

Πλατφόρμα eMall



Πλατφόρμα κινητής εφαρμογής για την πόλη του Πειραιά με στόχευση στους επιβάτες κρουαζιέρας και τους επισκέπτες


Κρουαζιέρα

Η κρουαζιέρα και οι σχετικές με αυτή δραστηριότητες σχεδόν μηδενίστηκαν το 2020

Περίπου 12% των πλοίων και **1,5% των επιβατών**

Ανέκαμψε σημαντικά το 2021 στο 61% των πλοίων αλλά **μόνο 27% επιβατών**

Τελική χρονιά ανάκαμψης θεωρείται το 2023

 ΕΝΩΣΗ ΛΙΜΕΝΩΝ ΕΛΛΑΔΟΣ		ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΚΡΟΥΑΖΙΕΡΑΣ 2019 - 2021 ΣΥΝΟΛΙΚΑ ΧΩΡΑΣ					
α/α	ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ	2021		2020		2019	
		Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας	Αριθμός αφίξεων κ/ζ	Αριθμός αφίξεων επιβατών κρουαζιέρας
1	ΠΕΙΡΑΙΑΣ	379	303.665	76	16.640	622	1.098.091
2	ΚΕΡΚΥΡΑ	200	234.699	13	10.448	420	767.673
3	ΜΥΚΟΝΟΣ	252	201.821	17	914	550	787.490
4	ΡΟΔΟΣ	195	130.516	14	8.334	258	308.194
5	ΚΑΤΑΚΟΛΟ	126	123.509	10	7.589	199	413.716
6	ΗΡΑΚΛΕΙΟ	118	119.930	24	19.998	204	307.043
7	ΣΑΝΤΟΡΙΝΗ	191	104.074	3	131	592	980.771
8	ΧΑΝΙΑ (ΣΟΥΔΑ)	76	45.619	10	105	132	265.956
9	ΚΕΦΑΛΛΟΝΙΑ-ΙΘΑΚΗ	33	28.291	1	617	133	259.261
10	ΠΑΤΜΟΣ	81	21.804	6	468	156	112.721
11	ΑΓΙΟΣ ΝΙΚΟΛΑΟΣ	42	18.512	0	0	37	32.500
12	ΛΑΥΡΙΟ	22	15.735	0	0	0	0
13	ΝΑΥΠΛΙΟ	76	13.676	0	0	88	34.704
14	ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ	17	11.777	1	28	6	4.865

Οφέλη για τα λιμάνια από δραστηριότητες σχετικές με την κρουαζιέρα

Μελέτη ΔΙΑΝΕΟΣΙΣ

Συγκριτικά Στοιχεία

Λιμάνια Ιταλίας

- Homeports για 50% της κίνησης μεσογείου
- Η Ιταλική οικονομία κερδίζει 4,6 δις ετησίως

Μόνο το λιμάνι Βαρκελώνης

- Συνεισφέρει στην οικονομία 800 εκατομμύρια ετησίως



Στοιχεία αναφοράς

Στοιχεία CLIA - Cruise Lines Industries Association

Κυριότερα λιμάνια

- Barcelona
- Civitavecchia
- Palma Mallorca
- Venice
- **Piraeus**
- Genoa
- and Savona.

Δαπάνη ανά επιβάτη (2019)

- Μέσος όρος λιμανιών Homeport = \$310
- **Πειραιάς = €94,2**

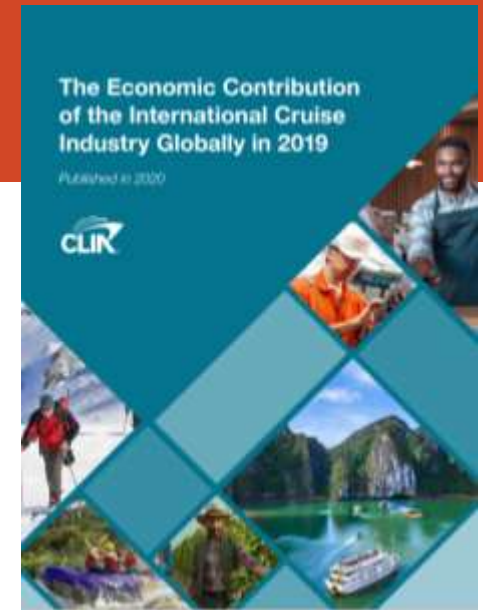


TABLE 6 – GLOBAL PASSENGER AND CREW SPENDING BY CATEGORY – 2019
MILLIONS OF US\$

Categories	Total	Home Port Passengers	Transit Passengers	Crew
Onshore Visits (Millions)	148.41	29.67	95.81	22.93
Accommodations	\$2,488	\$2,479	\$6.4	\$3.5
Travel to Home Port	\$5,233	\$5,233	\$0	\$0
Food & Beverages	\$2,899	\$1,273	\$1,178	\$447
Tours & Local Transit	\$5,216	\$1,117	\$3,881	\$218
Retail & Other	\$6,593	\$1,335	\$4,498	\$759
Total	\$22,429	\$11,437	\$9,563	\$1,428
Average Spend per Visit	\$151.12	\$385.41	\$99.82	\$62.29

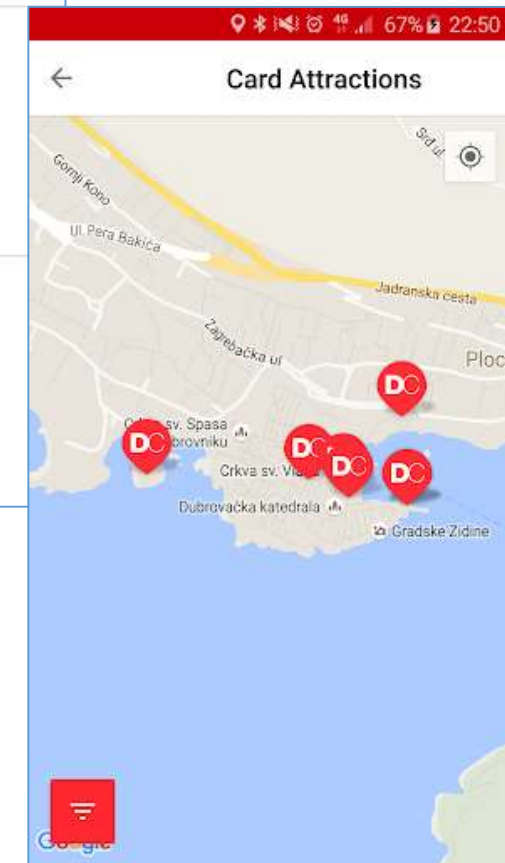
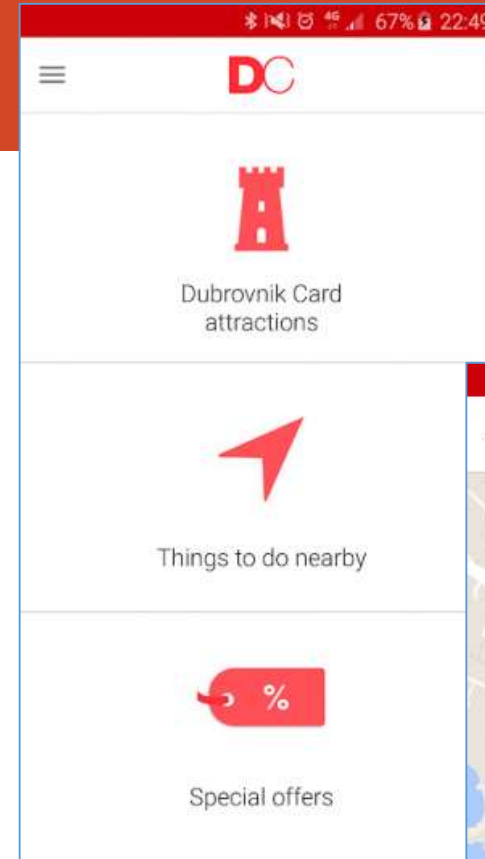
Εισαγωγή και στόχοι

- Στο πλαίσιο του έργου της Γαλάζιας Οικονομίας θα αναπτυχθεί εφαρμογή για την παρουσίαση της πόλης του Πειραιά, των αξιοθέατων, του πολιτιστικού της αποθέματος και των εμπορικών επιχειρήσεων
- Απευθύνεται στους επισκέπτες – επιβάτες πλοίων κρουαζιέρας και τουρίστες (ξένους και Έλληνες)
- Στόχος είναι η ανάδειξη της πόλης σε ελκυστικό προορισμό
- Σε εμπορικό επίπεδο, στόχος είναι η ενημέρωση για προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρονται από επιχειρήσεις της πόλης
- Απώτερος στόχος είναι η αύξηση της κατά κεφαλή δαπάνης στην πόλη από τον τουρισμό κρουαζιέρας.



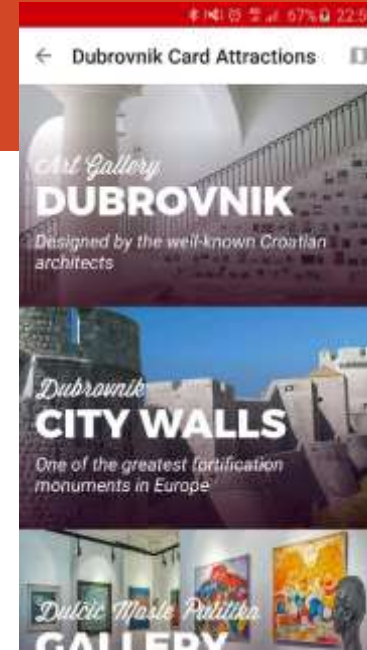
Γενικά Χαρακτηριστικά

- Θα παρουσιάζεται χρηστική (βασικά στατική) πληροφορία
 - Στοιχεία για την πόλη, ιστορία, γειτονιές
 - Υγειονομικά στοιχεία (κανονισμοί)
 - Δρομολόγια μετακίνησης από/προς το cruise terminal
 - Δημόσια Σημεία με Public hotspot
- Καθώς και πληροφορίες για τα αξιοθέατα της πόλης (Piraeus attractions)
 - Σημεία αρχαιολογικού ενδιαφέροντος
 - Δραστηριότητες πολιτιστικού ενδιαφέροντος (π.χ. υπαίθριες δραστηριότητες των χορευτικών συλλόγων, μαγειρική)
 - Διαδρομές στην πόλη
 - κ.ά.
- Δοσμένα με βάση τη θέση (π.χ. "Find things to do nearby")
- Σε δύο γλώσσες αρχικά



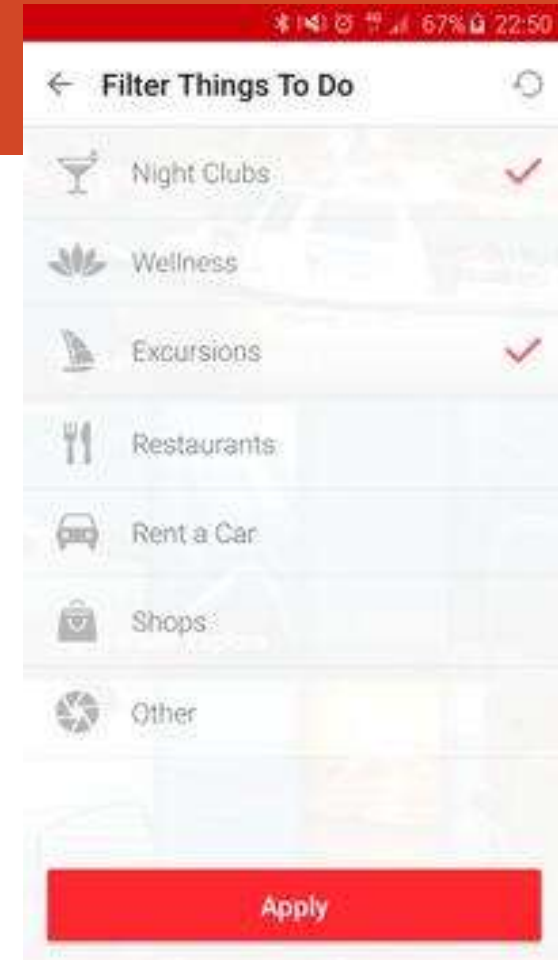
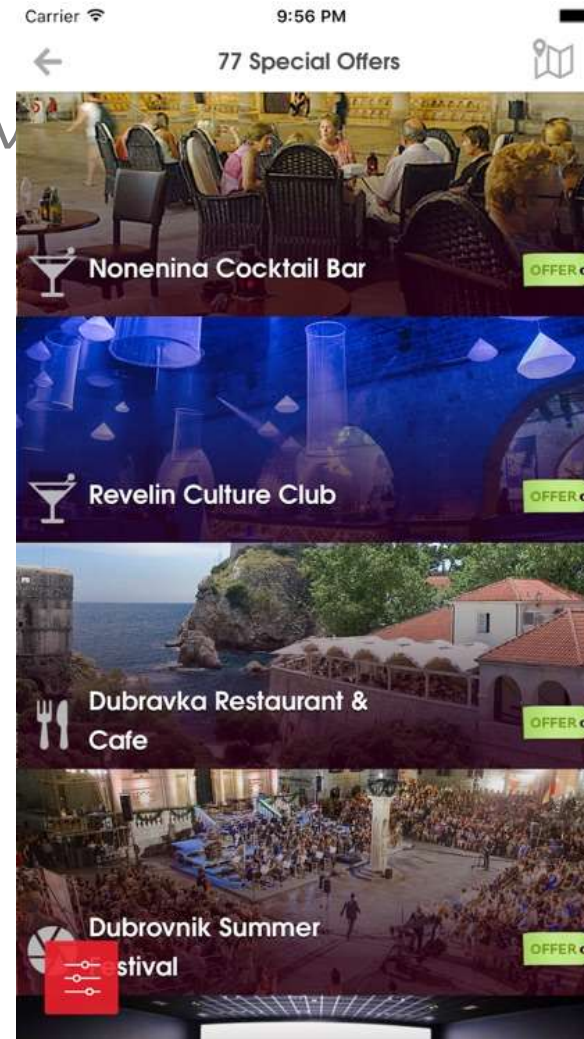
Πολιτισμός - Αξιοθέατα

- Πληροφορία από τους αρμόδιους φορείς
- Σύντομη και περιεκτική κατάλληλη για κινητές εφαρμογές
- Χρηστικά στοιχεία
- Π.χ. Παράδειγμα Dubrovnik



Περιεχόμενο για καταστήματα

- Παρουσίαση εμπορικών επιχειρήσεων οργανωμένων ως προς
 - Θέση (Χάρτης)
 - Θεματική κατηγορία
 - Λίστες (αλφαβητικά)
- Για κάθε επιχείρηση παρουσιάζονται πρότυπα στοιχεία
 - Να προσδιοριστούν στη συνάντηση



Προσφορές – όχι τιμές

- Και προσφορές

- Συγκεκριμένες προσφορές σε προκαθορισμένα επίπεδα (π.χ. -10%, -20% στο βασικό προϊόν)
- σαφής υπόδειξή τους στα website των επιχειρήσεων με συγκεκριμένη landing page
- οργάνωση backoffice μηχανισμού για την αποτύπωση των προσφορών

Δράσεις προώθησης, digital marketing

- π.χ. χρήση proximity marketing

Οργάνωση

- Στενή συνεργασία με τον εμπορικό σύλλογο και τα μέλη του
- Ορισμός μελών ομάδας συντονισμού
- Χρονοδιάγραμμα, να προσδιοριστούν ρεαλιστικά ορόσημα για
 - Τυποποίηση περιεχομένου
 - Εικαστικό προσδιορισμό
 - Παραλαβή περιεχομένου
 - Υλοποίηση
 - Δοκιμές