

## ΑΡΘΡΟ

### Το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας ΑΜ-Θ

Και

η συνεχιζόμενη ανεπάρκεια της Διοίκησης για την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος και την αύξηση των αφίξεων

**Του Χρήστου Χατζηπέμου, Περιφερειακού Σύμβουλου Ροδόπης με την  
Ανεξάρτητη Ενωτική Πρωτοβουλία**

Στο Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Ανατολική Μακεδονία Θράκη 2014-2020» στο πλαίσιο της Πράξης με τίτλο: «Τουριστική Προβολή Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας - Θράκης» (που εγκρίθηκε το 2016) η Περιφέρεια είχε προβλέψει να εντάξει τα υποέργα «**Ενέργειες Προώθησης Τουριστικού Προϊόντος Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης**» και «**Συμμετοχή της Περιφέρειας ΑΜΘ σε εκθέσεις εσωτερικού και εξωτερικού**». Μάλιστα η Διοίκηση της Περιφέρειας προσέλαβε και τεχνικό σύμβουλο για την προετοιμασία των δύο διακηρύξεων τις οποίες φιλοδοξούσε να «βγάλει» τα περασμένα έτη. Μετά από πολλές καθυστερήσεις η Διοίκηση ήταν τόσο σίγουρη το Νοέμβριο του 2018 ότι ο διαγωνισμός θα ολοκληρώνονταν μέσα στο 2019, οπότε κάλεσε τον τεχνικό σύμβουλο να παρουσιάσει στις 29/11/2018 τα δύο υποέργα στο Περιφερειακό Συμβούλιο να τα εγκρίνει το σώμα και ταυτόχρονα να εγκρίνει ένα φιλόδοξο πρόγραμμα τουριστικής προβολής του 2019 για την Περιφέρεια ΑΜ-Θ στηριζόμενο κατά κύριο λόγο στα δύο υποέργα του ΕΣΠΑ.

Τα πράγματα όμως δεν πήγαν όπως τα υπολόγιζε η Διοίκηση τη Περιφέρειας. Τα δύο υποέργα δεν προκηρύχθηκαν και το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας ΑΜ-Θ για το 2019 που είχε παρουσιαστεί από τον τότε αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού κ. Κ. Αντωνιάδη (νυν αντιπεριφερειάρχη Καβάλας) κατά το μέρος που στηρίζονταν στα δύο υποέργα, δεν «περπάτησε» τουλάχιστον όπως θα ήθελε η Διοίκηση.

Τα δύο υποέργα, μετά κόπων και βασάνων, ετοιμάστηκαν στα τέλη του 2019, εισήλθαν προς έγκριση στην Οικονομική Επιτροπή μόλις την 19<sup>η</sup> Δεκεμβρίου 2019 και η διακήρυξη είδε το φως της δημοσιότητας στα τέλη του Δεκέμβρη με προϋπολογισμούς για το μεν υποέργο «Ενέργειες Προώθησης Τουριστικού Προϊόντος Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας – Θράκης» 2.480.124,00 ευρώ με Φ.Π.Α. για το δε υποέργο «Συμμετοχή της Περιφέρειας ΑΜΘ σε εκθέσεις εσωτερικού και εξωτερικού» 2.936.127,80 ευρώ με Φ.Π.Α.

Η διαγωνιστική διαδικασία μπορεί μεν να ξεκίνησε, όμως είναι άγνωστο πότε θα ολοκληρωθεί. Οι φάκελοι των προσφορών, αν κατατεθούν και όσοι κατατεθούν θα ανοίξουν στα τέλη του Μάρτη του 2020. Δεδομένου ότι ο χρόνος του τριμήνου είναι σχετικά μικρός για τους υποψήφιους ανάδοχους σε σχέση με τις απαιτήσεις που περιλαμβάνονται στα δύο υποέργα, μάλλον θα αποτελέσει έκπληξη (;) εάν υπάρξουν εγκαίρως κατατεθειμένες προσφορές.

Τα παραπάνω όμως δεν εμπόδισαν τον νέο αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού Αθανάσιο Τσώνη να αντιγράψει πλήρως κατά γράμμα το πρόγραμμα του προκατόχου του για την τουριστική προβολή του 2019 και να το παρουσιάσει ως πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας ΑΜ-Θ για το 2020, αλλάζοντας μόνο τα στατιστικά στοιχεία και τους προϋπολογισμούς των δράσεων. Αντέγραψε κατά γράμμα το προοίμιο, την αιτιολογία των δράσεων ακόμη κι αυτό που ονομάστηκε απολογισμός του 2019, που δεν ήταν τίποτε άλλο από τον απολογισμό του 2018! Αντέγραψε ακόμη και τα λάθη που περιέχονταν στο πρόγραμμα του 2019 μνημονεύοντας ως «παραδοσιακά χωριά που ο χρόνος έχει σταματήσει» το Σουφλί και τις Φέρες! Μπορεί ο Καβαλιώτης πρώην αντιπεριφερειάρχης να μην γνώριζε που ...πέφτουν το Σουφλί κι οι Φέρες όταν συνέτασσε (ή απλά υπέγραψε) το πρόγραμμα του 2019, αλλά, ο εκλεγόμενος στον Έβρο κος Τσώνης, που ενίοτε ο ίδιος δηλώνει εγγράφως ότι είναι αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού της ΠΕ Έβρου, δεν έχει καμία δικαιολογία... Δηλαδή για τον κο Τσώνη ένα χρόνο μετά η **υφιστάμενη κατάσταση είναι ίδια, οι διαπιστώσεις είναι ίδιες, αλλά και οι λύσεις που προτείνονται είναι οι ίδιες**. Παρουσιάζοντάς το δε το πρόγραμμα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας ΑΜ-Θ ο κος Τσώνης στο Περιφερειακό Συμβούλιο δεν παρέλειψε να τονίσει ότι είναι αποτέλεσμα διαβουλεύσεων και συνεχών ανταλλαγών απόψεων και διαλόγου με την τοπική κοινωνία και τους αρμόδιους φορείς. Προφανώς εννοώντας τις διαβουλεύσεις του 2016 και του 2017 ή και του 2018, στις οποίες ο ίδιος ουδέποτε είχε λάβει μέρος!

Με βάση τα ανωτέρω οι ερωτήσεις που προκύπτουν από τα δύο προγράμματα τουριστικής προβολής της Περιφέρειας ΑΜ-Θ του 2019 και του 2020, ερωτήσεις που τέθηκαν ενώπιον του ΠΣ στην συνεδρίαση της 28<sup>ης</sup> Ιανουαρίου 2020 αλλά δεν απαντήθηκαν, είναι οι παρακάτω:

Για την υποκατηγορία «**Επαγγελματική φωτογράφιση**» η προτεινόμενη δαπάνη για το 2020, είναι 16.963,20 € και, προφανώς, αφορά το μέρος που θα απορροφηθεί εάν τρέξει το πρώτο από τα δύο υποπρογράμματα που αναφέρθηκαν. Την επαγγελματική φωτογράφιση προέβλεπε και το πρόγραμμα τουριστικής προβολής του 2018 και του 2019 με εισηγητή τον τότε αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού κο Αντωνιάδη. Ανατέθηκε το 2018 σε επαγγελματία φωτογράφο η τουριστική φωτογράφιση; Αν όχι, γιατί; Αν ναι, πόσα από τα 50.600 € της τότε πρότασης κόστισε. Ανατέθηκε το 2019 σε επαγγελματία φωτογράφο η τουριστική

φωτογράφιση; Αν ναι, με ποια αποτελέσματα; Πού είναι αυτό το υλικό; Πόσα από τα 22.320€ που είχαν προταθεί απορροφήθηκαν;

Τα ίδια ισχύουν και για την υποκατηγορία «**Παραγωγή τουριστικών video & spots**» με προτεινόμενη δαπάνη για το 2020, 24.924,00 €. Από το 2017 αναφέρεται ως προτεινόμενη δράση της Περιφέρειας ΑΜΘ «η παραγωγή ενός βίντεο, το οποίο θα αποτελέσει τη βάση για την προβολή της Περιφέρειας στην τηλεόραση και το διαδίκτυο καλύπτοντας το σύνολο της περιοχής καθώς και όλες τις επιμέρους μορφές τουρισμού». Έγινε αυτό το βίντεο μέσα στο 2018; Αν όχι γιατί; Αν ναι, που προβλήθηκε και πόσο κόστισε; Στο πρόγραμμα δράσης του 2019 αναγράφει ότι «Στόχος της συγκεκριμένης δράσης είναι η προβολή του ιδιαίτερου χαρακτήρα της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, καθώς και του έντονου τουριστικού ενδιαφέροντος που παρουσιάζει. Σημειώνεται ότι τα βίντεο και τα σποτ δεν έχουν σκοπό να παρουσιάσουν το σύνολο των αξιοθέατων κάθε περιφερειακής ενότητας, αλλά να κινήσουν το ενδιαφέρον του επαγγελματία του κλάδου του τουρισμού ή του μεμονωμένου τουρίστα συνολικά για την περιοχή, αναδεικνύοντας μέσω εμπειριών και ιστοριών, κάθε φορά, τα μοναδικά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα της ΑΜΘ.» και μάλιστα έχοντας επίγνωση ότι πρόκειται για έτος εκλογών το κόστος της δράσης προϋπολογίστηκε στο ποσό των 112.840 €. Υλοποιήθηκε η δράση; Δημιουργήθηκε τελικά το βίντεο αυτό το 2019 κι αν ναι πόσο κόστισε; Ποιος το δημιούργησε; Τα ίδια λόγια αναγράφονται και για το πρόγραμμα του 2020, με προϋπολογισμό πολύ μικρότερο. Προβλήθηκαν πουθενά αυτά τα βίντεο; Αν δεν υλοποιήθηκε η δράση αυτή γιατί ο προϋπολογισμός του 2020 είναι τόσο χαμηλός σε σχέση με αυτό του 2019;

Για την υποκατηγορία «**Δώρα προώθησης**» η προτεινόμενη δαπάνη για το 2020 είναι 229.276,00 € και εντάσσεται «Στο πλαίσιο των γενικότερων δημοσίων σχέσεων που απαιτούνται για την προώθηση της ΑΜΘ ως τουριστικού προορισμού, θεωρείται επιβεβλημένη η προσφορά σε ειδικές ομάδες επισκεπτών, ειδικών αναμνηστικών τουριστικών δώρων. Τα δώρα θα παραπέμπουν στην κουλτούρα ή/και παράδοση της περιοχής της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης, θα είναι καλαίσθητα και το μέγεθός τους θα επιτρέπει στους παραλήπτες να τα μεταφέρουν εύκολα στον τόπο διαμονής τους. Τυπικοί αποδέκτες θα είναι επαγγελματίες του χώρου του τουρισμού (πχ tour operators), δημοσιογράφοι, διαμορφωτές γνώμης, τιμώμενα πρόσωπα κλπ. Σημειώνεται ότι η προμήθεια των δώρων προώθησης αφορά χρήση τους σε βάθος τριετίας.» Αυτά ανέγραφε το πρόγραμμα τουριστικής προβολής το 2019 αυτά αναγράφει αυτολεξεί και το πρόγραμμα του 2020. Η συγκεκριμένη δράση για το 2019 είχε προϋπολογιστεί στο ποσό των **91.160€**. Δηλαδή εάν υποθέσουμε ότι 50€ κόστισε κάθε δώρο προς τους παραπάνω τυπικούς αποδέκτες, θα πρέπει να μοιράστηκαν 1820 δώρα! Φέτος το ποσό αυτό υπερδιπλασιάζεται κι είναι δύομισι φορές πιο πάνω. Δηλαδή αν τα δώρα είναι της τάξης των 50€ οι αποδέκτες τους θα πρέπει να είναι 4.600! Που θα βρεθούν τόσοι

αποδέκτες; Ας σημειωθεί ότι δώρα περιλαμβάνονταν και στο πρόγραμμά τουριστικής προβολής και του 2018 αλλά με πολύ μικρότερο προϋπολογισμό.

Στην υποκατηγορία «**Ενέργειες προβολής σε πύλες εισόδου**» (με προτεινόμενη δαπάνη για το 2020 σε ευρώ: 48.112,00€) «... προβλέπεται η τοποθέτηση θεματικών διαφημιστικών panels της περιοχής της Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης σε αεροδρόμια – πύλες εισόδου της χώρας και της Περιφέρειας.» Αυτά αναφέρονταν στο πρόγραμμα του 2019, με προϋπολογιζόμενη δαπάνη 47.680 €, αυτά αναφέρονται και σήμερα. Υπήρξαν σχετικές ενέργειες το 2019 ή επειδή δεν έτρεξε το ΕΣΠΑ δεν έγινε και πάλι τίποτε;

Στην υποκατηγορία «**Έντυπο υλικό**» η φετινή προτεινόμενη δαπάνη είναι 53.940 €

Πέρυσι κάτω από τον τίτλο αυτό και με τα ίδια λόγια ο προϋπολογισμός ήταν πολύ μεγαλύτερος, ήταν 123.782 €. Δεδομένου ότι ο προϋπολογισμός μειώθηκε κατά 60%, υποθέτει κανείς ότι κάποιες ενέργειες έγιναν το 2019 που να δικαιολογούν την μείωση. Οι ενέργειες αυτές είναι (όπως αναγράφονται τόσο στο πρόγραμμα του 2019 όσο και σε αυτό του 2020): Α) «**Δημιουργία/εκτύπωση νέου έντυπου προωθητικού υλικού** : Πρόκειται για την δημιουργία νέων τουριστικών εντύπων (ενδεικτικά: θεματικός χάρτης, τουριστικά φυλλάδια, επαγγελματικοί οδηγοί, αφίσες, λευκώματα κλπ). Στην δράση συμπεριλαμβάνεται τόσο το κόστος του δημιουργικού όσο και των εκτυπώσεων.» Β) «**Επανεκτύπωση/επικαιροποίηση υπαρχόντων προωθητικών εντύπων** Για το έτος αναφοράς και μέχρι τον σχεδιασμό και την τελική υλοποίηση των δράσεων που αφορούν τα νέα έντυπα της Περιφέρειας ΑΜΘ, θα επανεκτυπωθούν επιλεγμένα γενικά και ειδικά έντυπα τουρισμού των παρελθόντων ετών, ώστε να συνεχισθούν απρόσκοπτα οι διάφορες προωθητικές δράσεις της Περιφέρειας.» Γ) «**Παραγωγή/επικαιροποίηση πρωτογενούς προωθητικού υλικού** Η δράση περιλαμβάνει την παραγωγή ή και επικαιροποίηση στοχευμένων προωθητικών κειμένων διαφόρων μεγεθών και ύφους γραφής με στόχο την δυνατότητα αποτελεσματικής και ενιαίας προβολής σε πλήθος διαφορετικών μέσων (έντυπα, ΜΜΕ, ηλεκτρονικά μέσα κ.α.). Επιπλέον περιλαμβάνει την δημιουργία επαγγελματικών παρουσιάσεων της περιοχής σε μορφή powerpoint, δίνοντας τη δυνατότητα ποιοτικής προβολής σε περιπτώσεις διεξαγωγής ημερίδων, Β2Β συναντήσεων κλπ.». Τι από τα παραπάνω έγινε το 2019 ώστε να δικαιολογείται η μείωση του προϋπολογισμού;

Για την υποκατηγορία «**Διαφήμιση σε ΜΜΕ**» τόσο το 2019 όσο και για το 2020 η πρόταση του προγράμματος αφορούσε τη διάθεση 130.000 €. Διατέθηκαν ποσά τουριστικής διαφήμισης σε ΜΜΕ το 2019; Πόσα και που;

Για την υποκατηγορία «**Προωθητικές δράσεις διαδικτύου**» η προτεινόμενη δαπάνη για το 2020 ανέρχεται 93.248,00 ευρώ. «Περιλαμβάνονται δράσεις που θα

εξασφαλίσουν την εκτενή και διαρκή παρουσία της Περιφέρειας ΑΜΘ στο διαδίκτυο. Στην εν λόγω κατηγορία συγκαταλέγονται μεταξύ άλλων τα παρακάτω:

- ο *Ενέργειες διαχείρισης ιστολογίου τουριστικών θεμάτων (blog)*
- ο *Ηλεκτρονική διασύνδεση τουριστικών blogs που αναφέρονται στην περιοχή*
- ο *Υπηρεσίες ανάπτυξης και διαχείρισης λογαριασμών σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης*
- ο *Προώθηση μέσω τουριστικών portals, μηχανών αναζήτησης, εξειδικευμένων τουριστικών διαδικτυακών τόπων και social media»*

Πέρυσι κάτω από την ίδια περιγραφή είχε η Διοίκηση της Περιφέρειας εντάξει στο πρόγραμμα δράσης του 2019, 134.420 €. Ποιες σχετικές ενέργειες ώστε να αιτιολογείται η μείωση κατά 40.000€ της δράσης;

Τα ίδια ισχύουν και για την υποκατηγορία «**Ψηφιακές εφαρμογές**» με προτεινόμενη δαπάνη σε ευρώ για το 2020: 74.648,00. «Σκοπός της συγκεκριμένης δράσης είναι η χρήση των πλέον σύγχρονων εργαλείων για την τουριστική προώθηση της περιοχής καθώς και για την ενίσχυση της εμπειρίας των επισκεπτών.» Τα ίδια αναγράφονταν (αυτολεξεί όπως πάντα) και πέρυσι στο πρόγραμμα του 2019 με προϋπολογιζόμενη δαπάνη πολλαπλάσια της φετινής ήτοι 375.000€.

Κύριες δράσεις (τόσο του 2019 όσο και του 2020) είναι οι παρακάτω:

ο ***EMT Intelligence Tourism Suite***: Πρόκειται για πλατφόρμα διαδικτυακών εφαρμογών η οποία θα απευθύνεται στους επαγγελματίες του κλάδου του τουρισμού που δραστηριοποιούνται στην Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας Θράκης.

ο ***Εγκατάσταση τουριστικών beacons***: Η ενέργεια αφορά την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας σε επιλεγμένα σημεία ενδιαφέροντος μέσω εγκατάστασης ενός δικτύου από 100 beacons. Τα beacons θα επικοινωνούν με αντίστοιχη mobile εφαρμογή και θα δίνουν συγκεκριμένες πληροφορίες θέσης ακόμα και στο εσωτερικό χώρων (πχ μουσεία, κλειστοί αρχαιολογικοί χώροι κλπ) όπου δεν η ακρίβεια αλλά και η ένταση του σήματος GPS υπολείπεται.

ο ***Εικονική τουριστική περιήγηση***: Εικονικές περιηγήσεις (virtual tours) θα δημιουργηθούν για επιλεγμένα σημεία της Ανατολικής Μακεδονίας και Θράκης και θα μεταφορτωθούν σε κατάλληλες ηλεκτρονικές πλατφόρμες (πχ Google Street View κ.ο.κ.)

ο ***Τουριστική εφαρμογή για κινητά τηλέφωνα***: Η εν λόγω ενέργεια αφορά την δημιουργία σύγχρονης hybrid mobile εφαρμογής σε Ελληνικά και Αγγλικά υπό την

μορφή έξυπνου *travel guide* η οποία θα στοχεύει στην ανάδειξη τουριστικών σημείων ενδιαφέροντος, διαδρομών, δραστηριοτήτων, εκδηλώσεων κλπ.

ο **Card Board Mobile App**: Περιλαμβάνει την δημιουργία *mobile εφαρμογής* εικονικής περιήγησης με κύριο στόχο την χρήση σε εκθέσεις τουρισμού, μέσω της οποίας οι χρήστες θα μπορούν να περιηγηθούν σε ένα εικονικό περιβάλλον προβολής φωτογραφιών 360 μοιρών από επιλεγμένες τοποθεσίες της Περιφέρειας.

Ποιες από τις δράσεις αυτές έγιναν ώστε να αιτιολογηθεί η μείωση του ποσού από τις 375.000 € στο ποσό μόλις των 74.648€;

### **Η συμμετοχή σε εκθέσεις**

Παρά το γεγονός ότι οι απανταχού εκθέσεις διανύουν μια περίοδο πτωτική καθώς το διαδίκτυο έχει προσφέρει νέα εργαλεία και νέους ορίζοντες επικοινωνίας και προβολής πολύ αμεσότερους στο καταναλωτικό κοινό έναντι των εκθέσεων, εν τούτοις για την Περιφέρεια ΑΜ-Θ αποτελούν έναν ισχυρό πυλώνα στον οποίο στηρίζει την τουριστική προβολή της προβλέποντας μάλιστα για το πρόγραμμα του 2020 σχεδόν διπλάσια δαπάνη (680.000 €) έναντι αυτής του 2019 (373.950 €). Από την συμμετοχή σε αυτές δεν έχει δοθεί μέχρι σήμερα στη δημοσιότητα καμία αξιολόγηση, μετρητική των αποτελεσμάτων, άμεσων και έμμεσων στον τομέα της τουριστικής προβολής. (πχ συμμετείχαμε σε εκθέσεις στη Βιέννη και στο Ρίμινι της Ιταλίας, είχαμε ταυτόχρονα αύξηση στην φιλοξενία Αυστριακών ή Ιταλών τουριστών στην Περιφέρεια κλπ). Τέτοιου είδους αξιολογήσεις θα έπρεπε να συνοδεύουν το ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής, επιτρέποντας την επαναξιολόγηση των προτάσεών μας ως Περιφέρεια. Άλλως απλά θα ματαιοπονούμε χωρίς αποτέλεσμα και θα προχωρούμε σε δαπάνες χωρίς αντίκρισμα. Υπάρχει έστω μια υποτυπώδης αξιολόγηση των αποτελεσμάτων που έφεραν οι συμμετοχές μας στις τουριστικές εκθέσεις του 2019 ώστε να αιτιολογείται ο διπλασιασμός των κονδυλίων για το 2020 ή απλά ακολουθώντας το σχετικό υποέργο του ΕΣΠΑ απλά στοχεύουμε σε μια απλή δήλωση της παρουσίας μας στη διεθνή τουριστική αγορά;

Για την Ανεξάρτητη Ενωτική Πρωτοβουλία

**Χρήστος Χατζηπέμου**

Περιφερειακός Σύμβουλος