

Δελτίο Τύπου | 08.03.19

## ΟΙ ΚΥΡΙΟΙ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ ΕΙΝΑΙ ΑΛΛΟΙ ΕΛΛΗΝΙΚΟΙ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΙ.

Οι κύριοι ανταγωνιστές των ελληνικών προορισμών, είναι άλλοι ελληνικοί προορισμοί. Αυτό είναι ένα από τα βασικά συμπεράσματα μελέτης του INSETE, η οποία στηρίχθηκε σε στοιχεία της εταιρείας Travel Audience, για τις on-line αναζητήσεις χρηστών από κύριες αγορές, για τις διακοπές τους σε ελληνικούς και ανταγωνιστικούς προορισμούς στην Μεσόγειο.

Ειδικότερα, το 39% των χρηστών και παράλληλα δυνητικών επισκεπτών που αναζητούν πληροφορίες για έναν ελληνικό προορισμό, εξετάζουν ως εναλλακτικές επιλογές για τις διακοπές τους, επίσης, άλλους ελληνικούς προορισμούς. Με βάση αυτό το συμπέρασμα, είναι εμφανές ότι η Ελλάδα έχει ισχυρή ταυτότητα ως προορισμός στις κύριες αγορές μας. Επίσης, αναδεικνύει την ανάγκη διαφοροποίησης των ελληνικών προορισμών και την υιοθέτηση προγραμμάτων για την προώθηση ταξιδιωτικών εμπειριών.

Σε διεθνές επίπεδο, βασική ανταγωνίστρια χώρα στον τουρισμό για την Ελλάδα, είναι η Ισπανία. Το 34% των χρηστών που αναζητούν πληροφορίες για έναν ελληνικό προορισμό, εξετάζουν ως εναλλακτικές επιλογές ισπανικούς προορισμούς (κυρίως Βαλεαρίδες και Κανάρια νησιά). Στη δεύτερη θέση μεταξύ των ανταγωνιστών της Ελλάδας, κατατάσσεται η Ιταλία, καθώς το 19 % των χρηστών που αναζητούν πληροφορίες για έναν ελληνικό προορισμό, εξετάζουν ως εναλλακτικές λύσεις ιταλικούς προορισμούς. Ακολουθούν η Πορτογαλία, η Γαλλία, η Γερμανία και το Μαρόκο.

Χαμηλό βαθμό ανταγωνιστικότητας σε σχέση με την Ελλάδα, εμφανίζει η Τουρκία, καθώς μόνο το 4% των χρηστών που έψαξε για έναν ελληνικό προορισμό αναζήτησε ως εναλλακτική λύση για τις διακοπές του προορισμούς στην Τουρκία. Αξιοσημείωτο είναι το γεγονός ότι, οι χρήστες από τις ΗΠΑ, τη Σουηδία και την Ολλανδία, συγκαταλέγουν στις εναλλακτικές τους επιλογές κυρίως προορισμούς την Ελλάδα. Σε επίπεδο πόλεων, η Αθήνα ανταγωνίζεται ως ευρωπαϊκός προορισμός city break τη Βαρκελώνη, το Παρίσι και τη Ρώμη.

Η μελέτη παρουσιάστηκε σε εκδήλωση που διοργάνωσε την Παρασκευή 8 Μαρτίου το INSETE, σε συνεργασία με την εταιρεία Travel Audience, στο πλαίσιο της διεθνούς τουριστικής έκθεσης ITB που πραγματοποιείται στο Βερολίνο. Κεντρικοί ομιλητές στην εκδήλωση ήταν ο κ. Άρης Ίκκος, επιστημονικός διευθυντής του Ινστιτούτου του ΣΕΤΕ και ο κ. Sandro Cuzzolin, Global Sales Director της Travel Audience.

Η εν λόγω μελέτη, είναι ένα πολύτιμο εργαλείο για στοχευμένες digital καμπάνιες των ελληνικών επιχειρήσεων και προορισμών. Τα δεδομένα προέρχονται από online αναζητήσεις σε OTAs και TOs στα συστήματα κρατήσεων της Amadeus, καθώς και ένα μικρό ποσοστό από metasearches και αναζητήσεις σε αεροπορικές εταιρείες. Ειδικότερα, αξιοποιήθηκαν 1 δισ. αναζητήσεις μέσα στο 2018 (Μάρτιος – Μάιος 2018) από 42 εκατ. χρήστες από 13 βασικές αγορές για 10 ελληνικούς προορισμούς και 13 ανταγωνιστικούς στην Μεσόγειο. Με βάση την ανάλυση, καταρτίστηκε ένας Loyalty Index που καταγράφει το εύρος της αναζήτησης από δυνητικούς επισκέπτες για έναν μοναδικό προορισμό. Παράλληλα, πραγματοποιήθηκε ανάλυση ανταγωνισμού, από την οποία προέκυψε το ποσοστό των χρηστών που αναζήτησαν κατ' αρχήν έναν συγκεκριμένο προορισμό και στη συνέχεια άλλους προορισμούς για το κλείσιμο των διακοπών τους.

Για να δείτε την παρουσίαση της μελέτης πατήστε [εδώ](#).