



1 1 ΙΟΥΛ. 2011

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

Αθήνα, 7.7.2011

Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./1493

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

ΠΡΟΣ: 1. Βουλή των Ελλήνων
Δ/ση Κοινοβουλευτικού Ελέγχου
Τμήμα Ερωτήσεων
2. Υπουργείο Οικονομικών ✓
(με συνημμένη την Ερώτηση)
ΚΟΙΝ: 1. Βουλευτή κυρία Όλγα Κεφαλογιάννη

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 17365/2.6.2011 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 17365/2.6.2011 Ερώτησης της Βουλευτού κυρίας Όλγας Κεφαλογιάννη, σας γνωρίζουμε εξής:

Η τόνωση της ανταγωνιστικότητας του Ελληνικού Τουρισμού βρίσκεται στο επίκεντρο της πολιτικής του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού. Για το λόγο αυτό, το ΥΠ.ΠΟ.Τ. σε συνεργασία με τα συναρμόδια υπουργεία εξετάζει την ίδρυση Ειδικής Υπηρεσίας Εξυπηρέτησης και Αδειοδότησης Τουριστικών Επενδύσεων για επενδύσεις που δεν μπορούν να ενταχθούν στο Fast Track. Στην ίδια υπηρεσία ιδρύεται Πολεοδομικό Γραφείο το οποίο θα επιλαμβάνεται της έκδοσης και της αναθεώρησης οικοδομικών αδειών για τις μεγάλες και σύνθετες τουριστικές επενδύσεις και για τις επενδύσεις που πραγματοποιούνται σε δημόσια ακίνητα. Η δημιουργία ενός ευέλικτου νομικού πλαισίου για την ανάπτυξη και αξιοποίηση τουριστικών κατοικιών που είναι ενταγμένες σε ξενοδοχειακές μονάδες, είτε υπάρχουσες είτε νέες, βρίσκεται στον σχεδιασμό του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού με στόχο την περαιτέρω ανάπτυξη του ειδικού αυτού τουριστικού κλάδου.

Το νέο αυτό πλαίσιο θα λειτουργήσει ως το κατάλληλο εργαλείο επιτάχυνσης και διαφάνειας αναφορικά με τις διαδικασίες υλοποίησης στρατηγικών επενδύσεων, είτε αυτές προέρχονται αμιγώς από τον ιδιωτικό τομέα (ιδιωτική επένδυση σε ιδιωτικό χώρο/ακίνητο, όπως ξενοδοχειακή/τουριστική μονάδα, βιομηχανία κτλ.) είτε αυτές αφορούν συνεργασίες δημόσιου και ιδιωτικού τομέα (ιδιωτική επένδυση σε δημόσιο χώρο/ακίνητο, η ανάπτυξη τουριστικών ή άλλων ακινήτων της ΚΕΔ, της ΕΤΑ, κ.ά.).

Σε αυτήν την κατεύθυνση κινούνται βασικές πρωτοβουλίες της Κυβέρνησης όπως:

- η μείωση του ΦΠΑ στο 6,5% για τα τουριστικά καταλύματα (ξενοδοχεία κ.α.)
- η αλλαγή της σχετικής νομοθεσίας και η άρση του Καμποτάζ
- η μείωση των ακτοπλοϊκών εισιτηρίων με την κατάργηση κρατήσεων υπέρ τρίτων,
- η κατάργηση τελών σε περιφερειακά αεροδρόμια και η παροχή κινήτρων στον τομέα των αερομεταφορών ως προς την προσέλκυση νέων εταιρειών για τη δημιουργία νέων πτήσεων,

✓✓

- η απλοποίηση των διαδικασιών έκδοσης βίζας σε νέες αναδυόμενες αγορές, όπως η Ρωσία, η Κίνα και η Ουκρανία που θα ενισχύσει την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού και θα διευκολύνει την πρόσβαση στη χώρα μας
- οι επιδοτήσεις θέσεων εργασίας στον τουρισμό και η μείωση εργοδοτικών εισφορών,
- η προώθηση των Ειδικών Μορφών Τουρισμού με στόχο την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και αύξηση της απασχόλησης,
- η οργανωμένη τουριστική προβολή της χώρας στο εξωτερικό και η αξιοποίηση των δικτύων κοινωνικής διασύνδεσης.

Για την ενίσχυση των θέσεων εργασίας, ήδη από το 2010 εφαρμόστηκαν από τον ΟΑΕΔ τρία καινοτόμα προγράμματα:

1. Το ειδικό πρόγραμμα διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου με επιχορήγηση των ασφαλιστικών εισφορών, ύψους 70 εκατομμυρίων ευρώ μέσω του οποίου επαναπροσλήφθηκαν 70.000 άνεργοι σε εποχικές ξενοδοχειακές επιχειρήσεις.

2. Το πρόγραμμα διατήρησης 10.000 θέσεων εργασίας σε ξενοδοχειακές επιχειρήσεις συνεχούς λειτουργίας, ύψους 18,6 εκατομμυρίων ευρώ.

3. Το πρόγραμμα διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου, με επιχορήγηση των ασφαλιστικών εισφορών 50.000 εργαζομένων για το μήνα Σεπτέμβριο του 2010, ύψους 25 εκατομμυρίων ευρώ.

Για το 2011, έχει ήδη ξεκινήσει το πρόγραμμα που αφορά στην επιχορήγηση εποχικών ξενοδοχειακών επιχειρήσεων. Έχει επίσης ξεκινήσει να εφαρμόζεται η Κοινή Υπουργική Απόφαση, με την οποία ετέθη το πλαφόν του 17% για τους μαθητευόμενους στα ξενοδοχεία.

Επιπρόσθετα, το Υπουργείο Πολιτισμού και Τουρισμού, στον Τομέα του Τουρισμού, θα υλοποιήσει μέσω του ΕΣΠΑ σε όλες τις Περιφέρειες της χώρας, μια σειρά από έργα, τα οποία αφορούν τόσο σε υποδομές (αγκυροβόλια, οικοτουριστικές διαδρομές), όσο και σε ενισχύσεις επιχειρήσεων Τουρισμού (Προγράμματα «Πράσινος Τουρισμός» και «Εναλλακτικός Τουρισμός», με στόχο τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στο σύνολο της ελληνικής επικράτειας, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Ωθηση στον τομέα της ανάπτυξης των Ειδικών - Εναλλακτικών Μορφών Τουρισμού θα δώσει το νέο Χωροταξικό Σχέδιο για τον Τουρισμό καθώς και το καθεστώς που δημιουργεί ο νέος Επενδυτικός Νόμος 3908/2011, ο οποίος ψηφίσθηκε πρόσφατα και δίδει νέες ευκαιρίες ανάπτυξης, μειώνει τη γραφειοκρατία και δημιουργεί νέες θέσεις εργασίας σε πανελλαδικό επίπεδο.

Η ηγεσία και οι υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού βρίσκονται σε συνεχή διαβούλευση με φορείς επαγγελματιών στον κλάδο του Τουρισμού με στόχο την καταγραφή των σημείων που σε κάθε τομέα του Τουρισμού απαιτούν την ειδική μέριμνα της Πολιτείας και τη διαμόρφωση μιας συνεκτικής δημόσιας πολιτικής για τον Τουρισμό ο οποίος μπορεί και πρέπει να τονώσει την ανταγωνιστικότητα της χώρας και να καταστεί μοχλός ανάπτυξης της ελληνικής κοινωνίας, ιδιαίτερα στην κρίσιμη περίοδο που διανύουμε.

Ο ΕΟΤ με την υπ' αριθμ. πρωτ. 521111/ 31-12-10 (αρ. ΑΔΑ 4Α9Λ469ΗΙΖ-Λ) απόφασή του, έχει κοινοποιήσει την Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Τουρισμού για την τριετία 2011-2013. Σύμφωνα με την παραπάνω στρατηγική και με δεδομένους τους διαθέσιμους πόρους, ο ΕΟΤ υλοποιεί τις παρακάτω δράσεις για την προβολή του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος, με στόχο την επίτευξη του καλύτερου δυνατού αποτελέσματος με χαμηλότερο δυνατό κόστος (value for money):

1. Εξορθολογισμός της συμμετοχής σε εκθέσεις τουρισμού. Δεδομένου ότι το κόστος συμμετοχής στις τουριστικές εκθέσεις είναι ιδιαίτερα υψηλό ενώ στην πραγματικότητα απευθύνονται σε ένα πολύ μικρό αριθμό τουριστών, ο ΕΟΤ συμμετέχει σε επιλεγμένες εκθέσεις τουρισμού σύμφωνα με τους βασικούς άξονες της νέας στρατηγικής (ενίσχυση

παραδοσιακού τουριστικού προϊόντος, ανάπτυξη εναλλακτικών μορφών τουρισμού) και τους στόχους ανά χώρα-αγορά. Με αυτό τον τρόπο επιδιώκεται μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας του συγκεκριμένου εργαλείου προβολής με ταυτόχρονο περιορισμό άσκοπης δαπάνης. Επιπρόσθετα, η συμμετοχή του ΕΟΤ πραγματοποιείται με νέα ταυτότητα περιπτέρων βασισμένη σε λειτουργικές, μινιμαλιστικές και αντιπροσωπευτικές φόρμες.

2. Η έμφαση για την προβολή του Ελληνικού τουρισμού εστιάζεται στο διαδίκτυο μέσω της ιστοσελίδας (www.visitgreece.gr), της διαδραστικής πλατφόρμας καταγραφής εμπειριών (www.my-greece.gr) και των κοινωνικών μέσων δικτύωσης ως τα κύρια οχήματα προβολής. Η μεγάλη σπουδαιότητα των νέων μέσων και του internet ως πηγή πληροφόρησης (και εργαλείο κρατήσεων) στην εποχή μας είναι αναμφισβήτητη: 42% των ταξιδιωτών το χρησιμοποιούν. Η επικοινωνιακή καμπάνια που προβάλλεται μέσω των διαδικτυακών καναλιών είναι η σειρά των spots YOU IN GREECE η οποία ταυτόχρονα θα εμπλουτιστεί με νέες σειρές video spots σε διαφορετικές γλώσσες και με διαφορετική θεματολογία. Ο εμπλουτισμός και η αναβάθμιση όλων των οχημάτων προβολής πραγματοποιείται με ίδια μέσα.

3. Με στόχο τη σημαντική αύξηση της επισκεψιμότητας στην ιστοσελίδα www.visitgreece.gr, έχει προγραμματιστεί και πρόκειται να ξεκινήσει στο άμεσο μέλλον εκτεταμένη εκστρατεία on-line διαφήμισης του Ελληνικού τουρισμού στο διεθνές δίκτυο Google, σε μεγάλες αγορές-στόχους (Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Σουηδία, Ρωσία, Ισραήλ) με χρήση των εργαλείων: Google search, You tube και Google Display. Ανάλογη καμπάνια εξετάζεται και για το Facebook, με στόχο την προώθηση της σελίδας του ΕΟΤ (fan page) μέσω του πλέον δημοφιλούς μέσου κοινωνικής δικτύωσης.

4. Ενίσχυση του City break τουρισμού για Αθήνα και Θεσσαλονίκη και έμφαση στην προσπάθεια για επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, μέσα από την ανάπτυξη δύο νέων προϊόντων:

Το Athens Every week αποτελεί μια ενιαία πλατφόρμα προβολής για όλες τις δράσεις και εκδηλώσεις που συμβαίνουν στην Αθήνα. Με φαντασία και χαμηλό κόστος προβάλλει όλα αυτά που κάνουν την Αθήνα μια πόλη ιδιαίτερη και ζωντανή, δημιουργώντας ένα νέο ενδιαφέρον για την πόλη.

Το Θεσσαλονίκη «Σταυροδρόμι των Πολιτισμών» αποτελεί μία πρωτοβουλία με στόχο την ανάπτυξη μιας σειράς δράσεων από τους πολιτιστικούς και παραγωγικούς φορείς της Θεσσαλονίκης, οι οποίες θα ενισχύσουν το πολιτιστικό προφίλ της πόλης και θα αναδείξουν τον εξωστρεφή της χαρακτήρα. Η ιδέα του προγράμματος συνοψίζεται στη δημιουργία ενός πολιτιστικού ημερολογίου με βάση το οποίο θα συντονίζονται όλοι οι πολιτιστικοί φορείς της Θεσσαλονίκης, με σκοπό την φιλοξενία, την προβολή και την παραγωγή καλλιτεχνικού έργου που αφορά μία ή περισσότερες τιμώμενες χώρες και τον πολιτισμό τους.

5. Συμμαχία για την Ελλάδα: Η πρωτοποριακή σύμπραξη του Ε.Ο.Τ. με υγιείς δυνάμεις της ελληνικής οικονομίας, ιδιωτικού και δημοσίου τομέα με απώτερο σκοπό τη μέγιστη κοινωνική και οικονομική ωφέλεια. Για πρώτη φορά ο Ε.Ο.Τ. συμπράττει με φορείς του ιδιωτικού τομέα με στόχο τη στήριξη του τουρισμού της χώρας με ένα ευρύ φάσμα δράσεων που εκτείνονται τόσο στο εξωτερικό όσο και στο εσωτερικό. Ήδη έχει υλοποιηθεί και προβάλλεται από τα μέσα Απριλίου ο Β' κύκλος της καμπάνιας ευαισθητοποίησης «Ελλάδα, κομμάτι της ψυχής μας» με πολύ μεγάλη ένταση και κάλυψη σε όλα τα μέσα: τηλεόραση, κινηματογράφος, ραδιόφωνο, περιοδικά. Τόσο ο σχεδιασμός και η υλοποίηση της καμπάνιας ευαισθητοποίησης όσο και οι προωθητικές δράσεις με τους επιμέρους φορείς πραγματοποιούνται με ίδια μέσα και σχεδόν μηδενικό για τον ΕΟΤ κόστος.

6. Υπογραφή συμφώνων συνεργασίας και αμοιβαίας κατανόησης με οργανισμούς και φορείς του ευρύτερου δημόσιου και ιδιωτικού τομέα που αποτελούν σημαντικούς παράγοντες της τουριστικής αγοράς (Δ.Α.Α., Aegean Airlines) στο πλαίσιο της δημιουργίας ενός δυναμικού δικτύου συνεργασιών με στόχο τη μεγιστοποίηση της αποτελεσματικότητας της

προβολής του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος. Συγκεκριμένα, στους στόχους του συμφώνου συνεργασίας που υπέγραψε ο ΕΟΤ με την Aegean περιλαμβάνονται, μεταξύ άλλων, η προώθηση και από τους δύο φορείς –μεμονωμένα ή συνδυαστικά-του τουριστικού προϊόντος ακολουθώντας ένα ολοκληρωμένο σχέδιο δράσεων προώθησης και προβολής σε σημαντικές αγορές για τον ελληνικό τουρισμό, όπως η Γερμανία, η Μεγάλη Βρετανία, η Ισπανία, η Ρωσία, η Ιταλία, το Ισραήλ κ.α. Στο πλαίσιο των δράσεων αυτών, βρίσκεται σε εξέλιξη από αρχές Μαρτίου, μεγάλη καμπάνια εξωτερικής διαφήμισης σε αεροδρόμια, μετρό, στάσεις λεωφορείων, και δρόμους μεγάλων πόλεων του εξωτερικού όπως το Βερολίνο, η Βαρκελώνη, η Μαδρίτη, η Ρώμη, και το Μιλάνο.

7. Υλοποίηση στρατηγικής δημοσίων σχέσεων μέσω της διενέργειας επιλεγμένων δημοσιογραφικών ταξιδιών εξοικείωσης και στοχευμένων εκδηλώσεων.

Όλες οι προαναφερθείσες δράσεις έχουν σαν στόχο την αποτελεσματική προβολή του διαφοροποιημένου Ελληνικού ποιοτικού τουριστικού προϊόντος σε ένα περιβάλλον εντεινόμενου ανταγωνισμού μέσα από την αξιοποίηση των εξαιρετικά περιορισμένων διαθέσιμων οικονομικών πόρων.

