

ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΗ ΤΥΠΟΥ 2 ΜΑΡΤΙΟΥ 2015

Καλημέρα σας κυρίες και κύριοι,

Θέλω να ευχαριστήσω τους εκπροσώπους των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης για την παρουσία τους στην σημερινή συνέντευξη τύπου.

Έχοντας την πολιτική ευθύνη ενός κομβικού τομέα για την ανάπτυξη του νησιού, είμαι εδώ για να μιλήσω τεκμηριωμένα.

Να προδιαγράψω τους στόχους που έχουμε θέσει αλλά και για να ενημερώσω για τις δράσεις που ήδη βρίσκονται σε εξέλιξη ή θα περάσουν στο στάδιο της υλοποίησης το επόμενο χρονικό διάστημα.

Ο Τουρισμός αποτελεί για μένα έναν οικείο χώρο.

Την τετραετία 2006-2010 καταφέραμε να παρουσιάσουμε ένα πλούσιο έργο στον τομέα της τουριστικής προβολής του νησιού.

Δυστυχώς σήμερα, προσπαθούμε να ξαναπιάσουμε το νήμα από εκεί που κόπηκε.

Η αποτίμηση των πολιτών για την θητεία της προηγούμενης δημοτικής αρχής, ήταν αρνητική.

Η αδράνεια, η ακινησία, η άγνοια, η έλλειψη σχεδίου και προγράμματος, πήγαν πολύ πίσω την Κω.

Η προηγούμενη δημοτική αρχή ποτέ δεν συνειδητοποίησε ότι η Κως αποτελεί κορυφαίο τουριστικό προορισμό.

Ποτέ δεν αντιλήφθηκε ότι το νησί μας χρειαζόταν μια ολοκληρωμένη πολιτική προβολής και προώθησης του τουριστικού μας προϊόντος.

**Το 2010** η Κως είχε διαμορφώσει ταυτότητα τουριστικού προορισμού, υπήρχαν δράσεις αλλά και υποδομές που υποστήριζαν μια συγκεκριμένη πολιτική προβολής και προώθησης του τουρισμού μας.

Η Κως διέθετε τουριστικό λογότυπο, ήταν άμεσα διαθέσιμα 200 χιλιάδες έντυπα σε 14 γλώσσες, 80 χιλιάδες έντυπα σε 12 γλώσσες, για μονοήμερους επισκέπτες, ώστε να κυκλοφορήσουν στην αγορά, αλλά και οπτικοακουστικό υλικό..

Υπήρχε ένας μηχανισμός ανθρώπων με τεχνογνωσία και κατάρτιση που δούλευε για την οργανωμένη προβολή της Κω σε κάθε γωνιά της Ευρώπης.

Χρηματοδοτήσαμε τον τότε φορέα τουρισμού, τον ΔΟΤ, με 200.000 το 2008, 440.000 το 2009 και 485.000 το 2010, ποσά που διατέθηκαν για δράσεις τουριστικής προβολής του νησιού μας.

Δράσεις ουσιαστικές και στοχευμένες.

Να σας θυμίσω τα πλωτά σεμινάρια, τα Road show σε Μ. Βρετανία και Σκανδιναβία, την έντονη διαφημιστική προβολή της Κω στην Ελληνική Αγορά.

Παράλληλα η Κως είχε διεισδύσει ενισχύοντας την παρουσία της σε σημαντικές τουριστικές αγορές, όπως είναι η Σκανδιναβική Αγορά.

Τα θετικά αποτελέσματα αυτών των επιλογών και αυτής της πολιτικής τα είδαμε τα επόμενα χρόνια.

Ως Δημοτική Αρχή, την περίοδο 2006-2010, πιστέψαμε στο εγχείρημα της συνεργασίας με τις αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους.

Τι έκανε όμως η προηγούμενη δημοτική αρχή.

α) Διατήρησε τις παθογένειες του ΕΦΤ, τον μετέτρεψε σε ένα δυσκίνητο γραφειοκρατικό και πελατειακό μηχανισμό.

Έδωσαν 170.000 ευρώ εκ των οποίων οι 35.000 ήταν η μισθοδοσία και τα λειτουργικά και οι 116,000 Ευρώ ήταν στο κουτσό συμβόλαιο με τη ΔΕΤΑΠ για τη RYANAIR. Χρήματα που ο Δήμος οφείλει ακόμα, κάτι το οποίο είναι απαράδεκτο.

β) Απαξίωσε τα στελέχη του Δήμου με τεχνογνωσία, αποσπώντας το ένα στη γραμματεία του τοπικού (με μόνη αρμοδιότητα τη χορήγηση αδειών) και την προϊσταμένη του ΔΟΤ για 1,5 περίπου χρόνο μέχρι τη συνταξιοδότησή της, απομονωμένη σε ένα γραφείο και χωρίς να προσφέρει τίποτε αφού δεν είχα καμία απολύτως αρμοδιότητα.

γ) Απαξίωσε τους φορείς του τουρισμού στο νησί μας. Ποτέ δεν κάθισε στο ίδιο τραπέζι μαζί τους, ποτέ δεν έσκυψε πάνω από τα προβλήματα τους, ποτέ δεν τους αξιοποίησε στο σχεδιασμό μιας ολοκληρωμένης πολιτικής προβολής και προώθησης.

δ) Εξαφάνισε το λογότυπο της Κω, με το σκεπτικό προφανώς ότι συνδεόταν με τη δημοτική αρχή του Γιώργου Κυρίτση. Η νοοτροπία τους, δεν τους επέτρεπε να αντιληφθούν ότι το τουριστικό λογότυπο της Κω δεν έχει ιδιοκτήτη, ανήκει στην Κω, ανήκει σε όλους τους Κώους. Αποτέλεσμα η Κως να πηγαίνει σε εκθέσεις είτε με δύο λογότυπα είτε με κανένα.

ε) Διέκοψε κάθε συνεργασία και επαφή με όλους όσους είχαν συμβάλει στην επιτυχημένη τουριστική προβολή και προώθηση του τουρισμού μας.

Σταμάτησαν κάθε προωθητική ενέργεια, εκτός βεβαίως από τη συμμετοχή μας σε ορισμένες εκθέσεις μέσω της Περιφέρειας μαζί με όλα τα μικρά νησιά.

Η Κως από πρωταγωνιστής, έγινε παρακολούθημα και θλιβερός κομπάρσος.

Ταυτόχρονα, όλο το υλικό το οποίο παρέλαβαν, στοιβάζεται άναρχα σε διάφορες αποθήκες οι οποίες οι οποίες αφήνονται στην τύχη τους και στη φθορά του χρόνου!

Ιδού και οι σχετικές φωτογραφίες.

Αποτέλεσμα: Μεγάλη ποσότητα να καταστραφεί, ενώ προχωρούν σε περιττή επανεκτύπωση έντυπου υλικού σε γλώσσες οι οποίες ήδη υπάρχουν (π.χ. τύπωσαν 6,400

τεμ. στα Αγγλικά και στην αποθήκη υπήρχαν 4,800 τεμάχια), τα οποία τα βρήκαμε στην αποθήκη πεταμένα και κάποια από αυτά, κατεστραμμένα. Το ίδιο έγινε βεβαίως σχεδόν για το σύνολο των εντύπων.

Επιτρέψτε μου εδώ μια ακόμη μικρή αναδρομή που αφορά τη διαχείριση του ζητήματος της προσέλευσης αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους.

Το 2010 ο Δήμος της Κω αλλά και οι Δήμοι Δικαίου και Ηρακλειδών, στήριξαν το εγχείρημα προσέγγισης των αεροπορικών εταιριών χαμηλού κόστους, μετά από πρωτοβουλία ιδιωτών, και έτσι η μεγαλύτερη low cost εταιρεία στην Ευρώπη, ξεκινά ένα πιλοτικό πρόγραμμα στην Κω και Ρόδο. Οι Δήμοι της Κω τότε, αποφασίζουν την οικονομική στήριξη του εγχειρήματος και συνάπτουν προγραμματική σύμβαση με τη ΔΕΤΑΠ. Ο Δήμος της Κω, ανταποκρίνεται άμεσα στην οικονομική του υποχρέωση το Νοέμβριο του 2010, ενώ με την αλλαγή της διοίκησης του Δήμου, παρουσιάζονται μεγάλες καθυστερήσεις στις πληρωμές με συνέπεια την καταγγελία του συμβολαίου (που προέβλεπε και χειμερινές πτήσεις) από την εταιρεία.

Η απαξίωση του Δήμου Κω και το έλλειμμα εμπιστοσύνης και αξιοπιστίας έναντι των εταιρειών χαμηλού κόστους, είναι έργο της δημοτικής αρχής Καϊσερλη.

Η ασυνέπεια της τότε Δημοτικής Αρχής, οδήγησε στη ρήξη των σχέσεων με την εν λόγω εταιρεία, με αποτέλεσμα την υπογραφή μιας ήσσονος σημασίας σύμβασης, με ταυτόχρονη μείωση του πτητικού έργου της εταιρίας.

Ο κατήφορος όμως δε σταμάτησε εκεί.

Η προηγούμενη δημοτική αρχή αρνήθηκε να καταβάλει τη 2<sup>η</sup> δόση της οικονομικής υποχρέωσης (περίπου 58,000 Ευρώ), ως όφειλε.

Πολλοί ήταν αυτοί που σιώπησαν, η αλήθεια όμως πρέπει να ακούγεται και θα ακουστεί.

Δεν μπορεί να ζητούν από τη νέα δημοτική αρχή να καλύψει, άμεσα, χρέη και υποχρεώσεις που άλλοι δημιούργησαν από την ασυνέπεια τους.

Η δική μας απάντηση είναι συγκεκριμένη και ξεκάθαρη:

-Αναγνωρίζουμε την οφειλή και θα καταβληθεί άμεσα μετά την ολοκλήρωση της διαδικασίας εκκαθάρισης του ΕΦΤ

Κάτι ακόμα, που δείχνει τον τρόπο με τον οποίο λειτουργούν κάποιοι, έναν τρόπο εξόχως αντιθεσμικό και αντιδεοντολογικό.

Τον περασμένο Αύγουστο, όταν δεν είχαμε ακόμα αναλάβει, η εταιρεία RYANAIR προσπαθεί να έρθει σε επαφή με το Δήμο Κω.

Αυτοί οι οποίοι μεσολαβούσαν θεώρησαν καλό να φέρουν την εκπρόσωπο της εταιρίας σε επαφή με τον τότε Δημαρχεύοντα κ.Νικηταρά, ο οποίος παρέδιδε τη διοίκηση σε 2 εβδομάδες.

Η νέα δημοτική αρχή δεν ενημερώθηκε ποτέ για τις συναντήσεις και το αίτημα της RYANAIR ενώ και η εταιρεία δεν έλαβε ποτέ απάντηση στην προσπάθεια επικοινωνίας.

Κανέννας δεν μπήκε στον κόπο να ενημερώσει την Νέα Διοίκηση του Δήμου, ούτε το νέο Δήμαρχο, ούτε καν εμένα ως υπεύθυνο τουρισμού της παράταξης που αναλάμβανε την διοίκηση του Δήμου.

Αντιλαμβάνεται λοιπόν κανείς τι αντιμετώπιση είχε η Κως, όταν 1,5-2 μήνες αργότερα, προσεγγίσαμε την εταιρεία.

Θέλω να ενημερώσω σήμερα υπεύθυνα και να δηλώσω ότι η επαφή μου, με την RYANAIR, ξεκίνησε τέλος Οκτωβρίου, όταν και ζητήσαμε αναλυτικό πρόγραμμα της εν λόγω εταιρείας, διατυπώνοντας ταυτόχρονα τη βούλησή μας για συνεργασία, καταθέτοντας συγκεκριμένη πρόταση βασισμένη σε συγκεκριμένο προϋπολογισμό αυξημένο σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια.

Η εταιρεία είχε κάνει όμως τις επιλογές και τον προγραμματισμό της για το 2015 και μας δήλωσε ευθέως ότι οι όποια συζήτηση θα ανοίξει για το πρόγραμμα δρομολογίων του 2016.

Η ίδια όμως κατάσταση επικρατεί και με άλλες αεροπορικές εταιρείες χαμηλού κόστους. Το ίδιο αντιμετωπίσαμε και με τη Σκανδιναβική εταιρεία Norwegian, η οποία στη συνάντηση που είχαμε στη Στοκχόλμη, την προηγούμενη εβδομάδα, μου δήλωσαν ότι αντίστοιχη πρόταση είχαν καταθέσει και παλαιότερα, χωρίς όμως καμία ανταπόκριση από την Κω!! (Σχετικό Δελτίο Τύπου με καμάρι είχε εκδώσει ο ΕΦΤ για την έκθεση WTM 2011 χωρίς βεβαίως να κάνουν τίποτα για αυτό, ενδεικτικό της νοοτροπίας τους).

Η βούληση όμως της Δημοτικής Αρχής από το Σεπτέμβριο του 2014 είναι δεδομένη και δηλωμένη σε όλους τους τόνους!

Ο Δήμος της Κω ακολουθεί μια επιθετική πολιτική προσέλκυσης των αεροπορικών εταιρειών χαμηλού κόστους.

Ανακτά την αξιοπιστία και την εμπιστοσύνη στις σχέσεις του με αυτές.

Πείθει ότι μπορεί να αποτελεί πλέον αξιόπιστο εταίρο.

Σήμερα, θα ήθελα να σας ενημερώσω για όλα όσα έχουν γίνει ή προγραμματίζονται:

- Ήδη το αμέσως επόμενο διάστημα, έχει προγραμματισθεί συνάντηση με τη RYANAIR, για να συζητήσουμε όχι μόνο την ενδυνάμωση των πτήσεων από τους Ευρωπαϊκούς προορισμούς (καθώς και την επιμήκυνση της πτητικής περιόδου) αλλά και την έναρξη πτήσεων εσωτερικού.
- Είμαστε σε επικοινωνία με την Norwegian, τη μεγαλύτερη low cost εταιρεία της Σκανδιναβίας, ώστε να ενδυναμώσουμε, και να επιμηκύνουμε την πτητική περίοδο της εταιρείας, που απευθύνεται σε μια αγορά, τη Σκανδιναβική, η οποία είναι πολύ σημαντική για την Κω.
- Είμαστε ήδη σε διαδικασία εξεύρεσης τρόπων στήριξης της Ελληνικής Εταιρείας ASTRA, η οποία πετά 12 μήνες το χρόνο από Θεσσαλονίκη, ενώ ξεκινάμε και επαφές με τις υπόλοιπες ανεξάρτητες, μη ναυλωμένες, εταιρείες που πετούν στην Κω, σε μια προσπάθεια να διευρύνουμε τα δρομολόγια εσωτερικού, από και προς το νησί.

- Προγραμματίζουμε μια πρώτη επαφή με την εταιρία Germanwings μεθαύριο στην διεθνή έκθεση του Βερολίνου στην οποία θα παραστώ, ώστε να ελέγξουμε τις δυνατότητες συνεργασίας.
- Αναμένουμε τον ορισμό του νέου διευθυντή προγράμματος της Easy Jet στην Ελλάδα για να έρθουμε άμεσα σε επαφή μαζί του.

Σύντομα θα υπάρχουν συγκεκριμένα αποτελέσματα, με ορατό όφελος στον τομέα της αεροπορικής σύνδεσης του νησιού.

Την ίδια στιγμή, Ο Δήμος ΚΩ ξαναπιάνει το νήμα της τουριστικής προβολής και ανάπτυξης.

Η σύγχρονη επικοινωνιακή προσέγγιση για την τουριστική προβολή ενός τόπου, επιτάσσει την δημιουργία «ταυτότητας» και «επωνυμίας τουριστικού προορισμού». Η δική μας ταυτότητα στηρίζεται σε 4 πυλώνες:

**α)** Στην μορφολογία του νησιού, με τις άπειρες επιλογές δημιουργικής και ψυχαγωγικής ενασχόλησης, αναδεικνύοντας το νησί της Κω σε **Τουριστικό Προορισμό Δραστηριοτήτων**.

**β)** Στην κομβική θέση που κατέχει η Κως, μεταξύ των υπόλοιπων νησιών του Βορείου συγκροτήματος των Δωδεκανήσων, αποτελώντας το **Τουριστικό & Πολιτιστικό Κέντρο των βορείων Δωδεκανήσων**.

**γ)** Στην αξιοποίηση του ιστορικού και πολιτιστικού μας κεφαλαίου. Στην ανάδειξη του Ιπποκράτη και της Ιπποκρατικής ιδέας.

**δ)** Στην ανάδειξη της γαστρονομίας και του οινικού τουρισμού, μέσα από την ενίσχυση και προβολή των τοπικών προϊόντων και συνταγών, σε μια συνέργεια επιχειρηματιών και παραγωγών. Τελικό στόχο αποτελεί η αναβίωση της Ιπποκρατικής διατροφής και η σύνδεση του πρωτογενή με τον τριτογενή τομέα.

Ποιες είναι οι επόμενες κινήσεις:

**-Μέσα στο αμέσως επόμενο διάστημα προχωράμε σε διαγωνισμό για την επιλογή εταιρείας,** που θα αναλάβει το «χτίσιμο» της τουριστικής ταυτότητας της Κω σε όλο τον Κόσμο μετά από μελέτη και κατάθεση συγκεκριμένων προτάσεων. Παράλληλα αντικείμενο της συνεργασίας με το Δήμο θα είναι η διαμόρφωση ολοκληρωμένων και σύγχρονων δράσεων προβολής και προώθησης, **η διοργάνωση εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος στο εσωτερικό – εξωτερικό ( road show, εκδηλώσεις με πράκτορες και tour operators ).**

**-Αξιοποιούμε όλες τις σύγχρονες τεχνικές επικοινωνίας και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Η Κως θα δώσει έμφαση στη διαφήμιση μέσα από τα social media και το διαδίκτυο** και αναζητά νέες συνεργασίες προβολής του τουριστικού μας προϊόντος, σε συνεργασία με την Google.

**-Αναβαθμίζεται και αξιοποιείται το Portal.** Δεδομένης της τεχνολογικής εξέλιξης, το Portal που δημιουργήθηκε πριν από 2 περίπου χρόνια, χρειάζεται αναβάθμιση ώστε να εμπλουτισθεί με τις τελευταίες εξελίξεις της τεχνολογίας, ενώ απαραίτητη

θεωρείται και η ανανέωση και ο εμπλουτισμός του περιεχομένου του με ψηφιακό υλικό.

**-Αξιοποιούμε τις εφαρμογές του Smart Phone** . Η εξέλιξη της επικοινωνίας μας επιβάλλει την ενεργοποίηση της έξυπνης εφαρμογής για κινητά «kos.mobile» ως εργαλείο επικοινωνίας του Δήμου μας με τους επισκέπτες του νησιού. Αν και είχε προβλεφθεί κατά την σχεδίαση του τουριστικού Portal δεν ετέθη ποτέ σε εφαρμογή. Είμαστε ήδη σε επικοινωνία με την εταιρία κατασκευής ώστε να εκμεταλλευτούμε όλες τις δυνατότητες που μας δίνει τόσο το portal όσο και η έξυπνη εφαρμογή. Η ενέργεια αυτή θεωρείται επιβεβλημένη, ώστε σε πραγματικό χρόνο να ενημερώνονται οι επισκέπτες στα ξενοδοχεία για όλες τις εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα στην πόλη και στα χωριά της Κω. Θα μπορούν να ενημερώνονται επίσης για τις προσφορές από τοπικές επιχειρήσεις.

**-Αναμένουμε το άνοιγμα του προγράμματος Ψηφιακή Σύγκλιση για να καταθέσουμε πρόταση χρηματοδότησης για τη δημιουργία ενός ηλεκτρονικού περιπτέρου** με το οποίο η Κως θα είναι παρούσα στις μεγάλες εκθέσεις.

**-Προσανατολιζόμαστε στη διοργάνωση μιας μεγάλης έκθεσης αγροτουρισμού, που θα διαρκεί για δέκα ημέρες και θα μετατραπεί σε εμβληματικό γεγονός και θεσμό για το νησί μας. Με έμφαση στα τοπικά προϊόντα και με υποστηρικτικές δράσεις.** Τις επόμενες μέρες θα συγκαλέσω την πρώτη συνάντηση για το συγκεκριμένο σκοπό, με τους φορείς του τουρισμού αλλά και τους φορείς του πρωτογενούς τομέα.

**-Ανοίγουμε τη συζήτηση για τον επαναπροσδιορισμό του all inclusive. Ο Δήμος αναλαμβάνει την πρωτοβουλία να ανοίξει ο διάλογος με τους επιχειρηματίες στο χώρο του τουρισμού.** Η τουριστική αγορά που επέβαλλε το all inclusive, μπορεί να επιβάλλει και την διαφοροποίηση ή τον εμπλουτισμό του με άλλα προϊόντα ή υπηρεσίες. Η Κως μπορεί να διαμορφώσει το δικό της πιλοτικό μοντέλο.

Όλα αυτά προγραμματίζονται και υλοποιούνται σε ένα ιδιαίτερα δυσμενές πεδίο, σε μία αρνητική οικονομική συγκυρία για τα οικονομικά του Δήμου Κω.

Παρά τις αντίξοες συνθήκες, ο Δήμος Κω επενδύει ως αρχικό κεφάλαιο 300 χιλιάδες ευρώ για τις δράσεις που αφορούν την τουριστική προβολή και προώθηση του νησιού.

Οι συγκρίσεις σε σχέση με το πρόσφατο παρελθόν είναι καταλυτικές.

Το 2015 θα είναι έτος ανασυγκρότησης και επανασχεδιασμού της στρατηγικής μας για την επόμενη 5ετία.

**Η Κως ξαναπιάνει το νήμα της τουριστικής ανάπτυξης.**

**Αποκτά σύγχρονη και ολοκληρωμένη πολιτική τουριστικής προβολής και προώθησης.**

**Αξιοποιεί παραγωγικά και ανταποδοτικά και το τελευταίο διαθέσιμο ευρώ.**

**Με σχεδιασμό, με συνεννόηση, συνεργασία και συναπόφαση.**

Ηλίας Δ. Σιφάκης  
Αντιδήμαρχος Κω