

INSETE

ΕΛΛΗΝΙΚΟΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ 2030

ΣΧΕΔΙΑ ΔΡΑΣΗΣ

Executive Summary

Αποτελεί μέρος της μελέτης:
«Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας
και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα»

Deloitte.



Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης

Διευκρινίσεις & ειδικοί όροι



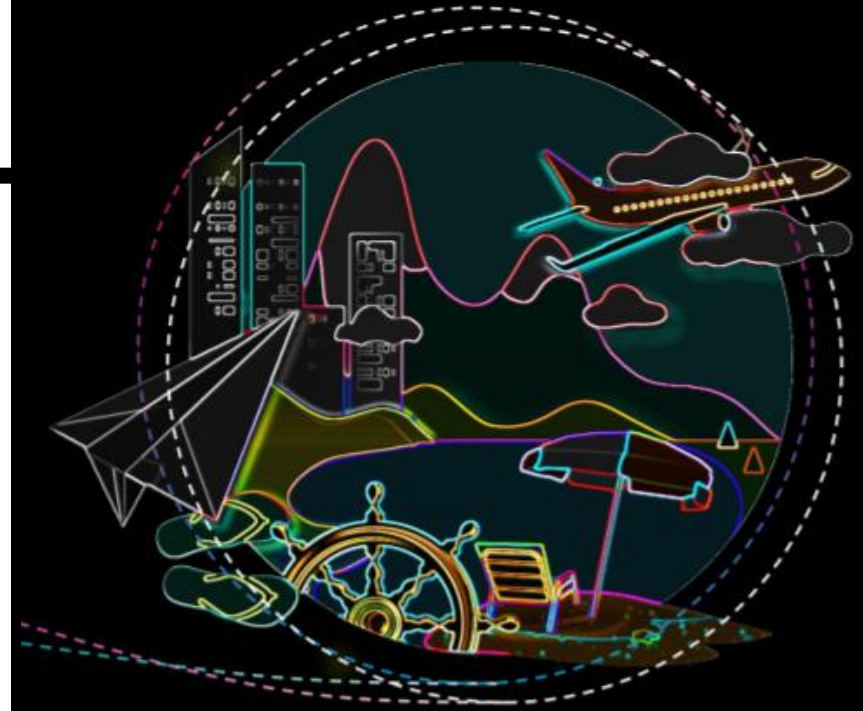
- Η παρούσα παρουσίαση έχει εκπονηθεί από την ένωση των εταιρειών DELOITTE BUSINESS SOLUTIONS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ και REMACO ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΣΥΜΒΟΥΛΟΙ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ ΚΑΙ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ (εφεξής αποκαλούμενη και ως ο «Σύμβουλος» ή ο «Ανάδοχος») στα πλαίσια του έργου «Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα» (εφεξής καλούμενο και ως «Έργο»), σύμφωνα με τα οριζόμενα στην από 6.8.2020 Σύμβαση που υπογράφηκε μεταξύ του ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟΥ ΣΥΝΔΕΣΜΟΥ ΕΛΛΗΝΙΚΩΝ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ (εφεξής αποκαλούμενη και ως το «ΙΝΣΕΤΕ») και του Συμβούλου στο πλαίσιο της Πράξης με τίτλο «Παρεμβάσεις για την συστηματική πρόγνωση και παρακολούθηση μεταβολών του παραγωγικού περιβάλλοντος και την υποστήριξη των δράσεων ανάπτυξης και προσαρμοστικότητας των επιχειρήσεων και των εργαζομένων» και MIS.
- Τα πνευματικά δικαιώματα των τυχόν μεθοδολογιών και εργαλείων που χρησιμοποιήθηκαν στην παρούσα μελέτη ανήκουν στο Σύμβουλο, σε κάθε περίπτωση όμως, το ΙΝΣΕΤΕ, οι καθολικοί αυτού διάδοχοι και τυχόν συνδεδεμένα με αυτό νομικά πρόσωπα, αποκτούν μία προσωποπαγή, παγκόσμια, πλήρως εξοφλημένη (royalty-free), απεριόριστης διάρκειας άδεια χρήσεως και εκμεταλλεύσεως της μελέτης. Το ΙΝΣΕΤΕ δύναται να την επεκτείνει, τροποποιεί, διαθέτει ή άλλως πως εκμεταλλεύεται στα πλαίσια εκπλήρωσης του σκοπού του χωρίς προηγούμενη άδεια του Συμβούλου, καθώς και τρίτων που εμπλέκονται στη διαδικασία παραγωγής ή εκτέλεσής τους .
- Η αποτύπωση των όποιων χαρακτηριστικών της αγοράς πραγματοποιήθηκε στη βάση ανάλυσης δευτερογενών δημοσιευμένων στοιχείων. Διευκρινίζεται ότι δεν πραγματοποιήθηκε κανενός είδους πρωτογενής έρευνα αγοράς από το Σύμβουλο.
- Κανένα σημείο της παρούσας παρουσίασης δεν αποτελεί ή δεν πρέπει να θεωρηθεί ότι αποτελεί υπόσχεση ή δεσμευτική πρόβλεψη για το μέλλον. Επισημαίνουμε ότι ορισμένες υποθέσεις που έχουν υιοθετηθεί στη μελέτη αυτή, όπως και οι εκτιμήσεις για τη μελλοντική εξέλιξη διαφόρων μεγεθών και δεδομένων, ενδεχομένως να μεταβληθούν, με συνέπεια τη μεταβολή των σχετικών αποτελεσμάτων της μελέτης, μεταβολή η οποία μπορεί να είναι και σημαντική. Συνεπώς, το ΙΝΣΕΤΕ και ο Σύμβουλος δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τυχόν αποκλίσεις των μεγεθών και δεδομένων που αναφέρονται στη μελέτη ή για τυχόν παραλήψεις.
- Η χρήση ή στήριξη στην παρούσα παρουσίαση από οποιοδήποτε μέρος και τυχόν αποφάσεις που βασίζονται σε αυτήν αποτελούν αποκλειστική υπευθυνότητα αυτών που χρησιμοποιούν τη μελέτη. Ο Σύμβουλος δε φέρει καμιά ευθύνη ή υποχρέωση για ζημίες που μπορεί να προκύψουν σε οποιοδήποτε μέρος, σαν αποτέλεσμα αποφάσεων που θα ληφθούν βασισμένες στην παρούσα παρουσίαση.

Περιεχόμενα

Επισκόπηση Έργου	4
Σύγχρονες τάσεις & προκλήσεις της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας	8
Σύγχρονες τάσεις ανά τουριστικό προϊόν	11
Ανάλυση βασικών διεθνών αγορών	25
Ανάλυση SWOT	31
Στρατηγική για τον ελληνικό τουρισμό	36
- Επισκόπηση στρατηγικής	37
- Προτεινόμενες οριζόντιες Στρατηγικές Κατευθύνσεις / Δράσεις ανά περιοχή-άξονα	93
Προβλεπόμενα μεγέθη / στόχοι ελληνικού τουρισμού	99



Επισκόπηση Έργου



Στόχοι του Έργου

Το έργο «Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα» (εφεξής καλούμενο ως «Έργο») έχει ως βασικούς στόχους την διαμόρφωση τουριστικής πολιτικής για κάθε Περιφέρεια, την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού, την αναβάθμιση των επιχειρήσεων του κλάδου και την διευκόλυνση της δικτύωσης των επιχειρήσεων και των συμπράξεων με στόχο την ανάδειξη των τουριστικών προορισμών.

Πράξη

Δράσεις πρόγνωσης και παρακολούθησης μεταβολών του Τουριστικού Τομέα για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του

Υποέργα

1. Σχέδια Δράσης για την ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της διαρθρωτικής προσαρμογής του τουριστικού τομέα
2. Παρακολούθηση / Αποτύπωση τουριστικών μεγεθών με έμφαση στις λιγότερο ανεπτυγμένες περιοχές
3. Δράσεις παρακολούθησης της δυναμικότητας των τουριστικών προορισμών και των επιχειρήσεων του τουριστικού κλάδου, Δράσεις Διάχυσης / Προβολής της Πράξης και Δράσεις Συντονισμού και Επιστημονικής υποστήριξης της υλοποίησής της
4. Δημιουργία εργαλειοθήκης για την ενίσχυση της επιχειρηματικότητας και ανταγωνιστικότητας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων

Κύριοι στόχοι Έργου

1

Διαμόρφωση της τουριστικής πολιτικής για κάθε Περιφέρεια ξεχωριστά

2

Περαιτέρω ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού

3

Αναβάθμιση της ικανότητας των επιχειρήσεων του κλάδου και ενίσχυση της ανταγωνιστικότητας και της παραγωγικότητάς τους

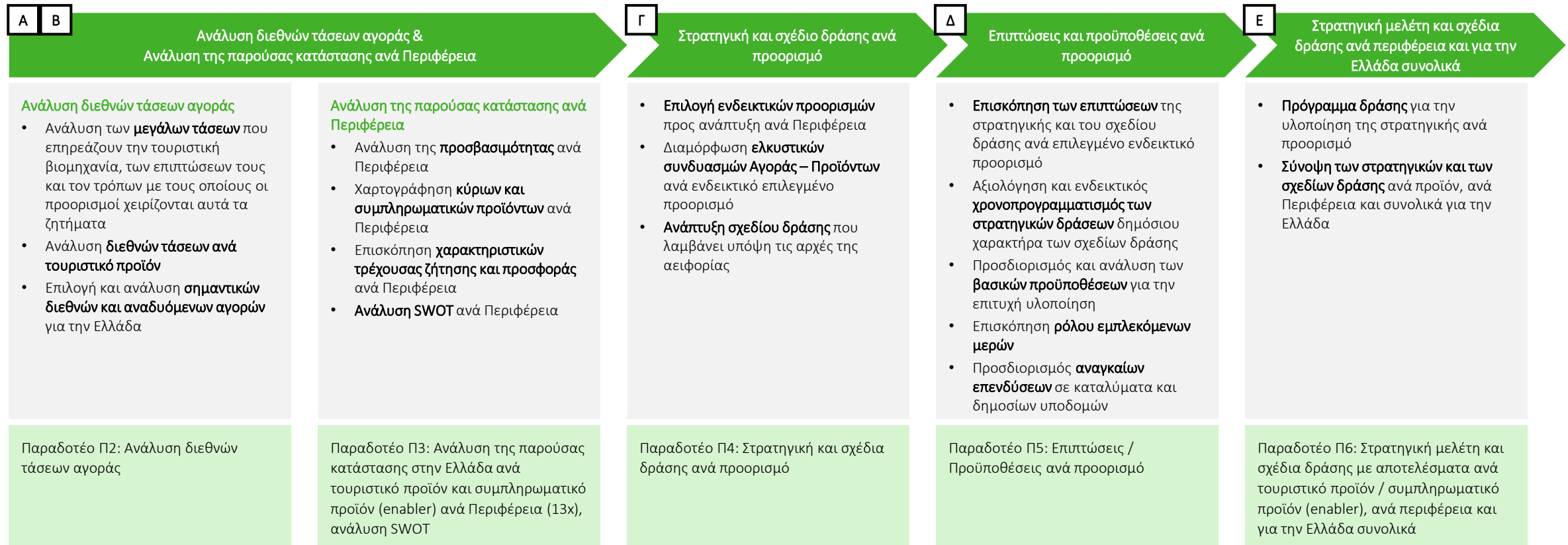
4

Διευκόλυνση της δικτύωσης των επιχειρήσεων και των συμπράξεων με στόχο την ανάδειξη των τουριστικών προορισμών.

Επισκόπηση Έργου

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές εργασίες που εκτελέστηκαν στα πλαίσια της επιτυχούς υλοποίησης του Έργου.

Ενότητες εργασιών και κύρια παραδοτέα του Έργου



Στο πλαίσιο του έργου αναπτύχθηκαν επίσης τα εξής Παραδοτέα:

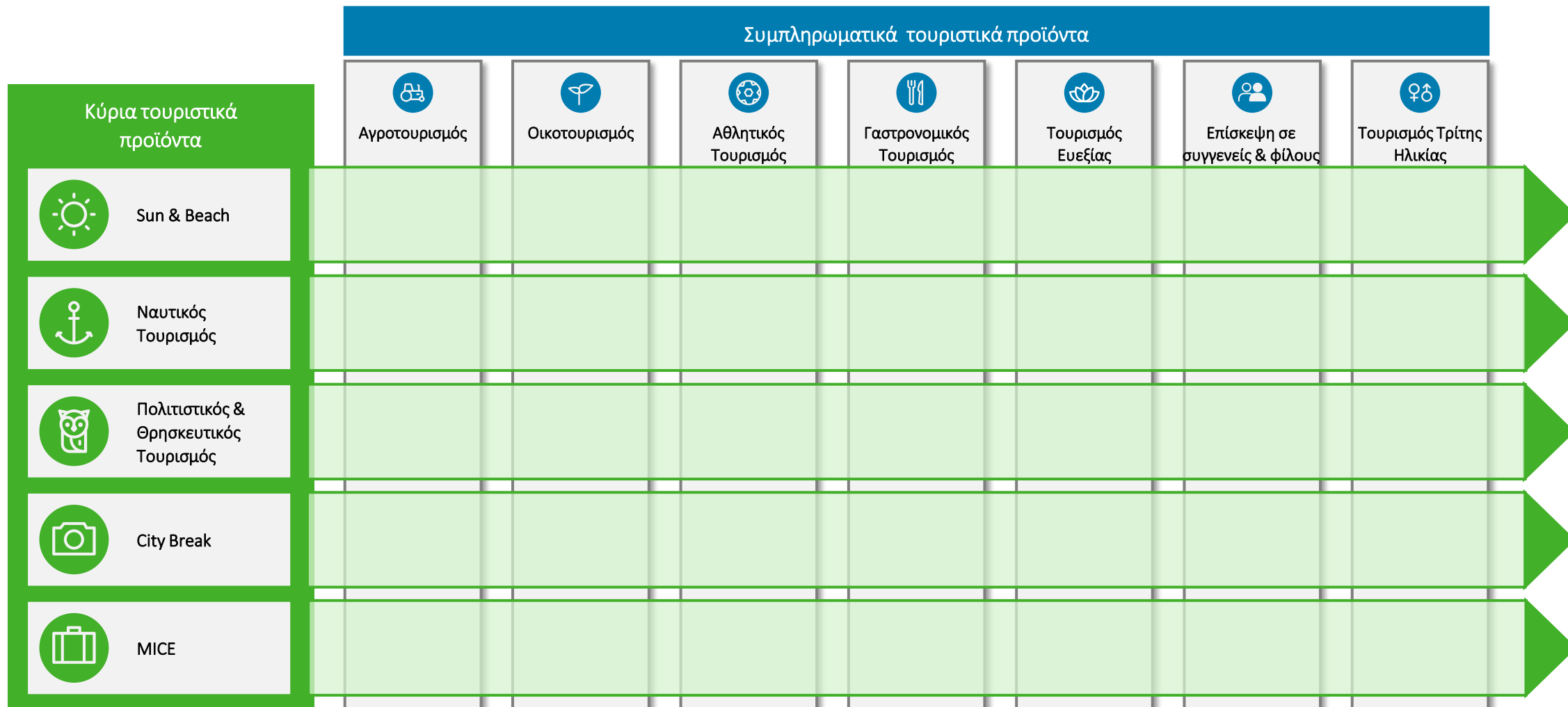
- Παραδοτέο Π1: Μεθοδολογία διενέργειας διαβούλευσης με φορείς ανά Περιφέρεια
- Παραδοτέο Π7: Αναλυτικό Πλάνο Υλοποίησης του Έργου, Παραδοτέο Π8: Διμηνιαία Αναφορά Προόδου Εργασιών Έργου, Παραδοτέο Π9: Σχέδιο Διασφάλισης Ποιότητας Έργου και Παραδοτέο Π10: Σχέδιο Διαχείρισης Κινδύνων Έργου.

Με στόχο την συλλογή χρήσιμου υλικού στα πλαίσια των αναλύσεων του Έργου αλλά και την συμμετοχή σημαντικού αριθμού οργανισμών, φορέων και παραγόντων της αγοράς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας πραγματοποιήθηκαν τα εξής

- Ηλεκτρονική διαβούλευση μέσω πλατφόρμας** (>240 ερωτηματολόγιο) σε ευθυγράμμιση με τη μεθοδολογία που προδιαγράφηκε στο Παραδοτέο Π1
- Διαβούλευση με φορείς και υπηρεσίες** σχετικές με τον Τουρισμό από το **σύνολο των Περιφερειών** της χώρας
- Διαβούλευση με επιλεγμένους επιχειρηματικούς φορείς και βασικά ενδιαφερόμενα μέρη (stakeholders)** της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας.

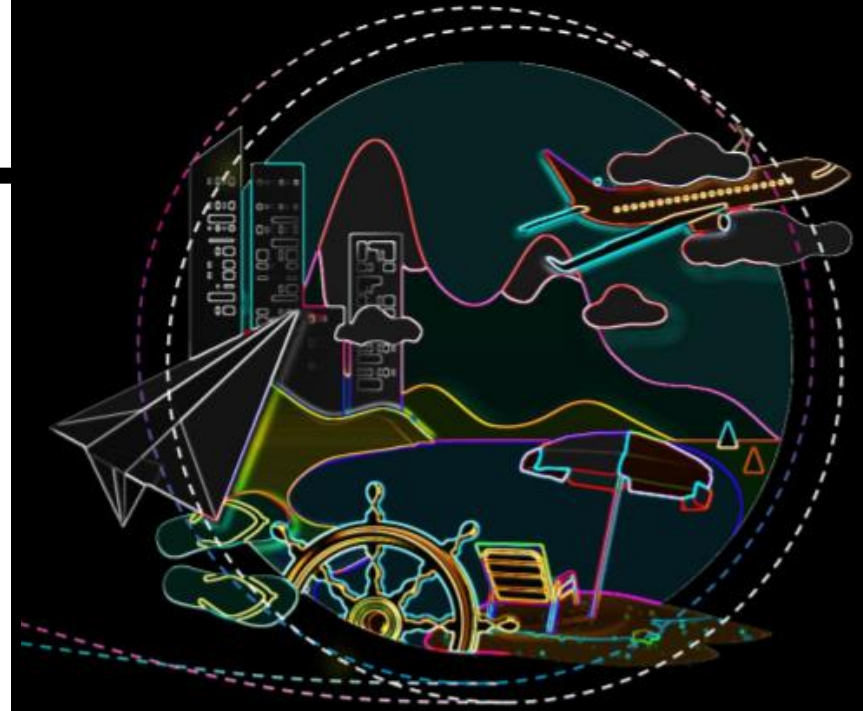
Χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων της Ελλάδας

Με βάση το Εθνικό Στρατηγικό Σχέδιο Τουρισμού, το χαρτοφυλάκιο τουριστικών προϊόντων της χώρας αποτελείται από τα παρακάτω 5 κύρια τουριστικά προϊόντα και τα 7 συμπληρωματικά, τα οποία είτε συμπληρώνουν και ενισχύουν την εμπειρία του επισκέπτη (enablers) είτε απευθύνονται σε εξειδικευμένα τμήματα της αγοράς (niche).



• Βασικός στόχος του Έργου ήταν η αναγνώριση και η ανάπτυξη των κατάλληλων κύριων και συμπληρωματικών προϊόντων στους ενδεικτικούς επιλεγμένους προορισμούς προκειμένου να επιτευχθούν ορισμένες από τις κύριες στρατηγικές προτεραιότητες για τον ελληνικό τουρισμό (χωρική και χρονική επέκταση του ελληνικού τουρισμού, αύξηση της μέσης δαπάνης, επέκταση της μέσης διάρκειας διαμονής, κτλ.).

Σύγχρονες τάσεις & προκλήσεις της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας



Επισκόπηση σύγχρονων τάσεων και προκλήσεων της παγκόσμιας τουριστικής βιομηχανίας

Ο ψηφιακός μετασχηματισμός, η βιώσιμη ανάπτυξη & η αειφορία, ο υπερτουρισμός, η οικονομία διαμοιρασμού, οι κοινωνικές & δημογραφικές αλλαγές, οι αναδυόμενοι προορισμοί, η ασφάλεια & η διαχείριση κρίσεων και ο νέος κορονοϊός (COVID-19) αποτελούν βασικές τάσεις και προκλήσεις για την παγκόσμια τουριστική βιομηχανία και κατά συνέπεια τον ελληνικό τουρισμό.



Ενδεικτικοί τρόποι αντιμετώπισης των σύγχρονων τάσεων & προκλήσεων

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικοί τρόποι αντιμετώπισης και οι βέλτιστες πρακτικές που εφαρμόζουν ανταγωνιστικοί προορισμοί σχετικά με τις σύγχρονες τάσεις και προκλήσεις της τουριστικής βιομηχανίας.



Ψηφιακός μετασχηματισμός

- Υποστηρικτικοί μηχανισμοί και προγράμματα παροχής πόρων, δεξιοτήτων και τεχνογνωσίας με σκοπό την υιοθέτηση νέων τεχνολογιών και πρακτικών έξυπνου τουρισμού για την επιτάχυνση του ψηφιακού μετασχηματισμού και την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας
- Δημιουργία ολοκληρωμένων διαδικτυακών πλατφορμών προβολής & προώθησης τουριστικών προϊόντων από οργανισμούς τουρισμού



Βιώσιμη ανάπτυξη & αειφορία

- Εθνικές πρωτοβουλίες βιώσιμης ανάπτυξης και προγράμματα πιστοποίησης προορισμών και επιχειρήσεων που εφαρμόζουν βέλτιστες πρακτικές στον τομέα της αειφορίας με στόχο την αποτελεσματικότερη προβολή & προώθηση και την ανάπτυξη συνεργασιών



Υπερτουρισμός

- Μέτρα και πολιτικές για την γεωγραφική και χρονική κατανομή επισκέψεων σε λιγότερο δημοφιλείς προορισμούς
- Επιβολή φόρων / προστίμων για την αντιμετώπιση των φαινομένων υπερτουρισμού, ρυθμιστικά μέτρα για την κυκλοφορία των τουριστών, την προσφορά καταλυμάτων και τις τουριστικές δραστηριότητες σε δημοφιλείς περιοχές / αξιοθέατα



Οικονομία διαμοιρασμού

- Ρυθμιστικό και νομοθετικό πλαίσιο για την οικονομία διαμοιρασμού με στόχο τη διασφάλιση συνθηκών ελεύθερου και δίκαιου ανταγωνισμού και της ασφάλειας των κατοίκων και των τουριστών
- Καταγραφή και παρακολούθηση των καταλυμάτων και των τουριστικών υπηρεσιών που προσφέρονται μέσω των πλατφορμών της οικονομίας διαμοιρασμού



Κοινωνικές & δημογραφικές αλλαγές

- Εξατομίκευση τουριστικών προϊόντων και υπηρεσιών, κατάλληλη προσαρμογή και αναβάθμιση των τουριστικών υποδομών και επανασχεδιασμός των στρατηγικών τουριστικής προβολής & προώθησης με χρήση ψηφιακών μέσων και εστιάζοντας στις προτιμήσεις, ανάγκες και απαιτήσεις της κάθε κατηγορίας / προφίλ τουρίστα



Αναδυόμενοι προορισμοί

- Ολοκληρωμένα στρατηγικά πλάνα και δράσεις ανάπτυξης και προβολής & προώθησης του τουριστικού προϊόντος σε μη παραδοσιακά τουριστικά «hotspots», σε αναδυόμενους προορισμούς, καθώς και σε «δευτερεύουσες πόλεις»



Ασφάλεια & διαχείριση κρίσεων

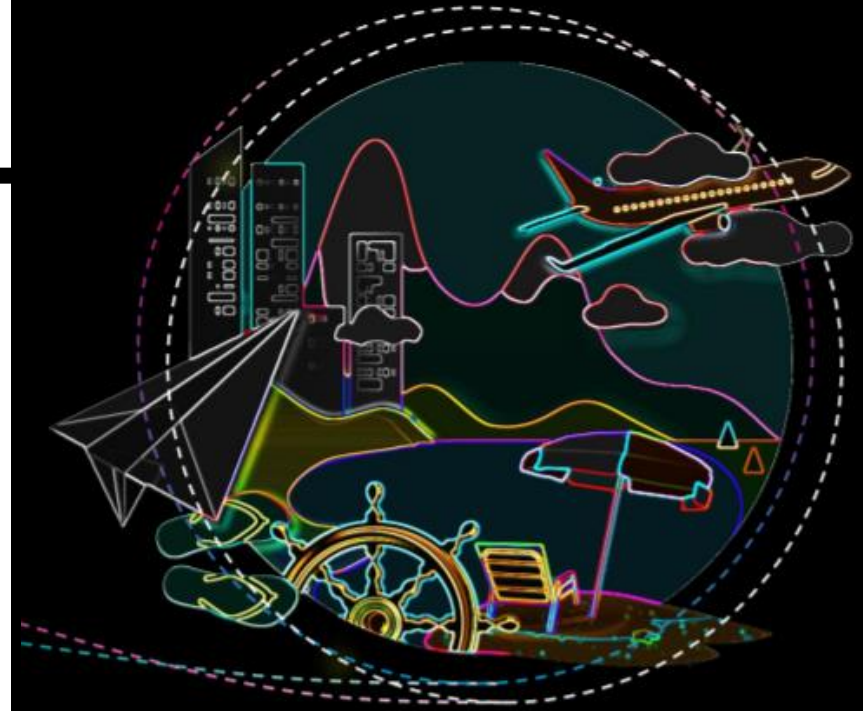
- Μηχανισμοί και μέτρα για την προετοιμασία και την αποτελεσματική διαχείριση πιθανών μελλοντικών κρίσεων
- Άμεση επανεκκίνηση του τουρισμού μέσα από τη δημιουργία κλίματος ασφάλειας και ανάπτυξη και εφαρμογή κατάλληλης επικοινωνιακής στρατηγικής για την αποτελεσματική προβολή & προώθηση των προορισμών



Νέος Κορονοϊός (COVID-19)

- Υποστήριξη της τουριστικής ανάκαμψης και του εγχώριου τουρισμού και εστίαση στην οικονομική στήριξη και προστασία της απασχόλησης των πληγέντων τουριστικών επιχειρήσεων με στόχο την καταπολέμηση των επιπτώσεων και του αντικτύπου του νέου Κορονοϊού (COVID-19)
- Πρωτοβουλίες για την πληροφόρηση του κλάδου και σύμπραξη δημόσιου και ιδιωτικού τομέα με στόχο τη δημιουργία και εφαρμογή αποτελεσματικών πρωτοκόλλων υγείας και ασφάλειας

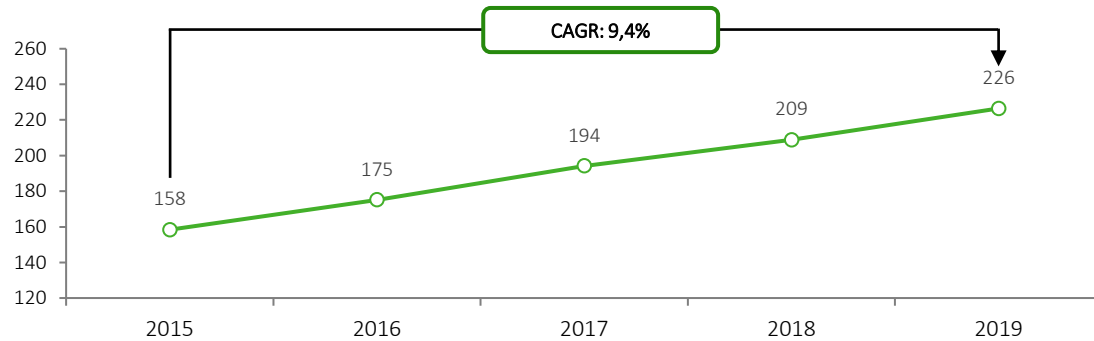
Σύγχρονες τάσεις ανά τουριστικό προϊόν



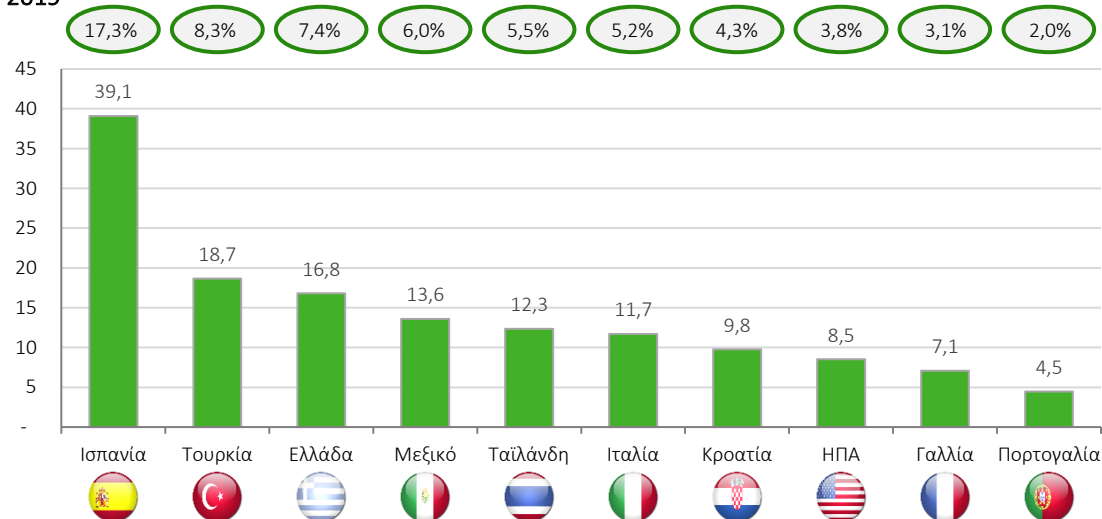
Sun & Beach | Επισκόπηση

Η ζήτηση του τουριστικού προϊόντος Sun & Beach παρουσίασε σημαντική ανάπτυξη την τελευταία τετραετία (CAGR 9,4%), με την Ισπανία να αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό. Οι ταξιδιώτες / καταναλωτές του προϊόντος Sun & Beach απαιτούν ολοένα και περισσότερο μοναδικές / αυθεντικές εμπειρίες που συνδυάζουν πολλαπλά τουριστικά προϊόντα και πρακτικές βιωσιμότητας.

Διεθνής ζήτηση για το προϊόν Sun & Beach, σε εκατ. ταξίδια, 2015–2019



Κορυφαίοι προορισμοί Sun & Beach, σε εκατ. ταξίδια και % του συνόλου, 2019



XX Ποσοστό % του συνόλου των ταξιδιών

Πηγές: World Travel Monitor*, IPK International, 2019, CBI | UK Ministry of Foreign Affairs, Ανάλυση Deloitte

Γενικά στοιχεία




Βασικά κανάλια διανομής

- Μεγάλοι & εδραιωμένοι tour operators μαζικού τουρισμού (π.χ. TUI, FTI, DER Touristik)
- Μεγάλοι & εδραιωμένοι OTAs (π.χ. Booking, Expedia)

Βασικές τάσεις

- Συνδυασμός του Sun & Beach με εναλλακτικά και θεματικά τουριστικά προϊόντα
- Διασύνδεση με αγροδιατροφή / πρωτογενή τομέα
- Υιοθέτηση και προβολή & προώθηση πρακτικών βιωσιμότητας από τους παρόχους τουριστικών προϊόντων και τους προορισμούς
- Προβολή & προώθηση των προορισμών σε στοχευμένες αγορές / πελάτες μέσω σύγχρονων ψηφιακών μέσων

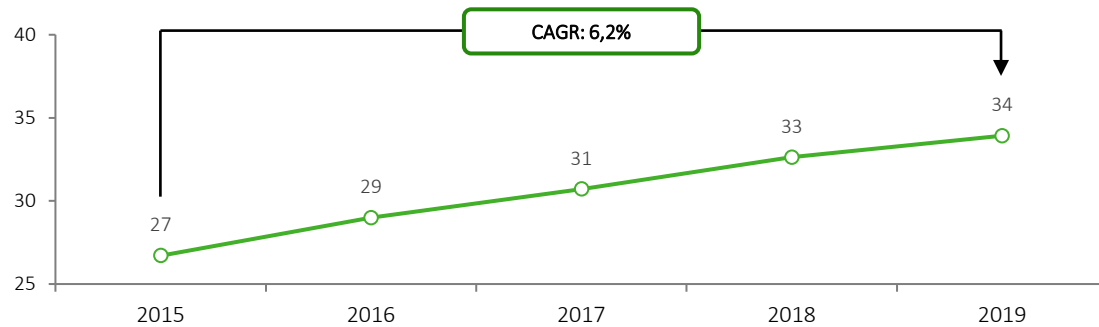
Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα

-  Πρόγραμμα «Προσβάσιμη Παραλία, Παραλία για όλους»
-  Smart Tourism | Μάλαγα
-  World of Glamping

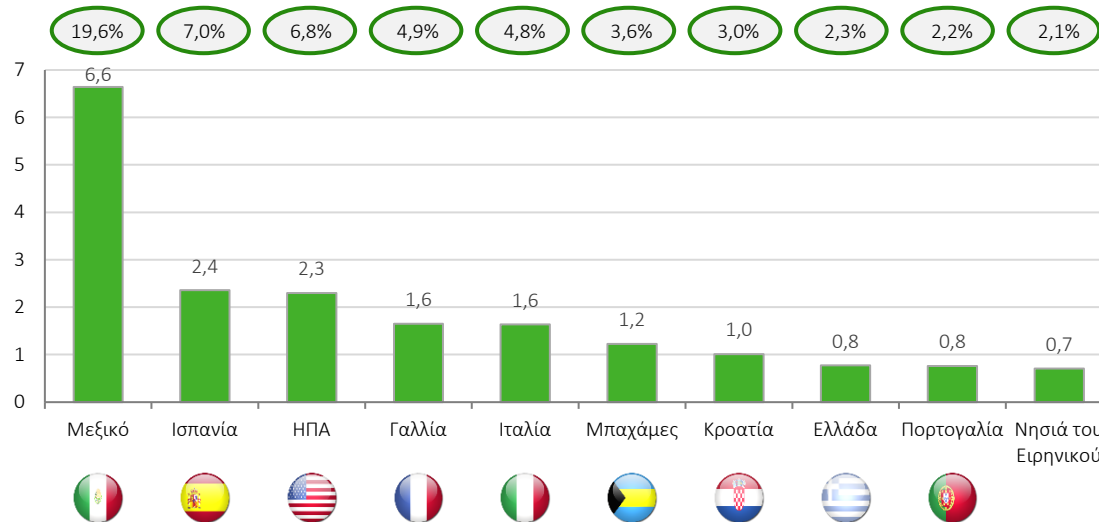
Ναυτικός Τουρισμός | Επισκόπηση

Η ζήτηση του Ναυτικού Τουρισμού παρουσίασε το χαμηλότερο ρυθμό ανάπτυξης σε σχέση με τα υπόλοιπα βασικά τουριστικά προϊόντα την τελευταία τετραετία (CAGR 6,2%), με το Μεξικό να αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό.

Διεθνής ζήτηση για Ναυτικό Τουρισμό σε εκατ. ταξίδια, 2015–2019



Κορυφαίοι προορισμοί Ναυτικού Τουρισμού, σε εκατ. ταξίδια και % του συνόλου, 2019



XX Ποσοστό % του συνόλου των ταξιδιών

Πηγές: World Travel Monitor®, IPK International, 2019, Ανάλυση Deloitte

Γενικά στοιχεία

Βασικά κανάλια διανομής (yachting)

- Άμεσες κρατήσεις μέσω εταιρειών ναύλωσης, διαχείρισης και αγοραπωλησίας σκαφών
- Εξειδικευμένοι OTAs και agents (π.χ. Sailogy, Sunsail)
- Θεματικές πλατφόρμες (π.χ. Tourradar, Travelopia)
- Πλατφόρμες οικονομίας διαμοιρασμού (π.χ. Borrow a Boat και Click & Boat)

Βασικά κανάλια διανομής (κρουαζιέρα)

- Άμεσες κρατήσεις μέσω των cruise lines
- Εδραιωμένοι tour operators μαζικού τουρισμού (π.χ. TUI Cruises)
- OTAs
- Εξειδικευμένοι (specialist) OTAs (π.χ. Planet cruise)

Βασικές τάσεις

- Αναβάθμιση και δημιουργία λιμενικών υποδομών & υπηρεσιών (π.χ. «destination marinas», νέες και καινοτόμες υπηρεσίες, υποδομές superyacht, αξιοποίηση ψηφιακής τεχνολογίας, βιώσιμος σχεδιασμός) για τη βελτίωση της εμπειρίας του πελάτη και την εξυπηρέτηση των αναγκών συγκεκριμένων τμημάτων πελατείας / σκαφών (π.χ. μεγάλα κρουαζιερόπλοια)

Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα

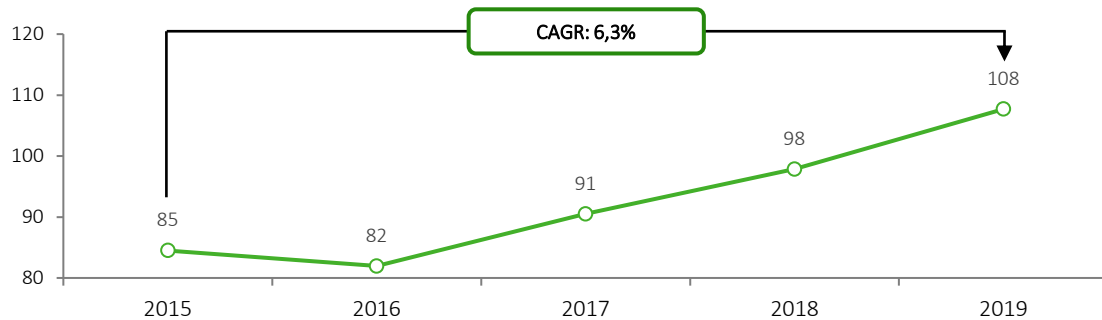


Ναυτικοί Σταθμοί

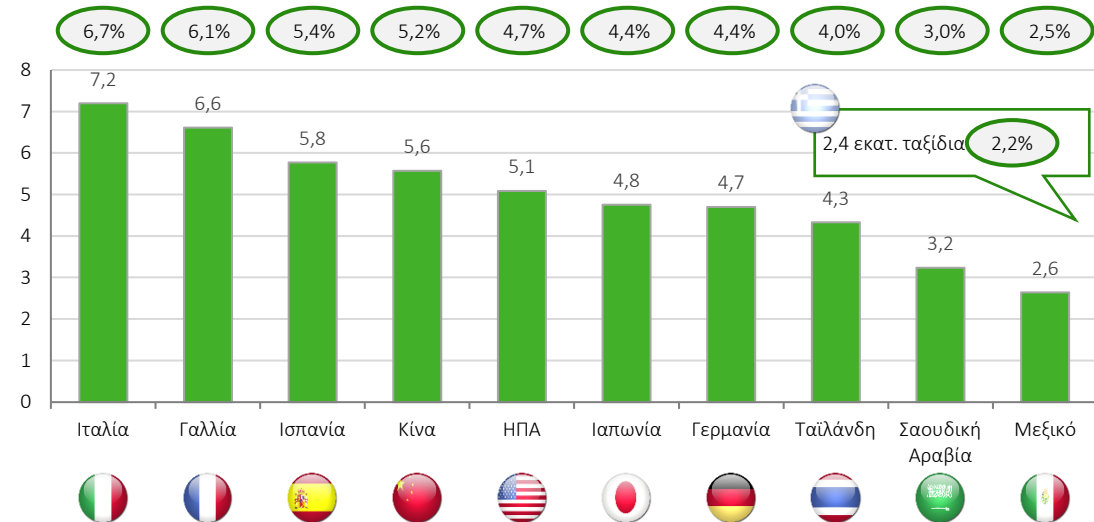
Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός | Επισκόπηση

Ο Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός είναι το μόνο από τα βασικά τουριστικά προϊόντα που δεν παρουσίασε συνεχή άνοδο την τελευταία τετραετία (πτώση ~3% το 2016, CAGR 6,3%), με την Ιταλία να αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό. Οι τουρίστες απαιτούν αυθεντικές και προσωποποιημένες εμπειρίες για να βιώσουν την τοπική κουλτούρα και την πολιτιστική και θρησκευτική παράδοση.

Διεθνής ζήτηση για Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό σε εκατ. ταξίδια, 2015–2019



Κορυφαίοι προορισμοί Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού, σε εκατ. ταξίδια και % του συνόλου, 2019



XX Ποσοστό % του συνόλου των ταξιδιών

Πηγές: World Travel Monitor*, IPK International, 2019, CBI | UK Ministry of Foreign Affairs, UNWTO, Global Data, Ανάλυση Deloitte

Γενικά στοιχεία





Βασικά κανάλια διανομής

- Μεγάλοι & εδραιωμένοι tour operators μαζικού τουρισμού (κυρίως η TUI),
- Εξειδικευμένοι (specialist) tour operators όπως π.χ. η Globus
- Εξειδικευμένοι (specialists) OTAs όπως π.χ. Culture Trip

Βασικές τάσεις

- Προβολή & προώθηση των πολιτιστικών πόρων σε στοχευμένες αγορές / τμήματα πελατείας μέσα από σύγχρονα ψηφιακά μέσα καθώς
- Αναβάθμιση των υποδομών, των υπηρεσιών και της προσβασιμότητας των προορισμών (π.χ. χρήση ψηφιακής τεχνολογίας, προσβασιμότητα από ΑμΕΑ),
- Ολιστική προσέγγιση προωθώντας τη διασύνδεση με την τοπική αγροδιατροφή, γαστρονομία, αρχιτεκτονική και τον Οικοτουρισμό
- Ανάδειξη διασυνοριακού πολιτιστικού τουρισμού με στόχο τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών
- Υπεύθυνη και βιώσιμη αξιοποίηση της πολιτιστικής κληρονομιάς

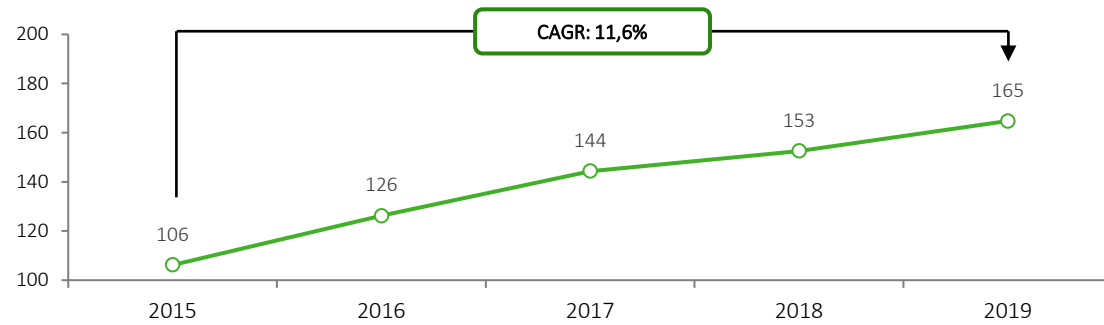
Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα

-  Πρόγραμμα «Προώθηση των φρουριών – Φρούρια των συνόρων»
-  Μονοπάτια της πίστης
-  Προσβασιμότητα πολιτιστικών μνημείων
-  Omnia Card

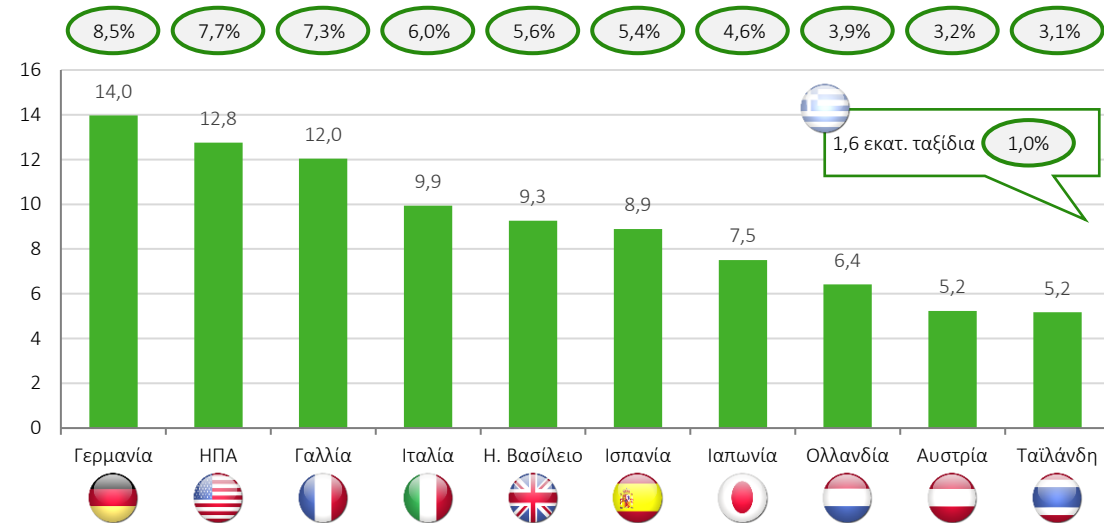
City Break | Επισκόπηση

Η ζήτηση του City Break εμφάνισε ραγδαία ανάπτυξη την τελευταία τετραετία (CAGR 11,6%), με την Γερμανία να αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό. Ο συνδυασμός ενός ευρέος φάσματος πολιτιστικών δραστηριοτήτων και δραστηριοτήτων / εμπειριών ελεύθερου χρόνου αποτελούν τους βασικούς παράγοντες για την επιλογή ενός προορισμού City Break.

Διεθνής ζήτηση για City Break σε εκατ. ταξίδια, 2015-2019



Κορυφαίοι προορισμοί City Break, σε εκατ. ταξίδια και % του συνόλου, 2019



XX Ποσοστό % του συνόλου των ταξιδιών

Γενικά στοιχεία

Βασικά κανάλια διανομής

- Άμεσες κρατήσεις, μεγάλοι & εδραιωμένοι tour operators μαζικού τουρισμού (π.χ. TUI, JET2CityBreaks)
- Μεγάλοι & εδραιωμένοι OTAs (π.χ. Booking, Expedia)
- Πλατφόρμες Οικονομίας Διαμοιρασμού (π.χ. Airbnb)

Βασικές τάσεις

- Εύκολη και άμεση προσβασιμότητα και συνδεσιμότητα
- Υψηλό επίπεδο δημόσιων υποδομών και υπηρεσιών
- Ύπαρξη μεγάλου εύρους και υψηλού επιπέδου δραστηριοτήτων / εμπειριών (κυρίως πολιτιστικές δραστηριότητες και δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου),
- Ύπαρξη καινοτόμων και θεματικών υποδομών City Break
- Προβολή & προώθηση των προορισμών σε συγκεκριμένες αγορές / τμήματα πελατείας (π.χ. Millennials, Gen Z) μέσα από σύγχρονα ψηφιακά μέσα

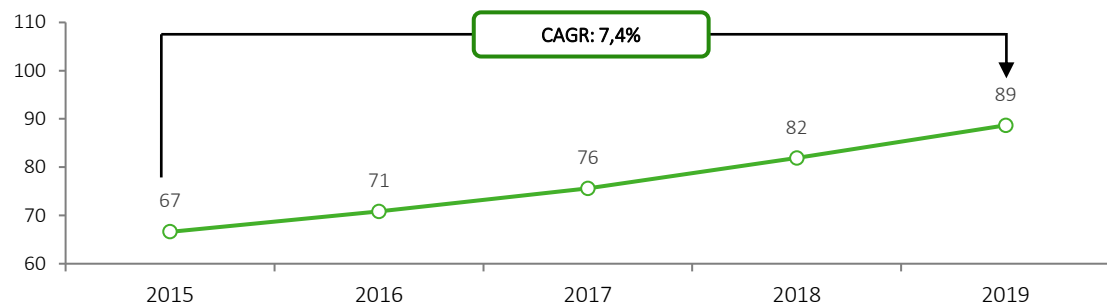
Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα

- visitBarcelona tickets
- Το παράδειγμα της Νίκαιας
- Το παράδειγμα της Ιερουσαλήμ
- Το παράδειγμα της Λυών

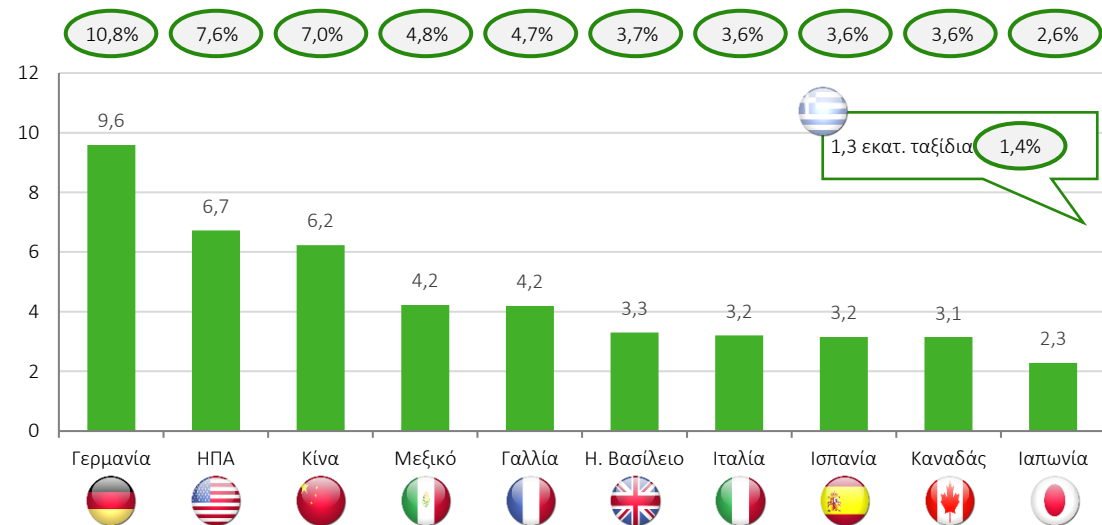
MICE | Βασικά στοιχεία

Η ζήτηση του MICE εμφάνισε ανάπτυξη την τελευταία τετραετία (CAGR 7,4%), με την Γερμανία να αποτελεί το δημοφιλέστερο προορισμό. Οι επιπτώσεις του νέου Κορωνοϊού COVID-19 και οι τεχνολογικές εξελίξεις αναμένεται να οδηγήσουν τις επιχειρήσεις του κλάδου στον επανασχεδιασμό των προϊόντων και των στρατηγικών τους.

Διεθνής ζήτηση για MICE σε εκατ. ταξίδια, 2015-2019



Κορυφαίοι προορισμοί MICE, σε εκατ. ταξίδια και % του συνόλου, 2019



XX Ποσοστό % του συνόλου των ταξιδιών



Γενικά στοιχεία

Η πανδημία του COVID-19 αναμένεται να επιδράσει αρνητικά τη ζήτηση για επαγγελματικά ταξίδια με τις εταιρείες να εστιάζουν σε μικρότερα συνέδρια και κοντινούς προορισμούς.

Βασικά κανάλια διανομής

- Εξειδικευμένοι (specialist) tour operators όπως π.χ. BCD travel και CWT
- Professional Congress Organizers (PCOs)
- Εξειδικευμένοι (specialists) OTAs όπως π.χ. Ctrip και Travel leaders

Βασικές τάσεις

- Αύξηση του αριθμού των «υβριδικών εκδηλώσεων»
- Υψηλή χρήση νέων και έξυπνων τεχνολογιών
- Συνδυασμός επαγγελματικών ταξιδιών με ταξίδια ανταμοιβής και αναψυχής
- Καινοτόμοι συνεδριακοί χώροι με σύγχρονες τεχνολογικές υποδομές
- Προβολή & προώθηση των προορισμών MICE μέσω της λειτουργίας συνεδριακών γραφείων



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Το παράδειγμα της Λισαβώνας



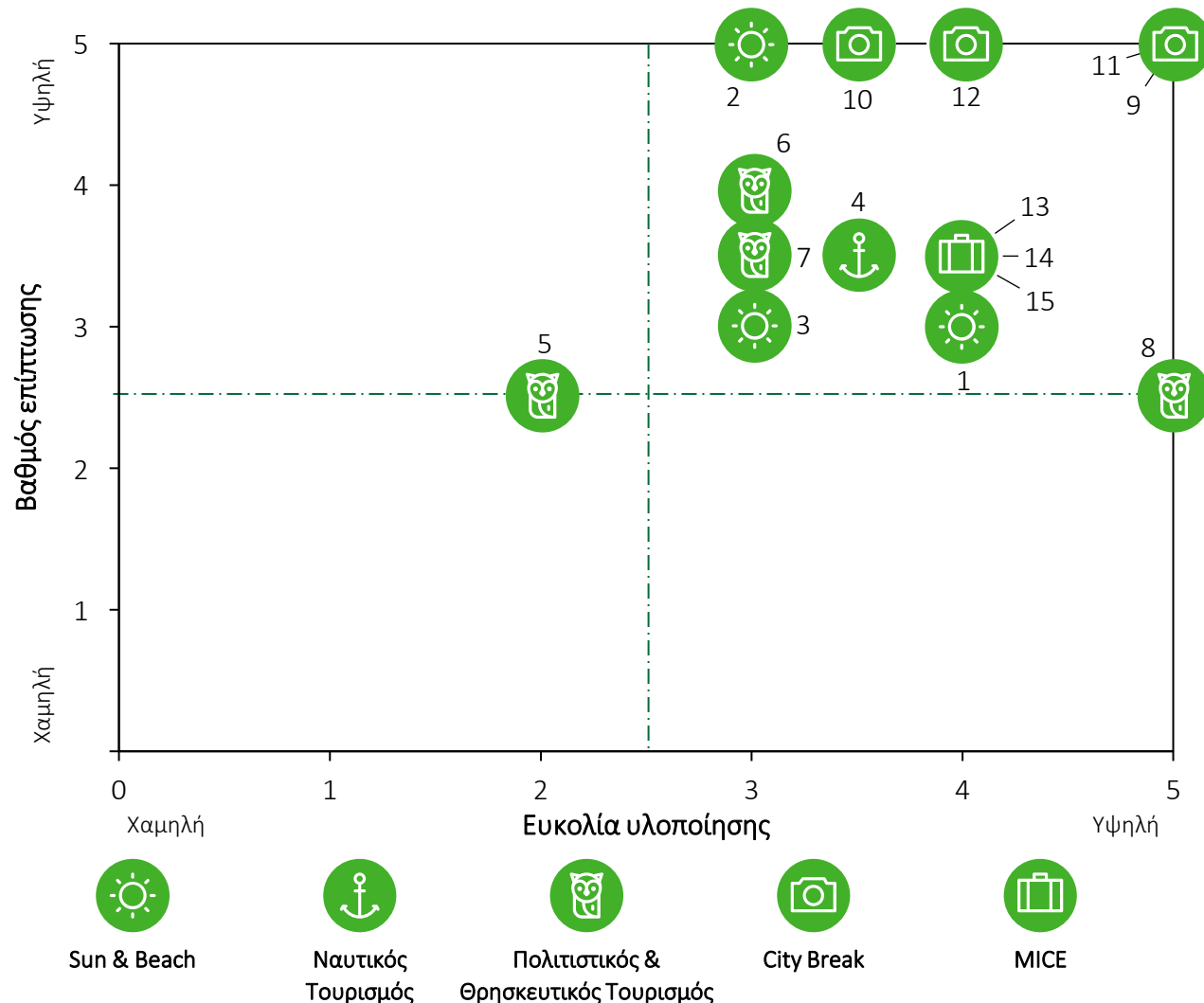
Το παράδειγμα της Βαρκελώνης



Το παράδειγμα του Παρισιού

Κύρια τουριστικά προϊόντα | συνοπτική επισκόπηση των ενδεικτικών επιτυχημένων παραδειγμάτων

Παρακάτω παρουσιάζεται η ταξινόμηση των ενδεικτικών επιτυχημένων παραδειγμάτων ανά κύριο τουριστικό προϊόν, που μελετήθηκαν στα πλαίσια του Έργου, με βάση την ευκολία υλοποίησης και το βαθμό επίπτωσής τους στον Ελληνικό τουρισμό.



Τουριστικό προϊόν	Διεθνής βέλτιστη πρακτική
1. Sun & Beach	Πρόγραμμα «Προσβάσιμη Παραλία, Παραλία για όλους»
2. Sun & Beach	Smart Tourism Μάλαγα
3. Sun & Beach	World of Glamping
4. Ναυτικός Τουρισμός	Ναυτικοί Σταθμοί
5. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	Πρόγραμμα «Πρωώθηση των φρουριών – Φρουρία των συνόρων»
6. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	Μονοπάτια της πίστης
7. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	Προσβασιμότητα πολιτιστικών μνημείων
8. Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	Omnia Card
9. City Break	visitBarcelona tickets
10. City Break	Το παράδειγμα της Νίκαιας
11. City Break	Το παράδειγμα της Ιερουσαλήμ
12. City Break	Το παράδειγμα της Λυών
13. MICE	Το παράδειγμα της Λισαβώνας
14. MICE	Το παράδειγμα της Βαρκελώνης
15. MICE	Το παράδειγμα του Παρισιού

Αγροτουρισμός | Επισκόπηση

Η αυξημένη χρήση του Διαδικτύου, οι ανάγκες των ταξιδιωτών για μοναδικές και αυθεντικές εμπειρίες που ενσωματώνουν στοιχεία της τοπικής παράδοσης και την αλληλεπίδραση με την τοπική κοινότητα, επιτρέποντας την αποσύνδεση από την τεχνολογία, σε συνδυασμό με το ενδιαφέρον για την αγροτική παραγωγή αποτελούν βασικούς παράγοντες για την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού.



Περιγραφή προϊόντος

- Ο Αγροτουρισμός (Αγροτικός Τουρισμός) αναφέρεται στο τουριστικό προϊόν που επιτρέπει στον επισκέπτη να βιώσει / συμμετάσχει στις δραστηριότητες / εμπειρίες, στις παραδόσεις και στον τρόπο ζωής τοπικών αγροτικών κοινοτήτων.
- Συνδέεται στενά με τον Τουρισμό Περιπέτειας, τον Οικοτουρισμό και τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό.
- Οι καταναλωτές είναι συνήθως ανώτερου μορφωτικού και κοινωνικοοικονομικού επιπέδου και έχουν πολλές ταξιδιωτικές εμπειρίες.



Διαμονή σε αγροτικά καταλύματα

- Κάμπινγκ ή σκηνή
- Κοινοτικά οικήματα
- Οικογενειακοί ξενώνες
- Αγροκτήματα
- Τοπικές οικογένειες
- Αγροτικά bed & breakfast ή μικρά ξενοδοχεία



Αγροτικές / φυσιολατρικές δραστηριότητες

- Παρακολούθηση ζώων
- Ταξίδια με βάρκες
- Πεζοπορία ή ποδηλασία
- Ιππασία
- Περιηγήσεις / εκδρομές (π.χ. σε χωριά, οινοποιεία, αγροκτήματα)
- Διαδραστικά εργαστήρια (π.χ. χειροτεχνίας ή μαγειρικής)



Βασικά αξιοθέατα

- Αρχαιολογικοί / πολιτιστικοί χώροι / κέντρα και μουσεία
- Πολιτιστική, γαστρονομική, κληρονομιά και άλλες διαδρομές / μονοπάτια
- Καταφύγια άγριας φύσης
- Γεωργικές / βιοτεχνικές οργανώσεις
- (Υπαίθριες) αγορές



Επιπλέον πληροφορίες

Βασικοί παράγοντες για την ανάπτυξη του Αγροτουρισμού

1. Ανάγκη για ενσωμάτωση στοιχείων τοπικής παράδοσης και κουλτούρας στο ταξίδι
2. Ανάγκη για μοναδικές, αυθεντικές εμπειρίες συνδεδεμένες με τον τοπικό τρόπο ζωής και την τοπική κοινότητα
3. Ανάγκη για αποσύνδεση από την τεχνολογία, χρόνο με την οικογένεια επανασύνδεση με το φυσικό περιβάλλον και την παράδοση
4. Αυξημένο ενδιαφέρον και σεβασμός για την πηγή και τη μέθοδο παραγωγή των τροφίμων
5. Χρήση τεχνολογικών εργαλείων για την αναζήτηση πληροφοριών σχετικά με τουριστικά προϊόντα, εμπειρίες και το σχεδιασμό του ταξιδιού

Βέλτιστες πρακτικές

- Εξειδικευμένα τουριστικά γραφεία
- Πιστοποίηση αγροτουριστικών καταλυμάτων
- Συμπράξεις / δίκτυα παραγωγών και παρόχων αγροτουρισμού



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Ecoagrotours



Agriturismo Italia



Δίκτυο Bienvenue à la ferme

Οικοτουρισμός | Επισκόπηση

Ο Οικοτουρισμός είναι ένα εξειδικευμένο προϊόν που συνδυάζει δραστηριότητες / εμπειρίες του Τουρισμού Περιπέτειας, του Αγροτουρισμού, του Αθλητικού Τουρισμού και του Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού με την αειφορία, την γνώση και την προστασία του περιβάλλοντος και αναμένεται να αναπτυχθεί, καθώς οι καταναλωτές στρέφονται σε πιο βιώσιμες μορφές τουρισμού.



Περιγραφή προϊόντος

- Ο Οικοτουρισμός, ένα εξειδικευμένο τμήμα του Τουρισμού Φύσης με κεντρικό στοιχείο τα φυσικά αξιοθέατα, αποτελεί ένα υπεύθυνο ταξίδι με σκοπό την εξερεύνηση και τη γνωριμία με το φυσικό τοπίο, τη χλωρίδα και την πανίδα του προορισμού, την προστασία του περιβάλλοντος και τη βελτίωση της ποιότητας ζωής των κατοίκων των τοπικών κοινοτήτων.
- Συνδέεται στενά με τον Τουρισμό Περιπέτειας, τον Αγροτουρισμό, τον Αθλητικό Τουρισμό και τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό ανάλογα με τις υποδομές, το κλίμα και τα σημεία ενδιαφέροντος του προορισμού.

Δραστηριότητες Οικοτουρισμού

- | | |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Περιηγήσεις στη φύση (π.χ. προστατευόμενα πάρκα, ηφαίστεια)• Παρατήρηση χλωρίδας και πανίδας (π.χ. bird / whalewatching)• Αλιεία / ψάρεμα• Κυνήγι• Ποδηλασία• Πεζοπορία• Σπηλαιολογία• Ιππασία | <ul style="list-style-type: none">• Καταδύσεις και κολύμβηση με αναπνευστήρα• Σαφάρι• Παρατήρηση αστεριών• Χειμερινά αθλήματα• Εκδρομές σε αρχαιολογικούς χώρους / ιστορικά μνημεία και παρακολούθηση τοπικών φεστιβάλ / εκθέσεων• Κάμπινγκ• Γνωριμία με ντόπιους• Διαμονή σε παραδοσιακό / φυσικό κατάλυμα |
|---|--|

Τμήματα πελατείας

Οικοτουρίστες μεγάλης ηλικίας

- Ηλικία μεταξύ 50–70 ετών, με χρόνο και εισόδημα για ταξίδια και υψηλό μορφωτικό επίπεδο
- Αναζητά αυθεντικές, μοναδικές εμπειρίες, πολυτέλεια και άνεση και είναι διατεθειμένος να πληρώσει (π.χ. διαμονή σε luxury ecolodges)

Νεαροί Οικοτουρίστες

- Ηλικία μεταξύ 25–50 ετών, με πιο περιορισμένο χρόνο και εισόδημα, είναι επαγγελματίες με υψηλό μορφωτικό επίπεδο και ανεπτυγμένη περιβαλλοντική συνείδηση



Επιπλέον πληροφορίες

Καταναλωτικές προτιμήσεις

- Κύριος μοχλός ανάπτυξης του Οικοτουρισμού αποτελεί η στροφή των ταξιδιωτών προς ένα πιο βιώσιμο μοντέλο κατανάλωσης.

Βασικά κανάλια διανομής

- Ταξιδιωτικά πρακτορεία Τουρισμού Τρίτης Ηλικίας Περιπέτειας
- Ταξιδιωτικά πρακτορεία Οικοτουρισμού
- Διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία (OTAs)
- Εξειδικευμένα διαδικτυακά ταξιδιωτικά πρακτορεία
- Άμεσες πωλήσεις (τοπικές επιχειρήσεις, DMCs)

Βέλτιστες πρακτικές

- Εφαρμογή πρακτικών βιωσιμότητας
- Απόκτηση σχετικών πιστοποιήσεων από τους παρόχους του προϊόντος
- Ψηφιακές πλατφόρμες προβολής & προώθησης προϊόντων και εμπειριών Οικοτουρισμού



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Ceres EcoLabel



Green Scheme of Slovenian Tourism (GSST)



WILDSEA Europe

Αθλητικός Τουρισμός | Επισκόπηση

Ο Αθλητικός Τουρισμός αποτελεί ένα εξειδικευμένο τουριστικό προϊόν που περιλαμβάνει τον τουρισμό Περιπέτειας, τον τουρισμό Αθλητικών Διοργανώσεων και τον Προπονητικό τουρισμό.



Περιγραφή προϊόντος

Τουρισμός Περιπέτειας

- Τύπος ταξιδιού που μεταφέρει ένα άτομο εκτός του κανονικού του περιβάλλοντος για περισσότερες από είκοσι τέσσερις ώρες – και όχι περισσότερο από ένα έτος – και περιλαμβάνει τουλάχιστον δύο από τις ακόλουθες τρεις εμπειρίες: σωματική δραστηριότητα, επίσκεψη στο φυσικό περιβάλλον και πολιτισμική αναζήτηση.
- Μπορεί να περιλαμβάνει υπαίθριες αθλητικές δραστηριότητες, χειμερινό / χιονοδρομικό τουρισμό και αεροπορικό τουρισμό
- Το μέγεθος της αγοράς Τουρισμού περιπέτειας ήταν \$678 εκατ. το 2019.
- Διακρίνεται σε τουρισμό ήπιας και ακραίας περιπέτειας

Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων & Προπονητικός τουρισμός

- **Τουρισμός Αθλητικών Διοργανώσεων:** περιλαμβάνει τόσο τους τουρίστες που ταξιδεύουν για να παρακολουθήσουν, ως θεατές, αθλητικούς αγώνες, συνδυάζοντας χρονικά τις διακοπές τους με τις αθλητικές διοργανώσεις, όσο και τις ομάδες αθλητών, τους μεμονωμένους αθλητές, τις αποστολές, τους τεχνικούς και τους δημοσιογράφους, που ταξιδεύουν για να συμμετέχουν σε αθλητικούς αγώνες και παρατείνουν χρονικά τη διαμονή τους στον τόπο διεξαγωγής του αθλητικού αγώνα.
- **Προπονητικός τουρισμός:** αφορά στην επίσκεψη επαγγελματικών ή και ερασιτεχνικών ομάδων / αθλητών σε έναν τόπο με βασικό κίνητρο τη συμμετοχή τους σε προγράμματα προετοιμασίας και αποθεραπείας που πραγματοποιούνται ιδίως σε Κέντρα Προπονητικού Αθλητικού Τουρισμού.



Επιπλέον πληροφορίες

Καταναλωτικές προτιμήσεις και βασικές τάσεις

- Στροφή των καταναλωτών προς την υγεία και την ευεξία, τα βιωματικά ταξίδια και την επαφή με τη φύση
- Έντονη εμπορευματοποίηση (commercialization) και αυξημένο καταναλωτικό ενδιαφέρον για τις διεθνείς αθλητικές διοργανώσεις
- Το εν λόγω τουριστικό προϊόν είναι βασικός πυλώνας στο στρατηγικό σχεδιασμό για την τουριστική ανάπτυξη ανταγωνιστικών προορισμών (π.χ. Σλοβενία, Καταλονία, Πορτογαλία)

Βέλτιστες πρακτικές

- Υψηλού επιπέδου υποδομές αθλητισμού και Τουρισμού Περιπέτειας (π.χ. εξειδικευμένες / δημόσιες υποδομές άθλησης, καταλύματα, σήμανση μονοπατιών και ποδηλατικών διαδρομών)
- Πιστοποιήσεις
- Εξειδικευμένες ψηφιακές πλατφόρμες προβολής & προώθησης του προϊόντος
- Επιτυχή διοργάνωση και προσέλκυση αθλητικών εκδηλώσεων με διεθνές κύρος



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Ετικέτα Αθλητικού Τουρισμού | Καταλονία



Το παράδειγμα της Πορτογαλίας



Το παράδειγμα της Σλοβενίας

Γαστρονομικός Τουρισμός | Επισκόπηση

Ο Γαστρονομικός Τουρισμός αποτελεί ένα συμπληρωματικό προϊόν που αφορά τη συμμετοχή σε εμπειρίες / δραστηριότητες γαστρονομικού χαρακτήρα και αποτελεί στοιχείο ενίσχυσης του τουριστικού προϊόντος με αυξανόμενη σημασία.



Περιγραφή προϊόντος

- Αποτελεί την ολιστική δραστηριότητα που πηγάζει από τη συμμετοχή των επισκεπτών σε εμπειρίες γαστρονομικού ενδιαφέροντος – ως οριζόντιο στοιχείο που εμπλουτίζει και ενισχύει όλες τις μορφές του τουριστικού προϊόντος.
- Ο Οινοτουρισμός αφορά στην παροχή υπηρεσιών υποδοχής, ξενάγησης, φιλοξενίας και εστίασης σε χώρους λειτουργικά ενοποιημένους με οινοποιητικές ή / και οινοπαραγωγικές (αμπελώνες) εγκαταστάσεις. Οι υπηρεσίες αυτές προσφέρονται συνδυαστικά με δραστηριότητες σχετικές με την αμπελοκαλλιέργεια και την οινική παραγωγή.
- Η παγκόσμια αγορά του Γαστρονομικού Τουρισμού έφτασε τα επίπεδα των \$1,1 τρισ. το 2019 και αναμένεται να φτάσει τα \$1,3 τρισ το 2025, μετά και την συρρίκνωση της στα επίπεδα των \$607 δισ. το 2020 λόγω της επίδρασης την πανδημίας του νέου Κορωνοϊού (COVID-19).

Τάσεις ανάπτυξης

- Μετατόπιση καταναλωτικών συνηθειών & εταιρικών πρακτικών προς την βιωσιμότητα και την αειφορία
- Προσφορά εξατομικευμένων υπηρεσιών και στροφή προς αυθεντικές, βιωματικές εμπειρίες που περιλαμβάνουν υγιεινή διατροφή και δημιουργικές παραλλαγές τοπικής κουζίνας
- Αυξανόμενη σύμπραξη του αγροδιατροφικού τομέα με τον τουρισμό
- Συσχέτιση της αυθεντικότητας με παραδοσιακά και σύγχρονα, τοπικά προϊόντα και εδέσματα και ανάδειξη των σεφ σε πρεσβευτές των τουριστικών προορισμών για την προβολή & προώθησή τους
- Κυριαρχία των πόλεων (και του street food) στις επιλογές των γαστρονομικών τουριστών
- Ανάδειξη της γαστρονομίας σε βασική πτυχή της τουριστικής εμπειρίας για τις νεότερες γενιές ταξιδιωτών και ανάδειξη & προβολή προϊόντων και δεσμάτων στο Instagram
- Βελτίωση της πρόσβασης σε τοπικά προϊόντα μέσω των αστικών αγροκτημάτων και αυξανόμενη ενσωμάτωση της τεχνολογίας στις εγκαταστάσεις των εστιατορίων
- Επέκταση της προσφοράς γαστρονομικών εμπειριών στα σπίτια των κατοίκων μέσω πλατφορμών της οικονομίας διαμοιρασμού
- Εξειδικευμένες στρατηγικές ανάπτυξης Γαστρονομικού Τουρισμού από εθνικούς / περιφερειακούς οργανισμούς τουρισμού και υλοποίηση προγραμμάτων για την ανάπτυξη ολοκληρωμένων προϊόντων Γαστρονομικού Τουρισμού με συνεργασία τουριστικών, αγροδιατροφικών φορέων και επιχειρήσεων



Επιπλέον πληροφορίες

Βέλτιστες πρακτικές

- Εδραίωση γαστρονομικής ταυτότητας
- Πιστοποιήσεις / ετικέτες ποιότητας
- Γαστρονομικές εμπειρίες
- Τοπικά προϊόντα
- Ψηφιακά εργαλεία / πλατφόρμες
- Θεματικές υποδομές



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Το παράδειγμα της Καταλονίας



Το παράδειγμα της Σλοβενίας

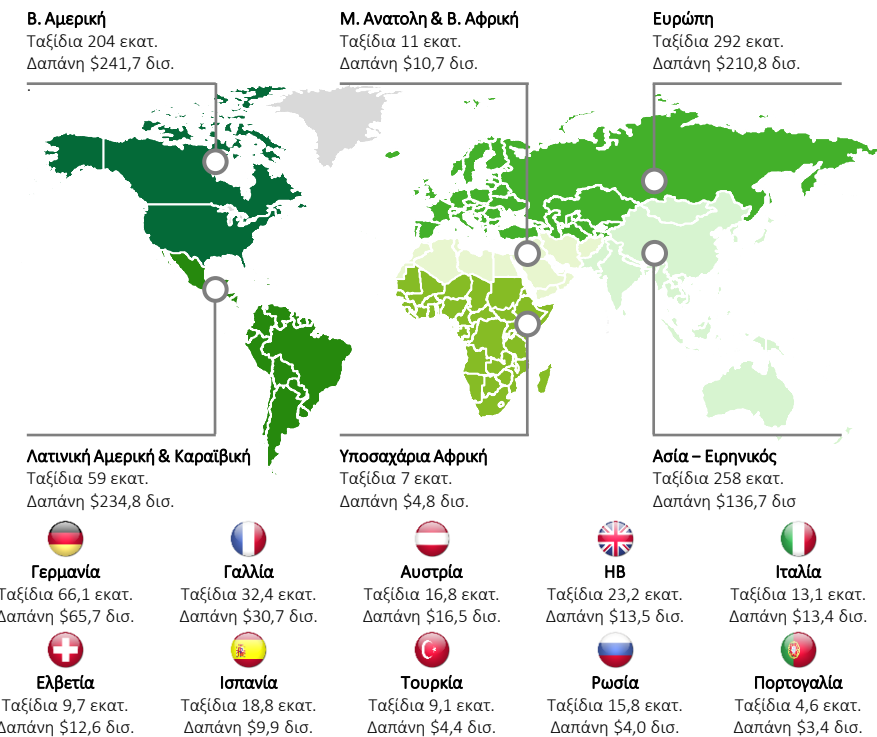


Πρόγραμμα Δράσης για τον Πορτογαλικό Οινοτουρισμό

Τουρισμός Ευεξίας | Επισκόπηση

Ο Τουρισμός Ευεξίας εμφανίζει σταθερά αναπτυξιακή τάση και πορεία, ενώ στοιχεία του ενσωματώνονται στην πρόταση αξίας των περισσότερων τουριστικών προϊόντων. Η Ευρώπη είναι η περιοχή με τον μεγαλύτερο αριθμό ταξιδιών ευεξίας παγκοσμίως, ενώ η Γαλλία, η Ιταλία και η Ισπανία αποτελούν τους κορυφαίους μεσογειακούς προορισμούς.

Τουρισμός Ευεξίας ανά περιοχή και κορυφαίοι Ευρωπαϊκοί προορισμοί, αριθμός ταξιδιών και δαπάνη, 2017



Έσοδα Τουρισμού Ευεξίας, 2017

- Διαμονή: Ξενοδοχεία, resort, camping, resort, spa & health resorts **\$130,5 δισ.**
- Φαγητό & Ποτό: Εστιατόρια, bar, καταστήματα snack, οργανική & βιολογική κουζίνα **\$111,5 δισ.**
- Ψώνια: Σουβενίρ, ρούχα, τέχνη, προϊόντα spa, αθλητική ένδυση και διατροφή, συμπληρώματα **\$98,3 δισ.**
- Δραστηριότητες: Μουσεία, εκδρομές, spa, λουτρά, άσκηση, διαλογισμός, life coaching **\$99,7 δισ.**

Μεταφορά στη χώρα (αεροπορικές, τρένο, νοίκιαση οχημάτων, ΜΜΜ, ταξί) **\$111,5 δισ.**

Άλλες υπηρεσίες (τηλεφωνία, ασφάλιση, τουριστικά πρακτορεία, concierge) **\$89,5 δισ.**



Επιπλέον πληροφορίες

Οι τουρίστες ευεξίας διακρίνονται σε δύο βασικές κατηγορίες τους:

- πρωτογενείς τουρίστες ευεξίας (primary wellness tourists) με βασικό και αποκλειστικό λόγο / κίνητρο ταξιδιού και επιλογής προορισμού την ευεξία
- δευτερογενείς τουρίστες ευεξίας (secondary wellness tourists) με επιθυμία για διατήρηση της ευεξίας ή συμμετοχή σε δραστηριότητες ευεξίας κατά τη διάρκεια του ταξιδιού τους (89% των ταξιδιών και 86% της τουριστικής δαπάνης ευεξίας).

Καταναλωτικές προτιμήσεις και βασικές τάσεις

- Αυξανόμενη μεσαία τάξη
- Επιθυμία για υιοθέτηση τρόπου ζωής σύμφωνου με την ευεξία
- Αυξανόμενο ενδιαφέρον για βιωματικά ταξίδια
- Ενσωμάτωση στοιχείων και εμπειριών ευεξίας στα προϊόντα και στις υπηρεσίες των παρόχων τουρισμού
- Διασύνδεση του Τουρισμού Ευεξίας στην Ευρώπη με τις ιαματικές πηγές / λουτρά

Βέλτιστες πρακτικές

- Ολοκληρωμένο και πιστοποιημένο προϊόν ευεξίας
- Αλυσίδες ιαματικών πηγών / λουτρών
- Εξειδικευμένα ξενοδοχειακά brands



Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα



Το παράδειγμα της Ελβετίας



Relais Termal



Belvita Hotels & Vitalpina Hotels


Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας | Επισκόπηση

Ο Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας αποτελεί ένα δευτερεύον τουριστικό προϊόν, το οποίο αναμένεται να παρουσιάσει σημαντική ανάπτυξη κυρίως λόγω των παγκόσμιων δημογραφικών μεταβολών. Προς αυτή την κατεύθυνση, οι τουριστικές επιχειρήσεις και οι προορισμοί έχουν αρχίσει να προσαρμόζουν τα προϊόντα, τις υπηρεσίες και τις υποδομές τους, για να καλύψουν τις ανάγκες των ηλικιωμένων.



Περιγραφή προϊόντος

- Τα βασικότερα στοιχεία του Τουρισμού Τρίτης Ηλικίας είναι:
 - Αθλητισμός, όπως, ποδήλατο, γκολφ, σκι, ιππασία, ψάρεμα, ιστιοπλοΐα, περιηγήσεις
 - Γαστρονομία π.χ. γευσιγνωσία κρασιών / δοκιμές τοπικών ποτών ή τοπικών φαγητών
 - Ευεξία π.χ. γιόγκα, ιαματικά λουτρά, αρωματοθεραπεία, σάουνα, θεραπευτικό μασάζ
 - Διάφορες καλλιτεχνικές εκδηλώσεις και επισκέψεις σε πολιτιστικά / πολιτισμικά μνημεία / μουσεία, σε αρχαιολογικούς χώρους, θρησκευτικούς ναούς και λοιπές δομές πολιτιστικής κληρονομιάς
 - Φυσιολατρικές αποδράσεις και διάδραση με τον τοπικό πληθυσμό και ήθη-έθιμα
 - Δραστηριότητες ελεύθερου χρόνου όπως επιτραπέζια παιχνίδια με άλλους συνομήλικους, θέατρο
 - Υγειονομικές υπηρεσίες και καλές υπηρεσίες μετακίνησης.

Χαρακτηριστικά Τουρισμού Τρίτης Ηλικίας (65+ ετών) στην Ευρώπη 	Κόσμος	Ευρωπαίοι	Μη Ευρωπαίοι
Επισκέπτες (εκατ.)	35,9	32,5	3,2
Διανυκτερεύσεις (εκατ.)	344,8	314,4	30,5
Δαπάνη (€ εκατ.)	41.034	30.494	10.540
Δαπάνη ανά ημέρα / ταξίδι (€)	1.142 / 119	931 / 97	3.323 / 346
Συνταξιωτές	75% σύντροφος	75% σύντροφος	69% σύντροφος
Φύλο επισκεπτών	58% Άνδρες	60% άνδρες	59% γυναίκες
Οικογενειακό εισόδημα	55% ανώτερο	53% ανώτερο	67% ανώτερο
Επίπεδο εκπαίδευσης	56% ανώτερο	55% ανώτερο	67% ανώτερο
Τύπος καταλύματος	31% σε 4* ξενοδοχείο	31% σε 4* ξενοδοχείο	40% σε 4* ξενοδοχείο
Διάρκεια παραμονής	39% 4-7 νύχτες	40% 4-7 νύχτες	50% 80-15 νύχτες
Τορ προορισμοί	23% Ισπανία 11% Ιταλία	24% Ισπανία 11% Ιταλία	17% ΗΒ 17% Ισπανία
Τύπος διακοπών	32% Sun & Beach 19% City Break	35% Sun & Beach 11% City Break	38% Περιηγητικός Τουρισμός 25% City Break



Επιπλέον πληροφορίες

Βασικοί παράγοντες ανάπτυξης

- Γήρανση του παγκόσμιου πληθυσμού
- ανάπτυξη της ασημένιας οικονομίας, ενώ σημαντικός παράγοντας για την ελκυστικότητα
- Υπηρεσίες ιατρικής περίθαλψης στους προορισμούς (π.χ. εξειδικευμένη γηριατρική φροντίδα και σύστημα ιατροφαρμακευτικής περίθαλψης)

Βέλτιστες πρακτικές

- Κίνητρα σε ηλικιωμένους (π.χ. επιχορήγηση, φορολογικά κίνητρα) για την πραγματοποίηση διακοπών σε τουριστικούς προορισμούς κατά τις περιόδους χαμηλής ζήτησης (ή/και πλήρους μετεγκατάστασης)
- Σχεδιασμός και προώθηση ειδικών τουριστικών πακέτων για τουρίστες τρίτης ηλικίας με σκοπό την αύξηση της τουριστικής ζήτησης σε λιγότερο ανεπτυγμένους προορισμούς

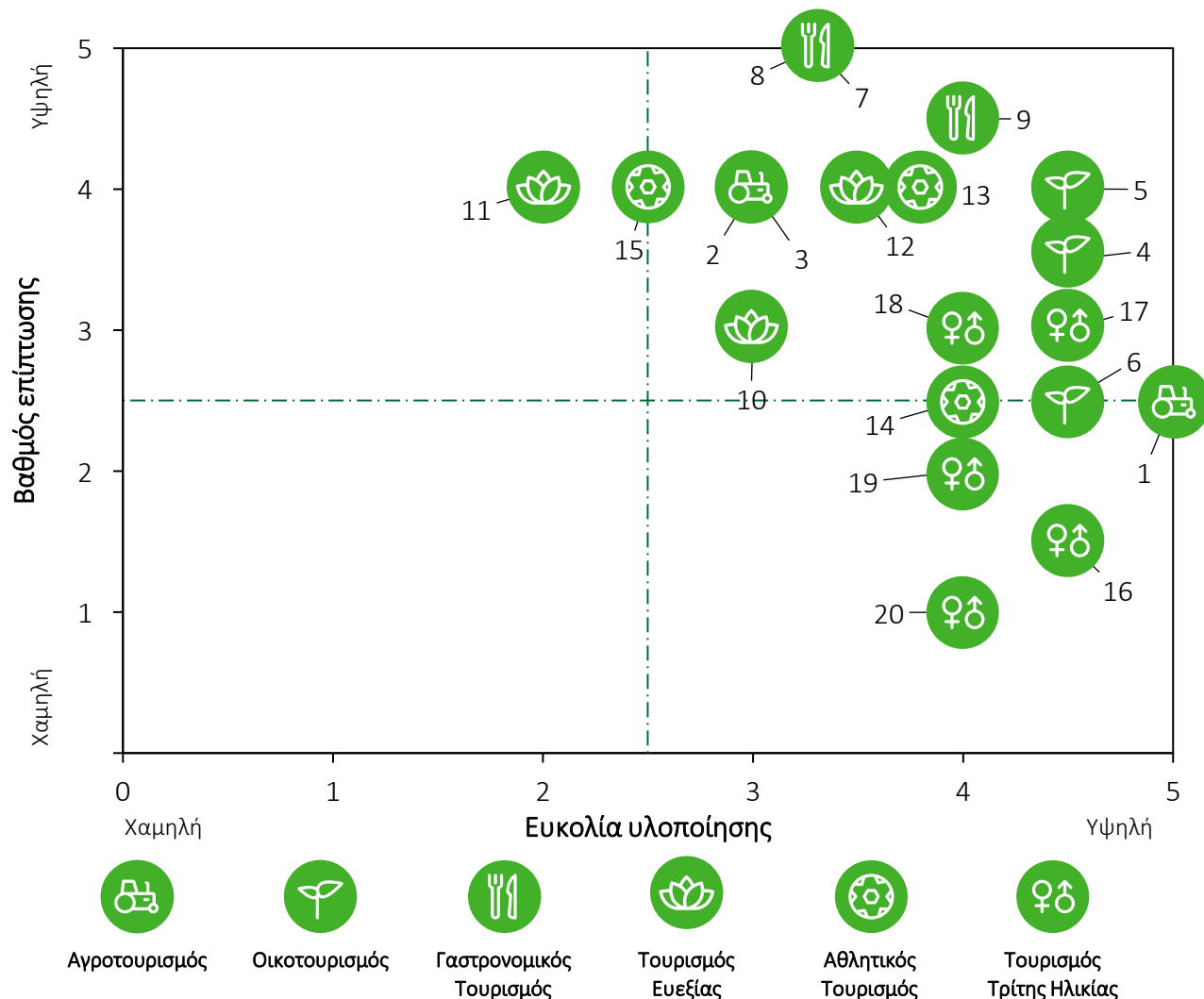


Ενδεικτικά επιτυχημένα παραδείγματα

-  SOWELL
-  EU Senior Tourism Initiative
-  Πρόγραμμα LAKTIVE
-  Escape
-  Tourage

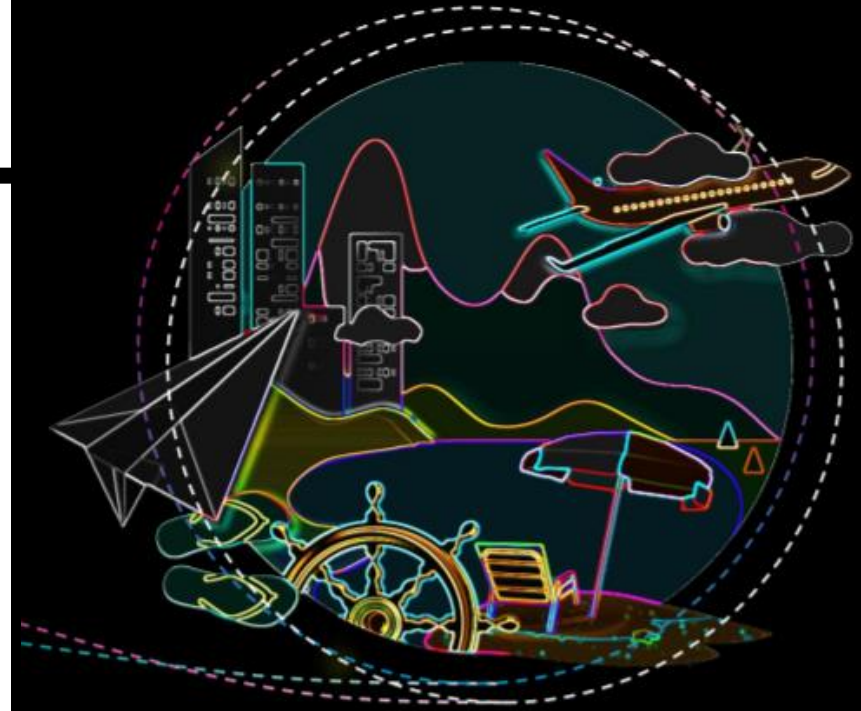
Συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα | συνοπτική επισκόπηση διεθνών βέλτιστων πρακτικών

Παρακάτω παρουσιάζεται η ταξινόμηση των διεθνών βέλτιστων πρακτικών ανά συμπληρωματικό τουριστικό προϊόν, που μελετήθηκαν στα πλαίσια του Έργου, με βάση την ευκολία υλοποίησης και το βαθμό επίπτωσής τους στον Ελληνικό τουρισμό.



Τουριστικό προϊόν	Διεθνής βέλτιστη πρακτική
1. Αγροτουρισμός	Ecoagrotours
2. Αγροτουρισμός	Agriturismo Italia
3. Αγροτουρισμός	Δίκτυο Bienvenue à la ferme
4. Οικοτουρισμός	Ceres EcoLabel
5. Οικοτουρισμός	Green Scheme of Slovenian Tourism (GSST)
6. Οικοτουρισμός	WILDSEA Europe
7. Γαστρονομικός Τουρισμός	Το παράδειγμα της Καταλονίας
8. Γαστρονομικός Τουρισμός	Το παράδειγμα της Σλοβενίας
9. Γαστρονομικός Τουρισμός	Πρόγραμμα Δράσης για τον Πορτογαλικό Οιντουρισμό
10. Τουρισμός Ευεξίας	Το παράδειγμα της Ελβετίας
11. Τουρισμός Ευεξίας	Relais Ternal
12. Τουρισμός Ευεξίας	Belvita Hotels & Vitalpina Hotels
13. Αθλητικός Τουρισμός	Ετικέτα Αθλητικού Τουρισμού Καταλονία
14. Αθλητικός Τουρισμός	Το παράδειγμα της Πορτογαλίας
15. Αθλητικός Τουρισμός	Το παράδειγμα της Σλοβενίας
16. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας	SOWELL
17. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας	EU Senior Tourism Initiative
18. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας	Πρόγραμμα LAKTIVE
19. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας	Escape
20. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας	Tourage

Ανάλυση βασικών διεθνών αγορών




Κύρια τουριστικά προϊόντα | Παγκόσμιος χάρτης






Σύμφωνα με τα στοιχεία της ΙΡΚ για το 2019, το 21,8% του παγκόσμιου εξερχόμενου τουρισμού αφορούσε το τουριστικό προϊόν Sun & Beach, με τις κατηγορίες City Break και Πολιτιστικός Τουρισμός να ακολουθούν με ποσοστά 15,9% και 10,4% αντίστοιχα.

 Κορυφαίες 10 χώρες προέλευσης ανά τουριστικό προϊόν παγκοσμίως βάσει του αριθμού ταξιδιών για το 2019


Sun & Beach





Αριθμός ταξιδιών: 226.368 χιλ.

Χώρα	Αρ. Ταξιδιών (χιλ.)	% του συνόλου
 1. Γερμανία	30.062	13,3%
 2. Ηνωμένο Βασίλειο	23.225	10,3%
 3. Κίνα	20.396	9,0%
 4. ΗΠΑ	17.023	7,5%
 5. Ρωσία	13.944	6,2%
 6. Γαλλία	12.065	5,3%
 7. Καναδάς	7.470	3,3%
 8. Ολλανδία	7.312	3,2%
 9. Νότια Κορέα	6.225	2,8%
 10. Ιταλία	5.704	2,5%

Ναυτικός Τουρισμός



Αριθμός ταξιδιών: 33.923 χιλ.

Χώρα	Αρ. Ταξιδιών (χιλ.)	% του συνόλου
 1. ΗΠΑ	14.299	42,2%
 2. Γερμανία	2.772	8,2%
 3. Ηνωμένο Βασίλειο	2.188	6,5%
 4. Κίνα	1.988	5,9%
 5. Καναδάς	1.781	5,3%
 6. Αυστραλία	1.333	3,9%
 7. Γαλλία	756	2,2%
 8. Ιταλία	509	1,5%
 9. Ιαπωνία	488	1,4%
 10. Σουηδία	370	1,1%


Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αριθμός ταξιδιών: 107.720 χιλ.

Χώρα	Αρ. Ταξιδιών (χιλ.)	% του συνόλου
 1. Κίνα	9.738	9,0%
 2. ΗΠΑ	9.210	8,6%
 3. Γερμανία	7.443	6,9%
 4. Γαλλία	6.108	5,7%
 5. Ηνωμένο Βασίλειο	5.386	5,0%
 6. Ρωσία	4.632	4,3%
 7. Νότια Κορέα	3.899	3,6%
 8. Ιταλία	3.576	3,3%
 9. Ισπανία	3.501	3,3%
 10. Καναδάς	3.382	3,1%


City Break



Αριθμός ταξιδιών: 164.739 χιλ.

Χώρα	Αρ. Ταξιδιών (χιλ.)	% του συνόλου
 1. Γερμανία	12.751	7,7%
 2. Ηνωμένο Βασίλειο	12.322	7,5%
 3. Κίνα	11.779	7,2%
 4. ΗΠΑ	10.955	6,7%
 5. Ιταλία	7.216	4,4%
 6. Νότια Κορέα	7.150	4,3%
 7. Ιαπωνία	6.474	3,9%
 8. Καναδάς	6.458	3,9%
 9. Γαλλία	5.832	3,5%
 10. Ισπανία	5.469	3,3%

MICE



Αριθμός ταξιδιών: 88.655 χιλ.

Χώρα	Αρ. Ταξιδιών (χιλ.)	% του συνόλου
 1. ΗΠΑ	12.314	13,9%
 2. Κίνα	6.082	6,9%
 3. Γερμανία	4.805	5,4%
 4. Ηνωμένο Βασίλειο	4.335	4,9%
 5. Ινδία	3.165	3,6%
 6. Γαλλία	2.943	3,3%
 7. Νότια Κορέα	2.651	3,0%
 8. Καναδάς	2.314	2,6%
 9. Ταϊβάν	2.128	2,4%
 10. Ιαπωνία	2.128	2,3%

Σημαντικότερες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό | Κύρια τουριστικά προϊόντα

Με βάση τη συγκριτική ανάλυση μεταξύ των σημαντικότερων αγορών σε διεθνές επίπεδο με τις κορυφαίες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό, εκτιμάται ότι οι δυνητικά σημαντικότερες αναδυόμενες αγορές για την Ελλάδα είναι η Κίνα, ο Καναδάς και η Νότια Κορέα.

Κορυφαίες 10 χώρες προέλευσης ανά κύριο τουριστικό προϊόν παγκοσμίως βάσει αριθμού ταξιδιών για το 2019 και κορυφαίες 10 χώρες προέλευσης για τον Ελληνικό τουρισμό βάσει αριθμού ταξιδιών για το 2017

Κατάταξη	 Sun & Beach	 Ναυτικός Τουρισμός	 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	 City Break	 MICE	Κατάταξη	 Σύνολο τουρισμού
1.	 Γερμανία	 ΗΠΑ	 Κίνα	 Γερμανία	 ΗΠΑ	1	 Γερμανία
2.	 ΗΒ	 Γερμανία	 ΗΠΑ	 ΗΒ	 Κίνα	2	 ΗΒ
3.	 Κίνα	 ΗΒ	 Γερμανία	 Κίνα	 Γερμανία	3	 Γαλλία
4.	 ΗΠΑ	 Κίνα	 Γαλλία	 ΗΠΑ	 ΗΒ	4	 Ιταλία
5.	 Ρωσία	 Καναδάς	 ΗΒ	 Ιταλία	 Ινδία	5	 Ολλανδία
6.	 Γαλλία	 Αυστραλία	 Ρωσία	 Ν. Κορέα	 Γαλλία	6	 Ρωσία
7.	 Καναδάς	 Γαλλία	 Ν. Κορέα	 Ιαπωνία	 Ν. Κορέα	7	 ΗΠΑ
8.	 Ολλανδία	 Ιταλία	 Ιταλία	 Καναδάς	 Καναδάς	8	 Πολωνία
9.	 Ν. Κορέα	 Ιαπωνία	 Ισπανία	 Γαλλία	 Ταϊβάν	9	 Βέλγιο
10.	 Ιταλία	 Σουηδία	 Καναδάς	 Ισπανία	 Ιαπωνία	10	 Ελβετία

Χώρα που δεν είναι μεταξύ των 10 κορυφαίων αγορών για τον Ελληνικό Τουρισμό

1. Δε συμπεριλαμβάνονται ταξίδια Ναυτικού Τουρισμού

Πηγές: World Travel Monitor*, IPK International, 2019, ΙΝΣΕΤΕ, Ανάλυση Deloitte

Δυνητικά σημαντικότερες αναδυόμενες αγορές για την Ελλάδα

Συγκρίνοντας τις σημαντικότερες παγκόσμιες αγορές για τα κύρια τουριστικά προϊόντα με τις σημαντικότερες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό, πιθανές αναδυόμενες αγορές προς εστίαση για την Ελλάδα είναι οι παρακάτω :

- **Κίνα – 50 εκατ. ταξίδια** (3^η στο Sun & Beach, 4^η στον Ναυτικό Τουρισμό, 1^η στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, 3^η στο City Break, 2^η στο MICE)
- **Καναδάς – 21,4 εκατ. ταξίδια** (7^{ος} στο Sun & Beach, 5^{ος} στον Ναυτικό Τουρισμό, 10^{ος} στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, 8^{ος} στο City Break, 8^{ος} στο MICE)
- **Νότια Κορέα – 19,9 εκατ. ταξίδια¹** (9^η στο Sun & Beach, 7^η στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, 6^η στο City Break, 7^η στο MICE)
- Επιπρόσθετες σημαντικές αγορές με περαιτέρω περιθώρια ενίσχυσης είναι οι εξής:
 - Ισπανία (9^η στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, 10^η στο City Break)
 - Ιαπωνία (7^η στο City Break, 9^η στον Ναυτικό Τουρισμό, 10^η στο MICE)
 - Ινδία (5^η στο MICE)
 - Ταϊβάν (9^η στο MICE)
 - Αυστραλία (6^η στον Ναυτικό Τουρισμό)

Σημαντικότερες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό | Διείσδυση της Ελλάδας

Επιπλέον, με βάση την συγκριτική ανάλυση, υφίστανται σημαντικά περιθώρια για βελτίωση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας στα κύρια τουριστικά προϊόντα τόσο συνολικά όσο και σε επιμέρους αγορές εισερχόμενου τουρισμού.

Μερίδιο αγοράς¹ της Ελλάδας στις κορυφαίες χώρες προέλευσης για τον Ελληνικό τουρισμό ανά προϊόν και ολικό μερίδιο αγοράς της Ελλάδας, της Ισπανίας, της Ιταλίας και της Τουρκίας βάσει αριθμού ταξιδιών

Κορυφαίες εισερχόμενες αγορές για τον Ελληνικό τουρισμό		Sun & Beach	Ναυτικός Τουρισμός	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break	MICE
1	Γερμανία	9,1%	2,4%	1,8%	2,0%	3,4%
2	ΗΒ	9,9%	6,2%	2,5%	1,4%	3,3%
3	Γαλλία	10,7%	2,3%	3,1%	1,9%	1,2%
4	Ιταλία	16,0%	15,6%	5,4%	1,4%	N/A
5	Ολλανδία	11,5%	N/A	N/A	N/A	N/A
6	Ρωσία	5,0%	N/A	2,5%	N/A	N/A
7	ΗΠΑ	0,9%	1,4%	2,5%	1,0%	0,6%
Ελλάδα		7,4%	2,3%	2,2%	1,0%	1,4%
1	Ισπανία	17,3%	7,0%	5,4%	5,4%	3,6%
2	Τουρκία	8,3%	1,4%	2,1%	1,4%	1,9%
3	Ιταλία	5,2%	4,8%	6,7%	6,0%	3,6%

 Μερίδιο αγοράς μικρότερο από το ολικό μερίδιο αγοράς της Ελλάδας
 Ολικό μερίδιο αγοράς της Ελλάδας
 Μερίδιο > Μερίδιο Ελλάδας
 Μερίδιο < Μερίδιο Ελλάδας

1. Εκτίμηση του αριθμού των εισερχόμενων ταξιδιών το 2019 για τις 10 κορυφαίες αγορές εισερχόμενου τουρισμού για την Ελλάδα το 2017 ανά κύριο τουριστικό προϊόν. Η αντιστοίχιση των τουριστικών προϊόντων και των τύπων ταξιδιού έχει ως εξής: Sun & Beach – Waterside holiday at the sea / at a lake, Ναυτικός Τουρισμός – Cruise and Other boat holiday, Πολιτιστικός & Θρησκευτικός – Tour holiday / round trip, City Break – City trip / Holiday in a city, MICE – MICE Business trips. Για τις αγορές του Βελγίου, της Πολωνίας και της Ελβετίας δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία προς εκτίμηση.

Πηγές: World Travel Monitor*, IPK International, 2019, INΣΕΤΕ, Ανάλυση Deloitte

Σχολιασμός

- Με βάση την ανάλυση του μεριδίου αγοράς της Ελλάδας σε κάθε κύριο τουριστικό προϊόν εκτιμάται ότι υπάρχουν περιθώρια και ευκαιρίες για αύξηση της διείσδυσης στην:
 - Ρωσική αγορά Sun & Beach
 - Αμερικανική αγορά Sun & Beach και MICE
 - Γερμανική αγορά Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού
 - Γαλλική αγορά MICE
- Επιπλέον, εκτιμάται ότι υπάρχουν περιθώρια και ευκαιρίες ενίσχυσης της διείσδυσης τόσο στα λιγότερο ανεπτυγμένα προϊόντα του Ναυτικού Τουρισμού, του Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού, του City Break και του MICE όσο και στο πιο κορεσμένο προϊόν του Sun & Beach.

Προτεινόμενες βασικές αγορές-στόχοι για τον Ελληνικό τουρισμό

- Εδραιωμένες και ώριμες αγορές εισερχόμενου τουρισμού της Δυτικής Ευρώπης (π.χ. Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Γαλλία)
- Σημαντικές αγορές εισερχόμενου τουρισμού της Ανατολικής Ευρώπης με εστίαση στην Ρωσία
- Σημαντικές αναδυόμενες αγορές για τον παγκόσμιο τουρισμό και συγκεκριμένα η Κίνα, η Ινδία και η Νότια Κορέα
- Ισχυρές και μεγάλες αγορές της Βόρειας Αμερικής (ΗΠΑ, Καναδάς)
















Προφίλ ταξιδιωτών και βασικά χαρακτηριστικά ταξιδιών

Ο εισερχόμενος τουρισμός στην Ελλάδα παρουσιάζει τις εξής διαφοροποιήσεις σε σχέση με την παγκόσμια αγορά των κύριων τουριστικών προϊόντων: μικρότερο ποσοστό ταξιδιωτών 15–24 ετών (29,6% έναντι 36,3%) και ανωτέρου επιπέδου εκπαίδευσης (62,2% έναντι 70,0%), καθώς και μεγαλύτερη χρήση ταξιδιωτικών πρακτορείων για την πραγματοποίηση κρατήσεων (37,7% έναντι 30,3%).

Προφίλ ταξιδιωτών και βασικά χαρακτηριστικά ταξιδιών	Παγκόσμια αγορά τουριστικών προϊόντων 2019						Αγορά εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα 2017															
	Σταθμικός Μ.Ο.	Sun & Beach	Ναυτικός Τουρ.	Πολ. & Θρησκ Τουρ.	City Break	MICE	Κόσμος	Σύνολο Ευρώπης	Γερμανία	ΗΒ	Γαλλία	Ιταλία	Ολλανδία	Ρωσία	Πολωνία	Βέλγιο	Ελβετία	Άλλες Ευρωπ.	Σύνολο μη Ευρωπ.	ΗΠΑ	Άλλες μη Ευρωπ.	
Ηλικία																						
15–24 έτη	36,3%	34,2%	22,8%	36,3%	38,8%	42,1%	29,6%	30,6%	25,2%	25,4%	21,8%	43,2%	22,1%	36,1%	33,8%	25,8%	24,3%	35,4%	20,4%	28,1%	15,8%	
25–54 έτη	42,8%	42,3%	30,9%	42,2%	43,5%	47,9%	42,4%	42,1%	44,1%	36,2%	40,3%	36,8%	36,5%	45,2%	50,4%	42,6%	48,4%	43,9%	45,1%	39,9%	48,3%	
55+ έτη	20,9%	23,6%	46,4%	21,5%	17,6%	10,0%	28,0%	27,2%	30,7%	38,4%	38,0%	20,0%	41,5%	18,7%	15,9%	31,8%	27,2%	20,6%	34,4%	32,0%	35,8%	
Φύλο																						
Ανδρας	52,6%	51,1%	47,9%	48,2%	52,0%	64,5%	50,5%	50,7%	52,3%	48,2%	41,7%	47,3%	45,7%	48,5%	53,1%	49,0%	43,2%	54,6%	48,5%	51,6%	46,5%	
Γυναίκα	47,4%	48,9%	52,1%	51,8%	48,0%	35,5%	49,5%	49,3%	47,7%	51,8%	58,3%	52,7%	54,3%	51,5%	46,9%	51,0%	56,8%	45,4%	51,5%	48,4%	53,5%	
Εισόδημα																						
Χαμηλά εισοδήματα	4,1%	3,6%	3,7%	3,8%	5,1%	3,9%	3,5%	3,7%	4,5%	3,4%	2,2%	5,3%	4,8%	0,1%	1,8%	3,3%	3,4%	4,1%	1,6%	0,5%	2,2%	
Μεσαία προς χαμηλά εισοδήματα	12,3%	12,4%	11,1%	14,8%	12,1%	10,1%	13,9%	14,2%	10,1%	18,6%	11,3%	18,9%	9,3%	12,4%	4,6%	14,9%	13,1%	15,9%	10,9%	10,3%	11,3%	
Μεσαία προς υψηλά εισοδήματα	23,5%	23,4%	21,5%	24,7%	24,0%	22,0%	23,7%	23,8%	22,3%	29,5%	24,4%	25,1%	23,2%	16,2%	26,0%	29,8%	14,4%	22,7%	22,5%	23,2%	22,1%	
Υψηλά εισοδήματα	60,1%	60,7%	63,7%	56,8%	58,8%	64,0%	58,9%	58,3%	63,1%	48,5%	62,1%	50,7%	62,7%	71,3%	67,6%	52,1%	69,1%	57,3%	64,9%	65,9%	64,3%	
Επίπεδο εκπαίδευσης																						
Κατώτερο επίπεδο	5,6%	7,6%	8,1%	2,9%	5,5%	3,2%	7,4%	7,9%	5,5%	16,1%	7,1%	3,8%	2,2%	0,5%	2,6%	2,9%	2,9%	9,3%	2,7%	2,9%	2,7%	
Μεσαίο επίπεδο	24,4%	28,6%	29,9%	21,6%	23,7%	16,2%	30,4%	31,5%	29,8%	26,8%	30,5%	44,1%	41,3%	19,5%	25,5%	36,6%	24,6%	33,0%	20,3%	17,3%	22,1%	
Ανώτερο επίπεδο	70,0%	63,9%	62,0%	75,5%	70,7%	80,6%	62,2%	60,6%	64,7%	57,1%	62,5%	52,0%	56,5%	80,0%	71,8%	60,5%	72,8%	57,7%	76,9%	80,0%	75,1%	
Διαμονή																						
Ξενοδοχείο	68,0%	65,4%	10,8%	77,0%	69,3%	83,7%	65,6%	65,5%	73,4%	66,8%	66,3%	64,5%	60,7%	76,9%	72,2%	71,9%	68,1%	59,6%	66,6%	59,6%	70,8%	
Ξενοδοχεία 4*/5*	44,5%	48,0%	4,2%	43,5%	41,0%	58,8%	41,8%	41,0%	57,8%	42,2%	45,1%	35,6%	38,8%	46,8%	37,3%	49,4%	46,9%	32,7%	48,7%	53,2%	46,1%	
Ξενοδοχεία 3*	21,0%	15,8%	5,2%	30,0%	24,5%	22,8%	20,7%	21,2%	13,2%	21,9%	19,1%	26,0%	21,2%	27,1%	33,1%	21,5%	19,4%	21,9%	16,3%	6,2%	22,5%	
Ξενοδοχεία Budget 1*/2*	2,6%	1,6%	1,3%	3,5%	3,8%	2,1%	3,1%	3,3%	2,5%	2,6%	2,2%	2,9%	0,7%	3,1%	1,8%	1,0%	1,8%	4,9%	1,5%	0,1%	2,3%	
Άλλα καταλύματα επί πληρωμή	25,1%	26,0%	86,5%	19,5%	22,3%	11,5%	27,1%	27,1%	20,2%	25,4%	29,3%	30,4%	35,3%	18,9%	22,2%	18,4%	29,3%	30,5%	26,9%	34,3%	22,3%	
Άλλα καταλύματα – χωρίς πληρωμή	5,8%	7,6%	2,0%	2,6%	7,5%	3,7%	6,4%	6,5%	5,8%	7,0%	4,4%	4,4%	2,5%	3,9%	4,4%	8,7%	2,6%	8,5%	5,4%	6,0%	5,1%	
Άλλα καταλύματα	1,0%	1,0%	0,8%	1,0%	0,9%	1,2%	0,9%	0,9%	0,6%	0,7%	0,0%	0,7%	1,4%	0,4%	1,1%	0,8%	0,3%	1,3%	1,2%	0,0%	1,9%	
Τρόπος κράτησης																						
Χωρίς προκράτηση	7,9%	7,0%	8,6%	6,0%	9,4%	9,5%	6,8%	7,5%	5,3%	7,4%	3,1%	3,0%	2,8%	1,5%	4,6%	2,5%	6,5%	12,1%	0,6%	0,0%	1,0%	
Προκράτηση	92,1%	93,0%	91,5%	94,0%	90,6%	90,6%	93,2%	92,5%	94,7%	92,6%	96,9%	97,0%	97,2%	98,5%	95,4%	97,5%	93,5%	87,9%	99,4%	100,0%	99,0%	
Ταξιδιωτικό πρακτορείο	30,3%	36,3%	34,8%	31,8%	20,8%	29,4%	37,7%	37,5%	33,2%	23,0%	35,9%	36,5%	33,7%	70,6%	63,2%	44,6%	39,5%	38,9%	39,3%	35,4%	41,7%	
Απευθείας κρατήσεις από το ξενοδοχείο	19,0%	16,9%	14,9%	19,0%	20,5%	23,3%	11,5%	11,2%	13,7%	10,7%	14,8%	10,7%	7,0%	9,8%	7,6%	5,2%	12,6%	11,1%	13,9%	20,3%	10,1%	
Απευθείας κρατήσεις από τη μεταφορική εταιρεία (πχ. αεροπορική)	14,1%	10,8%	14,1%	15,2%	17,2%	15,8%	9,6%	8,7%	14,8%	11,3%	5,8%	7,4%	5,6%	7,1%	1,9%	11,8%	13,4%	6,8%	18,1%	25,7%	13,5%	
Κρατήσεις μέσω διαδικτύου	77,1%	75,6%	69,9%	79,4%	81,3%	72,9%	74,2%	73,8%	77,2%	81,7%	72,1%	77,9%	85,0%	60,8%	63,6%	65,5%	73,6%	70,8%	77,4%	77,1%	77,6%	
Άλλοι τρόποι κρατήσεων (πχ. εταιρικοί ταξιδιωτικοί πράκτορες/ εσωτερικό τμήμα εταιρείας, τουριστικά γραφεία)	9,3%	6,8%	16,8%	7,6%	5,5%	22,0%	3,3%	3,0%	3,2%	1,7%	1,2%	4,8%	3,8%	3,9%	3,0%	2,9%	4,2%	3,1%	6,3%	9,6%	4,3%	

Βασικές αγορές-στόχοι & κύρια τουριστικά προϊόντα | Ενδεικτική αξιολόγηση

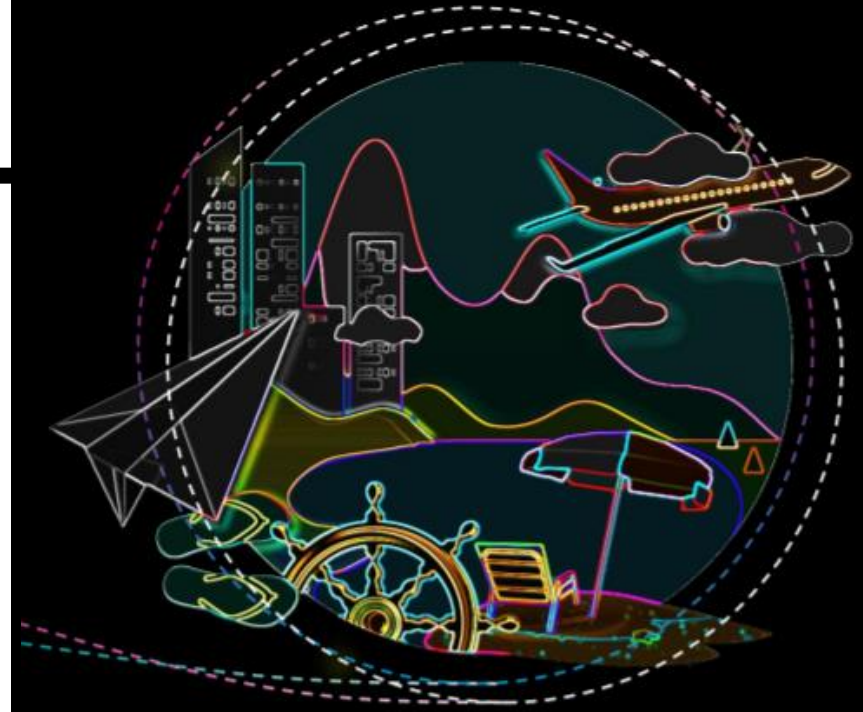
Με βάση την δυναμική, τη δυνατότητα / ευκολία προσέλκυσης και ανάπτυξης, καθώς και την επίδραση του COVID-19 στις βασικές αγορές-στόχους που αναγνωρίστηκαν, πραγματοποιήθηκε μία αρχική ενδεικτική αξιολόγηση της σημασίας, της καταλληλότητας και του αντικτύπου τους σε σχέση με τα κύρια τουριστικά προϊόντα του ελληνικού τουρισμού.

Αγορές-στόχοι	 Sun & Beach	 Ναυτικός Τουρισμός	 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	 City Break	 MICE
Αγορές της Δυτικής Ευρώπης					
 Γερμανία	●	◐	●	◐	◐
 Ηνωμένο Βασίλειο	●	◐	◐	◐	◐
 Γαλλία	◐	◐	◐	◐	◐
 Ιταλία	◐	◐	◐	◐	◐
Αγορές της Βόρειας Αμερικής					
 ΗΠΑ	◐	◐	◐	◐	◐
 Καναδάς	◐	◐	◐	◐	◐
Αγορές της Ανατολικής Ευρώπης					
 Ρωσία	◐	◐	◐	◐	◐
Αναδυόμενες αγορές					
 Κίνα	◐	◐	◐	◐	◐
 Νότια Κορέα	◐	◐	◐	◐	◐
 Ινδία	◐	◐	◐	◐	◐

● Υψηλή σημασία και καταλληλότητα με μεγάλο αντίκτυπο

○ Χαμηλή σημασία και καταλληλότητα χωρίς σημαντικό αντίκτυπο

Ανάλυση SWOT



Δυνατά σημεία

Με βάση τη χαρτογράφηση του τουριστικού προϊόντος και τα αποτελέσματα της Διαβούλευσης, έχουν αναγνωριστεί ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα στις Περιφέρειες της χώρας που μπορούν αποτελέσουν τη βάση για την αναγνώριση κατάλληλων στρατηγικών επιλογών για την εκμετάλλευσή τους.

Strengths – Δυνατά Σημεία

- Υψηλός αριθμός διεθνών αφίξεων και διανυκτερεύσεων, ιδιαίτερα στις 5 ανεπτυγμένες τουριστικά Περιφέρειες (η Ελλάδα συγκαταλέγεται μεταξύ των 10 μεγαλύτερων αεροπορικών αγορών της Ευρώπης)
- Υψηλά επίπεδα εισπράξεων στις 5 ανεπτυγμένες τουριστικά Περιφέρειες αλλά υψηλότερη μέση δαπάνη (άνω των €600) μόνο στις Περιφέρειες Νοτίου Αιγαίου, Κρήτης και Ιόνιων Νησιών, κυρίως λόγω του τουριστικού προϊόντος Sun & Beach
- Σχετικά υψηλά επίπεδα μέσης πληρότητας στις Περιφέρειες Κρήτης, Ιονίων Νησιών και Νότιου Αιγαίου (>60%), κυρίως λόγω του τουριστικού προϊόντος Sun & Beach, καθώς και στην Αττική (>50%)
- Η Ελλάδα συγκαταλέγεται μεταξύ των 5 ισχυρότερων τουριστικών brand διεθνώς
- Υψηλή ανταγωνιστικότητα του ελληνικού τουρισμού (25^η θέση διεθνώς) και περαιτέρω ενίσχυση της ανταγωνιστικής θέσης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού έναντι των βασικών ανταγωνιστικών χωρών κατά την πανδημία COVID-19
- Βελτίωση των υποδομών μεταφορών (ιδιαίτερα του βασικού οδικού δικτύου της χώρας) και της προσβασιμότητας στο σύνολο σχεδόν της ηπειρωτικής χώρας, πρόσφατα αναβαθμισμένες υποδομές αεροπορικής προσβασιμότητας και ισχυρή ανάκαμψη των πτήσεων (σημαντικές βελτιώσεις στα 14 αεροδρόμια που διαχειρίζεται η Fraport Greece αλλά και σε ορισμένους κρατικούς αερολιμένες όπως π.χ. Πάρος και Ιωάννινα), ισχυρή ανάκαμψη των πτήσεων το 2021 και σχετικά υψηλού επιπέδου ακτοπλοϊκές υπηρεσίες έχοντας σε τακτικές γραμμές μερικά από τα πιο σύγχρονα πλοία της Ευρώπης
- Επάρκεια και αναβάθμιση των υποδομών διαμονής και του ξενοδοχειακού δυναμικού κατά την τελευταία δεκαετία με υψηλούς δείκτες ικανοποίησης πελατών ξενοδοχείων (GRI) και σταθερά αυξανόμενη τάση σε σχέση με προηγούμενα έτη (2019: 87,1% και 2018: 86,3% σε εθνικό επίπεδο)
- Σημαντική βελτίωση τόσο στον αριθμό των εργαζομένων στον τομέα του Τουρισμού όσο και στο επίπεδο εκπαίδευσης αυτών κατά την περίοδο 2010-2019 σε όλες οι Περιφέρειες της χώρας - υψηλότερο δείκτη εκπαίδευσης εμφάνισε η Περιφέρεια Αττικής με χαμηλή όμως βελτίωση των εν λόγω δεικτών το αντίστοιχο διάστημα
- Υψηλό επίπεδο κουλτούρας φιλοξενίας, αίσθησης φιλικότητας και ασφάλειας για τον επισκέπτη
- Πολυνησιωτικότητα (πάνω από 6.000 νησιά), η μεγαλύτερη ακτογραμμή της Μεσογείου (~15.000 τ.χλμ.) και παραλίες υψηλού επιπέδου
- Γαστρονομικός πλούτος (μεσογειακή διατροφή, αγροδιατροφικά προϊόντα ΠΟΠ και ΠΓΕ), μοναδική ιστορική και πολιτιστική κληρονομιά (18 μνημεία UNESCO) καθώς και πλούσιο απόθεμα θρησκευτικών και περιβαλλοντικών / φυσικών πόρων που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη εναλλακτικών και θεματικών μορφών τουρισμού καθώς και την ευρύτερη τουριστική ανάπτυξη
- Ύπαρξη συνεδριακών υποδομών που μπορούν να υποστηρίξουν την ανάπτυξη του τουριστικού προϊόντος MICE (Αττική, Κεντρική Μακεδονία, Πελοπόννησος / Μεσσηνία, Κρήτη, Στερεά Ελλάδα)
- Ύπαρξη μαρίνων και τουριστικών λιμένων που μπορούν να υποστηρίξουν τον ναυτικό τουρισμό σκαφών αναψυχής (Αττική, Νότιο Αιγαίο, Δυτική Ελλάδα, Ιόνια Νησιά) – ωστόσο χρήζουν περαιτέρω βελτίωσης
- Ορισμένες υποδομές και δραστηριότητες Χειμερινού/Αθλητικού Τουρισμού (πεζοπορικές διαδρομές, ορειβασία, αναρρίχηση, καταφύγια, χιονοδρομικά κέντρα κ.α.), καθώς και φυσικές πηγές που προσφέρονται για την ανάπτυξη του Ιαματικού / Τουρισμού Ευεξίας
- Σημαντικά αστικά κέντρα με κατάλληλες υποδομές για την ανάπτυξη του City Break (Αττική, Κεντρική Μακεδονία, Ήπειρος, Θεσσαλία, Δυτική Ελλάδα, Ανατολική Μακεδονία και Θράκη, Κρήτη)
- Υψηλή άνοδος και ισχυρή δυναμική στον τομέα της κρουαζιέρας πριν την εμφάνιση του COVID-19 και σημαντικές ευκαιρίες περαιτέρω ενίσχυσης (π.χ. homeporting, αναβάθμιση υποδομών, κτλ.)

Αδύνατα σημεία

Από την άλλη πλευρά, οι Περιφέρειες της χώρας παρουσιάζουν ορισμένες αδυναμίες και προβλήματα που είναι κρίσιμο να αντιμετωπιστούν με στόχο την βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη αυτών και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που έχουν αναγνωριστεί.

Weaknesses – Αδύνατα Σημεία

- Υψηλός βαθμός εποχικότητας και χρονική συγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας στο 3ο τρίμηνο κάθε έτους
- Χωρική υπερσυγκέντρωση της τουριστικής δραστηριότητας σε 5 από τις 13 ελληνικές Περιφέρειες (τουριστικά ανεπτυγμένες Περιφέρειες: Αττική, Ιόνια Νησιά, Κεντρική Μακεδονία, Κρήτη, Νότιο Αιγαίο)
- Υψηλή εξάρτηση από πτήσεις charter και ανάγκη αναβάθμισης βασικού εξοπλισμού και συνδεσιμότητας με το εξωτερικό σε αερολιμένες που μπορούν να έχουν σημαντική περιοχή επιρροής
- Μη φιλικό αστικό περιβάλλον, άναρχη δόμηση, ζητήματα πολεοδομικού και χωροταξικού σχεδιασμού, υποβάθμιση του περιβάλλοντος, ανεπαρκής πρόσβαση και σύνδεση / ανάδειξη πολιτιστικών, θρησκευτικών, φυσικών και λουιτών πόρων, χαμηλή ποιότητας ορισμένων τουριστικών υποδομών
- Ζητήματα και ελλείψεις δημόσιων υποδομών (ορισμένοι κεντρικοί οδικοί άξονες, δευτερεύων οδικό δίκτυο, σιδηροδρομικό δίκτυο, μεθοριακοί σταθμοί, υγεία, νερό, ενέργεια, διαχείριση απορριμμάτων και αποβλήτων, υποδομές αρχαιολογικών χώρων και μουσείων κ.α.) που επιβαρύνονται από την αυξημένη τουριστική ζήτηση / κίνηση και αδυνατούν να ανταποκριθούν επαρκώς στις αυξημένες ανάγκες, καθώς και κορεσμός δημοφιλών προορισμών, οδηγώντας σε υποβάθμιση της ποιότητας ζωής των κατοίκων και των επισκεπτών, καθώς και του τουριστικού προϊόντος
- Ανάγκες επικαιροποίησης του θεσμικού πλαισίου, βελτίωσης της διαχείρισης και αναβάθμισης / ανάπτυξης των υποδομών Ναυτικού Τουρισμού yachting, κρουαζιέρα)
- Ελλιπής διεύθυνση και χρήση σύγχρονης ψηφιακής τεχνολογίας από τον ελληνικό τουριστικό τομέα (δημόσιο, επιχειρήσεις)
- Απουσία περιφερειακού φορέα διαχείρισης προορισμού (DMO) και ενεργού Παρατηρητηρίου τουρισμού σε όλες τις Περιφέρειες και αδυναμία στην ανάπτυξη σύνθετων τουριστικών προϊόντων
- Έλλειψη ενιαίου τουριστικού brand name και προβολής σχεδόν σε όλες τις Περιφέρειες της χώρας με αποτέλεσμα την ελλιπή αξιοποίηση των συγκριτικών πλεονεκτημάτων και της δυναμικής στον τομέα του τουρισμού
- Έλλειψη ποικιλίας (ψυχαγωγικών) δραστηριοτήτων για διαφορετικά τουριστικά κοινά
- Μονοδιάστατη εστίαση της προβολής και προώθησης του πολιτιστικού πλούτου και κληρονομιάς της Ελλάδας στην κλασική αρχαιότητα, χωρίς να αναδεικνύονται άλλες ιστορικές περιόδους ή ο σύγχρονος πολιτισμός, χωρίς να χρησιμοποιούνται σύγχρονοι τρόποι διάδρασης με τους πολιτιστικούς πόρους και χωρίς να αξιοποιείται πλήρως το συγκεκριμένο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα της χώρας για την εμπλουτισμό και την αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος
- Ανάγκη αναβάθμισης και εκσυγχρονισμού των δομών τουριστικής εκπαίδευσης, βελτίωσης της επαγγελματικής κατάρτισης των εργαζομένων και των μικρομεσαίων τουριστικών επιχειρήσεων και επιμόρφωσης των στελεχών του δημοσίου τομέα που σχετίζονται με τον τουρισμό
- Ανάγκη καλύτερου συντονισμού και ξεκάθαρου καθορισμού των αρμοδιοτήτων των εμπλεκόμενων φορέων με τον τουρισμό (π.χ. θέματα προβολής & προώθησης, εποπτείας, διαχείρισης πόρων και υποδομών, κανονιστικών πλαισίων)
 - Υπουργεία και σχετικοί φορείς (π.χ. Υπουργείο Τουρισμού, Υπουργείο Ναυτιλίας και Νησιωτικής Πολιτικής, Υπουργείο Υποδομών και Μεταφορών, Υπουργείο Περιβάλλοντος και Ενέργειας, Υπουργείο Αγροτικής Ανάπτυξης και Τροφίμων, Υπουργείο Ανάπτυξης και Επενδύσεων, Υπουργείο Πολιτισμού, ΕΟΤ κ.α.)
 - Φορείς τοπικής αυτοδιοίκησης (π.χ. Περιφέρειες, Δήμοι κ.α.)
 - Ιδιωτικοί φορείς: (π.χ. INΣΕΤΕ, Marketing Greece, ΞΕΕ κ.α.)
- Αδύναμη επιχειρηματική και συνεργατική κουλτούρα στον τουρισμό σε σχετικά μεγάλο αριθμό Περιφερειών

Ευκαιρίες

Με βάση τις διεθνείς τάσεις της αγοράς και τα αποτελέσματα της Διαβούλευσης έχουν εντοπιστεί ορισμένα χαρακτηριστικά, εξελίξεις και συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος που μπορούν να συμβάλλουν στη μελλοντική τουριστική ανάπτυξη των Περιφερειών της χώρας.

Opportunities – Ευκαιρίες

- Προώθηση της αξιοποίησης των 23 Περιφερειακών αεροδρομίων μέσω παραχώρησης του management σε ιδιώτες επενδυτές, συμβάλλοντας στη βελτίωση των υποδομών, των δυνατοτήτων και της συνδεσιμότητά τους με προορισμούς του εξωτερικού, την διείσδυση σε νέες αγορές και την προώθηση του προορισμού στον οποίον έχουν παρουσία
- Ανάπτυξη βιώσιμων δικτύων υδατοδρομίων ενεργοποιώντας έναν νέο μέσο μεταφοράς στον ελλαδικό χώρο που θα ενισχύσει την συνδεσιμότητα πρωτίστως των νησιωτικών περιοχών τόσο με την Ηπειρωτική Ελλάδα όσο και μεταξύ τους
- Αυξανόμενη διεθνής ζήτηση για «εναλλακτικά» και αυθεντικά τουριστικά προϊόντα και εμπειρίες που δεν εντάσσονται στα πλαίσια του παραδοσιακού μαζικού τουρισμού 'Ηλιος & Θάλασσα και παρέχουν τη δυνατότητα αξιοποίησης των φυσικών πόρων και της τοπικής κουλτούρας και παράδοσης των Περιφερειών για τη δημιουργία εξειδικευμένων τουριστικών προϊόντων (π.χ. Αγροτουρισμός και Οικοτουρισμός)
- Στροφή των ταξιδιωτών προς την επιλογή πράσινων τουριστικών προορισμών, επιχειρήσεων και καταλυμάτων που αξιοποιούν την κυκλική οικονομία
- Συνεχώς αυξανόμενη ζήτηση για τοπικά, παραδοσιακά προϊόντα και αναγνωρισμένα αγροτικά προϊόντα με σήματα πιστοποίησης ΠΓΕ και ΠΟΠ (π.χ. ελαιόλαδο, ελιά, τυροκομικά αγαθά, κρασιά)
- Αυξανόμενη ζήτηση των ταξιδιωτών για υγιεινά, θρεπτικά & τοπικά παρασκευασμένα, μέσω βιώσιμων διαδικασιών, τρόφιμα, η οποία ευνοεί την ανάπτυξη της τοπικής παραγωγής και τη βιωσιμότητα μικρών επιχειρήσεων
- Αυξανόμενη τάση των ταξιδιωτών για επιλογή ασφαλών, δευτερευόντων προορισμών που δεν εμφανίζουν φαινόμενα μαζικού τουρισμού και μπορούν να προσφέρουν αυθεντικές και μοναδικές εμπειρίες
- Αξιοποίηση των ευκαιριών που προκύπτουν από τη δυνατότητα εργασίας εξ' αποστάσεως, με τη εμφάνιση των ψηφιακών νομάδων, ενός πληθυσμού ανεξάρτητων εργαζομένων που συνδυάζουν το ταξίδι με την εργασία (workation), συμβάλλοντας στην τοπική τουριστική ανάπτυξη και οικονομία
- Η άνοδος της ασημένιας οικονομίας (Silver Economy), η αύξηση του προσδόκιμου ζωής και η βελτίωση της υγείας των ηλικιωμένων συντελούν στην ανάπτυξη συμπληρωματικών τουριστικών προϊόντων (π.χ. Τουρισμός Τρίτης Ηλικίας, Ιατρικός Τουρισμός, Τουρισμός Ευεξίας) και δημιουργούν σημαντικές ευκαιρίες για την επέκταση της τουριστικής περιόδου και την ανάπτυξη νέων προορισμών
- Ανάπτυξη Φορέων Διαχείρισης Προορισμού (DMOs) για την διαχείριση και προβολή του τουριστικού προϊόντος και αξιοποίηση των ψηφιακών τεχνολογιών και των Συστημάτων Διαχείρισης Προορισμού (DMS) με στόχο την αναγνώριση και προσέγγιση συγκεκριμένων τμημάτων πελατείας / αγορών (π.χ. Millennials / Gen Z) με αυξημένο τουριστικό ενδιαφέρον, την αποτελεσματικότερη ανάδειξη και προώθηση των τουριστικών προορισμών και προϊόντων των Περιφερειών και τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών
- Δημιουργία ολοκληρωμένων σύγχρονων ψηφιακών θεματικών κόμβων / ιστοσελίδων βελτιώνοντας την τουριστική εμπειρία και αξιοποιώντας την σύγχρονη ψηφιακή τεχνολογία και τα ψηφιακά κανάλια διανομής για την καλύτερη προβολή και προώθηση των τουριστικών επιχειρήσεων των Περιφερειών
- Σημαντικές και εμβληματικές (τουριστικές) επενδύσεις στο στάδιο του σχεδιασμού ή/και της κατασκευής που αναμένεται να αναβαθμίσουν περαιτέρω το προφίλ / ποιότητα των ελληνικών προορισμών
- Αξιοποίηση διαθέσιμων χρηματοδοτικών Ευρωπαϊκών / κρατικών εργαλείων / προγραμμάτων (π.χ. ΕΣΠΑ, Ταμείο Ανάκαμψης)
- Αξιοποίηση της θετικής εικόνας και της αποτελεσματικής διαχείρισης της υγειονομικής κρίσης του νέου κορονοϊού (COVID-19) από την Ελλάδα με στόχο την δημιουργία κλίματος ασφάλειας προς το ταξιδιωτικό κοινό και την εκμετάλλευση των ευκαιριών που εμφανίζονται

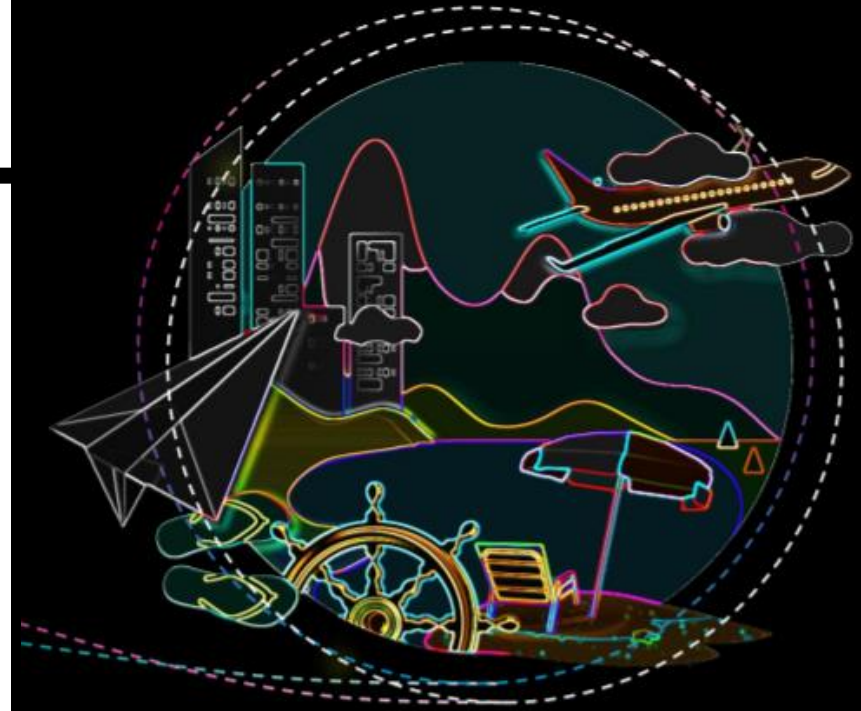
Απειλές

Ωστόσο, εντοπίζονται ενδεχόμενες αρνητικές εξελίξεις, χαρακτηριστικά και συνθήκες του εξωτερικού περιβάλλοντος που μπορούν, υπό προϋποθέσεις, να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην μελλοντική τουριστική ανάπτυξη των Περιφερειών της χώρας.

Threats – Απειλές

- Η ραγδαία γεωγραφική εξάπλωση του νέου κορονοϊού (COVID-19) επηρεάζει τις οικονομίες και κοινωνίες σε όλο τον κόσμο, με τις διαφαινόμενες επιπτώσεις και την απειλή μίας νέας οικονομικής ύφεσης, να δημιουργούν ένα καθεστώς αυξημένης αβεβαιότητας για τον κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας, όπως για παράδειγμα:
 - συρρίκνωση αφίξεων και εσόδων
 - κλείσιμο μικρών / υπερχρεωμένων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων
 - καθυστέρηση στην ανάκαμψη ορισμένων τομέων και τουριστικών προϊόντων όπως π.χ. η κρουαζιέρα και οι long haul πτήσεις
 - έντονη επίδραση και αντίκτυπος στον κλάδο του business travel
 - σύνδεση της ανάκαμψης με το παγκόσμιο εμβολιαστικό πρόγραμμα και συνδυασμός υγειονομικής με οικονομική κρίση με απρόβλεπτα αποτελέσματα στην καταναλωτική συμπεριφορά (π.χ. έντονα αισθήματα ανασφάλειας, υψηλή προτεραιότητα σε θέματα υγείας και ασφάλειας)
 - αύξηση του βαθμού της κρατικής (σύνδεση ρευστότητας με κρατικά επιδόματα και παροχές και κεντρικός σχεδιασμός ελέγχου τουριστικής κίνησης)
- Οικονομικά προβλήματα και αδυναμίες σε μεγάλους τουριστικούς πράκτορες που δύναται να επιφέρουν οικονομική δυσχέρεια στις τουριστικές επιχειρήσεις των Περιφερειών λόγω του υψηλού βαθμού εξάρτησης του τουριστικού προϊόντος από αυτούς (κυρίως στις ανεπτυγμένες τουριστικά Περιφέρειες)
- Αυξανόμενος διεθνής ανταγωνισμός για τις ανεπτυγμένες τουριστικές Περιφέρειες από προορισμούς στη Μεσόγειο που έχουν διαμορφώσει υψηλού επιπέδου κύρια τουριστικά προϊόντα
- Ισχυρός εγχώριος ανταγωνισμός μεταξύ Περιφερειών που εστιάζουν σε κοινά τουριστικά προϊόντα και διαθέτουν κοινά χαρακτηριστικά, πόρους και υποδομές
- Περιορισμός της εσωτερικής τουριστικής ζήτησης λόγω της οικονομικής κρίσης
- Διαρθρωτικά προβλήματα του Ελληνικού τραπεζικού συστήματος, έλλειψη ρευστότητας και χρηματοδότησης των εγχώριων τουριστικών επιχειρήσεων
- Υφιστάμενο πλαίσιο διαχείρισης και αξιοποίησης ευρωπαϊκών πόρων, που χαρακτηρίζεται από υπερβολική γραφειοκρατία επιφέροντας μεγάλες καθυστερήσεις, σε συνδυασμό με το δαιδαλώδες και πολυεπίπεδο νομοθετικό πλαίσιο για την διενέργεια διαγωνισμών και την υλοποίηση έργων (Ν. 4412/2016) που αυξάνουν τον κίνδυνο για μη απορρόφηση των σημαντικών πόρων της νέας ΠΠ 2021-2027
- Υψηλή ανάπτυξη προσφοράς ενοικιαζόμενων δωματίων μέσω πλατφορμών όπως π.χ. το Airbnb, χωρίς πρωτόκολλα ασφαλείας και σε αρκετές περιπτώσεις χωρίς Ειδικό Σήμα Λειτουργίας ή μη εγγεγραμμένα στο Μητρώο Ακινήτων Βραχυχρόνιας Διαμονής, συνιστώντας δυνητική απειλή στην εικόνα του τουριστικού προϊόντος κυρίως των ανεπτυγμένων τουριστικά Περιφερειών
- Κλιματική αλλαγή που απαιτεί νέες στρατηγικές για τη βιώσιμη διαχείριση των φυσικών πόρων στις ήδη επιβαρυνόμενες τουριστικά περιοχές αλλά και την αλλαγή στρατηγικής του παρεχόμενου τουριστικού προϊόντος, δημιουργώντας νέες και άγνωστες προκλήσεις σε τουριστικούς προορισμούς και επιχειρήσεις
- Η ανάπτυξη θεματικών τουριστικών προϊόντων –ιδίως όσων σχετίζονται με δραστηριότητες στη φύση- και ο εμπλουτισμός του προσφερόμενου τουριστικού προϊόντος και της τουριστικής εμπειρίας των επισκεπτών έχουν ως απαραίτητη προϋπόθεση το αυξημένο επίπεδο συνεργασίας των τοπικών κοινωνιών και δικτύωσης των επιχειρήσεων, κάτι που σε πολλές περιπτώσεις αποτελεί ζητούμενο
- Η λειτουργία του κράτους στον τομέα του τουρισμού σε Κεντρικό και Τοπικό επίπεδο, η οποία ακόμη διέπεται από επικάλυψη αρμοδιοτήτων καθώς και ελλιπή και μη εξειδικευμένη στελέχωση των αρχών της Τοπικής Αυτοδιοίκησης σε σχέση με τις ανάγκες του τουρισμού

Στρατηγική για τον ελληνικό τουρισμό



Επισκόπηση στρατηγικής



Όραμα & βασικοί στρατηγικοί στόχοι

Για την επίτευξη του οράματος για τον ελληνικό τουρισμό, αναγνωρίστηκαν οι βασικοί στρατηγικοί στόχοι με σκοπό να αναδειχθεί η Ελλάδα ως ένας από τους πιο ανταγωνιστικούς και βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως.



Όραμα

Η ανάδειξη και σύνθεση της μοναδικότητας της ελληνικής φύσης, του ελληνικού πολιτισμού, της ελληνικής φιλοξενίας και του ελληνικού τρόπου ζωής, μέσα από μια πληθώρα τουριστικών προϊόντων και εμπειριών που θα απευθυνθούν σε πολλές και διαφορετικές αγορές, καθιστώντας την Ελλάδα ως έναν από τους πιο ανταγωνιστικούς και βιώσιμους τουριστικούς προορισμούς παγκοσμίως. Ως αποτέλεσμα, ο τουρισμός θα εδραιωθεί ως πόλος οικονομικής, κοινωνικής και περιβαλλοντικής ανάπτυξης για το σύνολο των Περιφερειών της χώρας.

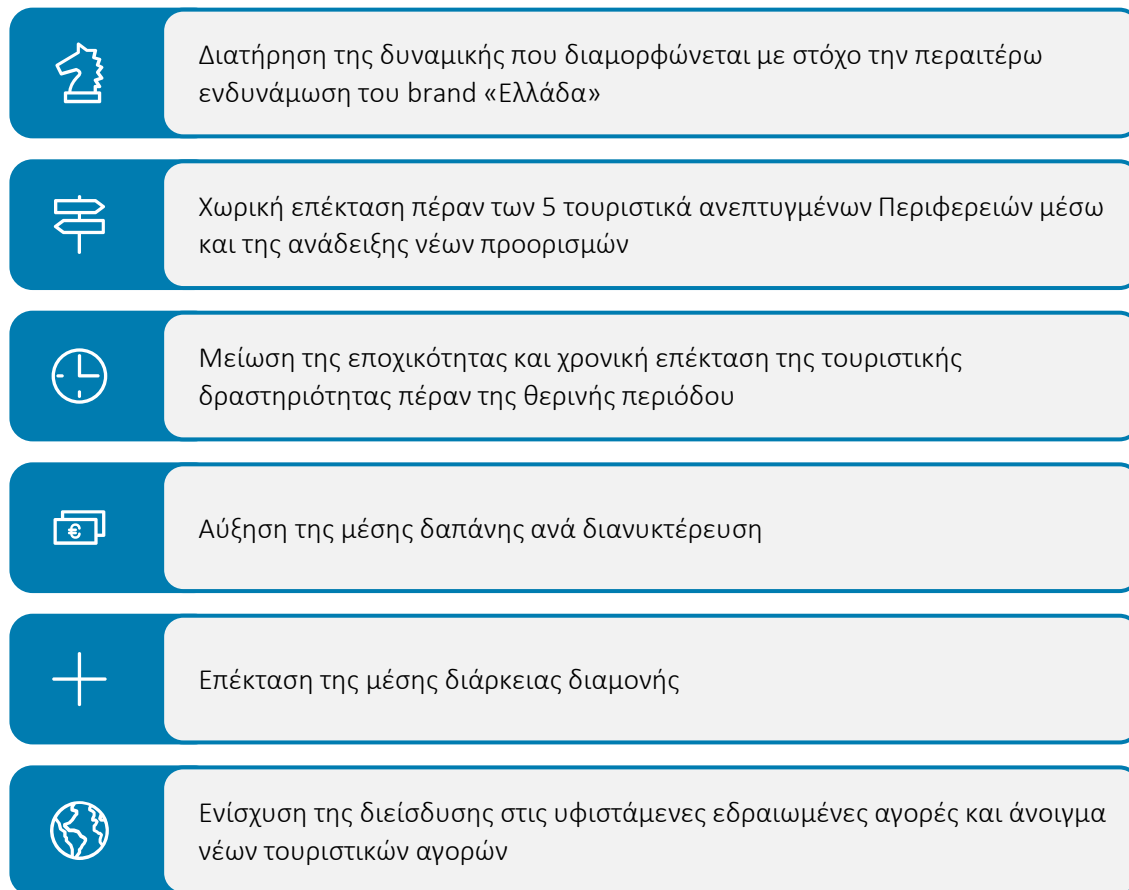
Βασικοί στρατηγικοί στόχοι ελληνικού τουρισμού

- | | | | | | |
|---|---|---|---|----|--|
|  | 1 | Ισχυρό παγκόσμιο τουριστικό brand με μεγάλη φήμη και αναγνωρισιμότητα |  | 6 | Βιώσιμο μοντέλο τουριστικής ανάπτυξης σε ευθυγράμμιση με τις αρχές της αειφορίας, της βιωσιμότητας και της κυκλικής οικονομίας |
|  | 2 | Ασφαλής τουριστικός προορισμός υψηλού επιπέδου για όλο το χρόνο |  | 7 | Υψηλού επιπέδου θέσεις εργασίας, καταρτισμένο εργατικό δυναμικό και ανταγωνιστικά προγράμματα επιμόρφωσης και κατάρτισης σε διεθνές επίπεδο |
|  | 3 | Σημαντικός αριθμός τουριστικών προορισμών σε όλη την επικράτεια με διαφορετικά χαρακτηριστικά, προσφερόμενα τουριστικά προϊόντα & εμπειρίες υψηλού επιπέδου |  | 8 | Υψηλό επίπεδο ψηφιοποίησης στον τομέα του τουρισμού και στις επιχειρήσεις του κλάδου |
|  | 4 | Πόλος έλξης για σημαντικά τουριστικά κοινά / τμήματα πελατείας (π.χ. Millennials, αναδυόμενες τουριστικές αγορές, digital nomads) |  | 9 | Ανταγωνιστικός προορισμός για τους επενδυτές με ελκυστικό και σταθερό επιχειρηματικό περιβάλλον, υποστηρικτικό για τις μικρομεσαίες επιχειρήσεις |
|  | 5 | Πρωτοπόρος προορισμός σε θέματα και δράσεις τουριστικής καινοτομίας και επιχειρηματικότητας |  | 10 | Συλλογικότητα, συνέργειες και κλίμα υποστήριξης και συνεργασίας μεταξύ όλων των τουριστικών εταίρων |

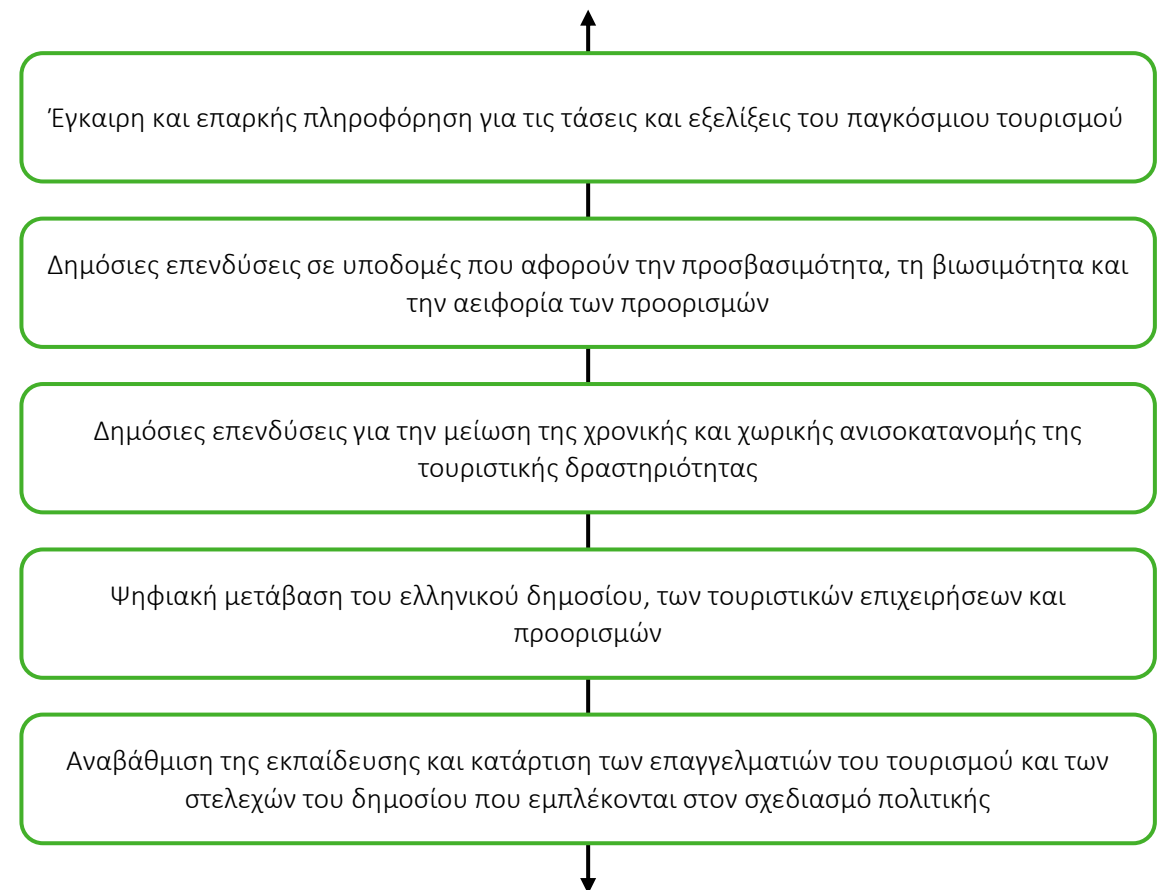
Κύριες στρατηγικές προτεραιότητες για τον ελληνικό τουρισμό

Η στρατηγική ανάπτυξης του ελληνικού τουρισμού εκτιμάται ότι θα πρέπει να εστιάσει στην ενδυνάμωση της ανταγωνιστικής θέσης της Ελλάδας ως τουριστικού προορισμού στοχεύοντας στις εξής κύριες στρατηγικές προτεραιότητες: την ενδυνάμωση του brand «Ελλάδα», την χωρική και χρονική επέκταση της τουριστικής δραστηριότητας, την αύξηση της μέσης ημερήσιας δαπάνης, την επέκταση της μέσης διάρκειας διαμονής καθώς και την ενίσχυση της διείσδυσης στις υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές και το άνοιγμα νέων.

Κύριες στρατηγικές προτεραιότητες για τον ελληνικό τουρισμό



Προϋποθέσεις για την ανάπτυξη του ελληνικού τουρισμού

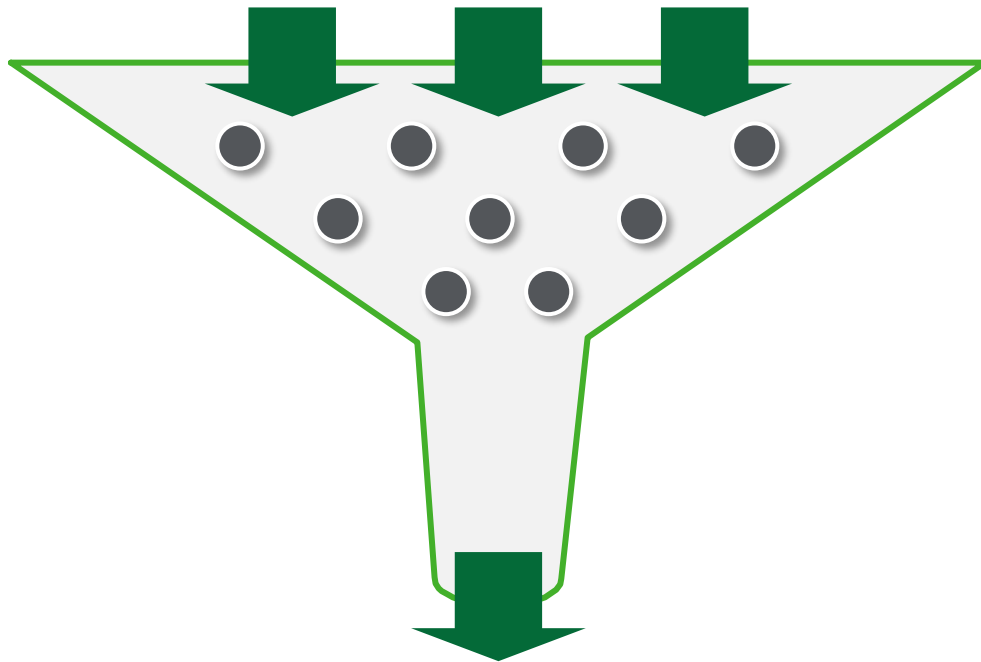


Μεθοδολογία επιλογής ενδεικτικών προορισμών

Στα πλαίσια του Έργου αναπτύχθηκε ολοκληρωμένη Στρατηγική και Σχέδιο Δράσης για ενδεικτικούς προορισμούς που επιλέχθηκαν με βάση τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που έχουν προκύψει από τις αναλύσεις του Έργου, καθώς και τη Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε με φορείς και υπηρεσίες των 13 Περιφερειών της χώρας και με σημαντικό αριθμό οργανισμών, επιχειρηματικών φορέων και παραγόντων της αγοράς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας.



Με βάση τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα των παραδοτέων του Έργου καθώς και τη Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε με φορείς και υπηρεσίες των 13 Περιφερειών της χώρας και με σημαντικό αριθμό οργανισμών, επιχειρηματικών φορέων και παραγόντων της αγοράς αναγνωρίστηκαν πιθανοί / ενδεικτικοί προορισμοί προς ανάπτυξη.



Αφού αναγνωρίστηκαν πιθανοί / ενδεικτικοί προορισμοί ανά Περιφέρεια, στη συνέχεια πραγματοποιήθηκε μία αρχική αξιολόγηση αυτών βάσει συγκεκριμένων κριτηρίων και επιλέχθηκαν ενδεικτικοί προορισμοί για τους οποίους και αναπτύχθηκαν στη συνέχεια ολοκληρωμένα Σχέδια Δράσης. Σημειώνεται ότι στην επιλογή των προορισμών ελήφθησαν υπόψη τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα της Διαβούλευσης.



Επιλογή ενδεικτικών προορισμών

Αφού αναγνωρίστηκαν πιθανοί / ενδεικτικοί προορισμοί ανά Περιφέρεια, αξιολογήθηκαν και επιλέχθηκαν με βάση τα παρακάτω:

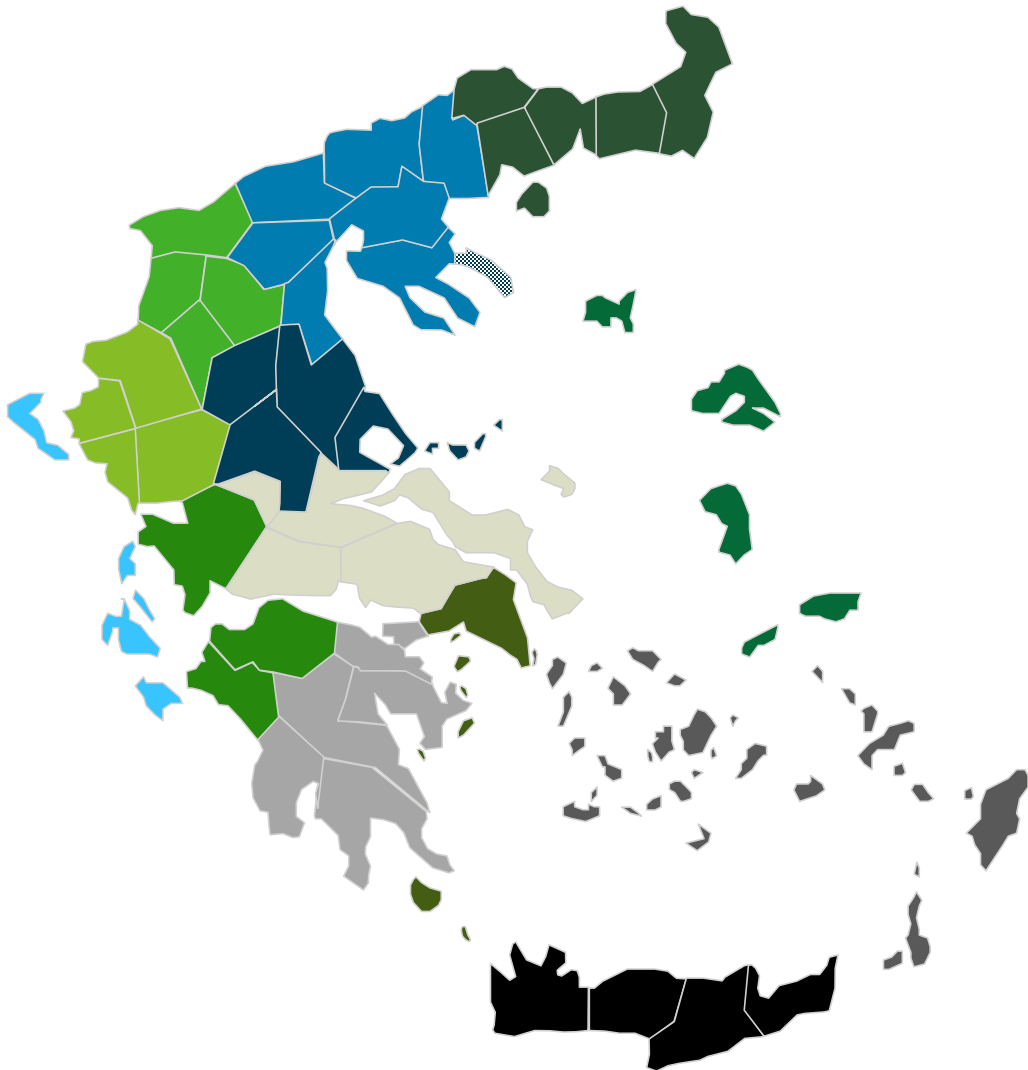
- Τα συμπεράσματα και τα αποτελέσματα των παραδοτέων του Έργου
- Συγκεκριμένα κριτήρια αξιολόγησης των προορισμών: προσβασιμότητα & συνδεσιμότητα, κύρια τουριστικά προϊόντα, συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα, διεθνής φήμη & αναγνωρισιμότητα, σημεία ενδιαφέροντος & Μνημεία UNESCO, υφιστάμενη ζήτηση, υφιστάμενη προσφορά (διαμονή)
- Τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα από τη Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε με φορείς και υπηρεσίες των 13 Περιφερειών της χώρας και με σημαντικό αριθμό οργανισμών, επιχειρηματικών φορέων και παραγόντων της αγοράς που δραστηριοποιούνται στον τομέα του τουρισμού και της φιλοξενίας.



- Με βάση τα αποτελέσματα και συμπεράσματα της Διαβούλευσης, στους προορισμούς που έχουν αναγνωριστεί συμπεριλαμβάνονται και ορισμένοι προορισμοί «ομπρέλα» που διαθέτουν σημαντική δυναμική και αναγνωρισιμότητα και μπορεί να περιλαμβάνουν είτε μία ολόκληρη Περιφέρεια είτε τμήματα αυτής.

Επιλεγμένοι ενδεικτικοί προορισμοί προς ανάπτυξη

Παρακάτω παρουσιάζονται οι ενδεικτικοί επιλεγμένοι προορισμοί για τους οποίους στα πλαίσια του Έργου αναπτύχθηκε ολοκληρωμένη Στρατηγική και Σχέδιο Δράσης με στόχο την ενίσχυση της τουριστικής τους ανάπτυξης.



Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης

1. Θράκη
2. Θάσος, Καβάλα & Δράμα

Περιφέρεια Αττικής

3. Αθήνα
4. Αθηναϊκή Ριβιέρα
5. Νησιά του Αργοσαρωνικού

Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου

6. Λέσβος, Λήμνος & Χίος
7. Σάμος & Ικαρία

Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

8. Δυτική Ελλάδα
9. Ολυμπία

Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας

10. Δυτική Μακεδονία
11. Βουνά και λίμνες της Δυτικής Μακεδονίας

Περιφέρεια Ηπείρου

12. Ιωάννινα & κοντινή ορεινή περιοχή
13. Ηπειρωτική ακτή

Περιφέρεια Θεσσαλίας

14. Βόλος, Πήλιο & Σποράδες
15. Μετέωρα & Δυτική Θεσσαλία

Περιφέρεια Ιονίων Νήσων

16. Νησιά Ιονίου
17. Κέρκυρα
18. Ζάκυνθος
19. Κεφαλλονιά, Ιθάκη & Λευκάδα

Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

20. Θεσσαλονίκη
21. Χαλκιδική
22. Όλυμπος & ακτές Πιερίας

Περιφέρεια Κρήτης

23. Κρήτη
24. Βόρεια Κρήτη
25. Νότια Κρήτη

Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | Δωδεκάνησα

26. Δωδεκάνησα
27. Ρόδος
28. Κως

Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | Κυκλάδες

29. Κυκλάδες
30. Σαντορίνη
31. Μύκονος

Περιφέρεια Πελοποννήσου

32. Βορειοανατολική Πελοπόννησος
33. Νότια Πελοπόννησος

Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας

34. Δελφοί, Παρνασσός & Ανατολική Στερεά Ελλάδα
35. Εύβοια & Σκύρος
36. Ευρυτανία

Προτεινόμενα τουριστικά προϊόντα ανά επιλεγμένο ενδεικτικό προορισμό (1)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα προϊόντα (κύρια και συμπληρωματικά) του χαρτοφυλακίου του ελληνικού τουρισμού που εκτιμάται ότι μπορούν να αναπτυχθούν σε κάθε έναν από τους επιλεγμένους ενδεικτικούς προορισμούς.

	Sun & Beach	Ναυτικός Τουρισμός (yachting)	Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break	MICE	Αγροτουρισμός	Οικοτουρισμός	Αθλητικός Τουρισμός	Γαστρονομικός Τουρισμός	Τουρισμός Ευεξίας
Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης											
1. Θράκη											
2. Θάσος, Καβάλα & Δράμα											
Περιφέρεια Αττικής											
3. Αθήνα											
4. Αθηναϊκή Ριβιέρα											
5. Νησιά του Αργοσαρωνικού											
Περιφέρεια Βόρειου Αιγαίου											
6. Λέσβος, Λήμνος & Χίος											
7. Σάμος & Ικαρία											
Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας											
8. Δυτική Ελλάδα											
9. Ολυμπία											
Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας											
10α. Δυτική Μακεδονία											
10β. Βουνά και λίμνες της Δυτικής Μακεδονίας											
Περιφέρεια Ηπείρου											
11. Ιωάννινα & κοντινή ορεινή περιοχή											
12. Ηπειρωτική ακτή											
Περιφέρεια Θεσσαλίας											
13. Βόλος, Πήλιο & Σποράδες											
14. Μετέωρα & Δυτική Θεσσαλία											
Περιφέρεια Ιονίων Νήσων											
15. Νησιά Ιονίου											
16. Κέρκυρα											
17. Ζάκυνθος											
18. Κεφαλονιά, Ιθάκη & Λευκάδα											

Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύων προϊόν

Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Προτεινόμενα τουριστικά προϊόντα ανά επιλεγμένο ενδεικτικό προορισμό (2)

Παρακάτω παρουσιάζονται τα προϊόντα (κύρια και συμπληρωματικά) του χαρτοφυλακίου του ελληνικού τουρισμού που εκτιμάται ότι μπορούν να αναπτυχθούν σε κάθε έναν από τους επιλεγμένους ενδεικτικούς προορισμούς.

	Sun & Beach	Ναυτικός Τουρισμός (yachting)	Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)	Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός	City Break	MICE	Αγροτουρισμός	Οικοτουρισμός	Αθλητικός Τουρισμός	Γαστρονομικός Τουρισμός	Τουρισμός Ευεξίας
Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας											
19. Θεσσαλονίκη											
20. Χαλκιδική											
21. Όλυμπος & ακτές Πιερίας											
Περιφέρεια Κρήτης											
22. Κρήτη											
23. Βόρεια Κρήτη											
24. Νότια Κρήτη											
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου Δωδεκάνησα											
25. Δωδεκάνησα											
26. Ρόδος											
27. Κως											
Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου Κυκλάδες											
28. Κυκλάδες											
29. Σαντορίνη											
30. Μύκονος											
Περιφέρεια Πελοποννήσου											
31. Βορειοανατολική Πελοπόννησος											
32. Νότια Πελοπόννησος											
Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας											
33. Δελφοί, Παρνασσός & Ανατολική Στερεά Ελλάδα											
34. Εύβοια & Σκύρος											
35. Ευρυτανία											

Εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένο / ιδιαίτερα ανεπτυγμένο προϊόν

Υφιστάμενο ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικό / δευτερεύων προϊόν

Προϊόν με χαμηλή σημασία και δυνατότητα ανάπτυξης

Μεθοδολογία ανάπτυξης Στρατηγικής και Σχεδίων Δράσης ανά προορισμό

Παρακάτω παρουσιάζεται η μεθοδολογία που ακολουθήθηκε για την ανάπτυξη της Στρατηγικής και των Σχεδίων Δράσης ανά προορισμό.

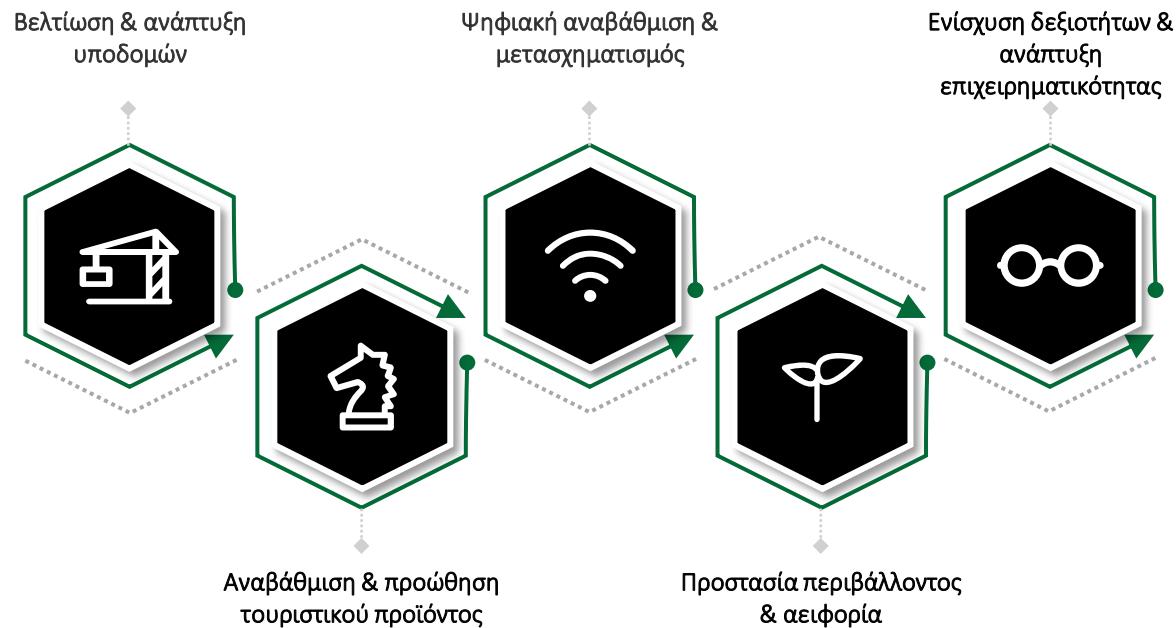
Ανάπτυξη Συνδυασμών Αγοράς - Προϊόντων

Για την ανάπτυξη της Στρατηγικής και τη διαμόρφωση ελκυστικών Συνδυασμών Αγοράς - Προϊόντων (Product Market Combinations – PMCs) ανά επιλεγμένο ενδεικτικό προορισμό λήφθηκαν υπόψη τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα που έχουν προκύψει από τα Παραδοτέα του Έργου καθώς και από τη Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε. Πιο συγκεκριμένα:

- Τα τουριστικά προϊόντα αναγνωρίστηκαν με βάση τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα των Παραδοτέων του Έργου, την Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε καθώς και την αξιολόγηση των επιλεγμένων προορισμών
- Οι αγορές αναγνωρίστηκαν με βάση τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα από τα Παραδοτέα του Έργου και την Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε, ενώ παράλληλα λήφθηκαν υπόψη οι υφιστάμενες αγορές του εκάστοτε προορισμού καθώς και πιθανές υφιστάμενες αγορές-στόχοι όπως αποτυπώνονται από τις μελέτες του ΙΝΣΕΤΕ και τα στοιχεία της Έρευνας Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος.

Ανάπτυξη Σχεδίων Δράσης

- Τα Σχέδια Δράσης ανά προορισμό αναπτύχθηκαν στις παρακάτω στρατηγικές περιοχές-άξονες, οι οποίες είναι κοινές σε όλα τα Σχέδια Δράσης των Προορισμών και η επιλογή τους βασίστηκε σε **βέλτιστες πρακτικές και επιτυχημένα παραδείγματα από ανταγωνιστικούς προορισμούς καθώς και στα αποτελέσματα και συμπεράσματα της Διαβούλευσης.**



- Για κάθε ένα από τα κύρια και συμπληρωματικά προϊόντα που έχουν αναγνωριστεί με βάση τους συνδυασμούς Αγορών – Προϊόντων σε κάθε προορισμό αναπτύχθηκαν στρατηγικές κατευθύνσεις που εξειδικεύονται σε συγκεκριμένες στρατηγικές δράσεις.
- Επιπλέον, σε κάθε προορισμό έχουν αναγνωρισθεί και αναπτυχθεί και στρατηγικές κατευθύνσεις (και αντίστοιχες στρατηγικές δράσεις) που έχουν οριζόντιο χαρακτήρα και αφορούν περισσότερα από ένα κύρια ή/και συμπληρωματικά τουριστικά προϊόντα και προέκυψαν από τα αποτελέσματα και τα συμπεράσματα των Παραδοτέων του Έργου και την Διαβούλευση που πραγματοποιήθηκε.

Περιφέρεια Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης

Για την τουριστική ανάπτυξη της Περιφέρειας Ανατολικής Μακεδονίας & Θράκης προτείνεται η εστίαση στα εναλλακτικά και θεματικά τουριστικά προϊόντα, καθώς και σε αγορές με γεωγραφική εγγύτητα.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



MICE



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Βουλγαρία



Τουρκία



Ρουμανία



Γερμανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Σερβία



Βόρεια Μακεδονία



Ηνωμένο Βασίλειο



Πολωνία



Τσεχία

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Θράκη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Θράκη».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



MICE



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Τουρκία



Βουλγαρία



Γερμανία



Σερβία



Βόρεια
Μακεδονία



Ρουμανία



Ηνωμένο
Βασίλειο

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Θάσος, Καβάλα & Δράμα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Θάσος, Καβάλα & Δράμα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



MICE

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Βουλγαρία



Τουρκία



Ρουμανία



Γερμανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Σερβία



Βόρεια
Μακεδονία



Ηνωμένο
Βασίλειο



Πολωνία



Τσεχία

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Αττικής

Για την Περιφέρειας Αττικής προτείνεται η πλήρης αξιοποίηση των διαθέσιμων πόρων και υποδομών, καθώς και των σημαντικών έργων και επενδύσεων που βρίσκονται στη φάση του σχεδιασμού / υλοποίησης, ιδιαίτερα στο παραλιακό μέτωπο του μητροπολιτικού κέντρου της Αθήνας, για την περαιτέρω ανάπτυξη των κύριων τουριστικών προϊόντων και την διεύρυνση σε νέες αγορές.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Sun & Beach



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Ηνωμένο Βασίλειο



Κύπρος



Γερμανία



Γαλλία



Ιταλία



Τουρκία



Αυστραλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ισπανία



Ολλανδία



Σκανδιναβία



Πολωνία



Ελβετία



Ρωσία



Καναδάς



Ισραήλ



Κίνα



Ινδία



N. Κορέα



M. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Αθήνα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Αθήνα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Sun & Beach



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Ηνωμένο Βασίλειο



Κύπρος



Γερμανία



Γαλλία



Ιταλία



Τουρκία



Αυστραλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ισπανία



Ολλανδία



Σκανδιναβία



Πολωνία



Ελβετία



Ρωσία



Καναδάς



Ισραήλ



Κίνα



Ινδία



N. Κορέα



M. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Αθηναϊκή Ριβιέρα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Αθηναϊκή Ριβιέρα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



Sun & Beach



MICE



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Ηνωμένο Βασίλειο



Κύπρος



Γερμανία



Γαλλία



Ιταλία



Τουρκία



Αυστραλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ισπανία



Ολλανδία



Σκανδιναβία



Πολωνία



Ελβετία



Ρωσία



Καναδάς



Ισραήλ



Κίνα



Ινδία



N. Κορέα



M. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Νησιά του Αργοσαρωνικού»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Νησιά του Αργοσαρωνικού».



Προϊόντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



ΗΠΑ



Ηνωμένο Βασίλειο



Κύπρος



Γερμανία



Γαλλία



Ιταλία



Τουρκία



Αυστραλία



Ισπανία



Ολλανδία



Σκανδιναβία



Πολωνία



Ισραήλ



Ρωσία



Καναδάς

Εγχώριος τουρισμός




Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου

Για την Περιφέρεια Βορείου Αιγαίου προτείνεται η ανάπτυξη τους ως νησιωτικού προορισμού με εναλλακτικό χαρακτήρα και εστίαση σε εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα, καθώς και στις αγορές της Δυτικής Ευρώπης, της γειτονικής Τουρκίας και του Ισραήλ.





Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα


 Sun & Beach


 Ναυτικός Τουρισμός (yachting)

 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

 Αγροτουρισμός

 Οικοτουρισμός


 Γαστρονομικός Τουρισμός

 Τουρισμός Ευεξίας

 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)

 Αθλητικός Τουρισμός



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Τουρκία



Ηνωμένο Βασίλειο



ΗΠΑ



Γερμανία



Ολλανδία



Σουηδία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Πολωνία



Δανία



Αυστρία



Νορβηγία



Βέλγιο



Φινλανδία



Ελβετία



Ιταλία



Τσεχία



Ισραήλ

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Λέσβος, Λήμνος & Χίος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Λέσβος, Λήμνος & Χίος».



Προϊόντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

- Sun & Beach
- Ναυτικός Τουρισμός (yachting)
- Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός
- Αγροτουρισμός
- Οικοτουρισμός
- Γαστρονομικός Τουρισμός
- Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

- Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)
- Αθλητικός Τουρισμός



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές

- Τουρκία
- Ηνωμένο Βασίλειο
- Γερμανία
- ΗΠΑ
- Ολλανδία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη

- Πολωνία
- Δανία
- Αυστρία
- Νορβηγία
- Βέλγιο
- Φινλανδία
- Ελβετία
- Ισραήλ

Εγχώριος τουρισμός



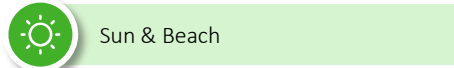
Προορισμός «Σάμος & Ικαρία»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Σάμος & Ικαρία».



Προϊοντική εστίαση

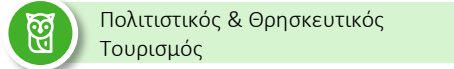
Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



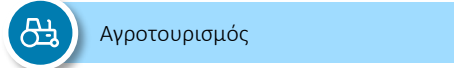
Sun & Beach



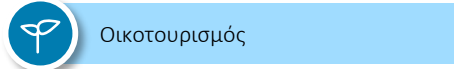
Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



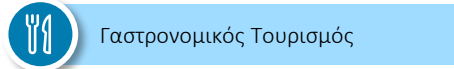
Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



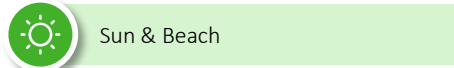
Αγροτουρισμός



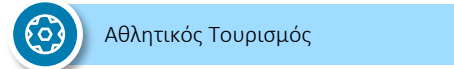
Οικοτουρισμός



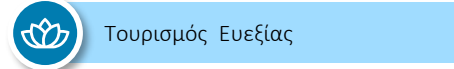
Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Αθλητικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Τουρκία



ΗΠΑ



Γερμανία



Ολλανδία



Σουηδία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ηνωμένο Βασίλειο



Νορβηγία



Ιταλία



Δανία



Τσεχία



Αυστρία



Φινλανδία



Βέλγιο



Ελβετία



Πολωνία



Ισραήλ

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας

Για την Περιφέρεια Δυτικής Ελλάδας προτείνεται η εστίαση της ανάπτυξης της ΠΕ Αιτωλοακαρνανίας στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα, της ΠΕ Αχαΐας στο συνδυασμό του Sun & Beach με το City Break / MICE, στοιχεία Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού και στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα και της ΠΕ Ηλείας στο Sun & Beach, στην κρουαζιέρα και στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Αλβανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ολλανδία



Ιταλία



Πολωνία



Αυστρία



ΗΠΑ



Κίνα



Ν. Κορέα



Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Δυτική Ελλάδα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Δυτική Ελλάδα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Αλβανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ολλανδία



Ιταλία



Πολωνία



Αυστρία



ΗΠΑ



Κίνα



Ν. Κορέα



Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Ολυμπία»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ολυμπία».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Αλβανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ολλανδία



Ιταλία



Πολωνία



Αυστρία



ΗΠΑ



Κίνα



Ν. Κορέα



Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Δυτικής Μακεδονίας

Για την τουριστική ανάπτυξη των προορισμών (Προορισμοί «Δυτική Μακεδονία» και «Βουνά και λίμνες της Δυτικής Μακεδονίας») της Περιφέρειας Δυτικής Μακεδονίας και των προορισμών προτείνεται η εστίαση στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα που θα πρέπει να εμπλουτιστούν, ενοποιηθούν και προβληθούν ως ενιαίο προϊόν, καθώς και στις αγορές των Βαλκανικών χωρών, που διαθέτουν γεωγραφική εγγύτητα και σε βασικές αγορές της Ευρώπης για τις οποίες η Ελλάδα αποτελεί δημοφιλή προορισμό όπως π.χ. η Γερμανία.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αλβανία



Βουλγαρία



Ρουμανία



Βόρεια
Μακεδονία



Γερμανία

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Ηπείρου

Για την Περιφέρεια Ηπείρου προτείνεται η εστίαση στα εναλλακτικά / θεματικά τουριστικά προϊόντα, τον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό και το City Break στην ΠΕ Ιωαννίνων. Από την άλλη πλευρά, η εστίαση των ΠΕ Πρέβεζας και Θεσπρωτίας προτείνεται να γίνει στο Sun & Beach, στο yachting και στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



MICE



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αλβανία



Ρουμανία



Ουκρανία



Σερβία



Γερμανία



Σουηδία



Νορβηγία



Κύπρος



Ολλανδία



Ιταλία



Η. Βασιλείο



Τσεχία



Δανία



Φινλανδία



Τουρκία



Ισραήλ

Εγχώριος τουρισμός



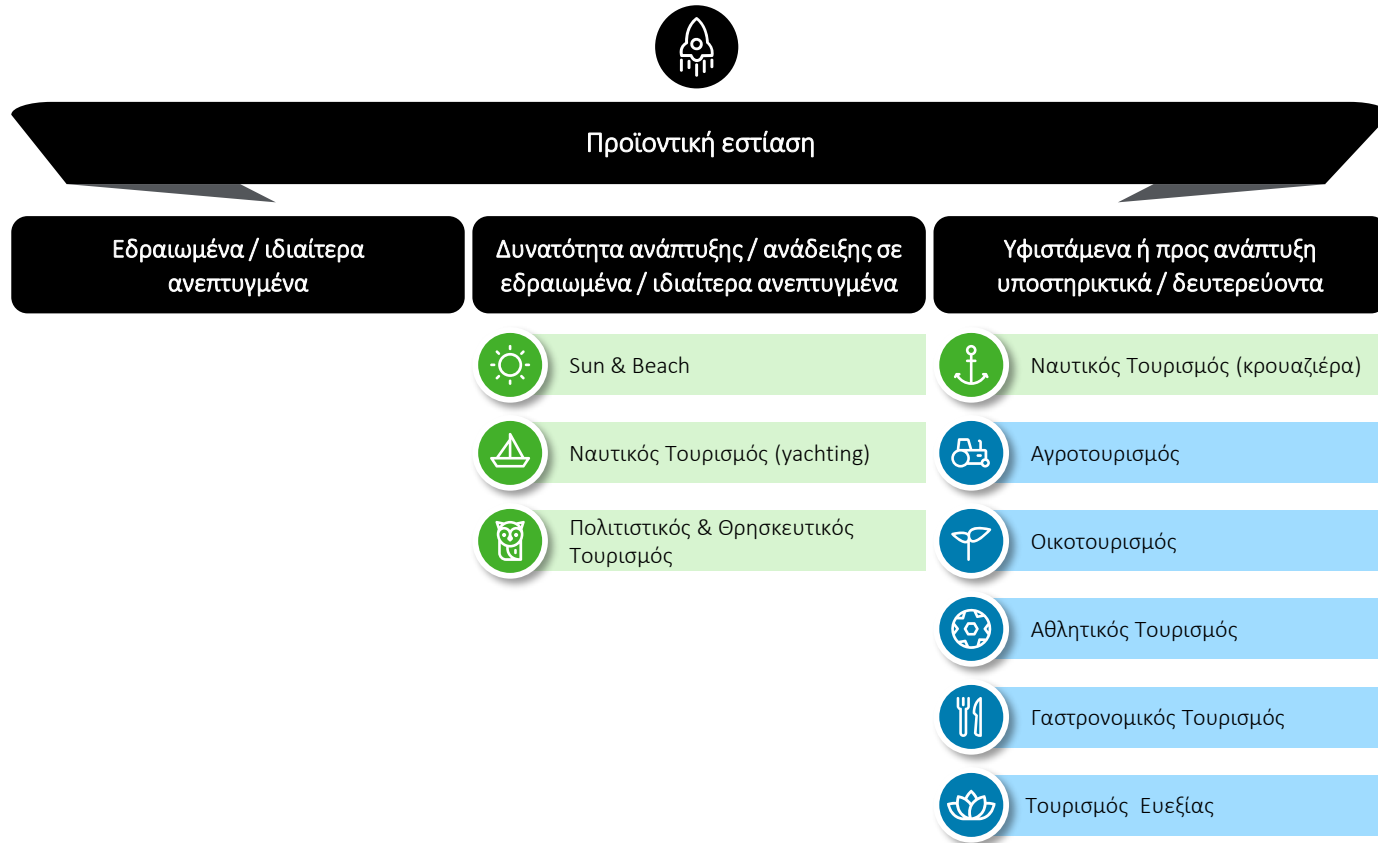
Προορισμός «Ιωάννινα & κοντινή ορεινή περιοχή»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ιωάννινα & κοντινή ορεινή περιοχή».



Προορισμός «Ηπειρωτική ακτή»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ηπειρωτική ακτή».



Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Θεσσαλίας

Αποτελεί Περιφέρεια με δυνατότητα ανάπτυξης διαφορετικών προϊόντων: στο Βόλο, στο Πήλιο και στις Σποράδες προτείνεται η εστίαση στο Sun & Beach, στο yachting και στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα, ενώ στα Μετέωρα και στη Δυτική Θεσσαλία εστίαση στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό και στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Οικοτουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αγροτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ιταλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Ρουμανία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Κύπρος



Ολλανδία



Βέλγιο



Λουξεμβούργο



Αυστρία



Σερβία



Ελβετία



Γαλλία



Σκανδιναβία



Πολωνία



Τσεχία



Βουλγαρία



ΗΠΑ



Ισραήλ



Καναδάς



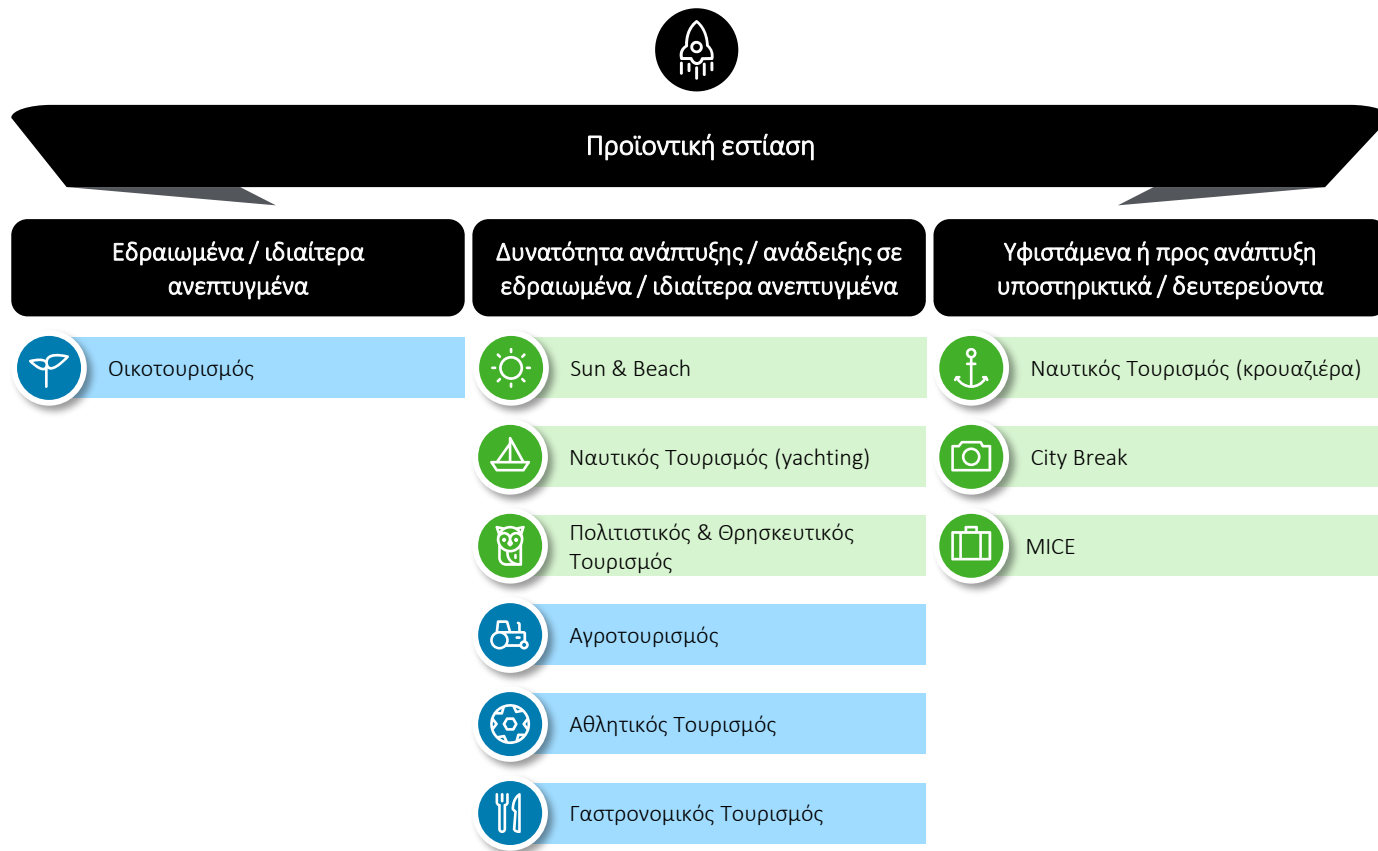
Ρωσία

Εγχώριος τουρισμός



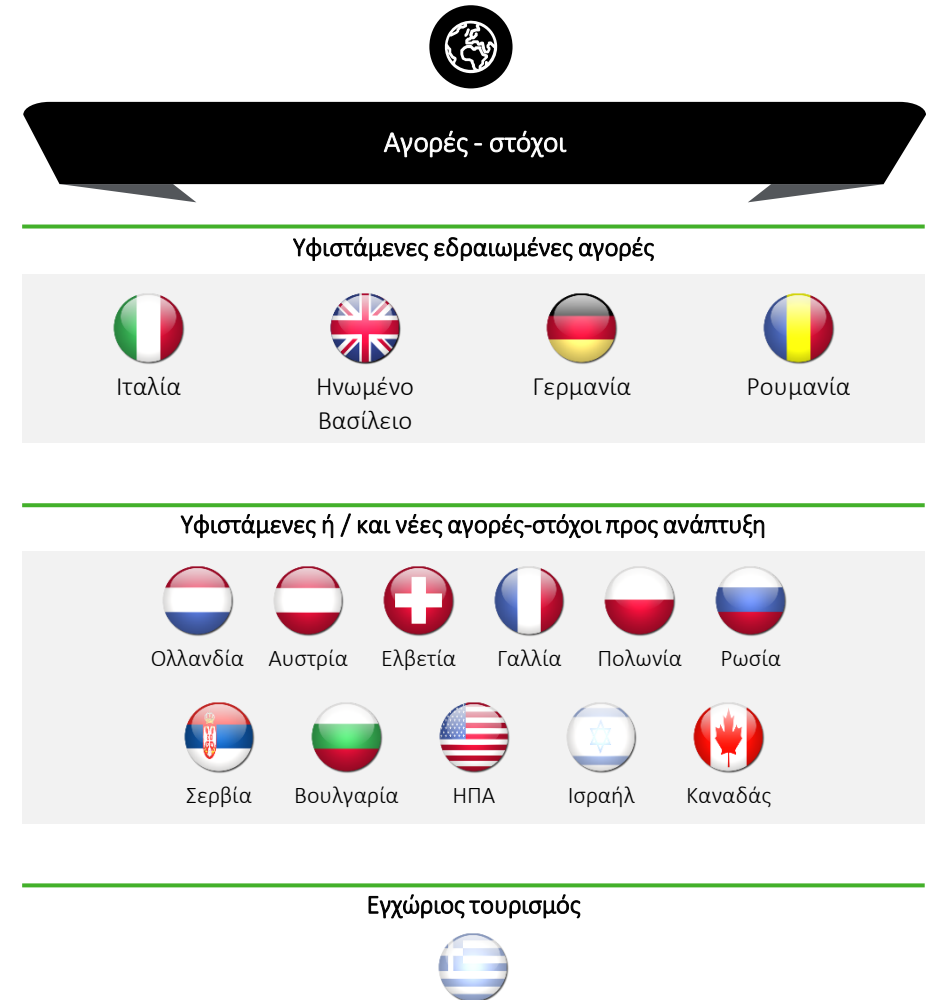
Προορισμός «Βόλος, Πήλιο & Σποράδες»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Βόλος, Πήλιο & Σποράδες».



Προορισμός «Μετέωρα & Δυτική Θεσσαλία»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Μετέωρα & Δυτική Θεσσαλία».



Περιφέρεια Ιονίων Νήσων

Για την ανάπτυξη της Περιφέρειας Ιονίων Νήσων προτείνεται η εστίαση στα προϊόντα Sun & Beach, Ναυτικός Τουρισμός, Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός και Γαστρονομικός Τουρισμός. Παράλληλα, εκτιμάται ότι απαιτείται περαιτέρω εμπλουτισμός του τουριστικού προϊόντος καθώς και διασπορά της τουριστικής ανάπτυξης και στα υπόλοιπα νησιά πέραν της Κέρκυρας και της Ζακύνθου, διατηρώντας την ισορροπία μεταξύ της αυθεντικότητας, της φέρουσας ικανότητας και της τουριστικής ανάπτυξης.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Ιταλία



Πολωνία



Ολλανδία



Γαλλία



Αυστρία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Σερβία



Ελβετία



Βέλγιο



Σουηδία



Δανία



Αλβανία



Τσεχία



ΗΠΑ



Ισραήλ



Ρωσία



Καναδάς



Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Ιόνια Νησιά»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ιόνια Νησιά».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Ιταλία



Πολωνία



Ολλανδία



Γαλλία



Αυστρία



Ρωσία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Σερβία



Ελβετία



Βέλγιο



Σουηδία



Δανία



Αλβανία



ΗΠΑ



Καναδάς



Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Κέρκυρα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Κέρκυρα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Ιταλία



Γαλλία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ολλανδία



Τσεχία



Αυστρία



Ρωσία



Ελβετία



Βέλγιο



Σουηδία



Αλβανία



ΗΠΑ



Ισραήλ



Καναδάς



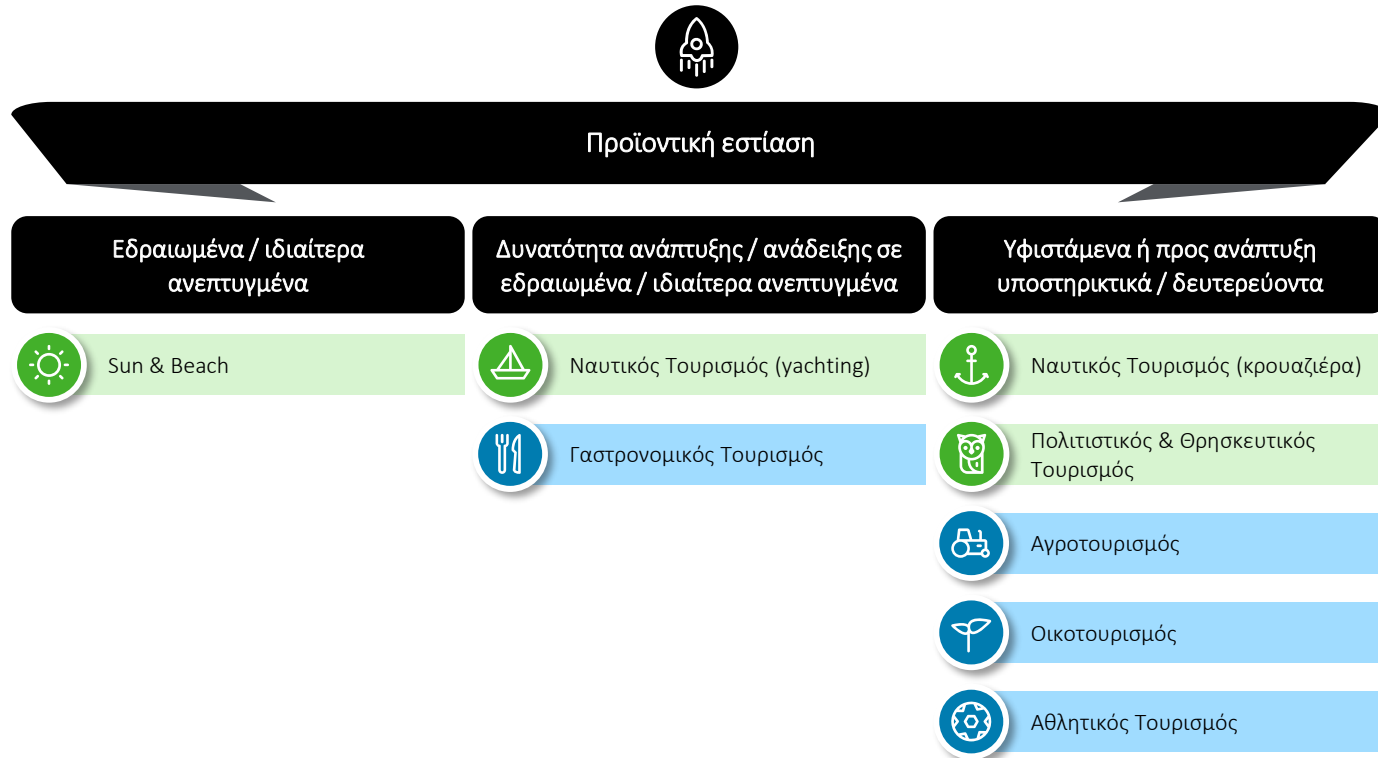
Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



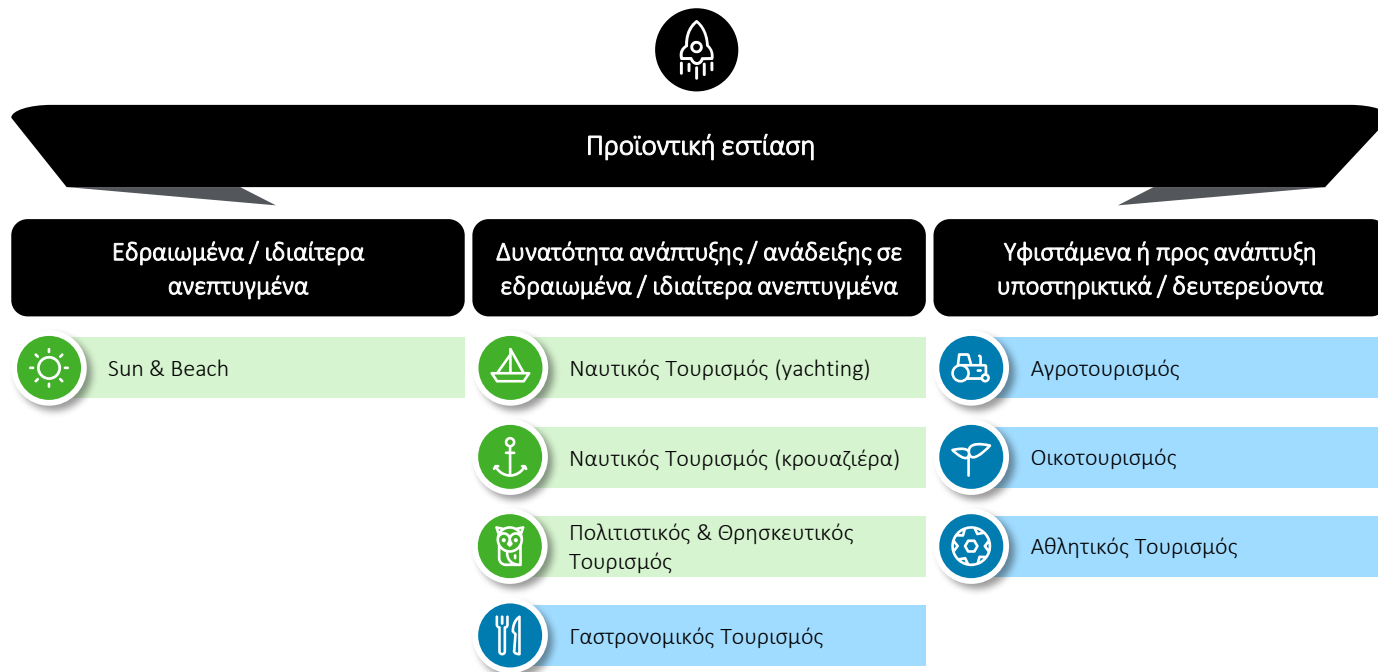
Προορισμός «Ζάκυνθος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ζάκυνθος».



Προορισμός «Κεφαλονιά, Ιθάκη & Λευκάδα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Κεφαλονιά, Ιθάκη & Λευκάδα».



Περιφέρεια Κεντρικής Μακεδονίας

Για την τουριστική ανάπτυξης της Περιφέρειας προτείνεται η ενίσχυση του Πολιτιστικού & Θρησκευτικού Τουρισμού σε όλη την Περιφέρεια, η εδραίωση της Θεσσαλονίκης ως βασικού τουριστικού πόλου διεθνούς ενδιαφέροντος (City Break, MICE, homeport κρουαζιέρα, Γαστρονομικός και Αθλητικός Τουρισμός), η ανάδειξη της Χαλκιδικής σε προορισμό Sun & Beach υψηλού επιπέδου, η περαιτέρω ενίσχυση της Πιερίας στο Sun & Beach καθώς και η τουριστική αξιοποίηση του διεθνούς brand name «Όλυμπος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Αθλητικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο



Κύπρος



Σερβία



Βουλγαρία



Ρουμανία



Βόρεια Μακεδονία



Ρωσία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Ιταλία



Ολλανδία



Αυστρία



Πολωνία



Βέλγιο



Γαλλία



Τουρκία



Ισραήλ



Σουηδία



Δανία



Ουγγαρία



Τσεχία



Σλοβακία

Εγχώριος τουρισμός




Προορισμός «Θεσσαλονίκη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Θεσσαλονίκη».




Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

 Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός


 City Break

 MICE


 Γαστρονομικός Τουρισμός


Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα


 Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)

 Αθλητικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

 Ναυτικός Τουρισμός (yachting)

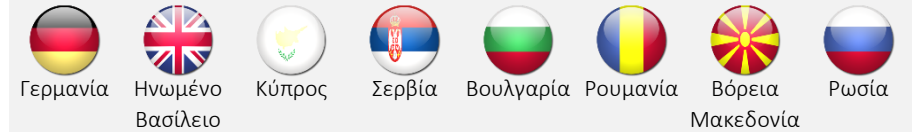
 Οικοτουρισμός

 Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη

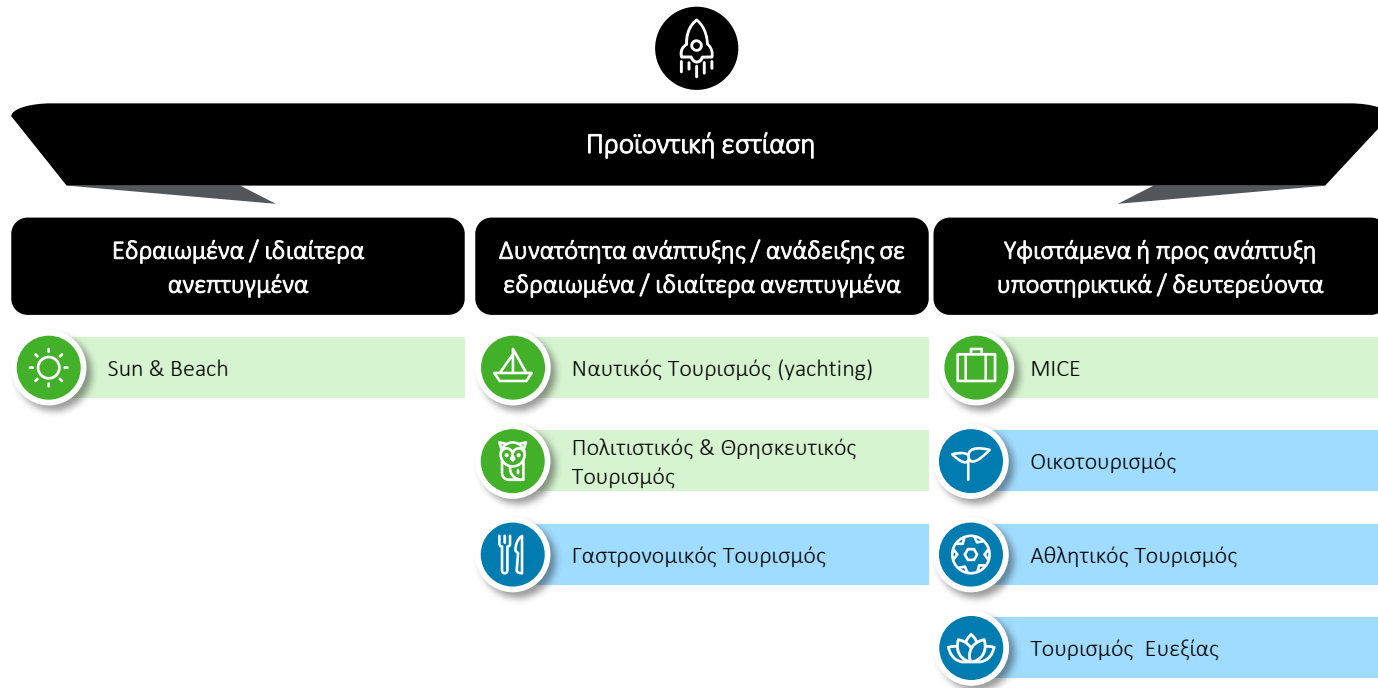


Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Χαλκιδική»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Χαλκιδική».



Προορισμός «Όλυμπος & ακτές Πιερίας»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Όλυμπος & ακτές Πιερίας».



Προϊόντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Σερβία



Βουλγαρία



Ρουμανία



Βόρεια
Μακεδονία



Πολωνία



Ουγγαρία



Τσεχία



Σλοβακία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Κύπρος



Ηνωμένο
Βασίλειο



Ιταλία



Βέλγιο



Ρωσία



Ισραήλ



Τουρκία

Εγχώριος τουρισμός



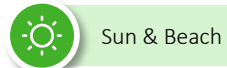
Περιφέρεια Κρήτης

Η Περιφέρεια Κρήτης αποτελεί έναν από τους κορυφαίους, εμβληματικούς και αναγνωρίσιμους ελληνικούς προορισμούς με σημαντικές δυνατότητες για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη και επέκταση της τουριστικής περιόδου μέσω της ανάπτυξης και του εμπλουτισμού / διαφοροποίησης / αναβάθμισης του City Break, του MICE και των συμπληρωματικών προϊόντων και της αποτελεσματικότερη προβολής και προώθησης του τουριστικού προϊόντος. Βασική πρόκληση αποτελεί η διασφάλιση της βιώσιμης και αιεφόρου τουριστικής ανάπτυξης.

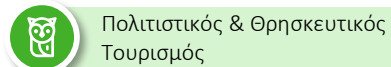


Προϊοντική εστίαση

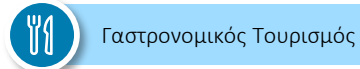
Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



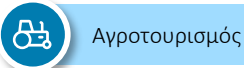
Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



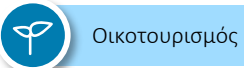
City Break



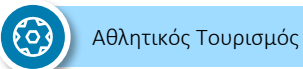
MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός

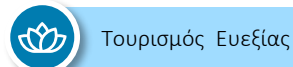


Αθλητικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Ολλανδία



Βέλγιο



Ιταλία



Ελβετία



Ρωσία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Τσεχία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Κίνα



Ισραήλ



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Κρήτη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Κρήτη».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Ολλανδία



Βέλγιο



Ιταλία



Ελβετία



Ρωσία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Τσεχία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Κίνα



Ισραήλ



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Βόρεια Κρήτη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊόντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Βόρεια Κρήτη».



Προϊόντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αθλητικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Ολλανδία



Βέλγιο



Ιταλία



Ελβετία



Ρωσία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Τσεχία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Κίνα



Ισραήλ



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Νότια Κρήτη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Νότια Κρήτη».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Ολλανδία



Βέλγιο



Ιταλία



Ελβετία



Ρωσία



Πολωνία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Τσεχία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Κίνα



Ισραήλ



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | Δωδεκάνησα

Τα Δωδεκάνησα αποτελούν έναν από τους πιο αναγνωρίσιμους ελληνικούς προορισμούς με σημαντικές δυνατότητες για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη, διάχυσή της και στα λιγότερα ανεπτυγμένα νησιά του συμπλέγματος, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και αναβάθμιση των παρεχόμενων εμπειριών. Οι σημαντικότερες προκλήσεις αφορούν την μονοδιάστατη εστίαση στο Sun & Beach και τη διατήρηση της ισορροπίας μεταξύ του τουρισμού και της διαφύλαξης του μοναδικού τοπίου, των φυσικών, πολιτιστικών και περιβαλλοντικών πόρων καθώς και του χαρακτήρα και της αυθεντικότητας των νησιών.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach

Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Ναυτικός Τουρισμός (yachting)

Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)

Αθλητικός Τουρισμός

Γαστρονομικός Τουρισμός

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα

City Break

MICE

Αγροτουρισμός

Οικοτουρισμός

Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Σουηδία



Ισραήλ



Ιταλία



Πολωνία



Ρωσία



Ολλανδία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Γαλλία



Φινλανδία



Τσεχία



Δανία



Βέλγιο



Αυστρία



Τουρκία



Ελβετία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Αυστραλία



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Δωδεκάνησα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Δωδεκάνησα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Σουηδία



Ισραήλ



Ιταλία



Πολωνία



Ρωσία



Ολλανδία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Γαλλία



Φινλανδία



Τσεχία



Δανία



Βέλγιο



Αυστρία



Τουρκία



Ελβετία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Αυστραλία



Μέση Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Ρόδος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ρόδος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



City Break



MICE



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ηνωμένο Βασίλειο



Γερμανία



Σουηδία



Ισραήλ



Ιταλία



Πολωνία



Ρωσία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Γαλλία



Φινλανδία



Τσεχία



Δανία



Βέλγιο



Αυστρία



Τουρκία



Ολλανδία



Ελβετία



Νορβηγία



ΗΠΑ



Καναδάς



Αυστραλία



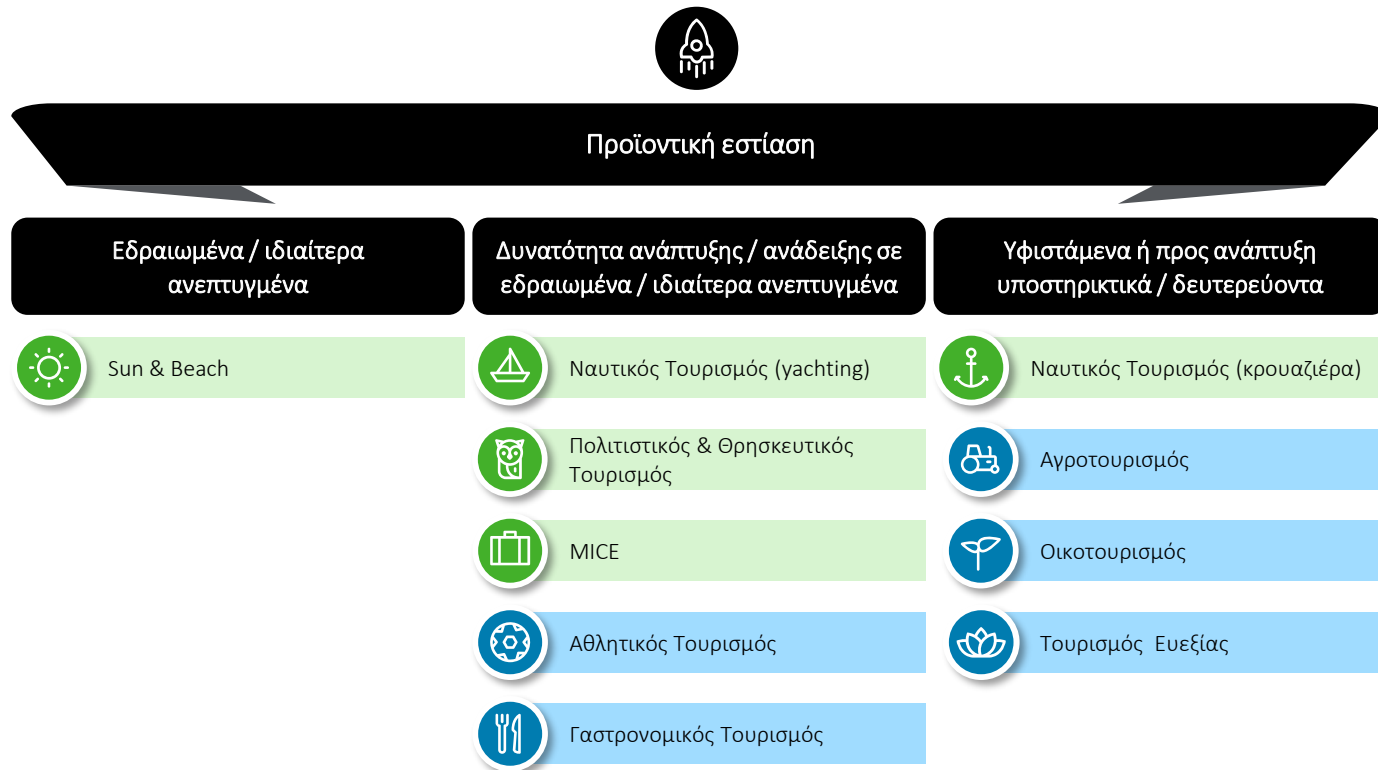
Μ. Ανατολή

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Κως»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Κως».



Περιφέρεια Νοτίου Αιγαίου | Κυκλάδες

Οι Κυκλάδες αποτελούν έναν από τους κορυφαίους, εμβληματικούς και δημοφιλείς ελληνικούς προορισμούς με σημαντικές δυνατότητες για περαιτέρω τουριστική ανάπτυξη, διάχυσή της και στα λιγότερα τουριστικά ανεπτυγμένα νησιά του συμπλέγματος, επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου και προσέγγιση σημαντικών αναδυόμενων αγορών για τον παγκόσμιο τουρισμό. Η βασικότερη πρόκληση αφορά τη διασφάλιση της βιώσιμης και αειφόρου ανάπτυξης και την αντιμετώπιση των φαινομένων υπερτουρισμού που επιφέρουν σημαντική υποβάθμιση του τουριστικού προϊόντος και της προσφερόμενης εμπειρίας.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Γαστρονομικός Τουρισμός



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο



ΗΠΑ



Ιταλία



Γαλλία



Πολωνία



Ολλανδία



Ρωσία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Ελβετία



Βέλγιο



Νορβηγία



Ισπανία



Κύπρος



Ισραήλ



Μ. Ανατολή



Τουρκία



Καναδάς



Αυστραλία



Κίνα



Ινδία



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Κυκλάδες»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Κυκλάδες».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Γαστρονομικός Τουρισμός



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο



ΗΠΑ



Ιταλία



Γαλλία



Πολωνία



Ολλανδία



Ρωσία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Ελβετία



Βέλγιο



Νορβηγία



Ισπανία



Κύπρος



Ισραήλ



Μ. Ανατολή



Τουρκία



Καναδάς



Αυστραλία



Κίνα



Ινδία



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Σαντορίνη»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Σαντορίνη».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



MICE



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αγροτουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ιταλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Γαλλία



Γερμανία



ΗΠΑ



Αυστραλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Ελβετία



Βέλγιο



Νορβηγία



Ισπανία



Ολλανδία



Ισραήλ



Μ. Ανατολή



Τουρκία



Καναδάς



Πολωνία



Κίνα



Ινδία



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Μύκονος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Μύκονος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



MICE



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Αγροτουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Ιταλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Γαλλία



Γερμανία



Ελβετία



ΗΠΑ



Αυστραλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Σουηδία



Δανία



Κύπρος



Βέλγιο



Νορβηγία



Ισπανία



Ολλανδία



Ισραήλ



Μ. Ανατολή



Τουρκία



Καναδάς



Πολωνία



Κίνα



Ινδία



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Πελοποννήσου

Αποτελεί προορισμό με σημαντικές αναπτυξιακές δυνατότητες στο Sun & Beach, στο yachting καθώς και στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό και πόρους για την ανάπτυξη εναλλακτικών / συμπληρωματικών προϊόντων. Απαιτείται εδραίωση και ανάδειξη της μοναδικής ταυτότητας του προορισμού και της δυνατότητας για επίσκεψη καθόλη τη διάρκεια του έτους, βελτίωση της αεροπορικής συνδεσιμότητας, αποτελεσματικότερη προβολή και προώθηση καθώς και αναβάθμιση / εμπλουτισμός των προϊόντων.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



ΗΠΑ



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Σκανδιναβία



Ελβετία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Πολωνία



Ολλανδία



Ρωσία



Καναδάς



Ισραήλ



Κίνα



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Βορειοανατολική Πελοπόννησος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Βορειοανατολική Πελοπόννησος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



MICE



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



ΗΠΑ



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Πολωνία



Ολλανδία



Ελβετία



Καναδάς



Ισραήλ



Κίνα



Νότια Κορέα

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Νότια Πελοπόννησος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Νότια Πελοπόννησος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



Τουρισμός Ευεξίας



Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



Γερμανία



ΗΠΑ



Γαλλία



Ηνωμένο Βασίλειο



Σκανδιναβία



Ελβετία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Αυστρία



Πολωνία



Ολλανδία



Ισραήλ



Ρωσία

Εγχώριος τουρισμός



Περιφέρεια Στερεάς Ελλάδας

Για την τουριστική ανάπτυξη η Περιφέρεια εκτιμάται ότι θα πρέπει να εστιάσει στο Sun & Beach, στο yachting, στον Πολιτιστικό & Θρησκευτικό Τουρισμό, στο MICE και στα εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα. Παράλληλα, κρίνεται απαραίτητη η βελτίωση της συνδεσιμότητας / προσβασιμότητας από διεθνείς αγορές, η αποτελεσματικότερη προβολή & προώθηση και η αναβάθμιση / εμπλουτισμός του παρεχόμενου προϊόντος.



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



City Break



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Γαλλία



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Πολωνία



Ολλανδία



Ελβετία



Ρωσία



Αυστρία

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Δελφοί, Παρνασσός & Ανατολική Στερεά Ελλάδα»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Δελφοί, Παρνασσός & Ανατολική Στερεά Ελλάδα».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



MICE



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Γαστρονομικός Τουρισμός



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (κρουαζιέρα)



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



City Break



Τουρισμός Ευεξίας



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Γαλλία



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Πολωνία



Ολλανδία



Ελβετία



Ρωσία

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Εύβοια & Σκύρος»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Εύβοια & Σκύρος».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα



Sun & Beach



Ναυτικός Τουρισμός (yachting)



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Γαστρονομικός Τουρισμός



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Γαλλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο



Πολωνία



Ολλανδία



Ελβετία



Αυστρία



Ρωσία

Εγχώριος τουρισμός



Προορισμός «Ευρυτανία»

Παρακάτω παρουσιάζεται η προϊοντική εστίαση και οι αγορές-στόχοι για τον προορισμό «Ευρυτανία».



Προϊοντική εστίαση

Εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Δυνατότητα ανάπτυξης / ανάδειξης σε εδραιωμένα / ιδιαίτερα ανεπτυγμένα

Υφιστάμενα ή προς ανάπτυξη υποστηρικτικά / δευτερεύοντα



Αγροτουρισμός



Οικοτουρισμός



Αθλητικός Τουρισμός



Τουρισμός Ευεξίας



Γαστρονομικός Τουρισμός



Πολιτιστικός & Θρησκευτικός Τουρισμός



City Break



MICE



Αγορές - στόχοι

Υφιστάμενες εδραιωμένες αγορές



ΗΠΑ



Γαλλία

Υφιστάμενες ή / και νέες αγορές-στόχοι προς ανάπτυξη



Γερμανία



Ηνωμένο Βασίλειο



Πολωνία



Ολλανδία



Ελβετία



Αυστρία



Ρωσία

Εγχώριος τουρισμός



Προτεινόμενες οριζόντιες Στρατηγικές Κατευθύνσεις / Δράσεις ανά περιοχή-άξονα





Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές / κυριότερες στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις που αφορούν την στρατηγική περιοχή-άξονα «Βελτίωση & ανάπτυξη υποδομών».

A/A	Στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις
1	Προσέλκυση στρατηγικών επενδυτών στο πλαίσιο παραχώρησης της διαχείρισης των 23 περιφερειακών αεροδρομίων, αναβάθμιση των αερολιμενικών υποδομών, προσέλκυση νέων πτήσεων και ενίσχυση της συνδεσιμότητας και προσβασιμότητας όλων των ελληνικών προορισμών
2	Αναβάθμιση ή/και κατασκευή νέων λιμενικών υποδομών, βελτίωση της διασυνδεσιμότητάς τους με λοιπές υποδομές προσβασιμότητας, αναπλάσεις και προσαρμογές γύρω από την περιοχή των λιμένων καθώς και αναβάθμιση των παρεχόμενων υπηρεσιών
3	Βελτίωση / αναβάθμιση του διαπεριφερειακού και ενδοπεριφερειακού οδικού δικτύου και έργα αναβάθμισης των μεθοριακών σταθμών στα βόρεια σύνορα της χώρας με την Αλβανία, την Βόρεια Μακεδονία, τη Βουλγαρία και την Τουρκία
4	Βελτίωση και επέκταση του σιδηροδρομικού δικτύου (π.χ. Σιδηροδρομική Εγνατία, επέκταση του προαστιακού σιδηροδρόμου στην Αθήνα)
5	Βελτίωση και ανάπτυξη αστικής κινητικότητας (π.χ. αναβάθμιση / επέκταση υπηρεσιών MMM / δημόσιας συγκοινωνίας – βελτιστοποίηση συχνότητας δρομολογίων)
6	Υλοποίηση / σχεδιασμός συστήματος συνδυασμένων μεταφορών (οδικό δίκτυο, αεροδρόμια, λιμένες και εναλλακτικά μέσα όπως υδροπλάνα, θαλάσσια ταξί, αλλά και τακτικά δρομολόγια από ιδιωτικά λεωφορεία) για τη σύνδεση προορισμών με την βασική πύλη εισόδου που δύνανται να τους εξυπηρετήσει για τη βελτίωση της συνδεσιμότητας / προσβασιμότητας προορισμών με δύσκολη / χρονοβόρα πρόσβαση
7	Ενίσχυση του προφίλ / επιπέδου φιλικότητας των προορισμών για άτομα με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα (προσβασιμότητα / πλήρης προσπελασιμότητα πυλών εισόδου, βελτίωση συνθηκών πρόσβασης του αστικού/ημιαστικού περιβάλλοντος για άτομα με αναπηρία και μειωμένη κινητικότητα, κ.α.)
8	Ενίσχυση υποδομών υγείας, βασικών υποδομών (υδροδότηση, αποχέτευση, επεξεργασία λυμάτων, αποκομιδή αστικών απορριμμάτων και στερεών αποβλήτων) και πολιτικής προστασίας

Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές / κυριότερες στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις που αφορούν την στρατηγική περιοχή-άξονα «Αναβάθμιση & προώθηση τουριστικού προϊόντος».

Α/Α	Στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις
1	Ανάπτυξη Περιφερειακών Οργανισμών Διαχείρισης Προορισμού (DMO) για κάθε μία από τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας (ανάπτυξη ξεχωριστών DMO για Κυκλάδες και Δωδεκάνησα) και ένταξη των ενδιαφερόμενων μερών (stakeholders) του τουρισμού στον DMO (με διαφοροποίηση ανάλογα με τις ιδιαιτερότητες του κάθε προορισμού)
2	Στρατηγικός σχεδιασμός αναφορικά με την τουριστική προβολή των Ελληνικών Περιφερειών και κατάρτιση ολοκληρωμένου, συνεκτικού και στοχευμένου προγράμματος τουριστικής προβολής και προώθησης για κάθε Περιφέρεια (αναγνώριση των USPs της κάθε Περιφέρειας / προορισμού, κατάλληλα κανάλια προβολής και προώθησης, μηνύματα, στοχευμένες αγορές εισερχόμενου τουρισμού και τμήματα πελατείας, χρήση σύγχρονων ψηφιακών εργαλείων, κ.α.)
3	Οργάνωση και ανάπτυξη Film Offices σε κάθε μία από τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας για την προώθηση της χώρας ως ανταγωνιστικού κινηματογραφικού προορισμού, για την προσέλκυση και τη διευκόλυνση υλοποίησης διεθνών κινηματογραφικών και τηλεοπτικών παραγωγών καθώς και για την ανάπτυξη συνεργειών με σχετικούς φορείς
4	Χάραξη στρατηγικής για τον εμπλουτισμό και σύνδεση των κύριων και συμπληρωματικών προϊόντων του ελληνικού τουρισμού με σκοπό την ανάπτυξη μοναδικών θεματικών εμπειριών (Γαστρονομία, Οινoturισμός, Οικοτουρισμός, Αγροτουρισμός, Αθλητικός Τουρισμός κ.α.) σε κάθε Περιφέρεια / προορισμό
5	Σύνδεση προορισμών σε γεωγραφική βάση και ανάπτυξη μακροπροορισμών με στόχο την βέλτιστη προβολή, προώθηση και ανάπτυξη προϊόντων και την υλοποίηση συνεργειών – ενδεικτικά προτείνονται οι μακροπροορισμοί Πελοπόννησος (Περιφέρεια Πελοποννήσου και ΠΕ Ηλείας και Αχαΐας), Μακεδονία (Περιφέρειες Δυτικής και Κεντρικής Μακεδονίας, ΠΕ Καβάλας, Θάσου και Δράμας)
6	Βελτίωση της ταξιδιωτικής εμπειρίας των επισκεπτών αναφορικά με την ενδοπεριφερειακή συνδεσιμότητα, τους χώρους διημέρευσης (camper stops) στην ηπειρωτική χώρα, τις υποδομές πληροφόρησης, αναμονής και υγιεινής σε χώρους υποδοχής κοινού και σε συγκοινωνιακούς κόμβους, την ένταξη επιχειρήσεων / υποδομών σε σχήματα πιστοποίησης / σήμανσης, την διαχείριση κοινού σε τουριστικούς χώρους, τις υποδομές ΑμεΑ, κ.α.
7	Ανάπτυξη digital info points στις βασικές πύλες εισόδου (αεροδρόμια, λιμάνια, μεθοριακοί σταθμοί) και σε κεντρικά σημεία τουριστικού ενδιαφέροντος του κάθε προορισμού με αναλυτικές πληροφορίες για το τουριστικό προϊόν και πόρους του κάθε προορισμού, τις δημόσιες υπηρεσίες, τη λειτουργία καταστημάτων, το δίκτυο μεταφορών, κ.α., τρισδιάστατους διαδραστικούς χάρτες, καθώς και σχετικό έντυπο πληροφοριακό υλικό



Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές / κυριότερες στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις που αφορούν την στρατηγική περιοχή-άξονα «Ψηφιακή αναβάθμιση & μετασχηματισμός».

Α/Α	Στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις
1	Δημιουργία ενιαίων διαδικτυακών τουριστικών πυλών για τις 13 Περιφέρειες της Ελλάδας (ξεχωριστές πύλες για Κυκλάδες και Δωδεκάνησα) και πλήρης διασύνδεσή τους με λοιπές τουριστικές πύλες και σχετικές δημόσιες βάσεις δεδομένων
2	<p>Ανάπτυξη ψηφιακών εφαρμογών στον τομέα του τουρισμού:</p> <ul style="list-style-type: none">Υποστήριξη τουριστικών επιχειρήσεων για την αύξηση της χρήσης ψηφιακών εργαλείωνΑνάπτυξη ενιαίας πλατφόρμας προμηθευτών προϊόντων και υπηρεσιών (Destination Management System)Ανάπτυξη / επέκταση παρεχόμενων ψηφιακών υπηρεσιών δημόσιων αρχών και οργανισμών προς τους πολίτες και τους επισκέπτεςΑνάπτυξη ψηφιακού μάρκετινγκ και ψηφιακής παρουσίας σε όλα τα κανάλια επικοινωνίας με τον καταναλωτή (omnichannel)Αξιοποίηση big data analytics και artificial intelligence για καλύτερη στόχευση σε αγορές και πρόβλεψη της ζήτησηςΠροώθηση χρήσης Internet Of Things (IOT) και διαλειτουργικότητας συστημάτων για την πληροφόρηση και την ενίσχυση εμπειρίας του επισκέπτη αλλά και των επιχειρήσεων στη βάση του open access για δεδομένα που παράγονται από την καθημερινότητα στον προορισμό
3	Ανάπτυξη έξυπνων εφαρμογών σε επιλεγμένους τουριστικούς πόλους της χώρας, προώθηση ευρυζωνικότητας 5G και παροχή δωρεάν Wi-Fi σε σημεία με αυξημένο τουριστικό ενδιαφέρον με στόχο την βελτίωση της τουριστικής εμπειρίας και πρόγραμμα πιστοποίησης «έξυπνων προορισμών» (Smart Tourism Destination) υπό την αιγίδα του Υπουργείου Τουρισμού και ανάδειξη επιλεγμένων προορισμών σε «έξυπνους» (π.χ. Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Κρήτη, προορισμοί του Νότιου Αιγαίου με υψηλή επισκεψιμότητα κ.α.)
4	Δημιουργία μηχανισμού πληροφόρησης και κεντρικής πλατφόρμας ευφυούς τουρισμού (εθνικό Data Hub) για συλλογή, αποθήκευση, στατιστική επεξεργασία, ανάλυση, οπτικοποίηση και διαμοιρασμό δεδομένων και πληροφορίας σχετικά με τα μεγέθη του τουρισμού, την πρόγνωση της τουριστικής ζήτησης για την Ελλάδα, την έγκαιρη διάγνωση των σύγχρονων τουριστικών εξελίξεων και την εποπτεία των βασικών υποδομών που υποστηρίζουν την τουριστική ανάπτυξη (ενέργεια, ύδατα, συνδεσιμότητα, μεταφορικές υποδομές, διαχείριση αποβλήτων και απορριμμάτων, ασφάλεια, υγεία, πολιτισμικοί και φυσικοί πόροι κ.α.)



Προστασία περιβάλλοντος & αειφορία

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές / κυριότερες στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις που αφορούν την στρατηγική περιοχή-άξονα «Προστασία περιβάλλοντος & αειφορία».

A/A

Στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις

- 1 Ανάδειξη της Ελλάδας σε ένα ελκυστικό, βιώσιμο και αειφόρο προορισμό μέσω δράσεων όπως χωρικές αναπλάσεις, ρύθμιση των ζωνών δόμησης, εκπόνηση σχεδίων περιβαλλοντικής διαχείρισης, απαιτούμενα έργα για τη βέλτιστη διαχείριση απορριμμάτων / αποβλήτων / υδάτων / ενέργειας, καταγραφής απαιτούμενων έργων σχετικά με την προστασία ενάντια στην κλιματική αλλαγή, υιοθέτηση οικοσήμανσης από τουριστικές επιχειρήσεις, κατάργηση πλαστικών σε νησιωτικούς προορισμούς, κ.α.
- 2 Βελτίωση ενεργειακού προφίλ της Ελλάδας και προώθηση δράσεων αξιοποίησης ΑΠΕ και εξοικονόμησης ενέργειας μέσω ολοκλήρωσης της ηλεκτρικής διαχείρισης των νησιωτικών προορισμών, προώθησης ενεργειακής και αισθητικής αναβάθμισης δημόσιων κτιρίων και κατοικιών, δημιουργίας και ανάπτυξης δικτύου έξυπνου φωτισμού, αξιοποίησης του δυναμικού ΑΠΕ, χωρίς να υπονομεύονται οι προοπτικές τουριστικής ανάπτυξης των προορισμών, και ανάπτυξης έξυπνων δικτύων διανομής και συστημάτων αποθήκευσης ενέργειας, προώθησης δράσεων για την βέλτιστη χρήση ενεργειακών, φυσικών και περιβαλλοντικών πόρων, την υιοθέτηση πρακτικών και τεχνολογιών που υπηρετούν την κυκλική οικονομία και την ενεργειακή αναβάθμιση τουριστικών καταλυμάτων
- 3 Προώθηση βιώσιμων μεταφορών και της εναλλακτικής κινητικότητας στους τουριστικούς προορισμούς της Ελλάδας (Σχέδια Βιώσιμης Αστικής Κινητικότητας, εκσυγχρονισμός δημόσιων συγκοινωνιών, προώθηση χρήσης ηλεκτροκίνητων οχημάτων και εγκατάστασης σημείων φόρτισης, μελέτη και κατασκευή υπαίθριων χώρων στάθμευσης και βελτιστοποίηση του συστήματος ελεγχόμενης στάθμευσης σε σημεία υψηλής τουριστικής κίνησης, κ.α.)
- 4 Διατήρηση, προστασία, προώθηση και ανάδειξη της φυσικής & πολιτιστικής κληρονομιάς της Ελλάδας (π.χ. προσαρμογή της τυπολογίας των καταλυμάτων και άλλων σχετικών με τον τουρισμό υποδομών στον χαρακτήρα κάθε προορισμού, αξιοποίηση του λαογραφικού και αρχιτεκτονικού / κτιριακού αποθέματος και των περιοχών φυσικού κάλλους, ενίσχυση της πολιτικής προστασίας, ευαισθητοποίηση των επισκεπτών)
- 5 Στήριξη της βιώσιμης ανάπτυξης λαμβάνοντας υπόψη τη φέρουσα ικανότητα των τουριστικών πόλων του κάθε προορισμού και ενίσχυση των δυνατοτήτων καλύτερης διαχείρισης και ελέγχου των τουριστικών ροών (π.χ. προώθηση χωροταξικού και πολεοδομικού σχεδιασμού, τήρηση περιβαλλοντικών όρων και περιορισμού υπέρμετρης δόμησης, προσεκτική χωροθέτηση και αυστηρή αξιολόγηση της φέρουσας ικανότητας των σημείων συγκέντρωσης ΑΠΕ, ανάπτυξη υποδομών προστασίας φυσικού περιβάλλοντος, προστασία των περιοχών NATURA 2000, κ.α.)

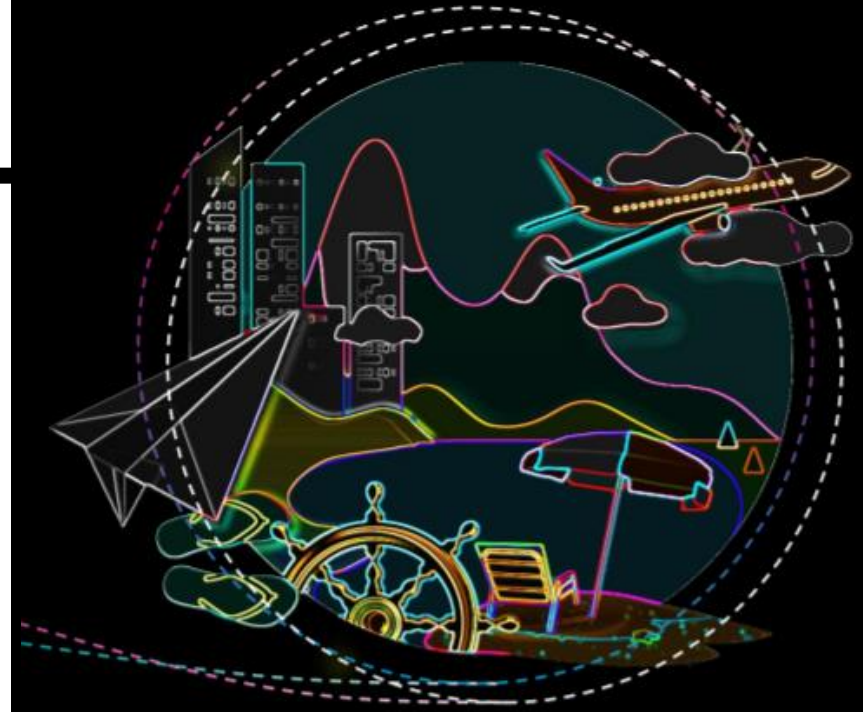


Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας

Παρακάτω παρουσιάζονται οι βασικές / κυριότερες στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις που αφορούν την στρατηγική περιοχή-άξονα «Ενίσχυση δεξιοτήτων & ανάπτυξη επιχειρηματικότητας».

Α/Α	Στρατηγικές κατευθύνσεις / δράσεις
1	Εκσυγχρονισμός και επικαιροποίηση ρυθμιστικού πλαισίου μέσω της δημιουργίας κοινού κανονιστικού πλαισίου λειτουργίας για κάθε τύπο και κατηγορία καταλύματος και κοινού πλαισίου υγειονομικών πρωτοκόλλων
2	Αναβάθμιση συστήματος εκπαίδευσης και κατάρτισης των επαγγελματιών του τουριστικού τομέα μέσω του εκσυγχρονισμού των εκπαιδευτικών δομών του τουρισμού, κυρίων των ΑΣΤΕ, των προγραμμάτων εκπαίδευσης και κατάρτισης, την πιστοποίηση τουριστικών επαγγελματιών σε όλο το φάσμα της τουριστικής αλυσίδας αξίας και της επιλογής εξειδικευμένου διδακτικού προσωπικού και της συνεχούς επανεκπαίδευσης του στις εκπαιδευτικές δομές όλων των επιπέδων
3	Ενίσχυση / υποστήριξη της επιχειρηματικότητας και της ίδρυσης καινοτόμων επιχειρήσεων στον τουρισμό: <ul style="list-style-type: none">• Προώθηση επενδύσεων αναβάθμισης υφιστάμενων ξενοδοχειακών επιχειρήσεων και ανάπτυξης νέων υψηλής ποιότητας και δυναμικότητας καθώς και ξενοδοχειακών υποδομών μεσαίας κατηγορίας και δυναμικότητας με καινοτόμα concepts και υψηλή ποιότητα υπηρεσιών• Στήριξη ανάπτυξης νεοφυών επιχειρήσεων που προωθούν τα καινοτόμα προϊόντα και υπηρεσίες στον τομέα του τουρισμού και ενίσχυση επιχειρήσεων για την ανάπτυξη επενδύσεων που προωθούν την βελτίωση της οικονομικής και ενεργειακής αποδοτικότητας τους• Συμβουλευτική στήριξη στις μικρομεσαίες επιχειρήσεις του τομέα του τουρισμού σε θέματα στόχευσης αγορών, διαχείρισης σύγχρονων τεχνολογιών και καινοτομιών, εξωστρέφειας και δικτύωσης στο εξωτερικό, ανάπτυξης τοπικών και διεθνών συνεργασιών, χρηματοδότησης, προώθησης και προβολής κ.α.• Προώθηση πιστοποίησης λειτουργιών, προϊόντων και υπηρεσιών των τουριστικών επιχειρήσεων• Αξιοποίηση διαθέσιμων χρηματοδοτικών Ευρωπαϊκών / κρατικών εργαλείων / προγραμμάτων (π.χ. ΕΣΠΑ, ταμείο ανάκαμψης), μεταξύ άλλων και για κατάρτιση ανθρώπινου δυναμικού σε εναλλακτικά / θεματικά προϊόντα

Προβλεπόμενα μεγέθη / στόχοι ελληνικού τουρισμού



Επισκόπηση βασικών ποσοτικών στόχων για το 2030 (1)

Η υλοποίηση των Στρατηγικών και των Σχεδίων Δράσης για τους επιλεγμένους ενδεικτικούς προορισμούς εκτιμάται ότι με ορίζοντα το 2030 δύναται να οδηγήσει σε αύξηση των επισκέψεων κατά 27,2% από 39,3 εκατ. το 2019 σε 50,0 εκατ. το 2030, σε αύξηση των διανυκτερεύσεων κατά 31,9% από 232,5 εκατ. το 2019 σε 306,7 εκατ και σε αύξηση των εσόδων κατά 52,4% από €17,7 δισ. σε €26,9 δισ. το 2030.

Σύνολο χώρας	2019	Στόχος 2030	%Δ	CAGR 2023-2030
Επισκέψεις	39.300.819	50.000.000	27,2%	3,5%
Διανυκτερεύσεις	232.463.747	306.642.424	31,9%	4,0%
Έσοδα (€)	17.679.915.651	26.949.797.525	52,4%	6,2%
ΜΔΠ (διανυκτερεύσεις)	5,9	6,1	3,7%	0,5%
ΜΔΔ (€)	76,1	87,9	15,6%	2,1%
ΜΔΕ (€)	449,9	539,0	19,8%	2,6%



Βασικές παραδοχές

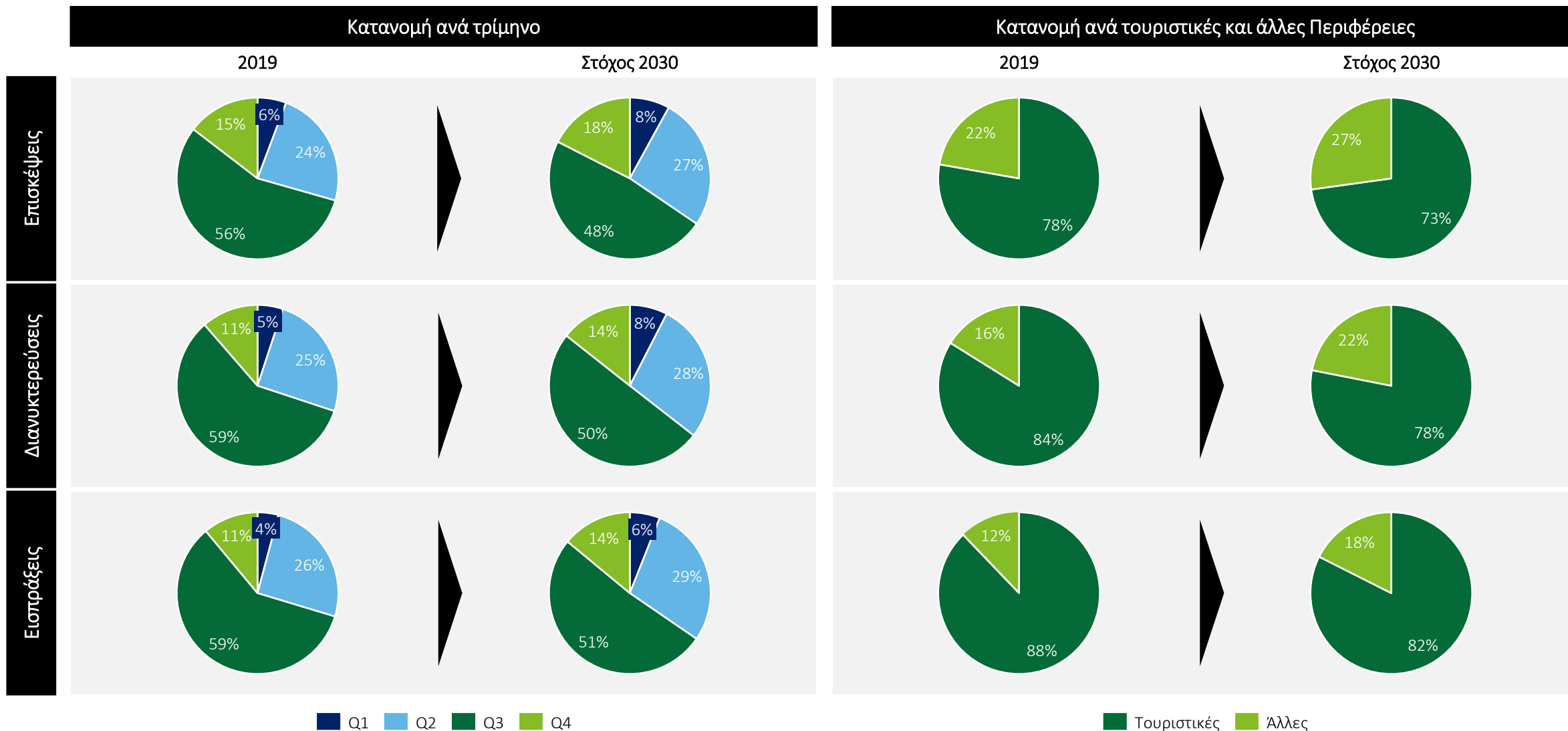
- Ανάκαμψη του ελληνικού τουρισμού στα προ πανδημίας COVID-19 επίπεδα του 2019 το 2023
- Απουσία οποιασδήποτε εξωγενούς κρίσης (πανδημία, μεγάλη φυσική καταστροφή, τρομοκρατική επίθεση, κ.α.) που μπορεί να επηρεάσει αρνητικά τον ελληνικό τουρισμό την περίοδο 2023-2030
- Αποτελεσματική υλοποίηση των Στρατηγικών και των Σχεδίων Δράσης που έχουν αναπτυχθεί



- Για την επίτευξη των στόχων της Στρατηγικής και των Σχεδίων Δράσης εκτιμάται ότι θα απαιτηθεί η κατασκευή ~41,5 χιλ. πρόσθετων δωματίων σε όλες τις Περιφέρειες (πέραν του Βορείου Αιγαίου, της Πελοποννήσου και της Στερεάς Ελλάδας που εκτιμάται ότι δεν θα απαιτηθούν επιπλέον πρόσθετα καταλύματα για την επίτευξη των ποσοτικών στόχων).
- Με βάση τους στόχους που έχουν τεθεί και τις μελλοντικές προβλεπόμενες ανάγκες, το συνολικό κατασκευαστικό κόστος των δωματίων αναμένεται να ανέλθει στα επίπεδα των €4,8 δισ.











Επισκόπηση βασικών ποσοτικών στόχων για το 2030 (2)

Εφόσον υλοποιηθούν οι Στρατηγικές και τα Σχέδια Δράσεις για τους επιλεγμένους ενδεικτικούς προορισμούς εκτιμάται ότι με ορίζοντα το 2030 δύναται να επιτευχθεί η χωρική και χρονική επέκταση του ελληνικού τουρισμού και η αύξηση της μέσης δαπάνης.



Βασικές προϋποθέσεις επιτυχούς υλοποίησης της Στρατηγικής και των Σχεδίου Δράσης

Η εξασφάλιση των απαιτούμενων κεφαλαίων, η εφαρμογή μηχανισμού παρακολούθησης και αξιολόγησης των δράσεων και ο σχεδιασμός συνεργατικού και ευέλικτου λειτουργικού μοντέλου μεταξύ όλων των εμπλεκόμενων φορέων σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο αποτελούν κρίσιμους παράγοντες για την επιτυχή και αιεφόρο ανάπτυξη του κάθε προορισμού.

-  01 Εξασφάλιση της απαιτούμενης χρηματοδότησης τόσο για το δημόσιο όσο και για τον ιδιωτικό τομέα
-  02 Συγκρότηση μηχανισμού συντονισμού, παρακολούθησης & αξιολόγησης των δράσεων και ανάπτυξη σχεδίου διαχείρισης κρίσεων & έκτακτων αναγκών
-  03 Εκτίμηση και αποφυγή υπέρβασης της τουριστικής φέρουσας ικανότητας των προορισμών
-  04 Διαμόρφωση/ανάπτυξη συνεργατικής κουλτούρας και ενεργής συμμετοχή της τοπικής κοινωνίας, συσπείρωση παραγωγικών, κοινωνικών και πολιτιστικών δυνάμεων της τοπικής τουριστικής οικονομίας
-  05 Προώθηση συνεργασιών σε τοπικό, περιφερειακό, εθνικό και διεθνές επίπεδο αλλά και μεταξύ των φορέων του τουρισμού
-  06 Υποστήριξη & ενίσχυση από την Κεντρική Διοίκηση της χώρας και σχετικούς αρμόδιους φορείς και ενίσχυση μηχανισμών πληροφόρησης της ευρείας κοινής γνώμης
-  07 Σαφής κατανομή των ρόλων, ευθυνών & αρμοδιοτήτων μεταξύ των βασικών εμπλεκόμενων μερών
-  08 Παροχή κινήτρων και εργαλείων για την ενεργό εμπλοκή του ιδιωτικού τομέα, την προώθηση της καινοτομίας και την ενίσχυση της ιδιωτικής πρωτοβουλίας, προώθηση συνεργασιών με διαμορφωτές της ζήτησης μέσω πρωτοκόλλων συνεργασίας
-  09 Επιτάχυνση αδειοδοτικών διαδικασιών και μείωση γραφειοκρατίας τόσο σε τοπικό όσο και σε εθνικό επίπεδο, με ιδιαίτερη έμφαση στην απορρόφηση των Ενωσιακών πόρων
-  10 Προώθηση Ειδικού Πλαισίου Χωροταξικού και Πολεοδομικού Σχεδιασμού για τον τομέα του Τουρισμού

INSETE

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
Βουκουρεστίου 32
10671 Αθήνα

www.insete.gr
info@insete.gr



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο



ΕΛΛΗΝΙΚΗ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ
ΥΠΟΥΡΓΕΙΟ
ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ & ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΡΙΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΩΝ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΩΝ



ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΙΑΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΚΟΤΗΤΑ
ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΑ



ΕΣΠΑ
2014-2020
ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη

Με τη συγχρηματοδότηση της Ελλάδας και της Ευρωπαϊκής Ένωσης