

20 Μαΐου 2021



Μετά τις εξαιρετικές επιδόσεις του πλάνου τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου, που τα τελευταία δύο χρόνια έφερε περισσότερα από ανθρώπους σε επαφή με τα νησιά των Κυκλάδων και των Δωδεκανήσων, μέσα από την πλέον πρωτοποριακή για τα τουριστικά πράγματα της χώρας, ψηφιακή καμπάνια, ξεκινά η υλοποίηση της δεύτερης φάση του πλάνου, που έχει σαν κεντρική ιδέα την εξειδίκευση και τον τουρισμό εμπειρίας. ?

Καθώς η πρώτη φάση της καμπάνιας κατόρθωσε να κάνει ευρύτερα γνωστό το νησιωτικό σύμπλεγμα του Νοτίου Αιγαίου, σαν ένα ενιαίο σύνολο ξεχωριστών και μοναδικών προορισμών, με ιδιαίτερα χαρακτηριστικά που καθορίζουν την τουριστική ταυτότητα του καθενός, ο στόχος που τίθεται τώρα είναι, μέσω της εξειδίκευσης, η ανάδειξη των μοναδικών και ξεχωριστών εμπειριών που προσφέρουν τα νησιά, με το κεντρικό σύνθημα **“Aegean Islands-Like No Other”** να συνοδεύεται στο εξής από το σλόγκαν **«Επιλέγω Νότιο Αιγαίο για κάθε στιγμή που είναι ξεχωριστή»**. ?

Η παρουσίαση του πλάνου τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου για την περίοδο 2017-2018, παρουσιάστηκε σε ειδική εκδήλωση για τα ΜΜΕ, που πραγματοποιήθηκε το βράδυ της Πέμπτης στο ξενοδοχείο Rodos Park. Στην εκδήλωση που συνδιοργανώθηκε από την **Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου** και την **Ένωση Ξενοδόχων Ρόδου**, παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα των επιμέρους δράσεων της πρώτης περιόδου εφαρμογής του τριετούς στρατηγικού πλάνου τουριστικής προβολής της Περιφέρειας, καθώς και οι άξονες γύρω από τους οποίους έχει δομηθεί η δεύτερη φάση. ?

Η παρουσίαση έγινε από την Αντιπεριφερειάρχη Τουρισμού, **Μαριέτα Παπαβασιλείου** και τον **Ιωσήφ Πάρσαλη**, Σύμβουλο marketing τουριστικού προϊόντος της Marketing Greece, ενώ ο προεδρεύων της ΠΟΞ και πρόεδρος της ΕΞΡ, **Αντώνης Καμπουράκης** έκανε ιδιαίτερη αναφορά στο ρόλο της μεθοδικής, στεοχευμένης

και αποτελεσματικής προβολής, ως ένα εκ των θεμελιωδών προαπαιτουμένων, προκειμένου το τουρισμός να έχει μέλλον, ενώ εξήρε τις πρωτοβουλίες της Περιφέρειας, στην κατεύθυνση αυτή.  
?

Την εκδήλωση παρακολούθησαν, πέρα από τους δημοσιογράφους και εκπρόσωποι των τοπικών αρχών και φορέων και μεταξύ άλλων οι αντιπεριφερειάρχες Γιάννης Φλεβάρης, Φιλήμονας Ζαννετίδης και Θωμάς Σωτρίλλης, ο Πρόεδρος του Επιμελητηρίου Δωδεκανήσου, Γιάννης Πάππου, ο αντιδήμαρχος, Τέρης Χατζηιωάννου, οι περιφερειακοί σύμβουλοι Χρήστος Ευστρατίου και Δημήτρης Τσοπανάκης, ο αντιπρόεδρος του ΣΕΤΕ, Κώστας Κωνσταντινίδης, ο προϊστάμενος του ΕΟΤ Δωδεκανήσου, Αγαπητός Ξάνθης, ο πρόεδρος του συλλόγου διευθυντών ξενοδοχείων Ρόδου, Γιώργος Ματσίγκος, ο πρόεδρος των τουριστικών πρακτόρων, Κώστας Κατσιβάς και ο αερολιμενάρχης Ρόδου, Σπύρος Δεληγιάννης.

Στην ομιλία της η Αντιπεριφερειάρχης Τουρισμού, **Μαριέτα Παπαβασιλείου** αναφέρθηκε στα μετρήσιμα αποτελέσματα της καμπάνιας κατά την πρώτη περίοδο εφαρμογής της, λέγοντας: ***“Έχοντας ως στόχο να αφήσουμε δυνατό το στίγμα του Νοτίου Αιγαίου στις διεθνείς αγορές, δημιουργήσαμε σε συνεργασία με τον ΣΕΤΕ και την Marketing Greece ένα πρωτοποριακό πλάνο δράσεων τουριστικής προβολής με ορίζοντα τριετίας. Τα αποτελέσματα από την πρώτη περίοδο εφαρμογής αυτού του στρατηγικού σχεδίου είναι αξιοσημείωτα και, πλέον, έχουμε προχωρήσει στην επόμενη φάση αξιοποιώντας σύγχρονα εργαλεία και τις νέες μεθόδους του τουριστικού Marketing. Αναδεικνύουμε τη μοναδικότητα του κάθε νησιού ξεχωριστά, τις εμπειρίες που προσφέρει στον επισκέπτη, έχοντας ως κεντρικό μας σύνθημα το Aegean Islands-Like No Other. Οι δυνατότητες των νησιών μας είναι ανεξάντλητες και αυτές αναδεικνύουμε με τις κατάλληλες μεθόδους. Το εγχείρημα της προβολής μίας πολυνησιακής Περιφέρειας όπως είναι η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου, είναι ιδιαίτερα απαιτητικό. Η Περιφερειακή μας αρχή έχει αποδείξει ότι δεν την πτοούν τα δύσκολα. Βασικός μας στόχος είναι να παρακινήσουμε τους εν δυνάμει επισκέπτες απ’ όλες τις***

**τουριστικές αγορές να επιλέξουν συνειδητά το Νότιο Αιγαίο για όλες τις μοναδικές εμπειρίες που μπορεί να προσφέρει”.**

Όσον αφορά τη νέα καμπάνια και τη φιλοσοφία της, ο **Ιωσήφ Πάρσαλης**, σύμβουλος marketing τουριστικού προϊόντος της Marketing Greece, ανέφερε: **«Σήμερα μετά από δύο χρόνια, η καμπάνια περνά στο επόμενο στάδιο. Οι βασικοί στρατηγικοί άξονες παραμένουν ίδιοι. Ο επόμενος στόχος μας είναι η ειδίκευση και η σύνδεση. Εξειδικεύουμε ακόμη περισσότερο την ευρύτερη καμπάνια σε κάθε νησί ξεχωριστά. Συνδέουμε το τουριστικό προϊόν του Νοτίου Αιγαίου με τις λέξεις πολιτισμός, αθλητισμός, γαστρονομία και προχωράμε στο πλέγμα των δράσεων προβολής με νέο περιεχόμενο. Διατηρούμε τη μοναδικότητα, το *Aegean Like No Other* ως το κεντρικό μας concept, αλλά εμβαθύνουμε περισσότερο, οδηγούμε το slogan στην κατεύθυνση του *Επιλέγω Νότιο Αιγαίο*, για κάθε στιγμή που είναι ξεχωριστή\_θα μεταφράσουμε την κάθε εμπειρία σε μία μοναδική στιγμή μέσα από κάποιες αλήθειες και ιστορίες που μεταφράζονται σε συναίσθημα».** ?

?Ο ίδιος αναφέρθηκε και στο ειδικό πρόγραμμα για την **Ρόδο**, που περιλαμβάνει το πλάνο δράσεων τουριστικής προβολής της Περιφέρειας, με στόχο την αναβάθμιση της εικόνας του προορισμού, το εμπλουτισμό του με εξειδικευμένες εμπειρίες και την άμβλυνση της εποχικότητας.

Στην ομιλία του ο προεδρεύων της ΠΟΞ, και πρόεδρος της ΕΞΡ, κ **Αντώνης Καμπουράκης**, εξήρε το έργο της Περιφερειακής αρχής, τονίζοντας ότι ο Περιφερειάρχης Γιώργος Χατζημάρκος όχι μόνο κάλυψε κενά άλλων, αλλά επανατοποθέτησε την προβολή, τη διαφήμιση και την προώθηση της τουριστικής ταυτότητας του Νοτίου Αιγαίου στο διεθνή στίβο.

Ειδικότερα, ο κ. Καμπουράκης ανέφερε:

**“Το πρώτο που πρέπει να επισημάνουμε είναι ότι η σημερινή παρουσίαση γίνεται στο σωστό timing, νωρίς πριν το ξεκίνημα της νέας σεζόν. Η στιγμή της επιτυχίας είναι η στιγμή που**

**πρέπει να σχεδιάσουμε το επόμενο βήμα, το μεθαύριο. Ο μεγάλος κίνδυνος μετά από μία μεγάλη επιτυχία είναι να επαναπαυτεί κανείς σε αυτή και να καταπιεί την ευκαιρία η αδράνεια. Ο μόνος τρόπος για να σε ευνοήσουν οι τάσεις της αγοράς, είναι να έχεις δουλέψει για τη διαμόρφωσή τους. Γι' αυτό και πιστεύω ότι η στιγμή της επιτυχίας, είναι στιγμή και για σοβαρό προγραμματισμό δράσεων και πρωτοβουλιών. Η επένδυση στην προβολή του τουρισμού μας είναι επένδυση στο μέλλον του τόπου μας και στους ανθρώπους, Η προβολή μαζί με την αναβάθμιση των υποδομών και τη δημιουργία νέων ταξιδιωτικών εμπειριών είναι τα τρία από τα βασικά προσπατούμενα για να έχει μέλλον ο τουρισμός μας και για να προσφέρει αυτά που μπορεί στην εθνική προσπάθεια για έξοδο από την κρίση αλλά και στην τοπική οικονομία, απασχόληση και στην τοπική κοινωνία. Ο καθένας από το δικό του πόστο ευθύνης θα πρέπει να κάνει το καλύτερο”.**

**Τα αποτελέσματα της πρώτης περιόδου εφαρμογής του τριετούς πλάνου τουριστικής προβολής της Περιφέρειας Νοτίου Αιγαίου**

**29 δημοσιογραφικές αποστολές μεγάλων Μέσων του εξωτερικού**

**-Φωτογράφιση μόδας στην Κω**

**-2 ειδικές ενέργειες με celebrities**

**-1 ζωντανή τηλεοπτική κάλυψη από μέσο της Γαλλίας**

**-1 στοχευμένος διαγωνισμός στην Αγγλία**

**-12 ενέργειες δημοσιότητας**

**-Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου σε συνεργασία με τον ΕΟΤ ή και αυτόνομα, πραγματοποίησε δημοσιογραφικά ταξίδια από βασικές αγορές του εξωτερικού στις Κυκλάδες και τα Δωδεκάνησα**

**Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων σε διεθνές επίπεδο-Αποτελέσματα Δημοσιότητας**

-Σε 41 νησιά του Νοτίου Αιγαίου

-950 έντυπα και online άρθρα

συνολική κυκλοφορία μέσω

μοναδικοί επισκέπτες κάθε μήνα στις σελίδες των ΜΜΕ που έχει προβληθεί η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου

€ Ισοδύναμη διαφημιστική αξία (AEV\*) της δημοσιότητας

Blogtrotters 2016

-31 blogger & digital influencers αποστολές (ψηφιακοί διαμορφωτές γνώμης)

posts στα Μέσα Κοινωνικής τους Δικτύωσης

-48 Blogposts

Social Media Impressions

-15 vlogs

Πλάνο δράσεων προβολής των νησιών μέσα από την καμπάνια "Aegean Islands. Like No Other", το περιεχόμενο και τα εργαλεία που αναπτύχθηκαν:

-Δημιουργικές εφαρμογές και διαφημιστικά μηνύματα για κάθε νησί ξεχωριστά

- Story telling κείμενα για τα τουριστικά προϊόντα του Νοτίου Αιγαίου και για όλα τα νησιά σε ελληνικά και αγγλικά

-Διαδραστική πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου και επικοινωνίας με τις τοπικές αρχές και φορείς κάθε νησιού

-Διαδραστική πλατφόρμα διαχείρισης περιεχομένου και επικοινωνίας με τις τοπικές αρχές και φορείς κάθε νησιού

- Ανάπτυξη αποκλειστικού campaign microsite για τις ανάγκες ψηφιακής προώθησης

- Ανάπτυξη ειδικών σελίδων στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Προώθηση και διαφήμιση των προορισμών στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης
- Υλοποίηση Πλάνου Ψηφιακής Προώθησης

Ανάπτυξη περιεχομένου για όλους τους προορισμούς και τα τουριστικά προϊόντα του Νοτίου Αιγαίου

- 160 διαφημιστικές εφαρμογές
- 50 story telling κείμενα σε ελληνικά και αγγλικά, για όλα τα νησιά

Στο πλαίσιο της καμπάνιας “Aegean Islands. Like no Other” σχεδιάστηκε ψηφιακή καμπάνια με στόχο την ανάδειξη της ελληνικής λιακάδας και των εμπειριών που προσφέρουν τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου. Οι χρήστες διέδωσαν την ελληνική λιακάδα με «φωτεινές» εικόνες γεμάτες θάλασσα και ελληνικό καλοκαίρι, μοιράζοντας τη δική τους εμπειρία από έναν προορισμό του Αιγαίου. Η καμπάνια αναπτύχθηκε και εξελίχθηκε μέσα από ένα ολοκληρωμένο πλέγμα δράσεων και εργαλείων ψηφιακής επικοινωνίας.

λιακάδες (sharing)

απήχηση στα Social media (reach)

Τα νησιά του Νοτίου Αιγαίου στο επίκεντρο της προώθησης στο ψηφιακό οικοσύστημα του

- με ειδικά ψηφιακά αφιερώματα για τους προορισμούς
- με προώθηση στην κεντρική σελίδα του
- με ανάπτυξη περιεχομένου για νέους προορισμούς
- με φιλοξενία Blog Posts
- με σταθερή προώθηση μέσω των Social Media λογαριασμών

Συμμετοχή σε περισσότερες από 20 τουριστικές εκθέσεις, workshops & roadshows στην Ελλάδα και σε αγορές – στόχος του εξωτερικού.

Η Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου συμμετέχει στις εκθέσεις :

- Με δικό της περίπτερο
- Με αποκλειστική επικοινωνιακή καμπάνια
- Με όλα τα νησιά
- Με ιδιαίτερο, εντυπωσιακό σχεδιασμό και κατασκευή

---

ΔΕΙΤΕ ΤΗΝ ΚΑΜΠΑΝΙΑ ΣΤΟΥΣ ΠΑΡΑΚΑΤΩ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥΣ :

[Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου – Δράσεις προβολής και αποτελέσματα, περιόδου 2016 – 2017](#)  
[Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου: Συνοπτική παρουσίαση δράσεων και αποτελεσμάτων 2016\\_2017](#)