



Σημεία της ομιλίας του απολογισμού του Εντεταλμένου Συμβούλου Τουρισμού Ιωάννη Μπουτίνα

...

Τις δράσεις της Περιφέρειας Θεσσαλίας στον τομέα του Τουρισμού ανέπτυξε ο π. Αντιπεριφερειάρχης, Εντεταλμένος Σύμβουλος Τουρισμού κ. Ιωάννης Μπουτίνας, κατά τον Απολογισμό των πεπραγμένων του έργου της Περιφερειακής Αρχής. Όπως ανέφερε ο κ. Μπουτίνας τα αποτελέσματα των δράσεων είναι ήδη ορατά, καθώς σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία, επιβεβαιώνεται μια αύξηση στις διανυκτερεύσεις σε ποσοστό 12%, ενώ καταγράφεται αύξηση στις επισκέψεις σε μουσεία της τάξης του 47%, στις αφίξεις στα αεροδρόμια Σκιάθου και Ν. Αγχιάλου αύξηση 20%, στα λιμάνια Βόλου, Σκιάθου, Σκοπέλου, Αγιοκάμπου και Αλοννήσου αύξηση 18%, ενώ η αύξηση της απασχόλησης σε τουριστικές επιχειρήσεις φτάνει το 100%. «Όλα αυτά δεν έγιναν τυχαία, αλλά με πρόγραμμα, στρατηγικό σχεδιασμό και έργα υποδομής στον τομέα του Τουρισμού», τόνισε ο κ. Μπουτίνας.

Αναλυτικά η τοποθέτησή του

Η περίοδος 2014-2019 ήταν η χειρότερη, οικονομικά, περίοδος, που βίωσε η χώρα μας. Συνεχής πτώση του κύκλου εργασιών των επιχειρήσεων, capital controls, νέοι φόροι, αστάθεια φορολογικού και οικονομικού συστήματος, δημιούργησαν στη χώρα μια εικόνα με την χειρότερη οικονομική κατάσταση. Στην Περιφέρεια Θεσσαλίας την περίοδο αυτή μέσα από όλα αυτά βάλαμε ψηλά τον πήχυ και πέρα από τα έργα υποδομής που συνεχίσαμε να υλοποιούμε σε όλους τους τομείς θέσαμε μια προτεραιότητα στο τουριστικό προϊόν της Θεσσαλίας, ένα προϊόν που κατέχει μεγάλο τμήμα της οικονομίας στη Θεσσαλία.

Σκοπός μας ήταν να αφήσουμε δυνατό το στίγμα της Θεσσαλίας στις διεθνείς αγορές και να φθάσουμε στο επιθυμητό αποτέλεσμα, να έχουμε μετρήσιμα αποτελέσματα, να αποδώσουν στο μέτρο του δυνατού όλες οι προωθητικές ενέργειες που πραγματοποιούμε για την ανάδειξη, διάδοση και προώθηση των

τουριστικώ ν προορισμώ ν της Θεσσαλίας.

Στόχοι μας ήταν να επιμηκύνουμε την τουριστική περίοδο σε κάθε προορισμό , να αυξηθούν οι διανυκτερεύσεις, να ανοίξουν νέες αγορές δυνητικώ ν επισκεπτώ ν στη Θεσσαλία.

Με δεδομένα όλα τα παραπάνω έπρεπε να γίνουν στοχευμένες κινήσεις και δράσεις από τις οποίες κάθε φορά θα υπήρχε το επιθυμητό αποτέλεσμα.
Συγκεκριμένα :

νέο portal mythessaly : από την πρώ τη στιγμή αναζητήσαμε τους ειδικούς της αγοράς, οι οποίοι θα μας ήταν αρωγοί στον σχεδιασμό και υλοποίηση αυτού του πλάνου για την επίτευξη στόχων και σκοπού. Ο καταλληλότερος συνεργάτης αποδείχτηκε η Marketing Greece του ομίλου ΣΕΤΕ, με την οποία πορευτήκαμε για μεγάλο διάστημα αφού ανέλυσε τα δεδομένα των προορισμώ ν και μας παρέδωσε τις δυνητικές δράσεις για την επίτευξη των στόχων. Έτσι δημιουργήθηκε η ατυτότητα μας, το mythessaly με όλο το υλικό σε φωτογραφίες, άρθρα, video.

υποδομές : δόθηκε μεγάλη βάση στα οδικά δίκτυα για την πιο εύκολη και ασφαλή μετακίνηση από και προς τους τουριστικούς προορισμούς της Θεσσαλίας . Κατασκευάστηκαν νέα μουσεία, συντηρήθηκαν παλιά μουσεία, αναπτύχθηκαν νέες μορφές τουρισμού όπως ο καταδυτικός τουρισμός με τα υποβρύχια μουσεία. Αυτά βέβαια αναλύθηκαν από τον Περιφερειάρχη στο κεφάλαιο υποδομές.

συμμετοχή σε εκθέσεις : Σε όλη τη διάρκεια συμμετείχαμε σε 53 τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού, σε 11 εκθέσεις στην ενδοχώ ρα καθώς και σε 14 εμπορικές εκθέσεις σε Ελλάδα κι εξωτερικό.
Η επιλογή των εκθέσεων γίνεται με βάση διαβούλευση με τους αρμόδιους φορείς και με βάση τον στρατηγικό σχεδιασμό για προσέλκυση επισκεπτώ ν.
Σε κάθε τουριστική έκθεση λαμβάνεται υπόψιν η ταυτότητα της έκθεσης και υπάρχει ανάλογη παρουσία και δράσεις.

Όσον αφορά τις εμπορικές εκθέσεις, η Περιφέρεια Θεσσαλίας, στηρίζει ενεργά τις θεσσαλικές επιχειρήσεις, ενισχύοντας κάθε δράση που αφορά την εξωστρέφεια

τους , την αύξηση του κύκλου εργασιών τους, το άνοιγμα νέων αγορών για αυτές.

Το αγροδιατροφικό σύμπλεγμα, ο πρωτογενής τομέας, ο κλάδος της μεταποίησης και του εμπορίου αλλά και όλες οι πολύ μικρές, μικρές και μικρομεσαίες επιχειρήσεις στηρίζονται από την Περιφέρεια Θεσσαλίας με μια καθοριστική συνέργεια με τα Επιμελητήρια της Θεσσαλίας.

fam trips και media trips : Πολλά ταξίδια εξοικείωσης, πάνω από 50 όλα τα χρόνια, με ξεχωριστό αποτέλεσμα σε καθένα από αυτά. Κάθε φορά η επιλογή γίνεται από τη σημαντικότητα των επισκεπτών και τη δυναμική τους.

κινηματογραφικές παραγωγές : My planet Russia, otro russii, natassa kalogridis, bachelor 3 - με τις κινηματογραφικές παραγωγές που φιλοξενήσαμε στη Θεσσαλία, μας ανοίγουν το δρόμο να γίνουμε σημαντικό film office για υποδοχή κινηματογραφικών παραγωγών παγκόσμιας εμβέλειας.

παραγωγή vr videos 360 : για πρώτη φορά Περιφέρεια στη χώρα θα συμμετέχει σε εκθέσεις στο εξωτερικό και στην Ελλάδα και θα παρουσιάζει τους προορισμούς της Θεσσαλίας με video vr360 ,προσδίδοντας μια καινοτόμα εικόνα , μια εικόνα που θα φέρει πιο κοντά τον επισκέπτη στον προορισμό.

βραβεία :

- χρυσό βραβείο στα Tourism Awards για την Περιφέρεια με την πιο ολοκληρωμένη καμπάνια τουριστικής προβολής .
- τα GREEK TRAVEL AWARDS είναι τα πρώτα και μοναδικά βραβεία για τον ελληνικό τουρισμό στην Σκανδιναβία, όπου Σουηδοί, Νορβηγοί και Δανοί επισκέπτες ψήφισαν και επιβράβευσαν τους αγαπημένους τους προορισμούς ανά την Ελλάδα. Η Περιφέρεια Θεσσαλίας απέσπασε διακρίσεις στις κατηγορίες για τον καλύτερο τουριστικό προορισμό, τον καλύτερο γαστρονομικό προορισμό και τον καλύτερο προορισμό για εναλλακτικές μορφές τουρισμού
- βραβείο για την ενάλια πολιτιστική κληρονομιά και τα καταδυτικά πάρκα

Αποτελέσματα

Όλα αυτά τα χρόνια η επιτυχία είναι ότι υπάρχουν μετρήσιμα αποτελέσματα .

- η προβολή των προορισμών σε όλο τον κόσμο είναι αδιαμφισβήτητο γεγονός με βάση την τηλεθέαση των εκπομπών ή την θεαματικότητα της . Τα media trips απέδωσαν ανάλογα . Για παράδειγμα μετά από κάθε media trip έρχεται η αποστολή του άρθρου ή της εκπομπής που παρουσιάζει την περιοχή που επισκέφθηκε ο δημοσιογράφος καθώς και οι πωλήσεις του εντύπου ή οι θεάσεις του υλικού στο διαδίκτυο. Για παράδειγμα, Το RUSSIA 1 είναι ο μεγαλύτερος ρωσικός τηλεοπτικός σταθμός, με την μεγαλύτερη τηλεθέαση σε όλη τη Ρωσία που φθάνει σε ποσοστό 75% και υπάρχουν εκπομπές όπως το Utro Rossii με πάνω από 117 εκατ. θεατές. Οι συντελεστές της γνωστής παγκοσμίως τηλεοπτικής εκπομπής Utro Rossii, αφιέρωσαν ένα μεγάλο τμήμα της εκπομπής, που προβλήθηκε τέλη Αυγούστου 2018, στα Μετέωρα και στη Θεσσαλία, μπροστά σε αντίστοιχο κοινό. Η ηλεκτρονική έκδοση της εφημερίδας Maariv έχει Total Visits: 8.12M (εκατομμύρια) το εξάμηνο Μάρτιος-Αύγουστος 2018, σε desk top and mobile app.Την ίδια περίοδο δημοσίευσαν οι δημοσιογράφοι που φιλοξενήθηκαν στη Θεσσαλία τα άρθρα τους για το οδοιπορικό στη Θεσσαλία. Αντίστοιχα στοιχεία υπάρχουν στη διάθεση για όλα τα media trips που είχαμε στη Θεσσαλία. Επίσης τα fam trips απέδωσαν ανάλογα , είτε σε επίπεδο τουριστικών πρακτόρων, είτε σε επίπεδο άλλων groups όπως οι μητροπολίτες που φιλοξενήθηκαν στα Μετέωρα και από τη χρονιά εκείνη αυξήθηκαν κατά 40% οι αφίξεις από τις επαρχίες εκείνες.

- το κέρδος από τις κινηματογραφικές παραγωγές ανάγεται στην προβολή των προορισμών ανάλογα με τη θέαση των παραγωγών αυτών. Παράδειγμα η ταινία bachelor 3 που ξεπέρασε τα 140.000 εισιτήρια την πρώτη εβδομάδα.

- διανυκτερεύσεις : σε σύνολο των θεσσαλικών καταλυμάτων από το 2015 μέχρι το 2017 αύξηση σε ποσοστό 12%

2015 2016 2017

Διανυκτερεύσεις αλλοδαπών 964.179 914.046 1.034.225

Διανυκτερεύσεις ημεδαπών 1.016.117 1.148.698 1.175.494

- αεροδρόμια με αύξηση 20% στις διεθνείς αφίξεις από 2015-2018
Διεθνείς αεροπορικές αφίξεις Αεροπορικές αφίξεις εσωτερικού
Βόλος Σκιάθος Σύνολο Βόλος Σκιάθος Σύνολο

2014 32.346 141.609 173.955 2014 581 15.575 16.156

2015 11.881 159.492 171.373 2015 296 16.048 16.344
2016 11.002 175.866 186.868 2016 70 20.768 20.838
2017 15.247 182.459 197.706 2017 32 21.328 21.360
2018 20.919 185.007 205.926 2018 60 21.755 21.815

- λιμάνια

Λαμβάνοντας υπόψιν μας τις αφίξεις και αναχωρήσεις από και προς τα λιμάνια Βόλου, Σκιάθου, Σκοπέλου, Αγιοκάμπου και Αλοννήσου τα στοιχεία είναι τα εξής:
Αύξηση 18% συνολικά

ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΑΠΟΒΙΒΑΣΗ (ΚΑΤΑΠΛΟΙ) ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΕΣ ΚΑΤΑ ΤΗΝ ΕΠΙΒΙΒΑΣΗ (ΑΠΟΠΛΟΙ) ΣΥΝΟΛΑ ΔΙΑΚΙΝΗΘΕΝΤΩΝ
ΕΤΟΣ Περιφερειακή Ενότητα Λιμάνι ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ ΕΠΙΒΑΤΕΣ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ ΕΠΙΒΑΤΩΝ ΜΕ Ε/Γ - Ο/Γ

2017 Σύνολο Περιφέρειας 585.868 571.137 1.157.005
2016 Σύνολο Περιφέρειας 545.687 542.105 1.087.792
2015 Σύνολο Περιφέρειας 491.871 487.607 979.478
2014 Σύνολο Περιφέρειας 495.651 491.212 986.863

Εδώ μπορούμε να προσθέσουμε και τις κρουαζιέρες αλλά και αυτές που συμφωνήθηκαν σε περιόδους χαμηλής σαιζόν.

- επισκέψεις σε μουσεία : Βλέποντας την επισκεψιμότητα συνολικά στα μουσεία από το 2015 μέχρι το 2017 βλέπουμε μια άνοδο της τάξης του 47%

ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ: Επισκέπτες σε Μουσεία / Αρχαιολογικούς χώρους 2010-2017

Περιφερειακές Ενότητες 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017
Καρδίτσα Μουσεία 0 0 1.640 4.466 4.614 3.866 3.956 4.027
Αρχαιολογικοί χώροι - - - - - 2.910
Λάρισα Μουσεία 2.361 7.474 8.373 8.552 8.254 7.469 21.927 25.420
Αρχαιολογικοί χώροι 0 0 0 247 75 0 381 370
Μαγνησία Μουσεία 5.129 10.340 23.802 30.904 32.958 29.060 30.555 29.617
Αρχαιολογικοί χώροι 1.068 917 6.816 11.693 11.110 7.480 16.634 15.476
Τρίκαλα Μουσεία - - - - - -
Αρχαιολογικοί χώροι 0 0 1.104 4.700 8.671 8.337 4.439 0

Σύνολο Μουσεία 7.490 17.814 33.815 43.922 45.826 40.395 56.438 59.064
Αρχαιολογικοί χώροι 1.068 917 7.920 16.640 19.856 15.817 21.454 18.756

- το σημαντικότερο όλων η αύξηση απασχόλησης σε τουριστικές επιχειρήσεις : το 2013 ήταν 12,8 χιλ οι εργαζόμενοι στον τουριστικό κλάδο και το 2017 που υπάρχουν στατιστικά στοιχεία είναι 26,7 . Αύξηση 100%

Η απασχόληση στην Περιφέρεια Θεσσαλίας 2010 - 2017 (σε χιλ.)

2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017

Τουρισμός 19,8 20,6 16,9 12,8 13,1 20,0 23,1 26,7

Λοιποί κλάδοι 273,5 246,8 230,6 222,6 220,4 209,8 209,6 224,2

Σύνολο απασχόλησης 293,3 267,4 247,5 235,5 233,5 229,8 232,7 250,9

Σύνολο Χώρας 4.389,8 4.054,3 3.695,0 3.513,2 3.536,2 3.610,7 3.673,6 3.752,7

% Τουρισμού επί του συνόλου Περιφέρειας 6,8% 7,7% 6,8% 5,4% 5,6% 8,7% 9,9% 10,6%

% Λοιπών κλάδων επί του συνόλου Περιφέρειας 93,2% 92,3% 93,2% 94,6% 94,4% 91,3% 90,1% 89,4%

Πηγή: Έρευνα Εργατικού Δυναμικού ΕΛΣΤΑΤ - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Επιγραμματικά ανέφερα τις σημαντικότερες προωθητικές ενέργειες που πραγματοποιήσαμε στην πενταετία. Με αυτές δώσαμε στη Θεσσαλία, τουριστική ταυτότητα με αποτύπωμα ανεξίτηλο σε όλο τον κόσμο και οι αριθμοί είναι αδιάψευστο στοιχείο.

Και συνεχίζουμε δυναμικά

Με νέες δράσεις και νέες προοπτικές

