**Ομιλία του Προέδρου του ΣΕΤΕ, κ. Ανδρέα Α. Ανδρεάδη στην εκδήλωση που συνδιοργανώνεται από Περιφέρειας Κρήτης – ΣΕΤΕ «Προοπτικές Ενδυνάμωσης της Κρήτης ως Τουριστικό Προορισμό. Συνέργειες Δημόσιου – Ιδιωτικού Τομέα»**

**Αγαπητέ Περιεφειάρχη,**

**Αγαπητοί Δήμαρχοι,**

**Αγαπητά Μέλη του ΣΕΤΕ,**

**Κυρίες & κύριοι,**

**Ήδη βρισκόμαστε στην αιχμή της τουριστικής περιόδου και ξέρουμε όλοι μας πόσο ρευστή είναι η εικόνα του τουρισμού μας αυτή τη στιγμή. Το περιβάλλον αλλάζει καθημερινά. Είχαμε δηλώσει από τις αρχές του έτους ότι αυτή η χρονιά, είναι χρονιά last minute, με έντονες διακυμάνσεις του ρυθμού των κρατήσεων. Και αυτή η ρευστή κατάσταση επιβεβαιώνεται στις αφίξεις έως αυτή τη στιγμή. Σύμφωνα με τα τελευταία διαθέσιμα στατιστικά στοιχεία διεθνών αφίξεων στην χώρα, η εικόνα παραμένει μικτή με τις αεροπορικές να αυξάνονται και τις οδικές να μειώνονται. Συγκεκριμένα, τον Μάιο, οι αεροπορικές αφίξεις κατέγραψαν αύξηση +4,4% στα Περιφερειακά Αεροδρόμια, ενώ η Αθήνα επανήλθε σε θετικούς ρυθμούς (+3.3%). Για το διάστημα Ιανουαρίου-Μαΐου οι αντίστοιχες μεταβολές είναι +5,5% και +5,5%. Οι οδικές αφίξεις κατέγραψαν μείωση -8,0% για τον Μάιο και η συνολική μείωση για το τρέχον έτος ανέρχεται σε -6,8%. Σε απόλυτα νούμερα, η αύξηση των αεροπορικών αφίξεων για το τρέχον έτος ανέρχεται σε 179 χιλ. και η μείωση των οδικών σε -222 χιλ. Όσον αφορά στα διαθέσιμα στοιχεία των διεθνών αεροπορικών αφίξεων για την Κρήτη, ο Μάιος 2016 έκλεισε με αύξηση +9%, ενώ σε επίπεδο Ιανουαρίου – Μαΐου 2016 έκλεισε με αύξηση περίπου +12%.**

**Όλοι μας λοιπόν καταλαβαίνουμε πόσο σημαντική είναι αυτή η χρονιά για την επόμενη ημέρα του ελληνικού τουρισμού. Από την πλευρά του, ο ΣΕΤΕ επέδειξε αυτοσυγκράτηση και επαγγελματισμό στη στάση του τόσο απέναντι στη Πολιτεία όσο και στις τουριστικές επιχειρήσεις και κατ’ επέκταση στην ελληνική κοινωνία, όλα τα χρόνια της κρίσης. Και είναι εξαιρετικά σημαντικό το γεγονός ότι ο ελληνικός τουρισμός από το 2010, μέσα σε συνθήκες πρωτόγνωρης ύφεσης, αύξησε κατά 40% τα έσοδα που έφερε στην χώρα, έναντι πτώσης του ΑΕΠ κατά 25%. Η άμεση συμβολή του τουρισμού στο ΑΕΠ είναι πλέον 10% και η συνολική 25%. Πολύ σημαντικό είναι ότι όλα τα χρόνια της κρίσης πέτυχε ένα από τους βασικότερους εθνικούς στόχους, αυτόν της εξωστρέφειας. Είναι ο κατ’ εξοχήν εξαγωγικός τομέας, αφού τα έσοδά του προέρχονται κατά 90% από το εξωτερικό, καλύπτοντας τουλάχιστον το 90% του ελλείμματος ισοζυγίου αγαθών της χώρας.**

**Επίσης, σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία του ΙΚΑ, από το 2012 έως το 2015 ο τουρισμός προσέθεσε 43% σε όγκο απασχόλησης και 17% σε αμοιβές, όταν τα αντίστοιχα μεγέθη για όλους τους άλλους κλάδους είναι +6% και -6% αντίστοιχα. Επίσης, σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία Απριλίου του συστήματος ΕΡΓΑΝΗ, δημιουργήθηκαν επιπλέον 90 χιλιάδες νέες θέσεις εργασίας.**

**Παρά όμως αυτά τα αποτελέσματα, δεν χωράει αμφιβολία ότι με το δύσκολο πολιτικό και οικονομικό περιβάλλον των τελευταίων ετών, κρίνεται πλέον η βιωσιμότητα των ελληνικών επιχειρήσεων. Ιδιαίτερα της ραχοκοκαλιάς του τουρισμού, των χιλιάδων μικρομεσαίων επιχειρήσεων. Γιατί μπορεί να έχουμε ρεκόρ σε αφίξεις και συνολικά έσοδα, όμως αν κοιτάξουμε τα αποτελέσματα των επιχειρήσεων θα δούμε ότι η πλειοψηφία δύσκολα θα έχει θετικά αποτελέσματα. Και αυτό γιατί επιβάλλεται μια άνευ προηγουμένου υπερφορολόγηση, σε όλο το φάσμα του τουρισμού, οριζόντια, χωρίς διακρίσεις, με το επιχείρημα - από όλες τις Κυβερνήσεις - ότι είμαστε ο μόνος τομέας που αποδίδει – άρα θα υπερφορολογηθεί.**

**Κυρίες και κύριοι,**

**Οι φορολογικοί συντελεστές πρέπει να επιστρέψουν το ταχύτερο σε ανταγωνιστικά επίπεδα. Μόνο με αυτό τον τρόπο θα δημιουργηθούν οι συνθήκες ώστε ο τομέας να δώσει άμεσα περαιτέρω ενίσχυση στα έσοδα του κράτους. Η αύξηση του κανονικού συντελεστή ΦΠΑ από το 23% στο 24%, η κατάργηση των μειωμένων συντελεστών στα νησιά του Αιγαίου, η προβλεπόμενη για το 2018 επιβολή φόρου διαμονής στην οργανωμένη αγορά των ελληνικών καταλυμάτων, οι επιβαρύνσεις όλων των επιμέρους κλάδων του τουρισμού με νέα τέλη και φόρους, πλήττουν, ασταμάτητα, την ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διεθνώς.**

**Οι πρόσφατες φορολογικές επιβαρύνσεις του τελευταίου έτους, έχουν επιβαρύνει το «καλάθι του τουρίστα» περισσότερο από 10%, εξανεμίζοντας ουσιαστικά το 50% της ανάκτησης της ανταγωνιστικότητας της χώρας, που επιτεύχθηκε από την αρχή της εφαρμογής των μνημονίων με την επίπονη, κοινωνικά και οικονομικά, εσωτερική υποτίμηση.**

**Επιπρόσθετα, πέραν των επιβαρύνσεων στο προϊόν και στον πελάτη, πρέπει να σταματήσει και η φόρο-επιδρομή στην επιχείρηση. Εκτός από τις αυξήσεις στους φορολογικούς συντελεστές και στις ασφαλιστικές εισφορές, η κατάργηση της εξαίρεσης από τον συμπληρωματικό ΕΝΦΙΑ στα ιδιοχρησιμοποιούμενα ακίνητα των ξενοδοχείων – δηλαδή στα εργαλεία δουλειάς τους – είναι ένα ολέθριο μέτρο για μεγάλο αριθμό μονάδων.**

**Ταυτόχρονα, την ώρα που το Κράτος σφίγγει ασταμάτητα τη θηλειά στις νόμιμες και συνεπείς επιχειρήσεις της χώρας, δεν κάνει τίποτα για να πατάξει την παραοικονομία, η οποία έχει αρχίσει να λαμβάνει ανεξέλεγκτες διαστάσεις σε όλους τους τομείς της ελληνικής οικονομίας. Και εικάζουμε ότι δεν έχει γίνει, γιατί προφανώς είναι πιο εύκολο να φορολογηθεί αυτό που μπορεί να μετρηθεί και όχι αυτό που φοροαποφεύγει - φοροδιαφεύγει. Ξέρουμε όλοι ότι εδώ υπάρχει διαχρονικά μια σοβαρή αδυναμία. Όμως κάτι πρέπει να γίνει επιτέλους.**

**Δεν γίνεται για παράδειγμα, να έχουν περάσει τουλάχιστον οκτώ μήνες από την πλήρη απελευθέρωση των αστικών μισθώσεων και ακόμα να μην έχει σχεδιαστεί και εφαρμοστεί ένα πλαίσιο λειτουργίας για αυτού του είδους τις μισθώσεις σε τουρίστες. Σύμφωνα με μελέτες, το κράτος χάνει τουλάχιστον 300 εκατ. Ευρώ από αυτή την αγορά. Έχουμε αναφερθεί στο ζήτημα πολλές φορές, όμως και συνθήκες στρέβλωσης της αγοράς συνεχίζουν να υπάρχουν και η ποιότητα του προϊόντος μας υπονομεύεται.**

**Κυρίες και κύριοι,**

**Δεν πρέπει να εφησυχάζουμε από τις ευνοϊκές για την Ελλάδα γεωπολιτικές συγκυρίες. Οι συνθήκες αλλάζουν καθημερινά. Δείτε για παράδειγμα πως εν μια νυκτί, έγινε άρση στο εμπάργκο των τουρκικών προορισμών από τη Ρωσία, ή πως η ισοτιμία της Βρετανικής λίρας επηρεάζει την καταναλωτική συμπεριφορά των τουριστών.**

**Ο ΣΕΤΕ, ως Κοινωνικός Εταίρος πλέον, έχει αναλάβει την δύσκολη αποστολή να συμβουλεύει την Πολιτεία. Ιδίως τα χρόνια της κρίσης στα οποία όλοι μας επιχειρούμε κάτω από πρωτόγνωρες συνθήκες. Επίσης, έχει αναλάβει τον ρόλο του οχήματος για την ενίσχυση των ελληνικών τουριστικών προϊόντων και μέσα από τους δύο βασικούς πυλώνες, τη MarketingGreece και το Ινστιτούτου ΣΕΤΕ ενισχύει την προβολή αλλά και την ποιότητα.**

**Υπό αυτό το πρίσμα, ο Οδικός Χάρτης 2021, που καταθέσαμε στη διάθεση της Πολιτείας το 2013, εμπλουτίζεται και αναθεωρείται. Προχωράμε στην επικαιροποίηση των στόχων και στην εξειδίκευση της μελέτης, υπό το φως των σημαντικών αλλαγών, θετικών και αρνητικών, τα χρόνια που μεσολάβησαν και των νέων δεδομένων που διαμορφώνονται. Πέρα από την απαιτούμενη αναθεώρηση των στόχων και των μεγεθών του ελληνικού τουρισμού, εστιάζει στην περαιτέρω εξειδίκευση των έξι βασικών προϊόντων που διέκρινε η προηγούμενη, ενώ αναδεικνύει τον σημαντικό ρόλο που διαδραματίζει πλέον ο οδικός τουρισμός. Η μελέτη παρουσιάζει εξαιρετικό ενδιαφέρον, διότι οι προβλέψεις χτίζονται με λεπτομερή ανάλυση των δεδομένων της διεθνούς ζήτησης για τα προϊόντα του ελληνικού τουρισμού και στη συνέχεια προσδιορίζονται τα σχετικά οφέλη αλλά και οι αναγκαίες επενδύσεις.**

**Όσον αφορά στα βασικά μεγέθη, επαναπροσδιορίζονται οι στόχοι των συνολικών αφίξεων κατά +30%, (από 26 σε περίπου 35 εκατ.) για το 2021, αύξηση η οποία στοχεύει στην ενίσχυση των συνολικών εσόδων κατά 40% με στόχο τα 20 δισ. Ευρώ και της μέσης καθαρής δαπάνης ανά διανυκτέρευση κατά 5%. Τονίζω ότι η αύξηση των αφίξεων σε μεγαλύτερο ποσοστό από τα έσοδα που προβλεπόταν στον αρχικό στόχο, έχει να κάνει με την αλλαγή μίγματος, δηλαδή εθνικοτήτων και διάρκειας διαμονής και όχι με την ποιότητα.**

**Κυρίες και κύριοι,**

**Ο ελληνικός τουρισμός, παραμένει ο εν ενεργεία τομέας επιχειρηματικότητας στην Ελλάδα, που μπορεί άμεσα να δώσει απτά αποτελέσματα για την ανάταση της ελληνικής οικονομίας, υποστηρίζοντας τους στόχους ανάπτυξης που θέτει η Κυβέρνηση. Από τη πλευρά μας γνωρίζουμε ότι μέσα από κατάλληλες συνέργειες και διασυνδέσεις με τους υπόλοιπους τομείς, αλλά και τους τοπικούς διοικητικούς παράγοντες, ο τουρισμός μπορεί να λειτουργήσει ως παράδειγμα και ως ελατήριο ανάτασης της πραγματικής οικονομίας της χώρας. Μπορεί δηλαδή να γίνει ο βασικός πυλώνας μιας ολοκληρωμένης αναπτυξιακής πολιτικής.**

**Το μεγάλο στοίχημα για εμάς είναι μέσα από τη διαδικασία αυτορρύθμισης που σταθερά προωθούμε στην εξυγίανση, εκπαίδευση, προώθηση και ποιότητα, προσφερόμενων υπηρεσιών, να οδηγήσουμε την ελληνική κοινωνία στην συνειδητοποίηση ότι ο τουρισμός είναι το μέλλον της χώρας. Χρησιμοποιώντας, παράλληλα, την εξειδίκευση της MarketingGreece και την επιστημονική κατάρτιση του Ινστιτούτου του ΣΕΤΕ, αναπτύσσουμε στις επιχειρήσεις μας, στους εργαζόμενους μας, στις νέες γενεές, τουριστική συνείδηση ευελπιστώντας ότι θα συμπαρασύρουμε και τους υπόλοιπους τομείς της ελληνικής οικονομίας προς την έξοδο από την κρίση.**

**Και αυτή η τακτική αποδίδει καρπούς. Η MarketingGreece και το ΙΝΣΕΤΕ έχουν ήδη ολοκληρώσει τα στρατηγικά marketing plans τουριστικού προϊόντος για πέντε περιφέρειες της χώρας, σε στενή συνεργασία με τις περιφερειακές και τοπικές αρχές καθώς και τους τοπικούς φορείς. Παράλληλα, αγγίξαμε το πολύ σημαντικό θέμα του ελληνικού τουρισμού, την ποιότητα των προσφερόμενων υπηρεσιών, ξεκινώντας τον σχεδιασμό ενός νέου ολοκληρωμένου συστήματος πιστοποίησης ποιότητας υπηρεσιών και προσόντων βασισμένο στη διεθνή εμπειρία. Μέσω του ΙΝΣΕΤΕ ολοκληρώσαμε ακόμα ένα κύκλο στοχευμένων εκπαιδευτικών σεμιναρίων υψηλού επιπέδου σε συγκεκριμένες κατηγορίες δεξιοτήτων για περισσότερους από 1000 επαγγελματίες του κλάδου και προχωρήσαμε και στην υλοποίηση του δεύτερου προγράμματος εκπαίδευσης ανέργων νέων. Τη χρονιά που διανύσαμε μπήκαμε στην εις βάθος ανάλυση των μεγεθών των τουριστικών αγορών και προϊόντων προκειμένου να κατανοήσουμε τα χαρακτηριστικά τους και τις προοπτικές τους και μοιραστήκαμε με τον κλάδο τα αποτελέσματα, ενώ μέσω της Marketing Greece συμβάλλουμε στρατηγικά και αποφασιστικά στην προώθηση των ελληνικών τουριστικών προϊόντων, σε βασικές αγορές στόχους.**

**Κυρίες και κύριοι,**

**Από τον σχεδιασμό μας δεν θα μπορούσε και δεν πρέπει να λείπει η Κρήτη. Θεωρώ ότι είναι η κατάλληλη στιγμή να αναζητηθούν οι συνέργειες που θα μας εξελίξουν όλους με ταχύτερους ρυθμούς. Γιατί στις εποχές που χούμε, η ανάπτυξη συνεργασιών και η κοινή διαχείριση των εργαλείων που διαθέτει ο καθένας μας, θα θωρακίσει και θα μεγιστοποιήσει τις δυνατότητές μας.**

**Ο ΣΕΤΕ ως κοινωνικός εταίρος, μπορεί να έχει συντονιστικό αλλά και συμβουλευτικό χαρακτήρα, στο πλαίσιο της αποτελεσματικής διαχείρισης των προορισμών. Θέτουμε μάλιστα τόσο το Ινστιτούτου όσο και την MarketingGreeceστη διάθεση της Περιφέρειας ώστε εκτός από την εμπειρογνωμοσύνη, που ο ΣΕΤΕ είναι σε θέση να παρέχει, να σχεδιαστούν και να υλοποιηθούν από κοινού δράσεις ενίσχυσης και προώθησης προς αυτή τη κατεύθυνση.**

**Κυρίες και κύριοι,**

**Κεντρικό ρόλο σε κάθε μας απόφαση, παίρνει ο κάθε ένας επιχειρηματίας που προσπαθεί να επιβιώσει και να αναπτυχθεί. Που προσφέρει θέσεις εργασίας στην τοπική κοινωνία. Που επιθυμεί όσο κανένας άλλος να αναδείξει με υπερηφάνεια τον προορισμό του, να βελτιώσει την ποιότητα ζωής της περιοχής του και να συμβάλλει στην περαιτέρω ανάδειξη του ελληνικού τουρισμού.**

**Ο ΣΕΤΕ, θα συνεχίσει βήμα – βήμα και απερίσπαστα, να αναπτύσσει τη στρατηγική του, με αιχμή του δόρατος την δυναμική και την ομοφωνία που προκύπτει από την εκπροσώπηση όλων των επιμέρους κρίκων της αλυσίδας που λέγεται ελληνικός τουρισμός.**

**Με όραμα, σχέδιο και στρατηγικές συμμαχίες, στηρίζουμε γερά τον τομέα του τουρισμού και συνεχίζουμε.**

**Σας ευχαριστώ για την προσοχή σας.**

**Ανδρέας Α. Ανδρεάδης**

**Πρόεδρος ΔΣ**