



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ
ΕΛΕΓΧΟΥ

Αθήνα, 3.3.2011
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./734

Ταχ. Δ/ση: Μπουμπουλίνας 20
Ταχ. Κώδ : 106 82
Τηλέφωνο : 2131322-362, 363, 368
Fax : 210-82.01.379

ΠΡΟΣ: Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
ΚΟΙΝ: 1. Βουλευτή κ. Σταύρο Καλαφάτη
2. Υπουργείο Θαλασσίων Υποθέσεων,
Νήσων και Αλιείας

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 9887/27.1.2011 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 9887/27.1.2011 Ερώτησης του Βουλευτή κ. Σταύρου Καλαφάτη και σύμφωνα με τα στοιχεία που έθεσαν υπόψη μας οι αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Η στρατηγική της Γενικής Γραμματείας Τουρισμού εστιάζει, μεταξύ άλλων, στην ανάπτυξη των ειδικών μορφών τουρισμού σε όλη την επικράτεια, ως μέσο για την καταπολέμηση της εποχικότητας και τη διεύρυνση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Ωστόσο, τουριστική προβολή οποιασδήποτε επιμέρους περιοχής της Ελλάδας δεν δύναται - εκ του νόμου - να πραγματοποιηθεί από την Κεντρική Διοίκηση, παρά μόνο από φορείς της Περιφερειακής Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης, με συγχρηματοδότηση από τον Ε.Ο.Τ. Ειδικότερα, η περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας έχει συμμετάσχει σε διεθνείς εκθέσεις για την τουριστική προβολή της Β. Ελλάδος. Ενδεικτικά, η Ν.Α. Θεσσαλονίκης φιλοξενήθηκε σε περίπτερο του ΕΟΤ στις παρακάτω εκθέσεις στο εξωτερικό κατά το προηγούμενο έτος (2010): «FERIEN MESSE» (Βιέννη, 14-17/01), «EMITT» (Κωνσταντινούπολη, 11-14/02), «BIT» (Μιλάνο, 18-21/02), «INTERNATIONAL FAIR OF TOURISM» (Βελιγράδι, 24-28/02), «INTERNATIONAL TOURIST FAIR HOLIDAY & SPA EXPO» (Σόφια, 25-27/02), «ITB» (Βερολίνο, 10-14/03), «MITT» (Μόσχα, 17-20/03), «UITT» (Κίεβο, 24-26/03), «WTM» (Λονδίνο, 08-11/11).

Επιπλέον, ο Υπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού κ. Παύλος Γερουλάνος κατά την επίσημη επίσκεψή του στο Ριάντ της Σαουδικής Αραβίας, στο πλαίσιο του Διεθνούς Συμποσίου για τις σχέσεις της Αραβίας και του Ελληνικού Κόσμου ανέπτυξε ιδιαίτερα το πρόγραμμα «Θεσσαλονίκη Σταυροδρόμι Πολιτισμών», που προβλέπει πως κάθε χρονιά η Θεσσαλονίκη θα φιλοξενεί έναν πολιτισμό για έναν ολόκληρο χρόνο. Η αρχή γίνεται το 2011 με τον Αραβικό Κόσμο και το Ισραήλ. Σκοπός του προγράμματος είναι ο συντονισμός της δράσης των πολιτιστικών φορέων της Θεσσαλονίκης, ώστε ο σημαντικός πλούτος της πόλης – που ξεκινά από τον αρχαίο πολιτισμό, το Βυζάντιο και φτάνει στην έκφραση της νέας δημιουργίας- να αξιοποιηθεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και η Θεσσαλονίκη να εκπέμψει τόσο προς τα Βαλκάνια όσο και προς την Αθήνα μια ενιαία πολιτιστική και τουριστική ταυτότητα. Η πόλη της Θεσσαλονίκης θα απευθύνει πρόσκληση στη χώρα (ή την ευρύτερη γεωγραφική περιοχή) που θα επιλέγεται κάθε φορά, και οι φορείς της πόλης θα ανταλλάσσουν μαζί της πολιτιστικά αγαθά. Ουσιαστικά, για έναν χρόνο η πόλη θα παίζει τον ρόλο του οικοδεσπότη σε έναν πολιτισμό.

Στόχος είναι όλοι οι φορείς μέσα από συντονισμένες δράσεις – και όχι παράλληλες ανεξάρτητες αφηγήσεις-να γίνουν πυλώνες ανάδειξης των πολιτισμών και από αυτά τα προγράμματα να προβληθεί παγκοσμίως η ταυτότητα της Θεσσαλονίκης. Μέσω των δράσεων αυτών θα ενισχυθεί η εξωστρέφεια της πόλης και θα καταστεί παράλληλα η Βόρειος Ελλάδα ιδιαίτερα ελκυστικός τουριστικός προορισμός προσελκύοντας νέους επισκέπτες και επιμηκύνοντας την τουριστική περίοδο.

Εξάλλου, και σε ό,τι αφορά τις ενέργειες για τη συνολική προβολή της Ελλάδας στο εξωτερικό, σας γνωρίζουμε ότι η νέα στρατηγική για τον ελληνικό τουρισμό που σχεδιάσαμε και υλοποιούμε περιλαμβάνει εξειδίκευση της προώθησης του τουριστικού προϊόντος, διεύρυνση των στόχων σε νέες αγορές, επιλεγμένη προβολή κατά χώρα προσαρμοσμένη στις απαιτήσεις της κάθε αγοράς, καθώς και υιοθέτηση όλων των σύγχρονων μεθόδων της τεχνολογίας (βλ. «You in Greece», «My Greece», «90 εμπειρίες»). Η νέα στρατηγική στηρίζεται σε τρεις βάσεις: α) στη δημιουργία μίας νέας εικόνας και ταυτότητας της χώρας που θα προβάλλει και θα αξιοποιεί την εμπειρία που θα αποκομίζει ο επισκέπτης, β) στο σχεδιασμό μίας νέας επικοινωνίας και μίας στρατηγικής marketing που δίνει έμφαση σε μία ισχυρή, έξυπνη και στοχευμένη παρουσία της χώρας στο διαδίκτυο, γ) στην επέκταση του τουριστικού προϊόντος από το παραδοσιακό τρίπτυχο "θάλασσα, παραλίες, ήλιος" σε διαφοροποιημένα προϊόντα που θα δίνουν έμφαση σε ειδικότερου ενδιαφέροντος τουριστικές δραστηριότητες και τουριστικές αγορές. Υποστηρίζουμε την νέα ταυτότητα του ελληνικού τουρισμού με συγκεκριμένες ενέργειες και δράσεις. Η Ελλάδα στοχεύει σε τουρισμό 52 εβδομάδων το χρόνο και σε αυτό συγκλίνουν όλες οι προσπάθειες.

Επιπλέον, η ενίσχυση του τουρισμού πόλεων για Αθήνα και Θεσσαλονίκη (city breaks) έχει αποτυπωθεί στις μείζονες προτεραιότητες του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Έτσι, δημιουργείται άμεσα από τον ΕΟΤ όλο το προωθητικό υλικό, έντυπο και ηλεκτρονικό, που μοιράζεται στις εκθέσεις που συμμετέχει ο Οργανισμός.

Ο ΕΟΤ έχει ήδη υλοποιήσει την παραγωγή μίας σημαντικής σειράς από videos με τίτλο "You in Greece", τα οποία προβάλλονται στην ιστοσελίδα του ΕΟΤ www.visitgreece.gr. Μάλιστα, ειδικά για την Θεσσαλονίκη υπάρχει βίντεο που αξιοποιεί τις προσωπικές μαρτυρίες τουριστών, προωθώντας έτσι τα τουριστικά καταλύματα της πόλης, τα μουσεία και τα μνημεία της, την κουλτούρα της, τη βραδινή ζωή της. Η εκστρατεία προβολής συνεχίζεται με μια επόμενη σειρά νέων γυρισμάτων.

Τα παραπάνω είναι ενδεικτικά του ενδιαφέροντος για την προοπτική της ανάδειξης της Θεσσαλονίκης και της τουριστικής της ανάπτυξης.

Τέλος, και σε ό,τι αφορά στις λοιπές ερωτήσεις, σας γνωρίζουμε πως αυτές εκφεύγουν των αρμοδιοτήτων του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού.

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΙΚΗΤΙΑΔΗΣ

Εσωτερική Διανομή:

1. Γραφείο Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού
2. Γραφείο Γενικού Γραμματέα Πολιτιστικής και Τουριστικής Υποδομής
3. ΓΓΤ-Δ/νση Τουριστικής Πολιτικής & Συντονισμού
4. ΕΟΤ-Γραφείο Προέδρου
5. ΕΟΤ-Διεύθυνση Έρευνας, Αγοράς και Διαφήμισης

