

**ΦΑΚΕΛΟΣ**

# ΝΑ ΠΩΣ ΧΤΙΖΕΤΑΙ ΕΝΑ BRAND

Τέσσερα χρόνια μετά το άνοιγμα της «Costa Navarino» η Καλαμάτα αλλά και ολόκληρη η Μεσσηνία ζει τον ίλιγγο της τουριστικής δόξας, κεφαλαιοποιώντας το εμπνευσμένο όραμα του καπετάν Βασίλη Κωνσταντακόπουλου. Εστιάζουμε στο πώς η Μεσσηνία, αργά αλλά σταθερά, μετατρέπεται σε ένα εργαστήριο δοκιμών του νέου μοντέλου ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού, μιλώντας με τους ανθρώπους-κλειδιά της «Costa Navarino» αλλά και σημαντικούς παράγοντες που ισχυροποιούν το brand. **Από τον Δημήτρη Σταθόπουλο**





01

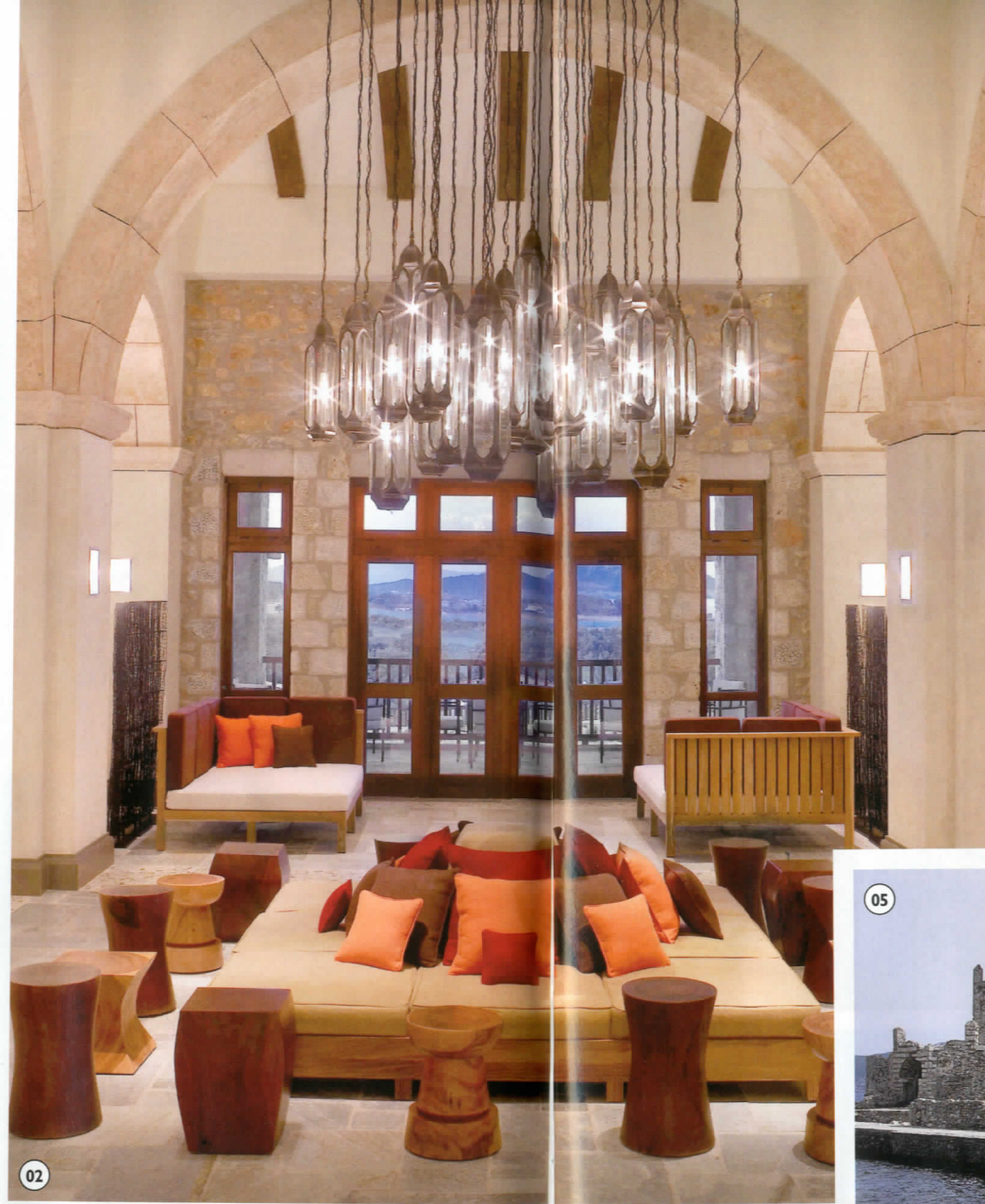
«Θέλω ν' ακούω τον κόσμο που ταξιδεύει να λέει πήγαμε στην Κρήτη, στη Ρόδο, στη Σαντορίνη και τώρα θα πάμε στη Μεσσηνία. Ήθελα να προσφέρω κάτι στον τόπο που γεννήθηκα και νομίζω το κατάφερα», δήλωσε στο περιοδικό «EY ZHN» με αφορμή το άνοιγμα της «Costa Navarino» ο καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος,

λίγους μόνο μήνες μετά, το «National Geographic Traveler Magazine» κατέταξε τη Μεσσηνία στους 20 καλύτερους προορισμούς της χρονιάς, ενώ οι «Sunday Times» είχαν ήδη συμπεριλάβει το «Romano» στα καλύτερα νέα ξενοδοχεία της Ευρώπης. Η νέα εποχή γι' αυτήν τη γωνιά της Πελοποννήσου μόλις άρχισε.

Τι το διαφορετικό όμως συμβαίνει στη Μεσσηνία; Ποιο είναι το στοιχείο που διαφοροποιεί την επενδυτική ατζέντα και την κάνει τόσο ενδιαφέρουσα; Τίποτα παραπάνω από το σχεδιασμό, την οργάνωση, αλλά και την εξαργύρωση όλων των φυσικών πλεονεκτημάτων της περιοχής. Με οργανωμένο και σαφή τρόπο και έχοντας ως παράδειγμα αλλά και αρωγό τη μεγάλη τουριστική επένδυση που άλλαξε τα δεδομένα της περιοχής, ο καθένας από την πλευρά του, ξενοδόχοι, εστιάτορες, παραγωγοί παραδοσιακών προϊόντων επαντοποθετούνται και σχεδιάζουν προσεκτικά τις κινήσεις τους μέσα σ' αυτό το νέο θεσμικό πλαίσιο. Η εκπαίδευση και η διάθεση για διάχυση της πληροφορίας δεν σταματάει ποτέ, με απώτερο στόχο την καθιέρωση της περιοχής ως δωδεκάμηνου τουριστικού προορισμού.

## ΠΟΙΟΤΗΤΑ, ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ, ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ

Σ' αυτό το πλαίσιο, ο πρόεδρος της ΤΕΜΕΣ **Αχιλλέας Β. Κωνσταντακόπουλος**, μιλώντας στο «αθηνόγραμμα Travel», σημειώνει: «Το όραμα του καπετάν Βασίλη ήταν να καθιερωθεί η Μεσσηνία ως ένας από τους πιο ποιητικούς προορισμούς της Μεσογείου. Στην «Costa Navarino», εργαζόμαστε σ' αυτήν την κατεύθυνση με άξονα το σεβασμό, την προστασία και την ανάδειξη του φυσικού περιβάλλοντος, της ιστορίας, του πολιτισμού και της τοπικής κοινωνίας. Στόχος μας επίσης είναι η δημιουργία των προϋποθέσεων για λειτουργία του προορισμού όλο το χρόνο. Σε ένα μεγάλο βαθμό, το έχουμε πετύχει: η περιοχή μας ανοίγει και κλείνει την τουριστική σεζόν στην Ελλάδα. Η επιτυχία μας είναι συνδεδεμένη με την επιτυχία όλης της περιοχής. Συνεργαζόμαστε στενά με τους τοπικούς φορείς και πιστεύω ότι, μαζί, έχουμε ήδη καταφέρει πολλά. Πάνω από το 70% των συνεργατών μας είναι από την Πελοπόννησο. Είμαστε περήφανοι γι' αυτό, διότι οι άνθρωποι μας είναι το μεγαλύτερο ανταγωνιστικό μας πλεονέκτημα». «Τα οφέλη της ανάπτυξης της «Costa Navarino», που αποτελεί μία από τις μεγαλύτερες τουριστικές επενδύσεις της Μεσογείου, είναι ορατά σε κάθε επίπεδο. Σύμφωνα με την πρόσφατη μελέτη του Ινστιτούτου Περιφερειακής Ανάπτυξης, από την έναρξη της κατασκευής μέχρι και σήμερα, η επίδραση στην τοπική οικονομία πλησιάζει το ένα δισ. ευρώ», σημειώνει ο **Στέφανος Θεοδωρίδης**, διευθύνων σύμβουλος της ΤΕΜΕΣ, προθέτοντας: «Η επένδυσή μας στον αγροτικό το-



02



04



03

**01** Ο **Ίθαν Χοκ** και η **Ζιλί Ντελί** στο «Πριν τα Μεσάνυχτα» που διαφήμισε τη Μεσσηνία σε όλο τον κόσμο. **02** Το εντυπωσιακό lobby του «**The Westin Resort - Costa Navarino**». **03** Οι παραλίες είναι βασικά κομμάτια του fun στη Μεσσηνία. **04** Το εκπληκτικό γήπεδο γκολφ. **05** Βόλτα στο κάστρο της Μεθώνης.

**Προηγούμενες σελίδες** Ο **καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος** όταν ξεκινούσε την υλοποίηση του οράματός του, με την υπέροχη Πύλο στο φόντο.



05

μέα είναι επίσης μεγάλη, καθώς πιστεύουμε ότι τουρισμός και γαστρονομία είναι απόλυτα συνδεδεμένες έννοιες. Οι δράσεις του Ιδρύματος «Καπετάν Βασίλης» έχουν στόχο να αναγνωρίζεται η μεσσηνιακή γαστρονομία ως μια από τις πιο υγιεινές διατροφές διεθνώς και κύριος εκπρόσωπος της μεσογειακής διαίτας. Το ζητούμενο είναι να βελτιώνεται συνεχώς το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν στο σύνολό του, από τη στιγμή που φτάνει ο επισκέπτης στην περιοχή μέχρι την αναχώρησή του. Αυτό επιτυγχάνεται μόνο με τη σύμπλευση όλων των τουριστικών επιχειρήσεων και των φορέων».

Μια άλλη δράση που έχει υιοθετήσει η «Costa Navarino», προς το στόχο καθιέρωσης και ενίσχυσης του brand, είναι η τυποποίηση παραδοσιακών προϊόντων και το λανσάρισμά τους ως πρεσβευτών της Μεσσηνίας σε ολόκληρο τον κόσμο, ακόμη και στις προθήκες πωλητηρίων μεγάλων μουσείων του κόσμου. Πρόκειται για τη σειρά

προϊόντων Navarino Icons, η οποία είναι εμπνευσμένη από τις πλούσιες παραδόσεις και την ιστορία της περιοχής και αξιοποιεί πρώτες ύλες από τα κτήματα, τους ελαιώνες και τους λαχανοκήπους της «Costa Navarino».

Το σημαντικό ρόλο των τοπικών προϊόντων στην καθιέρωση ενός ταξιδιωτικού brand σημειώνει και ο **Χρήστος Παπαδημητρίου**, διευθύνων σύμβουλος της γνωστής εταιρείας Papadimitriou (με κορυφαία προϊόντα το παρθένο ελαιόλαδο και το βαλσαμικό ξίδι). «Η λέξη Kalamata αποτελεί κομμάτι του brand μας. Θυμίζουμε σε περισσότερους από 2 εκατομμύρια καταναλωτές ετησίως σε Ελλάδα και εξωτερικό το τοπωνύμιο της περιοχής μας και συμβάλλουμε στο να συνδεθεί με μια ευχάριστη γευστική εμπειρία». Όραμά του η Μεσσηνία να μπορεί να δημιουργήσει μια κατάσταση αντίστοιχη με τη Σκωτία και το ούισκι με προϊόν-πρεσβευτή το ελαιόλαδο, το οποίο θα αποτελεί βασικό κομμάτι της ταξιδιωτικής εμπειρίας: «Θα μαθαίνουμε στους επισκέπτες πώς παράγεται σε κάθε περιοχή και πώς να το δοκιμάζουν σωστά, φτιάχνοντας έτσι έναν όμορφο μύθο για το προϊόν μας – και χιλιάδες πρεσβευτές του ανά τον κόσμο».

## ΒΙΩΣΙΜΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΚΑΙ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝ

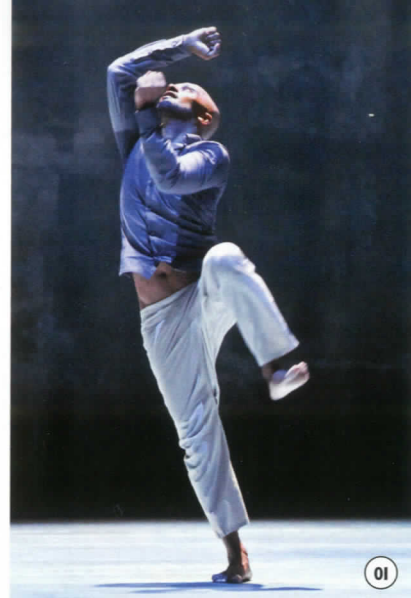
Βασική παράμετρος της ανάπτυξης του brand της Μεσσηνίας είναι η προσπάθεια να επιτευχθεί ο στόχος της βιώσιμης ανάπτυξης με την ταυτόχρονη ανάδειξη αλλά και προστασία του φυσικού περιβάλλοντος. Αυτή η «αλλαγή νοοτροπίας», όπως σημειώνει ο καθηγητής και διευθυντής της βραβευμένης ανασκαφής στην Αρχαία Μεσσήνη **Πέτρος Θέμελης** έχει συντελέσει δραματικά στην καθιέρωση του brand και στην περαιτέρω ανάπτυξη της περιοχής. «Οι αρχαιολογικοί χώροι θεωρούνται γενικώς σήμερα παράγοντες ανάπτυξης και δρόμοι που οδηγούν στην τόνωση του δημόσιου ενδιαφέροντος για την πολιτιστική κληρονομιά. Το κεντρικό ζητούμενο είναι να βρεθεί η κατάλληλη διαχειριστική στρατηγική που θα λαμβάνει υπόψη της όλες τις αξίες ενός αρχαιολογικού χώρου και ταυτόχρονα τις οικονομικές του δυνατότητες. Νομίζω ότι το δίλημμα προστασία ή χρήση των μνημείων είναι ψευδές. Η απάντηση πρέπει να είναι: προστασία και χρήση. Οι επισκέπτες δεν μπορεί να μένουν έξω από το φράκτη των αρχαιολογικών χώρων. Είναι αναγκαίο να τους προσφέρεται αναψυχή σε συνδυασμό με γνώση για τα μνημεία και την αξία τους, αναψυχή που να συνάδει βέβαια με το χαρακτήρα τους». Από την πλευρά του ο αντιπρόεδρος της ΤΕΜΕΣ **Νίκος Κατσικερός** σημειώνει: «Στην «Costa Navarino», γνωρίζοντας ότι ιδιαίτερα για τη Μεσσηνία το φυσικό και πολιτιστικό περιβάλλον είναι ο βασικός πόρος τουριστικής ανάπτυξης, δίνουμε ιδιαίτερη σημασία ώστε κάθε μας αναπτυξιακό βήμα να γίνεται με απόλυτο σεβασμό προς το περιβάλλον αυτό. Γι' αυτό περισσότερο από 10% του συνολικού προϋπολογισμού των ανα-

πτύξεων επενδύεται για την προστασία του περιβάλλοντος, δημιουργούμε υποδομές και αναπτύσσουμε πρακτικές που διαφυλάσσουν και προβάλλουν το φυσικό πλούτο και την αυθεντική φυσιογνωμία της περιοχής. Πιστεύουμε πως αυτή η πολιτική που ακολουθούμε, πέρα από την ευαισθησία του καθενός μας για τα θέματα περιβάλλοντος, αποτελεί και σωστή επιχειρηματική επιλογή για όλους όσους ασχολούνται με τον τουρισμό».

## ΓΚΟΛΦ ΚΑΙ ΦΙΛΟΣΟΦΙΚΕΣ ΣΥΖΗΤΗΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΕΛΑΙΩΝΑ

«Δημιουργούμε μαζί με τους επισκέπτες μας ιστορίες και εμπειρίες τις οποίες ζουν και μοιράζονται. Ο επισκέπτης μας δεν γεύεται μόνο τη μεσοησιακή κουζίνα αλλά την προετοιμάζει παρά με τοπικές νοικοκυρές στο σπίτι τους, αναπτύσσει φιλοσοφικές συζητήσεις κάτω από τους ελαιώνες μας και παίρνει μέρος με τα παιδιά του σε μοναδικές αθλητικές δραστηριότητες στη φύση της Μεσσηνίας», σημειώνει η **Μαρίνα Παπατσώνη**, Marketing & Business Development director της TEMES. Παράλληλα αναφέρεται στο μεγάλο ενδιαφέρον από ελληνικά και ξένα μέσα ενημέρωσης για την παρουσίαση αυτού του προορισμού που τα τελευταία χρόνια έχει γίνει γνωστός σε ολόκληρο τον κόσμο. «Η δημιουργία ιστοριών, που αξίζει να ζήσεις και να διηγηθείς είναι αυτό που οδηγεί πάνω από 1.000 δημοσιογράφους από όλο τον κόσμο να επισκεφτούν την περιοχή και να γράψουν πάνω από 12.500 άρθρα τόσο σε ελληνικά όσο και σε σημαντικά διεθνή μέσα. Η αναγνωρισιμότητα και η προσβασιμότητα είναι οι πλέον καθοριστικοί παράγοντες για τη δημιουργία ενός νέου προορισμού γνωστού ανά τον κόσμο. Σε συνεργασία με την Περιφέρεια και τους τοπικούς φορείς γίνεται μια μεγάλη προσπάθεια τα τελευταία χρόνια, η οποία έχει οδηγήσει τη Μεσσηνία να συνδέεται πλέον με σχεδόν όλες τις μεγάλες ευρωπαϊκές πόλεις. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα όχι μόνο την αλματώδη αύξηση του τουρισμού της περιοχής –το αεροδρόμιο της Καλαμάτας ήταν πέτυχο το τρίτο πιο γρήγορα αναπτυσσόμενο της Ευρώπης– αλλά και τη δημιουργία της δυνατότητας σε όλους τους κατοίκους της Πελοποννήσου εύκολα και οικονομικά να γνωρίσουν τον κόσμο».

Η Aegean υπήρξε κινητήριος μοχλός στην ανάπτυξη του προορισμού. «Από το 2012 που ξεκινήσαμε τις απευθείας πτήσεις από το εξωτερικό προς την Καλαμάτα, έχουμε μεταφέρει περισσότερους από 100.000 επιβάτες. Φέτος θα έχουμε απευθείας δρομολόγια από Μόναχο, Ντίσελντορφ, Στουτγκάρδη, Μόσχα, Παρίσι, Λονδίνο, Ρώμη και Τελ Αβίβ», μας λέει χαρακτηριστικά ο πρόεδρος της Aegean **Θεόδωρος Βασιλάκης**, φίλος και συμπαραστάτης του Βασίλη Κωνσταντακόπουλου από την πρώ-



01

**01** Ο **Άκραμ Καν** είναι ένας από τους κορυφαίους χορευτές που έχουν επισκεφθεί το Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας.

**02** Η Αρχαία Μεσσήνη. **03** Σήμα κατατεθέν η **Βοϊδοκοιλιά**. **05** Sea kayaking στον Όρμο του Ναναγίνου. **04** Η υπέροχη **Ambassador Villa** του «The Romanos, a Luxury Collection Resort».



04

τη στιγμή που ξεκίνησε η όμορφη περιπέτεια της «Costa Navarino». Δεν παραλείπει να τονίσει τη σημασία του τουρισμού του γκολφ για την ανάπτυξη της Μεσσηνίας, σημειώνοντας ότι «ο γκολφέρ, από έγκυρες μελέτες, ξεοδεύει κατά μέσο όρο την ημέρα όσο ξεοδεύει ο μέσος τουρίστας μια εβδομάδα».

## Η ΠΟΛΗ ΑΛΛΑΖΕΙ

Η Καλαμάτα αλλάζει μορφή, εκσυγχρονίζει την εικόνα της αλλά και τις υποδομές της, οι επιχειρηματίες αφιερώνουν χρόνο για την εκπαίδευση τους και τη βελτίωση των παρεχόμενων υπηρεσιών. Παράλληλα, τα τοπικά προϊόντα με καλαίσθητες συσκευασίες και ποιοτική αναβάθμιση του τελικού προϊόντος βρίσκουν τη θέση τους στα ράφια τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό. «Ο καπετάν Βασίλης είναι μακράν ο μεγαλύτερος ευεργέτης της περιοχής. Κανείς δεν μπορεί να συγκριθεί μαζί του, ούτε πρωθυπουργοί ούτε υπουργοί, οι οποίοι πέρασαν ή προέρχονται απ' αυτόν τον τόπο», θα μας πει



02



05



03

ο δήμαρχος Καλαμάτας **Παναγιώτης Νίκας**, προσθέτοντας ότι το αεροδρόμιο της πόλης είναι το ταχύτερα αναπτυσσόμενο στην Ελλάδα αυτήν τη στιγμή, έχοντας πλέον φτάσει τις 1.000 πτήσεις ετησίως, όταν το 2009 ήταν μόλις 40. Την ίδια στιγμή αξίζει να σημειωθεί ότι από τους επισκέπτες που έφτασαν στην περιοχή, το 86,5% έμεινε σε τοπικά καταλύματα και μόλις το 13,5% στην «Costa Navarino». Παράλληλα, σε σχέση με πέντε χρόνια πριν, τριπλασιάστηκε η ζήτηση για ενοικιαζόμενα αυτοκίνητα, ενώ η αντανάκλαση της επένδυσης στην τοπική οικονομία από την έναρξη των εργασιών κατασκευής έως και σήμερα υπολογίζεται σε 907,5 εκατ. ευρώ. Όσον αφορά την κατανάλωση και την ενίσχυση της τοπικής κοινωνίας, είναι ενδεικτικό ότι για κάθε ένα ευρώ που δαπανάται στην «Costa Navarino», 1,65 ευρώ δαπανάται εκτός, ενώ σε απόλυτους αριθμούς τα έσοδα που προκύπτουν για τις επιχειρήσεις εστίασης είναι της τάξης των 2,25 εκατ. ευρώ ετησίως, από τα 75.000 γεύματα από επισκέπτες του συγκροτήματος που γευματίζουν εκτός της «Costa Navarino».

Η επικοινωνιακή έκρηξη της Καλαμάτας είναι ένα ισχυρό «όπλο» για τη διεκδίκηση της Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης για το 2021. Φυτεύουμε με χιλιάδες δένδρα και λουλούδια, ποδηλατόδρομοι, φωτισμός του λιμανιού, νέες πλατείες και πάρκα ετοιμάζονται να αλλάξουν την εικόνα της παραλιακής ζώνης.

«Με το νέο αυτοκινητόδρομο μέσα σε δύο ώρες βρίσκομαι από την Πλάκα στο γραφείο μου στην Καλαμάτα», μας λέει η συγγραφέας και σκηνοθέτις **Έλενα Πέγκα**, που από τη θέση της καλλιτεχνικής διευθύντριας του Γραφείου Υποψηφιότητας «KALAMATA:21» καταστρώνει με πάθος σχέδια. «Δεν προτείνουμε απλώς ένα φεστιβάλ με χορό, μουσική, εικαστικά, θέατρο, αλλά κάτι που θα διαρκεί 365 ημέρες το χρόνο, θα αγκαλιάζει πάρα πολλούς τομείς και θα αφορά την ανάπτυξη μιας ολόκληρης περιοχής. Θέλουμε να γίνουν συνεργασίες, ανταλλαγές και να ισορροπηθεί το παραδοσιακό με το σύγχρονο. Το φθινόπωρο η Βίκυ Καρέλια θα εγκαινιάσει στο κέντρο της πόλης ένα υπερόσυγχρονο μουσείο με ελληνικές φορεσιές από την τεράστια συλλογή της. Το αεροδρόμιο, η «Costa Navarino» και τα κρουαζιερόπλοια έχουν φέρει τουριστική άνθηση, ενώ σημαντικό ρόλο έπαιξε και το Διεθνές Φεστιβάλ Χορού», συμπληρώνει.

Όσο για το τελευταίο, σταθερό ραντεβού της πόλης εδώ και 20 χρόνια (φέτος 17-24/7), απέδειξε, όπως μας λέει η καλλιτεχνική διευθύντριά του **Βίκυ Μαραγκοπούλου**, ότι «οι μικρότερες πόλεις μπορούν να αποτελέσουν θαυμάσιες τοποθεσίες για να γεννηθούν και να προχωρήσουν διεθνείς θεαμαίοι, όπως συμβαίνει εδώ και χρόνια στο εξωτερικό».

Διαβάστε ολόκληρες τις συνεντεύξεις στο [www.athinoramatravel.gr](http://www.athinoramatravel.gr)