

رئيس هيئة التنشيط:

الحملات الدعائية ساهمت في تحسين الصورة الذهنية لمصر في الخارج مما أدى الى رفع حظر السفر الذي فرضته الكثير من الدول على مصر

صرح هشام الدميري رئيس هيئة تنشيط السياحة، ان الهيئة تعمل ضمن إستراتيجية علمية تقوم على دراسة الاسواق المستهدفة والخطط الترويجية بشكل مستفيض قبل الشروع في التحرك في تلك الأسواق لتحقيق النتائج المثلى.

مشيرا الى أن ما أشيع في الآونة الأخيرة بأن الحملة الدعائية الدولية لمصر تبلغ قيمتها 40 مليون دولار سنويا عار تماما عن الصحة، حيث أن المخصص لتلك الحملة هو 22 مليون دولار في السنة ، و أضاف ان هذا المبلغ كان مخصصا لتغطية ٢٦ سوق و ذلك طبقا للعقد المبرم مع الشركة، مؤكدا ان هذا المبلغ غير مبالغ فيه كما يعتقد البعض، حيث ان نصيب كل سوق لا يتجاوز ٨٠٠ الف دولار، لافتا الى انه يوجد العديد من الأسواق الجديدة و الواعدة و التي لم تكن مدرجة ضمن ال ٢٦ سوق، و منها دول في أمريكا اللاتينية، و بعض دول جنوب أوروبا، و تخصيص جزء من هذا المبلغ أدى بالتبعية الى تقليل نصيب كل سوق.

وقال الدميري انه طبقا لدراسات السوق في العام الأول، ونظرا لحظر السفر الذي فرضته العديد من الدول على المقاصد السياحية المصرية، عقب حادث الطائرة الروسية في ٢٠١٥، و تطبيقا للسياسة العامة للدولة لترشيد الإنفاق، تم استخدام 19 مليون دولار فقط في السنة الأولى في 2016.

موضحا انه في بداية العام الثاني للحملة لم تستهلك الهيئة سوى 9 مليون دولار فقط، و ذلك طبقا للدراسات السوقية و التقديرات المسبقة التي أشارت جميعها إلى ضرورة التركيز على الموسم الشتوي الذي يعد الموسم الأهم و الأكبر للسياحة المصرية.

ولفت الى ان فنون التسويق الآن تطورت بصورة كبيرة، والعالم أصبح يسير نحو التسويق الإلكتروني، مضيفا ان الوزارة نجحت فى تنظيم إطلاق الحملات وفقا لكل سوق وتقبله للحملات المصرية.

وقال ان الحملة الاعلانية التي تم اطلاقها بدءا من سبتمبر 2016 فى 11 سوق كان لها أثرا كبيرا يتضح فى الآتي:

1-تحسين الصورة الذهنية لمصر في الخارج مما أدى الى رفع حظر السفر الى مصر والذي فرضته الكثير من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة المصرية من أوروبا وآسيا والولايات المتحدة الأمريكية، فيما عدا روسيا والحظر الجزئي الذي تفرضه إنجلترا على شرم الشيخ.

2-تحسن كبير في مؤشرات الحركة السياحية بدءا من ديسمبر 2016 بعد انطلاق الحملة فى الأسواق المستهدفة، كما تشير الإحصائيات.

3-شهدت الأربعة أشهر الأولى من 2017 زيادة ملحوظة فى أعداد السياحة الوافدة الى مصر من معظم الأسواق وصلت إجمالا إلى 51% مقارنة بنفس الفترة من العام الماضي.

4-شهد السوق العربي طفرة كبيرة، حيث حققت السياحة العربية أعلى معدلات لها خلال الأربعة أشهر الأولى من 2017 مقارنة بالثمان سنوات الأخيرة، بزيادة أكثر من 30% عن ذات الفترة عام 2010، كما شهد السوق الألماني زيادة قدرها 50% والسوق الإيطالي 30% مقارنة بذات الفترة من العام الماضي. اما السوق الانجليزي، الذى مازال يشهد حظر للطيران الى شرم الشيخ التى كانت المقصد الرئيسي للسياحة الانجليزية، فقد حقق 20% زيادة مقارنة بذات الفترة من عام 2016، أما الأسواق الواعدة مثل اوكرانيا، والتشيك، وبولندا وشرق أوروبا فقد شهدت قفزة كبيرة تجاوزت ال 100% فى بعض الأسواق.

كما تتوقع الهيئة زيادة كبيرة وملموسة في حركة الطيران إلى مصر بدءاً من موسم الشتاء القادم من الأسواق الرئيسية المصدرة للسياحة لمصر، وكل ذلك جاء نتيجة إدارة الحملة الدعائية الدولية لمصر بطريقة علمية مدروسة من قبل الهيئة وشركة الدعاية الدولية.

.....
وزارة السياحة