

Τι συζήτησαν ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, και ο Regional Director for Public Policy του Netflix International B.V., Αλεξάντερ Λονγκ. Οι προοπτικές συνεργασίας

Το Netflix αναδεικνύει τον ελληνικό τουρισμό

NETFLIX

34

εκατ. ευρώ δαπάνησε ο ΕΟΤ από το 2019 έως το 2023 για τουριστικές καμπάνιες και διαφημιστικά προγράμματα σε πάνω από 350 μέσα και πλατφόρμες επικοινωνίας, σε συνολικά 35 αγορές-στόχους



Της **ΕΥΑΣ Δ. ΟΙΚΟΝΟΜΑΚΗ**
e.oikonomaki@realnews.gr

Την προβολή της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού διεθνώς εξετάζει επισταμένα το τελευταίο χρονικό διάστημα ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ), με στόχο την ενίσχυση της ταυτότητας της χώρας στο εξωτερικό και την ενδυνάμωση του brand της. Στην κατεύθυνση αυτή, πριν από λίγες ημέρες ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης, και η υπουργός Τουρισμού, Οлга Κεφαλογιάννη, συνάντησαν στην Αθήνα τον Regional Director for Public Policy του Netflix International B.V., Αλεξάντερ Λονγκ, και την ομάδα του, με στόχο τη διερεύνηση μελλοντικής συνεργασίας με αιχμή την προώθηση της Ελλάδας σε παγκόσμιο επίπεδο.

Σύμφωνα με τις πληροφορίες, ο επικεφαλής της δημοφιλούς online πλατφόρμας ενημερώθηκε ως προς τη στρατηγική προβολής του ελληνικού τουρισμού που έχουν χαράξει ο ΕΟΤ και το υπουργείο Τουρισμού. Στο επίκεντρο της συνάντησης των δύο πλευρών βρέθηκε, μάλιστα, το ενδεχόμενο κάποια γυρίσματα από μελλοντικές παραγωγές του Netflix να φιλοξενηθούν στην Ελλάδα, όχι μόνο σε ήδη δημοφιλείς προορισμούς, αλλά και σε ανερχόμενους, με αιχμή την ηπειρωτική χώρα.

Στο ίδιο πλαίσιο, ο ΕΟΤ δεσμεύτηκε για τη διευκόλυνση διαδικασιών που απαιτούνται στην κατεύθυνση φιλοξενίας στην Ελλάδα διεθνών παραγωγών της πλατφόρμας, με τον Δ. Φραγκάκη και τον Αλ. Λονγκ να ανανεώνουν το ραντεβού τους για τον Σεπτέμβριο, ενδεχομένως στο πλαίσιο της Διεθνούς Εκθεσης Θεσσαλονίκης. Μάλιστα, καθώς η Θεσσαλονίκη και εν γένει η βόρεια Ελλάδα έχουν μπει στον χάρτη των διεθνών κινηματογραφικών παραγωγών τα τελευταία χρόνια, καλλιεργούνται προσδοκίες για τη σύναψη μιας νέας συνεργασίας που θα απογειώσει τη φήμη της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού υψηλής ποιότητας.

Αλλωστε, κατά καιρούς η Ελλάδα έχει αποτελέσει πόλο έλξης για τη φιλοξενία διεθνών παραγωγών υψηλών απαιτήσεων. Η Amazon, η Disney, το Apple TV και η Universal είναι λίγα μόνο από τα ονόματα που έχουν φέρει αέρα... Χόλιγουντ στην Ελλάδα, με επίκεντρο την Αθήνα, ενισχύοντας σημαντικά τη βιομηχανία οπτικοακουστικών μέσω των μέσων της χώρας, έναν ιδιαίτερα προσοδοφόρο τομέα, και αναδεικνύοντας την ελληνική πρωτεύουσα ως έναν από τους κορυφαίους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Η ψήφος εμπιστοσύνης που λαμβάνει τα τελευταία χρόνια η χώρα από τους ισχυρούς



Ο Αλεξάντερ Λονγκ, Regional Director for Public Policy του Netflix International B.V.

του κινηματογράφου και της τηλεόρασης δίνει περαιτέρω ώθηση στην προσπάθεια της Ελλάδας να αποκτήσει σημαντικό ρόλο στη διεκδίκηση ενός αξιόλογου μεριδίου από την πίτα των δισεκατομμυρίων δολαρίων που επενδύονται κάθε χρόνο σε διεθνές επίπεδο στον κινηματογράφο και στη μικρή οθόνη.

Γ' αυτό, άλλωστε, ιδρύθηκε και το Γραφείο Εξυπηρέτησης Κινηματογραφικών Παραγωγών της Αθήνας (Athens Film Office), το οποίο έχει συνδράμει στα γυρίσματα δεκάδων διεθνών και ελληνικών οπτικοακουστικών παραγωγών. Στόχος είναι η ελληνική πρωτεύουσα να αποκτήσει ισχυρή παρουσία στον παγκόσμιο χάρτη κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών, ακολουθώντας τις πρακτικές μεγάλων ευρωπαϊκών πόλεων.

Με αιχμή την προβολή

Σύμφωνα με τον πρόσφατο απολογισμό του ΕΟΤ, ο Οργανισμός την τετραετία από το 2019 έως το 2023 «έτρεξε» επτά τουριστικές καμπάνιες και διαφημιστικά προγράμματα αξίας 34 εκατ. ευρώ σε πάνω από 350 μέσα και πλατφόρμες επικοινωνίας, σε συνολικά 35 αγορές-στόχους. Στην ίδια λογική, ο ΕΟΤ υλοποίησε προγράμματα συνδιαφήμισης, προϋπολογισμού 30 εκατ. ευρώ, με 200 και πλέον συνεργάτες από όλο τον κόσμο, με στόχο την εδραίωση του brand «Ελλάδα», την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου, την ενίσχυση μεριδίων σε παραδοσιακές και νέες αγορές, καθώς και την ισόρροπη γεωγραφική προβολή της χώρας.

Επιπλέον, το ίδιο διάστημα, επενδύθηκαν 11 εκατ. ευρώ σε δωδεκάμηνα προγράμματα συνδιαφήμισης με δέκα αεροπορικές εταιρείες και 2 εκατ. ευρώ σε στοχευμένες καμπάνιες για την προώθηση του χειμερινού τουρισμού και των city breaks. Αντίστοιχα, 2 εκατ. ευρώ τοποθετήθηκαν για ειδική προβολή των νησιών του Αιγαίου που επλήγησαν από τη μεταναστευτική κρίση.

Σημαντικό μέρος του προϋπολογισμού του ΕΟΤ, μάλιστα, κατευθύνθηκε, με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, σε emblematic συνεργασίες, μεταξύ άλλων, με τη Michelin, τη Mastercard, το Ράλλυ Ακρόπολις, το Taste of Athens, τα συνέδρια Economist, Delphi Economic Forum, Greek House Davos για την προώθηση του brand «Ελλάδα» και την προβολή του αθλητικού τουρι-



Ο γενικός γραμματέας του ΕΟΤ, Δημήτρης Φραγκάκης

σμού, της ελληνικής γαστρονομίας, του τουρισμού των outdoor δραστηριοτήτων κ.ά.

Πλούσιο βιογραφικό

Το τελευταίο χρονικό διάστημα, ο Αλ. Λονγκ ασκεί χρέη Regional Director for Public Policy του Netflix International B.V., με έδρα το Αμστερνταμ, και συνεργάζεται με ενδιαφερόμενους φορείς του οπτικοακουστικού τομέα για την υποστήριξη των προσπαθειών τους ως προς την προώθηση ζωντανών και βιώσιμων δημιουργικών οικοσυστημάτων. Πριν μετακομίσει στο Αμστερνταμ το 2020, εργαζόταν στα κεντρικά γραφεία του Netflix Ασίας-Ειρηνικού στη Σιγκαπούρη. Πριν γίνει στέλεχος του Netflix, πριν από περισσότερα από τρία χρόνια, ο Αλ. Λονγκ εργαζόταν σε εταιρείες που δραστηριοποιούνται σε θέματα τεχνολογικής πολιτικής για την Google στις ΗΠΑ και στη νότια και νοτιοανατολική Ασία. Έχει, επίσης, απασχοληθεί σε εκπαιδευτικούς και μη κερδοσκοπικούς οργανισμούς στο Καζακστάν και στο Τατζικιστάν.

