INTELLIGENCE

Newsletter - Data

No. 4 – Απρίλιος 2015

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ

Λεωφ. Αμαλίας 34

105 58 Αθήνα

www.insete.gr

info@insete.gr

Εισαγωγή

Το παρόν τεύχος του SETE Intelligence Newsletter – Data, περιλαμβάνει:

- Αναλυτικά στοιχεία διεθνών αφίξεων στα ελληνικά αεροδρόμια

- Την ανάλυση της έρευνας της ReiseAnalyse σχετικά με τα κύρια χαρακτηριστικά και τις τάσεις που διαμορφώνουν την αγορά εξερχόμενου και εισερχόμενου τουρισμού της Γερμανίας.
    - Προορισμούς, Οργάνωση Ταξιδιού, Κρατήσεις, Χρήση Τεχνολογίας, Διεθνή Ταξίδια και Δαπάνες για το 2014,
    - Προβλέψεις για το 2015,
    - Μακροχρόνιες τάσεις (Εσωτερικός / Εξερχόμενος τουρισμός, Καταναλωτική Συμπεριφορά, Χρήση Τεχνολογίας, Άνδρες / Γυναίκες) για το 2025.

- Στοιχεία ποιοτικής αξιολόγησης των ελληνικών ξενοδοχείων.

Άρης Ίκκος
Επιστημονικός Διευθυντής
Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
intelligence@insete.gr

Ευαγγελία Λάμπρου
Ερευνήτρια – Στατιστικολόγος
Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
intelligence@insete.gr

Περιεχόμενα

- Μηνιαίες αεροπορικές αφίξεις ανά αεροδρόμιο – Φεβρουάριος 2015 3
- Reise Analyse – Το Προφίλ των Γερμανών Τουριστών και Προβλέψεις έως το 2025 6
  - Εισαγωγή – τα Χαρακτηριστικά της Έρευνας 7
  - Απολογισμός 2014 8
    - Συνολική εικόνα 8
    - Σύγκριση Ελλάδας- Αιγύπτου 12
    - Είδος Διακοπών 13
    - Εσωτερικός τουρισμός 14
    - Οργάνωση ταξιδιού και κρατήσεις ταξιδιών με διάρκεια 5+ ημερών 15
    - Χρήση mobile internet 16
    - Ταξίδια υψηλής δαπάνης 18
  - Πρόβλεψη για το 2015 19
    - Προορισμοί Μεσογείου 20
    - Κρουαζιέρα 21
  - Πρόβλεψη για το 2025 22
    - Βασικά Μεγέθη 22
    - Αναλογία Εσωτερικού / Εξερχόμενου Τουρισμού 23
    - Μερίδιο αγοράς ανά ηλικία 24
    - Χρήση internet 25
    - Κρατήσεις 26
    - Σύγκριση Ανδρών Γυναικών 27
- Δείκτες ικανοποίησης των πελατών ελληνικών ξενοδοχείων και συγκριτική αξιολόγηση με ξενοδοχεία ανταγωνιστικών προορισμών 28

Αεροπορικές Αφίξεις

Μάρτιος 2015

SETE
INTELLIGENCE

ΔΙΕΘΝΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΕΣ ΑΦΙΞΕΙΣ ΣΤΑ ΚΥΡΙΟΤΕΡΑ ΑΕΡΟΔΡΟΜΙΑ, ΜΑΡΤΙΟΣ 2015 - ΠΡΟΣΩΡΙΝΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ
INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS AT MAIN GREEK AIRPORTS, MARCH 2015 - PROVISIONAL DATA

2015		Αθήνα	Θεσ/κη (1)	Ρόδος	Κως	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Κάρπαθος	Μυτιλήνη	Σύνολο	Τύπος***
		Athens	Thessaloniki (1)	Rhodes	Kos	Herakleion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mykonos	Santorini	Araxos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Karpathos	Mytilene	Total	Type***
Ιανουάριος	January	186.527	77.696	76	0	183	2.375	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	234	0	0	267.091	II
Φεβρουάριος	February	151.788	68.364	28	0	300	1.825	0	0	0	0	0	0	0	38	0	0	0	0	0	222.343	II
Μάρτιος *	March*	213.956	87.262	1.576	914	7.204	6.245	2.159	173	179	0	0	172	0	1.476	0	0	0	0	0	321.316	II
Απρίλιος	April																					II
Μάιος	May																					II
Ιούνιος	June																					II
Ιούλιος	July																					II
Αύγουστος	August																					II
Σεπτέμβριος	September																					II
Οκτώβριος	October																					II
Νοέμβριος	November																					II
Δεκέμβριος	December																					II
Σύνολο	Total	552.271	233.322	1.680	914	7.687	10.445	2.159	173	179	0	0	172	0	1.514	0	0	234	0	0	810.750	II

2014		Αθήνα	Θεσ/κη (1)	Ρόδος	Κως	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Κάρπαθος	Μυτιλήνη	Σύνολο	Τύπος***
		Athens	Thessaloniki (1)	Rhodes	Kos	Herakleion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mykonos	Santorini	Araxos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Karpathos	Mytilene	Total	Type***
Ιανουάριος	January	142.761	61.950	989	2	81	1.612	6	0	0	0	0	0	0	4	0	0	113	0	0	207.518	I
Φεβρουάριος	February	119.287	56.701	1.125	0	59	1.313	5	0	0	0	0	0	0	237	0	0	292	0	0	179.020	I
Μάρτιος	March	164.468	72.106	1.304	0	994	2.024	657	142	0	9	0	2	0	1.344	0	0	0	0	0	243.050	I
Απρίλιος	April	255.382	115.864	58.295	23.677	108.996	49.548	27.118	4.119	2.291	2.046	2.232	3.965	2.821	2.641	1.068	5	1.366	133	2.405	663.961	I
Μάιος	May	334.468	144.834	236.951	121.974	325.142	124.555	121.307	64.838	24.661	19.739	18.879	31.988	4.549	8.320	15.226	15.350	8.447	133	2.405	1.623.766	I
Ιούνιος	June	403.827	196.397	348.554	179.351	440.258	158.291	191.334	113.116	39.591	36.097	39.428	52.445	14.392	17.440	23.660	28.104	14.926	6.009	11.365	2.314.585	I
Ιούλιος	July	469.466	239.596	419.790	225.588	534.601	198.064	254.687	140.273	51.401	40.933	70.377	78.353	17.616	20.522	28.848	35.493	18.603	17.932	16.959	2.880.209	I
Αύγουστος	August	458.426	224.016	411.285	225.576	557.826	180.087	247.054	144.441	51.024	41.460	77.468	82.207	19.693	20.668	29.294	40.120	17.605	19.797	16.808	2.865.019	I
Σεπτέμβριος	September	381.506	172.737	310.024	167.296	420.303	145.618	176.082	94.970	36.209	29.596	33.584	49.159	11.859	14.813	22.755	22.328	11.534	13.345	12.771	2.126.953	I
Οκτώβριος	October	316.589	123.752	138.900	67.427	203.789	69.812	55.405	13.054	4.471	6.101	5.147	12.132	2.856	11.979	1.541	209	2.139	46	1.756	1.037.073	II
Νοέμβριος	November	179.706	71.973	1.271	424	4.061	3.767	659	56	0	5	3	172	0	9.552	0	0	93	0	0	271.729	II
Δεκέμβριος	December	162.765	90.481	319	0	491	1.764	26	0	0	0	0	0	0	1.044	0		659	0	0	257.549	II
Σύνολο	Total	3.388.651	1.570.407	1.928.807	1.011.315	2.596.601	936.455	1.074.340	575.009	209.648	175.986	247.118	310.423	73.786	108.564	122.392	141.609	75.777	57.395	64.469	14.670.432	II

% Μεταβολή		Αθήνα	Θεσ/κη (1)	Ρόδος	Κως	Ηράκλειο	Χανιά	Κέρκυρα	Ζάκυνθος	Κεφαλονιά	Άκτιο	Μύκονος	Σαντορίνη	Άραξος	Καλαμάτα	Σάμος	Σκιάθος	Καβάλα	Κάρπαθος	Μυτιλήνη	Σύνολο
% Change		Athens	Thessaloniki (1)	Rhodes	Kos	Herakleion	Chania	Corfu	Zakynthos	Kefalonia	Aktio	Mykonos	Santorini	Araxos	Kalamata	Samos	Skiathos	Kavala	Karpathos	Mytilene	Total
Ιανουάριος	January	30,7%	25,4%	-92,3%	-100,0%	125,9%	47,3%	-100,0%							-100,0%			107,1%			28,7%
Φεβρουάριος	February	27,2%	20,6%	-97,5%		408,5%	39,0%	-100,0%							-84,0%			-100,0%			24,2%
Μάρτιος	March	30,1%	21,0%	20,9%	#DIV/0!	624,7%	208,5%	228,6%	21,8%				8500,0%		9,8%						32,2%
τρέχον έτος	ytd	29,5%	22,3%	-50,8%	45600,0%	577,9%	111,1%	223,2%							-4,5%			-42,2%			28,8%

Περιοχές**		Σύνολο (χωρίς Αθήνα)			Δωδεκάνησα			Κρήτη			Ιόνιο			Κυκλάδες			Πελοπόννησος			Λοιπά		
Regions**		Total (without Athens)			Dodecanese			Crete			Ionian islands			Cyclades			Peloponnese			Other		
		2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014	2015	2014	Δ2015/2014
Ιανουάριος	January	80.564	64.757	24,4%	76	991	-92,3%	2.558	1.693	51,1%	0	6	-100,0%	0	0		0	4	-100,0%	234	113	107,1%
Φεβρουάριος	February	70.555	59.733	18,1%	28	1.125	-97,5%	2.125	1.372	54,9%	0	5	-100,0%	0	0		38	237	-84,0%	0	292	-100,0%
Μάρτιος	March	107.360	78.582	36,6%	2.490	1.304	91,0%	13.449	3.018	345,6%	2.511	808	210,8%	172	2		1.476	1.344	9,8%	0	0	
Απρίλιος	April		408.579			81.972			158.544			35.574			6.197			5.462			3.904	
Μάιος	May		1.289.298			358.925			449.697			230.545			50.867			12.869			10.985	
Ιούνιος	June		1.910.758			527.905			598.549			380.138			91.873			31.832			32.300	
Ιούλιος	July		2.410.743			645.378			732.665			487.294			148.730			38.138			53.494	
Αύγουστος	August		2.406.593			636.861			737.913			483.979			159.675			40.361			54.210	
Σεπτέμβριος	September		1.745.447			477.320			565.921			336.857			82.743			26.672			37.650	
Οκτώβριος	October		720.484			206.327			273.601			79.031			17.279			14.835			3.941	
Νοέμβριος	November		92.023			1.695			7.828			720			175			9.552			93	
Δεκέμβριος	December		94.784			319			2.255			26			0			1.044			659	
`	Total	258.479	11.281.781		2.594	2.940.122		18.132	3.533.056		2.511	2.034.983		172	557.541		1.514	182.350		234	197.641	

(1): Αφορά αφίξεις επιβατών - Ελλήνων και αλλοδαπών, διότι το Αεροδρόμιο Μακεδονία δεν διαχωρίζει τις αφίξεις εξωτερικού σε Έλληνες και αλλοδαπούς.

(1): Concerns arrivals of all passengers - Greeks and foreigners.

*Τα στοιχεία του Μαρτίου του 2015 για το αεροδρόμιο της Αθήνας αποτελούν εκτίμηση του ΣΕΤΕ.

**Δωδεκάνησα: Ρόδος & Κως, Κρήτη: Ηράκλειο & Χανιά, Ιόνιο: Κερκυρα & Ζάκυνθος & Κεφαλονιά & Άκτιο, Κυκλάδες: Μύκονος & Σαντορίνη, Πελοπόννησος: Άραξος & Καλαμάτα, Λοιπά: Σάμος & Σκιάθος & Καβάλα

**Dodecanese: Rhodes & Kos, Crete: Herakleion & Chania, Ionian islands: Corfu & Zakynthos & Kefalonia & Aktio, Cyclades: Mykonos & Santorini, Peloponnese: Araxos & Kalamata, Other: Samos & Skiathos & Kavala

***Τύπος Ι:Τελικά στοιχεία ΥΠΑ - Τύπος ΙΙ:Προσωρινά στοιχεία ΥΠΑ/Αεροδρομίων-υπόκεινται σε αναθεώρηση

*** Type I: Final data from CAA - Type II:Provisinal data from CAA/Airports- subject to revision

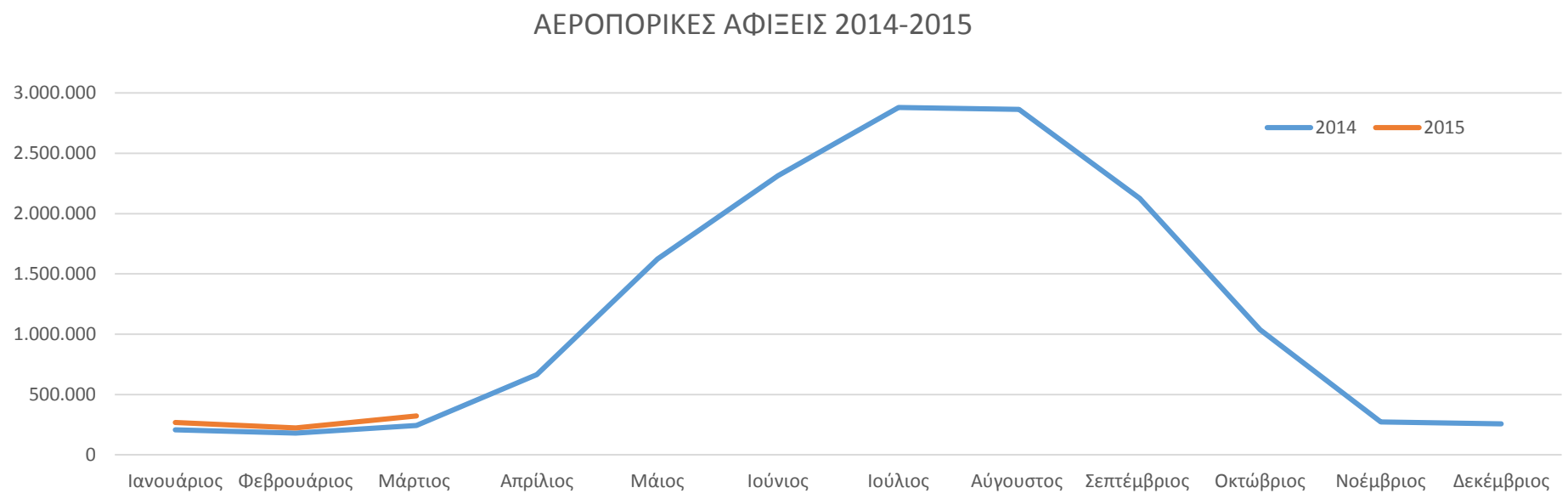
Πηγή: ΣΕΤΕ, επεξεργασία στοιχείων από τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, την ΥΠΑ και μεμονωμένα αεροδρόμια

Τα στοιχεία υπόκεινται σε αλλαγές λόγω δημοσίευσης πιο πρόσφατων στοιχείων από τις πηγές. (βλ. αν. "Τύπος")

Source: SETE, processed data from Athens International Airport, the CAA and individual airports

Data is subject to changes (See above "Type")

Στο τέλος του Μαρτίου στα κυριότερα αεροδρόμια της χώρας καταγράφηκαν περισσότερες από 810.000 διεθνείς αφίξεις, αύξηση κατά περίπου 180.000 ή 29% σε σχέση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2014. Τόσο η Αθήνα όσο και η Θεσσαλονίκη ξεκίνησαν εντυπωσιακά με αυξήσεις 29,5% και 22,3% αντίστοιχα το πρώτο τρίμηνο του 2015 σε σχέση με το αντίστοιχο διάστημα του 2014. Στην υπόλοιπη χώρα, τα νούμερα αφίξεων είναι μικρά για εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων, αν και είναι ιδιαίτερα θετικό ότι παρατηρείται συνέχιση της τάσης επιμήκυνσης της τουριστικής περιόδου σε πολλά αεροδρόμια της χώρας. Το «καλύτερο» ξεκίνημα στις αεροπορικές αφίξεις από το εξωτερικό για το πρώτο τρίμηνο του 2015 σε σύγκριση με το 2014 αποτυπώνεται και στο διάγραμμα που ακολουθεί.



REISE ANALYSE –

ΤΟ ΠΡΟΦΙΛ ΤΩΝ ΓΕΡΜΑΝΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΙΣ ΕΩΣ ΤΟ 2025

Εισαγωγή – Τα Χαρακτηριστικά της Έρευνας

Η ενότητα αυτή βασίζεται στην παρουσίαση της ReiseAnalyse «Vacation trends 2025: Development of Tourism Demand in Germany» που έγινε στη διάρκεια της ITB 2015.

Η παρουσίαση βασίζεται σε μια αντιπροσωπευτική έρευνα του ταξιδιού διακοπών και της συμπεριφοράς των Γερμανών και των Γερμανόφωνων κατοίκων Γερμανίας όσον αφορά τις συμπεριφορές τους, τα κίνητρα και τα ενδιαφέροντά τους. Η έρευνα εξετάζει και αναλύει ταξίδια μακράς διάρκειας (5 ή περισσότερες ημέρες) και μικρής διάρκειας (2-4 ημέρες). Η συγκεκριμένη έρευνα διεξάγεται ετήσια από το 1970. Μέχρι το 2007 η έρευνα γινότανε μέσω προσωπικών συνεντεύξεων (face to face survey) ενώ από το 2007 η έρευνα υλοποιείται και με τη χρήση διαδικτυακών εργαλείων (online survey). Τα βασικά χαρακτηριστικά της έρευνας είναι τα ακόλουθα:

- Περίοδος κάλυψης: Μάιος- Νοέμβριος 2014
- Face to face survey:
    - Πληθυσμός κάλυψης 70.500.000 Γερμανοί/Γερμανόφωνοι κάτοικοι Γερμανίας, άνω των 14 ετών
    - Δείγμα:7.500 προσωπικές συνεντεύξεις στις κατοικίες των συμμετεχόντων.
- Online survey:
    - Πληθυσμός κάλυψης 59.400.000 Γερμανοί/Γερμανόφωνοι κάτοικοι Γερμανίας, ηλικίας από 14 έως 70 χρονών
    - Δείγμα: 5.000 διαδικτυακές συνεντεύξεις.

Απολογισμός 2014

Συνολική Εικόνα

Η πιο εντυπωσιακή εξέλιξη στην ταξιδιωτική συμπεριφορά των Γερμανών το 2014 ήταν στις δαπάνες των διακοπών: η μέση δαπάνη ταξιδιού έφτασε τα € 958 € ανά άτομο και αποτελεί ένα νέο ρεκόρ καθώς το 2013 η μέση δαπάνη ήταν € 906. Επίσης, ενάντια στη μακροπρόθεσμη τάση προς συντομότερες διακοπές, η διάρκεια των διακοπών δεν μειώθηκε, αλλά παρέμεινε σταθερή σε 12,5 ημέρες.

Σε ό,τι αφορά στα μεταφορικά μέσα, η χρήση του αεροπλάνου αυξήθηκε στο 39% (55 % στα ταξίδια εξωτερικού / 1% στα ταξίδια εξωτερικού). Το 46% ταξιδεύει με αυτοκίνητο (33% / 75%).

		2014[1]		
		ΣΥΝΟΛΟ	ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ	ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ
		70.3 εκ	*21.4 εκ*	*54.6 ΕΚ*
ΜΕΣΑ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ	ΑΥΤΟΚΙΝΗΤΟ	46%	75%	33%
	ΑΕΡΟΠΛΑΝΟ	39%	1%	55%
	ΛΕΩΦΟΡΕΙΟ	8%	10%	7%
	ΤΡΕΝΟ	5%	13%	2%
ΚΑΤΑΛΥΜΑΤΑ	ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑ	48%	30%	56%
	ΔΙΑΜΕΡΙΣΜΑΤΑ/ ΣΠΙΤΙΑ	24%	35%	20%
	ΚΑΜΠΙΝΓΚ	6%	8%	5%
	ΜΕΣΗ ΔΑΠΑΝΗ ΑΝΑ ΤΑΞΙΔΙ	958	582	1.124
	ΜΕΣΗ ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΠΑΡΑΜΟΝΗΣ	12,5	10,3	13,5

Πηγή: ReiseAnalyse

Οσον αφορά τις διανυκτερεύσεις, το 48% προτιμάει τα ξενοδοχεία (56 % / 30%). Στα ταξίδια εσωτερικού οι Γερμανοί επιλέγουν τη διανυκτέρευση σε διαμερίσματα/σπίτια κατά 35% ενώ το ποσοστό αυτό είναι μόλις 20% στα ταξίδια εσωτερικού. Συγκρίνοντας τη μέση δαπάνη ανά ταξίδι στο εξωτερικό με τη μέση δαπάνη στο εσωτερικό, παρατηρούμε ότι η πρώτη είναι σχεδόν διπλάσια της δεύτερης ενώ και η διάρκεια παραμονής είναι μεγαλύτερη κατά 3 ημέρες (+30%) περίπου.

[1] *Τα δεδομένα αυτά βασίζονται σε ταξίδια αναψυχής (5 ημέρες) που πραγματοποιήθηκαν από το Γερμανόφωνο πληθυσμό ηλικίας 14 χρονών και άνω. Επαγγελματικά ταξίδια και ταξίδια διάρκειας μικρότερης των 5 ημερών δεν συμπεριλαμβάνονται. Αυτό πρέπει να ληφθεί υπόψη κατά τη σύγκριση με π.χ. επίσημες στατιστικές οι οποίες συνήθως χρησιμοποιούν διαφορετικά κριτήρια.*

Οι ταξιδιωτικές δαπάνες έφτασαν σε νέα επίπεδα ρεκόρ το 2014, € 87,1 δις.

Οι δαπάνες για τα ταξίδια διακοπών μακράς διαρκείας (5+ ημέρες) αυξήθηκαν κατά 5% σε σύγκριση με το προηγούμενο έτος και ανέρχονται στα € 67,3 δις. Επιπλέον, οι δαπάνες για τα ταξίδια διακοπών σύντομης διάρκειας (2 έως 4 ημέρες) ανέρχονται σε περίπου € 20 δις.

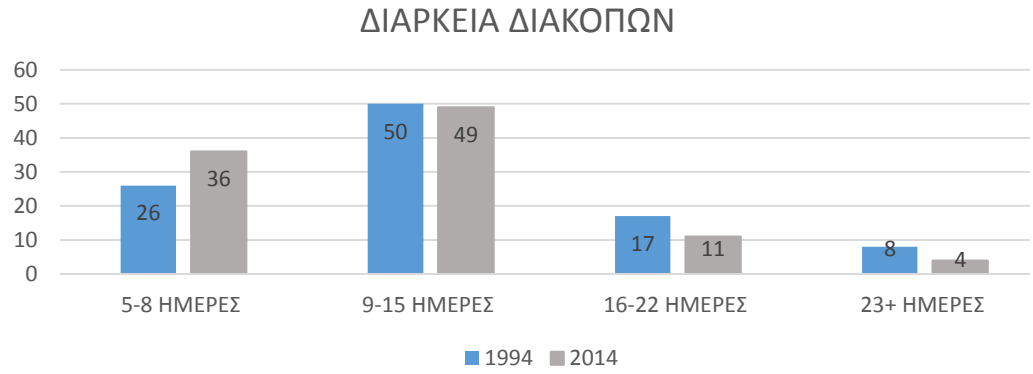
Τόσο στα μακράς διαρκείας όσο και στα σύντομα ταξίδια παρατηρείται σημαντική αύξηση της δαπάνης ανά ταξίδι (+5,7% και + 2,8%).

ΕΤΟΣ	ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ	ΤΑΞΙΔΙ / ΑΤΟΜΟ	ΣΥΝΟΛΟ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΣΕ ΕΚΑΤΟΜΜΥΡΙΑ	ΔΑΠΑΝΗ / ΤΑΞΙΔΙ	ΣΥΝΟΛΟ ΔΑΠΑΝΗΣ ΣΕ ΔΙΣΕΚΑΤΟΜ-ΜΥΡΙΑ
Σύνολο					
2013	88.1	1,66	146.3	569	83.3
2014	87.2	1,67	146	597	87.1
Δ	-1,0%	0,8%	-0,2%	4,9%	4,6%
Μακράς Διάρκειας					
2013	54.8	1,29	70.7	906	64.1
2014	54.6	1,29	70.3	958	67.3
Δ	-0,4%	-0,2%	-0,6%	5,7%	5,0%
Σύντομης Διάρκειας					
2013	33.3	2,27	75.6	254	9.2
2014	32.6	2,32	75.7	261	19.8
Δ	-2,1%	2,2%	0,1%	2,8%	3,1%

Άλλα βασικά στοιχεία παραμένουν αρκετά σταθερά και σε υψηλό επίπεδο: σχεδόν 55 εκ. ταξιδιώτες πραγματοποιήσαν πάνω από 70 εκ. ταξίδια μακράς διάρκειας το 2014, ενώ πραγματοποιήθηκαν σχεδόν 76 εκ. ταξίδια σύντομης διάρκειας από περισσότερους από περίπου 33 εκ.

Ενδιαφέρον επίσης είναι ότι αν και η συνολική δαπάνη αυξήθηκε τόσο στα μακράς όσο και στα σύντομης διάρκειας ταξίδια, και μάλιστα περισσότερο στα πρώτα, έχουμε –οριακή- μείωση στα ταξίδια μακράς διαρκείας και –οριακή- αύξηση στα ταξίδια σύντομης διαρκείας.

Το 77% των Γερμανών πραγματοποιεί ταξίδια με διάρκεια μεγαλύτερη από 5 ημέρες.
Μέσα σε μία δεκαετία παρατηρούνται κάποιες διαφορές σε ανθρώπους που πραγματοποιούν διακοπές με μέση διάρκεια πάνω από 5 ημέρες. 10% αυξήθηκαν αυτοί που πραγματοποιούν διακοπές με διάρκεια από 5 έως 8 ημέρες. Σταθερά στο 50% βρίσκονται αυτοί με διάρκεια διακοπών από 9 έως 15 ημέρες, ενώ συνολική μείωση 10% εμφανίζουν αυτοί που κάνουν διακοπές με διάρκεια μεγαλύτερης των 16 ημερών.

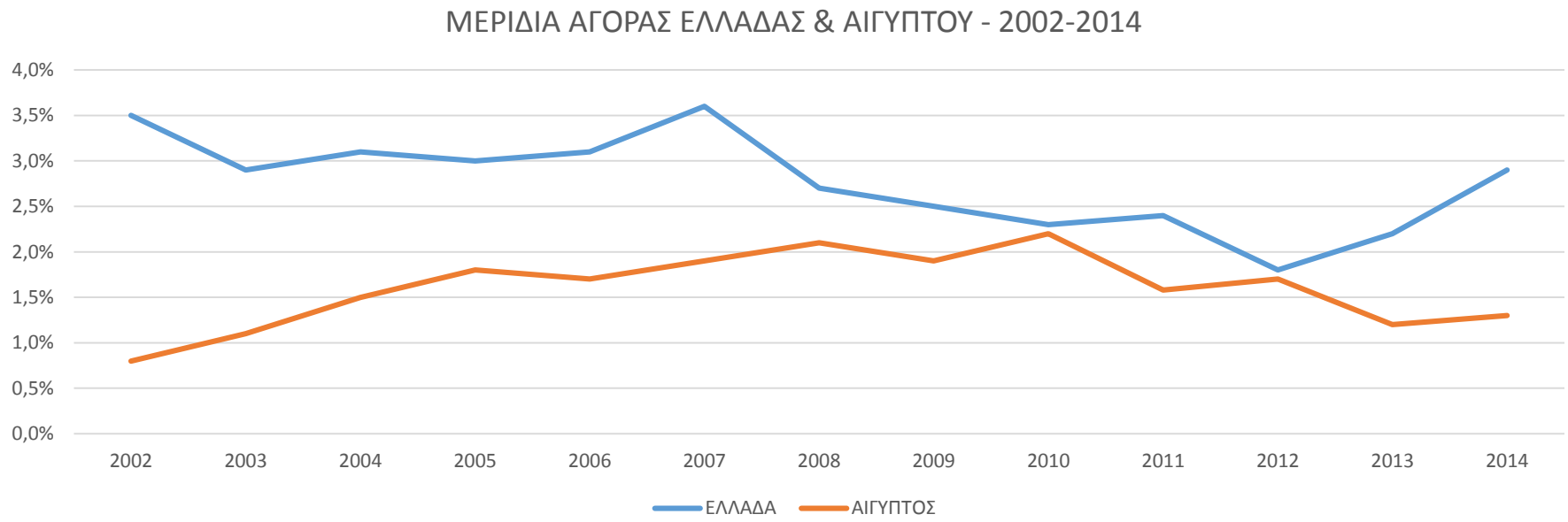


Πηγή: ReiseAnalyse

Στα ταξίδια μακράς διάρκειας, η Ελλάδα βρίσκεται στην έβδομη θέση πάνω από την Ολλανδία, τη Πολωνία και τις ΗΠΑ με ποσοστό 2,9%. Τις τρεις πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν η Ισπανία, η Ιταλία και η Τουρκία με ποσοστά 13,5%, 7,8% και 7% αντίστοιχα.
Η Αυστρία βρίσκεται στη τέταρτη θέση με ποσοστό 4,9% και ακολουθούν η Γαλλία και η Κροατία με 3,4% και 3,3% αντίστοιχα. Με εξαίρεση την Τουρκία, όλες οι χώρες που είναι πιο δημοφιλείς από την Ελλάδα είναι προσβάσιμες με πτήσεις μικρότερης διάρκειας, καθώς και με αυτοκίνητο εντός 1 ημέρας.

Στα ταξίδια μικρότερης διάρκειας η Αυστρία είναι στη πρώτη θέση με ποσοστό 3,6% και ακολουθούν η Γαλλία κα η Ολλανδία με 3% και 2,8% αντίστοιχα. Στη τέταρτη θέση είναι η Βρετανία με ποσοστό 2,1% ενώ οι υπόλοιπες χώρες έχουν ποσοστά μικρότερα του 2%. Όλες οι χώρες είναι προσβάσιμες με πτήσεις 2 ωρών και, με εξαίρεση την Βρετανία, εύκολα προσβάσιμες και με αυτοκίνητο.

Σύγκριση Ελλάδας - Αιγύπτου

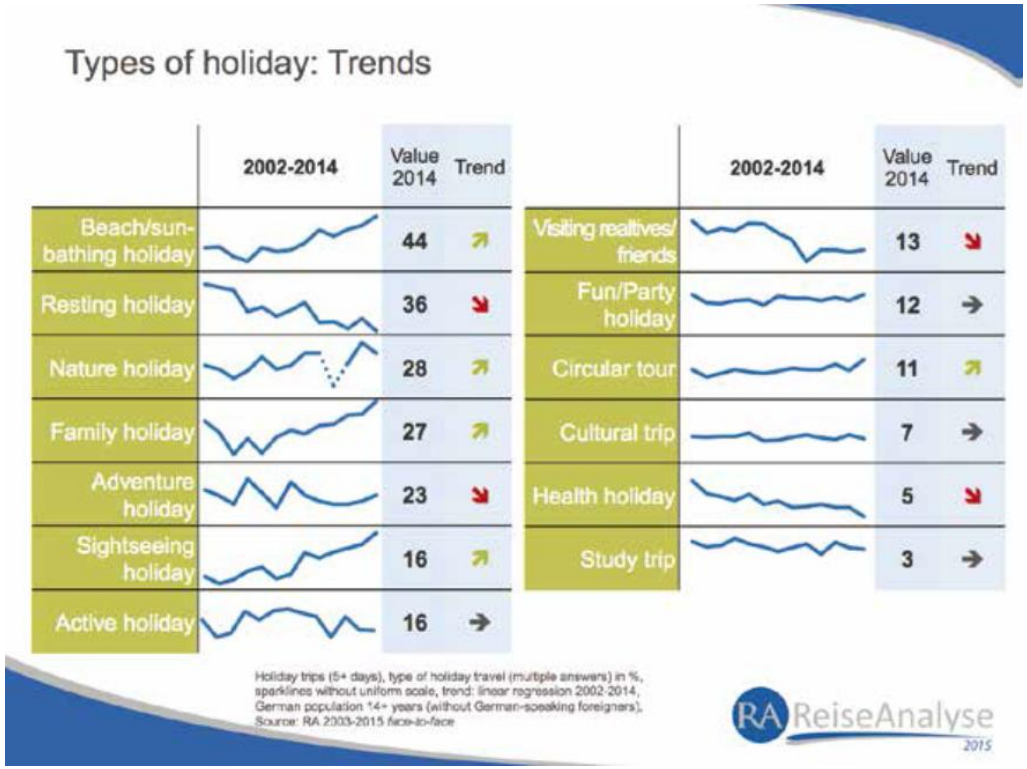


Πηγή: ReiseAnalyse

Για τη χρονική περίοδο 2002-2014, η Ελλάδα βρίσκεται υψηλότερα στη προτίμηση των Γερμανών σε σχέση με την Αίγυπτο. Με εξαίρεση την περίοδο 2009 – 2013 δεν διαφαίνεται να υπάρχει κάποια (αντίστροφη) σχέση στις ροές τουριστών προς Ελλάδα και Αίγυπτο. Επίσης, παρά την ανάκαμψη της Αιγύπτου το 2014, οι ροές προς Ελλάδα συνεχίστηκαν να αυξάνονται με εντονότερο ρυθμό.

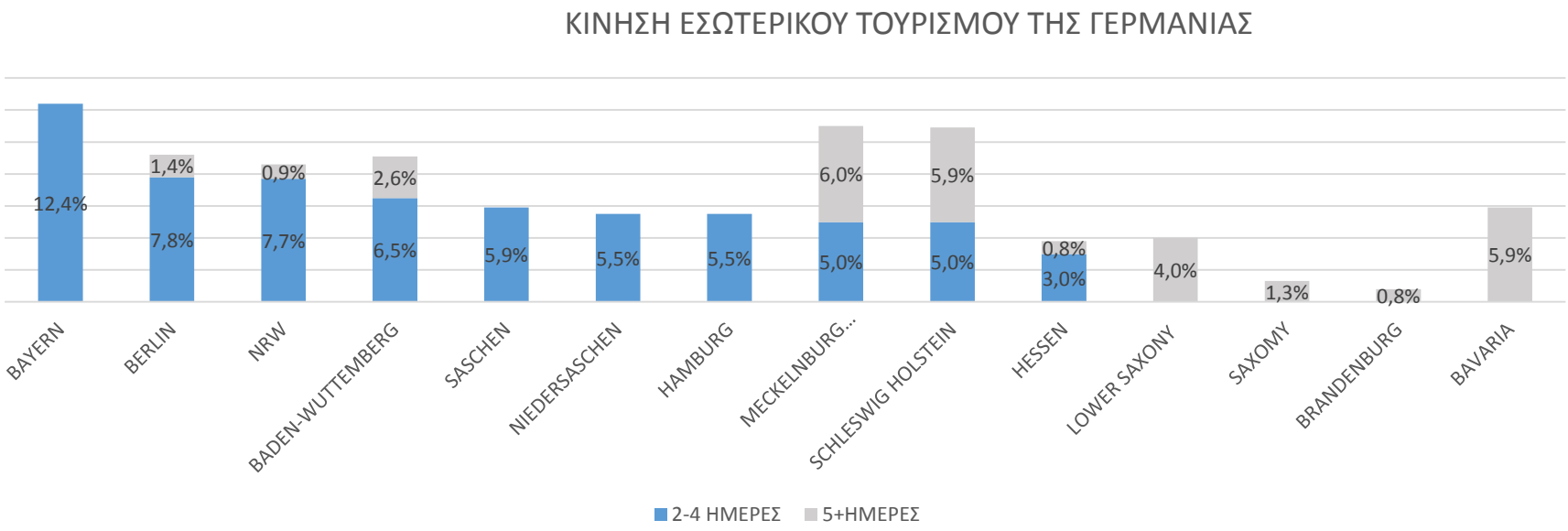
Είδος Διακοπών

Το πιο δημοφιλές είδος των διακοπών το 2014 ήταν το Sun and Beach, ακολουθούμενο από τις κατηγορίες Resting και Nature holiday. Αυξητική τάση παρουσιάζουν οι διακοπές Sun and Beach, Nature holiday, Family holiday, Sightseeing holiday και Circular tour. Μείωση παρουσιάζουν οι τομείς Resting holiday, Adventure holiday, VFR και Health holiday. Οι υπόλοιπες κατηγορίες παρέμειναν σταθερές.



Πηγή: ReiseAnalyse

Εσωτερικός Τουρισμός

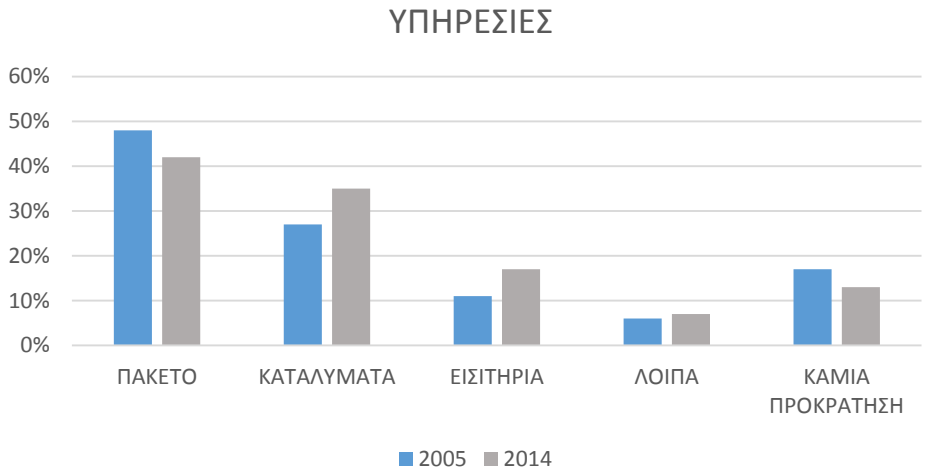


Πηγή: ReiseAnalyse

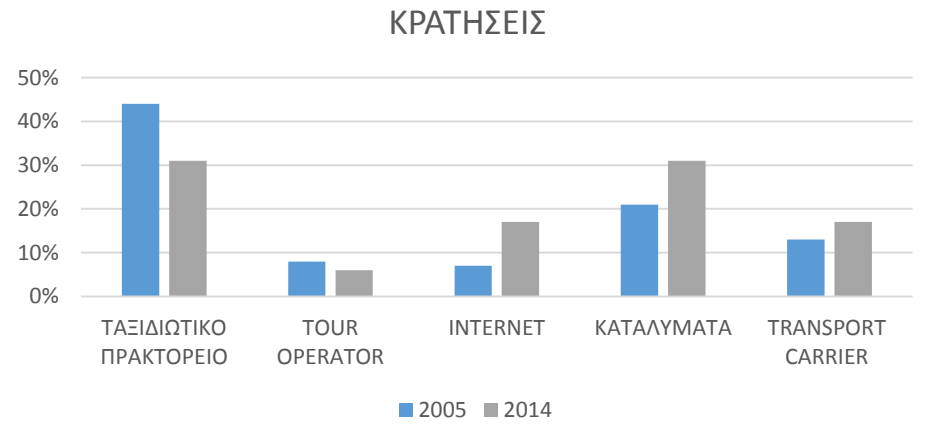
Στα σύντομα ταξίδια στην πρώτη θέση βρίσκεται η Βαυαρία, στη δεύτερη το Βερολίνο και στη τρίτη θέση το Nordrhein-Westfalen. Στα ταξίδια μεγαλύτερης διάρκειας στη πρώτη θέση είναι το Meckelnburg-Vorpommen και στη τρίτη το Schleswig- Holstein. Αυτές οι δύο περιοχές απορροφούν και το 5% των ταξιδιών σύντομης διάρκειας με αποτέλεσμα να δέχονται περίπου 11% του εσωτερικού τουρισμού.

Οργάνωση Ταξιδιού και Κρατήσεις Ταξιδιών με Διάρκεια 5+ Ημερών.

Σε σχέση με το 2005 παρατηρούμε σημαντική μείωση στις κρατήσεις τουριστικών πακέτων, και αντίστοιχα αύξηση στις μεμονωμένες κρατήσεις σε εισιτήρια, καταλύματα κ.λπ. Παρ' όλ' αυτά, το τουριστικό πακέτο βρίσκεται ακόμα πολύ ψηλά στις προτιμήσεις των Γερμανών.

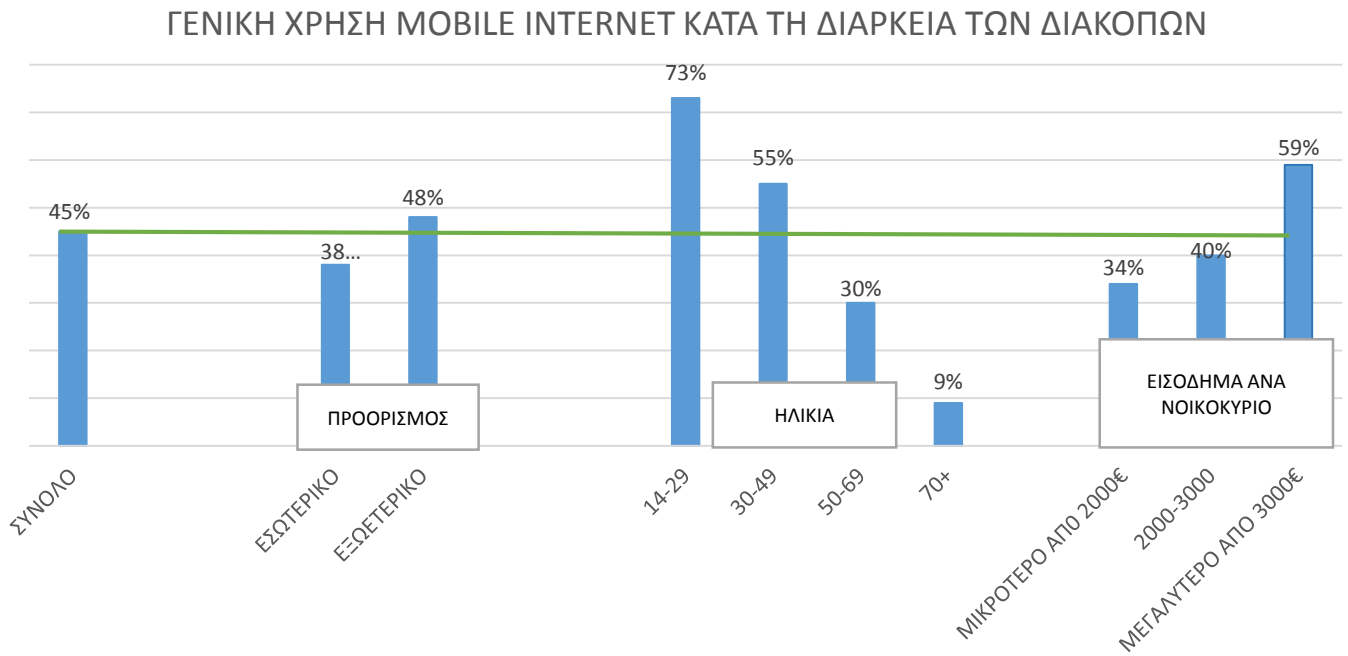


Στην ίδια χρονική περίοδο αλλάζει και ο τρόπος των κρατήσεων. Μειώνονται όσοι κάνουν κρατήσεις μέσω ταξιδιωτικού πρακτορείου ή tour operator και αυξάνονται οι κρατήσεις μέσω internet ή απευθείας στα καταλύματα ή στις αεροπορικές (ή άλλες) εταιρείες.



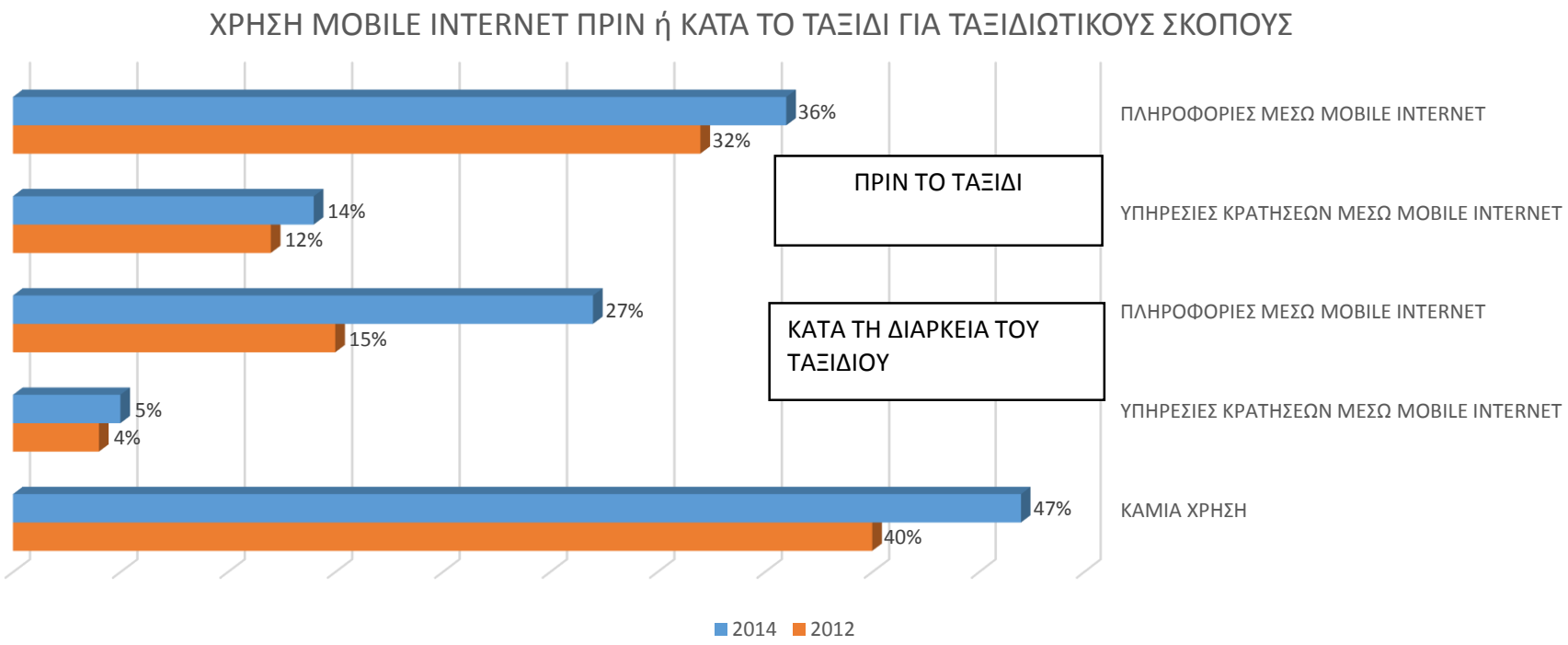
Πηγή: ReiseAnalyse

Χρήση Mobile Internet



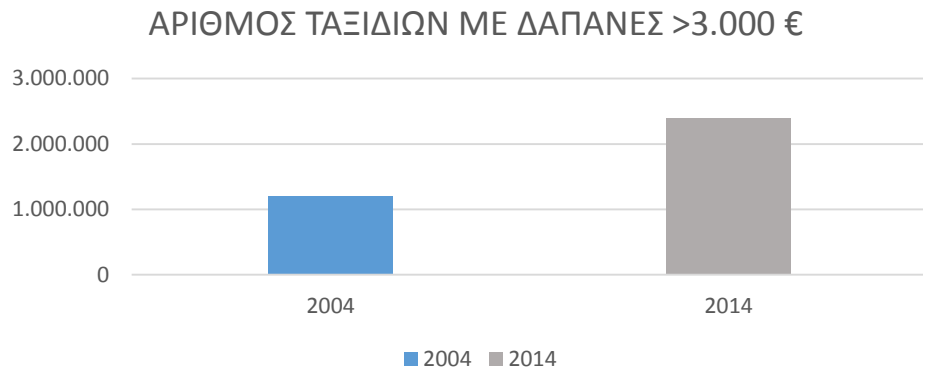
Πηγή: ReiseAnalyse

Το 45% χρησιμοποίει mobile internet στη διάρκεια των διακοπών – το % αγγίζει το 50% όταν ταξιδεύουν στο εξωτερικό. Από το διάγραμμα φαίνεται ότι η χρήση του mobile internet είναι αισθητά πιο αυξημένη στις μικρότερες ηλικίες καθώς και στα υψηλότερα εισοδήματα. Στην ίδια έρευνα διαπιστώθηκε ότι τον Ιανουάριο του 2015, 56% των Γερμανών χρησιμοποιεί το mobile internet, το ποσοστό αυτό είναι 4 φορές μεγαλύτερο, σε σύγκριση με τον Ιανουάριο του 2011.



Το 2014 το 53% χρησιμοποίησε mobile internet για πληροφορίες ή την οργάνωση του ταξιδιού πριν η κατά τη διάρκειά του, όταν το αντίστοιχο ποσοστό για το έτος 2012 ήταν 60%. Όπως φαίνεται και στο διάγραμμα, η χρήση του mobile internet για πληροφορίες ή κρατήσεις, είναι πιο έντονη πριν από κάποιο ταξίδι παρά κατά τη διάρκειά του. Αξιοσημείωτη είναι επίσης η αύξηση της χρήσης του mobile internet για άντληση πληροφοριών κατά τη διάρκεια του ταξιδιού. Η χρήση του mobile internet γίνεται μέσω smartphone, tablet και computer.

Ταξίδια Υψηλής Δαπάνης



Πηγή: ReiseAnalyse

Ο αριθμός των ταξιδιωτών που ξοδεύει πολλά χρήματα (> € 3.000/άτομο, έναντι μέσης δαπάνης € 958) για τις διακοπές τους αυξάνεται συνεχώς, έχοντας διπλασιαστεί την τελευταία δεκαετία σε 2,4 εκ. ταξίδια το 2014. Αυτό αντιστοιχεί στο 3% του συνόλου των ταξιδιών. Οι σχετικές συνολικές δαπάνες αγγίζουν τα € 9,5 δις που αντιστοιχεί στο 14% του συνόλου.

Πρόβλεψη για το 2015

Σύμφωνα με την Resieanalysey, οι προοπτικές της γερμανικής αγοράς για το 2015 είναι θετικές. Κατά την έναρξη του χρόνου οι περισσότεροι άνθρωποι στη Γερμανία είναι ήδη σε «διάθεση διακοπών». Το 55% του πληθυσμού έχει συγκεκριμένα σχέδια ταξιδιού και μόνο το 11% είναι βέβαιοι ότι δεν θα πάνε διακοπές το 2015. Οι περισσότεροι προγραμματίζουν τα έξοδα των διακοπών τους στα ίδια επίπεδα με του προηγούμενου έτους, το 12% θέλουν να ξοδέψουν περισσότερα χρήματα σε σχέση με το 2014 ενώ μόλις το 9% θέλουν να ξοδέψουν λιγότερα. Όλες οι προβλέψεις δείχνουν ότι θα υπάρξει μια μικρή αύξηση εξερχόμενου τουρισμού από τη Γερμανία σε σχέση με το προηγούμενο έτος.

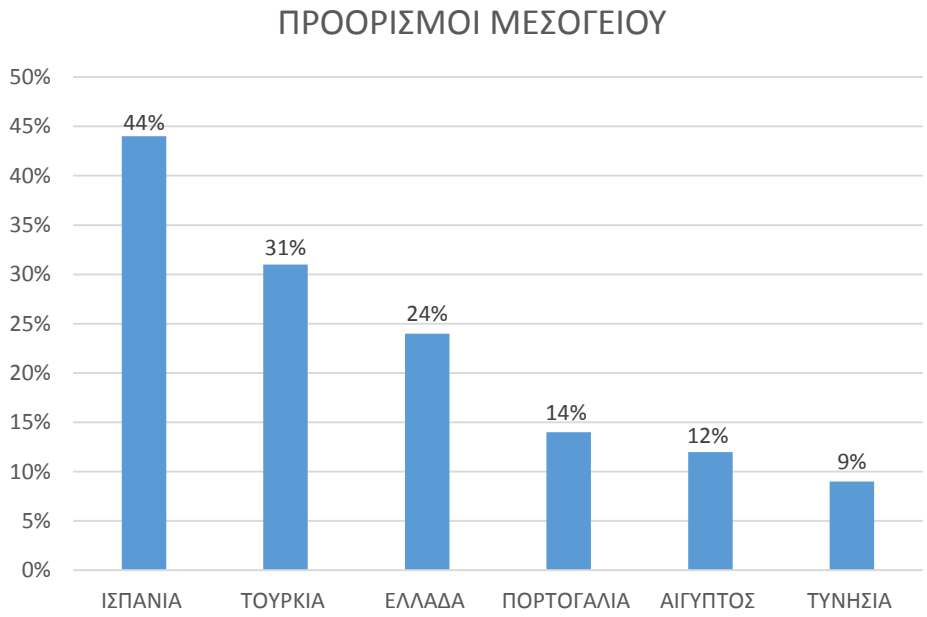
Επίσης αισιόδοξα είναι τα στοιχεία συγκριτικά με τις αρχές του 2014. Τον Ιανουάριο του 2015, προβλέπεται μια βελτίωση (18%) όσον αφορά τις προσωπικές οικονομικές προσδοκίες των Γερμανών τους επόμενους 12 μήνες, ενώ μόλις το 10% πιστεύει ότι οικονομικά θα είναι χειρότερα. Οι περισσότεροι άνθρωποι δεν περιμένουν κάποια αλλαγή.

Αν κοιτάξουμε τους μεγάλους ταξιδιωτικούς προορισμούς π.χ. Ασία και Βορειοδυτική Ευρώπη, έχουν αρκετές δυνατότητες απορρόφησης εξερχόμενου τουρισμού από τη Γερμανία. Η Μεσόγειος τείνει να παραμείνει σταθερή ως προορισμός. Για τα ταξίδια με διάρκεια πάνω από πέντε ημέρες, η Ισπανία παραμένει ο αδιαμφισβήτητος προορισμός με το σημερινό μερίδιο αγοράς να ανέρχεται στο 13%. Η Ιταλία και η Τουρκία ανταγωνίζονται για την τη δεύτερη θέση, η Αυστρία είναι στην τέταρτη θέση ενώ ο δυναμισμός της Κροατίας και της Ελλάδας μπορεί να εκτοπίσει τη Γαλλία από τη παρούσα πέμπτη θέση στην κατάταξη των ξένων προορισμών.

Επισημαίνουμε ότι η έρευνα εκπονήθηκε μεταξύ Μαΐου και Νοεμβρίου 2014 και, συνεπώς, δεν λαμβάνει υπόψη το αρνητικό κλίμα των τελευταίων μηνών στην Γερμανική αγορά για την Ελλάδα.

Προορισμοί Μεσογείου

Ο παρακείμενος πίνακας αποτυπώνει το ενδιαφέρον των Γερμανών, τον Ιανουάριο του 2015, για τη πραγματοποίηση διακοπών στην περιοχή της Μεσογείου. Πρώτη βρίσκεται η Ισπανία με ποσοστό 44%, δεύτερη η Τουρκία με ποσοστό 31% και στη τρίτη θέση είναι η Ελλάδα με ποσοστό 24%. Ακολουθούν Πορτογαλία, Αίγυπτος και Τυνησία με αντίστοιχα ποσοστά 14%, 12% και 9%.



Πηγή: ReiseAnalyse

Κρουαζιέρα

Πηγή: ReiseAnalyse

Το διάγραμμα αποτυπώνει τις προθέσεις των Γερμανών να πραγματοποιήσουν κρουαζιέρα. Το 2,9% έχει προσχεδιάσει διακοπές με κρουαζιέρα για το τρέχον έτος, ενώ πολύ υψηλό είναι το ποσοστό 12,5% αυτών που σκέφτονται να κάνουν διακοπές με κρουαζιέρα. Τα ποσοστά αυτά τείνουν προς το σημείο αιχμής τον Ιανουάριο του 2012 που, όπως όμως αποτυπώνεται και στο γράφημα, τότε είχε μειωθεί μέσα σε μία ήμερα στο 8,8% λόγω του ατυχήματος του Costa Concordia στην Ιταλία.

Πρόβλεψη για το 2025

Βασικά Μεγέθη

Τα αποτελέσματα αυτής της μελέτης προβλέπουν διακριτές αλλαγές στη σύνθεση των Γερμανών καταναλωτών έως το 2025.

- Στο βασικό σενάριο, ο αριθμός ταξιδιωτών και ταξιδιών αναμένεται να παραμείνει σταθερός, ενώ στο ελάχιστο / μέγιστο αναμένεται να μειωθεί / αυξηθεί.
- Αύξηση των ταξιδιών εσωτερικού μακράς διάρκειας και στροφή προς τη Βορειοδυτική Ευρώπη.
- Μεγαλύτερες δυνατότητες ανάπτυξης στους πολυδιάστατους τύπους διακοπών.
- Ακόμα και πριν το 2020 η πλειοψηφία των κρατήσεων θα γίνεται online.
- Ο ταξιδιωτικός πληθυσμός θα είναι γηραιότερος.

	2014	ΕΚΤΙΜΗΣΗ 2025		
		ΕΛΑΧΙΣΤΗ	ΒΑΣΙΚΗ	ΜΕΓΙΣΤΗ
ΓΕΡΜΑΝΟΦΩΝΟΣ ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ	70.500.000		70.00.000	
ΠΛΗΘΥΣΜΟΣ ΠΟΥ ΠΙΘΑΝΩΣ ΘΑ ΤΑΞΙΔΕΨΕΙ	77,4%	76,0%	78,0%	80,0%
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΤΩΝ	54.600.000	53.000.000	55.000.000	57.000.000
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ ΑΝΑ ΑΤΟΜΟ	1,29	1,21	1,25	1,29
ΑΡΙΘΜΟΣ ΤΑΞΙΔΙΩΝ	70.300.000	67.000.000	70.000.000	73.000.000

Πηγή: ReiseAnalyse

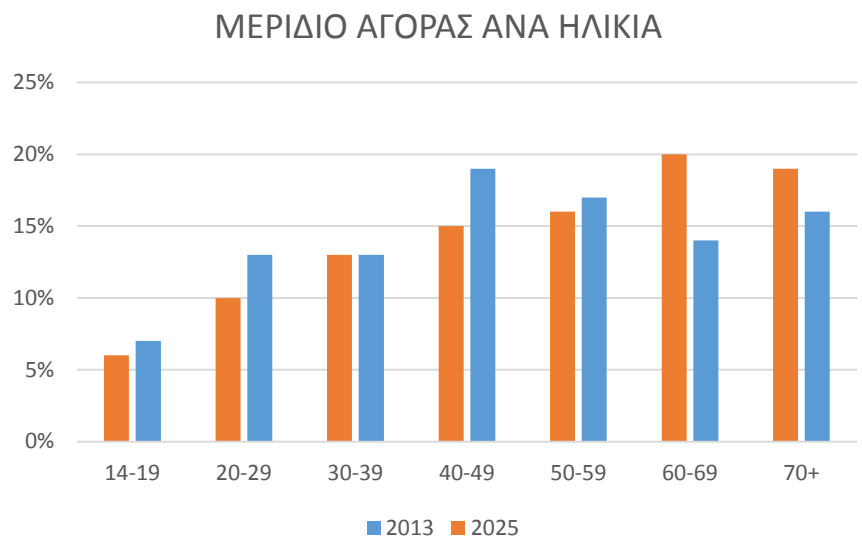
Αναλογία Εσωτερικού/Εξερχόμενου Τουρισμού

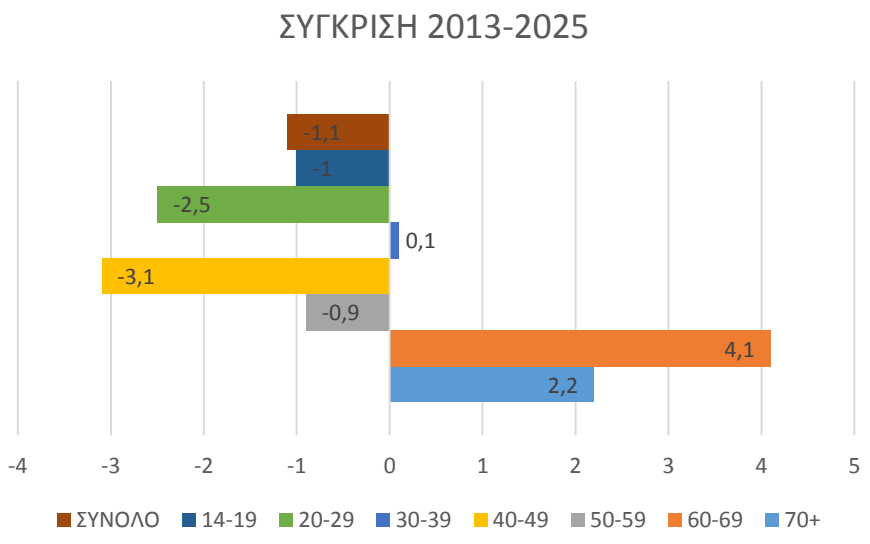
	ΗΛΙΚΙΑ							ΕΚΤΙΜΗΣΗ		
ΧΡΟΝΙΑ	14-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70+	ΕΛΑΧΙΣΤΗ	ΒΑΣΙΚΗ	ΜΕΓΙΣΤΗ
2013	25/75	20/80	23/77	26/74	31/69	36/64	37/63		30/70	
2015	26/74	20/80	26/74	29/71	31/69	37/63	43/57	30/70	31/69	32/69
2020	26/74	21/79	26/74	30/70	33/67	39/61	42/58	30/70	32/68	34/66
2025	26/74	22/78	26/74	32/68	34/66	41/59	40/60	31/69	33/67	35/65
ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ										
2025	1.130.000	1.490.000	2.390.000	3.290.000	3.900.000	5.700.000	5.340.000	20.600.000	23.000.000	25.400.000
% Δ 2013-25	-0,19	-0,42	0,27	-0,24	0,07	2,1	0,21		1,5	
ΤΑΞΙΔΙΑ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟΥ										
2025	3.180.000	5.330.000	6.920.000	6.960.000	7.520.000	8.300.000	8.140.000	43.300.000	46.000.000	50.100.000
% Δ 2013-25	-0,79	-2,07	-0,19	-2,83	-1	1,98	2,02		-2,6	

Πηγή: ReiseAnalyse

Στο βασικό σενάριο για το 2025, και σε σύγκριση με το 2013, προβλέπεται μείωση του εξερχόμενου τουρισμού κατά 2,6% και αύξηση του εσωτερικού τουρισμού της Γερμανίας κατά 1,5%. Τα ταξίδια προς το εξωτερικό υπολογίζονται πως θα κυμανθούν από 43 έως 50 εκ. με μέση εκτίμηση 46 εκ., έναντι σχεδόν 49 εκ. το 2014, ενώ ο εσωτερικός τουρισμός θα κυμανθεί μεταξύ 20,6 και 25,4 εκ. ταξίδια με μέση εκτίμηση 23 εκ., έναντι 21,4 εκ. το 2014.

Μερίδιο Αγοράς ανά Ηλικία





Πηγή: ReiseAnalyse

Αναλύοντας το ηλικιακό προφίλ, παρουσιάζονται σημαντικές διαφοροποιήσεις ανάλογα με την ηλικιακή ομάδα. Αύξηση θα παρουσιάσουνε οι ταξιδιώτες ηλικίας άνω των 60 χρόνων. Πιο συγκεκριμένα η ηλικιακή ομάδα 60-69 θα αυξήσει τα ταξίδια κατά 4% αντίστοιχα ενώ και η ηλικιακή ομάδα 70+ εκτιμάται ότι θα αυξήσει τα ταξίδια το εξωτερικό κατά 2%. Μείωση θα παρουσιάσουν οι υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες στα ταξίδια προς το εξωτερικό με πιο σημαντική τη μείωση της ομάδας 40-49 κατά 3% και της ομάδας 20-29 κατά 2%. Τα διαγράμματα επιβεβαιώνουν την αύξηση της ηλικίας του ταξιδιωτικού πληθυσμού έως το 2025 από τη Γερμανία.

Χρήση Internet

	2013	ΕΚΤΙΜΗΣΗ 2025		
		ΕΛΑΧΙΣΤΗ	ΒΑΣΙΚΗ	ΜΕΓΙΣΤΗ
ΧΡΗΣΤΕΣ INTERNET	54.000.000	67.000.000	69.100.000	69.800.000
ΧΡΗΣΤΕΣ MOBILE INTERNET	36.200.000	52.900.000	54.700.000	56.400.000
ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ ΗΛΙΚΙΑΣ 14+	54.800.000	53.000.000	54.900.000	56.000.000
ONLINE ΤΑΞΙΔΙΩΤΕΣ ΗΛΙΚΙΑΣ 14+	45.400.000	52.200.000	53.800.000	55.400.000
ΧΡΗΣΗ INTERNET ΓΙΑ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΕΣ	32.000.000	45.800.000	51.100.000	55.400.000
ΧΡΗΣΗ INTERNET ΓΙΑ ΚΑΡΑΤΗΣΕΙΣ	18.300.000	30.500.000	37.700.000	44.400.000

Πηγή: ReiseAnalyse

Μέχρι το 2025 σχεδόν όλος ο πληθυσμός της Γερμανίας που ταξιδεύει θα χρησιμοποιεί το Internet. Μεγάλη αύξηση εκτιμάται ότι θα υπάρξει επίσης στη χρήση του mobile internet. Η πρόβλεψη για το 2025 εκτιμά ότι η χρήση του internet για κρατήσεις θα αυξηθεί από τα 18 εκατομμύρια που ήταν το 2013, σε τουλάχιστον 30 με ανώτατο όριο τα 44 εκατομμύρια. Οι χρήστες του internet που συλλέγουν πληροφορίες αναμένεται να αυξηθούν κατά 13 έως 23 εκ. σε σχέση με τα 32 εκατομμύρια που υπολογίστηκαν το 2013.

Κρατήσεις

ΚΑΤΑΝΑΛΩΤΙΚΗ ΣΥΜΠΕΡΙΦΟΡΑ		2013	ΕΚΤΙΜΗΣΗ 2025		
			ΕΛΑΧΙΣΤΗ	ΒΑΣΙΚΗ	ΜΕΓΙΣΤΗ
ΓΕΡΜΑΝΙΑ	ΚΑΜΙΑ ΚΡΑΤΗΣΗ	24%	13%	17%	21%
	ΠΑΚΕΤΟ	17%	5%	8%	11%
	ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	59%	70%	75%	80%
ΜΕΣΟΓΕΙΟΣ	ΚΑΜΙΑ ΚΡΑΤΗΣΗ	8%	2%	4%	6%
	ΠΑΚΕΤΟ	69%	65%	70%	75%
	ΜΕΜΟΝΩΜΕΝΕΣ ΚΡΑΤΗΣΕΙΣ	24%	21%	26%	31%

Πηγή: ReiseAnalyse

Ο πίνακας αποτυπώνει τη καταναλωτική συμπεριφορά των Γερμανών όταν πραγματοποιούν ένα ταξίδι στο εσωτερικό της Γερμανίας και όταν έχουν ως προορισμό τη Μεσόγειο. Μόνο το 8% δεν πραγματοποιεί καμία κράτηση όταν ταξιδεύει στις χώρες της Μεσογείου ενώ στα ταξίδια εσωτερικού το ποσοστό αυτό είναι τριπλάσιο. Το 69% επιλέγει διακοπές με πακέτο και μόλις το 24% κάνει μεμονωμένες κρατήσεις όταν ταξιδεύει στη Μεσόγειο. Τα ποσοστά διαφοροποιούνται στο εσωτερικό της Γερμανίας: μόλις το 17% επιλέγει πακέτο διακοπών ενώ οι μεμονωμένες κρατήσεις φτάνουν το 59%. Μέχρι το 2025 αναμένεται να ελαχιστοποιηθεί το ποσοστό αυτών που ταξιδεύουν σε Μεσογειακές χώρες χωρίς να έχουν καμία κράτηση. Αναμένεται επίσης μία μικρή αύξηση στις μεμονωμένες κρατήσεις καθώς και στις κρατήσεις διακοπών με πακέτο.

Σύγκριση Γυναικών και Ανδρών

ΛΟΓΟΙ ΠΑΡΑΓΜΑΤΟΠΟΙΗΣΗΣ ΔΙΑΚΟΠΩΝ	ΑΝΤΡΕΣ	ΓΥΝΑΙΚΕΣ	Δ%
ΑΠΟΣΤΑΣΗ ΑΠΟ ΤΗΝ ΚΑΘΗΜΕΡΙΝΟΤΗΤΑ	64	67	5
ΝΑ ΓΕΜΙΣΩ ΜΠΑΤΑΡΙΕΣ , ΑΝΑΝΕΩΣΗ ΕΝΕΡΓΕΙΑΣ	58	63	8
ΧΡΟΝΟ ΓΙΑ ΟΙΚΟΓΕΝΕΙΑ , ΦΙΛΟΥΣ	51	54	7
ΦΡΟΝΤΙΖΩ ΤΟΝ ΕΥΑΤΟ ΜΟΥ	47	51	7
ΣΥΛΛΟΓΗ ΕΜΠΕΙΡΙΩΝ	41	39	7
ΕΙΜΑΙ ΣΕ ΚΙΝΗΣΗ	40	37	9
ΚΑΛΛΩΠΙΣΜΟΣ/ΜΑΥΡΙΣΜΑ	29	35	23
ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ / ΠΟΛΙΤΙΣΜΟΣ	25	28	12
ΦΛΕΡΤ/ΕΡΩΤΑΣ	16	11	48
ΑΘΛΗΤΙΣΜΟΣ	12	6	89

Πηγή: ReiseAnalyse

Το 67% των γυναικών και το 63% των ανδρών πηγαίνουν διακοπές για να αποκτήσουν απόσταση από τη καθημερινότητα, ενώ 63% των γυναικών και 58% για να «γεμίσουν τις μπαταρίες τους». Το 50% πηγαίνει διακοπές για να μοιραστεί χρόνο με την οικογένεια/φίλους. Το 40% και των δύο φίλων αναζητά νέες εμπειρίες. Το 35% των γυναικών ενδιαφέρεται για το καλλωπισμό και το μαύρισμα και το 12% των ανδρών για τα σπορ.

Δείκτες Ποιότητας

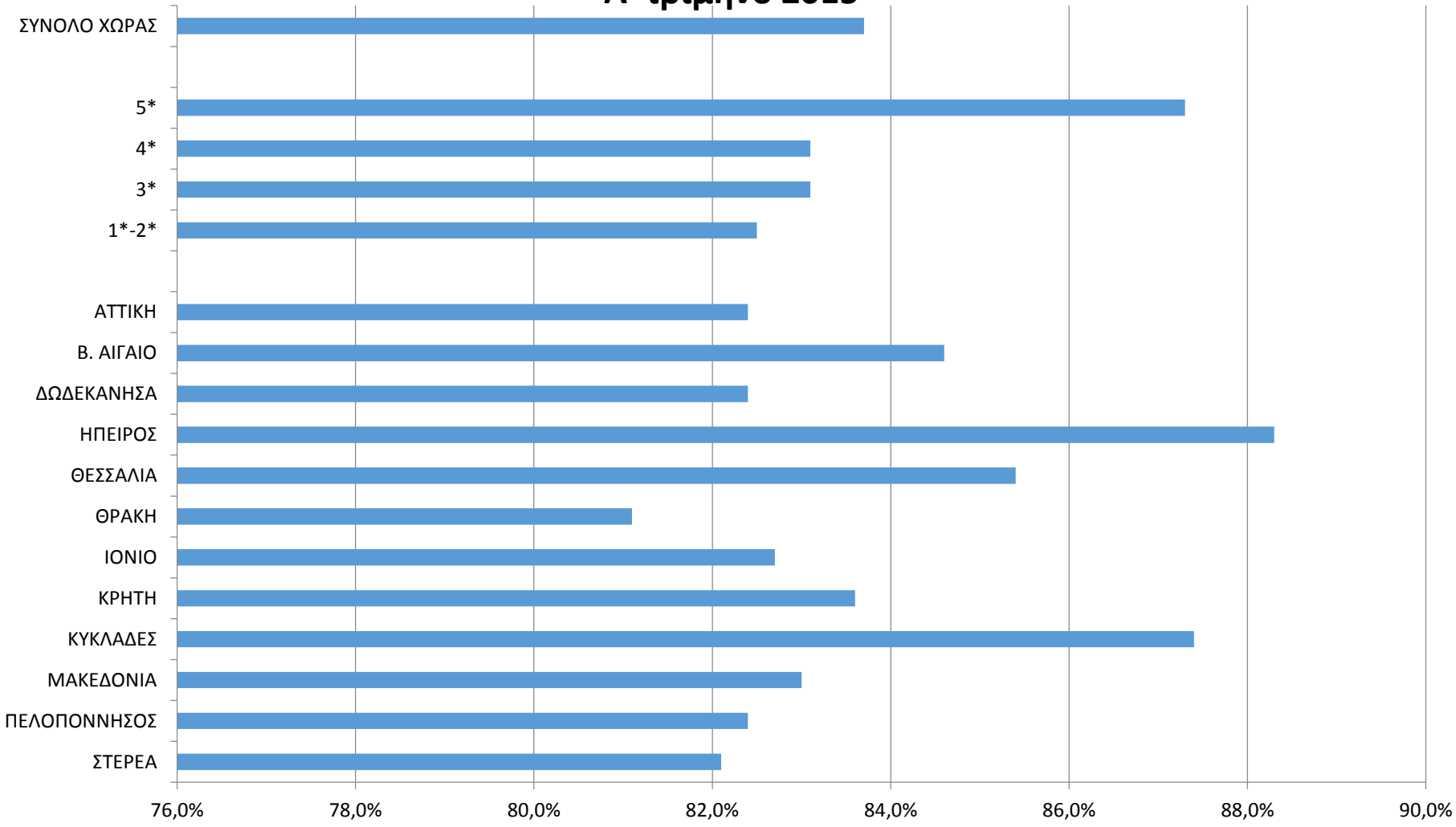
Ιανουαρίου - Μαρτίου 2015

Στα γραφήματα που ακολουθούν αποτυπώνεται ο Γενικός Δείκτης Ικανοποίησης (GRI: Global Review Index) πελατών ξενοδοχείων[2]. Τα στοιχεία στα οποία βασίζονται τα γραφήματα που ακολουθούν βασίζονται σε αξιολογήσεις από 21.586 πελάτες ελλη-νικών ξενοδοχείων και 157.028 πελάτες των ανταγωνιστικών προορισμών.

Για το Α' τρίμηνο του 2015 ο δείκτης ικανοποίησης για την Ελλάδα κατά κατηγορία και κατά περιφέρεια βρίσκεται πάνω από το 80%. Στην υψηλότερη θέση ικανοποίησης βρίσκεται η Ήπειρος με ποσοστό 88,3% και ακολουθούν οι Κυκλάδες με ποσοστό 87,4%. Στο σύνολο της χώρας, ο δείκτης ικανοποίησης είναι υψηλότερος σε σύγκριση με αυτόν των ανταγωνιστικών προορισμών, παρ' όλα αυτά στο πρώτο τρίμηνο του 2015 σημειώνει μια πτώση κατά 0,5% σε σχέση με το 2014, ενώ για την ίδια περίοδο ο δείκτης των ανταγωνιστών παρουσιάζει αύξηση 0,67%. Σημαντική αύξηση κατά 1,33% παρουσίασε ο δείκτης Φαγητού-Ποτού στην Ελλάδα, ενώ μείωση παρουσίασαν οι δείκτες Σχέσης Ποιότητας Τιμής, Τοποθεσίας και Εξυπηρέτησης. Στους ανταγωνιστές, εντυπωσιακή αύξηση κατά 2,74% παρουσίασε ο δείκτης Σχέσης Ποιότητας Τιμής. Η Σαντορίνη και η Μύκονος υπερτερούν σημαντικά των ανταγωνιστικών τους προορισμών ενώ, σε μικρότερο βαθμό, το ίδιο ισχύει και για τους παραθεριστικούς προορισμούς σε σχέση με τους ανταγωνιστές τους. Από την άλλη πλευρά η Αθήνα υστερεί έναντι της Κωνσταντινούπολης και της Βαρκελώνης ενώ υπερτερεί έναντι της Ρώμης. Η Θεσσαλονίκη είναι η μόνη περιοχή με δείκτη ποιότητας κάτω από το 80% και υστερεί έναντι των ανταγωνιστικών της πόλεων.

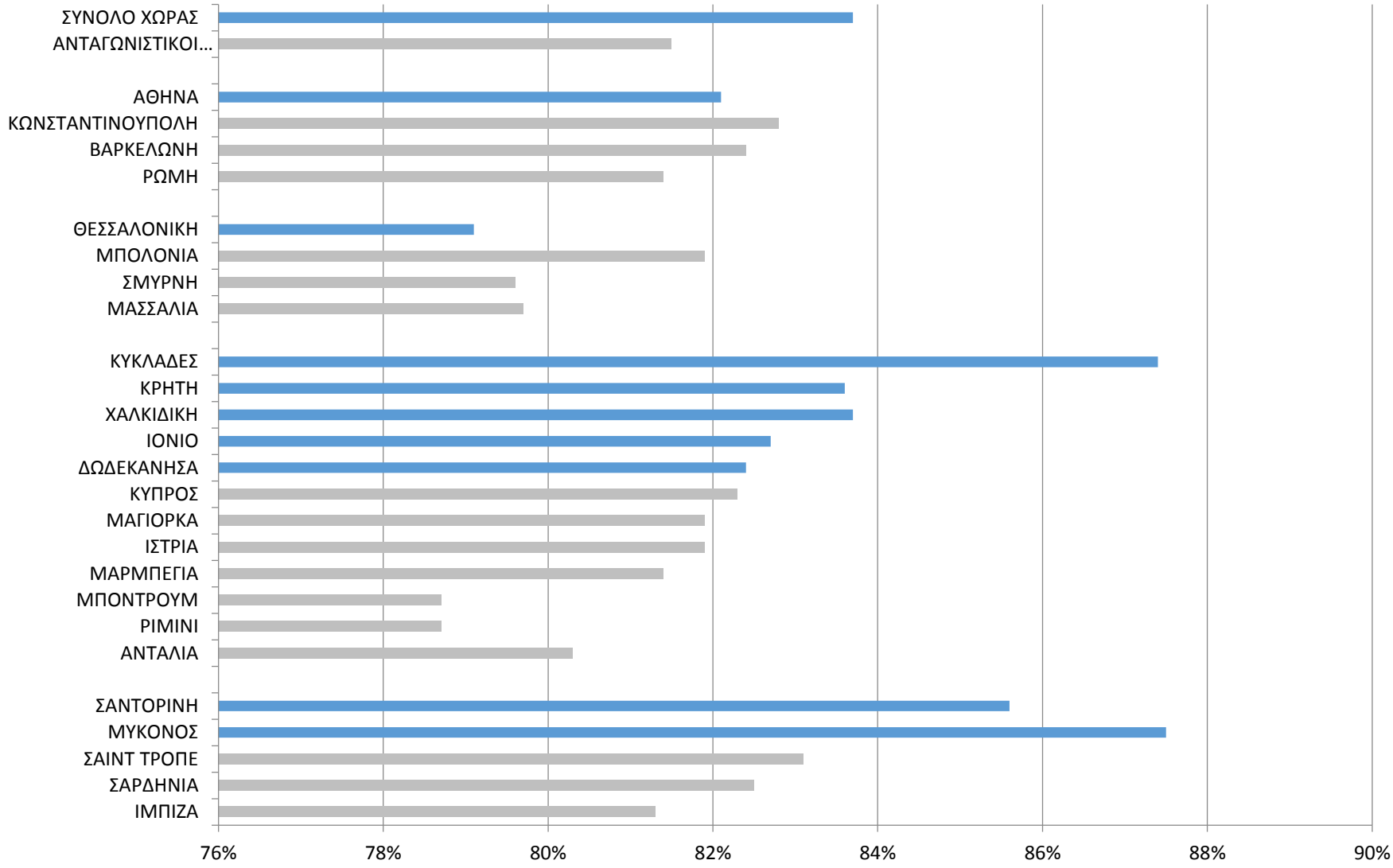
[2] Ο δείκτης GRI υπολογίζεται από την ReviewPro, εταιρεία που ειδικεύεται στην μέτρηση της online φήμης των ξενοδοχείων. Ο δείκτης αυτός υπολογίζεται για κάθε ξενοδοχείο μέσω ανάλυσης των μεταβλητών που συνδέονται με τις αναρτήσεις σχολίων πελατών σε εκατοντάδες πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης, ιστοσελίδες σχολιασμού ξενοδοχείων και ιστοσελίδες OTAs (online travel agents – διαδικτυακά ταξιδιωτικά γραφεία). Επίσης, λαμβάνει υπόψιν όχι μόνο τις ημερήσιες κριτικές αλλά και τα ιστορικά δεδομένα των τελευταίων 365 ημερών δίνοντας μεγαλύτερη βαρύτητα στις πιο πρόσφατες κριτικές. Ο δείκτης αυτός αποτυπώνει το ανταγωνιστικό επιπέδου του ελληνικού ξενοδοχειακού προϊόντος καθώς και του αντίστοιχου των ανταγωνιστριών χωρών, όπως το αντιλαμβάνονται οι επισκέπτες των διαφόρων περιοχών. Δείκτες άνω του 80% υποδηλώνουν θετική εμπειρία.

GRI™ Ελλάδας και κατά Κατηγορία και Περιφέρεια, Α' τρίμηνο 2015



Πηγή: ReviewPro, επεξεργασία SETE Intelligence

GRI™ Ελληνικών και Διεθνώς Ανταγωνιστικών Προορισμών
Α' τρίμηνο 2015



Πηγή: ReviewPro, επεξεργασία SETE Intelligence