

ΕΠΙΚΑΙΡΗ ΕΡΩΤΗΣΗ

19.11.2012

Προς την κ. Υπουργό Τουρισμού

Θέμα: Συστηματικά καλλιεργούμενο από το υπουργείο Τουρισμού το θολό τοπίο στην τουριστική επικοινωνιακή στρατηγική.

Τον Απρίλιο του 2012, μερικές μέρες δηλαδή πριν την προκήρυξη εθνικών εκλογών και τη διάλυση της Βουλής, η μνημονιακή κυβέρνηση ψήφισε το νόμο 4070/2012, ο οποίος, παρότι εισήχθη από το Υπουργείο Υποδομών, Μεταφορών και Δικτύων, αφορούσε σε μια τεράστια δέσμη ρυθμίσεων με εξαιρετικά ευρύ φάσμα. Ανάμεσα στις διατάξεις του πολυνομοσχεδίου, το άρθρο 187 προέβλεπε - υποτυπωδώς, αλλά στοχευμένα - τη δημιουργία τουριστικής εταιρείας marketing με σύντομη επωνυμία «MARKETING GREECE A.E.» και σύμπραξη του ελληνικού Δημοσίου και του ιδιωτικού τομέα - δηλαδή του ΣΕΤΕ.

Οι συγκεκριμένες διατάξεις αποτελούν σαφώς σκάνδαλο, όχι μόνο για το χρονικό σημείο που ψηφίστηκαν και την απουσία οποιασδήποτε διαβούλευσης με φορείς, αλλά και λόγω της εκχώρησης της υλοποίησης και - κυρίως - του σχεδιασμού σε ιδιωτικά συμφέροντα μέχρι το 2060! Εν ολίγοις, η διαδικασία λήψης αποφάσεων σε ένα κομβικό τμήμα της επικοινωνιακής στρατηγικής του τουρισμού έχουν παραδοθεί θεσμικά, εν ριπή οφθαλμού, στα μεγάλα ιδιωτικά συμφέροντα.

Επειδή η επικοινωνιακή στρατηγική του τουρισμού οφείλει να είναι εθνικού χαρακτήρα και η εκχώρηση αυτής αποδυναμώνει την άσκηση πολιτικής του τουρισμού στο διεθνές πλαίσιο

Επειδή η σύσταση της εν λόγω εταιρείας, αποκλειστικά ιδιωτικών, όμως, συμφερόντων προκάλεσε εύλογη σύγχυση αφού δεν διευκρινίζονται τα χαρακτηριστικά αυτής της στρατηγικής ούτε αμφισβητείται ουσιαστικά η υπάρχουσα κατάσταση στον τουρισμό

Επειδή σε περίοδο μεγάλης και καταστροφικής λιτότητας, οι μνημονιακές κυβερνήσεις έχουν συστηματικά επιλέξει την απαξίωση του ΕΟΤ, είτε με περικοπές στον προϋπολογισμό του είτε μέσω της μεροληψίας τους προς τα συμφέροντα του μεγάλου κεφαλαίου

Ερωτάσθε κ. Υπουργέ

1. Με την παρούσα κατάσταση, ποιος φορέας ηγείται της υπόθεσης της επικοινωνιακής στρατηγικής, προβολής και marketing της χώρας για τον τουρισμό, τη στιγμή που οι εξελίξεις που έχετε προκαλέσει έχουν ουσιαστικά ακυρώσει τις διατάξεις περί σύστασης εταιρείας marketing;
2. Με ποιους ακριβώς ποσοτικούς και ποιοτικούς δείκτες πιστεύετε ότι η εκχώρηση της τουριστικής προβολής, στην οποία εμείς είμαστε αντίθετοι, εξυπηρετεί την τουριστική ανάπτυξη, τις απαιτήσεις της διεθνούς πολιτικής της χώρας και τις διαπεριφερειακές, περιφερειακές και τοπικές ανάγκες των τουριστικών προορισμών;

Ο ερωτών Βουλευτής

Μιχάλης Κριτσωτάκης