυπουργός την 21η Απριλίου στο ΣΕΤΕ εξήγγειλε μέτρα στήριξής του, τα οποία καθημερινά γίνονται πράξη. Τα μέτρα αυτά περιλαμβάνουν, μεταξύ άλλων:

- Την απαλλαγή από την καταβολή τελών προσγείωσης και παραμονής αεροσκαφών όλων των ελληνικών κρατικών αεροδρομίων —εκτός από το «Ελευθέριος Βενιζέλος»— για τη φετινή περίοδο και την κατά 50% απαλλαγή κατά τους χειμερινούς μήνες.

- Την οριστική απελευθέρωση της αγοράς επίγειας εξυπηρέτησης των αεροδρομίων της χώρας.

- Την απλοποίηση των διαδικασιών έκδοσης VISA για τουρίστες που προέρχονται από αγορές που θεωρούνται νέες και δυναμικές. Κάτι το οποίο ήδη αποδίδει, αν λάβουμε υπόψη μας τη Ρωσία, λόγω χάρη, όπου η αύξηση σε σχέση με πέρσι φτάνει περίπου το 25%.

- Τη στήριξη των μεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων μέσω δύο νέων προγραμμάτων εγγυήσεων του ΤΕΜΠΜΕ, και την επιδότηση επιτοκίου μέσω του ευρωπαϊκού προγράμματος JEREMIE.

- Την άρση του καμποτάζ.

- Το πρόγραμμα του ΟΑΕΔ για την επαναπρόσληψη 50.000 ανέργων σε εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

Επίσης, έχουμε λάβει σοβαρά μέτρα για την υποστήριξη της νέας ταυτότητας της χώρας σε επικοινωνιακό επίπεδο:

- Για πρώτη φορά ενεργοποιήσαμε Επιτροπή διαχείρισης κρίσεων για θέματα τουρισμού.

- Για πρώτη φορά ενεργοποιήσαμε τα επικοινωνιακά δίκτυα που απαιτούνται για την άμεση παρακολούθηση των εξελίξεων σε σχέση με την προβολή της Ελλάδας σε κάθε χώρα.

- Ενεργοποιήσαμε τα επικοινωνιακά δίκτυα με τους μεγάλους ταξιδιωτικούς οργανισμούς του εξωτερικού, οι οποίοι εν πολλοίς ελέγχουν την παγκόσμια τουριστική αγορά, ώστε όχι μόνο να έχουμε έγκαιρη πληροφόρηση για τις τάσεις της αγοράς, αλλά να παρέχουμε εμείς οι ίδιοι την αναγκαία πληροφόρηση για τις πραγματικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα.

- Άμεσα εγγυόμαστε τα έξοδα παραμονής (διανυκτέρευση και σίτιση) σε περίπτωση καθυστέρησης αναχώρησης για κάθε λόγο όπως για παράδειγμα σε περίπτωση απεργίας, φυσικής καταστροφής κλπ.

- Ο τρόπος που προβάλλουμε την εικόνα της Αθήνας και της Ελλάδας ως ασφαλών τουριστικών προορισμών διαθέτει το σωστό ύφος και τη σωστή προσέγγιση: Δεν κρύβουμε την αλήθεια για την αγανάκτηση των πολιτών, αλλά διαλύουμε τις παραμορφωτικές εικόνες.

- Ταυτόχρονα, σε συνεργασία με το Υπουργείο Οικονομίας και Οικονομικών επισπεύδουμε τη διαδικασία αποπληρωμής των χρεών, ώστε τα διεθνή ΜΜΕ να γνωρίζουν και από μια άλλη οδό ότι η χώρα έχει μπει σε μια νέα πορεία σταθερότητας και ανάπτυξης.

- Υλοποιείται απρόσκοπτα συνολικό πρόγραμμα fam trips (familiarization trips) για δημοσιογράφους ξένων ΜΜΕ και εκπροσώπους μεγάλων ταξιδιωτικών οργανισμών από τις αγορές-δεξαμενές του ελληνικού τουρισμού (Γερμανία, Μεγ. Βρετανία, Ρωσία, Γαλλία, κλπ) προκειμένου να προκληθεί θετική αρθρογραφία για την Ελλάδα και να ανατραπεί η αρνητική εικόνα –όπου και εάν υπάρχει.

- Δημιουργήσαμε στο εσωτερικό του ΕΟΤ εξειδικευμένη ομάδα στελεχών που α) αξιολογεί τα δεδομένα από τις τάσεις που εμφανίζει κάθε μέρα η τουριστική αγορά και β) δημιουργεί επικοινωνιακά πρότυπα αντιμετώπισης των πολλών και διαφορετικών τροπών που παίρνει η πληροφόρηση σχετικά με τη χώρα. Αυτή είναι μια σταθερή δομή, μια μόνιμη κληρονομιά που δημιουργούμε στον ΕΟΤ και συνδέεται άμεσα με τη διαχείριση της πληροφορίας που προβάλλει το νέο portal του Οργανισμού www.visitgreece.gr.

- Για πρώτη φορά, η συνεργασία του ΕΟΤ με τους επιχειρηματικούς φορείς στο χώρο του τουρισμού μπαίνει σε σωστή βάση και αποκτά ουσιαστικό περιεχόμενο. Συνεργαζόμαστε λοιπόν πολύ στενά με την Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής για να προωθήσουμε ένα πρόγραμμα προβολής της πόλης ως σημαντικού city break προορισμού. Παρακολουθούμε μαζί τους την ανταπόκριση των επιχειρηματιών στο νέο δημοσιονομικό περιβάλλον.

- Σε συνεργασία με το ΣΕΤΕ προχωρήσαμε σε μείωση τιμών και κόστους παραμονής. Και φροντίζουμε ώστε η νέα τιμολογιακή πολιτική τους, που απορροφά και δεν μετακυλύει το κόστος των νέων φόρων στον επισκέπτη, που προσφέρει ελκυστικά πακέτα για την τριήμερη διαμονή στην Αθήνα να συνοδεύεται από σταθερότητα στις ποιοτικές παροχές, ώστε η τόνωση του αστικού τουρισμού-city break στην Αθήνα να είναι πραγματική.

- Ήδη έχουμε δημοσιεύσει δύο δελτία τύπου από κοινού με το ΣΕΤΕ και τον HAPCO τα οποία διοχετεύθηκαν στις αγορές μετά τα τραγικά γεγονότα του Μαΐου προκειμένου να τις καθησυχάσουμε.

- Πολλαπλασιάζουμε τις τοποθετήσεις υπέρ της Ελλάδος από επιφανείς ξένους.

- Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, ως αρμόδιος φορέας για την προώθηση του ελληνικού τουρισμού, πραγματοποιεί δράσεις με στόχο την προβολή της χώρας. Το καινοτόμο στοιχείο της φετινής τουριστικής καμπάνιας είναι η λειτουργία της διαδικτυακής πύλης του ΕΟΤ, www.visitgreece.gr, η οποία αξιοποιεί όλες τις δυνατότητες των νέων επικοινωνιακών μέσων για την άμεση και στοχευμένη προσέγγιση πολλών ειδικών κοινών, προσφέροντας, επομένως, τη μέγιστη αποτελεσματικότητα στην προσπάθειά μας.

Παράλληλα, από τις αρχές του τρέχοντος έτους έχει ξεκινήσει η συμμετοχή της Ελλάδας σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις του εξωτερικού, ενώ προβλέπεται η συμμετοχή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού σε ιδιαίτερα σημαντικές εκθέσεις με μεγάλη επισκεψιμότητα παγκοσμίως.

Περαιτέρω, ενεργοποιούμε τις δυνάμεις του ελληνισμού παγκόσμια, αξιοποιούμε τις δυνατότητες που μας δίνουν οι κοινότητες των απόδημων Ελλήνων για προβολή της χώρας μας μέσω της θετικής παρουσίας που έχουν διαμορφώσει στις χώρες εγκατάστασής τους. Ήδη σύσσωμη η πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού έχει περιοδεύσει σε χώρες του Εξωτερικού και έχει ζητήσει τη στήριξή των απόδημων, προκειμένου να συμβάλλουν οι ίδιοι και τα κοινωνικά τους δίκτυα στην τόνωση της τουριστικής κίνησης προς τη χώρα μας το καλοκαίρι. Η ανταπόκριση των απόδημων σ' αυτήν την προσπάθεια είναι ιδιαίτερα θερμή.

Επίσης, προχωρήσαμε, ήδη από τον Μάρτιο, στην άμεση αναδιάρθρωση της διαδικτυακής παρουσίας του ΕΟΤ με στόχο το σχεδιασμό μίας πλήρους, σύγχρονης διαδικτυακής πύλης για την χώρα, η οποία θα παρέχει ολοκληρωμένες τουριστικές υπηρεσίες. Το περιεχόμενο της πύλης ανανεώνεται καθημερινά και διαθέτει τις τεχνικές δυνατότητες και την υποστήριξη, ώστε αυτή να είναι βιώσιμη σε βάθος χρόνου. Σε πολύ

σύντομο χρονικό διάστημα, ανασχεδιάσαμε τον ιστότοπο, δίνοντας έμφαση στα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της Ελλάδας βάζοντας στο επίκεντρο τον άνθρωπο και τις εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει ο τόπος μας στον επισκέπτη. Αναπτύξαμε βασικές πλην όμως αυτονόητες υπηρεσίες που έλειπαν από την προηγούμενη ιστοσελίδα, όπως η εγγραφή σε newsletter, με στόχο την τακτική ενημέρωση των χρηστών μας για τα νέα της χώρας μας. Επίσης, διαμορφώσαμε profiles στα βασικότερα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (το facebook, το youtube και το flickr) με στόχο τη διαδραστικότητα, αλλά και τον πολλαπλασιασμό του μηνύματος μας.

Τέλος ξεκινήσαμε μια νέα συμμετοχική προσπάθεια για την ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο Εξωτερικό, το You in Greece με σκοπό οι ίδιοι οι επισκέπτες στη χώρα μας να προβάλουν την άποψή τους για την Ελλάδα. Ξεκινήσαμε αυτήν την προσπάθεια από την Αθήνα και το πρώτο dvd είναι στοχευμένο στην πρωτεύουσα. Όμως άμεσα ακολουθούν και τα επόμενα τα οποία θα γυριστούν σε ελληνικά νησιά, τη Θεσσαλονίκη και τις μεγάλες πόλεις ενώ θα ακολουθήσουν και θεματικές με στόχευση στις ειδικές μορφές τουρισμού. Το πιο σημαντικό όμως, είναι ίσως ότι όλη αυτή η προσπάθεια έγινε με μηδενικό κόστος, καθώς αποτελεί αποτέλεσμα της ενεργοποίησης του κρατικού μηχανισμού και των εθελοντών.



Κοινοποίηση:

1. Γραφείο Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού
2. Γραφείο Γενικού Γραμματέα Τουρισμού
3. Γενική Γραμματεία Τουρισμού
Γραφείο Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
4. ΕΟΤ, Γραφείο Προέδρου
5. Γενική Γραμματεία Τουρισμού, Δ/ση Τουριστικής Πολιτικής
6. Γενική Γραμματεία Τουρισμού, ΕΥΣΔΕΔ
7. ΕΟΤ, Διεύθυνση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης