



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Αθήνα, 08.12.2021

Γενική Δ/νση Διοίκησης, Οργάνωσης & Προβολής
Διεύθυνση Τουριστικής Προβολής

Αριθ. Πρωτ.: 11289

Ταχ. Δ/νση : Τσόχα 7
Ταχ. Κώδικας : 11521, Αθήνα
Πληροφορίες : Ελ. Μητράκη
Τηλέφωνο : 210 8707023
Email : mitraki_e@gnto.gr

ΠΡΟΣ: Υπουργείο Τουρισμού

• Υπηρεσία Συντονισμού
Γραφείο Νομικών και Κοινοβουλευτικών
Θεμάτων

ΚΟΙΝ/ΣΗ: Γραφείο Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ
Γενική Διεύθυνση Διοίκησης, Οργάνωσης
και Προβολής

ΘΕΜΑ: Απάντηση στην υπ' αριθμ. 1542/29.11.2021 ερώτηση 16 βουλευτών της Κ.Ο. του
Κινήματος Αλλαγής.

Σε απάντηση της υπ' αριθμ. 1542/29.11.2021 ερώτησης δεκαέξι βουλευτών της Κ.Ο. του Κινήματος Αλλαγής, με θέμα «**Ανάγκη στοχευμένης στήριξης των τουριστικών επιχειρήσεων επαρχιακών πόλεων ορεινού και ημιορεινού όγκου που επλήγησαν σοβαρά από την πανδημία**», σας γνωρίζουμε τα εξής:

Ο Ε.Ο.Τ., ως καθ' ύλην αρμόδιος εθνικός φορέας με αποστολή την ανάπτυξη, προώθηση και προβολή του ελληνικού τουρισμού, εγχώρια και διεθνώς, με αξιοποίηση όλων των υφιστάμενων δυνατοτήτων της χώρας **υλοποιεί την επικοινωνιακή στρατηγική προβολής της χώρας** λαμβάνοντας υπόψη τις τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς και τις συνθήκες που διαμορφώθηκαν στην παγκόσμια και την ελληνική οικονομία, ως αποτέλεσμα της πανδημίας COVID-19.

Κύριος στόχος της επικοινωνίας της νέας Στρατηγικής του ΕΟΤ για το 2021 **τέθηκε η ανάκαμψη της χώρας ως τουριστικού προορισμού και η εδραίωση της ως "top of mind"** ταξιδιωτικής επιλογής των καταναλωτών, που προσφέρει αυθεντικές και μοναδικές εξατομικευμένες εμπειρίες, παρέχοντας υψηλού επιπέδου υπηρεσίες φιλοξενίας, καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου, με υπευθυνότητα ως προς την ασφάλεια και σεβασμό στο περιβάλλον.

Βασικό κορμό του επικοινωνιακού πλάνου για το 2021 αποτέλεσε η **online διαφήμιση** με προβολή της Ελλάδας μέσω σύγχρονου και ελκυστικού περιεχομένου, πρωτίστως σε κορυφαίες εταιρείες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών, όπως μηχανές αναζήτησης, ταξιδιωτικές ιστοσελίδες και ιστοσελίδες ταξιδιωτικών κρατήσεων.

Ιδιαίτερης σημασίας ήταν η αξιοποίηση των σύγχρονων εργαλείων online διαφήμισης, όπως το programmatic marketing, location based και mobile advertising, διαφήμιση στα social media (Facebook, Instagram, YouTube, κλπ.) αλλά και η προβολή της χώρας σε online διεθνή περιοδικά, ιστοσελίδες μεγάλων εφημερίδων και τηλεοπτικών σταθμών.

Τα διαφημιστικά προγράμματα που υλοποίησε ο Οργανισμός με βάση την ανωτέρω στόχευση συνέβαλαν στο να τοποθετηθεί ο ελληνικός τουρισμός δυναμικά στο διαρκώς μεταβαλλόμενο από την πανδημία διεθνές περιβάλλον και να πετύχει τους στόχους που τέθηκαν σχετικά με την ανάκαμψη των τουριστικών μεγεθών (αφίξεις/εισπράξεις) με έτος αναφοράς το 2019.

Με βάση τα πρόσφατα δημοσιευμένα στοιχεία για την περίοδο Ιανουαρίου – Αυγούστου 2021 η χώρα κατέγραψε, δεδομένων των συνθηκών, εντυπωσιακές επιδόσεις, περιορίζοντας την πτώση λόγω της πανδημίας σε αφίξεις από τις βασικές αγορές – στόχους της Ε.Ε. κατά -52% και σε εισπράξεις από τις αγορές εντός και εκτός Ε.Ε. κατά -50,2% (ΣΕΤΕ, Στατιστικό Δελτίο, Οκτώβριος 2021).

Καμπάνια προβολής χειμερινών προορισμών σε αγορές της Ευρώπης και στο Ισραήλ

Κεφαλαιοποιώντας το αίσθημα αισιοδοξίας που πηγάζει από τις ανωτέρω θετικές επιδόσεις της προηγούμενης περιόδου και σε μια προσπάθεια ενίσχυσης της off season ζήτησης, δηλαδή κατά τους χειμερινούς και πρώτους ανοιξιάτικους μήνες (early spring) μήνες, ο ΕΟΤ **σχεδιάζει ειδική επικοινωνιακή καμπάνια (tactical campaign) προβολής των χειμερινών προορισμών**, στοχεύοντας τόσο στον εισερχόμενο όσο και στον εσωτερικό τουρισμό.

Υπό την υπογραφή του βασικού μηνύματος της επιτυχημένης κεντρικής καμπάνιας του ΕΟΤ για το 2021, “All you want is Greece”, **κεντρικός στόχος** του διαφημιστικού προγράμματος που θα υποστηρίξει την νέα καμπάνια του χειμερινού τουρισμού είναι η **ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας (awareness) της Ελλάδας ως χειμερινού και city break προορισμού**, με απώτερο σκοπό την **αύξηση της τουριστικής κίνησης off season**, δηλαδή κατά τους χειμερινούς και πρώτους ανοιξιάτικους μήνες (early spring) μήνες.

Ειδικότερα, το διαφημιστικό πρόγραμμα που θα υλοποιηθεί εξ ολοκλήρου σε ψηφιακά μέσα, θα στοχεύει σε χρήστες του διαδικτύου με συγκεκριμένα προφίλ, ήτοι σε **δυνητικούς ταξιδιώτες αστικών προορισμών (city breakers)**, σε **φυσιολάτρεις (nature seekers)**, σε **Βορειοευρωπαίους που αναζητούν έναν εναλλακτικό πιο ήπιο χειμώνα (winter sun lovers)**, καθώς και σε χρήστες που κάνουν αναζήτηση για ανταγωνιστικούς της Ελλάδας προορισμούς.

Ως εκ τούτου, το πρώτο κύμα (Δεκέμβριος- Ιανουάριος 2021) θα εστιάσει στη θεματική “**Nature & Mainland**”, ήτοι στις θεματικές δραστηριότητες που μπορεί να κάνει κάποιος κατά τη χειμερινή περίοδο στην **ελληνική ύπαιθρο** και δη την ηπειρωτική, ενώ το δεύτερο κύμα (μέσα Ιανουαρίου – Μάρτιος/Απρίλιος 2022) θα εστιάσει στη θεματική “**City Breaks**”, με κύριους αστικούς προορισμούς την Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη.

Το μείγμα των **αγορών-στόχων** περιλαμβάνει τις βασικές ευρωπαϊκές source markets για τον ελληνικό τουρισμό, καθώς και αγορές στις οποίες τα επιλεγμένα διαδικτυακά μέσα έχουν ιδιαίτερη δυναμική και διείσδυση στο κοινό του διαδικτύου, που αναζητά προορισμούς. Συγκεκριμένα, η διαφημιστική προβολή θα πραγματοποιηθεί συνολικά σε 10 χώρες, **τις Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Ολλανδία, Δανία, Σουηδία, Πολωνία και Ισραήλ.**

Το **πλάνο μέσων περιλαμβάνει διεθνείς διαδικτυακές πλατφόρμες** με τις οποίες ο Οργανισμός έχει συνεργαστεί επιτυχημένα και στο παρελθόν για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος τόσο μέσω προγραμμάτων που υλοποιήθηκαν από την

Κεντρική του Υπηρεσία, όσο και μέσω των διαφημιστικών προγραμμάτων των Γραφείων Εξωτερικού.

Τα διαφημιστικά εργαλεία με τα οποία οι πλατφόρμες θα προσεγγίσουν τους χρήστες, περιλαμβάνουν, ανάπτυξη microsites για τους χειμερινούς και city break προορισμούς της Ελλάδας, ένθεση βίντεο, ad banners, αποστολή newsletters κλπ.

Στα δημιουργικά (βίντεο και διαδικτυακές διαφημίσεις) θέματα της καμπάνιας **εκπροσωπούνται όλες οι Περιφέρειες της χώρας** που παρέχουν αντίστοιχο προϊόν, όπως ενδεικτικά, **ο Έβρος, η Νάουσα, το Νυμφαίο, τα Ζαγοροχώρια, το Μέτσοβο, η Αράχωβα, το Πήλιο, η Καλαμπάκα, η Στεμνίτσα**, ενώ παράλληλα προβάλλονται με ελκυστικό τρόπο οι εμπειρίες και οι δραστηριότητες που προσφέρονται σ' αυτούς τους προορισμούς.

Τέλος, η καμπάνια θα ξεκινήσει τον Δεκέμβριο 2021 και θα διαρκέσει συνολικά 3 μήνες ενώ ο συνολικός προϋπολογισμός του πλάνου μέσω ανέρχεται σε **1.252.325,60€** συμπεριλαμβανομένου ΦΠΑ.

Θέτουμε τα παραπάνω υπόψη σας και παραμένουμε στη διάθεσή σας.

Η ΑΝ. ΠΡΟΪΣΤΑΜΕΝΗ ΤΗΣ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗΣ

ΕΛΕΝΗ ΜΗΤΡΑΚΗ

Ακριβές Αντίγραφο

Ελ. Μητράκη

Εσωτερική Διανομή:

Γραμματεία Διεύθυνσης