

# Με ευελιξία και δυνατότητα αναπροσαρμογής αναλόγως των συνθηκών σε κάθε αγορά – στόχο, το νέο πρόγραμμα προβολής του Νοτίου Αιγαίου για το 2023

30 Νοεμβρίου 2022

Πάνω από 344.200.000 εμφανίσεις μηνυμάτων σε επιλεγμένους, βάση συμπεριφορικών κριτηρίων, χρήστες σε 13 γεωγραφικές αγορές, τα αποτελέσματα της στοχευμένης ψηφιακής καμπάνιας του 2022

Το πλάνο δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για το έτος 2023, ενέκρινε ομόφωνα το Περιφερειακό Συμβούλιο, στη συνεδρίαση της περασμένης Δευτέρας στην Ερμούπολη.

Εισηγούμενος το θέμα ο περιφερειάρχης **Γιώργος Χατζημάρκος**, αναφέρθηκε στην αλλαγή στρατηγικής που ακολουθείται πλέον για την προβολή του Νοτίου Αιγαίου, η οποία υπαγορεύτηκε από τις συνθήκες που διαμόρφωσαν οι διαδοχικές κρίσεις των τελευταίων ετών και κυρίως η πανδημία και που, εκ του μετρήσιμου αποτελέσματος, κρίθηκε απολύτως επιτυχημένη.

Χαρακτηριστική ήταν η φράση του *«είμαι ο Περιφερειάρχης των ρεκόρ του 2016, του 2017, του 2018, του 2019 και του 2022. Για μένα όμως, το μεγαλύτερο ρεκόρ και αυτό που θα πάρω μαζί μου όταν θα φύγω από την πολιτική, είναι αυτές οι 600.000 του 2020»*.

Στο επίκεντρο της νέας στρατηγικής της Περιφέρειας ήταν και παραμένει η στροφή προς το ψηφιακό περιβάλλον μέσω της

στοχευμένης **ψηφιακής καμπάνιας** που έφερε εντυπωσιακά αποτελέσματα. Ο Περιφερειάρχης έκανε εκτενή αναφορά και στην **Πρωτοβουλία για τον Τουρισμό** που μέσα από τη συνένωση δυνάμεων και τη συνεργασία Περιφέρειας, Δήμων, φορέων και εργαζομένων, συνέβαλλαν καθοριστικά στην μεγάλη επιτυχία του Νοτίου Αιγαίου.

## **To 2022**

Ειδικά για το 2022, αξιοσημείωτο είναι ότι την 1η Αυγούστου ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού αναθεώρησε προς το χειρότερο τις προβλέψεις του και προειδοποίησε ότι ο τουρισμός στην Ευρώπη το 2022 από πλευράς αφίξεων θα καλύψει μόνο το 65% – 80% των αφίξεων του 2019, λόγω του πολέμου στην Ουκρανία και της ενεργειακής κρίσης.

Αντίθετα στις προβλέψεις αυτές και μέσα σε ένα περιβάλλον που εκ νέου κυριαρχήθηκε από την αβεβαιότητα, **τα νησιά της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου κατέγραψαν την υψηλότερη κίνηση στην ιστορία τους με μια εντυπωσιακή αύξηση των αεροπορικών αφίξεων από το εξωτερικό κατά 15% σε σχέση με το 2019** (αποκλειστικά αφίξεις μέσω διεθνών πτήσεων σε 4 αεροδρόμια (Ρόδου, Κω, Μυκόνου, Σαντορίνης). Με τον τρόπο αυτό, απέδειξαν έμπρακτα την ανθεκτικότητα τους και κεφαλαιοποίησαν αφενός την άριστη αντιμετώπιση της πανδημίας, αφετέρου την ανταγωνιστικότητα και τη θέση τους ως προορισμοί διεθνούς εμβέλειας και κύρους.

Η ΠΝΑ, λόγω της θέσης της στη διεθνή τουριστική αγορά την οποία και πρέπει να διατηρήσει, αλλά κυρίως λόγω του ότι το ΑΕΠ της προέρχεται κατά 97,1% από την τουριστική δραστηριότητα, προχώρησε σε όλες τις ενέργειες ώστε δεδομένης της παραπάνω αβεβαιότητας να στηρίξει την οικονομική δραστηριότητα στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα. Για τον λόγο αυτό ενίσχυσε ακόμη περισσότερο (σε σχέση με το 2021) τις δράσεις τουριστικής προβολής της, υλοποιώντας ένα ογκώδες και καινοτόμο για τα δεδομένα του ελληνικού δημόσιου τομέα – πρόγραμμα με κύρια χαρακτηριστικά:

- Τον μεγάλο όγκο, αφού υλοποίησε πάνω από 250 επιμέρους δράσεις προώθησης.
- Τα ιδιαίτερα σύνθετα και σύγχρονα εργαλεία προώθησης που χρησιμοποιήθηκαν.
- Τον μεγάλο αριθμό εμφανίσεων (impressions) που επιτεύχθηκαν μέσα από την online καμπάνια: Μέχρι σήμερα, και ενώ υπάρχουν ακόμα καμπάνιες σε εξέλιξη οι οποίες θα ολοκληρωθούν μέχρι το τέλος Δεκεμβρίου, έχουν επιτευχθεί πάνω από **344.277.109 εμφανίσεις μηνυμάτων** σε επιλεγμένους, βάση συμπεριφορικών κριτηρίων, χρήστες σε 13 γεωγραφικές αγορές. Ο παραπάνω αριθμός δεν περιλαμβάνει εμφανίσεις σε μέσα στα οποία δεν υπάρχει η δυνατότητα μέτρησης.

### Το 2023

Όσον αφορά το πλάνο δράσεων τουριστικής προβολής για το έτος 2023, αυτό καταρτίστηκε σε μια περίοδο κατά την οποία δεν είναι ακόμη ξεκάθαρη η επίδραση που θα έχει στην καταναλωτική συμπεριφορά των δυνητικών τουριστών η συνεχιζόμενη αβεβαιότητα που απορρέει τόσο ως προς την κατάσταση στην Ουκρανία, κυρίως όμως από το δυσμενές οικονομικό περιβάλλον και την αύξηση του κόστους ζωής στο σύνολο των αγορών.

Εξάλλου, στην τελευταία και πλέον επικαιροποιημένη θέση του, την 23<sup>η</sup> Νοεμβρίου 2022, ο Παγκόσμιος Οργανισμός Τουρισμού εκφράζει συγκρατημένη αισιοδοξία για τους επόμενους μήνες. Χαρακτηριστικά αναφέρει ότι «*Το δύσκολο οικονομικό περιβάλλον, συμπεριλαμβανομένου του επίμονα υψηλού πληθωρισμού και των αυξανόμενων τιμών της ενέργειας, που επιδεινώθηκε από τη ρωσική επίθεση στην Ουκρανία, θα μπορούσε να επηρεάσει τον ρυθμό ανάκαμψης το τέταρτο τρίμηνο αλλά και το 2023.*»<sup>1</sup> Συνεπώς ένα από τα κύρια χαρακτηριστικά του προγράμματος προβολής του Νοτίου Αιγαίου για την προσεχή σαιζόν είναι η ευελιξία, δηλαδή η δυνατότητα να αναπροσαρμόζεται αναλόγως των συνθηκών του εξωτερικού περιβάλλοντος σε κάθε αγορά – στόχο.

Με βάση τα παραπάνω, πρόγραμμα τουριστικής προβολής της ΠΝΑ το

2023 θα περιλαμβάνει τις παρακάτω ενότητες δράσεων:

### **Διαφημιστικές καμπάνιες στο εξωτερικό και στην Ελλάδα**

Η ΠΝΑ όχι μόνο θα διατηρήσει, αλλά και θα ενισχύσει την παρουσία της στις τουριστικές αγορές κυρίως μέσα από online διαφημιστικές καμπάνιες, αφού αυτή η μορφή διαθέτει όχι μόνο εργαλεία μέτρησης και παρακολούθησης της αποτελεσματικότητας σε σχεδόν πραγματικό χρόνο, αλλά κυρίως δίνει τη δυνατότητα πλήρους ευελιξίας τόσο σε σχέση με την περίοδο υλοποίησης όσο και με την κατανομή της δαπάνης μεταξύ αγορών.

Θα πρέπει να επισημανθεί ότι:

1. Η αύξηση της ζήτησης για τα νησιά της ΠΝΑ από τις ΗΠΑ το 2022 επιβάλλει την αύξηση της παρουσίας της ΠΝΑ στην συγκεκριμένη αγορά.
2. Θα υπάρξει πρόβλεψη για καμπάνια διαφήμισης αλλά και γενικότερης προώθησης του εξαιρετικά σημαντικού έργου RhodesCoLab, αλλά και των εξίσου σημαντικών έργων που αποτελούν μέρος του Κόμβου Αειφορίας & Καινοτομίας Νοτίου Αιγαίου (Astybus, TilosJustGoZero, Chalki GR-ecoisland, Naxos Smart Island, Syros Aegean InnovationCenter).
3. Θα υπάρχει πρόβλεψη για προβολής και δημοσιότητας του τουριστικού προϊόντος της ΠΝΑ σε εθνικής εμβέλειας ΜΜΕ αφού η ελληνική αγορά αποτελεί παραδοσιακά μια εκ των σημαντικών αγορών στόχους της ΠΝΑ.

#### **▪ Συνέργειες προώθησης με Tour Operators και αεροπορικές εταιρείες**

- Η ΠΝΑ θα ενδυναμώσει τις συνέργειες προώθησης με σημαντικούς TourOperators και αεροπορικές εταιρείες που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην εισερχόμενη τουριστική κίνηση προς τα νησιά μας. Πιο συγκεκριμένα, η ενδυνάμωση αυτή θα επιτευχθεί με αύξηση – σε σχέση με το 2022 – τόσο του αριθμού των TourOperators με τους οποίους θα συνεργασθεί με στόχο την προώθηση των νησιών μας όσο και τις γεωγραφικές αγορές που θα καλύψουν αυτές οι

συνεργασίες, ενώ προβλέπονται και δράσεις για άνοιγμα γεωγραφικών αγορών εκτός της Ευρώπης.

### **Συμμετοχή σε Διεθνείς Εκθέσεις.**

Υπό το πρίσμα της επαναξιολόγησης που κάνουν διεθνώς οι προορισμοί σε σχέση με το μίγμα των δράσεων προώθησης τους και κυρίως ως προς την αποτελεσματικότητα των τουριστικών εκθέσεων<sup>[1]</sup>, η ΠΝΑ θα συνεχίζει και το 2023 την παρουσία της σε επιλεγμένες τουριστικές εκθέσεις μέσω συμμετοχής της εντός των περιπτέρων του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού. Όπως είχε διατυπωθεί και στο πρόγραμμα δράσεων του 2022: *«Η ΠΝΑ οφείλει αφενός να μεγιστοποιήσει την απόδοση & αποτελεσματικότητα των χρημάτων που δαπανά, αφετέρου να αναπροσαρμόσει το μίγμα δράσεων της σύμφωνα με τις προτιμήσεις του σύγχρονου καταναλωτή. Υπό αυτό το πρίσμα η ΠΝΑ αποφάσισε ότι στις εκθέσεις εκείνες που συμμετέχει ο ΕΟΤ θα λαμβάνει μέρος ως συνεκθέτης, εντός δηλαδή του περιπτέρου του ΕΟΤ. Οι σημαντικοί πόροι που έως σήμερα δαπανούσε η ΠΝΑ συμμετέχοντας ως αυτόνομος εκθέτης μεταφέρονται αφενός στην online διαφήμιση μέσω πλατφορμών προγραμματικής διαφήμισης και μέσω touroperators, αφετέρου σε ειδικές εκδηλώσεις (roadshows / workshops) οι οποίες θα απευθύνονται αποκλειστικά στους B2B συνεργάτες μας (touroperators, travelagents κλπ). Ευνόητο είναι ότι σε όσες εκθέσεις δεν συμμετέχει ο ΕΟΤ, η ΠΝΑ θα αξιολογήσει την παρουσία της ως αυτόνομος εκθέτης».*

Ο κατάλογος των εκθέσεων που η ΠΝΑ θα συμμετάσχει, θα οριστικοποιηθεί ανάλογα με τις εκάστοτε συνθήκες που θα επικρατούν αλλά και τυχόν πρόσθετες ανάγκες που θα προκύψουν εντός του έτους 2023.

### **Συμμετοχή / διοργάνωση roadshows, workshops, ειδικών εκδηλώσεων**

Σε χώρες που θα κριθεί απαραίτητο, η ΠΝΑ θα διοργανώσει ειδικές θεματικές εκδηλώσεις ώστε να ενισχύσει την εικόνα των νησιών, αλλά και να συσφίξει περαιτέρω τις σχέσεις τις με τους

κύριους συνεργάτες της. Αναλόγως του σκοπού και των στόχων της κάθε εκδήλωσης, αυτές θα έχουν τη μορφή είτε B2C roadshows, είτε B2B workshops με touroperators ή /και travelagents, είτε και ειδικές εκδηλώσεις – συναντήσεις με στρατηγικές σημασίας συνεργάτες. Στο πλαίσιο αυτών των ενεργειών θα αξιολογηθούν δράσεις σε επιλεγμένες κύριες ευρωπαϊκές αγορές, καθώς και τις ΗΠΑ και την Μέση Ανατολή.

### **Κοινωνικά μέσα**

Η ΠΝΑ θεωρεί αναγκαία την συνέχεια και το 2023 της διευρυμένης παρουσίας της στα κοινωνικά μέσα και ειδικότερα στο Instagram, το Facebook και το TikTok.

### **Φιλοξενίες**

Η ΠΝΑ επενδύει σταθερά σε δράσεις εξωστρέφειας και όπως κάθε χρόνο θα υλοποιήσει μια σειρά από φιλοξενίες αλλοδαπών και Ελλήνων οι οποίοι έχουν από την ιδιότητα τους τη δυνατότητα να συμβάλουν ενεργά στην προώθηση των νησιών μας ως τουριστικών προορισμών.

### **Παραγωγή υλικού**

Η ΠΝΑ οφείλει να ανανεώνει συνεχώς το σύνολο του διαθέσιμου οπτικοακουστικού υλικού της και συγκεκριμένα:

Διαφημιστικά videos

Ψηφιακά banners & φωτογραφικό υλικό

Έντυπο υλικό προώθησης

Μακέτες διαφημιστικών καταχωρήσεων

Αναμνηστικά προωθητικά προϊόντα & δώρα

**Συνέδρια, ημερίδες, εκδηλώσεις, αθλητικές & πολιτιστικές διοργανώσεις**