

1. ΛΙΤΗ ΚΑΛΗΜΕΡΑ ΣΤΟ INTERNET

Μέσο: ΤΟ ΒΗΜΑ

Ημ. Έκδοσης: . . . 09/03/2010 Ημ. Αποδελτίωσης: . . . 09/03/2010

Σελίδα: 15



Λιτή «καλημέρα» στο Internet

Με αισθητά μειωμένο κόστος η καμπάνια του ΕΟΤ για την προβολή της χώρας στο εξωτερικό

ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΧΡΙΣΤΙΝΑ ΠΟΥΤΕΙΣΗ

Ενα λιτό «Καλημέρα» που θα στοχεύσει κυρίως στο Διαδίκτυο θα είναι το μήνυμα της διαφημιστικής καμπάνιας του Ελληνικού Οργανισμού Τουρισμού (ΕΟΤ) για την προβολή της χώρας στο εξωτερικό το 2010, την οποία παρουσίασε χθες η υφυπουργός Πολιτισμού και Τουρισμού κυρία **Αντζελα Γκερέκου**. Το «Καλημέρα» αποτελεί το νέο κεντρικό στοιχείο στα διαφημιστικά σποτ που αδειοδοτούν υπάρχον υλικό και πλέον από παλαιότερη διαφημιστική καμπάνια, τα οποία αναδιαμορφώθηκαν χωρίς κόστος από τη διαφημιστική εταιρεία Le Spot, ενώ η μουσική επένδυση δανείζεται τη μελωδία από «Το καμόγελο της Τζοκόντας» του **Μάνου Χατζιδάκι**, της οποίας η άδεια χρήσης προσφέρθηκε επίσης αφιλοκερδώς από τον κ. **Γ. Χατζιδάκι**, κληρονόμο και διαχειριστή των πνευματικών δικαιωμάτων του έργου του μεγάλου Έλληνα συνθέτη.

«Έπρεπε να σκεφθούμε έναν τρόπο ώστε ο ελληνικός τουρισμός να έχει παρουσία στα παγκόσμια μέσα, εοδεύοντας το δυνατόν λιγότερα χρήματα αλλά βελτιώνοντας τα προβληματικά σημεία – και η παρουσία αυτή, χωρίς να είναι προκλητική, να είναι στοχευμένη και με υψηλή αποτελεσματικότητα» δήλωσε η υφυπουργός σημειώνοντας ότι δεν υπήρχε «ούτε χρόνος ούτε χρήμα» για νέα καμπάνια καθώς για την εφετηνή στρατηγική επικοινωνίας και προβολής του ελληνικού τουρισμού θα διατεθούν μόλις 10-12 εκατ. ευρώ από τον τακτικό προϋπολογισμό. Ποσό σημαντικά μικρότερο από τα 75 εκατ. ευρώ που προβλέπονταν αντίστοιχα πέρυσι. Πρόσθεσε ωστόσο ότι τον Οκτώβριο θα είναι έτοιμη η ολοκληρωμένη καμπάνια προβολής της χώρας για το 2011.

Με δεδομένη την «πραγική» οικονομική κατάσταση του ΕΟΤ, τα χρέη του οποίου φθάνουν στα 140 εκατ. ευρώ από τα οποία έχει αποπληρωθεί περίπου το 15%, όπως ανέφερε η κυρία Γκερέκου, την ιδιαίτερα κρίσιμη οικονομική συγκυ-

ΑΠΟ ΤΑ 75 ΕΚΑΤ. ΕΥΡΩ ΣΤΑ 12 ΚΑΙ ΜΕ ΠΑΛΙΕΣ ΛΗΨΕΙΣ

2010
€12 εκατ.

2008
€47 εκατ.

2009
€75 εκατ.

2007
€40 εκατ.

ρία στη χώρα αλλά και την «πολύ κακή εικόνα» στο εξωτερικό, τα περιορισμένα κονδύλια θα προσανατολιστούν κυρίως στην προβολή μέσω του Διαδικτύου (π.χ. Expedia, Venere). Επίσης σε εφαρμογές κοινωνικής διαδικτύωσης, με τη χρήση social media και διαδικτυακής διαφήμισης. Διαπιστώνεται άλλωστε ότι στις περισσότερες έρευνες το Διαδίκτυο βρίσκεται πρώτο στις πηγές προτίμησης για ενημέρωση σχετικά με ταξίδια

και για τον λόγο αυτόν στις 15 Μαρτίου θα είναι στον αέρα μια πρώτη βασική δομή του νέου portal του ΕΟΤ στη διεύθυνση www.visitgreece.gr.

Για πρώτη φορά επίσης η υλοποίηση της επικοινωνίας θα γίνει με τη συνεργασία της πολιτικής ηγεσίας του τουρισμού με τους δύο βασικούς φορείς του τομέα, τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) και το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

(ΞΕΕ), σε μια κοινή Ομάδα Εργασίας όπου θα συζητούνται και θα εγκρίνονται προτάσεις από το Διοικητικό Συμβούλιο του ΕΟΤ. Αναφερόμενος μάλιστα στην επιλογή των μέσων, ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ κ. **Ν. Αγγελόπουλος** υπογράμμισε ότι το Διαδίκτυο θα πρέπει να απορροφήσει το μεγαλύτερο μέρος των κονδυλίων, ενώ το υπόλοιπο ποσό να διατεθεί σε συνδιαφήμιση με μικρού και μεσαίου μεγέθους tour operators.