



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

**Ταχ. Δ/ση:** Αθηνών 99  
**Πληροφορίες:** Γιαννακόπουλος Νικόλαος  
**Τηλέφωνο:** 2721360865  
**E-mail:** [n.giannakopoulos@kalamata.gr](mailto:n.giannakopoulos@kalamata.gr)

**Προς:** ΕΟΤ  
Διεύθυνση Τουριστικής  
Προβολής  
Τμήμα Σχεδιασμού και  
Συντονισμού  
Τουριστικής Προβολής  
[regional\\_promo@gnto.gr](mailto:regional_promo@gnto.gr)

## **ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΕΡΓΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΤΟΥ ΔΗΜΟΥ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ ΓΙΑ ΤΟ ΕΤΟΣ 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 «**Ηλιος 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.

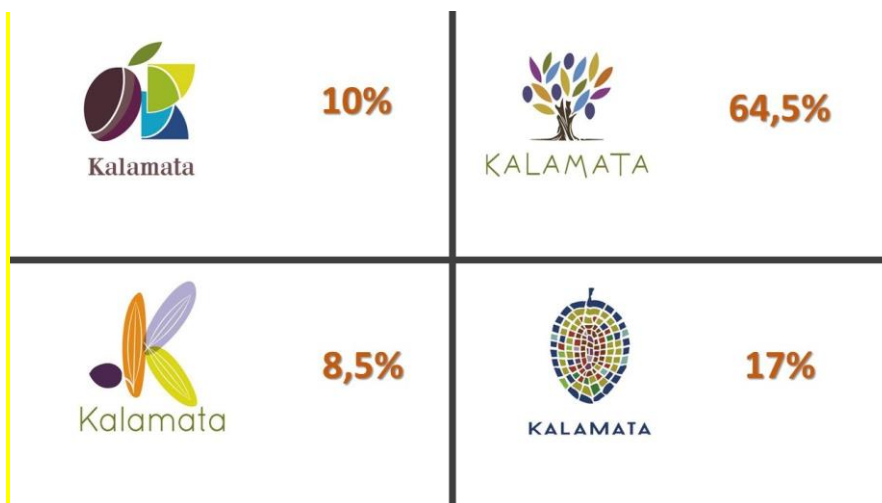
Περιλαμβάνει τις διαθέσιμες και δυνατές επιλογές, τόσο σε στρατηγικό όσο και σε επιχειρησιακό επίπεδο, μεταξύ των οποίων θα καθοριστεί η βέλτιστη Στρατηγική.

- 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 φύλλα και καρπούς Ελιάς Καλαμάτας» με την οποία συνδέονται ενδεικτικά οι έννοιες : αιωνόβιο, περιβάλλον, ελαιόδεντρο, καρπός, πολυμορφία, ρίζες, κίνηση, παράδοση, πολιτισμός, ελευθερία, συγκέντρωσε 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

ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ  
Destination Branding

PALLADIAN | dasc branding

KALAMATA DESTINATION BRANDING  
ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΕΣ ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΣΗΜΑΤΟΣ



ΔΗΜΟΣ ΚΑΛΑΜΑΤΑΣ

ΝΕΑ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΤΑΥΤΟΤΗΤΑ  
Destination Branding

PALLADIAN | dasc 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

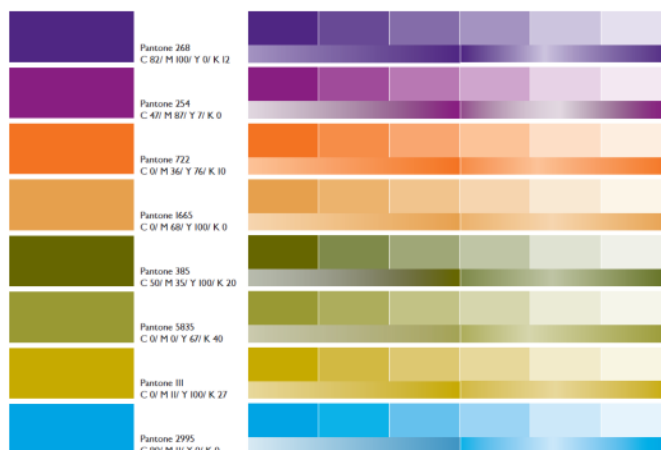
ελληνική και διεθνή τουριστική αγορά. Η νέα τουριστική ταυτότητα (destination brand) θα αξιοποιηθεί σε όλες τις ενέργειες τουριστικής προβολής που θα υλοποιήσει ο Δήμος εφεξής.

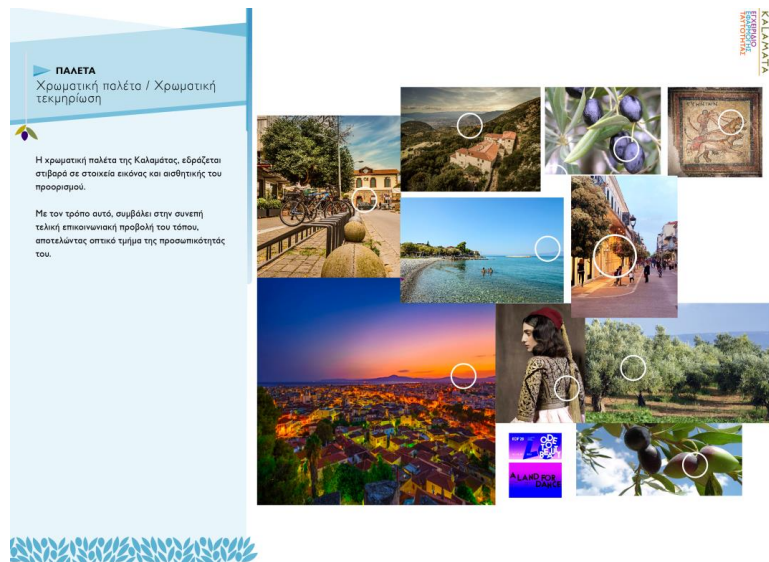
Η νέα ταυτότητα απευθύνεται στην τουριστική αγορά, δηλ. στο ταξιδιωτικό/καταναλωτικό κοινό της Ελλάδας και του εξωτερικού, καθώς και στις επιχειρήσεις που οργανώνουν και πωλούν ταξίδια (το λεγόμενο travel trade που περιλαμβάνει επιχειρήσεις όπως λ.χ. tour operators, τουριστικά γραφεία, εταιρίες κρουαζιέρων, 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.

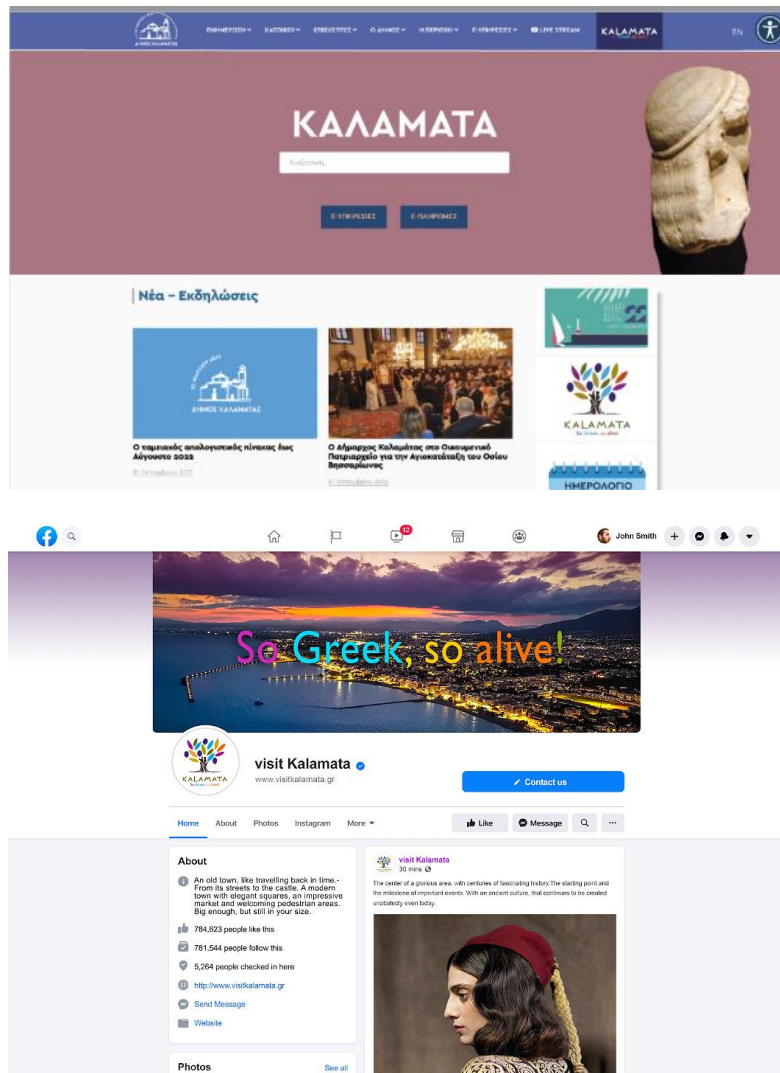
### **Δημιουργήθηκαν εικαστικές εφαρμογές της νέας τουριστικής ταυτότητας της Καλαμάτας και συγκεκριμένα:**

- **Χρωματική παλέτα:**

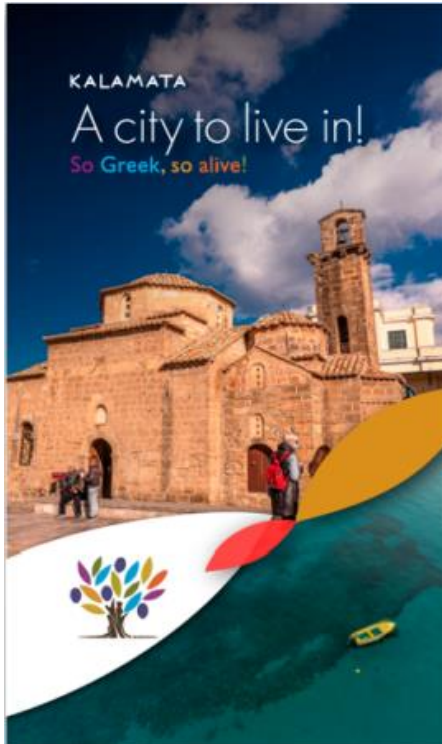




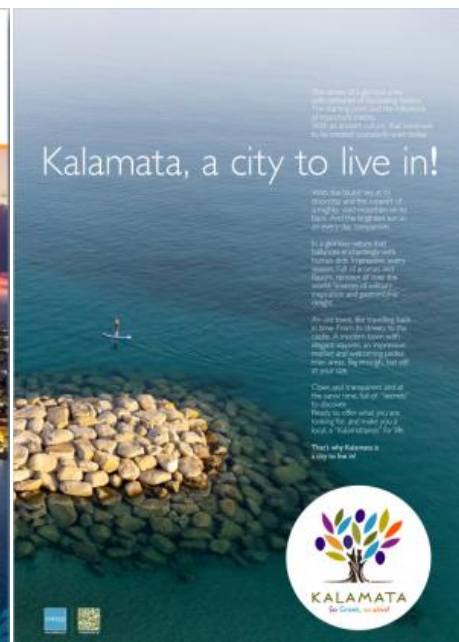
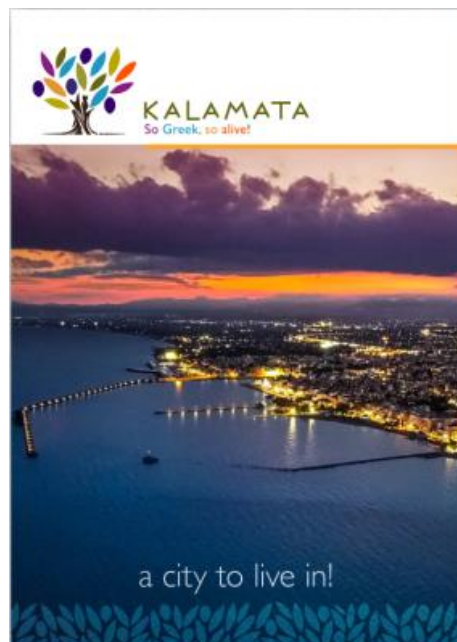
- **Μακέτες ιστοσελίδων για το επίσημο τουριστικό portal του Δήμου**



- Έντυπο «rocket»



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



- Μακέτας για δισέλιδες διαφημιστικές καταχωρήσεις («σαλότι») 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.

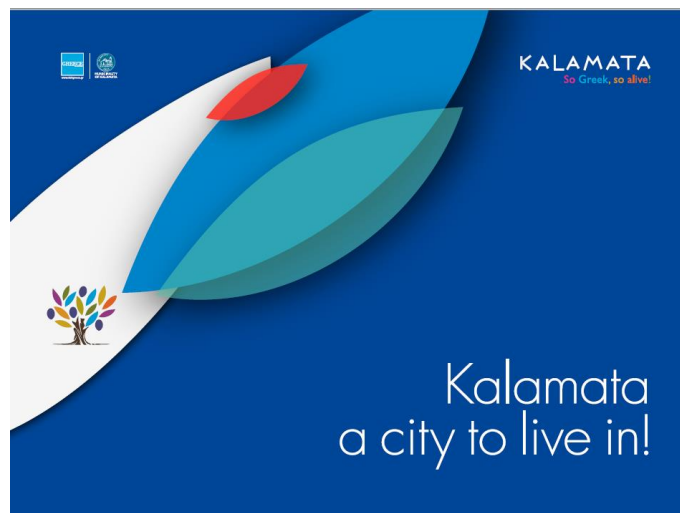




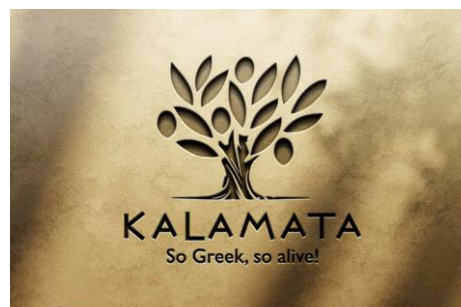
- Παραλλαγές ενός press kit, δηλ. ενός φακέλου που θα περιέχει υλικό για δημοσιογράφους



- 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

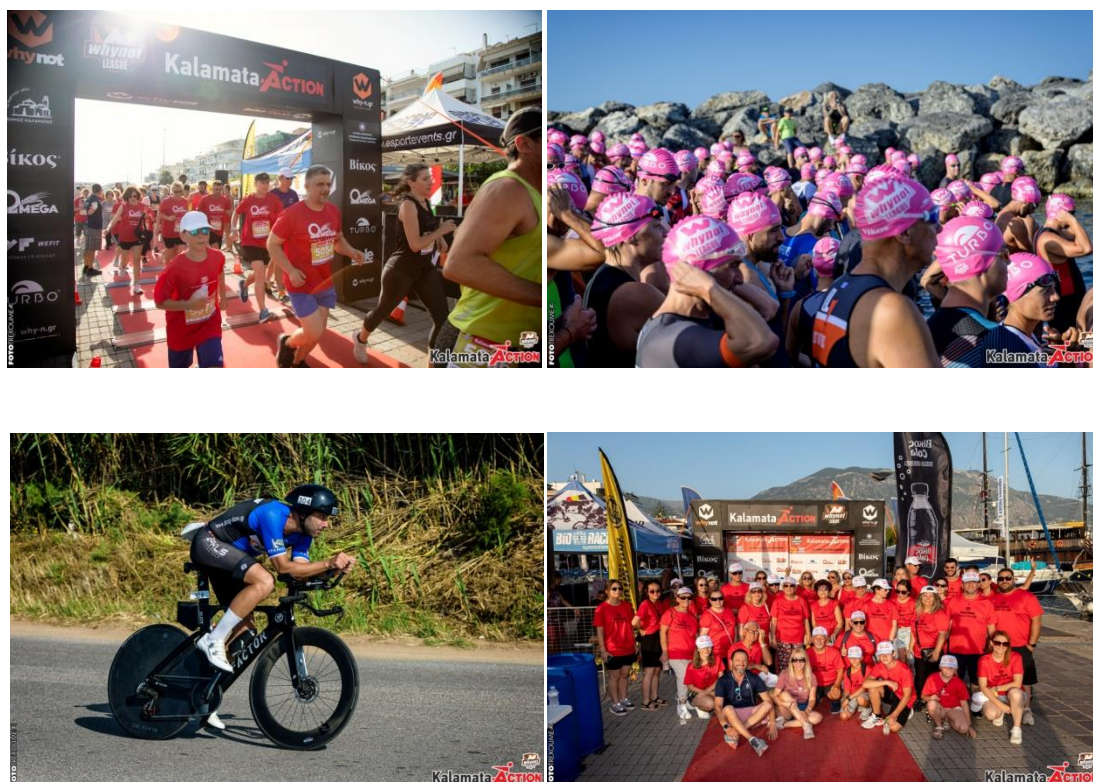
Οργανώθηκαν θεματικές εκδηλώσεις με σκοπό την ανάδειξη των ιδιαιτεροτήτων της περιοχής και την προβολή ενός χαρτοφυλακίου πολλαπλών τουριστικών προϊόντων.

- **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 Αριστομένους, στην είσοδο του Ιστορικού Δημαρχείου, εορτάστηκε από το Δήμο Καλαμάτας, Παγκόσμια Ημέρα Τουρισμού της 27<sup>ης</sup> 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 γευσιγνωσίας για τους επισκέπτες. Η Παρασκευή 25 Νοέμβριου ήταν αφιερωμένη στον Οίνο, στα ποτά και αποστάγματα και το Σάββατο 26 Νοέμβριου, με αφορμή και τη παγκόσμια μέρα ελιάς, στη ελιά. Το Σάββατο σε ανοιχτή για το κοινό εκδήλωση έγινε γευσιγνωσία 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.

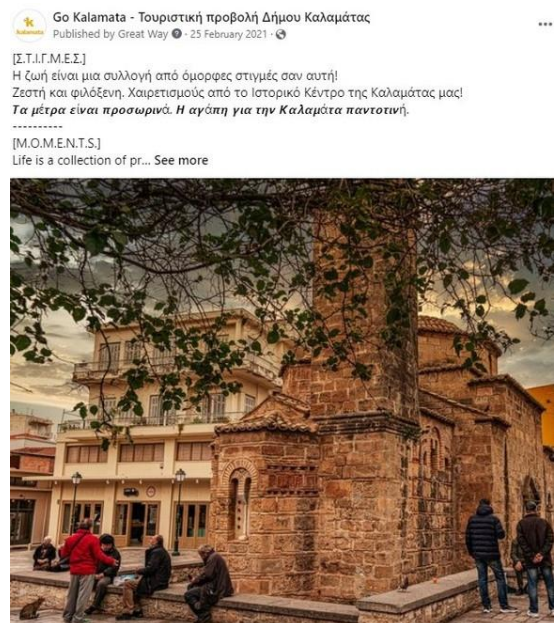
Η τουριστική προβολή μέσα από τα Social Media που συνεχίστηκε και το 2022 από της 1 Ιανουαρίου έως της 31 Μάϊου στοχεύει στη θετική μετάδοση του μηνύματος «Go Kalamata» και στην παρουσίαση της Καλαμάτας ως τουριστικού προορισμού για όλες τις εποχές, με έναν σύγχρονο και ελκυστικό τρόπο.

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:





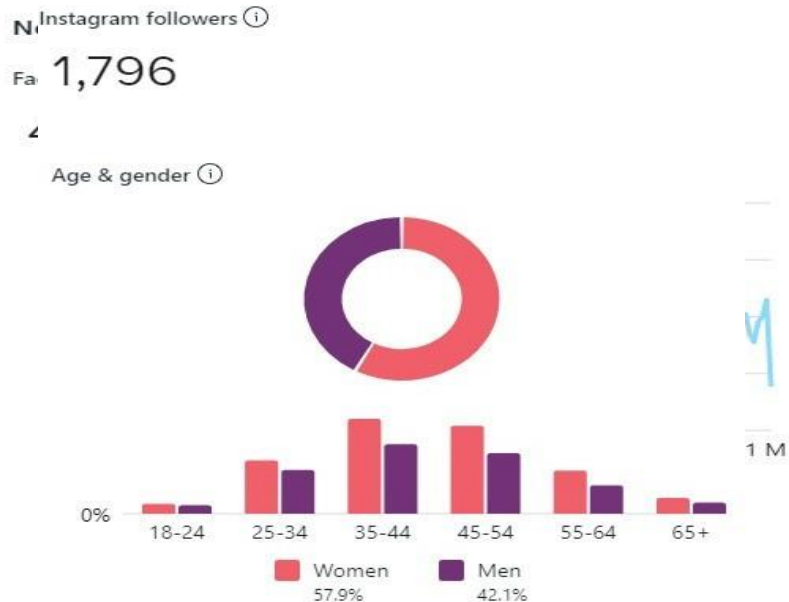
Το κοινό που εκτίθεται στην επικοινωνία προέρχεται από:

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..

**Ακόλουθοι/Followers**



### 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 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)**

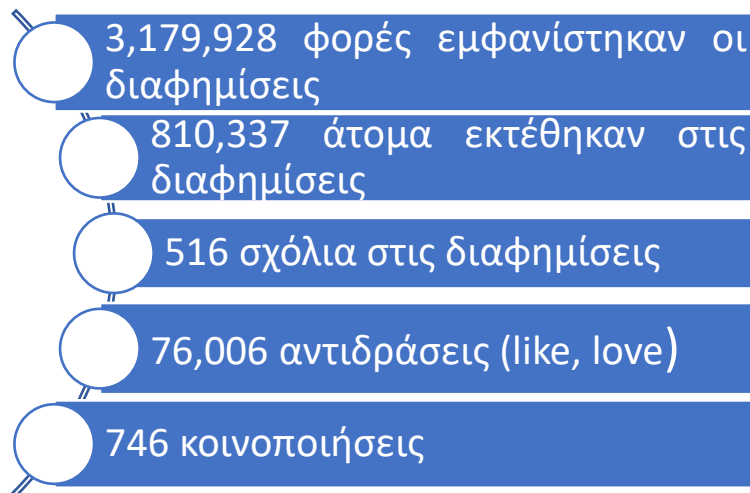
Η καμπάνια περιλάμβανε εμφανίσεις σχετικά με τις παρακάτω κατηγορίες

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-tyrou/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-ypostirixsis>, 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](http://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 Ταΰγétου, 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 καπνίζει». 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 αποτσίγαρα 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 περιοχή μας.

Η εκτεταμένη χρήση τους θα βοηθήσει την άμμο της παραλιακής ζώνης να διατηρείται καθαρή, απαλλαγμένη από τα αποτσίγαρα 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 Πορτοκάλου). 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 & Έξυπνων πόλεων. Αποτέλεσμα της δράσης αυτής είναι τα αντικείμενα που παρουσιάστηκαν στην έκθεση 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.

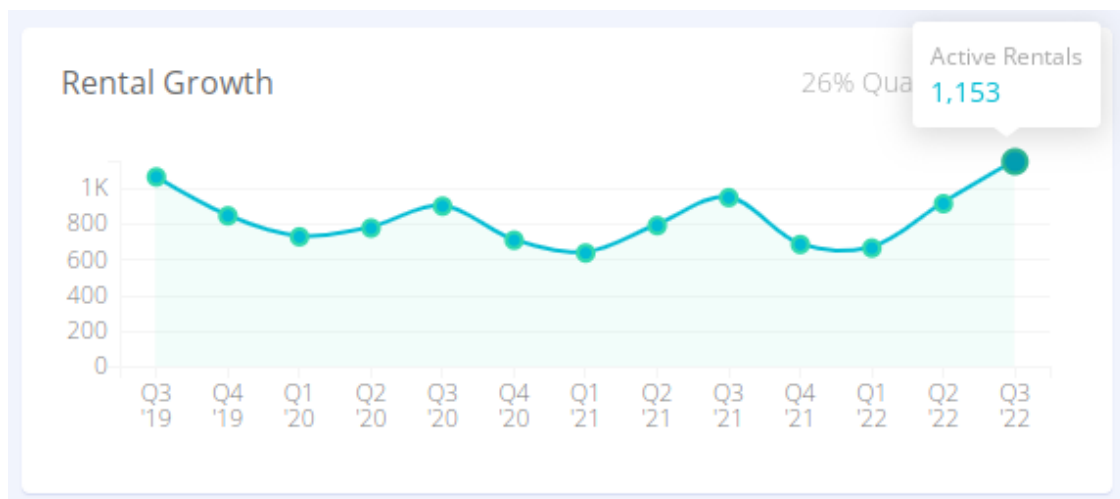
ΑΝΑΛΥΤΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΠΤΗΣΕΩΝ & ΑΦΙΞΕΩΝ ΑΠΟ ΤΟ 2019 ΕΩΣ 2022								
	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ			ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ				
	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ		ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ			
ΕΤΟΣ		ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ		ΑΦΙΞΕΙΣ	ΑΝΑΧΩΡΗΣΕΙΣ	ΠΤΗΣΕΙΣ	ΕΠΙΒΑΤΕΣ
2019	713	11.916	12.243	2.801	152.083	155.650	3.514	331.892
2020	285	5.180	5.253	820	38.123	38.722	1.105	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.ypa.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.

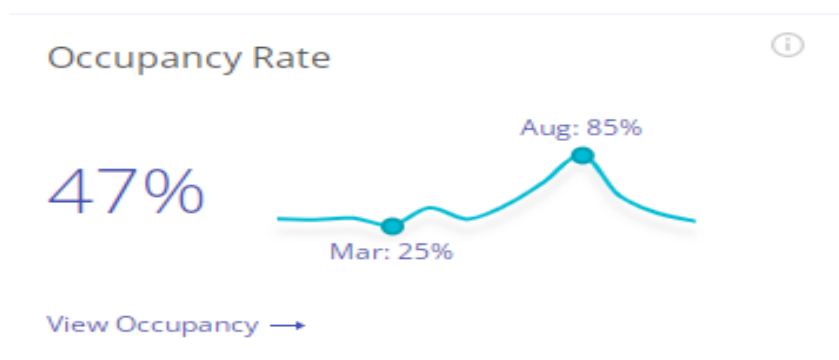
(Πηγή: <https://www.airdna.co/vacationrentaldata/app/gr/default/kalamata/overview>).



Αριθμός καταλυμάτων 2019-2022.

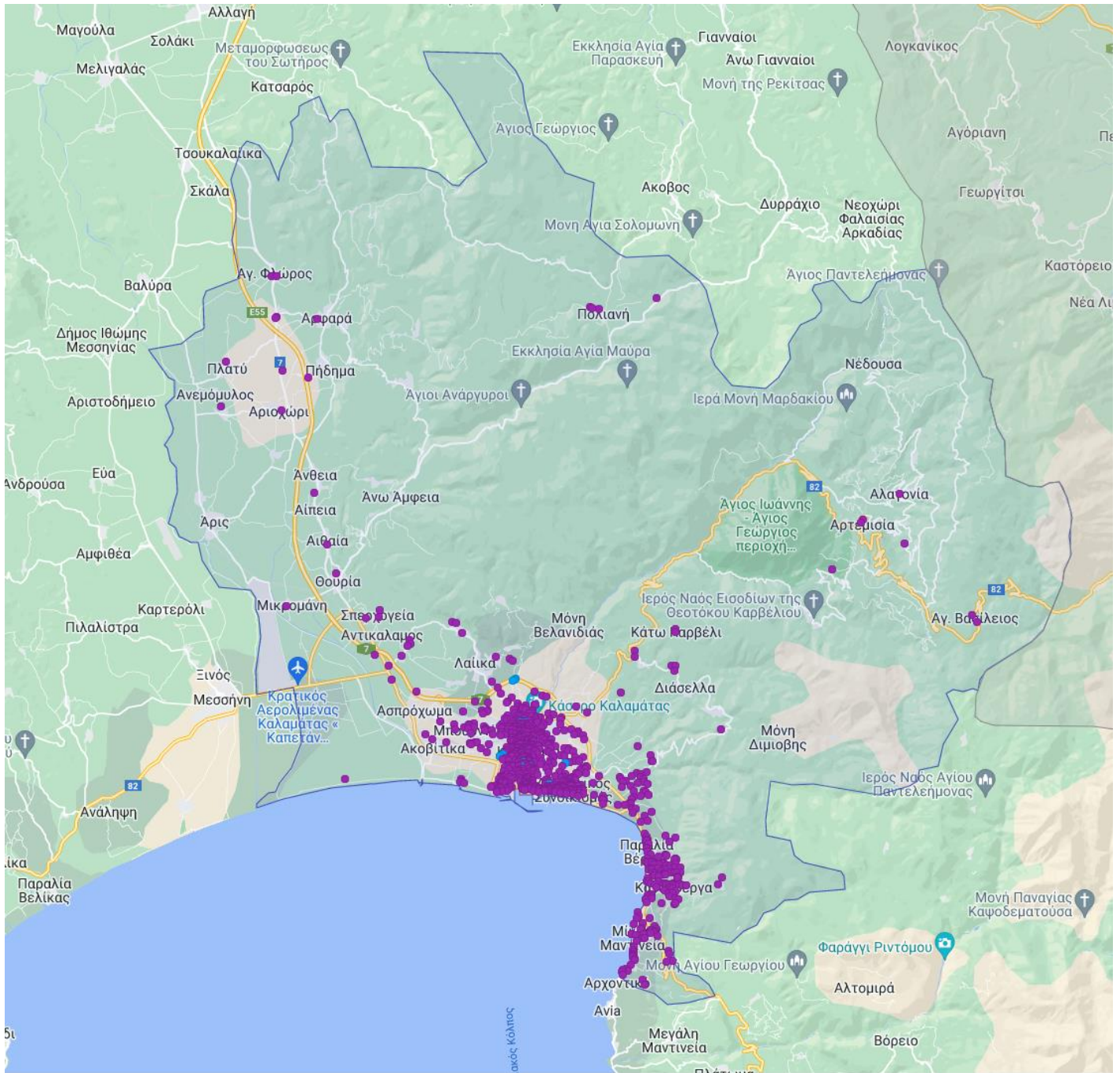


Είδος Καταλυμάτων 2022





## 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**

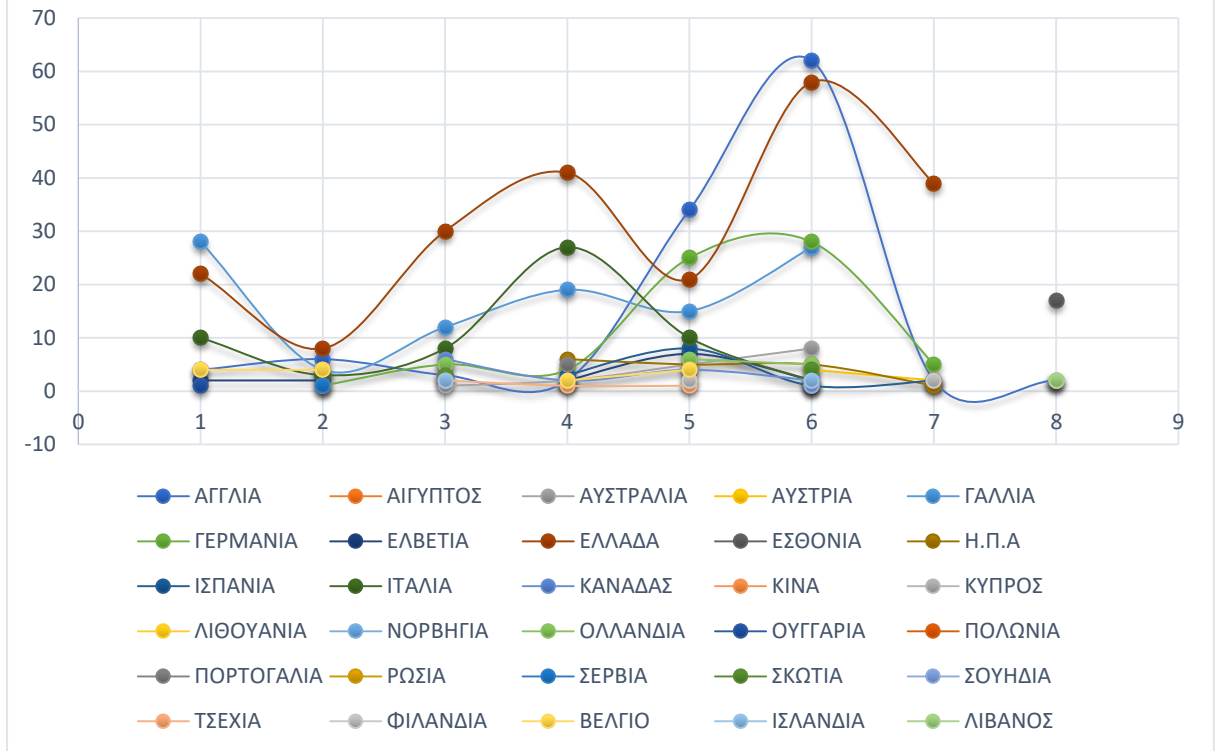
ΕΤΟΣ	2019 (έως 15-3-2019)	2020 (έως 15-3-2020)	2021 (από 01-06-2021 έως 30-09-2021)	2022 (από 01-05-2022 έως 31-12-2022)
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ	245	315	331	812

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.

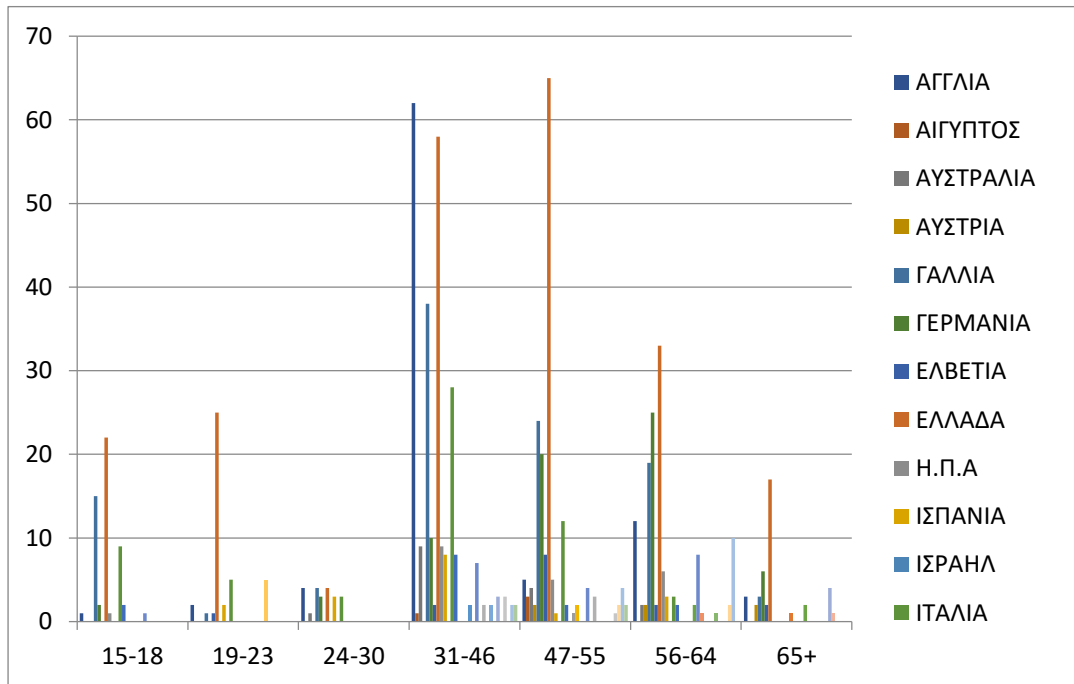
ΧΩΡΑ	ΜΑΙΟΣ	ΙΟΥΝΙΟΣ	ΙΟΥΛΙΟΣ	ΑΥΓΟΥΣΤΟΣ	ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ	ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ	ΝΟΕΜΒΡΙΟΣ	ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΣ
ΑΓΓΛΙΑ	4	6	3	2	34	62	2	2
ΑΙΓΥΠΤΟΣ				4				
ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ			1	2	5	8		
ΑΥΣΤΡΙΑ						4	2	
ΓΑΛΛΙΑ	28	4	12	19	15	27		
ΓΕΡΜΑΝΙΑ		1	5	4	25	28	5	
ΕΛΒΕΤΙΑ	2	2		2	7	2		
Ελλάδα	22	8	30	41	21	58	39	
ΕΣΘΟΝΙΑ								17
Η.Π.Α		4		6	5	5	1	
ΙΣΠΑΝΙΑ		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).

<b>ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΙ ΧΩΡΟΙ ΚΑΙ ΜΟΥΣΕΙΑ</b>				
<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>2020</b> <b>(κλειστοί για 4</b> <b>μήνες)</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ</b> <b>%</b>
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%

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

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

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).

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

#### **7. Στρατιωτικό Μουσείο**

(Πηγή: Στρατιωτικό Μουσείο).

<b>ΣΤΡΑΤΙΩΤΙΚΟ ΜΟΥΣΕΙΟ</b>				
<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>
<b>ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ</b>	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%.

<b>ΑΦΙΞΕΙΣ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΟΠΛΟΙΩΝ</b>				
<b>ΕΤΟΣ</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>ΜΕΤΑΒΟΛΗ</b>
				<b>%</b>
<b>ΣΥΝΟΛΟ ΕΠΙΒΑΤΩΝ</b>	0	3.058	11.337	82 %

## **ΙΧ. ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΟΣ ΑΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ**

**ΕΡΓΑ ΒΑΣΗ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΠΡΟΒΟΛΗΣ 2022  
70/2022 ΑΠΟΦΑΣΗ ΔΣ ΠΟΥ ΑΝΑΤΕΘΗΚΑΝ**

<b>ΥΠΟΕΡΓΟ</b>	<b>ΔΡΑΣΗ</b>	<b>ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>	<b>ΠΛΗΡΩΜΕΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>
Υποέργο 1	Σχέδιο μάρκετινγκ - στρατηγικής επικοινωνίας και προβολής του τουριστικού προορισμού Καλαμάτα.	12.400	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 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	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 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.	align="center">37.200	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 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
			<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 4.340,00 «Μεταφορά ιδιοκτησίας domain της ιστοσελίδας <a href="http://www.workfromkala mata.gr">www.workfromkala mata.gr</a> 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	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 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	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ:</b> 13.020,00  «Καλαμάτα 2022. Ημέρες τοπικής γαστρονομίας.».	13.020,00
<b>ΣΥΝΟΛΟ με ΦΠΑ 24%</b>		<b>93.200</b>	<b>65.769,40</b>	<b>61.429,40</b>



<b>ΕΡΓΑ ΤΟΥ ΤΜΗΜΑΤΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ</b>			
<b>ΕΡΓΟ</b>	<b>ΕΝΔΕΙΚΤΙΚΟ ΚΟΣΤΟΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>	<b>ΚΟΣΤΟΣ ΑΝΑΘΕΣΗΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>	<b>ΠΛΗΡΩΜΕΣ (ΜΕ ΦΠΑ) ΣΕ ΕΥΡΩ</b>
Μελέτη για την παροχή: « Παροχής Υπηρεσιών για την Ναυαγοσωστική κάλυψη πολυσύχναστων παραλιών του Δήμου Καλαμάτας για το έτος 2022»	340.000	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 339.267,60</b>  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 Σημαίας στις πολυσύχναστες ακτές του Δήμου Καλαμάτας»	10.000	<b>ΑΙΤΗΘΗΚΑΝ: 9.920,00</b>  16/12/2022 Σύμβαση/ανάθεση. Προβλέπεται η ολοκλήρωση 16/06/2023	
<b>ΣΥΝΟΛΟ με ΦΠΑ 24%</b>	<b>350.000</b>	<b>349.187,60</b>	<b>339.267,60</b>

Ο Προϊστάμενος  
Τμήματος Τουρισμού  
  
Νικόλαος Γιαννακόπουλος

Η Διευθύντρια  
Προγραμματισμού Ανάπτυξης &  
Ευρωπαϊκών Θεμάτων  
  
Παναγιώτα Κουράκλη

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

Νίκος Β. Μπασακίδης