

Θεσσαλονίκη, 06/10/2025

Από:

Προς:

WISE RAM S.A.

ΔΗΜΟ ΠΥΡΓΟΥ

Μονοπρόσωπη Ανώνυμη Εταιρεία

ΔΗΜΟΤΙΚΟ ΛΙΜΕΝΙΚΟ ΤΑΜΕΙΟ

Προξένου Κορομηλά 19

ΠΥΡΓΟΥ

ΤΚ:54623

Θεσσαλονίκη

Θέμα: Διαβίβαση περιγραφής Π1: Έρευνα Πεδίου

Σήμερα, Δευτέρα 06 Οκτωβρίου, σας αποστέλλουμε ακολούθως σχετική περιγραφή του Παραρτήματος 1 (Π1), όπως αυτή αναφέρεται στην από 06.05.2025 σύμβαση ανάθεσης υπηρεσίας με τίτλο «Κατάρτιση ολοκληρωμένου στρατηγικού σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης Πύργου Κατακόλου» και την υπ' αρ. 18/2025 αριθ.πρωτ.839/28-04-2025 με (ΑΔΑ: 917ΥΟΛΚΑ-5ΛΠ) απόφαση Προέδρου του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου Πύργου περί απευθείας ανάθεσης, μεταξύ της εταιρείας με την επωνυμία Wise Ram Μονοπρόσωπη Α.Ε.

Για την Wise Ram Α.Ε.

WISE RAM S.A.
ΜΟΝΟΠΡΟΣΩΠΗ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ
ΠΡΟΞΕΝΟΥ ΚΟΡΟΜΗΛΑ 19 - ΤΚ: 54622, ΘΕΣ/ΝΙΚΗ
ΤΗΛ: 820 6746 46232
ΑΦΜ: 801214468 - ΔΟΥ: ΦΑΕ ΘΕΣ/ΝΙΚΗΣ

Act
not

Σπυρίδων Πέγκας

Διευθύνων Σύμβουλος

Δήμος Πύργου
Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Πύργου

Παραδοτέο 1

Έρευνα Πεδίου

- 1. Διενέργεια και συμμετοχή σε ανοιχτή διαδικασία διαβούλευσης με τοπικούς επαγγελματίες και φορείς.**
- 2. Διεξαγωγή έρευνας με τη μορφή ηλεκτρονικών ή και δια ζώσης ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων με επισκέπτες, κατοίκους και επαγγελματίες του Κατάκολου και Δήμου Πύργου**
- 3. Δευτερογενής έρευνα, συγκέντρωση στοιχείων και ποικιλίας προσλήψεων τρίτων για τον προορισμό**
- 4. Σχέδιο πρότασης διασύνδεσης των τοπικών επαγγελματιών και λοιπών εταίρων που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία με στόχο τη δημιουργίας μιας Τοπικής Συμμαχίας**

Contents

Έρευνα Πεδίου	2
Εισαγωγή.....	4
Διενέργεια και συμμετοχή σε ανοιχτή διαδικασία διαβούλευσης με τοπικούς επαγγελματίες και φορείς.	5
Διεξαγωγή έρευνας με τη μορφή ηλεκτρονικών ή και δια ζώσης ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων με επισκέπτες, κατοίκους και επαγγελματίες του Κατακόλου και Δήμου Πύργου	7
Αποτελέσματα Έρευνας – Κάτοικοι/Δημότες	9
Αποτελέσματα Έρευνας – Γενικοί Επισκέπτες.....	30
Δευτερογενής έρευνα, συγκέντρωση στοιχείων και ποικιλίας προσλήψεων τρίτων για τον προορισμό	37
Σχέδιο πρότασης διασύνδεσης των τοπικών επαγγελματιών και λοιπών εταίρων που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία με στόχο τη δημιουργία μιας Τοπικής Συμμαχίας	39
Συμπέρασμα	41

Εισαγωγή

Ο δήμος Πύργου, του Νομού Ηλείας, αποτελεί έναν τόπο με πλούσια ιστορία, ισχυρή πολιτιστική ταυτότητα και στρατηγική γεωγραφική θέση. Η πόλη του Πύργου διατηρεί στοιχεία έντονης αστικότητας, ενώ περιβάλλεται και από εύφορες εκτάσεις, παραθαλάσσιες ζώνες και μνημεία πολιτιστικής κληρονομιάς. Το λιμάνι του Κατάκολου, μία από τις σημαντικότερες πύλες εισόδου κρουαζιέρας στην Ελλάδα, προσδίδει στον προορισμό διεθνή αναγνωρισιμότητα και αναπτυξιακή δυναμική. Ο δήμος Πύργου ασκεί την ευθύνη και διοικητική μέριμνα στο λιμάνι μέσω του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου.

Η περιοχή συνδέεται άμεσα με το αρχαίο μεγαλείο της Ολυμπίας, που βρίσκεται σε μικρή απόσταση, και με το φυσικό πλούτο του Αλφειού ποταμού, ενώ διαθέτει ένα πλούσιο παραλιακό μέτωπο προσφέροντας εξαιρετικές δυνατότητες αναψυχής. Η γαστρονομία της Ηλείας, τα τοπικά, αγροτικά της προϊόντα, οι παραδόσεις και τα τοπικά πολιτιστικά δρώμενα ενισχύουν τη μοναδικότητα και την αυθεντικότητα του τόπου.

Όλα αυτά τα στοιχεία συνθέτουν ένα μωσαϊκό χαρισμάτων που μπορούν να προσδώσουν στον Πύργο και στο επίνειο του, το Κατάκολο, μια ισχυρή εξωστρεφή προοπτική, με δυνατότητες προσέλκυσης επισκεπτών, επενδυτών και δημιουργικών συνεργασιών. Ωστόσο, παρά τα πλεονεκτήματά του, ο δήμος Πύργου δεν έχει καταφέρει μέχρι σήμερα να κεφαλαιοποιήσει πλήρως τα συγκριτικά του χαρακτηριστικά. Ενέργειες που έχουν υλοποιηθεί κατά καιρούς χαρακτηρίζονται από ασυνέχειες και αποσπασματικότητα, ενώ η απουσία μακρόπνοης στρατηγικής περιόρισε την αναπτυξιακή του δυναμική.

Επιπλέον, η συγκυρία της εγγύτητας με ιδιαίτερα αναπτυγμένους ή ανερχόμενους τουριστικούς προορισμούς της Δυτικής Ελλάδας, καθώς και οι μέχρι πρόσφατα αδυναμίες υποδομών και συντονισμού, δυσκολεύουν τον Πύργο και το Κατάκολο να

διακριθούν με ξεκάθαρο αναπτυξιακό στίγμα. Η έλλειψη σχεδιασμένων μηχανισμών προβολής και εξωστρέφειας περιορίζει ένα μέρος της ανταγωνιστικότητας της περιοχής.

Σήμερα, η συγκυρία είναι ευνοϊκή ώστε, μέσα από τη σύμπραξη τοπικών και περιφερειακών δυνάμεων και την αξιοποίηση εθνικών και ευρωπαϊκών εργαλείων, να τεθούν τα θεμέλια για μια συνεκτική και βιώσιμη στρατηγική. Ο Πύργος με το Κατάκολο καλούνται να αποδείξουν ότι πέρα από το ιστορικό και πολιτισμικό τους υπόβαθρο μπορούν να εξελιχθούν σε έναν τόπο με σύγχρονο αναπτυξιακό προσανατολισμό, με εξωστρεφή χαρακτήρα και με δυναμική που θα τους καταστήσει ελκυστικό προορισμό για τον 21ο αιώνα.

Διενέργεια και συμμετοχή σε ανοιχτή διαδικασία διαβούλευσης με τοπικούς επαγγελματίες και φορείς.

Η άντληση γνώσης από το ίδιο το πεδίο της οικονομικής και κοινωνικής δραστηριότητας αποτελεί μια σύγχρονη και απαραίτητη πρακτική. Συμπληρώνει τη θεωρητική τεκμηρίωση με την πραγματική εμπειρία και βοηθά στον προσδιορισμό τόσο της ταυτότητας ενός προορισμού (*destination branding*) όσο και της ευρύτερης αναπτυξιακής κατεύθυνσής του (*place branding*).

Στην περίπτωση του δήμου Πύργου η διαδικασία σχεδιάστηκε σε δύο επίπεδα:

- A. **Ανοικτή συμμετοχή της κοινωνίας και των επαγγελματιών**, μέσω ψηφιακών ερωτηματολογίων ανοικτού τύπου. Τα ερωτηματολόγια αναρτήθηκαν και διανεμήθηκαν με τέτοιο τρόπο ώστε να μπορούν όλοι οι ενδιαφερόμενοι – επαγγελματίες, κάτοικοι και φορείς – να τοποθετηθούν μέσα από μια δομημένη διαδικασία ερωτήσεων και απαντήσεων.
- B. **Στοχευμένες συναντήσεις** με θεσμικούς εκπροσώπους, επαγγελματίες του τουρισμού, επιχειρηματίες της τοπικής αγοράς, εκπροσώπους του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου Κατάκολου και άλλους παράγοντες ειδικού ενδιαφέροντος. Οι

συζητήσεις αυτές πραγματοποιήθηκαν δια ζώσης με σκοπό την εις βάθος εξέταση ζητημάτων που αφορούν την ανάπτυξη, την τουριστική εξωστρέφεια και την ενίσχυση της τοπικής οικονομίας.

Με αυτό τον τρόπο, επιτυγχάνεται μια **συμπεριληπτική προσέγγιση “από κάτω προς τα πάνω”**, που αποτυπώνει το ανοικτό και δημοκρατικό πνεύμα της διαδικασίας. Ταυτόχρονα, εξασφαλίζεται ότι οι πολιτικές αποφάσεις και οι στρατηγικές επιλογές στηρίζονται στις πραγματικές ανησυχίες, τις προσδοκίες και τις ιδέες των τοπικών εταίρων.

Στην περίπτωση του δήμου Πύργου και του Κατάκολου, η διαβούλευση ανέδειξε τη συνύπαρξη ποικίλων επαγγελματικών και κοινωνικών ομάδων:

- επαγγελματίες του τουρισμού και της κρουαζιέρας,
- επιχειρήσεις φιλοξενίας και εστίασης,
- παραγωγούς και μεταποιητές τοπικών αγροδιατροφικών προϊόντων,
- εκπροσώπους πολιτιστικών και αθλητικών συλλόγων,
- φορείς διαχείρισης του παραλιακού μετώπου και του λιμένα,
- εκπροσώπους της τοπικής αυτοδιοίκησης και των επιμελητηρίων.

Η ποικιλομορφία αυτή καθιστά σαφές ότι ο σχεδιασμός για την εξωστρέφεια και την τουριστική ανάπτυξη του δήμου δεν μπορεί να είναι στατικός ή μονοδιάστατος, αλλά απαιτεί συνεχή διάλογο και προσαρμογή. Πρόκειται για μια διαδικασία διαρκούς ροής (*work in progress*), η οποία δεν σταματά με την ολοκλήρωση της παρούσας μελέτης, αλλά συνεχίζει να τροφοδοτείται από τις εξελίξεις και την ενεργή συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας.

Ήδη από τις πρώτες φάσεις της διαβούλευσης, μέσα από τις ηλεκτρονικές απαντήσεις και τις στοχευμένες συναντήσεις, έχουν προκύψει σημαντικά πρώτα συμπεράσματα. Αυτά λειτουργούν ως πολύτιμος οδηγός για τη διαμόρφωση των στρατηγικών κατευθύνσεων, καθώς και για τον εντοπισμό των ζητημάτων που μπορούν να

ξεκλειδώσουν την αναπτυξιακή προοπτική του Πύργου και του Κατάκολου, με επίκεντρο τον τουρισμό, τη γαστρονομία και την αναψυχή, τον πολιτισμό και τις θαλάσσιες μεταφορές.

Διεξαγωγή έρευνας με τη μορφή ηλεκτρονικών ή και δια ζώσης ερωτηματολογίων και συνεντεύξεων με επισκέπτες, κατοίκους και επαγγελματίες του Κατακόλου και Δήμου Πύργου

Για την τεκμηρίωση του Στρατηγικού Σχεδίου Ανάπτυξης και Εξωστρέφειας (Action Plan) και για την ουσιαστική κατανόηση των αναγκών και των προσδοκιών της τοπικής κοινωνίας και των επισκεπτών, διεξήχθησαν, όπως ειπώθηκε και παραπάνω, πρωτογενείς έρευνες που συνδύασαν ηλεκτρονικά ερωτηματολόγια, δια ζώσης συνεντεύξεις και ανοιχτή δημόσια διαβούλευση.

Η εταιρεία Wise Ram δημιούργησε σε συνεννόηση με τον Αντιδήμαρχο Τουρισμού ανοιχτό ερωτηματολόγιο μέσω Google Form, το οποίο αναρτήθηκε στην ιστοσελίδα του δήμου Πύργου, καθώς και στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Παράλληλα, απεστάλη σε επαγγελματικούς φορείς, συλλόγους και ενώσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, την εστίαση, την εμπορική δραστηριότητα και την αγροδιατροφή, ώστε να εξασφαλιστεί ευρύτερη συμμετοχή. Για την ενίσχυση της πρόσβασης, σε κεντρικά σημεία του Πύργου και στο παραλιακό μέτωπο του Κατακόλου τοποθετήθηκαν αφίσες με QR codes, δίνοντας σε κατοίκους και επισκέπτες τη δυνατότητα να σκανάρουν και να συμπληρώσουν εύκολα το ερωτηματολόγιο.

Το δείγμα των απαντήσεων που συλλέχθηκε υπερέβη τον αρχικό ελάχιστο στόχο, ξεπερνώντας τις 118 ολοκληρωμένες συμμετοχές. Σε αυτό περιλαμβάνονταν επαγγελματίες του τουρισμού, επιχειρηματίες και εργαζόμενοι στον χώρο της εστίασης και της φιλοξενίας, εκπρόσωποι του λιμανιού, παραγωγοί τοπικών προϊόντων, αλλά και απλοί κάτοικοι.

Παράλληλα, σχεδιάστηκαν ειδικά ερωτηματολόγια για τους επισκέπτες, διαθέσιμα στα ελληνικά και τα αγγλικά, με στόχο να καταγράψουν τις εμπειρίες, τις προτάσεις και τις απόψεις τους για τις υπηρεσίες, τις υποδομές και τη συνολική εικόνα του προορισμού. Τα ερωτηματολόγια αυτά διανεμήθηκαν σε συνεργασία με ξενοδοχεία, καταλύματα και τουριστικές επιχειρήσεις της περιοχής, ενώ συμπληρώθηκαν και από επισκέπτες που διέμεναν ή διήλθαν από τον Πύργο και το Κατάκολο. Παρά τις προσπάθειες αυτές, συγκεντρώθηκαν μόλις 18 απαντήσεις, γεγονός που καταδεικνύει την περιορισμένη συμμετοχή των επισκεπτών αλλά και την απουσία μιας πιο εξωστρεφούς νοοτροπίας από πλευράς τοπικών φορέων και επιχειρήσεων. Αυτό υπογραμμίζει την ανάγκη για περαιτέρω ενημέρωση, κινητοποίηση και ενίσχυση της κουλτούρας φιλοξενίας, ώστε να προσελκύονται και να αξιοποιούνται καλύτερα οι απόψεις των επισκεπτών για τη βελτίωση του προορισμού.

Ιδιαίτερης σημασίας επίσης είναι το γεγονός ότι, ενώ σχεδιάστηκαν και ερωτηματολόγια ειδικά για τους επισκέπτες κρουαζιέρας – μεταφρασμένα και διαθέσιμα στα αγγλικά – δεν καταγράφηκε καμία συμμετοχή. Το στοιχείο αυτό είναι αξιοσημείωτο, καθώς υπογραμμίζει την περιορισμένη αλληλεπίδραση και διάθεση εμπλοκής του συγκεκριμένου κοινού με διαδικασίες διαβούλευσης ή συμμετοχικής έρευνας. Παράλληλα, αναδεικνύει ένα σημαντικό κενό: την έλλειψη αποτελεσματικών μηχανισμών προσέγγισης των επιβατών κρουαζιέρας και συλλογής αξιόπιστων δεδομένων για τις εμπειρίες και τις ανάγκες τους. Η διαπίστωση αυτή πρέπει να ληφθεί υπόψη στον σχεδιασμό της τουριστικής στρατηγικής, καθώς οι επισκέπτες κρουαζιέρας αποτελούν κρίσιμο μερίδιο της τουριστικής κίνησης στο Κατάκολο, χωρίς ωστόσο να αποτυπώνεται επαρκώς η φωνή τους στη διαδικασία λήψης αποφάσεων.

Η διαδικασία συμπληρώθηκε με στοχευμένες δια ζώσης συνεντεύξεις με επαγγελματίες του τουρισμού, στελέχη επιχειρήσεων φιλοξενίας, εκπροσώπους του λιμανιού και τοπικούς παραγωγούς, με σκοπό την εις βάθος αποτύπωση ζητημάτων που αφορούν την τουριστική ανάπτυξη. Οι απαντήσεις και οι τοποθετήσεις που συγκεντρώθηκαν προσφέρουν πολύτιμο υλικό για την κατανόηση των πραγματικών προτεραιοτήτων της περιοχής.

Η ανάλυση των αποτελεσμάτων συμβάλλει καθοριστικά στη διαμόρφωση της στρατηγικής κατεύθυνσης, καθώς αναδεικνύει τις προτιμήσεις των επισκεπτών, τις ανησυχίες των κατοίκων και τις ανάγκες των επαγγελματιών. Με τον τρόπο αυτό, η μελέτη αποκτά μια στέρεη βάση δεδομένων, που θα υποστηρίξει την ανάπτυξη ενός πιο εξωστρεφούς, ανταγωνιστικού και βιώσιμου τουριστικού προϊόντος για τον δήμο Πύργου και το Κατάκολο.

Αποτελέσματα Έρευνας – Κάτοικοι/Δημότες

Παρακάτω παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της έρευνας για την «Κατάρτιση Ολοκληρωμένου Στρατηγικού Σχεδίου Τουριστικής Ανάπτυξης Πύργου – Κατακόλου», όπως αυτά απαντήθηκαν από τους δημότες και κατοίκους του Δήμου Πύργου και του Κατακόλου.



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

‘WR’

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ

ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ

ΣΥΝΔΕΣΗ ΛΙΜΑΝΙΟΥ ΜΕ ΤΗΝ ΕΥΡΥΤΕΡΗ ΠΕΡΙΟΧΗ

ΠΟΙΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ



‘WR’

ΠΟΣΟΤΙΚΗ ΕΡΕΥΝΑ



Η ΕΡΕΥΝΑ

‘WR’

ΣΤΟΧΟΣ



- Η διερεύνηση μέσω δημόσιας διαβούλευσης και ηλεκτρονικής έρευνας και η ανάπτυξη μιας τουριστικής ταυτότητας για τον προορισμό του δήμου Πύργου με εστίαση στο Κατάκολο.
- Σχεδιασμός στρατηγικής και προτεινόμενες δράσεις για το δήμο Πύργου με εστίαση στο Κατάκολο και τους επαγγελματίες τουρισμού με σκοπό την προσέλκυση επισκεπτών από Ελλάδα και εξωτερικό.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ



ΜΑΙΟΣ - ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2025

Η ΕΡΕΥΝΑ

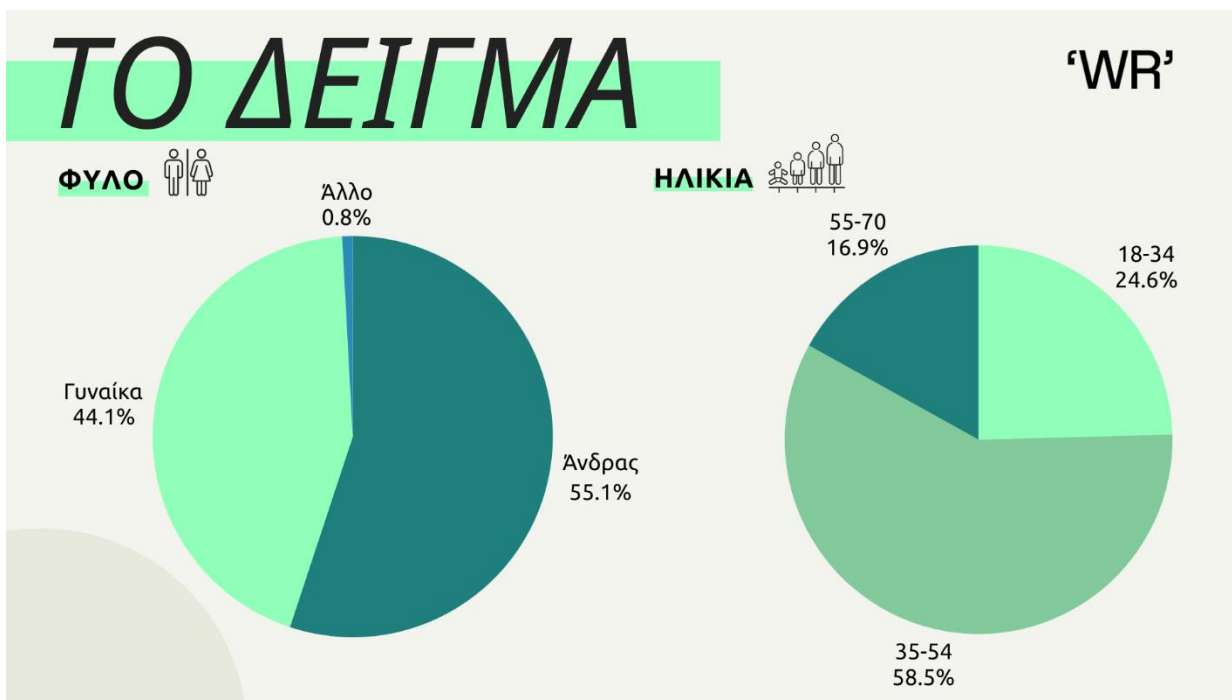
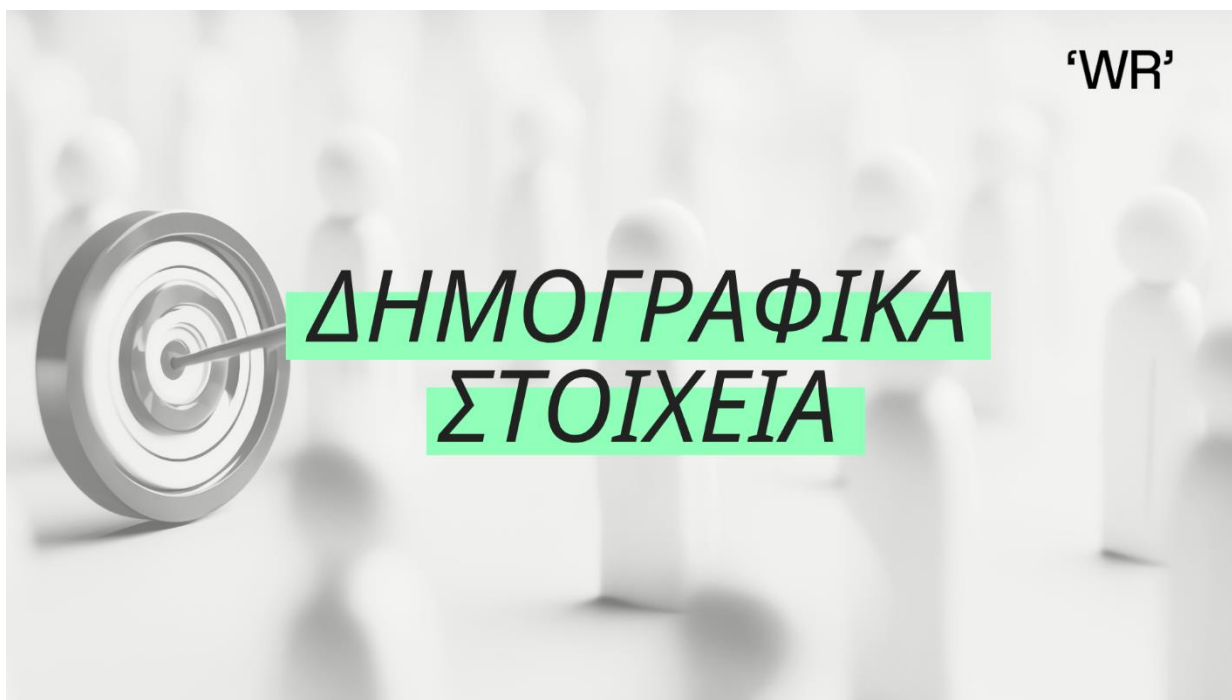
‘WR’

ΚΟΙΝΟ / ΔΕΙΓΜΑ (118 άτομα)

- Ελεύθεροι επαγγελματίες - Φορείς
- Κάτοικοι δήμου Πύργου με εστίαση στο Κατάκολο
- Πρόεδροι κοινοτήτων δήμου Πύργου με εστίαση στο Κατάκολο
- Μέλη προεδρείων/διοικητικών συμβουλίων φορέων τουρισμού
- Επιχειρηματίες τουρισμού: ξενοδόχοι, ταξιδιωτικοί πράκτορες, εστιάτορες, παραγωγοί τοπικών προϊόντων, έμποροι καταστημάτων αναμνηστικών ειδών κ.ά.
- Εργαζόμενοι στον τουρισμό: ξενοδοχοϋπάλληλοι, υπάλληλοι εστίασης κ.ά.

ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

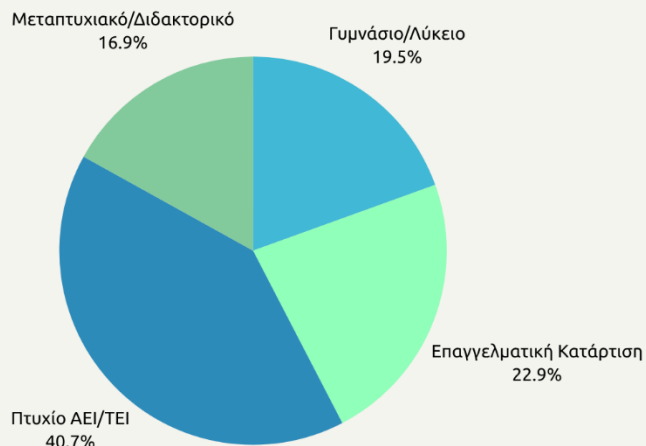
Ηλεκτρονικό ερωτηματολόγιο ανοιχτό προς όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

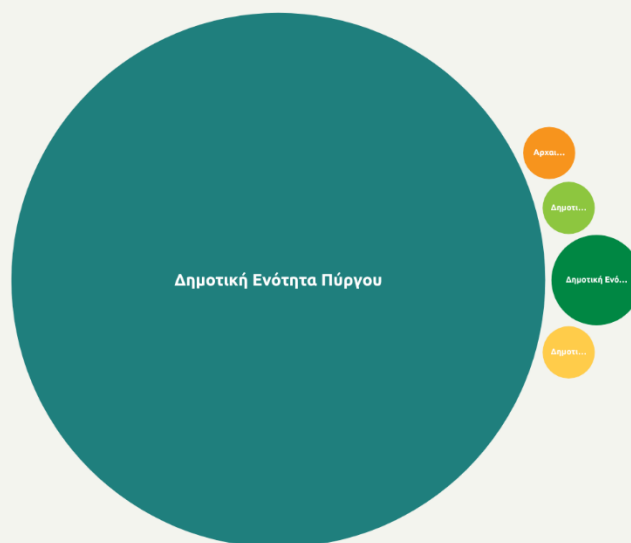
ΕΠΙΠΕΔΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗΣ



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

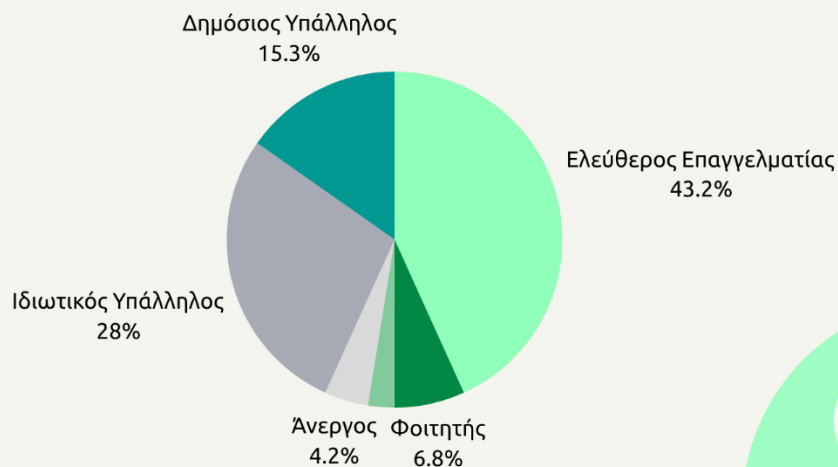
ΤΟΠΟΣ ΔΙΑΜΟΝΗΣ



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ



‘WR’

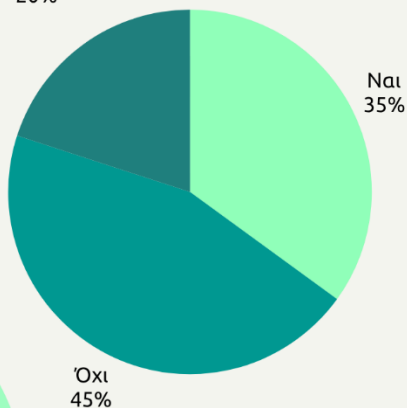
ΓΕΝΙΚΗ ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΓΙΑ ΤΟΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟ



‘WR’

Θεωρείτε ότι ο προορισμός διαθέτει τουριστική ταυτότητα; Αν ναι, ποια είναι αυτή ;

Ίσως/ Υπο προϋποθέσεις
20%



Η πλειονότητα θεωρεί ότι ο προορισμός δεν έχει διαμορφωμένη τουριστική ταυτότητα.



Υπάρχει αναγνώριση ταυτότητας, αλλά περιορισμένη γύρω από την Αρχαία Ολυμπία.



Αναγνωρίζουν δυνατότητες και στοιχεία, αλλά χωρίς συνοχή ή στρατηγική.

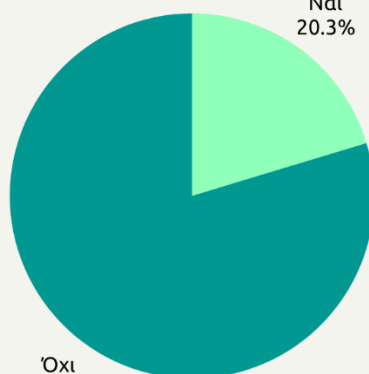


ΓΕΝΙΚΑ

‘WR’

Θεωρείτε ότι ο προορισμός ελκύει επαρκή επισκεψιμότητα από την Ελλάδα και το εξωτερικό?

Ναι
20.3%



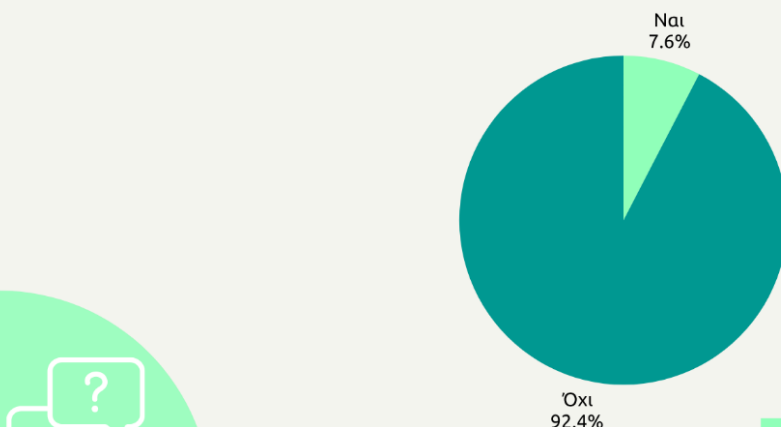
Όχι
79.7%



ΓΕΝΙΚΑ

‘WR’

Θεωρείτε ότι ο προορισμός παρέχει τις κατάλληλες υπηρεσίες αυτή τη στιγμή ώστε να είναι ένας ολοκληρωμένος προορισμός για ξένους επισκέπτες;

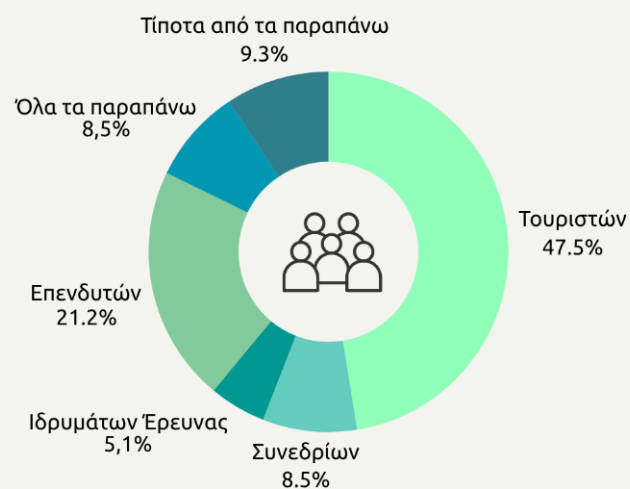
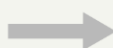


ΓΕΝΙΚΑ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

‘WR’

Θεωρείτε ότι ο δήμος διαθέτει χαρακτηριστικά που μπορούν να τον μετατρέψουν σε ακόμα πιο δυναμικά εξωστρεφή δήμο με ικανότητα προσέλκυσης διεθνών:



ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ

‘WR’

Πώς θα χαρακτηρίζατε την περιοχή σας με 3 λέξεις;

Ομαδοποίηση απαντήσεων σε **3 κατηγορίες** ανάλογα με το συναίσθημα που προκαλούν:
θετικό – ουδέτερο/μάλλον αρνητικό – αρνητικό



130 απόψεις

Θετικού προσανατολισμού (Όμορφη, ιστορική, φυσική, με προοπτικές ανάπτυξης, φιλοξενία, αυθεντικότητα, ευλογία τόπου, τουριστικό λιμάνι, πλούσια σε ομορφιές, αυθεντική πύλη εισόδου Ολυμπίας).

26 απαντήσεις

Ουδέτερες και μάλλον αρνητικές. Αναγνωρίζουν θετικά χαρακτηριστικά, αλλά τονίζουν στασιμότητα, έλλειψη υποδομών ή αξιοποίησης. Εμφανίζονται συχνά λέξεις όπως “όμορφη αλλά αναξιοποίητη”, “υποβαθμισμένη”, “έχει προοπτικές αλλά...”

48 απαντήσεις

Αρνητικές Έντονα απογοητευμένος τόνος: επαναλαμβάνονται λέξεις όπως “υποβαθμισμένη”, “ανεκμετάλλευτη”, “παραμελημένη”, “φτωχή”, “αναρχία”, “θλιβερή”, “τουριστικά τραγική”.

56 απαντήσεις

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Ποιο θεωρείτε, ότι είναι το ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της περιοχής σας;

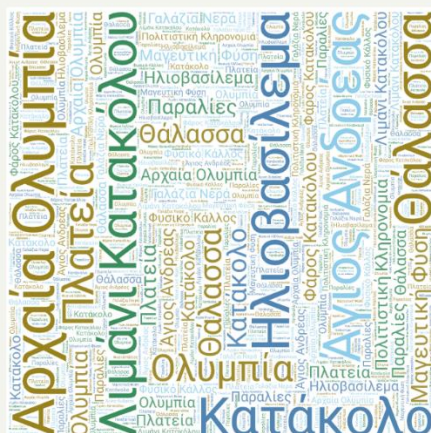
Το συχνότερο μοτίβο λέξεων με βάση τη θεματική ανάλυση των δεδομένων του ερωτηματολογίου:

1. Θάλασσα, Παραλίες, Φυσική Ομορφιά και Τοπίο – **67** απαντήσεις
2. Εγγύτητα στην Αρχαία Ολυμπία, Ιστορικός και Πολιτιστικός Πλούτος – **54** απαντήσεις
3. Τοποθεσία, Πρόσβαση, Στρατηγική Θέση (μεταξύ βουνού–θάλασσας–Ολυμπίας) - **33** Απαντήσεις
4. Σχέση Ποιότητας–Τιμής- **12** Απαντήσεις
5. Πολυμορφία – Δυνατότητα Ανάπτυξης Πολλαπλών Μορφών Τουρισμού- **10** Απαντήσεις
6. Κανένα / Δεν έχει / Αρνητικές κρίσεις - **7** Απαντήσεις



Αν σας ζητούσαν να παρουσιάσετε το προορισμό με μια μόνο εικόνα, ποια θα ήταν αυτή;

WORD CLOUD

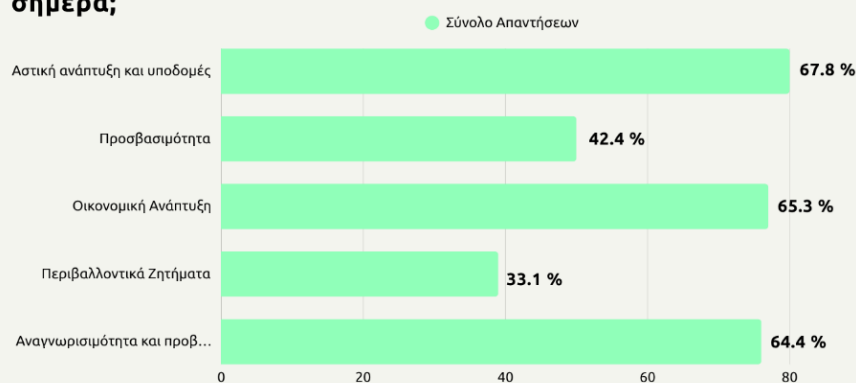


Ένα **word cloud** (σύννεφο λέξεων) είναι μια οπτική αναπαράσταση κειμένου, όπου οι λέξεις εμφανίζονται με διαφορετικά μεγέθη ανάλογα με τη συχνότητα εμφάνισής τους στο κείμενο.

Όσο πιο συχνά επαναλαμβάνεται μια λέξη, τόσο μεγαλύτερη εμφανίζεται στο σύννεφο.

‘WR’

Ποιές θεωρείτε ότι είναι οι κύριες προκλήσεις που αντιμετωπίζει ο προορισμός σήμερα;



Λοιπές απαντήσεις

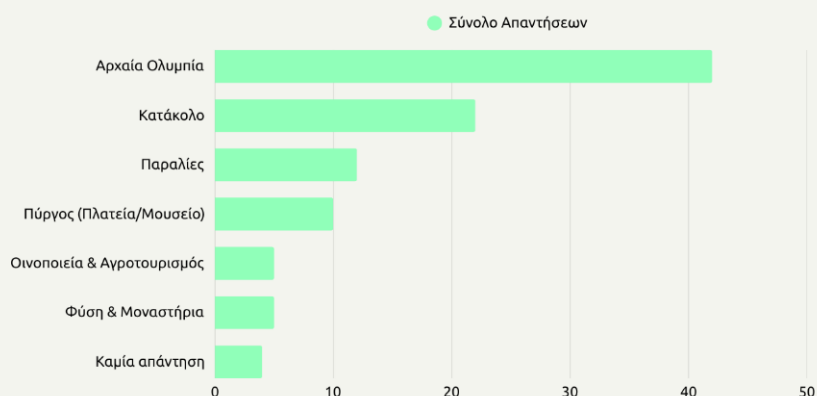
Καθαριότητα στις
παραλίες

Κουλτούρα
Όλα τα παραπάνω

ΑΠΟΨΕΙΣ

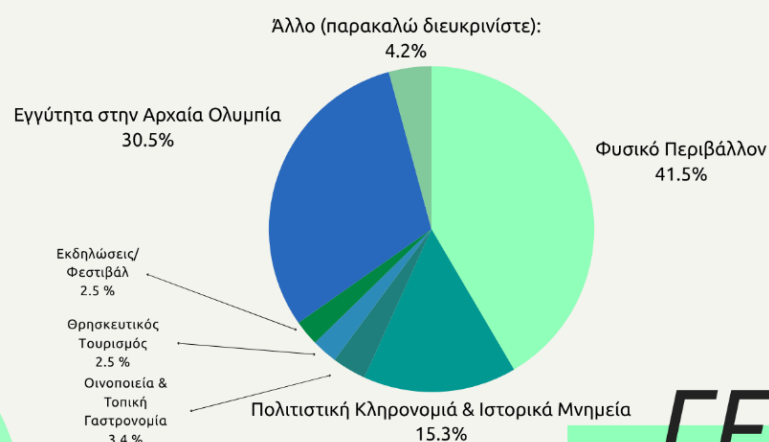
‘WR’

Ποιό θεωρείτε ότι μπορεί να είναι το σημείο, ο φορέας, ο τόπος που πρέπει οπωσδήποτε να επισκεφτεί ένας/μία μη ντόπιος/-α στον προορισμό ;



‘WR’

Για ποια δραστηριότητα ή/και εμπειρία αξίζει κάποιος/-α να επισκεφτεί τον προορισμό ;



ΓΕΝΙΚΑ

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Ποιος θεωρείτε ότι είναι ο βασικός τουριστικός πόρος της περιοχής σας;

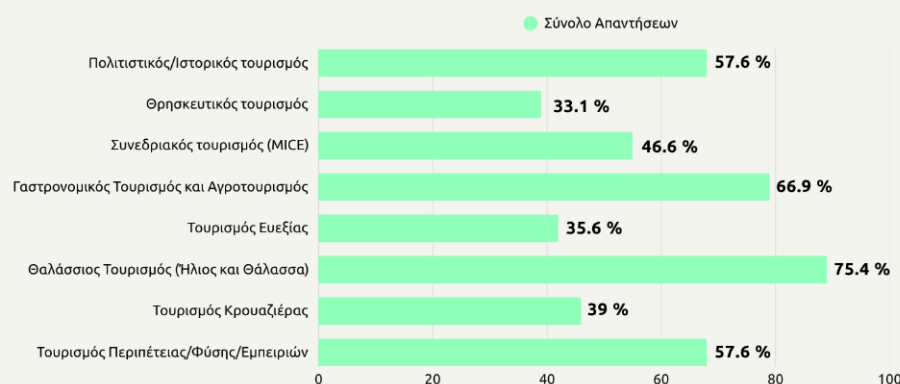
WORD CLOUD



ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Ποιες μορφές τουρισμού θεωρείτε ότι πρέπει να αναπτυχθούν περισσότερο στην περιοχή; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)



”

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Γιατί πιστεύετε ότι αξίζει να έρθει ένας επισκέπτης από την Ελλάδα στον προορισμό ;

Κατηγορία	Περιγραφή	Ενδεικτικές λέξεις	Ποσοστό
 Αρχαία Ολυμπία & Πολιτιστική Κληρονομιά	Αναφορές σε "Αρχαία Ολυμπία", "ιστορία", "μνημεία", "πολιτισμός", "αρχαιολογικοί χώροι"	Ολυμπία, αρχαιότητα, πολιτισμός	28%
 Παραλίες & Θάλασσα	Επισκέπτες για τη θάλασσα, τις παραλίες, το καλοκαίρι	Θάλασσα, παραλίες, μπάνιο	20%
 Φύση & Τοπία / Ηρεμία / Φυσικό κάλλος	Έμφραση σε φυσική ομορφιά, τοπίο, ηρεμία, βουνό-θάλασσα συνδυασμό	Φύση, φυσικό κάλλος, ηρεμία	15%
 Οικονομικός προορισμός / Προσιτότητα	Αναφορές σε χαμηλές τιμές, προσιτές διακοπές, value for money	φθηνά, προσιτό, οικονομικός	10%
 Τοπική γαστρονομία & τρόπος ζωής	Φαγητό, φιλοξενία, τρόπος ζωής, τοπικά προϊόντα	φαγητό, φιλοξενία, τρόπος ζωής	7%
 Αγροτουρισμός / Οινοποιεία / Ενδοχώρα	Οινοποιεία, ορεινά χωριά, επαρχία, δραστηριότητες	κρασί, αγροτουρισμός, φύση	5%
 Αρνητικές ή απαισιόδοξες απαντήσεις	"Δεν αξίζει", "μόνο για Ολυμπία", "Λείπουν υποδομές"	δεν αξίζει, τίποτα άλλο	10%
 Ποικιλία εμπειριών (βουνό-θάλασσα-πολιτισμός)	Αναφορές σε συνδυασμό διαφορετικών εμπειριών	τα έχει όλα, βουνό και θάλασσα	5%

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

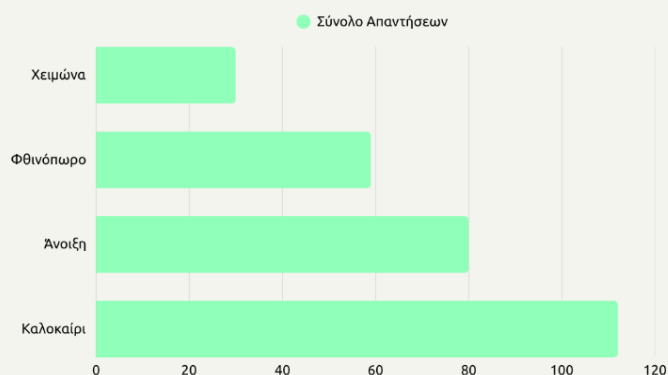
Γιατί να τον επισκεφτεί ένα αλλοδαπός επισκέπτης;

 Θεματική Ομάδα	 Περιγραφή	 Ενδεικτικές Φράσεις	 Ποσοστό
 Αρχαία Ολυμπία & Πολιτιστική Κληρονομιά	Η Αρχαία Ολυμπία αποτελεί το βασικό κίνητρο για επίσκεψη - σύμβολο της Ελλάδας και της ιστορίας της.	«Για την Αρχαία Ολυμπία», «Πολιτιστική κληρονομιά», «Να πατήσαι το χώμα των αρχαίων Ελλήνων»	≈45%
 Φύση, Θάλασσα & Τοπία	Η φυσική ομορφιά, οι καθαρές παραλίες, η ηρεμία και ο συνδυασμός βουνού – θάλασσας.	«Για τη φύση και τη θάλασσα», «Συνδυάζει βουνό και θάλασσα», «Ομορφα τοπία, ήλιος»	≈25%
 Γαστρονομία, Κουλτούρα & Φιλοξενία	Η τοπική κουζίνα, η φιλοξενία και ο τρόπος ζωής συνθέτουν μια αυθεντική εμπειρία.	«Για τη γαστρονομία και τη φιλοξενία», «Να γνωρίσει τον ελληνικό τρόπο ζωής»	≈10%
 Οικονομικός & Εναλλακτικός Προορισμός	Ήρεμος, προσβάσιμος και οικονομικός προορισμός, μακριά από τον υπερτουρισμό.	«Για να αποφύγει περιοχές με υψηλές τιμές», «Ήρεμες διακοπές με χαμηλό κόστος»	≈8%
 Στρατηγική Θέση & Πρόσβαση σε Αξιοθέατα	Η τοποθεσία του Πύργου κοντά σε Ολυμπία, θάλασσα, βουνό και άλλες περιοχές ενδιαφέροντος.	«Σε πλεονεκτική απόσταση από Ολυμπία και παραλίες», «Εύκολη πρόσβαση»	≈7%
 Άλλοι Λόγοι / Συναισθηματικοί	Αγάπη για την Ελλάδα, ήλιο, θετική ενέργεια, γνωριμία με τον ελληνικό πολιτισμό.	«Απλά γιατί είναι Ελλάδα», «Για την ενέργεια της γης», «Γιατί θα περάσει καλά»	≈5%

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Ποιες εποχές του έτους θεωρείτε ότι ο προορισμός μπορεί να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες; (Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερες από μία)



ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Τι θα προτείνατε για να αναδειχθεί καλύτερα ο προορισμός; (1)

1. Υποδομές, Καθαριότητα & Αισθητική Αναβάθμιση

Η πιο συχνή και επαναλαμβανόμενη θεματική.

Οι πολίτες ζητούν σύγχρονες και λειτουργικές υποδομές: καθαριότητα, δρόμους, πεζοδρόμια, φωτισμό, μαρίνα, συγκοινωνίες, αισθητική βελτίωση και αστική ανανέωση.

Συνδέεται άμεσα με την πρώτη εντύπωση που δίνει ο προορισμός.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Να ομορφύνει η πόλη, να καθαριστούν οι δρόμοι»
 «Βελτίωση υποδομών, φωτισμού, μαρίνας και παραλιών»
 «Σοβαρά έργα υποδομής – καθαριότητα παντού»

Αναλογία απαντήσεων: περίπου **30–35%**

2. Προβολή, Εξωστρέφεια & Ψηφιακή Εικόνα

Δεύτερη σε συχνότητα.

Οι συμμετέχοντες αναγνωρίζουν ότι ο προορισμός δεν έχει επαρκή τουριστική προβολή.

Ζητούν στρατηγική επικοινωνία, καμπάνιες στα social media, χρήση influencers, παραγωγή περιεχομένου, και επαγγελματική διαχείριση της τουριστικής εικόνας.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Αξιοποίηση κοινωνικών δικτύων, δημιουργία βίντεο και φωτογραφιών»
 «Οργανωμένη προβολή, τουριστικό marketing, συνεργασίες με travel bloggers»
 «Εξωστρέφεια και καμπάνιες με σχέδιο και διάρκεια»

Αναλογία απαντήσεων: περίπου **20–25%**

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Τι θα προτείνετε για να αναδειχθεί καλύτερα ο προορισμός; (2)

3. Ταυτότητα, Στρατηγικό Όραμα & Ολοκληρωμένο Σχέδιο

Πολλοί τονίζουν την ανάγκη για ενιαία ταυτότητα και κοινό όραμα.

Να υπάρχει στρατηγικό σχέδιο ανάπτυξης που να συνδέει Πύργο – Κατάκολο – Ολυμπία – παραλία σε ένα συνεκτικό τουριστικό αφήγημα.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Να αποκτήσει ταυτότητα και στρατηγικό σχέδιο προώθησης»
«Ο κάθε τόπος πρέπει να έχει αφήγηση σύμφωνα με την ιστορία του»
«Δημιουργία τουριστικής ταυτότητας και ολοκληρωμένου προϊόντος»

 Αναλογία απαντήσεων: περίπου **15%**

4. Συνεργασία, Συλλογικότητα & Νέα Νοοτροπία

Δεύτερη σε συχνότητα.

Η αλλαγή νοοτροπίας και η συνεργασία μεταξύ Δήμου, φορέων και πολιτών επανέρχεται συχνά.

Οι απαντήσεις τονίζουν ότι η πρόοδος απαιτεί ομαδικότητα, αξιοκρατία και απομάκρυνση από μικροπολιτικές πρακτικές.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Να συνεργαστούμε όλοι χωρίς προσωπικά οφέλη»
«Αλλαγή νοοτροπίας – όλοι μαζί πάμε μπροστά»
«Ομάδα από νέους επιστήμονες και επαγγελματίες του τουρισμού»

 Αναλογία απαντήσεων: περίπου **10-12 %**

ΑΠΟΨΕΙΣ

‘WR’

Τι θα προτείνετε για να αναδειχθεί καλύτερα ο προορισμός; (3)

5. Επενδύσεις, Οικονομική Ανάπτυξη & Θέσεις Εργασίας

Αφορά τη βιώσιμη ανάπτυξη και τη δημιουργία ευκαιριών απασχόλησης.

Πολλοί ζητούν επενδύσεις σε τουριστικές μονάδες, αθλητικές εγκαταστάσεις, ΑΕΙ/ΤΕΙ και ενίσχυση του τοπικού εισοδήματος.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Επενδύσεις, ανάπτυξη, προσέλκυση επενδυτών»
«Να επιστρέψουν τα ΤΕΙ – να μην φεύγουν οι νέοι»
«Να δημιουργηθούν θέσεις εργασίας και υποδομές»

 Αναλογία απαντήσεων: περίπου **8-10 %**

6. Φύση, Περιβάλλον & Εναλλακτικές Δράσεις

Δεύτερη σε συχνότητα.

Μια πιο “πράσινη” κατηγορία που τονίζει τη σύνδεση φύσης– πολιτισμού και την ανάγκη αξιοποίησης του Αλφειού, των λιμνών, των παραλιών και των φυσικών πόρων.

Προτείνονται πεζοπορικές διαδρομές, ποδηλατόδρομοι, υπαίθριες δραστηριότητες, θαλάσσια σπορ κ.ά.

Ενδεικτικές φράσεις:

«Πεζοπορίες, γλυπτά στη φύση, υπαίθρια γλυπτοθήκη»
«Ανάδειξη του ποταμού Αλφειού και των λιμνών»
«Φροντίδα φυσικού περιβάλλοντος και παραλιών»

 Αναλογία απαντήσεων: περίπου **5-7 %**



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

Πόσο σημαντικό θεωρείτε το λιμάνι του Κατάκολου για την τουριστική ανάπτυξη της περιοχής;

Average rating (4.49)

1



2



3



4



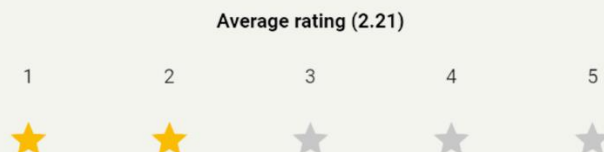
5



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

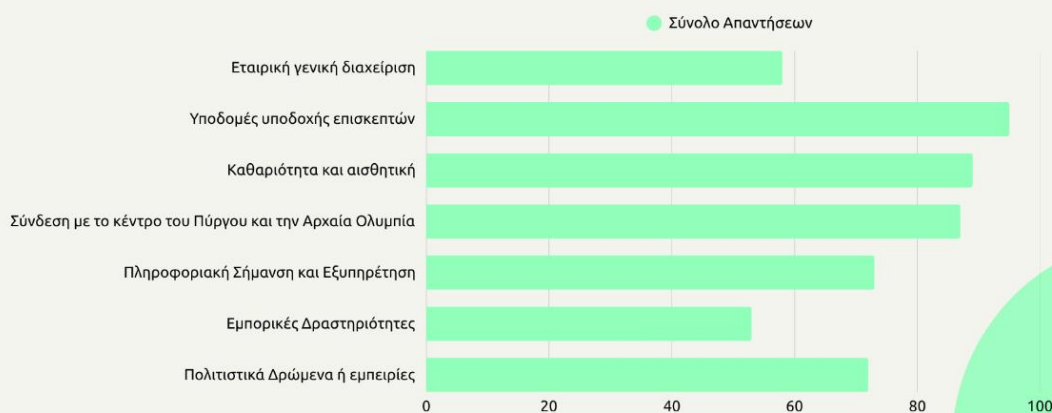
Πώς αξιολογείτε τη σημερινή λειτουργία και εικόνα του λιμανιού του Κατάκολου;



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

Ποιοί τομείς του λιμανιού θεωρείτε ότι χρειάζονται ενίσχυση ή βελτίωση;
(Μπορείτε να επιλέξετε περισσότερα από ένα)



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

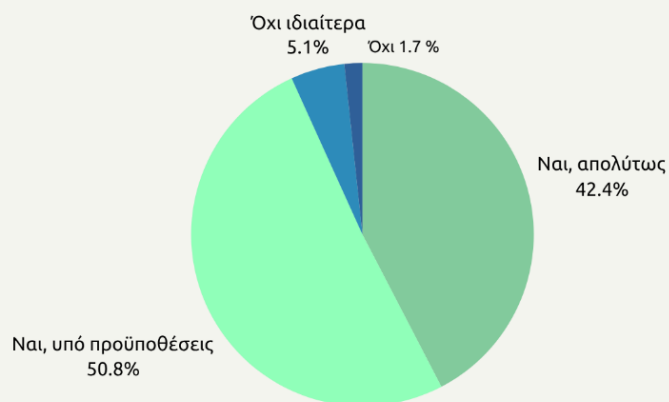
Ποια είναι η γνώμη σας για την προσβασιμότητα μεταξύ Πύργου και Κατάκολου (οδική, αστική συγκοινωνία, τουριστικές διαδρομές);



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

Θεωρείτε ότι το Κατάκολο θα μπορούσε να λειτουργήσει ως «πύλη» για την τουριστική προβολή ολόκληρης της Ηλείας;



ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

Έχετε συγκεκριμένες προτάσεις ή ιδέες για την τουριστική ενίσχυση του Πύργου και του Κατάκολου;

(Ανοικτή ερώτηση – προαιρετική)

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων περιλαμβάνουν μια ευρεία γκάμα προτάσεων, που επικεντρώνονται κυρίως στη **βελτίωση των υποδομών και της καθαριότητας**, την **αναβάθμιση του λιμανιού** και την **αξιοποίηση του θαλάσσιου μετώπου** με δράσεις όπως μαρίνα, θαλάσσια σπορ και ποδηλατόδρομοι.

Παράλληλα, **τονίζεται η ανάγκη για ενιαία στρατηγική προβολής και branding** του Κατάκολου και του Πύργου, σε συνδυασμό με την **προώθηση πολιτιστικών και αθλητικών εκδηλώσεων** που θα ενισχύσουν την εξωστρέφεια της περιοχής.

Αρκετές αναφορές γίνονται και στην **ανάδειξη της πολιτιστικής κληρονομιάς** (όπως το Ποντικόκαστρο, ο Φάρος, το Μουσείο Τεχνολογίας) και στη **σύνδεση με την Αρχαία Ολυμπία**, ενώ επισημαίνεται η **ανάγκη για βελτίωση της πρόσβασης και των μεταφορών**.

Ωστόσο, πολλοί συμμετέχοντες εκφράζουν **απογοήτευση για την έλλειψη οράματος, συνεργασίας και υλοποίησης**, επισημαίνοντας πως η περιοχή υστερεί σε ξενοδοχειακές υποδομές και οργανωμένο σχεδιασμό, ενώ αναδεικνύουν την ανάγκη για **αλλαγή νοοτροπίας και ουσιαστική τουριστική στρατηγική** που θα αξιοποιήσει τα συγκριτικά πλεονεκτήματα του τόπου.

ΑΝΑΠΤΥΞΗ

‘WR’

Πώς φαντάζεστε την περιοχή σε 10 χρόνια από σήμερα;

Οι απαντήσεις αποτυπώνουν ένα **μίγμα ελπίδας και απογοήτευσης** για το μέλλον της περιοχής.

Πολλοί συμμετέχοντες εκφράζουν **απαισιοδοξία**, προβλέποντας ότι σε 10 χρόνια η περιοχή θα **παραμείνει ίδια ή και χειρότερη**, εάν δεν αλλάξει η νοοτροπία και δεν υπάρξει συντονισμένο σχέδιο ανάπτυξης.

Άλλοι, πιο **αισιόδοξοι**, φαντάζονται ένα **σύγχρονο, καθαρό και αναβαθμισμένο Κατάκολο**, με **σύγχρονο λιμάνι, τουριστική ανάπτυξη, υποδομές, πράσινο, ποδηλατοδρόμους και σύνδεση με την Αρχαία Ολυμπία**.

Συνολικά, **διαφαίνεται η ανάγκη για όραμα, συνεργασία και σχέδιο**, ώστε η περιοχή να αξιοποιήσει το φυσικό και πολιτιστικό της πλούτο, να κρατήσει τους νέους και να εξελιχθεί σε **ελκυστικό, βιώσιμο προορισμό** για κατοίκους και επισκέπτες.



ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

‘WR’

ΣΤΟΧΟΣ



- **Καταγραφή της αντίληψης** κατοίκων και επαγγελματιών για την ταυτότητα, τα δυνατά σημεία και τις προοπτικές του προορισμού.
- **Ανάδειξη προτεραιοτήτων και προκλήσεων** που επηρεάζουν την τουριστική ανάπτυξη και την ποιότητα ζωής.
- **Ενίσχυση της συμμετοχής της τοπικής κοινωνίας** στη διαμόρφωση ενός κοινά αποδεκτού οράματος για τον τόπο.
- **Παροχή δεδομένων και κατευθύνσεων** για τη χάραξη στοχευμένης στρατηγικής εξωστρέφειας και προβολής του προορισμού.

ΔΙΑΡΚΕΙΑ



ΜΑΙΟΣ - ΣΕΠΤΕΜΒΡΙΟΣ 2025



ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ

‘WR’

ΠΡΟΣΕΓΓΙΣΗ (Stakeholders Mapping)*

- | | |
|---|---|
| 1.  Ξενοδοχεία και καταλύματα | 4.  Κτήματα Εκδηλώσεων |
| 2.  Γραφεία παροχής τουριστικών Υπηρεσιών | 5.  Εστίαση |
| 3.  Χώροι Αναψυχής & Θεματικού ενδιαφέροντος | 6.  Αποστακτήρια/Οινοποιεία |

* Το **mapping των stakeholders** είναι η διαδικασία αναγνώρισης και ανάλυσης των εμπλεκόμενων μερών (stakeholders) σε ένα έργο ή οργανισμό. Στόχος είναι να κατανοηθούν οι ανάγκες, οι επιρροές και το ενδιαφέρον τους, ώστε να διαχειριστεί η επικοινωνία και η συνεργασία μαζί τους αποτελεσματικά.

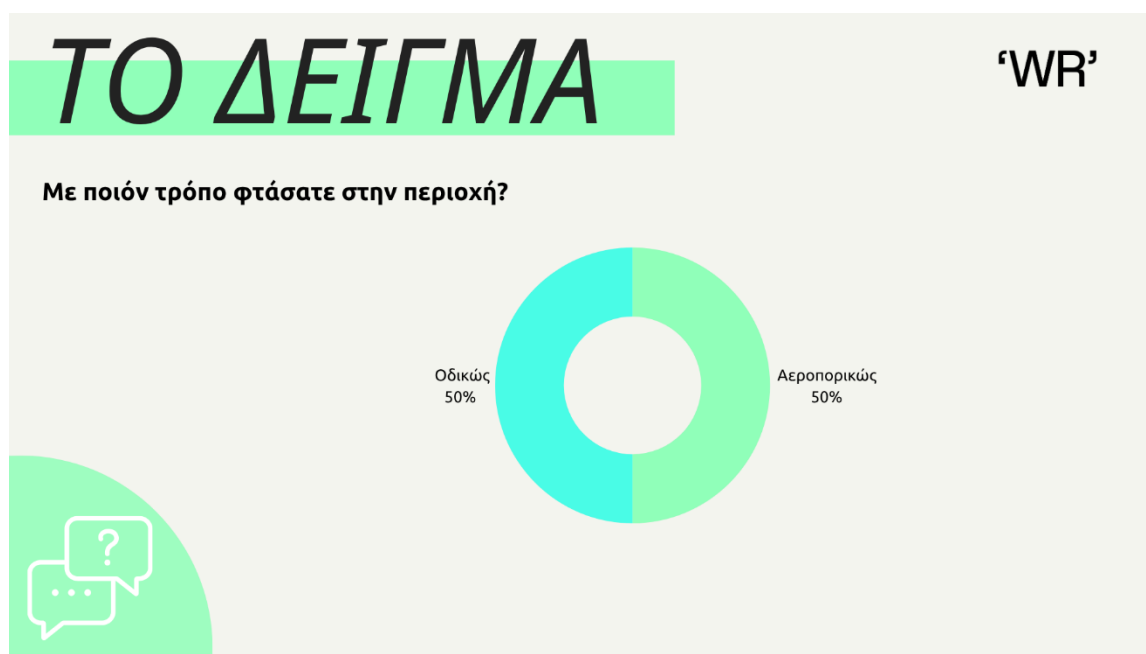
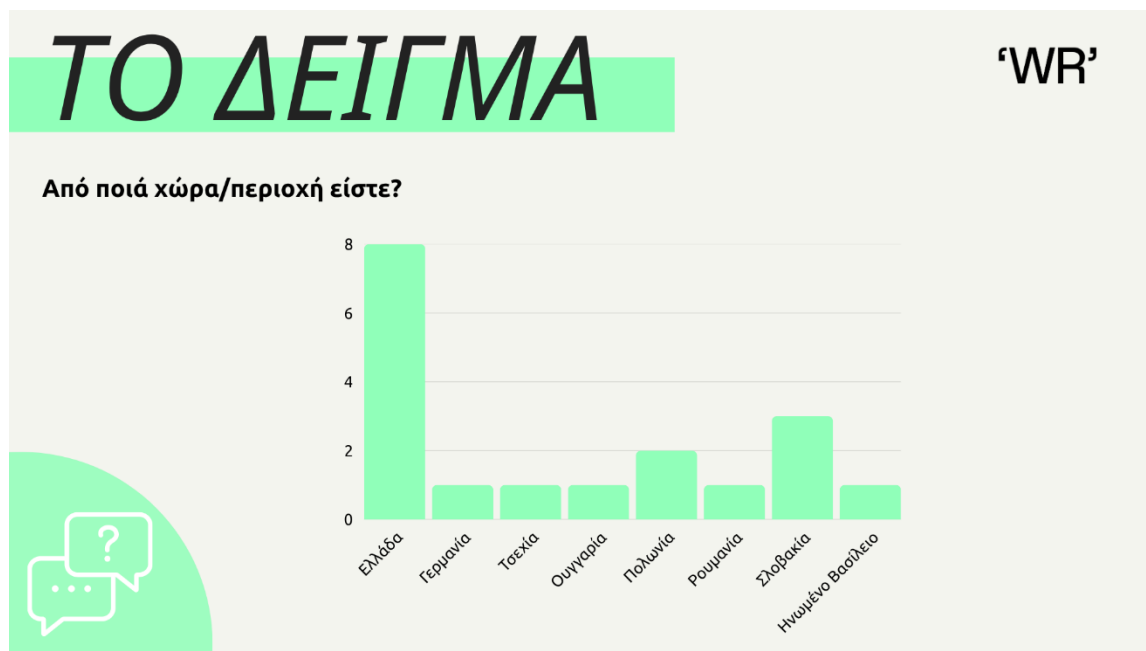
ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ

‘WR’

ΣΥΝΑΝΤΗΣΕΙΣ ΜΕ ΤΟΠΙΚΟΥΣ ΦΟΡΕΙΣ (STAKEHOLDERS)



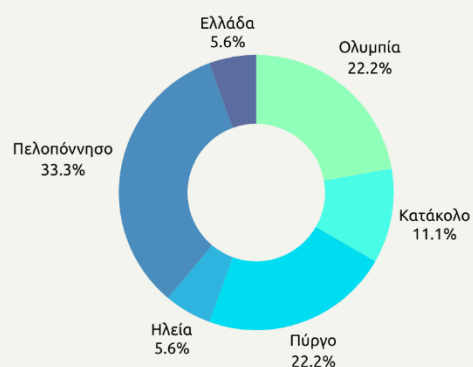
Αποτελέσματα Έρευνας – Γενικοί Επισκέπτες



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

Σε περίπτωση που κάποιος σας ρωτούσε σε ποιά μέρος ακριβώς βρίσκεστε, τι θα απαντούσατε?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

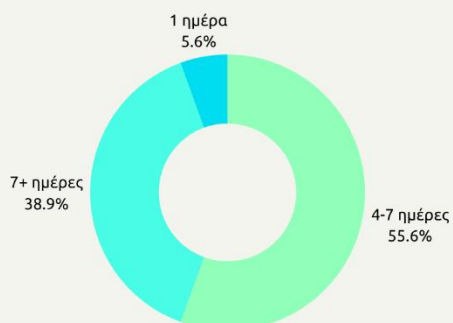
Είναι η πρώτη σας φορά στην περιοχή?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

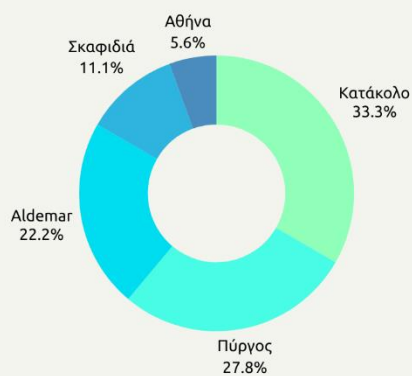
Πόσο διήρκεσε η διαμονή σας?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

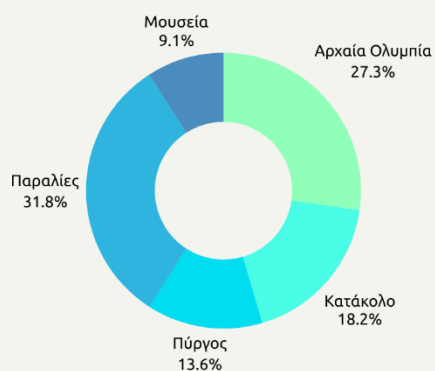
Σε ποιο μέρος μέinate?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

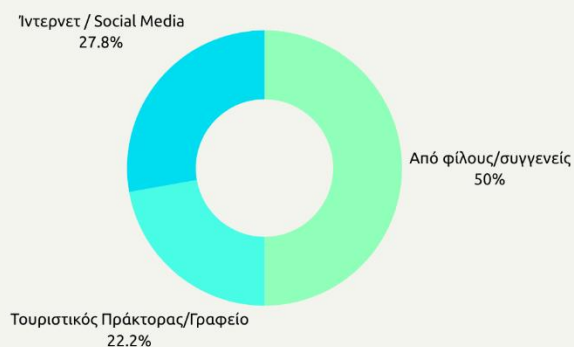
Ποιά σημεία/τοποθεσίες επισκεφθήκατε ή θα επισκεφθείτε?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

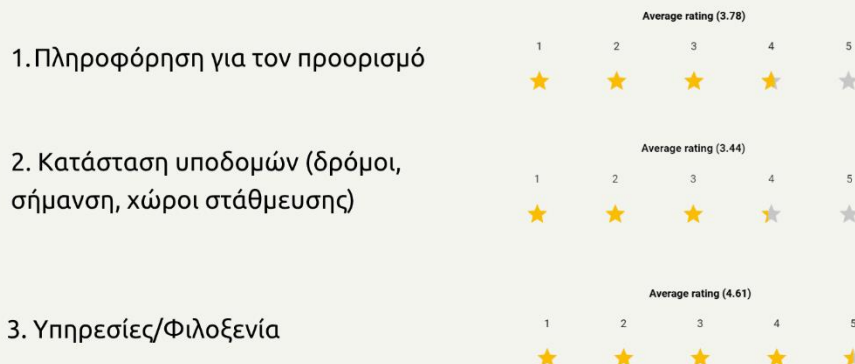
Πως μάθατε για την περιοχή?



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

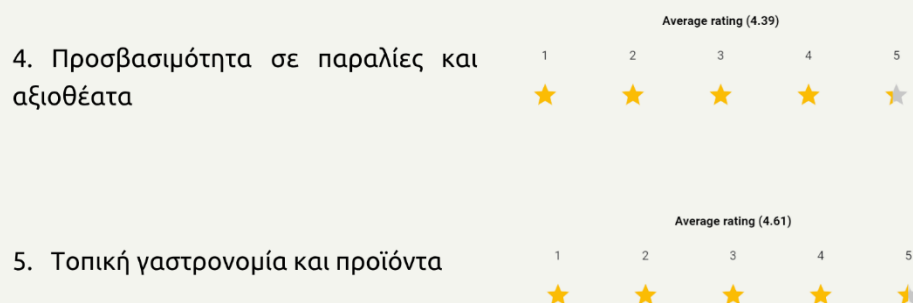
Πως αξιολογείτε τα παρακάτω στην περιοχή? (1)



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

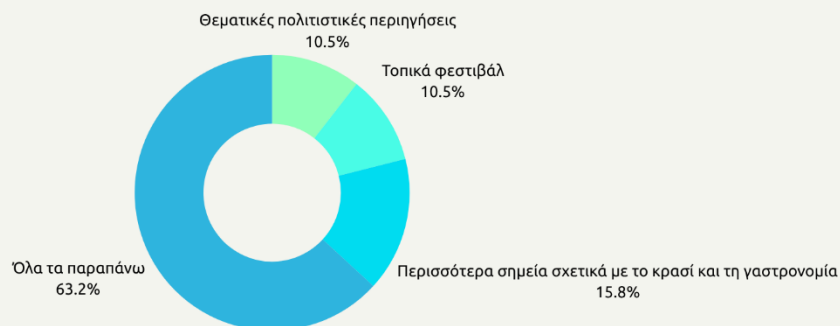
Πως αξιολογείτε τα παρακάτω στην περιοχή? (2)



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

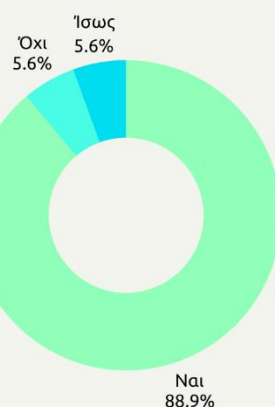
Υπάρχουν δραστηριότητες ή εμπειρίες που θα θέλατε να δείτε στην περιοχή;



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

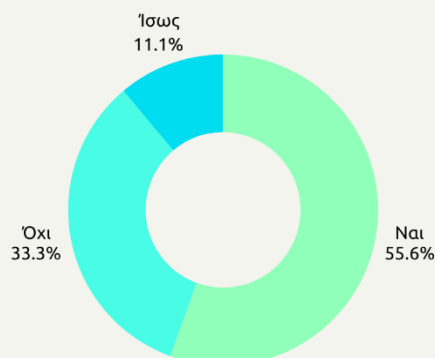
Θα συνιστούσατε την περιοχή ως τουριστικό προορισμό σε άλλους;



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

Πιστεύετε ότι η περιοχή προωθείται επαρκώς ως τουριστικός προορισμός;



ΤΟ ΔΕΙΓΜΑ

‘WR’

Τι θα προτείνατε για να βελτιωθεί η τουριστική εμπειρία;

Υποδομές και Καθαριότητα: Επενδύσεις σε υποδομές, καθαρισμός δρόμων και παραλιών (ιδιαίτερα Κατάκολο), συντήρηση και ανακαίνιση παιδικών χαρών.

Πρώθηση και Μάρκετινγκ: Καλύτερη διαφήμιση της περιοχής, διεθνής προβολή και αναλυτική παρουσίαση της πολιτιστικής κληρονομιάς της Αρχαίας Ολυμπίας.

Τοπικά Αξιοθέατα και Προϊόντα: Βελτίωση σηματοδότησης για συγκοινωνίες και αξιοθέατα, προώθηση τοπικών κρασιών, τροφίμων και θαλάσσιων δραστηριοτήτων.

Άλλα: Ανησυχίες για αδέσποτα και νεκρά ζώα στο δρόμο, καθώς και πρόταση για ανακαίνιση παλιών δωματίων.

• **Θετικά Σχόλια:** Κάποιοι επισκέπτες χαρακτήρισαν την εμπειρία «Τέλεια» ή «Ιδανική για τουρισμό».



Δευτερογενής έρευνα, συγκέντρωση στοιχείων και ποικιλίας προσλήψεων τρίτων για τον προορισμό

Στο πλαίσιο της δευτερογενούς έρευνας, συγκεντρώθηκαν και αναλύθηκαν διαθέσιμα στοιχεία, μελέτες και δεδομένα που αφορούν τον δήμο Πύργου και το Δημοτικό Λιμενικό Ταμείο Κατακόλου, ενώ πραγματοποιήθηκαν συναντήσεις και συνεντεύξεις με θεσμικούς εκπροσώπους και τοπικούς επαγγελματίες. Από τον συνδυασμό αυτών των πηγών αναδείχθηκαν κρίσιμες διαπιστώσεις για τις συνθήκες που καθορίζουν την τουριστική και γενικότερη οικονομική ανάπτυξη της περιοχής.

Μια πρώτη παρατήρηση είναι ότι η τουριστική ανάπτυξη του Πύργου δεν μπορεί να εξεταστεί αποκομμένα από τα υπόλοιπα κοινωνικά, οικονομικά και περιβαλλοντικά ζητήματα που επηρεάζουν τον τόπο. Η παρατεταμένη οικονομική κρίση, οι συνέπειες της πανδημίας, οι δημογραφικές πιέσεις, η υποχώρηση της αγροτικής παραγωγής, η ελλιπής συντήρηση βασικών υποδομών, η έλλειψη εργατικού δυναμικού, καθώς και η μη ολοκληρωμένη αξιοποίηση του φυσικού πλούτου (δάση, ρέματα, ακτογραμμή) αποτελούν εμπόδια που αναφέρθηκαν συστηματικά από τους συνομιλητές μας. Οι επαγγελματίες τονίζουν ότι για να μπορέσει ο δήμος να επενδύσει με συνέπεια σε δράσεις εξωστρέφειας, θα πρέπει πρώτα να αντιμετωπιστούν ορισμένα από αυτά τα θεμελιώδη ζητήματα.

Ιδιαίτερο βάρος δόθηκε στην έλλειψη ενιαίας τουριστικής ταυτότητας και συνεπούς προβολής του προορισμού. Παρά τη διεθνή φήμη του Κατάκολου ως λιμανιού κρουαζιέρας και την εμβληματική θέση της Αρχαίας Ολυμπίας, η εικόνα του Πύργου παραμένει θολή και συχνά απύσχα από το αφήγημα της περιοχής. Η πόλη, αν και πρωτεύουσα του νομού, δεν έχει καταφέρει να λειτουργήσει ως αυτόνομος πόλος έλξης επισκεπτών, αλλά κυρίως ως σημείο διέλευσης. Αυτό έχει ως συνέπεια η τουριστική δραστηριότητα να είναι ανισοβαρής: το Κατάκολο να βιώνει έντονη εποχική

κινητικότητα, ενώ ο Πύργος και οι κοινότητες της ενδοχώρας να μένουν σε δεύτερη μοίρα.

Αναδείχθηκε επίσης η έλλειψη διασύνδεσης και συνεργασίας μεταξύ παρόχων υπηρεσιών. Παρά την ύπαρξη ποιοτικών μονάδων εστίασης, τοπικών προϊόντων υψηλής αξίας (ελαιόλαδο, κρασί, σταφίδα, μέλι), πολιτιστικών υποδομών και φυσικών τοπίων, η συνολική εμπειρία του επισκέπτη δεν «δένει» σε ένα ολοκληρωμένο αφήγημα. Οι επισκέπτες κρουαζιέρας συχνά μεταφέρονται απευθείας στην Ολυμπία χωρίς να αλληλεπιδράσουν με την πόλη του Πύργου, ενώ οι ξένοι επισκέπτες που γνωρίζουν την περιοχή εστιάζουν σχεδόν αποκλειστικά σε συγκεκριμένα τοπόσημα (Ολυμπία, Κατάκολο) χωρίς να υπάρχει αναγνώριση του συνόλου του δήμου ως προορισμού.

Επιπλέον, ιδιαίτερα έντονη είναι η έλλειψη οργανωμένων εμπειριών και δραστηριοτήτων που θα μπορούσαν να παρατείνουν τη διαμονή και να ενισχύσουν την κατανάλωση των επισκεπτών. Παρά το πλούσιο φυσικό και πολιτιστικό απόθεμα της περιοχής, απουσιάζουν δομημένα τουριστικά πακέτα, θεματικές διαδρομές, ξεναγήσεις, watersports ή βιωματικές δράσεις που θα επέτρεπαν στον επισκέπτη να γνωρίσει σε βάθος τον τόπο, πέρα από μια τυπική στάση στο Κατάκολο ή μια επίσκεψη στην Ολυμπία. Αυτή η έλλειψη περιορίζει σημαντικά τη δυνατότητα μετατροπής της παροδικής επισκεψιμότητας σε παρατεταμένη παραμονή και ουσιαστική οικονομική ωφέλεια για τον δήμο Πύργου.

Οι πρόσληψεις τρίτων για τον Πύργο και το Κατάκολο εμφανίζουν ένα ενδιαφέρον μοτίβο: υπάρχει σημειακή αναγνωρισιμότητα αλλά όχι ενιαία ταυτότητα. Η εικόνα του προορισμού για τον Έλληνα επισκέπτη είναι συνδεδεμένη με το Κατάκολο, τη θάλασσα και την εκδρομή στην Ολυμπία, ενώ για τον ξένο τουρίστα η γνώση εξαντλείται σχεδόν αποκλειστικά στον αρχαιολογικό χώρο. Δεν υπάρχει ξεκάθαρο branding που να διαφοροποιεί τον δήμο Πύργου ούτε καμπάνιες που να προβάλλουν το σύνολο της περιοχής ως αυθεντικό τουριστικό προϊόν.

Συμπερασματικά, η φήμη του προορισμού αρκεί για να στηρίξει παροδικές μορφές επισκεψιμότητας – κυρίως ημερήσιες εκδρομές ή ολιγόωρη παραμονή λόγω

κρουαζιέρας – χωρίς όμως να οδηγεί σε παρατεταμένη διαμονή και υψηλή τουριστική κατανάλωση στην πόλη. Ο Πύργος, παρά το δυναμικό του, δεν έχει ακόμη καταφέρει να κεφαλαιοποιήσει τη γεωγραφική του θέση και τα τοπικά του πλεονεκτήματα, με αποτέλεσμα να περιορίζεται σε μια «δευτερεύουσα» εικόνα σε σχέση με τα μεγάλα τοπία του νομού. Η έλλειψη στρατηγικής διασύνδεσης μεταξύ Κατακόλου, Πύργου και ενδοχώρας αποτελεί το βασικό εμπόδιο στην καθιέρωση του δήμου ως ολοκληρωμένου και ανταγωνιστικού τουριστικού προορισμού.

Σχέδιο πρότασης διασύνδεσης των τοπικών επαγγελματιών και λοιπών εταίρων που συνδέονται με την τουριστική βιομηχανία με στόχο τη δημιουργία μιας Τοπικής Συμμαχίας

Οι πρώτες συζητήσεις με επαγγελματίες που δραστηριοποιούνται στο δήμο Πύργου και στο Κατάκολο ανέδειξαν ένα μωσαϊκό απόψεων και συναισθημάτων. Από τη μία πλευρά, εντοπίζεται μια κόπωση, κυρίως σε νεότερους επαγγελματίες, που αισθάνονται ότι αγωνίζονται μεμονωμένα απέναντι στις αντιξοότητες του κλάδου και την έλλειψη υποστηρικτικών δομών. Από την άλλη, όμως, υπάρχουν και προσωπικότητες-«άγκυρες» που με την πίστη και τη συνέπειά τους αποδεικνύουν, ότι ο τόπος διαθέτει τα προτερήματα και τις δυνατότητες για μια ουσιαστική αναπτυξιακή πορεία. Πρόκειται για ανθρώπους που εμπνέουν, κινητοποιούν και παρασύρουν θετικά το περιβάλλον τους, δημιουργώντας παραδείγματα συνεργασίας και συλλογικής δράσης. Το σίγουρο είναι, όσο κλισέ και αν ακούγεται, ότι οι ντόπιοι αγαπούν πολύ τον τόπο τους, το δήμο τους, και ότι θα ήθελαν να τον δούνε να αναπτύσσεται και να προοδεύει ακόμα περισσότερο. Δεν διακρίνονται στοιχεία παραίτησης, αλλά, κυρίως, διάθεση για αγώνες και μάχη.

Η έκφραση βούλησης της διοίκησης για περισσότερη εξωστρέφεια προσωποποιημένη στο πρόσωπο του Αντιδημάρχου Τουρισμού με την εμφανή στήριξη του Δημάρχου ήδη

παρακινεί θετικά τους ανθρώπους της αγοράς να στοιχηθούν πίσω από μια κοινού συμφέροντος προσπάθεια.

Γύρω από αυτές τις πρώτες προσωπικότητες, θεσμικές ή και μη, η δημοτική αρχή μπορεί να οργανώσει έναν πυρήνα διαλόγου και πρωτοβουλιών. Όπως ξεκίνησε με την Επιτροπή Τουρισμού και με αφετηρία αυτή μπορεί μέσα από θεσμικές και άτυπες ομάδες, συναντήσεις εργασίας και δίκτυα συνεργασίας, να διαμορφωθεί μια Τοπική Συμμαχία με συγκεκριμένους, βραχυπρόθεσμους, αλλά και πιο μακρινούς στόχους. Οι στόχοι αυτοί βήμα με βήμα θα φέρουν αποτελέσματα ενισχύοντας την εμπιστοσύνη των πολιτών και των επαγγελματιών, ενώ παράλληλα θα δημιουργούν τις συνθήκες για την ωρίμανση μεγαλύτερων στρατηγικών σχεδίων σε περιφερειακό και εθνικό επίπεδο.

Μια πρώτη συζήτηση θεσμοθετημένη σε ένα τακτικό πλαίσιο συναντήσεων θα μπορούσε να αφορά στη δημιουργία εμπειριών και υπηρεσιών προσανατολισμένων στους τουρίστες, στους επισκέπτες από μακριά. Η συμμετοχή μας στον αρχικό διάλογο με τους επαγγελματίες της περιοχής μας έδειξε, ότι γενικότερα λείπει από τον προορισμό η εξωστρεφής αντίληψη και σκέψη. Πρέπει να είναι σαφές, ότι είναι πολύ διαφορετικά αυτά που απασχολούν τους δημότες και ντόπιους από αυτά που παρακινούν και ενδιαφέρουν τους επισκέπτες. Μια πρώτη διερεύνηση, λοιπόν, θα είναι χρήσιμο να εξετάσει τι θα μπορούσε να ξεχωρίσει από τις προσφερόμενες υπηρεσίες ή τα προσφερόμενα τοπικά προϊόντα και πως αυτά θα αναδειχθούν, για να παρουσιαστούν προς τρίτους.

Για να καλλιεργηθεί αυτό το οικοσύστημα συνεργασίας, απαιτείται ένας σταθερός εμπνευστής και συντονιστής, συστηματικός και επίμονος διάλογος, ειλικρινής ανταλλαγή εμπειριών και γνώσης, καθώς και οργανωμένα προγράμματα συναντήσεων, παρουσιάσεων και επιμορφωτικών δράσεων. Η δημιουργία μιας Τοπικής Συμμαχίας δεν είναι μόνο εργαλείο δικτύωσης, αλλά βασικός μοχλός έμπνευσης και παρακίνησης, ώστε η επαγγελματική κοινότητα να χειραφετηθεί και να λειτουργήσει με όρους συλλογικού οφέλους, ενισχύοντας έτσι την τουριστική ταυτότητα και τη δυναμική του προορισμού. Πρώτα από όλα, επαναλαμβάνουμε, χρειάζεται να αλλάξει η πρόσληψη και άποψη για

την τουριστική εμπειρία, να προσαρμοστεί στον τρόπο που την εννοεί και την περιμένει να τη συναντήσει ο σύγχρονος ταξιδιώτης.

Συμπέρασμα

Η πρώτη ανάλυση των ερωτηματολογίων του δήμου Πύργου και του Δημοτικού Λιμενικού Ταμείου του Κατάκολου αποκαλύπτει, καταρχήν, μια συζήτηση που περίμενε σε τοπικό επίπεδο πολύ καιρό να ανοίξει. Η εξωστρέφεια και η τουριστική εξέλιξη του δήμου εξαιτίας ενδεχομένως και της αυτόματης προόδου του λιμανιού του Κατάκολου και τον υψηλό αριθμό αφίξεων των κρουαζιερόπλοιων δεν είχε μπει ποτέ μέχρι τώρα με συγκροτημένο τρόπο στην ατζέντα μιας δημοτικής αρχής. Έτσι, ένα σημαντικό δυναμικό προς αξιοποίηση που υπάρχει στην περιοχή παραμένει εν πολλοίς αδρανές και ανεκμετάλλευτο. Ο δήμος Πύργου διαθέτει πλούσιο φυσικό περιβάλλον, ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά, υψηλής ποιότητας τοπικά προϊόντα, καθώς και στρατηγική γεωγραφική θέση, τόσο για την πρόσβαση στην δυτική Πελοπόννησο όσο -με την ολοκλήρωση της Ολύμπιας Οδού- και στην υπόλοιπη Ελληνική ενδοχώρα. Οι δημότες και οι επαγγελματίες της περιοχής διψάνε για έναν ολοκληρωμένο διάλογο που θα αφορά στην περαιτέρω ανάπτυξη και στοχευμένη προβολή του τόπου τους. Πιστεύουν σε αυτόν. Εξίσου ισχυρά, όμως, θεωρούν, ότι δεν έχει υπάρξει ποτέ ως τώρα μια οργανωμένη προσπάθεια ανάδειξης της δυναμικής του δήμου.

Η σημερινή κατάσταση χαρακτηρίζεται από διάσπαση δυνάμεων, απουσία σημαντικών υπηρεσιών, έλλειψη συντονισμού και περιορισμένη προβολή. Η τουριστική εμπειρία παραμένει αδόμητη και αποσπασματική: η κίνηση στο Κατάκολο συνδέεται αποκλειστικά σχεδόν με τις κρουαζιέρες, το επίνειο τους Πύργου λειτουργεί ως έξοδος/είσοδος αποκλειστικά για την Ολυμπία, ενώ η πόλη του Πύργου και οι γύρω κοινότητες δεν αξιοποιούν πλήρως τα συγκριτικά τους πλεονεκτήματα, για να προσελκύσουν επισκεψιμότητα. Οι επισκέπτες, τόσο Έλληνες όσο και ξένοι, γνωρίζουν αποσπασματικά σημεία ενδιαφέροντος και η απουσία οργανωμένων δραστηριοτήτων, θεματικών

διαδρομών και βιωματικών εμπειριών περιορίζει την παραμονή και την κατανάλωση στον προορισμό.

Η έλλειψη ενιαίας ταυτότητας και συνεπούς προβολής του δήμου Πύργου αποτελεί τον βασικό παράγοντα που περιορίζει την εξωστρέφεια και την αναγνωρισιμότητα σε εθνικό και διεθνές επίπεδο. Παράλληλα, η χαλαρή διασύνδεση μεταξύ επαγγελματιών, φορέων και οργανισμών τουρισμού δυσχεραίνει την ανάπτυξη συνεκτικών και ολοκληρωμένων δράσεων.

Η δημιουργία μιας Τοπικής Συμμαχίας, γύρω από προσωπικότητες-«άγκυρες» και θεσμικούς εκπροσώπους, σε συνδυασμό με πρωτοβουλίες, όπως οινοτουριστικά σαββατοκύριακα, γαστρονομικές και πολιτιστικές διαδρομές, βιωματικές εμπειρίες και δράσεις για την προβολή της παράκτιας και θαλάσσιας κληρονομιάς του Κατάκολου, αποτελεί στρατηγική απάντηση στα σημερινά κενά. Μέσα από συντονισμένες ενέργειες, συνεχή διάλογο, εκπαιδευτικά προγράμματα και οργανωμένες δράσεις, ο δήμος Πύργου μπορεί να μετατραπεί σε έναν ολοκληρωμένο, βιώσιμο και ανταγωνιστικό τουριστικό προορισμό.

Η χαμηλή ανταπόκριση από τους επισκέπτες στην πρόθεση διερεύνησης της τουριστικής εμπειρίας καταδεικνύει, τέλος, την έλλειψη ολοκληρωμένης κουλτούρας φιλοξενίας προς τρίτους. Μοιάζει διεκπεραιωτική (transit) πολλές φορές η επίσκεψη στο δήμο Πύργου και όχι επίσκεψη τελικού προορισμού.

Συμπερασματικά, ο δήμος Πύργου διαθέτει όλα τα θεμελιώδη στοιχεία για μια ουσιαστική και βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη, αρκεί να υπάρξει συντονισμός, συλλογική δράση και στρατηγικός προγραμματισμός. Η επιτυχία του εξαρτάται από τη δημιουργία ενός κοινού οράματος για τον προορισμό, την κινητοποίηση των τοπικών επαγγελματιών και την ένταξη της περιοχής σε ένα ευρύτερο αναπτυξιακό σχεδιασμό.
