

## Ο ΕΟΤ προωθεί την καμπάνια "Oh My Greece" στο Βερολίνο

**"ΒΟΥΤΑ"** είναι το ρήμα με το οποίο, στην καμπάνια "Oh My Greece | Unlock the Feeling", ο ντόπιος προτρέπει τον τουρίστα να βουτήξει το ψωμί στη σαλάτα. Βουτιά στα βαθιά θα μπορούσε να χαρακτηριστεί και η πρώτη δημόσια παρουσίαση της νέας καμπάνιας της Marketing Greece, με στόχο την προώθηση του ελληνικού τουριστικού προϊόντος διεθνώς, που έγινε χθες στο ελληνικό περίπτερο της μεγαλύτερης τουριστικής έκθεσης ITB 2019 στο Βερολίνο, παρουσία της υπουργού Τουρισμού, Έλενας Κουντουρά και της προϊσταμένης του ΕΟΤ Γερμανίας, Βίκυς Στρούμπου. Η κ.Κουντουρά, μιλώντας για τη συνεργασία του ΕΟΤ με τη Marketing Greece, τόνισε τη σημασία που έχουν οι συνέργειες στον τουρισμό. Είπε επίσης ότι η Ελλάδα είναι η μοναδική πολυνησιακή χώρα της Ευρώπης, που με την εθνική τουριστική πολιτική της έχει καταστεί παγκόσμιος ελκυστικός προορισμός για όλο το χρόνο, με επίκεντρο τις αυθεντικές εμπειρίες που αποτελούν κυρίαρχη τάση παγκοσμίως. Τόνισε ακόμη ότι το βίντεο αποτελεί μια εξαιρετική παραγωγή της Marketing Greece και η εν λόγω εκδήλωση αποτελεί την πρώτη κοινή επίσημη παρουσίαση στο εξωτερικό. Από την πλευρά της, η κ.Στρούμπου υπογράμμισε ότι είναι ένα εξαιρετικό βίντεο, τα δικαιώματα του οποίου παραχωρούνται στον ΕΟΤ, για να το διοχετεύσει στο ευρύ δίκτυό του. "Είμαστε ιδιαίτερα ικανοποιημένοι για τη θερμή υποδοχή, τα κολακευτικά σχόλια και την καθολική αποδοχή που έχει εισπράξει η καμπάνια μας σε αυτές τις λίγες εβδομάδες που βρίσκεται στον αέρα", δήλωσε η CEO της Marketing Greece Ιωάννα Δρέττα και πρόσθεσε: "Αυτή την εικόνα αποδοχής λαμβάνουμε και στο Βερολίνο". Όπως τόνισε, «σε μια στιγμή προκλήσεων για τον ελληνικό τουρισμό, ερχόμαστε να αναδείξουμε μια ισχυρή αλυσίδα αξιών που χαρακτηρίζουν την Ελλάδα και προσφέρουμε απλόχερα στους επισκέπτες. Αμεσότητα, οικειότητα, ελευθερία. Αξίες που "ξεκλειδώνουν" το συναίσθημα και δημιουργούν μοναδικές, αξέχαστες ταξιδιωτικές εμπειρίες».