
Αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» και Aegean «βάζουν πλάτη» για την τουριστική προβολή της Αθήνας

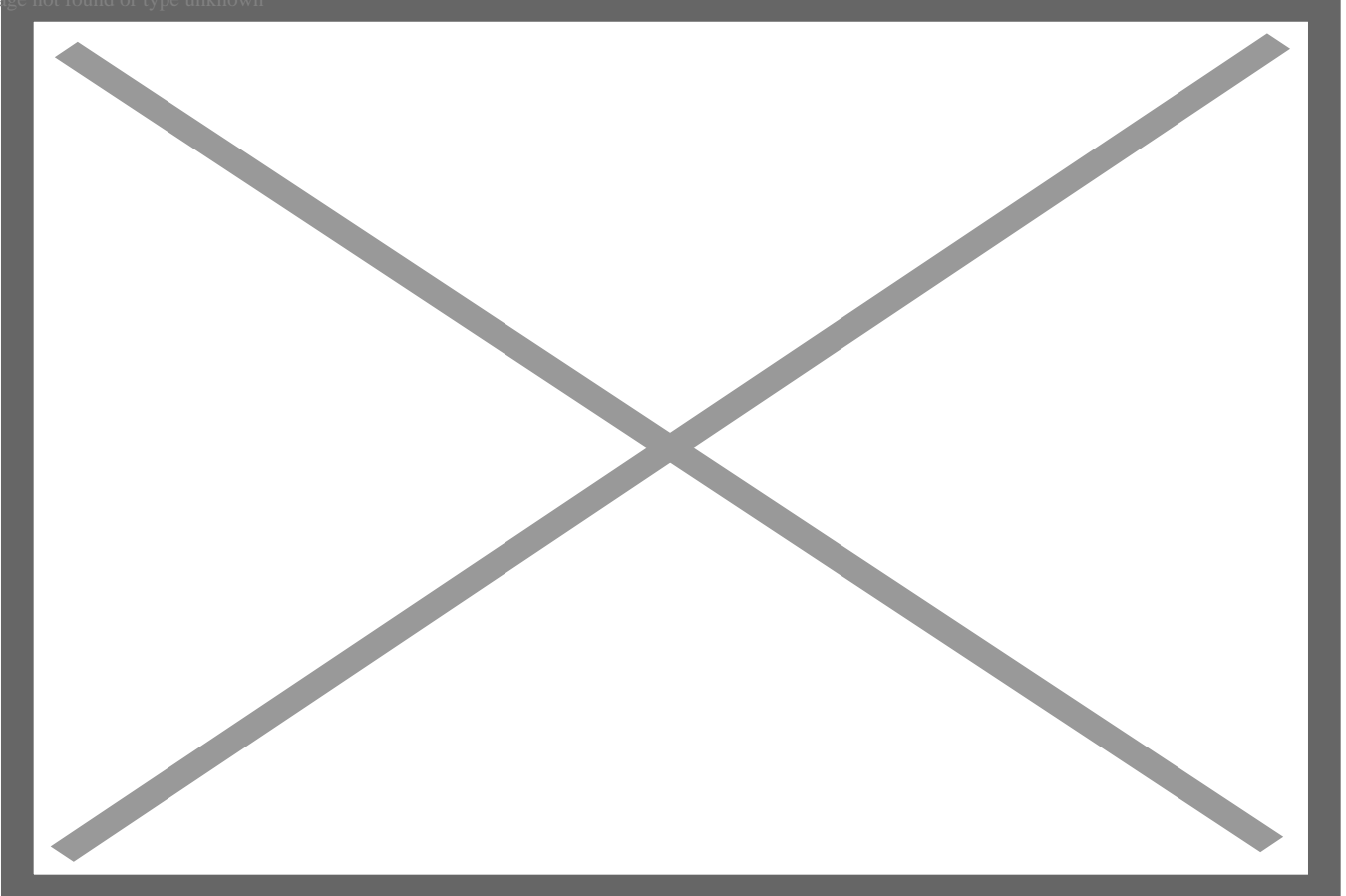
2016/12/17 12:04 στην κατηγορία ΑΕΡΟΠΟΡΙΚΑ

Υπό την αρωγή του δήμου της Αθήνας, το αεροδρόμιο «Ελ. Βενιζέλος» και η Aegean Airlines «βάζουν πλάτη» για την τουριστική προβολή της Αθήνας, με την σύμπραξη Athens Tourism Partnership (ATP).

Η Αθήνα, για αρκετά χρόνια (από τη δολοφονία του Αλ. Γρηγορόπουλου το Δεκέμβριο του 2008 έως και το 2013), είχε υποστεί σημαντικά «τραύματα» στην εικόνα της, **με αποτέλεσμα τη δραματική μείωση ξένων επισκεπτών και τουριστικών εσόδων.**

Ωστόσο, **από το 2014, η εικόνα αυτή ανατράπηκε**, όπως φανερώνουν, τόσο τα αναπτυξιακά μεγέθη του «Ελ. Βενιζέλος», όσο και η ενίσχυση της δραστηριότητας της Aegean Airlines στα Σπάτα (περισσότερα αεροσκάφη και προορισμοί).

Στο πλαίσιο αυτό, ο Δήμος Αθηναίων, η AEGEAN και ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών ενώνουν, για πρώτη φορά τις δυνάμεις τους, έχοντας έναν κοινό στόχο: την προβολή της Αθήνας ως σύγχρονου κέντρου πολιτισμού και ελκυστικού τουριστικού προορισμού για όλο το χρόνο.



Η χρηματοδότηση της καμπάνιας γίνεται με ίδιους πόρους των μελών της σύμπραξης, ενώ για τον Δήμο Αθηναίων γίνεται με την αποκλειστική δωρεά της Ελληνικής Πρωτοβουλίας – The Hellenic Initiative. Το εγχείρημα συντονίζει η Marketing Greece.

Πρώτο αποτέλεσμα αυτής της συνεργασίας είναι μία νέα, ζωντανή και δυναμική καμπάνια με τίτλο «One City. Never Ending Stories» και στόχο την ανάδειξη της αθηναϊκής εμπειρίας. Η καμπάνια εστιάζει στην προβολή της Αθήνας ως μιας πόλης που προσφέρει αμέτρητες επιλογές.

Μίας πόλης γεμάτης ιστορίες, εικόνες και εμπειρίες, οι οποίες παρουσιάζονται με σύγχρονο, ζωντανό και δυναμικό τρόπο.

Το κεντρικό βίντεο της καμπάνιας αποτυπώνει μοναδικά τις πολλές, γνωστές και άγνωστες, διαφορετικές πτυχές της Αθήνας: μέσα σε ένα μόλις λεπτό, 51 εικόνες της πόλης ξετυλίγονται μπροστά μας. 51 βιωματικές στιγμές μιας πόλης που έχει κάτι μοναδικό να προσφέρει όλο το χρόνο.

Η ιστοσελίδα της καμπάνιας www.thisisathens.org πρόκειται σταδιακά να φιλοξενήσει συνολικά 103 ιστορίες που μέσα από ένα κεντρικό και μετέπειτα με πέντε θεματικά βίντεο παρουσιάζουν τη ζωή στην Αθήνα κάθε ώρα του εικοσιτετραώρου, τη ζωή των ανθρώπων της πόλης όλες τις εποχές του χρόνου, αναδεικνύοντας, έτσι

εύστοχα τις επιλογές μίας πόλης που προσφέρει στον επισκέπτη ατελείωτες ευκαιρίες μοναδικών εμπειριών.

Παράλληλα, η ιστοσελίδα λειτουργεί ως εργαλείο προγραμματισμού του ταξιδιού, προβάλλοντας ό,τι συμβαίνει στην Αθήνα όλο το χρόνο, παρουσιάζοντας τα μουσεία, τα αξιοθέατα, τα δρώμενα, τις επιλογές φαγητού και διασκέδασης αλλά και τις γειτονιές της πόλης με τα δικά τους ιδιαίτερα χαρακτηριστικά.

Η δυναμική έναρξη της καμπάνιας “One City.Never Ending Stories” αξιοποιεί στο έπακρο τα ψηφιακά μέσα: ηλεκτρονικές και έντυπες διαφημίσεις, video, προβολή σε Youtube, Facebook, Instagram, Twitter τα οποία αποτελούν σημαντικά εργαλεία προώθησης στο κοινό – στόχος που περιλαμβάνει, σε πρώτο στάδιο κυρίως ταξιδιώτες από τη Γαλλία και τη Γερμανία. Ο σχεδιασμός της καμπάνιας καλύπτει γεωγραφικά όλες τις μεγάλες πόλεις της Γαλλίας και της Γερμανίας, οι οποίες αποτελούν τις βασικές αγορές – στόχους για την Αθήνα. Η ιστοσελίδα της καμπάνιας θα είναι διαθέσιμη στα αγγλικά, γαλλικά και γερμανικά.

Οι δηλώσεις

Ο Δήμαρχος Αθηναίων **κύριος Γιώργος Καμίνης** τόνισε ότι η Αθήνα έχει όλες τις δυνατότητες και προϋποθέσεις να είναι δημοφιλής, αυτόνομος προορισμός και όχι ένα απλό πέρασμα προς τα όμορφα νησιά μας.

Η σύμπραξη για τον τουρισμό της Αθήνας, που ανακοινώνουμε σήμερα, είναι μια άνευ προηγουμένου συνεργασία, με πρώτη έμπρακτη πρωτοβουλία την έναρξη αυτής της πρωτοποριακής καμπάνιας. Η Αθήνα επανακάμπτει με ανοδική τροχιά στη διεθνή τουριστική αγορά, ανατρέποντας αποφασιστικά την εικόνα των πρώτων χρόνων της κρίσης. Για μια ακόμη φορά οι μεγάλες συνεργασίες, μας βάζουν στην πρωτοπορία.»

Ο Αντιπρόεδρος της AEGEAN, κ. **Ευτύχιος Βασιλάκης**, είπε μεταξύ άλλων: «Η προϊοντική εξέλιξη, αλλά και επικοινωνία του τουριστικού προϊόντος της Αθήνας απαιτούν νέες ιδέες συνεργασία και κοινή επένδυση φορέων. Πρέπει να αλλάξει το μοντέλο των πολλών μικρών παράλληλων προσπαθειών που σπαταλά πόρους και χρόνο.

Είμαστε περήφανοι που ωριμάζει και παρουσιάζεται σήμερα το AthensTourismPartnership, η προσπάθεια του Δήμου για αποτελεσματικότερη προβολή της πόλης με την συμμετοχή και την (καταρχήν) σύμπραξη της AEGEAN και του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών.

Image not found or type unknown



Η AEGEAN πέρα από την βασική της επένδυση για στήριξη της Αθήνας με προσθήκη 40 νέων προορισμών εξωτερικού την τελευταία τριετία που βελτιώνουν σημαντικά

την δυνατότητα για citybreaks, όσο και τη διασύνδεση με τα νησιά μας στηρίζει οικονομικά και το AthensPartnership. Ανταποκριθήκαμε άμεσα στο κάλεσμα του Δήμου για την κοινή αυτή προσπάθεια.

Ο στόχος είναι η ομάδα αλλά και η πλατφόρμα αυτή να ωριμάσει, η προσπάθεια αυτή να στηριχθεί από επιπλέον ιδιωτικούς και δημοσίους φορείς να γίνει ένας νέος σημαντικός και αποτελεσματικός θεσμός. Η κρίση μας αναγκάζει να συνεργαζόμαστε για να αθροίζουμε πόρους. Αν μάθουμε να το κάνουμε σωστά και συστηματικά τότε ο αναπτυξιακός πολλαπλασιαστής θα είναι μεγάλος.»

Ο CEO του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών, **κύριος Γιάννης Παράσχης**, ανέφερε: «Από το 2014, η Αθήνα ζει μια «τουριστική άνοιξη», ύστερα από μια εξαιρετικά δύσκολη περίοδο. Η προώθηση της πόλης, τόσο ως τελικού προορισμού, όσο και ως ενδιάμεσου σταθμού, είναι στρατηγικός στόχος του αεροδρομίου, ώστε να αυξηθεί ακόμη περισσότερο η επισκεψιμότητα και η διασυνδεσιμότητά της καθόλη τη διάρκεια του χρόνου.

Τα τελευταία χρόνια συμβάλλουμε με ιδιαίτερη έμφαση στην ενίσχυση της Αθήνας ως προορισμού, μέσω μιας σειράς πρωτοβουλιών. Σε αυτό το πλαίσιο, ο Διεθνής Αερολιμένας Αθηνών, όπως και πολλοί ακόμη φορείς, κρατικοί και ιδιωτικοί, επενδύει στο στρατηγικό κομμάτι του citybreak. Βασική προϋπόθεση για το στόχο του citybreak είναι η μεταξύ μας συνεργασία για την ανάπτυξη και την προώθηση προϊόντων, υπηρεσιών και υποδομών.

Συνέργειες όπως η καμπάνια που ανακοινώνουμε σήμερα για την προβολή της πόλης, ενώνοντας τις δυνάμεις μας με το Δήμο Αθηναίων και την AEGEAN, είναι απαραίτητες σε μια κοινή προσπάθεια που πρέπει να συνεχισθεί με τη στήριξη όλης της αλυσίδας του τουρισμού.»