



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ
ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ



ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ &
ΕΥΡΩΠΑΙΚΩΝ ΘΕΜΑΤΩΝ
ΤΜΗΜΑ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

ΚΑΛΑΜΑΤΑ

ΤΑΧ. Δ/ΝΣΗ: Αθηνών 99
ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ: Γιαννακόπουλος Νικόλαος
ΤΗΛΕΦΩΝΟ: 27213 60865
FAX: 27213 60711
EMAIL: n.giannakopoulos@kalamata.gr

Προς: Δημοτικό Συμβούλιο Καλαμάτας

ΘΕΜΑ: «Προγραμματισμός δράσεων τουριστικής προβολής Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2023»

Το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2023» αποτελεί συνέχεια μιας συνολικής στρατηγικής, για την αιχμόρο τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και εστιάζει στην υλοποίηση, ενός συγκροτημένου σχεδίου προβολής.

Η φιλοσοφία που διατρέχει τις δράσεις του προγράμματος, είναι η αντιμετώπιση των δομών της πόλης, όπως ο Διεθνής αερολιμένας, τα Μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, οι δομές πολιτισμού (Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας, Φεστιβάλ Χορωδιών), το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, λουτές πολιτιστικές δράσεις, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις και οι πρωτοβουλίες τους, με ένα τρόπο ενιαίο και συνεκτικό.

Οι σχεδιαζόμενες δράσεις τουριστική προβολή της περιοχής στοχεύουν στην ανάδειξη των προϊόντων και των εμπειριών που προσφέρει καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου, με τελικό στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου, την μείωση της εποχικότητας και την αύξηση των τουριστικών ροών και εσόδων. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η επικοινωνιακή προώθηση των στόχων που θέτει η χώρα ως προς την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Επίκεντρο αυτής της πολιτικής θα είναι ο ίδιος ο πολίτης, είτε ως κάτοικος είτε ως επισκέπτης, οι σχέσεις μεταξύ τους, καθώς και ο αλληλοσεβασμός στο περιβάλλον, στην κουλτούρα και στον πολιτισμό.

Στόχος είναι, να δημιουργηθεί ένας δημιουργικός συνασπισμός εξωστρέφειας με όλες τις δημιουργικές δυνάμεις της πόλης.

Το πρόγραμμα καλύπτει τις προδιαγραφές και τους στόχους που θέτει ο ΕΟΤ, για την αναβάθμιση του πλάνου «sea and sun» σε υψηλότερο επίπεδο, την ανάδειξη και τη δυναμική προώθηση στη διεθνή αγορά νέων και άγνωστων ελληνικών προορισμών, του City Break, καθώς και άλλων ανταγωνιστικών θεματικών εμπειριών.



Το συγκεκριμένο «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το 2023», θα υλοποιηθεί στοχευόμενα, μέσω ενδεδειγμένων μεθόδων προβολής και διαφήμισης, αξιοποιώντας το διαδίκτυο και τις εφαρμογές έξυπνων συσκευών.

Το έργο θα λειτουργήσει συμπληρωματικά με μια σειρά από σημαντικά έργα υποδομών τα οποία υλοποιούνται αυτή την στιγμή, τόσο για την αισθητική αναβάθμιση του δημόσιου χώρου, όσο και για τις μεθόδους προβολής και παροχής τουριστικών υπηρεσιών, με σύγχρονα ψηφιακά μέσα.

Οι βασικοί άξονες για την ανάπτυξη του προγράμματος προβολής και προώθησης είναι:

1. Η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που εντάσσει την Καλαμάτα στην Ευρωπαϊκή Αποστολή των 100 Κλιματικά Ουδέτερων και Έξυπνων Πόλεων έως το 2030.
2. Αύξηση επισκεψιμότητας του ιστότοπου και των κοινωνικών δικτύων και αύξηση επισκεψιμότητας του ιστότοπου του Δήμου Καλαμάτας που αφορά το γραφείο Τουριστικής Υποστήριξης.
3. Προβολή της Καλαμάτας σε **εναλλακτικές αγορές και μορφές τουρισμού**.
4. Ανάδειξη της **ιδιαιτερότητας** που προσδίδει στην πόλη η γειτνίαση της με την οροσειρά του **Ταυγέτου**.
5. Η ανάδειξη όλου του **τουριστικού, πολιτιστικού πλούτου** και της **πολυμορφίας** που χαρακτηρίζει την Καλαμάτα.
6. Έμφαση στην **αιεφορία** και στις αξίες της αυθεντικότητας, των ανθρώπινων σχέσεων, της φιλοξενίας, της ποιότητας των υπηρεσιών και της διαβίωσης στην πόλη.
7. Ανάδειξη της **τοπικής κουλτούρας, των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας**.
8. **Συνεχής παραγωγή νέου περιεχομένου που θα τραβήξει την προσοχή των αγορών-στόχων όπου θα επιτρέψει την δυναμικότερη προβολή του προορισμού.**

Οι στόχοι του Δήμου Καλαμάτας από το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι:

1. Αξιοποίηση των διαδραστικών χώρων του Δήμου στο Ιστορικό Δημαρχείο και στην παραλία καθώς υλοποιούνται και τα σχετικά έργα των απαραίτητων ψηφιακών υποδομών-εξοπλισμού τους και δημιουργίας του περιεχομένου προβολής τους.
2. Δημιουργία **τουριστικών εμπειριών**.
3. Εδραίωση της Καλαμάτας ως κύριας επιλογής Ελλήνων επισκεπτών τόσο για ολιγοήμερες αποδράσεις όσο και για πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα.
4. Δημιουργία προτεινόμενων πολυήμερων ταξιδιωτικών προγραμμάτων που θα απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ταξιδιωτικών για όλες τις εποχές του χρόνου.
5. Διασύνδεση των διαφορετικών στοιχείων της πολυμορφικότητας της αληθινής Καλαμάτας σε ένα **περιεκτικό αφήγημα**.
6. Ανάδειξη της **γαστρονομίας και του σημαντικού ρόλου της εντοπιότητας των πρώτων υλών της**.
7. Προσέλκυση επισκεπτών που θα σέβονται τον προορισμό και θα συνεισφέρουν στην στήριξη της τοπικής οικονομίας και την αύξηση των εσόδων.
8. Ανάδειξη του πλούσιου **πολιτιστικού και καλλιτεχνικού αποθέματος** της πόλης και η διασύνδεση του με τον προσωρινά κάτοικο- επισκέπτη.



9. Δημιουργία στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης υποδομών προσβασιμότητας- Προσβάσιμος Τουρισμός (Accessible Tourism)
10. Η ψηφιοποίηση του τουριστικού περιεχομένου, καθώς και των μεθόδων επικοινωνίας με τον επισκέπτη.
11. Διεύρυνση συνεργασίας και διάδραση με τον ιδιωτικό τομέα.

A. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Ο σχεδιασμός του Προγράμματος είναι σύμφωνος με την εγκύκλιο υπ' αρ. 15566 / 2011 του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού/Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, με θέμα «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ. 230/Α') περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα». Την αριθμ.14840-25/10/2012 εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ.230/Α) περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα».Τις υπ' αριθ. 16536/28-12-2018 και 1215/25-01-2019 αποφάσεις του Γ.Γ. του ΕΟΤ, με θέμα: «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων». Την με Α.Π. 13355/23.12.2022 του Γ.Γ. του ΕΟΤ ΕΓΚΥΚΛΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΓΚΡΙΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΟΤΑ Α' ΚΑΙ Β' ΒΑΘΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΣΥΜΦΩΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Το πρόγραμμα αυτό θα πρέπει να εγκριθεί τόσο από το Δημοτικό Συμβούλιο Καλαμάτας όσο και από το Υπουργείο Τουρισμού (ΕΟΤ).

B. ΥΓΕΙΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ

Αυστηρή τήρηση των προληπτικών μέτρων και συστηματική ενημέρωση των εργαζομένων στον τουρισμό, ώστε να διατηρηθεί ο προορισμός ως ταξιδιωτικά ασφαλής. Τα πρόσφατα υγειονομικά δεδομένα δίνουν μια κατεύθυνση αισιοδοξίας.

Για τα προσεχή χρόνια η εμπιστοσύνη, η επικοινωνία και η ροή έγκυρων πληροφοριών, μεταξύ ταξιδιωτών, επιχειρήσεων του τουρισμού και της τοπικής κοινωνίας, θα είναι ο κινητήριος μοχλός για την ανάκαμψη του τουρισμού.

Γ.ΔΡΑΣΕΙΣ

Η υγειονομική κρίση (COVID-19) και τα μέτρα αντιμετώπισης αυτής, έπληξαν σημαντικά τον παγκόσμιο τουρισμό. Ο τουριστικός επαγγελματικός κλάδος της οργάνωσης συνεδρίων, εκθέσεων, επαγγελματικών ταξιδιών, και ταξιδιών κινήτρων (incentives) δέχτηκε μεγάλο πλήγμα διεθνώς. Παρόλο αυτών των συνθηκών ένα μεγάλο μέρος των προωθητικών ενεργειών όπως συμβατικές εκθέσεις, εκδηλώσεις, ταξίδια εξοικείωσης, υλοποιήθηκαν.

Ταυτόχρονα, το διαδίκτυο και οι ψηφιακές εφαρμογές, είναι η κύρια πηγή πληροφοριών και το πιο σημαντικό μέσο επικοινωνίας. Οι επισκέπτες επικοινωνούν και μοιράζονται τις εμπειρίες τους, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την προβολή του προορισμού. Τα ψηφιακά κανάλια παρέχουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες, να μεταφέρουν με κείμενο, ήχο, εικόνα και video, τις ταξιδιωτικές τους εμπειρίες, καθιστώντας ταυτόχρονα κοινωνούς αυτών, κάθε ενδιαφερόμενο.



Κατόπιν των ανωτέρω, παρακαλούμε όπως το Δημοτικό Συμβούλιο αποφασίσει για το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου για το 2023» για το οποίο έχει γνωμοδοτήσει θετικά με την υπ' αρ. 1/2023 Απόφαση της η Επιτροπή Τουρισμού & Επιχειρηματικότητας του Δήμου Καλαμάτας, η οποία το επεξεργάστηκε στην συνεδρίαση που έλαβε χώρα την 21η Φεβρουαρίου 2023, ημέρα Τρίτη και ώρα 7:00 μ.μ. , που πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα Δημάρχου Χρήστου Μαλαπάνη στο Ιστορικό Δημαρχείο, μετά την υπ' αριθμ. πρωτ. 17414/17.02.2023 πρόσκληση του κ.Προέδρου, με θέμα: «Έγκριση ετήσιου προγράμματος τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2023 και απολογισμός δράσεων έτους 2022».

Εισηγούμεθα:

Το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2023», που διαμορφώνεται, ως εξής:

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΠΟΕΡΓΟΥ		ΠΙΣΤΩΣΗ
I. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ		
1	Υπηρεσίες εμπειρογνωμοσύνης για το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας.	15.000,00
2	Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής	20.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ		35.000,00
II. ΠΡΟΒΟΛΗ		
• Διαδίκτυο		
3	Δημιουργία Ηλεκτρονικού Τουριστικού Ιστότοπου για την Καλαμάτα	20.000,00
4	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας	12.000,00
• Ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ		
5	Καμπάνια για την προσέλκυση τουρισμού στα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) - Δημιουργία Προωθητικού Υλικού	5.000,00
6	Δημιουργία και Εκτύπωση Προωθητικού Υλικού	5.000,00
• Εναλλακτικές μεθόδους Προβολής		
7	Ανάπτυξη διαδραστικών συστημάτων Τουριστικής Προβολής στον Αερολιμένα Καλαμάτας.	15.000,00
8	Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.	8.000,00
9	Εναλλακτικές δράσεις για την ενίσχυση του Τουρισμού	12.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ		77.000,00



III. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ - ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ		
• Με Φυσική παρουσία		
10	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας	15.000,00
11	Συμμετοχή σε εκθέσεις - συνέδρια	7.000,00
12	Διοργάνωση Ταξιδίων Εξοικείωσης για επαγγελματίες τουρισμού και συντάκτες του εξωτερικού	8.000,00
• Διαδικτυακά		
13	Διοργάνωση διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (on-line Training) σε επαγγελματίες τουρισμού η θεματικές ομάδες για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Καλαμάτας	8.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ-ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ		38.000,00
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ		150.000,00

I. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Αφορά κυρίως το μάρκετινγκ - στρατηγική επικοινωνία και προβολή του τουριστικού προορισμού Καλαμάτα καθώς και την ανάπτυξη και εφαρμογή συστήματος τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό ΚΑΛΑΜΑΤΑ, έργα που έχουν ανατεθεί και η παραλαβή τους θα ολοκληρωθεί την τρέχουσα χρονιά. Συνέχεια τους αποτελεί το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας .

Ο προϋπολογισμός του Στρατηγικού Σχεδιασμού, είναι 35.000,00€ και αναλύεται ως εξής:

ΥΠΟΕΡΓΟ 1	Υπηρεσίες εμπειρογνομosύνης για το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00 €

Στο Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας, αποτυπώθηκε το όραμα, οι αρχές στις οποίες στηρίζεται η διατύπωση του, οι στρατηγικοί στόχοι, καθώς και οι επιμέρους ειδικοί στόχοι, μέσω των οποίων προσδιορίστηκαν οι δράσεις και τα έργα που θα υλοποιούν το όραμα για την Καλαμάτα του μέλλοντος. **Παράλληλα το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού θα εντάξει στο σχεδιασμό του τα παραδοτέα του σχεδίου μάρκετινγκ - στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού έχοντας σαν βάση την πρόταση για την δημιουργία τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό ΚΑΛΑΜΑΤΑ.**

Το Στρατηγικό Σχέδιο, μετά την καταγραφή, αποτίμηση και αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος συνολικά, με τη συνέργεια των φορέων, των επαγγελματιών του τουρισμού και των επιστημόνων-εμπειρογνομώνων, αφού λάβει υπόψη την εξελικτική πορεία της περιοχής και άλλες βασικές αρχές θα παρουσιάσει με τρόπο μεθοδικό και αποτελεσματικό τους επιδιωκόμενους στόχους.

Με την εκπόνηση του Στρατηγικού σχεδίου, ο Δήμος Καλαμάτας, θα δύναται να συντάξει ένα Επιχειρησιακό σχέδιο δράσεων και έργων στους κρίσιμους τομείς των υποδομών, της αξιοποίησης αναπτυξιακών εργαλείων, της σύγχρονης προβολής και διαφήμισης, της αποτύπωσης των κρίσιμων αγορών, της ανάδειξης των θεματικών τουριστικών προϊόντων της Καλαμάτας, της καλλιέργειας τουριστικής συνείδησης, κ.ά.



ΥΠΟΕΡΓΟ 2	Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	20.000€

Το σχέδιο δράσης αφορά την «**Δημιουργία Επικοινωνιακής υποδομής**», η οποία με βάση τα **ιδιαίτερα χαρακτηριστικά** της Καλαμάτας προτείνεται μια **καινοτόμα προσέγγιση** στο θέμα της κειμενογράφησης. Αντί να απασχοληθεί ένα άτομο ανά γλώσσα σε αυτόν το ρόλο, προτείνεται να απασχοληθούν τέσσερις κειμενογράφοι που θα εξειδικευτούν στα τέσσερα εμβληματικά στοιχεία του τουρισμού της Καλαμάτας.

- Φύση και θάλασσα
- Ιστορία και πολιτισμός
- Γαστρονομία
- Αγορές

Κάθε κειμενογράφος θα υποδυθεί μια **persona** και θα γράψει σε **δύο διαφορετικές ξένες γλώσσες**, με το ψευδώνυμο αυτής της persona για το ειδικότερο θέμα της. Θα ετοιμάζει θεματικές αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα κάθε εβδομάδα καθώς και ένα μηνιαίο blogpost.

Αναλυτικότερα:

Θέμα «Φύση και Θάλασσα»

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, λάτρης των υπαίθριων δραστηριοτήτων τόσο στη στεριά όσο και στη θάλασσα και με ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: παραλία του μήνα, ορεινή απόδραση του μήνα, κουίζ, συνεντεύξεις.

Θέμα Ιστορία και πολιτισμός:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, φιλότεχνος και ιστοριοδίφης. Ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: Μνημείο του μήνα, επεισόδιο από την ιστορία της Καλαμάτας, ιστορικός-πολιτιστικός περίπατος του μήνα, παρουσίαση βιβλίου, ρεπορτάζ.

Θέμα Γαστρονομία:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, καλοφαγάς και λάτρης της μαγειρικής με ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: Συνταγή ή γαστρονομική παράδοση του μήνα, παραγωγός ή προϊόν του μήνα, παρουσίαση εστιατορίου ή ταβέρνας του μήνα, διαγωνισμούς και συνεντεύξεις με σεφ κτλ.

Θέμα Αγορές:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, λάτρης της μόδας. Ενδεικτική θεματολογία: Shopping tips για την Καλαμάτα, κατάσταση του μήνα, θέματα σχετικά με την ιστορία ή την παράδοση γύρω από ένα προϊόν της Καλαμάτας, συνέντευξη με έμπορο/παραγωγός, τα τουριστικά νέα της Καλαμάτας.

Οι κειμενογράφοι θα αναλάβουν την παραγωγή όλων των αρχικών κειμένων για τη νέα τουριστική ιστοσελίδα καθώς και για τα ηλεκτρονικά έντυπα στην ελληνική και αγγλική γλώσσα. Θα ξεκινήσουν την παραγωγή άρθρων-blogposts καθώς και λεζαντοκειμένων για χρήση στα **κοινωνικά δίκτυα**. Η σωστή εκπλήρωση των ανώτερων προϋποθέτει ότι οι κειμενογράφοι θα διενεργήσουν την απαιτούμενη έρευνα γύρω από τη φύση, τον πολιτισμό, την ιστορία, τη γαστρονομία και τον



τουρισμό της Καλαμάτας. Απαιτείται επιστημονική γνώση και τεκμηρίωση, θα πρέπει να ανατρέξουν στους ειδικούς (αρχαιολόγους, ιστορικούς κτλ.), θα ζητήσουν τις έγκυρες και επιστημονικά τεκμηριωμένες περιγραφές, θα εξασφαλίσουν άδεια αναδημοσίευσης.

II. ΠΡΟΒΟΛΗ

Η σχεδιαζόμενη προβολή υλοποιήθηκε, σύμφωνα με όσα προέκυψαν από το στρατηγικό σχέδιο του marketing plan έχοντας βάση την πρόταση της τουριστικής ταυτότητας. Προγραμματίζεται να υλοποιηθεί με έξι υποέργα, που κατανέμονται, ως προβολή στο διαδίκτυο και ως προβολή στα ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ, ως εξής:

Ο Προϋπολογισμός των δράσεων Προβολής, είναι 75.000,00€ και αναλύεται ως εξής :

A. Προβολή στο Διαδίκτυο

ΥΠΟΕΡΓΟ 3	Δημιουργία Ηλεκτρονικού Τουριστικού Ιστότοπου για την Καλαμάτα
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	20.000,00 €

Το σύγχρονο μάρκετινγκ και τα χαρακτηριστικά του νέου επισκέπτη, καταγράφουν ως αναγκαία τη δημιουργία ενός τουριστικού ιστότοπου, που θα παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη, να ενημερωθεί για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, αλλά και για τον τρόπο χρήσης μεγάλου πλήθους τουριστικών υπηρεσιών.

Ενδεικτικά, στον ιστότοπο θα περιέχονται πληροφορίες για αξιοθέατα, καταλύματα, προσβασιμότητα, εναλλακτικές μορφές τουρισμού και άλλες δραστηριότητες, βοηθητικές υπηρεσίες, καθώς και ημερολόγιο εκδηλώσεων που υλοποιούν ο Δήμος και άλλοι φορείς της πόλης, ανά θεματική, όπως η μουσική, ο χορός, τα εικαστικά, το θέατρο, θρησκευτικές εκδηλώσεις, αθλητικά γεγονότα, εκδηλώσεις λαϊκού πολιτισμού, κ.ά.

Εκτενής αναφορά επίσης θα γίνει σε όλο το χαρτοφυλάκιο εμπειρικών και βιωματικών προϊόντων του Δήμου, αλλά και της ευρύτερης περιοχής, προσφέροντας έτσι στον επισκέπτη ένα συγκεντρωμένο και οργανωμένο προϊόν.

Ο ιστότοπος θα είναι στα Ελληνικά και τα Αγγλικά και θα περιλαμβάνει εκτός των άλλων και την δημιουργία φωτογραφικού και οπτικοακουστικού υλικού.

ΥΠΟΕΡΓΟ 4	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12.000,00 €

Υποστήριξη των λογαριασμών στα κανάλια Facebook, Twitter, Instagram, YouTube σύμφωνα με το πλαίσιο προβολής του τουριστικού προϊόντος του Δήμου και περιλαμβάνει :

1. Υλοποίηση διαφημιστικών προβολών με κύριους στόχους τη δημιουργία **Αναγνωρισιμότητας** της Καλαμάτας (Awareness) ως τουριστικό προορισμό, καθώς και την **Κάλυψη** του κοινού-στόχος (Reach)
2. Την εφαρμογή επαναληπτικής διαφήμισης (remarketing)
3. Τη διαχείριση των συμμετεχόντων σε τυχόν διαγωνισμό επικοινωνίας.
4. Εκτενείς αναφορές με αναλυτικά στοιχεία των δράσεων (reporting).



5. Τη λήψη και διαμόρφωση των αναγκαίων φωτογραφιών, καθώς και την ανάρτηση αυτών στα κανάλια Κοινωνικής Δικτύωσης με την υποστήριξη του αναγκαίου σχολιασμού (EN-GR), δύο φορές την εβδομάδα.
6. Τη δημιουργία video διάρκειας 30 έως 60 δευτερολέπτων, για δημοσίευση με σχολιασμό (EN-GR) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τουλάχιστον μια φορά το μήνα.
7. Τη διαχείριση των σχολίων κάθε ανάρτησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετά από συνεργασία και έγκριση των υπηρεσιών του Δήμου.

Αφορά ενδεικτικά:

- Διαχείριση του ιστότοπου της πρωτοβουλία Digital Nomads του Υπουργείου Τουρισμού έχει ήδη ξεκινήσει πιλοτικά σε πρώτη φάση στις πόλεις Ερμούπολη, Ηράκλειο και Καλαμάτα. Έχει ξεκινήσει , το 2022, την διαδικασία για το domain www.workfromkalamata.gr που σχετίζεται με τους Ψηφιακούς Νομάδες και τις Έξυπνες πόλεις.
- Διαχείριση του **GOKALAMATA**

Β. Προβολή σε Ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ

ΥΠΟΕΡΓΟ 5	Καμπάνια για την προσέλκυση τουρισμού στα ηλεκτρονικά και έντυπα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) - Δημιουργία Προωθητικού υλικού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	5.000,00 €

Αφορά τη διενέργεια καμπάνιας σε ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών από το εσωτερικό. Η προβολή-εκπομπή των τουριστικών spot και η καταχώρηση των διαφημίσεων, θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό, καθώς και σε επαγγελματίες του τουρισμού, με στόχο τη προβολή του προορισμού.

Οι προτεινόμενες δράσεις, μεμονωμένα ή συνδυαστικά, θα στοχεύουν για την προβολή στον εγχώριο πληθυσμό.

Την δημιουργία σχετικών προωθητικών- θεματικών spot τα οποία θα βασίζονται σε μία κατάλληλη και καλαίσθητη σεναριακή ιδέα για την Καλαμάτα.

Θα προβάλλονται σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε επιλεγμένα μέσα μαζικής ενημέρωσης με στόχο να μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ αποτελεσματικό εργαλείο για την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της πόλης της Καλαμάτας.

Οι επιμέρους προδιαγραφές του έργου, ο αριθμός των spot και τα χαρακτηριστικά, θα υλοποιηθούν κατόπιν εισήγησης της υπηρεσίας. Η Γαστρονομία, ο πολιτιστικός πλούτος της περιοχής, η χαλαρή και νεανική ατμόσφαιρα της πόλης, ο περιαυτολογικός πλούτος, θα αποτελούν τα βασικά στοιχεία της κεντρικής ιδέας και το σενάριο των τεσσάρων παραγωγών, σε αντιστοιχία και των αντίστοιχων τουριστικών λογοτύπων που έχουν υλοποιηθεί. Τα παραγόμενα Video θα αξιοποιηθούν και για την προβολή της πόλης, μέσω των Διεθνών δικτύων που συμμετέχει ο Δήμος, εκθέσεων εξωτερικού και εσωτερικού, διεθνών συναντήσεων και roadshows, αλλά και από τον κάθε ενδιαφερόμενο. SO GREEK, SO ALIVE/ΠΟΛΗ ΓΙΑ ΝΑ ΖΕΙΣ – GASTRONOMY /ΤΟΠΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ – HISTORY AND CULTURE/ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ – SEA AND NATURE/ΠΟΛΗ ΚΑΙ ΦΥΣΗ.

ΥΠΟΕΡΓΟ 6	Δημιουργία και Εκτύπωση Προωθητικού Υλικού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	5.000,00 €

Το υποέργο αφορά τη δημιουργία και εκτύπωση, θεματικών φυλλαδίων, αφισών, banner, flyer κ.α., καθώς και την ανατύπωση/επικαιροποίηση έντυπου υλικού, της προωθητικής τσάντας, των χαρτών και του λοιπού προωθητικού τουριστικού υλικού.

Το υλικό αυτό αποτελεί σημαντικό και εξειδικευμένο εργαλείο για την ανάδειξη της περιοχής μας και την πληροφόρηση και εξυπηρέτηση των επισκεπτών της πόλης.

Σχεδίαση ενός χάρτη με μορφή πρόσκλησης για την εξερεύνηση της πόλης - EXPLORE THE CITY OF KALAMATA. Στο χάρτη θα προβάλλονται τα σημεία ενδιαφέροντος για τον επισκέπτη της πόλης – ARTS AND CULTURE, FOOD AND DRINK, ENTERTAINMENT, SHOPPING.

Η διανομή του θα γίνεται από το γραφείο τουρισμού του Δήμου και θα αποτελεί το υλικό προβολής της περιοχής του Δήμου σε Εκδηλώσεις, Διεθνείς Εκθέσεις κ.ά.

Γ. Εναλλακτικές μεθόδους Προβολής

ΥΠΟΕΡΓΟ 7	Ανάπτυξη διαδραστικών συστημάτων Τουριστικής Προβολής στον Αερολιμένα Καλαμάτας.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00 €

Αφορά τον χώρο που διαχειρίζεται ο Δήμος Καλαμάτας και προβλέπεται ο σχεδιασμός και υλοποίηση ενός χώρου διαφήμισης του Δήμου με εγκατάσταση σημείου ψηφιακής προβολής του Δήμου που θα έχει την δυνατότητα απομακρυσμένη διαχείριση του. Τουριστική πληροφόρηση μέσω ψηφιακού βοηθού - Virtual Assistant , επιλεγμένη προβολή βίντεο και φωτογραφιών. Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.

ΥΠΟΕΡΓΟ 8	Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00 €

Όπως η δημιουργία τσάντας ώμου από μουςαμά (υλικό ανακύκλωσης παλιών διαφημιστικών Μπανέρ). Αφορά την κατασκευή τσαντών από την αξιοποίηση των μουςαμάδων των παλιών – άχρηστων διαφημιστικών μπανερ προβολής του Δήμου Καλαμάτας, που χρησιμοποιήθηκαν για προβολή εκδηλώσεων του (Μπανέρ εκδηλώσεων 1821-2021, μπανερ από εκθέσεις τουριστικής προβολής, φεστιβάλ χορού, φεστιβάλ χορωδιών κλπ). Αντικείμενα που έχουν ολοκληρώσει τον κύκλο ζωής τους και δείχνουν να έχουν χάσει κάθε χρηστική αξία, αποκτούν με την δράση αυτή νέα ζωή. Η ενέργεια αυτή στοχεύει στην αξιοποίηση - ανακύκλωση υλικού που η ιδιαίτερη συμβολική και καλλιτεχνική αξία του «μεταφέρεται» στο παραγόμενο προϊόν, συμβάλλοντας θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος και παράλληλα οξύνοντας την αντίληψή μας σε σχέση με την εναλλακτική χρήση υλικών και αντικειμένων που υπάρχουν γύρω μας.

ΥΠΟΕΡΓΟ 9	Εναλλακτικές δράσεις για την ενίσχυση του Τουρισμού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12.000,00€

1. Πρόγραμμα ξεναγήσεων επισκεπτών, «**Γνωρίζω την πόλη**». Ένα πρόγραμμα ξεναγήσεων στην πόλη της Καλαμάτα. Επισκέπτες θα μπορούν να δηλώνουν ενδιαφέρον σε πλατφόρμα και να ξεκινούν μια διαδρομή από το Γραφείο Τουρισμού στο κέντρο της πόλης, παίρνοντας μία γεύση και πληροφορίες για το μέρος στο οποίο θα καταλύσουν.
2. Διερεύνηση της ανάπτυξης ποδηλατικής ταυτότητας «Bike friendly destination» ως μέρος της υποστήριξης εμπλουτισμένης ταξιδιωτικής εμπειρίας στον προορισμό. Η ανάπτυξη του ποδηλατικού τουρισμού συμβάλλει στην προσέλκυση επισκεπτών από την ομάδα στόχου δηλαδή Ταξιδιωτών έναντι των τουριστών, ενισχύοντας το προφίλ του προορισμού με προφανή οφέλη στην τοπική αγορά.
3. «Βουνό και Θάλασσα» Η επιμήκυνση της περιόδου είναι κάτι περισσότερο από αναγκαία συνθήκη για ανάκαμψη και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες, πέρα από το πακέτο Ήλιος – Θάλασσα, υποχρεωτική επιλογή. Πέρα από την προώθηση του παράλιου μετώπου και των μοναδικών ακτών κολύμβησης που διαθέτει κρίνεται αναγκαία και η προώθηση του πεζοπορικού τουρισμού και μαζί με αυτό, όλων των υπαίθριων σχετικών δραστηριοτήτων.
4. «Πεζοπορικός τουρισμός Ταυγέτου» Η Καλαμάτα βρίσκεται στις παρυφές του Ταυγέτου, ξεχωρίζει ως πόλη καθώς συνδυάζει αρμονικά το βουνό με τη θάλασσα. Η Καλαμάτα είναι ο ιδανικός προορισμός και για πεζοπορία – φυσική άθληση. Προγραμματίζεται η εκδήλωση – γιορτή μονοπατιών στο Καλάθι σε συνεργασία με ορειβατικό σύλλογο Καλαμάτας και αγώνα ορεινού τρεξίματος στο Καλάθι - Kalamata trail running σε συνεργασία με ορειβατικό σύλλογο Καλαμάτας και τον ΣΔΥΜ (Σύλλογος Δρομέων Υγείας Μεσσηνίας) με την ονομασία Kalamata trail running.
5. Δημιουργίας των προϋποθέσεων για την συμμετοχή του Δήμου σε διασυνοριακά δίκτυα που συνεισφέρουν στην τουριστική προβολή του Δήμου (αφορά την υποστηρικτική δράση για αιτήματα συμμετοχής καθώς και στην εξειδικευμένη παροχή γνώσης). Η ένταξη του Δήμου σε δίκτυα θα συνεισφέρει τόσο στην ενίσχυση της εξωστρέφειας του όσο και στην προβολή του.

III. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ – ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Η οργάνωση εκδηλώσεων και άλλων θεματικών ενεργειών, καθώς και η συμμετοχή σε κλασικές εκθέσεις τουρισμού ή σε σύγχρονες διαδικτυακές, είναι ενέργειες με εξωστρεφή χαρακτήρα και αποσκοπούν στην προβολή του τουριστικού περιεχομένου της περιοχής σε επαγγελματίες του τουρισμού και άλλους ενδιαφερόμενους.

Η εξέλιξη της πανδημίας (Covid-19), μετέφερε το ενδιαφέρον για την προβολή των προορισμών, από τη συμμετοχή σε κλασικές εκθέσεις, στην παρουσία τους μέσω ψηφιακών μέσων.

Ο προϋπολογισμός των δράσεων εξωστρέφειας και εκδηλώσεων, είναι **77.000,00€** και αναλύονται, ως εξής :

A. Δράσεις με φυσική παρουσία

ΥΠΟΕΡΓΟ 10	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00€

1. Συμμετοχή ή /και διοργάνωση ημερίδων, συνεδρίων και εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος σε εποχές χαμηλής επισκεψιμότητας για την τόνωση της περιοχής και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
2. Διοργάνωση εκδηλώσεων - παρουσιάσεων της πόλης μας, σε πόλεις της Ελλάδας, αλλά και φιλοξενία αντίστοιχων εκδηλώσεων άλλων πόλεων εδώ στα πλαίσια της ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού (γαστρονομικός, αθλητικός, συνεδριακός κ.α.). Οι δράσεις αυτές, προωθούν αποτελεσματικότερα την προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής μας και προάγουν την εξωστρέφεια της πόλης μας και των κατοίκων, ανοίγουν διαύλους επικοινωνίας μεταξύ των φορέων, δημιουργούν συνέργειες μεταξύ των επιχειρηματιών (B2B συναντήσεις, προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών) και ταυτόχρονα ενισχύουν την τοπική οικονομία (ξενοδοχεία, εστιατόρια, τοπικά ΜΜΕ, διάφοροι επαγγελματίες κ.α).
3. Προωθητικές ενέργειες σε μεγάλα εμπορικά κέντρα της Αθήνας και στο σταθμό μετρό του Συντάγματος στην Αθήνα με περίπτερο του Δήμου Καλαμάτας στα πλαίσια της ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού (γαστρονομικός, αθλητικός, θρησκευτικός κ.α.).
4. Διοργάνωση εκδηλώσεων υποδοχής, με τοπικά προϊόντα, διανομή έντυπου υλικού καθώς και πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικό-χορευτικά σχήματα, κτλ) σε επισκέπτες κρουαζιέρας στο Λιμάνι Καλαμάτας, καθώς και σε πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού στο Διεθνές Αερολιμένα Καλαμάτας.
5. Συμμετοχή του Δήμου Καλαμάτας σε εκδηλώσεις που ενισχύουν την επισκεψιμότητα της περιοχής και πραγματοποιούνται από τοπικούς συλλόγους ή και φορείς εκτός Καλαμάτας.
6. Ενέργειες για την ανάδειξη της προσβασιμότητας και του «προσβάσιμου τουρισμού για όλους» στην πόλη της Καλαμάτας.
Ο Δήμος της Καλαμάτας, έχοντας κάνει αρκετά βήματα στον τομέα της προσβασιμότητας, τόσο στον αστικό ιστό (πεζοδρόμια με οδηγούς όδευσης τυφλών, ράμπες για ΑμΕΑ, και εμποδιζόμενα άτομα κ.λ.π.), όσο και στην παράκτια ζώνη (seatrac, WC και ράμπες για ΑΜΕΑ, ναυαγοσώστες), μπορεί να αναδειχθεί σε ένα τουριστικό προορισμό προσβάσιμο για όλους.
7. Ενέργειες για την ανάπτυξη και προσέλκυση μαθητικών – εκπαιδευτικών εκδρομών, αξιοποιώντας την πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της Καλαμάτας και των γύρω περιοχών. Ενέργειες προώθησης και ενημέρωσης των ενδιαφερομένων στα σχολεία Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης όλης της Ελλάδας. Διαμόρφωση ενδεικτικών 3ημερων και 5ημερων πακέτων - δρομολογίων για καλύτερη εξυπηρέτηση καθώς και συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις για δημιουργία εκπαιδευτικών πακέτων.
8. Διοργάνωση ημερίδων και σεμιναρίων για την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και την διασύνδεση του τουριστικού κεφαλαίου μέσα από συνέργειες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων.



ΥΠΟΕΡΓΟ 11	Συμμετοχή σε εκθέσεις - συνέδρια
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	7.000,00€

Η συμμετοχή σε εκθέσεις όσον αφορά το Δήμο Καλαμάτας θα αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο πρωτίστως για τη σύναψη επαγγελματικών σχέσεων και δευτερευόντως για την προβολή του προορισμού.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχει αναλάβει τη διοργάνωση του TBEX Europe 2023, το οποίο θα πραγματοποιηθεί από 8 έως 11 Μάϊου στην Καλαμάτα, όπου πριν και μετά θα πραγματοποιηθούν fam trips των συμμετεχόντων σε πολλούς προορισμούς σε όλη την Πελοπόννησο. Το TBEX είναι το μεγαλύτερο συνέδριο και εκδήλωση δικτύωσης για travel bloggers, δημοσιογράφους ταξιδιωτικού ρεπορτάζ, δημιουργούς περιεχομένου social media, τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές εταιρείες και επαγγελματίες του κλάδου. Ο Δήμος Καλαμάτας θα οργανώσει την υλοποίηση fam trips και σχετικών εκδηλώσεων σε επιδραστικούς travel bloggers και δημιουργούς περιεχομένου με σκοπό την παγκόσμια προβολή του προορισμού μέσω αυτών.

ΥΠΟΕΡΓΟ 12	Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης για επαγγελματίες τουρισμού και συντάκτες.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00€

Τα ταξίδια εξοικείωσης αποτελούν ένα στοχευμένο και αποτελεσματικό τρόπο, για την οργάνωση επίσκεψης στην Καλαμάτα, από επαγγελματίες του τουρισμού, τουριστικούς συντάκτες, blogger's, κ.ά.

Στόχος δράσεων αυτών όπως τα ταξίδια εξοικείωσης ή γνωριμίας, αποτελεί η άμεση επαφή των φιλοξενούμενων επισκεπτών απευθείας με τον προορισμό, με το τουριστικό κεφάλαιο της Καλαμάτας, αλλά και τους επαγγελματίες.

Τα ταξίδια γνωριμίας ή εξοικείωσης (fam trips) αποτελούν μια διεθνή πρακτική με σημαντικά ανταποδοτικά οφέλη για τον προορισμό που τα πραγματοποιεί. Τα πλεονεκτήματα από αντίστοιχες δράσεις είναι ότι η πληροφορία έχει το ελάχιστο κόστος σε σχέση με μια καταχώρηση σε MME εγχώρια ή του εξωτερικού ενώ η πληροφορία έχει μεγαλύτερη ανταπόκριση στο αναγνωστικό κοινό.

Η μορφή των ταξιδίων γνωριμίας ποικίλουν είτε με την διοργάνωση τους αποκλειστικά από τον Δήμο Καλαμάτας είτε σε συνδιοργάνωση με άλλους δημόσιους φορείς (ΕΟΤ, Περιφέρεια) ή φορείς τουρισμού όπως η Ένωση Ξενοδόχων. Όταν πρόκειται για συνδιοργάνωση με άλλο φορέα (τουριστικοί οργανισμοί, ένωση ξενοδόχων, επιμελητήρια) τότε μπορεί να αποφευχθεί σημαντικό μέρος των εξόδων. Για το λόγο αυτό θα επιδιωχθεί η συνεννόηση και η συνεργασία με τους τοπικούς τουριστικούς φορείς για την καλύτερη διοργάνωση αντίστοιχων ταξιδίων.

Η επιλογή των επαγγελματιών τουρισμού ή των δημοσιογράφων θα γίνεται είτε σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ είτε σαν αποτέλεσμα επαφής σε μια έκθεση ή άλλη δράση εξωστρέφειας.

Β. Δράσεις με χρήση διαδικτύου.

ΥΠΟΕΡΓΟ 13	Διοργάνωση διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (on-line Training) σε επαγγελματίες τουρισμού ή θεματικών ομάδων για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00€

Η διοργάνωση Ψηφιακού Εκπαιδευτικού Σεμιναρίου (Online Training) έχει ως στόχο την καινοτόμο προβολή του τουριστικού κεφαλαίου της Καλαμάτας στα κρίσιμα κοινά του εξωτερικού αλλά και του εσωτερικού (tour operators, travel agents, Ταξιδιωτικά γραφεία και Δημοσιογράφοι, ψηφιακούς νομάδες, ομάδες εναλλακτικού τουρισμού).

Με το online εκπαιδευτικό σεμινάριο οι συμμετέχοντες, θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν και να μελετήσουν από τον υπολογιστή τους, το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν και τα τουριστικά χαρακτηριστικά της Καλαμάτας και στο τέλος να λάβουν πιστοποίηση για τη γνώση τους αναφορικά με τον τουριστικό προορισμό.

Το ψηφιακό σεμινάριο (Online training) για τη Καλαμάτα θα αποτελεί μια ψηφιακή πλατφόρμα που θα δημιουργηθεί-προσαρμοστεί ειδικά για τον Δήμο Καλαμάτας και η οποία θα διαρθρώνεται σε μία σειρά από ενότητες με αντικείμενο το τουριστικό προϊόν του προορισμού αλλά και εμπειρικά προϊόντα και υπηρεσίες που θα επιλεγούν να αναδειχθούν.

Οι ανωτέρω δράσεις θα βαρύνουν τον Κ.Α. Εξόδων 00.6431 με τίτλο « Έξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου Καλαμάτας», με συνολικό ποσό 150.000,00 €.

**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**

Νικόλαος Μπασακίδης





ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΝΟΜΟΣ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ &
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑΣ
ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ



ΚΑΛΑΜΑΤΑ

21.02.2023

ΠΡΟΣ Δημοτικό Συμβούλιο
Καλαμάτας

Πρακτικό 1/2023

Στην Καλαμάτα σήμερα, την **21η Φεβρουαρίου 2023**, ημέρα Τρίτη και ώρα 7:00 μ.μ., συνήλθε η Επιτροπή Τουρισμού και Επιχειρηματικότητας του Δήμου Καλαμάτας στην **1η/2023 συνεδρίαση με θέμα "Έγκριση ετήσιου προγράμματος Τουριστικής ανάπτυξης και προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2023 και απολογισμός δράσεων έτους 2022"**, που πραγματοποιήθηκε στην αίθουσα Δημάρχου Χρήστου Μαλαπάνη στο Ιστορικό Δημαρχείο, μετά την υπ' αριθμ. πρωτ. **17414/17.02.2023 πρόσκληση** του κ.Προέδρου, η οποία επιδόθηκε σύμφωνα με το νόμο. Το πρακτικό συντάχθηκε βάση της απομαγνητοφώνησης της συνεδρίασης.

Στην συνεδρίαση από τα 17 μέλη της επιτροπής, συμμετέχουν οι:

1. **Νίκος Μπασακίδης**, Αντιδήμαρχος, Πρόεδρος της Επιτροπής.
2. **Κλάδης Παύλος**, Δημοτικός Σύμβουλος Καλαμάτας-τακτικό μέλος της Επιτροπής.
3. **Αναστασόπουλος Χρήστος**, Δημοτικός Σύμβουλος – τακτικό μέλος της Επιτροπής.
4. **Κουράκλη Παναγιώτα**, Διευθύντρια Προγραμματισμού Ανάπτυξης & Ευρωπαϊκών Θεμάτων Δήμου Καλαμάτας – τακτικό μέλος της Επιτροπής.
5. **Τριγκιλίδας Βασίλειος**, αναπληρωματικό μέλος, ως εκπρόσωπος του Επιμελητηρίου Μεσσηνίας
6. **Ανδριανόπουλος Κωνσταντίνος**, ως εκπρόσωπος του Σχολείου Τουρισμού - τακτικό μέλος της Επιτροπής.
7. **Λαγός Αθανάσιος** – Δημοσιογράφος ως τακτικό μέλος της Επιτροπής.
8. **Ξανθάκη Αθηνά** - τακτικό μέλος της Επιτροπής.
9. **Μελεξοπούλου Χριστίνα**, Επιχειρηματίας, τακτικό μέλος της επιτροπής

Απόντες από τη συνεδρίαση της Επιτροπής ήταν τα τακτικά μέλη :

1. Χειλάς Παναγιώτης, Δημοτικός Σύμβουλος Καλαμάτας
2. Κολοκάθης Μαρίνος, Επιχειρηματίας-Έμπορος
3. Αρχοντής Χρήστος, Δικηγόρος

4. Δρούγας Παντελής, Δημοτικός Σύμβουλος Καλαμάτας, τακτικό μέλος της Επιτροπής
5. Ελένη Αλειφέρη, Δημοτική Σύμβουλος- τακτικό μέλος της Επιτροπής.
6. Φαββατάς Δημήτριος, Δημοτικός Σύμβουλος, τακτικό μέλος της Επιτροπής
7. Μπαρούνη Μαρία, Δημοτικός Σύμβουλος Καλαμάτας-τακτικό μέλος της Επιτροπής.
8. Καραλής Δημήτριος, Πρόεδρος Ένωσης Ξενοδόχων Μεσσηνίας – τακτικό μέλος της Επιτροπής.

Στην συνεδρίαση επίσης παραβρέθηκε η Αντιπεριφερειάρχης Άννα Καλογεροπούλου, ο κ. Πατριαρχέας Δημήτριος, Αντιπρόεδρος της Ένωσης Ξενοδόχων Μεσσηνίας, ως εκπρόσωπος τη Ένωσης, ο Προϊστάμενος του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας, κ. Νικόλαος Γιαννακόπουλος, καθώς και ο κ. Γραϊκής Παύλος γενικός γραμματέας του Επιμελητηρίου, ενώ συμμετείχε μέσω τηλεδιάσκεψης ο κ. Μπρούσαλης Δημοσθένης μελετητής της δράσης καθορισμού Ταυτότητας της πόλης και ανάδειξης του λογοτύπου αυτής.

Αφού διαπιστώθηκε η νόμιμη απαρτία, ο κ. Πρόεδρος κήρυξε την έναρξη της συνεδρίασης για τον απολογισμό δράσεων του 2022 αλλά και τον προγραμματισμό του 2023.

Απολογισμός δράσεων του Προγράμματος Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το 2022

Το «**Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2022**» αποτέλεσε μέρος της συνολικής στρατηγικής, για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής. Το 2022 ολοκληρώθηκε η μελέτη του αναγκαίου σχεδίου μάρκετινγκ - στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού που εκπονήθηκε με στόχο να αποκτήσει ο Δήμος Καλαμάτας ένα πρακτικό εργαλείο για την τουριστική του πολιτική, άμεσα εφαρμόσιμο προς όφελος των τοπικών τουριστικών επιχειρήσεων. Παράλληλα, σαν συνέχεια και αξιοποιώντας τα στοιχεία της μελέτης του σχεδίου για το marketing, ολοκληρώθηκε και η μελέτη ανάπτυξης και εφαρμογής συστήματος τουριστικής ταυτότητας (και λογοτύπου) για τον τουριστικό προορισμό Καλαμάτα. Για την τουριστική προβολή της περιοχής δημιουργήθηκε μια νέα ελκυστικής ταυτότητας για τον τουρισμό του Δήμου Καλαμάτας, με σκοπό να ενισχυθεί περαιτέρω η εικόνα της πόλης στην ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά. Η νέα τουριστική ταυτότητα (destination brand) θα αξιοποιηθεί σε όλες τις ενέργειες τουριστικής προβολής που θα υλοποιήσει ο Δήμος εφεξής. Η νέα ταυτότητα απευθύνεται στην τουριστική αγορά, δηλ. στο ταξιδιωτικό/καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού, καθώς και στις επιχειρήσεις που οργανώνουν και πωλούν ταξίδια (το λεγόμενο travel trade που περιλαμβάνει επιχειρήσεις όπως λ.χ. tour operators, τουριστικά γραφεία, εταιρίες κρουαζιέρων, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, γραφεία οργάνωσης γάμων κοκ. τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό).

Παράλληλα ακολουθήθηκε ο προβλεπόμενος σχεδιασμός για μια στοχευμένη προβολή της Καλαμάτας, με σύγχρονα μέσα αλλά και συνδυασμένες δράσεις. Σχεδιασμός που έλαβε την έγκριση από το Δημοτικό Συμβούλιο Καλαμάτας με την 70/2022 απόφαση του (ΑΔΑ: 9ΧΧΦΩΕΕ-6Η7) και είχε τη σύμφωνη γνώμη από τον Ελληνικό Οργανισμό Τουρισμού με την υπ' αριθμ. 6075/29-06-2022 απόφαση.

Η υλοποίηση του προγράμματος επηρεάστηκε και από την πανδημία Covid-19. Γενικά όμως, 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 2022», υλοποιήθηκε στοχευμένα.

Τα στάδια υλοποίησης του προγράμματος, ήταν :

I. Εκπόνηση Στρατηγικών Σχεδίων

1. Σχέδιο Marketing Plan

Το **Marketing Plan** που εκπονήθηκε περιλαμβάνει 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, 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).

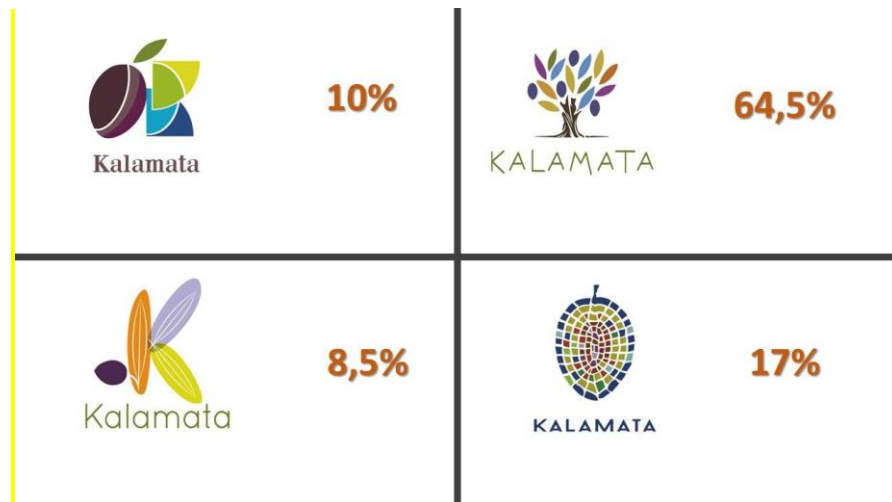
2. Ανάπτυξη και εφαρμογής συστήματος τουριστικής ταυτότητας (και λογοτύπου) για τον τουριστικό προορισμό Καλαμάτα

2.1. Δημόσια διαβούλευση

Στα πλαίσια της εκπόνησης του αναφερόμενου έργου, με πολύ μεγάλη συμμετοχή του κοινού υλοποιήθηκε άλλη μια κομβική φάση που εκτιμούμε ότι θα συμβάλει στη καθιέρωση της νέας σύγχρονης Τουριστικής Ταυτότητας Προορισμού (Destination Branding) και ταυτόχρονα θα αποτελέσει το θεμέλιο της εικόνας της περιοχής, και θα λειτουργήσει σαν μια πρόσκλησή μας προς τον παγκόσμιο επισκέπτη. Προτάθηκαν σε ανοικτή Δημόσια Διαβούλευση τέσσερις σχεδιαστικές προτάσεις, η κάθε μία από τις οποίες συνδεόταν με έννοιες σχετικές με το προτεινόμενο σήμα, αλλά και ενδεικτικών εφαρμογών σε υλικό προώθησης, σε αντικείμενα κλπ. Η διαδικασία έλαβε ιδιαίτερης προβολής, ιδίως από τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, όπου

αναπτύχθηκαν προβληματισμοί και κατατέθηκαν σχετικές απόψεις.

Στην διαδικτυακή ψηφοφορία καταμετρήθηκαν 2.229 ψήφοι, οι οποίες ποσοστιαία κατανεμήθηκαν, σύμφωνα με τον πιο κάτω πίνακα, ως εξής:



Επικράτησε η Πρόταση, «Δέντρο ελιάς με πολύχρωμα φύλα και καρπούς Ελιάς Καλαμάτας» με την οποία συνδέονται ενδεικτικά οι έννοιες : αιωνόβιο, περιβάλλον, ελαιόδεντρο, καρπός, πολυμορφία, ρίζες, κίνηση, παράδοση, πολιτισμός, ελευθερία, συγκέντρωση το 64,5% των ψήφων. Η πρόταση που επικράτησε, όπως και οι υπόλοιπες, οπτικοποιεί, το σχετικό κεντρικό σκεπτικό της Ταυτότητας που επίσης επιλέχθηκε με δημόσια διαβούλευση και είναι: «ΚΑΛΑΜΑΤΑ και ΕΛΙΑ: Ελιά και τόπος στους αιώνες». Ταυτότητα που στηρίζεται στην με σεβασμό και γνώση διαχρονική καλλιέργεια της ελιάς, τα προϊόντα της οποίας, αποτελούν σημαντικό τμήμα της Προσωπικότητας, της Ταυτότητας και της Κουλτούρας του τόπου και των συμπολιτών μας.

ΠΡΟΤΑΣΗ 2
ΤΟ ΕΠΙΛΕΓΜΕΝΟ ΣΗΜΑ
64,5%
ΤΩΝ ΨΗΦΩΝ



ΚΑΛΑΜΑΤΑ

Σχετικές έννοιες: αιωνόβιο, περιβάλλον, ελαιόδεντρο, καρπός, πολυμορφία, ρίζες, κίνηση, παράδοση, πολιτισμός, ελευθερία



ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
Destination Branding



KALAMATA DESTINATION BRANDING
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΗΜΑΤΟΣ



ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ
Destination Branding



Γενικά η επιδίωξη μας ,αξιοποιώντας τα παραδοτέα της σχετικής ανάθεσης, είναι η ανάδειξη της Ιστορίας και του Πολιτισμού, μέσα από ένα ταξίδι γεύσεων και αυθεντικών εμπειριών, που θα ωθήσει τον επισκέπτη να γνωρίσει το τόπο μας και τους ανθρώπους του, καθιστώντας την Καλαμάτα Τουριστικό Προορισμό Διεθνούς Εμβέλειας.

2.2.Branding - Ταυτότητα πόλης

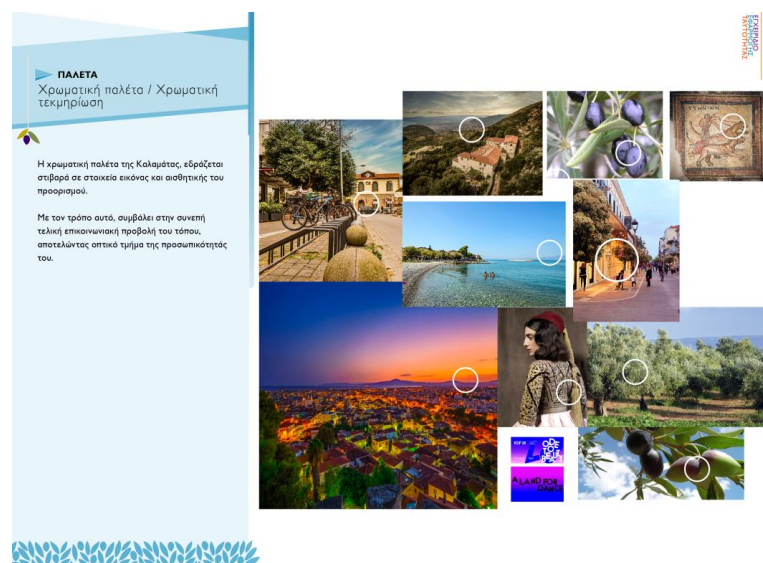
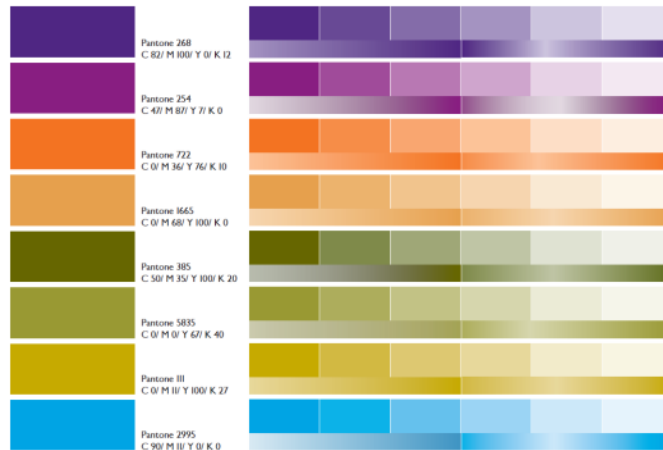
Ολοκληρώθηκε η ανάπτυξη μιας νέας ελκυστικής ταυτότητας για τον τουρισμό του Δήμου Καλαμάτας που η υλοποίηση της θα ενισχυθεί περαιτέρω την εικόνα της πόλης στην ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά. Η νέα τουριστική ταυτότητα (destination brand) θα αξιοποιηθεί σε όλες τις ενέργειες τουριστικής προβολής που θα υλοποιήσει ο Δήμος εφεξής.

Η νέα ταυτότητα απευθύνεται στην τουριστική αγορά, δηλ. στο ταξιδιωτικό/καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού, καθώς και στις επιχειρήσεις που οργανώνουν και πωλούν ταξίδια (το λεγόμενο travel trade που περιλαμβάνει επιχειρήσεις όπως λ.χ. tour operators, τουριστικά γραφεία, εταιρίες κρουαζιέρων, γραφεία οργάνωσης συνεδρίων, γραφεία οργάνωσης γάμων κοκ. τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό). Διευκρινίζεται ότι το ζητούμενο είναι να δημιουργηθεί μια νέα ταυτότητα όχι για το διοικητικό θεσμό του Δήμου αλλά για την πόλη της Καλαμάτας, ως τουριστικό προορισμό. Η στόχευση της τουριστικής ταυτότητας είναι αποκλειστικά στην τουριστική αγορά.

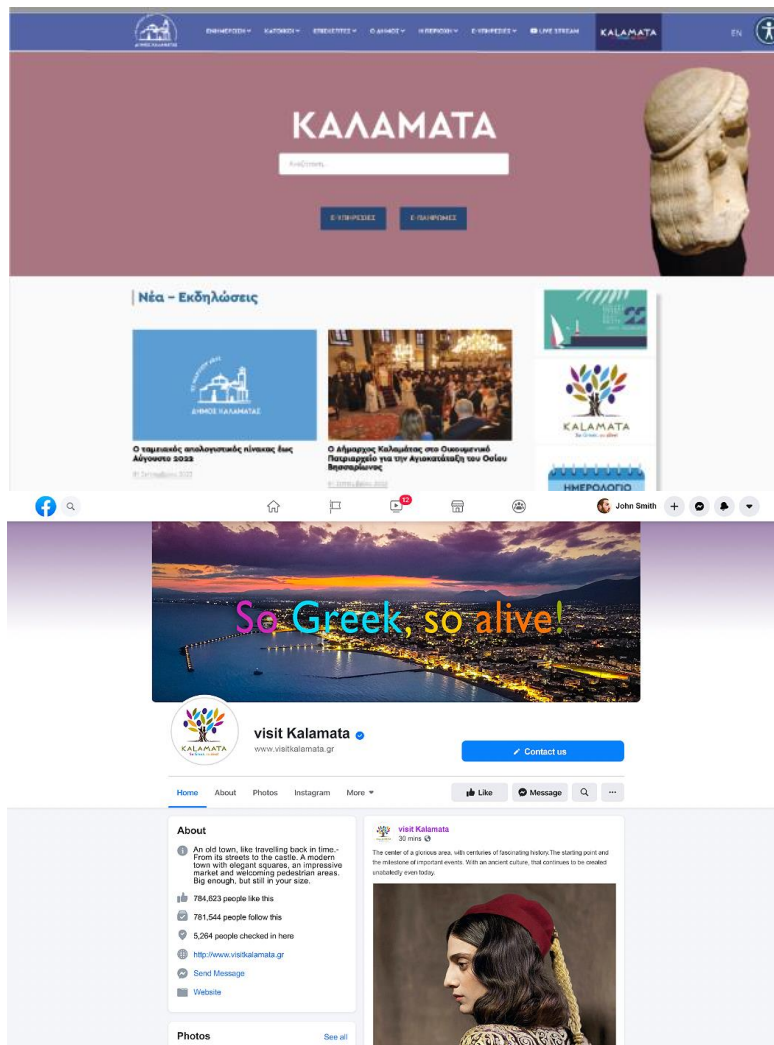
Το πλαίσιο για τη διαμόρφωση του λογότυπου προέκυψε με βάση το Σχέδιο στρατηγικής ανάπτυξης επώνυμου προϊόντος (brand) και το Σχέδιο στρατηγικής επικοινωνίας σε σχέση με τις οριζόμενες ομάδες – στόχους που προέκυψαν από το σχετικό σχέδιο στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού Καλαμάτας που υλοποιήθηκε.

Δημιουργήθηκαν εικαστικές εφαρμογές της νέας τουριστικής ταυτότητας της Καλαμάτας και συγκεκριμένα:

Χρωματική παλέτα:



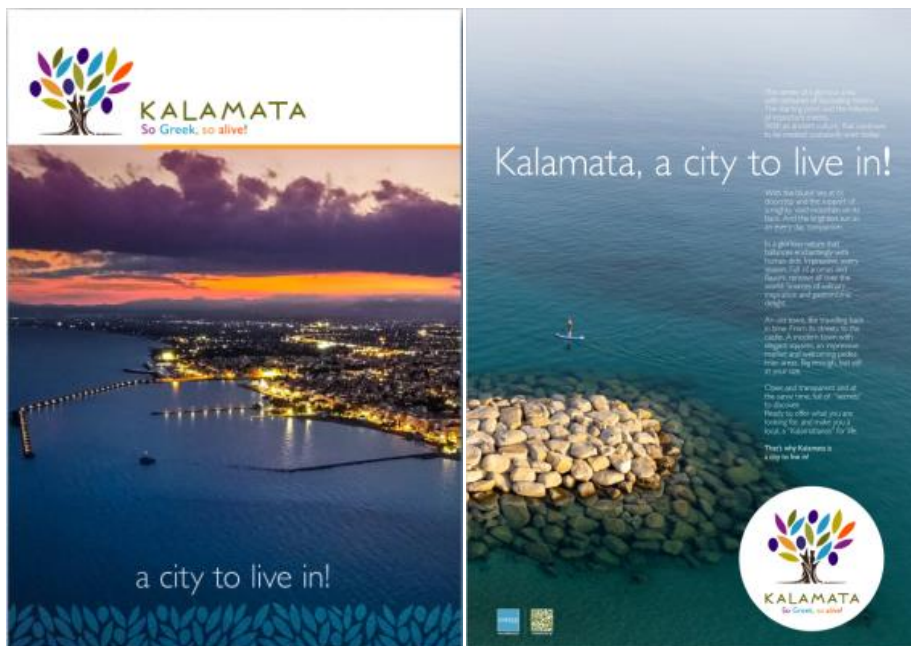
Μακέτες ιστοσελίδων για το επίσημο τουριστικό portal του Δήμου



Έντυπο «rocket»



Έντυπο μεγάλο τύπου «image brochure» και μακέτας για ολοσέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις σε περιοδικό



Μακέτας για δισέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις («σαλόνι») σε περιοδικό



Παραλλαγές επιστολόχαρτου, που θα χρησιμοποιείται για την αλληλογραφία του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου με τουριστικές επιχειρήσεις και τουριστικούς φορείς, για την εκτύπωση δελτίων τύπου και κάθε άλλη χρήση. Παραλλαγές κάρτας επισκεπτηρίου (business cards) για τα στελέχη του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου που θα έχουν επαφές με τουριστικούς επαγγελματίες και τα μέσα ενημέρωσης.



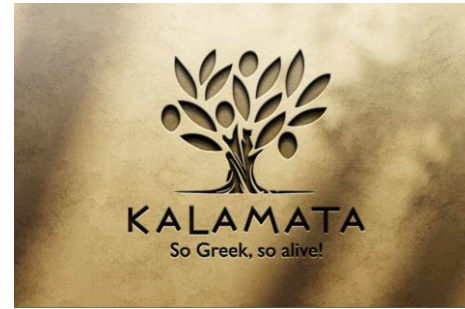
Παραλλαγές ενός press kit, δηλ. ενός φακέλου που θα περιέχει υλικό για δημοσιογράφους



Παραλλαγές παρουσιάσεων PowerPoint για χρήση σε συνεντεύξεις τύπου, ομιλίες κοκ.



Μακέτες για δώρα όπως λ.χ. τσάντες, φλασάκια USB, μαγνητάκια κοκ.



II. Εκδηλώσεις - θεματικές ενέργειες

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

Αγώνας Τρίαθλου 25 & 26 Ιουνίου 2022 (Whynot)

Η πόλη της Καλαμάτας φιλοξένησε μετά από πολλά χρόνια και πάλι έναν μεγάλο αγώνα τρίαθλου (κολύμβηση, ποδήλατο, τρέξιμο). Σε αυτή την μεγάλη πόλη της Νοτιοδυτικής Ελλάδας με τις τόσο ξεχωριστές ομορφιές και τους ιδιαίτερα φιλόξενους κατοίκους διεξάχθει ο δεύτερος στην σειρά αγώνας της WHYNOT 2022.

Στις 25 & 26 Ιουνίου, με σχεδόν 600 αθλητές και 2.500 συνοδούς από όλη την Ελλάδα και το εξωτερικό, επισκέφτηκαν την Καλαμάτα σε μια ιδανική εποχή του χρόνου όπου η πόλη λάμπει υπό το φως του Μεσσηνιακού ήλιου.

Ο Δήμος, η εταιρεία «whynot» και οι ακούραστοι εθελοντές κατέβαλλαν κάθε δυνατή προσπάθεια με σκοπό να υλοποιηθεί ένα αξέχαστο αθλητικό διήμερο, με μεγάλες συγκινήσεις προς αθλητές και συνοδούς. Ενισχύοντας το ήδη σημαντικό τουριστικό ρεύμα και βοηθώντας την ανάπτυξη τουριστικών επιχειρήσεων.



Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού 30 Σεπτεμβρίου 2022

Με μια εκδήλωση που οργανώθηκε από το τμήμα Τουρισμού, στον πεζόδρομο της Αριστομένων, στην είσοδο του Ιστορικού Δημαρχείου, εορτάστηκε από το Δήμο Καλαμάτας, Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού της 27^{ης} Σεπτεμβρίου.

Παρουσιάστηκε στους διερχομένους, το νέο τουριστικό λογότυπο του Δήμου, ενώ κουαρτέτο εγχόρδων από το Δημοτικό Ωδείο και το Μουσικό Σχολείο Καλαμάτας, γέμιζε το χώρο με ήχους Μπετόβεν, Μπαχ και άλλων δημιουργών.

Επίσης, άνοιξε για πρώτη φορά μετά την περίοδο της πανδημίας και επαναλειτουργεί και η αίθουσα του Εκθετηρίου Μεσσηνιακών προϊόντων στις προθήκες της οποίας έχουν τοποθετηθεί εκλεκτά και φημισμένα Μεσσηνιακά προϊόντα.



Γευσιγνωσία Ελαιόλαδου στο Εκθετήριο Τοπικών Προϊόντων 13 Οκτωβρίου.

Εκδήλωση Γευσιγνωσίας που διοργανώθηκε από το Τμήμα Τουρισμού σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Γευσιγνωσίας του Πανεπιστημίου Πελοποννήσου στο εκθετήριο Μεσσηνιακών προϊόντων. Σκοπός της εκδήλωσης ήταν η προώθηση των προϊόντων της περιοχής και ενίσχυση της προβολής τους καθώς οι επισκέπτες απέκτησαν μια βιωματική εμπειρία με αποτέλεσμα να ενισχυθεί ο γαστρονομικός Τουρισμός της Καλαμάτας.



«Ημέρες Τοπικής Γαστρονομίας» από 21 έως 27 Νοεμβρίου - Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς 26 Νοεμβρίου

Το τμήμα Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας με αφορμή την Παγκόσμια Ημέρα Ελιάς προκειμένου να προβάλλει τα προϊόντα της περιοχής και την τοπική γαστρονομία διοργάνωσε μια σειρά δράσεων με θέμα «**Ημέρες Τοπικής Γαστρονομίας**» από 21 έως 27 Νοεμβρίου. Τις ημέρες αυτές οι τα εστιατόρια της πόλης προσέφεραν ένα «set menu» σε ελκυστική τιμή παρέχοντας την ευκαιρία σε όσους το επιλέξουν να γευτούν την πολυδιάστατη τοπική κουζίνα.



Οι ημέρες τοπικής γαστρονομίας περιλαμβάναν και ένα διήμερο αφιέρωμα στην τοπική παράγωγη και μεταποίηση της ελιάς, του οίνου, των ποτών και αποσταγμάτων. Διήμερο με εκδηλώσεις πραγματοποιήθηκαν στο αίθριο χώρο της Κεντρικής Αγοράς Καλαμάτας, στην καρδιά διάθεσης των τοπικών αγροτικών προϊόντων. Συγκεκριμένα οι παραγωγοί και μεταποιητές των τοπικών προϊόντων θα έχουν δικό τους χώρο όπου θα προβάλλουν τα προϊόντα τους και θα γίνονται δοκιμές γευσισγνωσίας για τους επισκέπτες. Η Παρασκευή 25 Νοεμβρίου ήταν αφιερωμένη στον Οίνο, στα ποτά και αποστάγματα και το Σάββατο 26 Νοεμβρίου, με αφορμή και τη παγκόσμια μέρα ελιάς, στη ελιά. Το Σάββατο σε ανοιχτή για το κοινό εκδήλωση έγινε γευσισγνωσία Ελαιόλαδου και παράλληλα θα προσφέρθηκαν τοπικά εδέσματα όπου το λάδι τα καθορίζει (λαλάγγια, δίπλες, φρέσκο λάδι σε καψαλιστό ψωμί...). Στο διήμερο έγιναν παρουσιάσεις και ομιλίες από καταξιωμένους επαγγελματίες και παραγωγούς τοπικών προϊόντων.

Παράλληλα στην ιστοσελίδα του Δήμου δημιουργήθηκε σύνδεσμος όπου προβλήθηκαν οι συμμετέχοντες.

Επίσης ο Δήμος Καλαμάτας φιλοξένησε επαγγελματίες των μέσων επικοινωνίας ώστε να ενισχύσει την προβολή της Καλαμάτας και την ανάδειξη της σαν ιδιαίτερος γαστρονομικός προορισμός.

<https://www.tharrosnews.gr/2022/11/epitychimenes-oi-imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

III. Προωθητικές δράσεις προβολής

1. Go Kalamata - Προβολή στα 4 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 από μια προκαθορισμένη θεματολογία, που χρησιμοποιήθηκε για τις καθορισμένες εβδομαδιαίες αναρτήσεις στα αντίστοιχα δίκτυα.

Δημιουργήθηκαν διαφημιστικές καμπάνιες με κύριους στόχους τη δημιουργία Awareness, (Αναγνωρισιμότητα) και Κάλυψης (Reach) της Καλαμάτας ως τουριστικού προορισμού.

Η τουριστική προβολή μέσα από τα Social Media που συνεχίστηκε και το 2022 από της 1 Ιανουαρίου έως της 31 Μάϊου 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.

Κάθε ανάρτηση προωθείται διαφημιστικά με στόχο να προβληθεί σε κοινό που δεν είναι fans της σελίδας και να αποκτήσει μεγαλύτερη κάλυψη.

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 38 αναρτήσεις με φωτογραφία:



go_kalamata

Edit Profile



63 posts

595 followers

17 following

Go Kalamata

Official account of the Tourism Department of Municipality of Kalamata

#gokalamata

Go Kalamata - Τουριστική προβολή Δήμου Καλαμάτας
Published by Great Way · 19 February 2021 ·

[Σ.Τ.Ι.Γ.Μ.Ε.Σ.]

Η ζωντανή ατμόσφαιρα του λιμανιού!
Νωρίς το πρωί τα ψαροκάικα επιστρέφουν στα ήρεμα και γαλήνια νερά του λιμανιού,
προσφέροντας τα καλύτερα θαλασσινά.

Τα μέτρα είναι προσωρινά. Η αγάπη για την Καλαμάτα παντοτινή.

[M.O.M.E.N.T.S.]

The lively atmosphere of t... See more



Go Kalamata - Τουριστική προβολή Δήμου Καλαμάτας
Published by Great Way · 25 February 2021 ·

[Σ.Τ.Ι.Γ.Μ.Ε.Σ.]

Η ζωή είναι μια συλλογή από όμορφες στιγμές σου αυτή!
Ζεστή και φιλόξενη. Χαιρετισμούς από το Ιστορικό Κέντρο της Καλαμάτας μας!
Τα μέτρα είναι προσωρινά. Η αγάπη για την Καλαμάτα παντοτινή.

[M.O.M.E.N.T.S.]

Life is a collection of pr... See more



Το κοινό που εκτίθεται στην επικοινωνία προέρχεται από:

ΠΕΡΙΟΧΗ	ΑΤΟΜΑ / %
ΑΘΗΝΑ	22,3%
ΚΑΛΑΜΑΤΑ	6,7%
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	5,9%

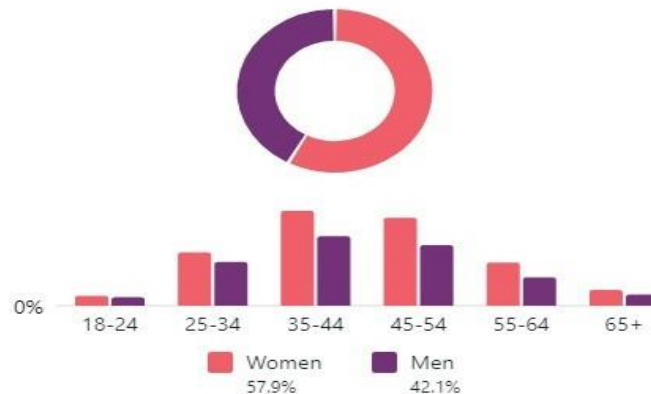
Η πορεία της σελίδας “Go Kalamata” στο Facebook:

Μέσα από το engaging περιεχόμενο, που αναδεικνυε τις αξίες και τις εμπειρίες του τουριστικού προορισμού της Καλαμάτας, η σελίδα “Go Kalamata” στο διάστημα του έτους 2022, παρουσίασε αλματώδη αύξηση από 1/1/22 έως και 31/5/22 αποκτήθηκαν 4,275 νέοι ακόλουθοι..

Instagram followers ⓘ

1,796

Age & gender ⓘ



Ακόλουθοι/Followers

New likes and follows

Facebook Page new likes ⓘ

4,275



Ηλικιακή Κατανομή Νέων Ακόλουθων.

Το κοινό της σελίδας Facebook συνεχίζει να είναι κυρίως Γυναίκες (60,5%), ηλικίας 45-54, ενώ ακολουθεί το ηλικιακό κοινό 35-44. Το ανδρικό κοινό αποτελεί το (39,5%) των fans της σελίδας.

Το Go Kalamata προφίλ του Instagram έχει 1,796 (followers) όπου το κοινό προέρχεται από

Top towns/cities



Καλαμάτα (17%), Αθήνα (13%). Το κύριο ηλικιακό κοινό που ακολουθεί το προφίλ είναι ηλικίας 35-44 (31,2%) και ακολουθεί το 45-54 ηλικιακό κοινό με (28,2%)

Επίσης η διαφημιστική προβολή του Go Kalamata – Τουριστική προβολή Δήμου Καλαμάτας, στοχεύει σε κοινό 28+ που μένει Αττική, Θεσσαλονίκη, Πάτρα.

Οι κύριοι στόχοι της διαφημιστικής προβολής είναι

Awareness (Αναγνωρισιμότητα)

Reach(Κάλυψη)

Η καμπάνια περιλάμβανε εμφανίσεις σχετικά με τις παρακάτω κατηγορίες

1. Νέα χρονιά 2. Παραλία 3. Σταθμός 4. Θάλασσα 5. Υπαπαντή 6. Χιλιόμετρο 7. Πράσινη πόλη 8. Γη της Ελιάς 9. Πλατεία Όθωνος 10. Απόκριες 11. Καρναβάλι 12. Νέδουσα 13. Ναυαρίνου 14. Περίπατος 15. Ποδήλατο 16. Καλαμάτα γενικά

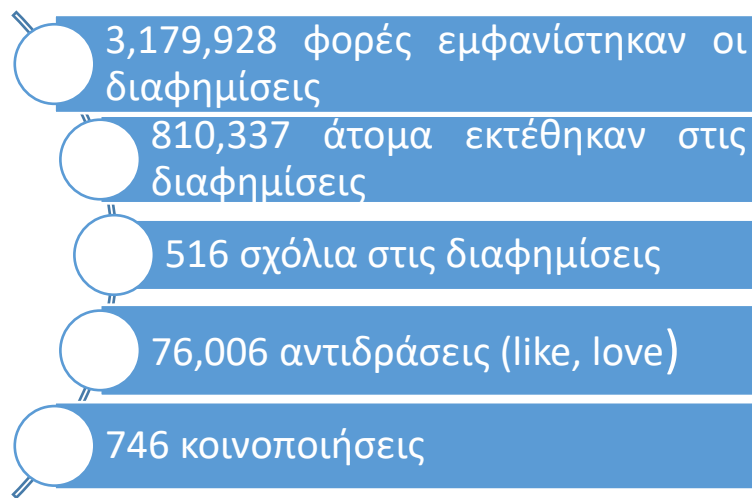
Οι τουριστικές καμπάνιες προβολής και προώθησης που εφαρμόστηκαν, στόχευαν:

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

38 Καμπάνιες προώθησης αναρτήσεων :



Πετυχαίνοντας, με πολύ μικρό διαφημιστικό ποσό (2.125.68€)

2. Διαδικτυακή Ημερίδα «Ασημένιος Τουρισμός- Silver Guide»

Ο Δήμος Καλαμάτας και οι " 50+ Ελλάς " διοργάνωσαν τη διαδικτυακή ημερίδα «Silver Guide» με σκοπό να ενημερωθούν οι φορείς στο χώρο του τουρισμού για τις δυνατότητες και τις ευκαιρίες ανάπτυξης του τουριστικού κλάδου, μέσα από τον Ασημένιο Τουρισμό.

Παρουσιάστηκαν τα αποτελέσματα της σχετικής έρευνας για το καλοκαίρι του 2021 στην οποία συμμετείχαν 1600 ασημένιοι τουρίστες 50+ ετών καθώς και φορείς του τουρισμού.

3. Δημοσιεύσεις και καταχωρίσεις

3.1. Πανελλήνια προβολή γνώρισε η Καλαμάτα και οι Ημέρες Τοπικής Γαστρονομίας που πραγματοποιήθηκαν από 21 έως 27 Νοεμβρίου στη Μεσσηνιακή πρωτεύουσα με πρωτοβουλία του Τμήματος Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας και με συμμετοχή επιχειρήσεων των κλάδων της οινοποιίας, της ποτοποιίας, της ελαιοκομίας, της ελαιουργίας και της εστίασης. Ο στόχος της δράσης ήταν η ανάδειξη του διατροφικού πλούτου της περιοχής μας. Οι Ημέρες Τοπικής Γαστρονομίας Καλαμάτας κέντρισαν το ενδιαφέρον πολλών Μέσων Ενημέρωσης και εκτός Πελοποννήσου, έντυπων και ηλεκτρονικών, τα οποία και φιλοξένησαν σχετικά ρεπορτάζ.

Ακολουθούν ορισμένες από τις σχετικές αναφορές:

<https://www.protothema.gr/greece/article/1313281/kalamata-meres-topikis-gastronomias/>

<https://eleftherostypos.gr/ellada/kalamata-imeres-topikis-gastronomias>

<https://www.zougla.gr/greece/article/imeres-topikis-gastronomias-kalamata>

<https://athina984.gr/2022/11/29/imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

<https://www.xrima-online.gr/article/ellada/159378-laquo-hmeres-topikhs-gastronomias-raquo-me-elia-ladi-kai-krasi-kalamatas>

<https://fimoto.gr/imeres-topikis-gastronomias-kalamata/>

<https://reformer.gr/kalamata-imeres-topikis-gastronomias/>

<https://tomanifesto.gr/imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

<https://bluebirds.gr/kalamata-%C2%ABimeres-topikis-gastronomias%C2%BB.aspx>

<https://politicalbank.gr/kalamata-imeres-topikis-gastronomias>

<https://www.aftodioikisionline.gr/deltia-typou/imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

<https://kede.gr/imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

<https://www.tharrosnews.gr/2022/11/epitychimenes-oi-imeres-topikis-gastronomias-stin-kalamata/>

3.2. Ενίσχυση της τουριστικής προβολής του Δήμου Καλαμάτας μέσα από τη γενική του ιστοσελίδα του.

Διαθέτει περιεχόμενο στην ιστοσελίδα για αποκλειστικά τουριστική χρήση <https://kalamata.gr/> με πολλές ταξιδιωτικές πληροφορίες για τους επισκέπτες της πόλης. Εμφανίζεται ως επιλογή («Επισκέπτες») στο κεντρικό μενού της ιστοσελίδας, και επιλέγοντας την καρτέλα («Γραφείο τουριστικής υποστήριξης») <https://www.kalamata.gr/el/episkeptes/grafeio-touristikis-ypostiriksis>, ο επισκέπτης θα βρει στοιχεία επικοινωνίας για το γραφείο Τουριστικής Υποστήριξη καθώς επίσης και σε μορφή ηλεκτρονικών φυλλαδίων, σε ελληνική και αγγλική έκδοση, τον οδηγό της πόλης, τις πεζοπορικές διαδρομές Ταυγέτου και το ΚΑΛΑΜΑΤΑ ΤΑΥΓΕΤΟΣ – Περιηγητικός Οδηγός Ορεινών Περιοχών

3.3. 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, που κυκλοφόρησε στα μέσα Ιουλίου 2022.

Η συγκεκριμένη έκδοση είναι δισέλιδη καταχώριση και θα εστιάζει στην προβολή του γαστρονομικού πλούτου της περιοχής. Το περιοδικό, τεύχος με 64 σελίδες, θα διανεμηθεί μαζί

με την εφημερίδα «Θάρρος» ως ένθετο και θα αναρτηθεί ως e-mag στην ηλεκτρονική έκδοση www.tharrosnews.gr.

4. Διάθεση «Περιηγητικών Οδηγών Ορεινών Περιοχών» για στοχευμένη διανομή στον Ταΰγετο.

Για την πιο ολοκληρωμένη ενημέρωση όλων των ενδιαφερομένων να επισκέπτονται για τουρισμό και αναψυχή τα χωριά του Ταΰγету, ο Πολιτιστικός Σύλλογος Αλαγονίας σε συνεργασία με τον Δήμο Καλαμάτας διανέμισαν το ενημερωτικό πακέτο στοχευμένης ενημέρωσης, τον δίγλωσσο «Περιηγητικό Οδηγό Ορεινών Περιοχών «Καλαμάτα Ταΰγετος» (Kalamata Taygetos, Mountain Regions Touring Guide) εκδόσεων Δήμου Καλαμάτας. Ο Δήμος Καλαμάτας παρέδωσε έναν αριθμό αντιτύπων της εν λόγω έκδοσης στον Πολιτιστικό Σύλλογο Αλαγονίας, ο οποίος σε μια αρχική εκτίμηση μπορεί να ανέρχεται στα διακόσια (200) αντίτυπα για στοχευμένη διάθεση σε άτομα και φορείς. Επιπλέον στόχος είναι να διατεθούν και ως μόνιμο ενημερωτικό υλικό σε σημαίνοντα σημεία πληροφόρησης, όπως καταστήματα, βιβλιοθήκες και ενημερωτικά βιβλιοστάσια.

IV. Υλοποίηση φιλικών δράσεων για την προστασία του περιβάλλοντος.

Αφορά δράσεις που η δημιουργία τους ακολουθεί τις αρχές της αειφόρου ανάπτυξης και βοηθά την ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.

«Μην πετάς ό,τι σου καπνίσει». Χάρτινα τασάκια παραλίας πολλαπλών χρήσεων

Δημιουργήθηκαν χάρτινα οικολογικά τασάκια παραλίας μιας χρήσης μοίραστηκαν σε όλα τα καταστήματα της πόλης στο παράλιο μέτωπο της, στο πλαίσιο της προσπάθειας που καταβάλλει ο Δήμος να διατηρείται καθαρό το περιβάλλον της πόλης και ιδιαίτερα της μοναδικής ακτογραμμής της Καλαμάτας. Τα χάρτινα τασάκια μιας χρήσης σχηματοποιούνται επί τόπου από τον χρήστη, έχουν ανάποδο πυραμιδοειδές σχήμα ώστε να σφηνώνονται στην άμμο πριν χρησιμοποιηθούν. Πρόκειται για **χάρτινο, οικολογικό, συναρμολογούμενο κώνο** και εντάσσεται στη λογική – προσπάθεια *«να κρατήσουμε τις παραλίες μας χωρίς γόπες τσιγάρων»*. Οι καπνιστές αφού το χρησιμοποιήσουν, μπορούν στη συνέχεια **ν’ αδειάσουν τα αποτίγαρα σε κάποιον κάδο και να το επαναχρησιμοποιήσουν**.

Η δράση του Δήμου Καλαμάτας στοχεύει στην **καταπολέμηση της ρύπανσης** καθώς, σε αντίθεση με το χαρτί και τον καπνό του τσιγάρου που είναι βιοδιασπώμενα, το φίλτρο αποτελείται κατά 95% από συνθετικό πολυμερές οξικής κυτταρίνης, μια ουσία που διασπάται στο θαλασσινό νερό πολύ αργά (έως και 5 χρόνια), ενώ ταυτόχρονα **ρυπαίνει το νερό με δηλητηριώδεις χημικές ουσίες όπως το κάδμιο, το αρσενικό και ο μόλυβδος**.

Τα χάρτινα σταχτοδοχεία διανεμήθηκαν επίσης σε **εκθέσεις που συμμετείχε ο Δήμος Καλαμάτας** αλλά και μέσω του **«Μορέα» από τα διόδια**, σε επισκέπτες της περιοχής μας.

Η εκτεταμένη χρήση τους θα βοηθήσει την άμμο της παραλιακής ζώνης να διατηρείται καθαρή, απαλλαγμένη από τα αποτίγαρα και τα φίλτρα που ρυπαίνουν ουσιαστικά αλλά και αισθητικά την άμμο και τη θάλασσα.



Δημιουργία τσάντας ώμου από μουςαμά (υλικό ανακύκλωσης παλιών διαφημιστικών Μπάνερ).

Πιστεύοντας στην αξία της κυκλικής οικονομίας και στη συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος, προχώρα στην κατασκευή τσαντών από την αξιοποίηση των μουςαμάδων των παλιών – άχρηστων διαφημιστικών μπάνερ προβολής του Δήμου Καλαμάτας, που χρησιμοποιήθηκαν για προβολή εκδηλώσεων του (Μπάνερ εκδηλώσεων 1821-2021, μπάνερ από εκθέσεις τουριστικής προβολής, φεστιβάλ χορού, φεστιβάλ χορωδιών κλπ). Αντικείμενα που έχουν ολοκληρώσει τον κύκλο ζωής τους και δείχνουν να έχουν χάσει κάθε χρηστική αξία, αποκτούν με την δράση αυτή νέα ζωή. Η ενέργεια αυτή στοχεύει στην αξιοποίηση - ανακύκλωση υλικού που η ιδιαίτερη συμβολική και καλλιτεχνική αξία του «μεταφέρεται» στο παραγόμενο προϊόν, συμβάλλοντας θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος και παράλληλα οξύνοντας την αντίληψή μας σε σχέση με την εναλλακτική χρήση υλικών και αντικειμένων που υπάρχουν γύρω μας.



V. Συμμετοχή σε εκδηλώσεις του Δήμου

Μεγάλη Εμπορική γιορτή το Σάββατο 27 Αυγούστου

Ο Δήμος Καλαμάτας διοργάνωσε πολιτιστικές εκδηλώσεις στο κέντρο της πόλης (μουσική περιοδεία της Δημοτικής Φιλαρμονικής Καλαμάτας και συναυλία με τον Νίκο Πορτοκάλογλου).

Στην διάρκεια της γιορτής λειτούργησε ενημερωτικό περίπτερο με υλικό από το τμήμα Τουρισμού για την προβολή του καινούργιου λογότυπου της Καλαμάτας.



Συμμέτοχη στην έκθεση Τοπικών προϊόντων «Άρτος - Οίνος - Έλαιον» από 1 έως 4 Σεπτεμβρίου 2022 στο Δημοτικό Πάρκο Σιδηροδρόμων Καλαμάτας.

Η 9η «Άρτος - Οίνος - Έλαιον» επιτυχημένη πανελλήνια διοργάνωση παρουσίασης αγροδιατροφικών προϊόντων με τιμώμενο προϊόν το σύκο. Σκοπός του επιτυχημένου θεσμού είναι η προβολή των ποιοτικών αγροδιατροφικών προϊόντων, του λαϊκού πολιτισμού και των παραδόσεών μας. Στην έκθεση αυτή συμμετείχε το τμήμα Τουρισμού με περίπτερο.



Συμμετοχή σε έκθεση Κυκλικής Οικονομίας στη Δημόσια Βιβλιοθήκη Καλαμάτας Τετάρτη 12 Οκτωβρίου έως 21 Οκτωβρίου



Η έκθεση ξεκίνησε με ημερίδα που είχε θέμα: **Κυκλική Οικονομία και Βιο-οικονομία: Από τη Θεωρία στην πράξη**, στο Αμφιθέατρο του Πνευματικού Κέντρου Καλαμάτας, υπό την αιγίδα του Δήμου και εντάχθηκε στις δράσεις που σχετίζονται με την ένταξη της Καλαμάτας στο δίκτυο των 100 Ευρωπαϊκών Κλιματικά Ουδέτερων & Ξυπνων πόλεων. Αποτέλεσμα της δράσης αυτής είναι τα αντικείμενα που παρουσιάστηκαν στην **εκθεση με προϊόντα κυκλικής οικονομίας** που διοργανώνει η **Δημόσια Κεντρική Βιβλιοθήκη Καλαμάτας** στο Πνευματικό Κέντρο Καλαμάτας. Πιστεύοντας στην αξία της κυκλικής οικονομίας και στη συμβολή της στην προστασία του περιβάλλοντος, στην έκθεση αυτή προβλήθηκαν τσάντες και άλλα χρηστικά αντικείμενα που κατασκευάστηκαν από επανάχρηση υλικών μετά από πρωτοβουλία του τμήματος Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας .

VI. Γαλάζιες Σημαίες

Μετά από την Απόφαση του Δημοτικού Συμβουλίου, με την οποία εγκρίθηκε η ένταξη πέντε (5) ακτών του Δήμου Καλαμάτας στο Διεθνές Πρόγραμμα «ΓΑΛΑΖΙΕΣ ΣΗΜΑΙΕΣ, 2022», 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», «Μικρή Μαντίνεια» και «Κορδία». Επίσης έγινε η εγκατάσταση sea track στην παραλία «Κορδία» και υλοποιήθηκε η υποψηφιότητά της για ένταξη στο πρόγραμμα «ΓΑΛΑΖΙΕΣ ΣΗΜΑΙΕΣ, 2022».

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.

α. Προσβασιμότητα πολυσύχναστων παραλιών.

Στο σύνολο των πολυσύχναστων παραλιών του Δήμου τοποθετήθηκαν για την εξυπηρέτηση και πρόσβαση ατόμων με κινητικά προβλήματα ράμπες πρόσβασης καθώς και WC για ΑΜΕΑ. Επίσης τοποθετήθηκαν και τρία συστήματα αυτόνομης πρόσβασης στη θάλασσα για άτομα με κινητικές δυσκολίες (sea track).

β. Περιβαλλοντικό πρόγραμμα «Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος»

Συμμετοχή στο περιβαλλοντικό πρόγραμμα «Παγκόσμια Ημέρα Περιβάλλοντος», που πραγματοποίησε την Κυριακή 5 Ιουνίου 2022 με εθελοντικό καθαρισμό. Ο καθαρισμός πραγματοποιήθηκε στην παραλία της Καλαμάτας ξεκινώντας από το λιμάνι της Καλαμάτας και έλαβε τέλος στην οδό Γεωργίου Καρέλια. Παράλληλα στο κεντρικό Λιμεναρχείο Καλαμάτας υπήρχε ενημερωτικό περίπτερο για την δράση.

γ. Οργάνωση εκδήλωσης για την Blue Flag Mediterranean Week 2022 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 2022. Συγκεκριμένα, παιδιά από το 10ο ΚΔΑΠ Δήμου

Καλαμάτας συμμετείχαν σε δράση καθαρισμού της ακτής Ανατολική Καλαμάτα / Ανάσταση και σε ενημέρωση.

δ. Οργάνωση εκδήλωσης στο πλαίσιο της «Ευρωπαϊκής Εβδομάδας Κινητικότητας 16-22 Σεπτεμβρίου 2022»

Οργανώθηκαν ενημερωτικές δράσεις και δραστηριότητες για την ενίσχυση της περιβαλλοντικής συνείδησης, τη σημασία της χρήσης εναλλακτικών μέσων μεταφοράς, τη μείωση της κυκλοφοριακής συμφόρησης στην πόλη και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής κατοίκων και επισκεπτών. Οι δράσεις πραγματοποιήθηκαν στο Πάρκο Κυκλοφοριακής Αγωγής και τα παιδιά δημιούργησαν φυλλάδια τα οποία τα μοίρασαν σε διάφορα σημεία στην πόλη. Τέλος έφτιαξαν σχετικές κατασκευές Lego με την συνεργασία του εργαστηρίου Ρομποτικής.

VII. Ναυαγοσωστική Κάλυψη



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

Παράλληλα στον Δήμο Καλαμάτας από φέτος, στο σύνολο των πολυσύχναστων παραλιών του, εφαρμόστηκε το καινοτόμο σύστημα με την τοποθέτηση πλωτών ανάπαυσης λουόμενων "catch and breath". Απώτερος σκοπός, είναι η παροχή βοήθειας και ανάπαυσης σε περίπτωση κόπωσης ή αντιμετώπισης δυσκολίας κατά τη διάρκεια της κολύμβησης.

VIII. Στατιστικά στοιχεία

1. Κίνηση Αεροδρομίου

Ρεκόρ επιβατικής κίνησης όλων των εποχών κατέγραψε το 2022 ο Αερολιμένας <<Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος>> ξεπερνώντας κατά 5,3% την κίνηση του 2019. Συγκεκριμένα και

σύμφωνα με τα στοιχεία που ανακοινώθηκαν από την Υπηρεσία Πολιτικής Αεροπορίας, το 2022 ταξίδεψαν με 3.172 πτήσεις από και προς τον Αερολιμένα <<Καπετάν Βασίλης Κωνσταντακόπουλος>> 349.637 επιβάτες ,ενώ το 2019 είχαν ταξιδέψει με 3.514 πτήσεις 331.892 επιβάτες.

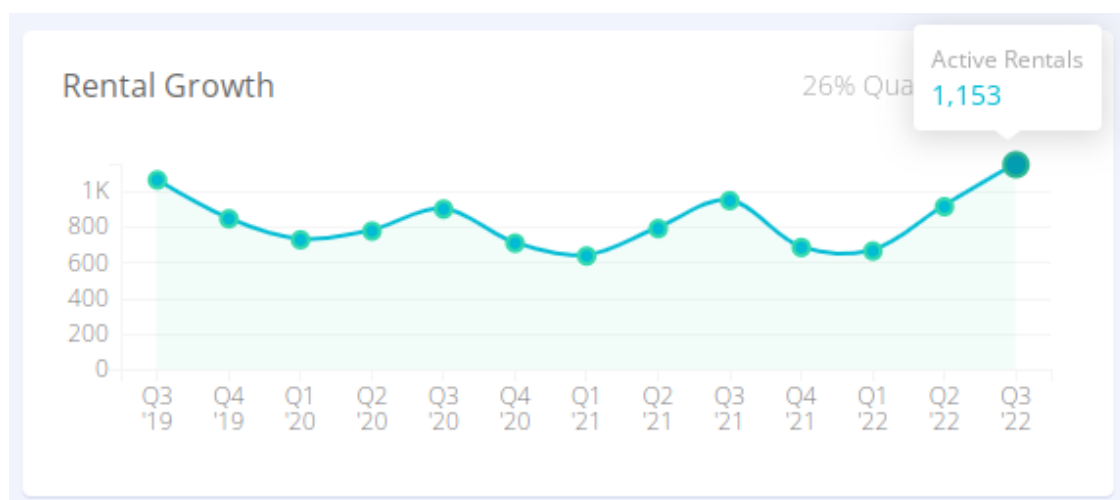
ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΤΗΣΕΩΝ & ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟ 2019 ΕΩΣ 2022								
ΕΤΟΣ	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ			ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ				
	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
		ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ		ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ		
2019	713	11.916	12.243	2.801	152.083	155.650	3.514	331.892
2020	285	5.180	5.253	820	38.123	38.722	1.105	87.283
2021	425	8.395	8.948	1.541	77.186	79.405	1.966	173.934
2022	573	12.238	12.440	2.599	160.060	164.899	3.172	349.637

(Πηγή: <http://www.yra.gr/profile/statistics/2022>)

2. Καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης:

Στον Δήμο Καλαμάτας λειτούργησαν 600-800 καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης με την πλειονότητά τους σε μονόκλινα και δίκλινα, με πληροτητα από 25% τον Μάρτιο έως 85% τον Άυγουστο που καθορίζουν σημαντικά τις τουριστικές ροές του Δήμου.

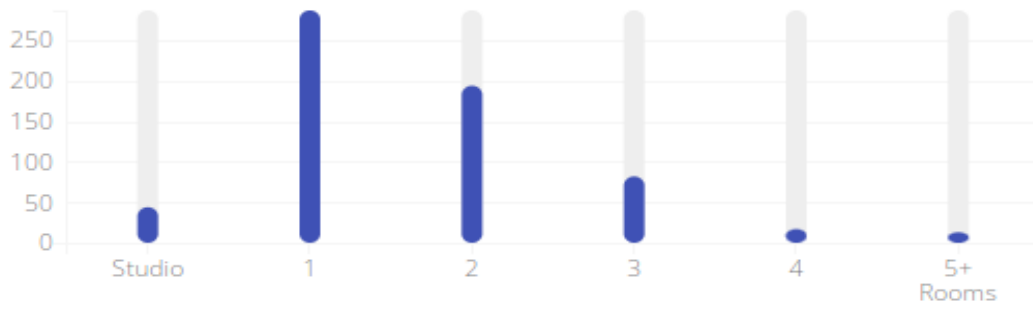
(Πηγή: <https://www.airdna.co/vacationrentaldata/app/gr/default/kalamata/overview>).



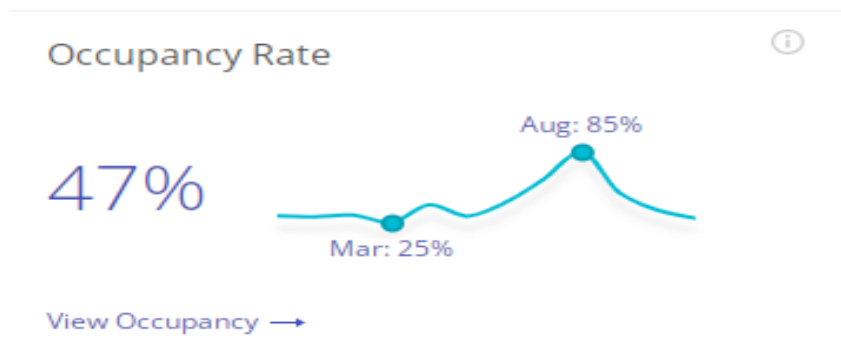
Αριθμός καταλυμάτων 2019-2022.

Rental Size

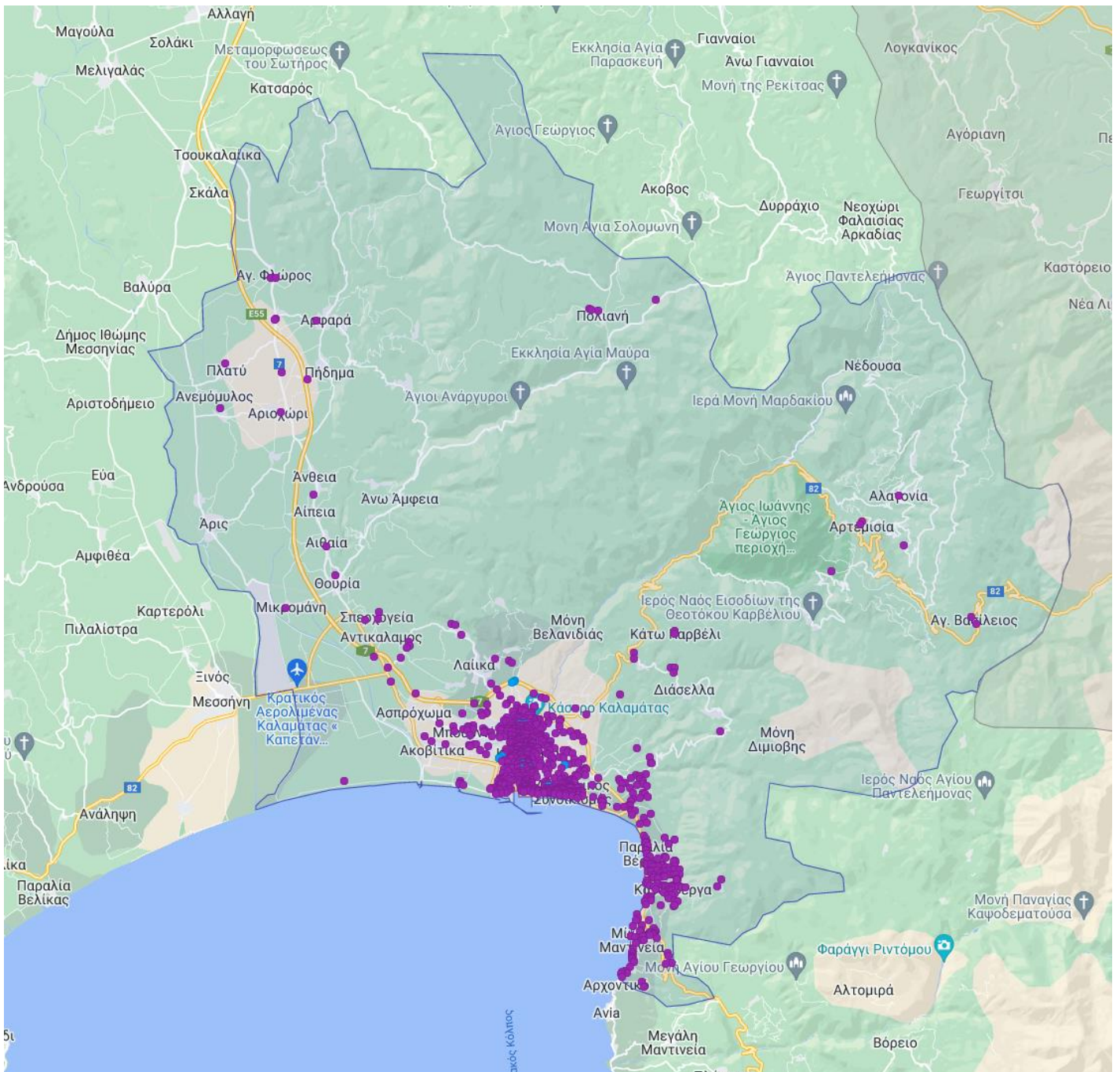
1.7 Bedrooms / 4.5 Guests on average



Είδος Καταλυμάτων 2022



Πληρότητα καταλυμάτων 2022.



Κατανομή καταλυμάτων 2022.

3. 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.

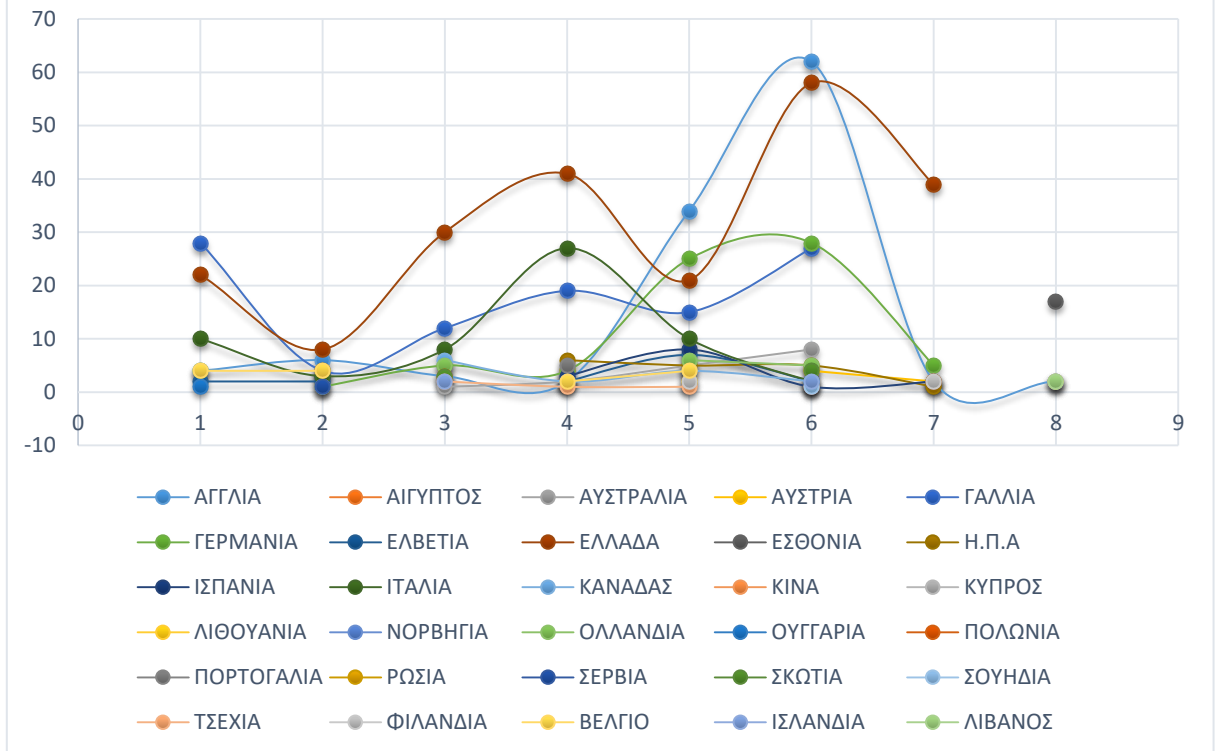
ΓΡΑΦΕΙΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ				
ΕΤΟΣ	2019 (έως 15-3-2019)	2020 (έως 15-3-2020)	2021 (από 01-06-2021 έως 30-09-2021)	2022 (από 01-05-2022 έως 31-12-2022)
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	245	315	331	812

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.

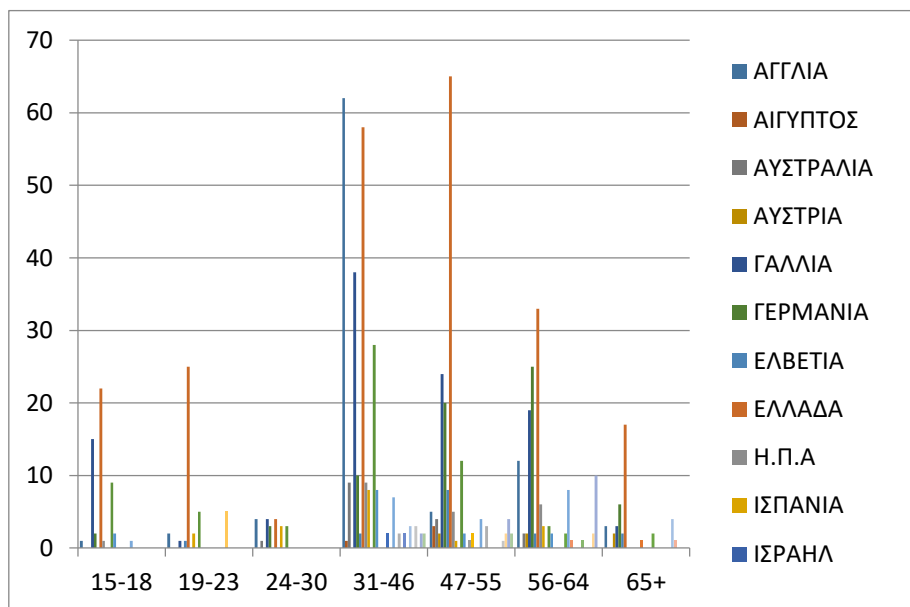
ΧΩΡΑ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
ΑΓΓΛΙΑ	4	6	3	2	34	62	2	2
ΑΙΓΥΠΤΟΣ				4				
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ			1	2	5	8		
ΑΥΣΤΡΙΑ						4	2	
ΓΑΛΛΙΑ	28	4	12	19	15	27		
ΓΕΡΜΑΝΙΑ		1	5	4	25	28	5	
ΕΛΒΕΤΙΑ	2	2		2	7	2		
Ελλάδα	22	8	30	41	21	58	39	
ΕΣΘΟΝΙΑ								17
Η.Π.Α		4		6	5	5	1	
ΙΣΠΑΝΙΑ		3		3	8	1	2	
Ιταλία	10	3	8	27	10	2		
ΚΑΝΑΔΑΣ			6	2	4	2		
ΚΙΝΑ						1		
Κύπρος		1						
ΛΙΘΟΥΑΝΙΑ					2			
ΝΟΡΒΗΓΙΑ						2		2
Ολλανδία	4		5		6	5		
ΟΥΓΓΑΡΙΑ	1							
Πολωνία			3				2	
ΠΟΡΤΟΓΑΛΙΑ				5				
ΡΩΣΙΑ					2			
ΣΕΡΒΙΑ		1						
Σκωτία			3			4		
ΣΟΥΗΔΙΑ						1		
ΤΣΕΧΙΑ			2	1	1			
ΦΙΛΑΝΔΙΑ					2		2	
ΒΕΛΓΙΟ	4	4		2	4			2
ΙΣΛΑΝΔΙΑ			2			2		
ΛΙΒΑΝΟΣ								2

Προέλευση επισκεπτών

Επισκεψιμότητα Γραφείου Τουριστικής Υποστήριξης



Επισκεψιμότητα με βάση την ηλικία των επισκεπτών



4. 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	2020 (κλειστοί για 4 μήνες)	2021	2022	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ	3815	6.073 (από 01/01/2021 έως 14/05/2021 κλειστό)	17.993	+59,18%
ΚΑΣΤΡΟ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ	2440	13363 (από 01/01/2021 έως 22/03/2021 κλειστό)	11.067	+547,66%
ΑΡΧΑΙΑ ΜΕΣΣΗΝΗ - ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΣ ΧΩΡΟΣ Δεν προσμετρούνται οι επισκέπτες εκδηλώσεων.	18627	28556 (από 01/01/2021 έως 22/03/2021 κλειστός)	63.427	+53,30%

5. Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών Βικτωρία Γ. Καρέλια

(Πηγή: Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών Βικτωρία Γ. Καρέλια).

Συλλογή Ελληνικών Ενδυμασιών Βικτωρία Γ. Καρέλια			
ΕΤΟΣ	2020 (Ιούνιος- Οκτώβριος)	2021 (Μάιος-Δεκέμβριος)	2022 (Ιανουάριος- Δεκέμβριος)
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	1.800	4.500	7038

Παρατηρείται σημαντική επισκεψιμότητα, πλησιάζει την ετήσια επισκεψιμότητα της συλλογής πριν την υγειονομική κρίση.

6. Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Καλαμάτας:

(Πηγή: Ιστορικό και Λαογραφικό Μουσείο Καλαμάτας).

7. Στρατιωτικό Μουσείο

Επισκεψιμότητα του Ιστορικού και Λαογραφικού Μουσείου Καλαμάτας				
ΕΤΟΣ	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	2022
ΜΑΘΗΤΕΣ	921	385	0	309
ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΟΙ ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	369	152	96	371
ΣΥΝΟΛΟ	1.324	537	96	680

(Πηγή: Στρατιωτικό Μουσείο).

ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ				
ΕΤΟΣ	2019	2020	2021	2022
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	10845	2990	3837	4150

Συγκεκριμένα ήταν 2200 οι αλλοδαποί επισκέπτες και 1950 ήταν Έλληνες .Παρατηρείται ότι η πλειοψηφία τους ήταν αλλοδαποί .

Οι επισκέψεις των μαθητών, σχολείων ανέρχεται στους 260 (με ξενάγηση).

8. Υποδοχή κρουαζιερόπλοιων:

Τα δύο λιμάνια της Μεσσηνίας (Καλαμάτας και Πύλου), το 2022, δέχτηκαν δέκα έξι (16) κρουαζιερόπλοια και 1301 σκάφη αναψυχής με 11.337 επιβάτες. Οι επιβάτες περιηγήθηκαν στα καταστήματα της πόλης, στους αρχαιολογικούς χώρους αλλά και στα εστιατόρια, αυξάνοντας έτσι την τοπική οικονομία σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος του 2021 κατά 82%.

ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΩΝ				
ΕΤΟΣ	2020	2021	2022	ΜΕΤΑΒΟΛΗ %
ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ	0	3.058	11.337	82 %

ΙΧ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ

**ΕΡΓΑ ΒΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2022
70/2022 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: 12.400,00 16/09/2021 Σύμβαση/ανάθεση. 16/02/2022 ολοκλήρωση.	12.400,00
Υποέργο 2	Ανάπτυξη και εφαρμογή συστήματος τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό Καλαμάτα.	18.600	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 18.600,00 15/12/2021 Σύμβαση/ανάθεση. 15/06/2022 ολοκλήρωση.	18.600,00
Υποέργο 5	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας.	37.200	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 14.929,40 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.	14.929,40
			ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 4.340,00 «Μεταφορά ιδιοκτησίας domain της ιστοσελίδας www.workfromkalamata.gr στον Δήμο Καλαμάτας ,τεχνική υποστήριξη και διαχείριση των χρηστών της»	00
Υποέργο 8	Καμπάνια για την προσέλκυση εσωτερικού τουρισμού στα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα)	10.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 2.480,00 Διαφημιστική προβολή του Δήμου Καλαμάτας στο ειδικό τεύχος «ΓΑΣΤΡΟΠΛΟΪΑ» της εφημερίδας «ΘΑΡΡΟΣ».	2.480,00

Υποέργο 9	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας.	15.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 13.020,00 «Καλαμάτα 2022. Ημέρες τοπικής γαστρονομίας.».	13.020,00
ΣΥΝΟΛΟ με ΦΠΑ 24%		93.200	65.769,40	61.429,40

ΕΡΓΑ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ			
ΕΡΓΟ	ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ	ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ	ΠΛΗΡΩΜΕΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ
Μελέτη για την παροχή: « Παροχής Υπηρεσιών για την Ναυαγοσωστική κάλυψη πολυσύχναστων παραλιών του Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2022»	340.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 339.267,60 01/06/2022 Σύμβαση/ανάθεση. 30/09/2022 ολοκλήρωση.	339.267,60
Μελέτη για την προμήθεια: «Προμήθεια και εγκατάσταση εξοπλισμού για την λήψη και διατήρηση της Γαλάζιας Σημείας στις πολυσύχναστες ακτές του Δήμου Καλαμάτας»	10.000	ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 9.920,00 16/12/2022 Σύμβαση/ανάθεση. Προβλέπεται η ολοκλήρωση 16/06/2023	
ΣΥΝΟΛΟ με ΦΠΑ 24%	350.000	349.187,60	339.267,60

Στη συνέχεια έλαβε το λόγο ο Πρόεδρος της Επιτροπής Αντιδήμαρχος Τουρισμού κ. Νίκος Μπασακίδης, ο οποίος ανέφερε τα εξής :

Το έτος του 2022 οργανώθηκαν και ολοκληρώθηκαν από το Δήμο Καλαμάτας,

- το σχέδιο **Στρατηγικής Επικοινωνίας (Marketing Plan)** και **Προβολής του τουριστικού προορισμού Καλαμάτα,**
- καθώς και το σχέδιο **Ανάπτυξης και Εφαρμογής συστήματος Τουριστικής ταυτότητας και Λογοτύπου για τον τουριστικό προορισμό Καλαμάτα .**

Μετά από μακρά **διαβούλευση** με τους εμπλεκόμενους **φορείς** και ανθρώπους του τουρισμού, **εκπονήθηκε** και κατατέθηκε από τον Καθηγητή του Παν. Πατρών με **εξειδίκευση** στο τουριστικό marketing, κ. Δημήτριο **Κούτουλα**, το σχέδιο Στρατηγικής Επικοινωνίας (**Marketing Plan**), σύμφωνα με

το οποίο αφού **αναλύθηκε** η υφιστάμενη κατάσταση για τις **προοπτικές** και τους **τρόπους** προβολής του τουριστικού μας προϊόντος, **προτάθηκαν** ως στρατηγικοί στόχοι :

1. Η **διεύρυνση** της τουριστικής περιόδου, με **εκδηλώσεις** στην αρχή και το τέλος αυτής.
2. Η **καταγραφή** και προβολή όλων των **υποδομών** και των **δραστηριοτήτων**, με τουριστικό περιεχόμενο.
3. Η **ένταξη** της Καλαμάτας σε **ταξιδιωτικές** διαδρομές εντός της **Πελοποννήσου**.
4. Η **ανάδειξη** της Καλαμάτας στο εσωτερικό της χώρας, ως **κύριας** επιλογής για μικρές **αποδράσεις** ή **πολυήμερες** διακοπές.

Στόχοι που σύμφωνα με το Marketing Plan, θα υλοποιηθούν :

1. Με τη **διαμόρφωση** της τουριστικής **ταυτότητας** του τόπου και του αντίστοιχου **αφηγήματος**.
2. Την δημιουργία **ελκυστικών** ταξιδιωτικών **προσφορών** που θα περιλαμβάνουν **όλα** τα τουριστικά **προϊόντα**.
3. Με **στοχευμένες** δράσεις προβολής και διάθεσης του τουριστικού μας προϊόντος, τόσο με την αξιοποίηση **σύγχρονων** ψηφιακών μέσων, όσο και με την **ανθρώπινη** επαφή, είτε **συμμετέχοντας** σε εκθέσεις, είτε **αναπτύσσοντας** συνεργασίες με επαγγελματίες του τουρισμού, πράκτορες, δημοσιογράφους, κλπ.

Μετά την κατάθεση του σχεδίου Στρατηγικής Επικοινωνίας (**Marketing Plan**), πραγματοποιήθηκε ανοικτή **διαβούλευση**, με όλους τους **εμπλεκόμενους** φορείς και επαγγελματίες στον κλάδο του τουρισμού, στην οποία **κατατέθηκαν** απόψεις για την **διαμόρφωση** του **αφηγήματος** της τουριστικής ταυτότητας της πόλης και του αντίστοιχου **λογοτύπου**.

Απόψεις που **συνέκλιναν** ότι ως προοπτικές ανάπτυξης της πόλης, είναι η ανάδειξη της **Ιστορίας** και της **Πολιτιστικής** δημιουργίας, η αξιοποίηση του **φυσικού** και του **αστικού** περιβάλλοντος, καθώς και η ανάδειξη του τόπου ως **Γαστρονομικού** προορισμού, με κυρίαρχη την **Ελιά** Καλαμάτας και το **Έξτρα Παρθένο Ελαιόλαδο**.

Η ανοικτή ηλεκτρονική διαβούλευση που ακολούθησε, οδήγησε στην τελική επιλογή της τοπικής **Γαστρονομίας**, με κεντρική αναφορά στην **Ελιά** Καλαμάτας, ως πρώτης μεταξύ ίσων, των προοπτικών τουριστικής ανάπτυξης της πόλης.

Προτάθηκαν σε **ανοικτή** Δημόσια Διαβούλευση **τέσσερις** σχεδιαστικές προτάσεις, η κάθε μία από τις οποίες **συνδέοταν** με **έννοιες** σχετικές με το προτεινόμενο σήμα, αλλά και ενδεικτικών **εφαρμογών** σε υλικό προώθησης, σε αντικείμενα κλπ.

Η διαδικασία έλαβε **ιδιαίτερης** προβολής, ιδίως από τα μέσα **κοινωνικής** δικτύωσης, όπου αναπτύχθηκαν **προβληματισμοί** και κατατέθηκαν σχετικές **απόψεις**. Στην διαδικτυακή ψηφοφορία καταμετρήθηκαν **2.229 ψήφοι**, με επικρατούσα την πρόταση : **«Δέντρο ελιάς με πολύχρωμα φύλλα και καρπούς Ελιάς Καλαμάτας»** μέσω της οποίας συνδέονται ενδεικτικά οι έννοιες : **αιωνόβιο, περιβάλλον, ελαιόδεντρο, καρπός, πολυμορφία, ρίζες, κίνηση, παράδοση, πολιτισμός, ελευθερία**, και η οποία συγκέντρωσε το **64,5%** των ψήφων

Στην προοπτική αξιοποίησης των Στρατηγικών Σχεδίων, οργανώθηκαν εκδηλώσεις με αφορμή την παγκόσμια ημέρα ελιάς στις 26 Νοεμβρίου, με τίτλο **«Μέρες τοπικής Γαστρονομίας»**, όπου φορείς και επαγγελματίες, προέβαλαν τοπικά προϊόντα, μέσα από δράσεις γευσιγνωσίας, στο κρασί, το λάδι και τις ελιές.

Επαναλειτούργησε το γραφείο τουρισμού στο ισόγειο του Ιστορικού Δημαρχείου, μαζί με το εκθετήριο Μεσσηνιακών προϊόντων, στο χώρο των οποίων έγιναν σεμινάρια γευσιγνωσίας ελαιολάδου, ενώ με

αφορμή την παγκόσμια ημέρα Τουρισμού, υλοποιήθηκε μουσική εκδήλωση με έγχορδα σύνολα από το Δημοτικό Ωδείο Καλαμάτας.

Ταυτόχρονα κατά τη διάρκεια της χρονιάς υλοποιήθηκαν τα προγράμματα:

- Γαλάζιες Σημαίες και ναυαγοσωστική κάλυψη στις πολυσύχναστες παραλίες της πόλης.
- Δράσεις προβολής της πόλης φιλικές προς το περιβάλλον, όπως το «ΜΗΝ ΠΕΤΑΣ ΟΤΙ ΣΟΥ ΚΑΠΝΙΣΕΙ» που προωθήθηκε διανέμοντας ένα χάρτινο τασάκι τσιγάρων σε λουόμενους και επαγγελματίες της παραλιακής ζώνης. Παράλληλα προωθήθηκε η αξιοποίηση μεταχειρισμένων Banner από εκδηλώσεις για την κατασκευή χρηστικής τσάντας ώμου.

Επίσης η πόλη προβλήθηκε σε ελληνικά περιοδικά μεγάλης κυκλοφορίας, ενώ στηρίχθηκε και η έρευνα για την προώθηση του «**Ασημένιου τουρισμού**» (Silver Guide).

Με την πεποίθηση ότι το τουριστικό προϊόν της περιοχής συνδιαμορφώνεται και από τη δραστηριότητα φορέων και επαγγελματιών, σχεδιάζουμε το αύριο, ώστε η πόλη να είναι ένας χώρος φιλικός προς τον επισκέπτη.

Ο κ. Μπρούσαλης, επικεφαλής της ομάδας δημιουργών του λογοτύπου και της τουριστικής ταυτότητας ανέφερε πως η Καλαμάτα είναι ένας φιλόδοξος τόπος και έχει μια προνομιακή θέση και εάν κάνει τις σωστές κινήσεις μπορεί να εκτοξευθεί τουριστικά. Αυτό θα επιτευχθεί εάν όλοι μαζί βοηθήσουν να πάει καλύτερα καθώς είναι από τους τόπους που έχει πολλές δυνατότητες. Η Καλαμάτα είναι μια οργανωμένη πόλη και έχει υποδομές τρόπους και εργαλεία και γι' αυτό μπορεί να αποκτήσει την θέση που της αξίζει στον τουριστικό χάρτη. Ένα υπάρχει στρατηγική τοποθέτηση με κοινή απόφαση και συναίνεση θα πάει δυναμικά. Τόνισε πως το σημαντικότερο που πρέπει να γίνει, είναι να χρησιμοποιηθούν τα εργαλεία σε που διαθέτει. Κομβικό σημείο είναι η δημιουργία του site του Δήμου που θα πρέπει να γίνει άμεσα, να δίνει σωστές πληροφορίες μέσα από το διαδίκτυο και θα πρέπει να στοχεύουμε σε αυτό.

Στην συνέχεια ο κ. Πρόεδρος ανέφερε πως ολοκληρώθηκε ο απολογισμός και έδωσε τον λόγο στα μέλη της επιτροπής.

Τον λόγο πήρε η κ. Κουράκλη και ανέφερε επιπρόσθετες δράσεις του Δήμου που προσθέτουν στην τουριστική προβολή της Καλαμάτας όπως 1) η εγκατάσταση των δύο info point στο Ιστορικό Δημαρχείο και στην παραλία, όπου οι διαδικασίες και οι εφαρμογές πάνω στον εξοπλισμό έχουν ολοκληρωθεί. 2) Ψηφιακό Μουσείο Διπλωματίας στο πλαίσιο 200 χρόνων του προγράμματος Αντώνης Τρίτσης όπου μέσα στον Μάρτη θα παραδοθεί η μελέτη για τις εφαρμογές του μουσείου ώστε να ολοκληρωθεί ο διαγωνισμός. 3) Ψηφιοποίηση Δημοτικής Πινακοθήκης με πάνω από 400 έργα δημιουργώντας έτσι ένα εικονικό μουσείο. 4) Δημιουργία Συνεδριακού Κέντρου στο Μέγαρο Χορού. Όλα αυτά προστίθενται στον προγραμματισμό προβολής του τουρισμού. Τέλος ο Δήμος και η Περιφέρεια εξετάζουν την ένωση για τα πάρκα και τις πεζοπορικές διαδρομές.

Ο κ. Τρικιλίδας στην συνέχεια ανέφερε πως υπάρχει έλλειψη νεαρών επισκεπτών με βάση τα στατιστικά στοιχεία και θα πρέπει να κάνουμε ενέργειες για να τονώσουμε τον σχολικό τουρισμό καθώς και να γίνει επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου. Συγκεκριμένα θα πρέπει να δώσουμε έμφαση στις ηλικίες 25-30, στις 60+ καθώς και στις κρουαζιέρες, διότι μέσων αυτών θα αποκτήσει η Καλαμάτα επισκεψιμότητα τέτοιων ηλικιών. Δυστυχώς δεν έχουμε στατιστικά στοιχεία από κρουαζιερόπλοια. Τόνισε πως θα πρέπει να γίνει κάτι καλύτερο για τα κρουαζιερόπλοια και υπάρξει προγραμματισμός για εξειδικευμένες εκθέσεις που αφορούν τον θαλάσσιο τουρισμό.

Ο κ. Μπασακίδης πρόεδρος της επιτροπής, ανέφερε: «με βάση το marketing plan θα υλοποιήσουμε το σχέδιο μαζί και με άλλες παράλληλες δράσεις που θα έχουν βάση τον έξυπνο και τον πράσινο τουρισμό. Τον κλιματικά ουδέτερο τουρισμό μιας και ως πόλη έχουμε ενταχθεί στα 100 κλιματικά ουδέτερες πόλεις έως το 2030, που θα χαρακτηρίζεται από την παροχή κλιματικά ουδέτερων τουριστικών υποδομών και υπηρεσιών. Σχετικά με τον έξυπνο τουρισμό θα πρέπει να είναι μια υποδομή που θα υποστηρίζει τον

επισκέπτη όχι μόνο ως προς την πληροφόρηση του αλλά και στην υποστήριξη του για συναλλαγές με τις επιχειρήσεις της πόλης. Είναι προοπτικές που δίνονται για προβληματισμό και κατάθεση απόψεων στο επόμενο χρονικό διάστημα. Επιπλέον ζητείται η συνεργασία με όλους τους φορείς για να προωθήσουμε τον γαστρονομικό τουρισμό»

Τον λόγο πήρε ο Προϊστάμενος του Τμήματος Τουρισμού κ. Νικόλαος Γιαννακόπουλος, ο οποίος μίλησε για την δημιουργία ενός ψηφιακού βοηθού που θα βοηθάει τους τουρίστες για τις εγκαταστάσεις και παρεχόμενες υπηρεσίες καθώς και για την κατασκευή μίας εκσυγχρονισμένης πύλης.

Στην συνέχεια πήρε τον λόγο ο κ. Αναστασόπουλος που αναφέρθηκε για το επίπεδο στο οποίο βρισκόμαστε σχετικά με την τουριστική μας ταυτότητα μας και ποιο είναι το τουριστικό μας προϊόν.

Επικεντρώθηκε σε κάποιες παρατηρήσεις γενικότερου ενδιαφέροντος. Αρχικά ανέφερε πως η Δημοτική αρχή είναι 3 χρόνια πίσω σχετικά με τις δράσεις για την τουριστική ανάπτυξη και θα ήθελε να βρίσκεται σε υψηλότερο επίπεδο και να έχουν ολοκληρωθεί οι διαδικασίες με την ταυτότητα μας. Η οποία δεν έχει στηθεί ακόμα, ως προς το τουριστικό προϊόν με αποτέλεσμα να μην ξέρουμε τι είναι αυτό προς προώθηση. Άρα όλο αυτό το χρονικό διάστημα τα χρήματα πηγαίνουν σε κατευθύνσεις που δεν είμαστε σίγουροι εάν αντιπροσωπεύουν την ταυτότητα μας.

Τόνισε πώς μέσα από την ερμηνεία του οράματος προκύπτουν πάρα πολλές ενέργειες. Σχετικά με το ψηφιακό μουσείο Διπλωματίας ανέφερε πως υπάρχει μια αντιπαράθεση η Δημοτική αρχή δεν φρόντισε να αναδείξει τον εορτασμό της 23ης ως τοπική αργία καθώς θα μπορούσε να το αξιοποιήσει σε επίπεδο τουριστικού προϊόντος με πολλές διαστάσεις. Σχετικά με το ψηφιακό εικονικό μουσείο, ανέφερε πως θα πρέπει να υπάρξει μια ολοκληρωμένη πραγματική πινακοθήκη ώστε κάποιος να μπορεί να επισκεφθεί από κοντά και να επωφεληθεί έτσι η περιοχή. Επίσης ανέφερε πως η πινακοθήκη θα πρέπει να λειτουργεί συνεχώς πράγμα που δυστυχώς σήμερα δεν γίνεται. Σχετικά με τις υποδομές, πρώτα αναφέρθηκε με τον διεθνή αερολιμένα. Ανέφερε πως η αναβάθμιση του εξοπλισμού που είχε τάξη η εταιρία που ανέλαβε τον εκσυγχρονισμό του κέντρου ελέγχου δεν έχει ολοκληρωθεί. Καθώς έτσι θα βοηθήσει την ανάπτυξη του αεροδρομίου. Η Μεσσηνία κατέχει τέτοια θέση που χωρίς πολιτικό αεροδρόμιο δεν υφίσταται η έννοια της ανάπτυξης. Τόνισε επίσης, πως θα πρέπει να μελετηθεί η ανάπτυξη γραμμών που θα ενώνουν τρεις περιφέρειες με κέντρο την Καλαμάτα, τα Ιωάννινα και ιδιαίτερα την Κρήτη. Σχετικά με το μουσείο τόνισε πως δεν θα πρέπει να υπάρχει ο πολυκερματισμός καθώς υπάρχουν πολλά μουσεία αλλά κανένα δεν είναι ολοκληρωμένο ώστε να αποτελέσει σημείο κομβικής σημασίας έκθεσης στοιχείων. Θα πρέπει να ενοποιηθεί όλος ο αρχαιολογικός πλούτος σε ένα σημείο.

Στις δομές του πολιτισμού, γίνονται πολλά αλλά η δημοτική αρχή θα πρέπει να δώσει σημασία στην υποστήριξη των ερασιτεχνικών ομάδων. Τόνισε πως αειφόρα δεν υπάρχει χωρίς αγροτουρισμό και για τον τομέα αυτόν δεν υπάρχει ούτε μία αναφορά. Η Καλαμάτα είναι μια περιοχή που έχει μεγάλο κομμάτι το οποίο θα μπορούσε να αξιοποιηθεί όπως ο Ταΰγετος, μέσω αγροτουριστικών προγραμμάτων. Σχετικά με το λογότυπο το δέντρο Ελιάς ανέφερε πως υπάρχει μια ασυνέπεια της Δημοτικής αρχής η οποία ψηφίζει υπέρ στην επέκταση των ορίων του ΠΟΠ Ελιάς Καλαμάτα εκτός του Δήμου Καλαμάτας. Η γαστρονομία είναι ένα σημαντικό πλεονέκτημα για την Καλαμάτα και θα πρέπει να ενοποίηση τα προϊόντα της Μεσσηνίας.

Στην συνέχεια πήρε το λόγο ο κύριος Λαγός. Ανέφερε πως ο προϋπολογισμός της τάξεως των 150.000 ευρώ δεν είναι επαρκής σαν προϋπολογισμός για ένα προορισμό που δεν έχει αναδειχθεί λέγοντας πως είναι ένα μηδενικό ποσό. Η δημοτική αρχή έκανα κάποιες δειλές ενέργειες το 2019-2020 τουριστικής προβολής με μεγάλη καθυστέρηση, ωστόσο ολοκληρώθηκαν παρόλο τις δυσκολίες τονίζοντας έτσι πως το ποσό αυτό είναι αρκετά μικρό.

Στην συνέχεια ανέφερε πως στις κρουαζιέρες είχαμε 38.000 επισκέπτες το 2015 και φέτος 1100 και δεν υπάρχει κανένας προβληματισμός για το γεγονός αυτό. Ανέφερε πως δεν υπάρχει μια κοινωνική διεργασία που να προβληματιστεί με το γεγονός αυτό καθώς τα πράγματα δυσκολεύουν όλο ένα και περισσότερο για τις επιχειρήσεις διότι δεν βρίσκουν προσωπικό με αποτέλεσμα να υποβαθμίσουν τον προϊόν τους για να καταφέρουν να ανταπεξέλθουν τις δυσκολίες τους.

Τέλος ανέφερε πως δεν θα καταψηφίσει τον προϋπολογισμό αλλά θα ψηφίσει λευκό καθώς το ποσό είναι ασφυκτικά μικρό για ένα μεγάλο προορισμό σαν την Καλαμάτα, κλείνοντας με την πρόταση του το ποσό να ανέρθει στο 1.5 εκατομμύριο, και η Δημοτική αρχή να κοιτάξει να βρει ένα μόνιμο κτήριο για εκθετήριο όπως αυτό του παλιού Καρέλια για τα προϊόντα της τον πολιτισμός και τα λουπά.

Στην συνέχεια πήρε τον λόγο ο κ. Ανδριανόπουλος. Ανέφερε πως είναι πολλοί λίγα τα άτομα της σημερινής διαβούλευσης και θα έπρεπε να βρίσκονται παρόντες όλοι του συμβουλίου. Στη συνέχεια συμφώνησε με τον κ.Λαγό σχετικά με το αρκετά χαμηλό ποσό το οποίο θα μπορούσε να είναι καλύτερο για μία περιοχή σαν την Καλαμάτα. Σχετικά με τις δράσεις υποστήριξε πως μπορεί να γίνει κριτική ως προς το κόστος και το αποτέλεσμα που αφορούν κάποιες δράσεις. Αναφέρθηκε και για την σελίδα των social η οποία υλοποιήθηκε και σταμάτησε το Μάιο 2022 και η Καλαμάτα έμεινε ακάλυπτη στον τομέα της προβολής. Τόνισε πως το kalamata.gr δεν είναι site για τον τουρισμό, είναι ένα γενικό site που επιτέλους είναι και σε δεύτερη ξένη γλώσσα και πρέπει τελικά να ολοκληρωθεί ένα τουριστικό site άμεσα. Δεύτερον, όσα αφορά τα στοιχεία που άντλησαν το τουριστικό γραφείο υποστήριξης είναι ένα πολύ μικρό δείγμα και καθόλου αντιπροσωπευτικό. Σχετικά με τα info points τόνισε πως είναι εργαλεία δεκαετίας του 1990, και σήμερα δεν υπάρχουν πουθενά, καθώς δεν εξυπηρετούν, δεν θα χρησιμεύσουν σε κάτι καθώς υπάρχουν τεχνολογίες μέσα από το κινητό που είναι ακόμα καλύτερες. Υπογράμμισε πως οι δράσεις δεν είναι καταγεγραμμένες και θα πρέπει να εντοπισθούν 3-4 πράγματα στα οποία θα πρέπει να επικεντρωθούμε εκεί με την κατεύθυνση που θα δώσει ο κ. Μπρούσαλης

Τον λόγο πήρε η κ. Ξανθάκη και ανέφερε πως ξεκινάει το υδατοδρόμιο και το συμβούλιο θα πρέπει να το συμπεριλάβει στις δράσεις του διότι θα συνδέσει την Καλαμάτα με άλλες περιοχές, καθώς και τα μονοπάτια της Βέργας- Ταιγέτου.

Στην συνέχεια μίλησε η κ. Καλογεροπούλου. Τόνισε πως τουρισμός είναι συνεργασίες, υποδομές και όλα συμβάλουν στον τουρισμό. Οι παροχές όπως τα μονοπάτια είναι ένα τουριστικό προϊόν που ο κόσμος αναζητά και το θέλει έτσι είναι μια ευκαιρία να τα προσθέσουμε στο πορτοφόλιο μας. Πρέπει να ενεργοποιηθούν όλα τα ψηφιακά μέσα του Δήμου καθώς είναι απαραίτητα, και να γίνουν συνεργασίες με τα περιφερειακά μέρη καθώς έτσι θα προβληθούν όλοι. Η πόλη δεν είναι ανεξάρτητη έτσι οι πόροι που έχει θα πρέπει να τους διαχειριστεί με τον καλύτερο δυνατό τρόπο.

Μίλησε για το διεθνές συνέδριο TBEX που είναι μια συνάντηση όλων των bloggers, παραγωγών που ασχολούνται με το ταξιδιωτικό περιεχόμενο παγκοσμίως το οποίο θα πραγματοποιηθεί στην πόλη της Καλαμάτας τον Μάιο. Αφορά 350-400 συμμετέχοντες με εκατομμύρια followers. Αυτό είχε γίνει στην Αθήνα και το διαφημιστικό όφελος που εισέπραξε ήταν άνω των 15 εκατομμυρίων ευρώ. Έδωσε έμφαση στην εποχή μας που όλοι ασχολούνται με τα ψηφιακά δίνοντας έτσι μια καταπληκτική ευκαιρία για την Καλαμάτα να διαφημιστεί ψηφιακά και στα σύγχρονα μέσα και στους ακολούθους τους.

Το συνέδριο απευθύνεται σε όλα τα τουριστικά κοινά θα ενισχύσει την τοπική οικονομία της Καλαμάτας καθώς οι bloggers ασχολούνται με πολλά πράγματα όπως τον γαμήλιο τουρισμό, outdoors, πολιτιστικά. Οι ηλικίες των bloggers είναι στα 25-40 ετών πράγμα που σημαίνει πως θα επηρεάσουν αντίστοιχα άτομα και θα έχει θετικό αντίκτυπο για την Καλαμάτα. Τόνισε πως οι bloggers απευθύνονται στον ανεξάρτητο τουρισμό και όχι στον οργανωμένο τουρισμό και η επιρροή που έχουν στους followers τους είναι σημαντική.

Κανένα άλλο συνέδριο δεν έχει πραγματοποιήσει κάτι αντίστοιχο όπως αυτό που θα γίνει στην Καλαμάτα δίνοντας έτσι και την δυνατότητα να δημιουργήσουμε μακροχρόνιες σχέσεις για τον προορισμό για την καλύτερη προβολή παρά να γίνει μία καταχώρηση σε κάποιο περιοδικό.

Θα γίνει λοιπόν στο συνέδριο ανταλλαγή απόψεων και κάθε βράδυ στην πόλη θα πραγματοποιηθούν βραδιές δικτύωσης. Θα γίνει ένα φεστιβάλ γαστρονομίας με παρουσίαση προϊόντων στο Ιστορικό κέντρο της Καλαμάτας. Άλλη μια βραδιά θα πραγματοποιηθεί στο μέγαρο χορού με ένα προέρτιο του φεστιβάλ χορού ώστε να το δουν και οι bloggers και το τέλος ένα closing πάρτι στην Βέργα ώστε να δουν αυτή την καταπληκτική θέα της Καλαμάτας που θα υπάρξουν πολλές δυνατές εικόνες που θα προβληθούν στο διαδίκτυο. Στις προηγούμενες μέρες του συνεδρίου και οι επόμενες θα γίνονται ταξίδια εξοικείωσης

προς πάσα κατεύθυνση της Πελοποννήσου ώστε οι bloggers σε μικρά γκρουπς να γνωρίσουν από κοντά τις περιοχές και να προβληθούν έτσι τα διάφορα τουριστικά σημεία της Πελοποννήσου.

Έκλεισε καλώντας όλους τους εταίρους του τουρισμού να συνεργαστούν διότι θα επωφεληθεί η Πελοπόννησος και μακροπρόθεσμα και βραχυπρόθεσμα μέσα από την προβολή.

Ο Πρόεδρος ανέφερε πως υπάρχει άλλη μία μεγάλη εκδήλωση που θα γίνει στο Μέγαρο Χορού τον Μάρτιο από τον Σύλλογο Εστίασης Μεσσηνίας που αφορά την ανάδειξη του γαστρονομικού μας πλούτου. Εκδηλώσεις που οργανώνονται από τους φορείς της πόλης, εκδηλώσεις των οποίων ο προϋπολογισμός δεν ξέρω που θα πρέπει να προστεθεί καθώς τα 150.000 αφορούν τον Δήμο.

Το λόγο πήρε ο κ. Αναγνωστόπουλος και ρώτησε σχετικά με τον χρόνο γαστρονομικής εκδήλωσης forum που θα γίνει το Μάρτιο γιατί να μην είναι την εποχή που θα παραβρεθούν οι bloggers το Μάιο .Γιατί να μην γίνουν όλα μαζί, ώστε να ενισχυθεί ακόμα περισσότερο τουριστικά η περιοχή μας λόγω των συναντήσεων B2B.

Τον λόγο πήρε η κ. Καλογεροπούλου και ανέφερε ότι η Καλαμάτα μπορεί να υποστηρίξει πολλά γαστρονομικά events ταυτόχρονα και η εκδήλωση του Μαρτίου την διοργανώνει ο Σύλλογος Εστίασης Μεσσηνίας με δική τους πρωτοβουλία.

Ο κ.Γραϊκής ως εκπρόσωπος του Επιμελητηρίου ανέφερε ότι το forum που θα γίνει το Μάρτιο, έχει περισσότερο τεχνικά κομμάτια και θέματα διαχείρισης και έχει να κάνει περισσότερο με τις επιχειρήσεις σε αντίθεση με αυτό που θα γίνει τον Μάιο TBEX .

Ο Πρόεδρος έδωσε τον λόγο στον κ. Μπρούσαλη σχετικά με τα ερωτήματα που έχουν γίνει και ανέφερε ότι το γεγονός του Μαΐου είναι σημαντικό. Είναι η κατάλληλη ευκαιρία προβολής και δημιουργίας περιεχομένου. Οι εμπειρίες, οι αναμνήσεις που θα ζήσουν θα είναι αξέχαστες με αποτέλεσμα να γίνει η Καλαμάτα μία μοναδική ανάμνηση. Αυτό προκύπτει και από τα τόσα πολλά διαφορετικά επίπεδα (γαστρονομικά, ιστορικά, πολιτισμικά, κλπ.) που διαθέτει η Καλαμάτα. Θα υπάρξει καινούργιο κοινό που αναζητά η πόλη της Καλαμάτας αναζητά. Είναι σημαντικό το πρόγραμμα προβολής, και το πρώτο που πρέπει να ολοκληρωθεί είναι το site και οι εφαρμογές, τα εργαλεία επικοινωνίας καθώς και η διάδραση με τον επισκέπτη μας. Τόνισε πως όσο πιο πολλές επενδύσεις γίνουν στο το κομμάτι της προβολής θα δημιουργηθούν πολλές ευκαιρίες εξωστρέφειας. Η φιλοσοφία του στρατηγικού σχεδίου σε επίπεδο λόγου και εικόνας και τα εξωστρεφή εργαλεία θα δημιουργήσουν μόνο θετικά αποτελέσματα.

Ακολούθησε διαλογική συζήτηση επ' αυτού (δεν ακούγετε καθαρά)

Στην συνέχεια συζητήθηκε ο **«Προγραμματισμός δράσεων τουριστικής προβολής Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2023»**

Το **«Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2023»** αποτελεί συνέχεια μιας συνολικής στρατηγικής, για την αιεφόρο τουριστική ανάπτυξη της περιοχής και εστιάζει στην υλοποίηση, ενός συγκροτημένου σχεδίου προβολής.

Η φιλοσοφία που διατρέχει τις δράσεις του προγράμματος, είναι η αντιμετώπιση των δομών της πόλης, όπως ο Διεθνής αερολιμένας, τα Μουσεία και οι αρχαιολογικοί χώροι, οι δομές πολιτισμού (Διεθνές Φεστιβάλ Χορού Καλαμάτας, Φεστιβάλ Χορωδιών), το Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου, λοιπές πολιτιστικές δράσεις, οι ιδιωτικές επιχειρήσεις και οι πρωτοβουλίες τους, με ένα τρόπο ενιαίο και συνεκτικό.

Οι σχεδιαζόμενες δράσεις τουριστική προβολή της περιοχής στοχεύουν στην ανάδειξη των προϊόντων και των εμπειριών που προσφέρει καθ' όλη την διάρκεια του χρόνου, με τελικό στόχο την επέκταση της τουριστικής περιόδου, την μείωση της εποχικότητας και την αύξηση των

τουριστικών ροών και εσόδων. Στο πλαίσιο αυτό εντάσσεται και η επικοινωνιακή προώθηση των στόχων που θέτει η χώρα ως προς την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη.

Επίκεντρο αυτής της πολιτικής θα είναι ο ίδιος ο πολίτης, είτε ως κάτοικος είτε ως επισκέπτης, οι σχέσεις μεταξύ τους, καθώς και ο αλληλοσεβασμός στο περιβάλλον, στην κουλτούρα και στον πολιτισμό.

Στόχος είναι, να δημιουργηθεί ένας δημιουργικός συνασπισμός εξωστρέφειας με όλες τις δημιουργικές δυνάμεις της πόλης.

Το πρόγραμμα καλύπτει τις προδιαγραφές και τους στόχους που θέτει ο ΕΟΤ, για την αναβάθμιση του πλάνου «sea and sun» σε υψηλότερο επίπεδο, την ανάδειξη και τη δυναμική προώθηση στη διεθνή αγορά νέων και άγνωστων ελληνικών προορισμών, του City Break, καθώς και άλλων ανταγωνιστικών θεματικών εμπειριών.

Το συγκεκριμένο «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας για το 2023», θα υλοποιηθεί στοχευόμενα, μέσω ενδεδειγμένων μεθόδων προβολής και διαφήμισης, αξιοποιώντας το διαδίκτυο και τις εφαρμογές έξυπνων συσκευών.

Το έργο θα λειτουργήσει συμπληρωματικά με μια σειρά από σημαντικά έργα υποδομών τα οποία υλοποιούνται αυτή την στιγμή, τόσο για την αισθητική αναβάθμιση του δημόσιου χώρου, όσο και για τις μεθόδους προβολής και παροχής τουριστικών υπηρεσιών, με σύγχρονα ψηφιακά μέσα.

Οι βασικοί άξονες για την ανάπτυξη του προγράμματος προβολής και προώθησης είναι:

- 1. Η απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής που εντάσσει την Καλαμάτα στην Ευρωπαϊκή Αποστολή των 100 Κλιματικά Ουδέτερων και Έξυπνων Πόλεων έως το 2030.**
- 2. Αύξηση επισκεψιμότητας του ιστότοπου και των κοινωνικών δικτύων και αύξηση επισκεψιμότητας του ιστότοπου του Δήμου Καλαμάτας που αφορά το γραφείο Τουριστικής Υποστήριξης.**
- 3. Προβολή της Καλαμάτας σε εναλλακτικές αγορές και μορφές τουρισμού.**
- 4. Ανάδειξη της ιδιαιτερότητας που προσδίδει στην πόλη η γειννίαση της με την οροσειρά του Ταυγέτου.**
- 5. Η ανάδειξη όλου του τουριστικού, πολιτιστικού ιπλούτου και της πολυμορφίας που χαρακτηρίζει την Καλαμάτα.**
- 6. Έμφαση στην αειφορία και στις αξίες της αυθεντικότητας, των ανθρώπινων σχέσεων, της φιλοξενίας, της ποιότητας των υπηρεσιών και της διαβίωσης στην πόλη.**
- 7. Ανάδειξη της τοπικής κουλτούρας, των τοπικών προϊόντων και της γαστρονομίας.**
- 8. Συνεχής παραγωγή νέου περιεχομένου που θα τραβήξει την προσοχή των αγορών-στόχων όπου θα επιτρέψει την δυναμικότερη προβολή του προορισμού.**

Οι στόχοι του Δήμου Καλαμάτας από το συγκεκριμένο πρόγραμμα είναι:

- 1. Αξιοποίηση των διαδραστικών χώρων του Δήμου στο Ιστορικό Δημαρχείο και στην παραλία καθώς υλοποιούνται και τα σχετικά έργα των απαραίτητων ψηφιακών υποδομών-εξοπλισμού τους και δημιουργίας του περιεχομένου προβολής τους.**
- 2. Δημιουργία τουριστικών εμπειριών.**

3. Εδραίωση της Καλαμάτας ως κύριας επιλογής Ελλήνων επισκεπτών τόσο για ολιγοήμερες αποδράσεις όσο και για πολυήμερα ταξιδιωτικά προγράμματα.
4. Δημιουργία προτεινόμενων πολυήμερων ταξιδιωτικών προγραμμάτων που θα απευθύνονται σε διαφορετικές κατηγορίες ταξιδιωτικών για όλες τις εποχές του χρόνου.
5. Διασύνδεση των διαφορετικών στοιχείων της πολυμορφικότητας της αληθινής Καλαμάτας σε ένα **περιεκτικό αφήγημα**.
6. **Ανάδειξη της γαστρονομίας και του σημαντικού ρόλου της εντοπιότητας των πρώτων υλών της.**
7. Προσέλκυση επισκεπτών που θα σέβονται τον προορισμό και θα συνεισφέρουν στην στήριξη της τοπικής οικονομίας και την αύξηση των εσόδων.
8. Ανάδειξη του πλούσιου **πολιτιστικού και καλλιτεχνικού αποθέματος** της πόλης και η διασύνδεση του με τον προσωρινά κάτοικο- επισκέπτη.
9. Δημιουργία στρατηγικού σχεδίου ανάπτυξης υποδομών προσβασιμότητας- Προσβάσιμος Τουρισμός (Accessible Tourism)
10. **Η ψηφιοποίηση** του τουριστικού περιεχομένου, καθώς και των μεθόδων επικοινωνίας με τον επισκέπτη.
11. Διεύρυνση συνεργασίας και διάδραση με τον ιδιωτικό τομέα.

A. ΘΕΣΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Ο σχεδιασμός του Προγράμματος είναι σύμφωνος με την εγκύκλιο υπ' αρ. 15566 / 2011 του Υπουργείου Πολιτισμού και Τουρισμού/Γενικής Γραμματείας Τουρισμού, με θέμα «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ. 230/Α') περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα». Την αριθμ.14840-25/10/2012 εγκύκλιο του Υπουργείου Τουρισμού «Κατευθύνσεις για την ορθή εφαρμογή της διαδικασίας παροχής σύμφωνης γνώμης, που ορίζεται στο άρθρο 30 του Ν.3498/2006 (Φ.Ε.Κ.230/Α) περί τουριστικής προβολής των φορέων του στενού και του ευρύτερου δημόσιου τομέα».Τις υπ' αριθ. 16536/28-12-2018 και 1215/25-01-2019 αποφάσεις του Γ.Γ. του ΕΟΤ, με θέμα: «Διαδικασία αρμοδιότητας παροχής σύμφωνης γνώμης σε προγράμματα και ενέργειες τουριστικής προβολής των Περιφερειών και των Δήμων». Την με Α.Π. 13355/23.12.2022 του Γ.Γ. του ΕΟΤ ΕΓΚΥΚΛΙΟ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΕΓΚΡΙΣΗΣ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ ΤΩΝ ΟΤΑ Α' ΚΑΙ Β' ΒΑΘΜΟΥ ΚΑΙ ΤΗΝ ΠΑΡΟΧΗ ΣΥΜΦΩΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Το πρόγραμμα αυτό θα πρέπει να εγκριθεί τόσο από το Δημοτικό Συμβούλιο Καλαμάτας όσο και από το Υπουργείο Τουρισμού (ΕΟΤ).

B. ΥΓΕΙΑ & ΥΓΙΕΙΝΗ

Αυστηρή τήρηση των προληπτικών μέτρων και συστηματική ενημέρωση των εργαζομένων στον τουρισμό, ώστε να διατηρηθεί ο προορισμός ως ταξιδιωτικά ασφαλής. Τα πρόσφατα υγειονομικά δεδομένα δίνουν μια κατεύθυνση αισιοδοξίας.

Για τα προσεχή χρόνια η εμπιστοσύνη, η επικοινωνία και η ροή έγκυρων πληροφοριών, μεταξύ ταξιδιωτών, επιχειρήσεων του τουρισμού και της τοπικής κοινωνίας, θα είναι ο κινητήριος μοχλός για την ανάκαμψη του τουρισμού.

Γ.ΔΡΑΣΕΙΣ

Η υγειονομική κρίση (COVID-19) και τα μέτρα αντιμετώπισης αυτής, έπληξαν σημαντικά τον παγκόσμιο τουρισμό. Ο τουριστικός επαγγελματικός κλάδος της οργάνωσης συνεδρίων, εκθέσεων, επαγγελματικών ταξιδιών, και ταξιδιών κινήτρων (incentives) δέχτηκε μεγάλο πλήγμα διεθνώς.

Παρόλο αυτών των συνθηκών ένα μεγάλο μέρος των προωθητικών ενεργειών όπως συμβατικές εκθέσεις, εκδηλώσεις, ταξίδια εξοικείωσης, υλοποιήθηκαν.

Ταυτόχρονα, το διαδίκτυο και οι ψηφιακές εφαρμογές, είναι η κύρια πηγή πληροφοριών και το πιο σημαντικό μέσο επικοινωνίας. Οι επισκέπτες επικοινωνούν και μοιράζονται τις εμπειρίες τους, ενισχύοντας με αυτό τον τρόπο την προβολή του προορισμού. Τα ψηφιακά κανάλια παρέχουν τη δυνατότητα στους ταξιδιώτες, να μεταφέρουν με κείμενο, ήχο, εικόνα και video, τις ταξιδιωτικές τους εμπειρίες, καθιστώντας ταυτόχρονα κοινωνούς αυτών, κάθε ενδιαφερόμενο.

Το «Πρόγραμμα Τουριστικής Προβολής του Δήμου Καλαμάτας, για το 2023», που διαμορφώνεται, ως εξής:

ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΥΠΟΕΡΓΟΥ		ΠΙΣΤΩΣΗ
I. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ		
1	Υπηρεσίες εμπειρογνομosύνης για το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας.	15.000,00
2	Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής	20.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΥ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΥ		35.000,00
II. ΠΡΟΒΟΛΗ		
• Διαδίκτυο		
3	Δημιουργία Ηλεκτρονικού Τουριστικού Ιστότοπου για την Καλαμάτα	20.000,00
4	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας	12.000,00
• Ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ		
5	Καμπάνια για την προσέλκυση τουρισμού στα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) - Δημιουργία Προωθητικού Υλικού	5.000,00
6	Δημιουργία και Εκτύπωση Προωθητικού Υλικού	5.000,00
• Εναλλακτικές μεθόδους Προβολής		
7	Ανάπτυξη διαδραστικών συστημάτων Τουριστικής Προβολής στον Αερολιμένα Καλαμάτας.	15.000,00
8	Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.	8.000,00
9	Εναλλακτικές δράσεις για την ενίσχυση του Τουρισμού	12.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΒΟΛΗΣ		77.000,00
III. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ - ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ		

• Με Φυσική παρουσία		
10	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας	15.000,00
11	Συμμετοχή σε εκθέσεις - συνέδρια	7.000,00
12	Διοργάνωση Ταξιδίων Εξοικείωσης για επαγγελματίες τουρισμού και συντάκτες του εξωτερικού	8.000,00
• Διαδικτυακά		
13	Διοργάνωση διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (on-line Training) σε επαγγελματίες τουρισμού η θεματικές ομάδες για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Καλαμάτας	8.000,00
ΣΥΝΟΛΟ ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ-ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ		38.000,00
ΓΕΝΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ		150.000,00

I. ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΟΣ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ

Αφορά κυρίως το μάρκετινγκ - στρατηγική επικοινωνία και προβολή του τουριστικού προορισμού Καλαμάτα καθώς και την ανάπτυξη και εφαρμογή συστήματος τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό ΚΑΛΑΜΑΤΑ, έργα που έχουν ανατεθεί και η παραλαβή τους θα ολοκληρωθεί την τρέχουσα χρονιά. Συνέχεια τους αποτελεί το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας .

Ο προϋπολογισμός του Στρατηγικού Σχεδιασμού, είναι 35.000,00€ και αναλύεται ως εξής:

ΥΠΟΕΡΓΟ 1	Υπηρεσίες εμπειρογνομοσύνης για το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00 €

Στο Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού του Δήμου Καλαμάτας, αποτυπώθηκε το όραμα, οι αρχές στις οποίες στηρίζεται η διατύπωση του, οι στρατηγικοί στόχοι, καθώς και οι επιμέρους ειδικοί στόχοι, μέσω των οποίων προσδιορίστηκαν οι δράσεις και τα έργα που θα υλοποιούν το όραμα για την Καλαμάτα του μέλλοντος. **Παράλληλα το Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού θα εντάξει στο σχεδιασμό του τα παραδοτέα του σχεδίου μάρκετινγκ - στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού έχοντας σαν βάση την πρόταση για την δημιουργία τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό ΚΑΛΑΜΑΤΑ.**

Το Στρατηγικό Σχέδιο, μετά την καταγραφή, αποτίμηση και αξιολόγηση του τουριστικού προϊόντος συνολικά, με τη συνέργεια των φορέων, των επαγγελματιών του τουρισμού και των επιστημόνων-εμπειρογνομώνων, αφού λάβει υπόψη την εξελικτική πορεία της περιοχής και άλλες βασικές αρχές θα παρουσιάσει με τρόπο μεθοδικό και αποτελεσματικό τους επιδιωκόμενους στόχους.

Με την εκπόνηση του Στρατηγικού σχεδίου, ο Δήμος Καλαμάτας, θα δύναται να συντάξει ένα Επιχειρησιακό σχέδιο δράσεων και έργων στους κρίσιμους τομείς των υποδομών, της αξιοποίησης αναπτυξιακών εργαλείων, της σύγχρονης προβολής και διαφήμισης, της αποτύπωσης των κρίσιμων αγορών, της ανάδειξης των θεματικών τουριστικών προϊόντων της

ΥΠΟΕΡΓΟ 2	Δημιουργία επικοινωνιακής υποδομής
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	20.000€

Το σχέδιο δράσης αφορά την «**Δημιουργία Επικοινωνιακής υποδομής**», η οποία με βάση τα **ιδιαίτερα χαρακτηριστικά** της Καλαμάτας προτείνεται μια **καινοτόμα προσέγγιση** στο θέμα της κειμενογράφησης. Αντί να απασχοληθεί ένα άτομο ανά γλώσσα σε αυτόν το ρόλο, προτείνεται να απασχοληθούν τέσσερις κειμενογράφοι που θα εξειδικευτούν στα τέσσερα εμβληματικά στοιχεία του τουρισμού της Καλαμάτας.

- Φύση και θάλασσα
- Ιστορία και πολιτισμός
- Γαστρονομία
- Αγορές

Κάθε κειμενογράφος θα υποδυθεί μια **persona** και θα γράψει σε **δύο διαφορετικές ξένες γλώσσες**, με το ψευδώνυμο αυτής της persona για το ειδικότερο θέμα της. Θα ετοιμάζει θεματικές αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα κάθε εβδομάδα καθώς και ένα μηνιαίο blogpost.

Αναλυτικότερα:

Θέμα «Φύση και Θάλασσα»

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, λάτρης των υπαίθριων δραστηριοτήτων τόσο στη στεριά όσο και στη θάλασσα και με ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: παραλία του μήνα, ορεινή απόδραση του μήνα, κουίζ, συνεντεύξεις.

Θέμα Ιστορία και πολιτισμός:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, φιλότεχνος και ιστοριοδίφης. Ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: Μνημείο του μήνα, επεισόδιο από την ιστορία της Καλαμάτας, ιστορικός-πολιτιστικός περίπατος του μήνα, παρουσίαση βιβλίου, ρεπορτάζ.

Θέμα Γαστρονομία:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, καλοφαγάς και λάτρης της μαγειρικής με ενδεικτική θεματολογία κειμενογράφησης και αναρτήσεων: Συνταγή ή γαστρονομική παράδοση του μήνα, παραγωγός ή προϊόν του μήνα, παρουσίαση εστιατορίου ή ταβέρνας του μήνα, διαγωνισμούς και συνεντεύξεις με σεφ κτλ.

Θέμα Αγορές:

- Persona: Άνδρας ή γυναίκα, λάτρης της μόδας. Ενδεικτική θεματολογία: Shopping tips για την Καλαμάτα, κατάσταση του μήνα, θέματα σχετικά με την ιστορία ή την παράδοση γύρω από ένα προϊόν της Καλαμάτας, συνέντευξη με έμπορο/παραγωγός, τα τουριστικά νέα της Καλαμάτας.

Οι κειμενογράφοι θα αναλάβουν την παραγωγή όλων των αρχικών κειμένων για τη νέα τουριστική ιστοσελίδα καθώς και για τα ηλεκτρονικά έντυπα στην ελληνική και αγγλική γλώσσα.

Θα ξεκινήσουν την παραγωγή άρθρων-blogposts καθώς και λεζαντοκειμένων για χρήση στα **κοινωνικά δίκτυα**. Η σωστή εκπλήρωση των ανώτερων προϋποθέτει ότι οι κειμενογράφοι θα διενεργήσουν την απαιτούμενη έρευνα γύρω από τη φύση, τον πολιτισμό, την ιστορία, τη γαστρονομία και τον τουρισμό της Καλαμάτας. Απαιτείται επιστημονική γνώση και τεκμηρίωση, θα πρέπει να ανατρέξουν στους ειδικούς (αρχαιολόγους, ιστορικούς κτλ.), θα ζητήσουν τις έγκυρες και επιστημονικά τεκμηριωμένες περιγραφές, θα εξασφαλίσουν άδεια αναδημοσίευσης.

II. ΠΡΟΒΟΛΗ

Η σχεδιαζόμενη προβολή υλοποιήθηκε, σύμφωνα με όσα προέκυψαν από το στρατηγικό σχέδιο του marketing plan έχοντας βάση την πρόταση της τουριστικής ταυτότητας. Προγραμματίζεται να υλοποιηθεί με έξι υποέργα, που κατανέμονται, ως προβολή στο διαδίκτυο και ως προβολή στα ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ, ως εξής:

Ο Προϋπολογισμός των δράσεων Προβολής, είναι 75.000,00€ και αναλύεται ως εξής :

A. Προβολή στο Διαδίκτυο

ΥΠΟΕΡΓΟ 3	Δημιουργία Ηλεκτρονικού Τουριστικού Ιστότοπου για την Καλαμάτα
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	20.000,00 €

Το σύγχρονο μάρκετινγκ και τα χαρακτηριστικά του νέου επισκέπτη, καταγράφουν ως αναγκαία τη δημιουργία ενός τουριστικού ιστότοπου, που θα παρέχει τη δυνατότητα στον επισκέπτη, να ενημερωθεί για το τουριστικό προϊόν της περιοχής, αλλά και για τον τρόπο χρήσης μεγάλου πλήθους τουριστικών υπηρεσιών.

Ενδεικτικά, στον ιστότοπο θα περιέχονται πληροφορίες για αξιοθέατα, καταλύματα, προσβασιμότητα, εναλλακτικές μορφές τουρισμού και άλλες δραστηριότητες, βοηθητικές υπηρεσίες, καθώς και ημερολόγιο εκδηλώσεων που υλοποιούν ο Δήμος και άλλοι φορείς της πόλης, ανά θεματική, όπως η μουσική, ο χορός, τα εικαστικά, το θέατρο, θρησκευτικές εκδηλώσεις, αθλητικά γεγονότα, εκδηλώσεις λαϊκού πολιτισμού, κ.ά.

Εκτενής αναφορά επίσης θα γίνει σε όλο το χαρτοφυλάκιο εμπειρικών και βιωματικών προϊόντων του Δήμου, αλλά και της ευρύτερης περιοχής, προσφέροντας έτσι στον επισκέπτη ένα συγκεντρωμένο και οργανωμένο προϊόν.

Ο ιστότοπος θα είναι στα Ελληνικά και τα Αγγλικά και θα περιλαμβάνει εκτός των άλλων και την δημιουργία φωτογραφικού και οπτικοακουστικού υλικού.

ΥΠΟΕΡΓΟ 4	Υποστήριξη τουριστικών Καναλιών και υλοποίηση καμπάνιας σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) για το Δήμο Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12.000,00 €

Υποστήριξη των λογαριασμών στα κανάλια Facebook, Twitter, Instagram, YouTube σύμφωνα με το πλαίσιο προβολής του τουριστικού προϊόντος του Δήμου και περιλαμβάνει :

1. Υλοποίηση διαφημιστικών προβολών με κύριους στόχους τη δημιουργία **Αναγνωρισιμότητας** της Καλαμάτας (Awareness) ως τουριστικό προορισμό, καθώς και

- την **Κάλυψη** του κοινού-στόχος (Reach)
2. Την εφαρμογή επαναληπτικής διαφήμισης (remarketing)
 3. Τη διαχείριση των συμμετεχόντων σε τυχόν διαγωνισμό επικοινωνίας.
 4. Εκτενείς αναφορές με αναλυτικά στοιχεία των δράσεων (reporting).
 5. Τη λήψη και διαμόρφωση των αναγκαίων φωτογραφιών, καθώς και την ανάρτηση αυτών στα κανάλια Κοινωνικής Δικτύωσης με την υποστήριξη του αναγκαίου σχολιασμού (EN-GR), δύο φορές την εβδομάδα.
 6. Τη δημιουργία video διάρκειας 30 έως 60 δευτερολέπτων, για δημοσίευση με σχολιασμό (EN-GR) στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, τουλάχιστον μια φορά το μήνα.
 7. Τη διαχείριση των σχολίων κάθε ανάρτησης στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης μετά από συνεργασία και έγκριση των υπηρεσιών του Δήμου.

Αφορά ενδεικτικά:

- Διαχείριση του ιστότοπου της πρωτοβουλία Digital Nomads του Υπουργείου Τουρισμού έχει ήδη ξεκινήσει πιλοτικά σε πρώτη φάση στις πόλεις Ερμούπολη, Ηράκλειο και Καλαμάτα. Έχει ξεκινήσει , το 2022, την διαδικασία για το domain www.workfromkalamata.gr που σχετίζεται με τους Ψηφιακούς Νομάδες και τις Έξυπνες πόλεις.
- Διαχείριση του **GOKALAMATA**

B. Προβολή σε Ηλεκτρονικά & έντυπα ΜΜΕ

ΥΠΟΕΡΓΟ 5	Καμπάνια για την προσέλκυση τουρισμού στα ηλεκτρονικά και έντυπα ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) - Δημιουργία Προωθητικού υλικού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	5.000,00 €

Αφορά τη διενέργεια καμπάνιας σε ΜΜΕ (τηλεοπτικά, ραδιοφωνικά, έντυπα) τόσο σε εθνικό όσο και σε περιφερειακό επίπεδο με στόχο την προσέλκυση επισκεπτών από το εσωτερικό. Η προβολή-εκπομπή των τουριστικών σποτ και η καταχώρηση των διαφημίσεων, θα απευθύνονται στο ευρύ κοινό, καθώς και σε επαγγελματίες του τουρισμού, με στόχο τη προβολή του προορισμού.

Οι προτεινόμενες δράσεις, μεμονωμένα ή συνδυαστικά, θα στοχεύουν για την προβολή στον εγχώριο πληθυσμό.

Την δημιουργία σχετικών προωθητικών- θεματικών spot τα οποία θα βασίζονται σε μία κατάλληλη και καλαίσθητη σεναριακή ιδέα για την Καλαμάτα.

Θα προβάλλονται σε όλα τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και σε επιλεγμένα μέσα μαζικής ενημέρωσης με στόχο να μπορεί να αποτελέσει ένα πολύ αποτελεσματικό εργαλείο για την ανάδειξη του τουριστικού προϊόντος της πόλης της Καλαμάτας.

Οι επιμέρους προδιαγραφές του έργου, ο αριθμός των spot και τα χαρακτηριστικά, θα υλοποιηθούν κατόπιν εισήγησης της υπηρεσίας. Η Γαστρονομία, ο πολιτιστικός πλούτος της περιοχής, η χαλαρή και νεανική ατμόσφαιρα της πόλης, ο περιαυτολογικός πλούτος, θα αποτελούν τα βασικά στοιχεία της κεντρικής ιδέας και το σενάριο των τεσσάρων παραγωγών, σε αντιστοιχία και των αντίστοιχων τουριστικών λογοτύπων που έχουν υλοποιηθεί. Τα παραγόμενα Video θα αξιοποιηθούν και για την προβολή της πόλης, μέσω των Διεθνών δικτύων που συμμετέχει ο Δήμος, εκθέσεων εξωτερικού και εσωτερικού, διεθνών συναντήσεων και roadshows, αλλά και από τον κάθε ενδιαφερόμενο. SO GREEK, SO ALIVE/ΠΟΛΗ ΓΙΑ ΝΑ ΖΕΙΣ – GASTRONOMY /ΤΟΠΙΚΗ ΓΑΣΤΡΟΝΟΜΙΑ – HISTORY AND CULTURE/ΙΣΤΟΡΙΑ ΚΑΙ ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ –

ΥΠΟΕΡΓΟ 6	Δημιουργία και Εκτύπωση Προωθητικού Υλικού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	5.000,00 €

Το υποέργο αφορά τη δημιουργία και εκτύπωση, θεματικών φυλλαδίων, αφισών, banner, flyer κ.α., καθώς και την ανατύπωση/επικαιροποίηση έντυπου υλικού, της προωθητικής τσάντας, των χαρτών και του λοιπού προωθητικού τουριστικού υλικού.

Το υλικό αυτό αποτελεί σημαντικό και εξειδικευμένο εργαλείο για την ανάδειξη της περιοχής μας και την πληροφόρηση και εξυπηρέτηση των επισκεπτών της πόλης.

Σχεδίαση ενός χάρτη με μορφή πρόσκλησης για την εξερεύνηση της πόλης - EXPLORE THE CITY OF KALAMATA. Στο χάρτη θα προβάλλονται τα σημεία ενδιαφέροντος για τον επισκέπτη της πόλης – ARTS AND CULTURE, FOOD AND DRINK, ENTERTAINMENT, SHOPPING.

Η διανομή του θα γίνεται από το γραφείο τουρισμού του Δήμου και θα αποτελεί το υλικό προβολής της περιοχής του Δήμου σε Εκδηλώσεις, Διεθνείς Εκθέσεις κ.ά.

Γ. Εναλλακτικές μεθόδους Προβολής

ΥΠΟΕΡΓΟ 7	Ανάπτυξη διαδραστικών συστημάτων Τουριστικής Προβολής στον Αερολιμένα Καλαμάτας.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00 €

Αφορά τον χώρο που διαχειρίζεται ο Δήμος Καλαμάτας και προβλέπεται ο σχεδιασμός και υλοποίηση ενός χώρου διαφήμισης του Δήμου με εγκατάσταση σημείου ψηφιακής προβολής του Δήμου που θα έχει την δυνατότητα απομακρυσμένη διαχείριση του. Τουριστική πληροφόρηση μέσω ψηφιακού βοηθού - Virtual Assistant , επιλεγμένη προβολή βίντεο και φωτογραφιών. Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.

ΥΠΟΕΡΓΟ 8	Υλοποίηση ενεργειών που βοηθά στην ενίσχυση του “πράσινου” αποτυπώματος των πολιτικών που υιοθετεί το τμήμα Τουρισμού.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00 €

Όπως η δημιουργία τσάντας ώμου από μουσαμά (υλικό ανακύκλωσης παλιών διαφημιστικών Μπανέρ). Αφορά την κατασκευή τσαντών από την αξιοποίηση των μουσαμάδων των παλιών – άχρηστων διαφημιστικών μπανερ προβολής του Δήμου Καλαμάτας, που χρησιμοποιήθηκαν για προβολή εκδηλώσεων του (Μπανέρ εκδηλώσεων 1821-2021, μπανερ από εκθέσεις τουριστικής προβολής, φεστιβάλ χορού, φεστιβάλ χορωδιών κλπ). Αντικείμενα που έχουν ολοκληρώσει τον κύκλο ζωής τους και δείχνουν να έχουν χάσει κάθε χρηστική αξία, αποκτούν με την δράση αυτή νέα ζωή. Η ενέργεια αυτή στοχεύει στην αξιοποίηση - ανακύκλωση υλικού που η ιδιαίτερη συμβολική και καλλιτεχνική αξία του «μεταφέρεται» στο παραγόμενο προϊόν, συμβάλλοντας

θετικά στην προστασία του περιβάλλοντος και παράλληλα οξύνοντας την αντίληψή μας σε σχέση με την εναλλακτική χρήση υλικών και αντικειμένων που υπάρχουν γύρω μας.

ΥΠΟΕΡΓΟ 9	Εναλλακτικές δράσεις για την ενίσχυση του Τουρισμού
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	12.000,00€

1. Πρόγραμμα ξεναγήσεων επισκεπτών, «**Γνωρίζω την πόλη**». Ένα πρόγραμμα ξεναγήσεων στην πόλη της Καλαμάτα. Επισκέπτες θα μπορούν να δηλώνουν ενδιαφέρον σε πλατφόρμα και να ξεκινούν μια διαδρομή από το Γραφείο Τουρισμού στο κέντρο της πόλης, παίρνοντας μία γεύση και πληροφορίες για το μέρος στο οποίο θα καταλύσουν.
2. Διερεύνηση της ανάπτυξης ποδηλατικής ταυτότητας «**Bike friendly destination**» ως μέρος της υποστήριξης εμπλουτισμένης ταξιδιωτικής εμπειρίας στον προορισμό. Η ανάπτυξη του ποδηλατικού τουρισμού συμβάλλει στην προσέλκυση επισκεπτών από την ομάδα στόχου δηλαδή Ταξιδιωτών έναντι των τουριστών, ενισχύοντας το προφίλ του προορισμού με προφανή οφέλη στην τοπική αγορά.
3. «**Βουνό και Θάλασσα**» Η επιμήκυνση της περιόδου είναι κάτι περισσότερο από αναγκαία συνθήκη για ανάκαμψη και οι συμπληρωματικές υπηρεσίες, πέρα από το πακέτο Ήλιος – Θάλασσα, υποχρεωτική επιλογή. Πέρα από την προώθηση του παράλιου μετώπου και των μοναδικών ακτών κολύμβησης που διαθέτει κρίνεται αναγκαία και η προώθηση του πεζοπορικού τουρισμού και μαζί με αυτό, όλων των υπαίθριων σχετικών δραστηριοτήτων.
4. «**Πεζοπορικός τουρισμός Ταυγέτου**» Η Καλαμάτα βρίσκεται στις παρυφές του Ταυγέτου, ξεχωρίζει ως πόλη καθώς συνδυάζει αρμονικά το βουνό με τη θάλασσα. Η Καλαμάτα είναι ο ιδανικός προορισμός και για πεζοπορία – φυσική άθληση. Προγραμματίζεται η εκδήλωση – γιορτή μονοπατιών στο Καλάθι σε συνεργασία με ορειβατικό σύλλογο Καλαμάτας και αγώνα ορεινού τρεξίματος στο Καλάθι - Kalamata trail running σε συνεργασία με ορειβατικό σύλλογος Καλαμάτας και τον ΣΔΥΜ (Σύλλογος Δρομέων Υγείας Μεσσηνίας) με την ονομασία Kalamata trail running.
5. Δημιουργίας των προϋποθέσεων για την συμμετοχή του Δήμου σε διασυνοριακά δίκτυα που συνεισφέρουν στην τουριστική προβολή του Δήμου (αφορά την υποστηρικτική δράση για αιτήματα συμμετοχής καθώς και στην εξειδικευμένη παροχή γνώσης). Η ένταξη του Δήμου σε δίκτυα θα συνεισφέρει τόσο στην ενίσχυση της εξωστρέφειας του όσο και στην προβολή του.

III. ΕΞΩΣΤΡΕΦΕΙΑ – ΕΚΔΗΛΩΣΕΙΣ

Η οργάνωση εκδηλώσεων και άλλων θεματικών ενεργειών, καθώς και η συμμετοχή σε κλασικές εκθέσεις τουρισμού ή σε σύγχρονες διαδικτυακές, είναι ενέργειες με εξωστρεφή χαρακτήρα και αποσκοπούν στην προβολή του τουριστικού περιεχομένου της περιοχής σε επαγγελματίες του τουρισμού και άλλους ενδιαφερόμενους.

Η εξέλιξη της πανδημίας (Covid-19), μετέφερε το ενδιαφέρον για την προβολή των προορισμών,

από τη συμμετοχή σε κλασικές εκθέσεις, στην παρουσία τους μέσω ψηφιακών μέσων.

Ο προϋπολογισμός των δράσεων εξωστρέφειας και εκδηλώσεων, είναι **77.000,00€** και αναλύονται, ως εξής :

A. Δράσεις με φυσική παρουσία

ΥΠΟΕΡΓΟ 10	Διοργάνωση Εκδηλώσεων – Θεματικών Ενεργειών για την προβολή και προώθηση της Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	15.000,00€

1. Συμμετοχή ή /και διοργάνωση ημερίδων, συνεδρίων και εκδηλώσεων τουριστικού ενδιαφέροντος σε εποχές χαμηλής επισκεψιμότητας για την τόνωση της περιοχής και την επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου.
2. Διοργάνωση εκδηλώσεων - παρουσιάσεων της πόλης μας, σε πόλεις της Ελλάδας, αλλά και φιλοξενία αντίστοιχων εκδηλώσεων άλλων πόλεων εδώ στα πλαίσια της ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού (γαστρονομικός, αθλητικός, συνεδριακός κ.α.). Οι δράσεις αυτές, προωθούν αποτελεσματικότερα την προβολή των συγκριτικών πλεονεκτημάτων της περιοχής μας και προάγουν την εξωστρέφεια της πόλης μας και των κατοίκων, ανοίγουν διαύλους επικοινωνίας μεταξύ των φορέων, δημιουργούν συνέργειες μεταξύ των επιχειρηματιών (B2B συναντήσεις, προβολή των προϊόντων και των υπηρεσιών) και ταυτόχρονα ενισχύουν την τοπική οικονομία (ξενοδοχεία, εστιατόρια, τοπικά ΜΜΕ, διάφοροι επαγγελματίες κ.α).
3. Προωθητικές ενέργειες σε μεγάλα εμπορικά κέντρα της Αθήνας και στο σταθμό μετρό του Συντάγματος στην Αθήνα με περίπτερο του Δήμου Καλαμάτας στα πλαίσια της ανάπτυξης του θεματικού τουρισμού (γαστρονομικός, αθλητικός, θρησκευτικός κ.α.).
4. Διοργάνωση εκδηλώσεων υποδοχής, με τοπικά προϊόντα, διανομή έντυπου υλικού καθώς και πολιτιστικές εκδηλώσεις (μουσικό-χορευτικά σχήματα, κτλ) σε επισκέπτες κρουαζιέρας στο Λιμάνι Καλαμάτας, καθώς και σε πτήσεις εσωτερικού και εξωτερικού στο Διεθνή Αερολιμένα Καλαμάτας.
5. Συμμετοχή του Δήμου Καλαμάτας σε εκδηλώσεις που ενισχύουν την επισκεψιμότητα της περιοχής και πραγματοποιούνται από τοπικούς συλλόγους ή και φορείς εκτός Καλαμάτας.
6. Ενέργειες για την ανάδειξη της προσβασιμότητας και του «προσβάσιμου τουρισμού για όλους» στην πόλη της Καλαμάτας.
Ο Δήμος της Καλαμάτας, έχοντας κάνει αρκετά βήματα στον τομέα της προσβασιμότητας, τόσο στον αστικό ιστό (πεζοδρόμια με οδηγούς όδευσης τυφλών, ράμπες για ΑμΕΑ, και εμποδιζόμενα άτομα κ.λ.π.), όσο και στην παράκτια ζώνη (seatrac, WC και ράμπες για ΑΜΕΑ, ναυαγοσώστες), μπορεί να αναδειχθεί σε ένα τουριστικό προορισμό προσβάσιμο για όλους.
7. Ενέργειες για την ανάπτυξη και προσέλκυση μαθητικών – εκπαιδευτικών εκδρομών, αξιοποιώντας την πλούσια ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά της Καλαμάτας και των γύρω περιοχών. Ενέργειες προώθησης και ενημέρωσης των ενδιαφερομένων στα σχολεία Δευτεροβάθμιας εκπαίδευσης όλης της Ελλάδας. Διαμόρφωση ενδεικτικών 3ημερων και 5ημερων πακέτων - δρομολογίων για καλύτερη εξυπηρέτηση καθώς και συνεργασία με τοπικές επιχειρήσεις για δημιουργία εκπαιδευτικών πακέτων.

8. Διοργάνωση ημερίδων και σεμιναρίων για την αναβάθμιση της ποιότητας των υπηρεσιών και την διασύνδεση του τουριστικού κεφαλαίου μέσα από συνέργειες δημόσιων και ιδιωτικών φορέων.

ΥΠΟΕΡΓΟ 11	Συμμετοχή σε εκθέσεις - συνέδρια
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	7.000,00€

Η συμμετοχή σε εκθέσεις όσον αφορά το Δήμο Καλαμάτας θα αποτελέσει ένα σημαντικό εργαλείο πρωτίστως για τη σύναψη επαγγελματικών σχέσεων και δευτερευόντως για την προβολή του προορισμού.

Η Περιφέρεια Πελοποννήσου έχει αναλάβει τη διοργάνωση του TBEX Europe 2023, το οποίο θα πραγματοποιηθεί από 8 έως 11 Μάϊου στην Καλαμάτα, όπου πριν και μετά θα πραγματοποιηθούν fam trips των συμμετεχόντων σε πολλούς προορισμούς σε όλη την Πελοπόννησο. Το TBEX είναι το μεγαλύτερο συνέδριο και εκδήλωση δικτύωσης για travel bloggers, δημοσιογράφους ταξιδιωτικού ρεπορτάζ, δημιουργούς περιεχομένου social media, τις μεγαλύτερες ταξιδιωτικές εταιρείες και επαγγελματίες του κλάδου. Ο Δήμος Καλαμάτας θα οργανώσει την υλοποίηση fam trips και σχετικών εκδηλώσεων σε επιδραστικούς travel bloggers και δημιουργούς περιεχομένου με σκοπό την παγκόσμια προβολή του προορισμού μέσω αυτών.

ΥΠΟΕΡΓΟ 12	Διοργάνωση ταξιδιών εξοικείωσης για επαγγελματίες τουρισμού και συντάκτες.
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00€

Τα ταξίδια εξοικείωσης αποτελούν ένα στοχευμένο και αποτελεσματικό τρόπο, για την οργάνωση επίσκεψης στην Καλαμάτα, από επαγγελματίες του τουρισμού, τουριστικούς συντάκτες, blogger's, κ.ά.

Στόχος δράσεων αυτών όπως τα ταξίδια εξοικείωσης ή γνωριμίας, αποτελεί η άμεση επαφή των φιλοξενούμενων επισκεπτών απευθείας με τον προορισμό, με το τουριστικό κεφάλαιο της Καλαμάτας, αλλά και τους επαγγελματίες.

Τα ταξίδια γνωριμίας ή εξοικείωσης (fam trips) αποτελούν μια διεθνή πρακτική με σημαντικά ανταποδοτικά οφέλη για τον προορισμό που τα πραγματοποιεί. Τα πλεονεκτήματα από αντίστοιχες δράσεις είναι ότι η πληροφορία έχει το ελάχιστο κόστος σε σχέση με μια καταχώρηση σε MME εγχώρια ή του εξωτερικού ενώ η πληροφορία έχει μεγαλύτερη ανταπόκριση στο αναγνωστικό κοινό.

Η μορφή των ταξιδίων γνωριμίας ποικίλουν είτε με την διοργάνωση τους αποκλειστικά από τον Δήμο Καλαμάτας είτε σε συνδιοργάνωση με άλλους δημόσιους φορείς (ΕΟΤ, Περιφέρεια) ή φορείς τουρισμού όπως η Ένωση Ξενοδόχων. Όταν πρόκειται για συνδιοργάνωση με άλλο φορέα (τουριστικοί οργανισμοί, ένωση ξενοδόχων, επιμελητήρια) τότε μπορεί να αποφευχθεί σημαντικό μέρος των εξόδων. Για το λόγο αυτό θα επιδιωχθεί η συνεννόηση και η συνεργασία με τους τοπικούς τουριστικούς φορείς για την καλύτερη διοργάνωση αντίστοιχων ταξιδίων.

Η επιλογή των επαγγελματιών τουρισμού ή των δημοσιογράφων θα γίνεται είτε σε συνεργασία με τα γραφεία του ΕΟΤ είτε σαν αποτέλεσμα επαφής σε μια έκθεση ή άλλη δράση εξωστρέφειας.

B. Δράσεις με χρήση διαδικτύου.

ΥΠΟΕΡΓΟ 13	Διοργάνωση διαδικτυακού εκπαιδευτικού σεμιναρίου (on-line Training) σε επαγγελματίες τουρισμού ή θεματικών ομάδων για την προώθηση του τουριστικού προϊόντος του Δήμου Καλαμάτας
ΠΡΟΥΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ	8.000,00€

Η διοργάνωση Ψηφιακού Εκπαιδευτικού Σεμιναρίου (Online Training) έχει ως στόχο την καινοτόμο προβολή του τουριστικού κεφαλαίου της Καλαμάτας στα κρίσιμα κοινά του εξωτερικού αλλά και του εσωτερικού (tour operators, travel agents, Ταξιδιωτικά γραφεία και Δημοσιογράφοι, ψηφιακούς νομάδες, ομάδες εναλλακτικού τουρισμού).

Με το online εκπαιδευτικό σεμινάριο οι συμμετέχοντες, θα έχουν τη δυνατότητα να γνωρίσουν και να μελετήσουν από τον υπολογιστή τους, το προσφερόμενο τουριστικό προϊόν και τα τουριστικά χαρακτηριστικά της Καλαμάτας και στο τέλος να λάβουν πιστοποίηση για τη γνώση τους αναφορικά με τον τουριστικό προορισμό.

Το ψηφιακό σεμινάριο (Online training) για τη Καλαμάτα θα αποτελεί μια ψηφιακή πλατφόρμα που θα δημιουργηθεί-προσαρμοστεί ειδικά για τον Δήμο Καλαμάτας και η οποία θα διαρθρώνεται σε μία σειρά από ενότητες με αντικείμενο το τουριστικό προϊόν του προορισμού αλλά και εμπειρικά προϊόντα και υπηρεσίες που θα επιλεγούν να αναδειχθούν.

Οι ανωτέρω δράσεις θα βαρύνουν τον Κ.Α. Εξόδων 00.6431 με τίτλο « Έξοδα ενημέρωσης και προβολής δραστηριοτήτων του Δήμου Καλαμάτας», με συνολικό ποσό 150.000,00 €.

IV. ΕΠΙΠΛΕΟΝ ΑΡΜΟΔΙΟΤΗΤΕΣ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ

Το Τμήμα Τουρισμού διαχειρίζεται την λήψη και διατήρηση της Γαλάζιας σημαίας στις πολυσύχναστες ακτές του Δήμου Καλαμάτας που βαρύνουν το Κ.Α. Εξόδων 70.02.6162 με τίτλο «Παροχή Υπηρεσίας και ναυαγοσωστική κάλυψη των πολυσύχναστων παραλιών του Δήμου Καλαμάτας», με συνολικό ποσό 350.000,00€.

Το πρόγραμμα «Γαλάζια Σημαία» χειρίζεται στη χώρα μας η Ελληνική Εταιρία Προστασίας της Φύσης (ΕΕΠΦ). Μια ακτή βραβευμένη με «Γαλάζια Σημαία» αποκτά προστιθέμενη εθνική αξία αλλά και διεθνή αναγνωρισιμότητα ως οργανωμένη, με παροχή υπηρεσιών υψηλού επιπέδου προς τους λουόμενους-χρήστες των ακτών, με αποτέλεσμα την τουριστική προβολή του Δήμου μας. Η «ΓΑΛΑΖΙΑ ΣΗΜΑΙΑ» σύμβολο ποιότητας, απονέμεται σε πλήρως οργανωμένες ακτές, σύμφωνα με τα Κριτήρια του Προγράμματος, που διαχειρίζονται παράκτιοι Δήμοι. Στο Δήμο Καλαμάτας σε τέσσερες (4) ακτές έχει απονεμηθεί η γαλάζια σημαία για 2022 «Ανατολική Καλαμάτα 1- Ανάσταση», «Ανατολική Καλαμάτα 2- Τέρμα Ναυαρίνου», «Βέργα – Αλμυρός» και «Μικρή Μαντίνεια» και είναι υποψήφια η ακτή «Δυτική Καλαμάτα – Κορδία» (αναμένεται η απονομή της το 2023)

Η ναυαγοσωστική κάλυψη των παραλιών του Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2023 αφορά:

Α. Για την χρονική περίοδο από 1η Μαΐου 2023 έως 31η Μαΐου 2023. Η υπηρεσία αφορά τοποθέτηση ναυαγοσωστικού πύργου και παροχή ναυαγοσωστικής βοήθειας σε δυο θέσεις στην Ανατολική παραλία του Δήμου. Οι παραπάνω υπηρεσίες κρίνονται απαραίτητες για να επιτευχθεί παροχή ναυαγοσωστικής βοήθειας προς τους λουόμενους στην παραλία που εφάπτεται με την πόλη και στην οποία παρουσιάζεται χρήση της από λουόμενους κατά τον μήνα Μάιο , πριν την έναρξη της κολυμβητικής περιόδου.

Β. Χρονική περίοδο από 1η Ιουνίου 2023 έως 30η Σεπτεμβρίου 2023 (4 μήνες). Η υπηρεσία αφορά την ναυαγοσωστική κάλυψη των πολυσύχναστων παραλιών την περίοδο.

Παράλληλα για το 2023 διαχειρίζεται την βελτίωση των υποδομών για την εξασφάλιση της ανανέωσης της διάκρισης της γαλάζιας σημαίας στις ακτές του. Η υλοποίηση της βελτίωσης του εξοπλισμού για την λήψη και διατήρηση της Γαλάζιας Σημαίας στις πολυσύχναστες ακτές του Δήμου Καλαμάτας της υποδομών Γαλάζιας Σημαίας βαρύνουν το Κ.Α. Εξόδων 70.02.7135.11, με συνολικό ποσό 10.000,00€

Με την ολοκλήρωση της διαλογικής συζήτησης **αποφασίστηκε** ως εισήγηση στο Δημοτικό Συμβούλιο, για το πρόγραμμα δράσης του 2023, να αποτελούν οι απόψεις όλων των μελών της επιτροπής.

Μετά το πέρας της συζήτησης των θεμάτων της ημερήσιας διάταξης, ο Πρόεδρος λύει την συνεδρίαση. Έτσι συντάσσεται το Πρακτικό αυτό και υπογράφεται, όπως ακολουθεί:

Ο ΠΡΟΕΔΡΟΣ

Νίκος Μπασακίδης

ΤΑ ΜΕΛΗ

1. Κουράκλη Παναγιώτα
2. Κλάδης Παύλος
3. Αναστασόπουλος Χρήστος
4. Ανδριανόπουλος Κωνσταντίνος
5. Τριγκιλίδας Βασίλειος
6. Λαγός Αθανάσιος
7. Ξανθάκη Αθηνά
8. Μελεξοπούλου Χριστίνα
9. Πατριαρχέας Δημήτριος