



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ**  
**ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**  
**ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Γενική Διεύθυνση Διοίκησης,  
Οργάνωσης και Προβολής  
Διεύθυνση Τουριστικής Προβολής  
Τμήμα Σχεδιασμού και Συντονισμού  
Τουριστικής Προβολής

ΑΔΑ: 62Σ0469ΗΙΖ-Μ4Χ

Αθήνα, 25/01/2019

Αριθ. Πρωτ.: 1215

**Ταχ. Δ/ση** : Τσόχα 7  
**Ταχ. Κώδικας** : 11521, Αθήνα  
**Πληροφορίες** : Θ. Παναγιωτοπούλου  
**Τηλέφωνο** : 210-8707085  
**Fax** : 210-6466091  
**Email** : [panagiotopoulou\\_th@gnto.gr](mailto:panagiotopoulou_th@gnto.gr)

**Θέμα:** Τροποποίηση απόφασης έγκρισης της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού ετών 2019-2020.

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

Έχοντας υπόψη:

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/1952), όπως τροποποιήθηκε και συμπληρώθηκε με τις με Α.Π. 539764/8.9.1976 Υ.Α. (ΦΕΚ 1304/Β) και 537955/126/20.11.1987 (ΦΕΚ 720/Β) Υπουργικές Αποφάσεις και την με Α.Π 504904/08.12.2011 εγκύκλιο της Δ/νσης Οικονομικών Υπηρεσιών του Ε.Ο.Τ. με θέμα «Οδηγίες για τη Λογιστική, Διαχειριστική και Οικονομική οργάνωση των Γραφείων Ε.Ο.Τ. εξωτερικού».
3. Τις διατάξεις του Ν. 2160/1993 (ΦΕΚ 118/Α/19.7.1993) «Ρυθμίσεις για τον Τουρισμό και άλλες διατάξεις», 3270/2004 άρθρο 4 (Φ.Ε.Κ. 187/Α/11.10.2004) «Αρμοδιότητες Υπουργείου Τουριστικής Ανάπτυξης και θέματα Τουρισμού», 3756/2009 άρθρο 37 (Φ.Ε.Κ. 53/Α/31.03.2009), και το κεφάλαιο Β' του Ν. 3878/2010/ΦΕΚ 161/Α/20.09.2010 με θέμα «Ρυθμίσεις θεμάτων Υπουργείου Πολιτισμού & Τουρισμού» και ειδικότερα τα άρθρα 6,7,8 και 9, όπως ισχύουν.
4. Το Π.Δ. 72/2018 (ΦΕΚ 141/Α/02.08.2018) «Οργανισμός Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού».
5. Το Ν. 3861/2010 (ΦΕΚ 112/Α/13-07-2010) «Ενίσχυση της διαφάνειας με την υποχρεωτική ανάρτηση νόμων και πράξεων των κυβερνητικών, διοικητικών και αυτοδιοικήτων οργάνων στο διαδίκτυο 'Πρόγραμμα Διαύγεια' και άλλες διατάξεις» όπως τροποποιήθηκε με το Ν.4210/2013 (ΦΕΚ 254/Α/21-11-2013) «Ρυθμίσεις Υπουργείου Διοικητικής Μεταρρύθμισης & Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης» και ισχύει.
6. Το 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»,) και ειδικότερα το άρθρο 66, όπως αντικαταστάθηκε με την παρ. 21 του άρθρου 10 του Ν. 4337/2015 (ΦΕΚ 129/Α).

7. Τις διατάξεις του Π.Δ. 80/16 περί ανάληψης υποχρεώσεων από τους Διατάκτες και τις σχετικές εγκυκλίους επί της εφαρμογής του.
8. Το Ν. 4412/2016 «Δημόσιες Συμβάσεις Έργων, Προμηθειών και Υπηρεσιών (προσαρμογή στις οδηγίες 2014/22/ΕΕ και 2014/25/ΕΕ) (ΦΕΚ 147/Α/08.08.2016). όπως τροποποιήθηκε και ισχύει.
9. Το Π.Δ. 123 (ΦΕΚ 208/Α'/04-11-2016) περί ανασύστασης και μετονομασίας Υπουργείων.
10. Το Π.Δ. 125 (ΦΕΚ 210/Α'/05-11-2016) περί διορισμού Υπουργών, Αναπληρωτών Υπουργών.
11. Το άρθρο 30 του Ν. 3498/2006 (ΦΕΚ 230/Α'), όπως αυτό αντικαταστάθηκε με το άρθρο 46 του Ν. 4276/2014 (ΦΕΚ 155/Α') «Απλούστευση διαδικασιών λειτουργίας τουριστικών επιχειρήσεων και τουριστικών υποδομών, ειδικές μορφές τουρισμού και άλλες διατάξεις»
12. Την υπ. αριθμ. 14712/31.8.2018/Υ.Α. (ΦΕΚ 502/ΥΟΔΔ/6.9.2018) περί διορισμού Προέδρου, Αντιπροέδρου και μελών ΔΣ/ΕΟΤ
13. Την υπ' αριθ. 17232/10-10-2018 απόφαση της Υπουργού Τουρισμού (ΦΕΚ 600/ΥΟΔΔ/17-10-2018) περί διορισμού Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ.
14. Την υπ' αριθ. 98/14η Συν./06-09-2018 (ΥΕΚ 4140/Β/20-09-2018) απόφαση ΔΣ ΕΟΤ περί μεταβίβασης αρμοδιοτήτων από το ΔΣ/ΕΟΤ στον Γενικό Γραμματέα του ΕΟΤ.
15. Την υπ' αριθμ. 13300/24.10.2018 Απόφαση ΕΟΤ «Εκ νέου ορισμός αναπληρωτή του Γενικού Γραμματέα του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.)» (ΦΕΚ 4802/τ.Β'/26.10.2018) με την οποία στη θέση του αναπληρωτή του Γ.Γ. του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού, ορίστηκε το μέλος του Δ.Σ. του ΕΟΣ, κος Ιωάννης Γούλιος.
16. Την υπ' αριθ. 22843/28.12.2018 (ΑΔΑ:ΩΜΤ7465ΧΘΟ-ΙΔΛ) Απόφαση Υπουργού Τουρισμού περί έγκρισης του Προϋπολογισμού του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) Ν.Π.Δ.Δ. οικ. Έτους 2019 (Τακτικός και Προγράμματος Δημοσίων Επενδύσεων/Π.Δ.Ε.).
17. Την Στρατηγική του Υπουργείου Τουρισμού για τη διετία 2019-2020 με Α.Π. 667/14.01.2019 (αριθμ. πρωτ. εισερχομένου ΕΟΤ 652/14.01.2019)
18. Την υπ' αριθ. Πρωτ. 10/16.01.2019 εισήγηση προς το Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΟΤ, του Γενικού Γραμματέα ΕΟΤ, η οποία προσαρτάται στην παρούσα και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής και της συζήτησης που ακολούθησε.
19. Την υπ' αριθμ. Πρωτ. 36/23.01.2019 εισήγηση τροποποίησης απόφασης προς το Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΟΤ, η οποία προσαρτάται στην παρούσα και αποτελεί αναπόσπαστο μέρος αυτής και της συζήτησης που ακολούθησε.
20. Την υπ' αριθμ. 10/Συν. 3<sup>η</sup>/16-01-2019 απόφαση Δ.Σ. ΕΟΤ.
21. Την υπ' αριθμ. 14/Συν.4<sup>η</sup>/23.01.2019 απόφαση Δ.Σ. ΕΟΤ.
22. Την υπ' αριθμ. 652/18-01-2019 απόφαση υλοποίησης της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του ΕΟΤ ετών 2019-2020.

## **ΑΠΟΦΑΣΙΖΕΙ**

**Α.** Την έγκριση του γενικού πλαισίου στρατηγικής προώθησης και προβολής του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού για τη διετία 2019-2020, όπως περιγράφεται στις παρακάτω ενότητες δράσεων:

### **Επικοινωνιακό Positioning**

Η ανάδειξη της Ελλάδας σε κορυφαίο, ελκυστικό και ασφαλή πολυνησιακό προορισμό με παράλληλα πολυποικίλη ενδοχώρα, που προσφέρει αυθεντικές ταξιδιωτικές εμπειρίες θεματικού τουρισμού 365 ημέρες το χρόνο, ενισχύοντας

ταυτόχρονα το παραδοσιακό μοντέλο «ήλιος και θάλασσα».

Έμφαση θα πρέπει να δοθεί στην προβολή ξεχωριστών θεματικών εμπειριών σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές της χώρας, έτσι ώστε να καλύπτονται χρονικά όλες οι εποχές του χρόνου, και να ξεδιπλώνονται οι αναρίθμητες δυνατότητες της Ελλάδας να προσφέρει μοναδικές και ετερόκλητες μεταξύ τους εμπειρίες στους επισκέπτες της.

### **Στόχοι Μάρκετινγκ:**

- Αύξηση της συμβολής του τουρισμού στο ΑΕΠ.
- Αύξηση των αφίξεων (5-10% σε ετήσια βάση).
- Αύξηση της κατά κεφαλήν τουριστικής δαπάνης των τουριστών που επισκέπτονται την Ελλάδα.
- Ισόρροπη και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη στην ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα.
- Επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Ανάπτυξη και ανάδειξη του θεματικού τουρισμού όλο το χρόνο, στην ηπειρωτική και νησιωτική Ελλάδα.
- Ανάπτυξη ολοκληρωμένων και θεματικών τουριστικών προϊόντων που θα έχουν το χαρακτήρα της «μοναδικής εμπειρίας».
- Στοχευμένη ενίσχυση του εσωτερικού τουρισμού, δεδομένης της επίτευξης οικονομικής σταθερότητας και ανάπτυξης με ανάδειξη του κάθε προορισμού 365 μέρες το χρόνο.
- Εξειδικευμένη στρατηγική διείσδυση ανά αγορά στόχο και άνοιγμα νέων αγορών.
- Ενίσχυση ενδυνάμωση μεριδίων στις ώριμες αγορές.
- Η προσέλκυση mega events και τουριστικών συνεδρίων.
- Προσέλκυση νέων επενδύσεων (διαμόρφωση ελκυστικού επενδυτικού περιβάλλοντος).
- Βελτίωση των υφιστάμενων υποδομών των τουριστικών καταλυμάτων και των παρεχόμενων υπηρεσιών μέσω της παροχής αναπτυξιακών κινήτρων.

### **Άξονες Στρατηγικής Μάρκετινγκ για τον Τουρισμό 2019-2020:**

- Διαφύλαξη και περαιτέρω ενίσχυση της θέσης μας μέσω αναβάθμισης και εμπλουτισμού του βασικού τουριστικού προϊόντος της Ελλάδας «ήλιος και θάλασσα».
- Ενδυνάμωση και διαφοροποίηση/Εμπλουτισμός κλασικών προορισμών με θεματικές αυθεντικές εμπειρίες και στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου.
- Ανάδειξη νέων προορισμών και των συγκριτικών τους πλεονεκτημάτων με παράλληλη στρατηγική ενίσχυση της συνδεσιμότητας (νέες πτήσεις) και του capacity σε συντονισμό με τις αποκεντρωμένες διοικήσεις και την τοπική επιχειρηματικότητα.
- Ενδυνάμωση του city break σε Αθήνα και Θεσσαλονίκη και ανάδειξη νέων προορισμών city break.

- Περαιτέρω ενίσχυση σε αφίξεις τουριστών στις χαμηλές τουριστικές περιόδους μέσω εξειδικευμένων συμφωνιών με Tour Operators.
- Άνοιγμα νέων αγορών και ενίσχυση υφιστάμενων ώριμων αγορών.

### **Το Τουριστικό Προϊόν**

Οι κατηγορίες τουριστικών προϊόντων στην ανάπτυξη των οποίων θα πρέπει να δοθεί έμφαση είναι οι εξής:

- Ήλιος και θάλασσα
- Τουρισμός Πόλεων-City Break
- Πολιτιστικός τουρισμός,
- Γαστρονομικός τουρισμός,
- Συνεδριακός τουρισμός
- Τουρισμός υγείας και ευεξίας/ιατρικός-ιαματικός τουρισμός,
- Θαλάσσιος τουρισμός (κρουαζιέρα, yachting)
- Θρησκευτικός τουρισμός
- Τουρισμός πολυτελείας
- Αθλητικός-προπονητικός τουρισμός
- Περιηγητικός Τουρισμός
- Τουρισμός Υπαίθρου

### **Κοινό- Στόχος :**

Τουρίστες κάθε ηλικίας υψηλής ταξιδιωτικής δαπάνης.

Επίσης, βασικά κοινά – στόχους των ενεργειών μάρκετινγκ σε όλες τις γεωγραφικές περιοχές αποτελούν, οι ακόλουθες κατηγορίες ταξιδιωτών:

Οι millennials (άτομα ηλικίας μεταξύ 18 και 34 χρονών) οι οποίοι διαθέτουν αγοραστική δύναμη και χρησιμοποιούν την τελευταία λέξη της τεχνολογίας.

Οι διαμορφωτές της κοινής γνώμης (opinion formers), οι οποίοι λόγω κύρους, μόρφωσης ή της θέσης τους μπορούν να κατευθύνουν την αγοραστική συμπεριφορά της πλειοψηφίας των καταναλωτών (δημοσιογράφους, ειδικούς σε θέματα τουρισμού, διασημότητες των MME, bloggers κλπ).

Οι καθοδηγητές της κοινής γνώμης (opinion leaders), οι οποίοι διαδίδουν πληροφορίες που υιοθετούνται από τους υπόλοιπους ανθρώπους πιο εύκολα από τις πληροφορίες που αναφέρονται άμεσα από τα MME. Αυτό συμβαίνει επειδή απολαμβάνουν τον θαυμασμό των άλλων λόγω της αυτοπεποίθησής και της τάσης τους να ανακαλύπτουν και να υιοθετούν πρώτοι νέα προϊόντα και υπηρεσίες.

Οι repeaters, οι οποίοι δεν αγαπούν την περιπέτεια και προτιμούν να επιστρέφουν σε γνωρίμους προορισμούς, στους οποίους επισκέπτονται συγκεκριμένα μέρη για διαμονή, φαγητό και συνηθισμένες δραστηριότητες.

Οι first timers, (κυρίως στις νέες αγορές – στόχους) ανήκουν συνήθως στην μέση και ανώτερη κοινωνικοοικονομική τάξη, έχουν υψηλή μόρφωση, αγαπάνε την περιπέτεια και την επαφή με διαφορετικές κάθε φορά δραστηριότητες που σχετίζονται με την φύση.

### **Βασικός στόχος επικοινωνίας (Communication objective)**

Ως βασικό στόχο επικοινωνίας θεωρούμε την δημιουργία μίας νέας ισχυρής εικόνας για την Ελλάδα που αντικατοπτρίζει το νέο όραμα του Ελληνικού τουρισμού ως αυθεντικού, ανθρωποκεντρικού, κλασικού, ιστορικού, παραδοσιακού και ταυτόχρονα σύγχρονου προορισμού που διαθέτει πλούτο φυσικών και πολιτιστικών πόρων και συνεπώς αποτελεί ένα διαφοροποιημένο τουριστικό προϊόν. Το μήνυμα πρέπει να είναι απλό και να αποκαλύπτει την «άγνωστη» αυθεντική σύγχρονη Ελλάδα, τονίζοντας τη μοναδικότητα της ιστορικής κληρονομιάς, την πατροπαράδοτη Ελληνική φιλοξενία, καθώς και την αίσθηση του «ανήκειν» και τις απaráμιλλες ταξιδιωτικές εμπειρίες, που δυναμικά προσφέρει σε όλους τους επισκέπτες καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Όλο αυτό πρέπει να λειτουργεί σαν προτροπή προς τον ταξιδιώτη να επισκεφθεί τη χώρα μας.

### **Προτεινόμενες ενέργειες προώθησης και προβολής (Marketing Mix)**

Ο ΕΟΤ επιλέγει τις κατάλληλες ενέργειες μάρκετινγκ και τακτικές επικοινωνίας ειδικότερα ανά προϊόν και αγορά-στόχο, οι οποίες θα εκτελούνται στοχευμένα και θα συνδυάζονται χρονικά ανά προϊόν και αγορά-στόχο προκειμένου να επιτυγχάνεται το επιθυμητό αποτέλεσμα. Ο σχεδιασμός θα πρέπει να περιλαμβάνει, μεταξύ άλλων, τις ακόλουθες ενέργειες μάρκετινγκ και τακτικές επικοινωνίας:

### **Συνδιαφήμιση: Συνεργασίες με Τουριστικούς Οργανισμούς, ΤΟς και αεροπορικές εταιρείες.**

Η Κεντρική Υπηρεσία του ΕΟΤ και τα Γραφεία του εξωτερικού συνεργάζονται με εξειδικευμένους Τουριστικούς Οργανισμούς, Tour Operators, ταξιδιωτικούς πράκτορες και αεροπορικές εταιρείες, και υλοποιούν κοινά προγράμματα συνδιαφήμισης στις αγορές-στόχους, όπου δραστηριοποιούνται τα Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού, καθώς και από την Κεντρική Υπηρεσία σε αγορές-στόχους που δεν υπάρχουν Γραφεία ΕΟΤ Εξωτερικού. Οι ενέργειες των προγραμμάτων συνδιαφήμισης είναι online και offline και περιλαμβάνουν ενέργειες μάρκετινγκ και δημοσίων σχέσεων, οι οποίες υλοποιούνται από κοινού με τους αντισυμβαλλόμενους ταξιδιωτικούς οργανισμούς και τις αεροπορικές εταιρείες.

Τα προγράμματα συνδιαφήμισης λαμβάνουν υπ' όψιν τις προτεραιότητες του ΕΟΤ και των αντισυμβαλλόμενων οργανισμών, πχ. ως προς το χρόνο υλοποίησης των ενεργειών ή το επιδιωκόμενο αποτέλεσμα (πχ. στήριξη προκρατήσεων, last-minute, ενέργειες rebranding, ενέργειες στοχευμένες στην αύξηση πωλήσεων μέσω ταξιδιωτικών γραφείων ή direct μέσω της ιστοσελίδας του tour operator).

Οι προγραμματισμένες ενέργειες των προγραμμάτων συνδιαφήμισης οφείλουν να προωθούν τους άξονες στρατηγικής του ελληνικού τουρισμού και να έχουν αποτέλεσμα υψηλής ποιότητας, το οποίο να συνάδει με το προϊόν μας και την εικόνα που επιθυμούμε να έχει στην αγορά.

Βασικοί στόχοι των προγραμμάτων Συνδιαφήμισης είναι:

Η ενδυνάμωση των προκρατήσεων στις αγορές του εξωτερικού

Η επέκταση της τουριστικής περιόδου και η άμβλυση της εποχικότητας του ελληνικού τουρισμού.

Η αύξηση του capacity των πτήσεων σε νέους ελληνικούς προορισμούς του κάθε Tour Operator

Η αύξηση της εισερχόμενης ταξιδιωτικής κίνησης προς Ελλάδα.

Η προώθηση και το άνοιγμα νέων ελληνικών προορισμών στις αγορές στόχους.

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.

### **Διαφήμιση**

Τα βασικά στοιχεία της διαφημιστικής εκστρατείας της Ελλάδας είναι τα ακόλουθα: συναισθηματικά μηνύματα και εικόνες που τονίζουν μοναδικές αξίες, γενική διαφήμιση και ανά θεματικό προϊόν διαφήμιση. Για αποτελεσματικότερη επίτευξη του στόχου χρειάζεται σχεδιασμός πλάνου ΜΜΕ, η επικοινωνία να γίνει σε ξεκάθαρες ομάδες – στόχους και σε επιλεγμένες γεωγραφικές ζώνες, αλλά και ο συνδυασμός διαφήμισης και δημοσιότητας.

### **Διαφήμιση Online**

Προβολή του ελληνικού τουρισμού πρωτίστως σε κορυφαίες εταιρείες παροχής διεθνών διαδικτυακών υπηρεσιών, όπως μηχανές αναζήτησης, ταξιδιωτικές ιστοσελίδες, διαδικτυακές ιστοσελίδες ταξιδιωτικών κρατήσεων και σε Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με χρήση σύγχρονου και ελκυστικού περιεχομένου, όπως διαδραστικά banners, video, αρθρογραφία κλπ. Δευτερευόντως σε online διεθνή περιοδικά, ιστοσελίδες μεγάλων εφημερίδων και τηλεοπτικών σταθμών. Η online προβολή στοχεύει σε συγκεκριμένες δυνητικές ομάδες επισκεπτών ανά αγορά στόχο και κάθε διαδικτυακή ανάρτηση προβολής θα παραπέμπει με σύνδεση στην ιστοσελίδα του ΕΟΤ Visit Greece. Η εκστρατεία διαφήμισης on-line πρέπει να πραγματοποιείται συγκεκριμένες περιόδους του έτους, πιο συγκεκριμένα όταν οι τουρίστες θα αναζητήσουν πληροφορίες για να αποφασίσουν τον προορισμό των διακοπών τους, καλύπτοντας και την περίοδο των early bookings, ενώ σκόπιμο είναι να υπάρξει και πρόβλεψη για προβολή για τις κρατήσεις τις τελευταίες στιγμής.

### **Διαφήμιση Off-line**

Προβολή του ελληνικού τουρισμού στις αγορές στόχους με διαφημιστικές καταχωρήσεις και δημοσιεύσεις στοχευμένων άρθρων σε διεθνή έντυπα μέσα, υπαίθρια διαφήμιση, προβολή τηλεοπτικών σποτ σε επιλεγμένα διεθνή τηλεοπτικά δίκτυα και ραδιοφωνικά σποτ σε μεγάλης εμβέλειας ραδιοφωνικούς σταθμούς, προκειμένου να προβάλλονται συγκεκριμένες υπηρεσίες και προϊόντα του Ελληνικού τουρισμού και να διασφαλιστεί ότι επιτυγχάνονται οι επικοινωνιακοί στόχοι της Ελλάδας (positioning: Ελλάδα 365 ημέρες το χρόνο). Επίσης, τοποθέτηση προϊόντων σε θεατρικά έργα, ταινίες, τηλεοπτικές σειρές, μουσικά βίντεο και βιβλία.

### **Συμμετοχή σε τουριστικές εκθέσεις**

Ο ΕΟΤ συμμετέχει κάθε χρόνο σε τουριστικές εκθέσεις γενικού τουρισμού ή θεματικού χαρακτήρα, σε τουριστικές εκθέσεις κοινού, επαγγελματικές εκθέσεις και μικτές εκθέσεις. Οι τουριστικές εκθέσεις λαμβάνουν χώρα είτε σε αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται Υπηρεσίες ΕΟΤ Εξωτερικού είτε σε αγορές ενδιαφέροντος, όπου δεν υπάρχουν αντίστοιχες Υπηρεσίες του ΕΟΤ. Στη διαμόρφωση του πλάνου εκθέσεων για το επόμενο έτος, αξιολογούνται τα αποτελέσματα από προηγούμενη συμμετοχή, λαμβάνονται υπόψη οι

αναφορές καλής εκτέλεσης των Επιτροπών και γίνεται έρευνα (πχ. συμμετοχής ανταγωνιστριών-χωρών) για τη συμμετοχή σε νέες εκθέσεις που συνάδουν με τη στρατηγική marketing του Υπουργείου και την επικοινωνιακή στρατηγική του ΕΟΤ ανά αγορά-στόχο. Τέλος, σημειώνεται ότι ο έγκαιρος προγραμματισμός της συμμετοχής σε εκθέσεις είναι δυνατόν να μειώσει τα κόστη ενοικίασης χώρου ανά έκθεση.

### **ΕΝΤΥΠΟ ΥΛΙΚΟ**

Τουριστικά φυλλάδια, χάρτες και Οδηγοί πόλεων Αθήνας & Θεσσαλονίκης

Το υλικό συμβάλλει στην ενίσχυση της τοποθέτησης της Ελλάδας (positioning: Ελλάδα 365 ημέρες το χρόνο), 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 «γεωγραφικός» προορισμός αλλά σαν μια συνολική εμπειρία.

Επίσης 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 διαμονή –city break.

Τα θεματικά φυλλάδια, οι χάρτες και οι ταξιδιωτικοί οδηγοί των πόλεων διανέμονται από τα γραφεία πληροφοριών, τις τουριστικές εκθέσεις που συμμετέχουμε, στο πλαίσιο των εκδηλώσεων δημοσίων σχέσεων στο εσωτερικό και εξωτερικό και επίσης παρέχονται και ηλεκτρονικά από την ιστοσελίδα του ΕΟΤ.

### **ΟΠΤΙΚΟΑΚΟΥΣΤΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

Ο ΕΟΤ σχεδιάζει την παραγωγή, ή και την προμήθεια, νέου οπτικοακουστικού υλικού του Ε.Ο.Τ., για τη δυναμική προβολή της Ελλάδας 365 ημέρες, καθώς επίσης και για την εξυπηρέτηση συγκεκριμένων επικοινωνιακών αναγκών όπως αναφέρονται στους στόχους.

Ο ΕΟΤ θα προβεί στην παραγωγή πάσης φύσεως ηλεκτρονικού, οπτικοακουστικού, τηλεοπτικού, κινηματογραφικού κ.ο.κ, υλικού σε συνεργασία με τρίτους φορείς. Τέλος, θα συνεργαστεί και θα συμπαραράξει με εταιρείες κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών με στόχο την προβολή και προώθηση της Ελλάδας στο εξωτερικό

### **ΦΩΤΟΓΡΑΦΙΚΟ ΥΛΙΚΟ**

Ο ΕΟΤ θα εξασφαλίσει το απαραίτητο σύγχρονο φωτογραφικό υλικό, μέσω αναθέσεων, ειδικών φωτογραφίσεων ή και την προμήθεια έτοιμου φωτογραφικού υλικού, την αναπαραγωγή του υφιστάμενου υλικού, για την εξυπηρέτηση αναγκών της Κεντρικής Υπηρεσίας, των Γραφείων Εξωτερικού και άλλων φορέων του δημοσίου.

Ο ΕΟΤ θα υπογράψει τις απαραίτητες συμβάσεις για συνδρομές σε διεθνούς εμβέλειας Τράπεζες Φωτογραφιών, και την καταβολή των πνευματικών και συγγενικών δικαιωμάτων, με στόχο την ελεύθερη και απεριόριστη χρήση προωθητικού υλικού από τον Ε.Ο.Τ.

### **ΔΙΑΔΙΚΤΥΟ**

- Ιστοσελίδα [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr)

Ο ΕΟΤ προγραμματίζει τον ανασχεδιασμό και την τεχνική αναβάθμιση της ιστοσελίδας [www.visitgreece.gr](http://www.visitgreece.gr), η οποία αποτελεί το κύριο “Βήμα” επικοινωνίας του Ελληνικού Τουρισμού αλλά και ευρύτερα της Ελλάδας με τη διεθνή κοινότητα.

Με στόχο την προώθηση της διαφορετικότητας της Ελλάδας, ο προσανατολισμός του περιεχομένου στα παραπάνω μέσα επικεντρώνεται στην προσπάθεια προβολής της χώρας όχι μόνο ως «γεωγραφικός» προορισμός αλλά σαν μια **συνολική εμπειρία**. Ο ελληνικός τρόπος ζωής, 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) επεξεργασμένο 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. Επίσης η ιστοσελίδα διαθέτει επικαιροποιημένο πολιτιστικό ημερολόγιο** (Calendar), το οποίο παρουσιάζει τα πολιτιστικά δρώμενα μουσείων και πολιτιστικών χώρων της Ελλάδας.

Οι βασικοί **άξονες** του περιεχομένου είναι:

- Οι διαφορετικές θεματικές μορφές τουρισμού
- Η εποχή (προώθηση της ελληνικής εμπειρίας και τις 4 εποχές)
- Ο γεωγραφικός καταμερισμός (ανάδειξη των top spots & hidden gems σε όλη την επικράτεια)
- Η επικαιρότητα (σημαντικά events).

#### **Ενημερωτικό μηνιαίο δελτίο (NEWSLETTER)**

Ο ΕΟΤ σκοπεύει τη συνέχιση της μηνιαίας αποστολής ενός ενημερωτικού δελτίου (newsletter) στην αγγλική και ελληνική γλώσσα σε εγγεγραμμένους αποδέκτες με μια κεντρική δημιουργική ιδέα (ένα **κεντρικό concept**) το οποίο εξειδικεύεται σε 4-5 θεματικές και εκδηλώσεις που λαμβάνουν χώρα τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο της αποστολής. Βασικός στόχος είναι η προώθηση της ιστοσελίδας και η αύξηση του awareness και η διείσδυση στα επιμέρους κοινά στόχους.

#### **Blog [www.blog.visitgreece.gr](http://www.blog.visitgreece.gr)**

Ο ΕΟΤ θα συνεχίσει να διαχειρίζεται το blog [www.blog.visitgreece.gr](http://www.blog.visitgreece.gr), το οποίο δίνει την ευκαιρία σε επαγγελματίες και ερασιτέχνες του τουρισμού και των ταξιδιών στην Ελλάδα, να γράψουν τα δικά τους άρθρα, που πηγάζουν από τις προσωπικές τους εμπειρίες.

Έτσι, δίνεται η ευκαιρία σε έμπειρους συντάκτες που αγαπούν να ταξιδεύουν στη χώρα μας, να εκθέσουν πρωτογενές και πρωτότυπο περιεχόμενο όπως άρθρα, φωτογραφίες και video. Κάθε ανάρτηση υπογράφεται από τον ίδιο τον συντάκτη με παραπομπή στο προσωπικό του ιστολόγιο/ιστοσελίδα και στα κοινωνικά του δίκτυα.

#### **Κοινωνικά Δίκτυα (Social Media)**

Ο ΕΟΤ θα συνεχίσει τη δυναμική διαχείριση των κοινωνικών δικτύων (social media) στα οποία διατηρεί ενεργούς λογαριασμούς για την προώθηση της ιστοσελίδας του,



με απώτερο στόχο την εδραίωση της Ελλάδας ως top of mind τουριστικό προορισμό μέσω:

- της ανάδειξης της ασύγκριτης ποικιλομορφίας της Ελλάδας, ενός τόπου με απaráμιλλες εναλλαγές και ανεξερεύνητες αντιθέσεις.
- της προώθησης της διαφορετικότητας και της αυθεντικότητας ενός διευρυμένου τουριστικού προϊόντος που ξεφεύγει από το κλασικό αρχέτυπο «ήλιος, θάλασσα και αρχαιότητες».
- της προβολής των διαφορετικών πτυχών της «ελληνικής εμπειρίας» όλες τις εποχές του χρόνου.
- της εδραίωσης μιας δυναμικής κοινότητας από followers και influencers που λειτουργούν ως «πρεσβευτές» του brand Ελλάδα.
- της στοχευμένης επικοινωνίας της top εμπειρίας ανά προορισμό.
- της διαχείρισης 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 μηνύματός.

Ο καθορισμός και **προγραμματισμός** του περιεχομένου γίνεται εβδομαδιαία και περιλαμβάνει – εκτός από τη θεματική του Newsletter – τα στοιχεία του content mix, όπως αναλύονται παραπάνω. Με αυτό τον τρόπο αναπτύσσονται οι κατάλληλες **συνέργειες** για την ανάδειξη του συνολικού τουριστικού προϊόντος.

### **Ταξίδια εξοικείωσης και δημοσιογραφικά ταξίδια (fam trips/press trips)**

Ο ΕΟΤ θα προγραμματίζει μεγάλο αριθμό ταξιδιών εξοικείωσης (fam trips) και δημοσιογραφικών ταξιδιών (press trips) με ανεξάρτητους δημοσιογράφους.

Παρόμοια ταξίδια θα πραγματοποιηθούν με διαμορφωτές κοινής γνώμης, (opinion leaders) νικητές διαγωνισμών, όπου το δώρο είναι η φιλοξενία τους στη Χώρα μας και η δυνατότητα γνωριμίας τους με το τουριστικό μας προϊόν.

Επίσης και με tour operators, καθώς και ταξιδιωτικά γραφεία που διοργανώνουν ταξίδια incentives ώστε να παροτρυνθούν να διοργανώσουν ταξίδια στην Ελλάδα με θεματικό περιεχόμενο ή να εντάξουν νέους προορισμούς στα προγράμματά τους. Επιπρόσθετα, ταξίδια εξοικείωσης και δημοσιογραφικά ταξίδια θα υλοποιηθούν για τη στήριξη υφιστάμενων προορισμών σε προγράμματα ταξιδιωτικών οργανισμών, καθώς και σε γνωστούς προορισμούς με στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου. Έμφαση θα δοθεί στα ταξίδια «δυναμικών πακέτων» για την προβολή επιλογών συνδυασμών προορισμών (κύριων και λιγότερο γνωστών προορισμών) και στα city breaks όλο το χρόνο. Στην περίπτωση γειτονικών αγορών προέλευσης επισκεπτών (μη αεροπορικό ταξίδι) προωθούνται επίσης μέσω των ταξιδιών εξοικείωσης οι ολιγοήμερες διακοπές (short breaks). Η υλοποίηση των ταξιδιών αυτών θα πραγματοποιηθεί και σε μήνες τουριστικής αιχμής κατά περίπτωση, αλλά κυρίως σε περιόδους όπου οι συμμετέχοντες στα ταξίδια θα έχουν την δυνατότητα γνωριμίας με το πλούσιο πολιτιστικό μας απόθεμα και τη απόκτηση εμπειριών σε προορισμούς λιγότερο γνωστούς αλλά επίσης ελκυστικούς για διακοπές 365 μέρες το χρόνο .

### **Δημόσιες σχέσεις και ενέργειες δημοσιότητας**

- Ο ΕΟΤ θα 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 γενικότερη προβολή της εικόνας της χώρας, αλλά και την εξυπηρέτηση των στόχων επικοινωνίας. Παράλληλα, θα στηρίζει διοργανώσεις τρίτων μέσα από καινοτόμες πρωτοβουλίες (όπως καλλιτεχνικά δρώμενα, εκδηλώσεις με τη συμμετοχή προσωπικοτήτων του τουρισμού, της τέχνης, του πολιτισμού, του αθλητισμού, της μόδας, κ.τ.λ.). Μεγάλη σημασία αποδίδεται σε εκδηλώσεις ειδικού θεματικού τουρισμού που προβάλλουν το σύγχρονο πρόσωπο του ελληνικού τουρισμού συνδυαστικά με τη θετική εικόνα της χώρας για διακοπές 365 μέρες το χρόνο.
- Ο ΕΟΤ θα ενισχύσει την ανάπτυξη σχέσεων και συνεργασιών με πανεπιστημιακές κοινότητες, φορείς και ομάδες ειδικού ενδιαφέροντος που θα αποτελέσουν τους μελλοντικούς εν δυνάμει διαμορφωτές (opinion leaders) κοινής γνώμης για τον ελληνικό τουρισμό. Επίσης, θα ενισχυθεί η συμμετοχή του ΕΟΤ σε διεθνείς οργανισμούς και η συνεργασία με έτερους εθνικούς οργανισμούς τουρισμού (π.χ. μέσω συμμετοχής σε συνδέσμους εθνικών οργανισμών τουρισμού στις χώρες που δραστηριοποιούνται οι Υπηρεσίες Εξωτερικού).
- Ο ΕΟΤ θα συμμετέχει ή και θα διοργανώνει ή συνδιοργανώνει επίσης δράσεις και ενέργειες προβολής, όπως workshops, roadshows, webinars.
- Ο ΕΟΤ θα επιδιώκει την προσέλκυση κινηματογραφικών παραγωγών διεθνούς εμβέλειας με στόχο την προβολή της Ελλάδας και συντονισμό όλων των υπηρεσιών του δημόσιου και ιδιωτικού τομέα, που έχουν την αρμοδιότητα για την επίτευξη των διαδικασιών χορήγησης πάσης φύσεως αδειών και λοιπών διευκολύνσεων προς τα κινηματογραφικά συνεργεία για την κινηματογράφηση ελληνικών και διεθνών παραγωγών και συμπαραγωγών εντός της επικράτειας.
- Ο ΕΟΤ θα επιδιώκει την προσέλκυση διεθνών συνεδρίων στην Ελλάδα μέσω των Υπηρεσιών ΕΟΤ Εξωτερικού ή σε συνεργασία με φορείς του τουρισμού
- 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 (π.χ. για άτομα με ειδικές ανάγκες), στοχεύοντας στην ενεργή υποστήριξη και αναδεικνύοντας την έμπνευση και δημιουργικότητά τους. Σαν αντισταθμιστικό όφελος, οι εκπρόσωποι των φορέων παρέχουν την τεχνογνωσία τους στις υπηρεσίες του ΕΟΤ προκειμένου να εμπλουτίζεται συνεχώς το έργο του.
- Ο ΕΟΤ συμμετέχει και σε ενέργειες που επιβάλλονται από τους κανόνες της σύγχρονης εθιμοτυπίας (προσφορά φιλοφρονήσεων κ.λ.π.) και παράλληλα ενισχύει διάφορες εκδηλώσεις και δράσεις, οι οποίες συμβάλλουν σημαντικά στη βελτίωση της εικόνας της Ελλάδας, συμμετέχει δε οικονομικά σε ενέργειες τρίτων, φορέων του δημόσιου ή ιδιωτικού τομέα, μέσω χορηγιών, χορηγικών πακέτων κλπ, έναντι πάντα αντισταθμιστικών οφελών.

#### **Έρευνες Αγοράς – Στατιστικά Στοιχεία – Ανάλυση τάσεων – Μελέτες**

Ο ΕΟΤ εκτός από την αποτίμηση του έργου του, σχεδιάζει τις νέες δράσεις του σύμφωνα με τις διεθνείς τάσεις :

- Κατόπιν μελέτης των διεθνών τάσεων στον τουρισμό μέσα από τη συλλογή και μελέτη ερευνών των διεθνών οργανισμών τουρισμού.
- Κατόπιν συλλογής στατιστικών στοιχείων 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 .
- Κατόπιν μελέτης του προφίλ των αγορών-στόχων και επικαιροποίησης του προφίλ των παραδοσιακών αγορών.
- Θα διενεργεί έρευνες που αφορούν στην ικανοποίηση του τουρίστα με σκοπό την αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος, την αποτίμηση των δράσεων του και τον σχεδιασμό νέων.
- Θα διενεργεί έρευνες σε ειδικές κατηγορίες πληθυσμών, όπως οι διαμορφωτές τάσης και γνώμης σχετικά με τον Τουρισμό.
- Θα διενεργεί έρευνες με στόχευση σε εξειδικευμένα θέματα που προκύπτουν είτε διεθνώς είτε εντός της χώρας.

**Β.** Η δαπάνη για την υλοποίηση της Στρατηγικής Προώθησης και Προβολής του ΕΟΤ για τα έτη 2019-2020, θα βαρύνει τον Τακτικό Προϋπολογισμό του ΕΟΤ (εκάστου έτους 2019/2020) 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.** Οι αρμόδιες Διευθύνσεις Τουριστικής Προβολής και Δημοσίων Σχέσεων, σε συνεργασία με τις λοιπές Διευθύνσεις της Κεντρικής Υπηρεσίας και τα Γραφεία Ε.Ο.Τ. Εξωτερικού, να εξειδικεύουν τις ως άνω επιμέρους δράσεις και να προβαίνουν σε υποβολή πρότασης κατανομής του οικείου Π/Υ Προγράμματος, αμέσως μετά την έγκριση και τη δέσμευση των σχετικών πιστώσεων για λογαριασμό του ΕΟΤ.

**Ο ΓΕΝΙΚΟΣ ΓΡΑΜΜΑΤΕΑΣ ΕΟΤ  
ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ ΤΣΕΓΑΣ  
ακριβές αντίγραφο**

#### **ΕΣΩΤΕΡΙΚΗ ΔΙΑΝΟΜΗ**

- *Γραφείο Γενικού Γραμματέα*
- *Γραμματεία Διεύθυνσης Τουριστικής Προβολής*
- *Τμήμα Σχεδιασμού και Συντονισμού  
Τουριστικής Προβολής*