



ENE.10.397

19.01.10

CONTENEDOR ESTRATÉGICO DE DESARROLLO TURÍSTICO

La Viceministra de Cultura y Turismo, Angela Gerekos participó en los trabajos de la 5ª Exceltur Foro de Turismo celebrada en Madrid. El Foro fue organizado conjuntamente por la Organización Mundial del Turismo (OMT) y Exceltur el tema "Perspectivas y Desafíos para la Recuperación del Turismo en 2010-2011 y la participación de los ministros de turismo de todo el mundo.

Especialmente en este momento de que España tiene la presidencia de la UE, el nivel de las cotizaciones a un nivel muy alto, mientras que ha hecho especial hincapié en las discusiones sobre las maneras en que la industria del turismo se pueden superar las condiciones adversas desarrollado por la crisis económica mundial, la calidad del producto turístico y la importancia de la educación turística en mayor rendimiento y adaptación de los ejecutivos de la industria en los datos de mercado y para apoyar el producto turístico de los bancos y servicios financieros.



En su discurso ante el Foro de Liderazgo de Turismo, sobre la política de turismo griego, la Viceministra de Cultura y Turismo, la Sra. Angela Gereko, dijo: "El 2009 fue un año muy difícil para el turismo y especialmente para los euro-los países en la zona. La mayoría importante, hemos desarrollado un plan estratégico global, que nos permite afrontar las dificultades en los próximos años. El desafío clave para nosotros es reducir lo más posible la burocracia, invertir en el turismo verde y volver a definir el producto turístico.

Como se analizó, "Nuestro objetivo es hacer de Grecia, una de doce destino turístico meses, rompiendo el fenómeno de la estacionalidad del turismo griego y la inversión en nuevas políticas de transporte y en el aire en particular. En este contexto, ya hemos establecido un grupo de trabajo con el Ministerio de Transporte, Infraestructura y la Red sobre esta cuestión.

Ventajas comparativas

La Ministra afirmó además que "Grecia va a invertir en las ventajas comparativas, las múltiples opciones que podemos ofrecer al viajero de mundo, un producto turístico diverso y único: 6.000 islas, 15.000 kilómetros de costa, un clima mediterráneo, los productos locales, un único geo-ubicación estratégica y una gran tradición cultural. Continuaremos apoyando maduros, los destinos turísticos tradicionales como la de Corfú, Rodas, Halkidiki, Creta y Mykonos con propuestas innovadoras, impulsando la identidad del turismo. Al mismo tiempo, fortalecer y nuestras islas más pequeñas y más grandes del continente.

Producto turístico griego

Refiriéndose al producto turístico griego, dijo: "Queremos que nuestros amigos y nuestros socios comprendan que nuestro producto turístico no se limita al« modelo de sol del mar. "De hecho, el continente griego, con hermosas montañas, tenemos una ventaja única el desarrollo de formas especiales de turismo, la expansión de la temporada turística y el desarrollo de formas de turismo de invierno. Turismo "verde"

Para la "economía verde", que dijo que es uno de los pilares de nuestra estrategia de turismo nuevo, se muestra el modelo, mar y sol "y ahora debe hacer más y hacerlo mejor. Para nosotros, la respuesta a la crisis son "turismo verde".

"Este modelo objetivo basado en promover una economía verde en el turismo. Se incluye la protección y el desarrollo de los recursos naturales y el patrimonio. La producción de una identidad de turismo basado en el" crecimiento verde ", agregó Angela Gerekos.

La identidad del nuevo turismo

En concreto, entre otras cosas, la identidad turística nuevo incluye:

1. un nuevo marco jurídico para la lucha contra la burocracia
2. fuentes de energía alternativas
3. un protocolo de oficina de turismo centrado en el cliente
4. los incentivos para la inversión en el turismo verde, junto con los sectores privado y público en general,

y las sinergias con los sectores de la cultura y el deporte

Como dijo el Ministro, las anteriores "gradualmente conducirá a nuevas formas de turismo como el turismo marino más amplio, el turismo cultural, turismo rural, gastronomía y turismo de vino, turismo religioso, turismo deportivo. Con este fin, , ya hemos hecho contactos con inversionistas del sector privado, le invito a jugar un papel fundamental y seguimos abiertos a nuevas sugerencias para que juntos, sector público y privado para construir el futuro del turismo griego.

A una pregunta planteada por la Sra. Gerekos el Director Ejecutivo de la Organización Mundial del Turismo, Marcio Favilla, sobre las perspectivas que surgen después de la asociación de los Ministerios de Turismo y Cultura en Grecia, el Ministro declaró:

"Ahora está planeando un plazo nuevo de largo y la política de turismo creativo sobre la base de asociaciones dinámicas entre la cultura y el turismo. Nuestro objetivo principal es crear un producto turístico muy dinámico que ofrece los servicios de mayor calidad. El nuevo largo meta plazo es nuestro hermoso país en lo que creemos es nuestro capital más importante: los servicios turísticos de calidad, ofreciendo la mejor combinación de elementos de la cultura y el turismo.

Esto significa que ahora se trasladó a partir del modelo del turismo de masas, el estándar de calidad, verde y sostenible del turismo que hace buen uso de nuestras ventajas comparativas. En concreto: ahora desplegar todo el potencial del turismo griego, mediante el establecimiento de alianzas con todas las demás áreas de la administración pública y el gobierno local y soberana a la de la ventaja comparativa de nuestro patrimonio cultural.

Con esto en mente, reconocemos y conectar el "interés nacional" la cultura y la "naturaleza operativa" del turismo. De esta manera, un área de espera para beneficiarse de unos de otros. A nivel internacional, esto significa que debemos fortalecer nuestra relación con nuestros socios tradicionales en el turismo, pero prestando especial atención a los mercados turísticos como Rusia, China y la India. En este ámbito, que ya hemos hecho contactos con representantes de estos países, que tienen gran relevancia para nuestro país, y con ejecutivos del sector privado.

Además, la integración de la cultura y el turismo, que ahora podemos obtener el máximo uso de fondos de la UE, eliminando los efectos de la burocracia solapamiento entre las dos áreas que a veces dio lugar a ineficiencias.

Un primer ejemplo concreto de nuestra estrategia consagrada en nuestra decisión de nombrar a este año, el año 2010 como "Año de Maratón. Esto supondrá una condición favorable para el surgimiento de la asociación entre el turismo y la cultura.

Un segundo ejemplo de nuestra estrategia es el Museo de la Acrópolis en Atenas, que ya ha atraído a 1.500.000 visitantes. Y quiero personalmente invito a todos a venir y ver por sí mismo este proyecto muy grande que alberga algunas de las más grandes obras maestras de la antigüedad clásica ".