

**Ομιλία της Προέδρου ΣΕΤΕ, κας Αγάπης Σμπώκου
στην Ανοικτή Συνεδρίαση της 34^{ης} Τακτικής Γενικής Συνέλευσης**

Αξιότιμε κύριε Πρωθυπουργέ,
Κυρία Υπουργέ,
Κυρίες και κύριοι Υπουργοί,
Αγαπητέ Πρόεδρε, Γιάννη Παράσχη,
Αγαπητά Μέλη του ΣΕΤΕ,
Κυρίες και κύριοι,
Φίλες και φίλοι του ελληνικού τουρισμού,

Η σημερινή ημέρα δεν σηματοδοτεί απλώς την έναρξη μιας νέας θητείας. Είναι η συνέχεια μιας μεγάλης θεσμικής διαδρομής. Και ταυτόχρονα, είναι η αφετηρία ενός νέου κύκλου για τον ΣΕΤΕ και μαζί του, για τον ελληνικό τουρισμό. Έναν κύκλο που πατά στέρεα σε όσα έχουν χτιστεί τα προηγούμενα χρόνια, αλλά δεν φοβάται να δει και όσα πρέπει να γίνουν ακόμα.

Θέλω, πρώτα απ' όλα, να ευχαριστήσω θερμά τον Γιάννη Παράσχη. Για τη συνέπεια, τη θεσμική βαρύτητα, και την αίσθηση ευθύνης με την οποία υπηρέτησε τον ΣΕΤΕ. Σε μια περίοδο σύνθετη, απαιτητική, συχνά απρόβλεπτη, αλλά και με ιδιαίτερα πετυχημένη πορεία του ελληνικού τουρισμού. Ο ΣΕΤΕ παρέμεινε παρών. με λόγο συγκροτημένο, με θέσεις καθαρές, με διεκδίκηση, αλλά πάνω από όλα με σωφροσύνη και σοβαρότητα που τον διακρίνουν.

Γιάννη, εκ μέρους του νέου Διοικητικού Συμβουλίου, αλλά και εμένα προσωπικά, σε ευχαριστούμε θερμά για την ουσιαστική συμβολή σου στον ΣΕΤΕ και στον ελληνικό τουρισμό.

Σήμερα, παραλαμβάνουμε έναν ΣΕΤΕ ισχυρό, ώριμο, με καθαρή φωνή στο δημόσιο διάλογο και ουσιαστικό ρόλο ως κοινωνικό εταίρο και ως θεσμικό συνομιλητή της Πολιτείας. Και αυτό δεν είναι έργο φυσικά ενός μόνο προσώπου. Είναι αποτέλεσμα συλλογικής προσπάθειας και συνέχειας σημαντικών ανθρώπων που με την ικανότητα και τη διορατικότητά τους, κράτησαν ψηλά τον ελληνικό τουρισμό σε πολύ διαφορετικές εποχές. Και βεβαίως τους ευχαριστούμε. Με αυτή τη συνείδηση αναλαμβάνω σήμερα την ευθύνη. Με επίγνωση, αλλά και με βαθιά προσωπική πίστη στον ελληνικό τουρισμό. Σε όλους εμάς. Που ζούμε ΑΠΟ, ΜΕ και ΓΙΑ τον Ελληνικό Τουρισμό. Με βαθιά πίστη στους ανθρώπους μας, στους τόπους, στις οικογένειες, στις επιχειρήσεις και τις κοινότητες που κάθε μέρα δίνουν πρόσωπο στη χώρα. Σήμερα ΔΕΝ ξεκινάμε από την αρχή. Αλλά ανοίγουμε έναν νέο κύκλο. Έναν κύκλο που καλείται να απαντήσει σε ένα πιο σύνθετο ερώτημα: Πώς θα συνεχίσει να αναπτύσσεται ο τουρισμός με περισσότερη γνώση, μεγαλύτερη αντοχή, καλύτερη διάχυση, πιο ώριμους προορισμούς και μεγαλύτερη κοινωνική νομιμοποίηση. Πως πάμε από την επιτυχία στην ωριμότητα.

Κυρίες και κύριοι,

Ο ελληνικός τουρισμός έχει πετύχει πολλά. Τα μεγέθη για το 2025 επιβεβαιώνουν αυτή τη δυναμική. Με επιδόσεις που δείχνουν την ανθεκτικότητα του, την ελκυστικότητα της χώρας, την ποιότητα των επιχειρήσεων, και την προσπάθεια των εργαζόμενων μας. Όμως ακριβώς επειδή ξεκινάμε από ψηλά, πρέπει να είμαστε πιο απαιτητικοί με τον εαυτό μας. Η επιτυχία δεν λειτουργεί στον αυτόματο πιλότο. Δεν αναπαράγεται από μόνη της. Ο τουρισμός δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται ως ένας τομέας που απλώς παράγει καλά νέα στο τέλος κάθε χρονιάς. Ούτε ως μια αυτονόητη μηχανή εσόδων, που λειτουργεί δίχως κανόνες, δίχως υποδομές, σχεδιασμό, ανθρώπους και επενδύσεις. Αλλά ούτε και ως ένα πρόβλημα που πρέπει απλώς να περιοριστεί. Η αλήθεια είναι πιο σύνθετη. Ο τουρισμός είναι ένας από τους βασικούς πυλώνες του παραγωγικού μοντέλου της χώρας. Μοχλός περιφερειακής ανάπτυξης. Δύναμη εξωστρέφειας. Πεδίο επιχειρηματικότητας, εργασίας, πολιτισμού, ταυτότητας και κοινωνικής συνοχής. Και ακριβώς επειδή είναι όλα αυτά, χρειάζεται συγκροτημένη στρατηγική

αντιμετώπιση. Ο τουρισμός είναι το συγκριτικό πλεονέκτημα της Ελλάδας. Και έχει αποδείξει την αξία του, καθώς η Ελλάδα είναι το πέμπτο ισχυρότερο τουριστικό brand παγκοσμίως. Και ταυτόχρονα, ο τουρισμός διαμορφώνει ένα απόλυτα δημοκρατικό πλαίσιο ανάπτυξης. Ενισχύει άλλους τομείς, Τροφοδοτεί την περιφερειακή ανάπτυξη. Συμβάλλει θετικά στο δημογραφικό. Δημιουργεί θέσεις εργασίας, ιδίως για γυναίκες και νέους. Και πάνω από όλα, είναι μέρος της ταυτότητάς μας. Όχι μόνο για την ακτογραμμή μας. Όχι μόνο για τον πολιτισμό ή το φως. Αλλά γιατί όλοι έχουμε στο DNA μας την αυθεντική σχέση με τον επισκέπτη. Αυτή είναι η δύναμή μας. Και γι' αυτό χρειάζεται σεβασμός. Σεβασμός από τον τουρισμό προς τους τόπους και τις κοινωνίες. Αλλά και σεβασμός προς τον τουρισμό, δηλαδή προς τους ανθρώπους του, τους επιχειρηματίες και τους εργαζόμενους.

Ποιες είναι όμως οι μεγάλες προκλήσεις σήμερα; Ζούμε σε μια περίοδο διαρκών αναταράξεων, συνεχιζόμενων πολυκρίσεων και παγκόσμιας γεωπολιτικής αστάθειας, που επηρεάζουν τις μετακινήσεις, το κόστος, την ασφάλεια, την ψυχολογία των αγορών. Η κλιματική κρίση δεν είναι πια μια μελλοντική προειδοποίηση. Είναι μια πραγματικότητα που και αυτή επηρεάζει προορισμούς, υποδομές, φυσικούς πόρους, εποχικότητα και ταξιδιωτική συμπεριφορά. Την ίδια στιγμή, η τεχνολογία, η τεχνητή νοημοσύνη και τα δεδομένα αλλάζουν ριζικά τον τρόπο με τον οποίο ο ταξιδιώτης εμπνέεται και επιλέγει, και σύντομα τον τρόπο με τον οποίο οι επιχειρήσεις λειτουργούν, προβλέπουν και προσαρμόζονται. Ο διεθνής ανταγωνισμός γίνεται επομένως πολύ πιο σύνθετος. Δεν κρίνεται πλέον μόνο στις τιμές. Κρίνεται στη συνολική εμπειρία, στην αξιοπιστία, στην ποιότητα των υποδομών, στη διαχείριση των προορισμών, στην ψηφιακή επάρκεια, στην περιβαλλοντική ευθύνη και πάνω από όλα στην ανθρώπινη επαφή. Μέσα σε αυτό το σύνθετο περιβάλλον, στην Ελλάδα, η κοινωνική αποδοχή του τουρισμού παραμένει ισχυρή.

Υπάρχει υπερηφάνεια για όσα έχει προσφέρει. Υπάρχουν όμως και σημάδια κόπωσης από υπαρκτές στρεβλώσεις. Από την πίεση στις υποδομές, ην υπερσυγκέντρωση σε ορισμένους προορισμούς, τα ζητήματα στέγης, τις ελλείψεις σε ανθρώπινο δυναμικό και τις ανισοροπίες που δημιουργούνται σε τοπικό επίπεδο. Αυτή την πραγματικότητα δεν πρέπει να την αρνηθούμε. Πρέπει να την κατανοήσουμε και να την αντιμετωπίσουμε. Γιατί η κοινωνική αποδοχή δεν είναι λευκή επιταγή. Είναι σχέση εμπιστοσύνης. Και όπως κάθε σχέση εμπιστοσύνης χτίζεται καθημερινά, χρειάζεται φροντίδα, σεβασμό και αποτελέσματα. Ο εφησυχασμός, είναι ίσως ο πιο ύπουλος κίνδυνος. Στον τουρισμό, ό,τι μένει στάσιμο, αργά ή γρήγορα φθείρεται. Και ακριβώς εδώ βρίσκεται η ουσία της επόμενης ημέρας. Να μη διαχειριστούμε την επιτυχία αμυντικά, σαν κάτι που απλώς πρέπει να διατηρηθεί. Αλλά να τη μετασχηματίσουμε σε ένα πιο ώριμο, πιο ανθεκτικό και πιο δίκαιο μοντέλο ανάπτυξης. Για εμένα, το ζητούμενο της επόμενης μέρας είναι η θωράκιση του ελληνικού τουρισμού – όπου θωράκιση δεν σημαίνει άμυνα. Σημαίνει σχεδιασμός με βάθος χρόνου και μέθοδος.

Και μάλιστα με ένα ξεκάθαρο ζητούμενο. Να περάσουμε από το περισσότερο στο ουσιαστικό. Αυτό δεν σημαίνει χαμηλότερη φιλοδοξία. Το αντίθετο! Οι αφίξεις, τα έσοδα, οι επενδύσεις και η απασχόληση, παραμένουν κρίσιμα. Είναι η βάση της δύναμης μας. Αλλά δεν αρκούν. Η επόμενη φάση δεν θα κριθεί μόνο στους αριθμούς. Θα κριθεί στην ανθεκτικότητα, στην ποιότητα και στη διάχυση της αξίας. Στην ισορροπία και στη λειτουργικότητα των προορισμών. Στη γνώση. Και κυρίως στην εμπιστοσύνη της κοινωνίας. Η ποιότητα δεν είναι αισθητική. Είναι σύστημα. Είναι υποδομές, δεξιότητες, κανόνες, λειτουργικοί προορισμοί και επιχειρήσεις που μπορούν να επενδύουν με ορίζοντα. Και τελικά, ποιότητα είναι η εμπειρία. Είναι αυτό που επιβεβαιώνει – ή διαψεύδει - την υπόσχεση του brand Ελλάδα. Αν θέλουμε, λοιπόν, να μιλήσουμε σοβαρά για ποιοτικό τουρισμό, πρέπει να μιλήσουμε σοβαρά για όλα τα στοιχεία που τον στηρίζουν. Δεν μπορούμε να θεωρούμε ότι το brand Ελλάδα θα παραμένει ισχυρό, αν η πραγματική εμπειρία δεν ανταποκρίνεται στην υπόσχεση που δίνουμε στον επισκέπτη.

Γι' αυτό και ο νέος κύκλος του ελληνικού τουρισμού χρειάζεται μια καθαρή μέθοδο με άξονες δράσεων και εστίαση στις συνέργειες. Συνέργειες σημαίνει να φέρνουμε γύρω από το ίδιο τραπέζι δυνάμεις που συχνά κινούνται παράλληλα, αλλά όχι πάντα μαζί. Να συνδέσουμε την ανάπτυξη με την ανθεκτικότητα, την

επιχειρηματικότητα με την κοινωνική αποδοχή, την τεχνολογία με την ανθρώπινη φιλοξενία, τις επενδύσεις με τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις, τον τουρισμό με τον πολιτισμό την προβολή με τη διαχείριση και τη γνώση με την πράξη. Ο τουρισμός δεν μπορεί να προχωρήσει με αποσπασματικότητα και κατακερματισμένες πολιτικές. Χρειάζεται κοινή κατεύθυνση με συντονισμό, θεσμική συνέχεια και ευθύνη από όλους. Εδώ, ο ρόλος του ΣΕΤΕ είναι κρίσιμος. Ρόλος τεκμηρίωσης, Ρόλος προτάσεων και προτεραιοτήτων. Σε αυτό το πλαίσιο λοιπόν, θέτουμε επτά συγκεκριμένους άξονες δράσης για το νέο κύκλο του ελληνικού τουρισμού.

Ο πρώτος άξονας –και ίσως ο πιο καθοριστικός– είναι η διαχείριση και ανάπτυξη των προορισμών. Γιατί εκεί κρίνεται τελικά η ποιότητα του ελληνικού τουρισμού: στην καθημερινή λειτουργία κάθε τόπου. Ένας προορισμός που δεν αντέχει, αργά ή γρήγορα χάνει την αξία του για τον επισκέπτη, για τον κάτοικο, και φυσικά για την επιχείρηση και τελικά και για τη χώρα. Δεν υπάρχει ισχυρός τουρισμός χωρίς ποιότητα δημόσιου χώρου. Χωρίς επενδύσεις που σέβονται τη φέρουσα ικανότητα. Χωρίς υποδομές που αντιμετωπίζουν τον επισκέπτη ως μέρος της καθημερινότητας του πολίτη. Χρειαζόμαστε προορισμούς με υποδομές, διαχείριση, κανόνες και πραγματική ικανότητα προσαρμογής. Και αυτό προϋποθέτει πρώτα απ’ όλα ένα καθαρό και λειτουργικό χωροταξικό πλαίσιο, ένα πάγιο ζητούμενο του ΣΕΤΕ, ώστε να προσφέρει ασφάλεια δικαίου σαφείς κατευθύνσεις σε κάθε επενδυτή, ανάπτυξη που δεν υποθηκεύει το μέλλον ενός τόπου, Και εμπιστοσύνη στις τοπικές κοινωνίες.

Το Ειδικό Χωροταξικό Πλαίσιο για τον Τουρισμό που παρουσιάστηκε την περασμένη εβδομάδα, αποτελεί ασφαλώς μία θετική εξέλιξη, Και είναι απόλυτα καίριο για τον τρόπο με τον οποίο θα εξελιχθεί ο τουρισμός και οι προορισμοί τις επόμενες δεκαετίες. Όπως κάθε πλαίσιο είναι λογικό να δημιουργεί ανατροπές. Κατά τη διάρκεια της διαβούλευσης και των συζητήσεων που προηγήθηκαν ετέθησαν πολλά θέματα που μας βρίσκουν σύμφωνους και κάποια άλλα αντίθετους. Με ιδιαίτερη ικανοποίηση έχουμε τη διαβεβαίωση ότι θα υπάρξει ουσιαστική διαβούλευση τις επόμενες μέρες και εκεί ακριβώς θα εστιάσουμε το προσεχές διάστημα.

Επιστρέφοντας στο θέμα της ετοιμότητας στους προορισμούς οφείλουμε να μιλήσουμε ασφαλώς και για τις δημόσιες υποδομές. Οι επιχειρήσεις αναβαθμίζονται. Οι βασικές υποδομές γύρω τους οφείλουν να ακολουθήσουν, -από το νερό και την ενέργεια μέχρι τα απορρίμματα, τις μεταφορές, την υγεία και την προσβασιμότητα. Και επιπλέον, χρειαζόμαστε ουσιαστική διαχείριση προορισμών. Όχι μόνο προβολή και καμπάνιες. Αλλά οργανισμούς που λειτουργούν σωστά και σχήματα συνεργασίας που παρακολουθούν δεδομένα, διαχειρίζονται ροές, ενισχύουν τοπικά προϊόντα, συνδέουν δημόσιο και ιδιωτικό τομέα, και δίνουν λόγο στις τοπικές κοινωνίες. Χρειαζόμαστε ακόμα καθαρότερους κανόνες στη βραχυχρόνια μίσθωση. Έχουν γίνει σημαντικά βήματα, αλλά χρειάζονται ακόμα περισσότερα. Η βραχυχρόνια μίσθωση είναι πραγματικότητα της διεθνούς αγοράς. Χρειάζεται όμως καθαρούς όρους, ελέγχους, φορολογική ισοδυναμία και σύνδεση με τη στέγη και την ποιότητα της εμπειρίας. Και μια σημαντική επισήμανση. Κάθε φορά που ένας προορισμός πιέζεται, η εύκολη απάντηση δεν μπορεί να είναι μια νέα επιβάρυνση στον τουρισμό. Πρώτα σχέδιο, μετά πόροι. Και πάντα με ανταποδοτικότητα. Τα τέλη και οι φόροι που συνδέονται με τον τουρισμό πρέπει να επιστρέφουν στους τόπους που σηκώνουν το βάρος της τουριστικής δραστηριότητας, σε έργα, υπηρεσίες και υποδομές για κατοίκους και επισκέπτες. Αυτό δεν είναι μόνο δίκαιο είναι κυρίως απολύτως αναγκαίο.

Ο δεύτερος άξονας αφορά τους ανθρώπους του τουρισμού. Γιατί ο ελληνικός τουρισμός δεν είναι μόνο εικόνες και αριθμοί. Είναι, πρώτα και πάνω από όλα, άνθρωποι. Είναι οι εργαζόμενοι στην πρώτη γραμμή, οι επιχειρηματίες που επενδύουν με ρίσκο, οι μικρές και οικογενειακές επιχειρήσεις, οι νέοι και οι γυναίκες που δίνουν καθημερινά ζωή στον τομέα. Και κυρίως οι τοπικές κοινωνίες που δεν φιλοξενούν απλώς τον τουρισμό, αλλά ζουν μαζί του και τον στηρίζουν. Η ελληνική φιλοξενία δεν είναι νοσταλγία. Είναι παραγωγικό πλεονέκτημα. Και για να παραμείνει, όμως, τέτοιο, χρειάζεται επαγγελματισμό, εκπαίδευση, δεξιότητες, τεχνολογία και πάνω απ’ όλα αξιοπρεπείς προοπτικές εξέλιξης. Αν θέλουμε να μιλάμε για ποιοτικό τουρισμό, θα πρέπει να επενδύσουμε στους ανθρώπους που τον παράγουν. Γιατί το ζήτημα του ανθρώπινου δυναμικού δεν είναι συγκυριακό. Δεν αφορά μια δύσκολη σεζόν. Είναι δομική πρόκληση που συνδέεται με τη δημογραφική πραγματικότητα, την εποχικότητα, τη στέγαση, την εκπαίδευση, τις δεξιότητες και τη συνολική

ελκυστικότητα των τουριστικών επαγγελμάτων. Χρειαζόμαστε σύγχρονη τουριστική εκπαίδευση. Reskilling και upskilling. Καλύτερη σύνδεση της κατάρτισης με τις πραγματικές ανάγκες της αγοράς. Ρυθμίσεις που προστατεύουν τα δικαιώματα των εργαζομένων, αλλά κατανοούν και τις λειτουργικές ιδιαιτερότητες του τουρισμού. Και κυρίως, χρειαζόμαστε επένδυση σε νέους ανθρώπους που να βλέπουν τον τουρισμό ως επιλογή ζωής. Όχι ως αναγκαστική εποχική λύση. Αυτό είναι κρίσιμο όχι μόνο για το μέλλον του τομέα, αλλά και για την ίδια την κοινωνική του νομιμοποίηση.

Ο τρίτος άξονας είναι η ανταγωνιστικότητα. Ο ελληνικός τουρισμός δεν λειτουργεί σε κενό. Ανταγωνίζεται άλλες χώρες και επιχειρηματικά περιβάλλοντα με διαφορετικό κόστος, διαφορετικούς κανόνες και διαφορετικές ταχύτητες. Γι' αυτό χρειαζόμαστε δίκαιους και σταθερούς κανόνες. Ο τουρισμός δεν ζητά ειδική μεταχείριση. Ζητά να αντιμετωπιστεί ως αυτό που είναι: ένας από τους βασικούς μηχανισμούς παραγωγής εισοδήματος και απασχόλησης, περιφερειακής ανάπτυξης και διεθνούς ισχύος για τη χώρα. Η τουριστική επιχειρηματικότητα δεν μπορεί να αντιμετωπίζεται ταυτόχρονα ως εθνικός πυλώνας όταν αποδίδει και ως εύκολος φορολογικός στόχος όταν χρειάζονται πόροι. Χρειάζεται φορολογική πολιτική που δεν υπονομεύει την ανταγωνιστικότητα. Χρειάζεται πρόσβαση σε χρηματοδότηση, ιδιαίτερα για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις. Χρειάζονται στοχευμένα χρηματοδοτικά εργαλεία για την πράσινη και ψηφιακή μετάβαση. Και φυσικά χρειάζεται ένα σταθερό επενδυτικό περιβάλλον με ασφάλεια δικαίου. Γιατί χωρίς αυτά, δεν μπορούμε να μιλάμε σοβαρά για αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος.

Ο τέταρτος άξονας είναι η βιωσιμότητα στην πράξη. Και εδώ πρέπει να μιλήσουμε χωρίς ευκολίες. Η βιωσιμότητα ΔΕΝ μπορεί πια να μείνει στο επίπεδο των διακηρύξεων. Πρέπει να γίνει καθημερινή λειτουργία και να ενταχθεί στον επιχειρησιακό σχεδιασμό των εταιρειών. Εργαλείο διοίκησης, μέτρησης, βελτίωσης και τελικά ανταγωνιστικότητας. Σε αυτή την κατεύθυνση, η πρωτοβουλία του SETE, METRON Sustainable Tourism αποτελεί μια σημαντική βάση. Γιατί μεταφέρει τη βιωσιμότητα από τη διακήρυξη στη μέτρηση και στη βελτίωση. Η επόμενη πρόκληση είναι να ενταχθούν περισσότερες επιχειρήσεις, κλάδοι και προορισμοί σε αυτή τη διαδικασία, να ενισχυθεί η τεχνογνωσία, και να συνδεθεί η βιωσιμότητα με πραγματικά χρηματοδοτικά και ασφαλιστικά εργαλεία. Η πράσινη μετάβαση δεν μπορεί να βασιστεί μόνο σε υποχρεώσεις. Αν δεν δοθούν εργαλεία, χρηματοδότηση και τεχνογνωσία, θα μείνει προνόμιο των λίγων. Και αυτό θα ήταν λάθος. Η βιωσιμότητα πρέπει να γίνει δυνατότητα για όλους. Και ιδιαίτερα για τις μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, που αποτελούν τη ραχοκοκαλιά του ελληνικού τουρισμού. Για την Ελλάδα η βιωσιμότητα είναι προϋπόθεση διατήρησης της αξίας μας. Γιατί το τουριστικό μας προϊόν στηρίζεται στο φυσικό περιβάλλον, στην ποιότητα των τόπων και στη σχέση με τις κοινωνίες. Αν αυτά φθαρούν, δεν χάνουμε μόνο περιβαλλοντικό ή κοινωνικό κεφάλαιο. Χάνουμε και οικονομική αξία.

Ο πέμπτος άξονας αφορά την τεχνολογία με τον άνθρωπο όμως στο επίκεντρο. Η τεχνητή νοημοσύνη, τα δεδομένα, τα ψηφιακά εργαλεία και οι νέες πλατφόρμες αλλάζουν ήδη τον τουρισμό. Και θα τον αλλάξουν ακόμη περισσότερο. Όποιος βλέπει την τεχνολογία ως πολυτέλεια σήμερα, ρισκάρει να τη βρει μπροστά του ως μειονέκτημα. Χρειάζεται, όμως, καθαρή αντίληψη. Η τεχνολογία δεν είναι αυτοσκοπός. Είναι εργαλείο παραγωγικότητας, γνώσης και καλύτερης διαχείρισης. Στον ελληνικό τουρισμό πρέπει να υπηρετεί έναν ξεκάθαρο στόχο: καλύτερη πρόβλεψη, εμπειρία, και διαχείριση, βελτιωμένη παραγωγικότητα, καλύτερη γνώση και λήψη αποφάσεων. Αυτό σημαίνει διαχείριση προορισμών με βάση τα δεδομένα, ψηφιακή ενίσχυση των μικρομεσαίων επιχειρήσεων και εργαλεία προσαρμογής για επιχειρήσεις και προορισμούς. Ωστόσο ο πυρήνας της ελληνικής φιλοξενίας παραμένει ο άνθρωπος. Όλοι όσοι εργαζόμαστε για τον τουρισμό καθημερινά. Η τεχνολογία δεν έρχεται να μας αντικαταστήσει, αλλά να μας ενδυναμώσει. Να απελευθερώσει χρόνο, ενέργεια και δυνατότητες, ώστε η ελληνική φιλοξενία να αναδείξει αυτό που κανένας αλγόριθμος δεν μπορεί να υποκαταστήσει: την ενσυναίσθηση, τη φροντίδα και την αυθεντική σχέση με τον επισκέπτη της χώρας μας.

Ο έκτος άξονας αφορά το Brand Ελλάδα όχι ως επικοινωνία, αλλά ως υποδομή εμπιστοσύνης. Η Ελλάδα δεν είναι ένα ενιαίο προϊόν. Είναι πολλοί τόποι μαζί, με διαφορετικές ταυτότητες, τοπία, εμπειρίες, εποχές και

ιστορίες. Η ποικιλομορφία της αποτελεί μέρος της δύναμης μας: ο πολιτισμός, η φύση, η γαστρονομία, η αρχιτεκτονική, ο τρόπος ζωής, η ανθρώπινη επαφή, και η αυθεντικότητα κάθε τόπου. Αν συμπιέσουμε αυτή την ποικιλομορφία σε ένα στενό μοντέλο μαζικής κατανάλωσης, θα αποδυναμώσουμε αυτό ακριβώς που μας κάνει ανταγωνιστικούς στο μέλλον. Το brand Ελλάδα ΔΕΝ είναι διαφημιστικό περιτύλιγμα. Δεν είναι slogan ή καμπάνια. Είναι ο τρόπος με τον οποίο ο κόσμος καταλαβαίνει τι αντιπροσωπεύει η χώρα. Γι' αυτό σε έναν περιβάλλον πολλαπλών κρίσεων πρέπει να το αντιμετωπίσουμε ως σταθερή και μακρόπνοη υποδομή εμπιστοσύνης. Το brand Ελλάδα πρέπει να πατά στην ομορφιά της χώρας, αλλά να πηγαίνει και πέρα από αυτήν. Να δείχνει μια Ελλάδα αξιόπιστη, σύγχρονη, αυθεντική, ποιοτική, δημιουργική και πολυδιάστατη, όπου ο άνθρωπος παραμένει το κεντρικό στοιχείο του αφηγήματος. Μια χώρα που προσφέρει όχι μόνο τοπίο, αλλά τρόπο ζωής. Όχι μόνο ανάμνηση, αλλά εμπειρία με βάθος.

Ο έβδομος άξονας αφορά στην ίδια την εξέλιξη του SETE. Σε αυτή τη νέα περίοδο, και ο SETE χρειάζεται να ανταποκριθεί δυναμικά στη νέα πραγματικότητα. Να εξελιχθεί οργανωτικά και θεσμικά, ώστε να ανταποκρίνεται σε αυτό το πιο σύνθετο και απαιτητικό περιβάλλον. Από την πλευρά μας, θα σταθούμε δίπλα στους ανθρώπους του τουρισμού, στις επιχειρήσεις, στους προορισμούς και στις τοπικές κοινωνίες. Με ανοιχτό διάλογο, ακόμη και για τα δύσκολα ζητήματα. Και με τρόπο πάντα συνεργατικό και ουσιαστικό. Ο SETE στη νέα περίοδο θέλουμε να είναι ο φορέας που προλαβαίνει, τεκμηριώνει, και ανοίγει δρόμους. Με το ΙΝΣΕΤΕ ως μηχανισμό γνώσης, δεδομένων και τεκμηρίωσης, που δίνει τη δυνατότητα στον SETE να παρεμβαίνει στο δημόσιο διάλογο με σοβαρότητα, αξιοπιστία και τεκμηριωμένες προτάσεις. Με τα μέλη και τις κλαδικές ενώσεις ως ζωντανή βάση εμπειρίας και εκπροσώπησης. Με ουσιαστική και συνεχή παρουσία στην περιφέρεια. Με ενεργή συμμετοχή στον ευρωπαϊκό διάλογο. Με στενή συνεργασία με την Πολιτεία, την Αυτοδιοίκηση, τους κοινωνικούς εταίρους και τις τοπικές κοινωνίες. Και με τη Marketing Greece ως βραχίονα σύνδεσης της στρατηγικής με τους προορισμούς, με ουσιαστικό αφήγημα και ως φορέας τεχνολογικής πρωτοπορίας.

Στο σημείο αυτό, επιτρέψτε μου να ευχαριστήσω ξεχωριστά, τον Γιώργο Βερνίκο, για την εξαιρετική δουλειά που έκανε κατά τη θητεία του ως Πρόεδρου του ΙΝΣΕΤΕ. Και βέβαια στην Πρόεδρο της Marketing Greece, Ιωάννα Δρέττα, για τη σκληρή δουλειά, το όραμα και την ουσιαστικότερη συμβολή της στην πορεία του οργανισμού.

Σε αυτόν το νέο κύκλο λοιπόν, ο SETE μπορεί και πρέπει να λειτουργεί ως το στρατηγικό κύτταρο, αλλά και ως μια πλατφόρμα σύνθεσης. Όχι μόνο γιατί εκπροσωπεί έναν μεγάλο και κρίσιμο τομέα. Αλλά γιατί μπορεί να συνδέει τη γνώση με την επιχειρηματικότητα, τους θεσμούς με τους προορισμούς και την ανάπτυξη με την κοινωνία γύρω από μια κοινή κατεύθυνση. Αυτός ακριβώς είναι ο ρόλος που θέλω να υπηρετήσουμε μαζί.

Δεν ζητώ μόνο την εμπιστοσύνη σας. Ζητώ τη συμμετοχή σας, τη φωνή σας και τη δύναμή σας για να χτίσουμε μαζί τον επόμενο κύκλο αυτού του συνδέσμου. Έναν SETE με εξωστρέφεια, τεκμηρίωση, μέθοδο, με αμεσότητα και ουσιαστική σύνδεση με τα μέλη. Με συνεπή δημόσια παρουσία. Με διάθεση συνεργασίας, αλλά και με καθαρό λόγο όταν αυτό απαιτείται. Τα τελευταία χρόνια έχει διαμορφωθεί σύγκλιση ανάμεσα στη στρατηγική αντίληψη του SETE και της Πολιτείας για τον τουρισμό. Αυτό είναι μία σημαντική κατάκτηση, Και θα πρέπει να γίνει η αναγκαία βάση για πιο συντονισμένες ενέργειες και ουσιαστικές συνεργασίες.

Εμείς ως SETE είμαστε εδώ για να συμβάλουμε με όλες μας τις δυνάμεις. Με εμπειρία αγοράς, με δεδομένα, με τεκμηριωμένες προτάσεις. ώστε να βρούμε τους κοινούς τόπους για το άμεσο μέλλον.

Αξιότιμη κύριε Πρωθυπουργέ,
Κυρία Υπουργέ,
Κυρίες και κύριοι,

Ο ελληνικός τουρισμός δεν είναι μόνο αριθμοί, αφίξεις και έσοδα. Είναι οι άνθρωποι που τον κρατούν ζωντανό κάθε μέρα. Είναι οι τόποι που τον γεννούν. Είναι οι κοινωνίες που ζουν μαζί του. Είναι ένα κομμάτι της ίδιας της ταυτότητας της χώρας μας. Γι' αυτό πιστεύω βαθιά ότι η επόμενη ημέρα του ελληνικού τουρισμού δεν θα κριθεί μόνο από το πόσο θα μεγαλώσει. Αλλά από το πως θα μεγαλώσει. Με ποια ποιότητα. Με ποια ισορροπία. Με ποιο αποτύπωμα για τη χώρα και για τους ανθρώπους της. Γιατί η επιτυχία, δεν είναι αρκετή από μόνη της. Χρειάζεται σχέδιο. Χρειάζεται αντοχή. Χρειάζεται συνεργασία. Και πάνω από όλα, χρειάζεται ευθύνη. Ευθύνη να προστατεύσουμε όσα χτίστηκαν με κόπο όλα αυτά τα χρόνια. Ευθύνη να μην εξαντλήσουμε τους τόπους που κάνουν την Ελλάδα μοναδική. Ευθύνη να κρατήσουμε τον τουρισμό κοινωνικά χρήσιμο, ανθρώπινο και ουσιαστικό. Αυτή την ευθύνη την αναλαμβάνω σήμερα προσωπικά αλλά και ως SETE μαζί με αξιόλογους ανθρώπους στο νέο ΔΣ. - με επίγνωση, αλλά και με πίστη.

Θέλω όμως να είμαι ξεκάθαρη. Δεν προσδοκούμε απλώς μια ακόμη καλή χρονιά. Αυτός δεν είναι ο πραγματικός πήχης. Υπόσχομαι κάτι πιο δύσκολο: ότι δεν θα εφησυχάσουμε όσο τα πράγματα πάνε καλά.

Ότι ο SETE θα λέει την αλήθεια με τεκμηρίωση, και όχι με ευχολόγια. Και ότι θα στέκεται δίπλα στους ανθρώπους του τουρισμού - πάντα. Όχι μόνο στις καλές εποχές. Γιατί το ερώτημα δεν είναι αν ο ελληνικός τουρισμός μπορεί. Ξέρουμε ότι μπορεί. Το ερώτημα είναι αν θα έχουμε το θάρρος να περάσουμε από το περισσότερο στο ουσιαστικό -όσο ακόμα το επιλέγουμε εμείς, και δεν μας το επιβάλλουν οι συγκυρίες.

Αυτόν τον νέο κύκλο θέλω να υπηρετήσουμε μαζί. Με σεβασμό στη διαδρομή που προηγήθηκε. Με εμπιστοσύνη στις δυνάμεις του ελληνικού τουρισμού. Και με τη βεβαιότητα ότι, αν δουλέψουμε μαζί, με σχέδιο, μέθοδο και συνέπεια, η επόμενη μέρα δεν θα είναι απλώς πιο μεγάλη. Θα είναι καλύτερη.

Σας ευχαριστώ.

Αγάπη Σμπώκου
Πρόεδρος ΔΣ