

# Χαρακτηριστικά Εξερχόμενου Ευρωπαϊκού Τουρισμού Αθλητισμού και Ευεξίας



INTELLIGENCE

Μάιος 2016

Δρ. Άρης Ίκκος, ISHC  
Επιστημονικός Διευθυντής

Σεραφείμ Κουτσός  
Αναλυτής

**Ινστιτούτο ΣΕΤΕ**

**Λεωφ. Αμαλίας 34 - 105 58 Αθήνα**

***www.insete.gr* - [info@insete.gr](mailto:info@insete.gr)**

© ΙΝΣΕΤΕ – Επιτρέπεται η αναδημοσίευση με την προϋπόθεση της αναφοράς στην πηγή

## Περιεχόμενα

<b>ΕΙΣΑΓΩΓΗ.....</b>	<b>2</b>
<b>1. Προφίλ εξερχομένων τουριστών για διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας.....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος.....</b>	<b>5</b>
<b>1.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....</b>	<b>8</b>
<b>1.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη .....</b>	<b>11</b>
<b>1.4 Προορισμός.....</b>	<b>15</b>
<b>1.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης .....</b>	<b>17</b>
<b>2. Προφίλ εξερχόμενων τουριστών για αθλητικές διακοπές.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος .....</b>	<b>21</b>
<b>2.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....</b>	<b>22</b>
<b>2.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη .....</b>	<b>25</b>
<b>2.4 Προορισμός .....</b>	<b>28</b>
<b>2.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης .....</b>	<b>30</b>
<b>3. Προφίλ εξερχόμενων τουριστών για διακοπές ευεξίας.....</b>	<b>34</b>
<b>3.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος .....</b>	<b>34</b>
<b>3.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά .....</b>	<b>35</b>
<b>3.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη .....</b>	<b>38</b>
<b>3.4 Προορισμός .....</b>	<b>41</b>
<b>3.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης .....</b>	<b>44</b>
<b>4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ .....</b>	<b>47</b>

## ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Ο τουρισμός αποτελεί μια δραστηριότητα εξόχως ανταγωνιστική στο διεθνές οικονομικό περιβάλλον. Συνεπώς, η ανάπτυξη του τουρισμού προϋποθέτει την δημιουργία ενός τουριστικού προϊόντος που ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις της διεθνούς πελατείας. Οι απαιτήσεις αυτές διαρκώς εξελίσσονται, ενώ ταυτόχρονα οι τεχνολογικές εξελίξεις διαμορφώνουν ένα ευμετάβλητο περιβάλλον στο οποίο οι τουριστικές επιχειρήσεις καλούνται διαρκώς να προσαρμόζονται και να αναπτύσσονται.

Η υγιής επιχειρηματικότητα, που αποτελεί τη στερεότερη βάση για τη διασφάλιση και την ανάπτυξη θέσεων εργασίας, προϋποθέτει τη σαφή κατανόηση του ελληνικού τουρισμού καθώς και του διεθνούς τουριστικού περιβάλλοντος και ιδιαίτερα των χωρών από τις οποίες η Ελλάδα αντλεί πελατεία. Επίσης, σύμφωνα με το στρατηγικό σχέδιο για τον Τουρισμό του ΣΕΤΕ («Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021»), έχουν εντοπισθεί συγκεκριμένες προϊόντικές αγορές στις οποίες θα αναπτυχθεί ο ελληνικός τουρισμός. Η υλοποίηση του σχεδιασμού αυτού απαιτεί την σαφή απεικόνιση των χαρακτηριστικών του ελληνικού τουρισμού σήμερα, των αγορών στις οποίες στοχεύει και του προφίλ των τουριστών από τις αγορές αυτές, είτε αυτές είναι προϊόντικές είτε προσδιορίζονται γεωγραφικά.

Σκοπός της παρούσας μελέτης είναι η καταγραφή και παρουσίαση αναλυτικών στοιχείων για τα χαρακτηριστικά των Ευρωπαίων τουριστών που κάνουν διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας. Απώτερος στόχος της μελέτης είναι η ενημέρωση των επαγγελματιών και άλλων εμπλεκόμενων φορέων του τουρισμού ώστε οι μεν πρώτοι να είναι σε θέση να εκμεταλλευτούν καλύτερα τις παρουσιαζόμενες ευκαιρίες και να αντιμετωπίσουν τις δυσκολίες, και οι δεύτεροι να διαμορφώσουν πολιτικές για τον τουρισμό που να ανταποκρίνονται με τον βέλτιστο τρόπο στις επιδιώξεις για την ανάπτυξή του.

Η μελέτη δομείται σε τρία μέρη:

- Ενότητα 1: συνολική εικόνα για τον εξερχόμενο τουρισμό Αθλητισμού και Ευεξίας από Ευρώπη, καθώς και για τις αγορές από Γερμανία, Σκανδιναβία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία και Ρωσία. Για τις χώρες αυτές γίνεται μια συγκριτική παρουσίαση των βασικών μεγεθών Τουρισμού Αθλητισμού και Τουρισμού Ευεξίας.
- Ενότητα 2: το προφίλ των εξερχόμενων τουριστών για αθλητισμό από τις αγορές Γερμανίας, Ελβετίας, Ηνωμένου Βασιλείου, Βελγίου, Σκανδιναβίας, Γαλλίας, Ολλανδίας και Ρωσίας.
- Ενότητα 3: το προφίλ των εξερχόμενων τουριστών για διακοπές ευεξίας από τις αγορές Γερμανίας, Γαλλίας, Σκανδιναβίας, Ρωσίας και Ηνωμένου Βασιλείου.

Η μελέτη βασίζεται σε στοιχεία της IPK International, εταιρίας με εξειδίκευση στην έρευνα της ταξιδιωτικής συμπεριφοράς των τουριστών. Η IPK International είναι ο μοναδικός οργανισμός παγκοσμίως που ειδικεύεται στην εκπόνηση τέτοιων ερευνών με ενιαίο ερωτηματολόγιο σε 60 χώρες σε όλον τον κόσμο, καλύπτοντας –πρακτικά- το σύνολο των χωρών από τις οποίες προέρχεται ο διεθνής τουρισμός. Τα ερωτηματολόγια αυτά συμπληρώνονται από 500.000 ερωτώμενους, δημιουργώντας έτσι μια μοναδική βάση δεδομένων για άντληση στοιχείων τουριστικής αγοράς<sup>1</sup>. Λόγω της ενιαίας προσέγγισης της έρευνας σε όλες

---

<sup>1</sup> Η IPK διεξάγει τηλεφωνικές συνεντεύξεις ή συμπλήρωση ερωτηματολογίου μέσω PC. Οι μέθοδοι στάθμισης της IPK εξασφαλίζουν ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του πληθυσμού όσον αφορά ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά του, όπως ηλικία, φύλο, της χώρας προέλευσης, εισόδημα κ.λ.π. Το δείγμα καθώς και η συχνότητα αλλάζει ανάλογα με τον πραγματικό πληθυσμό κάθε χώρας που εξετάζεται. Για παράδειγμα, στην Νορβηγία το δείγμα είναι  $n_{Nor}=1000$  και εξετάζεται 2 φορές το χρόνο, δηλαδή  $n_{TOTALNOR}=2.000$ , ενώ στη Γερμανία το δείγμα είναι  $n_{Ger}=2000$  και εξετάζεται 12 φορές το χρόνο δηλαδή  $n_{TOTALGER}=24.000$ . Συνολικά η IPK έχει sample frame με δείγμα  $n_{TOTAL}=500.000$  και μελετάει 60 χώρες.

τις χώρες και όλους τους τύπους ταξιδιωτών με την χρήση ενιαίου ερωτηματολογίου, είναι εφικτή η άμεση σύγκριση στοιχείων μεταξύ χωρών προέλευσης των ταξιδιωτών, μεταξύ προορισμών αλλά και μεταξύ προϊόντων.

Για την καλύτερη κατανόηση των αποτελεσμάτων που παρουσιάζονται επισημαίνουμε τα ακόλουθα:

- Τα στοιχεία αφορούν το έτος 2013.
- Η έρευνα της IPK αποτυπώνει την συμπεριφορά των κατοίκων μιας χώρας (π.χ. κατοίκων της Γερμανίας) και όχι των υπηκόων της (π.χ. Γερμανοί).
- Στα στοιχεία της έρευνας της IPK περιλαμβάνονται μόνο όσοι κάνουν τουλάχιστον 1 διανυκτέρευση. Τα στοιχεία δαπανών που παρουσιάζονται αφορούν στην συνολική δαπάνη του τουρίστα, και στη χώρα προέλευσης και στη χώρα προορισμού.
- Στην έρευνα της IPK, η κατάταξη ανάλογα με το οικογενειακό εισόδημα είναι σχετική, δηλαδή ανάλογα με το βιοτικό επίπεδο της κάθε χώρας και βασίζεται στην Έρευνα Οικογενειακών Προϋπολογισμών (Household Survey) κάθε χώρας.
- Λόγω της δειγματοληπτικής μεθοδολογίας που ακολουθεί, η IPK θεωρεί αξιόπιστα μόνο τα στοιχεία που αναγόμενα στο σύνολο του πληθυσμού υπερβαίνουν τις 50.000 ταξίδια. Το στοιχείο αυτό αφενός περιορίζει την δυνατότητα ανάλυσης των προϊόντων στις επιμέρους αγορές και αφετέρου έχει ληφθεί υπόψη στον σχολιασμό των πινάκων που παρατίθενται κατωτέρω.

## 1. Προφίλ εξερχομένων τουριστών από Ευρώπη για διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας

### 1.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος

Βασικά Μεγέθη	Σύνολο Ευρώπης	Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Ηνωμένο Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
Αριθμός Επισκεπτών (σε χιλιάδες)	10.743	2.095	974	928	918	604
	<i>% επί του συνόλου</i>	<i>20%</i>	<i>9%</i>	<i>9%</i>	<i>9%</i>	<i>6%</i>
Αριθμός Διανυκτερεύσεων (σε χιλιάδες)	79.498	18.436	7.087	8.151	4.739	7.131
	<i>% επί του συνόλου</i>	<i>23%</i>	<i>9%</i>	<i>10%</i>	<i>6%</i>	<i>9%</i>
Δαπάνη (σε χιλιάδες €)	9.125.104	1.952.540	999.324	1.279.712	644.436	812.984
	<i>% επί του συνόλου</i>	<i>21%</i>	<i>11%</i>	<i>14%</i>	<i>7%</i>	<i>9%</i>

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Οι διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας (Sport & Wellness) αποτελούν το 5<sup>ο</sup> σε μέγεθος τουριστικό προϊόν από αυτά που προτείνονται για ανάπτυξη στο στρατηγικό σχέδιο για τον Τουρισμό του ΣΕΤΕ («Τουριστικός Στρατηγικός Σχεδιασμός 2021»), με σχετικό μερίδιο αγοράς 4% στα ταξίδια και τις δαπάνες και 3% στις διανυκτερεύσεις<sup>2</sup>. Σε απόλυτα νούμερα, από την Ευρώπη πραγματοποιούνται 10,8 εκ. ταξίδια, 79,5 εκ. διανυκτερεύσεις και € 9,1 δισ. δαπάνη.

<sup>2</sup> Βλ. «Ποιες είναι οι Αγορές των Προϊόντων μας;», SETE Intelligence, Φεβρουάριος 2016

Από τις υπό εξέταση χώρες, η Γερμανία κατέχει την μερίδα του λέοντος με ποσοστό που φτάνει το 20% επί του συνόλου του αριθμού ταξιδιών εξερχόμενου τουρισμού A&E της Ευρώπης και ακολουθούν οι Σκανδιναβικές χώρες, η Βρετανία και η Γαλλία με 9% η κάθε μια και ακολουθούν οι επισκέπτες από Ρωσία με 6%.

Όσον αφορά στον αριθμό των διανυκτερεύσεων και της δαπάνης παρατηρούμε ότι και εδώ οι επισκέπτες από την Γερμανία κατέχουν τα πρωτεία (23% και 21% αντίστοιχα) και τους Βρετανούς να ακολουθούν με 10% και 14% αντίστοιχα. Σημαντική αναφορά θα πρέπει να γίνει για τους Ρώσους επισκέπτες, που παρόλο που κατέχουν το μικρότερο μερίδιο σε αριθμό ταξιδιών (6%) από τις εξεταζόμενες αγορές, εντούτοις εμφανίζουν αριθμό διανυκτερεύσεων και δαπάνης που πλησιάζουν ή και υπερβαίνουν τα αντίστοιχα μεγέθη από την Σκανδιναβία, την Βρετανία και την Γαλλία.

Στον πίνακα που ακολουθεί γίνεται ο καταμερισμός των επισκεπτών, των διανυκτερεύσεων και της συνολικής δαπάνης στα επιμέρους τουριστικά προϊόντα (Αθλητικός, Ευεξίας) ανά αγορά προέλευσης. Επίσης, γίνεται καταγραφή ανά προϊόν και ανά αγορά στην κατά κεφαλή δαπάνη και στην δαπάνη ανά ημέρα. Τυχόν διαφορές με τον προηγούμενο πίνακα οφείλονται σε στρογγυλοποιήσεις.

Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:

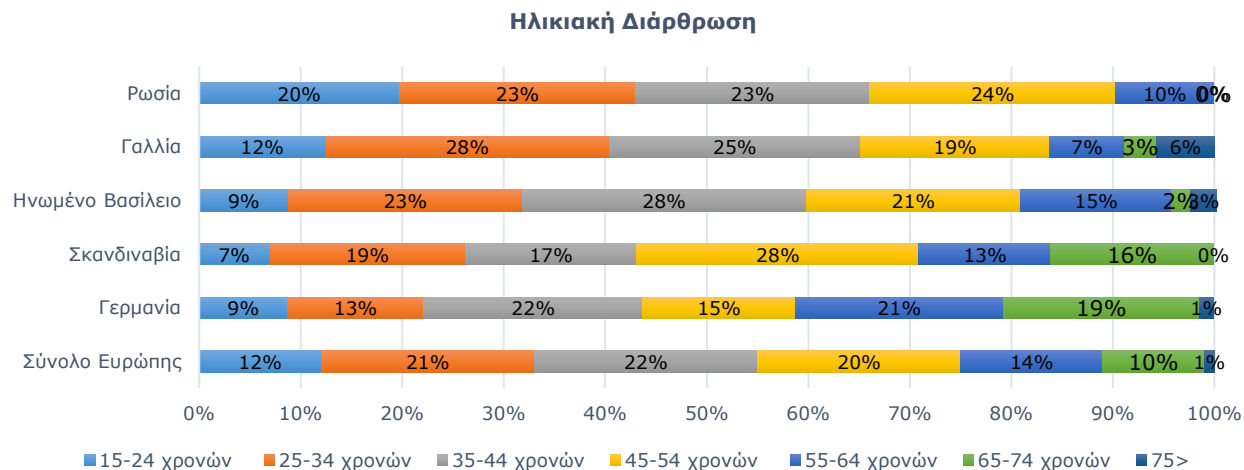
Βασικά Μεγέθη	Γερμανία		Σκανδιναβία		Ηνωμένο Βασίλειο		Γαλλία		Ρωσία	
	Αθλητικός	Ευεξίας	Αθλητικός	Ευεξίας	Αθλητικός	Ευεξίας	Αθλητικός	Ευεξίας	Αθλητικός	Ευεξίας
Αριθμός Επισκεπτών (σε χιλιάδες)	1.204	891	424	450	562	366	412	506	171	432
% επί του συνόλου αγοράς	57%	43%	49%	51%	61%	39%	45%	55%	28%	72%
Αριθμός Διανυκτερεύσεων (σε χιλιάδες)	11.197	7.039	3.138	3.240	4.665	3.367	1.813	2.884	2.787	4.536
% επί του συνόλου αγοράς	61%	39%	49%	51%	58%	42%	39%	61%	38%	62%
Δαπάνη (σε χιλιάδες €)	1.289.484	663.795	416.792	480.150	522.098	757.620	230.720	413.908	246.753	564.624
% επί του συνόλου αγοράς	66%	34%	46%	54%	41%	59%	36%	64%	30%	70%
Μέση κατά Κεφαλή δαπάνη (σε €)	1.071	745	983	1.067	929	2.070	560	818	1.443	1.307
Δαπάνη ανά ημέρα (σε €)	115	94	133	148	112	225	127	144	89	124

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

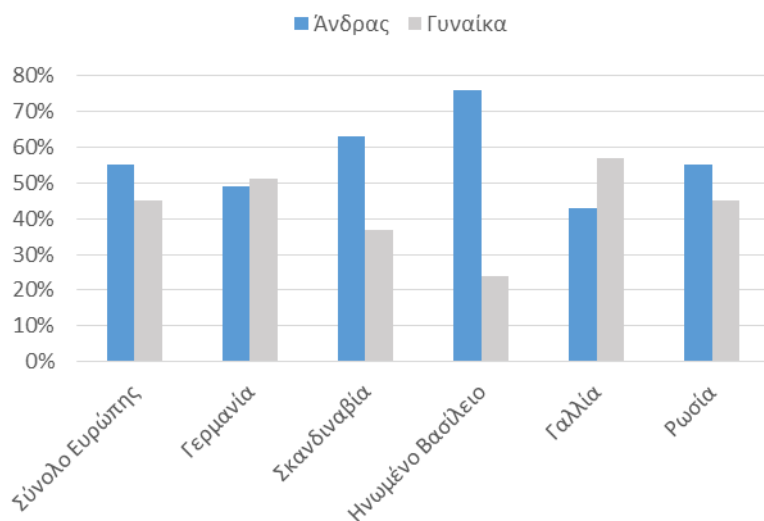
Από τα στοιχεία του πίνακα αποτυπώνεται η δυναμική της Γερμανικής τουριστικής αγοράς και για τα δυο υποπροϊόντα με μεγάλη διαφορά από τις υπόλοιπες χώρες. Αξιοσημείωτη είναι η προτίμηση των επισκεπτών από την Γερμανία και το Ηνωμένο Βασίλειο για Αθλητικές διακοπές και από την Ρωσία για διακοπές Ευεξίας, ενώ η Σκανδιναβία και η Γαλλία εμφανίζουν μεγαλύτερη ισοκατανομή σε αφίξεις και διανυκτερεύσεις. Αναφορικά με την δαπάνη, αξιοσημείωτη είναι η ΜΚΔ για διακοπές ευεξίας στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ρωσίας που αν και εμφανίζουν τον μικρότερο αριθμό επισκεπτών, λόγω πολύ υψηλής ΜΚΔ, καταλαμβάνουν την 1<sup>η</sup> και 3<sup>η</sup> θέση αντίστοιχα στην συνολική δαπάνη (στην 2<sup>η</sup> θέση βρίσκεται η αγορά της Γερμανίας με υπερδιπλάσιο αριθμό τουριστών). Επίσης, άξια αναφοράς είναι η μικρή τουριστική δαπάνη που εμφανίζει η αγορά της Γαλλίας συγκριτικά με τις υπόλοιπες αγορές για διακοπές αθλητισμού. Τέλος, με εξαίρεση τη Γερμανική και Ρωσική αγορά, σε όλες τις άλλες αγορές η δαπάνη για τουρισμό ευεξίας είναι σημαντικά υψηλότερη από την δαπάνη για αθλητικό τουρισμό.



## 1.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά



Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά προκύπτει, ότι οι άνδρες προτιμούν περισσότερο τις διακοπές A&E με το φαινόμενο να είναι ιδιαίτερα έντονο στους τουρίστες από την Σκανδιναβία και το Ηνωμένο Βασίλειο. Αντίθετα σε Γαλλία και Γερμανία (οριακά) οι γυναίκες υπερτερούν των ανδρών.



Αναφορικά με την ηλικία, το 77% προέρχεται από τις παραγωγικές ηλικίες 25-64 ετών κατανομημένο σχετικά ισομερώς στις επιμέρους ηλικιακές ομάδες. Εξετάζοντας τα στοιχεία των αγορών προέλευσης, παρατηρούμε αυξημένα ποσοστά από την Ρωσία (20%) στους πολύ νέους 15-24 χρονών, από την Γαλλία (28%) στις ηλικίες 25-34 χρονών, από την Βρετανία (28%) στις ηλικίες 35-44, από την Σκανδιναβία (28%) στις ηλικίες 45-54, από την Γερμανία (21%) στις ηλικίες 55-64 και από την Γερμανία (19%) και την Σκανδιναβία (16%) στις ηλικίες 65-74.

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Οικογενειακό Εισόδημα	Σύνολο Ευρώπης	Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Ηνωμένο Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
Κατώτερο	5%	1%	1%	0%	7%	1%
Μέσο - Κατώτερο	16%	12%	14%	14%	18%	19%
Μέσο - Ανώτερο	28%	26%	23%	25%	29%	26%
Ανώτερο	51%	61%	62%	61%	46%	54%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Οι τουρίστες που κάνουν διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας είναι σε ποσοστό 51% ανώτερου οικογενειακού εισοδήματος και 28% μέσου-ανώτερου, δηλαδή το 79% των τουριστών Αθλητισμού και Ευεξίας έχει εισόδημα άνω του μέσου όρου της χώρας από την οποία προέρχεται. Όλες οι εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν υψηλότερες τιμές στις ανώτερες εισοδηματικές τάξεις σε σύγκριση με το σύνολο της Ευρώπης εκτός της Γαλλίας οριακά χαμηλότερη (75% έναντι 79%), η οποία εμφανίζει και το μεγαλύτερο ποσοστό στους τουρίστες με κατώτερο εισόδημα (7%).

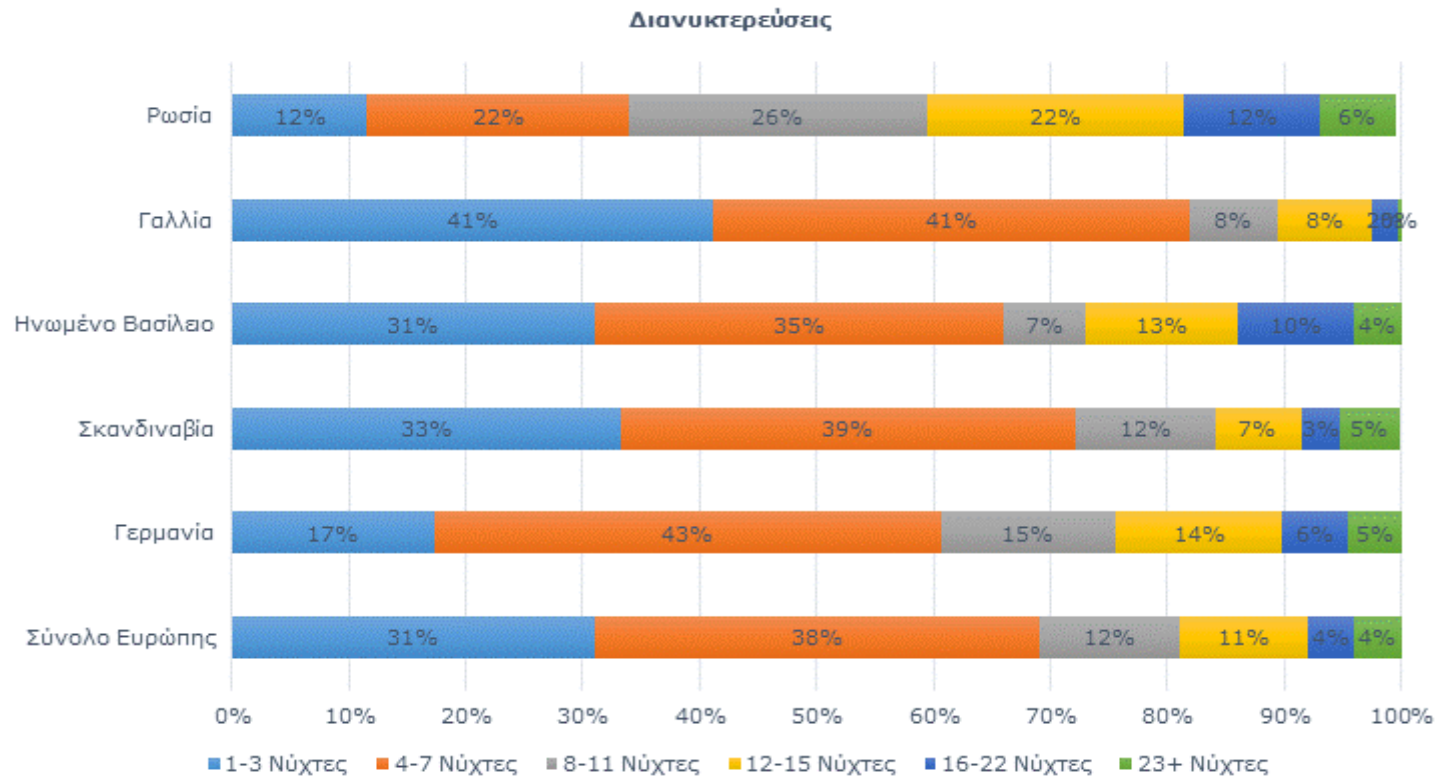
Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Σύνολο Ευρώπης	Ηνωμένο Βασίλειο				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ρωσία	
Κατώτερο	7%	8%	10%	10%	6%	4%
Μεσαίο	34%	35%	34%	33%	35%	11%
Ανώτερο	58%	57%	56%	57%	59%	85%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα προκύπτει με το επίπεδο εκπαίδευσης όπου το 58% των τουριστών Α&Ε στην Ευρώπη έχει ανώτερη εκπαίδευση και το 34% μέση - ανώτερη. Αναφορικά με το σύνολο της Ευρώπης, όλες οι εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν παρόμοια μεγέθη με εξαίρεση τους επισκέπτες από την Ρωσία όπου το 85% ανήκει στην ανώτερη εκπαιδευτική βαθμίδα και μόλις το 15% ανήκει στη μέση και κατώτερη βαθμίδα.

### 1.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη

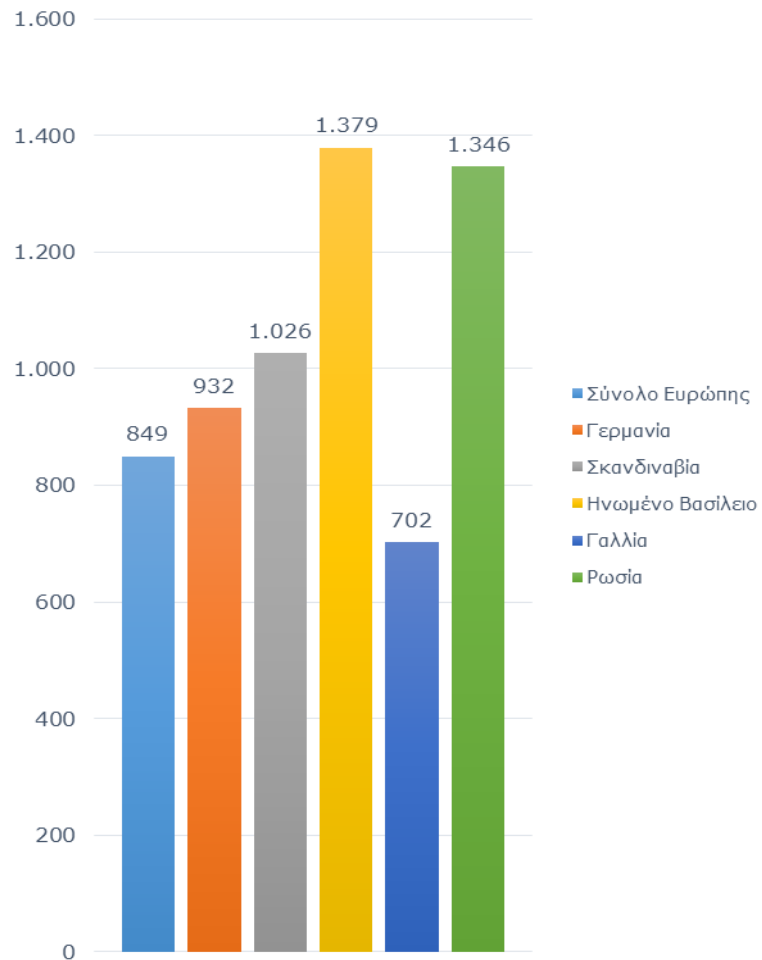


Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

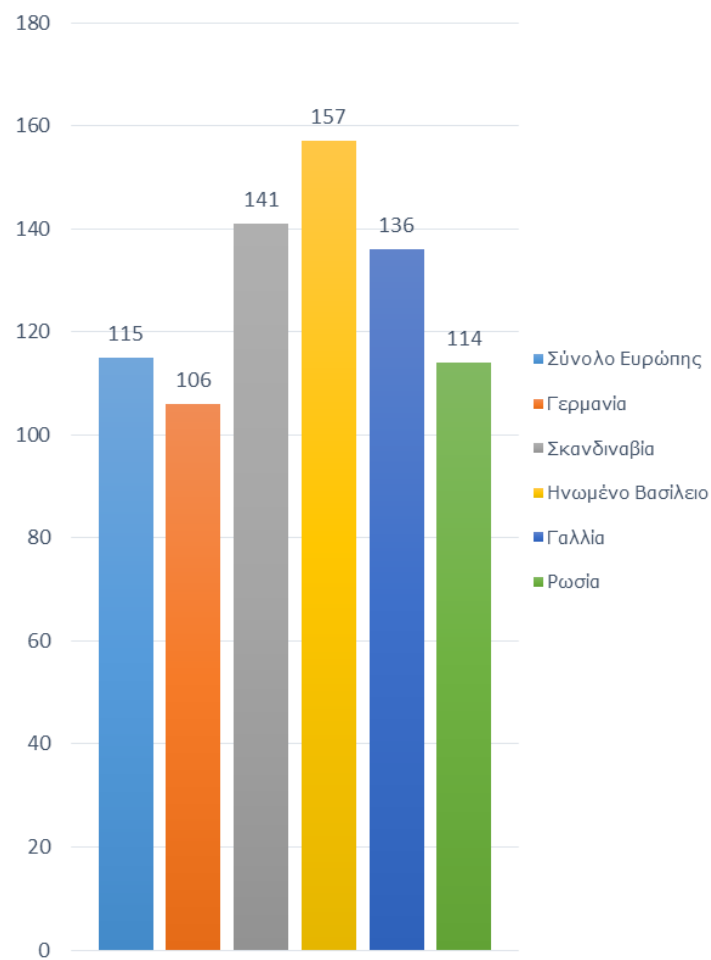
Ο μέσος όρος διάρκειας διανυκτερεύσεων στην Ευρώπη για διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας είναι 7,4 ημέρες. Μεταξύ των διαφόρων αγορών για τουρισμό Αθλητισμού και Ευεξίας παρατηρούμε τις ακόλουθους σημαντικές διαφοροποιήσεις σε σύγκριση με το σύνολο της Ευρώπης:

- οι αγορές της Σκανδιναβίας, του Ηνωμένου Βασιλείου και της Γαλλίας έχουν ιδιαίτερα αυξημένο ποσοστό (33%, 31% και 41% αντίστοιχα) στις σύντομες διακοπές (1-3 νύχτες) έναντι 31% στο σύνολο της Ευρώπης.
- στις διακοπές για 4-7 διανυκτερεύσεις, ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστά έχουν οι αγορές της Γερμανίας (43%), της Γαλλίας (41%) και της Σκανδιναβίας (39%) έναντι 38% στο σύνολο της Ευρώπης.
- για 8-11 και 12-15 διανυκτερεύσεις, ιδιαίτερα αυξημένα ποσοστό έχει η αγορά της Ρωσίας (26% και 22% αντίστοιχα) έναντι 12% και 11% που είναι στο σύνολο της Ευρώπης.
- αξιοσημείωτο τέλος είναι το μερίδιο αγοράς από το Ηνωμένο Βασίλειο (10%) και την Ρωσία (12%) που κάνουν 16-22 διανυκτερεύσεις.

**Τουριστική Δαπάνη ανά Ταξίδι**



**Τουριστική Δαπάνη ανά Ημέρα**



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη, παρατηρούμε ότι:

- η συνολική δαπάνη ανά ταξίδι για διακοπές A&E στην Ευρώπη είναι € 849, ενώ ανά ημέρα είναι € 115.
- όλες οι εξεταζόμενες αγορές εκτός της Γαλλίας εμφανίζουν μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι από το συνολικό Ευρωπαϊκό Μέσο Όρο. Αξιοσημείωτες είναι οι δαπάνες που εμφανίζουν οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο (€ 1.379) και την Ρωσία (€ 1.346).
- την μεγαλύτερη δαπάνη ανά ημέρα σε σύγκριση με το σύνολο της Ευρώπης εμφανίζουν οι τουρίστες από την Βρετανία (€ 157) και την μικρότερη οι τουρίστες από την Γερμανία (€ 106). Οι επισκέπτες από την Ρωσία παρόλο που έχουν την 2<sup>η</sup> μεγαλύτερη δαπάνη ανά ταξίδι, εμφανίζουν την 2<sup>η</sup> χαμηλότερη δαπάνη ανά ημέρα € 114, πράγμα που οφείλεται στην μεγάλη διάρκεια παραμονής που εμφανίζουν.

## 1.4 Προορισμός

Προορισμός	Σύνολο Ευρώπης	Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Ηνωμένο Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
Νοτιοδυτική Ευρώπη	22%	29%	34%	27%	20%	8%
Κεντρική Ευρώπη	21%	22%	7%	0%	11%	9%
Δυτική Ευρώπη	19%	12%	13%	33%	29%	6%
Ανατολική Ευρώπη	13%	11%	12%	4%	1%	19%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	11%	11%	5%	10%	12%	23%
Βόρεια Ευρώπη	7%	10%	18%	4%	5%	9%
Ασία/Ειρηνικός	6%	2%	7%	16%	5%	19%
Βόρεια Αφρική	4%	2%	2%	2%	12%	4%
Βόρεια Αμερική	1%	1%	2%	2%	1%	0%
Λατινική Αμερική	1%	1%	0%	0%	1%	1%
Υποσαχάρια Αφρική	1%	0%	0%	0%	3%	1%
Καραϊβική	0%	0%	0%	2%	1%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

### Δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί ανά εξεταζόμενη αγορά και μερίδιο αγοράς Ελλάδας

Γερμανία		Σκανδιναβία		Ηνωμένο Βασίλειο		Γαλλία		Ρωσία	
Αυστρία	22%	Ισπανία	28%	Γαλλία	25%	Ηνωμένο Βασίλειο	13%	Τουρκία	14%
Ισπανία	14%	Δανία	8%	Ισπανία	20%	Ισπανία	12%	Κίνα	13%
Ιταλία	13%	Γερμανία	8%	Πορτογαλία	7%	Ολλανδία	9%	Γερμανία	9%
<b>Ελλάδα</b>	<b>1%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>1%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>5%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>5%</b>

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence



Από τους πίνακες ανωτέρω παρατηρούμε ότι η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών που επιλέγουν να κάνουν διακοπές Αθλητισμού και Ευεξίας επιλέγουν Ευρωπαϊκούς προορισμούς, με την Νοτιοδυτική (22%), Κεντρική (21%) και Δυτική (19%) Ευρώπη να αποτελούν τους σημαντικότερους πόλους έλξης. Αναφορικά με τις επιμέρους αγορές παρατηρούμε ότι:

- ιδιαίτερα υψηλό ποσοστό των προερχόμενων από την Γερμανία επιλέγουν ως προορισμούς την Νοτιοδυτική (29%) και Κεντρική Ευρώπη (22%).
- οι προερχόμενοι από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Γαλλία προτιμούν την Νοτιοδυτική (27% και 20% αντίστοιχα) και Δυτική Ευρώπη (33% και 29% αντίστοιχα), ενώ οι Σκανδιναβοί την Νοτιοδυτική (34%) και Βόρεια Ευρώπη (18%).
- σε αντίθεση με τις υπόλοιπες εξεταζόμενες αγορές οι Ρώσοι τουρίστες προτιμούν κυρίως ως προορισμούς την Νοτιοανατολική (23%) και Ανατολική Ευρώπη (19%) καθώς και την Ασία/Ειρηνικό (19%).
- μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών από τις εξεταζόμενες αγορές πραγματοποιούν τις διακοπές Τουρισμού & Ευεξίας σε γειτονικές χώρες. Παρόλα αυτά η Ισπανία αποτελεί για όλες τις εξεταζόμενες αγορές πλην Ρωσίας, προορισμό που περιλαμβάνεται στο top 3 των προτιμήσεων των τουριστών από τις εξεταζόμενες αγορές.
- Η Ελλάδα αποτελεί προορισμό για τουρισμό Αθλητισμού & Ευεξίας μόνο για τις αγορές της Γαλλίας και της Ρωσίας (5% σε κάθε μία).

## 1.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης

Μέσο Ενημέρωσης	Σύνολο Ευρώπης	Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Ηνωμένο Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
Internet	80%	79%	87%	94%	84%	83%
Ταξιδιωτικό γραφείο	28%	24%	18%	32%	34%	63%
Φίλοι/συγγενείς	23%	22%	13%	25%	22%	28%
Ταξιδιωτικό οδηγό	11%	19%	5%	10%	14%	9%
Κατάλογο Tour Operator	9%	14%	6%	12%	13%	14%
Καμία Ενημέρωση	6%	9%	3%	2%	3%	5%
Περιοδικά	4%	6%	9%	4%	5%	3%
Εφημερίδα	3%	3%	3%	9%	4%	4%
Έκθεση τουρισμού	3%	3%	3%	6%	1%	1%
Λοιπά	2%	2%	2%	3%	3%	0%
Εθνικό Γραφείο Τουρισμού	2%	1%	0%	1%	11%	2%
Τοπικό/Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού	2%	0%	0%	0%	4%	4%
Τηλεόραση	1%	0%	1%	0%	0%	5%
Αεροπορικό/σιδηροδρομικό γραφείο	1%	1%	1%	3%	0%	4%
Διαφημίσεις	1%	0%	1%	2%	2%	1%
Διαδραστική τηλεόραση	1%	2%	0%	0%	0%	0%
Ράδιο	1%	0%	0%	7%	1%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Η ενημέρωση των τουριστών A&E στην Ευρώπη προέρχεται κυρίως από τις εξής πηγές:

- η πλειοψηφία των τουριστών (80%) επιλέγει ως κύρια πηγή ενημέρωσης το Internet και ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο (28%). Αξιοσημείωτο είναι το μεγάλο ποσοστό ενημέρωσης των Βρετανών τουριστών (94%) από το Internet και των Ρώσων (63%) από το ταξιδιωτικό γραφείο.
- 23% των τουριστών έχουν ενημερωθεί από κάποιο φίλο ή συγγενή. Υψηλότερο είναι το ποσοστό που καταγράφεται στην Ρωσία 28% και χαμηλότερο στην Σκανδιναβία 13%.
- 11% / 9% των επισκεπτών έχουν ενημερωθεί από ταξιδιωτικό οδηγό / κατάλογο tour operator.
- όλες οι υπόλοιπες πηγές ενημέρωσης εμφανίζουν μονοψήφια ή μηδενικά ποσοστά, τόσο στο σύνολο όσο και στις επιμέρους χώρες. Εξαιρέση αποτελεί η αγορά της Γαλλίας που χρησιμοποιεί ως πηγή ενημέρωσης A&E τα Εθνικά Γραφεία Τουρισμού σε ποσοστό 11%.

**Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:**

Χαρακτηριστικά Κράτησης	Σύνολο Ευρώπης	Ηνωμένο Βασίλειο				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
Προκρατήσεις	82%	82%	85%	93%	91%	86%
Internet	65%	57%	76%	81%	75%	61%
Ταξιδιωτικό πρακτορείο	20%	19%	12%	25%	29%	43%
Ξενοδοχείο ή άλλο	19%	25%	7%	18%	15%	11%
Μη προκρατήση	18%	18%	15%	7%	9%	14%
Γραφείο Μετ. Μέσου	8%	7%	7%	10%	14%	19%
Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου χώρας	7%	8%	2%	7%	16%	7%
Μέσω Λέσχης/Εφημερίδας/Εκκλησίας/Σχολείου	2%	1%	1%	4%	9%	4%
Μέσω τουριστικού καναλιού	2%	5%	0%	3%	8%	0%
Super market ή άλλο μαγαζί	1%	0%	0%	0%	6%	0%
Λοιπά	1%	0%	1%	0%	7%	4%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

- 82% των τουριστών που επιλέγουν διακοπές Α&Ε έχουν προχωρήσει σε προκράτηση, με τους Βρετανούς (93%) και τους Γάλλους (91%) να κατέχουν τα μεγαλύτερα ποσοστά.
- 65% των τουριστών στο σύνολο της Ευρώπης είχε κάνει online κράτηση, με τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο στην 1<sup>η</sup> θέση με ποσοστό 81% και τους Γερμανούς στην τελευταία θέση με 57%.
- 20% των τουριστών επιλέγουν το ταξιδιωτικό πρακτορείο για την κράτηση των διακοπών τους. Στην 1<sup>η</sup> θέση βρίσκονται οι επισκέπτες από την Ρωσία (43%) και στην τελευταία θέση οι προερχόμενοι από την Σκανδιναβία (12%).
- 19% των τουριστών έχουν προχωρήσει σε κράτηση ξενοδοχείου. Υψηλότερα βρίσκονται οι επισκέπτες από την Γερμανία 25% και στην τελευταία θέση οι επισκέπτες από την Σκανδιναβία με 7%.

Προγραμματισμός Κράτησης	Σύνολο Ευρώπης	Εξερχόμενος τουρισμός Αθλητισμού & Ευεξίας, από:				
		Γερμανία	Σκανδιναβία	Ηνωμένο Βασίλειο	Γαλλία	Ρωσία
έως και 1 μήνα	56%	45%	55%	49%	64%	79%
2-3 μήνες	25%	27%	32%	21%	15%	17%
4-6 μήνες	15%	23%	7%	27%	19%	4%
7-12 μήνες	4%	5%	6%	3%	2%	0%
> 1 χρόνο	0%	0%	0%	0%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

- 56% των τουριστών που κάνουν διακοπές A&E πραγματοποιούν την κράτηση τους έως και 1 μήνα πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, με τους επισκέπτες από την Ρωσία και την Γαλλία να εμφανίζουν τα μεγαλύτερα ποσοστά (79% και 64% αντίστοιχα).
- 25% πραγματοποιούν την κράτηση τους 2-3 μήνες πριν το ταξίδι, με τους επισκέπτες από την Σκανδιναβία στην 1<sup>η</sup> θέση (32%) και τους επισκέπτες από την Γαλλία στην τελευταία (15%).
- 15% και 4% πραγματοποίησαν την κράτηση τους 4-6 και 7-12 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους. Στους 4-6 μήνες το μεγαλύτερο ποσοστό εμφανίζουν οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο (27%) και το μικρότερο αυτοί από την Σκανδιναβία (7%). Στους 7-12 μήνες οι περισσότερες αγορές εμφανίζουν παρόμοια ποσοστά σε σύγκριση με το Ευρωπαϊκό Μέσο Όρο με εξαίρεση τους επισκέπτες από την Ρωσία που εμφανίζουν μηδενικά ποσοστά.
- το ποσοστό των τουριστών που κάνουν κράτηση πάνω από 1 χρόνο πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους είναι μηδενικό.

## 2. ΠΡΟΦΙΛ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΑΘΛΗΤΙΚΕΣ ΔΙΑΚΟΠΕΣ

### 2.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος

Βασικά Μεγέθη	Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:							
	Γερμανία	Ελβετία	Ηνωμένο Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Αριθμός Επισκεπτών (σε χιλιάδες)	1.204	729	562	463	424	412	214	171
Αριθμός Διανυκτερεύσεων (σε χιλιάδες)	11.197	5.103	4.665	2.778	3.138	1.813	2.440	2.787
Δαπάνη (σε εκ. €)	1.289.484	804.816	522.098	323.174	416.792	230.720	206.938	246.753

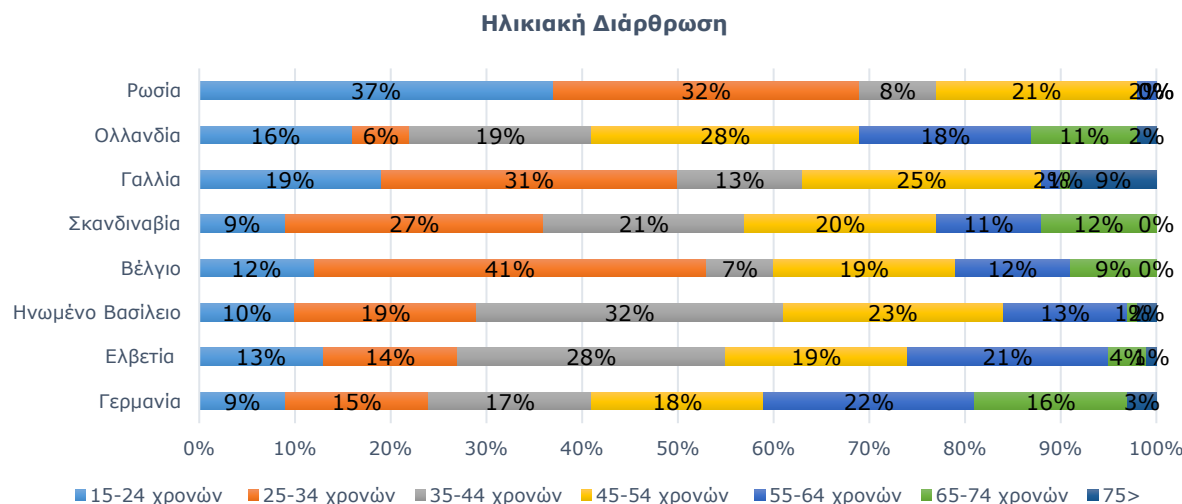
Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Με βάση τις εξεταζόμενες αγορές του πίνακα, παρατηρούμε ότι -αναλογικά με τον πληθυσμό τους- μεγάλο ενδιαφέρον για Αθλητικές διακοπές εμφανίζει η αγορά της Ελβετίας και ακολουθούν το Βέλγιο και η Ολλανδία. Σε απόλυτους αριθμούς όμως η αγορά της Γερμανίας κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο για αθλητικές διακοπές σχεδόν το 1/3 (28,8%) του συνολικού αριθμού των υπό-εξέταση αγορών και ακολουθούν η αγορά της Ελβετίας (17,4%) και του Ηνωμένου Βασιλείου (13,4%).

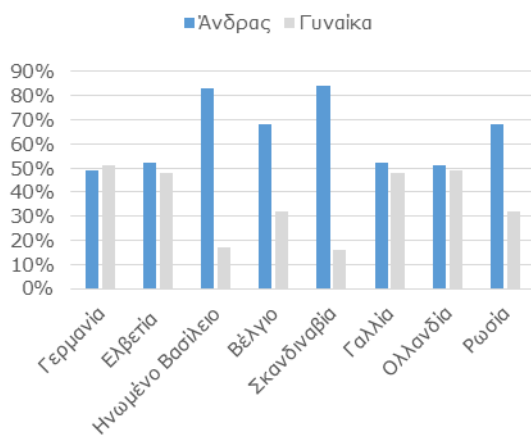
Αναφορικά με τις διανυκτερεύσεις και την δαπάνη τα μεγαλύτερα μερίδια κατέχουν οι αγορές της Γερμανίας (λόγω του μεγάλου μεριδίου που κατέχει) με σχεδόν 11 εκατ. και € 1,3 δισ. και ακολουθούν της Ελβετίας και του Ηνωμένου Βασιλείου με 5,1/4,7 εκατ. και σχεδόν € 800/500 εκατ. αντίστοιχα.

Η αγορά της Ρωσίας παρόλο που εμφανίζει τον μικρότερο αριθμό επισκεπτών από τις εξεταζόμενες χώρες για αθλητικές διακοπές, εντούτοις εμφανίζει την 5<sup>η</sup> θέση στον αριθμό των διανυκτερεύσεων με σχεδόν 2,8 εκατ. και την 6<sup>η</sup> θέση στην συνολική δαπάνη με σχεδόν € 250 εκατ.

## 2.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά



Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά προκύπτει, ότι οι άνδρες συνιστούν την πλειοψηφία σχεδόν σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές, με το φαινόμενο να είναι ιδιαίτερα έντονο στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου, της Σκανδιναβίας, του Βελγίου και της Ρωσίας. Εξαιρεση αποτελεί η αγορά της Γερμανίας όπου οι γυναίκες υπερτερούν οριακά των ανδρών.



Αναφορικά με την ηλικία από το διάγραμμα προκύπτει ότι η πλειοψηφία των τουριστών που πραγματοποιεί αθλητικές διακοπές προέρχεται από τις ηλικίες 25-64 ετών. Εξαιρεση αποτελούν η αγορά της Ρωσίας που εμφανίζει μεγάλο ποσοστό στις ηλικίες από 15-24 ετών (37%) και παντελή απουσία των ηλικιών από 65 ετών και άνω και η αγορά της Γερμανίας η οποία εμφανίζει τον μεγαλύτερο αριθμό επισκεπτών ηλικίας από 65 ετών και άνω (19%).

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:  
Ηνωμένο

Οικογενειακό Εισόδημα	Γερμανία	Ελβετία	Βασιλείο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Κατώτερο	1%	6%	0%	6%	1%	10%	19%	3%
Μέσο - Κατώτερο	10%	16%	14%	17%	20%	18%	8%	32%
Μέσο - Ανώτερο	29%	26%	30%	21%	17%	26%	23%	23%
Ανώτερο	60%	58%	56%	56%	62%	46%	50%	42%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Οι επισκέπτες σχεδόν από όλες τις εξεταζόμενες αγορές που κάνουν Αθλητικές διακοπές είναι σε ποσοστό άνω του 70% από την ανώτερη και μέση - ανώτερη εισοδηματική τάξη. Εξαιρεση αποτελεί η αγορά της Ρωσίας που εμφανίζει το μικρότερο ποσοστό στην ανώτερη και μέση - ανώτερη εισοδηματική τάξη (65%). Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το μεγάλο ποσοστό στην κατώτερη εισοδηματική κλίμακα για τις αγορές της Γαλλίας (10%) και της Ολλανδίας (19%).



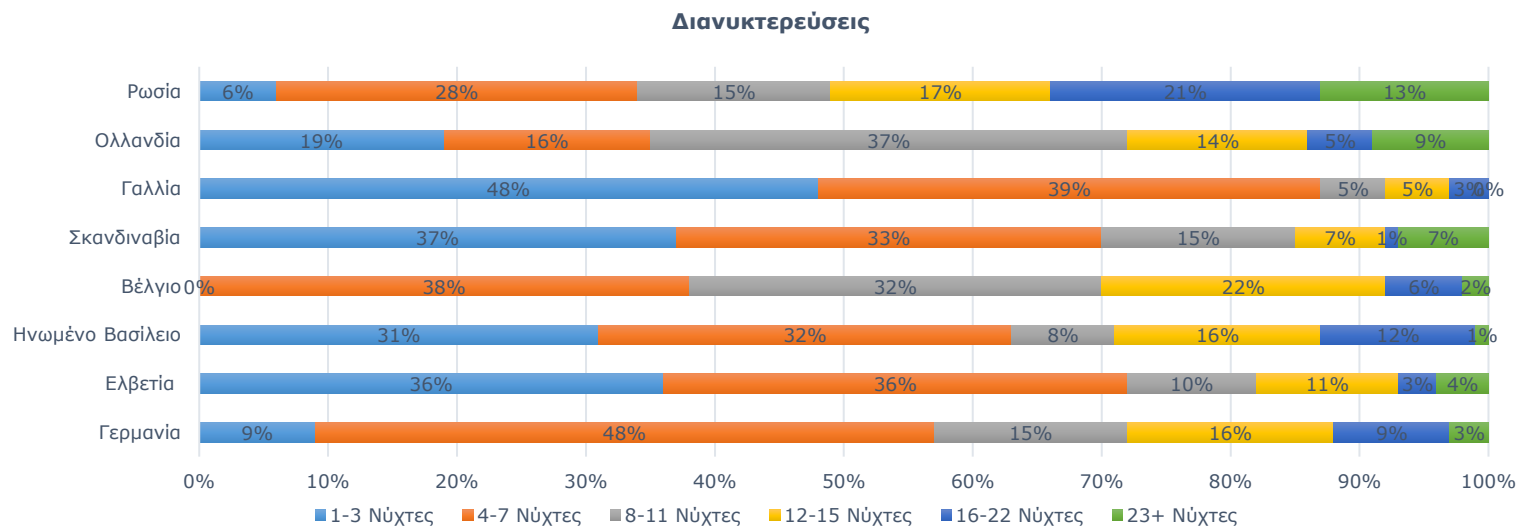
Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:  
Ηνωμένο

Επίπεδο Εκπαίδευσης	Γερμανία	Ελβετία	Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Κατώτερο	8%	1%	9%	3%	11%	8%	1%	0%
Μεσαίο	34%	11%	39%	62%	28%	28%	46%	22%
Ανώτερο	57%	88%	52%	35%	61%	64%	53%	78%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

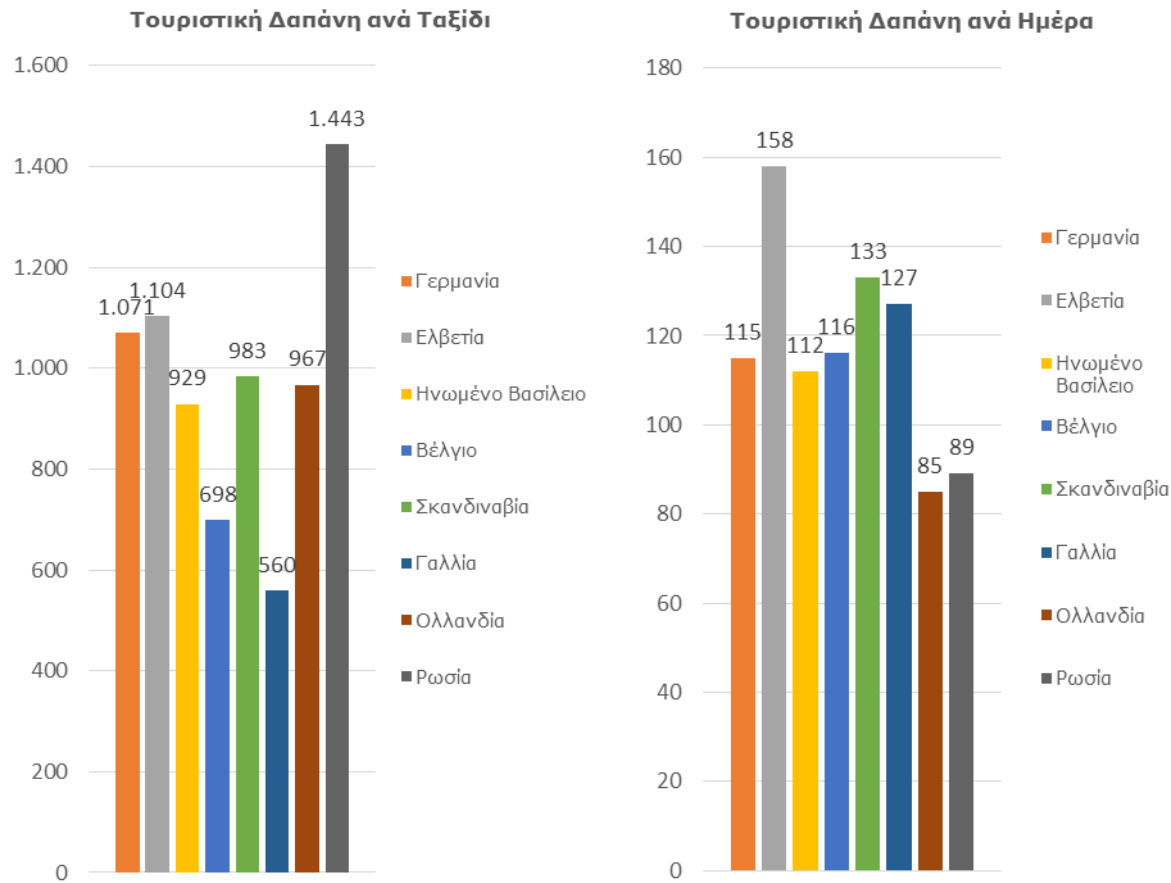
Παρόμοια εικόνα προκύπτει και με το επίπεδο εκπαίδευσης, όπου πάνω από το 50% των τουριστών έχει ανώτερη εκπαίδευση. Αξιοσημείωτα είναι τα υψηλά ποσοστά της ανώτερης εκπαίδευσης που καταγράφονται στις αγορές της Ελβετίας (88%) και της Ρωσίας (78%) και το χαμηλό ποσοστό που καταγράφεται στην αγορά του Βελγίου (35%).

### 2.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Σχεδόν το σύνολο των εξεταζόμενων αγορών προσανατολίζονται σε μικρής διάρκειας διακοπές (short vacations) έως 7 ημέρες. Εξαιρέση αποτελούν οι επισκέπτες από το Βέλγιο και την Ολλανδία που στην πλειοψηφία τους προτιμούν να διαμένουν από 8-15 νύχτες (54% και 51% αντίστοιχα) και τέλος οι επισκέπτες από την Ρωσία των οποίων η διάρκεια διαμονής εμφανίζει μεγαλύτερη διασπορά στις επιμέρους κατηγορίες με εξαίρεση τις διανυκτερεύσεις από 1-3 νύχτες, μόλις 6%. Αξιοσημείωτο εδώ είναι ότι οι επισκέπτες από την Ρωσία σε σύγκριση με τις υπόλοιπες εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν την μεγαλύτερη προτίμηση για μεγάλης διάρκειας διακοπές από 16 νύχτες και άνω (34%).



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη παρατηρούμε ότι:

- Οι επισκέπτες από την Ρωσία εμφανίζουν την μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη με € 1.443 και ακολουθούν οι επισκέπτες από την Ελβετία με € 1.104, ενώ την χαμηλότερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Γαλλία με € 560. Εδώ θα πρέπει να αναφέρουμε ότι οι επισκέπτες από την Γαλλία εμφανίζουν την χαμηλότερη τουριστική δαπάνη λόγω της μικρής διάρκειας διαμονής τους (μόλις 4,4 ημέρες) σε σύγκριση με τις υπόλοιπες εξεταζόμενες αγορές.
- Εξετάζοντας την δαπάνη ανά ημέρα παρατηρούμε ότι την μεγαλύτερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Ελβετία και την Σκανδιναβία με € 158 και € 133 αντίστοιχα, ενώ τις μικρότερες εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Ολλανδία και την Ρωσία με € 85 και € 89 αντίστοιχα. Επίσης, αξιοσημείωτο είναι ότι ενώ οι επισκέπτες από την Ρωσία εμφανίζουν την μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη ανά ταξίδι, στην δαπάνη ανά ημέρα εμφανίζουν την 2<sup>η</sup> χαμηλότερη. Η αντίθεση αυτή οφείλεται στην συγκριτικά πολύ μακρύτερη διάρκεια διακοπών αθλητισμού των επισκεπτών από Ρωσία.

## 2.4 Προορισμός

Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:

Προορισμός	Ηνωμένο							
	Γερμανία	Ελβετία	Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Νοτιοδυτική Ευρώπη	38%	28%	34%	9%	34%	28%	26%	18%
Δυτική Ευρώπη	13%	13%	38%	39%	21%	37%	27%	8%
Κεντρική Ευρώπη	15%	43%	0%	34%	9%	14%	28%	14%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	14%	0%	9%	2%	1%	13%	10%	15%
Βόρεια Ευρώπη	17%	8%	5%	1%	27%	5%	3%	10%
Ασία/Ειρηνικός	2%	3%	5%	4%	5%	7%	8%	15%
Ανατολική Ευρώπη	2%	1%	5%	0%	1%	1%	0%	23%
Βόρεια Αφρική	2%	2%	0%	6%	0%	3%	2%	3%
Καραϊβική	0%	1%	0%	1%	0%	1%	1%	0%
Υποσαχάρια Αφρική	0%	1%	0%	4%	0%	4%	0%	0%
Βόρεια Αμερική	0%	3%	4%	0%	3%	1%	6%	0%
Λατινική Αμερική	0%	0%	0%	0%	0%	2%	1%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

### Δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί ανά εξεταζόμενη αγορά και μερίδιο αγοράς Ελλάδα

Γερμανία		Ελβετία		Ηνωμένο Βασίλειο		Βέλγιο		Σκανδιναβία		Γαλλία		Ολλανδία		Ρωσία	
Ισπανία	19%	Γερμανία	28%	Γαλλία	29%	Γαλλία	30%	Ισπανία	29%	Ηνωμένο Βασίλειο	17%	Γερμανία	19%	Ουκρανία	20%
Ιταλία	16%	Αυστρία	22%	Ισπανία	23%	Γερμανία	29%	Ηνωμένο Βασίλειο	15%	Ιταλία	15%	Βέλγιο	16%	Ισπανία	14%
Αυστρία	14%	Ιταλία	15%	Πορτογαλία	9%	Ισπανία	8%	Δανία	13%	Ολλανδία	13%	Ισπανία	16%	Γερμανία	11%
<b>Ελλάδα</b>	<b>2%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>2%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>6%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Σύμφωνα με τους πίνακες ανωτέρω, η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών που επιλέγουν να κάνουν αθλητικές διακοπές επιλέγουν ως προορισμό τους την Ευρώπη. Συγκεκριμένα τα μεγαλύτερα μερίδια από όλες τις εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν η Νοτιοδυτική και η Δυτική Ευρώπη. Αναφορικά με τις επιμέρους αγορές παρατηρούμε ότι:

- οι επισκέπτες από την Γερμανία και την Σκανδιναβία επιλέγουν σε υψηλό ποσοστό την Νοτιοδυτική (38% - 34%) και Βόρεια (17% - 27%) Ευρώπη ως προορισμό τους
- οι επισκέπτες από την Ολλανδία και το Βέλγιο προτιμούν την Δυτική (27% - 39%) και Κεντρική (28% - 34%) Ευρώπη
- οι επισκέπτες από την Ελβετία προτιμούν την Κεντρική (43%) και Νοτιοδυτική (28%), από το Ηνωμένο Βασίλειο την Δυτική (38%) και Νοτιοδυτική (34%), από την Γαλλία την Δυτική (37%) και Νοτιοδυτική (28%) και από την Ρωσία την Ανατολική (23%) και Νοτιοδυτική (18%) Ευρώπη.
- σε μεγάλο βαθμό οι αθλητικές διακοπές πραγματοποιούνται σε γειτονικές σε σχέση με την εξεταζόμενη αγορά χώρες. Ενδιαφέρον αποτελεί η ύπαρξη στο top 3 των προορισμών της Ισπανίας σε όλες σχεδόν τις εξεταζόμενες αγορές, με εξαίρεση την Ελβετία και την Γαλλία στις οποίες η Ισπανία ως προορισμός βρίσκεται στην 4<sup>η</sup> θέση.
- Η Ελλάδα εμφανίζει πολύ μικρά ή μηδενικά μερίδια επισκεψιμότητας από τις εξεταζόμενες αγορές για διακοπές Αθλητισμού με εξαίρεση την αγορά της Γαλλίας όπου κατέχει μερίδιο αγοράς 6%.

## 2.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης<sup>3</sup>

Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:

Μέσο Ενημέρωσης	Ηνωμένο							
	Γερμανία	Ελβετία	Βασιλείο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Internet	78%	91%	91%	86%	75%	84%	82%	84%
Ταξιδιωτικό οδηγό	22%	9%	12%	7%	5%	17%	4%	1%
Ταξιδιωτικό γραφείο	17%	14%	21%	15%	14%	29%	37%	42%
Φίλοι/συγγενείς	17%	15%	20%	26%	10%	31%	9%	35%
Κατάλογο Tour Operator	12%	9%	20%	5%	3%	15%	14%	23%
Καμία Ενημέρωση	11%	3%	3%	8%	4%	2%	5%	4%
Περιοδικά	10%	2%	0%	4%	16%	10%	3%	7%
Έκθεση τουρισμού	5%	2%	7%	3%	0%	0%	0%	0%
Λοιπά	3%	3%	5%	1%	1%	5%	0%	0%
Εφημερίδα	3%	2%	7%	4%	0%	8%	1%	3%
Αεροπορικό/σιδηροδρομικό γραφείο	1%	0%	1%	4%	0%	0%	6%	8%
Διαδραστική τηλεόραση	1%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Τηλεόραση	0%	0%	0%	0%	0%	0%	0%	7%
Διαφημίσεις	0%	0%	2%	3%	0%	4%	0%	0%
Εθνικό Γραφείο Τουρισμού	0%	0%	1%	2%	0%	9%	0%	0%
Τοπικό/Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού	0%	3%	0%	7%	0%	10%	0%	1%
Ράδιο	0%	0%	11%	0%	0%	1%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

<sup>3</sup> Στον πίνακα του μέσου ενημέρωσης για την πραγματοποίηση διακοπών Αθλητισμού επιτρέπονται πολλαπλές απαντήσεις.

Οι πηγές από τις οποίες λαμβάνουν ενημέρωση για την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους οι τουρίστες που κάνουν Αθλητικές διακοπές είναι:

- Το Internet, και στον Αθλητικό τουρισμό αποτελεί την κύρια πηγή ενημέρωσης για όλες τις εξεταζόμενες αγορές με ποσοστά άνω του 75%. Συγκεκριμένα, τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από Internet έχουν οι αγορές της Ελβετίας και του Ηνωμένου Βασιλείου με 91% η κάθε μια, ενώ την χαμηλότερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Σκανδιναβία με 75%.
- Στις περισσότερες αγορές σημαντικές πηγές πληροφόρησης αποτελούν επίσης οι φίλοι / συγγενείς και τα ταξιδιωτικά γραφεία.
- Ακολουθούν ο ταξιδιωτικός οδηγός (που έχει ιδιαίτερα μεγάλη σημασία στην Γερμανία), ο κατάλογος Tour Operator και η ενημέρωση από περιοδικά στην προτίμηση των τουριστών
- Αξιοσημείωτο τέλος είναι το υψηλό ποσοστό ενημέρωσης από το Τοπικό/Περιφερειακό και Εθνικό γραφείο τουρισμού για τους επισκέπτες από την Γαλλία (10% και 9% αντίστοιχα) και μέσω του Ράδιου για τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο (11%).



**Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:**

Χαρακτηριστικά Κράτησης	Ηνωμένο							
	Γερμανία	Ελβετία	Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
Προκρατήσεις	80%	76%	93%	85%	73%	86%	87%	86%
Internet	64%	67%	80%	76%	65%	75%	68%	75%
Μη προκρατήση	20%	24%	7%	15%	27%	14%	13%	14%
Ξενοδοχείο ή άλλο	18%	35%	20%	15%	7%	17%	33%	9%
Μέσω τουριστικού γραφείου χώρας	13%	7%	9%	4%	1%	20%	2%	3%
Ταξιδιωτικό Πρακτορείο	12%	11%	13%	15%	10%	23%	32%	25%
Γραφείο Μετ. Μέσου	9%	8%	15%	7%	9%	20%	4%	30%
Μέσω τουριστικού καναλιού	9%	0%	2%	0%	0%	5%	1%	0%
Μέσω Λέσχης/Εφημερίδας/Εκκλησίας/Σχολείου	1%	2%	7%	4%	1%	12%	0%	2%
Super market ή άλλο μαγαζί	0%	0%	0%	0%	0%	11%	0%	0%
Λοιπά	0%	3%	0%	0%	0%	6%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

- Άνω του 70% των τουριστών που επιλέγουν να κάνουν Αθλητικές διακοπές έχουν προχωρήσει σε προκράτηση για όλες τις εξεταζόμενες αγορές με τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο να κατέχουν το υψηλότερο ποσοστό (93%) και τους επισκέπτες από την Σκανδιναβία το χαμηλότερο (73%).
- Άνω του 60% σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές οι τουρίστες προχώρησαν σε online booking, με τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο στην 1<sup>η</sup> θέση με 80% και τους επισκέπτες από την Γερμανία στην χαμηλότερη με 64%.
- Σημαντικός αριθμός των τουριστών από τις εξεταζόμενες αγορές προχώρησε σε προκράτηση ξενοδοχείου ή άλλου καταλύματος, σε προκράτηση από ταξιδιωτικό πρακτορείο και μέσω τουριστικού γραφείου χώρας.
- Ενδιαφέρον παρατηρείται στα ποσοστά προκράτησης των επισκεπτών από την Γαλλία μέσω λέσχης/εφημερίδας/εκκλησίας/σχολείου (12%) και μέσω super market ή άλλου μαγαζιού (11%).

Εξερχόμενος Αθλητικός τουρισμός, από:

Προγραμματισμός Κράτησης	Ηνωμένο							
	Γερμανία	Ελβετία	Βασίλειο	Βέλγιο	Σκανδιναβία	Γαλλία	Ολλανδία	Ρωσία
έως και 1 μήνα	30%	44%	36%	57%	40%	58%	31%	81%
2-3 μήνες	31%	24%	21%	21%	41%	16%	26%	14%
4-6 μήνες	32%	21%	38%	18%	8%	26%	32%	5%
7-12 μήνες	7%	11%	5%	4%	11%	0%	7%	0%
> 1 χρόνο	0%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

- Άνω του 55% των τουριστών που κάνουν Αθλητικό τουρισμό πραγματοποιεί την κράτηση του έως και 3 μήνες πριν την έναρξη του ταξιδιού τους, με τους επισκέπτες από την Ρωσία να εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό 95% και τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ολλανδία το χαμηλότερο (57% έκαστος).
- Στην προκράτηση από 4-6 μήνες από την πραγματοποίηση του ταξιδιού το υψηλότερο ποσοστό έχουν οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο (38%) και το χαμηλότερο οι επισκέπτες από την Ρωσία (5%).
- Οι υπόλοιπες κατηγορίες εμφανίζουν πολύ χαμηλά ποσοστά, με εξαίρεση τους επισκέπτες από την Ελβετία και την Σκανδιναβία για προκράτηση 7-12 μήνες πριν το ταξίδι (11% έκαστος).

### 3. ΠΡΟΦΙΛ ΕΞΕΡΧΟΜΕΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΓΙΑ ΔΙΑΚΟΠΕΣ ΕΥΕΞΙΑΣ

#### 3.1 Βασικά μεγέθη τουριστικού προϊόντος

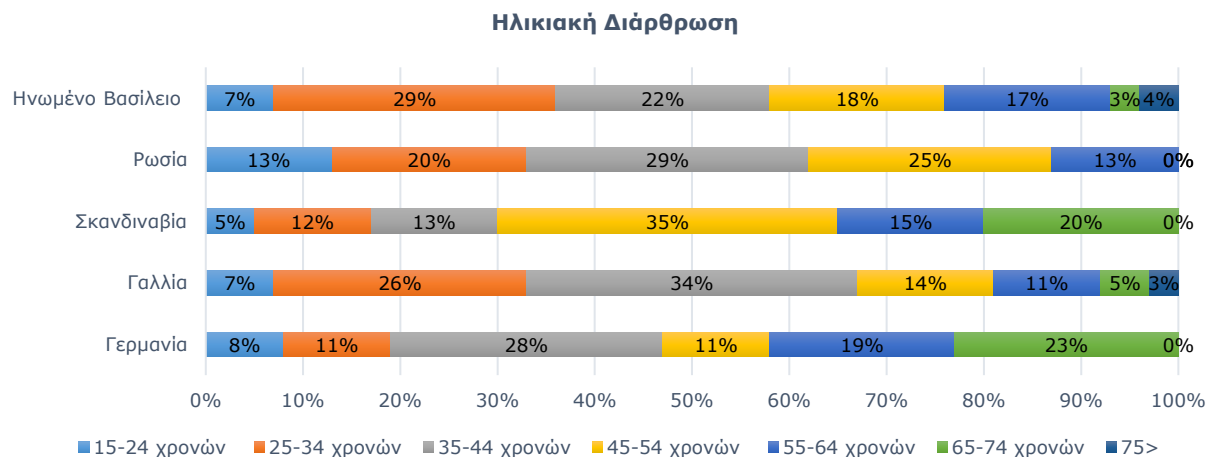
Βασικά Μεγέθη	Εξερχόμενος τουρισμός Ευεξίας, από:				
	Γερμανία	Γαλλία	Σκανδιναβία	Ρωσία	Ηνωμένο Βασίλειο
Αριθμός Επισκεπτών (σε χιλιάδες)	891	506	450	432	366
Αριθμός Διανυκτερεύσεων (σε χιλιάδες)	7.039	2.884	3.240	4.536	3.367
Δαπάνη (σε εκ. €)	663.795	413.908	480.150	564.624	757.620

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

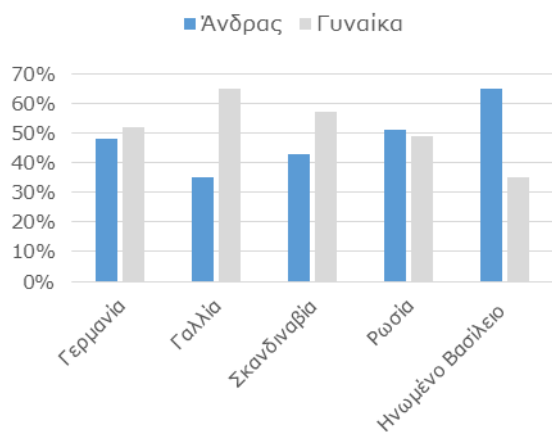
Με βάση τις εξεταζόμενες αγορές του πίνακα, παρατηρούμε ότι η μεγαλύτερη προτίμηση για διακοπές ευεξίας εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Γερμανία και την μικρότερη οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο. Όσον αφορά τις διανυκτερεύσεις και την δαπάνη τα μεγαλύτερα μερίδια κατέχουν οι αγορές της Γερμανίας (λόγω του μεγάλου μεριδίου που κατέχει) με σχεδόν 7 εκατ. και € 660 εκατ. και ακολουθούν της Ρωσίας και του Ηνωμένου Βασιλείου με 4,5/3,3 εκατ. και σχεδόν € 560/750 εκατ. αντίστοιχα.

Η αγορά του Ηνωμένου Βασιλείου παρόλο που εμφανίζει το μικρότερο αριθμό ταξιδιών για διακοπές ευεξίας από τις εξεταζόμενες αγορές, εντούτοις εμφανίζει την 3<sup>η</sup> θέση στον αριθμό των διανυκτερεύσεων και την 1<sup>η</sup> θέση στην συνολική δαπάνη με σχεδόν 3 εκατ. και € 750 εκατ. αντίστοιχα.

### 3.2 Δημογραφικά χαρακτηριστικά



Από τα δημογραφικά χαρακτηριστικά προκύπτει, ότι σε Γερμανία, Γαλλία και Σκανδιναβία, τις διακοπές ευεξίας τις προτιμούν οι γυναίκες, με το φαινόμενο να είναι ιδιαίτερα έντονο στις αγορές της Γαλλίας και της Σκανδιναβίας. Αντίθετα στις αγορές του Ηνωμένου Βασιλείου και της Ρωσίας (οριακά) υπερτερούν οι άντρες.



Αναφορικά με την ηλικία, η πλειοψηφία των τουριστών που πραγματοποιεί διακοπές ευεξίας προέρχεται από τις ηλικίες 25-64 ετών, με σχεδόν πάνω από το 70% των επισκεπτών να καταγράφεται σε αυτές ηλικιακές τάξεις. Ενδιαφέρον αποτελούν τα υψηλά ποσοστά των επισκεπτών από την Γερμανία και την Σκανδιναβία για επισκέπτες με ηλικία άνω των 65 ετών, 23% και 20% αντίστοιχα.

Πηγή: IPK International - Επεξεργασία SETE Intelligence

**Εξερχόμενος Ευεξίας, από:**

<b>Οικογενειακό Εισόδημα</b>	<b>Εξερχόμενος Ευεξίας, από:</b>				<b>Ηνωμένο</b>
	<b>Γερμανία</b>	<b>Γαλλία</b>	<b>Σκανδιναβία</b>	<b>Ρωσία</b>	<b>Βασίλειο</b>
Κατώτερο	0%	4%	2%	0%	0%
Μέσο - Κατώτερο	16%	19%	9%	13%	13%
Μέσο - Ανώτερο	21%	31%	27%	28%	18%
Ανώτερο	63%	46%	62%	59%	69%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Οι επισκέπτες σχεδόν από όλες τις εξεταζόμενες αγορές που κάνουν διακοπές ευεξίας προέρχονται σε ποσοστό άνω του 75% από την ανώτερη και μέση - ανώτερη εισοδηματική τάξη της χώρας από την οποία προέρχονται. Συγκεκριμένα, η αγορά της Σκανδιναβίας εμφανίζει το υψηλότερο ποσοστό με 89% και η αγορά της Γαλλίας το χαμηλότερο 77%.

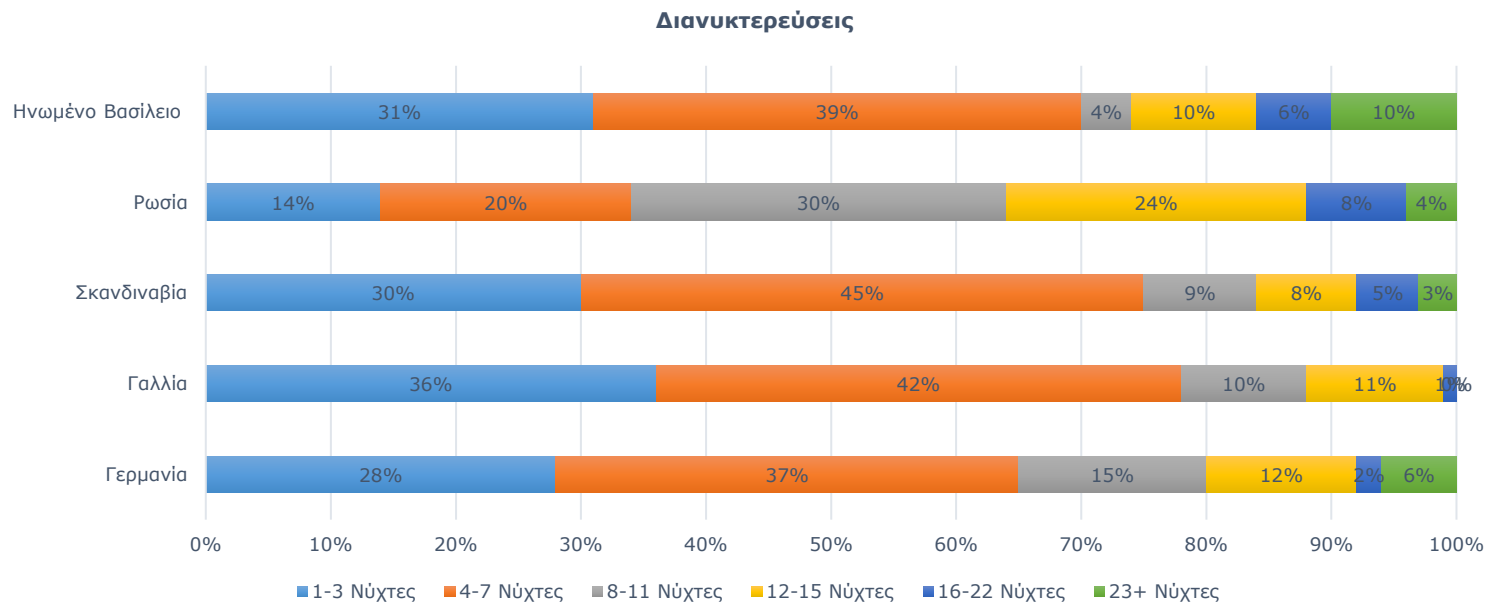
**Εξερχόμενος Ευεξίας, από:**

<b>Επίπεδο Εκπαίδευσης</b>	<b>Εξερχόμενος Ευεξίας, από:</b>				<b>Ηνωμένο</b>
	<b>Γερμανία</b>	<b>Γαλλία</b>	<b>Σκανδιναβία</b>	<b>Ρωσία</b>	<b>Βασίλειο</b>
Κατώτερο	8%	5%	10%	6%	10%
Μεσαίο	37%	40%	38%	7%	25%
Ανώτερο	55%	55%	52%	87%	65%

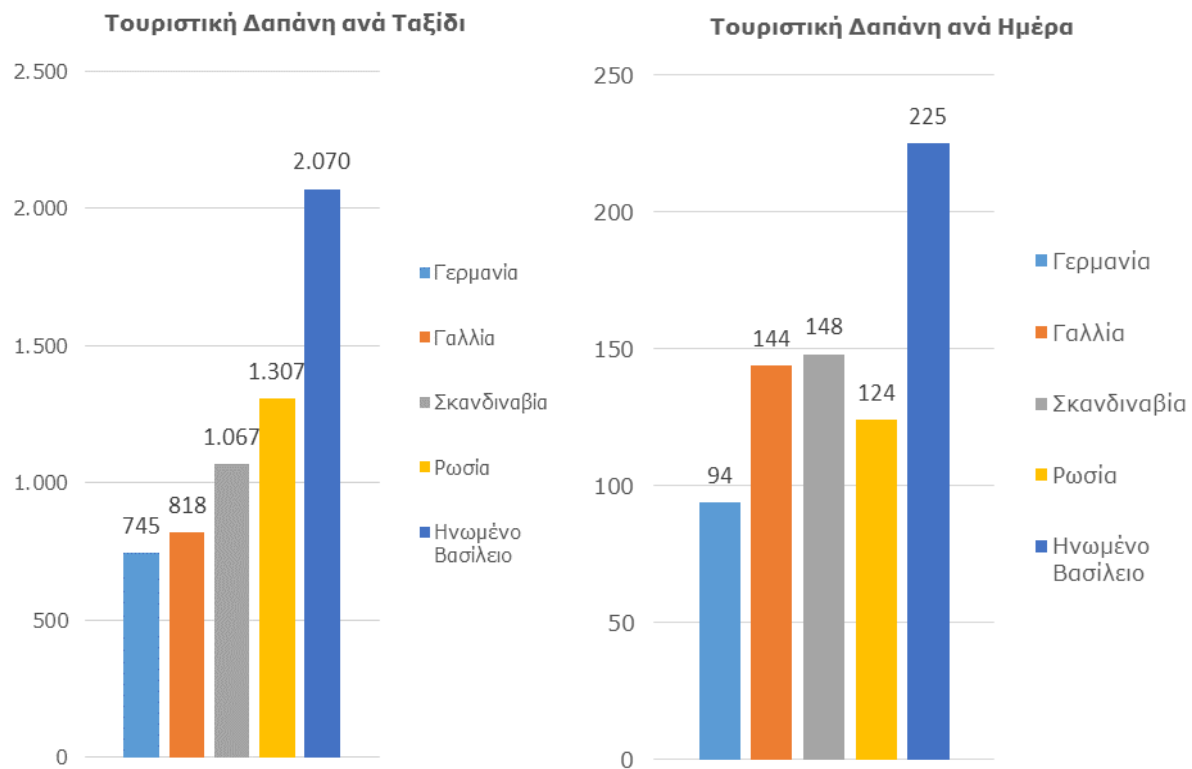
Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Παρόμοια εικόνα προκύπτει και με το επίπεδο εκπαίδευσης, όπου πάνω από το 50% των τουριστών έχει ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Ενδιαφέρον αποτελούν τα υψηλά ποσοστά της ανώτερης εκπαίδευσης που καταγράφονται στην αγορά της Ρωσίας (87%). Επίσης, αξιοσημείωτο είναι το υψηλό ποσοστό στο κατώτερο επίπεδο μόρφωσης για τους επισκέπτες από την Σκανδιναβία (10%) και το Ηνωμένο Βασίλειο (10%).

### 3.3 Διάρκεια ταξιδιού - Τουριστική Δαπάνη



Από τα στοιχεία του πίνακα συμπεραίνουμε ότι σχεδόν το σύνολο των εξεταζόμενων αγορών προσανατολίζονται σε μικρής διάρκειας διακοπές (short stay) έως 7 ημέρες, με ποσοστό μεταξύ 65-78%. Εξαιρέση αποτελούν οι επισκέπτες από την Ρωσία που στην πλειοψηφία τους προτιμούν να διαμένουν από 8-15 νύχτες (54%). Ενδιαφέρον παρουσιάζει το υψηλό ποσοστό των επισκεπτών από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ρωσία που διαμένουν από 16 νύχτες και άνω (16% και 12% αντίστοιχα).



Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence



Σε σχέση με την τουριστική δαπάνη παρατηρούμε ότι:

- Οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζουν την μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη με € 2.070 (λόγω υψηλής ημερήσιας δαπάνης) και ακολουθούν οι επισκέπτες από την Ρωσία με € 1.307 (λόγω μεγάλης διάρκειας ταξιδιού), ενώ την χαμηλότερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Γερμανία με € 745.
- Εξετάζοντας την δαπάνη ανά ημέρα παρατηρούμε ότι την μεγαλύτερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από το ΗΒ και την Σκανδιναβία με € 225 και € 148 αντίστοιχα, ενώ την μικρότερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Γερμανία με € 94.

### 3.4 Προορισμός

Εξερχόμενος Ευεξίας, από:

Προορισμός	Εξερχόμενος Ευεξίας, από:				Ηνωμένο
	Γερμανία	Γαλλία	Σκανδιναβία	Ρωσία	Βασίλειο
Κεντρική Ευρώπη	34%	11%	6%	8%	0%
Ανατολική Ευρώπη	24%	0%	23%	20%	3%
Νοτιοδυτική Ευρώπη	21%	19%	35%	6%	17%
Δυτική Ευρώπη	13%	31%	5%	6%	27%
Νοτιοανατολική Ευρώπη	7%	15%	9%	29%	12%
Βόρεια Ευρώπη	2%	6%	10%	9%	3%
Βόρεια Αφρική	2%	22%	4%	5%	5%
Βόρεια Αμερική	2%	0%	1%	1%	0%
Ασία/Ειρηνικός	2%	5%	8%	24%	32%
Λατινική Αμερική	1%	0%	0%	2%	0%
Καραϊβική	1%	1%	0%	0%	5%
Υποσαχάρια Αφρική	0%	2%	0%	2%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

#### Δημοφιλέστεροι τουριστικοί προορισμοί ανά εξεταζόμενη αγορά και μερίδιο αγοράς Ελλάδα

Γερμανία		Γαλλία		Σκανδιναβία		Ρωσία		Ηνωμένο Βασίλειο	
Αυστρία	33%	Τυνησία	14%	Ισπανία	26%	Κίνα	19%	Γαλλία	19%
Ολλανδία	10%	Ισπανία	14%	Εσθονία	19%	Τουρκία	17%	Κίνα	17%
Πολωνία	10%	Βέλγιο	12%	Ιταλία	8%	Ουγγαρία	14%	Ισπανία	15%
<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>5%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>1%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>8%</b>	<b>Ελλάδα</b>	<b>0%</b>

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Η πλειοψηφία των Ευρωπαίων τουριστών που επιλέγουν να κάνουν διακοπές ευεξίας επιλέγουν ως προορισμό τους την Ευρώπη. Συγκεκριμένα τα μεγαλύτερα μερίδια από όλες τις εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν η Κεντρική, η Ανατολική και η Νοτιοδυτική Ευρώπη. Αναφορικά με τον προορισμό παρατηρούμε σημαντικές διαφοροποιήσεις ανά επιμέρους αγορά:

- οι επισκέπτες από την Γερμανία επιλέγουν σε υψηλό ποσοστό την Κεντρική (34%), την Ανατολική (24%) και Νοτιοδυτική (21%) Ευρώπη ως προορισμό τους,
- οι επισκέπτες από την Γαλλία και το Ηνωμένο Βασίλειο προτιμούν κυρίως την Νοτιοδυτική (19% - 17%), την Δυτική (31% - 27%) Ευρώπη και η μεν Γαλλία την Βόρεια Αφρική (22%) και το Ηνωμένο Βασίλειο την Ασία/Ειρηνικό (32%).
- οι επισκέπτες από την Σκανδιναβία προτιμούν σε υψηλό ποσοστό την Νοτιοδυτική (35%), Ανατολική (23%) και Βόρεια (10%) Ευρώπη ενώ
- οι επισκέπτες από την Ρωσία την Νοτιοανατολική (29%) και Ανατολική (20%) Ευρώπη καθώς και την Ασία/Ειρηνικό (24%).
- συμπερασματικά, μπορούμε να αναφέρουμε ότι ο μεγαλύτερος όγκος των τουριστών ανά εξεταζόμενη αγορά κατευθύνεται σε γειτονικούς από την χώρα προέλευσης προορισμούς.
- αξιοσημείωτο είναι το μεγάλο μερίδιο που κατέχει η Ισπανία ως προορισμός διακοπών ευεξίας σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές πλην Ρωσίας, ενώ για την αγορά της Γερμανίας η Ισπανία βρίσκεται στην 4<sup>η</sup> θέση προτίμησης. Ενδιαφέρον αποτελεί επίσης το υψηλό ποσοστό των επισκεπτών από την Ρωσία και την Βρετανία που επισκέπτονται την Κίνα (19% και 17% αντίστοιχα) καθώς και των επισκεπτών από την Γαλλία που επισκέπτονται την Τυνησία 14%. Το μεγάλο ποσοστό επισκεψιμότητας που καταγράφεται στην Κίνα από το Ηνωμένο Βασίλειο μπορεί να εξηγήσει εν μέρει και την υψηλή τουριστική δαπάνη που καταγράφεται στην συγκεκριμένη αγορά (58% υψηλότερη από την 2<sup>η</sup> Ρωσία) για διακοπές Ευεξίας.

- τέλος, το μερίδιο αγοράς της Ελλάδας για διακοπές ευεξίας είναι 8% από την Ρωσία και 5% από την Γαλλία και ασήμαντο ή μηδενικό στη Σκανδιναβία, τη Γερμανία και τη Βρετανία.

### 3.5 Μέσο Ενημέρωσης-Χαρακτηριστικά και Προγραμματισμός Κράτησης<sup>4</sup>

Μέσο Ενημέρωσης	Εξερχόμενος Ευεξίας, από:				
	Γερμανία	Γαλλία	Σκανδιναβία	Ρωσία	Ηνωμένο Βασίλειο
Internet	79%	83%	98%	83%	97%
Ταξιδιωτικό γραφείο	33%	39%	21%	71%	50%
Φίλοι/συγγενείς	29%	14%	15%	25%	32%
Κατάλογο Tour Operator	16%	11%	8%	11%	0%
Ταξιδιωτικό οδηγό	16%	11%	6%	13%	8%
Καμία Ενημέρωση	5%	3%	2%	5%	0%
Εφημερίδα	4%	0%	6%	5%	13%
Εθνικό Γραφείο Τουρισμού	3%	13%	0%	2%	1%
Διαδραστική τηλεόραση	3%	0%	0%	0%	0%
Τηλεόραση	1%	0%	2%	4%	0%
Έκθεση τουρισμού	1%	1%	5%	1%	5%
Λοιπά	0%	0%	3%	0%	0%
Περιοδικά	0%	0%	2%	2%	10%
Αεροπορικό/σιδηροδρομικό γραφείο	0%	1%	1%	1%	6%
Διαφημίσεις	0%	0%	3%	1%	1%
Τοπικό/Περιφερειακό Γραφείο Τουρισμού	0%	0%	0%	4%	1%
Ράδιο	0%	0%	0%	0%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Η ενημέρωση που λαμβάνουν οι επισκέπτες που θέλουν να κάνουν διακοπές Ευεξίας εμφανίζει τα ίδια χαρακτηριστικά με τον αθλητικό τουρισμό. Συγκεκριμένα προκύπτει ότι:

- Το internet αποτελεί την κύρια πηγή ενημέρωσης για όλες τις εξεταζόμενες αγορές με ποσοστά άνω του 79%. Συγκεκριμένα, τα υψηλότερα ποσοστά ενημέρωσης από Internet έχουν οι αγορές της Σκανδιναβίας και του Ηνωμένου Βασιλείου με 98% και 97% αντίστοιχα, ενώ την χαμηλότερη εμφανίζουν οι επισκέπτες από την Γερμανία με 79%.
- Στην 2<sup>η</sup> θέση με το υψηλότερο ποσοστό προτίμησης σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές κατέχει το ταξιδιωτικό

γραφείο και ακολουθούν οι φίλοι/συγγενείς, ο κατάλογος tour operator και ο ταξιδιωτικός οδηγός.

- Αξιοσημείωτο τέλος είναι το υψηλό ποσοστό ενημέρωσης από το Εθνικό γραφείο τουρισμού για τους επισκέπτες από την Γαλλία (13%) και της εφημερίδας και των περιοδικών για τους επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο με 13% και 10% αντίστοιχα.

<sup>4</sup> Στον πίνακα του μέσου ενημέρωσης για την πραγματοποίηση διακοπών ευεξίας επιτρέπονται πολλαπλές απαντήσεις.

Εξερχόμενος Ευεξίας, από:

Χαρακτηριστικά Κράτησης	Ηνωμένο				
	Γερμανία	Γαλλία	Σκανδιναβία	Ρωσία	Βασίλειο
Προκρατήσεις	84%	96%	97%	86%	93%
Internet	47%	74%	87%	55%	83%
Ξενοδοχείο ή άλλο	35%	14%	8%	12%	13%
Ταξιδιωτικό πρακτορείο	28%	34%	13%	51%	44%
Μη προκρατήση	16%	4%	3%	14%	7%
Γραφείο Μετ. Μέσου	3%	9%	6%	14%	2%
Μέσω ταξιδιωτικού γραφείου χώρας	0%	13%	2%	8%	5%
Μέσω Λέσχης/Εφημερίδας/Εκκλησίας/Σχολείου	0%	7%	0%	4%	1%
Μέσω τουριστικού καναλιού	0%	10%	0%	0%	3%
Super market ή άλλο μαγαζί	0%	14%	0%	0%	0%
Λοιπά	0%	7%	1%	5%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

- Άνω του 84% των τουριστών που επιλέγουν να κάνουν διακοπές ευεξίας έχουν προχωρήσει σε προκράτηση για όλες τις εξεταζόμενες αγορές, με τους επισκέπτες από την Σκανδιναβία να κατέχουν το υψηλότερο ποσοστό (97%) και τους επισκέπτες από την Γερμανία το χαμηλότερο (84%).

- Άνω του 55% των τουριστών σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές προχώρησαν σε online booking, με εξαίρεση τους επισκέπτες από την Γερμανία (47%). Ακολουθεί η κράτηση μέσω

ταξιδιωτικού πρακτορείου με το υψηλότερο ποσοστό να καταγράφεται στην αγορά της Ρωσίας (51%) και το χαμηλότερο στην αγορά της Σκανδιναβίας (13%).

- Σημαντικός αριθμός των τουριστών από τις εξεταζόμενες αγορές προχώρησε σε προκράτηση ξενοδοχείου ή άλλου καταλύματος.
- Ενδιαφέρον παρατηρείται στα ποσοστά προκράτησης των επισκεπτών από την Γαλλία μέσω ταξιδιωτικού γραφείου χώρας (13%), τουριστικού καναλιού (10%) και super market ή άλλου μαγαζιού (14%).

**Εξερχόμενος Ευεξίας, από:**

Προγραμματισμός Κράτησης	Εξερχόμενος Ευεξίας, από:				Ηνωμένο
	Γερμανία	Γαλλία	Σκανδιναβία	Ρωσία	Βασίλειο
έως και 1 μήνα	64%	67%	65%	78%	67%
2-3 μήνες	23%	15%	26%	18%	20%
4-6 μήνες	11%	14%	6%	3%	12%
7-12 μήνες	2%	4%	3%	0%	1%
> 1χρόνο	0%	0%	0%	1%	0%

Πηγή: IPK International, επεξεργασία SETE Intelligence

Σύμφωνα με τα στοιχεία του πίνακα, οι προκρατήσεις για διακοπές ευεξίας γίνονται στην συντριπτική τους πλειοψηφία για όλες τις εξεταζόμενες αγορές έως και 3 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους. Συγκεκριμένα:

- Άνω του 80% των τουριστών που κάνουν διακοπές ευεξίας πραγματοποιούν την κράτηση τους έως και 3 μήνες πριν την έναρξη του ταξιδιού τους, με τους επισκέπτες από την Ρωσία να εμφανίζουν το υψηλότερο ποσοστό 96% και τους επισκέπτες από την Γαλλία το χαμηλότερο 82%.
- Στην προκράτηση από 4-6 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού, το υψηλότερο ποσοστό έχουν οι επισκέπτες από την Γαλλία (14%) και το χαμηλότερο οι επισκέπτες από την Ρωσία (3%).
- Οι υπόλοιπες κατηγορίες εμφανίζουν πολύ χαμηλά ποσοστά που δεν ξεπερνούν το 5% μαζί.

#### 4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Το προϊόν τουρισμού Αθλητισμού & Ευεξίας παρόλο που υστερεί σημαντικά σε αφίξεις και εισπράξεις σε σύγκριση με τα κυρίαρχα προϊόντα Ήλιος & Θάλασσα, City Break και Πολιτισμός & Θρησκεία, εντούτοις αντιπροσωπεύει ένα σημαντικό κομμάτι (16%) των συνολικών Ευρωπαϊκών ταξιδιών με τις προβλέψεις για το μέλλον να είναι ενθαρρυντικές ως προς την εξέλιξη του. Συγκεκριμένα, οι αφίξεις για διακοπές Αθλητισμού/Ευεξίας για το 2013 έφτασαν σχεδόν τα 11 εκατ., οι συνολικές εισπράξεις τα € 9 δις. και οι διανυκτερεύσεις ξεπέρασαν τις 79 εκατ.

Η τάση που εμφανίζεται τα τελευταία χρόνια με την αλλαγή των τουριστικών προτύπων σε πιο εναλλακτικές μορφές τουρισμού πέρα των κυρίαρχων προϊόντων, δημιουργεί αισιοδοξία ως προς την εξέλιξη του συγκεκριμένου προϊόντος για αύξηση του μεριδίου του στην τουριστική αγορά.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η μεγαλύτερη απήχηση που έχει ο Αθλητικός/Ευεξίας στους άνδρες (55% έναντι 45%). Στις επιμέρους εξεταζόμενες αγορές εξαίρεση αποτελούν οι τουρίστες από την Γαλλία και την Γερμανία όπου οι γυναίκες υπερτερούν των ανδρών.

Οι επισκέπτες για τουρισμό Αθλητικό/Ευεξίας προέρχονται κατά κύριο λόγο από τις παραγωγικές ηλικίες 25-64 χρονών (77%). Η εικόνα στο σύνολο των εξεταζόμενων αγορών εμφανίζεται ενιαία, με εξαίρεση την αγορά της Ρωσίας η οποία εμφανίζει σε σύγκριση με τον Ευρωπαϊκό μ.ο. μεγαλύτερο αριθμό νέων (15-24 ετών, 20% έναντι 12%) επισκεπτών και μηδενικό αριθμό επισκεπτών 3<sup>ης</sup> ηλικίας (0% έναντι 11%).



Η πλειοψηφία των τουριστών που κάνουν διακοπές Αθλητισμού/Ευεξίας ανήκουν στο Ανώτερο και Μέσο Ανώτερο εισοδηματικό και Ανώτερο μορφωτικό επίπεδο. Οι επιμέρους αγορές εμφανίζουν παρόμοια εικόνα σε σύγκριση με τον Ευρωπαϊκό μ.ο. τόσο για το εισοδηματικό όσο και για το μορφωτικό επίπεδο. Μοναδική εξαίρεση αποτελεί η αγορά της Ρωσίας η οποία εμφανίζει σημαντική διαφοροποίηση στο μορφωτικό επίπεδο σε σύγκριση με τον μ.ο. (85% έναντι 58%).

Όσον αφορά στην δαπάνη ανά ταξίδι/ημέρα και στον αριθμό των διανυκτερεύσεων:

- η μέση τουριστική δαπάνη ανέρχεται στα € 849 με τις επιμέρους εξεταζόμενες αγορές να εμφανίζουν διαφοροποιήσεις. Συγκεκριμένα, η τουριστική δαπάνη των επισκεπτών από το Ηνωμένο Βασίλειο και την Ρωσία είναι € 1.379 και € 1.346 62% και 59% μεγαλύτερη από τον Ευρωπαϊκό μ.ο. Αντίθετα, η τουριστική δαπάνη των επισκεπτών από Γαλλία είναι € 702 17% μικρότερη από τον μ.ο.
- η μέση τουριστική δαπάνη ανά ημέρα ανέρχεται στα € 115, με το Ηνωμένο Βασίλειο από τις εξεταζόμενες αγορές να κατέχει την μεγαλύτερη δαπάνη € 157 και τους επισκέπτες από την Γερμανία την μικρότερη € 106.
- αναφορικά με την διάρκεια διαμονής ο μεγαλύτερος όγκος καταγράφεται στις έως 7 διανυκτερεύσεις (69%). Στις επιμέρους αγορές παρατηρούμε ότι:
  - οι επισκέπτες από την Γαλλία προσανατολίζονται σε σύντομες διακοπές (έως 7 διανυκτερεύσεις 82%),
  - οι επισκέπτες από το Ηνωμένο Βασίλειο, την Γερμανία και την Σκανδιναβία εμφανίζουν παρόμοια χαρακτηριστικά με το μ.ο.,
  - ενώ τέλος οι επισκέπτες από την Ρωσία προτιμούν τις μεγαλύτερης διάρκειας διακοπές (8 και άνω 66%).

Όσον αφορά το μέσο ενημέρωσης και τα χαρακτηριστικά κράτησης προκύπτει ότι:

- η πλειοψηφία των επισκεπτών τόσο για την ενημέρωση όσο και για την κράτηση προτιμούν την χρήση του Internet με υψηλά ποσοστά (80% και 65% αντίστοιχα) και ακολουθεί το ταξιδιωτικό γραφείο με 28% και 20% αντίστοιχα.
- ακολουθούν για την ενημέρωση οι Φίλοι/Συγγενείς (23%, ο ταξιδιωτικός οδηγός (11%) και ο κατάλογος Tour Operator (9%).
- οι υπόλοιπες κατηγορίες για ενημέρωση εμφανίζουν πολύ χαμηλές τιμές κάτω από το 5%.
- αναφορικά με τα χαρακτηριστικά κράτησης μετά το Internet και το ταξιδιωτικό γραφείο που αποτελούν τις κυριότερες πηγές κράτησης, ακολουθούν η κράτηση σε ξενοδοχείο 19%. Οι υπόλοιποι τρόποι κράτησης εμφανίζουν χαμηλά ποσοστά.

Η πλειοψηφία των τουριστών που κάνουν διακοπές Αθλητισμού/Ευεξίας έχουν προχωρήσει σε προκράτηση πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους (82%). Συγκεκριμένα παρατηρείται ότι:

- για διακοπές Αθλητισμού/Ευεξίας η πλειοψηφία προχωράει σε προκράτηση έως και 1 μήνα (late bookings) από την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους (56%).
- ακολουθούν οι 2-3 μήνες (25%) και οι 4-6 μήνες (15%).
- οι υπόλοιπες κατηγορίες εμφανίζουν χαμηλά ποσοστά κάτω από το 5% αθροιστικά.

Ενδιαφέρον παρουσιάζει η διαφοροποίηση που παρατηρείται στους προορισμούς ανά τουριστικό προϊόν. Συγκεκριμένα, η πλειοψηφία των τουριστών επιλέγει Ευρωπαϊκούς προορισμούς σε ποσοστά άνω του 90%. Ειδικότερα:

- οι προορισμοί με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι η Νοτιοδυτική (22%), η Κεντρική (21%) και η Δυτική Ευρώπη (19%).
- ενώ επιμέρους, σημαντικά μερίδια από όλες τις εξεταζόμενες αγορές κατέχει για διακοπές Αθλητισμού/Ευεξίας η Ισπανία.

Η επιμέρους ανάλυση των προϊόντων Αθλητισμού & Ευεξίας εμφανίζει διαφορετικά χαρακτηριστικά σε σύγκριση με την συνολική εικόνα του προϊόντος. Εδώ θα πρέπει να αναφερθεί ότι ο αριθμός των εξεταζόμενων αγορών για αθλητικές διακοπές είναι διπλάσιος από αυτές που αναλύονται για διακοπές ευεξίας. Συγκεκριμένα για τα δημογραφικά χαρακτηριστικά συμπεραίνει κανείς ότι:

- για τον Αθλητικό τουρισμό μεγαλύτερη προτίμηση σε όλες σχεδόν τις εξεταζόμενες αγορές εμφανίζουν οι άντρες ενώ αντίθετα για διακοπές ευεξίας μεγαλύτερη προτίμηση δείχνουν οι γυναίκες.
- και στα δύο υποπροϊόντα η πλειοψηφία των τουριστών στις εξεταζόμενες αγορές προέρχεται από τις παραγωγικές ηλικίες 25-64 ετών.
- άνω του 70% των τουριστών που κάνουν αθλητικές διακοπές προέρχονται από την ανώτερη και μέση - ανώτερη εισοδηματική τάξη, ενώ για τις διακοπές ευεξίας άνω του 75%.
- άνω του 35% των τουριστών που κάνουν αθλητικές διακοπές προέρχεται από το ανώτερο μορφωτικό επίπεδο, ενώ για διακοπές ευεξίας είναι άνω του 52%.

Αναφορικά με την διάρκεια ταξιδιού και την τουριστική δαπάνη έχουμε ότι:

- για τον αθλητικό τουρισμό η πλειοψηφία των τουριστών προσανατολίζονται σε διακοπές μικρής διάρκειας έως 7 ημέρες που κυμαίνεται ανάλογα την αγορά από 34% - 87%, ενώ για διακοπές ευεξίας το ποσοστό αυτό κυμαίνεται από 65% - 78% ανά αγορά.
- η τουριστική δαπάνη για τον αθλητικό τουρισμό κυμαίνεται από € 1.443 - € 560 ενώ η δαπάνη ανά ημέρα από € 158 - € 85, για διακοπές ευεξίας η δαπάνη ανά ταξίδι/ημέρα κυμαίνεται από € 2.070 - € 745 και € 225 - € 94 αντίστοιχα.

Η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών που πραγματοποιούν διακοπές αθλητισμού και ευεξίας επιλέγουν ως προορισμό τους Ευρωπαϊκούς προορισμούς, με μεγάλο ποσοστό των επισκεπτών αυτών να επιλέγουν γειτονικές από τις χώρες προέλευσης προορισμούς. Επίσης, παρατηρούμε από τα στοιχεία που έχουμε ότι η Ισπανία ως προορισμός και για τα δύο υποπροϊόντα προσελκύει μεγάλο αριθμό τουριστών κατατάσσοντας την σχεδόν σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές στο top 3 των προορισμών. Η Ελλάδα αντίθετα εμφανίζει πολύ χαμηλή επισκεψιμότητα και για τα δύο υποπροϊόντα πιστοποιώντας την χαμηλή δυναμική της στο συγκεκριμένο τουριστικό προϊόν. Οι αγορές που εμφανίζουν την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα στην Ελλάδα είναι η Γαλλία (Αθλητικός και Ευεξίας) και η Ρωσία (μόνο Ευεξίας).

Όσον αφορά στο μέσο ενημέρωσης και τα χαρακτηριστικά κράτησης παρατηρείται ότι:

- το Internet αποτελεί την κύρια πηγή ενημέρωσης και για τα δύο υποπροϊόντα με το ταξιδιωτικό γραφείο και τους φίλους/συγγενείς να ακολουθούν.
- σημαντικός αριθμός τουριστών και για τα δύο υποπροϊόντα χρησιμοποιεί ως πηγή ενημέρωσης ταξιδιωτικό οδηγό και κατάλογο tour operator.

- η συντριπτική πλειοψηφία των τουριστών και για τα δύο υποπροϊόντα προχωρούν σε προκράτηση πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, 73% - 93% για τον αθλητικό και 84% - 96% για τον ευεξίας.
- 64% - 80% των επισκεπτών για αθλητικό τουρισμό προχώρησε σε online booking, ενώ για τον ευεξίας το αντίστοιχο ποσοστό είναι 47% - 87%. 2<sup>η</sup> σε προτίμηση μέθοδος προκράτησης σχεδόν για όλες τις εξεταζόμενες αγορές αποτελεί το ταξιδιωτικό πρακτορείο το οποίο επιλέγει το 10% - 32% των επισκεπτών για αθλητικό τουρισμό και το 13% - 51% για διακοπές ευεξίας.
- σημαντικός αριθμός τουριστών έχει προχωρήσει σε προκράτηση ξενοδοχείου ή άλλου καταλύματος σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές και για τα δύο υποπροϊόντα, 7% - 35%.
- Η πλειοψηφία των τουριστών και για τα δύο υποπροϊόντα έχει προχωρήσει σε προκράτηση έως και 3 μήνες πριν την πραγματοποίηση του ταξιδιού τους, με τον μεν αθλητικό να είναι μεταξύ 57% - 95% και τον δε ευεξίας 82% - 96%.