Πρόγραμμα και δαπάνες τουριστικής προβολής Δήμου Σκιάθου: κριτική αποτίμηση

Παύλου Ανδρεάδη-Παπαδημητρίου, ΔΝ, Δικηγόρου

Κατά τα τελευταία έτη και ιδίως από την εποχή του COVID-19 και έπειτα, παρατηρείται μια συστηματική, πολυδάπανη και ιδιαίτερα προβεβλημένη προσπάθεια του Δήμου Σκιάθου για την περαιτέρω προώθηση του νησιού ως τουριστικού προορισμού. Πρόκειται για το περίφημο πρόγραμμα «τουριστικής προβολής», μέσω του οποίου λαμβάνουν χώρα ποικίλες δράσεις, όπως η παρουσία εκπροσώπων του Δήμου —συχνά και υπό διττή ιδιότητα— και η εν γένει διαφήμιση του νησιού σε τουριστικές εκθέσεις, μέσα μαζικής μεταφοράς, χώρους συνάθροισης του κοινού (πλατείες, σταθμούς κ.λπ.), ειδησεογραφικές ιστοσελίδες και λογαριασμούς μέσων κοινωνικής δικτύωσης.

Τα στοιχεία σχετικά με το πρόγραμμα τουριστικής προβολής του Δήμου είναι δημοσίως διαθέσιμα. Ο εντοπισμός τους είναι χρονοβόρος, όπως και η συστηματοποίησή τους· είναι όμως ιδιαίτερα ενδιαφέροντα και, όπως θα φανεί παρακάτω, ικανά να προκαλέσουν διάφορα συναισθήματα.

Η προώθηση του τουρισμού είναι πράγματι μεταξύ των νομοθετημένων αρμοδιοτήτων των δήμων, οι οποίοι σύμφωνα με το άρθρο 75 ν. 3463/2006, είναι υπεύθυνοι και για την «εκπόνηση, υλοποίηση και συμμετοχή σε προγράμματα για την τουριστική ανάπτυξη των περιοχών τους και την προώθηση εναλλακτικών μορφών τουρισμού, καθώς και τη δημιουργία θερέτρων και άλλων εγκαταστάσεων αναψυχής και διακοπών». Συνεπώς, δεν μπορεί να ψέξει κανείς έναν δήμο που είναι επιφορτισμένος με τη διοίκηση ενός νησιού με τουριστική δυναμική, για μόνη την επιλογή του να διαθέσει προς αυτήν την κατεύθυνση κάποιους από τους πόρους του. Επειδή, ωστόσο, η συγκεκριμένη αρμοδιότητα ούτε είναι η μοναδική ή η πιο κρίσιμη ενός δήμου, ούτε μπορεί να συνυφαίνεται με τον πολλαπλασιασμό της κερδοφορίας ιδιωτικών επιχειρήσεων, αλλά ούτε και μπορεί να ασκείται ανέλεγκτα, χρήσιμο θα ήταν να αξιολογηθεί τουλάχιστον πάνω στους ακόλουθους άξονες:

Α. Ποιο είναι το ποσό της δαπάνης του Δήμου για σκοπούς τουριστικής προβολής κατ' έτος, ποια είναι η αναλογία του ανά κάτοικο ή/και δημότη και πώς συγκρίνονται τα μεγέθη αυτά με τα αντίστοιχα άλλων «τουριστικών» Δήμων της χώρας;

Β. Υπάρχει λογοδοσία για την αποτελεσματικότητα του προγράμματος τουριστικής προβολής, ή/και κάποια μελέτη για την προσδοκώμενη αποτελεσματικότητά του; Υπάρχει ευθύνη εφόσον διαπιστωθεί σπατάλη πόρων κατά παράβαση των κανόνων επιμελούς διαχείρισης; Οι σχετικές πρωτοβουλίες τυγχάνουν «πάνδημης» αποδοχής;

Γ. Με βάση τα στοιχεία επισκεψιμότητας του νησιού κατά τα τελευταία έτη, αλλά και τη φέρουσα ικανότητά του, δικαιολογείται να δεσμεύονται τέτοιου ύψους δημοτικοί πόροι με σκοπό την περαιτέρω αύξηση του αριθμού των επισκεπτών;

Δ. Υπάρχουν άλλες πιο πιεστικές ανάγκες που ανάγονται στον πυρήνα των αρμοδιοτήτων του δήμου και πρέπει να εξυπηρετηθούν κατά προτεραιότητα; Θα μπορούσε/έπρεπε κάποιο τμήμα των δαπανών τουριστικής προβολής, να κατευθυνθεί προς αυτές;

Α. ΥΨΟΣ ΔΑΠΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ – ΠΟΡΕΙΑ ΣΤΟΝ ΧΡΟΝΟ ΚΑΙ ΣΥΓΚΡΙΣΗ ΜΕ ΑΛΛΟΥΣ ΔΗΜΟΥΣ

Κάθε πράξη των δήμων περί ανάληψης υποχρέωσης δαπάνης, περί απόφασης έγκρισης δαπάνης και περί οριστικοποίησης πληρωμής, η οποία περιέχει το ακριβές ποσό που θα πληρωθεί για κάθε επιμέρους δαπάνη ενός Δήμου, είναι υποχρεωτικά αναρτητέα στο διαδίκτυο, στον ιστότοπο του προγράμματος «ΔΙΑΥΓΕΙΑ». Αντίστοιχα υποχρεωτικά αναρτητέες στο διαδίκτυο, είναι —με την επιφυλάξη ειδικών διατάξεων— και όλες οι συμβάσεις που συνάπτει ένας δήμος με τρίτους, με αντικείμενο την εκτέλεση έργων, την προμήθεια αγαθών ή την παροχή υπηρεσιών. Τέλος, στην ιστοσελίδα του συστήματος e-Pasithea αναρτώνται υποχρεωτικά τα προγράμματα επικοινωνιακής προβολής και διαφήμισης φορέων του δημόσιου τομέα, καθώς και οι αντίστοιχοι οικονομικοί απολογισμοί τους.

Συνεπώς, τα δεδομένα που θα παρουσιαστούν είναι ευχερώς επαληθεύσιμα. Αναγκαίες είναι όμως οι ακόλουθες διευκρινίσεις: οι δήμοι έχουν την ευχέρεια (και όχι την υποχρέωση) να καταρτίζουν προγράμματα τουριστικής προβολής, για την υλοποίηση των οποίων και τη σύναψη των σχετικών συμβάσεων απαιτείται η σύμφωνη γνώμη του Εθνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ), όπως προβλέπεται στο άρθρο 30 ν. 3498/2006, ως έχει τροποποιηθεί με το άρθρο 46 ν. 4276/2014. Επομένως, κάθε υλοποιούμενο πρόγραμμα έχει μεν τη «σφραγίδα» και της κεντρικής διοίκησης, αλλά δεν θα υφίστατο ποτέ χωρίς την πρωτοβουλία του οικείου δήμου. Ένας δήμος μπορεί, στο πλαίσιο αυτό, να υλοποιήσει το πρόγραμμα με δικά του μέσα, να συνάψει μία δημόσια σύμβαση-«ομπρέλα» με κάποιον πάροχο υπηρεσιών τουριστικής προβολής, ο οποίος στη συνέχεια θα οργανώσει και θα υλοποιήσει τις επί μέρους δράσεις, ή/και να συνάψει περισσότερες επιμέρους συμβάσεις με διάφορους τρίτους και με σκοπό την τουριστική προβολή. Πέραν των δαπανών αυτών, πόροι του δήμου θα κατευθυνθούν και στις αναγκαίες για την υλοποίηση του προγράμματος μετακινήσεις των εκπροσώπων του.

Με αυτά λοιπόν υπ’ όψη και ύστερα από έρευνα, προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία για τις δαπάνες του προγράμματος τουριστικής προβολής δώδεκα (12) εξόχως «τουριστικών» δήμων της χώρας:

Δήμος	Μόνιμοι κάτοικοι (απογραφή 2021)	2024 — Δαπάνη (€)	2024 — €/κάτοικο	2025 — Δαπάνη (€)	2025 — €/κάτοικο	2026 — Δαπάνη (€)	2026 — €/κάτοικο
Σκιάθου	5.802	500.000,00	86,18	500.000,00	86,18	500.000,00	86,18
Μυκόνου	10.704	231.200,00	21,60	248.400,00	23,21	409.500,00	38,27
Θήρας	15.480	248.800,00	16,07	274.400,00	17,73	538.160,00	34,76
Χερσονήσου Κρήτης	27.220	418.500,00	15,37	368.500,00	13,54	383.200,00	14,08
Πάρου	14.520	72.880,00	5,02	129.000,00	8,88	190.000,00	13,09
Ρεθύμνης	57.216	306.950	5,36	503.584,98	8,80	442.000,00	7,73
Ρόδου	125.113	—	—	937.000,00	7,49	793.600,00	6,34
Αθηναίων	637.798	—	—	—	—	3.266.666,67	5,12
Θεσσαλονίκης	319.045	894.619,44	2,80	408.750,35	1,28	663.373,36	2,08
Ηρακλείου Κρήτης	179.302	191.600,00*	1,07	397.400,00	2,22	322.480,00*	1,80
Κεντρικής Κέρκυρας και Διαποντίων Νήσων	67.112	97.260,00	1,45	94.000,00	1,40	90.960,00	1,36
Χανίων Κρήτης	111.375	126.500,00	1,14	108.000,00	0,97	123.556,00	1,11

Σημειώσεις: (α) Η παύλα (–) σημαίνει ότι δεν βρέθηκαν δημοσιευμένα στοιχεία για το πρόγραμμα τουριστικής προβολής του Δήμου Ρόδου, έτους 2024 και για το αντίστοιχο πρόγραμμα του Δήμου Αθηναίων, ετών 2024-2025, και όχι ότι δεν πραγματοποιήθηκαν σχετικές δαπάνες· (β) η ταξινόμηση έγινε κατά φθίνουσα σειρά, με κριτήριο τα ευρώ δαπάνης που αντιστοιχούν σε κάθε μόνιμο κάτοικο για το έτος 2026· (γ) τα δεδομένα αντλήθηκαν αποκλειστικά από τα δημοσιευμένα προγράμματα τουριστικής προβολής των αναφερόμενων δήμων καθώς και από τα στοιχεία της γενικής απογραφής πληθυσμού έτους 2021 που τηρεί η Ελληνική Στατιστική Αρχή. Δεν έχουν προστεθεί λοιπές εκτός προγράμματος δαπάνες τουριστικής προβολής.

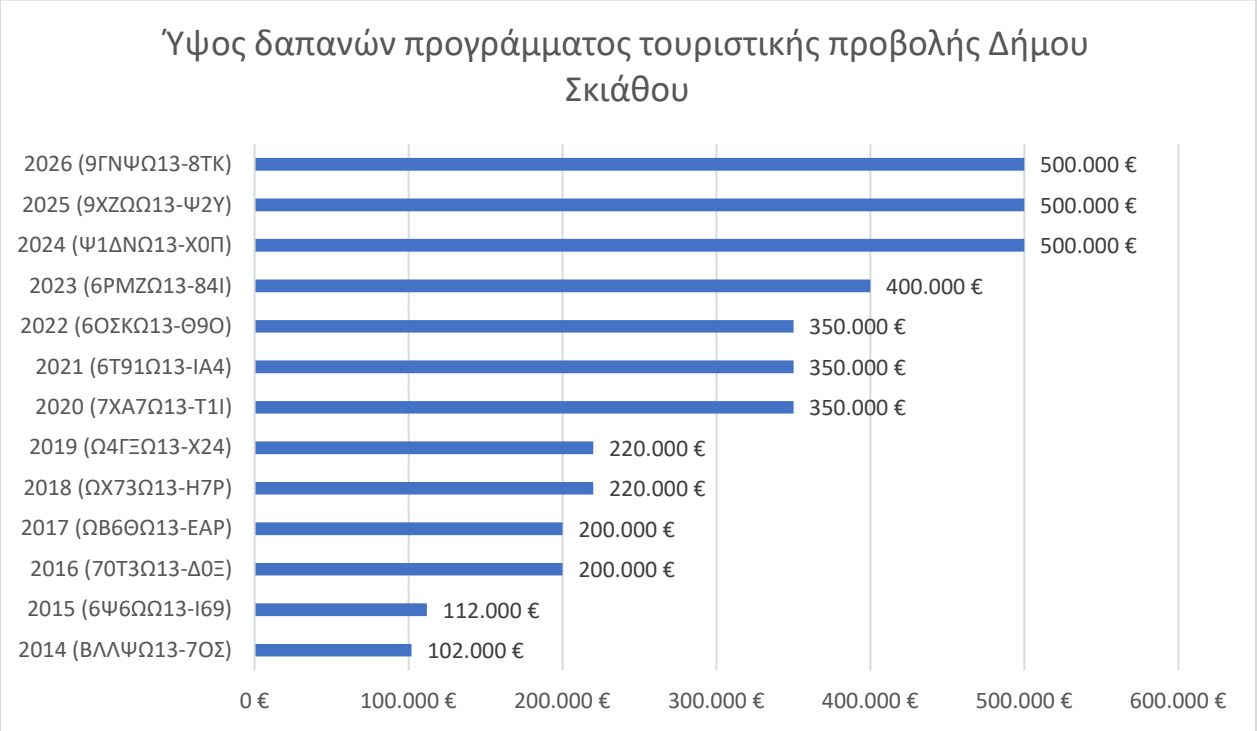
Εντελώς ενδεικτικά, στο πλαίσιο του προγράμματος τουριστικής προβολής του Δήμου Σκιάθου κατά τελευταία έτη, έχουν, μεταξύ άλλων, δαπανηθεί και τα ακόλουθα ποσά:

ΗΜ/ΝΙΑ	ΑΔΑ (ΔΙΑΥΓΕΙΑ)	ΛΗΠΤΗΣ	ΠΟΣΟ	ΑΙΤΙΑ
25.06.2021	6Ψ9ΦΩ13-Π4Η	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	21.929,40 €	Προβολή στο Μετρό Λονδίνου
15.07.2022	6ΒΥΑΩ13-Μ5Α	TRANSAVIA	25.000,00 €	Προβολή στη Γαλλία
31.05.2023	9ΞΒΓΩ13-Υ3Ο	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	32.858,78 €	Προβολή στο μετρό Λονδίνου
08.12.2023	9ΡΟΓΩ13-ΥΓΟ	JET2 HOLIDAYS	25.000,00 €	Υπηρεσίες τουριστικής προβολής
13.12.2023	9Π9ΛΩ13-2ΗΤ	TRANSAVIA	25.000,00 €	Προβολή στη Γαλλία
31.07.2025	9ΝΞΥΩ13-99Μ	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	86.305,66 €	Ενημέρωση-προβολή στο περιοδικό Boats&yachting
25.09.2025	6ΦΓΝΩ13-Ο2Ο	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	10.365,41 €	Προβολή στο Τραμ Ζυρίχης
20.03.2026	901ΙΩ13-ΨΨΗ	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	7.701,50 €	Προβολή σε Skiathoslife, Μιλάνο, Ρώμη
20.03.2026	9ΤΗΣΩ13-Ζ6Π	ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ	61.774,70 €	Διαφήμιση στην “Times Square” της Νέας Υόρκης

Σημειώσεις: (α) η αιτία της κάθε πληρωμής παρατίθεται όπως αναγράφεται στα χρηματικά εντάλματα πληρωμής (ΧΕΠ), των οποίων οι ΑΔΑ αναφέρονται στη δεύτερη στήλη του πίνακα, ενδέχεται όμως να αφορά και περισσότερες δράσεις, που μόνο με μελέτη των συνημμένων στο ΧΕΠ εγγράφων μπορεί να διακριβωθεί· (β) η δαπάνη των 86.305,66 €, εκ της ημεροχρονολογίας και της περιγραφής που αναγράφεται στο ΧΕΠ της, φαίνεται να μπορεί να αντιστοιχισθεί —μόνο ή ενδεχομένως μεταξύ και άλλων— με το δισέλιδο αφιέρωμα για τη Σκιάθο, που δημοσιεύθηκε στις σελ. 144-145 του τεύχους 2024 του περιοδικού “Boats&Yachting”, διαθέσιμο εδώ.

Ο Δήμος Σκιάθου κατά τα τελευταία τουλάχιστον έτη αναθέτει την συνολική υλοποίηση του προγράμματος τουριστικής προβολής στην εταιρεία με την επωνυμία «ΠΑΡΑΜΑΟΥΝΤ ΑΕ», που επιλέχθηκε ύστερα από διενέργεια διεθνούς ηλεκτρονικού διαγωνισμού (βλ. τη με ΑΔΑ: 62Χ8Ω13-1ΨΧ σύμβαση για το έτος 2025 και τη με ΑΔΑ: 9Ζ0ΚΩ13-ΤΗ9 για το έτος 2026). Στο παρελθόν, η ίδια εταιρεία είχε αναλάβει την υλοποίηση πιο στοχευμένων δράσεων κατόπιν απευθείας ανάθεσης με απόφαση του Δημάρχου, η οποία είναι επιτρεπτή όταν το οικονομικό αντικείμενο της δημόσιας σύμβασης είναι κάτω των 30.000 € άνευ ΦΠΑ (βλ. λ.χ. τις με ΑΔΑ:

67ΚΥΩ13-1ΔΧ, ΩΘΙΝΩ13-5Ξ9, ΨΟΠΟΩ13-ΗΣΥ και 9ΗΗΡΩ13-4Γ7 αποφάσεις περί απευθείας ανάθεσης για την υλοποίηση διαφήμισης στο μετρό Λονδίνου, Παρισιού και στο τραμ Βερολίνου). Επίσης, κατόπιν διμερών συμφωνιών του, ο Δήμος Σκιάθου προέβαινε, τουλάχιστον κατά το παρελθόν, σε απευθείας καταβολή χρηματικών ποσών σε τρίτους (λ.χ. αεροπορικές εταιρείες), με σκοπό τη διαφήμιση του τουριστικού «προϊόντος» του νησιού. Ακόμη, προέκυψαν τα ακόλουθα στοιχεία για το συνολικό ύψος των δαπανών του προγράμματος τουριστικής προβολής του Δήμου Σκιάθου για την περίοδο 2014-2026:



Σημειώσεις: (α) εντός παρενθέσεων δίπλα στο έτος αναφοράς, παρατίθεται ο ΑΔΑ του προγράμματος τουριστικής προβολής στη ΔΙΑΥΓΕΙΑ· (β) λαμβανομένου υπ' όψη του πληθωρισμού, ποσό 200.000 € το έτος 2016 αντιστοιχεί σε ποσό περίπου 244.700 € περί τα τέλη του 2025 και περίπου 254.500 σήμερα (υπό παραδοχή πληθωρισμού ~4% για το έτος 2026)· (γ) σύμφωνα με δηλώσεις του νυν αντιδημάρχου Τουρισμού του Δήμου Σκιάθου, «ο προϋπολογισμός του Δήμου για την τουριστική προβολή ανέρχεται περίπου στο ένα εκατομμύριο ευρώ» .

Από τα παραπάνω δεδομένα προκύπτουν αβίαστα τα εξής:

- Το ύψος της δαπάνης του προγράμματος τουριστικής προβολής του Δήμου Σκιάθου είναι διαχρονικά από τα υψηλότερα σε απόλυτες τιμές και το υψηλότερο ανά μόνιμο κάτοικο Δήμου, και δη υπερδιπλάσιο (για το έτος 2026) και περίπου τετραπλάσιο (για τα έτη 2025, 2024) του ύψους της δαπάνης των αμέσως επόμενων Δήμων Μυκόνου και Θήρας.

- Υπήρξε μία εκτίναξη του δαπανώμενου ποσού για τουριστική προβολή το έτος 2020 (της τάξης του 159% σε σχέση με το 2019) καθώς και το έτος 2024 (της τάξης του 125% σε σχέση με το 2023). Οι αυξήσεις αυτές συνέπεσαν με το πρώτο έτος της θητείας της δημοτικής αρχής που προέκυψε από τις δημοτικές εκλογές του Μαΐου 2019 και Οκτωβρίου 2023 αντιστοίχως.
- Διαχρονικά, τα προγράμματα τουριστικής προβολής εγκρίνονται είτε ομόφωνα (2015, 2016, 2022, 2025, 2026) είτε με πολύ ισχυρές πλειοψηφίες από το δημοτικό συμβούλιο (2014, 2017, 2018, 2019, 2020, 2023, 2024), ενώ τυχόν αποκλίνουσες τάσεις συνήθως αφορούν μερικότερα ζητήματα (2021) και δεν διατυπώνονται «επί της αρχής».
- Ορισμένες δαπάνες είναι ιδιαίτερα υψηλές σε απόλυτες τιμές, και κάποιες ειδικά σε σχέση με τη συγκεκριμένη διαφημιστική δράση που αναφέρεται ως αιτιολογία έκδοσης στα οικεία χρηματικά εντάλματα πληρωμής. Για παράδειγμα στο με ΑΔΑ: 9ΝΞΥΩ13-99Μ ΧΕΠ, ύψους 86.305,66 €, αναφέρεται ως αιτιολογία η φράση «Έξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου (Περιοδικο Boats & yachting)». Είτε η αιτιολογία είναι ελλιπής ή εσφαλμένη και η πληρωμή αφορούσε και άλλες δράσεις, καθώς σύμφωνα με την αντίστοιχη καταχώριση στο σύστημα e-pasithea, για το δημοσίευμα στο περιοδικό καταβλήθηκαν 1.500 € προς την εκδότρια εταιρεία, είτε δόθηκε πράγματι ένα τέτοιο ποσό για ένα δισέλιδο δημοσίευμα περίπου 600 λέξεων σε περιοδικό ειδικού τύπου, στην καλύτερη περίπτωση προκαλούνται εσφαλμένες εντυπώσεις, και στη χειρότερη προκύπτει σοβαρό έλλειμμα διαφάνειας.

Β. ΜΕΛΕΤΗ, ΛΟΓΟΔΟΣΙΑ ΚΑΙ ΕΥΘΥΝΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ ΚΑΙ ΤΟ ΚΟΣΤΟΣ ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Μελετώντας τις εισηγήσεις της επιτροπής Τουριστικής Ανάπτυξης και Προβολής του Δήμου Σκιάθου κατά την τρέχουσα δεκαετία, οι οποίες τέθηκαν υπ' όψη του δημοτικού συμβουλίου και, εγκριθείσες κατά πλειοψηφία ή ομοφώνως, αποτελούν το ετήσιο πρόγραμμα τουριστικής προβολής του νησιού, παρατηρεί κανείς ότι άλλοτε απουσιάζει παντελώς οποιαδήποτε αιτιολόγηση για την αναγκαιότητα, προσφορότητα και καταλληλότητα των προτεινόμενων δαπανών τουριστικής προβολής, παρά μόνο παρατίθενται πίνακες με τις προτεινόμενες δράσεις και το κόστος τους (βλ. ενδεικτικά τα προγράμματα των ετών 2021, 2022, 2023), άλλοτε γίνεται μια συνοπτική προσπάθεια εξειδίκευσης της προτεινόμενης διαφημιστικής καμπάνιας και της επιλογής για συνεργασία με εταιρεία τουριστικού μάρκετινγκ (βλ. προγράμματα ετών 2020, 2024), και άλλοτε γίνεται μια αναλυτικότερη προσπάθεια εξειδίκευσης της διαφημιστικής καμπάνιας, με παράθεση στοιχείων ανά χώρα προερχόμενων επισκεπτών, στόχων του προγράμματος για τους πιθανούς επισκέπτες από τη χώρα αυτή, και με

την παράθεση συγκεκριμένων δράσεων ανά χώρα, παράλληλα με την αιτιολόγηση της επιλογής για συνεργασία με εταιρεία τουριστικού μάρκετινγκ (βλ. προγράμματα ετών 2025, 2026).

Συνεπώς, σε μια πρώτη αξιολόγηση, χωρίς να εξεταστεί καθόλου η ορθότητα των παραδοχών του προγράμματος και η στοχοθεσία του ανά χώρα, φαίνεται ότι τουλάχιστον τα τελευταία χρόνια, γίνεται μια προσπάθεια να αιτιολογηθούν οι επιλογές της δημοτικής αρχής ως προς τις διαφημιστικές δράσεις ανά χώρα. Αυτό που δυστυχώς απουσιάζει από οποιαδήποτε εισήγηση και εγκεκριμένο πρόγραμμα, είναι η κριτική αποτίμηση των δράσεων που χρηματοδοτήθηκαν και υλοποιήθηκαν κατά το προηγούμενο έτος, ώστε να εκτιμηθεί η επιτυχία ή αποτυχία τους τους σε σχέση με τους στόχους που είχαν τεθεί και τους πόρους που επιλέχθηκε να διοχετευθούν προς επιδίωξή τους. Σε ελάχιστες μόνο περιπτώσεις αναφέρεται ο αριθμός των αεροπορικών αφίξεων κατά τα προηγούμενα δύο έτη ή μια γενικόλογη παραδοχή περί «σχετικής αύξησης των επισκεπτών» (βλ. π.χ. κεφάλαια για Γερμανία, Ρουμανία του προγράμματος του 2026), και τούτο ουδόλως συνδέεται με συγκεκριμένες δράσεις.

Με αυτά τα δεδομένα, εύλογα οδηγείται κανείς στο συμπέρασμα ότι δεν υφίσταται πραγματική λογοδοσία για την αποτελεσματικότητα των προγραμμάτων αυτών. Υφίσταται, όμως, σχετική ευθύνη για τις επιλογές αυτές; Η απάντηση είναι σύνθετη. Πολιτική ευθύνη υπάρχει πάντα, ωστόσο κρίνεται μόνο στο πλαίσιο του πολιτικού διαλόγου και των δημοτικών εκλογών. Υπάρχει όμως και μια άλλη πτυχή: η περιουσία κάθε Δήμου, και άρα και τα χρηματικά του διαθέσιμα, είναι, ως προς τα πρόσωπα που την διοικούν (αιρετά και μη), πάντοτε ξένη. Αυτό λοιπόν σημαίνει ότι όσοι την διοικούν, είναι υποχρεωμένοι να πράττουν σύμφωνα με τους κανόνες επιμελούς διαχείρισης, τηρώντας τις νόμιμες διαδικασίες και προτιμώντας την επωφελέστερη κατά περίπτωση επιλογή. Αν κάπου αυτό δεν συμβαίνει, υπό προϋποθέσεις μπορεί να τεθεί θέμα μέχρι και ποινικής ευθύνης, για σοβαρά εγκλήματα κατά της υπηρεσίας και κατά της δημόσιας περιουσίας.

Την ποινική ευθύνη, αν ποτέ χρειαστεί, θα τη διερευνήσουν οι αρμόδιες αρχές. Ως προς την πολιτική ευθύνη όμως, οι εκάστοτε διοικούντες πρέπει να έχουν υπ’ όψη τα εξής. Η διαβούλευση για το πρόγραμμα τουριστικής προβολής δυστυχώς δεν είναι κατά νόμο υποχρεωτική, επομένως προ της ψήφισής του, η πολιτική συζήτηση μάλλον περιορίζεται γύρω από τη σχετική συνεδρίαση του δημοτικού συμβουλίου. Η κατά κανόνα ομόφωνη ή κατά ισχυρή πλειοψηφία έγκριση της σχετικής απόφασης όμως, δεν πρέπει να δημιουργεί την πλάνη στους διοικούντες, ότι η ετήσια επένδυση μισού ή και ενός εκατομμυρίου ευρώ στο πρόγραμμα διαφήμισης ενός τουριστικά κορεσμένου τόπου, τυγχάνει καθολικής αποδοχής. Τα τελευταία χρόνια οι αντιδράσεις αυξάνονται, και μάλιστα όχι μόνο από κατοίκους, αλλά κυρίως από επισκέπτες, οι οποίοι αγάπησαν τον τόπο τούτο ακριβώς γιατί είχε να προσφέρει κάτι διαφορετικό, κάτι που αν η τρέχουσα πολιτική συνεχιστεί, θα χαθεί μετά βεβαιότητας μετά από λίγα χρόνια, μαζί με τους επισκέπτες. Στο παράρτημα του παρόντος άρθρου παρατίθενται

αυτούσια μερικά σχόλια που τυχαία αλιεύτηκαν από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, κάτω από αναρτήσεις για τις διάφορες διαφημιστικές επιτυχίες του Δήμου Σκιάθου ή σε ομάδες συζήτησης σχετικά με το νησί. Προ δεκαετίας, τέτοια σχόλια ήταν ανύπαρκτα, τώρα τείνουν να γίνουν ο κανόνας. Μήπως, λοιπόν, και τούτο είναι μία ακόμη ένδειξη για την εσφαλμένη ρότα που έχει σχεδιαστεί στον χάρτη και, δυστυχώς, ακολουθείται με όλο και μεγαλύτερη ταχύτητα πλεύσης τα τελευταία χρόνια;

Γ. ΔΙΚΑΙΟΛΟΓΕΙΤΑΙ Η ΔΙΟΧΕΤΕΥΣΗ ΤΟΣΩΝ ΠΟΡΩΝ ΠΡΟΣ ΤΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ;

Κατόπιν τούτων, θα ήταν χρήσιμο να τεθούν μερικά θεμελιακά ερωτήματα:

- Η αρμοδιότητα ενός Δήμου για την προώθηση του τουρισμού, εκτείνεται μέχρι την πάση θυσία διασφάλιση της πελατείας των επιχειρήσεων ορισμένης κατηγορίας, ή πρέπει να στοχεύει πρωτίστως στην εξασφάλιση των κατάλληλων συνθηκών στον τόπο, έτσι ώστε οι εν λόγω επιχειρήσεις, επωφελούμενες και από τα προγράμματα προβολής, να μπορούν να ευδοκιμήσουν;
- Η Σκιάθος «καυχιέται» για τα «ιστορικά ρεκόρ» αφίξεων στον αερολιμένα της (172.846 τον Αύγουστο του 2026), ωστόσο αντιμετωπίζει προβλήματα σε βασικούς τομείς (περιβάλλον, ύδρευση, αποχέτευση, καθαριότητα, αντιπλημμυρική προστασία, ανεπαρκές οδικό δίκτυο και χώροι στάθμευσης κ.λπ.) που έχουν αναλυθεί εκτενέστερα αλλού. Σε αυτό το πλαίσιο, δικαιολογημένα προβαίνει ο Δήμος σε τόσο υψηλές δαπάνες τουριστικής προβολής και μάλιστα, αναλογικά πολύ υψηλότερες από αυτές άλλων «τουριστικών» δήμων της χώρας, οι οποίες, αν έχουν αποτέλεσμα, θα συμβάλουν με μαθηματική ακρίβεια στην επίταση αυτών των προβλημάτων;
- Η συστηματική συμμετοχή ενός Δήμου, ακόμη και ως συνεκθέτη του ΕΟΤ, σε εκθέσεις που κατά βάση διοργανώνονται από επιχειρηματίες του τουρισμού και απευθύνονται σε άλλους επιχειρηματίες του ιδίου χώρου (“B2B”), με σκοπό την περαιτέρω αύξηση της επισκεψιμότητας σε έναν τόπο ήδη κορεσμένο και με πλείστα προβλήματα, των οποίων η λύση δεν διαφαίνεται στον ορίζοντα, συνιστά άραγε την επωφελέστερη δυνατή διαχείριση της δημοτικής περιουσίας;
- Η πολυδάπανη διαφήμιση του τόπου σε μέρη πολύ μακρινά, είναι συνετή επιλογή, όταν από και προς τον τόπο αυτό δεν υφίσταται καμία αεροπορική σύνδεση; Ποιο ήταν άραγε το συγκεκριμένο αποτύπωμα των περίπου 62.000 € που δαπανήθηκαν για αυτή την ενέργεια το 2025;

Δ. ΠΟΙΟ ΕΙΝΑΙ ΤΟ «ΚΟΣΤΟΣ ΕΥΚΑΙΡΙΑΣ» ΤΟΥ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ;

Στο βαθμό που οι πόροι του Δήμου είναι πεπερασμένοι, για κάθε ευρώ και για κάθε ανθρωποώρα που δαπανείται υπέρ του προγράμματος τουριστικής προβολής, θυσιάζεται κάτι άλλο. Με όρους της οικονομικής επιστήμης, πρόκειται για τη θυσία της αμέσως καλύτερης εναλλακτικής, για το περίφημο «κόστος ευκαιρίας». Από τις προαναφερόμενες δαπάνες του Δήμου Σκιάθου, ας διαλέξουμε μόνο μία, ύψους 62.000 €, και ας σκεφθούμε τι θα μπορούσε να γίνει με τα ίδια χρήματα:

- να καταβληθεί βοήθημα στέγασης ύψους 515 € σε 10 δημόσιους υπαλλήλους (εκπαιδευτικούς, ιατρούς, μέλη σωμάτων ασφαλείας) για ένα έτος, ή το ήμισυ αυτού σε 20 υπαλλήλους.
- να σιτιστούν όλα τα αδέσποτα ζώα του νησιού για περίπου 2,5 έτη (με παραδοχή μηνιαίου κόστους τροφής 2.000 €).
- να αγοραστούν και τοποθετηθούν τρεις με τέσσερις υπόγειοι κάδοι απορριμμάτων ή περίπου 250-280 τροχήλατοι κάδοι 1100 λίτρων (η τιμή μονάδας για τον υπολογισμό λήφθηκε από δημόσιες συμβάσεις τελευταίας εξαετίας), προκειμένου να μην πλημμυρίζουν οι δρόμοι με σκουπίδια.
- να καλυφθεί η μισθοδοτική δαπάνη τουλάχιστον δύο υπαλλήλων για ένα έτος, σε τομέα για τον οποίο μονίμως υπάρχουν προβλήματα λόγω ελλείψεων ή ανεπαρκών ελέγχων (λ.χ. καθαριότητα, δημοτική αστυνομία).
- να γίνουν εργασίες ανάδειξης ιστορικών τοποθεσιών του νησιού, που έχουν εγκαταλειφθεί στη μοίρα τους ή μετατραπεί σε άναρχους χώρους στάθμευσης (λ.χ. να αναστηλωθούν τα ερείπια του καρνάγιου στο «Σίφερι» και να τοποθετηθεί έστω μια πινακίδα με σύντομη περιγραφή της ιστορίας του μέρους).

Ας σκεφτούμε τώρα, μόνο για λίγο, τι θα μπορούσε να γίνει με 500.000 €. Θα μπορούσε να ιδρυθεί μια ναυτική εταιρεία και να (συγ)χρηματοδοτηθεί η αγορά ενός πλοίου, που θα εξυπηρετεί πραγματικά το νησί ακόμα και τις δύσκολες περιόδους, λαμβάνοντας υπ’ όψη τις ανάγκες των κατοίκων, όπως συμβαίνει στη γειτονική Σκύρο. Αν αυτή η ιδέα δεν αρέσει, θα μπορούσε να ιδρυθεί ξανά ένα ΚΑΠΗ και να χρηματοδοτηθεί η δράση του για αξιόλογο χρονικό διάστημα, προκειμένου και οι γηραιότεροι κάτοικοι να έχουν ένα σημείο αναφοράς, συνάθροισης και βοήθειας, όπως συμβαίνει στην ακόμη πιο γειτονική. Αν πάλι κανείς προτιμά να εστιάσει στη νέα γενιά, θα μπορούσαν να κατασκευαστούν κάποιες πιο σοβαρές υποδομές για τα παιδιά του νησιού. Θα μπορούσαν να κτιστούν λίγες κατοικίες για υπαλλήλους που υπηρετούν σε κρίσιμες δομές του νησιού, χωρίς τους οποίους δεν υπάρχει μέλλον. Θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν κίνητρα συμμετοχής των κατοίκων του νησιού σε ορισμένα προγράμματα που υπηρετούν κοινούς σκοπούς (λ.χ. παροχή έκπτωσης σε δημοτικά τέλη για κατοίκους που αποδεδειγμένα υιοθετούν αδέσποτα ζώα ή συμμετέχουν σε ορισμένο αριθμό

δράσεων καθαρισμού παραλιών, βυθού ή διαθέτουν την ακίνητη περιουσία τους προς εκμίσθωση σε δημόσιους υπαλλήλους κ.λπ.). Θα μπορούσαν να χρηματοδοτηθούν και άλλες πολιτιστικές δράσεις, πέραν από τις περιλάλητες συναυλίες.

Και φυσικά, η λίστα των εναλλακτικών δεν έχει τέλος. Τα παραπάνω είναι μόνο κάποια παραδείγματα. Είναι, άραγε, λιγότερο πιεστικές αυτές οι ανάγκες, από μια διαφήμιση σε γιγαντοοθόνη, ή γενικότερα, από την «εξασφάλιση» ακόμη περισσότερων επισκεπτών, σα να μην υπήρχαν ήδη αρκετοί, και σα να ήταν το νησί πράγματι σε θέση να διαχειριστεί πλήρως το αποτύπωμά τους;

ΑΝΤΙ ΕΠΙΛΟΓΟΥ

Τα δεδομένα που παρουσιάστηκαν δείχνουν μια κατάσταση τουλάχιστον νοσηρή, στη βάση της οποίας βρίσκεται η πολιτική επιλογή για μία τουριστική ανάπτυξη χωρίς μέτρο, η οποία υπηρετείται από τα διαχρονικά αυξανόμενα ποσά που δαπανώνται για την διαφήμιση του τόπου, και μάλιστα παρά τις κατά καιρούς διακηρύξεις για «βιώσιμη» ανάπτυξη.

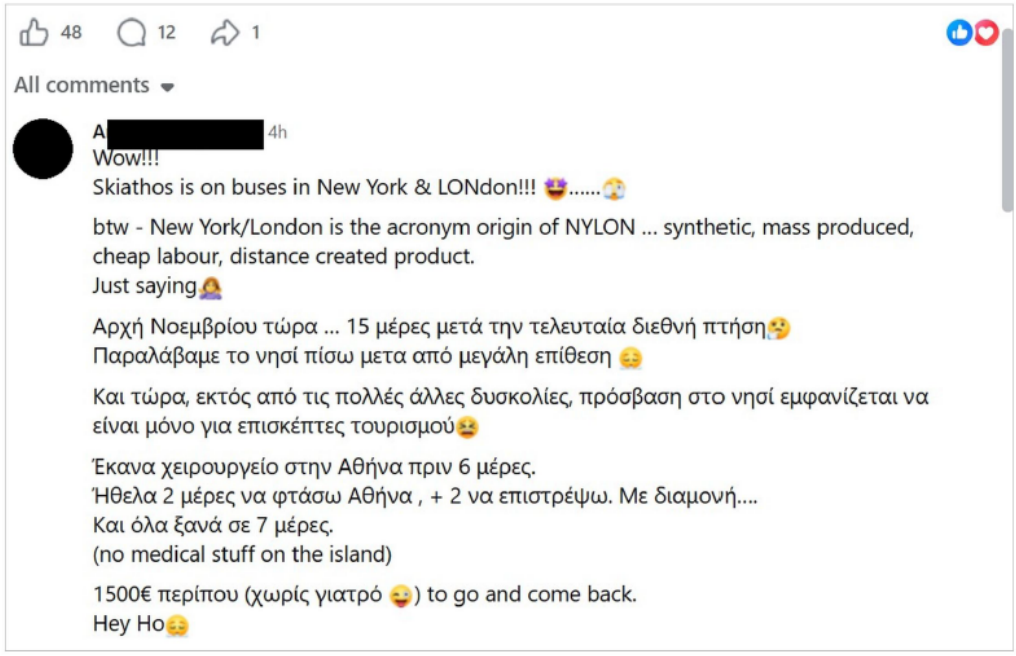
Πέραν από τη συνολική επανεξέταση αυτής της επιλογής εν όψει άλλων σαφώς πιο πιεστικών αναγκών, θα ήταν χρήσιμο να προηγείται μία υποτυπώδης δημοσιότητα, ει δυνατόν και δημόσια διαβούλευση, επί κάθε προτεινόμενου προγράμματος τουριστικής προβολής. Επίσης, καλό θα ήταν, παρότι δεν υφίσταται νομοθετημένο ασυμβίβαστο, αν μη τι άλλο για λόγους ευπρέπειας και αποφυγής της παραμικρής υπόνοιας περί εξυπηρέτησης ιδιωτικών συμφερόντων, η τουριστική πολιτική του τόπου να μην εκφράζεται θεσμικά από ανθρώπους που ελέγχουν μεγάλο ποσοστό των διαθέσιμων «κλινών» του νησιού ή/και φιλοδοξούν να αποκτήσουν ακόμη μεγαλύτερο. Επιπλέον, εντός ενός εγκεκριμένου προγράμματος τουριστικής προβολής, θα πρέπει κάθε πληρωμή να περιγράφεται με τη μέγιστη δυνατή ακρίβεια στα έγγραφα που αναρτώνται στη ΔΙΑΥΓΕΙΑ, προς ενίσχυση της διαφάνειας, στο τέλος δε κάθε έτους και προ της κατάρτισης οποιουδήποτε επόμενου προγράμματος, θα ήταν συνετό να λαμβάνει χώρα και ένας συνολικός απολογισμός των δράσεων αυτών: τι ακριβώς δαπανήθηκε και προς ποια ειδικότερη δράση, σε σχέση με τα προϋπολογισθέντα, και τι πέτυχε το πρόγραμμα συνολικά, όχι μόνο ως προς τα εισερχόμενα πλήθη, αλλά και ως προς τη βελτίωση των συνθηκών διαβίωσης στο νησί ή την επίταση των προβλημάτων του.

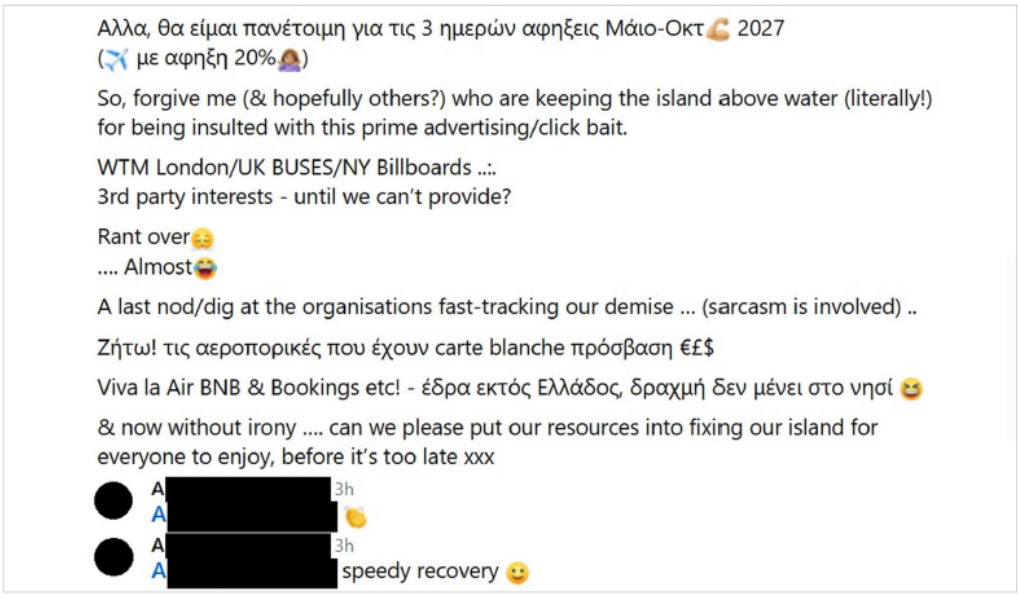
Υ.Γ. Τούτο το κείμενο δεν γράφτηκε για να ασκήσει «αντιπολίτευση»˙ άλλωστε, η πιθανότητα άλλοι άρχοντες να φερθούν διαφορετικά, είναι δυστυχώς μικρή, όπως συνάγεται και από την διαχρονικά ομόφωνη ή με ισχνή μειοψηφία λήψη αποφάσεων για το πρόγραμμα τουριστικής προβολής. Γράφτηκε —με την πολύτιμη συμβολή και άλλων προσώπων— προκειμένου να ενημερώσει, να ευαισθητοποιήσει και να προβληματίσει, διότι αν δεν υπάρξει αλλαγή σύντομα, η κάθοδος προς την άβυσσο θα είναι μη αναστρέψιμη.

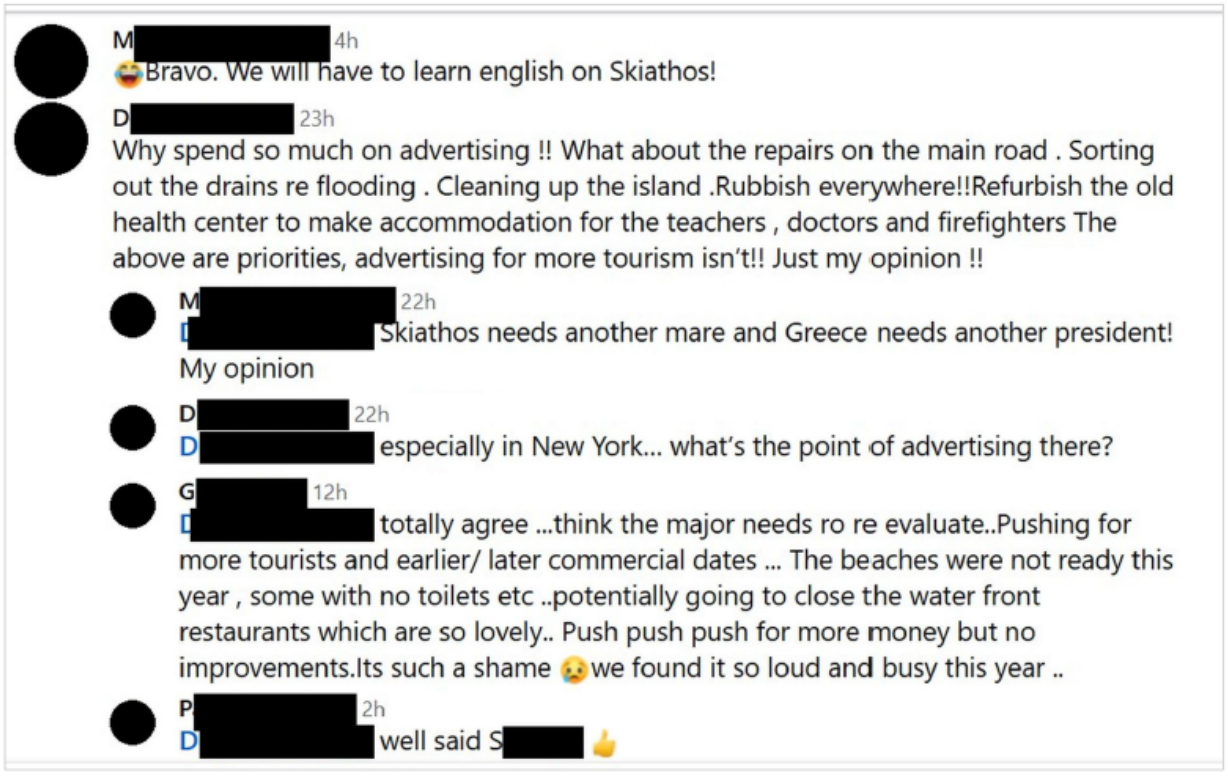
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

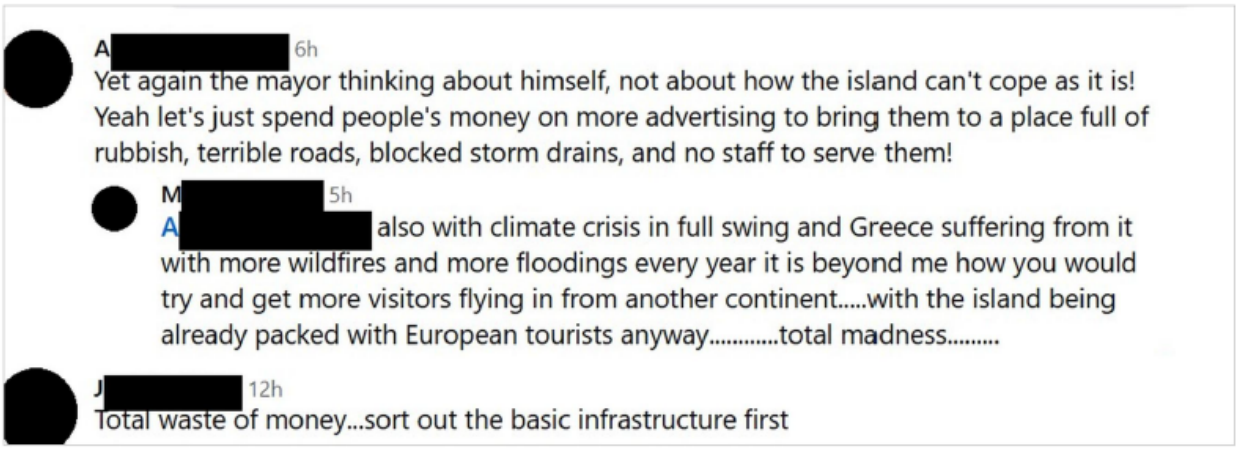
Σε αναρτήσεις σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης σχετικά με τις δράσεις τουριστικής προβολής του Δήμου Σκιάθου, αλλά και σε ομάδες συζητήσεων με αντικείμενο το νησί και τη ζωή σε αυτό, αντί συγχαρητηρίων συνήθως διαβάζει κανείς σχόλια όπως τα ακόλουθα. Ας αναρωτηθούν, λοιπόν, οι άρχοντες.

Σημειώνεται ότι δεν τίθεται ζήτημα δεδομένων προσωπικού χαρακτήρα των χρηστών από την παράθεση των κατωτέρω αναρτήσεων, που προέρχονται από πολίτες διαφόρων χωρών, καθώς αυτές είναι δημόσια προσβάσιμες. Η απόκρυψη των στοιχείων χρήστη έγινε πρωτίστως διότι δεν έχει σημασία η ταυτότητα της/του σχολιαστή, αλλά η ουσία των γραφομένων.






M [redacted] 4h
Bravo. We will have to learn english on Skiathos!
D [redacted] 23h
Why spend so much on advertising !! What about the repairs on the main road . Sorting out the drains re flooding . Cleaning up the island .Rubbish everywhere!!Refurbish the old health center to make accommodation for the teachers , doctors and firefighters The above are priorities, advertising for more tourism isn't!! Just my opinion !!
M [redacted] 22h
D [redacted] Skiathos needs another mare and Greece needs another president! My opinion
D [redacted] 22h
D [redacted] especially in New York... what's the point of advertising there?
G [redacted] 12h
D [redacted] totally agree ...think the major needs ro re evaluate..Pushing for more tourists and earlier/ later commercial dates ... The beaches were not ready this year , some with no toilets etc ..potentially going to close the water front restaurants which are so lovely.. Push push push for more money but no improvements.Its such a shame we found it so loud and busy this year ..
P [redacted] 2h
D [redacted] well said S [redacted]


A [redacted] 6h
Yet again the mayor thinking about himself, not about how the island can't cope as it is! Yeah let's just spend people's money on more advertising to bring them to a place full of rubbish, terrible roads, blocked storm drains, and no staff to serve them!
M [redacted] 5h
A [redacted] also with climate crisis in full swing and Greece suffering from it with more wildfires and more floodings every year it is beyond me how you would try and get more visitors flying in from another continent.....with the island being already packed with European tourists anyway.....total madness.....
J [redacted] 12h
Total waste of money...sort out the basic infrastructure first

went to Samos this year and it's beautiful 😍 you will love it

H[redacted] · 9h
Yes we are .skiathos too busy in july .still going in may

M[redacted] · 44m
Skiathos airport experience has put me off returning after 16 years had enough. Crowds are too much

C[redacted] + 18

S[redacted] · 5h
Just need the accommodation capabilities now

D[redacted] · 3h
Enough already is too much but the mayor will not be satisfied until the island is crammed coast to coast and even then he'll be pushing for more 😞

A[redacted] · 5h
Too many flights already. Skiathos can't cope with it. July and August this year were pretty unpleasant in town and on the main beaches.

J[redacted] · 2h
Just what we fucking need obviously... 🤦‍♀️🤦‍♀️

C[redacted] · 6h
To many flights already 🥲

22

Most relevant

M[redacted] · 2h
Yes but dont over develope the island. You will spoil its charm and character.

5

but still got my Skiathos fix every year.

S[redacted] · 8h
Yes I'm not going next year! Have been for the last 6 years! There are so many Greek islands want to discover somewhere new. Also Skiathos getting expensive and it is changing!

5

still has that feeling we are nearly back. A little tear.

P[redacted] · 6h
Skiathos has been my go to summer special place for years but now losing its magic appeal, the authentic taverna lifestyle being replaced by commercial beach club identikit style ubiquitous Mediterranean resort vibe, time to move on methinks