



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΓΕΝΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΒΟΛΗΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΕΡΕΥΝΑΣ ΑΓΟΡΑΣ & ΔΙΑΦΗΜΙΣΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΦΗΜΙΣΤΙΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ
-ΣΥΝΕΔΡΙΩΝ-ΕΚΘΕΣΕΩΝ
Πληροφορίες : Ι.Διαμαντίδη, Π.Σαγάνας
Τηλέφωνο : 210 8707150, 210 8707023
E-mail : diamantidi_i@gnto.gr , saganas_p@gnto.gr

ΑΔΑ: 7ΔΚ4469ΗΙΖ-ΡΓΒ

ΑΘΗΝΑ, 16/11/2017

Α.Π.: 13927

ΠΡΟΣ: ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ Π.Δ.

ΘΕΜΑ : Έγκριση της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την διετία 2017-2018.

Σχετ: Η με αρ.πρ. ΕΟΤ 686/18.01.2017 Στρατηγική του Υπουργείου Τουρισμού 2017-2018.

Α Π Ο Φ Α Σ Η **Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ Ε.Ο.Τ.**

Έχοντας υπ' όψιν :

1. Τις διατάξεις του Α.Ν. 1565/50, όπως κυρώθηκε με τον Ν.1624/51 και με τις μεταγενέστερες τροποποιήσεις ισχύει σήμερα.
2. Τον οικονομικό Κανονισμό του ΕΟΤ Β.Δ. 29/4/1952(ΦΕΚ 119/Α), όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με την α.π. 539764/8-9-1976 Υ.Α. (ΦΕΚ 1304/Β) και Υ.Α. 537955/126/20-11-1987 (ΦΕΚ 720/Β).
3. Τις διατάξεις των Νόμων 2160/1993 (ΦΕΚ 118/Α/19-07-1993) «Ρυθμίσεις για τον Τουρισμό και άλλες διατάξεις», 3270/2004 (ΦΕΚ 187/Α/11-10-04) «Αρμοδιότητες Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα Τουρισμού», 3756/2009 (ΦΕΚ 53/Α/31-03-2009) « Ρυθμίσεις για τα Όργανα Διοίκησης του ΕΟΤ».
4. Τις συνδυασμένες διατάξεις του ν.2362/1995 (ΦΕΚ217/Α) και του Π.Δ. 60/2007 (ΦΕΚ64/Α/16.307) περί προσαρμογής της Ελληνικής Νομοθεσίας στις διατάξεις της οδηγίας 2004/18/ΕΚ.
5. Το Ν. 3861/2010 (ΦΕΚ 112/α/13.7.2010) «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικητικών οργάνων στο διαδίκτυο «Πρόγραμμα Διαύγεια» και άλλες διατάξεις».
6. Το Ν. 4049/12, άρθρο 34 σύμφωνα με το οποίο «Αντικαθίσταται το άρθρο 16 του από 24.4.1952 βασιλικού διατάγματος (Α' 119)
7. Τις διατάξεις του 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.
8. 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 σήμερα.
9. Το άρθρο 66 του Ν. 4270/14 (Φ.Ε.Κ. 143/Α'/28-6-2014) «Αρχές Δημοσιονομικής Διαχείρισης και Εποπτείας (ενσωμάτωση της Οδηγίας 2011/85/ΕΕ – Δημόσιο Λογιστικό και άλλες διατάξεις»,) όπως αντικαταστάθηκε με την παρ. 21 του άρθρου 10 του Ν. 4337/2015 (ΦΕΚ 129/Α).
10. Το Π.Δ. 343/2001 (ΦΕΚ 231/Α/ 11-10-01) «Οργανισμός διάρθρωσης Υπηρεσιών Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού».

11. Τις διατάξεις του Π.Δ. 80/16 περί ανάληψης υποχρεώσεων από τους Διατάκτες και τις σχετικές εγκυκλίους επί της εφαρμογής του.
12. Την υπ' αριθμ. 22857/06-1-2015 (ΦΕΚ 793/ΥΟΔΔ/06.11.2015) Απόφαση του Υπουργού και της Αναπληρώτριας Υπουργού Οικονομίας, Ανάπτυξης & Τουρισμού περί διορισμού Γενικού Γραμματέα Ε.Ο.Τ.
13. Το Π.Δ. 123 (ΦΕΚ 208/Α'/04-11-2016) περί ανασύστασης και μετονομασίας Υπουργείων.
14. Το Π.Δ. 124 (ΦΕΚ 209/Α'/05-11-2016) περί αποδοχής παραίτησης Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών και Υφυπουργών.
15. Το Π.Δ. 125 (ΦΕΚ 210/Α'/05-11-2016) περί διορισμού Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών.
16. Την υπ' αριθ. 6196/27.03.2015 Απόφαση Υπουργού και της Αναπληρώτριας Υπουργού Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού (ΦΕΚ 210/ΥΟΔΔ/01.04.2015) περί διορισμού Προέδρου, Αντιπροέδρου και μελών του Διοικητικού Συμβουλίου Ε.Ο.Τ. καθώς και τις υπ' αριθ. 25222/07.12.2015 (ΦΕΚ 895/ΥΟΔΔ και ΦΕΚ 896/ΥΟΔΔ/07.12.2015) και 8110/25-04-2016 (ΦΕΚ 228/ΥΟΔΔ/05-05-2016) και 23602/9.10.2016 (ΦΕΚ 688/ΥΟΔΔ/15.12.2016) όμοιες τροποποιητικές αυτής.
17. Την Απόφαση 45 /ΦΕΚ 2587/01.12.2015 περί μεταβίβασης αρμοδιοτήτων στον Γενικό Γραμματέα Ε.Ο.Τ.
18. Το έργο 2012ΣΕ01100000 «Διαφήμιση – Προβολή Διαφημιστικών Προγραμμάτων» του Π.Δ.Ε. του ΕΟΤ έτους 2017 με Κ.Α.Ε. 9491.15.
19. Τον Τακτικό Προϋπολογισμό του ΕΟΤ έτους 2017 με ΚΑΕ 9891. 01
20. Το Ν. 4412/2016 (ΦΕΚ Α' 147/8.8.2016) «Δημόσιες συμβάσεις έργων, προμηθειών και υπηρεσιών (προσαρμογή στις Οδηγίες 2014/24/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ).
21. Την υπ' αρ. 24976/30.12.2016 (ΑΔΑ: 71ΗΧ465ΧΥΟ-9Υ1) απόφαση Υπουργού Τουρισμού περί έγκρισης Προϋπολογισμού Εσόδων – Εξόδων και Π.Δ.Ε. Εθνικών Πόρων του ΕΟΤ Ν.Π.Δ.Δ. οικ. έτους 2017.
22. Την υπ' αρ. 24976/30.12.2016 (ΑΔΑ: 71ΗΧ465ΧΥΟ-9Υ1) απόφαση Υπουργού Τουρισμού περί έγκρισης Προϋπολογισμού Εσόδων – Εξόδων και Π.Δ.Ε. Εθνικών Πόρων του ΕΟΤ Ν.Π.Δ.Δ. οικ. έτους 2017.
23. Το νέο όραμα του Ελληνικού τουρισμού το οποίο απαιτεί τη δόμηση ισχυρής στρατηγικής επικοινωνίας ικανής να προβάλλει αποτελεσματικά το διαφοροποιημένο Ελληνικό ποιοτικό τουριστικό προϊόν, να ανταποκριθεί στη ρευστότητα της διεθνούς τουριστικής ζήτησης, του εντεινόμενου ανταγωνισμού και να προσελκύσει τους καταναλωτές τουρίστες/έμπειρους ταξιδιώτες οι οποίοι πλέον είναι πολύ ευαίσθητοι στην ποιότητα και πιο επικριτικοί.
24. Την ανάγκη επικαιροποίησης στρατηγικού σχεδίου για την προώθηση και προβολή του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού σύμφωνα με τις σύγχρονες πρακτικές, την επιστήμη του τουριστικού μάρκετινγκ και τον διεθνή ανταγωνισμό.
25. Το γεγονός ότι οι συνθήκες (κοινωνικές, οικονομικές και πολιτικές) που επικρατούν στην διεθνή τουριστική αγορά έχουν διαφοροποιηθεί σημαντικά σε σχέση με εκείνες που ίσχυαν κατά την τουριστική περίοδο της προηγούμενης τριετίας.
26. Την με Α.Π. 686/18.01.2017 Στρατηγική του Υπουργείου Τουρισμού για την διετία 2017-2018.
27. Την με αρ.πρ. 817/20.10.2017 ενημέρωση προς τον Γενικό Γραμματέα ΕΟΤ και την σύμφωνη γνώμη αυτού.
28. Την εισήγηση του Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ με αρ. πρωτ. 62/24.10.2017 και την υπ' αριθ. 62/12¹ Συνεδρίαση /24.10.2017 απόφαση ΔΣ ΕΟΤ.

ΑΠΟΦΑΣΙΖΟΥΜΕ

Α) Την έγκριση του γενικού πλαισίου στρατηγικής προώθησης και προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την διετία 2017- 2018, όπως περιγράφεται στις παρακάτω ενότητες δράσεων:

Ζητούμενα Επικοινωνίας

Οι στόχοι επικοινωνίας για την διετία 2017-2018 είναι οι κάτωθι:

- Αναβάθμιση του sea and sun σε ανώτερο επίπεδο.

- Ανάδειξη και προβολή στη διεθνή αγορά νέων και άγνωστων ελληνικών προορισμών 365 μέρες το χρόνο.
- Δυναμικό επαναλανσάρισμα του τουριστικού branding της Ελλάδας ως κορυφαίου τουριστικού προορισμού στοχευμένο ανά χώρα στόχο.
- Ανάδειξη της Ελλάδας σε κορυφαίο, ασφαλή, πολυνησιακό προορισμό που προσφέρει αυθεντικές εμπειρίες θεματικού τουρισμού 12 μήνες το χρόνο, τον πιο ανταγωνιστικό στην Ευρώπη.
- Ενδυνάμωση της προώθησης ως top επιλογή “Worldwide Destination”: sea and sun, luxury διακοπών, κρουαζιέρας και yachting.
- Στοχευμένη και ανταγωνιστική προώθηση θεματικών τουριστικών εμπειριών 365 μέρες το χρόνο καθώς και του City Break Αθήνας και Θεσσαλονίκης.
- Ενδυνάμωση και δυναμική προώθηση στις νέες αγορές, όπως Εμιράτα, Σαουδική Αραβία, Αίγυπτος, Κίνα, Ινδία, Κορέα, Νότια Αμερική.

Η συνέργεια των δράσεων του τουρισμού με τον πολιτισμό και η ανάδειξη της πλούσιας πολιτιστικής κληρονομιάς και πολιτισμικής ταυτότητας της χώρας, σε συνδυασμό με αθλητικά και άλλα διεθνούς εμβέλειας δρώμενα θα συμβάλει στην αναβάθμιση και διάκριση του τουριστικού προϊόντος.

Επικοινωνιακό Positioning

Ο στόχος είναι να καταστεί η Ελλάδα κορυφαίος τουριστικός προορισμός τόσο στο sea and sun, όσο και στον εναλλακτικό τουρισμό προσφέροντας μοναδικές αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες ανά destination - 365 μέρες το χρόνο, με κυρίαρχο στοιχείο πάντα την αυθεντική ελληνική φιλοξενία- ταυτότητα.

Τοποθέτηση Προϊόντος (Product placement)

Η επιτυχημένη τοποθέτηση του τουριστικού προϊόντος αποτελεί ένα ισχυρό εργαλείο μακροπρόθεσμου σχεδιασμού της τουριστικής ανάπτυξης μιας χώρας, επειδή μπορεί να προσδιορίσει τον τρόπο με τον οποίο αυτή γίνεται αντιληπτή ως ταξιδιωτικός προορισμός από τους καταναλωτές-τουρίστες. Προκειμένου το τουριστικό προϊόν της Ελλάδας να ξεχωρίσει από των ανταγωνιστριών χωρών πρέπει να διαφοροποιηθεί και να αναδειχθεί η ιδιαιτερότητά του, έτσι ώστε να τοποθετηθεί στην αντίληψη του καταναλωτή με βάση ένα ανταγωνιστικό πλεονέκτημα διαφορετικό από αυτό της τιμής. Το νέο όραμα του Ελληνικού τουρισμού (Ελλάδα = κλασικός, ιστορικός, ανθρωποκεντρικός, αυθεντικός, παραδοσιακός και ταυτόχρονα σύγχρονος προορισμός για όλες τις εποχές του χρόνου, που προσφέρει μοναδικές εμπειρίες) απαιτεί ισχυρή στρατηγική τοποθέτηση της τουριστικής προσφοράς της χώρας που θα είναι ικανή να προβάλλει αποτελεσματικά το διαφοροποιημένο ποιοτικό προϊόν, να ανταποκριθεί στη ρευστότητα της ολόένα διευρυνόμενης διεθνούς τουριστικής ζήτησης και στον συνεχώς εντεινόμενο ανταγωνισμό που υπόκεινται οι εγχώριες τουριστικές επιχειρήσεις και τέλος να προσελκύσει όσο το δυνατόν περισσότερους καταναλωτές – τουρίστες, οι οποίοι είναι πλέον έμπειροι ταξιδιώτες, ιδιαίτερα απαιτητικοί και πολύ ευαίσθητοι στη σχέση τιμής/ποιότητας. Προτείνεται η δημιουργία πακέτων ανά θεματική κατηγορία και ανά περιφέρεια, μέσω των οποίων θα προβληθούν οι θετικές ιδιότητες της Ελλάδας (χώρα ασφαλής, με ποικιλομορφία) καθιστώντας την έναν ανταγωνιστικό οικογενειακό και οικονομικό προορισμό, ικανό να εκπληρώνει τις ανάγκες και τις επιθυμίες των επισκεπτών, καθ’όλη την διάρκεια του έτους. Τέλος, λαμβάνοντας υπόψη τους διαθέσιμους οικονομικούς πόρους για την διετία 2017-2018, θα πρέπει να επιλεγούν τα πιο αποτελεσματικά επικοινωνιακά μέσα που θα εξυπηρετούν τους στρατηγικούς στόχους μιας ισχυρής ταυτότητας καθώς και της προώθησης της εικόνας της Ελλάδας ως επιθυμητού προορισμού.

Προτεινόμενες ενέργειες προώθησης και προβολής (Marketing Mix)

Συνδιαφήμιση: Συνεργασίες με Τουριστικούς Οργανισμούς, ΤΟς και ταξιδιωτικούς πράκτορες.

Η Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ και τα Γραφεία του εξωτερικού συνεργάζονται με εξειδικευμένους Τουριστικούς Οργανισμούς, Tour Operators και ταξιδιωτικούς πράκτορες, προκειμένου να προβάλλουν τις κατά τόπους περιοχές και το τουριστικό προϊόν της χώρας, μέσω κοινών προγραμμάτων συνδιαφήμισης και κατόπιν υποβολής προτάσεων των Τ.Ο’ς. Εντός της επόμενης διετίας προτείνεται να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στην συγκεκριμένη μορφή διαφήμισης, αποσκοπώντας:

- Στην ενδυνάμωση των προκρατήσεων στις αγορές του εξωτερικού

- Στην επέκταση της τουριστικής περιόδου και την άμβλυση της εποχικότητας
- Στην αύξηση του capacity των πτήσεων σε νέους ελληνικούς προορισμούς του κάθε Tour Operator
- Στην αύξηση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης προς Ελλάδα

Η ως άνω μορφή προβολής άρχεται με πρωτοβουλία και πρόταση του αντισυμβαλλόμενου Tour Operator προς τον ΕΟΤ και υλοποιείται με από κοινού χρηματοδότηση. Η συνδιαφήμιση με τους Tour Operators καλύπτει την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος στην χαμηλού εισοδηματικού επιπέδου τάξη των αγορών-στόχων, επιτρέποντας τη στόχευση των διαθέσιμων κονδυλίων προβολής του ΕΟΤ στην μέση και ανώτερη εισοδηματική τάξη.

Διαδίκτυο – Social Media :

Το γεγονός ότι η συντριπτική πλειοψηφία παγκόσμιας κοινότητας, ενημερώνεται και λειτουργεί μέσα από το διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, σε ό,τι αφορά στη διαδικασία επιλογής προορισμού διακοπών, καθιστά το διαδίκτυο και τα social media ως τα ισχυρότερα και αμεσώτερα «οχήματα επικοινωνίας». Ειδικότερα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δίνουν τη δυνατότητα ταχείας και άμεσης πληροφόρησης και επηρεασμού του κοινού και καθιστούν αναγκαία την επιλογή τους ως των πλέον αποτελεσματικών, αξιόπιστων, ποιοτικών και καινοτόμων μέσων επικοινωνίας. Τα μέσα αυτά έχουν ήδη ενισχύσει την Επικοινωνιακή Οντότητα της Ελλάδας ως Τουριστικού Προορισμού στην προσπάθεια της να προσεγγίσει ένα σημαντικό ποσοστό του παγκόσμιου διαδικτυακού audience που διαμορφώνει την κοινή γνώμη (KOLs) εξασφαλίζοντας συγχρόνως στον διαχειριστή τους ένα αυτόνομο «βήμα» επικοινωνίας των αυθεντικών χαρακτηριστικών που αποτελούν πόλο έλξης των επισκεπτών. Για το λόγο αυτό συνεχίζεται κατά προτεραιότητα η επένδυση στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, στοχεύοντας στο fan growth των ήδη υπάρχοντων καναλιών του ΕΟΤ στα μέσα αυτά (Facebook, Twitter, Instagram κ.τ.λ) και δημιουργώντας λογαριασμούς σε νέα πιο σύγχρονα μέσα που έχουν κερδίσει το ενδιαφέρον της παγκόσμιας κοινότητας και χρησιμοποιούνται ως βασικά εργαλεία στο τουριστικό marketing, όπως για παράδειγμα το snapchat. Προϋπόθεση για την επιτυχία κάθε ενέργειας που σχετίζεται με το διαδίκτυο και τα social media είναι η ολική αναβάθμιση και επανασχεδιασμός της κεντρικής πύλης του ΕΟΤ (www.visitgreece.gr) ως βασικού εργαλείου εξωστρέφειας. Ο ΕΟΤ και η αρμόδια Δ/ση, προκειμένου να αυξήσουν την επισκεψιμότητα των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, θα χρησιμοποιήσουν όλα τα σύγχρονα διαθέσιμα μέσα για τη συνεχή τροφοδότηση της διαδικτυακής πλατφόρμας του ΕΟΤ με ειδικό περιεχόμενο (νέα σύγχρονα τουριστικά κείμενα, πλούσιο φωτογραφικό υλικό από όλες τις περιοχές της Ελλάδας). Προϋπόθεση αποτελεί επίσης η άμεση αναβάθμιση της ιστοσελίδας προκειμένου να είναι συμβατή με κινητές συσκευές (smartphones, tablets κτλ) καθώς και η μέριμνα μετάφρασης του περιεχομένου της σε τουλάχιστον 2 γλώσσες, πέραν της αγγλικής. Ακόμη, στην ίδια λογική με την κεντρική πύλη και ακολουθώντας την στρατηγική της διαδικτυακής επικοινωνίας του Οργανισμού, όλα τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, στις χώρες-περιοχές δικαιοδοσίας, οφείλουν να αναπτύξουν διαδικτυακούς τόπους μικρού βάθους και σελίδες στις τοπικές γλώσσες στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, υπό το συντονισμό της Δ/σης Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης του ΕΟΤ. Με τον τρόπο αυτό, δημιουργείται ένα διεθνές δίκτυο επικοινωνίας το οποίο αυτοδιαχειρίζεται ο Οργανισμός και το οποίο αποτελεί τη βάση της συνεχούς επικοινωνίας του.

Διαφήμιση on-line

- Προτεραιότητα αποτελεί η έμφαση στα digital media ως κύριου μέσου προβολής του ελληνικού τουρισμού καθώς και η συνέχιση της επένδυσης στα διαδικτυακά μέσα διεθνούς επιρροής και εμβέλειας. Αυτό επιτυγχάνεται με τοποθέτηση διαδραστικών banners, αναδυόμενων παραθύρων (pop up windows) και υπερσυνδέσεων (hyperlinks) σε όλες τις δημοφιλείς μηχανές κρατήσεων (booking engines) και σε μηχανές αναζήτησης ευρείας χρήσης. Η εφαρμογή των ανωτέρω θα υλοποιηθεί σε συνδυασμό με τη χρήση τεχνικών βελτιστοποίησης των αποτελεσμάτων που θα εξάγουν οι μηχανές αναζήτησης σχετικά με την αύξηση της επισκεψιμότητας της ιστοσελίδας του ΕΟΤ και των σελίδων του στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media).
- Επιδιώκεται η συνέχιση των συνεργασιών του ΕΟΤ για την προβολή του ελληνικού τουρισμού με κορυφαίες εταιρείες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών (όπως Yahoo και Google), ταξιδιωτικές ιστοσελίδες (Trip Advisor κ.α), on line travel booking agencies και μέσα κοινωνικής δικτύωσης (όπως Facebook, YouTube, Instagram, Twitter κ.α.).

- Διαφήμιση online σε διεθνή περιοδικά τα οποία κυκλοφορούν digital και off-line, είτε σε συνδυασμό με την off-line έκδοση είτε χωριστά.
- Διαφήμιση online σε ιστοσελίδες επιλεγμένων διεθνών τηλεοπτικών καναλιών, σε συνδυασμό με στοχευμένες τηλεοπτικές καμπάνιες του ΕΟΤ, για την προβολή του ελληνικού τουριστικού προϊόντος.

Να σημειωθεί πως η on line διαφημιστική εκστρατεία είναι πιο αποτελεσματική όταν πραγματοποιείται στο Α' εξάμηνο κάθε έτους, περίοδο καθοριστική στην λήψη απόφασης για την επιλογή προορισμού των διακοπών.

Διαφήμιση off-line

Ζητήματα που πρέπει να εξετάζονται σε σχέση με την επιλογή του κατάλληλου καναλιού διανομής είναι οι προτιμήσεις και οι συνήθειες των καταναλωτών της κάθε χώρας, η κάλυψη των επιλεγμένων τμημάτων της αγοράς, το κόστος και η δυνατότητα ελέγχου καθώς και η διαχειριστική ευελιξία του καναλιού.

Προτείνονται:

- Διαφημιστικές Καταχωρήσεις και δημοσιεύσεις στοχευμένων άρθρων και φωτογραφιών σε διεθνή έντυπα μέσα που θα προβάλουν συγκεκριμένες υπηρεσίες και προϊόντα του Ελληνικού τουρισμού και σε συνδυασμό με άλλους τομείς (διεθνείς διοργανώσεις στον τομέα του αθλητισμού, του πολιτισμού, της μόδας, της τέχνης, της γαστρονομίας κ.λ.π), με σκοπό την προσέγγιση επισκεπτών υψηλού επιπέδου.
- Έντυπες διαφημιστικές καταχωρήσεις του ΕΟΤ σε επιλεγμένα off-line μέσα διεθνούς κυκλοφορίας, ταξιδιωτικού κυρίως προφίλ και υψηλής επιρροής (lifestyle) καθώς και σε inflight έντυπα αεροπορικών εταιριών.
- Συνεργασίες με Ελληνικά Ενημερωτικά Μέσα (ταξιδιωτικά περιοδικά, οδηγούς και εξειδικευμένα έντυπα στην παρουσίαση θεματικών μορφών τουρισμού) που διανέμονται σε αγορές-στόχους στο εξωτερικό και σε επιλεγμένες γεωγραφικές ζώνες, με κριτήριο την έκδοσή τους και σε άλλες γλώσσες (αγγλικά κ.λ.π).
- Επιλεγμένα διεθνή κανάλια για τηλεοπτικές καμπάνιες, στοχευμένα στην προβολή τουριστικών προϊόντων .
- Εξωτερική διαφήμιση (outdoor) σε αγορές-στόχους.
- Για την περαιτέρω διείσδυση της Ελλάδας στις νέες αγορές και λόγω των ιδιαιτεροτήτων των αγορών αυτών (π.χ. Ινδία, Σ. Αραβία, κτλ) επισημαίνεται η ανάγκη κατάρτισης εξειδικευμένων προγραμμάτων για δράσεις προώθησης και προβολής που προσεγγίζουν αποτελεσματικότερα το κοινό των χωρών αυτών (π.χ fam trips, advertorials, webinars, workshops , κλπ)
- Τα αφιερωματικά έτη (π.χ. 2017 Έτος Ελλάδας-Κίνας, 2018 έτος Τουρισμού Ελλάδας - Ρωσίας) είναι επίσης ένας τομέας δράσης που επιτυγχάνεται με τη σύναψη Μνημονίων Συνεργασίας.

Έντυπο υλικό / Τουριστικοί Οδηγοί, φυλλάδια και χάρτες

Εντός του τρέχοντος έτους (2017) αναμένεται να ολοκληρωθεί η ανατύπωση των Περιφερειακών Τουριστικών Οδηγών Δωδεκανήσων, Ιονίων Νήσων, Θράκης, Οδηγών Πόλεων Αθήνας και Θεσσαλονίκης, χαρτών Ελλάδας, θεματικών φυλλαδίων καθώς και η πρώτη εκτύπωση του Περιφερειακού Οδηγού Κυκλάδων. Ο σχεδιασμός και η παραγωγή νέων υλικών προώθησης, τόσο για την κάλυψη των αναγκών του ΕΟΤ όσο και για την τροφοδότηση των Πρεσβειών, Προξενείων και λοιπών Ελληνικών Αρχών σε όλο τον κόσμο, κρίνεται απαραίτητη. Βασικές προτεραιότητες : α) Επανασχεδιασμός των θεματικών εντύπων του ΕΟΤ και εκτύπωση νέων για ειδικές μορφές τουρισμού, όπως yachting, diving, κ.α. β) έκδοση νέων ειδικών εντύπων, προσαρμοσμένων στις απαιτήσεις του κοινού και των νέων αναδυόμενων αγορών - στόχων, γ) φυλλάδια σε γλώσσες των νέων αγορών με επιλεγμένο περιεχόμενο, δ) Παραγωγή ειδικών εκδόσεων (λευκώματα, επετειακές εκδόσεις, σειρές αφισών κ.λπ), ε) σχεδιασμός και δημιουργία προωθητικών δώρων (gadgets/ usb credit cards), στ) πάσης φύσεως υλικό και εφαρμογές για ανάρτηση και διάθεση του υλικού αυτού σε ψηφιακή μορφή μέσω της διαδικτυακής πύλης του ΕΟΤ. Για τον εμπλουτισμό των παραγωγών του αλλά και την ενίσχυση της επικοινωνίας του, η αρμόδια Δ/ση οφείλει να προμηθεύεται υψηλής ποιότητας φωτογραφίες, κείμενα, μεταφράσεις, οπτικοακουστικό υλικό (ελεύθερα πλάνα, videos, vinals, οπτικοποιημένες παρουσιάσεις προορισμών και προϊόντων, ντοκυμαντέρ κοκ), εφαρμογές και

οτιδήποτε κρίνεται απαραίτητο για την υλοποίηση των δράσεων, σε συνεργασία με αναγνωρισμένους δημιουργούς.

Συμμετοχή του ΕΟΤ σε εκθέσεις Τουρισμού

Για την αποτελεσματική και εύρυθμη λειτουργία του εκθεσιακού προγραμματισμού, κρίνεται επιβεβλημένη η έγκαιρη έγκριση του και από την φετινή χρονιά θα πρέπει να υιοθετείται ο ετήσιος προγραμματισμός συμμετοχής σε εκθέσεις και η έγκαιρη ενημέρωση της αγοράς, σύμφωνα με τους στόχους μάρκετινγκ της παρούσας στρατηγικής. Με στόχο την διατήρηση των παραδοσιακών αγορών, τη διεξόδου σε νέες αγορές, την παρακολούθηση του ανταγωνισμού και την εξυπηρέτηση και υποστήριξη των επιχειρηματιών του τουρισμού της χώρας, προτείνεται:

- Συμμετοχή σε διεθνείς κλαδικές τουριστικές εκθέσεις του εξωτερικού και σε ορισμένες του εσωτερικού, η επιλογή των οποίων θα πρέπει να γίνεται σύμφωνα με τους στόχους της παρούσας στρατηγικής και συγκεκριμένα κριτήρια όπως το είδος της έκθεσης, τον συνολικό αριθμό εκθετών, την χώρα διεξαγωγής-αγορά στόχος, την επισκεψιμότητα, την δυνατότητα προσέγγισης σημαντικών εταίρων και συνεργατών, το ενδιαφέρον και την δραστηριοποίηση στην αγορά-στόχο κάθε έκθεσης των ελληνικών ταξιδιωτικών επιχειρήσεων κ.λπ.
- Συμμετοχή σε θεματικές και εξειδικευμένου ενδιαφέροντος διεθνείς εκθέσεις για την προβολή των ειδικών τουριστικών προϊόντων της Ελλάδας (π.χ. ναυτικά σαλόνια, εκθέσεις καταδυτικού τουρισμού, τρίτης ηλικίας, περιπατητικού τουρισμού κ.τ.λ.).
- Διεύρυνση συμμετοχής σε εκθέσεις τουρισμού πολυτελείας (luxury tourism).
- Τα περίπτερα του ΕΟΤ πρέπει να διαθέτουν ενιαία εικαστική ταυτότητα και η κατασκευή τους να ανατίθεται σε εξειδικευμένες εταιρείες, σύμφωνα με την ισχύουσα νομοθεσία.

Συμμετοχή σε ενέργειες και δράσεις δημοσιότητας

- Προκειμένου ο Ε.Ο.Τ να ενισχύσει την επικοινωνιακή του πολιτική διοργανώνει διεθνείς εκδηλώσεις σε συνεργασία με το δίκτυο επαφών που διαθέτει στην Ελλάδα και το Εξωτερικό, καθώς και με το δίκτυο των Γραφείων ΕΟΤ εξωτερικού, για την προβολή της εικόνας της χώρας. Παράλληλα, στηρίζει διοργανώσεις τρίτων μέσα από καινοτόμες πρωτοβουλίες (όπως καλλιτεχνικά δρώμενα, εκδηλώσεις με τη συμμετοχή διεθνών προσωπικοτήτων του τουρισμού, της τέχνης, του πολιτισμού, του αθλητισμού, της μόδας, κ.τ.λ.), όπου επιβεβαιώνεται η δυναμική που διαθέτει διαχρονικά η Ελλάδα μέσα από την ιστορία της και τον αρχέγονο πολιτισμό της. Η Δ/νση Έρευνας Αγοράς και Διαφήμισης συνεργάζεται με την Δ/νση ΥΠΕΞ όπου απαιτείται, προκειμένου να καθορίζουν τα κριτήρια επιλογής των εκδηλώσεων αυτών και στη συνέχεια προωθούν με κάθε δυνατό τρόπο τις δράσεις αυτές στην Ελλάδα και το Εξωτερικό.
- Μεγάλη σημασία αποδίδεται σε εκδηλώσεις με σύνθετο περιεχόμενο (ειδικού θεματικού τουρισμού) που προβάλλει το σύγχρονο πρόσωπο του ελληνικού τουρισμού συνδυαστικά με τις θετικές εξελίξεις της Χώρας. Η «εικόνα» της Ελλάδας ως ελκυστικός και ασφαλής τουριστικός προορισμός, υποστηρίζεται με ενέργειες που ενισχύουν τον τουρισμό καθ' όλη την διάρκεια του έτους. Ιδιαίτερη έμφαση πρέπει να δοθεί στις φυσικές ομορφιές και τον πολιτισμό της Ελλάδας όπου μέσα από τις δυνατότητες που παρέχει ο κινηματογράφος, θα καταστεί πόλος έλξης κινηματογραφικών παραγωγών διεθνούς εμβέλειας με στόχο την προσέλκυση τουριστών από πολλές περιοχές του κόσμου. Στην προσπάθεια αυτή σημαντικός σύμβουλος, αρωγός και εκτελεστικός βραχίονας είναι το δίκτυο των γραφείων ΕΟΤ Εξωτερικού.
- Η περιστολή και ο εξορθολογισμός των δαπανών του προϋπολογισμού επιβάλλει να υλοποιείται το μεγαλύτερο μέρος σε δράσεις και προβολή στο εξωτερικό και λιγότερο σε διοργανώσεις στο εσωτερικό της χώρας (π.χ εκδηλώσεις δημοσίων σχέσεων, συνεδρίων, ημερίδων φεστιβάλ κ.λπ.). Περιλαμβάνονται βεβαίως εξωστρεφείς ενέργειες διεθνούς εμβέλειας, που λαμβάνουν χώρα στο εσωτερικό με την συμμετοχή προσωπικοτήτων και διαμορφωτών κοινής γνώμης (opinion leaders), με έντονη επικοινωνιακή απήχηση.
- Ως εκ τούτου ο ΕΟΤ ενισχύει με κάθε τρόπο εκδηλώσεις που συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της εικόνας της Ελλάδας σε επιλεγμένες περιοχές της χώρας. Επιπλέον, σκοπός της παρούσας στρατηγικής είναι η υλοποίηση καινοτόμων δράσεων μεγάλης επικοινωνιακής διάχυσης

από τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού «σε εμβληματικά σημεία» των περιοχών της αρμοδιότητάς τους, ώστε δυνητικά να καθιερωθούν ως θεσμός και να αποφέρουν τα μέγιστα επικοινωνιακά οφέλη στη χώρα.

- Στο πλαίσιο της εταιρικής του ευθύνης ο ΕΟΤ δύναται να παραχωρεί την αιγίδα του σε επιλεγμένες δράσεις, πρωτοβουλίες και λοιπές εκδηλώσεις που σχεδιάζονται και υλοποιούνται από ιδιωτικούς ή δημόσιους φορείς για ευαίσθητες κοινωνικές ομάδες (π.χ για άτομα με ειδικές ανάγκες), στοχεύοντας στην ενεργή υποστήριξη και αναδεικνύοντας την έμπνευση και δημιουργικότητα τους. Σαν αντισταθμιστικό όφελος, οι εκπρόσωποι των φορέων παρέχουν την τεχνογνωσία τους στις υπηρεσίες του ΕΟΤ προκειμένου να εμπλουτίζεται συνεχώς το έργο του Οργανισμού.

Ταξίδια εξοικείωσης

Ο ΕΟΤ στο πλαίσιο των αρμοδιοτήτων του διοργανώνει ταξίδια εξοικείωσης για δημοσιογράφους, τουριστικούς πράκτορες, τηλεοπτικά συνεργεία, bloggers και προσωπικότητες κύρους (opinion leaders). Τα Γραφεία ΕΟΤ εξωτερικού, βασικό εργαλείο εξωστρέφειας και επικοινωνίας με τη διεθνή κοινότητα, σε συνεργασία με την Κεντρική υπηρεσία και τους κατά τόπους φορείς και υπηρεσίες διοργανώνει και υλοποιεί στοχευμένα ταξίδια σε διάφορους τουριστικούς προορισμούς (γνωστούς αλλά και λιγότερο γνωστούς) ώστε να αναδειχθούν οι κατά τόπους ομορφιές της χώρας. Στόχος των ταξιδιών αυτών είναι η γνωριμία των συμμετεχόντων με τα ήθη, έθιμα και το πλούσιο πολιτιστικό της απόθεμα με σκοπό την δημοσίευση άρθρων και καταχωρήσεων σε έγκριτα και δημοφιλή περιοδικά, εφημερίδες, μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδες κλπ της αλλοδαπής καθώς και σε διεθνή τηλεοπτικά κανάλια. Μέσω των ταξιδιών εξοικείωσης επιδιώκεται να προβληθούν οι ειδικές μορφές τουρισμού και μέσω αυτών να προωθηθούν οι προορισμοί που υπηρετούν την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, την παράδοση και κάθε αυθεντικό στοιχείο που χαρακτηρίζει τον τουριστικό προορισμό «Ελλάδα». Στις χώρες στις οποίες ο ΕΟΤ δεν διατηρεί γραφεία, συνεργάζεται στενά με τις κατά τόπους Ελληνικές Αρχές (Πρεσβείες και Προξενεία), στο εσωτερικό με δημόσιους ή και ιδιωτικούς φορείς για την διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης που θα συμβάλλουν δυναμικά στην προβολή της εικόνας της Χώρας.

Δράσεις στο εσωτερικό – Συντονισμός προβολής Περιφερειών

Σε εφαρμογή των διατάξεων του ν.4276/2014, (άρθρο 46) περί παροχής σύμφωνης γνώμης, οι Περιφερειακές Διοικήσεις της Χώρας, οι ΟΤΑ, οι πάσης φύσεως Οργανισμοί οι οποίοι υλοποιούν προγράμματα δράσεων τουριστικής προβολής, καλούνται να υποβάλλουν ετησίως σχέδιο προγράμματος στον ΕΟΤ προκειμένου μετά από διάλογο και συνεργασία με τις αρμόδιες υπηρεσίες του ΕΟΤ να καταλήξουν στην κατάρτιση μίας ολοκληρωμένης πρότασης. Πριν από την σύνταξη του σχεδίου προγράμματος, κάθε Περιφερειακή Διοίκηση, ΟΤΑ κοκ οφείλει να λάβει υπόψιν του την στρατηγική Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για την διετία 2017-2018 καθώς στο σχετικό κείμενο, καταγράφονται με λεπτομέρειες οι άξονες της στρατηγικής της επικοινωνίας του Ελληνικού Τουρισμού, οι επιλέξιμες δράσεις, το ιδανικό μείγμα μέσων και όλα τα απαραίτητα στοιχεία και παραδοχές για την ολοκληρωμένη εφαρμογή του. Βασικός στόχος είναι η ενίσχυση της ενιαίας παρουσίας της χώρας στο εξωτερικό.

Ενίσχυση εσωτερικού τουρισμού – αντιμετώπιση έκτακτων αναγκών

Για την προώθηση και προβολή του εσωτερικού τουρισμού και της τουριστικής εκπαίδευσης (που συντελεί με την επιμόρφωση στελεχών στην αναβάθμιση των προσφερόμενων υπηρεσιών), ο ΕΟΤ αναπτύσσει δράσεις και συμμετέχει σε ενέργειες τόσο για την ανάπτυξη τουριστικής συνείδησης όσο και για την ενεργοποίηση των επαγγελματιών και φορέων που σχετίζονται με τον τουρισμό. Ο τουρισμός ως γνωστόν είναι ένα ιδιαίτερα ευαίσθητο προϊόν που επηρεάζεται άμεσα από τη διεθνή πολιτική και οικονομική συγκυρία. Συνεπώς επιβάλλεται η σύσταση ομάδας/επιτροπής για την εσωτερική διαχείριση έκτακτων γεγονότων σε συνεργασία με τα γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, ώστε να παρακολουθούνται συνεχώς οι τάσεις που επηρεάζουν αρνητικά την τουριστική εικόνα και πορεία της χώρας, που ενδεχομένως βλάπτουν το κύρος της. Βασική επιδίωξη της ανωτέρω ομάδας θα είναι η κατάρτιση επικοινωνιακού σχεδίου δράσης, το οποίο θα επικαιροποιείται κατόπιν σχετικής εισήγησης από τη Δ/ση ΥΠΕΞ. Το πρόσφατο πρόβλημα με τις προσφυγικές ροές που δέχθηκαν τα νησιά του Βορείου και Νοτίου Αιγαίου κατέδειξε την αναγκαιότητα για

εκπόνηση παρόμοιου σχεδίου δράσης. Η συνεργασία με το γραφείο Τύπου ΕΟΤ για την παρακολούθηση των αρνητικών δημοσιευμάτων κρίνεται απαραίτητη.

Έρευνες Αγοράς – Στατιστικά Στοιχεία – Ανάλυση τάσεων – Μελέτες

Ο ΕΟΤ θα πρέπει να αποτιμά το έργο του και να σχεδιάζει τις νέες δράσεις του σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις. Για το σκοπό αυτό :

- Μελετά τις διεθνείς τάσεις στον τουρισμό μέσα από τη συλλογή και μελέτη ερευνών των διεθνών οργανισμών τουρισμού.
- Συλλέγει στατιστικά στοιχεία της εισερχόμενης τουριστικής κίνησης από τους επίσημους φορείς της χώρας καθώς και από τα γραφεία του στο Εξωτερικό με σκοπό τη μελέτη της πορείας του τουρισμού στη χώρα .
- Μελετά το προφίλ των αγορών-στόχων και επικαιροποιεί το προφίλ των παραδοσιακών αγορών.
- Διενεργεί έρευνες που αφορούν στην ικανοποίηση του τουρίστα με σκοπό την αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος, την αποτίμηση των δράσεών του και τον σχεδιασμό νέων.
- Διενεργεί Έρευνες σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμών, όπως οι διαμορφωτές τάσης και γνώμης σχετικά με τον Τουρισμό.
- Διενεργεί έρευνες με στόχευση σε εξειδικευμένα θέματα που προκύπτουν είτε διεθνώς είτε εντός της χώρας .

Β. Η δαπάνη θα βαρύνει τον Τακτικό Προϋπολογισμό του ΕΟΤ (εκάστου έτους 2017/2018) με ΚΑΕ 9891.01 και αντίστοιχα το έργο 2012ΣΕ01100000 «Διαφήμιση-Προβολή Διαφημιστικών Προγραμμάτων» του ΠΔΕ του ΕΟΤ με ΚΑε 9491.15 ή και άλλο κωδικό αριθμό που θα κριθεί απαραίτητο .

Γ. Η αρμόδια Δ/νση Έρευνας, Αγοράς και Διαφήμισης σε συνεργασία με τις αρμόδιες Δ/σεις της Κ.Υ και τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, να εξειδικεύει τις ως άνω επί μέρους δράσεις και να προβαίνει σε υποβολή πρότασης κατανομής του οικείου Π/Υ Προγράμματος , αμέσως μετά την έγκριση και την δέσμευση των σχετικών πιστώσεων για λογαριασμό του ΕΟΤ.

Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ Ε.Ο.Τ.

ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΣΕΓΑΣ

Ακριβές αντίγραφο

Ιωάννα Διαμαντίδη

ΑΠΟΔΕΚΤΕΣ ΓΙΑ ΕΝΕΡΓΕΙΑ

Γραφείο Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ.

Γραφείο Προέδρου ΔΣ ΕΟΤ.

Γενική Δ/νση Προβολής

ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ

Γραμματεία Δ/νσης Έρευνας Αγοράς & Διαφήμισης

Τμήμα Δ/κών προγραμμάτων – Συνεδρίων & Εκθέσεων