



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΥ
ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΣ
ΕΛΕΓΧΟΣ

Αθήνα, 22.10.2010
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΦ./Κ.Ε./274

Ταχ. Δ/ση: Μπουμπουλίνας 20
Ταχ. Κώδ : 106 82
Τηλέφωνο : 210-82.01.363, 368
Fax : 210-82.01.379

ΠΡΟΣ: Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
ΚΟΙΝ: 1. Βουλευτή κα Όλγα Κεφαλογιάννη

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 3729/28.9.2010 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 3729/28.9.2010 Ερώτησης της Βουλευτού κας Όλγας Κεφαλογιάννη, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Ο Υπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού έχει κατ' επανάληψη αναφερθεί στην ανάγκη για "αλλαγή πλεύσης" σε ό,τι αφορά την προβολή της χώρας στο εξωτερικό. Από την πρώτη στιγμή που αναλάβαμε τα καθήκοντα της διακυβέρνησης της Χώρας έχουμε επισημάνει τα πρόβλημα που αφορούν την προβολή της ταυτότητας της Ελλάδας στο εξωτερικό και αυτά θεραπεύουμε, με συνέπεια και στρατηγικό σχεδιασμό, σε αντίθεση με τις πολυδάπανες και χωρίς σαφή στόχευση καμπάνιες των υπουργών της Νέας Δημοκρατίας.

Η απαξίωση της μελέτης «Ανάπτυξη της Στρατηγικής Marketing (Strategic Marketing Plan) και του Συστήματος Ταυτότητας (Branding System) του Ελληνικού Τουρισμού» είναι ενδεικτική της στάσης της προηγούμενης κυβέρνησης, η οποία δαπάνησε ιλιγγιώδη ποσά για την προβολή της χώρας, χωρίς να εκμεταλλεύεται την τεχνογνωσία για την οποία είχε ήδη πληρώσει σχεδόν 2 εκ. ευρώ.

Ο ΕΟΤ με τις Αποφάσεις 1/1/13.1.2006 Δ.Σ. ΕΟΤ, 2140/18.4.2006 Υπουργού Τουριστικής Ανάπτυξης, 500686/2.5.2006 Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ, καθώς και την από 14.9.2006 υπογραφείσα Σύμβαση μεταξύ του Ε.Ο.Τ. και της Κοινοπραξίας «PRC GROUP THE MANAGEMENT HOUSE THR S.A .- MRB ΕΛΛΑΣ Α.Ε.», ενέκρινε την καταβολή ποσού 1.990.000 € πλέον 19% ΦΠΑ = (2.368.100 €) στην ανωτέρω Κοινοπραξία, για την εκτέλεση του έργου με τίτλο: «Ανάπτυξη της Στρατηγικής Marketing (Strategic Marketing Plan) και του Συστήματος Ταυτότητας (Branding System) του Ελληνικού Τουρισμού, βάσει Μελέτης Πληροφοριών και Δεδομένων από το Παγκόσμιο Πεδίο, καθώς και του Προγραμματισμού και της Υποστήριξης της Εφαρμογής τους από τον ΕΟΤ, για περίοδο δέκα τεσσάρων (14) μηνών».

Η ανωτέρω μελέτη πραγματοποιήθηκε και παρέμεινε στην υπηρεσία χωρίς να έχει υλοποιηθεί, από το 2008 μέχρι σήμερα, κανένα από τα προτεινόμενα πλάνα στρατηγικής και marketing που περιείχε. Η μελέτη αφορούσε σε καταγραφή της υπάρχουσας τουριστικής πραγματικότητας διεθνώς, ανέλυε τις προτάσεις της προς την υπηρεσία αναφορικά με τις γενικές στρατηγικές marketing και branding και έδινε γενικές οδηγίες και κατευθύνσεις.

Η μελέτη αυτή ενώ αποτύπωνε διεισδυτικά τάσεις της αγοράς και πρότεινε αλλαγές στο πρότυπο προβολής, δεν παρείχε ωστόσο στον ΕΟΤ πλήρως επεξεργασμένα εργαλεία (σενάρια – κείμενα, αρχείο φωτογραφιών ή άλλων εποπτικών μέσων) για τις 9 θεματικές

ενότητες-προτεραιότητες τουριστικής προβολής που πρότεινε, αλλά μόνο τίτλους και συνθήματα (motos) για τις θεματικές ενότητες και τις επιμέρους εμπειρίες που αφορούσαν το branding. Το σκέλος αυτό θα έπρεπε να είχε συμπεριληφθεί με ιδιαίτερη σαφήνεια στα παραδοτέα της συνολικής μελέτης, προκειμένου αυτή να είναι πλήρης και να αξιοποιηθεί άμεσα στη στοχευμένη προβολή του Ελληνικού Τουρισμού. Δυστυχώς αυτό δεν προέκυψε από μια σύμβαση 2 εκ. ευρώ περίπου, την οποία και επικαλείστε.

Η νέα Διοίκηση κατέγραψε αυτή τη παράλειψη και από τις αρχές του τρέχοντος έτους ανέθεσε σε άτυπη ομάδα εργασίας, αποτελούμενη από υπαλλήλους της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού και του ΕΟΤ - με εξειδίκευση στο marketing, την ενδελεχή μελέτη των αποτελεσμάτων του παραπάνω έργου. Έτσι, διαπιστώθηκε από την ομάδα των 25 υπαλλήλων που μελέτησαν τα παραδοτέα ότι ήταν απαραίτητη η εξειδίκευση των συμπερασμάτων, με τέτοιο τρόπο, ώστε όταν ο ΕΟΤ προκηρύξει το δημιουργικό σχεδιασμό της επικοινωνίας του, η περιγραφή του έργου να διακρίνεται με σαφήνεια και σύμφωνα με τα περιεχόμενα της μελέτης.

Επομένως, η προκήρυξη του διαγωνισμού από τον ΕΟΤ για την επιλογή αναδόχου για την σύνταξη μελέτης, που αφορά στην εξειδίκευση του σχεδίου marketing για τον τουρισμό έχει ως ζητούμενο ακριβώς αυτό το τμήμα της μελέτης που δεν είχε ενταχθεί στα παραδοτέα.

Όπως φαίνεται και από την προκήρυξη, τα παραδοτέα θα είναι τα εξής:

Ο Ανάδοχος θα πρέπει να παραδώσει τα εξής στοιχεία για κάθε μία από τις ενενήντα (90) «εμπειρίες-πρεσβευτές», σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή :

1. Στοιχεία κειμένου: θα παραδοθούν σε μορφή τελική και έτοιμη προς χρήση - άμεση αξιοποίηση- και θα περιλαμβάνουν για κάθε εμπειρία :

A. τίτλο

B. υπότιτλους

Γ. μικρές και μεγαλύτερες περιγραφές, (πρόκειται για κείμενα έτοιμα για επικοινωνιακή χρήση π.χ ως Newsletter ή για ανάρτηση στο διαδίκτυο), 50 και 400 λέξεων αντίστοιχα στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα

2. Στοιχεία εικόνας: θα παραδοθούν ηλεκτρονικά αρχεία με παραδείγματα δημιουργίας εικόνας και σχεδιαστικής κατεύθυνσης, τα οποία θα μπορούν να τροφοδοτούν διαφορετικές εφαρμογές επικοινωνίας, όπως video-spots, καταχωρήσεις, έντυπα, εκδόσεις, διαδίκτυο κ.α., σε μορφή συγκεκριμένης πρότασης (concepts) δηλαδή ιδέας, περιγραφής ή προσχεδιακού υλικού, σεναρίου, ικανού να κατευθύνει τη μετέπειτα διαδικασία παραγωγής.

3. Στοιχεία τεκμηρίωσης και αρχειοθέτησης της κάθε εμπειρίας (στην ελληνική και στην αγγλική γλώσσα): Αυτά τα στοιχεία θα διευκολύνουν τον αναγνώστη-χρήστη της κάθε εμπειρίας να διευρύνει τη γνώση του σχετικά με αυτή, χρησιμοποιώντας ήδη διαθέσιμο περιεχόμενο που έχει παραχθεί από τρίτους.

Ο οποιοσδήποτε μελετήσει με προσοχή τα παραδοτέα της μελέτης και ειδικότερα τα κεφάλαια 2.4 και 2.7, θα διαπιστώσει ότι η αναφορά στις εμπειρίες-πρεσβευτές περιλαμβάνει μία λιτή περιγραφή, η οποία χρήζει περαιτέρω επεξεργασίας, προκειμένου να μην αλλοιωθεί το περιεχόμενο της μελέτης.

Εσωτερική Διανομή:

1. Γραφείο Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού
2. ΓΓΤ-Γραφείο Γενικού Γραμματέα
3. ΓΓΤ- Δ/ση Τουριστικής Πολιτικής
4. ΓΓΤ-ΕΥΣΔΕΔ
5. ΕΟΤ-Γραφείο Προέδρου
6. ΕΟΤ-Δ/ση Μελετών
7. ΕΟΤ-Δ/ση Αγοράς & Διαφήμισης

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΙΚΗΤΙΑΔΗΣ



22.10.10