

INSETE: Στις top 5 επιλογές των Δυτικοευρωπαίων ταξιδιωτών η Ελλάδα το επόμενο 12μηνο

Σταθερά ισχυρό το brand “Ελλάδα” κερδίζει περαιτέρω έδαφος στις αγορές του Ην. Βασιλείου και της Ισπανίας και διατηρείται ψηλά σε Γερμανία-Γαλλία-Ιταλία.

Στις top επιλογές για ταξίδια στη Μεσόγειο το επόμενο 12μηνο παραμένει η Ελλάδα, διατηρώντας το ισχυρό brand που έχει χτίσει τα τελευταία χρόνια στις μεγάλες ευρωπαϊκές αγορές της Δυτικής Ευρώπης κι έχοντας μάλιστα βελτιώσει περαιτέρω την εικόνα της.

Πιο συγκεκριμένα, η Ελλάδα κατατάσσεται στην 3η θέση προτίμησης για ταξίδια στο εξωτερικό τους επόμενους 12 μήνες, για την αγορά της Γερμανίας και της Ιταλίας, στην 4η θέση για την αγορά της Γαλλίας και του Ην. Βασιλείου και στην 6η θέση για την αγορά της Ισπανίας. Μάλιστα, σε σχέση με το 2024, είναι ενθαρρυντικό το γεγονός ότι η Ελλάδα ανέβηκε μια θέση στην αγορά του Ην. Βασιλείου -η οποία ούτως ή άλλως μαζί με τη Γερμανία αποτελούν το δίδυμο των ισχυρότερων αγορών εισερχόμενου τουρισμού με βάση τις εισπράξεις και τις αφίξεις για τον ελληνικό τουρισμό- και της Ισπανίας, ενώ η θέση της δεν μεταβλήθηκε στις άλλες αγορές.

Τα στοιχεία προέρχονται από την τελευταία μελέτη (Ιανουάριος 2026) του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (INSETE) [«Το Brand Ελλάδα: Πόσο ελκυστική είναι η Ελλάδα ως τουριστικός προορισμός; Σύγκριση με ανταγωνιστικούς μεσογειακούς προορισμούς»](#) και αφορούν ως προς το πρώτο της μέρος βασικές ευρωπαϊκές αγορές όπως αυτές της Γερμανίας, της Γαλλίας, του Ηνωμένου Βασιλείου, της Ισπανίας και της Ιταλίας. Η έρευνα στην οποία βασίζεται η μελέτη διενεργήθηκε από την εταιρεία GWI σε δυο κύματα το έτος 2025 (7.402 ερωτηθέντες) και σε δύο κύματα το έτος 2024, με επίκεντρο τις προτιμήσεις των επισκεπτών αναφορικά με πιθανούς προορισμούς τους επόμενους 12 μήνες, εμπεριέχοντας συνεπώς τους καλοκαιρινούς μήνες που είναι καίριας σημασίας για τον ελληνικό τουρισμό. Οι αγορές που εξετάζονται εισφέρουν σχεδόν το ήμισυ (47%- 48%) των συνολικών εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού, με βάση τα επίσημα στοιχεία της Τράπεζας της Ελλάδος για τη διετία 2023-2024.

Ελλάδα και ανταγωνισμός

Σχετικά με τις χώρες του εξωτερικού που σκέφτονται να επισκεφθούν τους επόμενους 12 μήνες οι υπό μελέτη αγορές, η Ελλάδα βρίσκεται σε όλες στην πρώτη πεντάδα, καταλαμβάνοντας την 3η και 4η θέση, πλην της αγοράς της Ισπανίας όπου βρίσκεται στην 6η θέση προτίμησης, έχοντας όμως, ακόμη και σε αυτή την περίπτωση, ανέβει κατά μία θέση, προς επιβεβαίωση του ισχυρού brand των ελληνικών προορισμών στις μεγάλες αγορές. Ένα ακόμη δεδομένο που επιβεβαιώνει το θετικό momentum του ελληνικού τουρισμού αποτελεί και το γεγονός ότι η διαφορά σε προτίμηση μεταξύ της Ελλάδας και των χωρών που προηγούνται κατά μια θέση, για τις αγορές του Ην. Βασιλείου και της Ισπανίας, είναι -μόλις- της τάξεως των 2 ποσοστιαίων μονάδων.

Συγκριτικά με τις ανταγωνίστριες χώρες το 2025:

-Για την αγορά της Γερμανίας, η Ελλάδα βρίσκεται στην 3η θέση, με την Ιταλία και την Ισπανία να βρίσκονται στην 1η και 2η θέση αντίστοιχα. Οι Γερμανοί δηλώνουν ότι θα επέλεγαν την Ιταλία για τα ταξίδια τους στο εξωτερικό μέσα στο επόμενο 12μηνο σε ποσοστό 26,8%, την Ισπανία σε ποσοστό 24,9%, την Ελλάδα σε ποσοστό 19,7%, Αυστρία 19,0%, Γαλλία 17,9%.

-Για την αγορά της Γαλλίας, η Ελλάδα βρίσκεται στην 4η θέση, με την Ισπανία και την Ιταλία να βρίσκονται στην 1η θέση και 2η θέση αντίστοιχα, και την Πορτογαλία να είναι στην 3η. Για τους Γάλλους η Ισπανία έχει ποσοστό 26,9%, η Ιταλία 24,8%, η Πορτογαλία 15,1%, η Ελλάδα 12,6% κ.ο.κ..

-Για την αγορά του Ην. Βασιλείου, η Ελλάδα με ποσοστό προτίμησης 19,9% βρίσκεται στην 4η θέση, με την Ισπανία και την Ιταλία να βρίσκονται στην 1η θέση και 2η θέση αντίστοιχα, τη Γαλλία στην 3η και την Πορτογαλία στην 6η θέση προτίμησης.

-Για την αγορά της Ισπανίας, η Ελλάδα, με ποσοστό προτίμησης 9,5%, βρίσκεται στην 6η θέση, με την Ιταλία και την Γαλλία να βρίσκονται στην 1η και 2η θέση αντίστοιχα και την Πορτογαλία στην 3η.

-Για την αγορά της Ιταλίας, η Ελλάδα, με ποσοστό προτίμησης 16,8%, βρίσκεται στην 3η θέση, με την Ισπανία και την Γαλλία να βρίσκονται στην 1η και 2η θέση αντίστοιχα και την Πορτογαλία στην 5η.

Επισημαίνεται εδώ ότι για τις αγορές της Ιταλίας και της Ισπανίας, ανταγωνίστριες αγορές της χώρας μας στη Μεσόγειο όπως η Κροατία και η Τουρκία βρίσκονται εκτός топ-10. Επιπλέον, θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ότι η Ελλάδα παραμένει ψηλά στις προτιμήσεις των Δυτικοευρωπαίων παρά τη γεωγραφική της θέση που δεν ευνοεί την οδική πρόσβαση όπως συμβαίνει στην περίπτωση των Γερμανών που συνορεύουν με τη Γαλλία και την Αυστρία και μέσω αυτών έχουν πρόσβαση στην Ιταλία καθιστώντας πιο εύκολο – και ενδεχομένως πιο οικονομικό - να ταξιδέψουν οδικώς. Αντίστοιχα και στην περίπτωση των Γάλλων, η Ιταλία και η Ισπανία συνορεύουν με τη Γαλλία και συνεπώς ευνοούνται από εύκολη οδική πρόσβαση. Το στοιχείο αυτό υπογραμμίζει ότι η ελκυστικότητα των ελληνικών προορισμών βασίζεται σε ένα ισχυρό και αναγνωρίσιμο τουριστικό προϊόν.

Ο κ. Ηλίας Κικίλιας, Γενικός Διευθυντής του INSETE δήλωσε σχετικά: «Το ελληνικό τουριστικό brand έχοντας εδραιωθεί στο ανώτερο επίπεδο του ανταγωνισμού στην Μεσόγειο, έχει εισέλθει σε φάση ωρίμανσης σε ένα περιβάλλον όπου ο ανταγωνισμός είναι δομικός και όχι συγκυριακός, με την Ισπανία και την Ιταλία να λειτουργούν ως ηγετικοί προορισμοί. Η ενίσχυση της βιωσιμότητας και της ανθεκτικότητας, η διατήρηση της ταυτότητας των προορισμών και η διαφοροποίηση του τουριστικού μας προϊόντος στο πλαίσιο μιας μακροχρόνιας και συνεκτικής στρατηγικής που θα συντονίζει τις δημόσιες και ιδιωτικές προσπάθειες καθίστανται πιο επιτακτικές από ποτέ.»