

# Τάσεις και προτιμήσεις για διεθνή ταξίδια στις αγορές της Ελλάδας σε Ευρώπη και ΗΠΑ (με έμφαση σε ταξίδια Sun & Beach και City Break) Executive Summary

Δεκέμβριος 2021



Δρ. Άρης Ίκκος, ISHC  
Επιστημονικός Διευθυντής

Ευαγγελία Λάμπρου  
Στατιστικός



©INSETE Intelligence – Επιτρέπεται η αναδημοσίευση με την προϋπόθεση της αναφοράς στην Πηγή



## Πίνακας Περιεχομένων

1. Εισαγωγή .....	3
2. Μεθοδολογία.....	3
3. Κύρια Συμπεράσματα .....	4

## 1. Εισαγωγή

Η ραγδαία μεταβολή των συνθηκών στις οποίες πραγματοποιούνται τα ταξίδια αλλά και οι περιορισμοί αυτοί καθ' εαυτοί που έχουν επιβληθεί για τον περιορισμό της πανδημίας, έχουν μεταβάλλει σε μεγάλο βαθμό τα χαρακτηριστικά των ταξιδιωτικών αγορών, ιδιαίτερα σε ότι αφορά στα διεθνή ταξίδια. Ο Δήμος Αθηναίων προκειμένου να διευκολύνει την ανάκαμψη της τουριστικής δραστηριότητας στην Αθήνα και να διευκολύνει τις τουριστικές επιχειρήσεις και φορείς να προσαρμοσθούν στις νέες συνθήκες ανέθεσε στο INSETE την «Δράση Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης των μελών / τουριστικών επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα και ανάγκες της αγοράς: Ευέλικτη και Εξειδικευμένη πληροφόρηση των φορέων και Επιχειρήσεων. Στοχευμένη και οργανωμένη διάθεση δεδομένων επιχειρηματικότητας» με MIS 5083736.

Στα πλαίσια της ανωτέρω πράξης ανατέθηκε στην εταιρεία Censuswide Ltd., με την από 26/07/2021 σύμβαση, η διεξαγωγή πρωτογενούς έρευνας σε οκτώ από τις σημαντικότερες αγορές του ελληνικού τουρισμού (Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία, Αυστρία, Ελβετία, Ολλανδία και Η.Π.Α.) με στόχο να προσδιορισθούν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου ταξιδιώτη στην τρέχουσα συγκυρία που θα επιτρέψει την καλύτερη διείσδυση στις αγορές αυτές. Τα αποτελέσματα της έρευνας παρουσιάζονται στο παρόν τεύχος. Εκτός από το γενικό μέρος, η έρευνα έχει δύο ειδικά μέρη που αφορούν στα κύρια προϊόντα του εισερχόμενου τουρισμού της Αθήνας: τον Τουρισμό Πόλεων και τον Τουρισμό για Ήλιο και Θάλασσα.

## 2. Μεθοδολογία

Στην μελέτη παρουσιάζονται και αναλύονται τα αποτελέσματα διαδικτυακής έρευνας που διενήργησε η Censuswide για λογαριασμό του INSETE σε άτομα ηλικίας 17 ετών και άνω, το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου 2021. Η έρευνα καλύπτει τους δυνητικούς ταξιδιώτες το επόμενο 12μηνο και την ταξιδιωτική τους συμπεριφορά. Προκειμένου το δείγμα να εστιάσει σε πιθανούς ταξιδιώτες προς την Ελλάδα, επιλέχθηκε μεταξύ όσων ταξίδεψαν αεροπορικώς στο εξωτερικό για διακοπές, τουλάχιστον μία φορά μεταξύ 2017 και 2020. Ειδικά για τις ΗΠΑ η επιλογή έγινε μεταξύ όσων ταξίδεψαν αεροπορικώς για διακοπές εκτός Βορείου Αμερικής τουλάχιστον μία φορά μεταξύ 2017 και 2020. Οι απαντήσεις αφορούν στο σύνολο των ταξιδιωτών κάθε χώρας που περιλαμβάνονται στο δείγμα και όχι μόνο αυτών που εκδηλώνουν ενδιαφέρον ή στοχεύουν να ταξιδέψουν προς την Ελλάδα.

Τα μεγέθη του δείγματος ανά χώρα είναι: Γερμανία 1.002, Ην. Βασίλειο 1.002, Γαλλία 1.001, Ιταλία 1.005, Αυστρία 703, Ελβετία 705, Ολλανδία 701 και Η.Π.Α. 1.001.

### 3. Κύρια Συμπεράσματα

#### Το προφίλ και οι στόχοι της έρευνας

Η έρευνα έχει στόχο να προσδιορισθούν τα χαρακτηριστικά του σύγχρονου ταξιδιώτη στην τρέχουσα συγκυρία και καλύπτει οκτώ από τις σημαντικότερες αγορές του ελληνικού τουρισμού (Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία, Αυστρία, Ελβετία, Ολλανδία και Η.Π.Α.) που το 2019 εισέφεραν το 58% των εσόδων, το 53% των διανυκτερεύσεων και το 44% των αφίξεων του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα.

Περαιτέρω, η έρευνα εστιάζει σε πραγματικά δυνητικούς ταξιδιώτες προς την Ελλάδα, αποφεύγοντας να λάβει υπόψη του πολίτες οι οποίοι δεν ταξίδευαν προς το εξωτερικό ούτε προ πανδημίας. Συγκεκριμένα, για τις Ευρωπαϊκές αγορές το δείγμα επιλέχθηκε μεταξύ όσων ταξίδεψαν αεροπορικώς στο εξωτερικό για διακοπές, τουλάχιστον μία φορά μεταξύ 2017 και 2020. Για τις ΗΠΑ, η επιλογή έγινε μεταξύ όσων ταξίδεψαν αεροπορικώς για διακοπές εκτός Βορείου Αμερικής τουλάχιστον μία φορά μεταξύ 2017 και 2020.

Την έρευνα διενήργησε η Censuswide για λογαριασμό του INSETE σε άτομα ηλικίας 17 ετών και άνω το δεύτερο δεκαπενθήμερο του Σεπτεμβρίου 2021. Το δείγμα της έρευνας συνολικά υπερέβη τα 7.100 άτομα, αποτελούμενο από περίπου 1.000 άτομα σε Γερμανία, Ην. Βασίλειο, Γαλλία, Ιταλία και ΗΠΑ και περίπου 700 άτομα σε Αυστρία, Ελβετία και Ολλανδία.

#### Γενικές διαπιστώσεις

Αν και η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων έχει πρόθεση να ταξιδέψει στο εξωτερικό τους επόμενους 12 μήνες, ένα σημαντικό μέρος – που ποικίλει από 1 στους 7 στην Αυστρία και την Ελβετία έως 1 στους 4 στο Ηνωμένο Βασίλειο – θα παραμείνει εντός της χώρας του.

Εξετάζοντας αυτούς που δηλώνουν πρόθεση να ταξιδέψουν στο εξωτερικό:

- το προϊόν Ήλιος και Θάλασσα είναι το δημοφιλέστερο στις περισσότερες αγορές, ακολουθούμενο από τον Τουρισμό Πόλης (City Break). Στην Ιταλία και τις ΗΠΑ ισχύει το αντίθετο.
- η Ισπανία βρίσκεται στην 1η θέση των 5 από τις 8 υπό ανάλυση χώρες (Ην. Βασίλειο, Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία και Ολλανδία).
- επιβεβαιώνεται το ισχυρό brand του ελληνικού τουρισμού αφού η Ελλάδα (όπως και οι πολύ μεγαλύτερες χώρες και οικονομίες Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Γερμανία και Ην.

Βασιλείο) βρίσκεται στο top-10 ευρωπαϊκών προορισμών όλων των υπό εξέταση αγορών. Η καλύτερη θέση της Ελλάδας ως προορισμός είναι η 2<sup>η</sup> στην ιταλική αγορά, ενώ είναι 3<sup>η</sup> στις αγορές Ην. Βασιλείου, Γερμανίας και Γαλλίας και 5<sup>η</sup> στην Αυστρίας.

- για όλες τις αγορές, το υψηλότερο ποσοστό που συγκεντρώνει ο πιο δημοφιλής προορισμός είναι 12% (η Ισπανία στην αγορά της Ολλανδίας) και το χαμηλότερο είναι 7% (η Ισπανία στην αγορά του Ην. Βασιλείου). Δηλαδή υπάρχει σημαντική διασπορά ως προς τους επιθυμητούς προορισμούς.
- σημαντικές διαφοροποιήσεις παρουσιάζονται στις επιμέρους αγορές αναφορικά με το μήνα αναχώρησης του επόμενου ταξιδιού τους. Οι Γερμανοί, οι Γάλλοι, οι Ιταλοί, οι Αυστριακοί και οι Ολλανδοί δίνουν προτεραιότητα στις θερινές διακοπές (με αιχμή τον Αύγουστο για τους τρεις πρώτους και τον Ιούλιο για τους άλλους δύο) ενώ οι Βρετανοί, οι Ελβετοί και οι Αμερικανοί στους επόμενους μήνες μέχρι τον Μάρτιο με αιχμή τον Νοέμβριο οι Βρετανοί, τον Δεκέμβριο οι Ελβετοί και τον Ιανουάριο και τον Μάρτιο οι Αμερικανοί.
- το κόστος του ταξιδιού, αποτελεί και πάλι τον κύριο παράγοντα επηρεασμού του ταξιδιού, για τις αγορές της Γαλλίας, της Γερμανίας, της Αυστρίας και της Ελβετίας. Αντίθετα για τις αγορές του Ην. Βασιλείου, της Ιταλίας, της Ολλανδίας και των ΗΠΑ, πρωταρχικό ρόλο παίζουν οι παράγοντες που σχετίζονται άμεσα με την πανδημία (ταξιδιωτικοί περιορισμοί / καραντίνα και επιδημιολογική κατάσταση στον προορισμό). Σε όλες τις χώρες είναι μηδενικό ή ελάχιστο (<4%) το ποσοστό αυτών που δεν υπάρχει τίποτα που θα επηρεάσει τα ταξιδιωτικά του σχέδια.
- σημαντικές διαφοροποιήσεις παρουσιάζονται στις επιμέρους αγορές αναφορικά με τη μέση διάρκεια παραμονής. Όμως τα ταξίδια περιορισμένης διάρκειας, 3 έως 7 διανυκτερεύσεων, αποτελούν την συχνότερη επιλογή. Γερμανία, Γαλλία και Ολλανδία παρουσιάζουν την σχετικά μεγαλύτερη συχνότητα σε ταξίδια με περισσότερες από 10 διανυκτερεύσεις.

### **Διαπιστώσεις αναφορικά με διεθνή ταξίδια για Ήλιο και Θάλασσα**

Εξετάζοντας τις προτιμήσεις όσων δήλωσαν πως προτίθενται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό για Ήλιο και Θάλασσα:

- παρουσιάζονται σημαντικές διαφοροποιήσεις στις επιμέρους αγορές αναφορικά με το μήνα αναχώρησης του επόμενου ταξιδιού τους. Προτεραιότητα για διακοπές για Ήλιο και Θάλασσα το καλοκαίρι του 2022 έχουν οι Γερμανοί, οι Γάλλοι, οι Ιταλοί, οι Αυστριακοί, οι Ελβετοί και οι Ολλανδοί ενώ οι Βρετανοί και οι Αμερικανοί έχουν προτεραιότητα τους επόμενους μήνες μέχρι τον Μάρτιο. Το μεγαλύτερο ποσοστό αναποφάσιστων ως προς τον χρόνο πραγματοποίησης του ταξιδιού είναι στην Ολλανδία (9%) και το μικρότερο (0%) στις ΗΠΑ.

- μήνας αιχμής για Γερμανούς, Αυστριακούς, Ελβετούς και Ολλανδούς είναι ο Ιούλιος, με 18%, 25%, 17% και 20% αντίστοιχα των προτιμήσεων, ενώ μήνας αιχμής για τους Βρετανούς είναι ο Νοέμβριος με 13% και για τους Αμερικανούς ο Οκτώβριος με 19%.
- Αν και παρουσιάζονται σημαντικές διαφοροποιήσεις στις επιμέρους αγορές αναφορικά με τη μέση διάρκεια παραμονής, τα ταξίδια 3 έως 7 διανυκτερεύσεων αποτελούν την συχνότερη επιλογή σε όλες τις αγορές. Από την άλλη πλευρά, Γερμανία, Γαλλία και Ολλανδία παρουσιάζουν αρκετά μεγάλη συχνότητα (31%, 32%, 30% αντίστοιχα) για ταξίδια με περισσότερες από 10 διανυκτερεύσεις. Ακολουθούν Ελβετία, Αυστρία και Ιταλία με 22%, 21% και 14%. Όπως είδαμε παραπάνω και οι έξι αυτές χώρες προτιμούν τις θερινές διακοπές. Το ποσοστό των Βρετανών που θα κάνουν τουλάχιστον 10 ημέρες διακοπές είναι 13% και των Αμερικανών μόλις 3% - οι δύο αυτές αγορές επιλέγουν να κάνουν διακοπές τους επόμενους μήνες μέχρι τον Μάρτιο.
- Κυρίαρχη επιλογή διαμονής αποτελούν τα ξενοδοχεία των 4 ή 5 αστέρων για την Γερμανία, την Γαλλία την Ιταλία, την Αυστρία, την Ελβετία και την Ολλανδία, ενώ για το Ηνωμένο Βασίλειο και τις ΗΠΑ η πρώτη επιλογή είναι τα ξενοδοχεία 3 αστέρων και ο ξενώνας/ξενοδοχεία 1 ή 2 αστέρων αντίστοιχα. Τα αποτελέσματα για Βρετανία και ΗΠΑ, σε αντιδιαστολή με άλλα στοιχεία που δείχνουν ότι ταξιδιώτες από τις δύο αυτές χώρες στην Ελλάδα προτιμούν τα ξενοδοχεία 4 και 5 αστέρων, υποδηλώνουν ότι η Ελλάδα έλκει την ακριβή πελατεία από τις χώρες αυτές. Πολύ ισχυρή επιλογή σε όλες τις αγορές είναι η βραχυπρόθεσμη μίσθωση που κυμαίνεται από 17% στην Ολλανδία έως 36% στις ΗΠΑ ενώ μεταξύ 13% (Ιταλία) και 20% (ΗΠΑ) δηλώνει προτίμηση για διαμονή (και) σε συγγενείς και φίλους.
- Οι διακοπές Ήλιου και Θάλασσας δεν είναι μονοθεματικές αλλά, αντίθετα, οι ταξιδιώτες επιζητούν -με μεγάλη συχνότητα που κατά περίπτωση υπερβαίνει και το 50%- ποικιλία δραστηριοτήτων που περιλαμβάνει από επίσκεψη στην πόλη και πολιτιστικές δραστηριότητες έως εκδρομές και συναυλίες ή θεατρικές παραστάσεις. Το ενδιαφέρον για ποικιλία δραστηριοτήτων φαίνεται να είναι ιδιαίτερα αυξημένο σε Γερμανία, Γαλλία, Ιταλία, Αυστρία και Ολλανδία και σε μικρότερο βαθμό σε Ελβετία, Ην. Βασίλειο και ΗΠΑ. Δηλαδή ένας επιτυχημένος προορισμός Ήλιου και Θάλασσας πρέπει να ικανοποιεί ένα ευρύ φάσμα επιθυμιών και να μην περιορίζεται μόνο στην παραλία και την θάλασσα.

### **Διαπιστώσεις αναφορικά με διεθνή ταξίδια για Τουρισμό Πόλης (City Break)**

Εξετάζοντας τις προτιμήσεις όσων δήλωσαν πως προτίθενται να ταξιδέψουν στο εξωτερικό για Τουρισμό Πόλης:

- παρουσιάζονται σημαντικές διαφοροποιήσεις στις επιμέρους αγορές αναφορικά με το μήνα αναχώρησης με την πλειοψηφία των Βρετανών, των Γάλλων και των Αμερικανών έχουν πρόθεση να το πραγματοποιήσουν το επόμενο εξάμηνο έως και τον Φεβρουάριο, ενώ η πλειοψηφία των Γερμανών, των Ιταλών, των Αυστριακών, των Ελβετών και των Ολλανδών έχουν προτεραιότητα από τον Μάρτιο και μετά. Το μεγαλύτερο ποσοστό αναποφάσιστων ως προς τον χρόνο πραγματοποίησης του ταξιδιού είναι στην Ολλανδία (16%) και το μικρότερο (0%) στις ΗΠΑ.
- Σημαντικές διαφοροποιήσεις παρουσιάζονται στις επιμέρους αγορές αναφορικά με τη μέση διάρκεια παραμονής με τα ταξίδια 3 έως 7 διανυκτερεύσεων να αποτελούν την συχνότερη επιλογή. Γαλλία και Ιταλία παρουσιάζουν την σχετικά μεγαλύτερη συχνότητα σε ταξίδια με περισσότερες από 10 διανυκτερεύσεις με 13% η κάθε μια. Σε καμία άλλη αγορά το ποσοστό αυτό δεν υπερβαίνει το 7%.
- Αναφορικά με το προτιμώμενο κατάλυμα Τουρισμού Πόλης
  - o αποτελούν κυρίαρχη επιλογή διαμονής για διακοπές τα ξενοδοχεία των 4 ή 5 αστέρων για το Ηνωμένο Βασίλειο, την Αυστρία και την Ολλανδία, ενώ ...
  - o για την Γερμανία και την Ελβετία εξ ίσου δημοφιλή είναι και τα ξενοδοχεία 3 αστέρων.
  - o Αντίθετα για την Γαλλία και την Ιταλία δημοφιλέστερα είναι τα ξενοδοχεία 3 αστέρων. για τις ΗΠΑ η πρώτη επιλογή είναι ο ξενώνας και τα ξενοδοχεία 1 ή 2 αστέρων. Θα πρέπει να λάβουμε υπόψη ότι τα περισσότερα ταξίδια από ΗΠΑ είναι πολύ μικρής διάρκειας (53% έως τέσσερις διανυκτερεύσεις) και άρα -κατά πάσα πιθανότητα- προς κοντινές χώρες όπου η δαπάνη θα είναι πολύ μικρότερη σε σχέση με ένα υπερατλαντικό ταξίδι διακοπών προς την Ελλάδα ή άλλο ευρωπαϊκό προορισμό όπου συνήθως καταλύουν σε ακριβότερα καταλύματα.
  - o Η βραχυπρόθεσμη μίσθωση είναι πολύ ισχυρή σε όλες τις αγορές – ενδιαφέρει από 1 στους 4 στην Ολλανδία έως 2 στους 5 στις ΗΠΑ.
  - o Αμελητέο είναι το ποσοστό όσων δεν έχουν προτίμηση - έως 3% μέγιστο
- Οι ταξιδιώτες επιζητούν με μεγάλη συχνότητα μια μεγάλη ποικιλία δραστηριοτήτων μέσα στην πόλη (πχ περίπατο, εστίαση, ψώνια) ή εκτός αυτής (πχ εκδρομή, αθλητικές δραστηριότητες). Κατά περίπτωση η επιθυμία υπερβαίνει και το 50% ενώ, για όλες τις αγορές και όλες τις δραστηριότητες, το ποσοστό αυτών που επιθυμούν να συμμετάσχουν σε κάποια δραστηριότητα υπερβαίνει το 10%. Δηλαδή ένας επιτυχημένος προορισμός city break πρέπει να ικανοποιεί ένα ευρύ φάσμα επιθυμιών.
- Οι αγορές της Γερμανίας, της Γαλλίας, της Αυστρίας και της Ολλανδίας παρουσιάζουν παρόμοια συνολική εικόνα ως προς την προτίμηση για τα προϊόντα αναψυχής σε ταξίδι τουρισμού πόλης, και ιδιαίτερα αυξημένο ενδιαφέρον για περίπατο στην πόλη, επίσκεψη σε αξιοθέατα, ψώνια και έξοδο σε εστιατόριο. Μικρότερο -αλλά όχι μικρό- ενδιαφέρον για ποικιλία δραστηριοτήτων και από τις αγορές του Ην. Βασίλειο, της Ελβετίας και των ΗΠΑ.



Ινστιτούτο ΣΕΤΕ

Βουκουρεστίου 32

10671 Αθήνα

[www.insete.gr](http://www.insete.gr)

[info@insete.gr](mailto:info@insete.gr)

Η παρούσα μελέτη υλοποιήθηκε από το ΙΝΣΕΤΕ στο πλαίσιο της Πράξης:

«Δράση Ενημέρωσης και Ευαισθητοποίησης των μελών/ τουριστικών επιχειρήσεων στα νέα δεδομένα και ανάγκες της αγοράς: Ευέλικτη και Εξειδικευμένη πληροφόρηση των φορέων και Επιχειρήσεων. Στοχευμένη και οργανωμένη διάθεση δεδομένων επιχειρηματικότητας»

με κωδικό MIS 5083736, η οποία εντάσσεται στο

**Επιχειρησιακό Πρόγραμμα «Αττική 2014-2020» και  
συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ  
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ  
ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ  
ΑΤΤΙΚΗΣ

