



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ, ΟΡΓΑΝΩΣΗΣ &
ΠΡΟΒΟΛΗΣ

ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ & ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ

Ταχ. Δ/ση: Τσόχα 7 – Τ.Κ.11521 - Αθήνα

Πληροφορίες: Δανοπούλου Ειρήνη

☎ 210-8707085

e-mail: danopoulou_i@gnto.gr

Αθήνα, 10-04-2023

Αριθμός Πρωτοκόλλου: 4336

Προς: ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ

ΘΕΜΑ: Στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, 2023-2024

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΕΟΤ

Έχοντας υπόψη:

1. Τον Α.Ν. 1565/50, όπως κυρώθηκε με τον Ν.1624/51 και με τις μεταγενέστερες τροποποιήσεις ισχύει σήμερα.
2. Τις διατάξεις των Ν.2160/1993 (ΦΕΚ 118/Α/19.7.1993) «Ρυθμίσεις για τον Τουρισμό και άλλες διατάξεις», Ν. 3270/2004 άρθρο 4 (ΦΕΚ 187/Α/11.10.2004) «Αρμοδιότητες Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα Τουρισμού» και Ν. 4875/2021 (ΦΕΚ 250/Α/ 23.12.2021) «Πρότυποι Τουριστικοί Προορισμοί Ολοκληρωμένης Διαχείρισης Οργανισμοί Διαχείρισης και Προώθησης Προορισμού, Ιαματικές Πηγές Ελλάδας και άλλες ρυθμίσεις για την ενίσχυση της τουριστικής ανάπτυξης».
3. Τον Ν.4049/2012 (ΦΕΚ 35/Α/23.2.2012), Κεφάλαιο Δ' περί εκτέλεσης και συμμετοχής του ΕΟΤ σε προγράμματα προβολής, διαφήμισης, δημοσίων σχέσεων, κ.α.
4. Τον Ν. 4179/2013 (Φ.Ε.Κ. 175Α/08.08.2013) «Απλούστευση διαδικασιών για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας στον τουρισμό, αναδιάρθρωση του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού και λοιπές διατάξεις», όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
5. Τις διατάξεις του Π.Δ. 72/2018 (ΦΕΚ 141/Α/02-08-2018) «Οργανισμός διάρθρωσης Υπηρεσιών Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού», όπως έχει τροποποιηθεί και ισχύει και ειδικότερα το άρθρο 2 περί αποστολής του Ε.Ο.Τ. το άρθρο 3 περί Οργάνων Διοίκησης και το άρθρο 9 παρ. 2 σχετικά με τις αρμοδιότητες του Τμήματος Σχεδιασμού και Συντονισμού Τουριστικής Προβολής.
6. Τον Ν. 4727/2020 «Ψηφιακή Διακυβέρνηση (Ενσωμάτωση στην Ελληνική Νομοθεσία της Οδηγίας (ΕΕ) 2016/2102 και της Οδηγίας (ΕΕ) 2019/1024) - Ηλεκτρονικές Επικοινωνίες (Ενσωμάτωση στο Ελληνικό Δίκαιο της Οδηγίας (ΕΕ) 2018/1972) και άλλες διατάξεις» (Α' 184) και την κατ'

εξουσιοδότηση της παρ. 47 του άρθρου 107 εκδοθείσα υπ' αριθμ. 14492/2021 (ΦΕΚ 2157/Β/25-05-2021) Υ.Α. περί της ρύθμισης λεπτομερειακών και τεχνικών θεμάτων για την εφαρμογή του Κεφαλαίου ΙΑ' του ν. 4727/2020.

7. Το Π.Δ. 123/2016 (ΦΕΚ 208/Α'/04-11-2016) περί ανασύστασης και μετονομασίας Υπουργείων.
8. Τις υπ' αριθμ. Υ1 και Υ2/09-07-2019 Αποφάσεις Πρωθυπουργού (ΦΕΚ 2901/Β/09-07-2019) περί Καθορισμού σειράς τάξης Υπουργείων και Σύστασης θέσεων Αναπληρωτή Υπουργού και Υφυπουργών.
9. Το ΠΔ 83/2019 (ΦΕΚ 121/Α/09-07-2019) περί διορισμού Αντιπροέδρου της Κυβέρνησης, Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών.
10. Το ΠΔ 68/2021 (ΦΕΚ 155/Α/31-08-2021) περί διορισμού Υπουργών, Αναπληρώτριας Υπουργού και Υφυπουργών.
11. Την υπ' αριθμ. 16633/25-08-2022 (ΦΕΚ 759/ΥΟΔΔ/25-08-2022) Υ.Α. με θέμα «Ανανέωση θητείας Γενικού Γραμματέα Ε.Ο.Τ.».
12. Την υπ' αριθμ. 17077/01-09-2022 (ΦΕΚ 807/ΥΟΔΔ/02-09-2022) Υ.Α. με θέμα «Διαπίστωση λήξης θητείας Προέδρου και μελών Δ.Σ. Ε.Ο.Τ., μεταβατική παράταση θητείας Προέδρου και Αντιπροέδρου και διορισμός μελών Δ.Σ. Ε.Ο.Τ.».
13. Το έργο 2022ΣΑΝΑ51100000 «Διαφήμιση-Προβολή Διαφημιστικών Προγραμμάτων» του Τομεακού Προγράμματος για τον Τουρισμό (ΤΠΑ) του Εθνικού Προγράμματος Ανάπτυξης (ΕΠΑ) με ΚΑΕ 9491.15.
14. Την υπ' αριθ. 24365/30-12-2022 (ΑΔΑ: 6ΧΠΤ465ΧΘΟ-Β0Η) Απόφαση του Υπουργού Τουρισμού με την οποία εγκρίθηκε ο Αναλυτικός Προϋπολογισμός του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού οικ. έτους 2023 (Τακτικός Π/Υ και Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων/Π.Δ.Ε.) και τις αναμορφώσεις αυτού.
15. Το Σχέδιο Μάρκετινγκ Ελληνικού Τουρισμού ετών 2023-2024 του Υπουργείου Τουρισμού, που διαβιβάσθηκε στον ΕΟΤ με το αρ.πρωτ. 330/09-01-2023 (αρ. πρωτ. εισερχομένου Ε.Ο.Τ. 210/10-01-2023) έγγραφό του.
16. Την υπ' αριθ. 35/συν.7^η/07-04-2023 απόφαση Διοικητικού Συμβουλίου ΕΟΤ.

Α Π Ο Φ Α Σ Ι Ζ Ε Ι

Ο ΕΟΤ, λαμβάνοντας υπόψη το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο για τον Τουρισμό, το Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ 2023-2024 του Υπουργείου Τουρισμού, τις τάσεις της διεθνούς τουριστικής αγοράς, τις τρέχουσες συνθήκες της παγκόσμιας και της ελληνικής οικονομίας, αλλά και τις προβλέψεις και δεδομένα για το πως έχει πλέον διαμορφωθεί η ταξιδιωτική συμπεριφορά στη μετά την πανδημία εποχή, **καθορίζει τις γενικές κατευθύνσεις και την επικοινωνιακή στρατηγική για τα έτη 2023-2024**, εμπλουτίζοντας περαιτέρω τη βάση πάνω στην οποία κτίζεται το νέο αφήγημα για τον ελληνικό τουρισμό.

Βασική αποστολή του ΕΟΤ αποτελεί διαχρονικά η προβολή και προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με βάση το επιλεγμένο marketing mix.

Προς την επίτευξη των στρατηγικών και επικοινωνιακών στόχων **σχεδιάστηκαν και υλοποιήθηκαν** τα προγράμματα διαφήμισης και συνδιαφήμισης του Οργανισμού για το έτος **2022**.

Τα προγράμματα αυτά ενίσχυσαν την τοποθέτηση της Ελλάδας στη συνείδηση των τουριστών – καταναλωτών, ως του πλέον επιθυμητού προορισμού για διακοπές μετά την πανδημία και συνέβαλαν ουσιαστικά στην αύξηση των βασικών τουριστικών μεγεθών (αφίξεων και εισπράξεων), τα οποία σε απόλυτους αριθμούς πανελλαδικά υπερκάλυψαν τα μεγέθη του 2021 αλλά και τους στόχους που είχαν τεθεί έναντι του έτους αναφοράς, 2019 (>70% αφίξεων, >75% εισπράξεων και διανυκτερεύσεων).

Τα προγράμματα διαφήμισης υλοποιήθηκαν κατά κύριο λόγο σε κορυφαίες διαδικτυακές πλατφόρμες, όπως μηχανές αναζήτησης, ταξιδιωτικές ιστοσελίδες, ιστοσελίδες ταξιδιωτικών κρατήσεων και σε μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με χρήση σύγχρονου και ελκυστικού περιεχομένου, όπως video, διαδραστικά banners, κλπ. και δευτερευόντως σε online διεθνή περιοδικά, ιστοσελίδες μεγάλων εφημερίδων και τηλεοπτικών σταθμών.

Συμπληρωματικά στη διαδικτυακή διαφήμιση υλοποιήθηκαν ενέργειες offline σε επιλεγμένα παραδοσιακά μέσα έπειτα από αξιολόγηση της δυναμικότητάς τους και των ιδιαίτερων χαρακτηριστικών των αγορών-στόχων όπως προβολή τηλεοπτικών σποτ σε επιλεγμένα διεθνή τηλεοπτικά δίκτυα, υπαίθρια διαφήμιση, ραδιοφωνικά σποτ σε μεγάλης εμβέλειας ραδιοφωνικούς σταθμούς, αλλά και διαφημιστικές καταχωρήσεις και δημοσιεύσεις στοχευμένων άρθρων σε επιλεγμένα διεθνή έντυπα,

Με στόχο την προβολή του Ελληνικού τουριστικού προϊόντος μέσω ενός ολοκληρωμένου και συνεπούς διαφημιστικού πλάνου προς επίτευξη των γενικών και ειδικών στόχων marketing, η διαφημιστική δαπάνη επενδύθηκε κατά 72,5% σε digital και κατά 27,5% σε offline ενέργειες, ενώ παράλληλα για την προβολή των ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού επενδύθηκε άνω του 50% της συνολικής διαφημιστικής δαπάνης.

Ένα από τα βασικά εργαλεία προώθησης και προβολής της Ελλάδας και κατά το έτος 2022 ήταν η υλοποίηση προγραμμάτων συν-διαφήμισης. Κεντρικοί στόχοι στις συμφωνίες συν-διαφήμισης ήταν η διατήρηση και η αύξηση του capacity των αεροπορικών εταιρειών και του capacity των T.Os. & T.As. προς την Ελλάδα, η διατήρηση των προορισμών που ήταν στα προγράμματα τους το 2019 και ει δυνατόν η αύξησή τους, η ένταξη νέων ελληνικών προορισμών, η επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου μέχρι τέλος του χρόνου και η διατήρηση ή ενίσχυση των χειμερινών, φθινοπωρινών και ανοιξιάτικων δρομολογίων τους προς ελληνικούς ηπειρωτικούς και νησιωτικούς προορισμούς.

Λαμβάνοντας υπόψη τα διεθνή υγειονομικά και οικονομικά δεδομένα της περιόδου αναφοράς, η Διεύθυνση Τουριστικής Προβολής του ΕΟΤ υλοποίησε προγράμματα συν-διαφήμισης για το 2022 τα οποία εστίασαν στις “short haul” αγορές με έμφαση στις παραδοσιακές μεγάλες αγορές για την Ελλάδα, αλλά και στην αγορά των ΗΠΑ και Καναδά που συνεχίζει να ανακάμπτει δυναμικά για την χώρα μας.

Για τη διετία 2023-2024 η αποστολή εξειδικεύεται και στην **βέλτιστη αξιοποίηση των εργαλείων και των πόρων του Οργανισμού** για την ενίσχυση της αναγνωρισιμότητας της χώρας ως τουριστικού προορισμού προκειμένου **τα προγράμματα προβολής του ΕΟΤ να συμβάλουν τα μέγιστα στην κάλυψη των ποιοτικών και ποσοτικών στόχων** ως προς τα βασικά τουριστικά μεγέθη, όπως αυτά εξειδικεύονται στο Στρατηγικό Σχέδιο.

Για το σκοπό αυτό, ο ΕΟΤ θα ενεργοποιήσει στο πλαίσιο της αποστολής και των δυνατοτήτων του κάθε δυνατή συνέργεια με διεθνείς major partners, με επιλεγμένους συνεργάτες (επιχειρήσεις, media, δίκτυα) που επηρεάζουν τη ζήτηση προς Ελλάδα στις συγκεκριμένες αγορές – στόχους, την Τοπική Αυτοδιοίκηση αλλά και λοιπούς διεθνείς και εγχώριους stakeholders του τουρισμού.

Το βασικό πλαίσιο προβολής & προώθησης της διειτίας 2023-2024 θα κινηθεί στους παρακάτω άξονες:

- **Προώθηση της χώρας καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου (always on)** με ενέργειες διαφήμισης και δημοσιότητας
- **Προώθηση λιγότερο γνωστών προορισμών**, θεματικών προϊόντων και εμπειριών καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου.
- **Έμφαση στην παραγωγή περιεχομένου για το visitgreece**, αλλά και παραγωγή αρθρογραφίας που εξυπηρετεί τους ανωτέρω στόχους.
- **Έμφαση στις ψηφιακές πλατφόρμες** και στην περαιτέρω ανάπτυξη των digital assets του Οργανισμού ως οχημάτων επικοινωνίας μηνυμάτων και περιεχομένου για την Ελλάδα ως τουριστικό προορισμό.

Προτεινόμενες ενέργειες προώθησης και προβολής (Marketing Mix)

Ο ΕΟΤ παρακολουθώντας τις εξελίξεις στις αγορές – στόχους επιλέγει τις κατάλληλες ενέργειες μάρκετινγκ και τις τακτικές επικοινωνίας ανά αγορά – στόχο και προϊόν οι οποίες θα υλοποιούνται στοχευμένα σε ενδεδειγμένες περιόδους κατά την διάρκεια του έτους. Η παρακολούθηση των προγραμμάτων σε πραγματικό χρόνο, επιτρέπει τη συνεχή βελτιστοποίηση της απόδοσής τους, ούτως ώστε να εξασφαλίζεται η μέγιστη προβολή της χώρας και να επιτυγχάνονται οι τιθέμενοι στόχοι.

Η ευελιξία και η δυνατότητα προσαρμογής των προγραμμάτων στις εκάστοτε συνθήκες που υπαγορεύουν υγειονομικοί, πολιτικοοικονομικοί και κοινωνικοί παράγοντες είναι ουσιώδεις προϋποθέσεις για την αποτελεσματική προβολή.

Ο σχεδιασμός περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τις ακόλουθες ενέργειες μάρκετινγκ και τακτικές επικοινωνίας:

1. Συνδιαφήμιση: Συνεργασίες με Tour Operators, αεροπορικές εταιρείες και τρίτους που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό.

Ο ΕΟΤ διαμορφώνει το ετήσιο πρόγραμμα συνδιαφήμισης με εξειδικευμένους Ταξιδιωτικούς Οργανισμούς (Tour Operators, ταξιδιωτικούς πράκτορες, αεροπορικές εταιρείες) και άλλες εταιρείες, το οποίο υλοποιείται στις αγορές-στόχους, όπου δραστηριοποιούνται τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, καθώς και απευθείας από την Κεντρική Υπηρεσία σε αγορές-στόχους που δεν υπάρχουν Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού.

Τα προγράμματα συνδιαφήμισης περιλαμβάνουν online και offline ενέργειες μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων, οι οποίες υλοποιούνται από κοινού με τους αντισυμβαλλόμενους ταξιδιωτικούς οργανισμούς και τις αεροπορικές εταιρείες.

Το πρόγραμμα συνδιαφήμισης λαμβάνει υπόψη τόσο τις προτεραιότητες του ΕΟΤ, όσο και των αντισυμβαλλόμενων οργανισμών, πχ. ως προς τη στόχευση σε αγορές και προϊόντα, το χρόνο

υλοποίησης των ενεργειών προβολής ή το επιδιωκόμενο κάθε φορά αποτέλεσμα (πχ. στήριξη προκρατήσεων, last-minute, ενέργειες rebranding, ενέργειες στοχευμένες στην αύξηση πωλήσεων μέσω ταξιδιωτικών γραφείων ή direct μέσω της ιστοσελίδας του tour operator, αύξηση αναγνωρισιμότητας σε νέες συνδέσεις, νέα προϊόντα κλπ).

Ειδικότερα για τα έτη 2023 -2024 το πρόγραμμα συνδιαφήμισης περιλαμβάνει:

- Συνδιαφήμιση με αεροπορικές εταιρίες που διαθέτουν αξιόλογο πτητικό έργο προς αστικούς ή περιφερειακούς προορισμούς της χώρας κατά τη χρονική περίοδο των χειμερινών ή πρώτων ανοιξιάτικων μηνών (Νοέμβριος – Μάρτιος).
- Συνδιαφήμιση με στρατηγικής σημασίας tour operators στις αγορές-στόχους που επηρεάζουν σημαντικά τη ζήτηση για την Ελλάδα με σκοπό να προωθηθούν από κοινού τα προϊόντα τους στην Ελλάδα.
- Συνδιαφήμιση με tour operators στις αγορές - στόχους, οι οποίοι έχουν ήδη εντάξει ή προτίθενται να εντάξουν την Ελλάδα ως προορισμό το 2022, με τη διαφημιστική επένδυση του ΕΟΤ να αφορά κατά προτεραιότητα πακέτα ειδικών και εναλλακτικών μορφών τουρισμού.
- Συνδιαφήμιση με tour operators που προτείνουν συνδυαστικά πακέτα προορισμών της χώρας μας με άλλες χώρες σε τρίτες αγορές βάσει Μνημονίων Συνεργασίας ή Σχεδίων Δράσης που έχουν συναφθεί από το Υπουργείο Τουρισμού με τις εν λόγω χώρες στο πλαίσιο της προώθησης Διμερούς Συνεργασίας.
- Συνδιαφήμιση με αεροπορικές εταιρίες από αναδυόμενες για την Ελλάδα αγορές, που προτίθενται να δρομολογήσουν νέες συνδέσεις προς αστικούς ή περιφερειακούς προορισμούς της χώρας.
- Συνδιαφήμιση με τρίτους φορείς που η δραστηριότητά τους συνδέεται με τον τουρισμό, παρέχοντας τουριστικά προϊόντα ή υπηρεσίες στην Ελλάδα, ή εν γένει υπηρεσίες προβολής της χώρας ως τουριστικού προορισμού.
- Αξιοποίηση κάθε ευκαιρίας που υποδεικνύεται από τις Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού αλλά και την Τοπική Αυτοδιοίκηση (ΟΤΑ β' βαθμού) για ad hoc στόχευση αγορών και συμβολή στη διαφήμιση νέων πτήσεων ή specialized προγραμμάτων από tour operators ή travel agents.

2. Διαφήμιση

Τα διαφημιστικά προγράμματα που σχεδιάζονται από την Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ και τις Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού περιλαμβάνουν εμπλουτισμένα πλάνα προβολής από μέσα επικοινωνίας που έχουν επιλεγεί με βάση τη δυνατότητά τους να επικοινωνήσουν αποτελεσματικά τα μηνύματα της εκάστοτε καμπάνιας στις αγορές - στόχους.

Βασικά στοιχεία που λαμβάνονται υπόψη για την κατάρτιση των προγραμμάτων είναι αρχικά ο βέλτιστος συνδυασμός online και offline μέσων ανάλογα με την επιδραστικότητά τους στη ζήτηση για Ελλάδα στη συγκεκριμένη αγορά-στόχο, την αποτελεσματικότητά τους ως προς την εξυπηρέτηση των εκάστοτε επικοινωνιακών στόχων και τη διασφάλιση ισχυρής παρουσίας του brand «Ελλάδα», σε όλα τα στάδια του marketing funnel.

Επιπλέον, η δυνατότητα να εντοπίζουν και να στοχεύουν αποτελεσματικά κοινά και ιδιοσυγκρασίες ταξιδιωτών (**travel personas**).

με βάση στοιχεία από βάσεις δεδομένων, έρευνες, αλγορίθμους παρακολούθησης καταναλωτικής συμπεριφοράς σε συνδυασμό με δημογραφικά, ποιοτικά χαρακτηριστικά ταξιδιωτικής συμπεριφοράς και αξιοποίηση geolocation targeting, παράλληλα με τους διαθέσιμους συνδυασμούς στόχευσης και τέλος η τυχόν προσφορά rich media ads, ως εργαλείου για να ενθαρρύνεται ο χρήστης να συνδεθεί διαδραστικά με το διαφημιστικό περιεχόμενο του ΕΟΤ.

Οι συνεργασίες συμφωνούνται απευθείας με τα επιλεγμένα μέσα ή με αντιπροσώπους/εκπροσώπους τους καθώς και με media shop, όπου κρίνεται απαραίτητο για την εξασφάλιση καλύτερων όρων προβολής και της δυνατότητας βελτιστοποίησης των προγραμμάτων σε χρόνους αγοράς.

Για τα έτη 2023 -2024 η διαφημιστική προβολή της χώρας υλοποιείται ως εξής:

- **Διεθνής Διαφημιστική Καμπάνια.** Η κυρίως καμπάνια για την προώθηση του brand Ελλάδα διεθνώς, με εστίαση στην πολυθεματική εμπειρία και τις ειδικές μορφές τουρισμού. Η καμπάνια υλοποιείται με κεντρικό μήνυμα και δημιουργικό αλλά και ειδικά δημιουργικά για την προβολή επιλεγμένων θεματικών εμπειριών που προσφέρει η χώρα.
- **Tactical καμπάνιες για την προβολή ειδικών μορφών τουρισμού.** Περαιτέρω αξιοποίηση της ειδικής επικοινωνίας για τους City Break προορισμούς Αθήνα και Θεσσαλονίκη με εμπλουτισμό δημιουργικών για τους προορισμούς Πάτρα και Ηράκλειο καθώς και ενδεχόμενους νέους.
- **Ειδικά επικοινωνιακά μηνύματα διατήρησης της προβολής της χώρας σε ευαίσθητες περιόδους.** Οι πρόσφατες εξελίξεις σε γεωπολιτικό επίπεδο καταδεικνύουν την ανάγκη να προετοιμασθεί κατάλληλο επικοινωνιακό low key μήνυμα, συμπληρωματικό της κεντρικής καμπάνιας, με στόχο να διατηρεί διακριτικά την προβολή της χώρας σε ευαίσθητες περιόδους στο πλαίσιο ενός πλάνου διαχείρισης κρίσης.
- **Καμπάνια εσωτερικού τουρισμού.** Διαφημιστική καμπάνια, όταν απαιτείται, με στόχευση την ενεργοποίηση της εσωτερικής αγοράς και ενίσχυση της ζήτησης κατά τους πλάγιους μήνες και τον χειμώνα. Η καμπάνια μπορεί να αφορά και την ενίσχυση της ζήτησης σε περιοχές εντός της χώρας που χρειάζονται στήριξη.
- **Ειδικές καμπάνιες για επιμέρους κοινά-στόχους,** όπως η ομογένεια, η ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητα, οι digital nomads και τα ΑΜΕΑ. Ειδικότερα οι δράσεις προβολής που απευθύνονται στην ομογένεια πρέπει να περιλαμβάνουν την ενίσχυση του συναισθηματικού δεσμού, καθώς επίσης και την επαφή με τις ρίζες και την αίσθηση ασφάλειας και να προβάλλονται σε τηλεοπτικούς σταθμούς και μέσα υψηλής τηλεθέασης, ακροαματικότητας και αναγνωσιμότητας. Όσον αφορά τους ψηφιακούς νομάδες, η προβολή θα εστιάσει κατά προτεραιότητα στις ευρωπαϊκές αγορές, ενώ για η προβολή της χώρας στα κοινά – στόχους ΛΟΑΤΚΙ+ και ΑΜΕΑ θα ακολουθήσει τις κατευθύνσεις που θα δοθούν από τη στρατηγική προσέγγισης του Υπουργείου Τουρισμού.
- **Καμπάνια για την προβολή 5 Δήμων νησιών της χώρας των οποίων η εικόνα πλήττεται από τις μεταναστευτικές ροές.** Η ειδική καμπάνια πρόκειται να υλοποιηθεί από τον ΕΟΤ μέσω Προγραμματικών Συμφωνιών που θα συνάψει με τους Δήμους Χίου, Κω, Μυτιλήνης, Ανατ. Σάμου και Λέρου.

Υπενθυμίζεται, ότι για τα έτη 2023- 2024 σύμφωνα με το γενικό στόχο μάρκετινγκ του Στρατηγικού Σχεδίου, τα διαφημιστικά προγράμματα εξασφαλίζουν την ισόρροπη γεωγραφικά προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος με ζητούμενο τη γεωγραφική διασπορά των επισκεπτών ενώ παράλληλα και σύμφωνα με τον αντίστοιχο ειδικό στόχο μάρκετινγκ, η προβολή των ειδικών μορφών τουρισμού σε επιθυμητό ποσοστό 60% της αναλογίας της διαφημιστικής δαπάνης, με προτεραιότητα την προβολή του πολιτιστικού τουρισμού, του τουρισμού υπαίθρου, αναψυχής και πολυτέλειας αλλά και συμπληρωματικών εμπειριών όπως η γαστρονομία και η ευεξία.

2. α) Διαφήμιση Online

Η online διαφημιστική προβολή πραγματοποιείται κυρίως σε στοχευμένες και συγκεκριμένες περιόδους του έτους, που αποτελούν τις συνήθεις περιόδους αναζήτησης πληροφοριών για τη λήψη αποφάσεων διακοπών για κάθε αγορά στόχο, αλλά και όποτε είναι απαραίτητο να επικοινωνηθούν μηνύματα που προβάλλουν το διαφοροποιημένο προϊόν της χώρας και εξυπηρετούν ειδικούς επικοινωνιακούς στόχους.

Ο χρήστης που αλληλεπιδρά με το περιεχόμενο του ΕΟΤ μεταφέρεται σε ειδικές landing pages στην επίσημη ιστοσελίδα του ελληνικού τουρισμού Visit Greece (www.visitgreece.gr) ή σε microsites που έχουν αναπτυχθεί για να υποστηρίξουν ειδικά επικοινωνιακά μηνύματα direct sales ή awareness σε γλώσσες που δεν υποστηρίζει το visitgreece.gr.

Με βάση αυτούς τους δυο άξονες η προβολή της τουριστικής προσφοράς της Ελλάδας θα υλοποιηθεί κατά προτεραιότητα σε κορυφαίες διεθνείς διαδικτυακές πλατφόρμες, εταιρείες παροχής διαδικτυακών τουριστικών υπηρεσιών, όπως μηχανές αναζήτησης, ταξιδιωτικές ιστοσελίδες, ιστοσελίδες ταξιδιωτικών κρατήσεων, συγκρίσεων τιμών και αξιολογήσεων (metasearch engines), μέσα κοινωνικής δικτύωσης, αλλά και στα πλέον καινοτόμα εργαλεία αποτελεσματικής ψηφιακής προβολής όπως είναι το Digital Out of Home και τα ΟΤΤ κανάλια επικοινωνίας ειδησεογραφικών ομίλων και πλατφορμών ψυχαγωγίας (connected TV, addressable TV, gaming πλατφόρμες), με χρήση σύγχρονου και ελκυστικού περιεχομένου.

Για το σκοπό αυτό και αξιοποιώντας τις δυνατότητες της ειδικής για τον ΕΟΤ νομοθεσίας, ο Οργανισμός θα προχωρήσει σε μίσθωση χώρου/χρόνου ή/και παραγωγή περιεχομένου ή αρθρογραφίας για την Ελλάδα, όπου απαιτείται.

Για την υλοποίηση των digital advertising campaigns, τα κλασικά διαφημιστικά format (banner & video ads), εμπλουτίζονται σε επιλεγμένα μέσα ,με ένα σύνολο πρωτοποριακών ad formats τελευταίας τεχνολογίας όπως : conversational ads, QR coding, gamification και Augmented Reality ads. Το user experience και το user engagement βελτιστοποιούνται καθώς οι χρήστες βιώνουν προσωποποιημένες, διασκεδαστικές, εξαιρετικές ψηφιακές εμπειρίες με τελικό στόχο την ενίσχυση της επιθυμίας τους να αναζητήσουν περισσότερες πληροφορίες και τελικά να επιλέξουν την Ελλάδα ως προορισμό.

Για τα έτη 2023 – 2024 αποτελεί ειδικότερο στόχο η υλοποίηση στοχευμένων προγραμμάτων σε κύματα (bursts) αφενός μεν για την ενίσχυση early bookings αλλά και last minute κρατήσεων της βασικής θερινής περιόδου αφετέρου δε για την προώθηση των θεματικών και διαφοροποιημένων προϊόντων που συμβάλλουν στην επιμήκυνση της περιόδου και την ενίσχυση της ζήτησης την άνοιξη το φθινόπωρο αλλά και το χειμώνα και συμβαδίζουν με τον στόχο της “always on” διαφημιστικής προβολής της χώρας.

Για την εξυπηρέτηση αυτού του στόχου σχεδιάζεται μεταξύ άλλων:

- Η **προβολή στην ιστοσελίδα www.visitgreece.gr** με εμπλουτισμένο περιεχόμενο για τα θεματικά προϊόντα της χώρας, τους λιγότερο γνωστούς προορισμούς και τις εμπειρίες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Το περιεχόμενο παράγεται σε ύφος διαφημιστικό, περιλαμβάνει παρουσίαση του προϊόντος και ταυτόχρονα χρηστικές οδηγίες και tips σε συνοπτικά κείμενα ως listicles που είναι ιδιαίτερα αγαπητά στο κοινό. Συνοδεύεται από οπτικοακουστικό υλικό και διασυνδέεται με άλλες ενότητες της ιστοσελίδας ή άλλες εξειδικευμένης πληροφορίας ιστοσελίδες του ελληνικού τουρισμού.
- Παράλληλα η σύνδεση του www.visitgreece.gr με την πλατφόρμα αγροτουρισμού και γαστρονομίας που θα δημιουργηθεί στο πλαίσιο του υποέργου «**Πρώθηση αγροτουρισμού και γαστρονομίας**», χρηματοδοτούμενο από το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας, η ολοκλήρωση της διασύνδεσης της ιστοσελίδας www.visitgreece.gr με τις ιστοσελίδες των Περιφερειών ανά γεωγραφική περιοχή και η προβολή των βραβεύσεων που λαμβάνει η χώρα στο εξωτερικό, συνιστούν ενέργειες εξωστρέφειας που ενδυναμώνουν το προφίλ του κύριου μέσου επικοινωνίας με δυνητικούς επισκέπτες.
- Η **προώθηση της εφαρμογής του Visit Greece (Application) μέσω του διαφημιστικού προγράμματος του ΕΟΤ**. Η εφαρμογή αποτελεί ένα επιπλέον χρηστικό εργαλείο για τους ταξιδιώτες και τους επισκέπτες της Ελλάδας και μέρος των digital assets του Οργανισμού από τον Μάιο 2020. Ταυτόχρονα και μέσω ερωτηματολογίων που διακινούνται στους χρήστες της, η εφαρμογή βοηθά στη συλλογή στοιχείων ικανοποίησης των επισκεπτών από μια σειρά ταξιδιωτικών υπηρεσιών που χρησιμοποίησαν κατά την παραμονή τους στην Ελλάδα.
- Η **λειτουργία ενός πλήρους ημερολογίου εκδηλώσεων (events calendar) ανά προορισμό και εποχή**. Από το 2022 ο Οργανισμός διατηρεί στο visitgreece.gr ένα πλήρες ημερολόγιο εκδηλώσεων με αναρτημένα περίπου 160 events για κάθε μήνα του έτους, μέσω του οποίου προωθούνται σε πραγματικό χρόνο (real time) οι προορισμοί, ανά περιφέρεια, και προβάλλονται τα συγκριτικά πλεονεκτήματα κάθε περιοχής.
- Η **δημιουργία ελκυστικού και χρηστικού περιεχομένου για τη βιωσιμότητα στον τουρισμό**. Διάφορες ενότητες του visitgreece.gr περιλαμβάνουν περιεχόμενο που αναδεικνύει μορφές ήπιου τουρισμού στη χώρα αλλά και εμπειρίες στη φύση. Επιπλέον, από την κεντρική σελίδα του visitgreece.gr ο χρήστης μπορεί να ανακατευθυνθεί στην ειδική σελίδα sustainablegreece.co.uk που σχεδίασε και επιμελείται η Υπηρεσία ΕΟΤ Εξωτερικού Μ. Βρετανίας και προβάλλει καλές πρακτικές βιώσιμης τουριστικής ανάπτυξης ανά τη χώρα, καθώς και σχετικές με τη βιωσιμότητα εμπειρίες και προϊόντα.
- Η **δημιουργία ειδικής πλατφόρμας για τις Ανθισμένες Διαδρομές στην Ελλάδα**. Για το έτος 2023 ο ΕΟΤ σχεδιάζει να δημιουργήσει ειδικό ψηφιακό εργαλείο για την προβολή του φαινομένου της ανθοφορίας των δένδρων στην Ελλάδα, προκειμένου να ενισχύσει τη δημιουργία ενός νέου τουριστικού προϊόντος που μπορεί να φέρει τουριστικές ροές σε προορισμούς χαμηλής ζήτησης της χώρας.
- Η **δημιουργία ενός ψηφιακού τουριστικού χάρτη, ενός ψηφιακού αποθετηρίου για τους πολιτιστικούς πόρους της χώρας και ενός καινοτόμου συστήματος με τη χρήση τεχνολογίας 2ης γενιάς** το οποίο θα παρέχει αυτοματοποιημένες τουριστικές πληροφορίες για εισιτήρια, διαδρομές, πρόσβαση σε θέατρα και αρχαιολογικούς χώρους, εμπειρίες που είναι διαθέσιμες σε κάθε μέρος κλπ. που θα υλοποιηθούν στο πλαίσιο του έργου «**Ψηφιακός Μετασχηματισμός ΕΟΤ**». Η ανάπτυξη των ανωτέρω εργαλείων που αποτελούν σημαντικές καινοτομίες, θα

αναβαθμίσει σημαντικά το www.visitgreece.gr ως πύλη του ελληνικού τουρισμού καθιστώντας το ένα one stop shop για τον τουρίστα καταναλωτή.

2. β) Διαφήμιση offline

Αξιολογώντας τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά αγορών-στόχων, η προβολή του ελληνικού τουρισμού, πραγματοποιείται και με διαφημιστικές καταχωρήσεις και παραγωγή αρθρογραφίας με υλικό που παρέχει ο ΕΟΤ σε διεθνή έντυπα μέσα, ποικίλης ύλης ή ειδικών ενδιαφερόντων, με OutOfHome διαφήμιση αλλά και μέσω τηλεοπτικών σποτ σε επιλεγμένα διεθνή τηλεοπτικά δίκτυα και ραδιοφωνικά σποτ σε μεγάλης εμβέλειας ραδιοφωνικούς σταθμούς. Στο offline πρόγραμμα του Οργανισμού περιλαμβάνονται και δίγλωσσα ή ξενόγλωσσα ελληνικά έντυπα ειδικών ενδιαφερόντων, που διανέμονται στο εξωτερικό ή στην Ελλάδα και απευθύνονται στους αλλοδαπούς επισκέπτες της χώρας.

2. γ) Διαφήμιση στο εσωτερικό της χώρας

Ο ΕΟΤ πραγματοποιεί στο εσωτερικό της χώρας στοχευμένη επικοινωνία μέσω ελληνικών ιστοσελίδων, ραδιοτηλεοπτικών μέσων, εξωτερικής διαφήμισης αλλά και εντύπων με τουριστικό περιεχόμενο, ή περιεχόμενο που απευθύνεται σε ειδικότερα τμήματα της αγοράς που εμπíπτουν στη στρατηγική στόχευση. Η επικοινωνία στο εσωτερικό της χώρας έχει στόχο την ενίσχυση της ζήτησης για εσωτερικό τουρισμό σε περιόδους χαμηλότερης ζήτησης ή πραγματοποιείται για περιοχές της χώρας για τις οποίες υπάρχει ανάγκη ειδικού επικοινωνιακού πλάνου προβολής για λόγους που σχετίζονται με τις ειδικές οικονομικοκοινωνικές τους συνθήκες ή την ιδιαιτερότητα των προϊόντων τους.

Κατευθύνσεις περιεχομένου και επικοινωνιακών μηνυμάτων

Σύμφωνα με τη βασική κατεύθυνση του Στρατηγικού Σχεδίου για το 2023, το περιεχόμενο της επικοινωνίας θα προβάλλει τη σύγχρονη όψη της χώρας, ως προορισμού βιώσιμου με κοινωνική ευαισθησία προς θέματα που σχετίζονται με την κλιματική αλλαγή και το περιβαλλοντικό αποτύπωμα αλλά και τους προορισμούς που μπορούν να προσφέρουν “off the beaten track” εμπειρίες.

Η ανάγκη δεν συνδέεται πλέον τόσο με την ηρεμία και την γαλήνη, αποφόρτιση όπως στις προηγούμενες χρονικά περιόδους, όσο με την ανάγκη για **ουσιαστικές εμπειρίες, εξερεύνηση** και επαφή με πολιτισμό και κουλτούρα που είναι πολύ διαφορετικά από τα βιώματα του επισκέπτη.

Στρατηγική και concept νέας καμπάνιας Visit Greece

Η στρατηγική της νέας καμπάνιας του ΕΟΤ δομείται γύρω από την τάση του **meaningful travel**, ενώ το βασικό μήνυμα **ALL YOU WANT IS GREECE** διατηρείται και εμπλουτίζεται.

Την ώρα που οι καλοκαιρινές διακοπές είναι ταυτισμένες με την ξεκούραση και την απόδραση από την καθημερινότητα, οι άνθρωποι φαίνεται να είναι τώρα πιο πρόθυμοι από ποτέ να κάνουν περισσότερα **ταξίδια με σημασία**, ώστε να γνωρίσουν τον κόσμο μέσα από **meaningful προορισμούς** που θα τους αναζωογονήσουν, θα τους εμπνεύσουν και θα τους προσφέρουν εμπειρίες με νόημα.

Η Ελλάδα προβάλλεται ως ένας προορισμός **με νόημα** και μια χώρα **αυθεντική** και **ανεπιτήδευτη** από κάθε άποψη. Ένας τόπος που σε απελευθερώνει και σου επιτρέπει να γνωρίσεις τον εαυτό σου μέσα από αυθεντικές εμπειρίες που μόνο εσύ μπορείς να ζήσεις. Στην Ελλάδα μπορείς να γνωρίσεις νέους ανθρώπους-νέα μέρη-μια άλλη κουλτούρα-καινούργιες γεύσεις-και να νιώσεις αυθεντικά συναισθήματα.

Το βασικό sea and sun προϊόν θα προβληθεί σε εφαρμογή του ανωτέρω concept με μια βασική ταινία για την οποία έχουν εξασφαλισθεί ελεύθερα δικαιώματα προβολής για όλους τους φορείς της χώρας που δραστηριοποιούνται στον τουρισμό, ώστε να μπορούν να προβάλουν το προϊόν τους υπό την ομπρέλα της κεντρικής καμπάνιας.

Παράλληλα, τα επιμέρους προϊόντα και οι εμπειρίες προβάλλονται μέσω **πέντε (5) εξειδικευμένων σύντομων βίντεο** στους παρακάτω θεματικούς άξονες:

- Autumn – winter activities
- Summer activities
- «Green» experiences
- Modern/ancient culture
- Modern lifestyle

Η πλούσια γαστρονομία της χώρας ως συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν διατρέχει όλες τις θεματικές ενώ οι μορφές ήπιου τουρισμού προβάλλονται σε ειδικό βίντεο, σε μια προσπάθεια να τοποθετηθεί η χώρα στη συνείδηση των δυνητικών τουριστών – καταναλωτών, ως προορισμός που σέβεται τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη και αξιοποιεί την τοπική κουλτούρα και τις τοπικές παραδόσεις ως βασικό μέρος της συνολικής τουριστικής εμπειρίας.

Όσον αφορά την παραγωγή περιεχομένου κειμένου και αρθρογραφίας, βασική επιδίωξη είναι η **δημιουργία ειδικού περιεχομένου για μια σειρά προϊόντων, εμπειριών και ενδιαφερόντων** που εντάσσονται στη στόχευση του στρατηγικού σχεδίου όπως ενδεικτικά:

- η **ελληνική γαστρονομία**, τόσο ως fine dining (οδηγός Michelin για την Αθήνα) αλλά και ως τοπική γαστρονομική παράδοση (Θεσσαλονίκη, μέλος του Creative Cities Network του UNWTO),
- το **inclusive travel** με έμφαση στον προσβάσιμο τουρισμό για ΑΜΕΑ και στον τουρισμό για άτομα της ΛΟΑΤΚΙ+ κοινότητας,
- οι **μικροί και λιγότερο γνωστοί νησιωτικοί προορισμοί της χώρας**, ως hidden gems του δημοφιλούς προορισμού «Ελλάδα»,
- οι **ηπειρωτικοί προορισμοί της Ελλάδας**,
- τα **αστικά κέντρα ως αυτόνομοι city break προορισμοί**,
- οι **εμπειρίες και τα τουριστικά προϊόντα της χώρας κατά τη διάρκεια της χειμερινής και της ανοιξιότατης περιόδου**, τόσο στην ενδοχώρα, όσο και σε μεγάλους νησιωτικούς προορισμούς με ήπιο κλίμα και καλές καιρικές συνθήκες,
- οι εμπειρίες για **οικογενειακές διακοπές** αλλά και για νέους (GenZ κοινό) που επιλέγουν τον προορισμό που γνωρίζουν από τους γονείς τους,
- οι επιλογές για τουρισμό **ευεξίας και υγείας**.

3. **Digital assets EOT**

3.α) Διαδικτυακή πύλη www.visitgreece.gr

Η διαδικτυακή πύλη visitgreece.gr, αποτελεί το βασικότερο ψηφιακό μέσο του Ελληνικού Τουρισμού αλλά και ευρύτερα της προβολής της Ελλάδας στη διεθνή κοινότητα. Η νέα, έξυπνα σχεδιασμένη και 100% mobile responsive ιστοσελίδα, επιτρέπει στον χρήστη και μελλοντικό ταξιδιώτη της χώρας μας να πλοηγηθεί γρήγορα και εύκολα και να λάβει την πληροφορία που χρειάζεται. Ο ανασχεδιασμός και η τεχνική αναβάθμιση της έχει δημιουργήσει ένα πολυλειτουργικό, ψηφιακό διαδραστικό περιβάλλον προβολής και επικοινωνίας του Ελληνικού με στόχο τη συνεχή ενημέρωση των χρηστών σε όλο τον κόσμο.

Με στόχο την ανάδειξη της διαφορετικότητας της Ελλάδας, ο προσανατολισμός του περιεχομένου επικεντρώνεται στην προβολή της χώρας, με ελκυστικό τρόπο, όχι μόνο ως «γεωγραφικός» προορισμός, αλλά κυρίως ως μια συνολική εμπειρία. Ο ελληνικός τρόπος ζωής, η αυθεντική φιλοξενία, η γαστρονομία, οι συνήθειες, τα ήθη και έθιμα, οι αξίες, το ελληνικό φως, τα χρώματα και τα αρώματα είναι τα αυθεντικά ελληνικά στοιχεία που μας διαφοροποιούν από τον ανταγωνισμό και διαμορφώνουν την τελική εικόνα του επισκέπτη.

Το κλασικό τρίπτυχο: ήλιος – θάλασσα – αρχαιότητες (core product) παρουσιάζεται μέσα από τα διαφορετικά θεματικά προϊόντα, αποκτά προστιθέμενη αξία, δημιουργώντας έτσι το τελικό τουριστικό προϊόν: Ελλάδα, ένας προορισμός με απεριόριστες δυνατότητες και ανεξερεύνητες αντιθέσεις που προσφέρει μια ολοκληρωμένη ταξιδιωτική εμπειρία, κάθε εποχή του χρόνου.

Έμφαση δίνεται επίσης στην πληθώρα των πολιτιστικών και αθλητικών γεγονότων που λαμβάνουν χώρα μέσα από το επικαιροποιημένο πολιτιστικό ημερολόγιο εκδηλώσεων (calendar), το οποίο διαθέτει πολιτιστικές εκδηλώσεις σε βάθος ενός έτους.

Οι βασικοί άξονες του περιεχομένου της ιστοσελίδας visitgreece.gr είναι:

- Οι διαφορετικές θεματικές μορφές τουρισμού.
- Η εποχή (προώθηση της ελληνικής εμπειρίας και τις 4 εποχές).
- Ο γεωγραφικός καταμερισμός (ανάδειξη των εμπειριών που θα βιώσει ο επισκέπτης σε κάθε προορισμό)
- Η επικαιρότητα (σημαντικά events).

Επικαιροποίηση

Το περιεχόμενο της διαδικτυακής πύλης επικαιροποιείται αρχικά στην ελληνική και την αγγλική γλώσσα.

Στόχο για το 2023 αποτελεί ο **εμπλουτισμός της ιστοσελίδας** με περιεχόμενο για ειδικά κοινά – στόχους της στρατηγικής επικοινωνίας με έμφαση στην τάση του inclusive travel (ΑΜΕΑ, ΛΟΑΤΚΙ+), ειδικές θεματικές και προϊόντα, αλλά και προτάσεις για ταξιδιώτες που ενδιαφέρονται για εμπειρίες στη φύση και προορισμούς που σέβονται τη βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Blog

Ο ΕΟΤ συνεχίζει να διαχειρίζεται το ιστολόγιο (blog) που είναι πλήρως ενσωματωμένο στον ιστότοπο visitgreece.gr. Αποτελεί ένα από τα πιο δυναμικά και εξωστρεφή εργαλεία του ΕΟΤ, δίνοντας την ευκαιρία σε επαγγελματίες και ερασιτέχνες του τουρισμού και των ταξιδιών, να γράψουν τα δικά τους άρθρα, που πηγάζουν από τις προσωπικές τους εμπειρίες. Μέσω του ιστολογίου, έμπειροι συντάκτες που αγαπούν να ταξιδεύουν στη χώρα μας, μπορούν να γράψουν και να στείλουν πρωτογενές και πρωτότυπο περιεχόμενο όπως άρθρα, φωτογραφίες και video. Κάθε ανάρτηση υπογράφεται από τον ίδιο τον συντάκτη με παραπομπή στο προσωπικό του ιστολόγιο/ιστοσελίδα ή στα κοινωνικά του δίκτυα. Έμφαση θα πρέπει να δίνεται στο αυθεντικό, πρωτότυπο περιεχόμενο είτε για κάποιο προορισμό είτε ένα προϊόν, χωρίς ωστόσο περαιτέρω διαφημιστικό περιεχόμενο.

Εργαλεία μεγιστοποίησης προβολής της ιστοσελίδας visitgreece.gr

Ενημερωτικό δελτίο (newsletter)

Με γνώμονα την ενίσχυση του τουρισμού τους πλάγιους μήνες και την εμπέδωση του τουρισμού όλες τις εποχές του χρόνου, σχεδιάζεται και αποστέλλεται ένα ενημερωτικό δελτίο (newsletter) στην αγγλική και ελληνική γλώσσα στους εγγεγραμμένους αποδέκτες- χρήστες του Visit Greece. Το ενημερωτικό δελτίο σχεδιάζεται βάσει μιας κεντρικής δημιουργικής ιδέας (ένα κεντρικό concept), το οποίο εξειδικεύεται στη συνέχεια στις διάφορες θεματικές και εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα τη συγκεκριμένη χρονική εποχή της αποστολής.

Ο βασικός στόχος αυτού του εργαλείου είναι η προώθηση της ιστοσελίδας, η αύξηση του brand awareness και η διείσδυση στα επιμέρους κοινά-στόχους. Η δημιουργία ειδικών newsletters για την προσέλκυση των ψηφιακών νομάδων, λαμβάνοντας υπόψη τις περιοχές της χώρας που διαθέτουν τις κατάλληλες υποδομές με παράλληλη πληροφόρηση για τα οφέλη της διαμονής στην Ελλάδα, αποτελεί στόχο με δεδομένη την εξάπλωση των digital nomads.

Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media)

Ο ΕΟΤ έχοντας διαγράψει ήδη, ως πρωτοπόρος, δεκατρία χρόνια πολύ δυναμικής παρουσίας στα κοινωνικά δίκτυα, συνεχίζει κατά το 2023, την με ίδια μέσα διαχείριση των κοινωνικών δικτύων (social media) στα οποία διατηρεί ενεργούς λογαριασμούς όπως στο Facebook, Instagram, Twitter, YouTube, Pinterest αλλά και τον νέο του λογαριασμό στο TikTok.

Βασικός στόχος όλων των κοινωνικών δικτύων είναι η προώθηση της ιστοσελίδας visitgreece.gr ως πύλης για την πλέον σύγχρονη, ελκυστική και επικαιροποιημένη τουριστική πληροφορία.

Περαιτέρω στόχοι της επικοινωνίας με τα κοινά των σελίδων είναι αφενός

- η ενδυνάμωση της εικόνας της χώρας και η εδραίωσή της ως top of mind τουριστικό προορισμό αλλά και παράλληλα,
- η ανάδειξη της ασύγκριτης ποικιλομορφίας της Ελλάδας, ενός τόπου με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις.
- η προώθηση της διαφορετικότητας και της αυθεντικότητας ενός διευρυμένου τουριστικού προϊόντος που ξεφεύγει από το κλασικό αρχέτυπο «ήλιος, θάλασσα και αρχαιότητες»
- η προβολή των διαφορετικών πτυχών της «ελληνικής εμπειρίας» όλες τις εποχές του χρόνο

- η εδραίωση μιας δυναμικής κοινότητας από followers και influencers που λειτουργούν ως «πρεσβευτές» του brand Ελλάδα
- η δυνατότητα αναδημοσίευσης αναρτήσεων προσώπων αναγνωρισμένου κύρους και διασημοτήτων με μεγάλη διαδικτυακή κοινότητα οι οποίοι επισκέπτονται τη χώρα μας και λειτουργούν ως «πρεσβευτές» του brand Ελλάδα
- η προβολή των βραβεύσεων που λαμβάνει η Ελλάδα (ή κάποιιοι συγκεκριμένοι προορισμοί της χώρας) στο εξωτερικό.
- η ανάρτηση περιεχομένου σε συνεργασία με Δήμους και Περιφέρειες ανά τη χώρα που σχετίζεται με φεστιβάλ, εκδηλώσεις, συναυλίες, διάφορα events, backstage γυρίσματα ταινιών κα
- η στοχευμένη επικοινωνία των top εμπειριών ανά προορισμό, κυρίως με την προβολή του TOP10 μέσα από την ιστοσελίδα visitgreece.gr
- η διαχείριση ενός μεγάλου όγκου ερωτήσεων από δυνητικούς επισκέπτες της χώρας ή επισκέπτες που βρίσκονται στη χώρα μας.

Δεδομένου ότι το κάθε εργαλείο κοινωνικής δικτύωσης απευθύνεται σε συγκεκριμένο προφίλ ανθρώπων (διαφορετικές ομάδες επισκεπτών, με διαφορετικές ανάγκες, επιθυμίες, ενδιαφέροντα, παραστάσεις) επιδιώκεται μια προσωποποιημένη προσέγγιση προκειμένου να επιτευχθεί μέγιστη αποδοχή και ανταπόκριση του μηνύματος.

Ο καθορισμός και προγραμματισμός του περιεχομένου γίνεται αρχικά μηνιαία και εξειδικεύεται εβδομαδιαία και περιλαμβάνει – εκτός από επίκαιρες με την εποχή αναρτήσεις – στοιχεία του content mix. Με αυτό τον τρόπο αναπτύσσονται οι κατάλληλες συνέργειες για την ανάδειξη του συνολικού τουριστικού προϊόντος.

Το περιεχόμενο της επικοινωνίας προβάλλει τη σύγχρονη όψη της χώρας, ως προορισμό που εξελίσσεται σε προσφερόμενο προϊόν, υπηρεσίες και υποδομές, δημιουργώντας ακόμη και για εκείνον που την έχει ήδη επισκεφτεί στο παρελθόν την επιθυμία να την επισκεφτεί ξανά. Τα μηνύματα εμπνέουν τον χρήστη στη γλώσσα του.

Σαφής τοποθέτηση στην προσέλκυση του θεατή – αναγνώστη (δυνητικού επισκέπτη) στην πολυθεματική εμπειρία, η οποία περιλαμβάνει διάφορες ειδικές μορφές τουρισμού.

Έμφαση στην πολιτιστική εμπειρία.

Δημιουργία υλικού και αξιοποίηση υπάρχοντος όσον αφορά στον γαστρονομικό τουρισμό σε συνδυασμό με τη βιωσιμότητα και το χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα.

Έμφαση στον τουρισμό υπαίθρου, ευκαιρία ανάδειξης της ηπειρωτικής χώρας.

Δημιουργία υλικού για την προσέλκυση ψηφιακών νομάδων για συγκεκριμένες περιοχές της χώρας.

Δημιουργία content για νέους, δημιουργία διαδικτυακών παιχνιδιών (gaming) που τα γραφικά τους απεικονίζουν τοπόσημα της χώρας ή διαδραματίζονται σε ελληνικές τοποθεσίες αναγνωρίσιμες από το ευρύ κοινό.

Δημιουργία περιβαλλόντων εμπειριών εμπύθισης (immersive experiences).

Κοινότητα Viber

Το Visit Greece από το 2021 έχει δημιουργήσει κοινότητα του Visit Greece στο Viber. Ο Μέχρι πέρσι η κοινότητα Visit Greece απευθυνόταν αμιγώς στον Έλληνα ταξιδιώτη και επιχειρηματία του τουρισμού με έγκυρο περιεχόμενο που αφορά σε ταξιδιωτικού προορισμούς, συμμετοχή του ΕΟΤ σε διεθνείς εκθέσεις, αιγίδες, οικονομικές συμμετοχές, σημαντικές καλλιτεχνικές και αθλητικές διοργανώσεις με εξωστρέφεια κτλ. Από το 2022, η κοινότητα Visit Greece στο Viber, είναι δίγλωσση και έχει προσαρμοστεί ώστε να απευθύνεται ταυτόχρονα και στους ταξιδιώτες στη χώρα μας, λόγω της δυναμικής του μέσου σε αγορές σημαντικές για τη χώρα, όπως π.χ. Ρωσία, Πολωνία κα.

LinkedIn

Παράλληλα με τα ανωτέρω κοινωνικά δίκτυα, ο ΕΟΤ διατηρεί τα τελευταία 2 χρόνια λογαριασμό στο LinkedIn. Στόχος του λογαριασμού αυτού είναι η έγκαιρη και έγκυρη ενημέρωση της τουριστικής κοινότητας του εσωτερικού και του εξωτερικού για σημαντικά γεγονότα που αφορούν στον ΕΟΤ, στον ελληνικό τουρισμό, βραβεύσεις της χώρας, επίκαιρα νέα με γνώμονα πάντα την προβολή του έργου του Οργανισμού.

3.β) Εφαρμογή Visit Greece (Application)

Η εφαρμογή του Visit Greece είναι ένα ακόμα ψηφιακό εργαλείο στη φαρέτρα των digital assets του ΕΟΤ. Η εφαρμογή είναι διαθέσιμη δωρεάν σε IOS και Android, αντίστοιχα στο ηλεκτρονικό κατάστημα App Store και Play Store. Ο χρήστης που κατεβάζει την εφαρμογή του Visit Greece έχει τη δυνατότητα όπου και αν βρίσκεται να μπορεί γρήγορα και εύκολα να αντλήσει ταξιδιωτικές πληροφορίες για τον τόπο που έχει επισκεφθεί στην Ελλάδα.

Για το λόγο αυτό έχουν σχεδιαστεί βελτιωτικές κινήσεις τόσο στο περιεχόμενο όσο και στο σχεδιασμό που μετατρέπουν το Visit Greece App σε πολύτιμο και εύχρηστο μέσο διάδρασης με τον τουρίστα-καταναλωτή και αφορούν:

- στην ανάδειξη των stories των χρηστών που εμφανίζονται στην κεντρική σελίδα της εφαρμογής
- στην προσθήκη χάρτη στην κεντρική σελίδα της εφαρμογής για την εύκολη πλοήγηση του χρήστη.
- στον περιορισμό της έκτασης των κειμένων των άρθρων δεδομένου ότι πρόκειται για κινητές συσκευές καθώς και εμπλουτισμός με νέο περιεχόμενο
- στην ομαδοποίηση και κατηγοριοποίηση του περιεχομένου ανά θεματική και προορισμό που θα εμφανίζονται με εικονίδια στην κεντρική σελίδα.
- στην εναρμόνιση του περιεχομένου της ιστοσελίδας με την εφαρμογή,
- στη φιλική για το χρήστη αναζήτηση και πλοήγηση με το σχεδιασμό νέων εικονιδίων αλλά και ανάδειξη της αναζήτησης με τη δυνατότητα να αναζητηθεί το σύνολο του περιεχομένου.
- στον εμπλουτισμό των φωτογραφιών ανά προορισμό και ειδική θεματική
- στην αναβάθμιση της ενότητας «Traveler Information» με πληροφορίες για χερσαίες δημόσιες μετακινήσεις και τηλέφωνα για χρήσιμες δημόσιες υπηρεσίες,
- στην ανάδειξη του ημερολογίου εκδηλώσεων ανά μήνα, όπως στο site visitgreece.gr
- στη δυνατότητα επικοινωνίας μέσω chat σε 24ωρη βάση, και

- στη δημιουργία νέων ενοτήτων όπως “Senior Travelers”, “Individual Travelers” και κάποιων ειδικών niche markets.

Η εφαρμογή αποτελεί ένα χρηστικό εργαλείο για όλους τους ταξιδιώτες /επισκέπτες της Ελλάδας, καθώς προβάλλει ταξιδιωτικές πληροφορίες και ενημέρωση για τουριστικά θέματα σε πραγματικό χρόνο. Επίσης με την εγγραφή στην εφαρμογή, ο χρήστης μπορεί να λαμβάνει ειδοποιήσεις (push notifications) για έκτακτες ενημερώσεις καθ’ όλο έτος.

Οι ειδικότεροι στόχοι για το 2023 είναι :

- η αύξηση του αριθμού των χρηστών, ειδικά σε όσους ταξιδεύουν πρώτη φορά στην Ελλάδα
- η βελτίωση της βαθμολογίας στα stores (Play και App store).
- η μείωση του αριθμού απεγκατάστασης
- η διαλειτουργικότητα με άλλους φορείς και εφαρμογές
- η αναβάθμιση ηλεκτρονικών υπηρεσιών μέσω της εφαρμογής με διασυνδεσιμότητα με άλλες εφαρμογές και booking systems.

Οι στόχοι ως προς το περιεχόμενο είναι:

- πλούσιο και πιο ελκυστικό περιεχόμενο υπό μορφή προτάσεων (tips) και inspirations.
- διασύνδεση με χάρτη (Αποτύπωση σε χάρτη των σημείων ενδιαφέροντος που βρίσκονται σε κοντινή απόσταση).

Εργαλεία μεγιστοποίησης προβολής της εφαρμογής visitgreece

Για την προβολή της εφαρμογής, την προηγούμενη χρονιά, όπως και το 2023, έχει δημιουργηθεί ένα QR code, το οποίο προβάλλεται είτε μέσω του αεροδρομίου είτε στα γραφεία πληροφοριών αλλά και σε προϊόντικές καταχωρήσεις του διαφημιστικού προγράμματος.

Παράλληλα, αποστέλλονται 2-3 ενημερωτικά δελτία (newsletter) το μήνα, στο πλαίσιο της προώθησης της εφαρμογής Visit Greece (application) με ειδικές θεματικές ανά εποχή καθώς και ενημερωτικά δελτία (newsletter) που αφορούν σε διαγωνισμούς που μπορούν να συμμετέχουν οι χρήστες της εφαρμογής και με δώρα διαμονή στην Ελλάδα σε κάποιο κατάλυμα.

3. γ) Οπτικοακουστικό υλικό

Στα digital assets του ΕΟΤ συμπεριλαμβάνεται και το οπτικοακουστικό αρχείο του ΕΟΤ. Σε αυτό περιλαμβάνεται αφενός το ιστορικό αρχείο με οπτικοακουστικές παραγωγές από τα τέλη της δεκαετίας του 20, κάποια ιστορικά ντοκιμαντέρ, τα διαφημιστικά σποτ από τη δεκαετία του 90 έως και σήμερα.

Ο ΕΟΤ σήμερα, βάσει των αρμοδιοτήτων του, σχεδιάζει την παραγωγή, την επιμέλεια και την προμήθεια σύγχρονου οπτικοακουστικού υλικού για τη δυναμική προβολή της Ελλάδας, καθώς επίσης και για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων επικοινωνιακών αναγκών, όπως προσδιορίζονται από τους επιμέρους στόχους.

Εκτός από την παραγωγή διαφημιστικών βίντεο σε συνεργασία με διαφημιστικές εταιρείες ή εταιρείες παραγωγής, ή άλλες συνεργασίες με φορείς, συνεργάζεται είτε για τη δημιουργία νέων παραγωγών είτε για τον εμπλουτισμό του αρχείου του με ελεύθερα πλάνα από όλη την Ελλάδα. Το αρχείο αυτό είναι προσβάσιμο σε όλους. Τέλος, συνεργάζεται και συμπράττει με εταιρείες κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών με στόχο την προβολή και προώθηση της Ελλάδας στο εξωτερικό.

Το οπτικοακουστικό υλικό το οποίο δημιουργεί ο ΕΟΤ, προβάλλεται είτε στα περίπτερα των Διεθνών εκθέσεων στις οποίες συμμετέχει στο εξωτερικό και εσωτερικό της χώρας, είτε στην ιστοσελίδα, την εφαρμογή και τα κοινωνικά δίκτυα του visitgreece, είτε στο πλαίσιο δημοσίων σχέσεων του Οργανισμού στο εξωτερικό και το εσωτερικό της χώρας.

3.δ) Φωτογραφικό υλικό

Το πλούσιο φωτογραφικό υλικό του ΕΟΤ περιλαμβάνει ιστορικό αρχείο με φωτογραφίες από τα τέλη της δεκαετίας του 20, μέχρι τις μέρες μας.

Σήμερα, ο ΕΟΤ εξασφαλίζει το απαραίτητο, σύγχρονο φωτογραφικό υλικό, μέσω αναθέσεων σε εξειδικευμένους επαγγελματίες φωτογράφους, μέσω φωτογραφίσεων που πραγματοποιεί με ίδια μέσα, καθώς και μέσω της προμήθειας φωτογραφικού υλικού από φωτοτράπεζες. Παράλληλα, μεριμνά για την αναπαραγωγή του υφιστάμενου υλικού για την εξυπηρέτηση των αναγκών της προβολής που σχεδιάζουν και υλοποιούν η Κεντρική Υπηρεσία, οι Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού και άλλοι φορείς του δημοσίου.

3. ε) Ηλεκτρονικές εκδόσεις ΕΟΤ

Στα digital assets του ΕΟΤ συμπεριλαμβάνονται όλες οι ηλεκτρονικές εκδόσεις του Οργανισμού οι οποίες είναι διαθέσιμες στο κοινό μέσω είτε της ιστοσελίδας του, visitgreece.gr είτε οι πιο παλιές στο ηλεκτρονικό αποθετήριο στην εταιρική ιστοσελίδα του Οργανισμού gnto.gov.gr

Όλες οι ηλεκτρονικές εκδόσεις αναρτώνται στο διαδικτυακό εργαλείο ISSUU, το οποίο προσφέρει τη δυνατότητα εύκολης σελιδοποίησης και φυλλομέτρησης στους χρήστες.

Η ψηφιοποίηση και η ανάρτηση των παλαιότερων εκδόσεων του ΕΟΤ, αναμένεται να γίνει μέσω του έργου του ψηφιακού μετασχηματισμού του ΕΟΤ.

4. Συμμετοχή σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις

Ο ΕΟΤ στο πλαίσιο της αποστολής του σχεδιάζει και καταρτίζει το ετήσιο πρόγραμμα συμμετοχής στις Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις για τη διαμόρφωση του οποίου λαμβάνονται υπόψη μια σειρά από παράγοντες με κυριότερους:

- την επικοινωνιακή στρατηγική, που αναπτύσσει ο Οργανισμός για κάθε αγορά – στόχο
- το ολοκληρωμένο πρόγραμμα προβολής του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, στο οποίο εντάσσεται και η συμμετοχή της Ελλάδας στις διεθνείς εκθέσεις τουρισμού
- τις προτάσεις που υποβάλλουν οι Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού για τις περιοχές αρμοδιότητάς τους
- τα αποτελέσματα του προηγούμενου έτους ως προς τα οφέλη της συμμετοχής ανά διοργάνωση
- το ενδιαφέρον της τουριστικής αγοράς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, για τη συμμετοχή τους, ως συνεκθέτες στο εθνικό τουριστικό περίπτερο και
- τις διαθέσιμες πιστώσεις του Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων (Π.Δ.Ε.) από τις οποίες χρηματοδοτείται το ετήσιο πρόγραμμα εκθέσεων.

Η συμμετοχή έχει στόχο να ενισχύσει την προβολή της Ελλάδας ως ελκυστικού και πολύπλευρου τουριστικού προορισμού και αξιοποιείται ως ένα ακόμη εργαλείο για να επηρεαστεί θετικά η ζήτηση για ταξίδια στην Ελλάδα, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, καθώς και για να προβληθεί συντονισμένα και στοχευμένα η προσφορά του τουριστικού κλάδου σε επιχειρήσεις και προϊόντα.

Για το σκοπό αυτό, ο ΕΟΤ συμμετέχει σε: α) εκθέσεις κοινού & επαγγελματιών (μικτές), β) επαγγελματικές εκθέσεις και γ) θεματικές εκθέσεις που απευθύνονται σε εξειδικευμένο κοινό και επιχειρηματίες.

Ειδικότερα στις εκθέσεις κοινού δίνεται η δυνατότητα σφυγμομέτρησης τη δυναμικής της αγοράς, καταγράφονται νέες τάσεις σε ζητούμενα προϊόντα και εμπειρίες από πλευράς καταναλωτών και παράλληλα, μέσω του ελληνικού περιπτέρου, ενισχύεται η αναγνωρισιμότητα (awareness) και το branding του προορισμού.

Παράλληλα στις αμιγώς επαγγελματικές εκθέσεις ο ΕΟΤ αξιοποιεί περαιτέρω τη συμμετοχή και τα matchmaking συστήματα των διοργανωτών (πλατφόρμες προγραμματισμού επιλεγμένων συναντήσεων), ως μέσο διείσδυσης στην αγορά και αναζήτησης των κατάλληλων συνεργασιών μεταξύ των τουριστικών επιχειρήσεων.

Αξίζει δε να αναφερθεί ότι από το Νοέμβριο 2022 ο ΕΟΤ συμμετέχει με **νέο αρχιτεκτονικό σχεδιασμό περιπτέρου** προσαρμοσμένο στις νέες απαιτήσεις της αγοράς συνδυάζοντας το ισχυρό brand name με την βιωσιμότητά και τις νέες τεχνολογίες.

Η ανάγκη για διατήρηση των σχέσεων με την αγορά και τους πελάτες τους κατά τη διάρκεια της πανδημίας, οδήγησε τους διοργανωτές στην ανάπτυξη των virtual (διαδικτυακών) και hybrid (συνδυασμός φυσικών και διαδικτυακών) εκθέσεων στις οποίες ο ΕΟΤ συμμετείχε με επιτυχία, με τη συμμετοχή μεγάλου αριθμού συνεκθετών. Για το 2023-2024 θα αξιολογηθεί κατά περίπτωση η σκοπιμότητα συμμετοχής σε ανάλογες εκθέσεις.

Το **2023**, λαμβάνοντας υπόψη τους Άξονες Στρατηγικής Μάρκετινγκ του Υπουργείου Τουρισμού, τους γενικούς και ειδικούς στόχους μάρκετινγκ 2023, τους επικοινωνιακούς στόχους, το βασικό προϊόν και τα θεματικά προϊόντα, το πρόγραμμα συμμετοχής του ΕΟΤ σε Διεθνείς Τουριστικές Εκθέσεις, το 2023 περιλαμβάνει δυναμική παρουσία της Ελλάδας σε:

- Σημαντικές και δημοφιλείς εκθέσεις κοινού και επαγγελματιών (μικτές) και αμιγώς επαγγελματικές εκθέσεις/B2B στις κυριότερες κοντινές (short-haul) μεγάλες και μικρότερες αγορές, όπως Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία, Αυστρία, Ελβετία, Ισραήλ, Σκανδιναβικές χώρες και Κάτω χώρες
- Κυριότερες εκθέσεις τρίτων χωρών και μακρινών αγορών (long-haul) που αποτελούν αγορές-στόχους για τον ελληνικό τουρισμό, όπως πχ Ισραήλ, Κίνα, ΗΠΑ, Κορέα και Ντουμπάι.
- Κύριες εκθέσεις βαλκανικών αγορών, από τις οποίες προέρχεται ο κύριος όγκος του οδικού τουρισμού, όπως Σερβία, Ρουμανία, Βουλγαρία
- Θεματικές εκθέσεις ειδικών μορφών τουρισμού (όπως τουρισμός πολυτελείας/θαλάσσιος τουρισμός) σε ευρωπαϊκές χώρες και επιλεκτικά σε τρίτες χώρες, που τυχόν δεν περιλαμβάνονται στο φετινό Στρατηγικό Σχέδιο (π.χ. Ινδία, Σαουδική Αραβία), ωστόσο οι ενέργειες δημοσιότητας συντηρούν τις επαφές με την αγορά.

Κατά το 2023, ο ΕΟΤ προγραμματίζει περαιτέρω αξιοποίηση των ευκαιριών που προσφέρουν οι virtual και hybrid εκθέσεις, για να προσεγγίσει long haul αγορές με μικρότερο κόστος από τη φυσική έκθεση, αλλά και να αξιολογήσει νέες εκθέσεις που δραστηριοποιούνται κυρίως στον τομέα των ειδικών μορφών τουρισμού και τον τουρισμό πολυτελείας.

5. Ταξίδια εξοικείωσης για ταξιδιωτικούς πράκτορες και δημοσιογράφους (fam trips/press trips)

Τα ταξίδια εξοικείωσης αποτελούν ένα βασικό εργαλείο προώθησης του ελληνικού τουριστικού προϊόντος από πλευράς δημοσίων σχέσεων.

Ο ΕΟΤ καταρτίζει και υλοποιεί εκτενές πρόγραμμα ταξιδιών εξοικείωσης για ταξιδιωτικούς πράκτορες (travel agents), δημοσιογράφους -εκπροσώπους ΜΜΕ και influencers από όλες τις αγορές-στόχους, ενώ ταξίδια εξοικείωσης διοργανώνονται και για άτομα κύρους και επιρροής, όπως υψηλόβαθμα στελέχη διαφόρων κλάδων της τουριστικής βιομηχανίας σημαντικές προσωπικότητες, με αποφοίτους (alumni) και ή φοιτητές πανεπιστημίων του εξωτερικού, αλλά και για άλλες ειδικές ομάδες ενδιαφέροντος, αξιολογώντας κατά περίπτωση την σκοπιμότητα υλοποίησής τους για την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Το πρόγραμμα ταξιδιών εξοικείωσης καταρτίζεται κατόπιν προτάσεων της αρμόδιας Δ/σης και των Υπηρεσιών ΕΟΤ Εξωτερικού, ενώ σχεδιάζονται και υλοποιούνται ταξίδια εξοικείωσης και σε συνεργασία με τις Πρεσβείες και τα Γενικά Προξενεία της Ελλάδας στο Εξωτερικό, το Υπουργείο Τουρισμού και άλλους φορείς, δημόσιους ή ιδιωτικούς, όπου απαιτείται, εφόσον προκύψουν προτάσεις που αξιολογούνται ως σκόπιμες και επωφελείς. Βασικό στόχο αποτελεί πάντα η επιλογή/ υπόδειξη προσώπων, τα οποία δύνανται να λειτουργούν ως πρεσβευτές του ελληνικού τουρισμού με δυνατότητα άσκησης επιρροής στο ευρύτερο κοινό αγορών προέλευσης επισκεπτών της χώρας, σε ευρύ κοινό νέων αγορών (π.χ. Ινδία, Σαουδική Αραβία) ή σε ειδικότερα τμήματα των αγορών αυτών.

Για το 2023 και με βάση τον Στρατηγικό Σχέδιο Μάρκετινγκ για το 2023-2024 για τον ελληνικό τουρισμό, έμφαση δίδεται στην εξερεύνηση λιγότερο γνωστών προορισμών, στην προώθηση των city breaks τους πλάγιους μήνες, στην προβολή των θεματικών μορφών τουρισμού (όπως π.χ. τουρισμό υπαίθρου, γαστρονομικό τουρισμό, τουρισμό πολυτελείας, γαμήλιο τουρισμό κλπ.), αλλά και στον συνδυασμό αυτών, προκειμένου να εμπλουτιστεί η προσφορά «δυναμικών πακέτων», ήτοι ελκυστικών προορισμών και εμπειριών. Στόχο αποτελεί επίσης η ανάδειξη και η προβολή της πολυποικίλης ενδοχώρας καθ' όλη τη διάρκεια του έτους τόσο στις κοντινές, όσο και στις πιο μακρινές αγορές (long and short haul).

Ταξίδια εξοικείωσης υλοποιούνται και για τη στήριξη του παραδοσιακού μοντέλου διακοπών ήλιος-θάλασσα, ενώ κατά περίπτωση, δύνανται να πραγματοποιούνται ταξίδια εξοικείωσης και σε μήνες τουριστικής αιχμής. Κατά την κατάρτιση του προγράμματος επίσης, έμφαση δίδεται στη βιωσιμότητα και την προστασία του περιβάλλοντος και στο αίσθημα της υγειονομικής ασφάλειας.

Για την υλοποίηση των ταξιδιών εξοικείωσης, ο ΕΟΤ έχει εδραιώσει εποικοδομητική και προς αμοιβαίο όφελος συνεργασία με τους φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης (ΟΤΑ α' & β' βαθμού), άλλους τοπικούς φορείς και επιχειρήσεις, καθώς και πολιτιστικούς φορείς ανά την Ελλάδα.

6. Δημόσιες σχέσεις και ενέργειες δημοσιότητας

Η «εικόνα» της Ελλάδας, ως ελκυστικού και ασφαλή τουριστικού προορισμού και η ανάδειξη της ποικιλομορφίας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος υποστηρίζονται με ενέργειες και δράσεις που ενισχύουν τον δωδεκάμηνο τουρισμό, με έμφαση στον τουρισμό ειδικών ενδιαφερόντων όπως: πολιτιστικός, γαστρονομικός και οινoturρισμό, ως οριζόντιες θεματικές, υπαίθρου και δραστηριοτήτων, αθλητικός, γαμήλιος, χειμερινός/ορεινός τουρισμός, τουρισμός πόλεων (city break),

πολυτελείας, ΛΟΑΤΚΙ καθώς και λοιπές μορφές, λαμβάνοντας υπόψη τον διεθνή ανταγωνισμό και τις σύγχρονες τουριστικές τάσεις

Ως εκ τούτου, αξιοποιώντας τα σύγχρονα ψηφιακά εργαλεία, την εκάστοτε διαφημιστική καμπάνια, τους άξονες της στρατηγικής marketing, ο ΕΟΤ κατά την διάρκεια του 2023- 2024:

- Διοργανώνει, συνδιοργανώνει και συμμετέχει σε διεθνείς εκδηλώσεις σε συνεργασία με το δίκτυο επαφών που διαθέτει στην Ελλάδα και το Εξωτερικό, καθώς και με το δίκτυο Υπηρεσιών ΕΟΤ Εξωτερικού, για την προβολή της εικόνας της χώρας και την εξυπηρέτηση των επιμέρους στόχων επικοινωνίας.
- Υποστηρίζει διοργανώσεις τρίτων, ιδιαίτερα καινοτόμες πρωτοβουλίες, εκδηλώσεις με τη συμμετοχή προσωπικοτήτων του τουρισμού, της τέχνης, του πολιτισμού, του αθλητισμού, της μόδας, κ.τ.λ. και λοιπές δράσεις προβολής και ανάδειξης της ποικιλομορφίας του ελληνικού τουριστικού προϊόντος, ειδικές εκδηλώσεις θεματικού τουρισμού και δράσεις που προβάλλουν το σύγχρονο πρόσωπο της χώρας με στόχο τις δυνατότητες για πραγματοποίηση ταξιδιών εμπειρίας καθόλη την διάρκεια του έτους. Συμμετέχει οικονομικά σε ενέργειες τρίτων, φορέων του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, στην Ελλάδα και στο εξωτερικό έναντι αντισταθμιστικών οφελών και μέσω αγοράς χορηγικών επικοινωνιακών πακέτων. Ειδικότερα συμμετέχει οικονομικά σε επιλεγμένες ενέργειες και δράσεις προβολής που λαμβάνουν χώρα στην Ελλάδα που αποσκοπούν στην τόνωση του εγχώριου τουρισμού και των τοπικών οικονομιών καθόλη τη διάρκεια του έτους.
- Ενισχύει την ανάπτυξη σχέσεων και συνεργασιών με πανεπιστημιακές κοινότητες, φορείς και ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος που θα αποτελέσουν τους μελλοντικούς, εν δυνάμει, διαμορφωτές κοινής γνώμης (opinion leaders) για τον ελληνικό τουρισμό. Παράλληλα, ενισχύεται η συμμετοχή του ΕΟΤ σε διεθνείς οργανισμούς και η συνεργασία με άλλους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού (π.χ. μέσω ενεργούς συμμετοχής σε συνδέσμους εθνικών οργανισμών τουρισμού στις χώρες που δραστηριοποιούνται οι Υπηρεσίες Εξωτερικού).
- Διοργανώνει ίδιες εκδηλώσεις ή και συνδιοργανώνει και συμμετέχει, σε workshops, roadshows και webinars στην Ελλάδα και στο εξωτερικό.
- Επιδιώκει την προσέλκυση κινηματογραφικών ελληνικών και ξένων παραγωγών και συμπαραγωγών διεθνούς εμβέλειας, καθώς και τηλεοπτικών παραγωγών, που προβάλλουν την χώρα, συντονίζοντας όλες τις αρμόδιες υπηρεσίες του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, για την επίτευξη των διαδικασιών χορήγησης πάσης φύσεως αδειών και λοιπών διευκολύνσεων προς τα κινηματογραφικά συνεργεία. Εξετάζει κατά περίπτωση τη δυνατότητα συμμετοχής του έναντι αντισταθμιστικών οφελών προβολής.
- Επιδιώκει την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα μέσω των Υπηρεσιών ΕΟΤ Εξωτερικού ή /και σε συνεργασία με άλλους φορείς του τουρισμού.
- Παραχωρεί την αιγίδα του σε επιλεγμένες δράσεις, πρωτοβουλίες και λοιπές εκδηλώσεις που σχεδιάζονται και υλοποιούνται από ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς, στοχεύοντας στην ενεργή υποστήριξη και την ανάδειξη των πρωτοβουλιών και της δημιουργικότητάς τους. Κατά περίπτωση, είναι δυνατόν να παρέχεται από τους φορείς, ως αντισταθμιστικό όφελος προς τον ΕΟΤ, τεχνογνωσία και υποστήριξη σε ειδικά θέματα.
- Συμμετέχει σε ενέργειες που επιβάλλονται από τους κανόνες της σύγχρονης εθιμοτυπίας (όπως προσφορά φιλοφρονήσεων κ.λ.π.).
- Συνάπτει μνημόνια συνεργασίας με φορείς του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, οργανισμούς, εταιρείες με τρίτους νομικά ή φυσικά πρόσωπα στην Ελλάδα και το εξωτερικό, την παρακολούθηση της υλοποίησής τους και τον απολογισμό τους.

7. Έντυπο υλικό

Τουριστικά φυλλάδια, λευκώματα, χάρτες και Οδηγοί πόλεων Αθήνας & Θεσσαλονίκης.

Το υλικό συμβάλλει στην ενίσχυση της τοποθέτησης της Ελλάδας (positioning: Ελλάδα και ανάδειξη αυθεντικών εμπειριών θεματικού τουρισμού), των θεματικών προϊόντων και ειδικών μορφών τουρισμού, καθώς και στην αύξηση του ενδιαφέροντος των ταξιδιωτών για τον προορισμό.

Τα θεματικά φυλλάδια και οι χάρτες ειδικά σχεδιασμένοι για να παρέχουν ευρύ φάσμα πληροφοριών σχετικά με τους τουριστικούς πόλους έλξης βάσει των ειδικών θεματικών μορφών και επικεντρώνουν στην προσπάθεια προβολής της χώρας όχι μόνο ως γεωγραφικού προορισμού αλλά ως μιας **συνολικής εμπειρίας**. Επίσης είναι πλήρως διασυνδεδεμένοι με την διαδικτυακή πύλη του ΕΟΤ μέσω επίσημου γραμμωτού κώδικα διπλής διάστασης (QR Code).

Οι **τουριστικοί οδηγοί της πόλης της Αθήνας και της Θεσσαλονίκης** προβάλλουν με λεπτομέρεια το σύνολο των εμπειριών και δυνατοτήτων που προσφέρουν οι δυο πόλεις για διαμονή πολυήμερη ή και ολιγοήμερη-city break.

Τα θεματικά φυλλάδια, οι χάρτες και οι τουριστικοί οδηγοί των πόλεων διανέμονται από τα γραφεία πληροφοριών, τις τουριστικές εκθέσεις που συμμετέχει ο ΕΟΤ, στο πλαίσιο των εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων στο εσωτερικό και εξωτερικό και επίσης **παρέχονται ηλεκτρονικά από την ιστοσελίδα του ΕΟΤ**. Ο ΕΟΤ δεν εκδίδει πλέον τουριστικούς οδηγούς περιφερειών, οι οποίοι αναμένεται να εκδίδονται από τις αρμόδιες Περιφέρειες της χώρας μας.

Το 2022 εκδόθηκαν από τον Οργανισμό τέσσερις **(4) θεματικοί χάρτες της χώρας** όπου παρουσιάζονται οδοιπορικά ανά την Ελλάδα με άξονες το κρασί, την ελληνική παραγωγή τυριών αλλά και τις εμπειρίες στη φύση και τα πολιτιστικά μνημεία της χώρας. Επιπλέον ο ΕΟΤ εξέδωσε το λεύκωμα **«Κάστρα της Ελλάδας»** στην αγγλική και ελληνική γλώσσα με στόχο να προβληθούν ενιαία μνημεία της χώρας που είναι λιγότερο αναγνωρίσιμα από τους επισκέπτες και τέλος το **ειδικό εταιρικό έντυπο του Οργανισμού** για την επικοινωνία με Β2Β κοινό με την ιστορική αναδρομή του φορέα αλλά και σημαντικές πληροφορίες για τη σημερινή αποστολή και το ρόλο του στην προβολή του ελληνικού τουρισμού. Για το 2023 προγραμματίζεται ο **επανασχεδιασμός θεματικών εντύπων του Οργανισμού** τόσο αισθητικά όσο και από πλευράς περιεχομένου, προκειμένου να καλυφθεί η ζήτηση για giveaways σε γεγονότα δημοσίων σχέσεων, αλλά και αιτήματα τρίτων για τη διάθεση έντυπου υλικού του ΕΟΤ.

8. Διαφημιστικά δώρα με την εταιρική ταυτότητα του ΕΟΤ

Ο ΕΟΤ μεριμνά για την προμήθεια χρηστικών ή/και διακοσμητικών αντικειμένων με την εταιρική του ταυτότητα προκειμένου να διατεθούν, ως φιλοφρονητικά δώρα.

Επίσης, μεριμνά για το σχεδιασμό και την παραγωγή καλαίσθητων και οικολογικών διαφημιστικών-προωθητικών δώρων, με χαμηλό περιβαλλοντικό αποτύπωμα, επιλεγμένα με γνώμονα την προστασία του περιβάλλοντος και τις αρχές της βιωσιμότητας και αειφόρου ανάπτυξης.

Η παραγωγή διαφημιστικών δώρων με την εταιρική ταυτότητα του ΕΟΤ καλύπτει εκτός των άλλων τις φιλοφρονητικές ανάγκες των Δημοσίων Σχέσεων του Οργανισμού και, ταυτόχρονα, λειτουργεί ως έμμεση προώθηση του brand Ελλάδα, αλλά και της ιστοσελίδας και των σελίδων που διατηρεί ο ΕΟΤ στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Καθώς τα δώρα καλύπτουν διακοσμητικές και χρηστικές ανάγκες των

χρηστών, έχουν μεγαλύτερο κύκλο ζωής από τα έντυπα, αποτελούν ταυτόχρονα ένα είδος “υπενθύμησης” του brand Ελλάδα, αλλά και του τρόπου επικοινωνίας των ενδιαφερομένων μαζί του.

9. Στατιστικά στοιχεία-Μελέτες-Έρευνες αγοράς

Ο ΕΟΤ σχεδιάζει τις δράσεις του κατόπιν απολογισμού και αξιολόγησης των προγραμμάτων του λαμβάνοντας υπόψη:

- Τα στοιχεία εισερχόμενης και εγχώριας τουριστικής κίνησης
- Τις διεθνείς τάσεις στον τουρισμό
- Το προφίλ των αγορών-στόχων
- Τις εξελίξεις στο εγχώριο και διεθνές πολιτικό, οικονομικό και κοινωνικό περιβάλλον.

Για το σκοπό αυτό ο Οργανισμός:

- μελετά τον ανταγωνισμό, ερευνά το perception για την Ελλάδα αλλά και το μερίδιο της χώρας έναντι του ανταγωνισμού στις αγορές και τα κοινά στόχους.
- συλλέγει, μελετά και αξιοποιεί στατιστικά στοιχεία, μελέτες και έρευνες που έχουν εκπονηθεί από διεθνή και ευρωπαϊκά όργανα που ασχολούνται με τον τουρισμό, δημόσιους, ιδιωτικούς και συλλογικούς φορείς της Ελλάδας και του εξωτερικού, διεθνή και ελληνικά χρηματοπιστωτικά ιδρύματα.
- προμηθεύεται μέρος ή το όλον από μελέτες ή έρευνες σε αγορές – στόχους που καταγράφουν τις ταξιδιωτικές τάσεις και την καταναλωτική συμπεριφορά των δυνητικών τουριστών ως προς ένα σύνολο χωρών.
- Δύναται να διενεργεί ειδικά σχεδιασμένες πρωτογενείς έρευνες σχετικές με τα κίνητρα ταξιδιού και τα κριτήρια επιλογής προορισμού των κοινών στις αγορές στόχους, το επίπεδο ικανοποίησης του επισκέπτη, καθώς και άλλα ειδικότερα ζητήματα.
- Δύναται να διενεργεί πρωτογενείς έρευνες σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμών, όπως οι επαγγελματίες του τουρισμού, οι διαμορφωτές τάσεων και γνώμης σχετικά με τον τουρισμό.

Η συλλογή των στοιχείων και η διενέργεια ερευνών μπορεί να πραγματοποιείται είτε με ίδια μέσα (μέσω του δικτύου των Υπηρεσιών ΕΟΤ Εξωτερικού και με αξιοποίηση των δυνατοτήτων που παρέχει το διαδίκτυο), όσο και μέσω ανάθεσης σε εξειδικευμένες εταιρείες ερευνών, καθώς και μέσω συνδρομής σε διεθνείς οργανισμούς αλλά και εταιρίες παροχής τουριστικών ποσοτικών και ποιοτικών δεδομένων.

A. Η δαπάνη για την υλοποίηση της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του ΕΟΤ για τα έτη 2023-2024, θα βαρύνει τον Τακτικό Προϋπολογισμό του ΕΟΤ και το έργο 2022ΣΑΝΑ51100000 «*Διαφήμιση-Προβολή Διαφημιστικών Προγραμμάτων*» του Τομεακού Προγράμματος για τον Τουρισμό (ΤΠΑ) του Εθνικού Προγράμματος Ανάπτυξης (ΕΠΑ).

B. Οι αρμόδιες Διευθύνσεις Τουριστικής Προβολής και Δημοσίων Σχέσεων, σε συνεργασία με τις λοιπές Διευθύνσεις της Κεντρικής Υπηρεσίας και με τις Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού, εξειδικεύουν τις ως άνω επιμέρους δράσεις και προβαίνουν στην υποβολή πρότασης ετήσιου προγραμματισμού δράσεων και κατανομής του οικείου Προϋπολογισμού, αμέσως μετά την έγκριση και δέσμευση των σχετικών πιστώσεων για λογαριασμό του ΕΟΤ. Οι εξελίξεις στις αγορές, παρακολουθούνται από τις

αρμόδιες υπηρεσίες συνεχώς, καθ' όλη τη διάρκεια του έτους, και λαμβάνεται μέριμνα για την έγκαιρη προσαρμογή των σχετικών προγραμμάτων, όταν και όπως απαιτείται.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΕΟΤ

ΔΗΜΗΤΡΗΣ ΦΡΑΓΚΑΚΗΣ

ΠΙΝΑΚΑΣ ΑΠΟΔΕΚΤΩΝ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ:

- 1) ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΕΟΤ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ
- 2) Δ/ΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
 - ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
 - ΤΜΗΜΑ ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΩΝ ΜΕΣΩΝ ΚΑΙ ΠΑΡΑΓΩΓΩΝ
 - ΤΜΗΜΑ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ
- 3) Δ/ΝΣΗ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΚΟΙΝΟΠΟΙΗΣΗ:

- 1) Δ/ΝΣΗ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ & ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ
- 2) Δ/ΝΣΗ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
- 3) Δ/ΝΣΗ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΩΝ ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ
- 2) ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
 - ΓΕΝΙΚΗ Δ/ΝΣΗ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΟΛΙΤΙΚΗΣ (με την παράκληση να κοινοποιηθεί στις αρμόδιες Δ/νσεις)

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ:

- 1) Γραφείο ΓΓ ΕΟΤ
- 2) Γραφείο Προέδρου ΕΟΤ
- 3) Γενική Δ/νση Διοίκησης, Οργάνωσης και Προβολής