



- 9 ΙΟΥΝ. 2011

**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ
ΕΛΕΓΧΟΥ**

**Αθήνα, 29.5.2011
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./1148**

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. Βαΐτση Αποστολάτο

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 14285/4.4.2011 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 14285/4.4.2011 Ερώτησης του Βουλευτή κ. Βαΐτση Αποστολάτου και σύμφωνα με τα στοιχεία που έθεσαν υπόψη μας οι αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Σύμφωνα με την Έκθεση για την Ανταγωνιστικότητα στον Ταξιδιωτικό και Τουριστικό Τομέα του Παγκόσμιου Οικονομικού Φόρουμ (WEF Travel & Tourism Competitiveness Report 2011) η Ελλάδα κατατάσσεται στην 21^η θέση στην Ευρώπη και στην 29^η συνολικά, υποχωρώντας κατά πέντε θέσεις από την τελευταία αξιολόγηση. Στην εν λόγω έκθεση τα ισχυρά σημεία της χώρας θεωρούνται οι πολιτιστικοί πόροι (25^η θέση), η υγεία και η υγιεινή (20^η θέση) η τουριστική υποδομή (5^η θέση), ενώ στην υποχώρηση της θέσης συνέβαλαν παράγοντες όπως είναι το ευμετάβλητο πολιτικό περιβάλλον και οι αυξανόμενες ανησυχίες για την ασφάλεια, καθώς και δομικά προβλήματα της ελληνικής οικονομίας.

Το ΥΠΠΟΤ και ο ΕΟΤ δρουν σε όλα τα επίπεδα, κανονιστικό, ρυθμιστικό, σχεδιασμού προβολής και διαφήμισης με σύγχρονα μέσα, προώθησης Προγραμμάτων στα πλαίσια «Ανταγωνιστικότητα και Επιχειρηματικότητα», ΕΣΠΑ 2007–2013 («Πράσινος Τουρισμός», «Εναλλακτικός Τουρισμός», «Συνεργάζομαι και Καινοτομώ στον Τουρισμό» και «Εκσυγχρονίζομαι στον Τουρισμό»), για τη δημιουργία ευνοϊκών συνθηκών, για τον εμπλουτισμό, τη στήριξη και την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος. Τα μέτρα αυτά έχουν φέρει τη χώρα στη 5η θέση της Ευρώπης, όσον αφορά στη βαθμολογία της τουριστικής υποδομής.

Είναι μείζονος σημασίας για την αξιολόγηση της κατάταξης αυτής να ληφθεί υπόψη ότι αφορούσε την εξέταση δεδομένων και παραμέτρων για την χρονική περίοδο 2009-2010, κατά την οποία η οικονομική κατάσταση της Ελλάδας αποτέλεσε παγκόσμιο θέμα, με συνέπεια την μείωση της ελκυστικότητάς της ως τουριστικού προορισμού. Δεδομένου λοιπόν του σημαντικού ρόλου που διαδραματίζει η εικόνα μιας χώρας στην παγκόσμια τουριστική αγορά και της εκτεταμένης αρνητικής δημοσιότητας που δέχθηκε η χώρα μας το εν λόγω διάστημα, θα μπορούσε να θεωρηθεί ενδεχομένως αναμενόμενη μία πτώση στην παγκόσμια κατάταξη. Επιθυμούμε, στο σημείο αυτό, να επισημάνουμε ειδικώς σε ό,τι αφορά την επικοινωνιακή διάσταση της αρνητικής δημοσιότητας γύρω από τα γεγονότα του Μαΐου

✓

2010, ότι η χώρα βρέθηκε ανοχύρωτη λόγω έλλειψης δομών για την αντιμετώπιση της κρίσης. Έτσι, συγκροτήσαμε και θέσαμε σε λειτουργία στον ΕΟΤ Επιτροπή Διαχείρισης Κρίσεων, η οποία να μπορεί να παρεμβαίνει αποτελεσματικά και να δίνει το σωστό επικοινωνιακό τόνο για την απάντηση στην αρνητική δημοσιότητα.

Για την βελτίωση της εικόνας της χώρας ως ταξιδιωτικού προορισμού το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού σε συνεργασία με τον Ε.Ο.Τ έχει εκπονήσει και εγκρίνει το γενικό πλαίσιο στρατηγικής προώθησης και προβολής του Ελληνικού Τουρισμού για την περίοδο 2011-2013. Ο σχεδιασμός της νέας επικοινωνίας και στρατηγικής μάρκετινγκ δίνει έμφαση στην «στοχευμένη πολιτική» για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ανά χώρα και σε συγκεκριμένες κατηγορίες τουριστών, αξιοποιώντας κυρίως σύγχρονα εργαλεία προώθησης όπως το διαδίκτυο, παράλληλα με την ανάδειξη των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της Ελλάδας, προκειμένου να επιτευχθεί το καλύτερο αποτέλεσμα με το χαμηλότερο δυνατό οικονομικό κόστος. Ενδεικτικά της αλλαγής είναι η υλοποίηση των προγραμμάτων επικοινωνίας στους χρόνους που οι τουριστικοί πράκτορες προωθούν τα πακέτα τους (π.χ. περίοδος προκρατήσεων) και η συμμετοχή του ΕΟΤ σε συγκεκριμένες εκθέσεις που αφορούν νέες αγορές και εξειδικευμένες διοργανώσεις, ώστε τελικά να παρουσιαστεί το εμπλουτισμένο και διαφοροποιημένο εθνικό τουριστικό προϊόν με νέους όρους στην παγκόσμια αγορά.

Σε ό,τι αφορά το σχεδιασμό μας για την περαιτέρω ανάπτυξη και εκσυγχρονισμό του τουριστικού προϊόντος της χώρας, έχουν τεθεί σε υψηλό βαθμό προτεραιότητας έργα αναβάθμισης των τουριστικών υποδομών, όσο και η προώθηση των συνεργειών μεταξύ των Τομέων Τουρισμού και Πολιτισμού. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και ο σχεδιασμός για την ενίσχυση των Ειδικών Μορφών Τουρισμού.

Μέσω των δράσεων του ΕΣΠΑ και του τρέχοντος προγραμματισμού της Ειδικής Υπηρεσίας Πολιτισμού και Τουρισμού (Ε.Υ.Π.Ο.Τ.) επιχειρείται μια -κατά το δυνατό- ολοκληρωμένη και πολυδιάστατη αντιμετώπιση των βασικών θεμάτων του κλάδου, τα οποία αφορούν: στις σχεδιαζόμενες Δημόσιες Υποδομές τουριστικού χαρακτήρα, στις Δράσεις Ενισχύσεων ιδιωτικών επενδυτικών σχεδίων, στη στήριξη του ανθρώπινου δυναμικού με δράσεις εξειδικευμένης κατάρτισης / επιμόρφωσης και στην αναβάθμιση του επιπέδου των παρεχομένων υπηρεσιών.

Παράλληλα, ενισχύουμε την διεθνή εικόνα της Ελλάδας:

Σχεδιάσαμε και υλοποιούμε μακροπρόθεσμη στρατηγική για την ταυτότητα της Ελλάδας, με στόχο την εξειδικευμένη στρατηγική ανά χώρα, ανά προϊόν και ανά περιφέρεια, αναφορικά με την προβολή και τη διαφήμιση σε ξένα μέσα. Επενδύουμε σε μια Ελλάδα που αναδεικνύει τα συγκριτικά της πλεονεκτήματα, την πολυποικιλοποίησή της, τη δυνατότητά της να προσφέρει πλούσιες εμπειρίες σε πολλούς διαφορετικούς τομείς και πεδίο ενδιαφέροντος των πελατών όλο το χρόνο και σε κάθε μήκος και πλάτος της.

Για να στηρίξουμε τη νέα στρατηγική της χώρας μας για τον τουρισμό, βάλαμε σε άμεση εφαρμογή το νέο portal του ΕΟΤ visitgreece.gr. Κινητοποιήσαμε τον απόδημο Ελληνισμό και τους Έλληνες της διασποράς. Υλοποιήσαμε πολυάριθμα ταξίδια δημοσιογράφων ξένων ΜΜΕ και εκπροσώπων μεγάλων tour operators, προκειμένου να επιτευχθεί θετική αρθρογραφία για την Ελλάδα, ενεργοποιήσαμε τα social media, και συγχρόνως ξεκινήσαμε μια νέα συμμετοχική προσπάθεια για την ενίσχυση της εικόνας της Ελλάδας στο Εξωτερικό, το YOU IN GREECE, αλλά και το MYGREECE, ή Συμμαχία για την Ελλάδα, όπως ονομάζεται η τηλεοπτική της έκφραση, η οποία παρακινεί Έλληνες να μιλήσουν, να προωθήσουν την Ελλάδα που αγαπούν και να κάνουν εδώ τις διακοπές τους. Με ελάχιστα μέσα και με τη συνεργασία της ΕΡΤ δημιουργούμε προωθητικό οπτικοακουστικό υλικό για τις παραπάνω καμπάνιες. Συνεπώς, κεντρική προτεραιότητα του ΕΟΤ παραμένει η αποπληρωμή των οφειλών των παλαιότερων ετών με βάση τους συγκεκριμένους διαθέσιμους πόρους και ταυτόχρονα ο σχεδιασμός και η υλοποίηση

δράσεων προβολής με τη καλύτερη δυνατή σχέση αποτελεσματικότητας –κόστους (value for money).

Ο ΥΦΥΠΟΥΡΓΟΣ
ΓΕΩΡΓΙΟΣ ΝΙΚΗΤΙΑΔΗΣ



Εσωτερική Διανομή:

1. Γραφείο Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού
2. ΓΓΤ – Διεύθυνση Τουριστικής Πολιτικής
3. ΕΥΠΟΤ
4. ΕΟΤ – Γραφείο Γενικού Γραμματέα
5. ΕΟΤ – Γραφείο Προέδρου
6. ΕΟΤ – Δ/ση Μελετών & Επενδύσεων
7. ΕΟΤ – Δ/ση Έρευνας, Αγοράς & Διαφήμισης

ΑΚΡΙΒΕΣ ΦΩΤΟΑΝΤΙΓΡΑΦΟ

ΑΠΟ ΤΟ ΠΡΩΤΟΤΥΠΟ.....

8/6/11