

Αναδυόμενοι Προορισμοί και Τουριστικό Μάρκετινγκ:

Η Περίπτωση της Δυτικής Ελλάδας

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ, pelopevents, pelop.gr, TRIP

6^ο Συνέδριο «Αναπτυξιακές Προοπτικές για τη Δυτική Ελλάδα»

Δρ. Πανταζής Πάστρας
Head of Research

ΤΟΠΟΣΟΡΗΥ
DESTINATION MARKETING AGENCY

ενότητες παρουσίασης:

- ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμέτωπος με την επιτυχία του
- προς αναζήτηση νέων προορισμών
- η υφιστάμενη κατάσταση στη Δυτική Ελλάδα
- προοπτικές και προτεραιότητες σε μια ευνοϊκή συγκυρία

Ο παγκόσμιος τουρισμός αντιμέτωπος με την επιτυχία του

#1

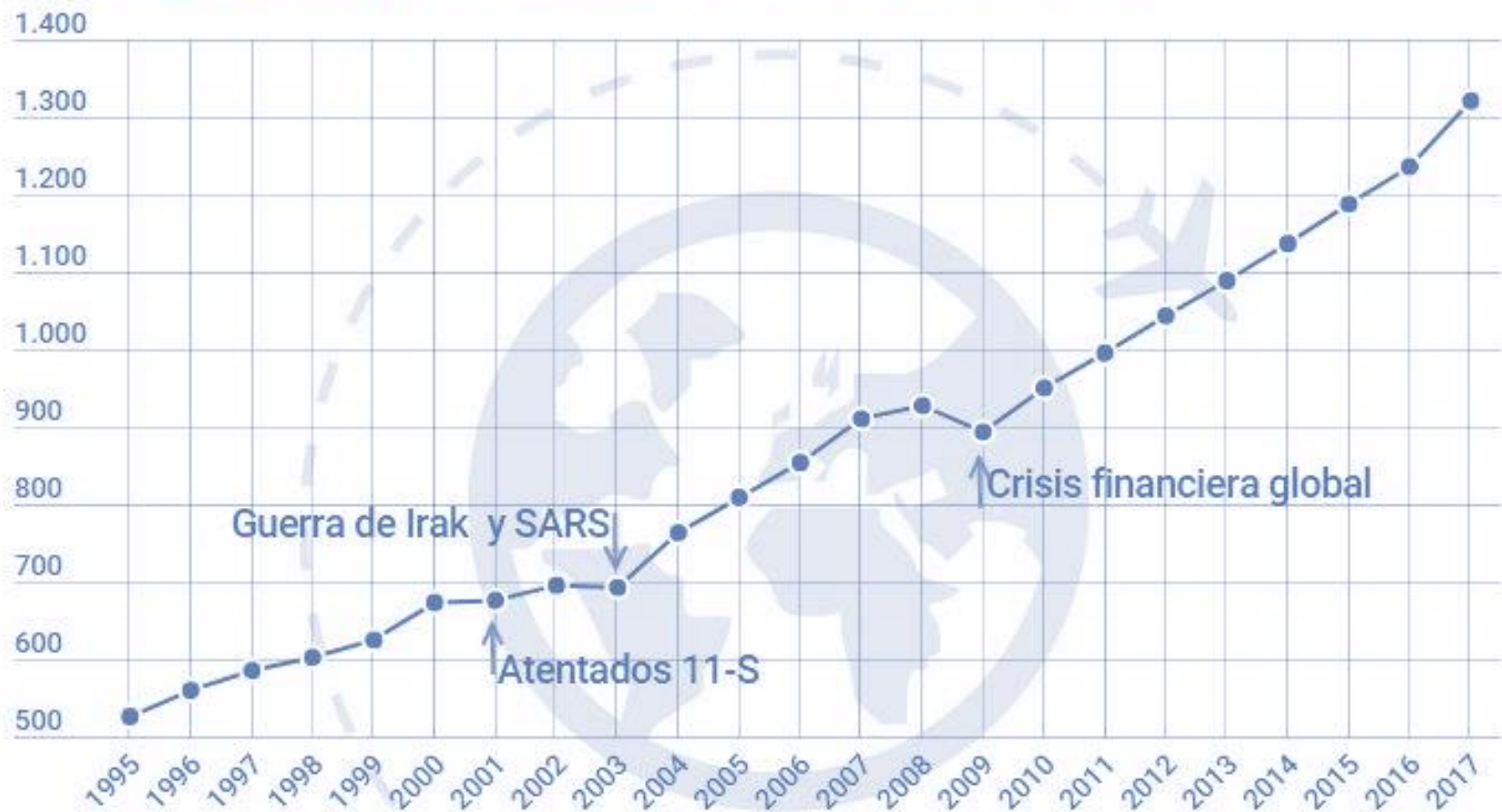
Συναπτά έτη ανάπτυξης

Συναπτά έτη ανάπτυξης

**ΣΤΗΝ ΕΥΡΩΠΗ,
+67,1 ΕΚ.
ΤΟΥΡΙΣΤΕΣ ΤΟ
2017, ΣΕ ΣΧΕΣΗ ΜΕ
ΤΟ 2016.**

**ΤΑ CITY BREAKS
(+20%)
ΚΑΤΕΓΡΑΨΑΝ ΤΟ
2017 ΙΣΧΥΡΟΤΕΡΗ
ΑΥΞΗΣΗ ΑΠΟ ΤΙΣ
ΔΙΑΚΟΠΕΣ 'ΗΛΙΟΣ &
ΘΑΛΑΣΣΑ' (+7%)**

Llegadas de viajeros internacionales en el mundo



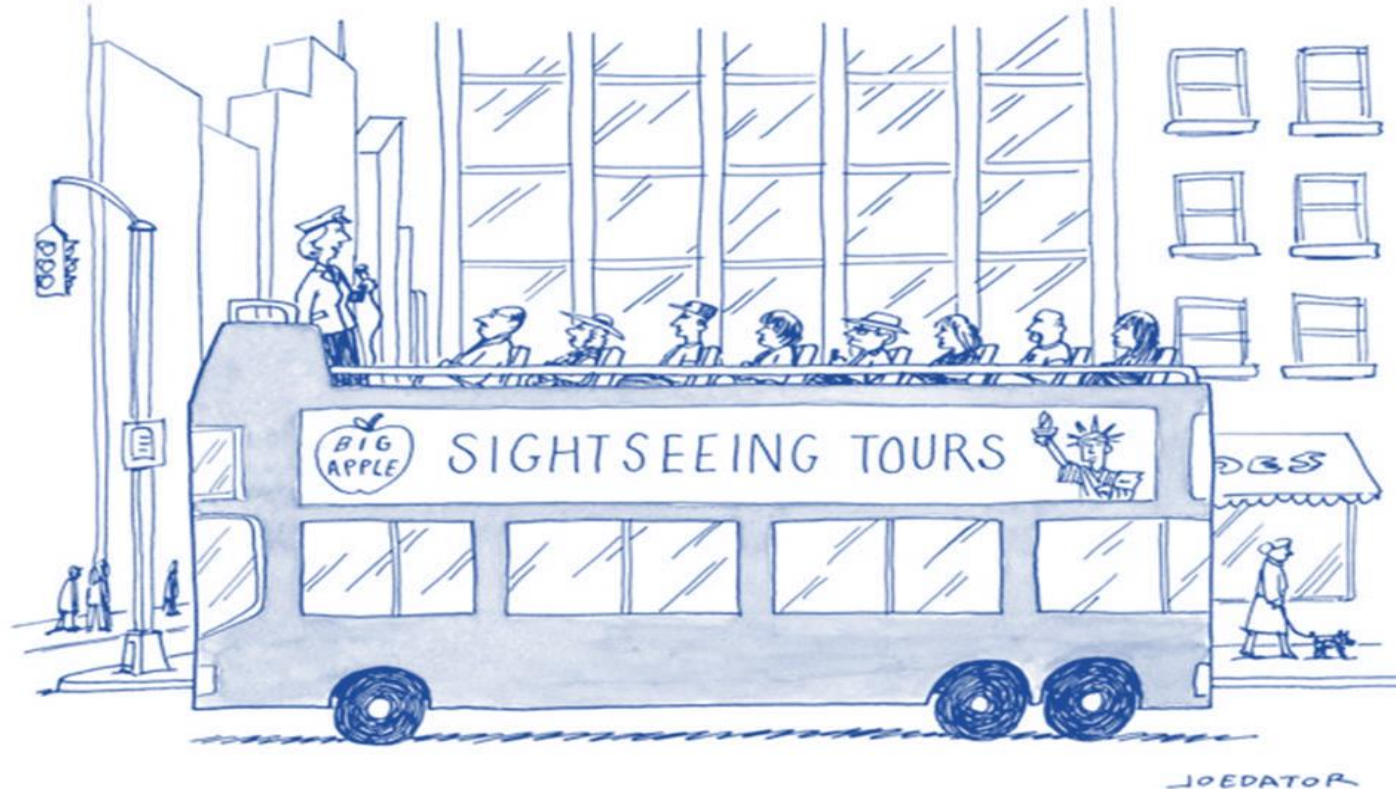
#2

Εντεινόμενα φαινόμενα Overtourism

Εντεινόμενα φαινόμενα Overtourism

ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ OVERTOURISM:

- ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗ ΤΩΝ ΥΠΟΔΟΜΩΝ
- ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΕ ΠΡΟΣΙΤΗ ΣΤΕΓΗ
- ΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΔΗΜΟΣΙΑΣ ΤΑΞΗΣ ΣΕ ΔΗΜΟΦΙΛΕΙΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ
- ΔΙΑΤΗΡΗΣΗ ΤΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΗΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗΣ ΕΜΠΕΙΡΙΑΣ



“And coming up on the right is another area ruined by the likes of you.”

#3

Η ΕΛΛΑΔΑ ΣΤΟ ΕΠΪΚΕΝΤΡΟ ΤΩΝ ΔΙΕΘΝΩΝ ΕΞΕΛΙΞΕΩΝ

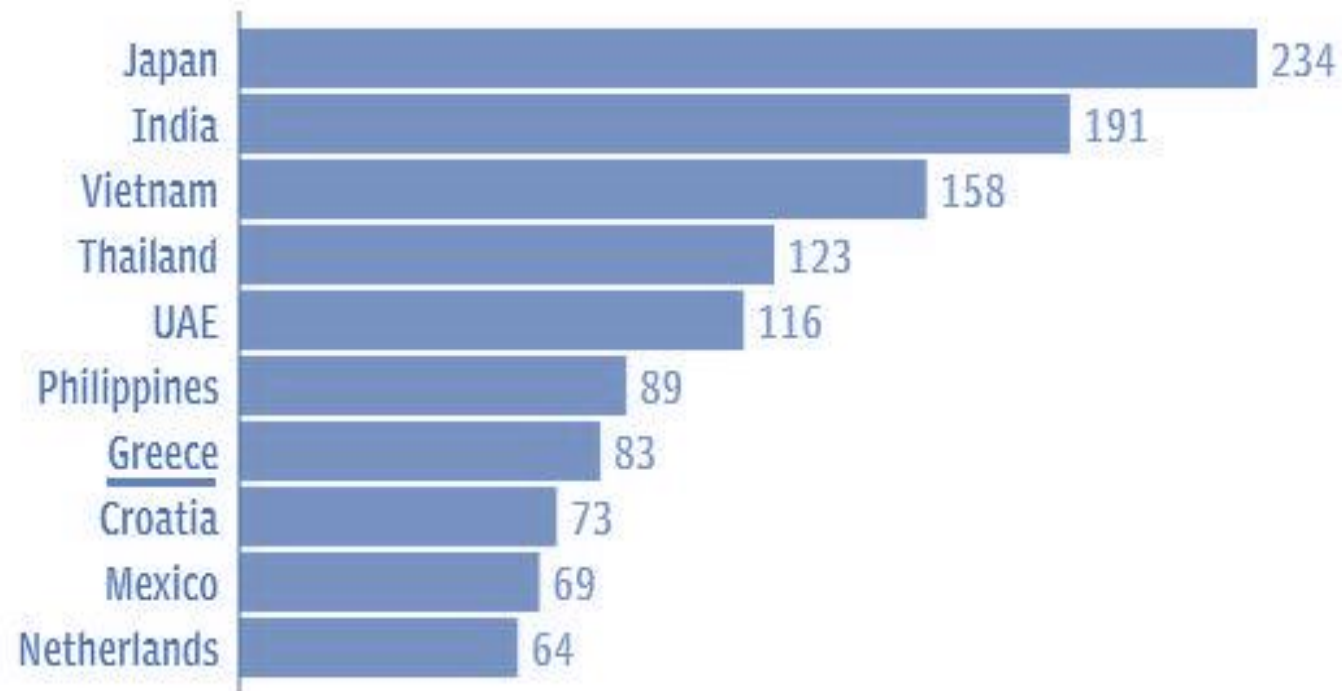
Η Ελλάδα στο επίκεντρο των διεθνών εξελίξεων

Η ΕΛΛΑΔΑ
ΥΠΕΡΚΕΡΑΣΕ ΤΙΣ
ΑΡΝΗΤΙΚΕΣ
ΕΠΙΔΟΣΕΙΣ ΤΗΣ
ΠΕΡΙΟΔΟΥ 2011-2012

ΒΡΙΣΚΕΤΑΙ ΠΛΕΟΝ
ΣΤΟ ΤΟΠ 10 ΤΩΝ
ΧΩΡΩΝ
ΠΑΓΚΟΣΜΙΩΣ, ΜΕ
ΒΑΣΗ ΤΗΝ ΠΛΕΟΝ
ΙΣΧΥΡΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ
ΤΟΥ ΕΙΣΕΡΧΟΜΕΝΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ ΑΠΟ ΤΟ
2010 ΕΩΣ ΤΟ 2017

High risers

Fastest-growing major travel destinations since 2010 (percentage)



Προς αναζήτηση νέων προορισμών

#4

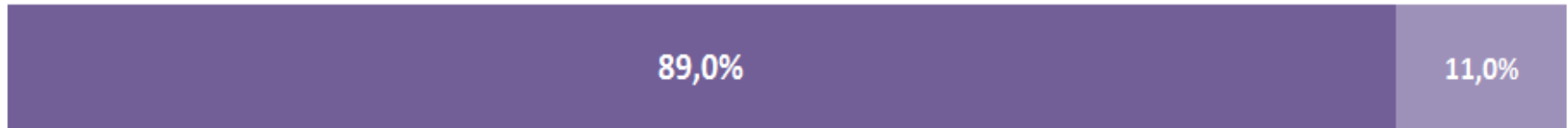
Ο δυισμός του εισερχόμενου τουρισμού

Δυσισμός του εισερχόμενου τουρισμού

Η ΑΝΑΔΕΙΞΗ ΝΕΩΝ
ΠΡΟΟΡΙΣΜΩΝ,
ΣΤΡΑΤΗΓΙΚΗ
ΠΡΟΤΕΡΑΙΟΤΗΤΑ
ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ
ΚΑΙ ΒΑΣΙΚΟΥΣ
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΕΣ
ΤΗΣ



Το 2017, 5 από 13 Περιφέρειες απορρόφησαν το 89% των εσόδων του εισερχόμενου τουρισμού



Το 2017, 4 από 18 Περιφέρειες συγκέντρωσαν το 72% των διεθνών αφίξεων & άλλες 5 Περιφέρειες το 24,5%



Το 2016, 4 από 21 Επαρχίες συγκέντρωσαν το 69% των διεθν. διανυκτερεύσεων & άλλες 4 Επαρχίες το 25,5%



#5

Οι υποδομές, βασικός δείκτης ανταγωνιστικότητας

Οι υποδομές, βασικός δείκτης ανταγωνιστικότητας

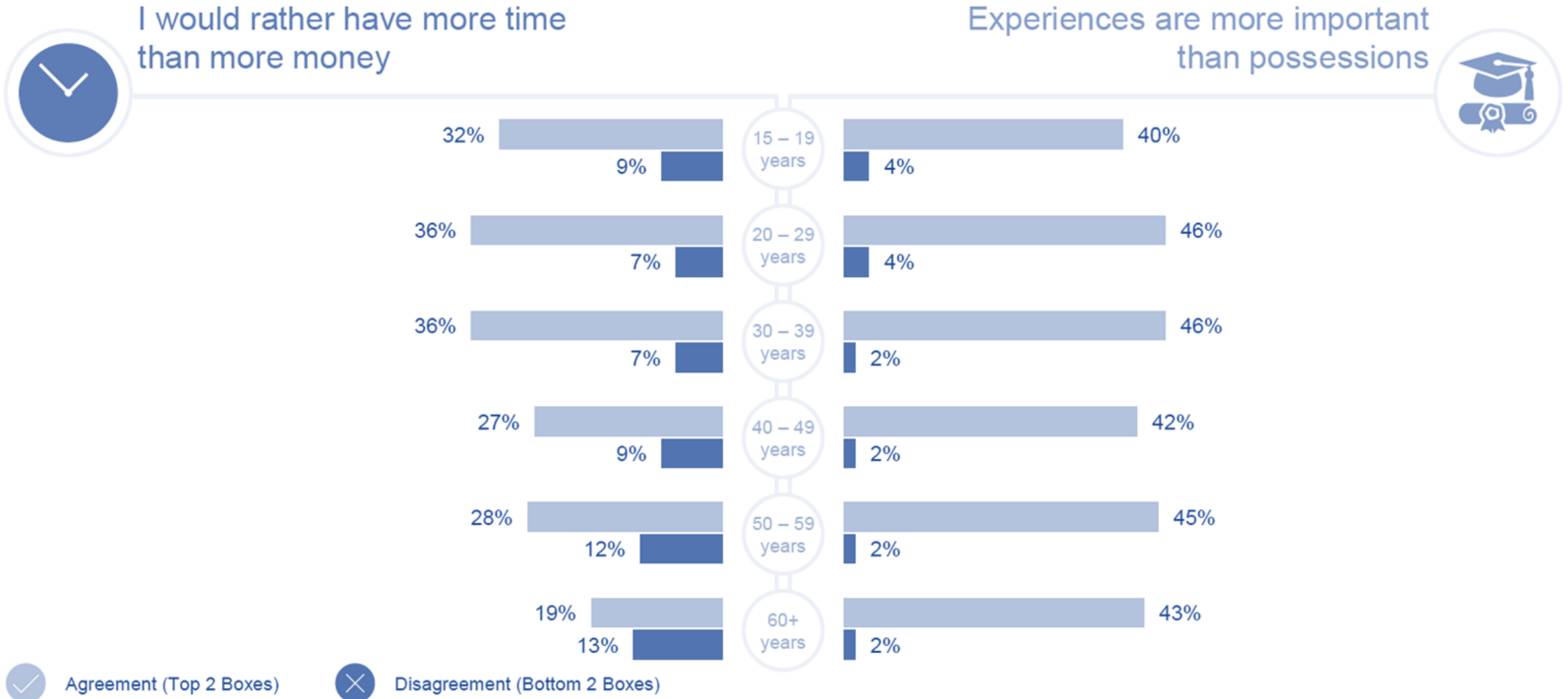
Table 2: The Travel & Tourism Competitiveness Index 2017: Europe

Country/Economy	Infrastructure			Natural and cultural resources	
	Air transport infrastructure	Ground and port infrastructure	Tourist service infrastructure	Natural resources	Cultural resources & business travel
SOUTHERN EUROPE					
Spain	5.0	5.2	6.7	4.9	6.9
Italy	4.4	4.7	6.0	4.8	6.5
Portugal	3.9	4.2	6.4	3.9	3.9
Greece	4.3	3.7	5.7	4.1	3.1
Croatia	3.0	3.9	6.3	4.5	2.8
Malta	3.9	4.5	5.5	3.1	1.5
Turkey	4.7	3.5	4.7	3.0	4.1
Cyprus	3.1	3.7	5.6	2.9	1.8
Southern Europe Average	4.0	4.2	5.9	3.9	3.8

#6

Οι εμπειρίες, το πολυτιμότερο αγαθό

Οι εμπειρίες, το πολυτιμότερο αγαθό



#7

Οι προορισμοί
αναδεικνύονται πλέον
σε κάθε στιγμή της
τουριστικής εμπειρίας

Οι προορισμοί αναδεικνύονται πλέον σε κάθε στιγμή της τουριστικής εμπειρίας

Η ΔΙΑΔΡΑΣΗ ΜΕ ΤΟΥΣ
ΕΠΙΣΚΕΠΤΕΣ
ΕΠΕΚΤΕΙΝΕΤΑΙ ΠΡΙΝ ΤΗΝ
ΕΝΑΡΞΗ ΚΑΙ ΜΕΤΑ ΤΗΝ
ΟΛΟΚΛΗΡΩΣΗ ΤΟΥ
ΤΑΞΙΔΙΟΥ

Travel moments that matter



I-want-to-get-away
moments
(dreaming moments)



Time-to-make-a-plan
moments
(planning moments)



Let's-book-it
moments
(booking moments)

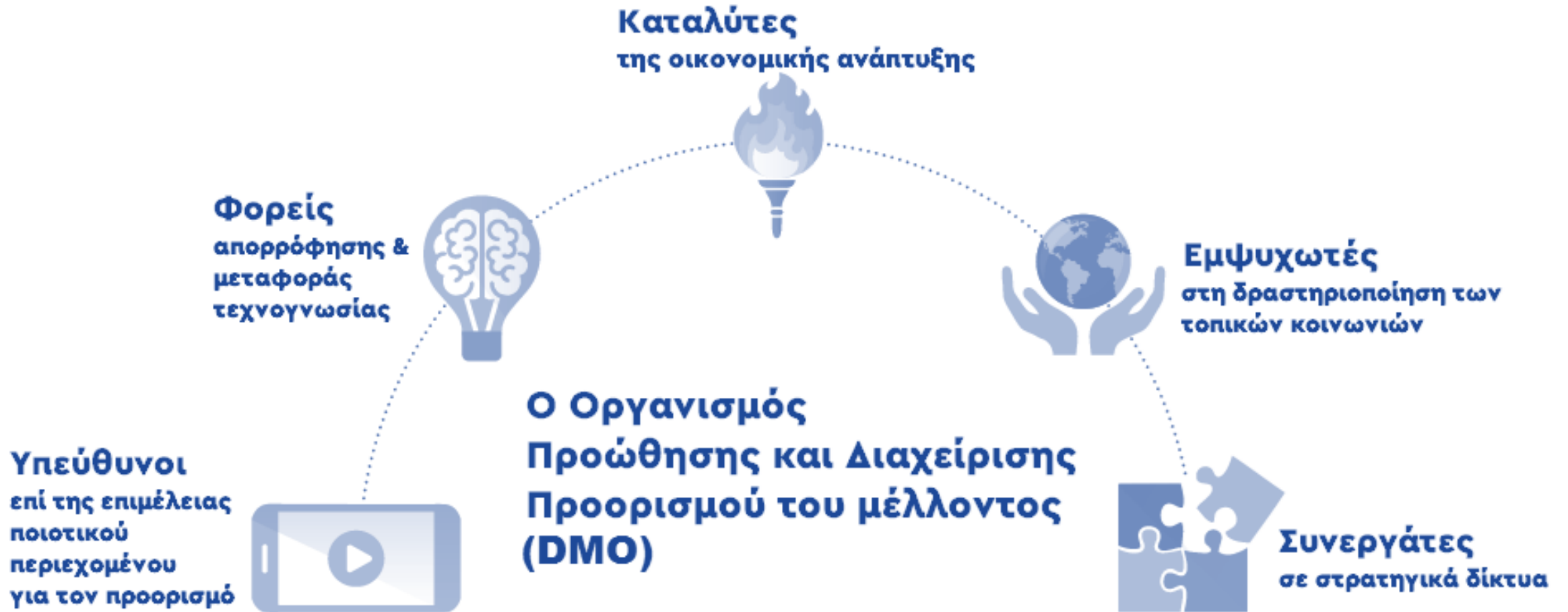


Can't-wait-to-explore
moments
(experiencing moments)

#8

ΟΙ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΕΣ ΣΕ ΤΟΠΙΚΟ ΚΑΙ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΟ ΕΠΙΠΕΔΟ ΧΡΗΣΟΥΝ ΣΥΝΤΟΝΙΣΜΟΥ

Οι συνεργασίες σε τοπικό και περιφερειακό επίπεδο χρήζουν συντονισμού



Η Υφιστάμενη Κατάσταση στη Δυτική Ελλάδα

ΤΟΠΟΣΟΦΙΑ
DESTINATION MARKETING AGENCY

Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα

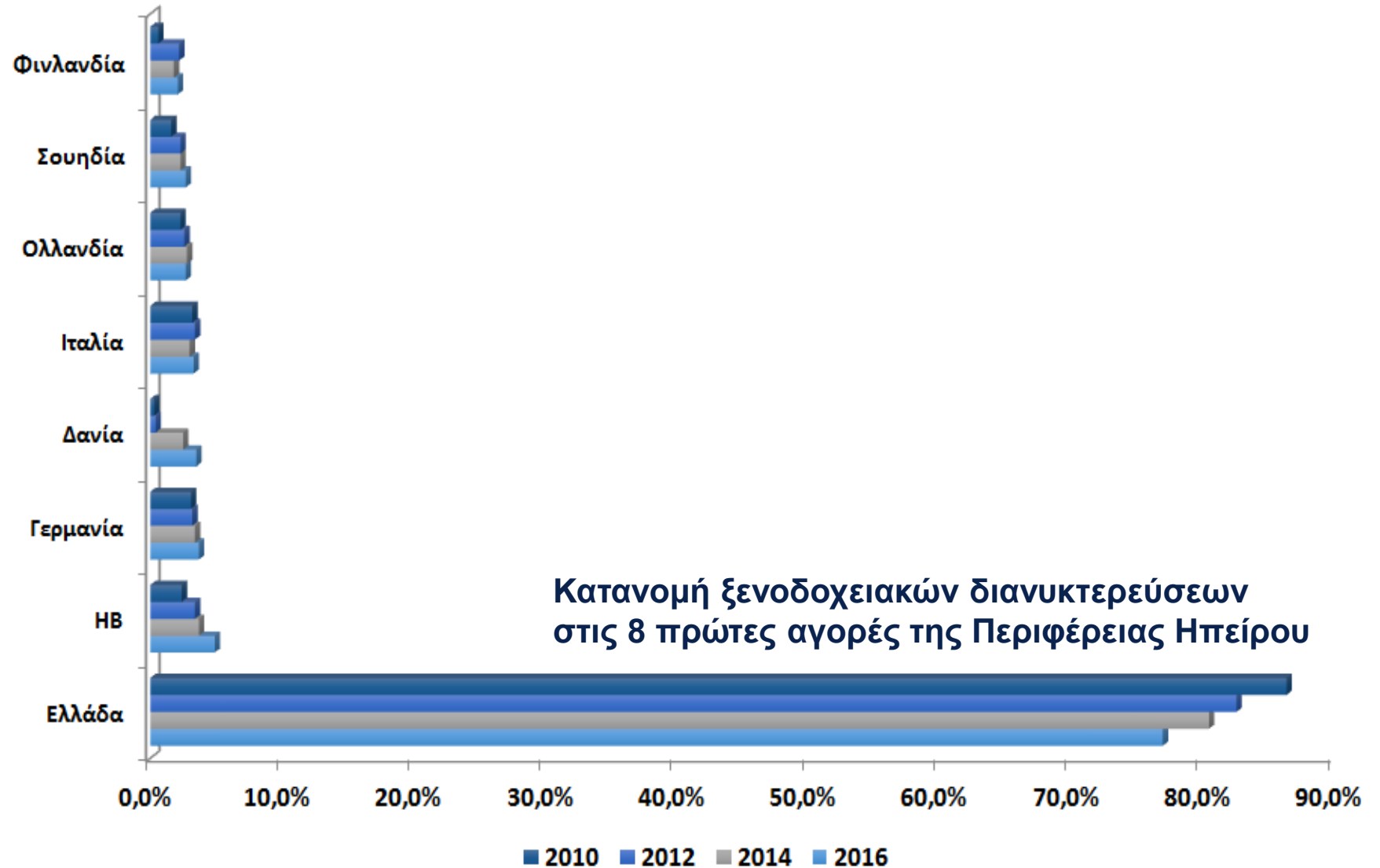
Η Δυτική Ελλάδα αποτελεί
αντιπροσωπευτικό δείγμα του
έντονου δυισμού του ελληνικού
τουρισμού (ΙΤΕΠ, 2018).

Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα

Υφίσταται εξάρτηση στον
εσωτερικό τουρισμό παρά τη
δεδομένη συρρίκνωση των
μεγεθών του στη διάρκεια της
οικονομικής κρίσης.

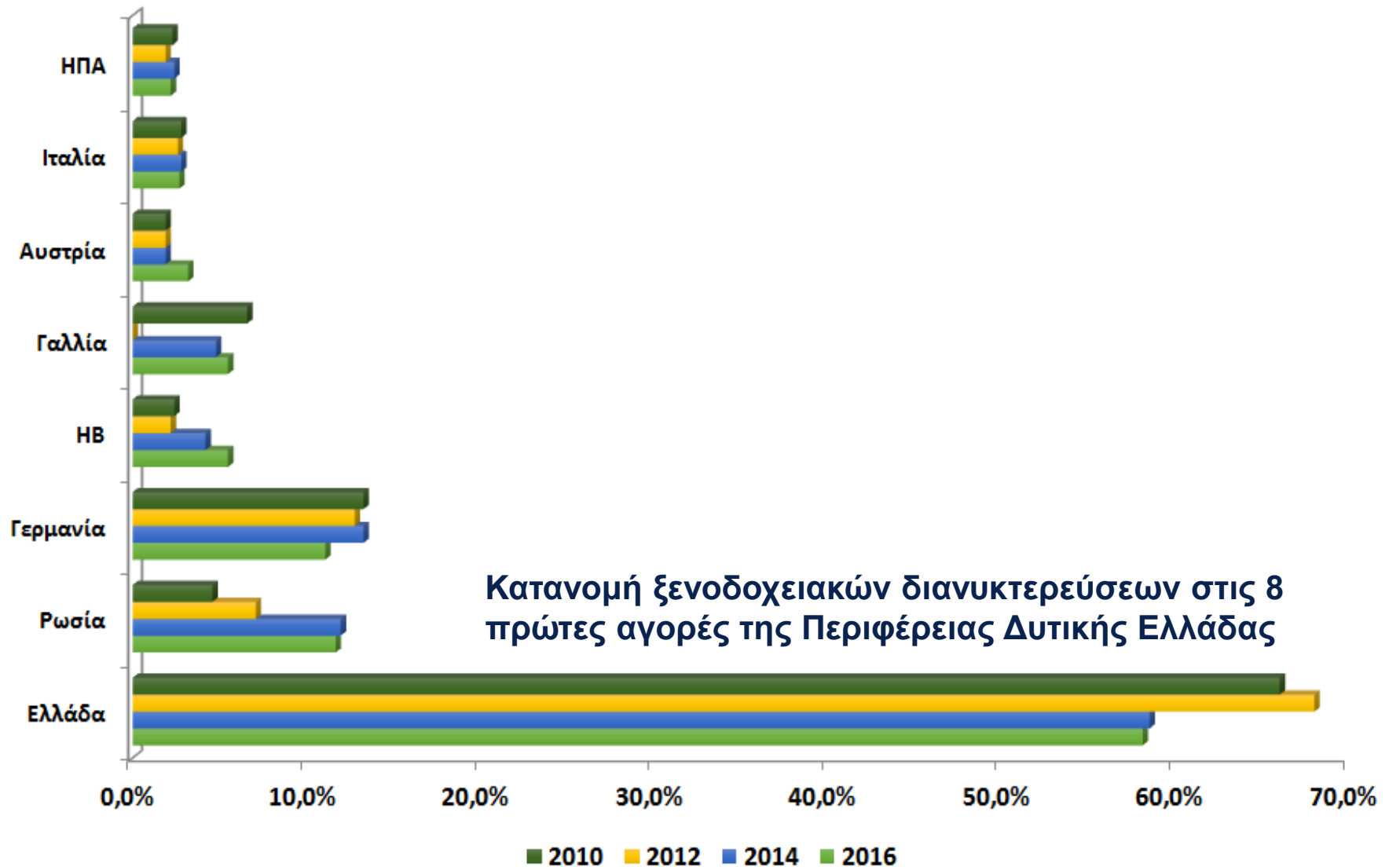
Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα

ΣΤΗΝ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΗΠΕΙΡΟΥ, ΤΑ
ΜΕΓΕΘΗ ΤΟΥ
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ
ΠΑΡΑΜΕΝΟΥΝ
ΣΥΝΤΡΙΠΤΙΚΑ



Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα

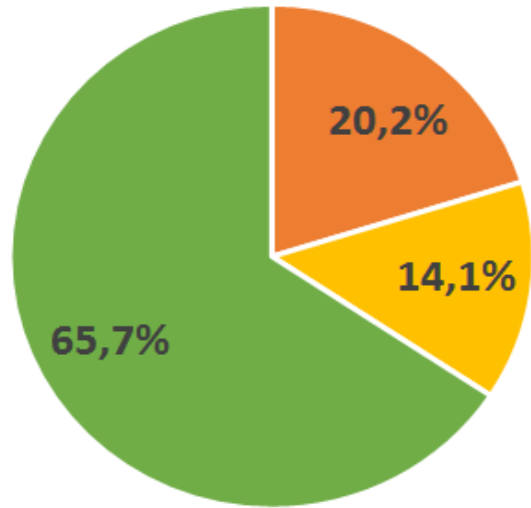
ΣΤΙΣ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΕΣ
ΔΥΤΙΚΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ
& ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ
ΠΑΡΑΤΗΡΕΙΤΑΙ
ΕΞΟΜΑΛΥΝΣΗ ΤΩΝ
ΜΕΓΕΘΩΝ ΤΟΥ
ΕΣΩΤΕΡΙΚΟΥ
ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ



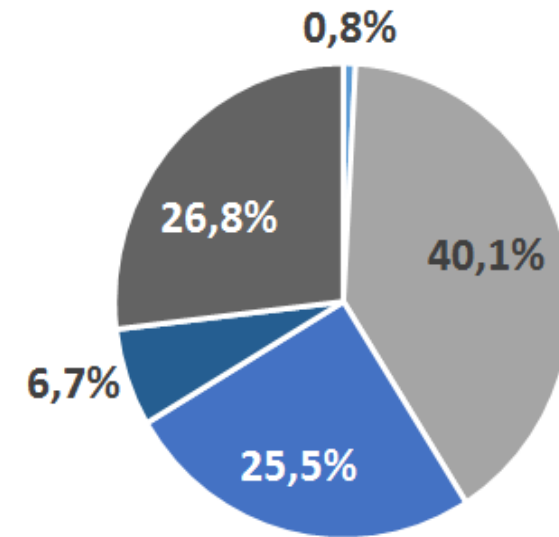
Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα

Ο εισερχόμενος τουρισμός
κατανέμεται άνισα ανάμεσα
στις Περιφερειακές Ενότητες
κάθε Περιφέρειας

Τουριστική ζήτηση στη Δυτική Ελλάδα



■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΧΑΪΑΣ ■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΙΤ/ΝΙΑΣ
■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΗΛΕΙΑΣ



■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΚΑΔΙΑΣ ■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΑΡΓΟΛΙΔΑΣ
■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΚΟΡΙΝΘΙΑΣ ■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΛΑΚΩΝΙΑΣ
■ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΕΝΟΤΗΤΑ ΜΕΣΣΗΝΙΑΣ

Κατανομή ξενοδοχειακών διανυκτερεύσεων στις Περιφερειακές Ενότητες των Περιφερειών Δυτικής Ελλάδας και Πελοποννήσου

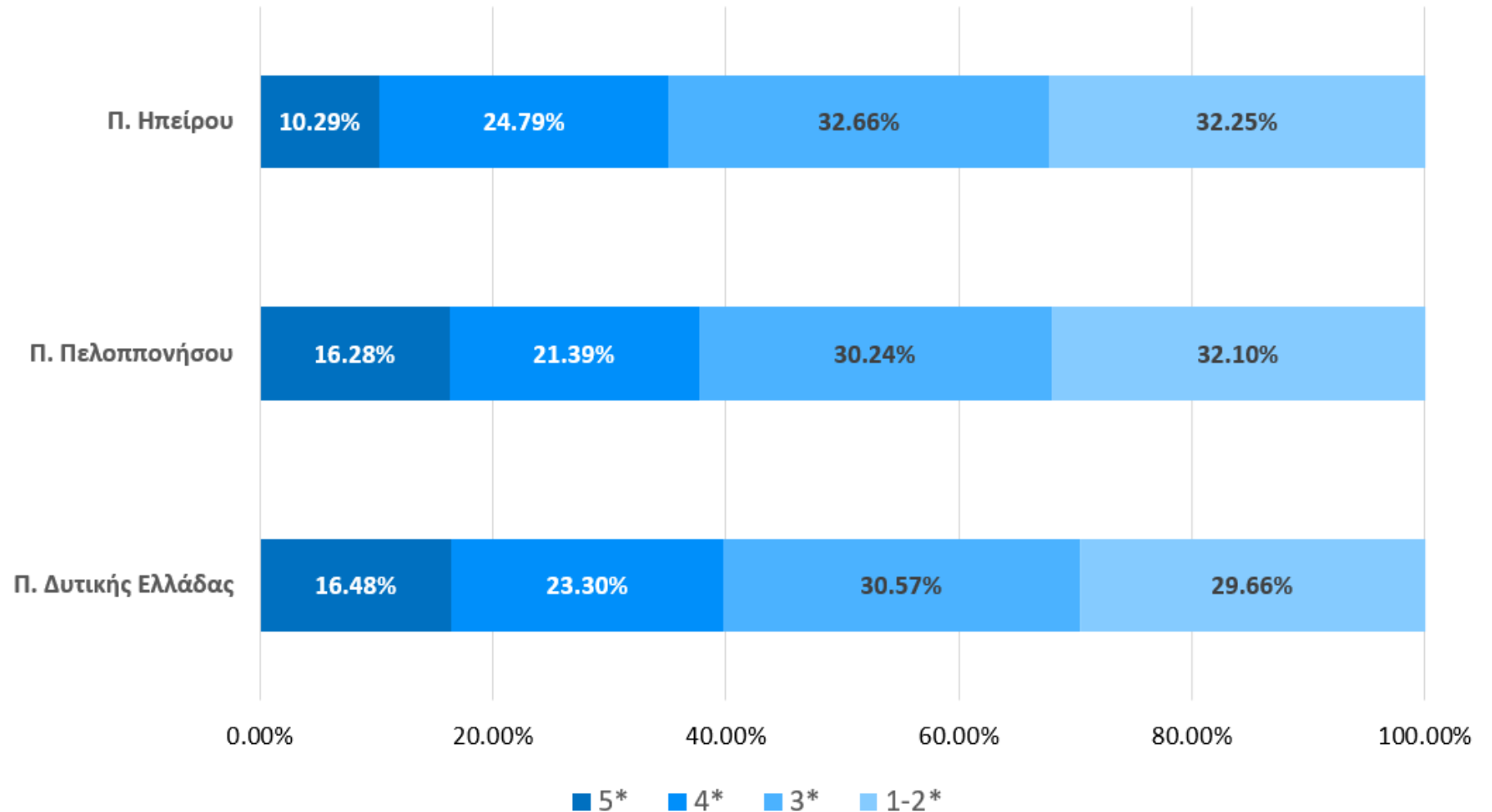
Τουριστική προσφορά στη Δυτική Ελλάδα

Υπάρχει ισορροπημένη
κατανομή των ξενοδοχειακών
κλινών ανάμεσα στις
Περιφέρειες Ηπείρου, Δυτικής
Ελλάδας και Πελοποννήσου

Τουριστική προσφορά στη Δυτική Ελλάδα

ΤΟΥΛΑΧΙΣΤΟΝ 6 ΣΤΙΣ
10 ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΑΚΕΣ
ΚΛΙΝΕΣ ΣΕ ΚΑΘΕ
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ
ΑΝΗΚΟΥΝ ΣΕ
ΜΟΝΑΔΕΣ 1*-3*

ΜΕΡΙΔΙΑ ΞΕΝΟΔ. ΚΛΙΝΩΝ ΣΤΗ ΔΥΤΙΚΗ ΕΛΛΑΔΑ (2017)



Προοπτικές και
προτεραιότητες σε μια
ευνοϊκή συγκυρία

Προοπτικές και προτεραιότητες σε μια ευνοϊκή συγκυρία

1. Στρατηγικός σχεδιασμός και πλαίσιο συνεργασιών

Προοπτικές και προτεραιότητες σε μια ευνοϊκή συγκυρία

2. Αξιοποίηση ερευνητικών δεδομένων και συνεχής επιμόρφωση των εμπλεκόμενων φορέων

Προοπτικές και προτεραιότητες σε μια ευνοϊκή συγκυρία

3. Προϊοντική ανάπτυξη (βιωματικές εμπειρίες, θεματικές εκδηλώσεις, σήμανση τουριστικού ενδιαφέροντος, κ.λπ.)

Προοπτικές και προτεραιότητες σε μια ευνοϊκή συγκυρία

4. Προώθηση και προβολή (ταυτότητα προορισμού, ποιοτικό περιεχόμενο, προώθηση μέσω online και travel trade καναλιών, κ.λπ.)

Σας ευχαριστώ!

ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΣ, pelopevents, pelop.gr, TRIP
6^ο Συνέδριο «Αναπτυξιακές Προοπτικές για τη Δυτική Ελλάδα»

Δρ. Πανταζής Πάστρας
Head of Research

ΤΟΠΟΣΟΡΗΥ
DESTINATION MARKETING AGENCY