

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ | 19.05.2022

**INSETE: Ανθεκτική η φήμη της Ελλάδας και της Αθήνας ενόψει της αιχμής της τουριστικής περιόδου**

Αξιοσημείωτη ανθεκτικότητα κατέγραψε η συνολική φήμη της Ελλάδας και της Αθήνας για το πρώτο τρίμηνο του έτους, μία ιδιαίτερα θετική εξέλιξη ενόψει της αιχμής της τουριστικής περιόδου. Η ανθεκτικότητα οφείλεται κατά κύριο λόγο στον συνδυασμό ιδιαίτερα θετικού περιεχομένου για βασικές παραμέτρους της τουριστικής εμπειρίας (πολιτισμός, γαστρονομία, φιλοξενία) και σταδιακής συρρίκνωσης της δημοσιότητας σε σχέση με την πανδημία.

Το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από [σχετικά στοιχεία που συγκεντρώνει για λογαριασμό του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων \(INSETE\) η εταιρεία TCI Research](#), στο πλαίσιο ευρύτερης συνεργασίας με τον Δήμο Αθηναίων. Τα στοιχεία που αναλύονται από το INSETE και αφορούν την Ελλάδα, την Αθήνα και ανταγωνιστικούς προορισμούς (Ιταλία, Ισπανία, Πορτογαλία) αποτυπώνουν την εξέλιξη της εικόνας του κάθε προορισμού και την τουριστική εμπειρία ως προς τα διάφορα επιμέρους συστατικά (π.χ. διαμονή, εστίαση, αξιοθέατα κ.ά.).

Από την ανάλυση των στοιχείων για το διάστημα Ιανουαρίου-Μαρτίου 2022 φαίνεται ότι η φήμη της Αθήνας και της Ελλάδας στις διαδικτυακές συνομιλίες υπερέιχε έναντι των ανταγωνιστών (Ισπανία Πορτογαλία, Ιταλία), στοιχείο ιδιαίτερα σημαντικό, λαμβάνοντας υπόψη τη ρευστότητα και την αβεβαιότητα του ευρύτερου περιβάλλοντος, λόγω της πορείας της πανδημίας και των ραγδαίων γεωπολιτικών εξελίξεων μετά τη ρωσική εισβολή στην Ουκρανία.

**Υψηλή αξιολόγηση ως προς τα επιμέρους συστατικά της τουριστικής εμπειρίας**

Πέρα από τη γενικά θετική διαδικτυακή εικόνα της χώρας, η Ελλάδα και η Αθήνα λαμβάνουν υψηλή αξιολόγηση και ως προς τα διάφορα επιμέρους συστατικά της τουριστικής εμπειρίας από τους επισκέπτες (γαστρονομία, πολιτισμός, υγειονομική πρόληψη, καθαριότητα, φιλοξενία).

Οι τάσεις των αξιολογήσεων επιβεβαίωσαν ότι οι επισκέπτες του πρώτου τριμήνου βίωσαν μια εξαιρετική και πλούσια τουριστική εμπειρία, σε ένα απαλλαγμένο από την πίεση της σεζόν περιβάλλον.

**Ο παράγοντας «πολιτισμός» κάνει τη διαφορά**

Σύμφωνα με την ανάλυση των δεδομένων, ο παράγοντας «πολιτισμός» κάνει τη διαφορά, καθώς «οδηγεί» θετικά τόσο τη γενική αίσθηση για τη χώρα όσο και τις

αξιολογήσεις των επισκεπτών. Ειδικότερα, ο πολιτισμός μαζί με τις θετικές αξιολογήσεις των επιμέρους συστατικών της τουριστικής εμπειρίας ενισχύουν τα στοιχεία που συνθέτουν το brand Ελλάδα και το εδραιώνουν στις διεθνείς αγορές. Επίσης, η θετική εκτίμηση για το brand Ελλάδα το πρώτο τρίμηνο του έτους είναι ιδιαίτερα σημαντική, καθώς σε αυτό το χρονικό διάστημα σημαντικός αριθμός δυνητικών επισκεπτών προγραμματίζει τις καλοκαιρινές του διακοπές, σε ένα πλαίσιο όπου οι ταξιδιωτικές αποφάσεις επηρεάζονται και από γενικότερους, μη τουριστικούς παράγοντες και δυνητικά ανασταλτικούς για την κινητικότητα στην Ευρώπη.

### **Οι πιο ευχαριστημένοι επισκέπτες προέρχονται από τις ΗΠΑ**

Βάσει των αξιολογήσεων του τουριστικού προϊόντος για την Ελλάδα συνολικά, την Αθήνα, τους προορισμούς που στηρίζονται στο προϊόν Ήλιος - Θάλασσα και όλους τους υπόλοιπους προορισμούς, προκύπτουν τα εξής:

- Οι πιο ευχαριστημένοι επισκέπτες προέρχονται από τις ΗΠΑ, ακολουθούμενοι από τους επισκέπτες από τη Βρετανία και την Ολλανδία και στη συνέχεια από την Ιταλία, τη Γερμανία και τη Γαλλία.
- Η Ελλάδα, τόσο συνολικά όσο και οι επιμέρους περιοχές και προορισμοί (Αθήνα, προορισμοί που στηρίζονται στο προϊόν Ήλιος - Θάλασσα κ.ά.), έχει βαθμολογία πάνω από τον ευρωπαϊκό Μέσο Όρο (για δεύτερο διαδοχικά τρίμηνο). Παρόμοια είναι η εικόνα και ανά αγορά, με εξαίρεση τη γερμανική αγορά για την Αθήνα.
- Ο πολιτισμός και η θάλασσα, ως μέρος της εμπειρίας, λαμβάνουν υψηλότερη βαθμολογία από την εστίαση, το shopping και τα αξιοθέατα.
- Από πλευράς υγιεινής και ασφάλειας, με εξαίρεση τους προορισμούς που στηρίζονται στο προϊόν Ήλιος - Θάλασσα, η Ελλάδα είναι πάνω από τον ευρωπαϊκό Μέσο Όρο. Υπάρχουν όμως μεγάλες διαφοροποιήσεις μεταξύ των περιοχών, με τους προορισμούς που στηρίζονται στο προϊόν Ήλιος - Θάλασσα να έχουν χαμηλές επιδόσεις, κυρίως στα αξιοθέατα.

Τα αντίστοιχα πρώτα στοιχεία του Απριλίου σχετικά με τη φήμη της χώρας δείχνουν μια σημαντική αύξηση του ενδιαφέροντος για την Αθήνα στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, καθώς και αύξηση των αναφορών στην πανδημία με θετικό πρόσημο λόγω άρσης των περιορισμών. Από την άλλη, ο πόλεμος στην Ουκρανία δεν φαίνεται να έχει κάποια επιρροή στην Ελλάδα. Τέλος, οι δείκτες αξιολόγησης της εμπειρίας εξακολουθούν να βρίσκονται σε υψηλότερα επίπεδα από τους αντίστοιχους του ανταγωνισμού.

Μπορείτε να δείτε το σύνολο της ανάλυσης για το πρώτο τρίμηνο του 2022 [εδώ](#)



Η μελέτη υλοποιείται στο πλαίσιο του έργου «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 ΟΠΣ 5083736, που χρηματοδοτείται από Ευρωπαϊκό Ταμείο Περιφερειακής Ανάπτυξης (ΕΤΠΑ) και από εθνικούς πόρους, και υλοποιείται μέσω του Επιχειρησιακού Προγράμματος «Αττική 2014-2020».