

0 5 ΑΥΓ. 2011



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΥ
ΚΑΙ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΚΟΙΝΟΒΟΥΛΕΥΤΙΚΟΥ
ΕΛΕΓΧΟΥ

Αθήνα, 4.8.2011
Αρ. Πρωτ.: ΥΠ.ΠΟ.Τ./ΓΡ.ΥΠ./Κ.Ε./1608

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 κα Όλγα Κεφαλογιάννη

Θέμα: Απάντηση στη με αριθμό πρωτοκόλλου 18896/6.7.2011 Ερώτηση

Σε απάντηση της με αριθμ. πρωτοκόλλου 18896/6.7.2011 Ερώτησης της Βουλευτού κας Όλγας Κεφαλογιάννη και σύμφωνα με τα στοιχεία που έθεσαν υπόψη μας οι αρμόδιες υπηρεσίες του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού, σας γνωρίζουμε τα εξής:

Σύμφωνα με την εξαγγελία του Πρωθυπουργού, κ. Γ. Παπανδρέου, για κατάργηση του 1/3 των Γρ. ΕΟΤ Εξωτερικού, εκδόθηκε η υπ' αριθμ. 1856/02.02.2011 Υπ. Απόφαση, περί κατάργησης εννιά (9) Παραρτημάτων ΕΟΤ Εξωτερικού. Σε συνέχεια αυτής καταγγέλθηκε η σχέση εργασίας των επιτόπιων υπαλλήλων που εργάζονταν στα καταργούμενα Παραρτήματα, καθώς και τα μισθωτήρια συμβόλαια των χώρων στα οποία στεγάζονταν.

Οι αποζημιώσεις των απολυόμενων υπαλλήλων υπολογίζονται βάσει της εργατικής νομοθεσίας της αλλοδαπής. Ωστόσο το τελικό ποσό είναι πολλάκις αποτέλεσμα διαπραγμάτευσης μεταξύ του εργοδότη και του εργαζόμενου. Στις περιπτώσεις που δεν επιτευχθεί συμφωνία ως προς το ύψος της τελικής αποζημίωσης των εργαζομένων, αυτό καθορίζεται από τα τοπικά δικαστήρια. Ενδεικτικά, αναφέρεται η περίπτωση του Καναδά, όπου - κατόπιν διαπραγματεύσεων - η αποζημίωση του επιτόπιου προσωπικού ορίστηκε σε δώδεκα μηνιαίους μισθούς, παρότι - σύμφωνα με τη νομοθεσία της χώρας - για την αποζημίωση του επιτόπιου προσωπικού προβλεπόταν έως και δεκαεννιά (19) μηνιαίοι μισθοί. Το 2009 υπηρετούσαν στα Γραφεία Εξωτερικού 137 υπάλληλοι ως επιτόπιο προσωπικό. Μετά από οικειοθελείς παραιτήσεις αλλά και καταγγελία σύμβασης (όχι απαραίτητως λόγω κατάργησης παραρτήματος), ο αριθμός αυτός διαμορφώνεται σε 64 άτομα, για τα 18 εναπομένοντα Γραφεία. Η εξοικονόμηση σε ετήσια βάση ξεπερνά τα 2.000.000€. Το τελικό ποσό επιβάρυνσης του ΕΟΤ

(περιλαμβανομένων των αποζημιώσεων λόγω καταγγελίας της εργασιακής σχέσης των επιτόπιων υπαλλήλων, καθώς και της αμοιβής τους κατά τη διάρκεια της προβλεπόμενης από το νόμο περιόδου προειδοποίησης) ανέρχεται σε 387.387,50 €, ενώ το αρχικώς προϋπολογιζόμενο ποσό στην απόφαση κατάργησης ήταν 677.587,93 €.

Σημειώνεται, ότι στη Γερμανία τα άτομα με ειδικές ανάγκες δεν απολύονται, αλλά ζητείται άδεια από την αρμόδια κρατική υπηρεσία για την αλλαγή των όρων της εργασιακής τους σύμβασης, όπως ορίζει η οικεία εργατική νομοθεσία. Γι' αυτό απεστάλη σε όλους τους εργαζόμενους των παραρτημάτων «τροποποιητική καταγγελία», ως προς τον τόπο εργασίας (από τα Παραρτήματα στο Κεντρικό Γραφείο της Φρανκφούρτης). Σε κάθε περίπτωση, ο Οργανισμός συμβουλεύετε πάντα οικείους εργατολόγους και ακολουθεί τις νομικές συμβουλές και λύσεις που προτείνονται ανά περίπτωση.

Όσον αφορά στις αποζημιώσεις από την καταγγελία των μισθωτηρίων συμβολαίων, αυτές προκύπτουν από τους όρους των εκάστοτε συμβολαίων και από διαπραγματεύσεις με τους ιδιοκτήτες των ακινήτων. Οι λειτουργικές δαπάνες των 9 καταργούμενων γραφείων ξεπερνούσαν τα 2.000.000€ ετησίως. Το κόστος από την καταγγελία των μισθωτηρίων συμβολαίων των εν λόγω παραρτημάτων θα ανέλθει κατά το μέγιστο σε 257.796,94 € (το αρχικώς προϋπολογιζόμενο ποσό ήταν 264.390 €). Σημειώνεται ότι το τελικό ποσό επιβάρυνσης για τον Οργανισμό σε αυτή την περίπτωση θα είναι αισθητά μικρότερο, καθώς ο ΕΟΤ έχει προβεί σε συμφωνία με τις εκμισθώτριες εταιρείες για την όσο το δυνατό αμεσότερη παράδοση των ακινήτων, ώστε αν βρεθεί ενοικιαστής να μην επιβαρυνθεί με όλο το ποσό που προβλέπεται στις ρήτρες στην περίπτωση πρόωρης καταγγελίας τους.

Επιπροσθέτως, αναφέρουμε ότι η αναστολή λειτουργίας Παραρτήματος ΕΟΤ σε μία χώρα, σε καμία περίπτωση δεν σημαίνει εγκατάλειψη της αγοράς. Αντιθέτως, στόχος είναι η ενδυνάμωση αυτής της αγοράς μέσω εφαρμογής σύγχρονων τεχνικών μάρκετινγκ που να συνάδουν τόσο με την τόνωση της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας όσο και με τις τάσεις και απαιτήσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς. Ο ΕΟΤ έχει υιοθετήσει τη νέα 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 τη βέλτιστη αξιοποίηση των διαθέσιμων οικονομικών πόρων.

Εσωτερική Διανομή:

1. Γραφείο Υφυπουργού Πολιτισμού και Τουρισμού
2. ΓΓΤ-Γραφείο Γενικής Γραμματέως
3. ΓΓΤ-Δ/ση Υπηρεσιών Εξωτερικού

