



**ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ
ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ,
ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ & ΕΥΡΩΠΑΪΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ**

Ταχ. Δ/ση: Αθηνών 99
Πληροφορίες: Γιαννακόπουλος Νικόλαος
Τηλέφωνο: 2721360865
E-mail: n.giannakopoulos@kalamata.gr

Προς: Μέλη της Επιτροπής
τουρισμού &
επιχειρηματικότητας Δήμου
Καλαμάτας

ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 2021

Το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2021» υπήρξε μέρος της συνολικής στρατηγικής, για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και στόχευε αρχικά, στην εκπόνηση των αναγκαίων σχεδίων για το marketing, καθώς και τη διαμόρφωση της ταυτότητας της πόλης ως τουριστικού προορισμού.

Παράλληλα ακολουθήθηκε ένας βραχυπρόθεσμος σχεδιασμός για μια στοχευμένη προβολή της Καλαμάτας, με σύγχρονα μέσα αλλά και συνδυασμένες δράσεις. Σχεδιασμός που έλαβε την έγκριση από το Δημοτικό Συμβούλιο Καλαμάτας και είχε τη σύμφωνη γνώμη από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού με την υπ' αριθμ. 3065/14-4-2021 απόφαση.

Τα αποτελέσματα της υλοποίησης του προγράμματος επηρεάστηκαν από την ραγδαία εξάπλωση της πανδημίας Covid-19, ιδιαίτερα κατά το 2ο εξάμηνο του έτους. Όμως χάρη

- στην πρόοδο του εμβολιαστικού προγράμματος,
- στην τήρηση της εφαρμογής των υγειονομικών πρωτοκόλλων, με τα οποία ήταν εξοικειωμένοι οι επαγγελματίες του κλάδου,
- στο αίσθημα υγειονομικής ασφάλειας που προσέδιδε στους επισκέπτες, η λειτουργία των μονάδων υγείας της περιοχής και ιδιαίτερα του νοσοκομείου Καλαμάτας,
- καθώς και η εύκολη προσβασιμότητα, μέσω του οδικού δικτύου,

στο τέλος της περιόδου, κατεγράφη μια αυξημένη επισκεψιμότητα ιδιαίτερα από το εσωτερικό, δημιουργώντας ένα θετικό και ταυτόχρονα, ελπιδοφόρο πρόσημο.

Το πρόγραμμα κάλυψε τις προδιαγραφές και τους στόχους που έχει θέσει ο ΕΟΤ, για την αναβάθμιση του πλάνου «**Ήλιος και Θάλασσα**» σε υψηλότερο επίπεδο, την ανάδειξη και τη δυναμική προώθηση στη διεθνή αγορά νέων και άγνωστων ελληνικών προορισμών, καθώς και άλλων ανταγωνιστικών θεματικών εμπειριών, όπως ο αγροτουρισμός, ο ποδηλατικός, ο ορειβατικός, ο πολιτιστικός, ο αθλητικός τουρισμός, κ.ά.

Το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το 2021», υλοποιήθηκε στοχευμένα, αξιοποιώντας το διαδίκτυο και τις εφαρμογές έξυπνων συσκευών.

Τα στάδια υλοποίησης του προγράμματος, ήταν :

I. Εκπόνηση Στρατηγικών Σχεδίων

1. Σχέδιο Marketing Plan

Το Marketing Plan είναι ένα σχέδιο στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού Καλαμάτας, με στόχο να αποκτήσει ο Δήμος Καλαμάτας ένα πρακτικό και άμεσα εφαρμόσιμο εργαλείο για την τουριστική του πολιτική. Το σχέδιο εκπονήθηκε μετά από πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος, από τον Καθηγητή του Πανεπιστημίου Πατρών, κ. Δημήτριο Κούτουλα και ολοκληρώθηκε έπειτα από συνεργασία με φορείς και επαγγελματίες του Τουρισμού, ενώ συζητήθηκε σε ανοικτή διαβούλευση όπου έτυχε σχολίων και υποδείξεων από τους συμμετέχοντες.

Σύμφωνα με το Σχέδιο Marketing, που κατατέθηκε, υποδεικνύεται η στρατηγική διάθεσης του τουριστικού μας προϊόντος, αναζητώντας αυτό που θέλουν στις

σημερινές συνθήκες κρίσης οι αγορές, αλλά και αυτό που πρέπει εμείς να προβάλλουμε ως πόλη.

Περιλαμβάνει τις διαθέσιμες και δυνατές επιλογές, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε επιχειρησιακό επίπεδο, μεταξύ των οποίων θα καθοριστεί η βέλτιστη Στρατηγική.

- Στο πρώτο μέρος παρατίθενται τα δεδομένα για τον τουρισμό της Καλαμάτας και αναλύονται οι προκλήσεις που θα πρέπει να αντιμετωπιστούν μέσω του παρόντος προγράμματος τουριστικής προβολής.
- Στο δεύτερο μέρος αναπτύσσεται το λεπτομερές σχέδιο μάρκετινγκ για το Δήμο Καλαμάτας, με έμφαση στην προτεινόμενη στρατηγική μάρκετινγκ αλλά και σε μια πρωτότυπη προσέγγιση, ως προς την παραγωγή περιεχομένου (Content).

2. Branding - Ταυτότητα πόλης

Ανατέθηκε περί το τέλος του έτους 2021, έπειτα από πρόσκληση εκδήλωσης ενδιαφέροντος, η ανάπτυξη και εφαρμογή του συστήματος τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό Καλαμάτα, στον μελετητή κ. Δημοσθένη Μπρούσαλη, επαγγελματία της αγοράς, με εμπειρία στο Branding των Δήμων Ηρακλείου, Ναυπλίου, Αράχωβας, Χίου, κλπ.

Η εκπόνηση του σχεδίου, ξεκίνησε στο τέλος της υλοποίησης του σχεδίου marketing και βρίσκεται σε εξέλιξη.

II. Εκδηλώσεις - Θεματικές ενέργειες

Οργανώθηκαν θεματικές εκδηλώσεις με σκοπό την ανάδειξη των ιδιοτεροτήτων της περιοχής και την προβολή ενός χαρτοφυλακίου πολλαπλών τουριστικών προϊόντων.

1. Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς

Οργανώθηκε τριήμερο εκδηλώσεων με αφετηρία την Ελιά Καλαμάτας και το Έξτρα Παρθένο Καλαματιανό ελαιόλαδο στις 26, 27 και 28 Νοεμβρίου 2021. Το τριήμερο των εκδηλώσεων περιλάμβανε φιλοξενία επαγγελματιών του τουρισμού και επαγγελματιών των μέσων επικοινωνίας. Οι φιλοξενούμενοι συμμετείχαν στην εμπειρία της ελαιοσυλλογής, της γευσιγνωσίας ελαιολάδου αλλά και στην διαδικασία επεξεργασίας της, με την επίσκεψη σε τυποποιητήριο επιτραπέζιας ελιάς και σε ελαιοτριβείο της περιοχής. Οι εκδηλώσεις και στη

συνέχεια η δημοσιοποίησή τους στα κοινωνικά δίκτυα αποσκοπούν στην ανάδειξη της τουριστικής εμπειρίας, στην προβολή της συμμετοχής της ελιάς και του ελαιόλαδου, στην γαστρονομική ταυτότητα της περιοχής, στην προβολή σημείων ενδιαφέροντος της περιοχής αλλά και στην ανάδειξη του Μητροπολιτικού χαρακτήρα του Δήμου της Καλαμάτας για την ευρύτερη περιοχή.

2. Ποδηλατικός τουρισμός

Ευρωπαϊκή εβδομάδα Κινητικότητας

Οργανώθηκε ποδηλατοβόλτα, που ως αφετηρία είχε την Κεντρική Πλατεία της Καλαμάτας στο πλαίσιο της Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Κινητικότητας (16-22 Σεπτεμβρίου 2021) με κεντρικό σύνθημα : **«Μετακινούμαστε με μέσα φιλικά στο περιβάλλον. Μένουμε υγιείς»**. Παράλληλα δημιουργήθηκε σποτ προώθησης του ποδηλάτου ως εναλλακτικού τρόπου μετακίνησης στην πόλη της Καλαμάτας και έγιναν δράσεις προώθησης της χρήσης του ποδήλατου κυρίως για παιδιά.

Η Καλαμάτα αγαπά το ποδήλατο

Ο Δήμος Καλαμάτας και η Κεντρική Ένωση Δήμων Ελλάδας (ΚΕΔΕ), με την υποστήριξη της επιχείρησης My Market, συνδιοργάνωσε την Τετάρτη 23 Ιουνίου 2021, στην Κεντρική πλατεία Καλαμάτας, την ολοήμερη δράση **«Πόλη με ποδήλατα - Όμορφη πόλη»**.

Δρόμος Ελευθερίας

Ποδηλατικός μαραθώνιος με την ονομασία «Δρόμος Ελευθερίας», από τα Καλάβρυτα στην Καλαμάτα, που τέθηκε υπό την αιγίδα του Υπουργείου Προστασίας του Πολίτη και της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Ποδηλασίας και εντάχθηκε στις επετειακές δράσεις με αφορμή τη συμπλήρωση 200 ετών από την έναρξη της Επανάστασης του 1821. Αυτή η κίνηση θα αποτελέσει αφετηρία για την μετατροπή του μαραθωνίου σε ετήσια εκδήλωση. Η δράση διεξήχθη την Κυριακή στις 5 Δεκεμβρίου του 2021 και αποτέλεσε την πρώτη συνεργασία μεταξύ περιφέρειας Δυτικής Ελλάδας και περιφέρειας Πελοποννήσου.

3. Ορειβατικός τουρισμός

Ο Δήμος Καλαμάτας σε συνεργασία με τον Ορειβατικό Σύλλογο Καλαμάτας, στο πλαίσιο της υλοποίησης δράσεων για την ανάδειξη και πιστοποίηση των

μονοπατιών του Ταυγέτου, που θα ενισχύσουν τον ορειβατικό τουρισμό, προέβησαν στις εξής ενέργειες :

α. Αποτύπωση πεζοπορικών διαδρομών Ταυγέτου

Έξι πεζοπορικές διαδρομές του Ταυγέτου, αποτυπώθηκαν σε ένα ηλεκτρονικό δίγλωσσο (Ελληνικά, Αγγλικά) οδηγό 16 σελίδων, διαθέσιμο μέσω του ιστότοπου του Δήμου Καλαμάτας, ενώ εκτυπώθηκε σε έντυπη μορφή, ο οδηγός στα Ελληνικά. Προβλέπεται η δημιουργία αντίστοιχων χαρτών υψηλής ανάλυσης, που θα είναι δυνατόν να ενσωματωθούν και σε πληροφοριακές πινακίδες μεγάλου μεγέθους.

β. Διαμόρφωση - σήμανση μονοπατιών

Σε συνεργασία με τον Πολιτιστικό Σύλλογο Καρβελαίων, έγιναν εργασίες διαμόρφωσης του μονοπατιού που συνδέει το Κάτω Καρβέλι με το Άνω Καρβέλι, διαμέσου της κορυφής στον Προφήτη Ελισαίο. Η ανάδειξη του μονοπατιού έγινε σε εκδήλωση που πραγματοποιήθηκε την Κυριακή 3 Οκτωβρίου 2021, στην κοινότητα Καρβέλι, όπου προβλήθηκε η διαδρομή καθώς και ο ηλεκτρονικός και έντυπος χάρτης αυτής.

Παράλληλα έγιναν εργασίες αποκατάστασης του μονοπατιού Άνω Βέργα - Πηγάδια.

III. Προωθητικές δράσεις προβολής

1. Go Kalamata - Προβολή στα Κοινωνικά Δίκτυα

Ο Δήμος Καλαμάτας προβλήθηκε με το λογότυπο **GO KALAMATA** στα ψηφιακά μέσα κοινωνικής δικτύωσης Facebook, Twitter, Instagram και YouTube, δημιουργώντας παράλληλα και νέο υλικό προβολής (φωτογραφίες και Video), μέσα απο μια προκαθορισμένη θεματολογία, που χρησιμοποιήθηκε για τις καθορισμένες εβδομαδιαίες αναρτήσεις στα αντίστοιχα δίκτυα.

Δημιουργήθηκαν διαφημιστικές καμπάνιες με κύριους στόχους τη δημιουργία Awareness, (Αναγνωρισιμότητα) της Καλαμάτας ως τουριστικού προορισμού, ενώ κάθε ανάρτηση κατά τη διάρκεια, που ίσχυαν τα υγειονομικά μέτρα, συνόδευε το μήνυμα **«Τα μέτρα είναι προσωρινά. Η αγάπη για την Καλαμάτα παντοτινή»**.

Η τουριστική προβολή μέσα από τα Social Media που συνεχίστηκε και το 2021 στοχεύει στη θετική μετάδοση του μηνύματος «Go Kalamata» και στην

παρουσίαση της Καλαμάτας ως τουριστικού προορισμού για όλες τις εποχές, με έναν σύγχρονο και ελκυστικό τρόπο.

Η συνεχής διαχείριση και η περαιτέρω ανάπτυξη των social καναλιών του **“Go Kalamata”** δημιούργησε και ενίσχυσε μια ενεργή κοινότητα χρηστών που συνέβαλλαν στην προώθηση της Καλαμάτας μέσα από στοχευμένο περιεχόμενο.

Το φωτογραφικό υλικό και τα videos που παράχθηκαν για τα κανάλια κοινωνικής δικτύωσης, συνοδεύονταν από σύντομες περιγραφές στα ελληνικά και αγγλικά για το σύνολο των τουριστικών προορισμών και εμπειριών του Δήμου Καλαμάτας και περιελάμβαναν :

Θεματικές
Φωτογραφικές Λήψεις

260

Παραγωγή
Θεματικών Videos

6

Επίγειες και εναέριας φωτογραφίες:

1. «Στιγμές» από την καθημερινότητα της πόλης
2. Ιστορικό Κέντρο
3. Κάστρο Καλαμάτας
4. Πάρκο Σιδηροδρόμων
5. Μαρίνα Καλαμάτας
6. Πεζόδρομος Αριστομένους
7. Παραλίες
8. Κεντρική Πλατεία Καλαμάτας
9. Κεντρική Αγορά Καλαμάτας
10. Πάρκο Αλμυρού
11. Ταύγετος
12. Χριστούγεννα στην Καλαμάτα

Videos:

1. Πινακοθήκη Σύγχρονης Ελληνικής Τέχνης Καλαμάτας, (διάρκεια 2')
2. Δημοτική Πινακοθήκη Καλαμάτας «Α. Τάσος», (διάρκεια 1')
3. Μονή Καλογραιών, (διάρκεια 2' 30'')
4. Λαογραφικό Μουσείο Καλαμάτας, (διάρκεια 50'')
5. Περιήγηση στο Κάστρο Καλαμάτας, (διάρκεια 36'')
6. Βιοτεχνία μεταξωτών-υφαντών Γκόνου, (διάρκεια 36'')



Η πορεία της σελίδας “Go Kalamata” στο Facebook:

Μέσα από το engaging περιεχόμενο, που αναδείκνυε τις αξίες και τις εμπειρίες του τουριστικού προορισμού της Καλαμάτας, η σελίδα “Go Kalamata” στο διάστημα του έτους 2021, παρουσίασε αλματώδη αύξηση.

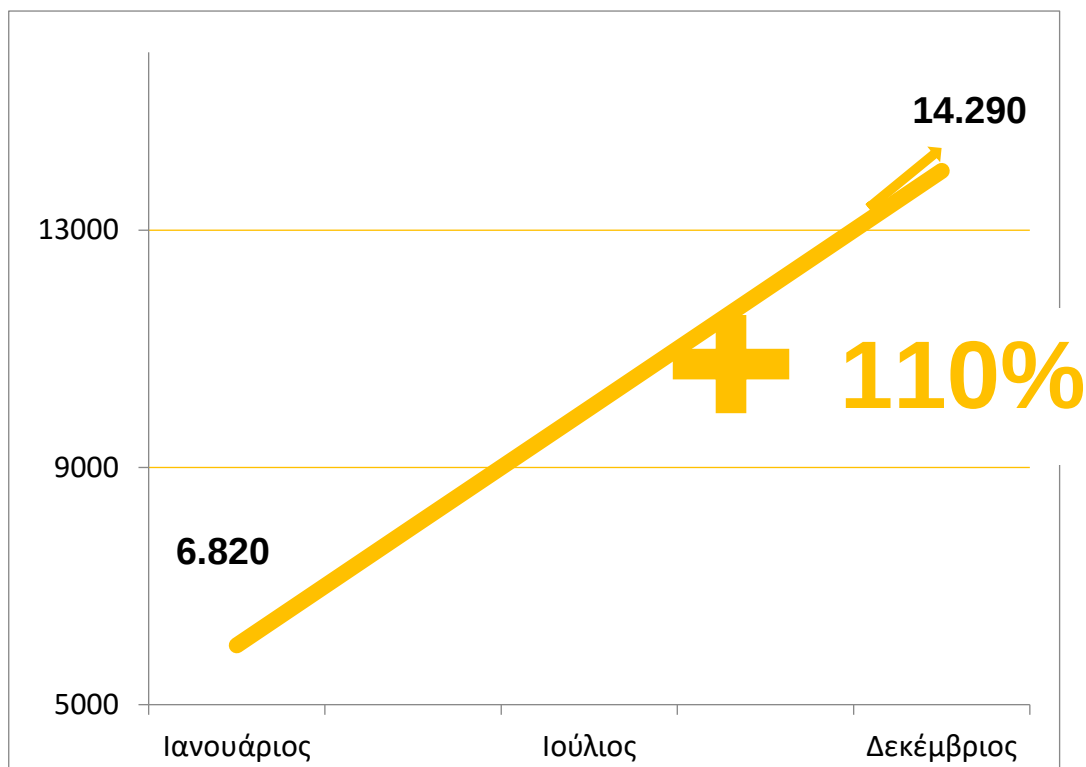
Ακόλουθοι/Followers

Εμφανίσεις Αναρτήσεων

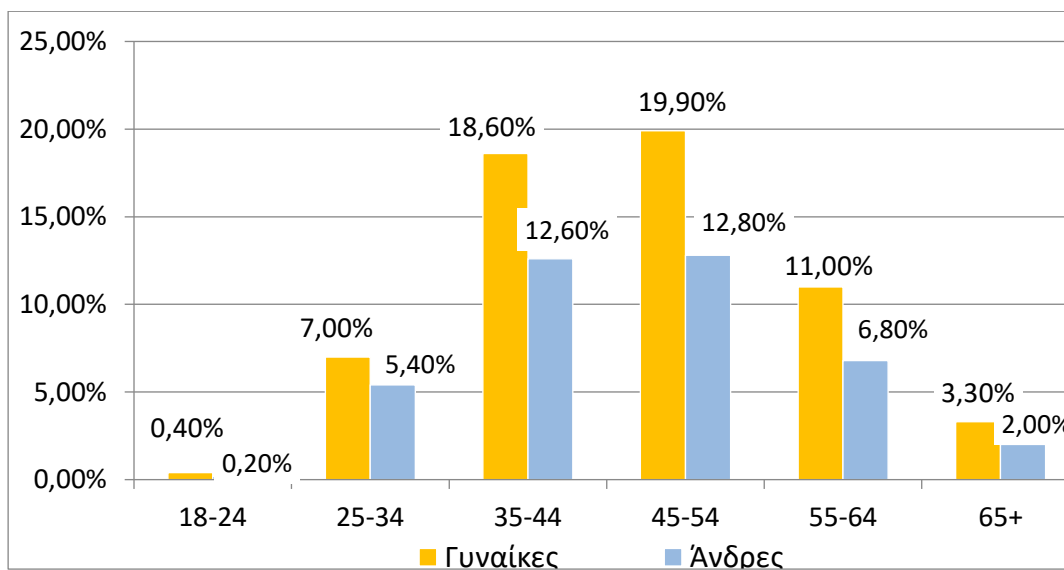
4.8 εκ

Κάλυψη
(Μοναδικά άτομα)

960K



Ηλικιακή Κατανομή Νέων Ακόλουθων.



Οι τουριστικές καμπάνιες προβολής και προώθησης που εφαρμόστηκαν, στόχευαν:

- Στην ανάπτυξη της κοινότητας φίλων (followers) που αποτελούν και τους αποδέκτες των δημοσιεύσεων
- Στην προώθηση της απήχησης του περιεχομένου

- Στην ανανέωση της αντίληψης για το τουριστικό brand της Καλαμάτας, συνδέοντάς την με την ποιότητα και έναν προορισμό υψηλού επιπέδου

Πετυχαίνοντας, με πολύ μικρό διαφημιστικό ποσό (3.520€):

Θετικά Σχόλια

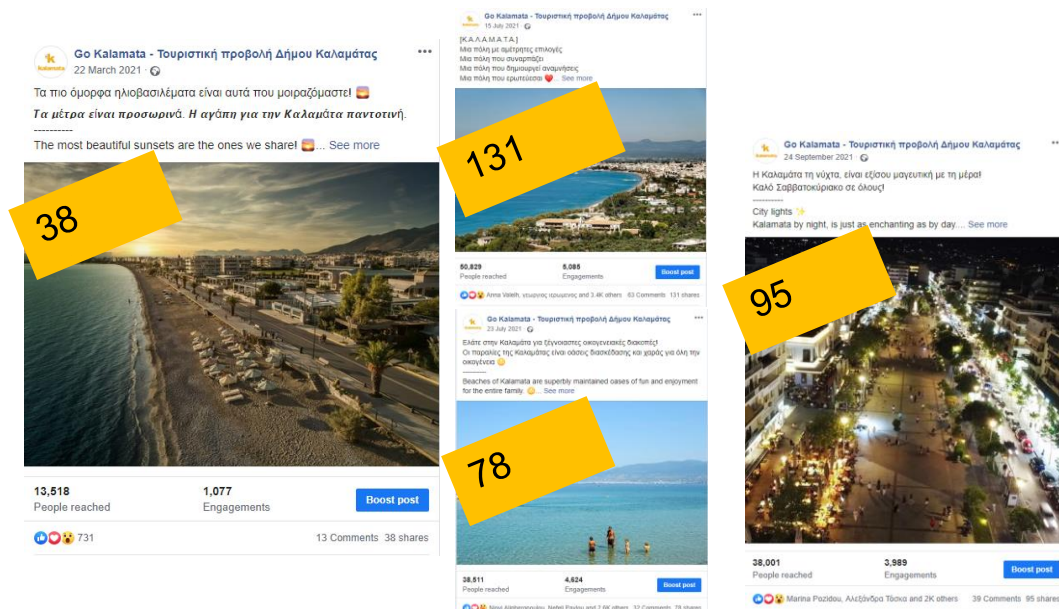
1.364

**Εκδηλώσεις
Θαυμασμού**

150.000

**Κοινοποιήσεις
των αναρτήσεων**

2.500



2. Online Training

Υλοποιήθηκε η οργάνωση του διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (online training) σε επαγγελματίες τουρισμού του εξωτερικού για την προώθησή του. Η υπηρεσία ανατέθηκε τον Δεκέμβριο του 2020.

Το online training για το Δήμο Καλαμάτας αποτέλεσε μια ολιστική καμπάνια, μέσω της οποίας προσεγγίστηκαν τα κρίσιμα κοινά των τουριστικών επαγγελματιών του εξωτερικού. Η συγκεκριμένη καμπάνια έχει πολλαπλές αλληλοσυνδεόμενες διαδρομές, είτε μέσω των Newsletter, είτε μέσω Social Media, είτε μέσα από το ίδιο το online training, που έχει τη δική του αξία και

αποτελεί ένα επιπλέον εργαλείο του Δήμου Καλαμάτας στην ψηφιακή προβολή του.

Το online training, που δημιουργήθηκε για τη Καλαμάτα πέραν της προβολής που προσέφερε για την πόλη, αποτελεί και ένα νέο εργαλείο/πλατφόρμα στην ψηφιακή του προβολή. Η Καλαμάτα θα μπορεί να εντάξει το online training στον ιστότοπο και να το γνωρίσει και σε νέα κοινά. Για παράδειγμα θα μπορεί πριν από κάθε fam – press trip που διοργανώνεται στον Δήμο Καλαμάτας, να ζητείται από τους συμμετέχοντες πρώτα να λαμβάνουν μέρος στο online training.

Ακολουθεί ανάλυση των αποτελεσμάτων και της συνεισφοράς του online training για το Δήμο Καλαμάτας.

Newsletter

Τα newsletter αποτέλεσαν τη βασική αποστολή και γνωστοποίηση του online training και απευθύνθηκαν σε περισσότερους από 65.000 επαγγελματίες τουρισμού του εξωτερικού κάθε φορά. Η συνεισφορά τους δεν ήταν μόνο με στόχο τη γνωστοποίηση του online training, αλλά περιείχαν και πληροφοριακό προωθητικό κειμενικό και οπτικό υλικό για τη γνωριμία με το νέο προορισμό της Καλαμάτας. Τα newsletter στάλθηκαν διαδοχικά σε περιόδους, όπως έχουν προβλεφθεί στις 02-02-2021, στις 04-02-2021, στις 08-02-2021 και στις 10-02-2021. Κάθε newsletter εστάλη σε περίπου 65.000 επαφές κάθε φορά, ήτοι συνολικά έγιναν 260.000 αποστολές. Το «άνοιγμα» των newsletter γίνεται με τρόπο διαδοχικό παρόλα αυτά κατά μέσο όρο, παρόλα αυτά έφταναν τα 3.800 κάθε φορά, συνολικά 15.200 ανοίγματα με το ποσοστό να ξεπερνά το 8,41%. Ο αριθμός των αποστολών και των ανοιγμάτων κάνουν κατανοητή τη συνεισφορά της συγκεκριμένης ενέργειας γνωστοποίησης του online training μέσω των newsletter.

Social Media

Συμπληρωματικά με τα newsletter που εστάλησαν στους travel agents του εξωτερικού, έγινε και Social Media ανάρτηση σε Facebook, Instagram, Twitter στο προφίλ της NeTourWork καθώς και στα μεγαλύτερα γκρουπ στο Facebook τουριστικών πρακτόρων διεθνώς. Η συγκεκριμένη ενέργεια έχει επίσης σημαντικά οφέλη μιας και τοποθετεί τον προορισμό στα κρίσιμα κοινά. Αποτέλεσμα της δράσης είναι περισσότεροι από 2.276 χρήστες να δουν τη δημοσίευση για την Καλαμάτα, ενώ αντίστοιχα σημαντικά αποτελέσματα είχαν και οι αναρτήσεις σε διεθνή γκρουπ τουριστικών πρακτόρων.

Επισκεψιμότητα Πλατφόρμας

Χαρακτηριστικό της συνεισφοράς στην προβολή της Καλαμάτας αποτελεί το γεγονός, ότι ακόμη και ένα μήνα μετά την αποστολή των newsletter και της βασικής καμπάνιας η οποία έλαβε μέρος, η επισκεψιμότητα της πλατφόρμας για το online training της Καλαμάτας είναι σε υψηλά ποσοστά και χιλιάδες χρήστες την επισκέπτονται. Ακολουθούν τα αποδεικτικά από τον επίσημο φορέα των google analytics. Ένα μήνα μετά την καμπάνια η ιστοσελίδα δέχεται 2.789 επισκέψεις χρηστών με τους μοναδικούς χρήστες να αποτελούν τη μεγάλη πλειοψηφία. Το 60% των χρηστών αποτελείται από γυναίκες, ενώ ο μέσος όρος ηλικίας που έδειξε ενδιαφέρον κυμαίνεται στα 45 με 50 έτη.

Συμμετοχές Επαγγελματιών

Πέραν της σπουδαιότητας που έχει η γνωστοποίηση του προορισμού μέσα από την προβολή του online training για την Καλαμάτα ο βασικός πυρήνας της προβολής, είναι οι συμμετέχοντες επαγγελματίες τουρισμού, που τελικώς λαμβάνουν μέρος στο online training. Οι χρήστες, οι οποίοι πήραν μέρος στο training, εκπαιδεύτηκαν και έλαβαν μέρος στο quiz, είναι κατανοητό πως επέδειξαν μεγαλύτερο ενδιαφέρον για τον προορισμό. Για τις ανάγκες του online training έχει δημιουργηθεί μια άτυπη πιστοποίηση για τους επιτυχόντες του τεστ γνώσεων. Στόχος της πιστοποίησης είναι να επιβραβεύσει τους επιτυχόντες, οι οποίοι αφιέρωσαν χρόνο να μάθουν για την Καλαμάτα. Η πιστοποίηση ονοματίζει τους επιτυχόντες ως destination specialists, δηλαδή ως επαγγελματίες τουρισμού οι οποίοι γνωρίζουν τον προορισμό. Έτσι, οι συνεργάτες στο Τμήμα Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίζουν ποιοι είναι οι επαγγελματίες τουρισμού του εξωτερικού, που έδειξαν ενδιαφέρον για τον συγκεκριμένο προορισμό, ώστε να τους προσεγγίσουν με αρκετούς τρόπους και να καταλήξουν σε μια επαγγελματική συμφωνία με τους επιχειρηματίες της Καλαμάτας. Οι χρήστες, που ολοκλήρωσαν το online training είναι συνολικά 40, ενώ τριπλάσιος αριθμός είναι αυτός, όπου ξεκίνησαν τη διαδικασία, αλλά δεν την ολοκλήρωσαν. Ακολουθεί η εξόρυξη δεδομένων από τους χρήστες, που γράφτηκαν και ολοκλήρωσαν το online training. Τα οφέλη κόστους και ποιότητας μιας τέτοιας δράσης είναι εμφανή, εάν συγκριθεί το online training με τη συμμετοχή σε μια έκθεση, όπου οι επαφές που γίνονται σε ραντεβού τις περισσότερες φορές, δεν ξεπερνούν τα δέκα, με τα κόστη συνολικά να είναι στην καλύτερη περίπτωση πενταπλάσια.



Πιστοποιητικό των επιτυχόντων ως destination specialists.

3. Δημοσιεύσεις και καταχωρίσεις

α. Καταχώρηση (σαλόνι) στο ένθετο «ΔΙΑΚΟΠΕΣ» ΚΑΛΟΚΑΙΡΙ 2021 της Εφημερίδας «Βήμα της Κυριακής»

Δισέλιδη καταχώρηση στην πολυτελή έκδοση με χαρτί illustration στο περιοδικό «ΔΙΑΚΟΠΕΣ» που κυκλοφόρησε Πανελλαδικά στις 28/06/2020 με την εφημερίδα το «Βήμα της Κυριακής». Τιράζ: 50.000 με πανελλαδική κυκλοφορία. Η έκδοση μετά την πρώτη κυκλοφορία αναρτάται και ηλεκτρονικά στην ιστοσελίδα: www.diakopes.gr.

β. Διαφημιστική καταχώρηση στο επίσημο περιοδικό 2BOARD, Blue Issue (Αύγουστος – Οκτώβριος), του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών "ΕΛΕΥΘΕΡΙΟΣ ΒΕΝΙΖΕΛΟΣ".

-Καταχώρηση δεξιά ολοσέλιδη στο τριμηνιαίο τεύχος της καλοκαιρινής έκδοση Blue Issue. Το περιοδικό κυκλοφορεί με τέσσερα θεματικά τριμηνιαία τεύχη ετησίως, με τιράζ 150.000 αντίτυπα.

-Καταχώρηση στην digital εφαρμογή του περιοδικού, που θα είναι μετά την έκδοση του περιοδικού διαθέσιμη στο αναγνωστικό κοινό μέσα από κινητό, υπολογιστή ή και Ipad.

γ. Διαφημιστική προβολή του Δήμου Καλαμάτας στο ειδικό τεύχος «ΜΕΣΣΗΝΙΑΚΗ ΓΑΣΤΡΟΠΛΟΪΑ» της εφημερίδας «ΘΑΡΡΟΣ»

Για την ανάδειξη και προβολή του Δήμου Καλαμάτας κρίνεται σκόπιμη η διαφημιστική προβολή του στο ειδικό τεύχος της εφημερίδα «Θάρρος» του περιοδικού Γαστροπλοΐα με αφιέρωμα στον Οίνο, που πρόκειται να κυκλοφορήσει περί τα τέλη Δεκεμβρίου του 2021.

Η συγκεκριμένη έκδοση θα εστιάζει στο κρασί, την αγορά του και την παραγωγή του καθώς επίσης στον συνδυασμό φαγητού-κρασιού και συνταγές που βοηθούν κάποιον, που θέλει να κάνει ένα καλό τραπέζι στους οινόφιλους φίλους του.

Το περιοδικό θα διανεμηθεί μαζί με την εφημερίδα «Θάρρος» ως ένθετο και θα αναρτηθεί ως email στην ηλεκτρονική έκδοση www.tharrosnews.gr. Ταυτόχρονα, θα τοποθετηθεί σε κύριους σταθμούς του ΜΕΤΡΟ της Αθήνας, ως Free Press καθώς και σε κεντρικά σημεία όλων των Περιφερειακών Ενοτήτων της Πελοποννήσου.

IV. Υλοποίηση δράσεων

α. Ναυαγοσωστική κάλυψη

Αφορά την ναυαγοσωστική κάλυψη των πολυσύχναστων παραλιών του Δήμου Καλαμάτας για τους μήνες Ιούλιο, Αύγουστο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο του 2021. Περιλάμβανε πλήρη ναυαγοσωστική κάλυψη και στην παραλία «Δυτική παραλία («Κορδίας») και φορητό, αυτόματο εξωτερικό απινιδωτή σε κάθε ναυαγοσωστικό πύργο.

Στον Δήμο Καλαμάτας από φέτος εφαρμόστηκε το καινοτόμο σύστημα με την τοποθέτηση τεσσάρων πλωτήρων ανάπαυσης λουόμενων "catch and breath". Απώτερος σκοπός, είναι η παροχή βοήθειας και ανάπαυσης σε περίπτωση κόπωσης ή αντιμετώπισης δυσκολίας κατά τη διάρκεια της κολύμβησης.

β. Γαλάζιες σημαίες:

Μετά από την Απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου, με την οποία εγκρίθηκε η ένταξη τεσσάρων (4) ακτών του Δήμου Καλαμάτας στο Διεθνές Πρόγραμμα «ΓΑΛΑΖΙΕΣ ΣΗΜΑΙΕΣ, 2021», ως υποψήφιες για βράβευση, η υπηρεσία μας προέβη σε όλες τις απαραίτητες ενέργειες, προκειμένου να συμπληρωθούν εμπρόθεσμα οι ηλεκτρονικές αιτήσεις υποψηφιότητας για τις ακτές: «Ανατολική Καλαμάτα 1/ Ανάσταση», «Ανατολική Καλαμάτα – Τέρμα Ναυαρίνου», «Βέργα – Αλμυρός» και «Μικρή Μαντίνεια». Λόγω της πανδημίας καθώς και της μη εγκατάστασης sea track στην παραλία «Κορδία» δεν υλοποιήθηκε η υποψηφιότητά της για ένταξη στο πρόγραμμα «ΓΑΛΑΖΙΕΣ ΣΗΜΑΙΕΣ, 2021».

Για τον Δήμο Καλαμάτας αποτελεί βασική προτεραιότητα να διασφαλίζονται οι άριστες παρεχόμενες υπηρεσίες προς τους λουόμενους αλλά και γενικότερα η φροντίδα των ακτών του, για τις οποίες η «Γαλάζια Σημαία» αποτελεί σύμβολο επιβεβαίωσης της ποιότητάς τους.

γ. Τοποθέτηση ραμπών και WC ΑΜΕΑ:

Ράμπες sea track και WC για ΑΜΕΑ για την εξυπηρέτηση και πρόσβαση ατόμων με κινητικά προβλήματα στις ακτές καθώς και WC για τους επισκέπτες.

δ. Περιβαλλοντικό πρόγραμμα «η φροντίδα για το περιβάλλον είναι στο DNA μας»

Συμμετοχή στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα «Η Φροντίδα για το περιβάλλον είναι στο DNA μας», που πραγματοποίησε την Τετάρτη 29 Σεπτεμβρίου 2021 εθελοντικό καθαρισμό στον Δήμο Καλαμάτας. Ο καθαρισμός πραγματοποιήθηκε στην παραλία της Καλαμάτας ξεκινώντας από το λιμάνι της Καλαμάτας και έλαβε τέλος στην οδό Γεωργίου Καρέλια. Από το τμήμα αυτό της παραλίας συλλέχθηκαν 42 κιλά απορριμμάτων και συσκευασιών.

ε. Οργάνωση εκδήλωσης για την Blue Flag Mediterranean Week 2021 με συμμετοχή παιδιών από τα ΚΔΑΠ Δήμου Καλαμάτας:

Παιδιά από τα ΚΔΑΠ Δήμου Καλαμάτας συμμετείχαν σε δράση στην παραλία της πόλης, στο πλαίσιο της Blue Flag Mediterranean Week 2021. Συγκεκριμένα, παιδιά από το 10ο ΚΔΑΠ Δήμου Καλαμάτας συμμετείχαν σε δράση καθαρισμού της ακτής Ανατολική Καλαμάτα / Ανάσταση και σε ενημέρωση.

V. Στατιστικά στοιχεία

α. Κίνηση Αεροδρομίου

Σε ό,τι αφορά τα στοιχεία του αεροδρομίου μας, παρατηρήθηκε σημαντική αύξηση, διπλασιασμός των διεθνών αφίξεων και σημαντική αύξηση των αφίξεων του εσωτερικού.

(Πηγή: <http://www.ypa.gr/profile/statistics/2021>).

ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΟ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ-ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ				
	2019	2020	2021	ΜΕΤΑΒΟΛΗ%
ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ	10.638	5.253	8.395	+56,80%

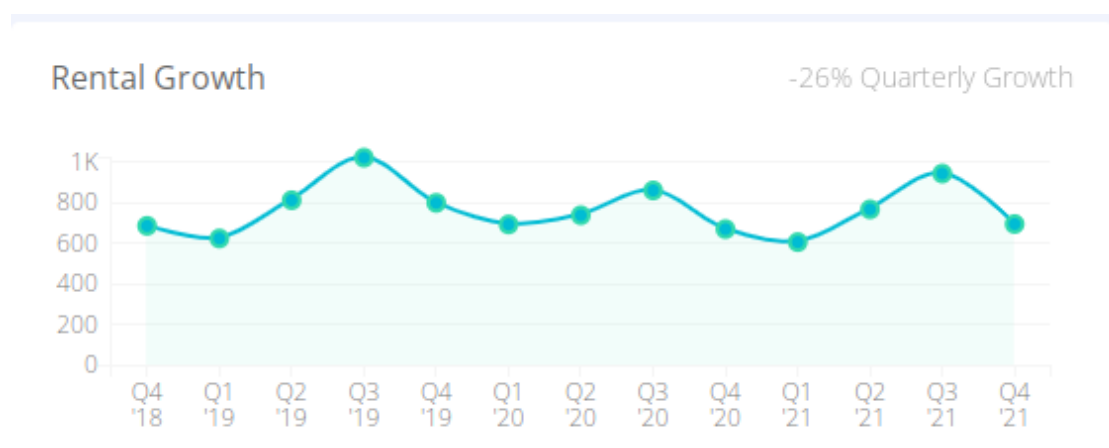
ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ	152.302	38.722	77.186 *	+99,34%
--------------------	---------	--------	----------	---------

*Επίσης, πραγματοποιήθηκαν 917 ΑΦΙΞΕΙΣ ΕΠΙΒΑΤΩΝ με ΑΕΡΟΤΑΞΙ.

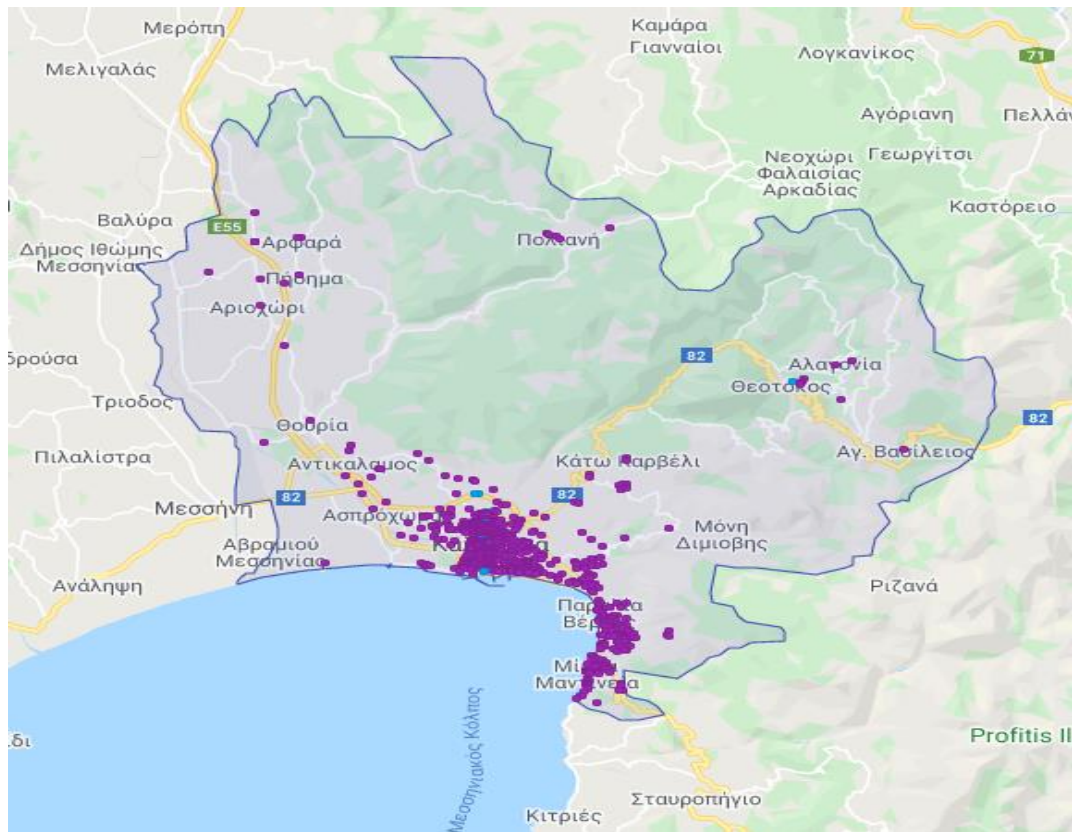
β. Καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης:

Στον Δήμο Καλαμάτας λειτούργησαν 600-800 καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης με την πλειονότητά τους σε μονόκλινα και δίκλινα, με πληροτητα από 22% τον Φεβρουάριο έως 80% τον Αυγούστο που καθορίζουν σημαντικά τις τουριστικές ροές του Δήμου.

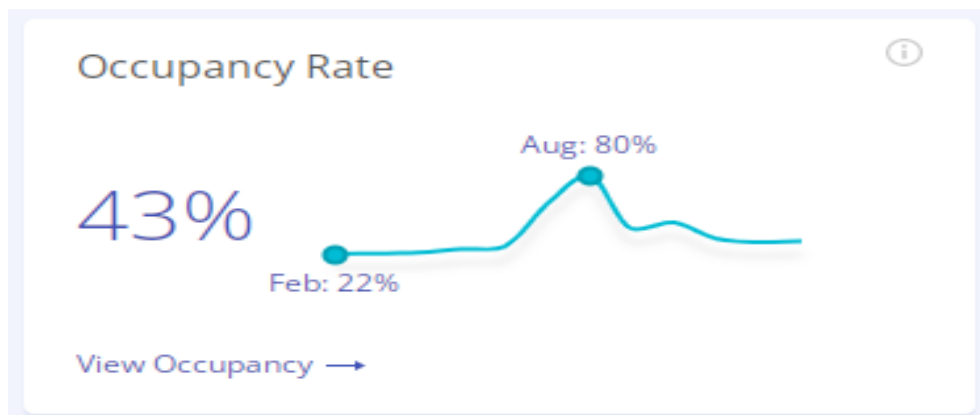
(<https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/gr/default/kalamata/overview>).



Αριθμός καταλυμάτων 2018-2021.



Κατανομή καταλυμάτων 2021.



Πληρότητα καταλυμάτων 2021.

γ. Αρχαιολογικοί χώροι:

Αξιόλογη επισκεψιμότητα παρατηρήθηκε στα μουσεία και στους αρχαιολογικούς χώρους της περιοχής με αξιοσημείωτη την επισκεψιμότητα του Κάστρου Καλαμάτας.

(Πηγή: ΕΦ.Α. ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ).

ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ				
ΕΤΟΣ	2019	2020 (κλειστοί για 4 μήνες)	2021	ΜΕΤΑΒΟΛΗ%
ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ	15795	3815	6.073 (από 01/01/2021 έως 14/05/2021 κλειστό)	+59,18%
ΚΑΣΤΡΟ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ	7776	2440	13363 (από 01/01/2021 έως 22/03/2021 κλειστό)	+547,66%
ΑΡΧΑΙΑ ΜΕΣΣΗΝΗ - ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ Δεν προσμετρούνται οι επισκέπτες εκδηλώσεων.	69457	18627	28556 (από 01/01/2021 έως 22/03/2021 κλειστός)	+53,30%

δ. Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Καλαμάτας:

Επισκεψιμότητα του Ιστορικού και Λαογραφικού Μουσείου Καλαμάτας				
ΕΤΟΣ	01-01-2018 έως 31-12-2018	01-01-2019 έως 31-12-2019	01-01- 2020 έως 13-03-2020 και 17-06-2020 έως 31-12-2020	15-05-2021 έως 31-12-2021
ΜΑΘΗΤΕΣ	955	921	385	0
ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	293	369	152	96
ΣΥΝΟΛΟ	1.566	1.324	537	96

Η επισκεψιμότητα έχει επηρεαστεί από την υγειονομική κρίση και κυρίως από την απουσία επισκέψεων των μαθητών.

ε. Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών Βικτωρία Γ. Καρέλια

Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών Βικτωρία Γ. Καρέλια			
ΕΤΟΣ	2019	2020 (Ιούνιος-Οκτώβριος)	2021 (Μάιος-Δεκέμβριος)
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	6.500	1.800	4.500

Παρατηρείται σημαντική επισκεψιμότητα, που εάν συνεκτιμηθεί η περίοδος όπου ήταν κλειστή, πλησιάζει την ετήσια επισκεψιμότητα της συλλογής πριν την υγειονομική κρίση.

στ. Υποδοχή κρουαζιερόπλοιων:

Αφορά τους επισκέπτες κρουαζιέρας. Τα δύο λιμάνια της Μεσσηνίας (Καλαμάτας και Πύλου), το 2021, δέχτηκαν δέκα (10) κρουαζιερόπλοια, με 3.058 επιβάτες. Οι επιβάτες, λόγω της πανδημίας και των υγειονομικών πρωτοκόλλων, που εφαρμόστηκαν από τους διαχειριστές των, διοχετεύτηκαν με τουριστικά λεωφορεία αποκλειστικά σε τουριστικούς προορισμούς. Δεν επισκέφθηκαν καθόλου την πόλη της Καλαμάτας.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΩΝ				
ΕΤΟΣ	2019	2020	2021	ΜΕΤΑΒΟΛΗ%
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	9.108	0	3.058	

ζ. Γραφείο τουριστικής εξυπηρέτησης Δήμου

Το γραφείο αφορά την υποδοχή και ενημέρωση των επισκεπτών της πόλης. Παράλληλα γίνεται καταγραφή των επισκεπτών και συλλέγονται στοιχεία βάσει ερωτήσεων. Οι δράσεις αυτές επηρεάζονται σημαντικά, λόγω της επιδημίας του κορωνοϊού (coronavirus disease – COVID19).

Κατά την διάρκεια λειτουργίας του παρουσιάστηκε αξιοσημείωτη ροή των επισκεπτών του, λαμβάνοντας υπόψη την υγειονομική κρίση.

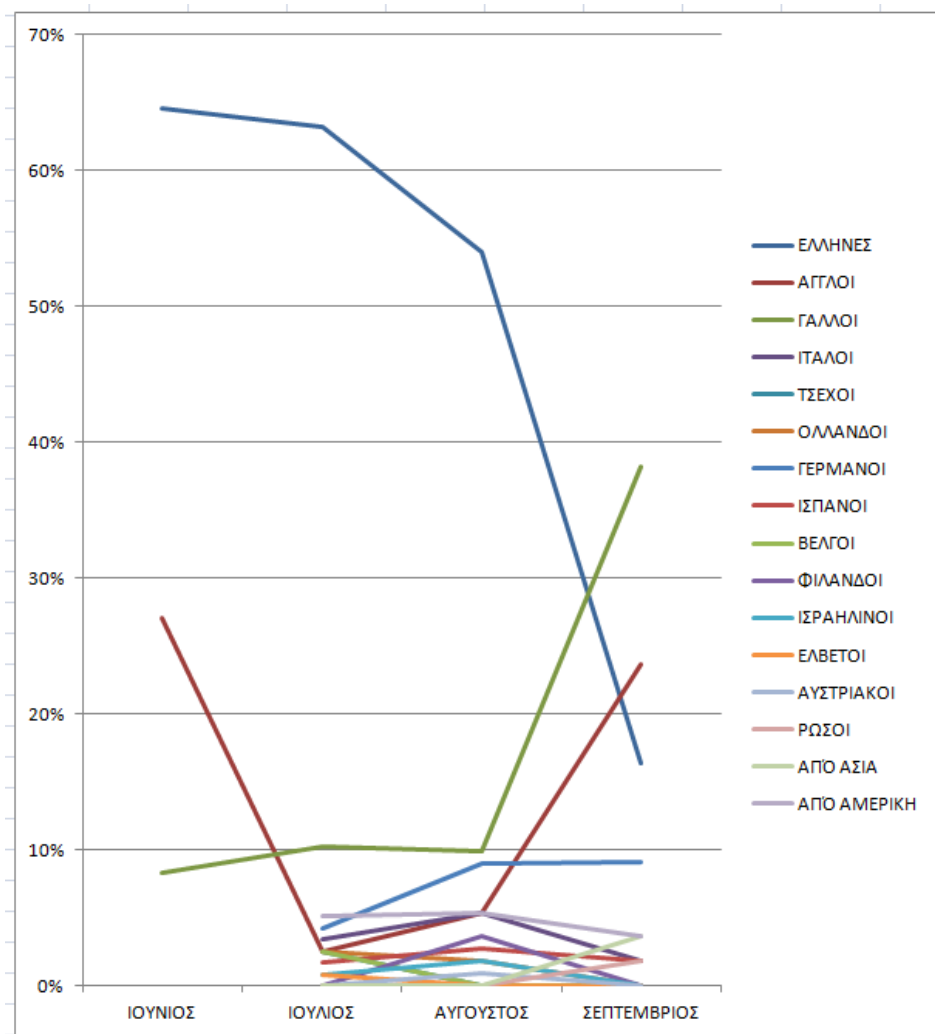
ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ				
ΕΤΟΣ		2019	2020	2021
	2019	(έως 15-3-2019)	(έως 15-3-2020)	(από 01-06-2021 έως 30-09-2021)

ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	5.453	245	315	331
------------	-------	-----	-----	-----

Στο γραφείο εκτός της καταγραφής προέλευσης γίνεται επίσης καταγραφή της ηλικιακής ομάδας του επισκέπτη καθώς και των σχετικών παρατηρήσεων ή διαπιστώσεων του, στοιχεία που σχεδιάζουμε να αποτελέσουν την βάση δημιουργίας καταγραφικού ερωτηματολογίου επισκεπτών.

1		ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ
2	ΕΛΛΗΝΕΣ	31	74	60	9
3	ΑΓΓΛΟΙ	13	3	6	13
4	ΓΑΛΛΟΙ	4	12	11	21
5	ΙΤΑΛΟΙ		4	6	1
6	ΤΣΕΧΟΙ		3		
7	ΟΛΛΑΝΔΟΙ		3	2	
8	ΓΕΡΜΑΝΟΙ		5	10	5
9	ΙΣΠΑΝΟΙ		2	3	1
10	ΒΕΛΓΟΙ		3		
11	ΦΙΛΑΝΔΟΙ			4	
12	ΙΣΡΑΗΛΙΝΟΙ		1	2	
13	ΕΛΒΕΤΟΙ		1		
14	ΑΥΣΤΡΙΑΚΟΙ			1	
15	ΡΩΣΟΙ				1
16	ΑΠ'Ο ΑΣΙΑ				2
17	ΑΠ'Ο ΑΜΕΡΙΚΗ		6	6	2
18	ΣΥΝΟΛΟ	48	117	111	55

Προέλευση επισκεπτών



Ποσόστωση επισκεπτών.

VI. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

ΕΡΓΑ ΒΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2021 43/2021 ΑΠΟΦΑΣΗ ΔΣ ΠΟΥ ΑΝΑΤΕΘΗΚΑΝ				
ΥΠΟΕΡΓΟ	ΔΡΑΣΗ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ	ΠΛΗΡΩΜΕΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ
Υποέργο 1	Σχέδιο μάρκετινγκ - στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού Καλαμάτα.	12.400	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 12.400 16/09/2021 Σύμβαση/ανάθεση. 16/02/2022 ολοκλήρωση.	
Υποέργο 2	Ανάπτυξη και εφαρμογή συστήματος τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό Καλαμάτα.	18.600	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 18.600 15/12/2021 Σύμβαση/ανάθεση. 15/06/2022 ολοκλήρωση.	
Υποέργο 5	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας.	37.200	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ (ΣΥΝ): 12.003,20 Υποστήριξη και λειτουργία των τουριστικών καναλιών και της τουριστικής καμπάνιας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. ΣΥΒΑΣΗ 13.640,00 30/10/2020 ανάθεση. 31/03/2021 ολοκλήρωση.	10.800,40
			ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 25.792,00 Υποστήριξη και λειτουργία των τουριστικών καναλιών και της τουριστικής καμπάνιας στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. ΣΥΜΒΑΣΗ 25.792,00 29/06/2021 ανάθεση. 31/05/2022 ολοκλήρωση.	10.862,40
			ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 406,72 «Ετήσια φιλοξενία σε διακομιστή (server) και όνομα τομέα στον	406,72

			δικτυακό χώρο (domain name) της ιστοσελίδας του Δήμου. www.kalamatagastronomy.gr .	
Υποέργο 7	Δημιουργία και Εκτύπωση Προωθητικού Υλικού.	5.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ (ΣΥΝ): 2.852,00 13/10/2020 Σύμβαση/ανάθεση. 09/03/2021 ολοκλήρωση. «Δημιουργία – σχεδιασμός σε ηλεκτρονική μορφή 2 φυλλαδίων (1 σε ελληνικά και 1 μεταφρασμένο στα αγγλικά) 6 πεζοπορικών διαδρομών της ευρύτερης περιοχής του Δήμου Καλαμάτας».	2.852,00
Υποέργο 8	Καμπάνια για την προσέλκυση εσωτερικού τουρισμού στα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα).	10.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ : 1860,00 «Διαφημιστική προβολή του Δήμου Καλαμάτας στο περιοδικό 2board, επίσημο περιοδικό του Διεθνούς Αερολιμένα Αθηνών Ελ. Βενιζέλος».	1860,00
			ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ : 1.240.00 Διαφημιστική προβολή του Δήμου Καλαμάτας στο ειδικό τεύχος «ΓΑΣΤΡΟΠΛΟΪΑ» της εφημερίδας «ΘΑΡΡΟΣ».	1.240,00
			ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ : 2.480,00 «Διαφημιστική προβολή του Δήμου Καλαμάτας με δισέλιδη καταχώρηση (σαλόνι στο περιοδικό ΔΙΑΚΟΠΕΣ καλοκαίρι 2021, που θα κυκλοφορήσει τον Ιούνιο δωρεάν σε σακούλα πανελλαδικά με την εφημερίδα ΤΟ ΒΗΜΑ ΤΗΣ ΚΥΡΙΑΚΗΣ».	2.480,00
Υποέργο 9	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας.	6.200	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ : 6.200,00 «Βιωματικές δράσεις με αφορμή την παγκόσμια ημέρα της ελιάς».	

Υποέργο 13	Διοργάνωση διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (online training) σε επαγγελματίες τουρισμού του εξωτερικού για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Καλαμάτας.	6.200	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ (ΣΥΝ): 5.952,00 17/12/2020 Σύμβαση/ανάθεση. 14/05/2021 ολοκλήρωση.	5.952,00
ΣΥΝΟΛΟ με ΦΠΑ 24%		95.600	89.785,96*	

Ο Προϊστάμενος

Τμήματος Τουρισμού

Νικόλαος
Γιαννακόπουλος

Η Διευθύντρια

Προγραμματισμού
Ανάπτυξης & Ευρωπαϊκών
Θεμάτων

Παναγιώτα Κουράκλη

Ο Αντιδήμαρχος

Στρατηγικού Σχεδιασμού, Τουρισμού,
Κλιματικής Αλλαγής, Ηλεκτρονικής
Διακυβέρνησης & Ψηφιακού
Μετασχηματισμού

Νίκος Β. Μπασακίδης