**Προς τον**

**Κύριο Γιώργο Πατούλη**

**Περιφερειάρχη Αττικής**

**Κοιν.:  Κύριο Ιωσήφ Πάρσαλη, CEO Νέα Μητροπολιτική Αττική Α.Ε.**

 Αθήνα, 27 Σεπτεμβρίου 2022

**Θέμα: Διαβούλευση «Νέα Μητροπολιτική Αττική Α.Ε. | Αναπτυξιακός Οργανισμός Περιφέρειας Αττικής»**

Κύριε Περιφερειάρχα,

Ο Τουρισμός είναι μία δραστηριότητα στην οποία εμπλέκονται εξ’ ορισμού και σε στενή συνεργασία ο ιδιωτικός τομέας, η κεντρική κυβέρνηση και η τοπική αυτοδιοίκηση. Συνεπώς, είναι **ζητούμενη και επιβεβλημένη η συνεργασία και αλληλεπίδρασή** τους. Είναι απαραίτητο όλα τα κύρια ενδιαφερόμενα μέρη και συγκεκριμένα οι τοπικές αρχές, οι εκπρόσωποι φορέων, οι τοπικές επιχειρήσεις, αλλά και οι ίδιοι οι κάτοικοι, να συμμετέχουν σε ένα αποδοτικό μοντέλο συνεργασίας, με στόχο την καλύτερη ανάπτυξη και **διαχείριση του προορισμού.** Δυστυχώς, όμως, η διάταξη για τη δημιουργία DMOs δεν στοχεύει σε αυτή την κατεύθυνση, ούτε λαμβάνει υπόψη τις από δεκαετίες καλές πρακτικές ανά τον κόσμο.

Με αφορμή τη [**διαβούλευση αναφορικά για τη δημιουργία Οργανισμού Διαχείρισης & Προώθησης Προορισμού της Αττικής (Attica DMO)**](https://eur01.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fwww.developattica.gr%2Fel%2Fdiavouleush%2F33-diavouleuseis%2F134-diavouleusi_tourismos&data=05%7C01%7CPapadopoulouI%40aia.gr%7C44b00240626743658e6408da9fd6cf7e%7C9c9e85b2e26f4e118fb7ff413eb3b367%7C0%7C1%7C637998042206212741%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=1pVsdjOFNVTNt8RKTCvv1lkZqZgFVtLHEFj3jlABHxk%3D&reserved=0), και σε αναμονή των αποτελεσμάτων της έρευνας που εκπονείται από τη Νέα Μητροπολιτική Αττική Α.Ε., παρακάτω αναφέρονται μια σειρά από σημεία που προκαλούν προβληματισμό και τα οποία παρακαλούμε όπως λάβετε υπόψη σας κατά τον σχεδιασμό των επόμενων βημάτων/δράσεών σας:

Στο πλαίσιο δημιουργίας νέων δομών, θα πρέπει να είναι **ξεκάθαρες οι αρμοδιότητες** του φορέα σε σχέση με τις υφιστάμενες αρμοδιότητες άλλων φορέων και οργανισμών, λαμβάνοντας πάντα υπόψη τους κανόνες της χρηστής διοίκησης, για τη διασφάλιση του δημοσίου συμφέροντος, μία χρονική στιγμή ιδιαιτέρως κρίσιμη για τον ελληνικό τουρισμό, αλλά και τη λειτουργία των προορισμών.

Στην κατεύθυνση αυτή, ουσιαστική είναι η τεχνογνωσία του Δήμου της Αθήνας και της ήδη επιτυχημένης λειτουργίας του “This is Athens”. Πρόκειται για τη μεγαλύτερη σύμπραξη ιδιωτικού και δημόσιου τομέα, τόσο σε οικονομικό αποτύπωμα όσο και σε ουσία και κλίμακα δράσεων, η οποία ξεκίνησε από τον Δήμο Αθηναίων το 2016, με την ενεργό συμμετοχή των ΣΕΤΕ, Marketing Greece, Aegean Airlines και Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών. Μετά από την πρώτη επιτυχημένη διετία λειτουργίας της, το 2018 η σύμπραξη «This is Athens and Partners» διευρύνθηκε με τη συμμετοχή ηγετικών εταιρειών του Τουριστικού Τομέα (Ιονική Ξενοδοχειακαί Επιχειρήσεις A.E., Lamda Development και Lampsa Hellenic Hotels S.A), οι οποίες ένωσαν τις δυνάμεις τους για την ανάδειξη της Αθήνας ως κορυφαίου ευρωπαϊκού προορισμού. Ησυμμετοχή ιδιωτικού τομέα και τοπικής αυτοδιοίκησης στο σχήμα των οργανισμών διαχείρισης και προώθησης προορισμών, ακολουθώντας τα διεθνή μοντέλα κρίνεται απολύτως σημαντική, όπως άλλωστε προκύπτει και στα αποτελέσματα έρευνας (ποσοστό 91.6% απόλυτα σημαντική και πολύ σημαντική)της MRB HELLAS με τίτλο «[Η προβολή της Ελλάδας την επόμενη μέρα](https://eur01.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Fsete.gr%2Fmedia%2F6747649%2Freport-mrb-sete-members.pdf&data=05%7C01%7CPapadopoulouI%40aia.gr%7C44b00240626743658e6408da9fd6cf7e%7C9c9e85b2e26f4e118fb7ff413eb3b367%7C0%7C1%7C637998042206212741%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=UYw6MpzpeSDJ3tpsQpAV4EpiturfNkqofPKXj%2FpwaPU%3D&reserved=0)», που εκπονήθηκε τον Δεκέμβριο 2020 στα Μέλη του ΣΕΤΕ.

Συμπληρωματικά των παραπάνω και σχετικά με τις καμπάνιες που εκπονεί η κεντρική υπηρεσία τουρισμού της Περιφέρειας, η θέση του ΣΕΤΕ διαχρονικά είναι ότι δεν μπορεί να προωθείται το «brand Αττική». Οι ενέργειες προώθησης και προβολής πρέπει να επικεντρώνονται στην περαιτέρω ανάδειξη της Αθήνας που αποτελεί ήδη αναγνωρισμένο brand, με μεγάλη διείσδυση και δυναμική στο εξωτερικό, σύμφωνα με τη διεθνή πρακτική προώθησης/προβολής των πόλεων, όπως για παράδειγμα προωθούνται η Roma αντί της περιφέρειας Lazio, το Παρίσι αντί της Region Ile-de-France, κ.α..

Τέλος, αναλυτικές προτάσεις με γνώμονα αρχές βιώσιμης ανάπτυξηςπεριλαμβάνονται στη μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ «Ελληνικός Τουρισμός 2030|[Σχέδια Δράσης](https://eur01.safelinks.protection.outlook.com/?url=https%3A%2F%2Finsete.gr%2Fgreektourism2030%2Fperifereia-attikis%2F&data=05%7C01%7CPapadopoulouI%40aia.gr%7C44b00240626743658e6408da9fd6cf7e%7C9c9e85b2e26f4e118fb7ff413eb3b367%7C0%7C1%7C637998042206212741%7CUnknown%7CTWFpbGZsb3d8eyJWIjoiMC4wLjAwMDAiLCJQIjoiV2luMzIiLCJBTiI6Ik1haWwiLCJXVCI6Mn0%3D%7C3000%7C%7C%7C&sdata=l2vi7EfzvCJ%2FPiAA08wKBI9TvHounNI7mr4NKN%2Fp610%3D&reserved=0)».

Οι DMOs προϋποθέτουν ολοένα και περισσότερο νέους τρόπους σκέψης, και κυρίως κουλτούρα συνεργασίας όλων των εμπλεκομένων του τουρισμού και από πλευράς μας ΣΕΤΕ, ΙΝΣΕΤΕ και Marketing Greece παραμένουμε στη διάθεσή σας για περαιτέρω συζήτηση και συνεργασία στη διαμόρφωση του νέου τοπίου για τον τουρισμό στην Αθήνα.

Με εκτίμηση,

Γιάννης Ρέτσος

Πρόεδρος ΔΣ