

16.10.2013

ΟΜΙΛΙΑ ΥΠ. ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΟΛΓΑΣ ΚΕΦΑΛΟΓΙΑΝΝΗ

ΕΙΣΑΓΩΓΙΚΑ

Κυρίες και Κύριοι καλημέρα

Σας ευχαριστώ που είσαστε κοντά μας σήμερα.

Βρισκόμαστε μαζί, καταρχήν για μια γενική ενημέρωση σχετικά με την τουριστική περίοδο του 2013, αλλά και για να σας παρουσιάσουμε με τον Γ.Γ. του ΕΟΤ κ. Π. Λειβαδά, ένα συγκροτημένο πλέγμα επικοινωνιακών δράσεων του Υπουργείου Τουρισμού και του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού.

Ένα πλέγμα δράσεων που συνεχίζει με τα βασικά στρατηγικά και επικοινωνιακά χαρακτηριστικά της περσινής χρονιάς.

Που προσαρμόζεται στις νέες ανάγκες που διαμορφώνονται σήμερα, και υπηρετεί τις βασικές μας στρατηγικές στοχεύσεις.

ΟΙ ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΕΣ ΤΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ ΜΑΣ

Κυρίες και κύριοι,

Όλο το προηγούμενο διάστημα ακολουθήσαμε ένα συγκεκριμένο στρατηγικό πλάνο.

Ένα εθνικό σχέδιο, το οποίο υπηρετούσε μια βασική σκέψη.

Ότι ο τουρισμός μπορεί και πρέπει να λειτουργήσει ως το ισχυρό όπλο της Ελλάδας για την ανάκαμψη της Ελληνικής οικονομίας.

Ότι μπορεί να μετατραπεί από ένα υποβαθμισμένο τομέα άσκησης πολιτικής, σε μια κεντρική πολιτική προτεραιότητα για την χώρα.

Σε καμία περίπτωση, δεν πρέπει να ξεχνάμε ότι πάνω και πέρα από όλα, η Κυβέρνηση αποφάσισε εξ αρχής να δώσει τη δέουσα έμφαση στην τουριστική πολιτική.

Να την αναβαθμίσει και να επενδύσει επάνω της.

Είναι σημαντικό να μην ξεχνάμε ότι τίποτα δεν γίνεται τυχαία.

Τίποτα δεν μας χαρίζεται.

Με αυτή λοιπόν την πολιτική μας αφετηρία, η στρατηγική μας κινήθηκε πάνω σε τέσσερις βασικούς άξονες.

Πρώτος άξονας και βασική προτεραιότητα που θέσαμε ήταν η αποκατάσταση της εικόνας της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Μια εικόνα που είχε «γκριζάρει», από πολλά ξένα μέσα ενημέρωσης.

Χιλιάδες αρνητικά δημοσιεύματα και αρνητικές ειδήσεις έπρεπε να απαντηθούν.

Χρειαζόταν η δική μας ιστορία, η δική μας απάντηση, σε όλα τα στερεότυπα που χτίζονταν συστηματικά για πολλά χρόνια.

Με συντονισμένες ενέργειες και σκληρή προσπάθεια, με πολλές συνεντεύξεις σε μεγάλα πρακτορεία του εξωτερικού, απαντούσαμε σε όλα τα ερωτήματα και δείχναμε την εικόνα της φωτεινής Ελλάδας.

Ενδεικτικά αναφέρω ότι τον περασμένο χρόνο παραχωρήσαμε **68 συνεντεύξεις σε ξένα ΜΜΕ**, συναντηθήκαμε με πολλούς ιδιοκτήτες, διευθυντές και στελέχη των μεγαλύτερων εφημερίδων του κόσμου, επισκεφτήκαμε τα σημαντικότερα τουριστικά περιοδικά του κλάδου.

Αποκαταστήσαμε σταδιακά τη φήμη της χώρας στο εξωτερικό.

Και το αποτέλεσμα δικαίωσε τις επιλογές μας.

Η Ελλάδα είχε την ανάγκη της εξωστρέφειας και των θετικών μηνυμάτων.

Σε αυτή την ανάγκη ανταποκριθήκαμε άμεσα.

Ο δεύτερος άξονας ήταν οι στοχευμένες θεσμικές παρεμβάσεις που έγιναν τόσο με την σύσταση του Υπουργείου Τουρισμού όσο και με το νέο τουριστικό νόμο που ψηφίστηκε το καλοκαίρι.

Επιγραμματικά σας υπενθυμίζω ότι ο νέος νόμος, ενισχύει την επιχειρηματικότητα και διευκολύνει τις επενδύσεις.

Εισάγει νέα τουριστικά προϊόντα.

Διασφαλίζει την ποιότητα στις τουριστικές υποδομές και υπηρεσίες.

Εκσυγχρονίζει το θεσμικό πλαίσιο, αναφορικά με κάποιες ειδικές μορφές τουρισμού.

Κυρίως όμως για πρώτη φορά επιλύει τα χρονιά προβλήματα που ταλάνιζαν εδώ και δεκαετίες τον τουριστικό κλάδο.

Δεν υποστηρίζω ότι λύθηκαν όλα τα προβλήματα.

Υποστηρίζω ότι έγιναν σημαντικά βήματα που δίνουν μια άλλη προοπτική στον ελληνικό τουρισμό.

Τρίτος άξονας της πολιτικής μας ήταν η ανάκτηση της εμπιστοσύνης των αγορών.

Σε σύντομο χρονικό διάστημα έπρεπε να έρθουμε σε επαφή με όλους τους μεγάλους εταίρους της παγκόσμιας τουριστικής αγοράς.

Tour operators, αεροπορικές εταιρίες, επιχειρηματίες του τουρισμού ζητούσαν αξιόπιστους συνομιλητές για να μπει και πάλι η Ελλάδα στον χάρτη των σημαντικών τουριστικών προορισμών.

Και αυτός ο στόχος επετεύχθη με συντονισμένες προσπάθειες και επαφές τόσο του Υπουργείου Τουρισμού όσο και του ΕΟΤ

Τέταρτος άξονας ήταν η εκπόνηση ενός συγκροτημένου επικοινωνιακού σχεδίου. Με άξονα την Ελλάδα.

Η Ελλάδα είναι ένα παγκόσμιο πανίσχυρο brand name.

Εκεί πάνω «χτίσαμε» την εικόνα μας.

Στηριχθήκαμε στα social media περισσότερο.

Δεν προχωρήσαμε σε διαφημίσεις σε παραδοσιακά μέσα ενημέρωσης που και πολλά λεφτά κοστίζουν και δεν είναι αποτελεσματικές για χώρες με ισχυρή αναγνωρισιμότητα όπως η Ελλάδα.

Αυτό που θέλαμε να κάνουμε ήταν να υπενθυμίσουμε τις ομορφιές της χώρας μας.

Τη μοναδικότητα των προορισμών μας.

Η Ελλάδα συγκαταλέγεται στις καλύτερες τουριστικές χώρες του κόσμου, τόσο για το επίπεδο των υψηλών υπηρεσιών που προσφέρει στους επισκέπτες της όσο και για τις φυσικές ομορφιές της.

Είμαστε υπερήφανοι που γεννηθήκαμε και ζούμε σε αυτή τη χώρα.

Η Πατρίδα μας, ως τουριστικός προορισμός, δεν είναι μονοδιάστατος. Έχει τεράστια ποικιλία.

Κάθε πόλη μας έχει το δικό της μυστικό.

Κάθε νησί μας, έχει τη δική του μοναδική ταυτότητα.

Η Ελλάδα δεν είναι μόνο ήλιος και θάλασσα, αλλά παρέχει ποικίλες εμπειρίες στους ξένους και είναι εξαιρετικός τουριστικός προορισμός καθ' όλη τη διάρκεια του έτους.

Είναι ένας προορισμός που θα μείνει ανεξίτηλα χαραγμένος στη μνήμη των επισκεπτών μας.

Η φιλοδοξία μας είναι όλοι αυτοί οι επισκέπτες να γίνουν οι καλύτεροι πρεσβευτές μας στην πατρίδα τους.

Να ταξιδέψουν ξανά στην Ελλάδα.

Αυτή η μοναδικότητα είναι και το διαβατήριο μας, στον σκληρό ανταγωνισμό, που επικρατεί στον τουριστικό κλάδο, σε παγκόσμιο επίπεδο.

Πετύχαμε σημαντικά αποτελέσματα με το ελάχιστο δυνατό οικονομικό κόστος.

Σεβαστήκαμε στο ακέραιο τις δύσκολες οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στη χώρα μας.

Καταγράφηκε αύξηση των αφίξεων από το εξωτερικό αλλά και αύξηση των εισπράξεων, που ήταν και το μεγάλο ζητούμενο. Κερδίσαμε όλοι μαζί μια μεγάλη μάχη.

Χαιρόμαστε, αλλά δεν πανηγυρίζουμε.

Αντίθετα συνεχίζουμε το έργο μας με ακόμη μεγαλύτερη ένταση.

Το 2013 είναι αναμφισβήτητα μια χρονιά ρεκόρ για τον ελληνικό τουρισμό. Δεν έχει κλείσει ακόμα για να μιλήσουμε για τα οριστικά στοιχεία όμως τα μέχρι τώρα τα επίσημα, μέχρι στιγμής, στοιχεία για τον τουρισμό δείχνουν το ταξιδιωτικό ισοζύγιο να έχει πλεόνασμα 579 εκ ευρώ. Αύξηση κατά 30,4% σε σχέση με το 2012.

Φέτος την χώρα μας επισκέφθηκαν μέχρι στιγμής 760.000 περισσότεροι τουρίστες σε σχέση με πέρυσι.

Αύξηση κατά 11% σε σύγκριση με το 2012. Ενώ τα έσοδα οχταμήνου του 2013 εμφανίζουν αύξηση 17,9% σε σχέση με το 2012.

Στο σημείο αυτό θα ήθελα να σας δώσω και ορισμένα αλλά στοιχεία που καταδεικνύουν την άνοδο που σημείωσε φέτος ο τουρισμός στην Ελλάδα, από μεγάλες αγορές του εξωτερικού.

Για παράδειγμα από Ρωσία είχαμε αύξηση στις ταξιδιωτικές αφίξεις κατά 47%, από ΗΠΑ 27%, από Γαλλία 17,4%, από Γερμανία 13,6%.

Εχθές γύρισα από τη Ρωσία και πριν 15 ημέρες ήμουν στην Αμερική.

Τα μηνύματα που λαμβάνουμε είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά.....

Τόσο για την επόμενη χρονιά, το 2014, όσο και για το ζήτημα της περίφημης επιμήκυνσης.

Για τις Ηνωμένες Πολιτείες ειδικότερα, κάνουμε συγκεκριμένες κινήσεις για να εκμεταλλευτούμε το θετικό Momentum που έχει διαμορφωθεί.

Πρώτον, είμαστε σε διαρκή επικοινωνία με την εκεί αγορά και συνάπτουμε συγκεκριμένες στρατηγικές συμμαχίες που ευελπιστούμε ότι πολύ σύντομα θα παρουσιάσουν συγκεκριμένα αποτελέσματα.

Δεύτερον, είμαστε σε διαδικασία σχεδιασμού μιας στοχευμένης επικοινωνιακής καμπάνιας που θα αφορά τους Αμερικανούς πολίτες και θα αναδεικνύει σε αυτούς την ομορφιά της Ελλάδας, αλλά και το γεγονός ότι η Ελλάδα γίνεται και πάλι «της μόδας», με πολλές διάσημες προσωπικότητες να την επισκέπτονται.

Λεπτομέρειες της καμπάνιας και περισσότερα στοιχεία, θα σας παρουσιάσουμε το αμέσως επόμενο διάστημα όταν ολοκληρωθεί η προετοιμασία.

Τέλος για τη Ρωσία. Υπήρξαν σημαντικές συναντήσεις και με το σύνολο των tour operators και με την πολιτική ηγεσία του τουρισμού.

Και εκεί τα μηνύματα είναι ενθαρρυντικά για την επόμενη χρονιά.

Συνοπτικά αναφέρω για το ταξίδι στη Ρωσία.

Αναλαμβάνουμε πρωτοβουλία, πάντα σε συνεργασία και συνενόηση με τους εταίρους μας, για την περαιτέρω διευκόλυνση χορήγησης βίζας για τους Ρώσους πολίτες.

Προετοιμάζουμε τη διεξαγωγή ΕλληνοΡωσικού επιχειρηματικού φόρουμ το 2014,

Συνεργαζόμαστε με την πολιτική ηγεσία του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού για την υπογραφή διακρατικής συμφωνίας μεταξύ των δυο χωρών.

Ενισχύουμε σε όλα τα επίπεδα τη συνεργασία Ελλάδας και Ρωσίας για την αντιμετώπιση όλων των θεμάτων που προκύπτουν καθώς και την περαιτέρω σύσφιξη των σχέσεων μας.

Τέλος, κάτι με ιδιαίτερο συμβολισμό, η Ρωσία θα συμμετάσχει στην προσεχή Philoxenia μετά από αρκετά χρόνια απουσίας.

Κλείνω με κάτι που ειπώθηκε και από τις δυο πλευρές.

Ελλάδα και Ρωσία έχουν στενή, στρατηγική σχέση συνεργασίας.

ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ ΣΧΕΔΙΟ ΜΑΣ

Αγαπητές φίλες και φίλοι,

Η συνταγή που ακλουθήσαμε έφερε τα επιθυμητά αποτελέσματα. Αυτή την πετυχημένη συνταγή συνεχίζουμε και εμπλουτίζουμε περαιτέρω.

Τους τελευταίους σχεδόν δύο μήνες αναπτύσσουμε επικοινωνιακές δράσεις για τη στήριξη της διεύρυνσης της τουριστικής περιόδου. Επισπεύδουμε τα διαφημιστικά προγράμματα του έτους 2014, ώστε για πρώτη φορά να αναπτυχθούν δράσεις, από Σεπτέμβριο έως και Απρίλιο, κρίσιμο χρονικό διάστημα, για τις προκρατήσεις και τις πωλήσεις πακέτων διακοπών διεθνώς.

Σε εξέλιξη βρίσκονται προγράμματα προώθησης και προβολής του ελληνικού τουρισμού μέσω του διαδικτύου και των μέσων κοινωνικής

δικτύωσης, σε διεθνείς τουριστικές πλατφόρμες κύρους, όπως το tripadvisor, yahoo, expedia, lastminute.com

Όλες τις λεπτομέρειες και το αναλυτικό σχέδιο θα σας το παρουσιάσει στη συνέχεια ο κ. Λειβαδάς.

Προσπαθούμε να αξιοποιήσουμε στο έπακρο τη θετική συγκυρία για την Ελλάδα.

Αναπτύσσουμε δράσεις ειδικά για την Αθήνα και την Θεσσαλονίκη, καθώς διαθέτουν όλες τις απαιτούμενες τουριστικές υποδομές, για να προσελκύσουν υψηλού επιπέδου τουρίστες.

Τόσο η Αθήνα όσο και η Θεσσαλονίκη είναι γνωστές σε όλο τον κόσμο, με διάφορα αρχαιολογικά μνημεία, με εξαιρετικό φαγητό και ατμόσφαιρα.

Στα επικείμενα άλλωστε εγκαίνια του γραφείου του ΕΟΤ στην Κωνσταντινούπολη, θα υπάρξει ειδική επικοινωνία και στόχευση του city break Αθήνας, Θεσσαλονίκης στην Τουρκική αγορά.

Την ίδια στιγμή προβάλλουμε και όλες τις ομορφιές της υπόλοιπης χώρας.

Η Ξάνθη, η Μονεμβασιά, η Ολυμπία, η Λακωνία, η Μεσσηνία, οι Δελφοί, για να αναφέρω κάποιους από τους πολλούς προορισμούς κρύβουν μοναδικά μυστικά, που οι ξένοι επισκέπτες καλούνται να εξερευνήσουν και να γνωρίσουν.

Αυτή την «άγνωστη» για πολλούς ξένους Ελλάδα, θέλουμε να επικοινωνήσουμε στο εξωτερικό με ειδικές εκδόσεις, οδηγούς και καταχωρήσεις.

Μια παρουσίαση του "secret Greece" θα γίνει και στην WTM στο Λονδίνο στις αρχές Νοεμβρίου.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Κυρίες και Κύριοι,

Η επιτυχία στον τουρισμό δεν είναι υπόθεση, μόνο του υπουργείου Τουρισμού ή του ΕΟΤ ή των περιφερειών της Ελλάδας.

Είναι υπόθεση όλων.

Είναι υπόθεση της Ελληνικής κοινωνίας, είναι υπόθεση όλων των επαγγελματιών του κλάδου.

Η πλειοψηφία των επαγγελματιών του τουριστικού κλάδου στάθηκε και φέτος στο ύψος των περιστάσεων.

Οι υποχρεώσεις όμως μεγαλώνουν.

Για όλους.

Οι επιτυχίες φέρνουν και ευθύνες.

Καλύτερης συνεργασίας με την Πολιτεία.

Ανταγωνιστικότερων υπηρεσιών.

Επενδύσεων σε νέα προϊόντα.

Διαρκούς εκσυγχρονισμού.

Στήριξης όλων των προσπαθειών για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, κρατώντας καταστήματα και ξενοδοχεία ανοιχτά, εκεί που θα έρθουν οι τουρίστες.

Όλες αυτές τις ευθύνες καλούμαστε μαζί να φέρουμε εις πέρας.

Η πολιτεία είναι εδώ, για να δημιουργεί τις προϋποθέσεις ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού.

Γνωρίζουμε πολύ καλά πλέον ότι η επιτυχία στο τουριστικό τομέα θα έχει αντανάκλαση σε ολόκληρη την κοινωνία.

Και αυτός πρέπει να είναι ο κύριος στόχος όλων μας.

Κλείνοντας αυτή την παρέμβαση μου, θα ήθελα να επισημάνω ότι ο τουρισμός δεν είναι μόνο οικονομικά μεγέθη.

Ο τουρισμός είναι πολύ περισσότερα πράγματα από ψυχρούς αριθμούς.

Εκείνο που επιδιώκουμε είναι να συνδέσουμε τον τουρισμό, με την παράγωγη.

Τα μοναδικά προϊόντα της ελληνικής γης και κουζίνας, που αποτελούν και τη βάση της μεσογειακής διατροφής.

Την ιστορία μας.

Τον πολιτισμό και την κουλτούρα μας.

Να αναδείξουμε νέους τουριστικούς προορισμούς και ευρύτερα περιοχές της χώρας μας.

Θέλουμε οι επισκέπτες μας να γνωρίσουν τα ήθη και τα έθιμα της πατρίδας μας, την πλούσια παράδοση μας, ερχόμενοι στην Ελλάδα.

Αν το πετυχούμε θα έχουμε καταφέρει κάτι το μοναδικό.

Να συνδέσουμε τον τουρισμό με τους άλλους κλάδους της οικονομίας μας.

Αυτό είναι το σχέδιο μας.

Αυτό είναι το όραμα μας, για τον τουρισμό, για την ελληνική κοινωνία, για την Ελλάδα.

Σας ευχαριστώ πολύ