



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΩΝ  
ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ  
& ΑΡΓΟΣΑΡΩΝΙΚΟΥ

[www.all-athens-hotels.com](http://www.all-athens-hotels.com)



18<sup>η</sup>

Έρευνα Ικανοποίησης  
Επισκεπτών & Απόδοση  
Ξενοδοχείων Αττικής



## Χαρακτηριστικά έρευνας

- ▶ Μέθοδος: ερωτηματολόγια
- ▶ Δείγμα: 2.000 ερωτηματολόγια
- ▶ Περίοδος: Μάιος - Οκτώβριος

Μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής & Αργολοσαρωνικού ξενοδοχεία 3\* - 5\*

Σε συνεργασία με την



Χορηγός



Σέκερη 4

106 74 Αθήνα, Ελλάδα

Τηλ: +30-210-3605002

E-mail: [gbr@gbrconsulting.gr](mailto:gbr@gbrconsulting.gr)

# 18<sup>η</sup>

Έρευνα Ικανοποίησης  
Επισκεπτών & Απόδοση  
Ξενοδοχείων Αττικής

# 2022



## Έρευνα

### Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

Η Ένωση Ξενοδόχων Αθηνών Αττικής και Αργοσαρωνικού σε συνεργασία με την GBR Consulting, καταγράφει ανελλιπώς επί 18 έτη, την άποψη των επισκεπτών για την Αθήνα - Αττική ως τουριστικό προορισμό.

Αναζητά το προφίλ τους, τις προσδοκίες τους, τις απαιτήσεις τους, τα παράπονά τους, τον βαθμό ικανοποίησής τους και τους καλεί να βαθμολογήσουν το ταξίδι και την εμπειρία τους από την Αθήνα.

Κάθε χρόνο στην έρευνά μας «Περί ικανοποίησης Τουριστών και απόδοσης Ξενοδοχείων Αττικής» επισκέπτες της πόλης μας οι οποίοι διαμένουν σε ξενοδοχεία – μέλη της Ένωσης όλων των κατηγοριών, απαντούν σε ένα ερωτηματολόγιο που επίσης κάθε χρόνο επικαιροποιείται προκειμένου να δώσει το 'στίγμα' της κάθε τουριστικής χρονιάς. Τα στοιχεία, συγκεντρώνονται από επισκέπτες της πόλης που έχουν ολοκληρώσει το ταξίδι τους και ετοιμάζονται να επιστρέψουν στην χώρα τους.

Για το 2022 την πρώτη χρονιά επαναφοράς και επανατοποθέτησης των προορισμών μετά από δύο έτη περιορισμών στα ταξίδια και στις μετακινήσεις λόγω πανδημίας covid-19, η Έρευνά μας πραγματοποιήθηκε εκ νέου με τη συνεργασία ερευνητών - σπουδαστών τουριστικών σχολών.

Για δεύτερη χρονιά ανανεώθηκε η συνεργασία στο πεδίο με τον στρατηγικό συνεργάτη της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών -Αττικής και Αργοσαρωνικού, τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών καθώς θα ήταν χρήσιμο και άκρως ενδιαφέρον να συνδυαστούν περισσότερα δεδομένα και απαντήσεις - και για το 2022.

Τα στοιχεία που προκύπτουν από τις απαντήσεις των επισκεπτών τόσο από τους διαμένοντες στα ξενοδοχεία όσο και από τους επιβάτες που αποχωρούν από την Αθήνα, μαζί με τα στοιχεία απόδοσης των ξενοδοχείων αλλά και του Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών, είναι εξαιρετικά ενδιαφέροντα και απολύτως απαραίτητα για την αποτίμηση της κατάστασης και την εξαγωγή σωστών συμπερασμάτων, όπως και για τη σκιαγραφή του προφίλ του επισκέπτη της Αθήνας.

Η Έρευνα από πλευράς της ΕΞΑΑΑ, διήρκησε από τον μήνα Μάιο έως και τον Οκτώβριο του 2022 και δρομολογήθηκαν αρκετοί τρόποι συμπλήρωσης των ερωτηματολογίων από τους ενοίκους των ξενοδοχείων (μέσω ερωτηματολογίων σε χαρτί, tablets και application). Τα φετινά ερωτηματολόγια επικαιροποιήθηκαν με κοινές ερωτήσεις σε ξενοδοχεία και Αεροδρόμιο, επικαιροποιήθηκε επίσης το δείγμα των ξενοδοχείων που συμμετείχαν και συνεχίστηκε η συνεργασία μας με συμμάχους όπως η εταιρεία City Contact (Χορηγός - Υποστηρικτής) και η Narratologies στο ερευνητικό κομμάτι.

Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν όχι μόνο τα φετινά συμπεράσματα, αλλά και η συνέχεια που παρατηρούμε από χρόνο σε χρόνο αναφορικά με όσα οι τουρίστες γνωρίζουν για την Αθήνα την Αττική και τον Αργοσαρωνικό ή με τις προσδοκίες τους, τους λόγους που επιλέγουν την Αθήνα κ.ά. Εντυπωσιάζουν επίσης και όσα -θετικά ή αρνητικά- δεν αλλάζουν, παρά τις επισημάνσεις ετών, φανερώνοντας εξακολουθητικά και διαχρονικά είτε όσα είτε ικανοποιούν τους επισκέπτες μας, είτε τους ενοχλούν.

Τα συμπεράσματα αποτελούν πρόκληση όχι μόνο για τους αρμόδιους πολιτειακούς και θεσμικούς φορείς, αλλά και για τον καθένα μας ξεχωριστά ως πολίτη της Αθήνας.

Ευχαριστούμε θερμά όσους συνέβαλλαν στην επιτυχία και της φετινής 18ης Έρευνας: Τα ξενοδοχεία -μέλη μας, τον στρατηγικό μας Συνεργάτη τον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών για την εξαιρετική και αγαστή συνεργασία σε όλα τα στάδια της Έρευνας, τους ερευνητές, τον σταθερό υποστηρικτή μας City Contact και φυσικά τον στενό συνεργάτη μας GBR Consulting. Ένα μεγάλο Ευχαριστώ οφείλουμε και στους ίδιους τους επισκέπτες μας - που συνεργάστηκαν απαντώντας επιμελώς στις ερωτήσεις μας.

## Συμπεράσματα

Μετά τα έτη 2020 και 2021 που επηρεάστηκαν σε μεγάλο βαθμό από την πανδημία Covid-19, οι τουρίστες επέστρεψαν στην Αθήνα με θετική διάθεση. 'Κουρασμένοι' από μέτρα και περιορισμούς, οι τουρίστες ήταν έτοιμοι να ανακαλύψουν ξανά νέες εμπειρίες, μέρη και προοπτικές. Τα συνολικά επίπεδα ικανοποίησης αυξήθηκαν στο 8,4, από 8,1 το 2019. Στην έρευνα του 2022 οι παραδοσιακά υψηλά βαθμολογούμενες πτυχές, πολιτισμός, διασκέδαση & αναψυχή και η συμπεριφορά των κατοίκων, παρέμειναν σε πολύ υψηλά επίπεδα ικανοποίησης, αλλά κατέγραψαν χαμηλότερη βαθμολογία σε σύγκριση με το 2019. Ωστόσο, σημειώνεται σαφής βελτίωση στην ικανοποίηση για τα σήματα & τις πληροφορίες, τις πληροφορίες για ειδικές εκδηλώσεις και τη δημόσια καθαριότητα.

Η αναγνωρισιμότητα του παραλιακού μετώπου της Αθήνας έχει βελτιωθεί, με 63% των διαμενόντων σε ξενοδοχεία να το επισκέπτονται ενώ η πλειοψηφία όσων δεν το επισκέφθηκαν το γνωρίζει. Επίσης, η αναγνωρισιμότητα των Νησιών του Αργοσαρωνικού βελτιώνεται, αλλά παραμένει ακόμα σε χαμηλά επίπεδα. Η επισκεψιμότητα της Σαλαμίνας σημείωσε σημαντική αύξηση.

Η ανάλυση στη συμπεριφορά των ταξιδιωτών είναι πολύπλοκη και πολλές πτυχές μπορούν να την επηρεάσουν. Η φετινή έρευνα αποκαλύπτει ότι κάποιες ομάδες των τουριστών της Αθήνας έχουν κοινά ενδιαφέροντα, χωρίς να αποκλείεται ότι ορισμένοι ταξιδιώτες έχουν ποικίλα ενδιαφέροντα. Η έρευνα του 2022 μεταξύ 2.000 επισκεπτών ξενοδοχείων στην Αθήνα εντόπισε 10 συγκεκριμένα προφίλ:

· Αρχαιοφιλοί · Φιλότεχνοι · Δραστήριοι · Διερχόμενοι · Νυχτόβιοι · Αγοραστές · Καλοφαγάδες · Θαλασσινοί · Ανθρωποκεντρικοί · Επαγγελματίες

Αυτοί οι ταξιδιώτες έχουν ταξιδέψει στην Αθήνα με συγκεκριμένο ενδιαφέρον και σχεδίασαν ανάλογα το πρόγραμμα τους στην πόλη. Ωστόσο, ένα μεγάλο μερίδιο, περίπου το ένα τρίτο των ταξιδιωτών αναψυχής δεν έχει κάποιο συγκεκριμένο ενδιαφέρον και έχει επιλέξει μια πιο 'χαλαρή' προσέγγιση, χωρίς να έχει την πρόθεση να επισκεφτεί όσο το δυνατόν περισσότερα αξιοθέατα. Με αυτό τον τρόπο οι 'χαλαροί' αισθάνονται ότι έχουν περιορισμένη επαφή με τους ντόπιους και τον τρόπο ζωής τους. Όλα αυτά δεν επηρεάζουν την συνολική ικανοποίηση, καθώς οι 'χαλαροί' είναι πολύ ικανοποιημένοι, αξιολογώντας τη συνολική τους εμπειρία στην πόλη με βαθμό 8,4. Ξοδεύουν λιγότερα σε σύγκριση με τα άλλα προφίλ ταξιδιωτών. Είναι σαφές ότι τα άλλα προφίλ ξοδεύουν περισσότερα χρήματα, που σημαίνει ότι συγκεκριμένες εμπειρίες αυξάνουν τις δαπάνες.

Παρά τα διαφορετικά ενδιαφέροντα, σχεδόν όλοι οι τουρίστες στην Αθήνα, συμπεριλαμβανομένων των επαγγελματιών, έχουν τα εξής κοινά: επισκέπτονται συνήθως την Ακρόπολη και το μουσείο της Ακρόπολης συνδυάζοντας μια βόλτα στην Πλάκα και το Μοναστηράκι. Αυτό σημαίνει επίσης, ότι οι τουριστικές ροές είναι πολύ συγκεντρωμένες, γεγονός που θα επηρεάσει αυτές τις γειτονιές, καθώς έχουν εστιάσει σχεδόν αποκλειστικά στην αναψυχή και την ψυχαγωγία, ασκώντας πίεση στους κατοίκους που παρατηρούν να μειώνεται η αστική βιωσιμότητα των γειτονιών τους.

Επίσης, ο ξενοδοχειακός όγκος είναι συγκεντρωμένος στην περιοχή γύρω από το Κουκάκι, την Πλατεία Συντάγματος, την Ομόνοια και το Μοναστηράκι. Το 2022 περίπου το 72% όλων των ξενοδοχείων στην Αττική (μη συμπεριλαμβανομένων των νησιών του Αργοσαρωνικού) βρίσκονται στο Κεντρικό Τομέα Αθηνών και ο αριθμός των δωματίων ξενοδοχείων στο κέντρο αυξήθηκε κατά 19% κατά την περίοδο 2015 - 2022. Ο αριθμός των μονάδων στην αγορά βραχυχρόνιας μίσθωσης στο κέντρο αυξήθηκε κατά CAGR 60% την περίοδο 2015 - 2019, ενώ σημειώθηκε μείωση του αριθμού των εν λειτουργία μονάδων κατά το 2020 και το 2021 και ανάκαμψη το 2022.

Η απόδοση των ξενοδοχείων, το 1ο τρίμηνο του 2022 εξακολούθησε να επηρεάζεται από την πανδημία, αλλά από τον Ιούλιο του 2022, όσον αφορά την πληρότητα επιτεύχθηκαν τα επίπεδα και το μοτίβο του 2019. Συνεπώς, στο σύνολο του έτους 2022 τα επίπεδα πληρότητας μειώθηκαν κατά 10,7% σε σύγκριση με το 2019. Η Μέση Τιμή Δωματίου αυξήθηκε κατά 14,4% το 2022/19 σε μια περίοδο υψηλού πληθωρισμού.

Σε σύγκριση με πόλεις της Μεσογείου το 2022, μόνο η Κωνσταντινούπολη κατάφερε να ξεπεράσει τα επίπεδα του 2019 σε πληρότητα. Αναφορικά με τις τιμές δωματίων, η Ρώμη ξεπέρασε με διαφορά τις πόλεις της Μεσογείου, αλλά και τις περισσότερες ευρωπαϊκές πρωτεύουσες με αύξηση 32% 2022/1

Λαμπρινή Καρανάσιου – Ζουλοβίτς  
Πρόεδρος ΕΞΑΑΑ

Stefan Merlenhof  
Managing Consultant

# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



## Survey

**Athens - Attica & Argosaronic  
Hotel Association**  
Tourist Satisfaction Survey 2022

Hotel name: \_\_\_\_\_

### 1. General characteristics

Age Group:  
Choose one of the following answers  
 18-25  26-35  36-45  46-55  >55

Country of origin: \_\_\_\_\_

Are you travelling:  
Choose one of the following answers

- Alone
- With partner
- Only with children
- With friend / friends
- With colleague(s)
- With partner & children

How many times have you visited Athens:  
Choose one of the following answers

- first time
- several times

Length of stay in Athens (number of nights):

- 1  2  3  4
- 5  6  7  >7

### 2. Purpose of your trip

Are you here for:  
Check any that apply

- Business
- Holidays
- Conferences / incentive / exhibition
- Friends / relatives
- Other: \_\_\_\_\_

If you visited Athens only for holidays why did you choose it?  
Check any that apply

- Easy access
- Must-see destination
- Archaeological sites / cultural interest
- Stop-over to another destination in Greece
- Attractive commercial center / shopping
- Entertainment & nightlife
- To attend an event
- Attractive package offer (cheap)
- Other: \_\_\_\_\_

### 3. Experience

Activities  
Did you participate in any of the following?  
Check any that apply

- City Bus Tour
- Organised walking tour (general)
- Organised gastronomy tour (food, wine etc.)
- Organised bike tour
- Organised contemporary art tour
- Organised street art tour
- Organised architecture tour
- Organised hike tour
- Organised scuba diving
- Argosaronic cruise
- Other: \_\_\_\_\_

Events  
Did you attend any of the following?  
Check any that apply

- Concert or live music event
- Festival (music, film, dance, food etc.)
- Theatre show
- Workshop / class / seminar
- Sport event
- Other: \_\_\_\_\_

Museums  
Did you visit any of the following?  
Check any that apply

- Acropolis Museum
- National Archaeological Museum
- Benaki Museum
- Byzantine & Christian Museum
- National History Museum
- Numismatic Museum
- National Gallery
- Museum of Modern Greek Culture
- Kanellopoulos Museum
- Epigraphic Museum
- War Museum
- Museum of Cycladic Art
- Other: \_\_\_\_\_

Archaeological sites  
Did you visit any of the following?  
Check any that apply

- Acropolis
- Dionysus Theatre
- Temple of Poseidon (Sounio)
- Temple of Olympian Zeus
- Panathenaic stadium
- Other: \_\_\_\_\_
- Hadrian's Library
- Roman Agora
- Kerameikos
- Aristotle's Lyceum
- Ancient Agora

Other attractions  
Did you visit any of the following?  
Check any that apply

- Filisvos Marina
- Marina Zeas
- Stavros Niarchos Cultural Center
- Attica Zoological Park
- Mikrolimano
- Shopping mall (Mall Athens, McArthurGlen etc.)
- Regency Casino Mont Parnes
- Other: \_\_\_\_\_



### Neighbourhoods

Did you visit any of the following?  
Check any that apply

- Plaka  Kolonaki  Kifissia
- Monastiraki  Mets  Gazi
- Psiri  Thissio  Piraeus
- Koukaki  Kipseli  Glyfada
- Other: \_\_\_\_\_

### Local experience

To what extent do you feel that you have come in contact with the locals and the local culture?  
Please circle the answer

- |                   |                      |
|-------------------|----------------------|
| Meeting locals    | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| Local way of life | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |
| Local gastronomy  | 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 |

### Athens coast and its beaches

Did you visit the Athens coast during this trip?

- Yes  No
- If yes, did you go for swimming?  Yes  No
- If no, are you aware of the Athens coast and its beaches?  Yes  No

### Argosaronic Islands

Did you visit or will you visit during this trip to Athens one of the following islands?

	Yes	No, but I know the island	No, I don't know the island
Aegina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Agistri	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Hydra	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Poros	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Salamina	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Spetses	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kythira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Antikythira	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Athens Authentic Marathon

Are you aware that each year in November the Athens Authentic Marathon is organised?

- Yes  No
- If yes, are you aware about the special offers and events for the visitors / runners?  
 Yes  No

### 4. Information material for Athens:

While staying at your hotel did you take any brochures from the Info Stand?

- Yes  No
- If yes, how did you use them:
- To find restaurant / café  Yes  No
- To visit museums etc.  Yes  No
- To move around the city  Yes  No
- To find a tour  Yes  No
- For shopping  Yes  No
- For clubbing / nightlife  Yes  No
- Other: \_\_\_\_\_

How many members of your group used the same copy of the following brochures from the Info Stand?

	People
Athens Guide:	_____
Athens Map:	_____
Athens by Metro & tram:	_____

### 5. Expenditures in the city

Please indicate the total cost of your visit in Athens not including airline tickets and accommodation (including partner & children if applicable)

- If you are only part way through your visit, please make an estimate
- € \_\_\_\_\_ Attractions - Entertainment
- € \_\_\_\_\_ Restaurants - Cafés, bars, snacks etc.
- € \_\_\_\_\_ Shopping
- € \_\_\_\_\_ Other
- € \_\_\_\_\_ Total

### 6. Your opinion on different aspects

Please circle the answer  
(1. totally inadequate; 10. excellent)

Character of local people	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Culture	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Leisure / entertainment	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Access from the airport	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Safety in city	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Sign and information	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
City parks "city green"	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Squares, pavements	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Info on specific events	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public cleanliness	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Atmospheric pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Noise pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public transport	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### Your opinion on the facilities

Hotel facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurant facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar / Café facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi services	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### Value for money:

Hotel value for money	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping value for money	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurant value for money	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar / Café for money	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi value for money	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### Overall Satisfaction 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

### 7. Re-visit / recommendation

- Would you recommend Athens to others?  Yes  No
- Do you feel that there are other things that you would have liked to see / do in Athens?  Yes  No
- Would you re-visit?  Yes  No





# 18<sup>η</sup>

Έρευνα Ικανοποίησης  
Επισκεπτών & Απόδοση  
Ξενοδοχείων Αττικής

# 2022



## Προφίλ επισκεπτών

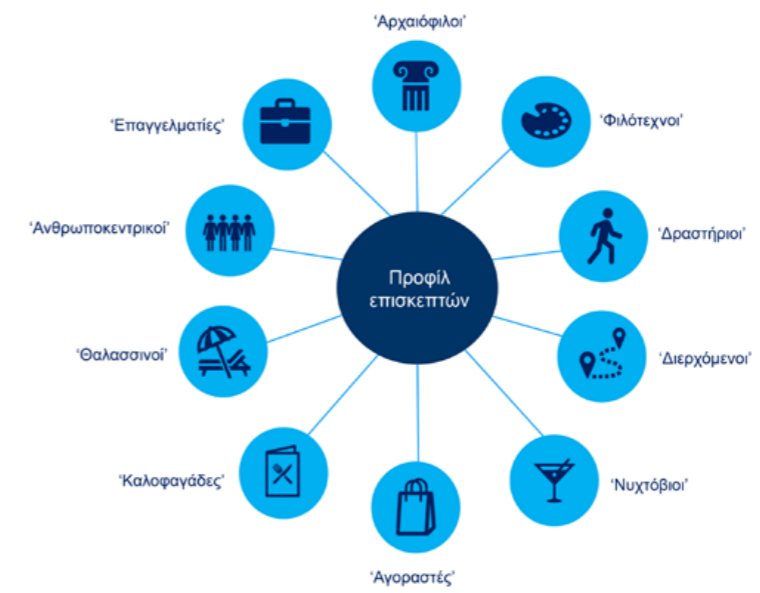


ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION

### Προφίλ επισκεπτών

Στην έρευνα εντοπίστηκαν 10 συγκεκριμένα προφίλ επισκεπτών με διαφορετικά χαρακτηριστικά.

gbr  
consulting



'Χαλαροί'



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION

# 18<sup>η</sup>

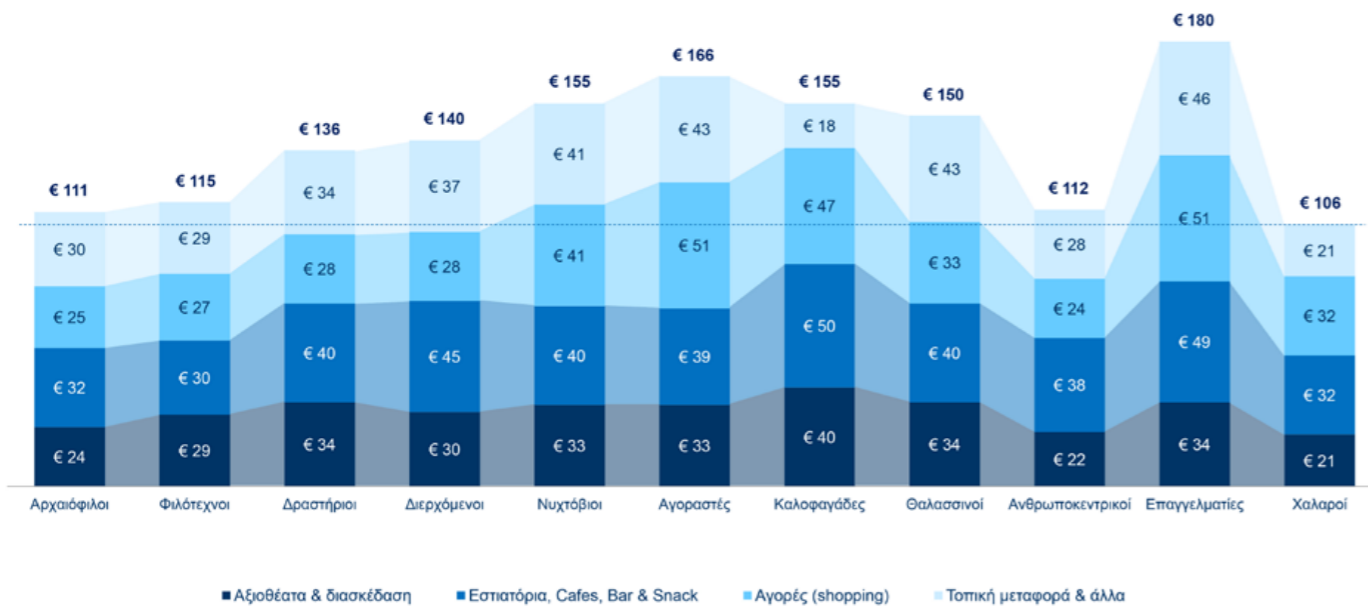
## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Προφίλ επισκεπτών

Οι δαπάνες των επισκεπτών με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα είναι υψηλότερες από εκείνες των ταξιδιωτών χωρίς ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ('χαλαροί'). Η προσφορά ποικιλίας εμπειριών προσθέτει αξία.



Ημερήσιες δαπάνες ανά προφίλ επισκεπτών



### Προφίλ επισκεπτών ('χαλαροί' - χωρίς ιδιαίτερα χαρακτηριστικά)

Οι ταξιδιώτες χωρίς ιδιαίτερα χαρακτηριστικά ('χαλαροί') επιλέγουν ένα πιο 'χαλαρό' πρόγραμμα στο οποίο περιλαμβάνουν μόνο τους δημοφιλέστερους αρχαιολογικούς χώρους. Αισθάνονται ότι έχουν περιορισμένη επαφή με τους ντόπιους και τον τρόπο ζωής τους και ξεδεύουν λιγότερα.



- ✓ Για όλους τους ταξιδιώτες, ανεξάρτητα από το αν έχουν συγκεκριμένα ενδιαφέροντα, η επίσκεψη στην Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης αποτελούν σχεδόν πάντα μέρος του προγράμματος σε συνδυασμό με μια βόλτα στην Πλάκα και το Μοναστηράκι. Οι ταξιδιώτες με συγκεκριμένα ενδιαφέροντα και ταξιδιωτικούς σκοπούς στοχεύουν σε διαφορετικού χαρακτήρα και συγκεκριμένες εμπειρίες.
- ✓ Περίπου το ένα τρίτο των ταξιδιωτών αναψυχής που επισκέπτεται την Αθήνα δεν έχει προετοιμάσει συγκεκριμένες δραστηριότητες. Οι χαλαροί δεν γειμίζουν το πρόγραμμά τους με επισκέψεις σε μουσεία, συναυλίες, φεστιβάλ και άλλες εκδηλώσεις. Επισκέπτονται σε πολύ μικρότερο βαθμό άλλα αξιοθέατα όπως η Μαρίνα Φλοίσβου, το Μικρολίμανο, το Κέντρο Πολτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, εμπορικά κέντρα και το Αττικό Ζωολογικό Πάρκο. Επίσης, δεν επισκέπτεται το παραλιακό μέτωπο της Αθήνας σε μακρύτερες αποστάσεις.
- ✓ Ο λόγος επιλογής της Αθήνας για το συγκεκριμένο προφίλ ταξιδιωτών, που έρχεται στην Αθήνα για πρώτη φορά, είναι οι αρχαιολογικοί χώροι και ο πολιτισμός καθώς και ότι αποτελεί must προορισμό.
- ✓ Επομένως, πέραν της Ακρόπολης και του Μουσείου της, επισκέπτονται την Πλάκα και το Μοναστηράκι και άλλους αρχαιολογικούς χώρους όπως το Ναό του Ολυμπίου Διός, το Παναθηναϊκό Στάδιο, τη Βιβλιοθήκη του Αδριανού και τη Ρωμαϊκή Αγορά, μαζί με τον/την σύντροφο ή τους φίλους τους. Συχνά, το κάνουν χρησιμοποιώντας ένα city bus tour.
- ✓ Αυτοί οι ταξιδιώτες αισθάνονται ότι έχουν περιορισμένη εμπειρία από την επαφή με τους ντόπιους και τον τρόπο ζωής τους, αλλά θεωρούν ότι 'ανακάλυψαν' την τοπική γαστρονομία.
- ✓ Οι δαπάνες των ταξιδιωτών αυτής της κατηγορίας είναι οι χαμηλότερες. Φυσικά, ορισμένοι ταξιδιώτες θα επιλέγουν πάντα ένα πιο χαλαρό city break και όχι ένα πλήρες πρόγραμμα. Επομένως, πρακτικά οι εμπλουτίζοντας με συγκεκριμένες -επιπλέον- εμπειρίες το πρόγραμμά τους, προστίθεται μεγαλύτερη αξία στο ταξίδι τους και δημιουργείται καλύτερη σύνδεση με τους ντόπιους, ενώ ταυτόχρονα δαπανούνται και περισσότερα χρήματα.
- ✓ Τέλος, οι χαλαροί είναι ικανοποιημένοι από την εμπειρία τους στην Αθήνα με συνολικό βαθμό αξιολόγησης 8,4 στα 10 και με το 80% να δηλώνει ότι υπάρχουν πολλά περισσότερα να ανακαλύψει στην Αθήνα. Καθώς το 91% αυτής της ομάδας δήλωσε ότι προτίθεται να επισκεφθεί ξανά την πόλη, η Αθήνα κερδίζει μια ακόμα ευκαιρία να τους προσφέρει σε επόμενη επίσκεψή τους τις εμπειρίες που δεν βίωσαν σε αυτό το ταξίδι τους.

# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



### ‘Αρχαιόφιλοι’



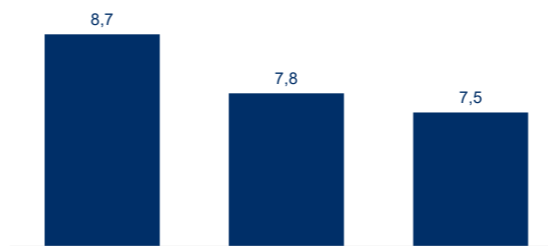
- ✓ Οι ‘αρχαιόφιλοι’ τρέφουν μεγάλη αγάπη για την αρχαιότητα και την ιστορία. Το πρωταρχικό τους κίνητρο για ταξίδια είναι να εμβαθύνουν στην ιστορία ενός τόπου. Η Αθήνα ως μια από τις αρχαιότερες πόλεις στον κόσμο, έχοντας κατοικηθεί για πιθανώς 5.000 χρόνια συνεχόμενα, αποτελεί έναν must προορισμό για τους αρχαιόφιλους προκειμένου να απολαύσουν την πλούσια και συναρπαστική ιστορία με εκπληκτικά αρχαία αρχιτέκτα, μνημεία και τοποθεσίες.
- ✓ Το ταξίδι για τους αρχαιόφιλους είναι γεμάτο με επισκέψεις σε αρχαιολογικούς χώρους και μουσεία και συνήθως είναι καλά προετοιμασμένοι με πλήρεις πληροφορίες για την πόλη που επισκέπτονται.
- ✓ Οι αρχαιόφιλοι για παράδειγμα πιθανότατα γνωρίζουν ότι το όνομα της Αθήνας συνδέεται με τη θεά Αθηνά και ότι ο Παρθενώνας δημιουργήθηκε τον 5<sup>ο</sup> αιώνα π.Χ. και ήταν αφιερωμένος στην θεά Αθηνά – προστάτιδα της πόλης.
- ✓ Όλοι οι αρχαιόφιλοι - που είναι άνω των 26 ετών και ταξιδεύουν κυρίως με τον/την σύντροφό τους - επισκέπτονται τον Παρθενώνα, σε συνδυασμό με μια επίσκεψη στο Θέατρο Διονύσου και στο μουσείο της Ακρόπολης, ένα από τα σημαντικότερα μουσεία στον κόσμο. Επίσης, επισκέπτονται το Λύκειο του Αριστοτέλη, έναν αρχαιολογικό χώρο που συνήθως δεν αποτελεί πόλο έλξης από τα άλλα προφίλ επισκεπτών.
- ✓ Οι πολυήμερες επισκέψεις σε άλλους αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας αποτελούν μέρος της εμπειρίας, όπως ο ναός του Ολυμπίου Διός, η Αρχαία Αγορά, το πρώτο εμπορικό κέντρο της Αθήνας, και το Παναθηναϊκό στάδιο ή Καλλιμάρμαρο, το μοναδικό στάδιο στον κόσμο που αποτελείται εξ ολοκλήρου από μάρμαρο, με ιστορία που ξεκινά από το 330 π.Χ. και την εποχή των Παναθηναίων.
- ✓ Ένας άλλος τρόπος επίσκεψης στους κύριους ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους της Αθήνας είναι το city bus tour, μια ελκυστική επιλογή για τους αρχαιόφιλους έτσι ώστε να μεγιστοποιήσουν τον αριθμό των σημείων της πόλης που επισκέπτονται, αλλά και ως μια μορφή μεταφοράς μεταξύ όλων των κύριων αξιοθέατων. Οι αρχαιόφιλοι λοιπόν δεν εισέρχονται πάντα στους αρχαιολογικούς χώρους, αλλά είναι πολύ πιθανόν να επιλέγουν να παρατηρούν αυτά τα αξιοθέατα (όπως τη Ρωμαϊκή Αγορά και τη Βιβλιοθήκη του Αδριανού στο Μοναστηράκι), από απόσταση, με το city bus ή το τρενάκι κτλ.
- ✓ Οι περισσότεροι αρχαιόφιλοι επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά και οι περιοχές με την μεγαλύτερη επισκεψιμότητα είναι η Πλάκα, το Μοναστηράκι και το Θησείο. Πέραν αυτής της ζώνης, επισκέπτονται το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο και το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο για να ολοκληρώσουν την επίσκεψή τους στην Αθήνα. Ο αρχαιολογικός χώρος του Κεραμεικού (ή τοποθεσία ενός σημαντικού νεκροταφείου και πολυάριθμων επιτύμβιων γλυπτών με σημαντικό μουσείο εντός του αρχαιολογικού χώρου) είναι ένας πιο απομακρυσμένος χώρος, αλλά βρίσκεται στη διαδρομή των city bus tours και επίσης επιλέγεται.

### Αρχαιόφιλοι

Οι ‘αρχαιόφιλοι’ σε γενικές γραμμές δεν ξοδεύουν πολύ, αλλά έχουν δει τα περισσότερα αξιοθέατα. Επίσης, αναζητούν σε μεγάλο βαθμό μια τοπική γαστρονομική εμπειρία.



#### Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άριστα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**78%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**98%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

#### Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 24
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 32
Αγορές (shopping)	€ 25
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 30
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 111</b>

**82%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

**91%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα



# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



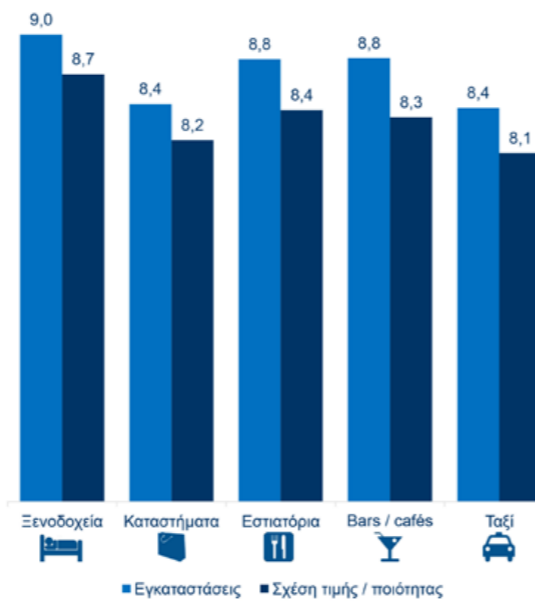
### Αρχαιόφιλοι

Ο πολιτισμός της Αθήνας αξιολογείται υψηλά.



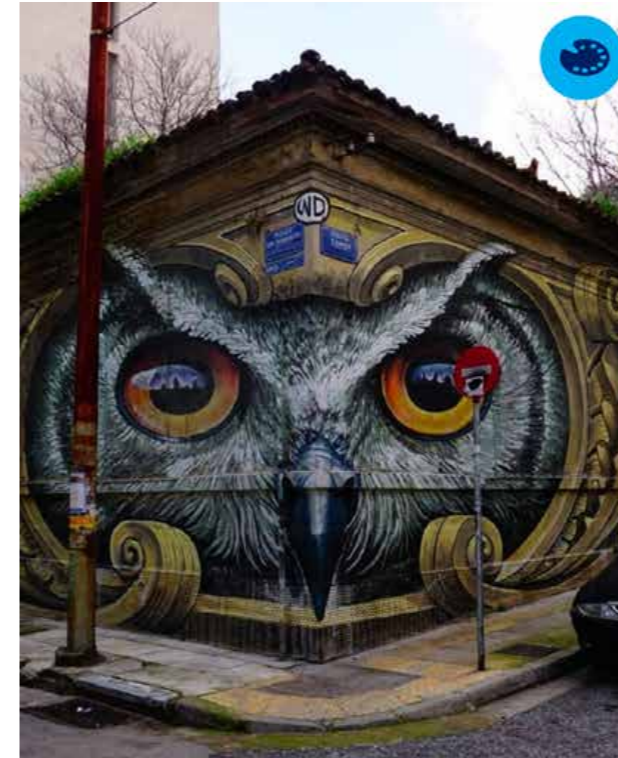
Αξιολόγηση της εμπειρίας

Συνολικός βαθμός ικανοποίησης 8,4



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΣΑΡΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION



### ‘Φιλότεχνοι’



- ✓ Η UNESCO περιγράφει την Ακρόπολη της Αθήνας και τα μνημεία της ως παγκόσμια σύμβολα του κλασικού πνεύματος και πολιτισμού και αποτελούν το μεγαλύτερο αρχιτεκτονικό και καλλιτεχνικό συγκρότημα που κληροδότησε η ελληνική αρχαιότητα στον κόσμο. Αλλά στην πόλη και σε πολλά αθηναϊκά κτίρια κυριαρχεί και η νεοκλασική αρχιτεκτονική, μια τεχνοτροπία που ξεκίνησε στα μέσα του 18<sup>ου</sup> αιώνα και έχει επηρεαστεί σε μεγάλο βαθμό από την κλασική αρχαιότητα. Στη συνέχεια, μοντερνιστικές επιρροές όπως το κίνημα Bauhaus, το Art Deco και το Art Nouveau μπορούν επίσης να εντοπιστούν στην Αθήνα. Ένα city bus tour είναι ένας γρήγορος τρόπος για τους φιλότεχνους να ανακαλύψουν αυτά τα στυλ.
- ✓ Οι φιλότεχνοι, είναι κυρίως άνω των 36 ετών, ταξιδεύουν με τον/την σύντροφό τους και ανακαλύπτουν αυτή την κληρονομιά συχνά μέσα από ένα οργανωμένο tour αρχιτεκτονικής.
- ✓ Για τους φιλότεχνους μια επίσκεψη στην Ακρόπολη σε συνδυασμό με το μουσείο της Ακρόπολης, το οποίο σχεδίασε η Bernard Tschumi Architects από την Νέα Υόρκη σε συνεργασία με τον Έλληνα αρχιτέκτονα Μιχαήλ Φωτιάδη, είναι δεδομένη.
- ✓ Ο αρχιτεκτονικός πλούτος της Αθήνας είχε αγνοηθεί σε μεγάλο βαθμό για δεκαετίες, αλλά οι φιλότεχνοι ανακαλύπτουν εκ νέου τα ξεχασμένα και εγκαταλειμμένα νεοκλασικά κτίρια σε όλη την πόλη, αξιολογώντας την αρχαία αλλά και την νεότερη αρχιτεκτονική κληρονομιά της Αθήνας.
- ✓ Μια επίσκεψη στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, σχεδιασμένο από τον Renzo Piano, είναι συνήθως μέρος της επίσκεψής τους στην Αθήνα, την οποία επισκέπτονται κυρίως για πρώτη φορά, ενώ επιβεβλημένη είναι η επίσκεψή τους στην Εθνική Πινακοθήκη, όπου προσφέρει έναν θησαυρό σύγχρονης ελληνικής τέχνης με περισσότερα από 20.000 έργα ζωγραφικής, γλυπτικής, χαρακτικής και άλλες μορφές τέχνης που στεγάζονται σε ένα εμπνευσμένο κτίριο, το οποίο ανακαίνιστηκε πλήρως και επεκτάθηκε κατά την περίοδο 2017 – 2021.
- ✓ Οι φιλότεχνοι επίσης επισκέπτονται το Εθνικό Μουσείο Σύγχρονης Τέχνης Αθηνών (ΕΜΣΤ), που βρίσκεται στην πρώην ζυθοποιία ΦΙΞ, ανακατασκευάστηκε πλήρως και ολοκληρώθηκε το 2014.
- ✓ Η Αθήνα παρέχει παράλληλα δημιουργικές δράσεις που εκφράζονται με πολλές μορφές, συμπεριλαμβανομένης της ‘Τέχνης του δρόμου’. Η περιοχή Ψυρρή είναι μια από τις τοποθεσίες που επισκέπτονται οι φιλότεχνοι, αλλά η τέχνη του δρόμου μπορεί να βρεθεί σε πολλές μη τουριστικές περιοχές όπου ντόπιοι και διεθνείς καλλιτέχνες του δρόμου έχουν εκφράσει τις ιδέες και τα μηνύματά τους. Ένα οργανωμένο tour τέχνης του δρόμου είναι σίγουρα ένας από τους τρόπους για να ανακαλύψουν αυτή την πτυχή.

ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΣΑΡΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION

# 18<sup>η</sup>

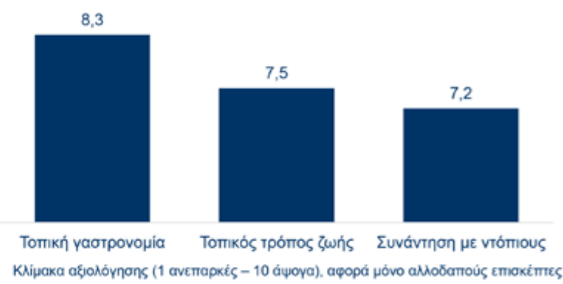
## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

Φιλότεχνοι

Οι 'φιλότεχνοι' συνολικά βαθμολογούν χαμηλά την επαφή τους με τους ντόπιους. Αυτοί οι ταξιδιώτες δεν ανήκουν ανάμεσα στους ταξιδιώτες με τις υψηλότερες δαπάνες. Το 94% θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα.



Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



**78%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**98%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 29
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 30
Αγορές (shopping)	€ 27
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 29
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 115</b>

**83%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

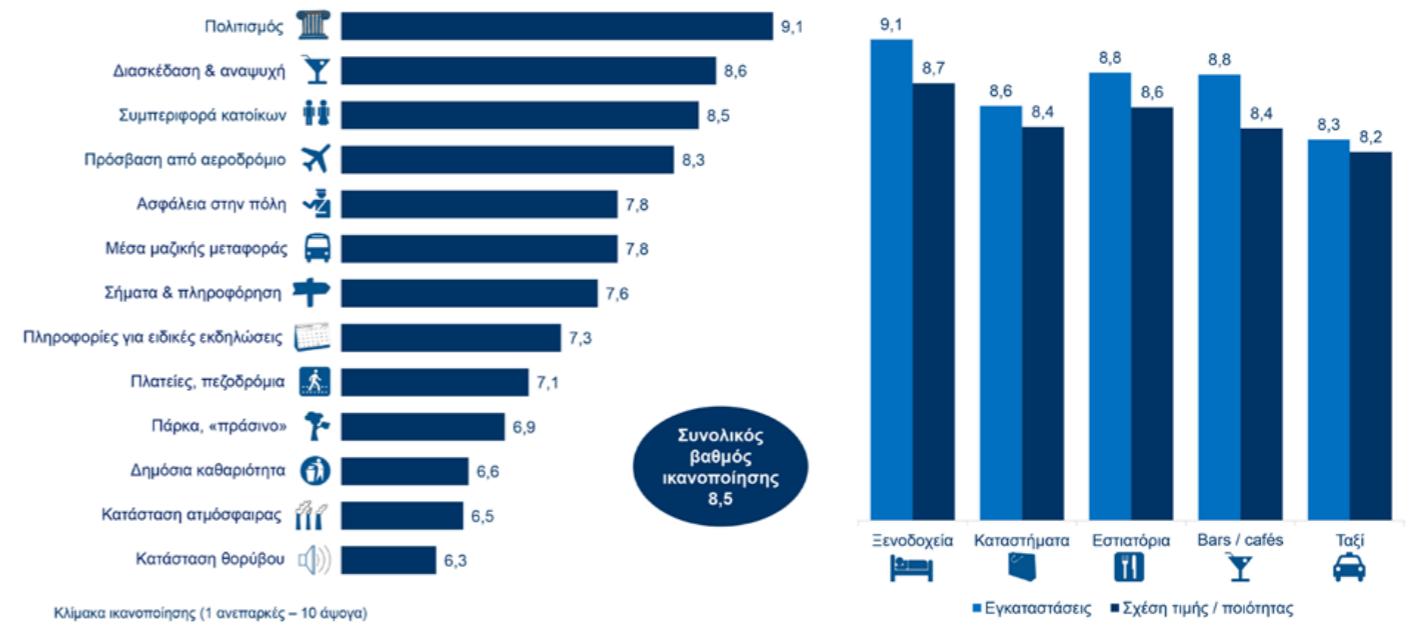
**94%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

Φιλότεχνοι

Καταγράφεται υψηλή συνολική ικανοποίηση από την εμπειρία τους στην Αθήνα.



Αξιολόγηση της εμπειρίας





### ‘Δραστήριοι’



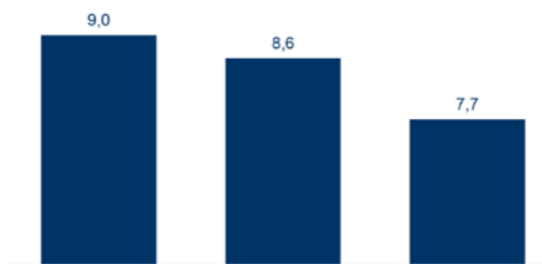
- ✓ Οι ‘δραστήριοι’ επιλέγουν διακοπές γεμάτες δραστηριότητες αξιοποιώντας όλες τις δυνατότητες που προσφέρει η Αθήνα.
- ✓ Μέσω ενός οργανωμένου ποδηλατικού tour, οι δραστήριοι επιλέγουν έναν ιδιαίτερα ενεργό τρόπο να ανακαλύψουν την πόλη από την κλασική Αθήνα μέχρι τα κυριότερα μνημεία, την Αθηναϊκή Ριβιέρα και άλλα σημεία ενδιαφέροντος.
- ✓ Στην Αθηναϊκή Ριβιέρα, η επίσκεψη στη Μαρίνα του Φλοιοβου (310 θέσεις ελλιμενισμού προσφέρονται για πολυτελή γιοτ σε συνδυασμό με καταστήματα, καφέ, μπαρ και εστιατόρια) είναι μέρος του προγράμματος επισκέψεων (συχνά με ποδήλατο). Από εκεί και μετά οι επισκέπτες συνεχίζουν κατά μήκος της ακτής προς τον Άλμο και προς το Σούνιο ή προς το στάδιο Ειρήνης & Φιλίας με μια στάση στο ΠΚΙΣΝ και το Πάρκο Σταύρος Νιάρχος. Στο κέντρο του Πάρκου, στο «Ξέφωτο» -μια έκταση 21 στρεμμάτων με πλούσια ποικιλία χλωρίδας, ως γνωστόν τους καλοκαιρινούς μήνες φιλοξενούνται ποικίλες εκδηλώσεις και δραστηριότητες, που προσελκύουν το συγκεκριμένο τμήμα αγοράς.
- ✓ Οι δραστήριοι είναι νέοι, κάτω των 36 ετών, και ταξιδεύουν στην Αθήνα με τον/την σύντροφό τους, αλλά και με φίλους. Συνήθως επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά και προσελκύονται από τους αρχαιολογικούς χώρους και τον πολιτισμό της. Επομένως μια επίσκεψη στην Ακρόπολη, το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο είναι μέρος των αξιοθέτων που επισκέπτονται. Ένας στους τρεις δραστήριους επισκέπτεται επίσης το Μουσείο Μπενάκη, το Εθνικό Ιστορικό Μουσείο και την Εθνική Πνακοθήκη.
- ✓ Εκτός από το ποδηλατικό tour, το λεωφορείο hop-on hop-off χρησιμοποιείται για γρήγορη μετακίνηση στην πόλη για να αξιοποιήσουν στο έπακρο τον χρόνο τους στην Αθήνα.
- ✓ Επίσης επισκέπτονται εμπορικά κέντρα όπως το Mall Athens στο Μαρούσι και το Athens Metro Mall στον Άγιο Δημήτριο. Όχι μόνο για ψώνια, αλλά και για να ανακαλύψουν επιλογές ψυχαγωγίας.
- ✓ Στο κέντρο της Αθήνας, η Πλάκα, το Μοναστηράκι και το Θησείο είναι οι περιοχές όπου επισκέπτονται περισσότερο. Επίσης επισκέπτονται το Γκάζι όπου βρίσκεται η Τεχνόπολη, το πρώην εργοστάσιο φυσικού αερίου της Αθήνας και όπου σήμερα έχει μεταμορφωθεί σε έναν ζωντανό πολιτιστικό πολυχώρο.
- ✓ Λόγω όλων των δραστηριοτήτων τους, οι δαπάνες για αξιοθέατα και διασκέδαση είναι πολύ μεγαλύτερες από τον μέσο ταξιδιώτη, αλλά έτσι οι δραστήριοι νιώθουν ότι έχουν πραγματικά ανακαλύψει σε μεγάλο βαθμό τον τοπικό τρόπο ζωής και την τοπική γαστρονομία.
- ✓ Τέλος, οι δραστήριοι είναι πολύ ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους στην Αθήνα, με τον πολιτισμό και τις επιλογές αναψυχής και ψυχαγωγίας να κατατάσσονται μεταξύ των υψηλότερων βαθμολογιών από όλους τους ταξιδιώτες αναψυχής.

### Δραστήριοι

Οι δαπάνες για αξιοθέατα και ψυχαγωγία είναι πολύ υψηλότερες από τον μέσο ταξιδιώτη και αισθάνονται ότι έχουν πραγματικά ανακαλύψει σε μεγάλο βαθμό τον τοπικό τρόπο ζωής και την τοπική γαστρονομία.



Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**76%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**99%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 34
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 40
Αγορές (shopping)	€ 28
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 34
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 136</b>

**88%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

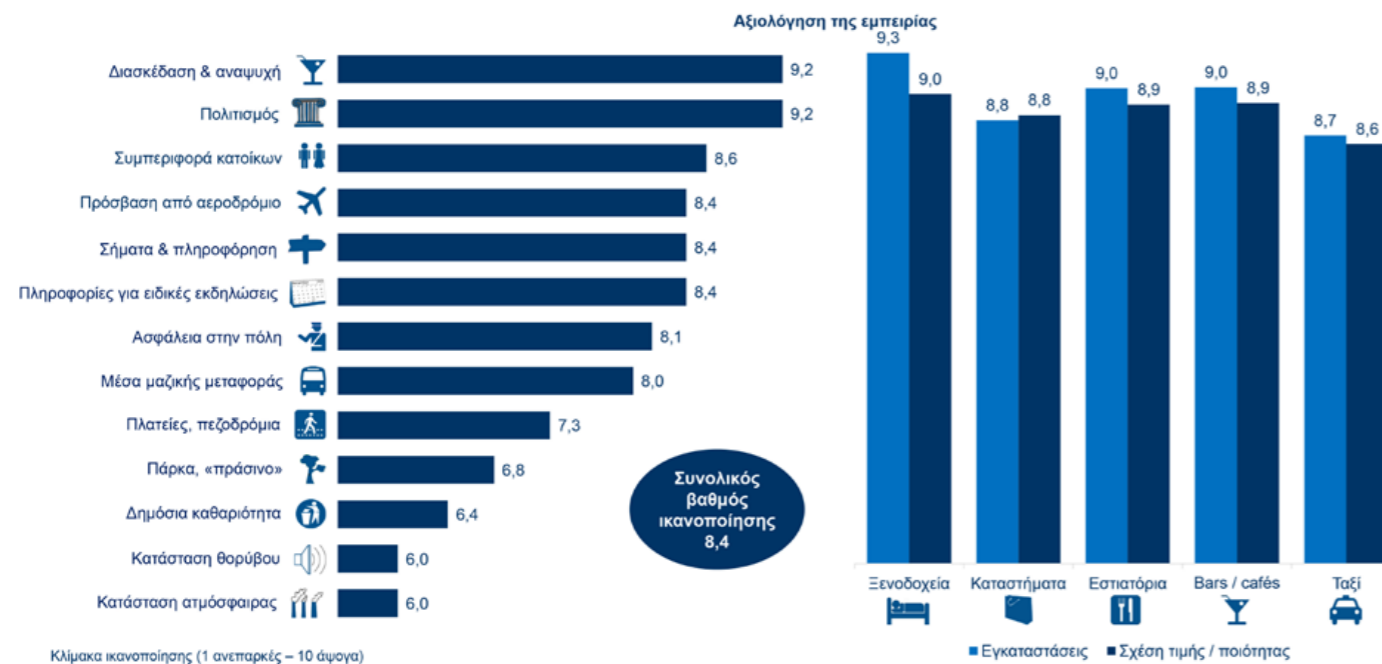
**95%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Δραστήριοι

Οι δραστήριοι είναι πολύ ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους στην Αθήνα κυρίως με τον πολιτισμό και τις επιλογές αναψυχής και ψυχαγωγίας.



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΛΟΠΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOLARONIC HOTEL ASSOCIATION



### ‘Διερχόμενοι’



- ✓ Η Αθήνα παραμένει ενδιάμεσος σταθμός για σημαντικό αριθμό επισκεπτών.
- ✓ Οι διερχόμενοι κάνουν μόνο 1,6 διανυκτερεύσεις στην Αθήνα κατά μέσο όρο πριν συνεχίσουν τις διακοπές τους στα ελληνικά νησιά ή σε άλλους ελληνικούς προορισμούς μέσω των λιμένων του Πειραιά και της Ραφήνας και του Αεροδρομίου Αθηνών, ενώ άλλοι ανακαλύπτουν την Ελλάδα με ενοικιαζόμενο αυτοκίνητο ή μηχανή.
- ✓ Όλες οι ηλικίες εκπροσωπούνται από αυτή την ομάδα ταξιδιωτών. Ταξιδεύουν κυρίως με τον/την σύντροφό τους και ο κύριος σκοπός του ταξιδιού τους είναι η αναψυχή.
- ✓ Οι περισσότεροι επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά και λαμβάνοντας υπόψη τη σύντομη διαμονή τους θέλουν να βεβαιωθούν ότι έχουν επισκεφτεί τα πιο σημαντικά αξιοθέατα: την Ακρόπολη, συμπεριλαμβανομένου του Θεάτρου Διόνυσου και το Μουσείο της Ακρόπολης. Σημαντικό σημείο της επίσκεψής τους είναι ο πολιτισμός.
- ✓ Η Πλάκα και το Μοναστηράκι είναι οι περιοχές που επισκέπτονται περισσότερο καθώς βρίσκονται σε πολύ κοντινή απόσταση από την Ακρόπολη.
- ✓ Δυστυχώς, δεν υπάρχει χρόνος για να συμμετέχουν σε δραστηριότητες και σε εκδηλώσεις, αλλά για να εξοικονομήσουν χρόνο, 2 στους 10 διερχόμενους συμμετέχουν σε ένα city bus έτσι ώστε να δουν όσο δυνατόν περισσότερο την πόλη. Το city bus tour περιλαμβάνει μεταξύ άλλων το Παναθηναϊκό στάδιο, το οποίο πράγματι μπορεί εύκολα να το δουν από απόσταση.
- ✓ Όπως είναι λογικό, η επαφή τους με τους ντόπιους και του τρόπου ζωής της Αθήνας είναι περιορισμένη καθώς δεν έχουν τον χρόνο να αναπτύξουν μεγαλύτερη εξοικείωση.
- ✓ Οι ημερήσιες δαπάνες τους στην Αθήνα είναι αυξημένες λόγω της σύντομης διάρκειας παραμονής τους συμπεριλαμβάνοντας όσο το δυνατόν περισσότερα στο σύντομο πρόγραμμά τους.
- ✓ Οι διερχόμενοι είναι πολύ ικανοποιημένοι με τη σύντομη εμπειρία τους στην Αθήνα. Ωστόσο, από όλα τα προφίλ ταξιδιωτών, αυτοί οι επισκέπτες εμφανίζουν το χαμηλότερο ποσοστό σχετικά με το αν πιστεύουν ότι υπάρχουν άλλα πράγματα που θα θέλανε να δουν/κάνουν στην Αθήνα. Αυτό σημαίνει ότι η Αθήνα δεν έχει πείσει ένα μέρος των ταξιδιωτών σε αυτή την ομάδα ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που έχουν να δουν/κάνουν. Παρ’ όλα αυτά, το 90% θέλει να επιστρέψει, οπότε η Αθήνα θα έχει άλλη μια ευκαιρία.

ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΛΟΠΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOLARONIC HOTEL ASSOCIATION

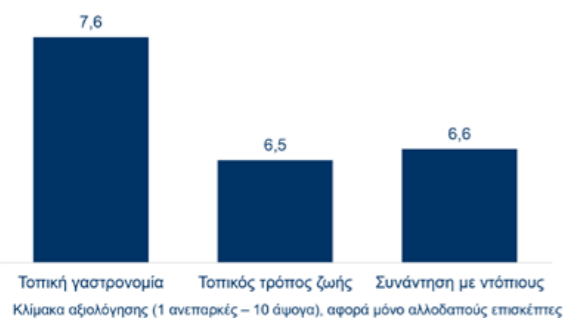
# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Διερχόμενοι

Η επαφή των διερχόμενων με τους ντόπιους και τον τρόπο ζωής τους είναι περιορισμένη λόγω της σύντομης παραμονής τους, αλλά ξεδεύουν αρκετά.

Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



**60%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**98%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 30
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 45
Αγορές (shopping)	€ 28
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 37
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 140</b>

**81%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

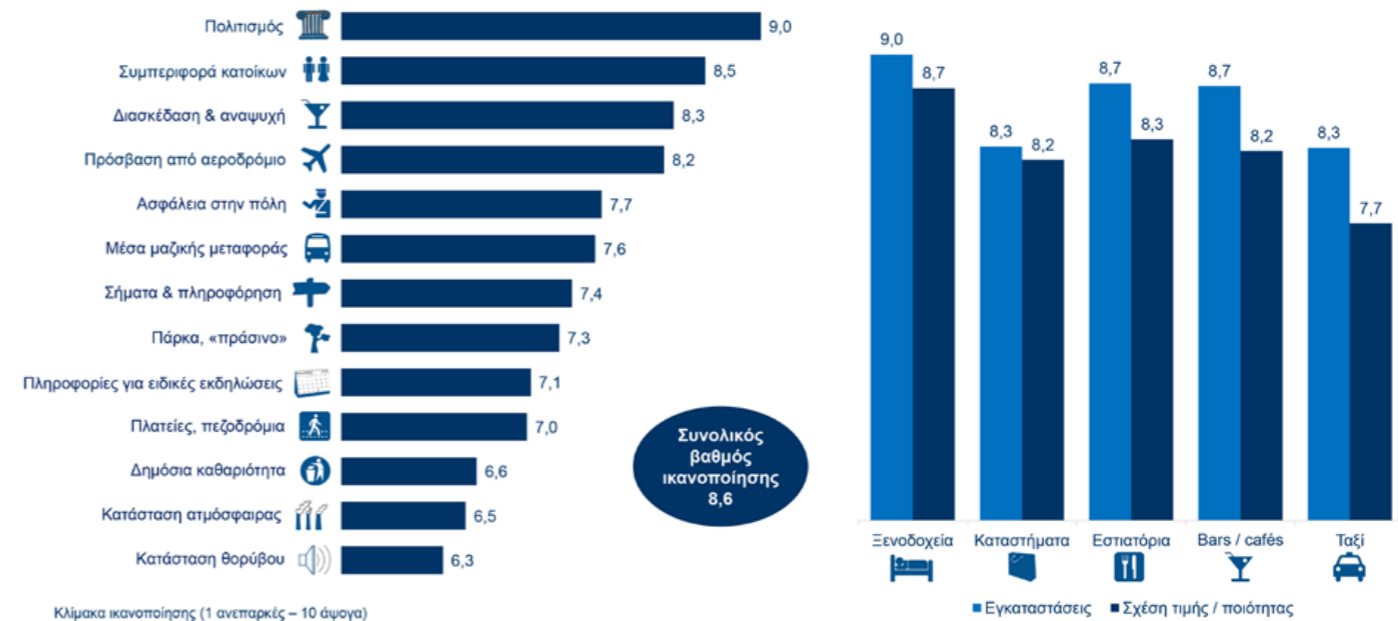
**90%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

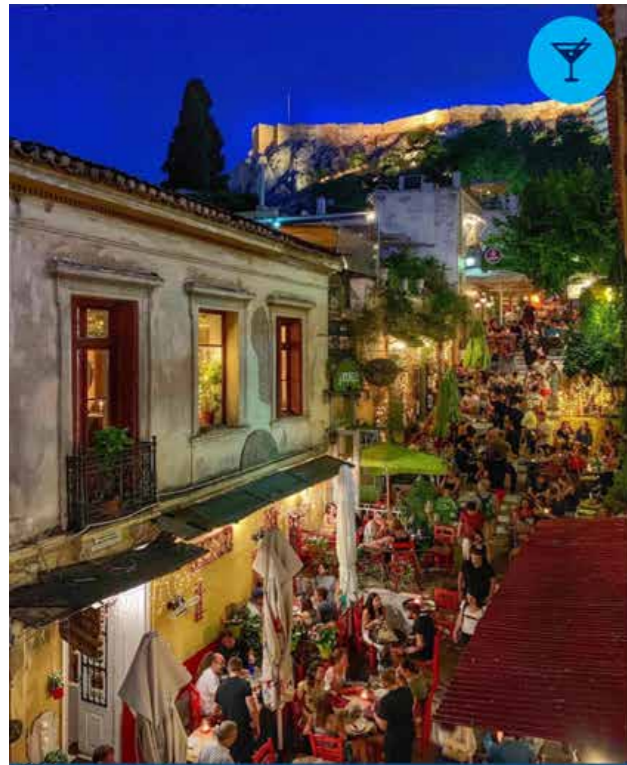


### Διερχόμενοι

Ο διερχόμενος επισκέπτης είναι πολύ ικανοποιημένος με την εμπειρία του στην Αθήνα κατά τη σύντομη παραμονή του.

Αξιολόγηση της εμπειρίας





### 'Νυχτόβιοι'

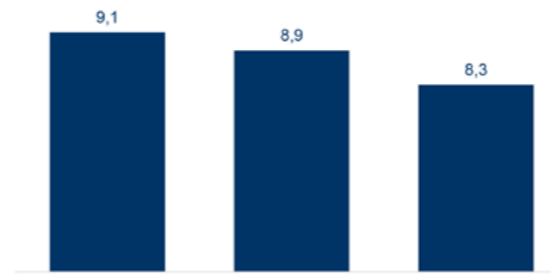


- ✓ Η Αθήνα εκτός από πρωτεύουσα της Ελλάδας είναι και η πρωτεύουσα της διασκέδασης και του nightlife. Η Αθήνα προσφέρει αμέτρητες επιλογές διασκέδασης & nightlife, όπως εστιατόρια, μεζεδοπωλεία, bars, clubs, εκδηλώσεις, συναυλίες, φεστιβάλ, θέατρα, κινηματογράφους κλπ.
- ✓ Οι 'νυχτόβιοι' ανήκουν στην ηλικιακή ομάδα 26-45, ταξιδεύουν μαζί με τον/την σύντροφο τους ή με φίλο/φίλους και επισκέπτονται την Αθήνα για αναψυχή.
- ✓ Ανάμεσα στις περιοχές που επισκέπτονται για διασκέδαση & nightlife είναι:
  - το Γκάζι, μια πρώην βιομηχανική περιοχή, όπου τα εργοστάσια έχουν μετατραπεί σε bars και clubs και η Τεχνόπολη, η άλλοτε βιομηχανική εγκατάσταση του Φωταερίου Αθηνών, η οποία έχει μετατραπεί σε μουσείο και πολιτιστικό κέντρο,
  - το Μοναστηράκι με πληθώρα από εστιατόρια, μεζεδοπωλεία, bars και ταράτσες με θέα στην Ακρόπολη,
  - το Ψυρρή με new age μεζεδοπωλεία και εναλλακτικά μπαρ με μποέμικο ή ροκ χαρακτήρα, και την Πλάκα και το Θησείο που βρίσκονται στους πρόποδες της Ακρόπολης και διαθέτουν πληθώρα εστιατορίων-bars με μικρές βεράντες με θέα τον Παρθενώνα και ταβέρνες με ζωντανή ελληνική μουσική.
- ✓ Εκτός από τις περιοχές που επισκέπτονται για διασκέδαση & nightlife, συμμετέχουν σε city bus tour για να γνωρίσουν την πόλη και παρακολουθούν κάποιο φεστιβάλ (μουσικής, κινηματογράφου, χορού κλπ.) ή κάποια εκδήλωση στο Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος.
- ✓ Παρόλο που η διασκέδαση και το nightlife είναι ο κύριος λόγος επιλογής της Αθήνας, η Ακρόπολη, το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο είναι must see αξιοθέατα για αυτούς τους επισκέπτες. Μια επίσκεψη στο παραλιακό μέτωπο της Αθήνας και πιο συγκεκριμένα στη Μαρίνα Φλοίσβου και στη Μαρίνα Ζέας, όπου προσφέρονται πολλές ευκαιρίες για ψυχαγωγία, είναι επίσης μέρος του προγράμματός τους.
- ✓ Κατά τη διάρκεια παραμονής τους στην Αθήνα, επισκέπτονται εμπορικά κέντρα όπως το Mall Athens και το Golden Hall όχι μόνο για διασκέδαση αλλά και για ψώνια.
- ✓ Τέλος, έχουν τη μεγαλύτερη επαφή με τους ντόπιους και τον τρόπο ζωής σε σύγκριση με τους υπόλοιπους επισκέπτες αναψυχής.

### Νυχτόβιοι

Αυτοί οι επισκέπτες έχουν τη μεγαλύτερη επαφή με τους ντόπιους & τον τρόπο ζωής τους σε σύγκριση με τους υπόλοιπους επισκέπτες αναψυχής.

Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές - 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**69%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**99%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

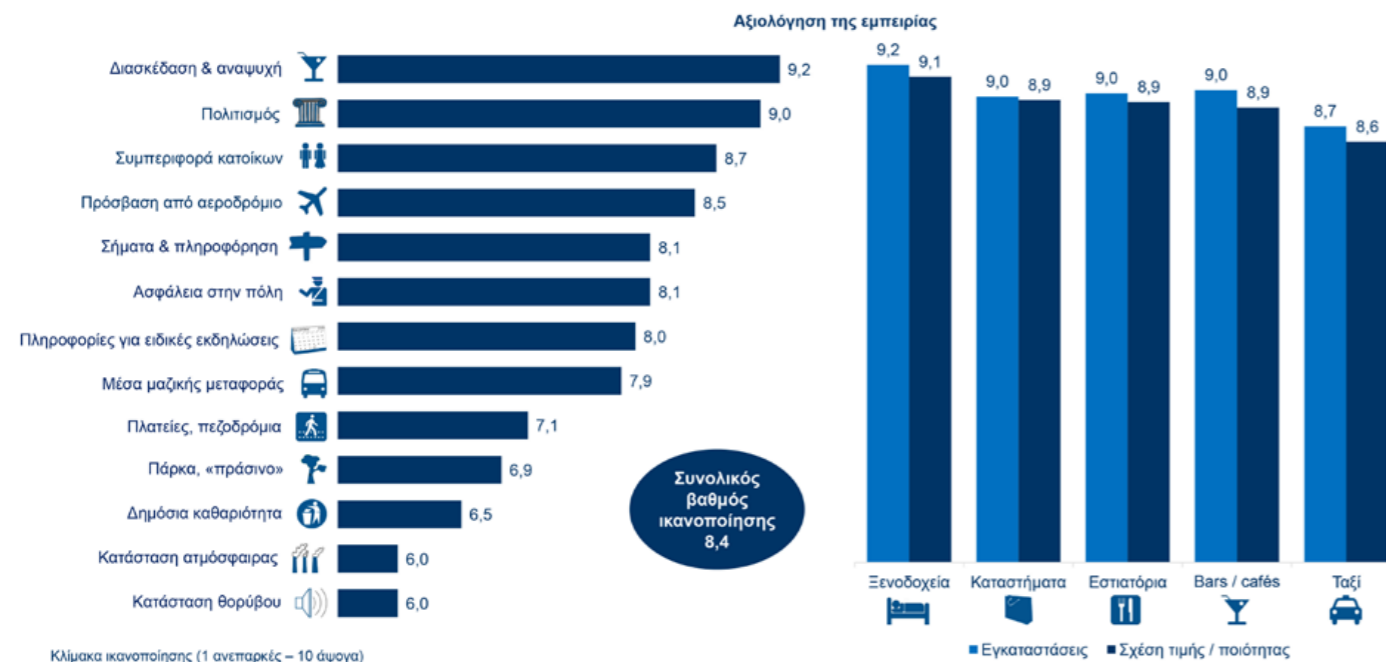
Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 33
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 40
Αγορές (shopping)	€ 41
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 41
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 155</b>

**87%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

**97%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

### Νυχτόβιοι

Η διασκέδαση & αναψυχή αξιολογείται με τον μεγαλύτερο βαθμό και ακολουθεί ο πολιτισμός της Αθήνας.



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΛΟΠΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOLARONIC HOTEL ASSOCIATION



### ‘Αγοραστές’



- ✓ Η ελκυστική εμπειρία αγορών στην Αθήνα είναι ο κύριος λόγος επίσκεψης για αυτούς τους ταξιδιώτες. Η Αθήνα προσφέρει πλήθώρα καταστημάτων, εμπορικά κέντρα και μπουτίκ όλων των ειδών και για όλα τα γούστα.
- ✓ Οι αγοραστές, ηλικίας 36 ετών και άνω, διαθέτουν υψηλά χρηματικά ποσά ώστε να κάνουν σημαντικές δαπάνες σε ψώνια μαζί με τον/την σύντροφο τους. Το συγκεκριμένο προφίλ ταξιδιωτών συγκαταλέγεται στους επαναλαμβανόμενους επισκέπτες της Αθήνας.
- ✓ Επισκέπτονται εμπορικές περιοχές με μεγάλη ποικιλία καταστημάτων όπως:
  - την Πλάκα,
  - το Μοναστηράκι, το ελληνικό «flea market», όπου υπάρχουν τουριστικά μαγαζιά που πωλούν αναμνηστικά, αλλά και καταστήματα με αντικείμενα, κοσμήματα και ελληνικά χειροτεχνήματα,
  - το Κολωνάκι, όπου διαθέτει μεγάλη ποικιλία μπουτίκ διάσημων οίκων μόδας και customized αξεσουάρ,
  - την Κηφισιά, όπου υπάρχουν πολυτελή καταστήματα με διάσημα brands, αλλά και πιο προσίτες fashion επιλογές,
  - και την Γλυφάδα, η μεγαλύτερη εμπορική περιοχή της νοτιοανατολικής Αττικής, όπου ο επισκέπτης μπορεί να επιλέξει ανάμεσα σε μια μεγάλη ποικιλία από πολυτελή fashion καταστήματα με διάσημα brands από την Ελλάδα και το εξωτερικό.
- ✓ Επίσης, για τις αγορές τους, επισκέπτονται εμπορικά κέντρα όπως το Mall Athens και Golden Hall στο Μαρούσι, το Athens Metro Mall στον Άγιο Δημήτριο και το McArthurGlen στα Σπάτα, όπου το τελευταίο κάποιος το συνδυάζουν με επίσκεψη στο Αττικό Ζωολογικό Πάρκο.
- ✓ Εκτός από την εμπειρία τους στα καταστήματα, συμμετέχουν σε city bus tour και επισκέπτονται την Ακρόπολη, το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο.
- ✓ Λόγω των μεγάλων δαπανών τους για ψώνια έχουν τις μεγαλύτερες συνολικές ημερήσιες δαπάνες σε σύγκριση με τους υπόλοιπους επισκέπτες αναψυχής. Επίσης, οι δαπάνες για τις μεταφορές τους είναι σχετικά υψηλές καθώς οι εμπορικές περιοχές είναι αρκετά διασκορπισμένες.
- ✓ Οι αγοραστές είναι πολύ ικανοποιημένοι με τις εγκαταστάσεις και με τη σχέση τιμής / ποιότητας των καταστημάτων.

ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΛΟΠΟΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOLARONIC HOTEL ASSOCIATION

# 18<sup>η</sup>

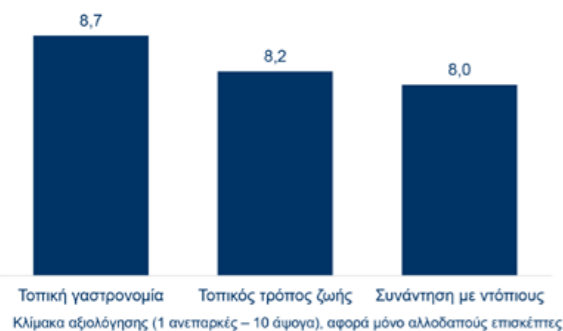
## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

Αγοραστές

Οι 'αγοραστές' λόγω των μεγάλων δαπανών τους για ψώνια έχουν σχετικά τις μεγαλύτερες συνολικές ημερήσιες δαπάνες.



Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Ημερήσιες δαπάνες



53% επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

99% θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

83% αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

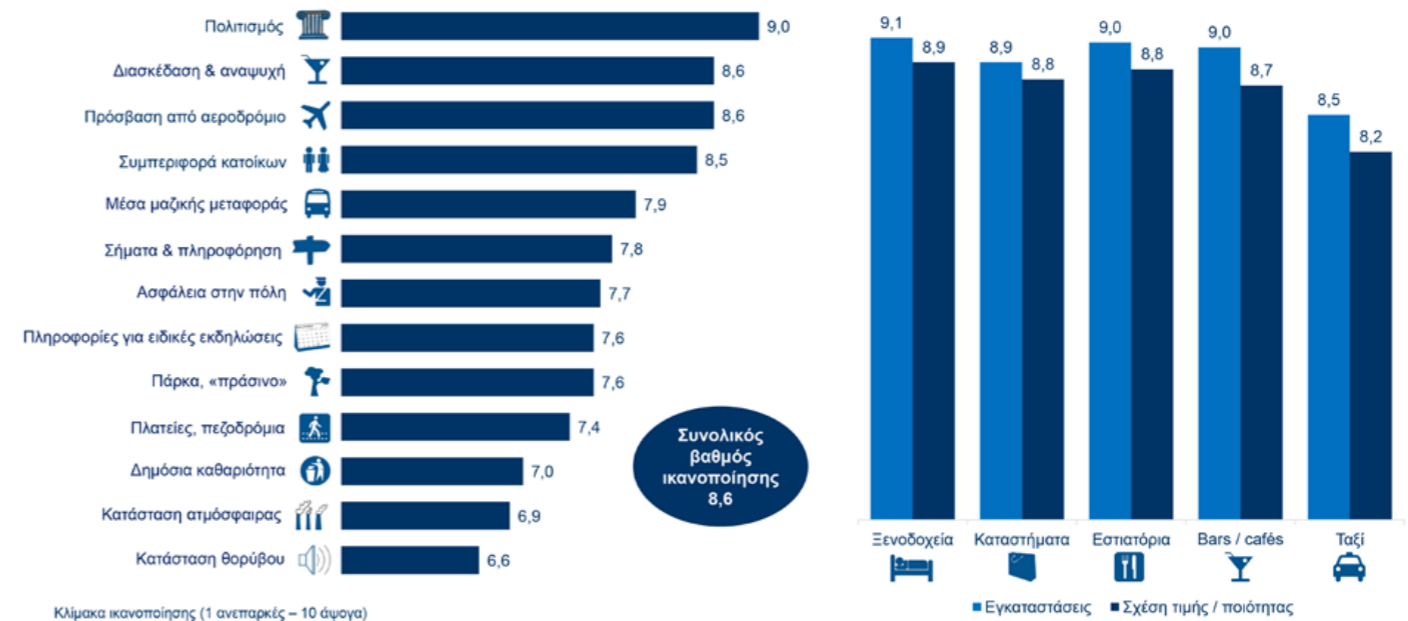
96% θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

Αγοραστές

Οι αγοραστές είναι πολύ ικανοποιημένοι με τις εγκαταστάσεις και με τη σχέση τιμής / ποιότητας των καταστημάτων και των ξενοδοχείων.



Αξιολόγηση της εμπειρίας





# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



### ‘Καλοφαγάδες’

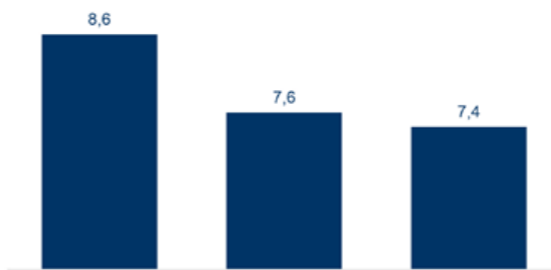


- ✓ Η γαστρονομία αντανακλά τον πολιτισμό, την κληρονομιά, τις παραδόσεις και την αίσθηση της κοινότητας διαφορετικών ανθρώπων. Είναι ένας τρόπος επικοινωνίας του τοπικού τρόπου ζωής και προσέγγισης των ανθρώπων και των παραδόσεων.
- ✓ Η ελληνική γαστρονομία προσφέρει πολλά παραδοσιακά πιάτα με μοναδικά υλικά που παράγονται εγχώρια με κύρια αναζήτηση των καλοφαγάδων τη συγκεκριμένη εμπειρία που την μοιράζονται με μαζί με τον/την σύντροφό τους ή σε πολλές περιπτώσεις με φίλους.
- ✓ Οι καλοφαγάδες, ηλικίας 26 ετών και άνω, θέλουν να ανακαλύψουν νέες γεύσεις και γαστρονομικές εμπειρίες όπως πίτες και άλλες γλυκές και αλμυρές γεύσεις, ελιές, βότανα και μπαχαρικά, μέλι, ταχίνι, τυρί, γαλακτοκομικά προϊόντα, ξηρούς καρπούς, μια τεράστια ποικιλία παραδοσιακών πιάτων με λαχανικά, ψάρια και κρέας, καφέ, κρασί, μπίρα και οινοπνευματώδη ποτά.
- ✓ Καθώς πολλοί επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά, οι καλοφαγάδες συμμετέχουν σε ένα οργανωμένο γαστρονομικό tour, με επικεφαλής έναν τοπικό ξεναγό, κατά την διάρκεια του οποίου επισκέπτονται υπαίθριες αγορές, καταστήματα ειδικών τροφίμων και την πολυσύχναστη Βαρβάκειο αγορά, τη μεγαλύτερη και πιο δημοφιλή αγορά ψαριών, κρέατος και λαχανικών στην Αθήνα και γεύονται τοπικά προϊόντα. Ο ξεναγός εξηγεί το ρόλο του φαγητού στην ελληνική ζωή και για τις διατροφικές συνήθειες των Αθηναίων.
- ✓ Το γαστρονομικό ταξίδι του καλοφαγά καθιστά την τοπική γαστρονομία στην υψηλότερη αξιολόγηση σε σύγκριση με τα άλλα προφίλ επισκεπτών που είχαν την εμπειρία της τοπικής γαστρονομίας. Τόσο οι αξιολογήσεις για τις εγκαταστάσεις των εστιατορίων, των bar/café είναι πολύ υψηλές, όσο και για τη σχέση τιμής / ποιότητας.
- ✓ Δεν αποτελεί έκπληξη το γεγονός ότι από όλα τα προφίλ επισκεπτών οι δαπάνες για εστιατόρια, cafés, bars & snack είναι οι υψηλότερες. Οι νέοι ηλικιακά καλοφαγάδες ξοδεύουν λιγότερα από τους μεγαλύτερους. Ειδικά οι καλοφαγάδες άνω των 55 ξοδεύουν σημαντικά ποσά για να ανακαλύψουν τη γαστρονομική ταυτότητα της Αθήνας, επισκεπτόμενοι επίσης εστιατόρια εκλεκτής γαστρονομίας (gourmet).
- ✓ Ανάμεσα στα φαγητά και στα ποτά, μια επίσκεψη στην Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης είναι μέρος του προγράμματός τους, καθώς ο κύριος λόγος για την επιλογή της Αθήνας είναι οι αρχαιολογικοί χώροι και το πολιτιστικό ενδιαφέρον.
- ✓ Οι καλοφαγάδες ξοδεύουν επίσης τα περισσότερα στην κατηγορία αξιοθέατα & διασκέδαση σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών. 1 στους 4 καλοφαγάδες είχε την εμπειρία να παρακολουθήσει μια θεατρική παράσταση.

### Καλοφαγάδες

Οι ‘καλοφαγάδες’ ξοδεύουν σχετικά τα περισσότερα σε εστιατόρια, cafés και bars, αλλά και σε αξιοθέατα της Αθήνας.

Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**70%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**99%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 40
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 50
Αγορές (shopping)	€ 47
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 18
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 155</b>

**92%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

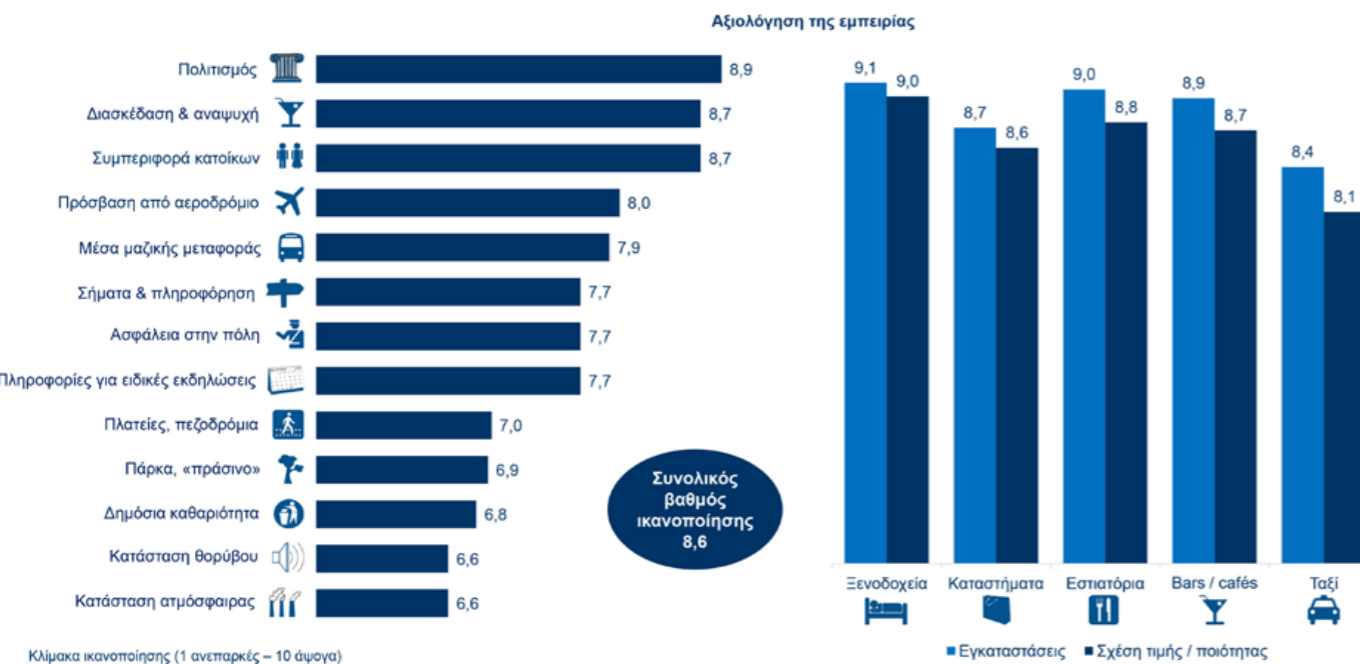
**99%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

# 18<sup>η</sup>

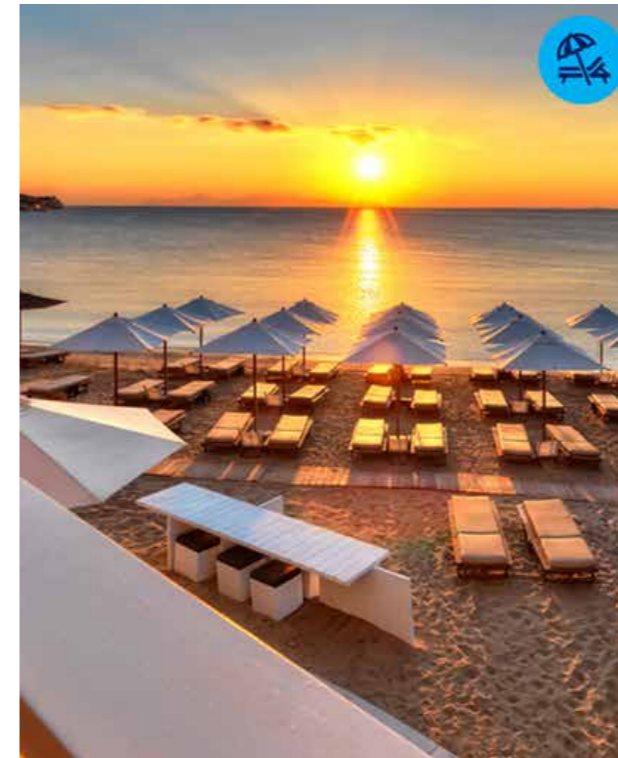
## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Καλοφαγάδες

Ο βαθμός ικανοποίησης για τις εγκαταστάσεις των εστιατορίων, των bars/cafés και των ξενοδοχείων είναι πολύ υψηλός, όπως και για την σχέση τιμής / ποιότητας.



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκής – 10 άψογα)



### ‘Θαλασσινοί’



- ✓ Για τους ‘θαλασσινούς’ μια επίσκεψη στην Αθηναϊκή Ριβιέρα, στα νότια προάστια της Αθήνας, είναι απαραίτητη. Το παραλιακό μέτωπο εκτείνεται από τον Πειραιά έως το Σούνιο και προσφέρει για αυτή την ομάδα επισκεπτών ποικιλία επιλογών.
- ✓ Η Γλυφάδα είναι ένας παραλιακός προορισμός τον οποίο εντάσσουν στο πρόγραμμά τους στην Αθήνα. Είναι μια κομψή και σύγχρονη περιοχή που προσφέρει ξενοδοχεία, αμμιώδεις παραλίες με φοινίκες, μαρίνες, γήπεδο γκολφ 18 οπών, ποικιλία σε εστιατόρια και bar και τη μεγαλύτερη λιανική αγορά της νοτιοανατολικής Αττικής.
- ✓ Ολόκληρη η περιοχή από το στάδιο Ειρήνης & Φιλίας στον Πειραιά μέχρι τη Γλυφάδα είναι προσβάσιμη με το τραμ.
- ✓ Σε αυτό το τμήμα περιλαμβάνεται μια επίσκεψη στη μαρίνα του Φλοίσβου, η οποία προσφέρει πολλές εγκαταστάσεις με εμπορικά καταστήματα, εστιατόρια, café.
- ✓ Στην αρχή της Αθηναϊκής Ριβιέρας επισκέπτονται το αναγεννημένο Μικρολίμανο, το οποίο πλέον προσφέρει έναν περίπατο με ανοιχτές πέγγκολες των εστιατορίων και café. Πιο δυτικά, η Μαρίνα Ζέας με 870 θέσεων ελλιμενισμού, όπου επισκέπτονται επίσης οι θαλασσινοί προσφέρει πολλές επιλογές για ψώνια, εστιατόρια και bars, ενώ βρίσκεται κοντά στην εμπορική περιοχή του Πειραιά.
- ✓ Συνολικά η Αττική διαθέτει 4 μαρίνες που έχουν βραβευτεί με γαλάζια σημαία: Φλοίσβος, Άλιμος, Άγιος Κοσμάς και η μαρίνα Λαυρίου.
- ✓ Το κολύμπι στη θάλασσα είναι για όλους τους θαλασσινούς μια κύρια δραστηριότητα. Η Αττική προσφέρει 14 παραλίες με γαλάζια σημαία, κάτι που σημαίνει ότι πληρούνται υψηλές προδιαγραφές ποιότητας, ασφάλειας, περιβάλλοντος και υπηρεσιών.
- ✓ Οι θαλασσινοί, που είναι κατά κύριο λόγο μεταξύ 36-45 ετών, ξοδεύουν σχετικά περισσότερα στις μετακινήσεις (κατηγορία «τοπική μεταφορά & άλλα») για να φτάσουν στις παραθαλάσσιες περιοχές.
- ✓ Αυτή η ομάδα επισκεπτών έχει τη μεγαλύτερη παραμονή στην Αθήνα σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών, αποδεικνύοντας ότι η πόλη και η θάλασσα είναι ένας πολλά υποσχόμενος συνδυασμός, καθώς οι θαλασσινοί συγκαταλέγονται ανάμεσα στους επισκέπτες με τις μεγαλύτερες δαπάνες. Επιπλέον, σχεδόν όλοι οι ταξιδιώτες θέλουν να ξαναεπισκεφθούν την πόλη, το υψηλότερο ποσοστό μεταξύ όλων των προφίλ επισκεπτών.
- ✓ Ταξιδεύουν κυρίως με τον/την σύντροφό τους για λόγους αναψυχής, αλλά και για να επισκεφθούν φίλους & συγγενείς που γνωρίζουν καλά τι προσφέρει το παραλιακό μέτωπο της Αθήνας.
- ✓ Φυσικά, οι επισκέπτες στην Ακρόπολη και στο Μουσείο της Ακρόπολης, στην Πλάκα και το Μοναστηράκι αποτελούν μέρος των εμπειριών κατά την παραμονή τους στην Αθήνα. Ένα city bus tour είναι επίσης μέρος του προγράμματός τους.



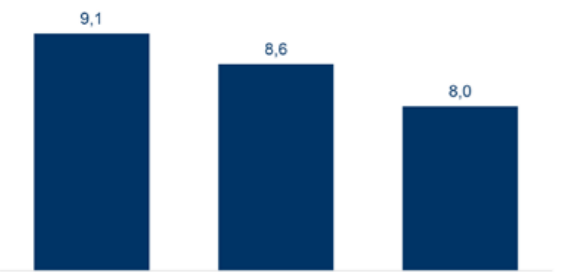
# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Θαλασσινοί

Αυτή η ομάδα ταξιδιωτών διαμένει στην Αθήνα περισσότερο, σε σύγκριση με τα άλλα προφίλ επισκεπτών, και ξοδεύει υψηλά ποσά ανά ημέρα.

Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**54%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**99%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 34
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 40
Αγορές (shopping)	€ 33
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 43
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 150</b>

**89%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

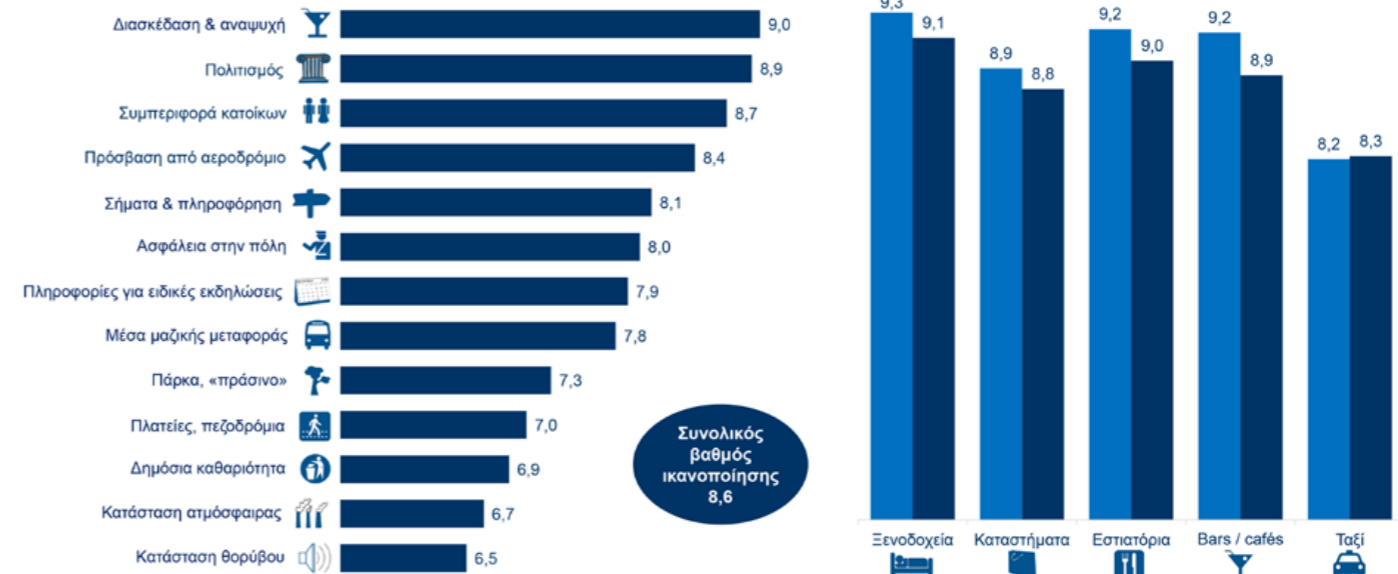
**96%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα



### Θαλασσινοί

Οι 'θαλασσινοί' είναι οι πλέον ικανοποιημένοι επισκέπτες της Αθήνας σε ότι αφορά τις ξενοδοχειακές εγκαταστάσεις και τη σχέση τιμής / ποιότητας.

Αξιολόγηση της εμπειρίας



**8,6**  
Συνολικός βαθμός ικανοποίησης

Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)



# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



### ‘Ανθρωποκεντρικοί’



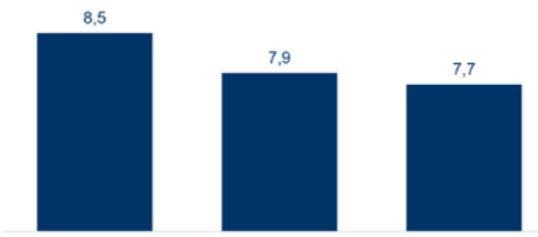
- ✓ Οι ‘ανθρωποκεντρικοί’ είναι μια ιδιαίτερη κατηγορία. Αφορά αλλοδαπούς κατοίκους, Έλληνες που ζουν εκτός Αθηνών και φυσικά στην ελληνική διασπορά, δηλαδή Έλληνες που ζουν εκτός Ελλάδας και Κύπρου. Οι Ηνωμένες Πολιτείες έχουν τον μεγαλύτερο ελληνικό πληθυσμό εκτός Ελλάδας και ζει κυρίως στη Νέα Υόρκη, τη Βοστώνη, το Σικάγο και το Λος Άντζελες. Μεγάλες ελληνικές κοινότητες υπάρχουν επίσης στη Γερμανία, την Αυστραλία, τον Καναδά, το Ηνωμένο Βασίλειο και άλλες χώρες.
- ✓ Εκπροσωπούνται όλες οι ηλικίες, αλλά ξεχωρίζουν οι ηλικιακές ομάδες 26 – 35 και άνω των 55 ετών. Περίπου 1 στους 5 ταξιδεύει μόνος του, αλλά φυσικά βρίσκεται παρέα στην Αθήνα. Δεν είναι επίσης η πρώτη φορά που ταξιδεύουν στην ελληνική πρωτεύουσα, η πλειοψηφία έχει βρεθεί εδώ περισσότερες από μία φορές, που αντικατοπτρίζεται στην ποικιλία των δραστηριοτήτων που επιλέγουν. Η συνάντηση με φίλους και συγγενείς είναι ο πιο σημαντικός σκοπός του ταξιδιού τους, η οποία μπορεί να πραγματοποιηθεί με έναν καφέ στην Πλάκα ή το Μοναστηράκι.
- ✓ Ενώ η πλειοψηφία μένει στο κέντρο της Αθήνας, οι επισκέπτες αυτής της ομάδας μένουν και σε άλλες περιοχές της Αθήνας για να είναι όσο το δυνατόν πιο κοντά στους φίλους και τους συγγενείς τους. Αυτές οι περιοχές θα μπορούσαν να είναι είτε στο Βόρειο Τομέα Αθηνών, είτε στο Νότιο Τομέα Αθηνών, αλλά και στην Ανατολική Αττική.
- ✓ Ταυτόχρονα, το ταξίδι στην Αθήνα είναι και για αναμνηχή. Όσοι επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά, επισκέπτονται την Ακρόπολη, το Μουσείο της Ακρόπολης και το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, ενώ όσοι έχουν επισκεφτεί την Αθήνα περισσότερες από μία φορές εμπλουτίζουν την εμπειρία τους με επισκέψεις στο Ναό του Ποσειδώνα (Σούνιο), το Παναθηναϊκό Στάδιο, την Αρχαία Αγορά και το Πολεμικό Μουσείο.
- ✓ Φυσικά, η σύγχρονη Αθήνα είναι μέρος της εμπειρίας για τους ανθρωποκεντρικούς. Ένας στους τέσσερις παρακολουθεί συναυλίες και φεστιβάλ, ενώ επισκέπτονται το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος, τις Μαρίνες Φλοίσβου και Ζέας καθώς και το Μικρολίμανο. Τέσσερις στους δέκα ταξιδιώτες αυτής της ομάδας επισκέπτονται το παραλιακό μέτωπο της Αθήνας.
- ✓ Επίσης, οι ανθρωποκεντρικοί επισκέπτονται εμπορικά κέντρα, αλλά οι δαπάνες τους σε ψώνια είναι σχετικά χαμηλές. Τα περισσότερα χρήματα τα διαθέτουν σε εστιατόρια, cafés και bars.

### Ανθρωποκεντρικοί

Τα περισσότερα χρήματα τα δαπανούν σε εστιατόρια, cafés και bars και λιγότερο στα εμπορικά καταστήματα.



Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

40% επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

98% θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 22
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 38
Αγορές (shopping)	€ 24
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 28
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 112</b>

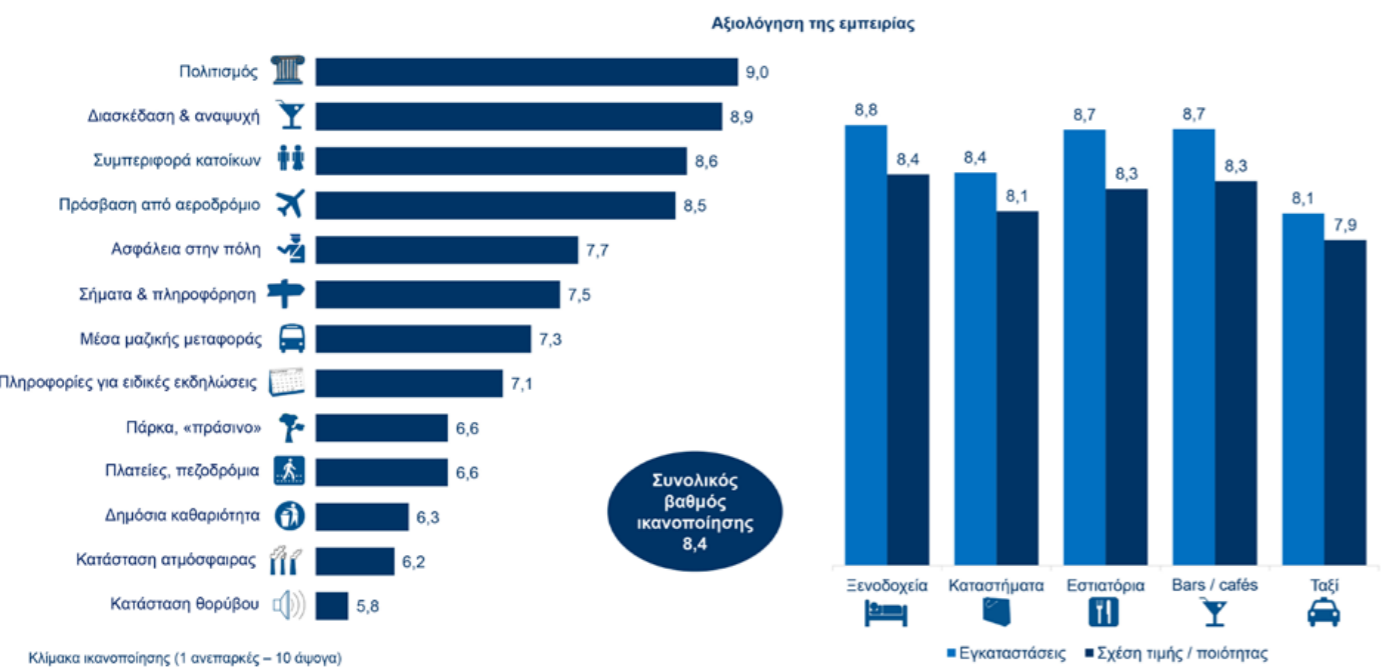
84% αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

98% θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

Ανθρωποκεντρικοί

Συνολικά, είναι ικανοποιημένοι από την εμπειρία τους στην Αθήνα.



## ‘Επαγγελματίες’



- ✓ Μετά την πανδημία του Covid-19 οι ‘επαγγελματίες’ επιστρέφουν στην Αθήνα. Διοργανώνονται και πραγματοποιούνται συνέδρια, συναντήσεις και εκθέσεις.
- ✓ Οι σημερινοί επαγγελματίες δεν αφήνουν την ευκαιρία να προσθέσουν στοιχεία αναψυχής στο ταξίδι τους. Έξι στους δέκα αλλοδαπούς επαγγελματίες επισκέπτονται την Ακρόπολη και το Μουσείο της Ακρόπολης, ενώ αυτό ισχύει για 4 στους 10 Έλληνες επαγγελματίες.
- ✓ Οι επαγγελματίες, ηλικίας 36 – 55 ετών, γνωρίζουν καλά την Αθήνα, καθώς έχουν επισκεφθεί την πόλη περισσότερες από μία φορές.
- ✓ Μια επίσκεψη στην Πλάκα και το Μοναστηράκι είναι μέρος του ταξιδιού τους, αλλά και το Κολωνάκι και η Γλυφάδα αποτελούν δημοφιλείς περιοχές για τους επαγγελματίες. Το Κέντρο Πολιτισμού Ίδρυμα Σταύρος Νιάρχος αποτελεί πόλο έλξης για να αποκτήσουν μια άποψη της αρχιτεκτονικής της σύγχρονης Αθήνας.
- ✓ Πέραν του ενδιαφέροντος τους για τον πολιτισμό, έχουν και ενδιαφέρον για τη γαστρονομία. Τόσο οι δαπάνες σε εστιατόρια όσο και οι δαπάνες στα εμπορικά καταστήματα είναι υψηλές. Οι επαγγελματίες δαπανούν τα περισσότερα χρήματα σε σύγκριση με τα άλλα προφίλ επισκεπτών, καθώς τα εστιατόρια – café και οι τοπικές μεταφορές καλύπτονται σε μεγάλο βαθμό από τις εταιρείες τους.
- ✓ Πλέον η δουλειά και η αναψυχή συνδυάζονται όλο και περισσότερο. Ο επαγγελματίας προσθέτει στοιχεία αναψυχής και ο ταξιδιώτης αναψυχής ασχολείται σε κάποιο βαθμό και με την δουλειά του. Η πλειοψηφία των επαγγελματιών ταξιδεύουν μόνοι, αλλά το ένα τρίτο συνοδεύεται από τον/την σύντροφό τους, ενώ 1 στους 5 ταξιδεύει με συνάδελφο.
- ✓ Ο νεότερος ταξιδιώτης ηλικίας μεταξύ 36 – 45 ετών φαίνεται πιο δραστήριος από εκείνους ηλικίας μεταξύ 46 και 55 ετών, αν και αυτή η ηλικιακή ομάδα επισκέπτεται την Αθήνα πιο συχνά και επομένως πιθανότατα έχει καλύτερη εικόνα της πόλης.
- ✓ Ο νεότερος ταξιδιώτης αισθάνεται ότι έρχεται σε επαφή με την τοπική κοινωνία σε μεγαλύτερο βαθμό σε σύγκριση με τον μεγαλύτερο σε ηλικία ταξιδιώτη.
- ✓ Ο μεγαλύτερος σε ηλικία επαγγελματίας ξοδεύει πολύ περισσότερα σε αγορές από τον νεότερο σε ηλικία επισκέπτη.

# 18<sup>η</sup>

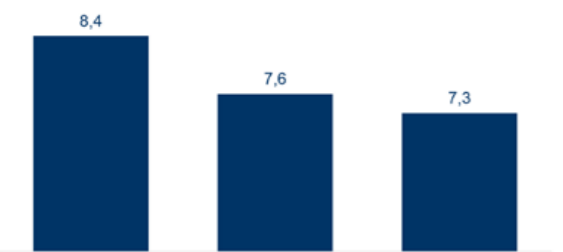
## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Επαγγελματίες

Οι δαπάνες σε αγορές και εστιατόρια είναι υψηλές.



Βαθμός επαφής με ντόπιους και τοπική κουλτούρα



Κλίμακα αξιολόγησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα), αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες

**40%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

**99%** θα πρότεινε την Αθήνα σε άλλους

Ημερήσιες δαπάνες

Αξιοθέατα & διασκέδαση	€ 34
Εστιατόρια, cafés, bars & snack	€ 49
Αγορές (shopping)	€ 51
Τοπική μεταφορά & άλλα	€ 46
<b>Σύνολο</b>	<b>€ 180</b>

**89%** αισθάνεται ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλει να δει στην Αθήνα

**97%** θα επισκεπτόταν πάλι την Αθήνα

### Επαγγελματίες

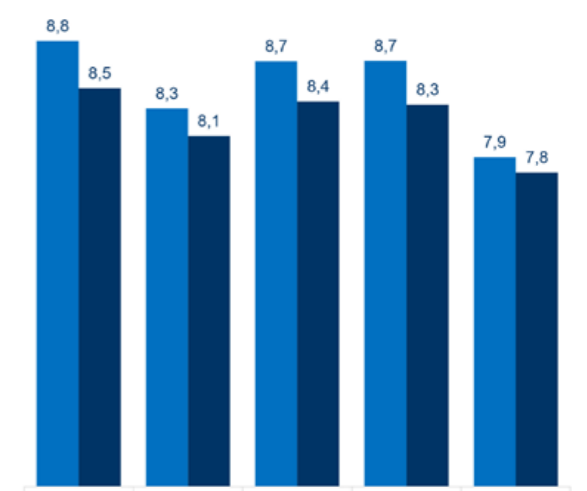
Ο 'επαγγελματίας' βαθμολογεί πιο αυστηρά τη συμπεριφορά των κατοίκων και την υποδομή της πόλης (πλατείες, πεζοδρόμια, πάρκα κτλ).



Αξιολόγηση της εμπειρίας



**Συνολικός βαθμός ικανοποίησης 8,2**



■ Εγκαταστάσεις ■ Σχέση τιμής / ποιότητας

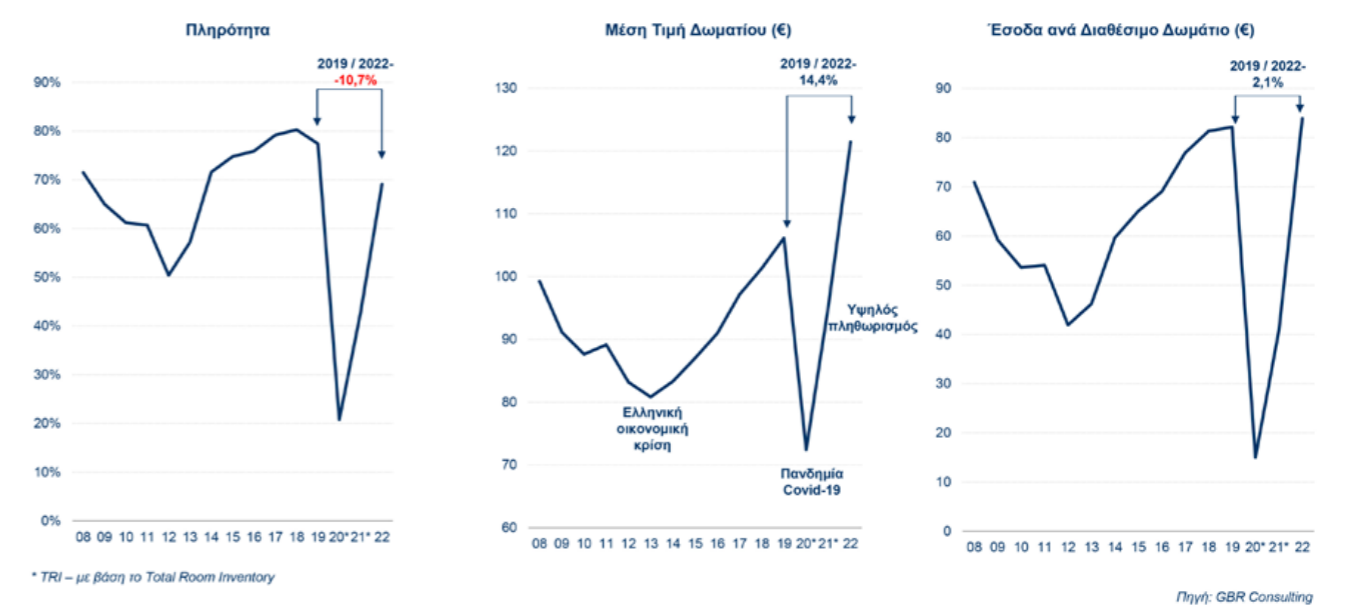
Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARCHAEOLOGIC HOTEL ASSOCIATION

**Απόδοση**  
Μετά την κορύφωση της πανδημίας το 2020, σημειώθηκε ανάκαμψη που οδήγησε σε επίπεδα πληρότητας 69% το 2022, πτώση 10,7% το 2022/19. Η Μέση Τιμή Δωματίου αυξήθηκε κατά 14,4% το 2022/19 σε μια περίοδο υψηλού πληθωρισμού.



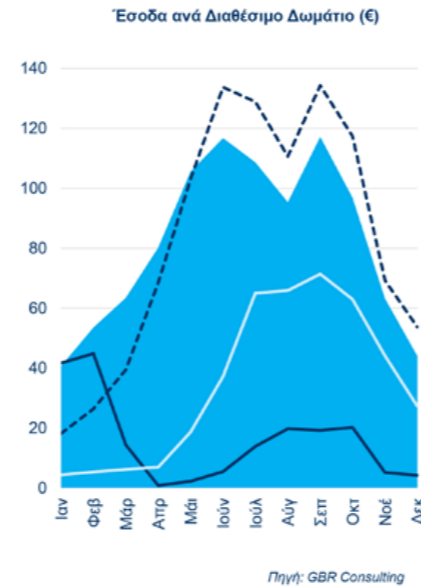
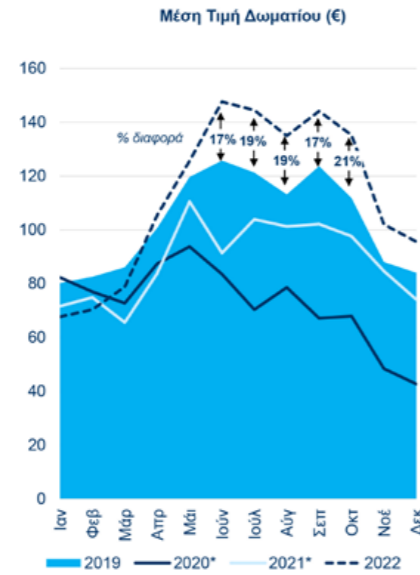
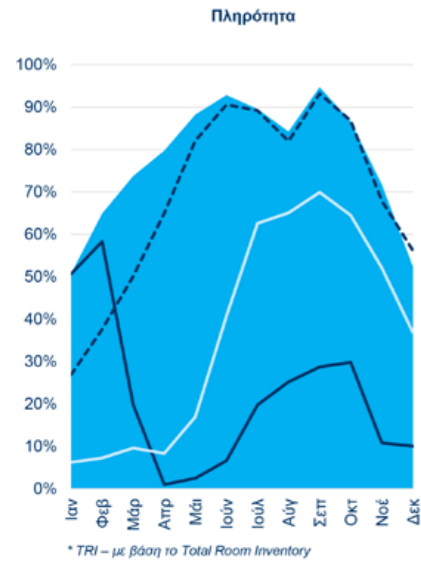
ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΧΑΙΟΛΟΓΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARCHAEOLOGIC HOTEL ASSOCIATION

# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

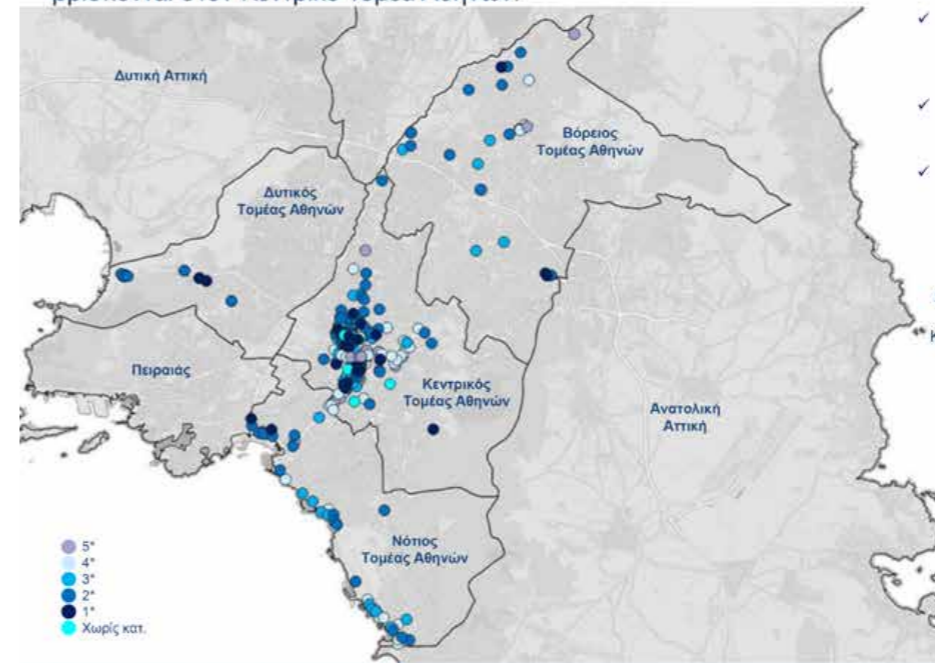
### Απόδοση

Το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2022 εξακολουθούσε να επηρεάζεται από την πανδημία, αλλά από τον Ιούλιο του 2022 επιτεύχθηκαν τα επίπεδα και το μοτίβο του 2019. Από τον Ιούνιο καταγράφηκε διψήφια αύξηση στη Μέση Τιμή Δωματίου, συγκρίνοντας το 2022 με το 2019.



### Απόδοση

Ο αριθμός των ξενοδοχείων και των δωματίων ξενοδοχείων στην Αττική αυξήθηκε κατά 5% και 8% αντίστοιχα. Περίπου το 42% των ξενοδοχείων και το 52% των δωματίων ξενοδοχείων στην Αττική βρίσκονται στον Κεντρικό Τομέα Αθηνών.



- ✓ Την περίοδο 2015 – 2022 η αύξηση του αριθμού των ξενοδοχείων και των δωματίων ξενοδοχείων ήταν η υψηλότερη στον Κεντρικό Τομέα Αθηνών, 24% και 19% αντίστοιχα.
- ✓ Ο ξενοδοχειακός κλάδος στον Δυτικό και Νότιο Τομέα Αθηνών μειώθηκε, ενώ στον Βόρειο Τομέα Αθηνών παρέμεινε σχεδόν σταθερός.
- ✓ Στον Νότιο Τομέα Αθηνών τα περισσότερα ξενοδοχεία βρίσκονται στην Αθηναϊκή Ριβιέρα, στην οποία είναι σε εξέλιξη αρκετά ξενοδοχειακά έργα, συμπεριλαμβανομένων των 4 μονάδων του project Ελληνικό με συνολικά περίπου 2.500 δωμάτια, δημιουργώντας νέα δυναμική στην περιοχή.

Δωμάτια ξενοδοχείων ανά περιφερειακή ενότητα 2015 vs 2022





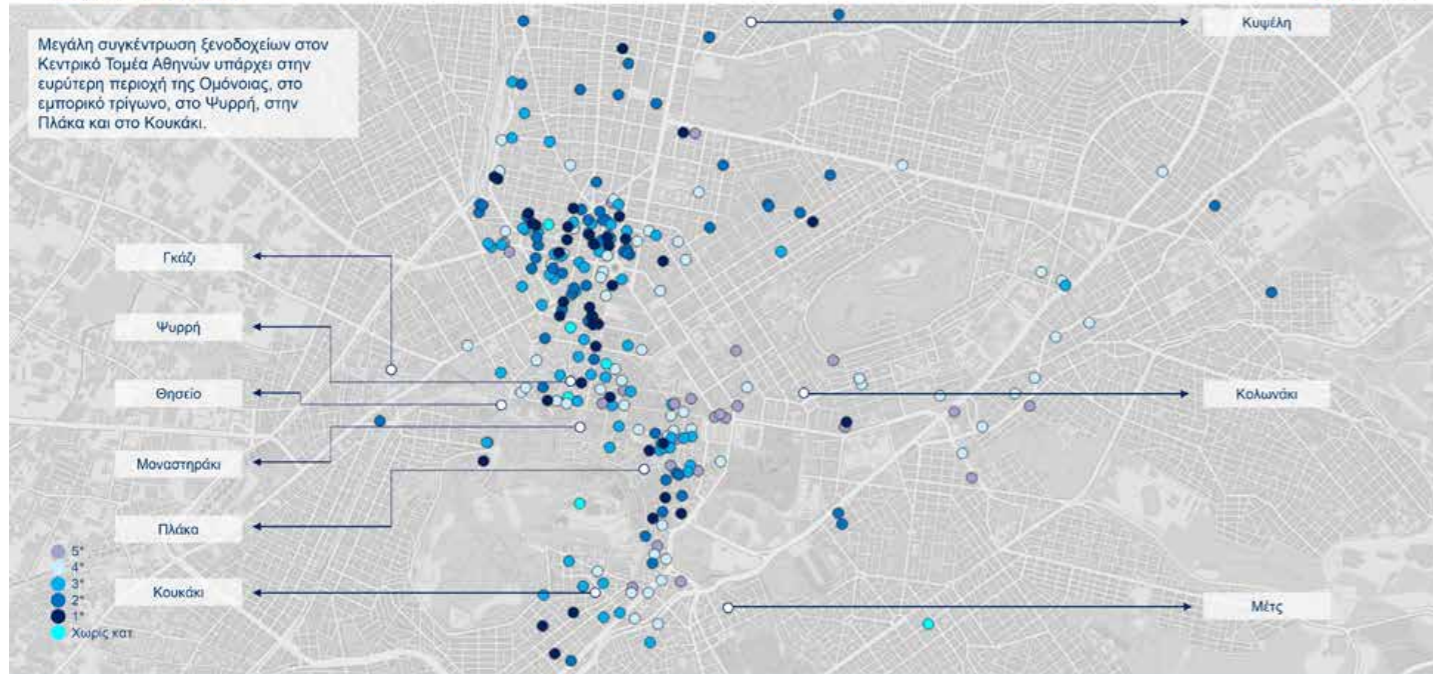
# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

## Απόδοση

Τα ξενοδοχεία στον Κεντρικό Τομέα Αθηνών βρίσκονται στις δημοφιλείς περιοχές, συγκεντρώνοντας τις τουριστικές ροές.

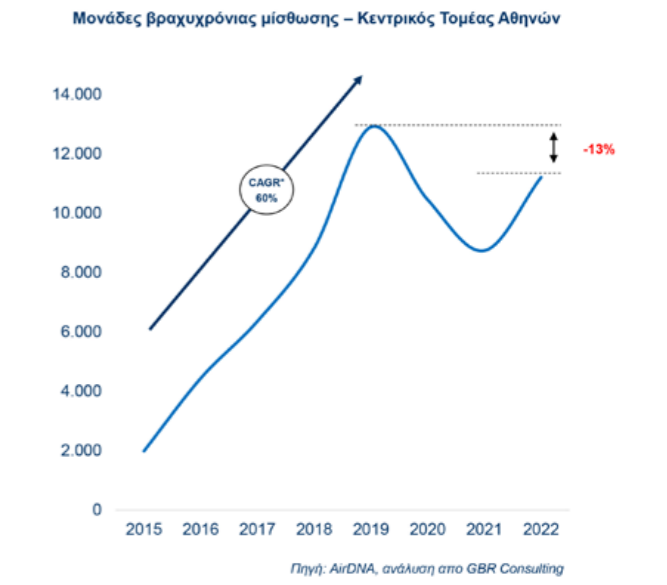
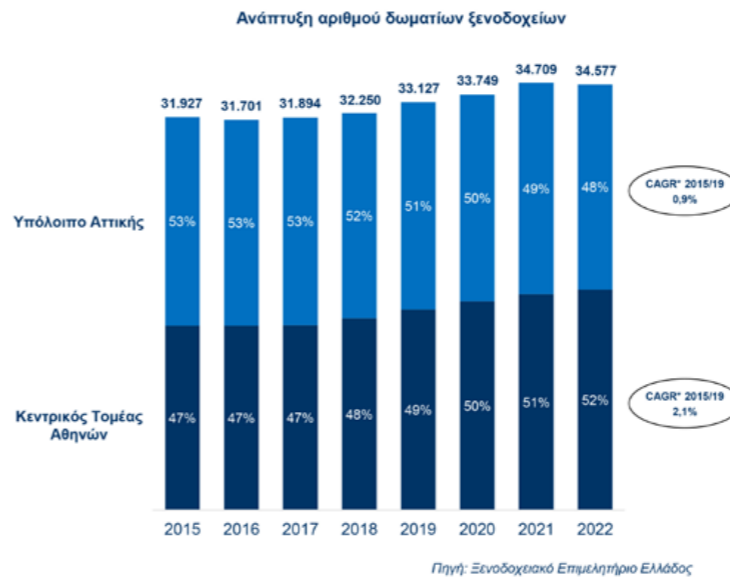


Μεγάλη συγκέντρωση ξενοδοχείων στον Κεντρικό Τομέα Αθηνών υπάρχει στην ευρύτερη περιοχή της Ομόνοιας, στο εμπορικό τρίγωνο, στο Ψυρρή, στην Πλάκα και στο Κουκάκι.



## Απόδοση

Η προσφορά ξενοδοχείων στην Αττική κατέγραψε CAGR 0,9%, ενώ η προσφορά της αγοράς βραχυχρόνιας μίσθωσης σημείωσε CAGR 60%, κατά την περίοδο 2015 – 2019.

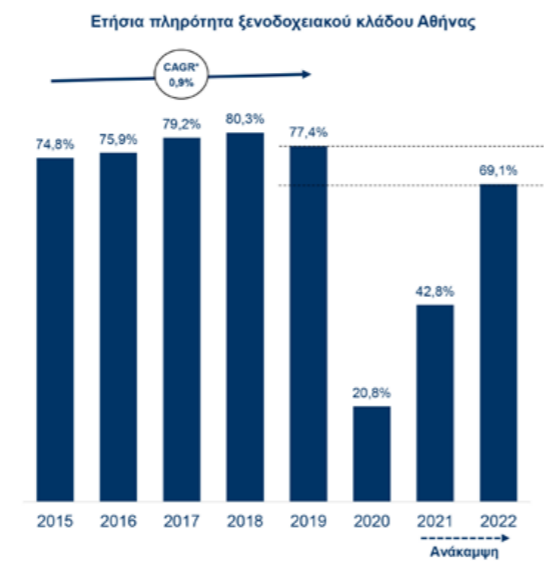
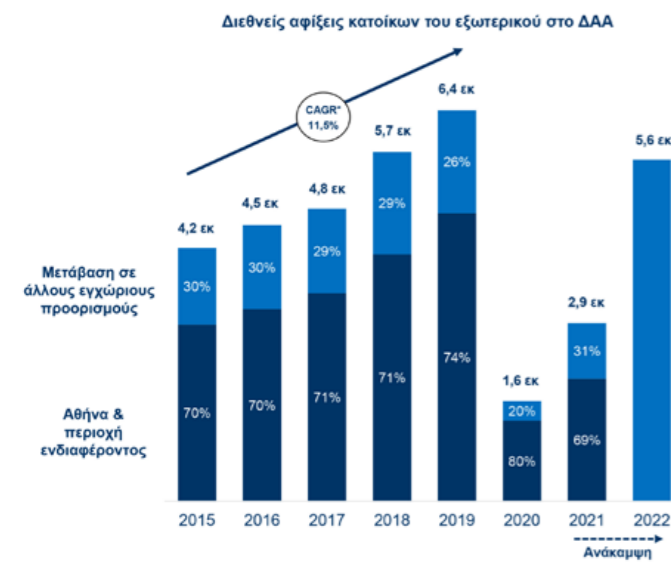


\* Σύνθετος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης (CAGR)

# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

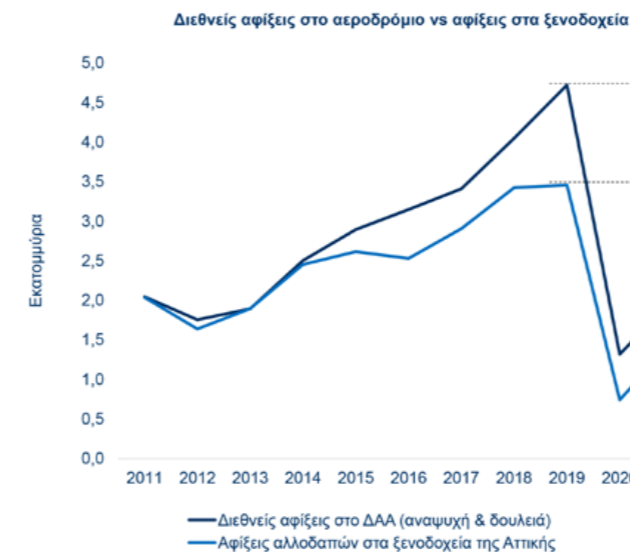
## Απόδοση

Την περίοδο 2015 -2019 η συνολική διεθνής ζήτηση στο ΔΑΑ σημείωσε CAGR 11,5%, ενώ η πληρότητα αυξήθηκε με CAGR 0,9%.



## Απόδοση

Η αναλογία διεθνών αφίξεων σε ξενοδοχεία και διεθνών αφίξεων αναψυχής και για δουλειά στο ΔΑΑ έφτασε στο 73% το 2019 και παρέμεινε σε αυτό το επίπεδο το 2021.



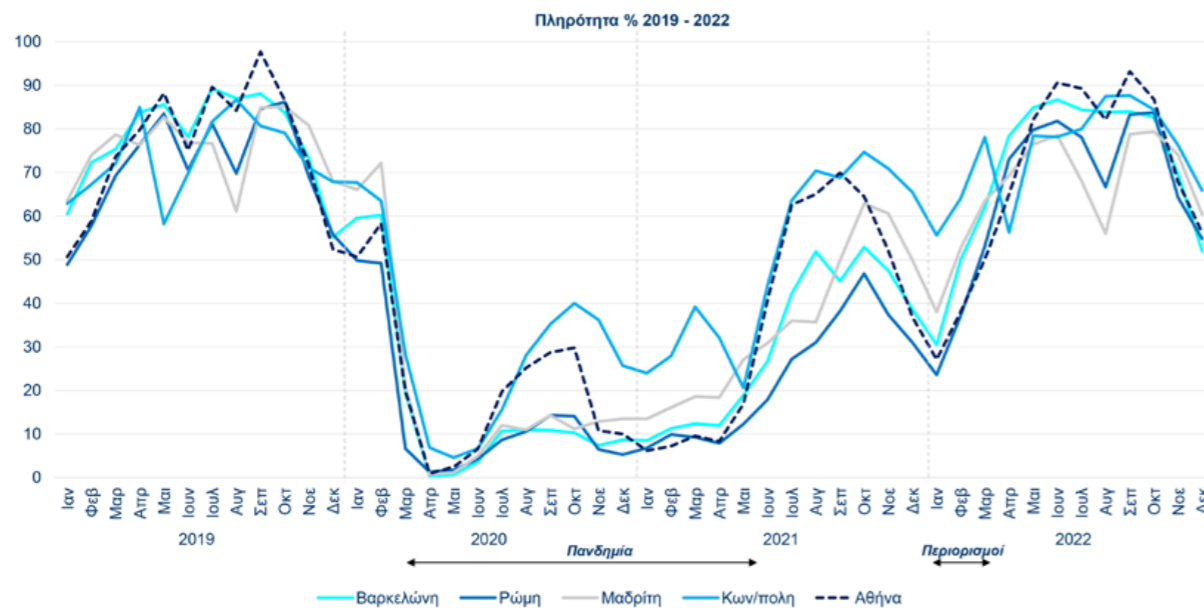
- ✓ Από το 2015 εμφανίστηκε μια διαφορά μεταξύ των διεθνών αφίξεων σε ξενοδοχεία και των διεθνών αφίξεων αναψυχής και για δουλειά στο Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών.
  - ✓ Η αναλογία αυτή έφτασε το 73% το 2019 και παρέμεινε στα ίδια επίπεδα το 2021, έτος που επηρεάστηκε από την πανδημία του Covid-19.
  - ✓ Λαμβάνοντας υπόψη ότι κατά την περίοδο 2015 – 2019
    - ✓ η συνολική ζήτηση αφίξεων κατοίκων εξωτερικού αυξήθηκε με CAGR 11,5%
    - ✓ τα επίπεδα πληρότητας στα ξενοδοχεία παρέμειναν σταθερά με CAGR 0,9%
    - ✓ η προσφορά ξενοδοχείων στην Αττική παρέμεινε σταθερή με CAGR 0,9%, ενώ ο Κεντρικός Τομέας Αθηνών κατέγραψε CAGR 2,1%
- η διαφορά προέρχεται κυρίως από την αγορά βραχυχρόνιας μίσθωσης, η οποία αυξάνεται ταχύτατα από το 2015 με CAGR 60%.

\* Σύνθετος ετήσιος ρυθμός ανάπτυξης (CAGR)

# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

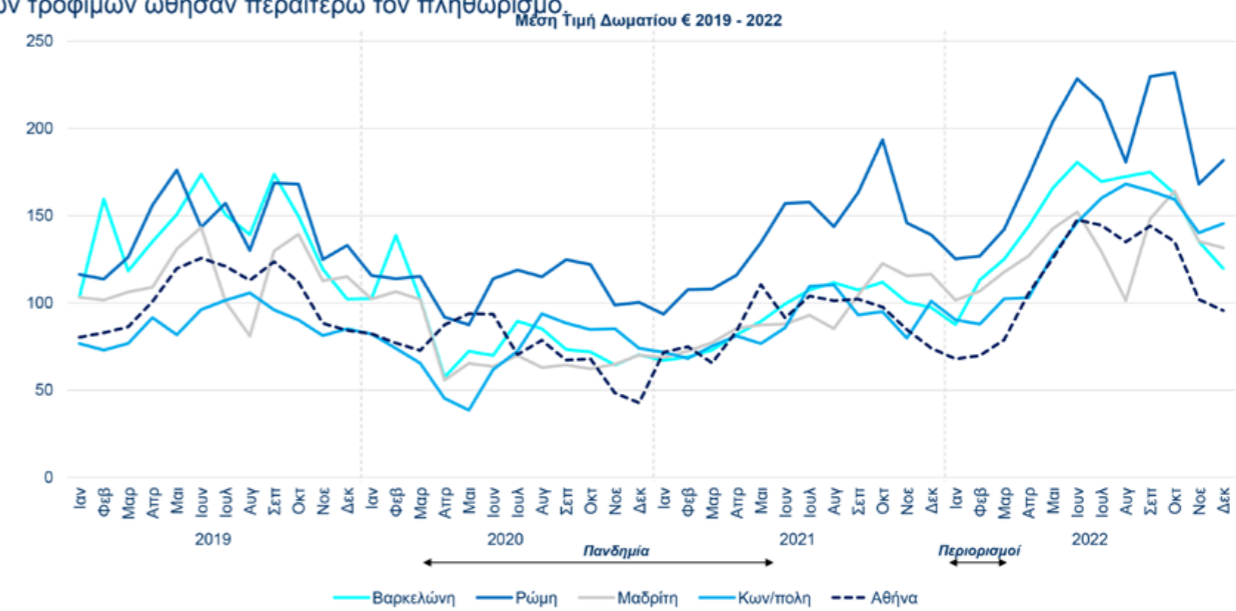
## Απόδοση

Η πανδημία του Covid-19, επηρέασε την απόδοση των ξενοδοχείων της Αθήνας και των κύριων μεσογειακών πόλεων (15μηνο Μάρτιος 2020 - Μάιος 2021). Το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2022 υπήρχαν περιορισμοί.



## Απόδοση

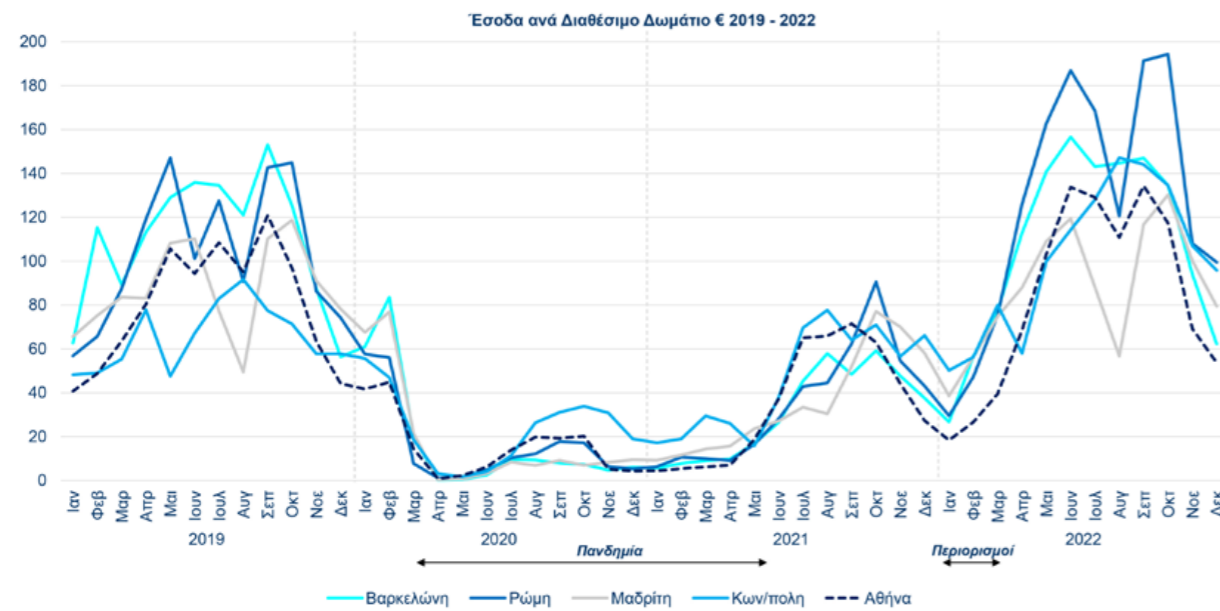
Μετά το άνοιγμα της οικονομίας το 2021, η ζήτηση για αγαθά αυξήθηκε σημαντικά, αλλά η βιομηχανική παραγωγή παρέμεινε στάσιμη λόγω των νέων lockdown και της συμφόρησης στην εφοδιαστική αλυσίδα. Επιπλέον, λόγω της έναρξης του πολέμου τον Φεβρουάριο του 2022 στην Ουκρανία, οι τιμές της ενέργειας και των τροφίμων ώθησαν περαιτέρω τον πληθωρισμό.



# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

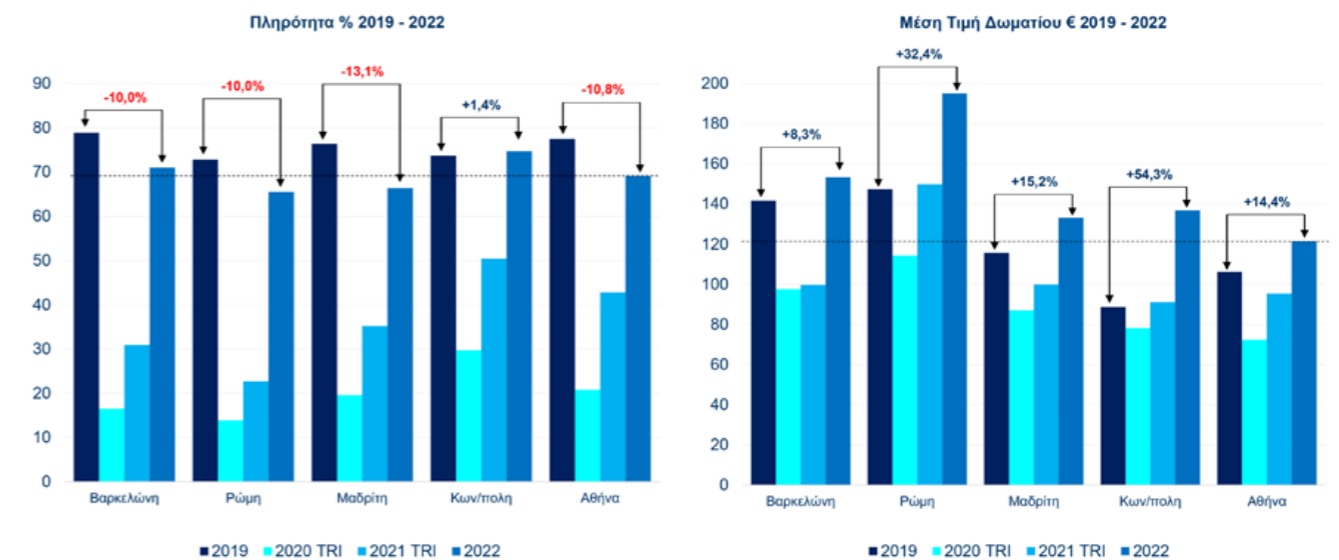
## Απόδοση

Το 2022, τα Έσοδα ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPAR) για την Ρώμη ήταν σε πολύ υψηλότερο επίπεδο σε σχέση με το 2019. Μετά το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2022, η Βαρκελώνη, η Μαδρίτη και η Αθήνα είχαν παρόμοια τάση με το 2019.



## Απόδοση

Η πληρότητα των ξενοδοχείων της Αθήνα και στις κύριες μεσογειακές πόλεις, εκτός της Κωνσταντινούπολης, σημείωσε μείωση το 2022 σε σύγκριση με το 2019 κυρίως λόγω της χαμηλής ζήτησης το 1<sup>ο</sup> τρίμηνο του 2022. Τα επίπεδα της Μέσης Τιμής Δωματίου αυξήθηκαν σε γενικές γραμμές λόγω υψηλού πληθωρισμού. Η Αθήνα έχει τη χαμηλότερη Μέση Τιμή Δωματίου.



# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

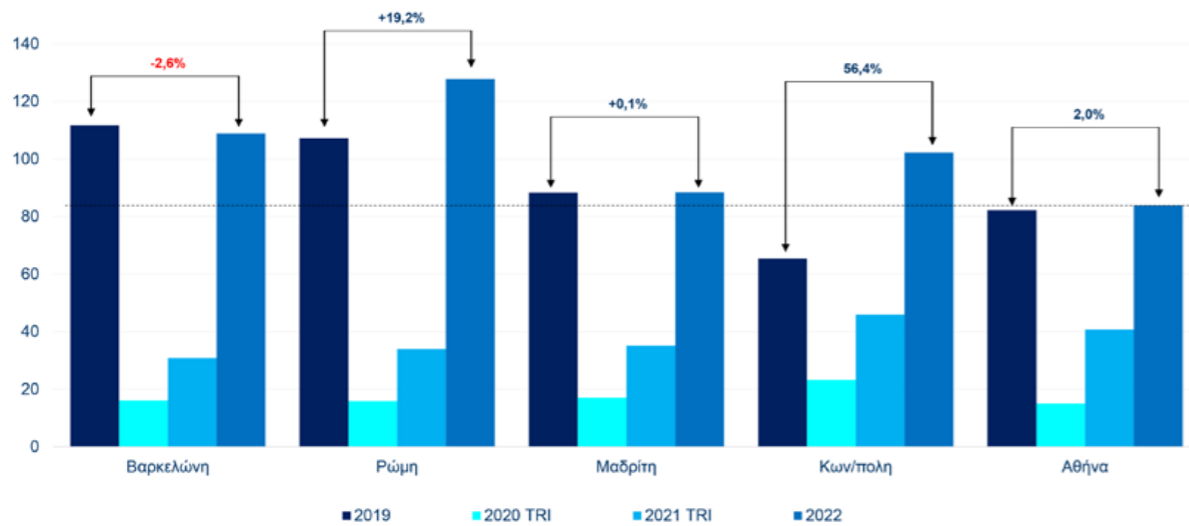


### Απόδοση

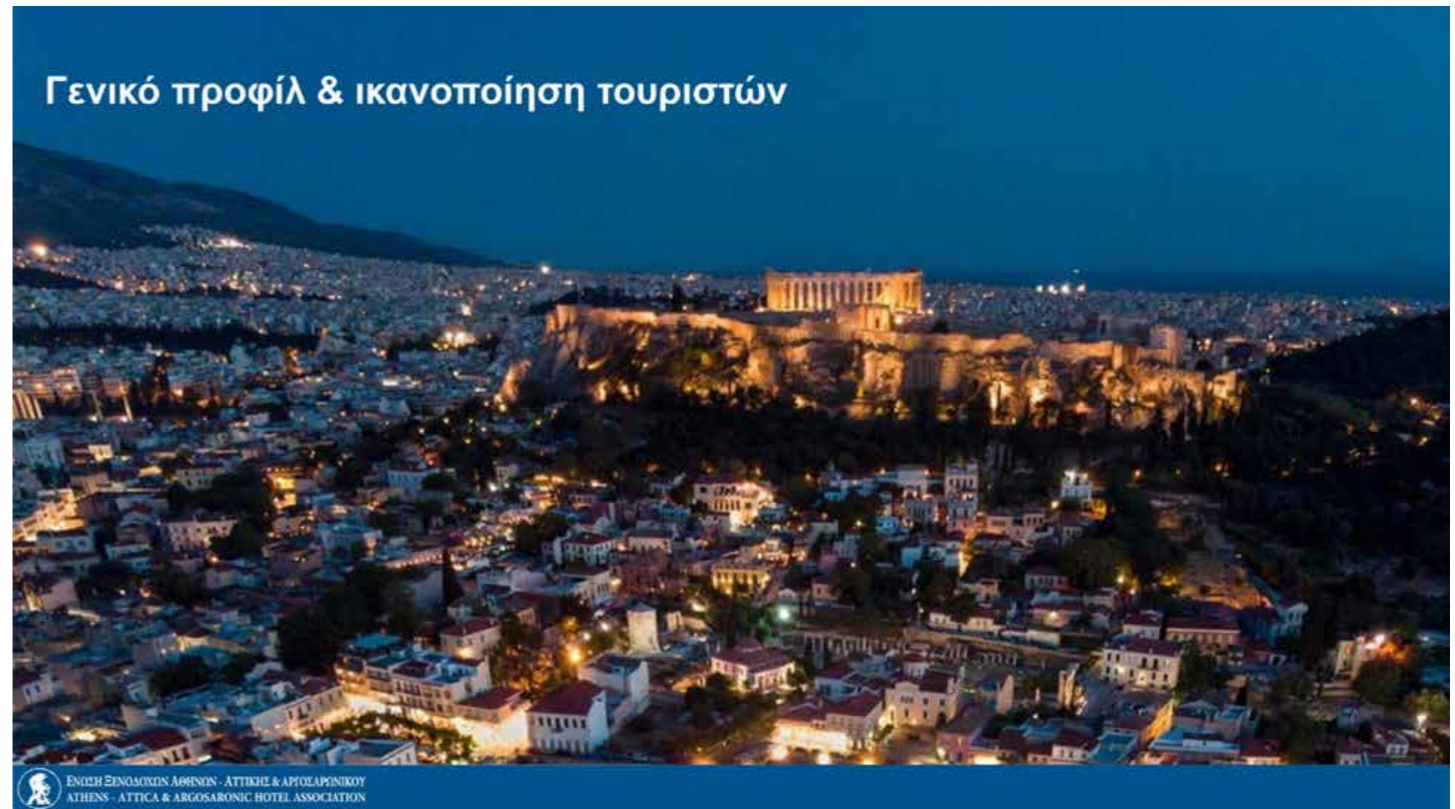
Τα Έσοδα ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο αυξήθηκαν +2,0% στην Αθήνα το 2022 σε σύγκριση με το 2019, ενώ η Βαρκελώνη κατέγραψε μείωση -2,6%, η Ρώμη αύξηση +19,2% (τα υψηλότερα Έσοδα ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο το 2022 ανάμεσα στις πόλεις που παρουσιάζονται) και η Μαδρίτη αύξηση +0,1%.



Έσοδα ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο € 2019 - 2022



Πηγή: GBR Consulting, STR Global



### Γενικό προφίλ & ικανοποίηση τουριστών

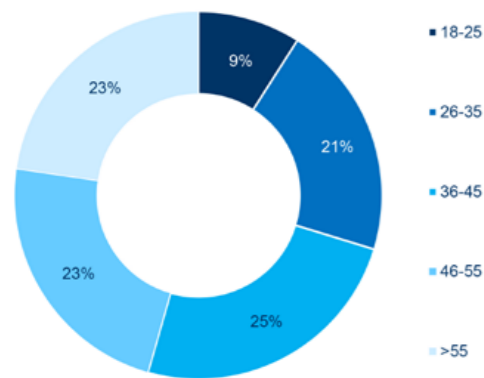
# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

Ηλικιακή ομάδα, ταξιδιωτική ομάδα και πρώτη φορά στην Αθήνα

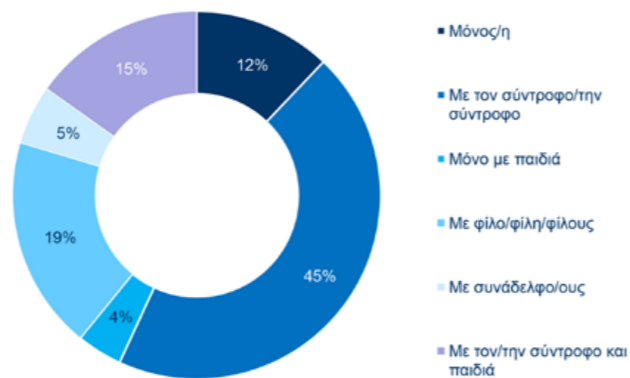
Η πλειοψηφία του δείγματος ήταν ηλικίας 36-45, ενώ επισκέφθηκε την Αθήνα με τον σύντροφο/την σύντροφο του/της.



Ηλικιακή ομάδα



Ταξιδιωτική ομάδα



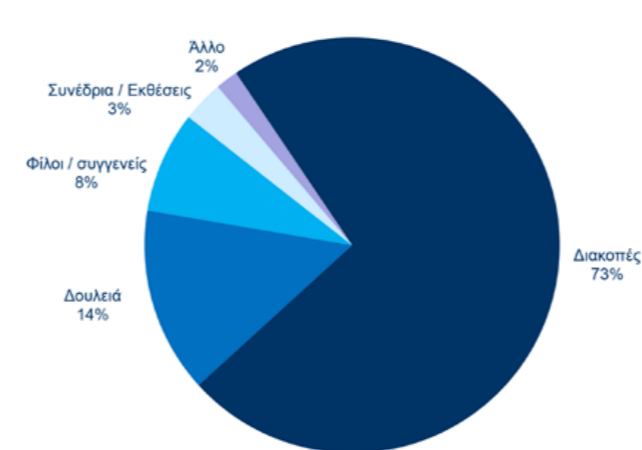
**62%** επισκέπτεται την Αθήνα για πρώτη φορά

Σκοπός ταξιδιού και λόγοι επιλογής της Αθήνας

Ο κύριος σκοπός ταξιδιού ήταν οι διακοπές, ενώ οι κύριοι λόγοι επιλογής της Αθήνας ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον και ότι αποτελεί must προορισμό.



Σκοπός ταξιδιού



Λόγοι επιλογής της Αθήνας \*



\* Αφορά μόνο επισκέπτες αναμνηστές

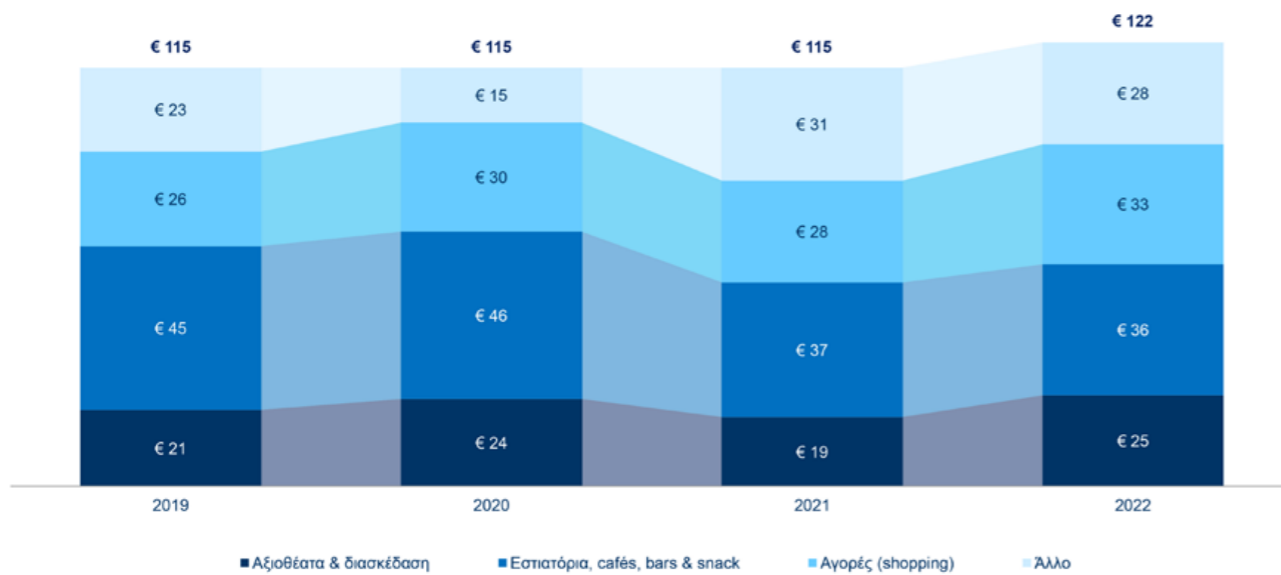
# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

## Δαπάνες

Το 2022, οι ημερήσιες δαπάνες στην Αθήνα αυξήθηκαν σε σύγκριση με τα 3 προηγούμενα χρόνια.

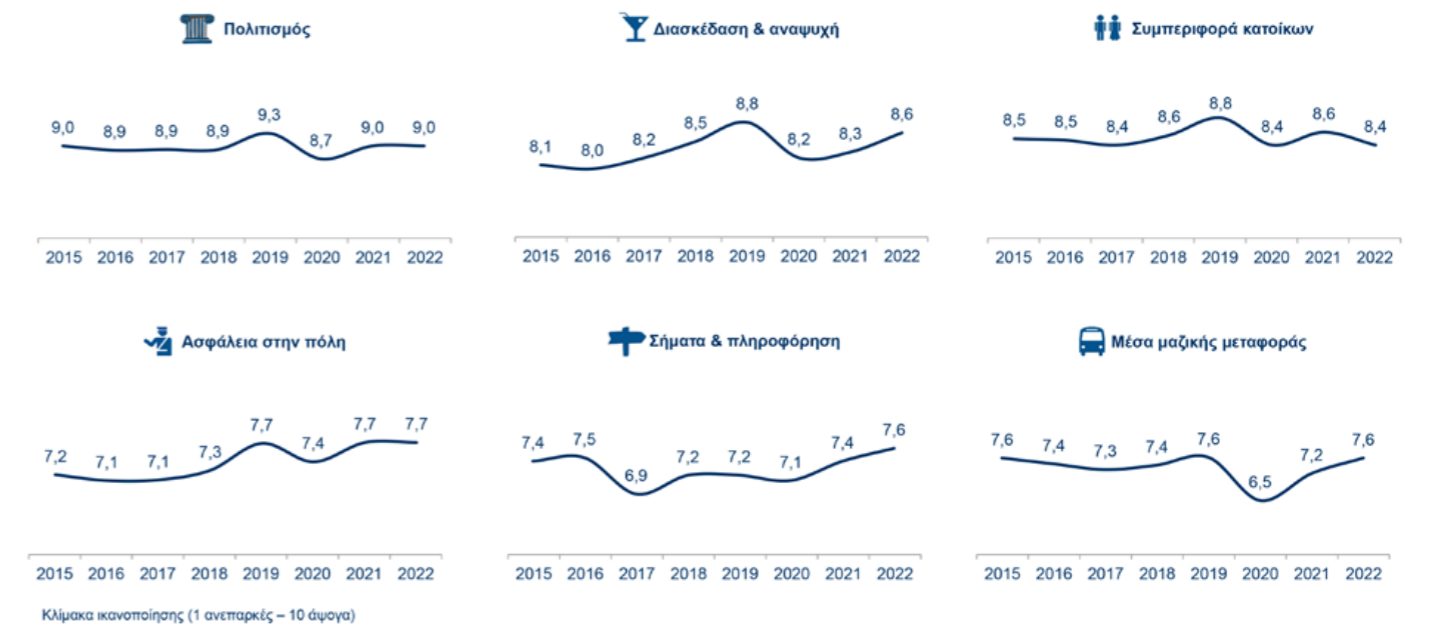


Ημερήσιες δαπάνες ανά άτομο 2019 – 2022



## Αξιολόγηση της εμπειρίας 2015 – 2022

Από το 2020 σημειώνεται αύξηση του βαθμού αξιολόγησης για όλους τους τομείς εκτός από τη συμπεριφορά των κατοίκων.



Κλίμα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

# 18<sup>η</sup>

## Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

### Αξιολόγηση της εμπειρίας 2015 – 2022

Το 2022 σε σύγκριση με το 2021, ο βαθμός αξιολόγησης πληροφοριών για ειδικές εκδηλώσεις αλλά και η βαθμολογία για πλατείες-πεζοδρόμια σημείωσαν βελτίωση, ενώ στους υπόλοιπους τομείς ο βαθμός αξιολόγησης μειώθηκε ή παρέμεινε σταθερός.



#### Πληροφορίες για ειδικές εκδηλώσεις



#### Πάρκα, «πράσινο»



#### Πλατείες, πεζοδρόμια



#### Δημόσια καθαριότητα



#### Κατάσταση ατμόσφαιρας



#### Κατάσταση θορύβου



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκής – 10 άψογα)



### Αξιολόγηση εγκαταστάσεων vs σχέση τιμής / ποιότητας 2015 – 2022

Ο βαθμός αξιολόγησης για τις εγκαταστάσεις και τη σχέση τιμής / ποιότητας σημειώνει βελτίωση σε όλους τους τομείς από το 2020 και μετά.



#### Ξενοδοχεία



#### Εστιατόρια



#### Bars / cafés



#### Καταστήματα



#### Ταξί



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκής – 10 άψογα)





# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

## Συνολική αξιολόγηση 2015 – 2022

Το 2022, ο συνολικός βαθμός αξιολόγησης της Αθήνας ήταν ο υψηλότερος σε σύγκριση με τα προηγούμενα 7 χρόνια.



Συνολική αξιολόγηση 2015 – 2022



- ✓ Οι ταξιδιώτες φαίνονται πολύ ικανοποιημένοι με την εμπειρία τους στην Αθήνα.
- ✓ Ο συνολικός βαθμός αξιολόγησης ήταν 8,4, ο υψηλότερος βαθμός των τελευταίων 8 ετών.
- ✓ Ο πολιτισμός, η διασκέδαση & αναψυχή και η συμπεριφορά κατοίκων αξιολογήθηκαν με τις υψηλότερες βαθμολογίες, ενώ η δημόσια καθαριότητα, η κατάσταση της ατμόσφαιρας και η κατάσταση του θορύβου αξιολογήθηκαν με τις χαμηλότερες βαθμολογίες.
- ✓ Οι επισκέπτες της Αθήνας είναι πολύ ευχαριστημένοι με τις εγκαταστάσεις και τη σχέση τιμής / ποιότητας των ξενοδοχείων, των εστιατορίων και των bars / cafés.

Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκής – 10 άψογα)



## Παραλιακό μέτωπο Αθήνας

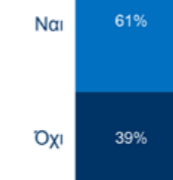
Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών επισκέφτηκε το παραλιακό μέτωπο της Αθήνας.



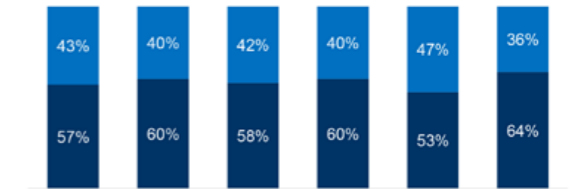
Επίσκεψη στο παραλιακό μέτωπο



Έκαναν μπάνιο



Αυτοί που δεν επισκέφθηκαν το παραλιακό μέτωπο \*



■ Δεν γνωρίζω το παραλιακό μέτωπο ■ Γνωρίζω το παραλιακό μέτωπο

\* Αφορά μόνο αλλοδαπούς επισκέπτες.

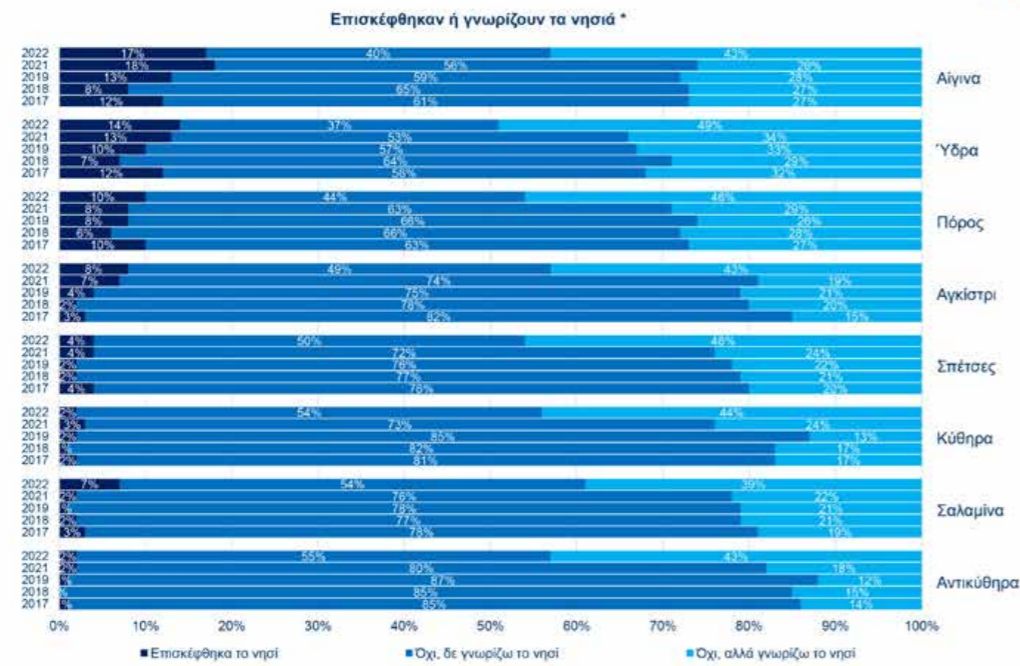


# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής



## Νησιά Αργοσαρωνικού

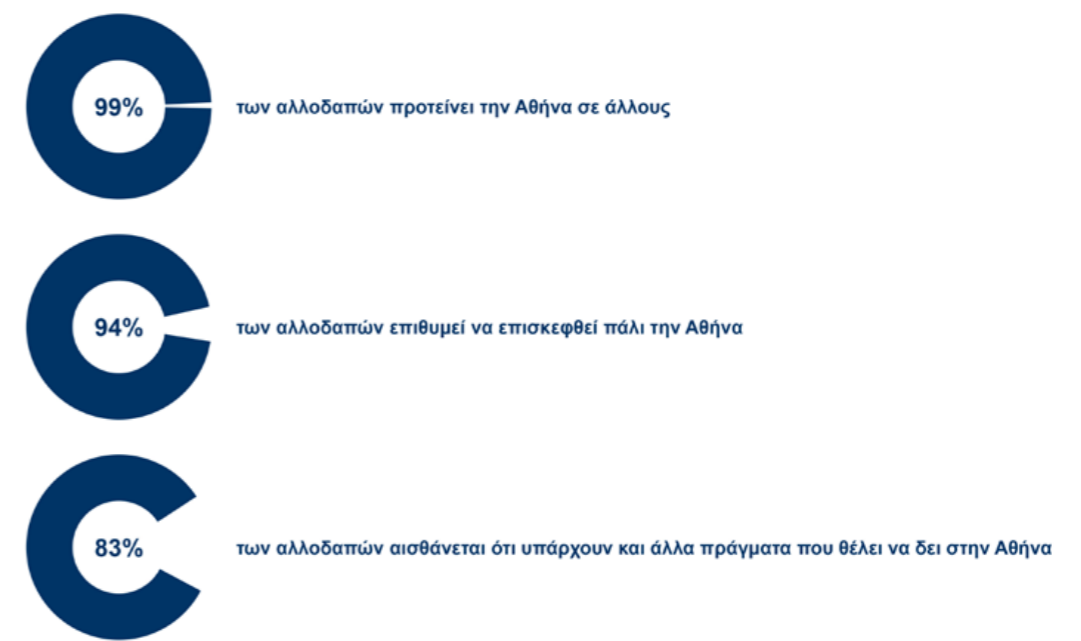
Η αναγνωρισιμότητα των Νησιών του Αργοσαρωνικού βελτιώνεται, αλλά παραμένει ακόμα σε χαμηλά επίπεδα.



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΣΑΡΩΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION

## Σύσταση

Σχεδόν όλοι οι ταξιδιώτες που επισκέφτηκαν την Αθήνα θα την πρότειναν σε άλλους.



ΕΝΩΣΗ ΞΕΝΟΔΟΧΕΙΩΝ ΑΘΗΝΩΝ - ΑΤΤΙΚΗΣ & ΑΡΓΟΣΑΡΩΝΙΚΟΥ  
ATHENS - ATTICA & ARGOSARONIC HOTEL ASSOCIATION

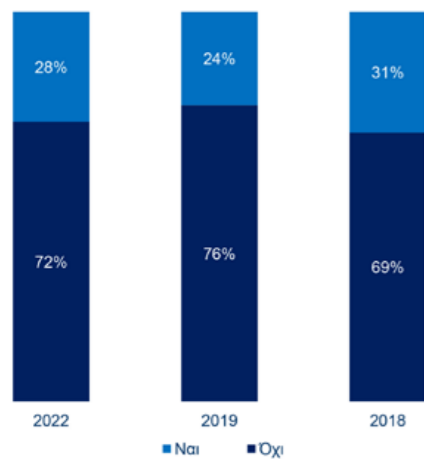
# 18<sup>η</sup> Έρευνα Ικανοποίησης Επισκεπτών & Απόδοση Ξενοδοχείων Αττικής

## Αυθεντικός Μαραθώνιος Αθήνας

Οι πλειοψηφία των επισκεπτών δεν γνωρίζει τον Αυθεντικό Μαραθώνιο της Αθήνας.



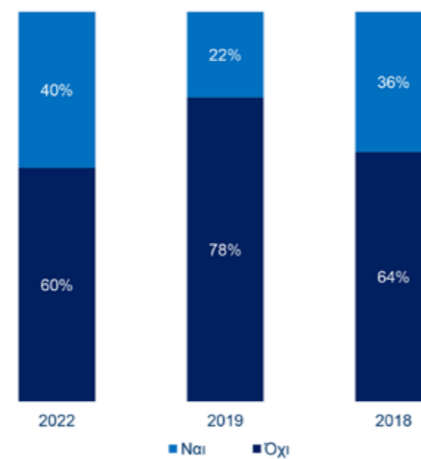
Γνωρίζει τον Μαραθώνιο της Αθήνας που διενεργείται τον Νοέμβριο



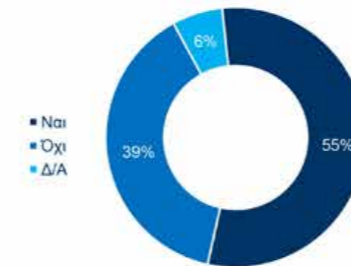
Εάν ναι



Γνωρίζει τις ειδικές προσφορές & τις εκδηλώσεις που αφορούν τους επισκέπτες & τους δρομείς



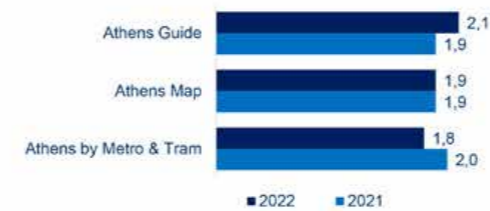
Πήρατε ενημερωτικό υλικό από το Info Stand του ξενοδοχείου;



Εάν ναι, πώς το αξιοποιήσατε;



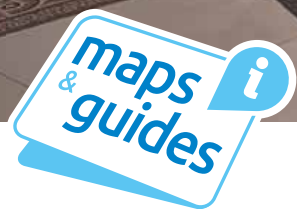
Αριθμός ατόμων από το group που το χρησιμοποίησε



Με βάση τα ξενοδοχεία: Alexandros, Amanilia, Athenaeum InterContinental, B4b Signature, Chic, Crowne Plaza, Hera, Novotel, Parnon, Parthenon, Polis Grand, Stanley, Stratos Vassilikos, Titania και Tropical.



# 1,1 εκατ. τουρίστες χρησιμοποιούν έντυπα από τα InfoStand®



Για περισσότερες πληροφορίες:

**T.** 210 8846170-3  
**M.** 6945 859 997

[sales@citycontact.gr](mailto:sales@citycontact.gr)  
[www.citycontact.gr](http://www.citycontact.gr)

ΜΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ  
 **citycontact**

Έγκυρη ενημέρωση για τους επαγγελματίες  
του τουρισμού

**tornosnews** 



ΜΙΑ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΤΗΣ  
 **citycontact**