**Ομιλία Δημήτριου Τρυφωνόπουλου, ΓΓ ΕΟΤ, στην ημερίδα του Υπ. Τουρισμού με αφορμή την επίσκεψη του ΓΓ ΠΟΤ, Taleb Rifai,**

**Αθήνα, 2.3.2017**

**Ενότητα ομιλίας: Αειφόρος τουριστική ανάπτυξη και ειδικές μορφές τουρισμού**

Θέμα Ομιλίας*: Προορισμός Ελλάδα 365 ημέρες το χρόνο: Προβολή και προώθηση*

Αξιότιμε κε Γενικέ Γραμματέα,

Αξιότιμοι Υπουργοί,

Εκλεκτοί προσκεκλημένοι,

Κυρίες και κύριοι,

Είναι μεγάλη χαρά, κ. Taleb Rifai, που σας έχουμε εδώ κοντά μας.

Και αυτό το αναφέρω τόσο με αφορμή την εξαιρετική και συνάμα παραγωγική σχέση που διέπει την επικοινωνία μας όλο αυτό το διάστημα, όσο και διότι είστε ο επικεφαλής ενός από τα πλέον αξιόπιστα Ιδρύματα παγκοσμίως, το οποίο μέσα από τις εργασίες του διαμορφώνει και καταγράφει τον «παλμό» και τις τάσεις του παγκόσμιου Τουρισμού, αναπόσπαστο τμήμα του οποίου αποτελεί ο Ελληνικός Τουρισμός.

Όπως όλοι γνωρίζουμε, **το έτος 2017 έχει ανακηρυχθεί ως διεθνές έτος Αειφόρου Τουρισμού για την ανάπτυξη.**

Βεβαίως, η έννοια της αειφορίας και της υπεύθυνης διαχείρισης του τουριστικού προϊόντος της χώρας μας δεν είναι πρωτόγνωρη για εμάς στον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού.

Αποτελεί θεμελιώδη αξία και βασική κατεύθυνση του έργου του ΕΟΤ, από την πρώτη μέρα που ανέλαβα την ηγεσία του.

Του Οργανισμού, που, ως γνωστόν, έχει την απόλυτη ευθύνη της αποτελεσματικής υλοποίησης της τουριστικής πολιτικής και στρατηγικής, όπως την χαράσσει το Υπουργείο Τουρισμού και η Υπουργός, κα Κουντουρά.

Κατά συνέπεια, οι συνεργάτες μου και εγώ προβάλλουμε το Ελληνικό τουριστικό προϊόν με προγράμματα που καταρτίζονται στη βάση των κύριων κατευθύνσεων της αειφόρου, τουριστικής ανάπτυξης. Δηλαδή:

* Την ανάδειξη κάθε περιοχής ανάλογα με την φέρουσα τουριστική της ικανότητα και ως εκ τούτου την κοινωνική ένταξη τμημάτων του πληθυσμού και της περιφέρειας στον ευρύτερο χάρτη του Εθνικού Τουρισμού,
* Την προβολή του πολιτισμού και της διαφορετικότητας της κάθε περιοχής,
* Την ασφάλεια των τουριστών και τις ειρηνικές συνθήκες επισκεψιμότητας της χώρας,
* Τον σεβασμό στο περιβάλλον και το μικροκλίμα,
* Την τόνωση της οικονομικής ανάπτυξης και αύξηση της απασχόλησης (και συνεπώς μείωση της ανεργίας) σε κάθε περιοχή.

Αποτέλεσμα αυτών, είναι να αυξήσουμε ακόμα περισσότερο το ήδη υψηλό, τουριστικό ρεύμα που άρχισε να καταγράφεται στη χώρα μας τα τελευταία χρόνια, και μάλιστα αξιοποιώντας στο έπακρο περιορισμένα κονδύλια συγκριτικά με άλλες χώρες και παρά τις διεθνείς αντιξοότητες που θα μπορούσαν να επηρεάσουν σημαντικά το τελικό αποτέλεσμα (για παράδειγμα, τις παγκόσμιες γεωπολιτικές εξελίξεις, την επιβράδυνση του ρυθμού ανάπτυξης της παγκόσμιας οικονομίας, το Βrexit, τα τρομοκρατικά χτυπήματα και το προσφυγικό-μεταναστευτικό ζήτημα).

Και αυτό αποδεικνύεται από τα επίσημα στοιχεία που ανέδειξαν το 2016 ως μια νέα χρονιά-ρεκόρ για τον ελληνικό τουρισμό:

* Από τα μέχρι σήμερα στοιχεία για το 2016, **μπορούμε να πούμε με σιγουριά ότι η εισερχόμενη ταξιδιωτική κίνηση για το 2016 ξεπέρασε τα 27,5 εκ. επισκέπτες και πιθανότατα να σπάσει και το φράγμα των 28 εκ. ταξιδιωτών, σημειώνοντας αύξηση της τάξης του 7% περίπου, ποσοστό σχεδόν διπλάσιο από τον ρυθμό ανάπτυξης του Παγκόσμιου Τουρισμού.**
* Ενώ αναμένονται με ενδιαφέρον τα τελικά στοιχεία της ΤτΕ για τις εισπράξεις του 2016 από την τουριστική δραστηριότητα, θέλω εδώ να υπογραμμίσω ότι, από πηγές της αγοράς (πχ ηλεκτρονικές πλατφόρμες κρατήσεων και Mega T.Os) παρουσιάζονται αυξήσεις σε πανελλαδικό επίπεδο έως και 29% στις διανυκτερεύσεις και έως 36% στις εισπράξεις, συγκριτικά με το προηγούμενο έτος.

Και εδώ, κύριε Γενικέ Γραμματέα,

επιτρέψτε μου να απευθυνθώ σε εσάς και να σας ζητήσω να εντείνετε τις προσπάθειες που ήδη καταβάλλετε, ώστε ο ΠΟΤ να καταστεί το πλέον αξιόπιστο σημείο αναφοράς για την άντληση τουριστικών μεγεθών διεθνώς.

* **Τον Οκτώβριο και Νοέμβριο 2016 σημειώθηκε αύξηση (για Οκτώβριο +66%, για Νοέμβριο +125%) στις χορηγηθείσες θεωρήσεις εισόδου (Visa) κινέζων ταξιδιωτών στην Ελλάδα.** Ο αριθμός αυτός, μαζί και του πρώτου δεκαήμερου Δεκεμβρίου 2016 είναι ο υψηλότερος των αντίστοιχων μηνών της τελευταίας 20ετιας.
* Σχεδόν το 83% της αύξησης μισθωτής απασχόλησης το διάστημα Ιανουαρίου-Ιουλίου αφορούσε θέσεις εργασίας στο χώρο καταλυμάτων και εστίασης∙ ενώ, **1 στις 2 νέες θέσεις εργασίας που προήλθε από τον τουρισμό**,
* Σύμφωνα με την Διεθνή Ένωση Συνεδρίων (International Congress & Convention Association), τα τελευταία στοιχεία δείχνουν **ετήσιο ρυθμό αύξησης της τάξης του 5% στη διοργάνωση Συνεδρίων στην Ελλάδα.** Σε ευρωπαϊκή κλίμακα, η χώρα μας κατατάσσεται στη 13η θέση, ενώ σε διεθνή κλίμακα αναμένεται να αναρριχηθεί στην 16η θέση μέσα στα επόμενα χρόνια.

Και αυτά είναι μόνο μερικά από τα ποσοτικά στοιχεία, αφού η προστιθέμενη αξία του έργου του ΕΟΤ αναδεικνύεται με τον καλύτερο τρόπο και στις διεθνείς διακρίσεις που κέρδισε η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός. Επιγραμματικά σας αναφέρω ότι:

* Η Ελλάδα αναδείχθηκε κορυφαίος προορισμός παγκοσμίως για το 2016 **στην κατηγορία «Καλύτερη Χώρα**» («Best Country in the world»), από τους αναγνώστες του μεγαλύτερου ταξιδιωτικού περιοδικού στον κόσμο, του «Conde Nast Traveller», στο πλαίσιο των ετήσιων βραβείων Reader’s Travel Awards 2016. Τα ελληνικά νησιά ψηφίστηκαν, επίσης, ως ο δεύτερος δημοφιλέστερος προορισμός στον κόσμο για το 2016, **στην κατηγορία «Καλύτερα Νησιά» («Best Islands in the world»).**
* Η Ελλάδα ανακηρύχθηκε, ακόμη, «Καλύτερος Προορισμός για Οικογενειακές Διακοπές» («Star Destination for Family Holidays») στα βραβεία των Βρετανών ταξιδιωτικών πρακτόρων και επαγγελματιών του τουρισμού **Star Awards 2016**.
* Επιπλέον, τριπλή διάκριση για τον ΕΟΤ προέκυψε στα βραβεία **Social Media Awards,** επιβραβεύοντας την στρατηγική προβολής μας, που αξιοποιεί τις ανεξάντλητες δυνατότητες του διαδικτύου. Κερδίσαμε **δύο αργυρά μετάλλια** στην ενότητα «All other Social Media Platforms**» και ένα χάλκινο στην ενότητα «YouTube»** στην τελετή απονομής των Social Media Awards, που πραγματοποιήθηκε από το περιοδικό Marketing Week.

**Δεν είναι τυχαίο ότι η τουριστική αγορά μιλάει για τον «καλύτερο Ιούλιο – Αύγουστο, αλλά και τους φθινοπωρινούς μήνες Σεπτέμβριο, Οκτώβριο και Νοέμβριο της χώρας.**

Όλα τα παραπάνω είναι αποτέλεσμα της στρατηγικής επικοινωνίας που εφαρμόζουμε με ορίζοντα το 2020,και η οποία βασίστηκε:

* Στο μείγμα (marketing mix) παραδοσιακών και σύγχρονων, διαδικτυακών μέσων διαφήμισης και προβολής, κατά τρόπο ώστε να εντείνουμε τη χρήση των δεύτερων, χωρίς όμως να παραγνωρίζουμε τα πρώτα. Έτσι, αξιοποιήσαμε και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και παγκοσμίως γνωστές διαδικτυακές πλατφόρμες αλλά και τα παραδοσιακά μέσα, τα *status symbols,* για να προσεγγίσουμε τους επισκέπτες υψηλής εισοδηματικής αξίας ανά αγορά-στόχο (high-end target group of travelers),
* Στη συνεχή επικοινωνία με μεγάλους Tour Operators και αεροπορικές εταιρείες,
* Στη στενή συνεργασία με τις Περιφέρειες και τους Δήμους της χώρας,
* Στη διοργάνωση fam, press και blogger trips, στοχευμένων σε περιοχές λιγότερο προβεβλημένες και σε προορισμούς λιγότερους γνωστούς στο ευρύ κοινό, καθώς και τα νησιά που υποδέχθηκαν μεγάλες μεταναστευτικές ροές (Κώς, Σάμος, Μυτιλήνη, Χίος, Λήμνος),
* Στη συμμετοχή σε επιλεγμένες Διεθνείς Εκθέσεις Γενικού αλλά και Ειδικού Τουρισμού, τόσο σε παραδοσιακές, όσο και σε αναδυόμενες αγορές,
* Στην περαιτέρω ενδυνάμωση του brand name Greece στις παραδοσιακές αγορές αλλά και στο άνοιγμα νέων.

Και για να γίνω πιο συγκεκριμένος:

1. **Στον τομέα της Διαφημιστικής Προβολής ο ΕΟΤ:**

**Α) Δρομολόγησε διαφημιστικό πρόγραμμα** το οποίο περιλαμβάνει δράσεις προβολής της χώρας σε στοχευμένες αγορές ,όπως :

* + 1. **Το Digital (online) πρόγραμμα** συνεργασιών με τις πλέον δημοφιλείς ψηφιακές πλατφόρμες, όπως: **Google, Instagram, Trip Advisor, Adara**, **Facebook, Τaboola, Savoteur**, **Expedia, Burda.Ru,** αλλά και τις **Yandex**στη Ρωσία και **Baidu**στην Κίνα. Ενώ, με τη χρήση του **Sizmek** παρακολουθούμε σε real-time την αποτελεσματικότητα της διαδικτυακής καμπάνιας του ΕΟΤ.

Εδώ να υπογραμμίσω ότι τα αποτελέσματα ήταν εξαιρετικά. Τα **διαφημιστικά μηνύματα του ΕΟΤ** σε χώρες, όπως Μεγάλη Βρετανία, Η.Π.Α., Καναδά, Γαλλία, Γερμανία, Ολλανδία, Ρωσία, Χώρες Μέσης Ανατολής **ξεπέρασαν τις 600.000.000 εμφανίσεις (impressions) και έφθασαν σε 97 εκατομμύρια μοναδικούς χρήστες**.

* + 1. **Κοινά διαφημιστικά προγράμματα** με τους σημαντικότερους Τ.Ο.s (π.χ. Tui, Thomas Cook), αλλά και με Τ.Οs σε τοπικό επίπεδο χώρας.
    2. **Προβολή σε στρατηγικά επιλεγμένα Inflight περιοδικά** μεγάλων αεροπορικών εταιρειών, όπως: United Airlines, Delta Airlines, Aeroflot, Lufthansa, Swiss Airlines, EasyJet.
    3. **Διαφημιστικές ενέργειες**  σε επιλεγμένα offline και ομογενειακά μέσα, με βασική την δυναμική **καμπάνια στο Travel Channel**.
    4. **Διαδικτυακή καμπάνια “Now is the time”** για την προσέλκυση τουριστών της «τελευταίας στιγμής» (last minute campaign), **με αποτέλεσμα το 2016 να έχουμε, όπως προανέφερα, την καλύτερη φθινοπωρινή περίοδο σε αφίξεις.**
    5. **Διαφημιστική καμπάνια** με την  **Ryanair** από τέλος Σεπτεμβρίου μέχρι μέσα Νοεμβρίου σε Μεγάλη Βρετανία, Γερμανία και Πολωνία, για την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και την ενδυνάμωση του τουρισμού πόλεων (city breaks). Κατά τη διάρκεια της προέκυψε άμεση άνοδος στις αεροπορικές κρατήσεις ως ακολούθως:
  + - Από τη Μεγάλη Βρετανία : +19%
  + - Από τη Γερμανία: +16%
  + - Από την Πολωνία: +7%
    - 1. **Εκδόσεις εντύπων, ειδικών οδηγών σε 7 γλώσσες τόσο από την Κεντρική Υπηρεσία όσο και από τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, παραγωγή οπτικοακουστικού υλικού και προωθητικού υλικού εκθέσεων και εκδηλώσεων.**
      2. **Συστηματική εκπόνηση μελετών -ερευνών αγοράς**, όπως η Ποσοτική και Ποιοτική Έρευνα Ικανοποίησης Τουριστών που έγινε για λογαριασμό του ΕΟΤ σε 13 Πύλες Εισόδου και έδειξε μεταξύ άλλων ότι:
         * 9 στους 10 τουρίστες αξιολογούν την εμπειρία τους από τη χώρα από «Πολύ καλή» έως «Άριστη».
         * 6 στους 10 αεροπορικούς τουρίστες αναφέρουν πως, εκτός από το μοντέλο «ήλιος/ θάλασσα» σημαντικό κίνητρο για να επισκεφθούν την χώρα μας αποτελεί **και** η ελληνική γαστρονομία,
         * Και σημαντικότερό, ότι πάνω από τους μισούς δηλώνουν πολύ πιθανή την επάνοδό τους στη χώρα για διακοπές (repeaters).

Τέτοιου είδους έρευνες αποτελούν για **εμάς την «πυξίδα» για στοχευμένες δράσεις προσέλκυσης επισκεπτών ανά αγορά-στόχο.**

Β) Επίσης, ο ΕΟΤ σ**υμμετείχε σε 34 διεθνείς τουριστικές εκθέσεις** συνολικού προϋπολογισμού περίπου 5.800.000€, μεταξύ των οποίων για πρώτη φορά και εκθέσεων θεματικού τουρισμού.

Μόνο για το α’ εξάμηνο του 2017, έχει προγραμματισθεί η συμμετοχή του ΕΟΤ σε 30 Εκθέσεις, που προλειαίνουν το άνοιγμα και δυναμικών νέων αγορών, όπως της Ινδίας αλλά και του Χονκ Κονγκ.

Γ) Ο ΕΟΤ προχώρησε σε **περισσότερες από 600 εγκρίσεις** σε επιμέρους δράσεις Τουριστικής Προβολής Περιφερειών & Δήμων της Ελλάδας, παρέχοντας εξειδικευμένη τεχνογνωσία και συμβουλές προώθησης και προβολής, στο πλαίσιο της Ενιαίας Εθνικής Τουριστικής Στρατηγικής.

* + 1. **Στον τομέα της Στρατηγικής Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων, ο ΕΟΤ:**

**Α) Διοργάνωσε 252 ταξίδια εξοικείωσης** (fam, press και blogger trips) - για πρώτη φορά στην ιστορία σχεδόν μια για κάθε ημέρα του χρόνου.

**Β)** Από αυτά, **41 ταξίδια (περίπου 20%) αφορούσαν στα νησιά που δέχθηκαν τις μεγαλύτερες μεταναστευτικές ροές όπως Λέσβος, Χίος, Σάμος, Λέρος, Κως**.

**Ειδικότερα, υλοποιήθηκαν:**

1. **Έξι τηλεοπτικές παραγωγές** από μεγάλα ξένα τηλεοπτικά δίκτυα, όπως Ρωσικό Ομοσπονδιακό Channel 1 TV, το Τουρκικό World Travel Channel και το Ισραηλινό κρατικό κανάλι Channel 1.
2. **Διαδικτυακή Προβολή** μέσω Google, Facebook ,Yahoo, Savoteur.
3. **Προβολή** κατά προτεραιότητα σε **επιλεγμένα inflight περιοδικά** (Air China, China Eastern Airlines, LOT).
4. **Προβολή μέσω**[**www.visitgreece.gr**](http://www.visitgreece.gr/)**και social media ΕΟΤ οπτικοακουστικού υλικού**, όπως Video για Χίο και Λέσβο στο You tube (Google) και Yahoo.

Αξίζει να αναφερθεί ότι για το νησί της Κω, κατορθώσαμε σε συνεργασία με την αρμόδια Περιφέρεια, Τ.Ο.s και τον Σύλλογο Ξενοδόχων να ανατρέψουμε τις αρχικές αρνητικές εκτιμήσεις για την επισκεψιμότητα, που άγγιζαν το -50% και στο β’ εξάμηνο να περιορίσουμε σχεδόν στο -5% τις όποιες απώλειες.

**Γ) Σχεδίασε σειρά ενεργειών και εκδηλώσεων για το Αφιερωματικό έτος Ελλάδα- Ρωσία & Ρωσία- Ελλάδα 2016,** με στόχο την ανάδειξη της χώρας μας ως τον πλέον ασφαλή και ελκυστικό τουριστικό προορισμό για τους Ρώσους τουρίστες. Αυτό είχε ως αποτέλεσμα οι αεροπορικές αφίξεις από τη Ρωσία να ανέλθουν το 2016 σε περίπου 950.000.

**Δ)** ο ΕΟΤ, επίσης, διοργάνωσε ή συμμετείχε, μέσω των Γραφείων Εξωτερικού, σε **155 εκδηλώσεις** Δημοσίων Σχέσεων και Μάρκετινγκ (Workshops-Σεμινάρια-Roadshows, webinars κ.α.).

**Το συνολικό κόστος των παραπάνω ενεργειών ανήλθε περίπου σε 2 εκατ. Ευρώ, διασφαλίζοντας σχεδόν τριπλάσιο όφελος σε δημοσιότητα (media value), δηλαδή περίπου 6 εκατ. Ευρώ για τη χώρα.**

Με όλους τους παραπάνω τρόπους, δίπλα στο κλασικό μοντέλο *Ήλιος-Θάλασσα* προβάλλουμε πλέον αποτελεσματικά νέα προϊόντα και υπηρεσίες για την δημιουργία τουρισμού ειδικής ζήτησης, όπως για παράδειγμα: γαστρονομία ως βάση του ευ ζην και της μακροζωίας, κρουαζιέρες, yachting, αθλητικός τουρισμός, θρησκευτικός-προσκυνηματικός τουρισμός, τουρισμός MICE, ιατρικός τουρισμός, αγροτοτουρισμός αλλά και city breaks, συνεδριακός τουρισμός, ώστε να ενδυναμωθεί περαιτέρω η ροή των πιστών-τακτικών τουριστών (repeaters).

Έτσι, αξιοποιούμε συστηματικά την τεράστια δυνατότητα που προσφέρει η χώρα να συνδυάσουμε προορισμούς και δραστηριότητες, ικανοποιώντας πλήρως τις απαιτήσεις του σύγχρονου επισκέπτη, που, πέρα από την αναψυχή, επιλέγει επιπλέον και την εμπειρία.

Βασικός στόχος μας είναι να πετύχουμε ισόρροπη και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στη νησιωτική αλλά και ηπειρωτική Ελλάδα υλοποιώντας στο ακέραιο την στρατηγική του Υπουργείου Τουρισμού να αποτελέσει η Ελλάδα έναν ασφαλή προορισμό για κάθε είδους εναλλακτικής μορφής τουρισμού 365 μέρες τον χρόνο.

Κυρίες και Κύριοι,

Συνοψίζοντας,

**Ο ελληνικός Τουρισμός σήμερα κινείται στη σωστή κατεύθυνση, με ρυθμούς ανάπτυξης διπλάσιους από εκείνους του Παγκόσμιου Τουρισμού.**

Σήμερα, η χώρα μας κατατάσσεται σταθερά στην 15αδα των δημοφιλέστερων τουριστικών προορισμών παγκοσμίως.

Πεποίθηση μου, **είναι ότι μέχρι το 2020 μπορούμε ν’ αγγίξουμε τα 35 εκατομμύρια επισκεπτών** και θ’ αναρριχηθούμε στην πρώτη δεκάδα.

Και σε αυτό συνάδουν ήδη τα πρώτα στοιχεία του 2017.

**Φέτος ξεκινάμε:**

1. **Με αύξηση στις κρατήσεις του νέου έτους. Με βάση τα στοιχεία του Ιανουαρίου 2017 καταγράφεται άνοδος των βεβαιωμένων αφικνούμενων θέσεων κατά 6,1%, δηλαδή 950.000 περισσότερες θέσεις.** Εκτιμάται, δε, ότι οι Διεθνείς Αεροπορικές Αφίξεις στα Περιφερειακά Αεροδρόμια κατά τη θερινή περίοδο του 2017 θα σημειώσουν αύξηση της τάξης του 6,8% σε σχέση με το 2016.
2. Η αύξηση αυτή αφορά και τις παραδοσιακές μας αγορές. Για παράδειγμα, η αγορά των ΗΠΑ αναφέρει ότι οι αεροπορικές εταιρείες καταγράφουν 13% άνοδο στις κρατήσεις σε σχέση με το 2016. Γι’ αυτό και αυξάνουν τη χωρητικότητα με αλλαγή τύπου αεροσκαφών (Delta Airlines, United Airlines, American Airlines), αλλά και τη συχνότητα των πτήσεων για την Ελλάδα. Σε αυτές προστίθενται και οι καθημερινές πτήσεις της Emirates, που ξεκινούν από 11 Μαρτίου.
3. Με διακρίσεις: Ο ΕΟΤ κέρδισε το βραβείο για τον Καλύτερο Σχεδιασμό Περιπτέρου στην Διεθνή Τουριστική Έκθεση της Ινδίας «Outbound Travel Mart» (ΟΤΜ, 21-23.2.2017) καθώς και στη Διεθνή Τουριστική Έκθεση Πολωνίας Tour Salon Poznan 2017 (17-19/2/2017).

**Κυρίες και Κύριοι,**

**Η ραγδαία ανάπτυξη της τουριστικής κίνησης ανά τον κόσμο τα τελευταία χρόνια καθιστά πλέον τον Τουρισμό ασφαλή δικλείδα οικονομικής ανάπτυξης για την πατρίδα μας.**

Είναι ο μόνος τομέας που φέρει προσωπική και κοινωνική ανάπτυξη, ευημερία, και διαμορφώνει συνθήκες ειρήνης και ανθρωπισμού, αλλά και άμεσης και ισόρροπης κατανομής του πλούτου που παράγεται, σε μεγάλες κοινωνικές ομάδες τόσο στο κέντρο όσο και στην Περιφέρεια.

Και γι’ αυτό, ο Τουρισμός είναι Εθνική υπόθεση. Είναι υπόθεση όλων μας:

Του Υπουργείου Τουρισμού,

Του ΕΟΤ,

Των επαγγελματιών του κλάδου,

Καθώς και των λοιπών Υπουργείων και άλλων φορέων, που το αντικείμενό τους σχετίζεται και αφορά τον τουριστικό τομέα.

Και βέβαια, του ίδιου του Πρωθυπουργού της χώρας.

Ο Τουρισμός απαιτεί το μέγιστο επίπεδο ευθύνης και την συστράτευση όλων μας.

Τότε, σας διαβεβαιώνω, ότι «ταβάνι» δεν υπάρχει για τον Ελληνικό Τουρισμό, ούτε σε αφίξεις ούτε σε έσοδα.

Sky is the limit.

Ενώ την ίδια στιγμή, οι όποιες αιτιάσεις περί συνεπειών από το φαινόμενο του *υπερτουρισμού (overtourism)* αντικρούονται από την βιώσιμη και αρμονική ανάπτυξη, που μπορεί να προσφέρει, υπό τις προϋποθέσεις που προαναφέρθηκαν.

Και προς αυτήν την κατεύθυνση κινούμαστε, με στόχο ν’ αναδείξουμε την Ελλάδα ως μοναδικό παγκόσμιο τουριστικό προορισμό, που προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες στον επισκέπτη του 365 μέρες τον χρόνο.

Επίσης, προσωπικά πιστεύω ότι η βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη μπορεί να σταματήσει την μετανάστευση των Ελλήνων επιστημόνων **(brain drain),** που αποτελεί πληγή για τη χώρα μας,

Αφού έτσι:

* οι νέοι επιστήμονες θα μπορούν να επενδύουν την καριέρα τους στον Τουρισμό.
* θα εγγυηθούμε υψηλού επιπέδου υπηρεσίες, σε βάθος χρόνου.
* θ’ αποδείξουμε στους επισκέπτες πως η Ελλάδα ήταν, είναι και θα είναι διαχρονικός τουριστικός προορισμός, μοναδικού κάλλους, με εξαιρετικό value for money.

**Σας ευχαριστώ πολύ για την προσοχή σας.**

***Δ. Τρυφωνόπουλος****, Γενικός Γραμματέας ΕΟΤ*