

## **Ομιλία Ιωάννας Δρέττα στην 28η Τακτική Γενική Συνέλευση ΣΕΤΕ**

Κυρίες και Κύριοι,

Φίλες και φίλοι καλημέρα σας,

Πόσα πολλά θα μπορούσε κανείς να πει και να γράψει για τη χρονιά που διανύουμε.

Για την χρονιά που σημαδεύει ανεξίτηλα και τον ελληνικό τουρισμό.

Το 2020, θα μείνει στην ιστορία, θα χαραχθεί στη συλλογική μας μνήμη, ως η χρονιά που άλλαξε τα πάντα.

Μια χρονιά γεμάτη από φόβο, αβεβαιότητα, οδύνη για τις απώλειες σε ανθρώπινες ζωές.

Αλλά παράλληλα και γεμάτη και από φροντίδα, προστασία, αλληλεγγύη.

Συναισθήματα ανάμεικτα, που μας κάνουν ακόμα να προσπαθούμε να βρούμε τον βηματισμό μας.

Να σταθούμε και πάλι στα πόδια μας.

Να επιστρέψουμε σε μια νέα κανονικότητα.

Εμείς στην Ελλάδα, είχαμε την ευτυχία να δράσουμε γρήγορα.

Με τρόπο υπεύθυνο και αποτελεσματικό.

Να πάρουμε δύσκολα μέτρα, που τελικά αποδείχθηκαν σωτήρια.

Να μετατρέψουμε την ατομική ευθύνη, σε συλλογική επιτυχία.

Να δείξουμε ότι είμαστε μια χώρα που μπορεί να τα καταφέρει στις δύσκολες στιγμές.

Σε αυτές τις δύσκολες στιγμές κλήθηκε να ανταποκριθεί και η Marketing Greece.

Να αποδείξει ότι μπορεί και ξέρει.

Να αντιλαμβάνεται τις αλλαγές,

Να προσαρμόζεται στις καινούργιες συνθήκες,

Να προσφέρει τον καλύτερο εαυτό της,

Να υπηρετεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τον ελληνικό τουρισμό.

Αυτό που κάνει από την πρώτη στιγμή που γεννήθηκε, αυτό που κάνει και τα τρία τελευταία χρόνια.

Τρία χρόνια που μεγαλώσαμε, ωριμάσαμε, δείξαμε τι μπορούμε να καταφέρουμε με όπλο μας τη γνώση, τις συνέργειες και τις συνεργασίες.

Με αυτό το σκεπτικό, προχωρήσαμε στη δημιουργία μίας πλατιάς συμμαχίας σε όλους τους τουριστικούς προορισμούς.

Συνομιλήσαμε συστηματικά μαζί τους, ακούσαμε τις ανάγκες, τις ανησυχίες, τις ιδέες όχι μόνο του τουριστικού κλάδου αλλά όλων των τοπικών ομάδων και πρωτοβουλιών που δραστηριοποιούνται σε αυτόν και φυσικά της τοπικής αυτοδιοίκησης.

Η Marketing Greece λοιπόν, έτοιμη να προσφέρει, και στις καλές περιόδους, αλλά και στις δύσκολες στιγμές.

Δείξαμε τα γρήγορα αντανακλαστικά μας, με την καμπάνια «**Till then, Stay Safe**» που βγήκε στην αρχή της πανδημίας. Αντιληφθήκαμε την ανάγκη, συναισθανθήκαμε την αγωνία του τουριστικού κλάδου αλλά και των ταξιδιωτών σε όλο τον κόσμο, και

στείλαμε ένα μήνυμα συμπαράστασης, αισιοδοξίας και αναμονής για την επόμενη μέρα άμεσα μετά το lockdown της χώρας.

Ήμασταν παρόντες, έτοιμοι και δίπλα σε όλο τον ελληνικό τουριστικό τομέα.

Γιατί αυτή είναι η δουλειά μας.

Και αυτή τη δουλειά την χτίζουμε μέρα με την ημέρα.

Σε ολόκληρη την Ελλάδα.

Επισκεφτήκαμε πάνω από 30 προορισμούς και συμμετείχαμε σε ενεργές και ανοικτές στο κοινό συζητήσεις για τις ευκαιρίες των προορισμών και τη σημασία της διαμόρφωσης του προϊόντος.

Μέσα από ένα ειδικά σχεδιασμένο ερωτηματολόγιο, συγκεντρώσαμε πολύτιμο πληροφοριακό υλικό, από ανθρώπους που ζουν και εργάζονται σε υπέροχους τόπους, από όλη την Ελλάδα, σχεδιάζοντας επικοινωνιακές δράσεις με τον τίτλο «**we are ALL marketing Greece**».

Ταυτόχρονα, σχεδιάσαμε και υλοποιήσαμε δράσεις που αφορούν την ανάδειξη όλων εκείνων των τοπικών χαρακτηριστικών που δίνουν ιδιαίτερο χρώμα και αξία στις καμπάνιες, όπως το «**Share Your Greece**», επιβεβαιώνοντας όλες τις σχετικές διεθνείς τάσεις.

Από την αρχή της δραστηριοποίησής της η Marketing Greece είχε ως στόχο να λειτουργήσει ως συνδετικός κρίκος του τουριστικού κόσμου, και αυτά τα 3 χρόνια δώσαμε έμφαση και ένταση σε αυτό το πεδίο με την καμπάνια «**we are Marketing Greece**».

Δημιουργήσαμε **τοπικά clusters**, συνενώσαμε τις δυνάμεις μας με ιδιωτικές επιχειρήσεις και ενώσεις/ φορείς και δημιουργήσαμε συμμαχίες στη Ρόδο, την Κω, την Καβάλα και Θάσο και τα Χανιά.

Με τη συμμετοχή της Fraport, των Ενώσεων Ξενοδόχων, της Eurobank, της Aegean και με την αιγίδα της Περιφέρειας Ν Αιγαίου για την Ρόδο και την Κω.

Είμαστε ιδιαίτερα υπερήφανοι για τη συμμαχία για την Αθήνα, το **This is Athens and Partners**, με βασική αποστολή τη σταδιακή καθιέρωση της πρωτεύουσας ως κορυφαίου ευρωπαϊκού προορισμού για επισκέπτες, κατοίκους, επαγγελματίες και επενδυτές.

Αποτελεί μια σπουδαία σύμπραξη, πρωτόγνωρη για την ελληνική πραγματικότητα, όπου ο δήμος Αθηναίων και η ΕΑΤΑ, ο ΣΕΤΕ και η Marketing Greece, η AEGEAN, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, η Λάμψα Α.Ε., η Ιονική και η Lamda Development ενώνουν τις δυνάμεις τους.

Πραγματοποιήσαμε **fundraising** για να κάνουμε πράξη τους σχεδιασμούς μας, με εταιρείες που πίστεψαν στο έργο και τη στρατηγική μας.

Μοιραζόμαστε το ίδιο πάθος για τον ελληνικό τουρισμό και επιδιώκουμε να τον δούμε να εξελίσσεται, να ενισχύεται, να ανεβαίνει ακόμα πιο ψηλά.

27 εταιρείες υποστήριξαν την προσπάθεια μας, πίστεψαν στις δυνάμεις μας, έδωσαν ώθηση στο όραμα μας.

Και σήμερα, θα ήθελα για μια ακόμα φορά να τους ευχαριστήσω.

Με τη σημαντική υποστήριξη τους, δημιουργήσαμε την πολύ επιτυχημένη καμπάνια **Oh My Greece**, η οποία χωρίς διαφημιστική υποστήριξη, έγινε Viral μέσα στο πρώτο 48ώρο σημειώνοντας 600.000 organic video views & 8.500 shares, ενώ σημείωσε περισσότερα από 5 εκατομμύρια οργανικά video views.

Αυτή η καμπάνια παραχωρήθηκε από την Marketing Greece δωρεάν και ελεύθερη πνευματικών δικαιωμάτων στον ΕΟΤ ο οποίος ανέλαβε να την υποστηρίξει δαπανώντας περισσότερα από 2 εκατομμύρια ευρώ.

Με την υποστήριξη των ίδιων εταιρειών, επανασχεδιάσαμε και λανσάραμε το νέο **Discovergreece.com**.

Την πλέον σύγχρονη και μεγαλύτερη τουριστική πλατφόρμα της Ελλάδας, που παρουσιάζει το τουριστικό προϊόν με βάση τους προορισμούς και την εμπειρία, ενσωματώνοντας τις τελευταίες τάσεις επικοινωνίας του τουρισμού.

Βάζουμε διαρκώς ενέργεια και πάθος στη συνεχή δημιουργία περιεχομένου, κείμενα, φωτογραφίες και videos, δίνοντας προστιθέμενη αξία στους ελληνικούς προορισμούς.

Τα τρία τελευταία χρόνια, έχουμε παράξει πάνω από 80 θεματικά βίντεο προορισμών που δίνουμε στον τουριστικό τομέα, μαζί με φωτογραφικό υλικό, ελεύθερα πνευματικών δικαιωμάτων, προκειμένου να χρησιμοποιηθούν για την προβολή των τουριστικών προορισμών και των επιχειρήσεων.

Το περιεχόμενο αυτό, από Πελοπόννησο, Αθήνα, Θεσσαλονίκη, νησιά Β Αιγαίου, Κάρπαθο, Ρόδο, Κω, Νάξο, Μύλο, Πάρο, Κύθηρα, Κρήτη, Χανιά, Χαλκιδική, Εύβοια, Σκύρο, Θάσο, Καβάλα, Στερεά Ελλάδα, Ζάκυνθο και Κέρκυρα φιλοξενείται στο **content library** του [marketinggreece.com](http://marketinggreece.com) και αποτελεί και αυτό, μία συνήθη καλή πρακτική των μεγάλων DMOs του εξωτερικού.

Παράλληλα, είμαστε σε διαρκή επαφή με **διεθνή ΜΜΕ** και χτίζουμε μέσα από στοχευμένες δράσεις την εικόνα της χώρας.

Τους προσκαλούμε να ζήσουν την Ελλάδα, αναδεικνύοντας κάθε φορά εμπειρίες που συνδέονται με την στρατηγική της χώρας και την στόχευση ανά έτος, ανάλογα με τις συνθήκες.

Με την υποστήριξη της Aegean, των περισσότερων από 2000 barter συμφωνιών με ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, έχουμε παράξει, τα 3 αυτά χρόνια περισσότερα από 4500 print & online clippings και 14 τηλεοπτικά αφιερώματα σε μεγάλους τηλεοπτικούς σταθμούς και εκπομπές υψηλής τηλεθέασης.

Η Marketing Greece όμως φίλες και φίλοι είχε και έχει ως στρατηγική επιδίωξη, να προβάλλει και να αναδείξει όλα τα σημαντικά ζητήματα του τουρισμού.

Σε διεθνές επίπεδο, οι συζητήσεις για την επιβάρυνση του περιβάλλοντος από τον τουρισμό, τέθηκαν στο επίκεντρο της τουριστικής κοινότητας και εμείς δεν θα μπορούσαμε να μείνουμε εκτός.

Δημιουργήσαμε λοιπόν την καμπάνια **Zero Waste**, που προσκαλεί τις τουριστικές επιχειρήσεις να συμβάλλουν στην προστασία του περιβάλλοντος και την αειφορία.

Για εμάς, η προστασία του περιβάλλοντος δεν είναι μια μόδα, είναι η επιτακτική ανάγκη να συμμετέχουμε και να συνδιαμορφώσουμε τις νέες τάσεις.

Είναι ο ρόλος μας να είμαστε ένα βήμα μπροστά στις εξελίξεις.

Κυρίες και Κύριοι,

Φίλες και φίλοι,

Όπως έχω πει πολλές φορές, για τη Marketing Greece, οι **συνέργειες, οι συνεργασίες, οι συμπράξεις**, είναι υπαρξιακός στόχος και θεμέλιος λίθος του οράματός μας.

Η ίδια η ύπαρξή μας είναι εξωστρεφής.

Αναζητούμε διαρκώς τους τρόπους για να ενώσουμε δυνάμεις και να προσφέρουμε τα μέγιστα στον ελληνικό τουρισμό.

Με αυτή την στρατηγική, μετά την πετυχημένη συνεργασία με το υπουργείο τουρισμού και τον ΕΟΤ το 2015, το καλοκαίρι του δημοψηφίσματος και των capital controls, συνεργαστήκαμε ξανά με το υπουργείο τουρισμού το 2019 όταν παραχωρήσαμε την απόλυτα πετυχημένη καμπάνια μας Oh My Greece.

Και το 2020 δύο φορές, στο «**Greece from Home**» και στη δημιουργία και παραχώρηση της καμπάνιας «**Endless Greek Summer**», όπως θα είναι το motto από την 1<sup>η</sup> Ιουλίου, με το διάσημο πλέον spot, που παρουσιάστηκε σε ειδική εκδήλωση με τον Πρωθυπουργό.

Όσον αφορά το «Greece From Home», μια ιδιαίτερα σημαντική πρωτοβουλία στον καιρό του lockdown, η Marketing Greece έδωσε δωρεάν το περιεχόμενο του discovergreece, πλήρωσε για τη δημιουργία του site, εξού και δεν κόστισε κάτι στο ελληνικό δημόσιο. Πρόσφατα συνεργαστήκαμε και για την προβολή του στα διεθνή κοινά, βάζοντας και δικά μας κεφάλαια, κάνοντας πράξη αυτό που έχουμε όλοι ομολογήσει.

**Ότι τουρισμός χωρίς συνέργειες, δεν είναι εφικτός.**

Θεωρώ καθήκον μου και υποχρέωση μου σε αυτό το σημείο, να αναφερθώ λίγο παραπάνω στην ιστορία της συνεργασίας με τον ΕΟΤ και φυσικά στην καμπάνια endless Greek summer.

Να ξεκινήσω με τη στρατηγική και την στόχευση της καμπάνιας.

Είναι σε όλους προφανές, ότι μια τέτοια κατάσταση, όπως αυτή που βιώσαμε όλοι με την πανδημία, θα άλλαζε και τους κανόνες, τους όρους και τις φόρμες επικοινωνίας.

Ο εύκολος δρόμος, θα ήταν να λειτουργήσουμε «σαν να μην συμβαίνει τίποτα».

Εύκολος αλλά, λάθος.

Μια Ελλάδα εκτός χρόνου, με εικόνες που θα προκαλούσαν στην καλύτερη περίπτωση μελαγχολία, και στην χειρότερη, απώθηση για κάτι που θα ήταν και εκτός πραγματικότητας.

Ο δύσκολος δρόμος, αυτός που επιλέξαμε, ήταν ο δρόμος της ενσυναίσθησης.

Του σεβασμού.

Της απλότητας.

Του ισχυρού μηνύματος.

Της κατανόησης ότι απευθυνόμαστε σε ένα κόσμο που θρηνεί πάνω από 480.000 νεκρούς.

Αποφασίσαμε λοιπόν, με μια ομάδα από σπουδαίους επαγγελματίες, με διαφορετικές αφετηρίες και παραστάσεις, που δούλεψαν, μελέτησαν, έδωσαν χρόνο και ψυχή, να μιλήσουμε για το «ελληνικό καλοκαίρι».

Για τη μοναδική εμπειρία που ονομάζεται ελληνικό καλοκαίρι.

Που χτίζει ένα νέο brand.

Που κάνει τον θεατή να σκεφτεί, να επιθυμήσει και να προσμένει.

Σαν μια «κατάσταση ευτυχίας».

Όπου και αν βρίσκεται.

Ότι και αν κάνει.

Ανεξάρτητα από την φάση της πανδημίας που βρίσκεται ο θεατής ή η χώρα του.

Θελήσαμε να δημιουργήσουμε μια διαρκή προσμονή.

Μια επιθυμία που μπορεί να εκπληρωθεί όταν, για τον κάθε έναν, οι συνθήκες το επιτρέψουν.

Το βίντεο φυσικά έγινε viral.

3 εκατομμύρια οργανικό reach την πρώτη εβδομάδα και 7% engagement το οποίο καταναλώνεται σε όλες μας τις αγορές στόχος, ιδιαίτερα στις ΗΠΑ, Ηνωμένο Βασίλειο, Γερμανία και Ρουμανία.

100% Positive sentiment, μεγάλο engagement, απολύτως θετικά σχόλια από travel πλατφόρμες και διεθνή τηλεοπτικά μέσα, πολύ θετική αντίδραση του διεθνούς δικτύου δημοσιογράφων μας.



Στο εξωτερικό, στο κοινό μας δηλαδή, κατάλαβαν πολύ καλύτερα αυτό που τα τρoλ του εσωτερικού δεν μπόρεσαν, ή δεν ήθελαν να καταλάβουν.

**Ναι, το ελληνικό καλοκαίρι είναι state of mind.**

Ιδίως αυτή τη δύσκολη εποχή.

Ναι, οφείλουμε να είμαστε ένα βήμα μπροστά.

Να αντιλαμβανόμαστε.

Να δημιουργούμε trends.

Να μην επαναπαυόμαστε σε κλισέ, στερεότυπα, και κάθε λογής ευκολίες.

Γιατί αυτός είναι ο ρόλος μας, ο λόγος της ύπαρξης μας.

Να ανοίγουμε δρόμους.

Έχουμε την γνώση και τη θέληση να μπορούμε να το κάνουμε.

Όπως λόγος ύπαρξης μας, συνομολογημένος από όλους και όλες, είναι και η συνεργασία μας με το ελληνικό δημόσιο και τον ΕΟΤ.

Που πάντα ήταν άψογη και επωφελής για όλες τις πλευρές.

Με σοβαρά, καταρτισμένα στελέχη.

Εξαιρετικούς επαγγελματίες.

Με ανθρώπους που αντιλαμβάνονται τις νέες ανάγκες.

Ο ΕΟΤ κερδίζει από την Marketing Greece.

Η Marketing Greece κερδίζει από τον ΕΟΤ.

Ήταν λυπηρό, μέγα λάθος, εξαιρετικά αντιπαραγωγικό, σε αυτή τη πρωτοφανή συγκυρία, κάποιοι να κηρύξουν πόλεμο κατά του ελληνικού τουρισμού.

Γιατί όταν χτυπάς την συνεργασία δημόσιου και ιδιωτικού, χτυπάς τον ελληνικό τουρισμό.

Ιδίως τώρα που αυτή η συνέργεια ήταν κάτι παραπάνω από αναγκαία.

Όμως κυρίες και κύριοι, όπως είπα και στην αρχή, δεν είμαστε μόνο για τα εύκολα και τις «χρονιές ρεκόρ» είμαστε και για τα δύσκολα.

Εκεί που αναμετρείται κανείς με τα προβλήματα.

Και ναι, σε μια τόσο δύσκολη συγκυρία, η Marketing Greece είναι υπερήφανη για τη δουλειά της.

Νιώθουμε ακόμα πιο ισχυροί, με μεγαλύτερο πείσμα, με μεγαλύτερη πίστη και αποφασιστικότητα.

Να προσφέρουμε ακόμα περισσότερα.

Να πάμε τον ελληνικό τουρισμό ακόμα πιο ψηλά.

Δεσμεύομαι ενώπιόν σας, ότι δεν θα πάψω να υπηρετώ με τον ίδιο ζήλο, με την ίδια μαχητικότητα, την κοινή μας προσπάθεια.

Σας ευχαριστώ