

**Αυστραλία, Καναδάς, ΗΠΑ οι ισχυρότερες μακρινές τουριστικές αγορές για την Ελλάδα -
Η νέα ευκαιρία σε Κίνα και Ινδία**

- Η αγορά της Ινδίας (με 75%) και της Αυστραλίας (με 71%) εμφανίζουν την υψηλότερη πρόθεση για ταξίδια στο εξωτερικό, ενώ των ΗΠΑ συγκριτικά χαμηλότερη (με 54%).
- Η Ελλάδα είναι ψηλότερα στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών από την Αυστραλία (12η, ξεπερνά την Ισπανία), τον Καναδά (12η) και τις ΗΠΑ (13η), και χαμηλότερα στην Κίνα (23η) και την Ινδία (37η).
- Στην Κίνα η Ελλάδα σημείωσε τη μεγαλύτερη βελτίωση, ανεβαίνοντας 8 θέσεις στις προτιμήσεις των ταξιδιωτών σε σχέση με το 2025.
- Η Ινδία συνιστά τη μεγαλύτερη μεσομακροπρόθεσμη ευκαιρία, λόγω της υψηλής ταξιδιωτικής ζήτησης, της ανάπτυξης της μεσαίας τάξης και της ενίσχυσης της αεροπορικής σύνδεσης μεταξύ των δύο χωρών.
- Η προτίμηση των υπό εξέταση αγορών για ταξίδια μεγάλων αποστάσεων (πτήσεις άνω των 6 ωρών) και διάρκειας άνω των 5 ημερών δημιουργεί ευνοϊκές προϋποθέσεις για τη στρατηγική τοποθέτηση της Ελλάδας ως ελκυστικού προορισμού στις αγορές αυτές.

Σημαντική αναπτυξιακή ευκαιρία για τον ελληνικό τουρισμό προσφέρουν οι μακρινές (long haul) αγορές εκτός Ευρώπης. Η Ελλάδα και το 2026 παρουσιάζει σαφώς πιο εδραιωμένη εικόνα σε Αυστραλία, Καναδά και ΗΠΑ, ενώ έχει να διανύσει περισσότερο δρόμο προκειμένου να προσελκύσει περισσότερους επισκέπτες από την Κίνα και την Ινδία. Οι διαφορετικές ανάγκες καθεμιάς από τις 5 αυτές αγορές, οι οποίες αντιστοιχούν συνολικά σε ποσοστό μεγαλύτερο του 11% επί του συνόλου των εισπράξεων του ελληνικού τουρισμού, διαμορφώνουν την ανάγκη για διαφορετική στρατηγική προσέγγιση την οποία πρέπει να υιοθετήσει η χώρα μας ώστε να αυξήσει περαιτέρω το μερίδιό της ως προορισμός για ταξίδια πιο μακρινών αποστάσεων.

Τα στοιχεία προκύπτουν από τη μελέτη του Ινστιτούτου του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) με τίτλο «Το προφίλ σημαντικών αγορών του Ελληνικού Τουρισμού Β' μέρος: long haul αγορές (ΗΠΑ, Καναδάς, Κίνα, Ινδία, Αυστραλία)» όπου παρουσιάζονται οι προτιμήσεις των ταξιδιωτών από σημαντικές μη ευρωπαϊκές αγορές, καθώς και τους παράγοντες που επηρεάζουν τις αποφάσεις τους για διακοπές. Η ανάλυση αποτελεί συνέχεια του πρώτου μέρους της μελέτης όπου παρουσιάστηκαν οι σημαντικές ευρωπαϊκές αγορές. Η έρευνα διενεργήθηκε στις αρχές του 2026 και περιέχει πληθώρα ερωτήσεων σχετικές με την ταξιδιωτική συμπεριφορά τους επόμενους 12 μήνες, περιλαμβάνοντας συνεπώς τους καλοκαιρινούς μήνες που είναι καίριας σημασίας για τον ελληνικό τουρισμό.

Όπως προκύπτει, η προτίμηση των υπό μελέτη αγορών σε πτήσεις long haul (άνω των 6 ωρών), καθώς και σε ταξίδια με διάρκεια τουλάχιστον 5 ημερών, αναδεικνύουν ότι η Ελλάδα έχει σημαντικές προοπτικές να καθιερωθεί ως ελκυστικός προορισμός για τις αγορές αυτές, ενισχύοντας έτσι τη θέση της στον παγκόσμιο τουριστικό χάρτη. Ωστόσο, κάθε αγορά απαιτεί διαφορετική στρατηγική προσέγγιση, δεδομένου ότι παρουσιάζει διαφορετικά χαρακτηριστικά.

Κατάταξη Ελλάδας στις μακρινές αγορές

Η χώρα μας εμφανίζει ισχυρότερη θέση στην Αυστραλία, τον Καναδά και τις ΗΠΑ, ενώ υπολείπεται σημαντικά στην Ινδία και σε μικρότερο βαθμό στην Κίνα. Σχετικά με τις χώρες που σκέφτονται οι υπό μελέτη αγορές να επισκεφθούν τους επόμενους 12 μήνες, η Ελλάδα βρίσκεται στην 12η θέση για την αγορά της Αυστραλίας (με 9%) και του Καναδά (με 8%) και στην 13η θέση για την αγορά των ΗΠΑ (με 8%). Αναφορικά με τις αγορές της Κίνας και της Ινδίας, η Ελλάδα βρίσκεται εκτός топ-15, στην 23η και 37η θέση (με 6% και 4%) αντίστοιχα, καθώς οι αγορές αυτές έχουν στις πρώτες θέσεις προτίμησης, κυρίως, ασιατικούς προορισμούς. Αξίζει όμως να σημειωθεί ότι ειδικά για την αγορά της Κίνας, η Ελλάδα ανέβηκε 8 θέσεις σε σχέση με το 2025 που βρισκόταν στην 31η θέση (με 4%). Για την αγορά της Ινδίας, η Ελλάδα έπεσε κατά 11 θέσεις, αλλά με μικρή διαφορά, μόλις -1,6 ποσοστιαία μονάδα σε σχέση με το 2025.

Κατάταξη Ελλάδας σε σχέση με ανταγωνιστικούς προορισμούς

Σχετικά με τους ανταγωνιστικούς προορισμούς της Ελλάδας στη Μεσόγειο, δηλαδή τις Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία, Πορτογαλία, Τουρκία και Κροατία, παρατηρείται ότι σε όλες τις μακρινές αγορές τις δύο πρώτες θέσεις καταλαμβάνουν η Γαλλία (πρώτη σε Κίνα και Ινδία) και η Ιταλία (πρώτη σε ΗΠΑ, Καναδά και Αυστραλία). Με εξαίρεση την Αυστραλία όπου η Ελλάδα (3η) προηγείται κατά μία θέση της Ισπανίας (4η), στις άλλες χώρες την τρίτη θέση έχει η Ισπανία και ακολουθεί η Ελλάδα στην τέταρτη (εκτός από την Ινδία που είναι 5η). Πορτογαλία, Τουρκία και Κροατία έπονται.

Τα χαρακτηριστικά ανά αγορά

Ός προς τα χαρακτηριστικά κάθε αγοράς, η Αυστραλία αναδεικνύεται ως η πιο ώριμη και άμεσα αξιοποιήσιμη αγορά, λόγω της υψηλής πρόθεσης ταξιδιού, της θετικής εικόνας της Ελλάδας και της προτίμησης για ταξίδια μεγάλης διάρκειας.

Οι ΗΠΑ και ο Καναδάς παραμένουν αγορές υψηλής αξίας, με έμφαση στον πολιτισμό, τη γαστρονομία, τις παραθαλάσσιες εμπειρίες και τα ποιοτικά τουριστικά προϊόντα.

Η Κίνα αποτελεί αγορά με σημαντικές μελλοντικές προοπτικές. Η θεαματική βελτίωση της θέσης της Ελλάδας στις προτιμήσεις των Κινέζων υποδηλώνει αυξανόμενη αναγνωρισιμότητα και δυνατότητα περαιτέρω ανάπτυξης μέσω στοχευμένων ενεργειών προβολής και ενίσχυσης της αεροπορικής συνδεσιμότητας.

Η Ινδία συνιστά τη μεγαλύτερη μακροπρόθεσμη ευκαιρία. Παρά τη χαμηλή σημερινή θέση της Ελλάδας στις ταξιδιωτικές επιλογές των Ινδών, οι χώρες που προηγούνται της Ελλάδας μέχρι και κατά 9 θέσεις, έχουν διαφορά από την Ελλάδα έως 1 ποσοστιαία μονάδα. Επιπρόσθετα, η εξαιρετικά υψηλή πρόθεση ταξιδιού, η ταχεία ανάπτυξη της μεσαίας τάξης, η έντονη αναζήτηση νέων προορισμών και η έναρξη απευθείας αεροπορικών συνδέσεων μεταξύ Ελλάδας και Ινδίας, δημιουργούν σημαντικές προοπτικές, εφόσον εξειδικευθεί η κατάλληλη στρατηγική και ενισχυθεί η προβολή της χώρας στην Ινδία.

Αναφορικά με την πρόθεση διακοπών τους επόμενους 12 μήνες, όπως και την προηγούμενη χρονιά, οι Αμερικανοί διαφοροποιούνται από τις άλλες αγορές, σε όλες τις απαντήσεις, καταγράφοντας χαμηλότερα ποσοστά σχετικά με την πρόθεση και τον προγραμματισμό διακοπών στο εξωτερικό. Παρεμφερή εικόνα με τις ΗΠΑ, έχει και η Κίνα.

Τους επόμενους 12 μήνες σκοπεύει να κάνει διακοπές στο εξωτερικό το 54% των Αμερικανών και το 56% των Κινέζων, ενώ τα ποσοστά είναι αρκετά υψηλότερα στις άλλες αγορές, με τον Καναδά να είναι στο 68%, την Ινδία στο 75% και την Αυστραλία στο 71%.

Ως προς τα προτεινόμενα είδη διακοπών στο εξωτερικό, για τους Αμερικανούς, τους Καναδούς και τους Αυστραλούς προηγούνται οι διακοπές σε μέρη με αξιοθέατα και οι προορισμοί με παραλία, ενώ για τους Κινέζους και τους Ινδούς προηγείται η φύση και έπεται η παραλία.

Συνολικά, η Ελλάδα διαθέτει ισχυρά συγκριτικά πλεονεκτήματα που ανταποκρίνονται στις κυρίαρχες τάσεις των αγορών αυτών: πολιτισμό, παραθαλάσσιο τουρισμό, γαστρονομία, φύση και αυθεντικές εμπειρίες. Η αξιοποίηση των ευκαιριών απαιτεί στοχευμένη προσέγγιση ανά αγορά, προσαρμοσμένη επικοινωνία και συνεχή ενίσχυση της διεθνούς τουριστικής ανταγωνιστικότητας μας.