

11^η Έρευνα
Ικανοποίησης Τουριστών
&
Απόδοση Ξενοδοχείων
στην Αττική

2015

gbr
consulting



Χαρακτηριστικά Έρευνας

- ▶ Μέθοδος: ερωτηματολόγια
- ▶ Δείγμα: ~ 1.500 ερωτηματολόγια
- ▶ Περίοδος Ιούλιος - Σεπτέμβριος
- ▶ Με την υποστήριξη των:



- ▶ Από Μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών – Αττικής ξενοδοχεία 5 * - 2*

Διεθνείς Αφίξεις στο Αεροδρόμιο

YTD Δεκ 2015

4,2 εκατομμύρια

▲ +22,6% (YoY)

Ξενοδοχεία Πληρότητα

YTD Δεκ 2015

74,9%

▲ +3,6% (YoY)

Ξενοδοχεία Τιμές

YTD Δεκ 2015

▲ **ARR: € 90**
+4,7% (YoY)

▲ **RevPAR: € 67**
+8,5% (YoY)

Δαπάνες στην Πόλη

2015

€ 106,86

▼ -4,7% (YoY)

Συνολική Ικανοποίηση

2015

▲ **Βαθμολογία: 8,0**
2014: 7,8

▼ **Σύσταση: 95%**
2014: 96%

Ξενοδοχεία - Ικανοποίηση

2015

▲ **Εγκαταστάσεις: 8,5**
2014: 8,4

▲ **Value for money: 7,8**
2014: 7,6

Ξενοδοχεία Προσφορά

YTD Δεκ 2015

► **Μονάδες: 664**
0% (Δεκ 2014)

► **Δωμάτια: 31.927**
0% (Δεκ 2014)

Ανταγωνιστικοί Προορισμοί

Διεθνείς Αφίξεις 2015/14

▲ +5,7% Βαρκελώνη

▲ +4,8% Κων/πολη

Πηγές: ΣΕΤΕ, ΕΞΑΑ-Α, ΞΕΕ, GBR Consulting

Ταξιδιώτες Αναψυχής



Σύσταση

95% θα σύστηνε την Αθήνα



Γιατί την Αθήνα

1. Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
2. Γαστρονομία / διασκέδαση
3. Περαστικός



Αξιολόγηση*

Βαθμός Ικανοποίησης: 8,0



Ταξιδιώτες Αναψυχής



Προετοιμασία Ταξιδιού

1. Review sites
2. Βιβλίο / άλλο έντυπο
3. Ιστοσελίδα ξενοδοχείου



Δαπάνες

€ 109 ανά άτομο ημερησίως



Κρατήσεις

- 78% online
- εκ των οποίων 45% μέσω 3^{ου}

Εμπειρία

1. Ακρόπολη
2. Μουσείο Ακρόπολης
3. Εθνικό Αρχαιολ/κό Μουσείο



59% συμμετείχε σε ένα City Bus Tour, σε Walking Tour ή μια κρουαζιέρα στον Αργοσαρωνικό



Πρόσβαση στο Ξενοδοχείο*

- 8,3: Ταξί
- 8,2: Μετρό
- 7,9: Λεωφορείο αεροδρομίου
- 7,6: Προαστιακός



Μετάβαση*

- 8,0: Αεροδρόμιο
- 7,6: Συχνότητα Πτήσεων
- 7,5: Ώρες Πτήσεων
- 7,1: Κόστος Πτήσεων

Κλίμακα Ικανοποίησης 1 - 10

Προφίλ Τουριστών – Κυριότερα Σημεία

1

Η Αθήνα εκπλήσσει θετικά τον διεθνή επισκέπτη: το 62% έχει καλύτερη ή πολύ καλύτερη εμπειρία από ότι προσδοκούσε.

2

Οι επισκέπτες που έχουν ξανάρθει στην Αθήνα (repeat visitors) χρησιμοποιούν λιγότερες πηγές προετοιμασίας του ταξιδιού τους συγκριτικά με αυτούς που την επισκέπτονται πρώτη φορά. Αναζητούν μια νέα εμπειρία επισκεπτόμενοι άλλα αξιοθέατα εκτός της Ακρόπολης και του μουσείου της και / ή επισκεπτόμενοι κάποιο νησί του Αργοσαρωνικού. Οι επισκέπτες που έχουν επαναλάβει το συγκεκριμένο ταξίδι δαπανούν περισσότερα ημερησίως από τους επισκέπτες που έρχονται πρώτη φορά: € 124 vs € 93.

3

Περίπου το 58% **της ηλικιακής ομάδας άνω των 50**, έχει ξανάρθει στην Αθήνα. Είναι πολύ δραστήριοι, επισκέπτονται τα σημαντικότερα αξιοθέατα, είναι ενήμεροι για τα νησιά του Αργοσαρωνικού και πολλοί από τους συγκεκριμένους ταξιδιώτες τα επισκέπτονται. Δαπανούν τα περισσότερα ημερησίως € 162 και η συνολική βαθμολογία αξιολόγησης της εμπειρίας τους είναι 8,1.

4

Περίπου το 78% των **millenials** (18-30) επισκέπτονται την Αθήνα για πρώτη φορά, είναι χρήστες κοινωνικών δικτύων (91%) και κάνουν online κράτηση για το ταξίδι τους (79%). Εκτός από την Ακρόπολη που αποτελεί «υποχρεωτικό» προς επίσκεψη αξιοθέατο, επιλέγουν λιγότερα αξιοθέατα από ότι οι μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες και επικεντρώνονται σε εμπειρίες περιήγησης της πόλης, παρακολούθησης μιας θεατρικής παράστασης ή μιας ταινίας. Οι ημερήσιες δαπάνες τους δεν ξεπερνούν τα € 69 και η συνολική βαθμολογία αξιολόγησης της εμπειρίας τους είναι 7,8.

5

Ένας στους δέκα διεθνείς επισκέπτες **ταξιδεύει μόνος του**. Περίπου το 57% έχει ξανάρθει και σχεδόν οι περισσότεροι συνδυάζουν δουλειά με διασκέδαση (“bleisure”). Αποτελούν τους κύριους χρήστες Twitter και LinkedIn, αλλά έχουν το υψηλότερο ποσοστό σε offline κρατήσεις (13%). Συγκριτικά με τους τουρίστες που δεν ταξιδεύουν μόνοι τους, πηγαίνουν συχνότερα σινεμά, θέατρο ή στο Μέγαρο Μουσικής, στο Μοναστήρι της Καισαριανής και 1 στους 3 συμμετέχει σε walking tour.

6

Συγκριτικά με τις άλλες ηπείρους οι **Νοτιοαμερικανοί** επιλέγουν την Αθήνα κυρίως για τους αρχαιολογικούς της χώρους, χρησιμοποιούν τα ταξιδιωτικά γραφεία (31%) και συνεπώς κάνουν σε μικρό ποσοστό κρατήσεις online (53%). Είναι οι πιο δραστήριοι σε επισκέψεις αξιοθέατων και συμμετέχουν σε city bus tour (4 στους 10), αλλά είναι οι λιγότερο ενημερωμένοι για τις παραλίες της Αθήνας και τα νησιά.

7

Οι **Αυστραλοί** αποτελούν το μεγαλύτερο ποσοστό των ταξιδιωτών που συνδυάζει την Αθήνα με άλλους προορισμούς. Οι Αυστραλοί και οι ταξιδιώτες από την **B. Αμερική** αποτελούν το μεγαλύτερο μερίδιο που γνωρίζουν τα νησιά του Αργοσαρωνικού.

8

Οι ταξιδιώτες από την **Μέση Ανατολή** κάνουν την μεγαλύτερη χρήση των κοινωνικών δικτύων, έχουν μεγάλο ενδιαφέρον για αγορές (κατά συνέπεια είναι σημαντικό να είναι ανοικτά τα καταστήματα τις Κυριακές), επισκέπτονται λίγα αξιοθέατα (κατά μέσο όρο 3), αλλά συμμετέχουν σε μεγάλο βαθμό σε walking tours και δαπανούν ημερησίως € 161. Το 98% θα σύστηνε την Αθήνα στην οικογένειά του και τους φίλους του.

9

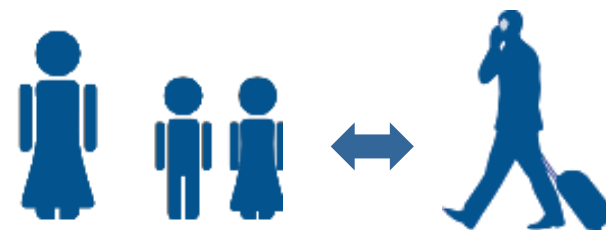
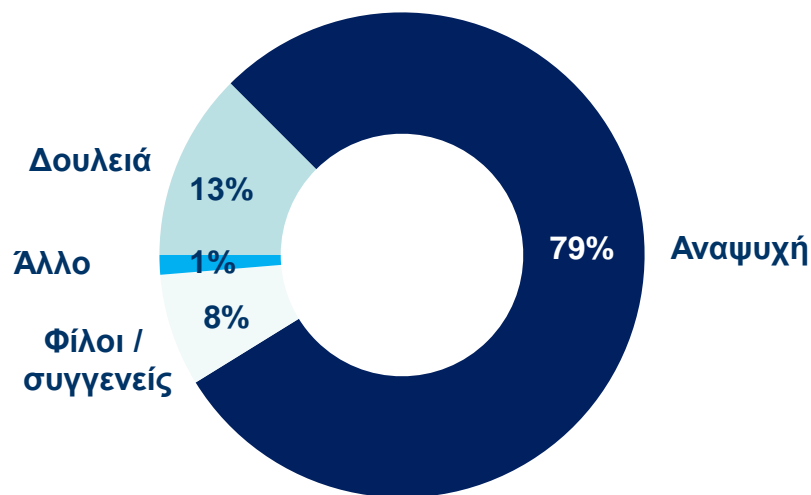
Οι Ευρωπαίοι ταξιδιώτες δαπανούν ημερησίως τουλάχιστον € 77 και μαζί με τους **Ασιάτες** δίνουν στην Αθήνα την χαμηλότερη βαθμολογία (7,9), οι οποίοι έχουν το χαμηλότερο ποσοστό σύστασης της Αθήνας (90%), ενώ 10% δεν θα την σύστηνε. Οι Ασιάτες δαπανούν ημερησίως € 145.

10

6% του συνόλου των **αλλοδαπών ταξιδιωτών** αντιμετώπισε δυσκολίες λόγω των capital controls, ενώ το 31% ανέφερε ότι η οικονομική κρίση επηρέασε την συνολική του εμπειρία στην Αθήνα. Σχεδόν το 73% των αλλοδαπών θεωρεί σημαντική την λειτουργία των καταστημάτων την Κυριακή, ενώ μόνο το 38% των **Ελλήνων** έχει την ίδια άποψη. Τέλος, σχεδόν 4 στους 10 Έλληνες και 3 στους 10 αλλοδαπούς συμμετέχουν σε ένα walking tour,.

Προφίλ Τουριστών

Σκοπός Ταξιδιού



14% “bleisure”
(συνδυάζει δουλειά με αναψυχή)

Γενικά Χαρακτηριστικά

82% ταξιδεύει με σύντροφο / φίλους

65% διαμένει 4 νύχτες

42% ηλικίας 30 – 50

Συχνότητα Επίσκεψης

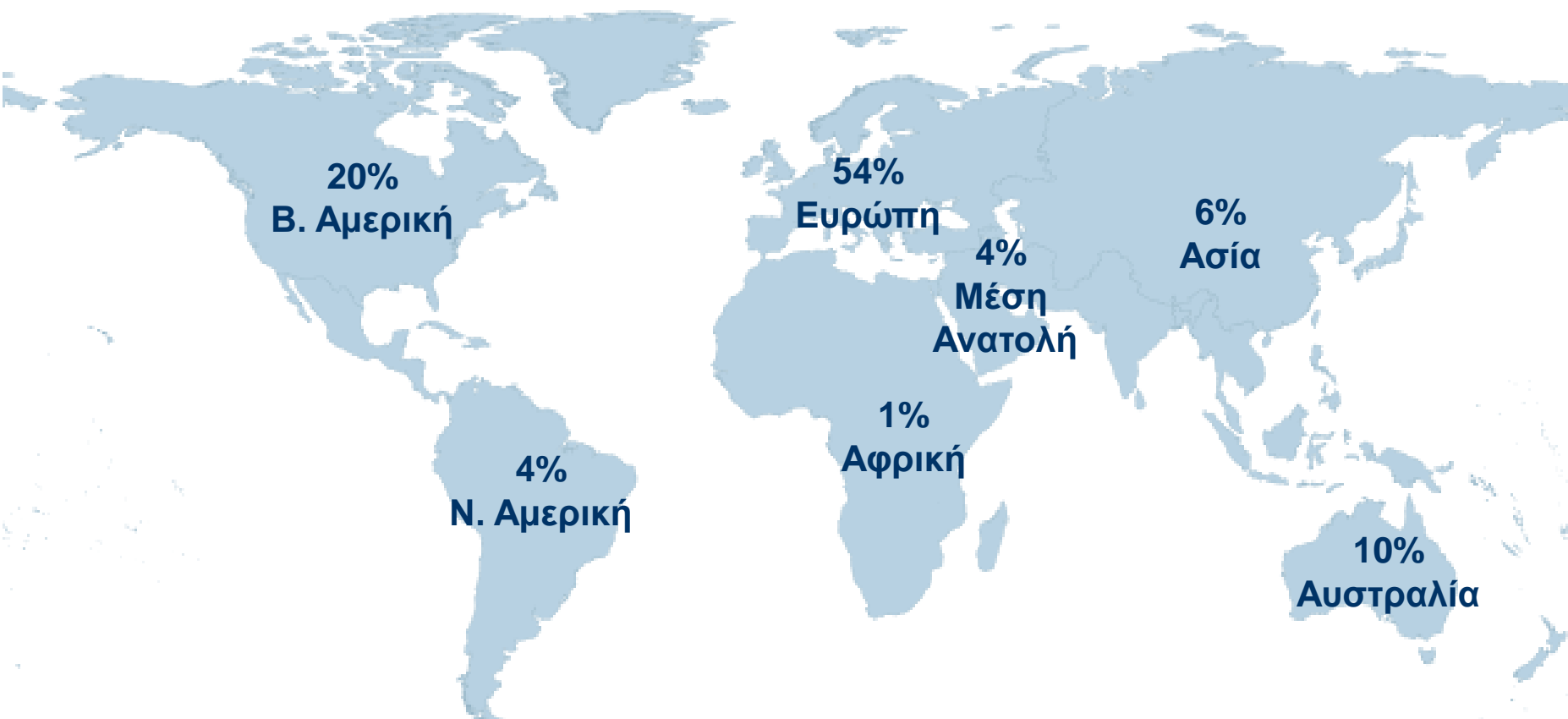
58% πρώτη φορά



40% έχει ξανάρθει

Δεν απάντησε: 2%

Γεωγραφική Ανάλυση



Δεν απάντησε: 2%



Λόγοι Επιλογής της Αθήνας

Αρχαιολογικοί Χώροι /
Πολιτιστικό Ενδιαφέρον



Γαστρονομία / Διασκέδαση



Περαστικός



Εμπορικό Κέντρο /
Σύγχρονη Ζωή



Άλλο



Δελεαστικό Ταξιδιωτικό
Πακέτο



Ιατρικοί Λόγοι



Τι Επηρέασε την Επιλογή για την Αθήνα



Χρήση Κοινωνικών Δικτύων

82%

facebook

49%

tripadvisor*

39%

You Tube

27%

twitter

25%

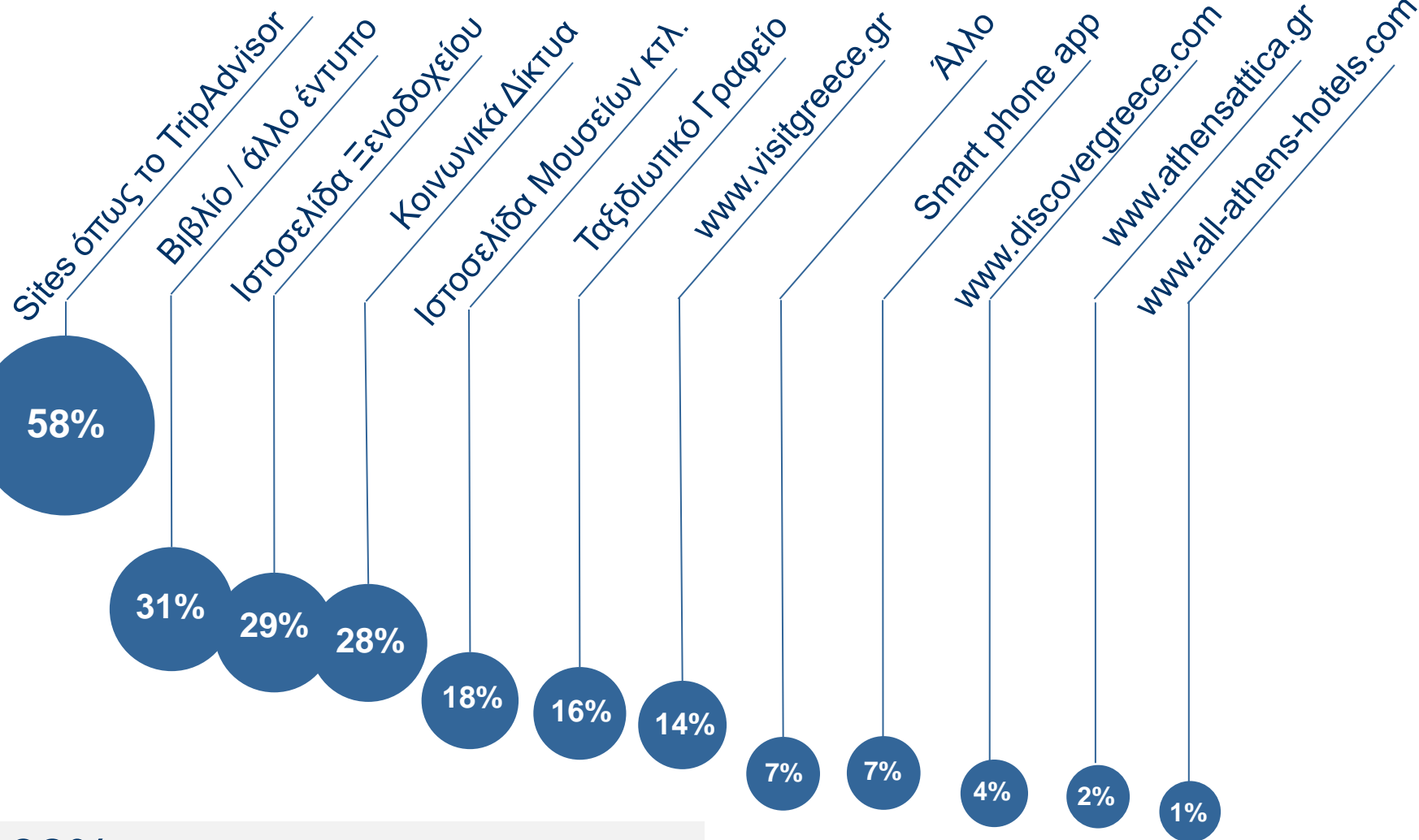
Linked in

19%

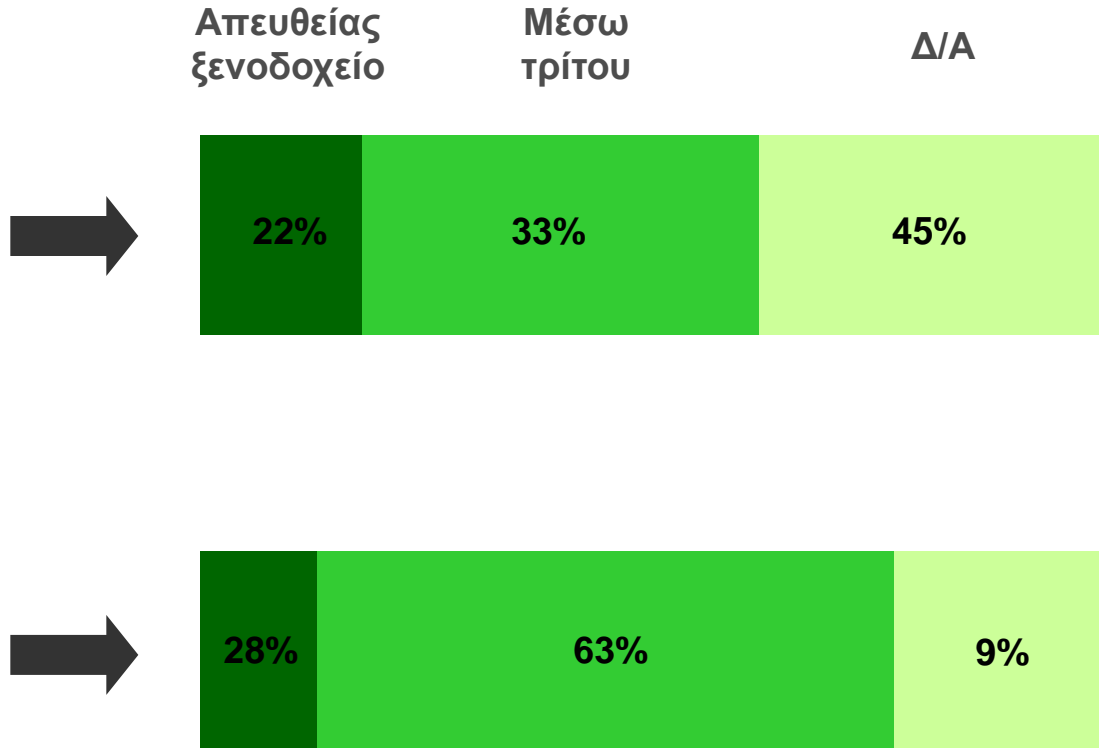
Άλλο

80% χρησιμοποιεί
κοινωνικά δίκτυα
(18% δεν χρησιμοποιεί)

Προετοιμασία Ταξιδιού



82% βρήκε τις πληροφορίες επαρκείς



Πρόσβαση προς και από το Αεροδρόμιο



93% ήρθε στην Αθήνα αεροπορικώς

Αξιολόγηση Αεροπορικών Συνδέσεων

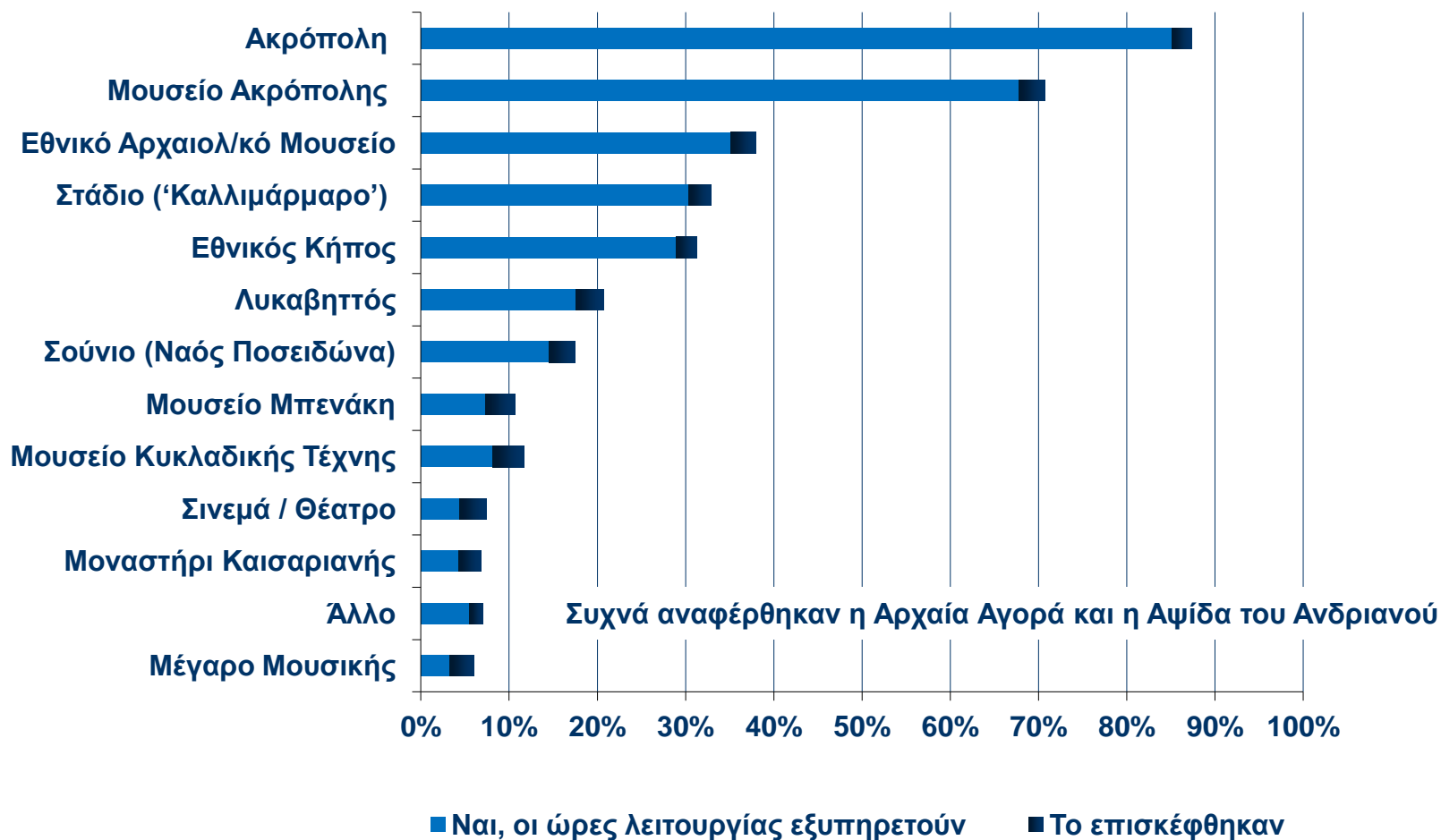


Μεταφορά από το Αεροδρόμιο στο Ξενοδοχείο



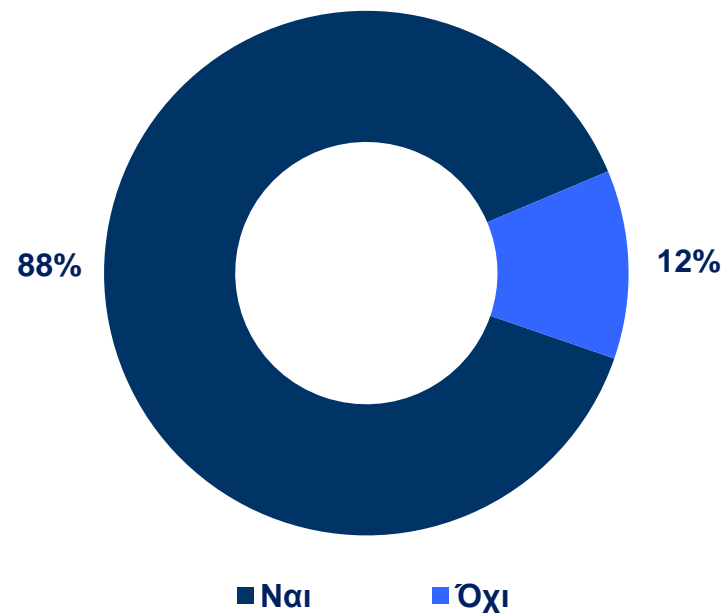
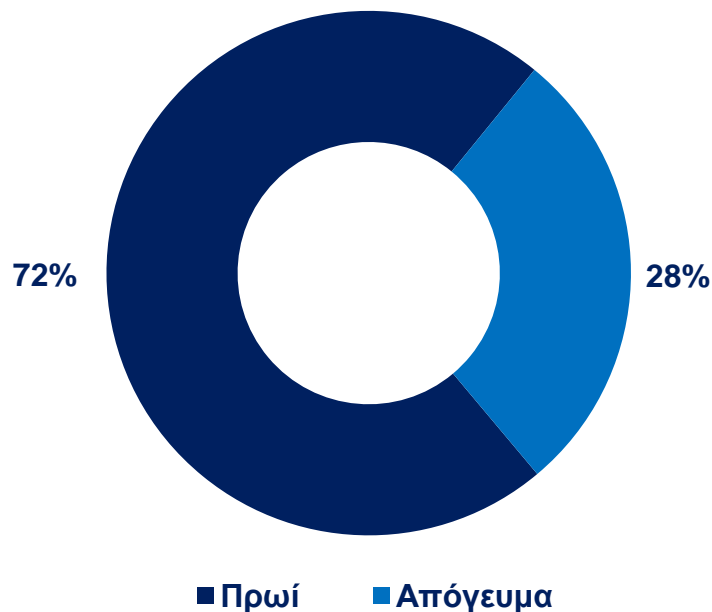


Οι τουρίστες επισκέφθηκαν κατά μέσο όρο 3,5 αξιοθέατα



Ώρες επίσκεψης

Τα αξιοθέατα θα έπρεπε να λειτουργούν
καθημερινά 8:00 – 20:00 και Σαββατοκύριακο;





6 στους 10
τουρίστες συμμετείχαν
σε κάποια ξενάγηση

29%

έκανε Walking Tour

23%

συμμετείχε σε ένα City Bus Tour

3%

έκανε κρουαζιέρα στον Αργοσαρωνικό



Οι παραλίες της Αθήνας

60%

50%

40%

30%

20%

10%

0%

56% γνωρίζει τις
παραλίες της Αθήνας

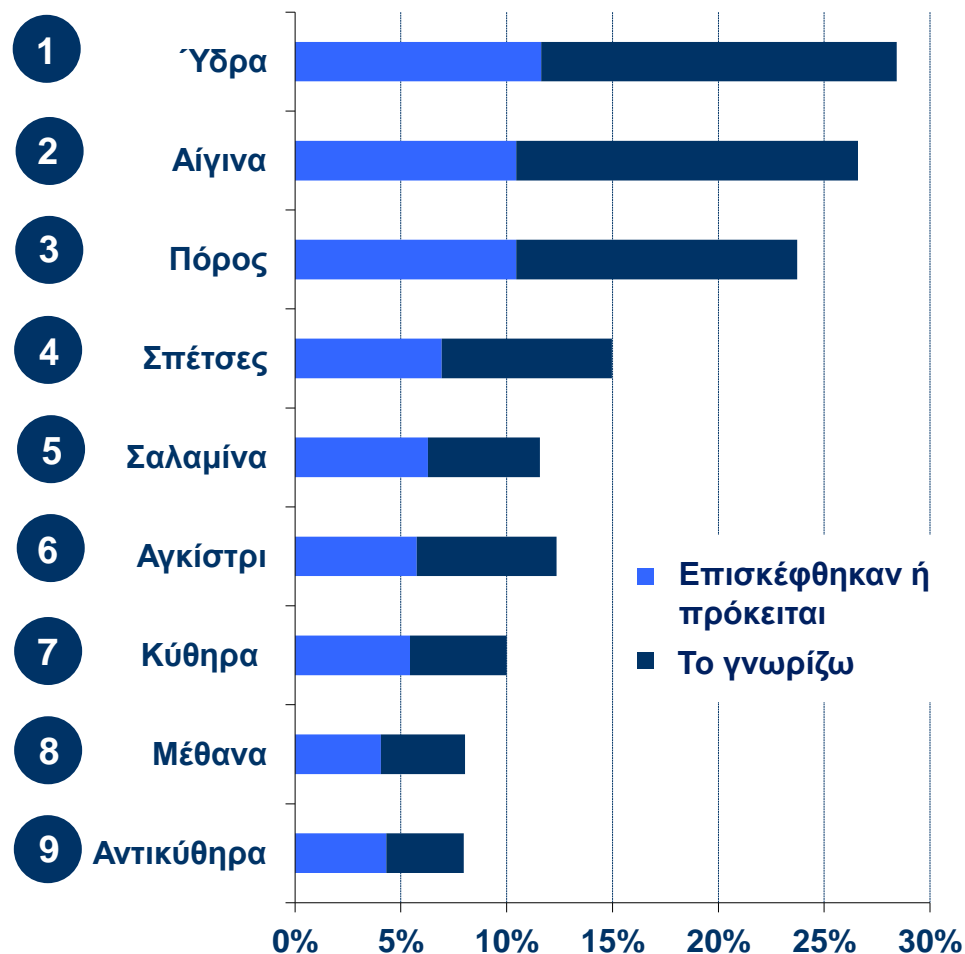
35% τις έχει
επισκεφθεί

Τα Walking Tours δίνουν την ευκαιρία στον επισκέπτη να ανακαλύψει νέα σημεία της πόλης, να δοκιμάσει την τοπική κουζίνα, να ζήσει την νυχτερινή ζωή όπως οι ντόπιοι, να βρει ευκαιρίες για αγορές κτλ.

Νησιά Αργοσαρωνικού

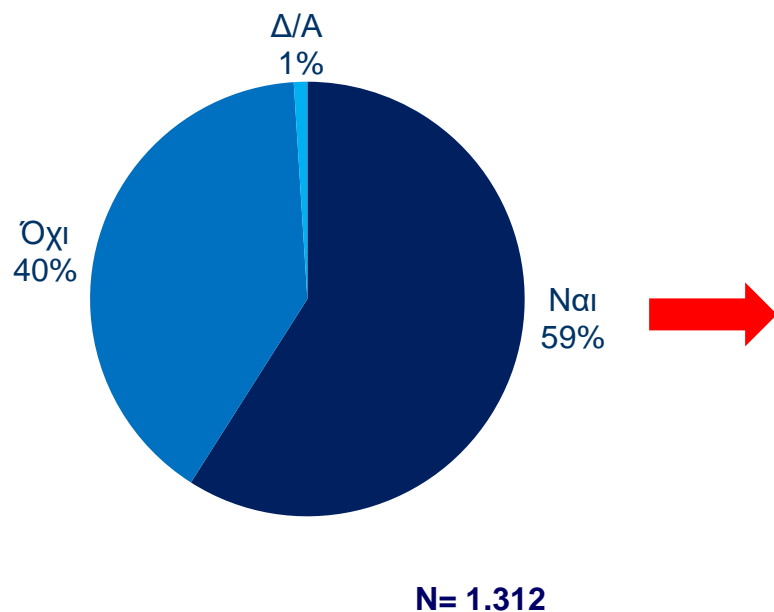


% Ενήμεροι & Επισκέφθηκαν τα Νησιά του Αργοσαρωνικού



Πήρατε ενημερωτικό υλικό από το Info Stand του ξενοδοχείου;

Εάν ναι, πώς το αξιοποιήσατε;

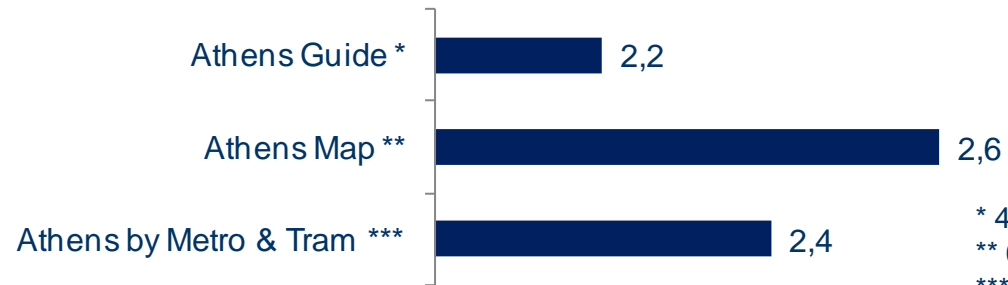


Με βάση τα παρακάτω ξενοδοχεία:

Alexandros, Athens Center Square, Candia, Crowne Plaza, Dorian Inn, Electra, Electra Palace, Museum, Novotel, Parthenon, Pythagorion, Stratos Vassilikos και Zafolia.

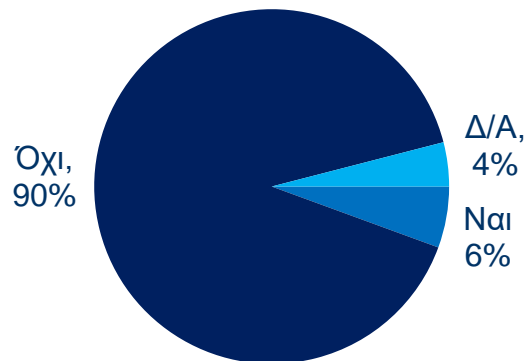


Αριθμός Ατόμων από το group που το χρησιμοποίησε

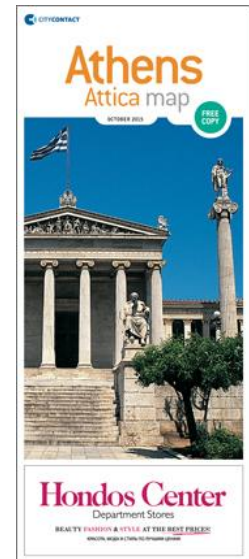


* 406 απαντήσεις
** 635 απαντήσεις
*** 333 απαντήσεις

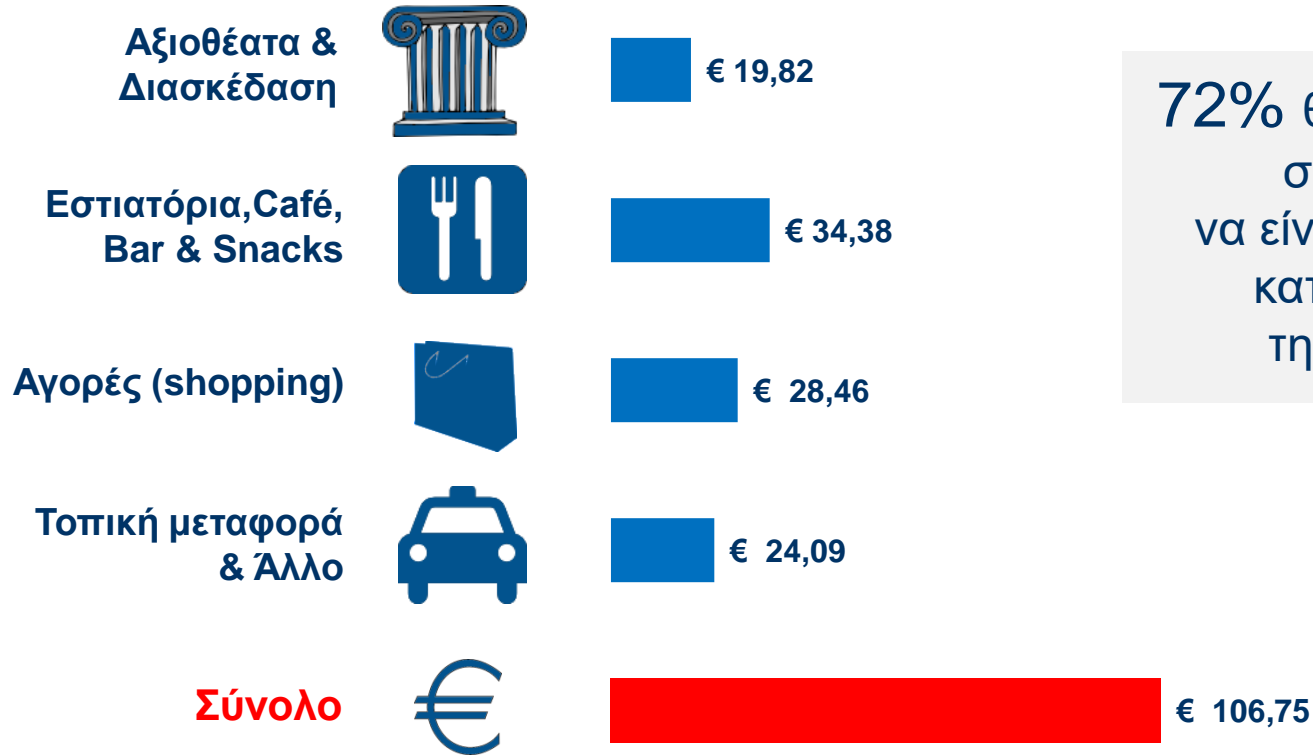
Χρήση των Discounts & Offers που παρουσιάζονται στο Athens Guide



Κατά μέσο όρο έκανε χρήση των Discount & Offers σε **2,6** επιχειρήσεις



Δαπάνες ανά Άτομο / Μέρα



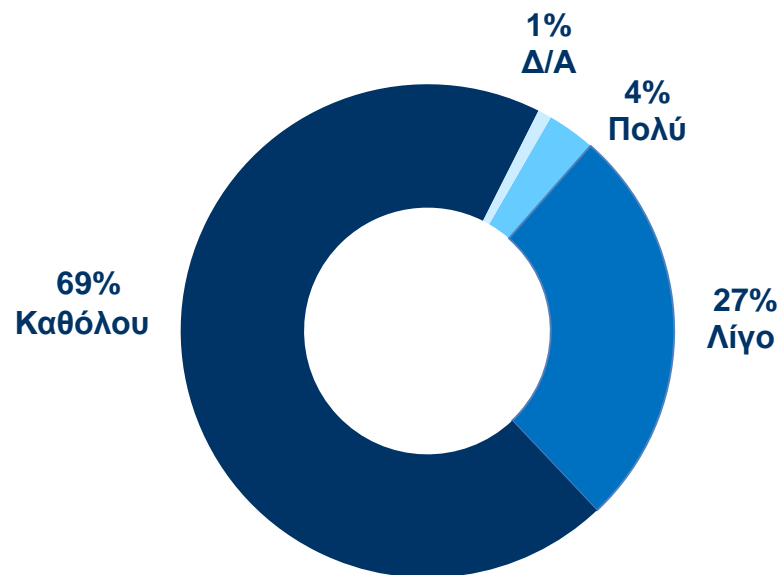
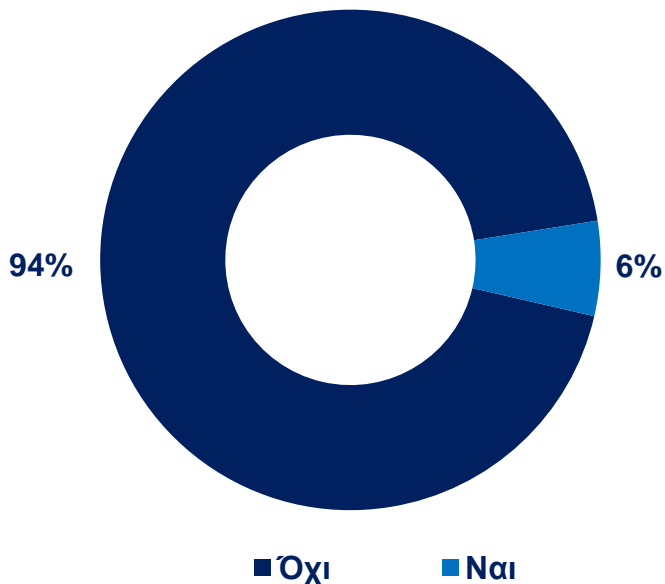
72% θεωρεί ότι είναι σημαντικό να είναι ανοιχτά τα καταστήματα την Κυριακή



Αντιμετωπίσατε δυσκολίες λόγω των capital controls;

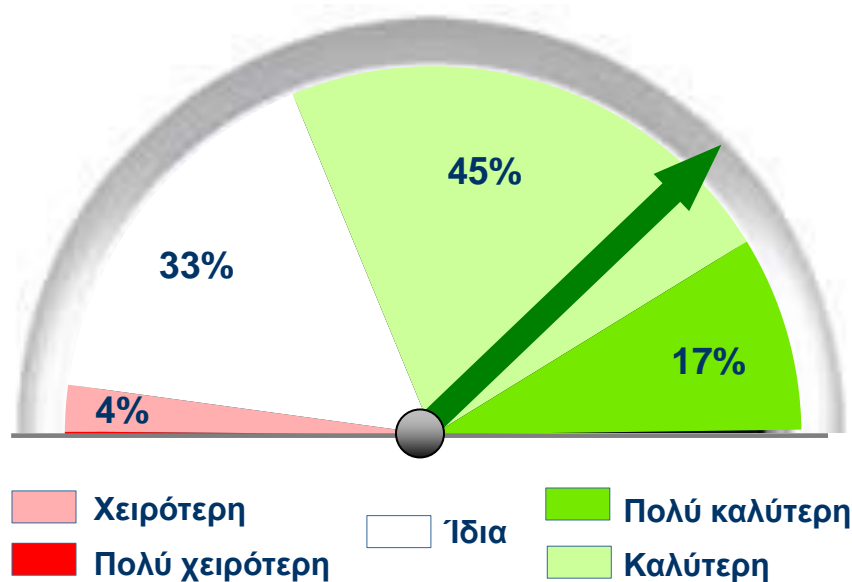


Η οικονομική κρίση επηρέασε την εμπειρία του ταξιδιού σας



Αφορά μόνο τους διεθνείς τουρίστες

Η Εμπειρία Επίσκεψης της Αθήνας σε Σύγκριση με τις Προσδοκίες



62% είχε
καλύτερη ή πολύ
καλύτερη εμπειρία
από τις
προσδοκίες του

για το 33% η
εμπειρία του ήταν
ίδια με τις
προσδοκίες του

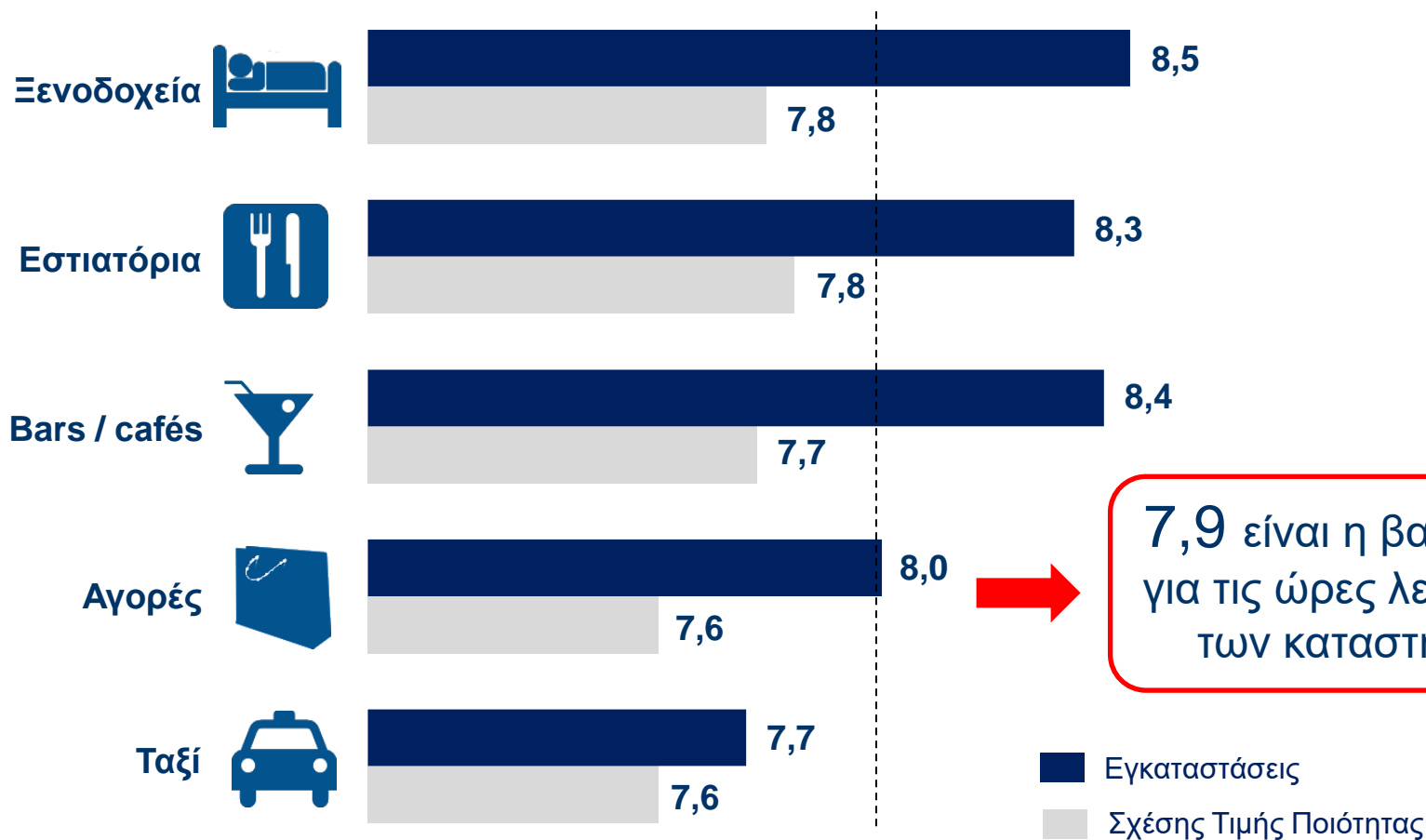
Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών



8,0 ο βαθμός της συνολικής εκτίμησης

Κλίμακα 1 - 10

Αξιολόγηση Διάφορων Πτυχών

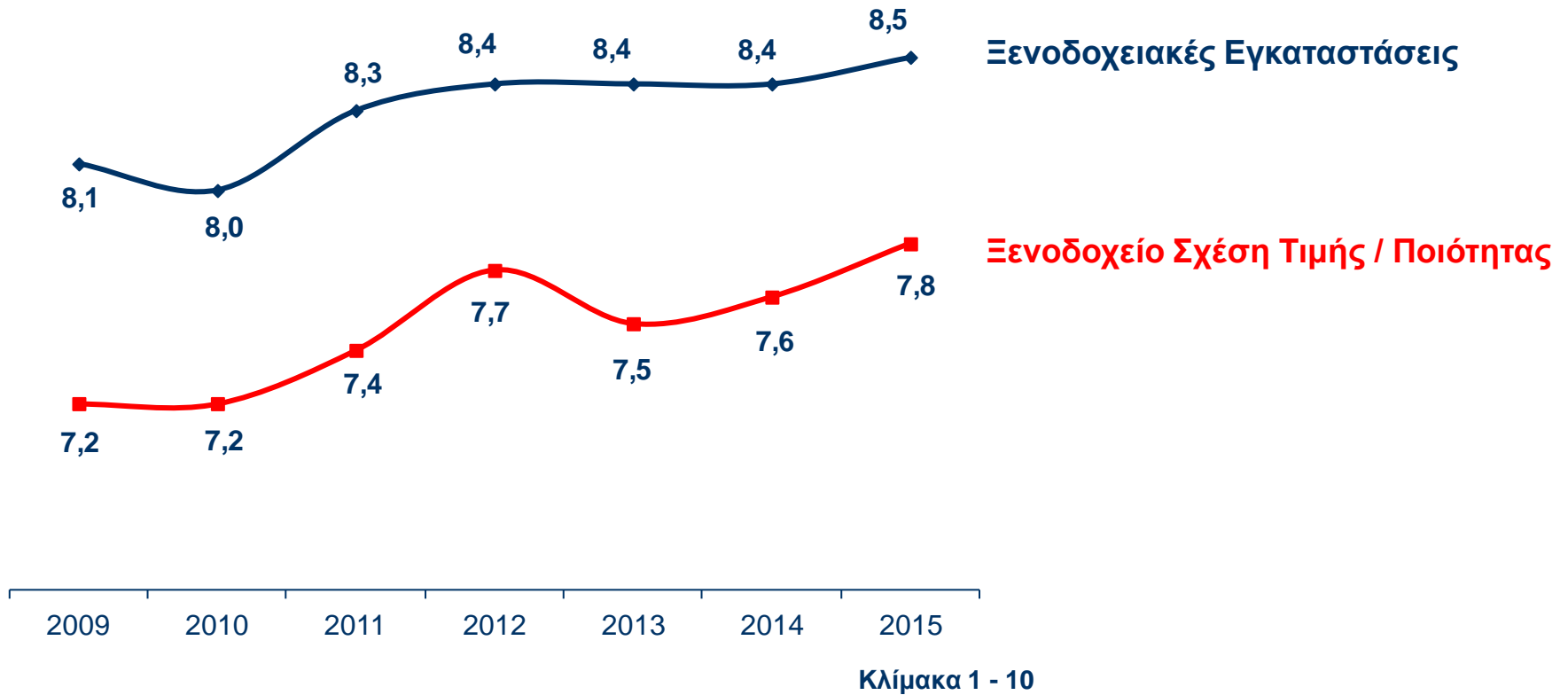


7,9 είναι η βαθμολογία για τις ώρες λειτουργίας των καταστημάτων

Αξιολόγηση Ξενοδοχεία 2009 - 2015



Αξιολόγηση Ξενοδοχεία



95% θα προτείνει
την Αθήνα σε άλλους

4% δε θα προτείνει
την Αθήνα



Εξαιρετική τοπική κουζίνα



Πολύ καλά ΜΜΜ με καλή σύνδεση
με το αεροδρόμιο



Καλοί και εξυπηρετικοί κάτοικοι



Υψηλή ικανοποίηση από το κόστος ζωής
της πόλης



Τα πεζοδρόμια χρειάζονται συντήρηση



Έλλειψη πινακίδων σε εμφανή σημεία

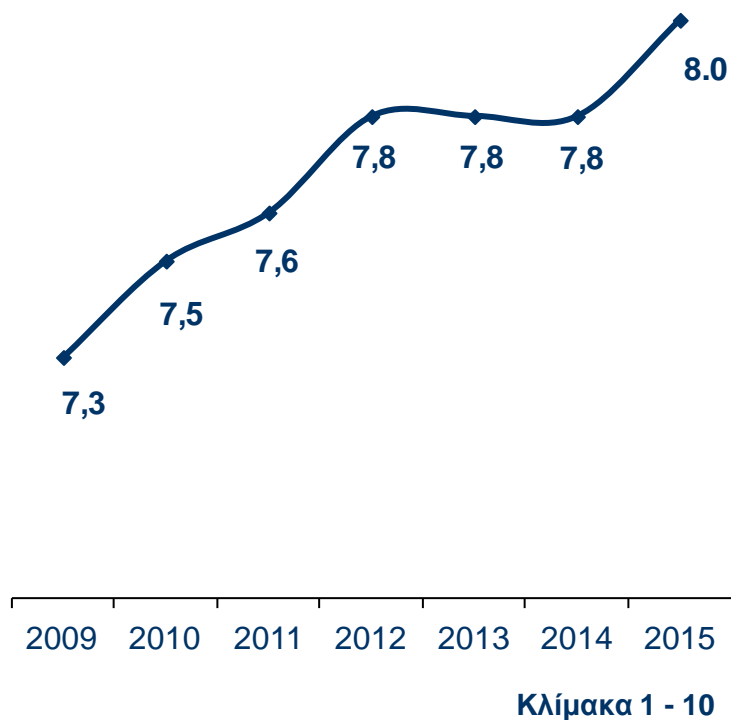


Φροντίδα άστεγων!

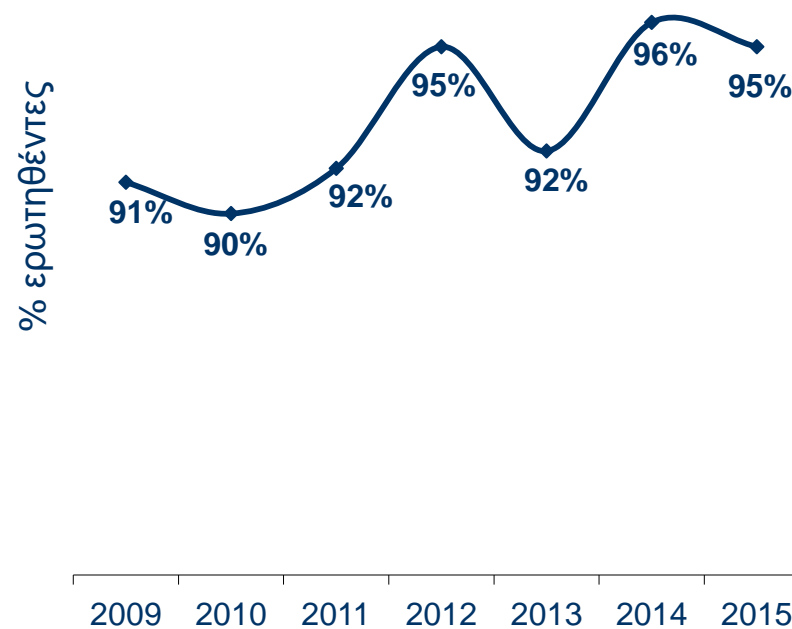
Συνολική Αξιολόγηση 2009 - 2015



Συνολική Εκτίμηση



% που θα σύστηνε την Αθήνα



Ανάλυση ανά Ηλικιακή Ομάδα

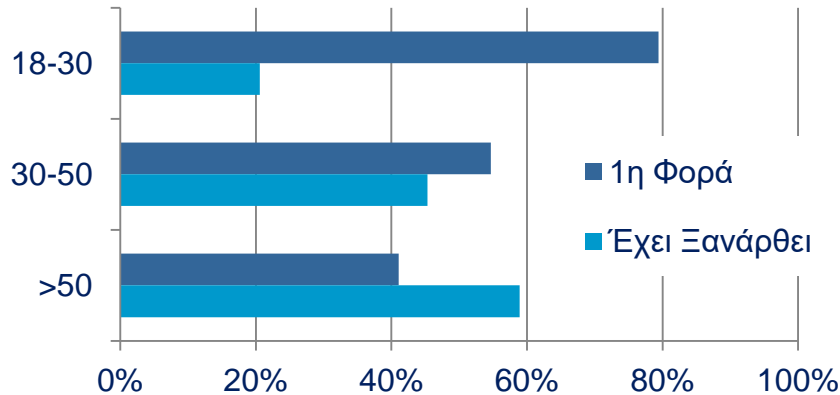
gbr
consulting



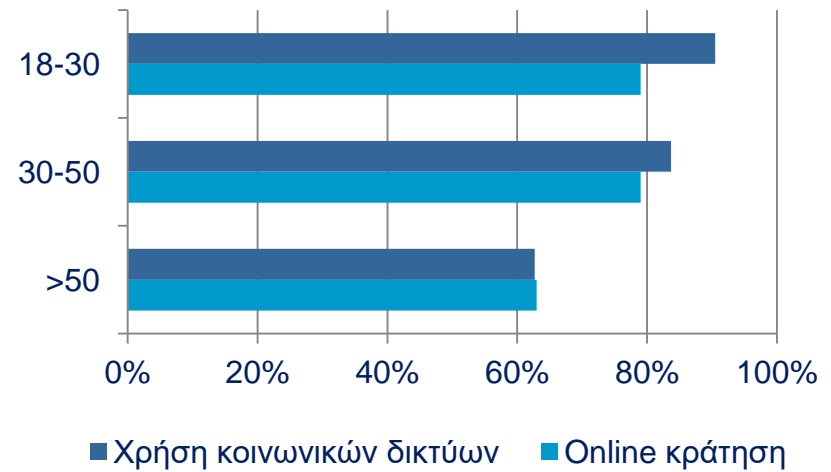
Ανάλυση ανά Ηλικιακή Ομάδα

Συχνότητα, Τεχνολογία & Εμπειρία

Συχνότητα

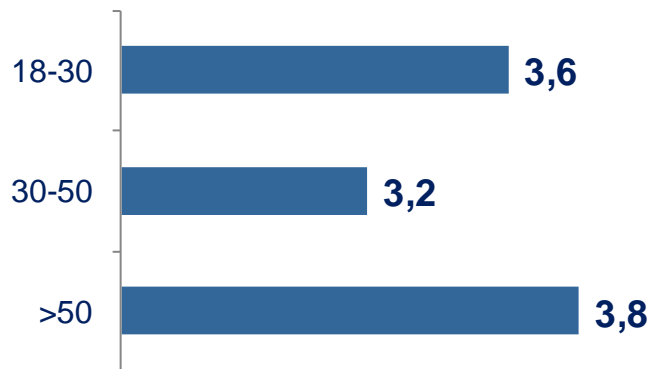


Τεχνολογία



Εμπειρία

Αριθμός Αξιοθεάτων που Επισκέφθηκαν

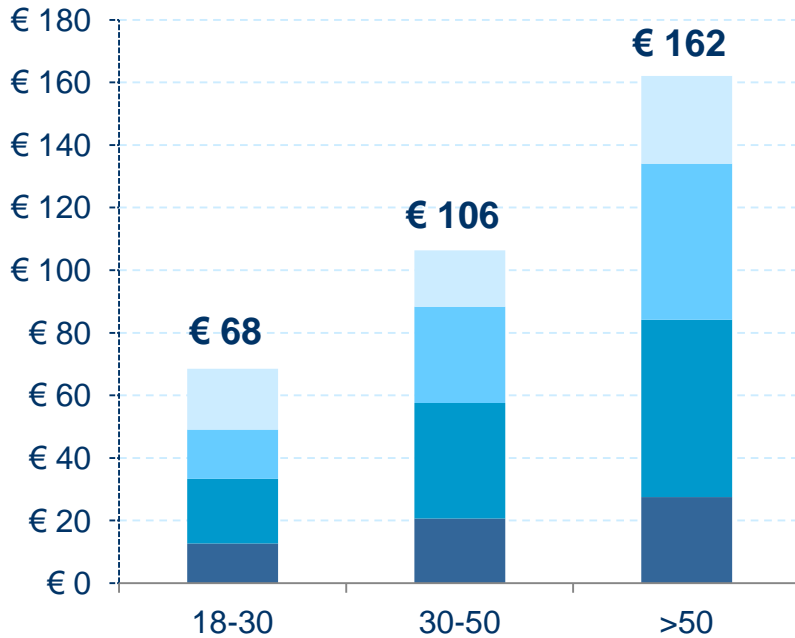


Η ηλικιακή ομάδα άνω των 50 είναι περισσότερο ενημερωμένη για τις παραλίες και τα νησιά γύρω από την Αθήνα

Ανάλυση ανά Ηλικιακή Ομάδα

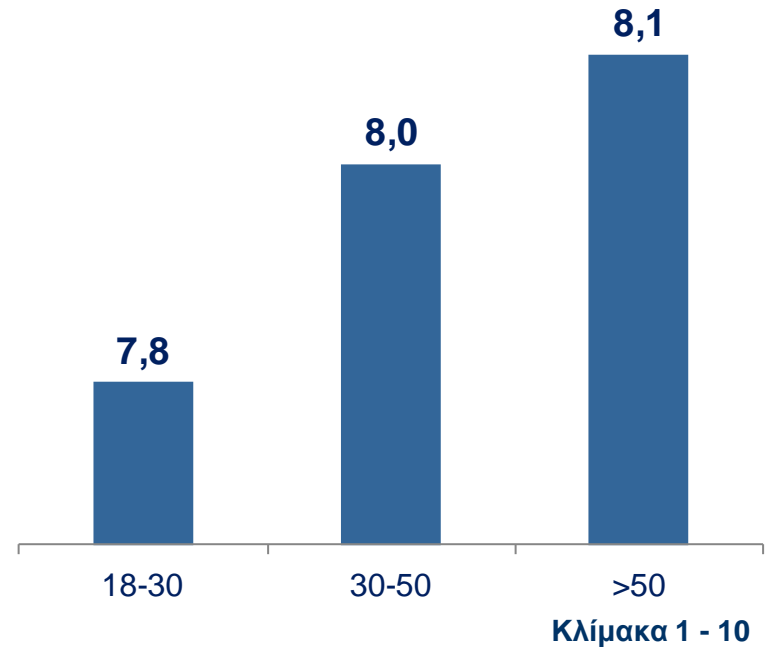
Δαπάνες & Ικανοποίηση

€ Ημερήσιες Δαπάνες ανά Άτομο



- Αξιοθέατα & Διασκέδαση
- Εστιατόρια, Café, Bar & Snack
- Αγορές (shopping)
- Άλλο

👉 Ικανοποίηση



Σύσταση





Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

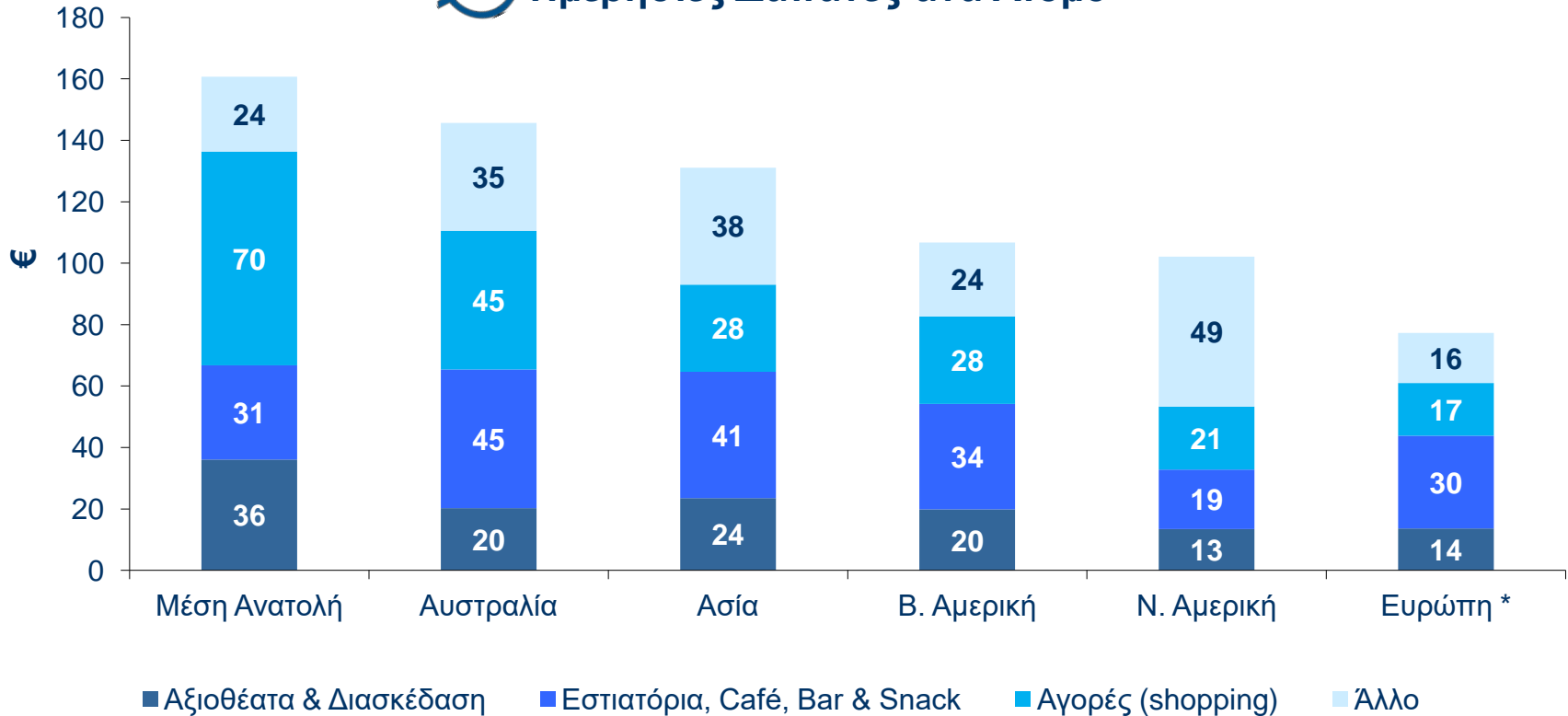
gbr
consulting



Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

Δαπάνες

€ Ημερήσιες Δαπάνες ανά Άτομο



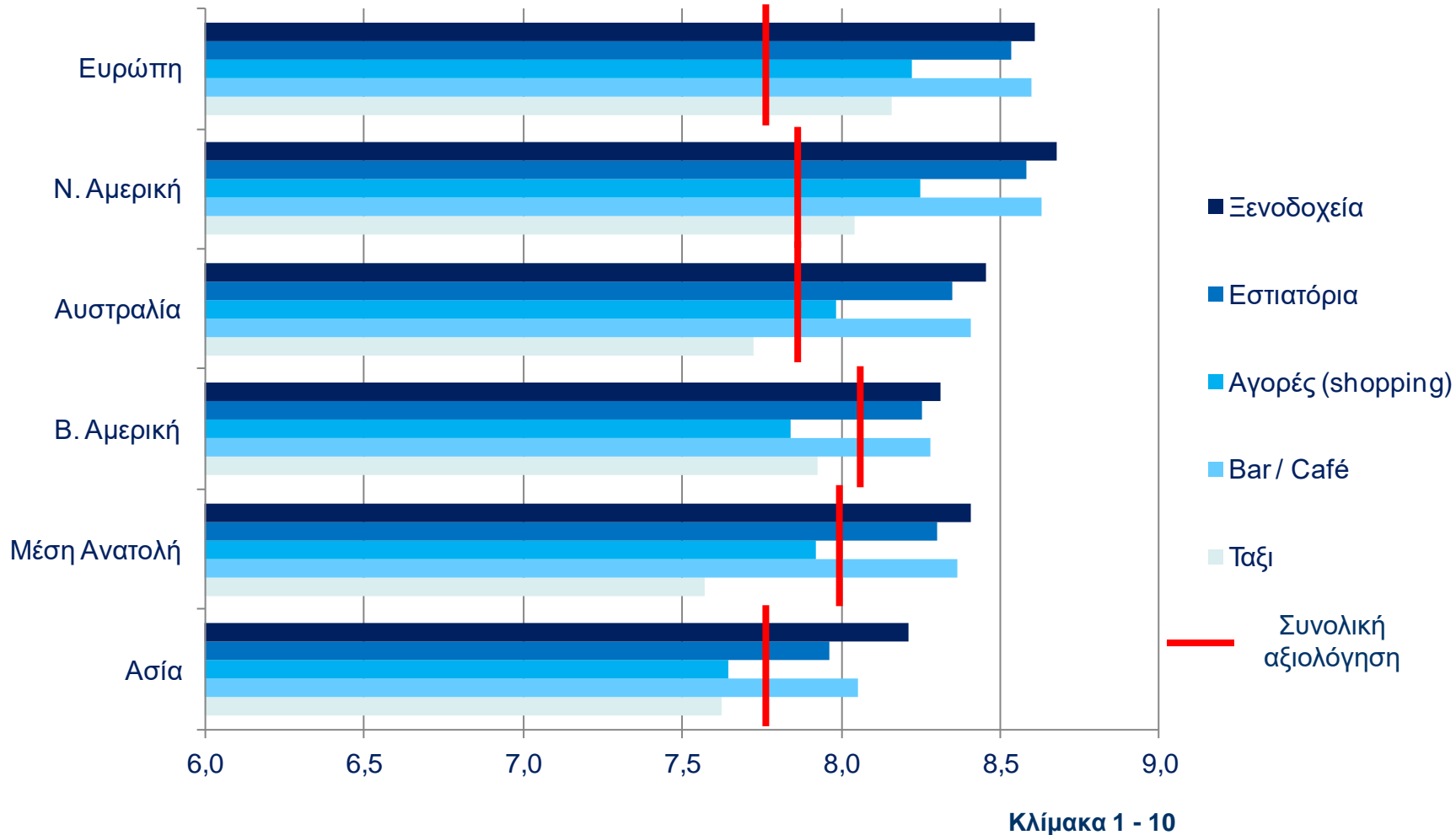
Οι περισσότεροι Ασιάτες ταξιδιώτες και οι ταξιδιώτες από Μέση Ανατολή θέλουν, σε ποσοστό 81%, ανοικτά τα καταστήματα την Κυριακή ενώ οι Ευρωπαίοι μόνο σε ποσοστό 68%.

Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

Ικανοποίηση



Αξιολόγηση των Εγκαταστάσεων

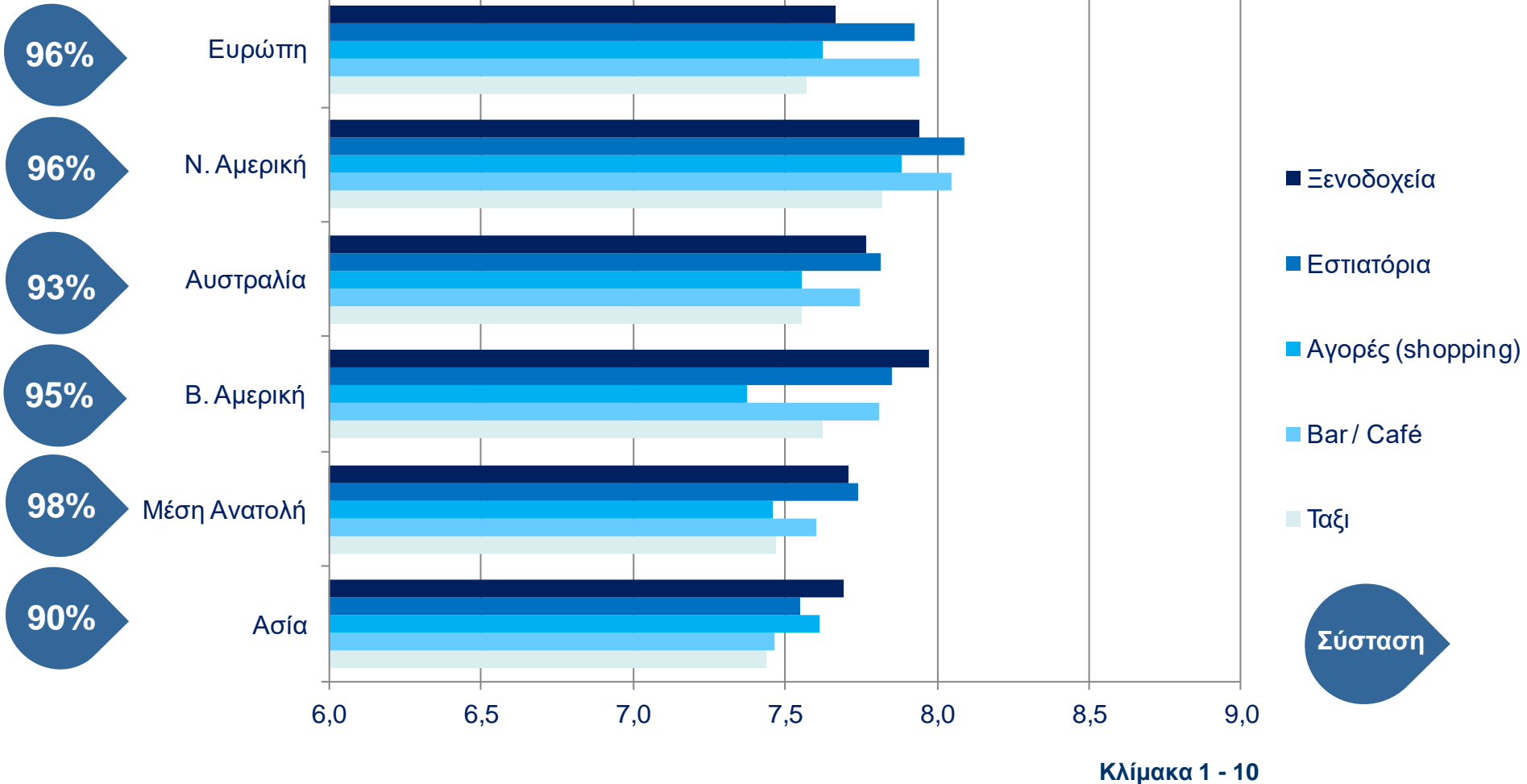


Ανάλυση ανά Γεωγραφική Περιοχή

Ικανοποίηση



Αξιολόγηση των Σχέσης Τιμής / Ποιότητας



Ανάλυση ανά Κατηγορία Ξενοδοχείου

gbr
consulting

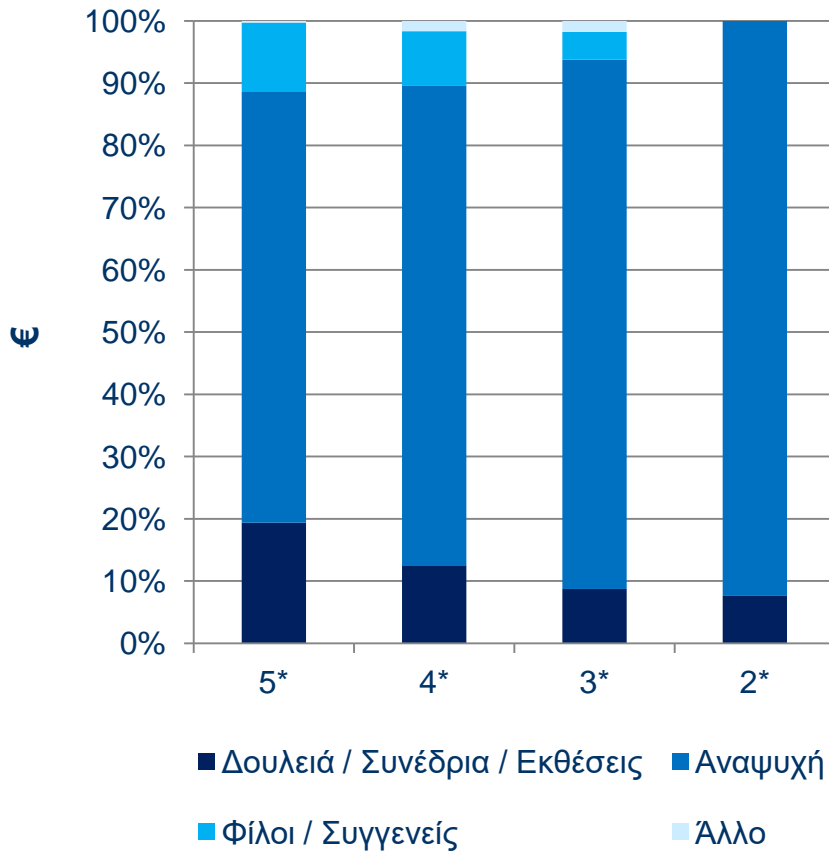


Ανάλυση ανά Κατηγορία Ξενοδοχείου

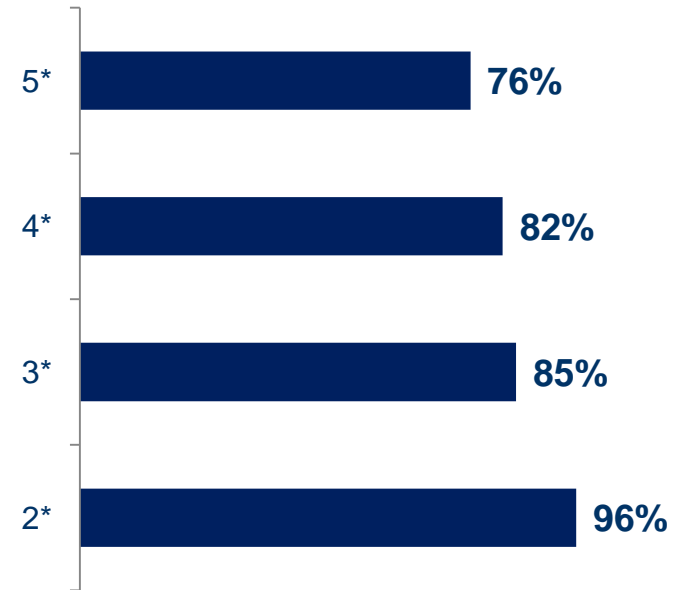
Σκοπός & Προετοιμασία Ταξιδιού



Σκοπός Ταξιδιού



Επαρκείς Πληροφορίες για την Προετοιμασία Ταξιδιού



Η πλειοψηφία των ταξιδιωτών σε όλες τις κατηγορίες ξενοδοχείων χρησιμοποιεί για την προετοιμασία του ταξιδιού του, review sites

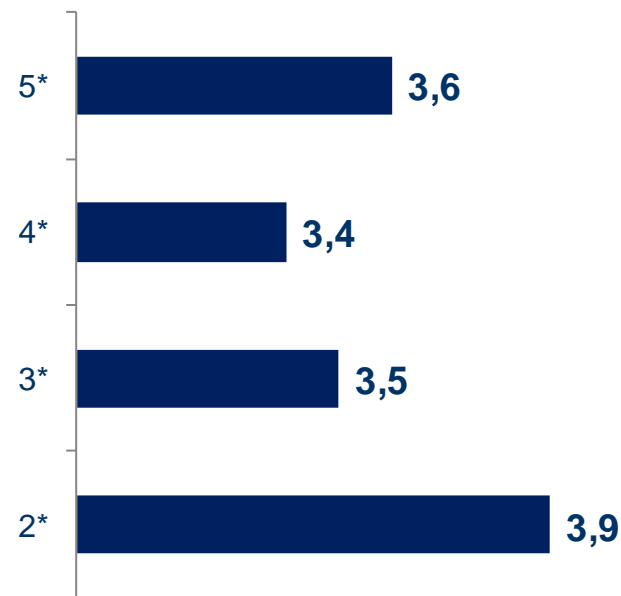
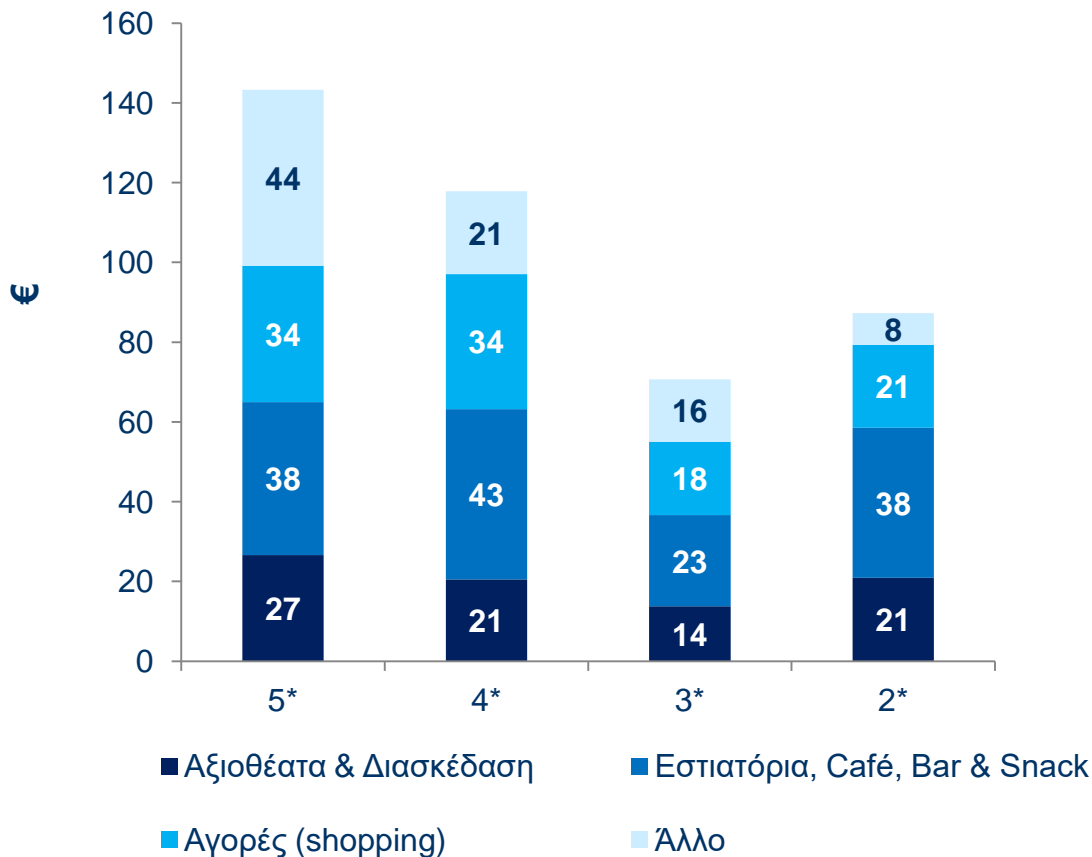
Ανάλυση ανά Κατηγορία Ξενοδοχείου

Δαπάνες & Εμπειρία

€ Ημερήσιες Δαπάνες ανά Άτομο



Εμπειρία Αριθμός Αξιοθέατων που Επισκέφθηκαν



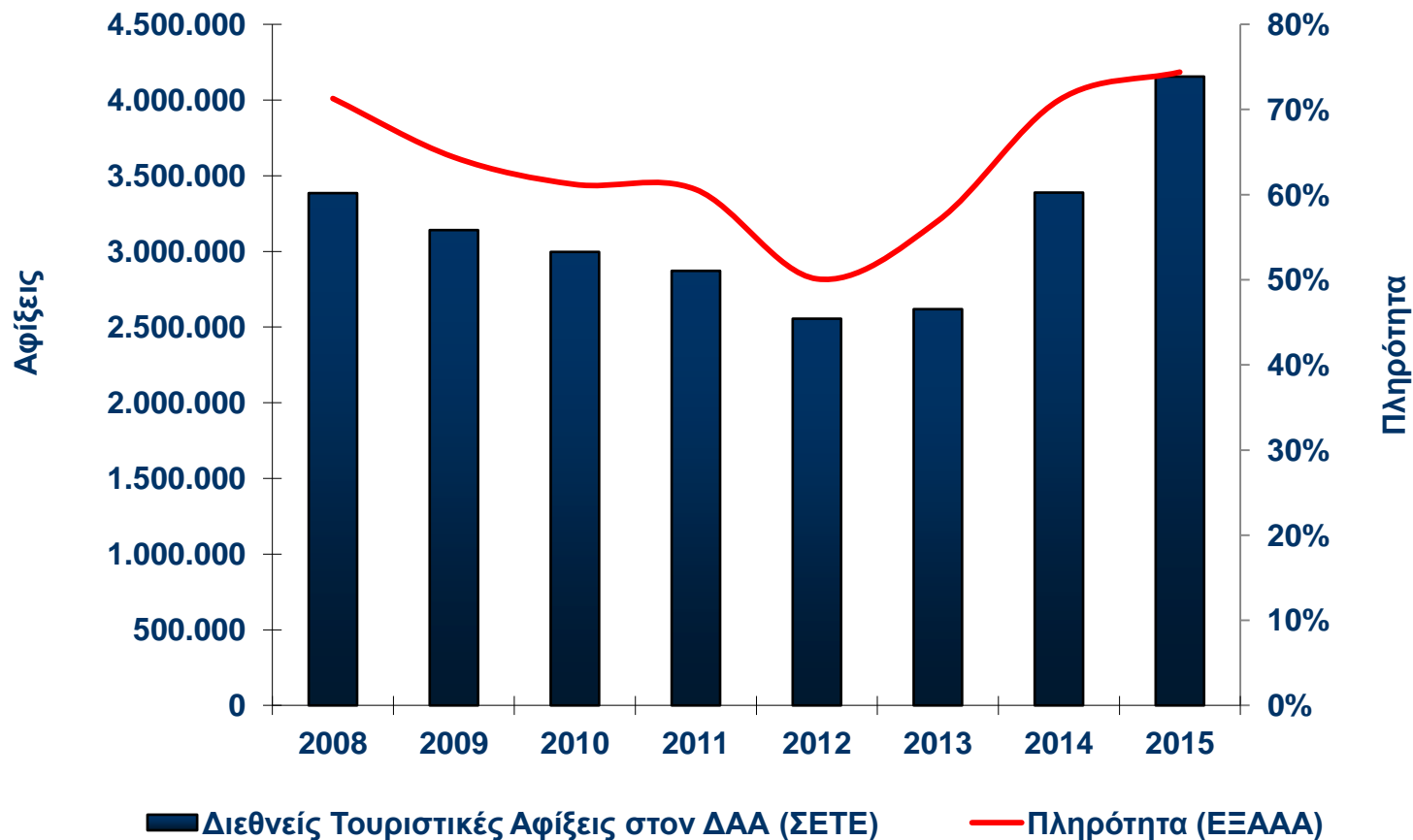
Το μεγαλύτερο ποσοστό των συμμετεχόντων σε ένα walking tour ήταν οι πελάτες ξενοδοχείων 2 αστέρων

Απόδοση Ξενοδοχείων

gbr
consulting

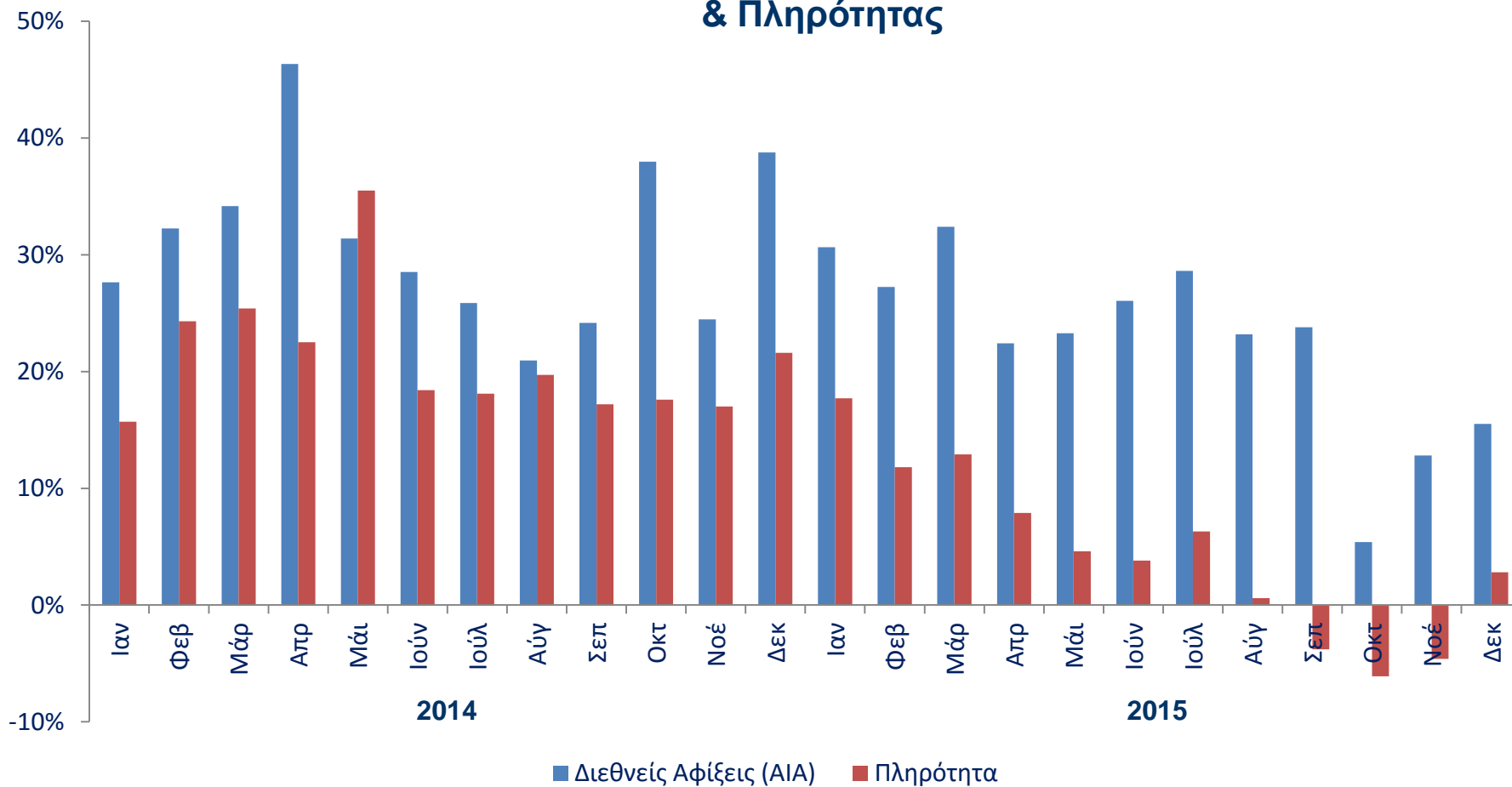


Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών & Πληρότητα YTD Δεκ 2008 - 2015



Μεταβολή Διεθνών Αφίξεων & Πληρότητας

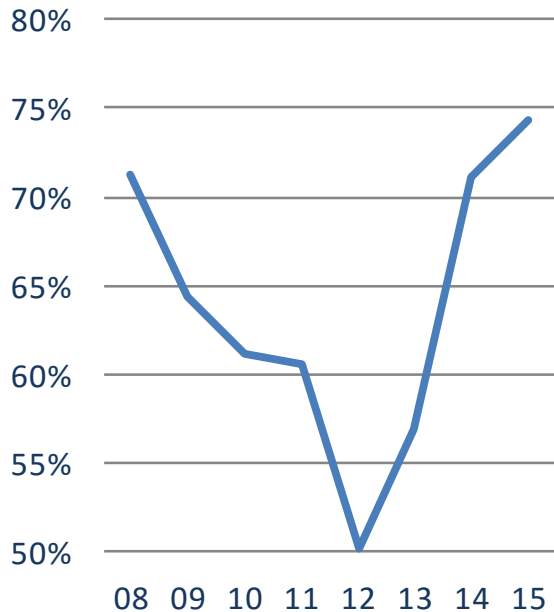
**% Μεταβολή YoY των
Διεθνών Αφίξεων στον Διεθνή Αερολιμένα Αθηνών
& Πληρότητα**



Απόδοση 2008 - 2015

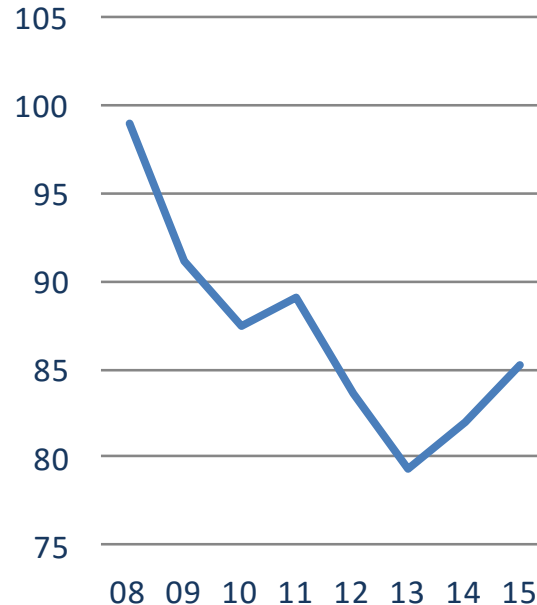
Αττική - ΥΤD Δεκέμβριος 2015

Πληρότητα



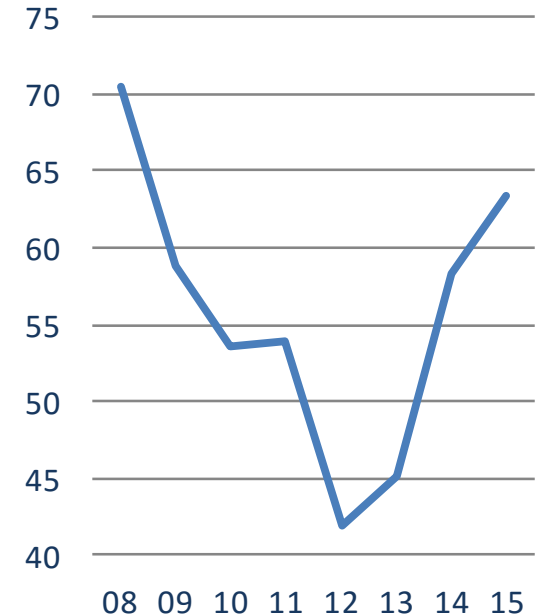
Δ 2015 / 2009: +4,3%

Μέση Τιμή Δωματίου (ARR - €)



Δ 2015 / 2009: -13,9%

Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPar - €)



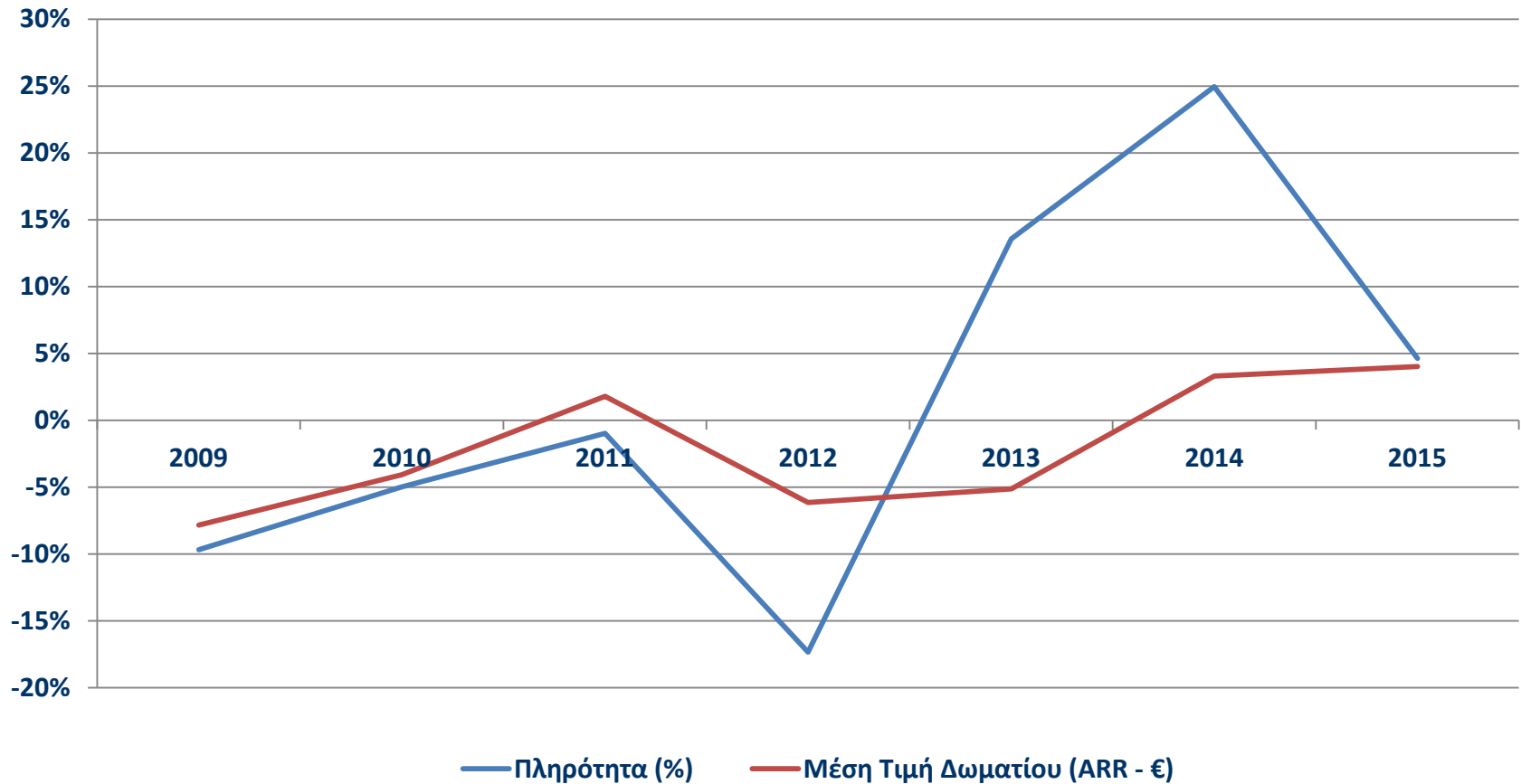
Δ 2015 / 2009: -10,1%

Πηγή: ΕΞΑΑ-Α βάσει 27 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting



Απόδοση 2008 - 2015

% Μεταβολή YTD Δεκέμβριος

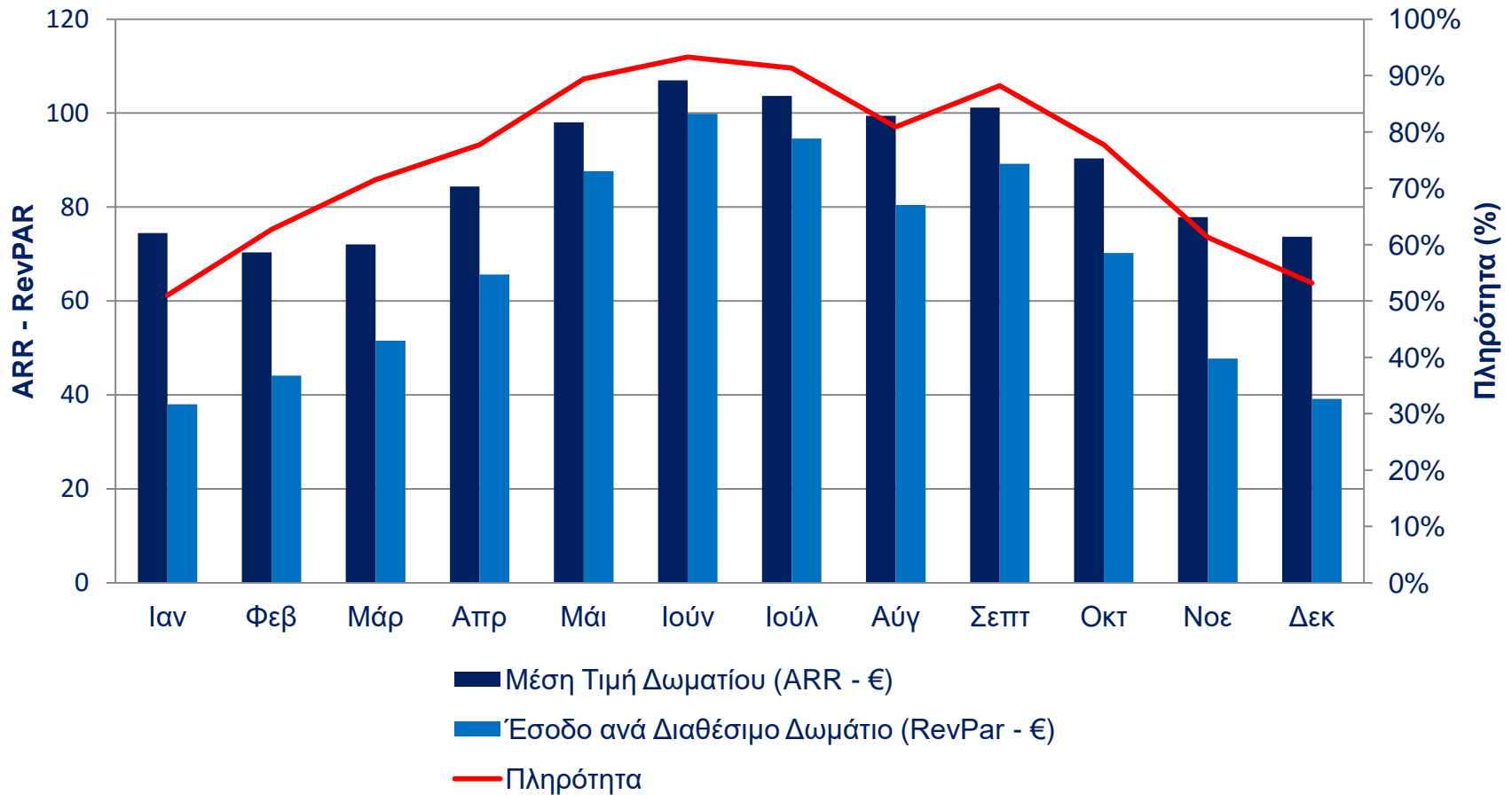


Πηγή: ΕΞΑΑ-Α βάσει 27 ξενοδοχείων, ανάλυση από GBR Consulting



Απόδοση 2015 ανά Μήνα

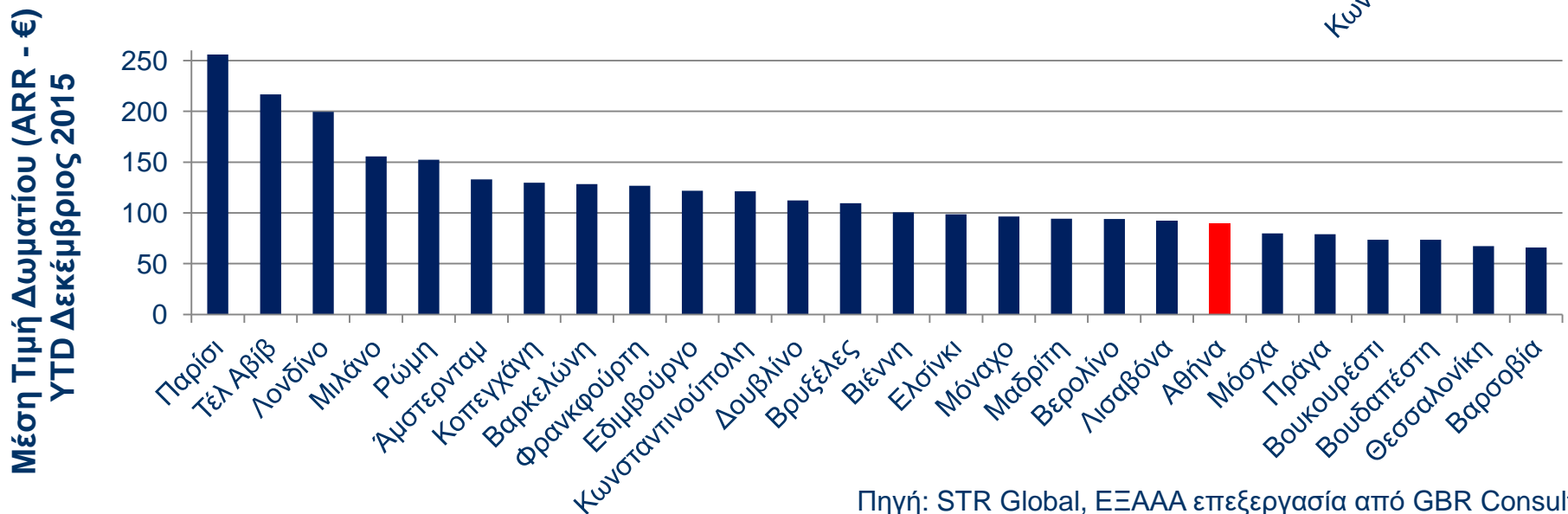
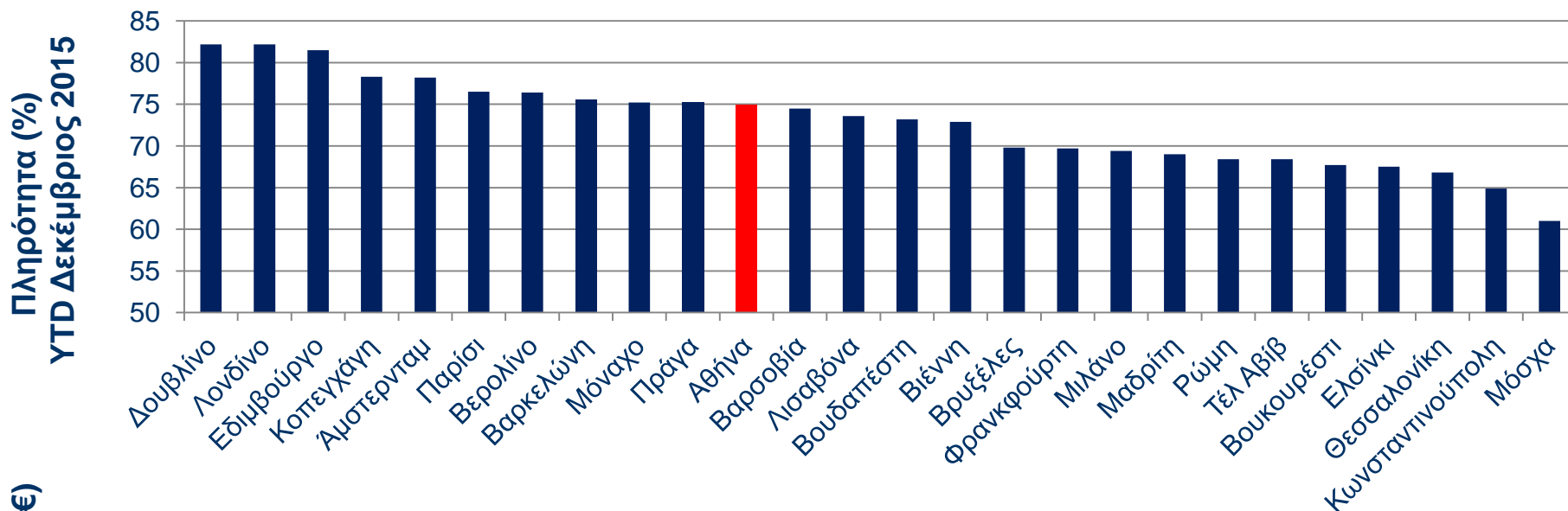
Απόδοση Ιανουάριος - Δεκέμβριος



Πηγή: ΕΞΑΑ-Α, ανάλυση από GBR Consulting



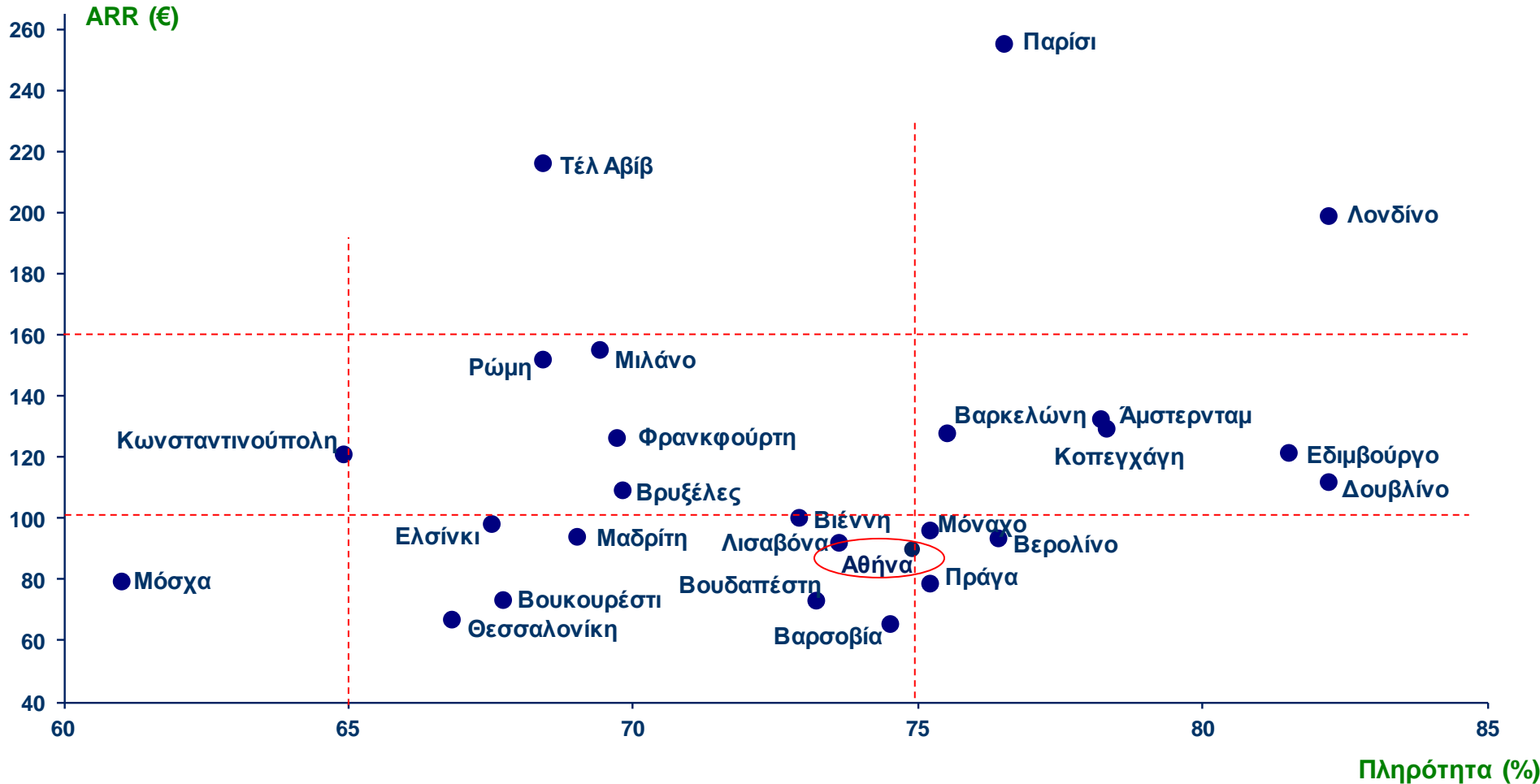
Απόδοση Διεθνώς



Πηγή: STR Global, ΕΞΑΑΑ επεξεργασία από GBR Consulting

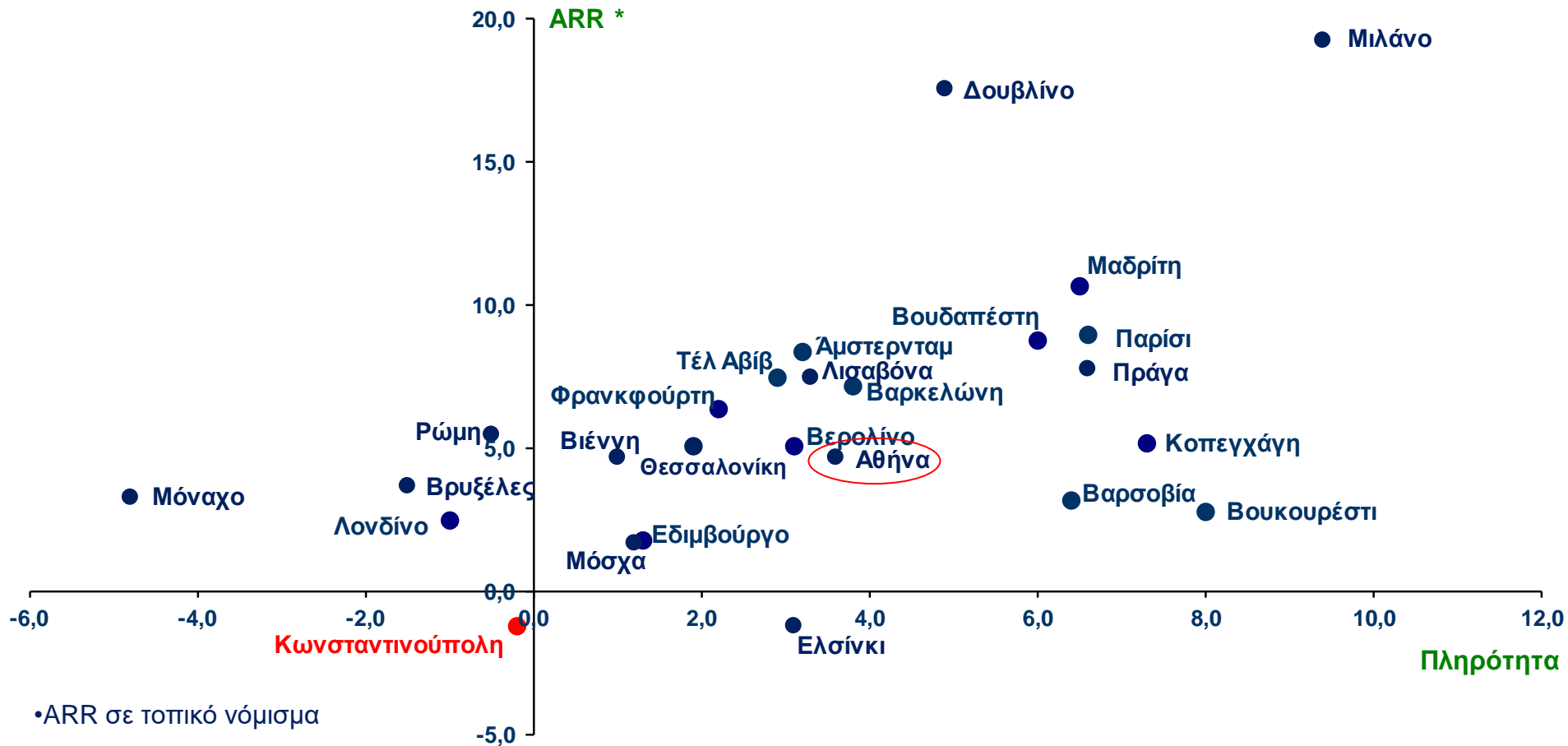


Πληρότητα και Μέση τιμή Διαθέσιμου Δωματίου (ARR - €) Ευρωπαϊκών Πόλεων YTD Δεκέμβριος 2015



Πηγή: STR Global, ΕΞΑΑ-Α επεξεργασία από GBR Consulting

Πληρότητα και Μέση Τιμή Δωματίου (ARR) των μεγαλύτερων Ευρωπαϊκών Πόλεων YTD Δεκέμβριος μεταβολή 2015/2014



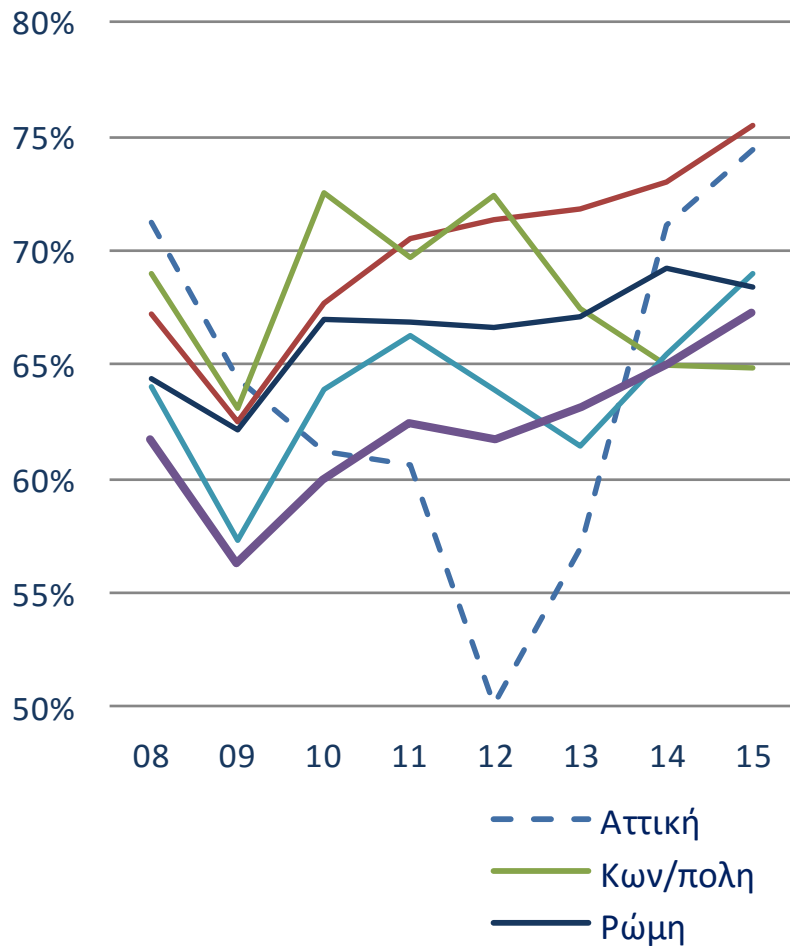
Πηγή: STR Global, ΕΞΑΑΑ επεξεργασία από GBR Consulting



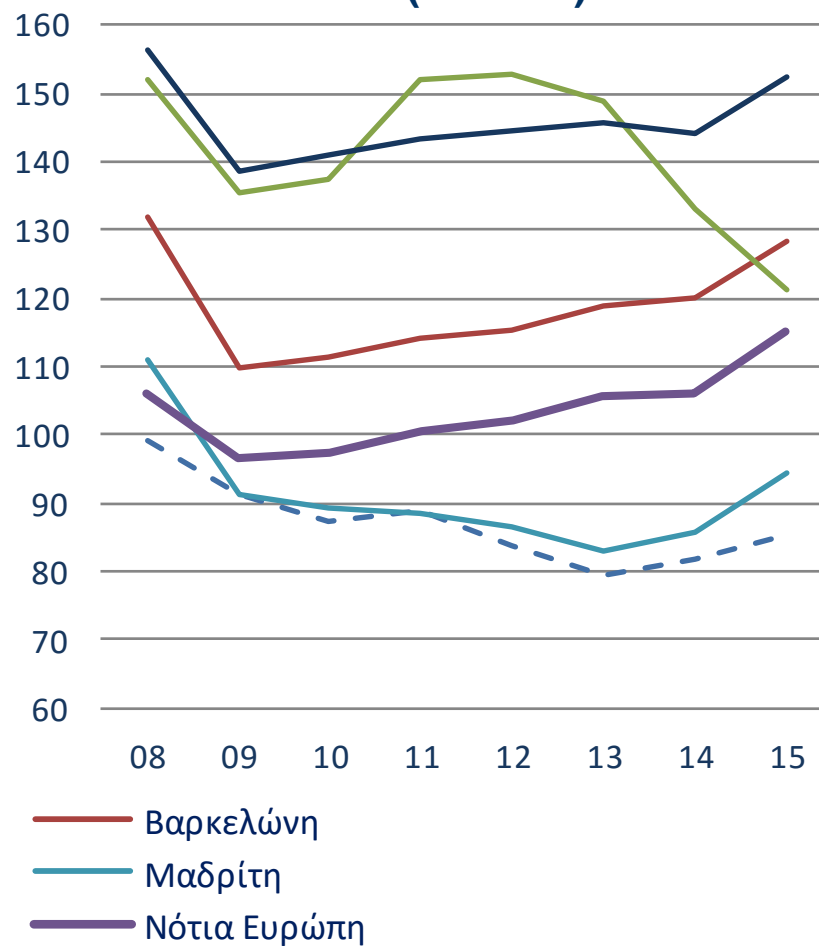
Αθήνα vs Προορισμών της Μεσογείου

ΥΤD Δεκέμβριος 2015

Πληρότητα



Μέση Τιμή Δωματίου (ARR - €)



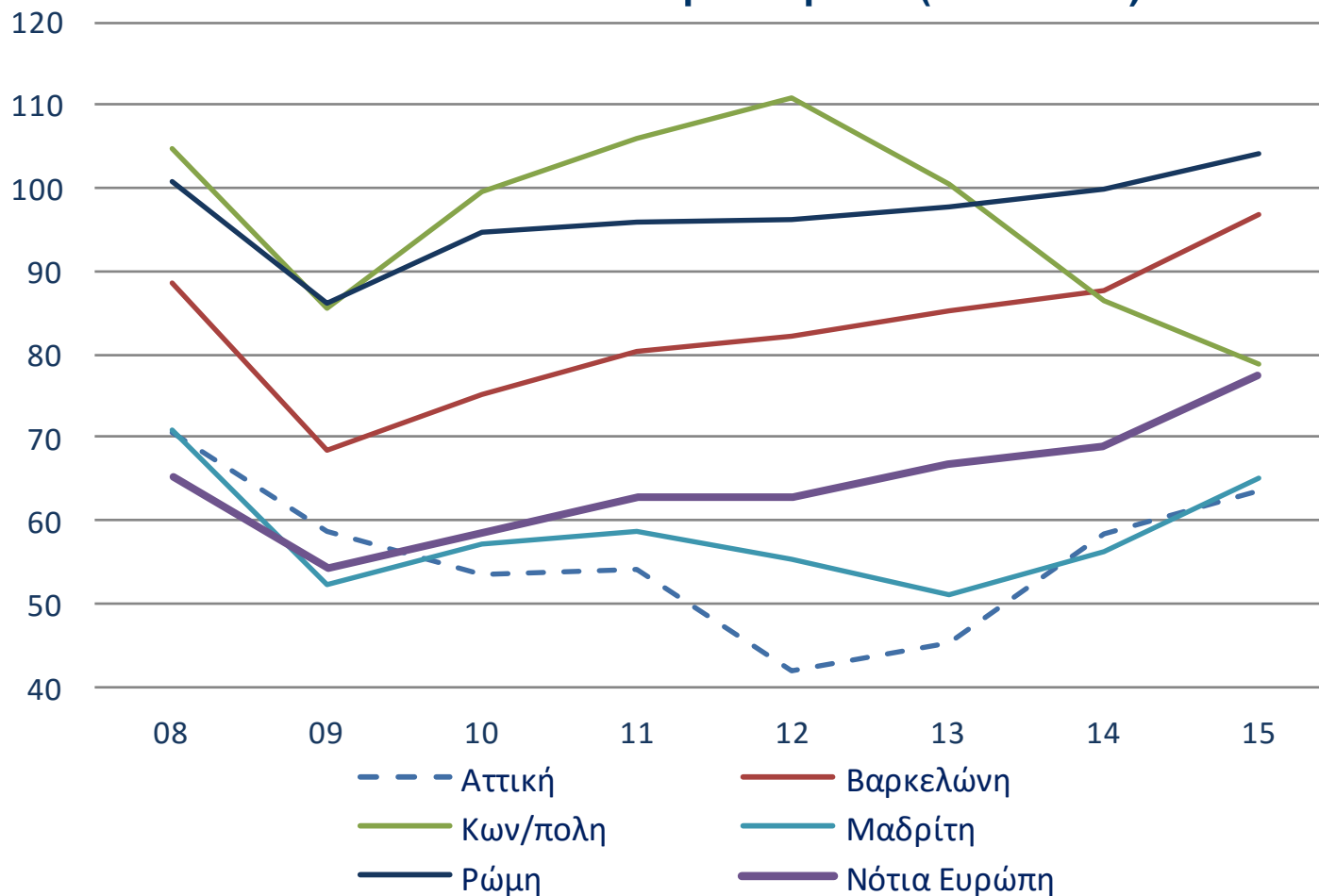
Πηγή: STR Global, ΕΞΑΑ-Α επεξεργασία από GBR Consulting



Αθήνα vs Προορισμών της Μεσογείου

ΥΤD Δεκέμβριος 2015

Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (RevPar - €)



Πηγή: STR Global, ΕΞΑΑ-Α επεξεργασία από GBR Consulting

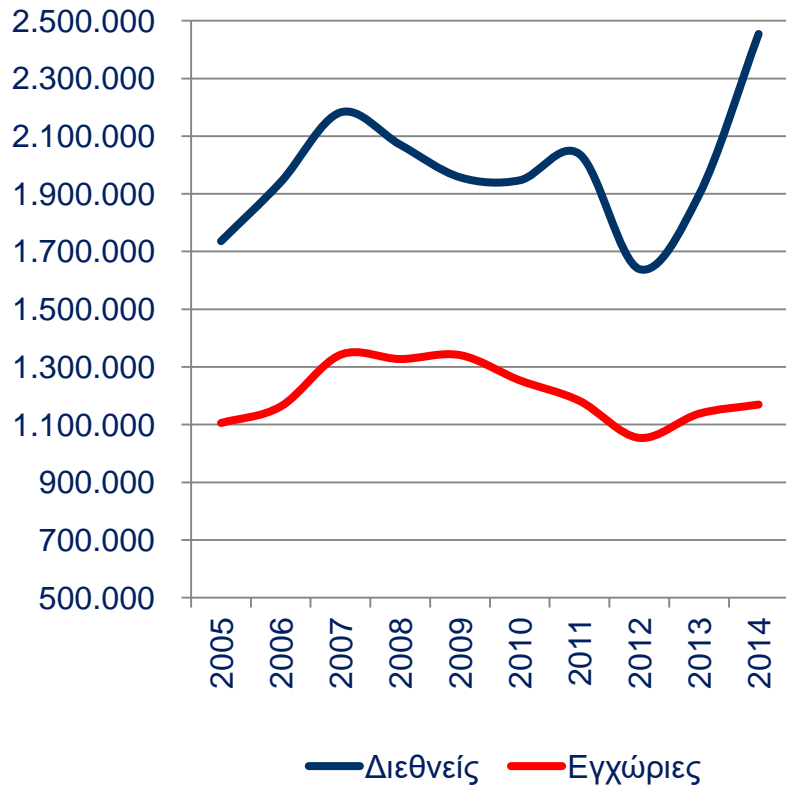


Σύγκριση Αττικής με Ευρωπαϊκές Πόλεις

Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις

Διεθνείς & Εγχώριες Αφίξεις – Αττική

Όλες οι Κατηγορίες Ξενοδοχείων



Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ

Κορυφαίες Ευρωπαϊκές Πόλεις

Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις

Διεθνείς Τουριστικές Αφίξεις	2005	2014	Δ 2014/05
Λονδίνο	13.892.570	17.400.000	+25%
Παρίσι	9.013.611	9.003.721	0%
Ρώμη	4.098.391	6.893.670	+68%
Βαρκελώνη	3.913.766	6.256.934	+60%
Πράγα	3.725.180	5.315.054	+43%
Κων/πολη	3.201.845*	5.064.728	+58%
Αθήνα	1.735.896	2.454.305	+41%

* Βάσει στοιχείων 2007

Πηγή: ΕΛ.ΣΤΑΤ, Toursmis, Barcelona Turisme



Σέκερη 4
106 74 Αθήνα

Tel: +30 210 3605002
Fax: +30 210 3606935

www.gbrconsulting.gr

