



## **Καταρτίστηκε το σχέδιο της Πρωτοβουλίας για την προβολή του Νοτίου Αιγαίου το 2021**

**Δυναμικό και ευέλικτο, με αρχικό προϋπολογισμό 800.000 ευρώ, από ίδιους  
πόρους της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου**

Με την πεποίθηση ότι ως πρωταγωνίστρια του Ελληνικού τουρισμού, η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου οφείλει να είναι παρούσα διεθνώς, ακόμα και σε αυτό το πολύ πρώιμο στάδιο, ο Περιφερειάρχης **Γιώργος Χατζημάρκος** συγκάλεσε τους εκπροσώπους της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και των φορέων που απαρτίζουν την **Πρωτοβουλία Νοτίου Αιγαίου για τον Τουρισμό** σε τηλεδιάσκεψη, με θέμα την διαμόρφωση και παρουσίαση του σχεδιασμού της διαφημιστικής καμπάνιας και των προωθητικών ενεργειών, ο οποίος έχει ήδη ολοκληρωθεί σε ένα μεγάλο μέρος, με αρχικό προϋπολογισμό **800.000 ευρώ**, από ίδιους πόρους της Περιφέρειας.

Στη συνάντηση διαπιστώθηκε ο υψηλός βαθμός ετοιμότητας της Πρωτοβουλίας, αφού μόλις η τάση της ζήτησης δείξει τα πρώτα ενθαρρυντικά σημάδια, βρίσκεται σε θέση να ενεργοποιήσει άμεσα το σχέδιο προβολής. Ήδη, την Παρασκευή 26 Φεβρουαρίου, ξεκίνησε η ψηφιακή προβολή του Νοτίου Αιγαίου στο Ηνωμένο Βασίλειο, λίγες ώρες μάλιστα μετά τις ανακοινώσεις του Βρετανού Πρωθυπουργού, Boris Johnson, αποδεικνύοντας τα εξαιρετικά αντανakλαστικά του σχεδίου.

Κατά την σύσκεψη, μέσω τηλεδιάσκεψης, στην οποία, εκτός από τον **Περιφερειάρχη Γιώργο Χατζημάρκο** και τον **Δήμαρχο Ρόδου, Αντώνη Καμπουράκη**, συμμετείχαν ο **Πρόεδρος του Εμπορικού Επιμελητηρίου Δωδεκανήσου, Γιάννης Πάππου**, ο **Πρόεδρος του Εμπορικού Συλλόγου Ρόδου και Γενικός Γραμματέας της ΕΣΕΕ, Νίκος Μπόνης**, ο **Πρόεδρος του Εργατοϋπαλληλικού Κέντρου Ρόδου, Παναγιώτης Εγγλέζος**, ο **Πρόεδρος της Ένωσης Τουριστικών Γραφείων Δωδεκανήσου, Χρήστος Μιχαλάκης**, ο **Πρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων, Μανώλης Μαρκόπουλος**, ο **Πρόεδρος του Συλλόγου Διευθυντών Ξενοδοχείων Ρόδου, Γιώργος Ματσίγκος** και οι **αιρετοί, Χωρικός Αντιπεριφερειάρχης Κυκλάδων, Γιώργος Λεονταρίτης, Αντιδήμαρχος Τουρισμού Ρόδου, Κώστας Ταρασλιάς, Πρόεδρος του ΠΡΟΤΟΥΡ και Αντιδήμαρχος Πολιτισμού Ρόδου, Αλέξης Κολιάδης** και **εντεταλμένος σύμβουλος Τουριστικής Ανάπτυξης της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, Κώστας Χρυσοχοΐδης**, καταρτίστηκε το σχέδιο προβολής για την τουριστική περίοδο του 2021.

Πιο συγκεκριμένα, η φετινή στρατηγική, ως προς την επιλογή των μέσων και των δράσεων προώθησης, στηρίζεται σε τρεις βασικούς πυλώνες:

1. **Σύγχρονη προσέγγιση:** Επιλογή σύγχρονων εργαλείων που παρέχουν αφενός τη δυνατότητα στόχευσης του κοινού που ενδιαφέρει, αφετέρου έχουν μετρήσιμη αποτελεσματικότητα και αποδοτικότητα.
2. **Συνέργειες με συνεργάτες - μέλη του δικτύου διανομής της Περιφέρειας,** είτε αυτοί είναι tour operators είτε online travel agents ή ακόμη και πλατφόρμες metasearch.
3. **Πλουραλισμός:** Διαμορφώνεται μια πολύ μεγάλη ποικιλία μέσων και δράσεων, ώστε να επιτυγχάνεται μεγαλύτερη και πολύπλευρη κάλυψη των κοινών-στόχων.

Ως προς το είδος των Μέσων, η καμπάνια κινείται σε 6 άξονες:

1. **Διαφήμιση ή και συνδιαφήμιση με Tour Operators** και αεροπορικές εταιρείες, οι οποίοι είναι market leaders σε σημαντικές γεωγραφικές αγορές-στόχους για τους προορισμούς. Εκεί χρησιμοποιείται ένα τεράστιο εύρος δράσεων κατά κύριο λόγο online: Display advertising, social media advertising, B2C και B2B email campaigns, B2B contests, retail advertising, VOD campaigns, Google ads, programmatic, αλλά και κάποιες offline ενέργειες
2. **Προγραμματική διαφήμιση** στις 12 σημαντικές γεωγραφικές αγορές-στόχους που προαναφέρθηκαν, μέσω της οποίας προσεγγίζονται κοινά που ικανοποιούν συγκεκριμένα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά.
3. Διαφημιστικές καμπάνιες σε **Online Travel Agents**
4. Διαφημιστικές καμπάνιες σε **Consumer Review Websites**
5. **Προγραμματική τηλεοπτική διαφήμιση** σε πολύ σημαντική γεωγραφική αγορά - στόχο
6. **Native advertising** σε ιστοσελίδες ειδησεογραφικού περιεχομένου.

Κατά την σύσκεψη, έγινε ακόμα γνωστό ότι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου ανανεώνει τη συνεργασία της με την Horwath HTL, κορυφαία εταιρία παροχής συμβουλών σε θέματα τουρισμού και φιλοξενίας, με 50 γραφεία σε όλο τον κόσμο, η οποία μεταξύ άλλων θα λειτουργήσει για την Πρωτοβουλία ένα **Παρατηρητήριο διεθνών και εθνικών εξελίξεων**, σχετικά με τις πολιτικές αποφάσεις και τα επιδημιολογικά χαρακτηριστικά ανά χώρα, καθώς το διεθνές περιβάλλον παραμένει σε μεγάλο βαθμό ακόμα αβέβαιο. Με βάση τα στοιχεία του παρατηρητηρίου, θα αναπροσαρμόζεται και η στόχευση της διαφημιστικής καμπάνιας, η οποία είναι σχεδιασμένη, ώστε να επιτρέπει τη μέγιστη ευελιξία, μέσα από μια δυναμική διαδικασία.

Επίσης, οι εκπρόσωποι των φορέων καλωσόρισαν και πάλι τη **Johanna Strand**, που ήρθε στη Ρόδο, από τη Σουηδία, όπου είναι η μόνιμη κατοικία της, για να συμμετέχει, με την πολυετή εμπειρία και εξειδίκευσή της στα θέματα του Τουρισμού, και το 2021 στην Πρωτοβουλία ως

η εκπρόσωπος του προορισμού διεθνώς, σε MME, tour operators, φορείς και οργανισμούς του Τουρισμού, μετά και την περσινή, κατά κοινή ομολογία, αποτελεσματική και επιτυχημένη της θητεία.

Τέλος, κατά την σύσκεψη, ο Περιφερειάρχης διαβεβαίωσε τα μέλη της Πρωτοβουλίας ότι **«ακόμα και σήμερα, σε αυτό το πρώιμο στάδιο, δίνουμε το παρόν. Ήδη αυτή τη στιγμή που μιλάμε, προορισμοί του Νότιου Αιγαίου έχουν προβολή στους πιο δυνατούς παίκτες μέσα από τα κοινωνικά δίκτυα για το Ηνωμένο Βασίλειο. Κρατάμε ζεστές τις μηχανές μας. Όταν σημάνει το κουδούνι της εκκίνησης, θα φύγουμε πρώτοι, όπως ακριβώς έγινε και το 2020. Για να κερδίσουμε, όπως πέρυσι, το στοίχημα και της νέας τουριστικής περιόδου»**.