

Η SOCIAL MEDIA ΠΑΡΟΥΣΙΑ ΤΗΣ ΕΡΤ ΓΙΑ ΤΟ ΜΟΥΝΤΙΑΛ

Το project του **ΜΟΥΝΤΙΑΛ 2026** για την ΕΡΤ βρίσκεται σε εξέλιξη από τις 4 Ιουνίου με συνολική διάρκεια μέχρι σήμερα 47 ημερών(περίπου 6,5 εβδομάδες), καλύπτοντας τη Social Media παρουσία της ΕΡΤ σε 24ώρη βάση καθ' όλη τη διάρκεια της διοργάνωσης.

Πρόκειται για μια πολυεπίπεδη παραγωγή ψηφιακού και οπτικοακουστικού περιεχομένου στην οποία συμμετείχαν 55 άνθρωποι ενώ περισσότεροι από 100 στήριζαν, συνεργάστηκαν και εμφανίστηκαν στο project. Η παραγωγή αναπτύχθηκε σε διαφορετικούς άξονες, καλύπτοντας τις ανάγκες των social media στις πλατφόρμες **Instagram, Facebook, Tik Tok, YouTube & ERTFLIX.**

Στο πλαίσιο του έργου υλοποιήθηκαν 4 μεγάλες πρωτότυπες παραγωγές περιεχομένου.

Η πρώτη ήταν η σειρά **«Ο Γύρος της Αμερικής σε 40 Μέρες»**, με τους απεσταλμένους στις Ηνωμένες Πολιτείες, τον travel blogger **Χρήστο Ανθόπουλο** και τον αθλητικό δημοσιογράφο **Δημήτρη Θεοδωρόπουλο**. Η σειρά βασίστηκε στην αποκλειστική κάλυψη της διοργάνωσης, συνδυάζοντας ταξιδιωτικό και αθλητικό περιεχόμενο μέσα από μια ολοκληρωμένη προσέγγιση.

Οι δυο τους ακολούθησαν το Παγκόσμιο Κύπελλο από την πρεμιέρα έως τον μεγάλο τελικό, ταξιδεύοντας συνολικά σε **τρεις χώρες, Ηνωμένες Πολιτείες, Καναδά και Μεξικό**. Από την αποστολή αυτή παρήχθη πρωτογενές δημοσιογραφικό υλικό, το οποίο μετατρεπόταν καθημερινά σε ψηφιακό περιεχόμενο για τις πλατφόρμες της ΕΡΤ. Η σειρά περιλάμβανε την παραγωγή **40 βασικών βίντεο, 110 reels** και συνολικά **150 παραδοτέων**. Η παραγωγική διαδικασία πραγματοποιούνταν καθημερινά, από τις 06:00 το πρωί έως αργά το βράδυ, με συνεχή παραλαβή, αξιολόγηση και επεξεργασία του υλικού που απέσπελλαν ο travel blogger και ο αθλητικός συντάκτης από τις τρεις χώρες κατά τη διάρκεια της διοργάνωσης. Για την ολοκλήρωση της συγκεκριμένης παραγωγής απαιτήθηκαν περίπου **920 εργατοώρες**.

Η δεύτερη παραγωγή περιλάμβανε τις θεματικές ενότητες **«Post Cards»**, **«Streets of America»** και **«Stand Alone Topics»**, με τον επίσης απεσταλμένο στις ΗΠΑ **Παναγιώτη Αρωνιάδη**. Μέσα από τις ενότητες αυτές αναδείχθηκαν η καθημερινότητα, ο πολιτισμός και οι ιδιαίτερες πτυχές της αμερικανικής κοινωνίας, εμπλουτίζοντας την κάλυψη της διοργάνωσης με αυθεντικό και πρωτότυπο αφηγηματικό περιεχόμενο. Συνολικά, στο πλαίσιο της συγκεκριμένης παραγωγής δημιουργήθηκαν και δημοσιεύθηκαν **100 πρωτότυπες αναρτήσεις**, οι οποίες προσέφεραν στο κοινό μια ολοκληρωμένη εικόνα της αμερικανικής εμπειρίας, πέρα από το αμιγώς αθλητικό γεγονός.

Παράλληλα, δημιουργήθηκε η μίνι σειρά **«Η Άμπαλη του Μουντιάλ»**, με την ηθοποιό **Δανάη Λουκάκη** η οποία περιλάμβανε 33 βασικά επεισόδια, 55 reels και 20 ειδικά cut versions για τηλεοπτική μετάδοση, συγκεντρώνοντας συνολικά 108 παραδοτέα. Η παραγωγή απαιτούσε καθημερινή επεξεργασία, δημιουργία γραφικών, προσαρμογή του περιεχομένου για διαφορετικές πλατφόρμες και επιπλέον επεξεργασία για τις τηλεοπτικές εκδόσεις των επεισοδίων. Η συνολική απασχόληση της ομάδας εκτιμάται σε περίπου 520 εργατοώρες.

Στο πλαίσιο αυτών των δύο παραγωγών δημιουργήθηκαν **91 πρωτότυπα επεισόδια και βίντεο, 147 reels, 20 τηλεοπτικά cut versions**, καθώς και **258 παραδοτέα** από τις δύο σειρές πρωτότυπου περιεχομένου. Η παραγωγή απαιτήσε τουλάχιστον **1.440 εργατοώρες** μόνο για τις σειρές «Ο Γύρος της Αμερικής σε 40 Μέρες» και «Η Άμπαλη στο Μουντιάλ». Το σύνολο του έργου απαιτήσε καθημερινό συντονισμό διαφορετικών ειδικοτήτων, ταχύτατη διαχείριση πρωτογενούς υλικού και παράλληλη παραγωγή περιεχομένου για ψηφιακή, κοινωνική και τηλεοπτική αξιοποίηση, αποτυπώνοντας το εύρος και την πολυπλοκότητα ενός από τα μεγαλύτερα projects ψηφιακής παραγωγής που υλοποιήθηκαν στο πλαίσιο της κάλυψης του Μουντιάλ 2026.

Ξεχωριστό κομμάτι του project αποτέλεσε η εκπομπή **«VAR-άτε Μουντιάλ»**, για την οποία πραγματοποιήθηκαν περισσότερες από 60 ώρες γυρισμάτων με πολυκάμερη παραγωγή 4K. Η εκπομπή με παρουσιαστές τους ηθοποιούς **Λευτέρη Ελευθερίου** και **Αντώνη Κρόμπα** ολοκληρώνεται σε 20 επεισόδια και συνοδεύεται από την παραγωγή 60 επιπλέον reels για τα social media. Η διαδικασία post production ξεπέρασε τις 320 ώρες και περιλάμβανε μοντάζ, color grading, μίξη ήχου, δημιουργία γραφικών, μουσική επένδυση και τελική παράδοση κάθε επεισοδίου.

Η συνολική παραγωγή αποτέλεσε ένα εγχείρημα εξαιρετικά μεγάλης κλίμακας, τόσο ως προς τον δημιουργικό όγκο όσο και ως προς τις απαιτήσεις τεχνικής, οργανωτικής και επιχειρησιακής διαχείρισης. Παράλληλα, υποστηρίχθηκε από μια διαρκή και ιδιαίτερα εντατική παρουσία στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, με περισσότερες από 7.000 αναρτήσεις έως σήμερα, γεγονός που επέβαλε έναν εξαιρετικά υψηλό και σταθερό ρυθμό παραγωγής, επεξεργασίας, προσαρμογής και διανομής περιεχομένου σε πολλαπλά ψηφιακά κανάλια. Επιπλέον, για την ενίσχυση της απήχησης και της αποτελεσματικότητας των ενεργειών προβολής, επενδύθηκαν περισσότερα από **100.000 ευρώ** σε διαφημιστικές καμπάνιες, γεγονός που καταδεικνύει το εύρος της επένδυσης και τη στρατηγική έμφαση που δόθηκε στην προώθηση του παραγόμενου περιεχομένου.

Για την υλοποίηση του έργου συνεργάστηκαν συνολικά **34 επαγγελματίες** από διαφορετικά γνωστικά πεδία, καλύπτοντας το σύνολο της παραγωγικής διαδικασίας. Η ομάδα περιλάμβανε στελέχη παραγωγής και διοίκησης, αρχισυνταξίας, post production, motion graphics, graphic design, εφαρμογών τεχνητής νοημοσύνης, μοντάζ, live cut, επεξεργασίας περιεχομένου για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media editing) και βιντεογράφησης. Παράλληλα, στο έργο συνέβαλαν **έξι (6) influencers**, οι οποίοι δημιούργησαν και δημοσίευσαν συνολικά **30 πρωτότυπα βίντεο**, ενισχύοντας σημαντικά την απήχηση, τη διάχυση του περιεχομένου και την αλληλεπίδραση με το κοινό.

Σε περίπου 6,5 εβδομάδες, από τις 4 Ιουνίου έως τις 21 Ιουλίου 2026, η ψηφιακή παρουσία της EPT σε Facebook, Instagram, TikTok και YouTube κατέγραψε εντυπωσιακά αποτελέσματα, φτάνοντας συνολικά περίπου τις **159 εκατομμύρια προβολές περιεχομένου**. Η ανάπτυξη ήταν εκρηκτική σε όλες τις πλατφόρμες.

Η συνολική αυτή επίδοση συνοδεύτηκε από σημαντική διεύρυνση της ψηφιακής κοινότητας της EPT, με περίπου **108.300 νέους ακόλουθους** στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, καθώς οι συνολικοί ακόλουθοι αυξήθηκαν από περίπου **52.200 σε περισσότερους από 160.500**.

Παράλληλα, το περιεχόμενο της ΕΡΤ δημιούργησε περισσότερες από **3,4 εκατομμύρια αλληλεπιδράσεις** με το κοινό, επιβεβαιώνοντας τη δυναμική σχέση που αναπτύσσεται πλέον ανάμεσα στον δημόσιο ραδιοτηλεοπτικό φορέα και τους ψηφιακούς χρήστες.

Ακολουθεί πίνακας

Μηνιαία εξέλιξη (Μάιος → Ιούνιος → Ιούλιος)

Συγκριτικός πίνακας ανά μήνα. Φαίνεται καθαρά η μετάβαση από τον χαμηλό Μάιο στην έκρηξη του Ιουνίου και τη διατήρηση των υψηλών επιδόσεων τον Ιούλιο.

Facebook

Μήνας	Προβολές	Αλληλεπιδράσεις	Επισκέψεις προφίλ	Νέοι ακόλουθοι
Μάιος	2,7 εκατ.	72.600	10.700	1.700
Ιούνιος	53,5 εκατ.	659.200	412.500	34.600
Ιούλιος (1–21)	52,2 εκατ.	725.000	497.700	28.000

Instagram

Μήνας	Προβολές	Αλληλεπιδράσεις	Επισκέψεις προφίλ	Νέοι ακόλουθοι
Μάιος	1,9 εκατ.	118.500	4.000	836
Ιούνιος	21,2 εκατ.	954.600	103.100	14.000
Ιούλιος (1–21)	25,9 εκατ.	1,1 εκατ.	144.400	17.900

Ο Ιούλιος αφορά το διάστημα 1–21/7 (μερικός μήνας). Ο Μάιος αποτελεί τη βάση σύγκρισης.

Εξέλιξη ακολούθων (αρχή → τέλος περιόδου)

Σύγκριση αριθμού ακολούθων στην αρχή (4 Ιουν) και στο τέλος (20 Ιουλ) της περιόδου.

Κανάλι	Αρχή (4 Ιουν)	Τέλος (20 Ιουλ)	Μεταβολή	% αύξηση
Facebook	~44.000	106.000	+62.000	+141%
Instagram	8.200	44.500	+36.300	+443%
TikTok	0	10.000	+10.000	νέο κανάλι

Συγκεντρωτικός πίνακας επιδόσεων ανά κανάλι

Τιμές περιόδου και ποσοστιαία αύξηση σε σχέση με την προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο.

Κανάλι	Προβολές	Αλληλεπιδράσεις	Επισκέψεις προφίλ	Νέοι ακόλουθοι
Facebook	102,0 εκατ. +2.300%	1,3 εκατ. +1.200%	890.900 +4.900%	+62.000 καθαρή αύξηση
Instagram	45,4 εκατ. +1.500%	2,0 εκατ. +1.100%	242.300 +4.100%	+36.300 καθαρή αύξηση

Κανάλι	Προβολές	Αλληλεπιδράσεις	Επισκέψεις προφίλ	Νέοι ακόλουθοι
TikTok	6,1 εκατ. νέα καταγραφή	187.700 νέα καταγραφή	29.300 νέα καταγραφή	+8.300 καθαρή αύξηση

Για το TikTok δεν υπάρχει διαθέσιμη προηγούμενη περίοδος σύγκρισης· οι τιμές αποτελούν νέα καταγραφή της περιόδου.

YouTube — Original περιεχόμενο Μουντιάλ

Συνολικά 102 βίντεο σε 4 σειρές, με ~5,63 εκατομμύρια προβολές.

Σειρά / Πρότζεκτ	Βίντεο
«Μια... Άμπαλη στο Μουντιάλ»	39
«What If?»	9
«VAR-άτε Μουντιάλ»	17
«Ο Γύρος της Αμερικής σε 40 ημέρες»	37
ΣΥΝΟΛΟ	102

Facebook

Όλα τα παρακάτω επιτεύχθηκαν μέσα στην περίοδο (4/6 – 20/7):

- **Ακόλουθοι: από ~44.000 σε 106.000** (+141%, δηλαδή +62.000 νέοι ακόλουθοι)
- **102,0 εκατ. προβολές** — αύξηση 2.300% σε σχέση με την προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο
- **4,5 εκατ. μοναδικοί θεατές** (+371%)
- **1,3 εκατ. αλληλεπιδράσεις** με το περιεχόμενο (+1.200%)
- **890.900 επισκέψεις** στο προφίλ (+4.900%)
- **9.200 κλικ** σε συνδέσμους (+114%)

Instagram

Όλα τα παρακάτω επιτεύχθηκαν μέσα στην περίοδο (4/6 – 20/7):

- **Ακόλουθοι: από 8.200 σε 44.500** (+443%, δηλαδή +36.300 νέοι ακόλουθοι)
- **45,4 εκατ. προβολές** — αύξηση 1.500% σε σχέση με την προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο
- **2,3 εκατ. λογαριασμοί** που προσεγγίστηκαν (reach) (+273%)
- **2,0 εκατ. αλληλεπιδράσεις** με το περιεχόμενο (+1.100%)
- **242.300 επισκέψεις** στο προφίλ (+4.100%)
- **6.700 κλικ** σε συνδέσμους (+4.000%)

TikTok

Στοιχεία περιόδου (4/6 – 19/7, όπως καταγράφηκαν στο TikTok Studio):

- **Ακόλουθοι: από 0 σε 10.000** (νέο κανάλι, καθαρή αύξηση +8.300)

- **6,1 εκατ.** προβολές βίντεο
- **174.800** «μου αρέσει»
- **10.800** κοινοποιήσεις
- **29.300** προβολές προφίλ
- **2.100** σχόλια

Πηγή δεδομένων: Meta Business Suite (Facebook & Instagram), TikTok Studio και YouTube. Τα ποσοστά αύξησης αφορούν σύγκριση με την αμέσως προηγούμενη αντίστοιχη περίοδο, όπως τα υπολογίζουν οι ίδιες οι πλατφόρμες