



Market Outlook

Ταξιδιωτική συμπεριφορά και οικονομικές συνθήκες στις κύριες αγορές εισερχόμενου τουρισμού- 2025

Ιούνιος 2025

Δρ. Άρης Ίκκος, ISHC
Επιστημονικός Διευθυντής

Σεραφείμ Κουτσός
Αναλυτής

Γιαννίνα Ρασούλη
Αναλύτρια

Περιεχόμενα*

Εισαγωγή	3
Κύρια Συμπεράσματα	6
Ανάλυση Ταξιδιωτικής Συμπεριφοράς	11
Αναλυτικά στοιχεία ανά χώρα, μακροοικονομικοί δείκτες και στοιχεία για τον εισερχόμενο και εξερχόμενο τουρισμό	24
Γερμανία	26
Ηνωμένο Βασίλειο	28
ΗΠΑ	30
Γαλλία	32
Ιταλία	34
Ολλανδία	36
Πολωνία	38
Βέλγιο	40
Ρουμανία	42
Αυστρία	44
Ελβετία	46
Ισραήλ	48
Σουηδία	50
Δανία	52
Πηγές	54

* κατά φθίνουσα σειρά συνολικής δαπάνης.

Εισαγωγή

Εισαγωγή - 1

Η θετική πορεία του 2023 συνεχίστηκε και το 2024, με τον εισερχόμενο τουρισμό να καταγράφει νέες μέγιστες τιμές τόσο στις αφίξεις όσο και στα έσοδα, ξεπερνώντας τα επίπεδα του 2023 που μέχρι πρότινος αποτελούσε την χρονιά με την καλύτερη τουριστική επίδοση την χώρας. Το 1^ο τρίμηνο του 2025, για το οποίο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία από την ΤτΕ, καταγράφει αύξηση αφίξεων κατά +5,4% και εισπράξεων κατά +4,4% σε σύγκριση με το αντίστοιχο τρίμηνο του 2024 ενώ και ο προγραμματισμός των αεροπορικών θέσεων για την θερινή περίοδο (Μάρτιος-Οκτώβριος) του 2025 εμφανίζει θετική εικόνα (+5,2%), βλέπε [Airdata tracker](#).

Η παρούσα μελέτη καταγράφει για 14 χώρες-αγορές του Ελληνικού τουρισμού, από τις οποίες το 2024 προήλθε το 75,2% του συνόλου των εισπράξεων του εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, τα ακόλουθα:

- Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν (είδος διακοπών, προορισμός στο εσωτερικό ή το εξωτερικό, κίνητρα, χρήση ταξιδιωτικών εφαρμογών (apps) κλπ) ¹
- Τα βασικά μακροοικονομικά δεδομένα (ΑΕΠ, κατά Κεφαλή ΑΕΠ, συναλλαγματικές ισοτιμίες, Δείκτης Οικονομικού Κλίματος και ανεργίας) της κάθε χώρας.
- Στοιχεία για τον προγραμματισμό θέσεων την θερινή περίοδο του 2025 από την χώρα αυτή και την συγκριτική θέση της Ελλάδας μεταξύ των διαφόρων προορισμών, αλλά και για την σημασία της χώρας στον εισερχόμενο τουρισμό της Ελλάδας και τους κυριότερους προορισμούς που επισκέπτονται.

1 Η τελευταία ενημέρωση των στοιχείων του Airdata Tracker έγινε στις 16/06/2025 για την Ελλάδα και στις 10/06/2025 για τους ανταγωνιστές της Ελλάδας στην Μεσόγειο.

2 Τα στοιχεία προέρχονται από έρευνα της GWI. Η GWI είναι εταιρεία η οποία ειδικεύεται σε έρευνες κοινού, μέσω online συνεντεύξεων, για την δημιουργία προφίλ καταναλωτών σε 52 χώρες από όλο τον κόσμο. Τα στοιχεία που παρατίθενται στην μελέτη προέρχονται από το Core Travel και αφορούν συνεντεύξεις που έτρεξαν στο 1^ο τρίμηνο του 2025. ⁴

Εισαγωγή - 2

Η μελέτη καλύπτει τις ακόλουθες χώρες – παρατίθενται στον πίνακα κάτωθι ο αριθμός αφίξεων και διανυκτερεύσεων στην Ελλάδα και οι αντίστοιχες εισπράξεις το 2024, καθώς και το μερίδιο αγοράς της κάθε χώρας για κάθε ένα από τα προαναφερθέντα μεγέθη.

Βασικά μεγέθη εισερχόμενου τουρισμού στην Ελλάδα, 2024						
	Αφίξεις		Διανυκτερεύσεις		Εισπράξεις	
	σε χιλ.	μερίδιο αγοράς	σε χιλ.	μερίδιο αγοράς	σε εκατ. €	μερίδιο αγοράς
Σύνολο	35.951		231.038		20.592	
Χώρες Ζώνης Ευρώ	14.491	40,3%	111.722	48,4%	9.474	46,0%
Χώρες ΕΕ εκτός ζώνης Ευρώ	7.304	20,3%	31.081	13,5%	2.492	12,1%
Λοιπές χώρες	14.156	39,4%	88.235	38,2%	8.626	41,9%
Γερμανία	5.402	15,0%	46.881	20,3%	3.702	18,0%
Ηνωμένο Βασίλειο	4.546	12,6%	33.239	14,4%	3.160	15,3%
ΗΠΑ	1.547	4,3%	14.768	6,4%	1.584	7,7%
Γαλλία	1.992	5,5%	13.924	6,0%	1.260	6,1%
Ιταλία	2.026	5,6%	13.762	6,0%	1.225	6,0%
Ολλανδία	1.042	2,9%	8.170	3,5%	728	3,5%
Πολωνία	1.340	3,7%	7.121	3,1%	653	3,2%
Βέλγιο	920	2,6%	7.348	3,2%	584	2,8%
Ρουμανία	1.408	3,9%	6.649	2,9%	558	2,7%
Αυστρία	801	2,2%	5.761	2,5%	546	2,7%
Ελβετία	676	1,9%	5.238	2,3%	493	2,4%
Ισραήλ	621	1,7%	3.932	1,7%	419	2,0%
Σουηδία	470	1,3%	3.572	1,5%	288	1,4%
Δανία	460	1,3%	3.308	1,4%	275	1,3%

Πηγή: Έρευνα Συνόρων της Τράπεζας της Ελλάδος - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Κύρια Συμπεράσματα

Κύρια Συμπεράσματα - 1

Υπάρχει αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών από όλες τις εξεταζόμενες αγορές για ταξίδια είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού με τουλάχιστον τους μισούς πολίτες να δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν τους επόμενους 3-6 μήνες, με εξαίρεση τις αγορές των ΗΠΑ (39%), της Πολωνίας (41%), της Γαλλίας (45%), της Σουηδίας (46%) και της Ρουμανίας (47%).

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά σχέδια των καταναλωτών είναι η σχέση ποιότητας τιμής (τουλάχιστον ένας στους τρεις σε όλες τις αγορές πλην Πολωνίας) και οι μετεωρολογικές συνθήκες (σχεδόν ένας στους τρεις σε όλες τις αγορές, με εξαίρεση την Ρουμανία) ενώ ακολουθούν η χαλάρωση, η πολιτιστική εμπειρία, η ευκολία στο ταξίδι, οι ειδικές τιμές/προσφορές, η εμπειρία ζωής, η απόσταση για το ταξίδι, η δυνατότητα επίσκεψης σε φίλους/συγγενείς, η σύσταση σε φίλους/συγγενείς, οι δραστηριότητες περιπέτειας στην ύπαιθρο και οι καλές εγκαταστάσεις για παιδιά/οικογένεια. Οι υπόλοιποι παράγοντες βρίσκονται χαμηλά και δεν ξεπερνούν το 10% σχεδόν σε όλες τις επιμέρους αγορές.

Ισχυρό είναι το κίνητρο του ενδιαφέροντος για το τί συμβαίνει στον κόσμο, για άλλους πολιτισμούς/χώρες και για εξερεύνηση του κόσμου (στις περισσότερες περιπτώσεις 40%+), ενώ σε μικρότερο ποσοστό δήλωσαν ότι τους αρέσει να δοκιμάζουν νέα πράγματα και ότι νοιώθουν εξαντλημένοι.

Αναφορικά με τον τύπο διακοπών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν περισσότερο οι καταναλωτές, παρατηρούμε ότι το υψηλότερο ποσοστό λαμβάνουν οι διακοπές σε παραλία/θέρετρο (49%+), και ακολουθούν -25% έως 44%- το οδικό ταξίδι, με εξαίρεση τις ΗΠΑ (54%), το staycation, το spa/απόδραση, οι διακοπές δράσης/περιπέτειας, το θεματικό πάρκο, η κρουαζιέρα, τα χειμερινά αθλήματα και οι άλλες μορφές διακοπές.

Κύρια Συμπεράσματα - 2

Στις χώρες της κεντρικής και βόρειας Ευρώπης (Αυστρία, Βέλγιο, Γερμανία, Ελβετία, Ην. Βασίλειο, Ολλανδία, Σουηδία και Δανία), τους προηγούμενους 3 - 6 μήνες, οι Διακοπές στο Εξωτερικό υπερτέρησαν των Διακοπών στο Εσωτερικό, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες. Επίσης, σε όλες τις χώρες, η προτίμηση για διακοπές, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, ήταν σημαντικά μεγαλύτερη σε σχέση με την προτίμηση για εμπειρίες. Για τους επόμενους 3-6 μήνες, οι διακοπές στο εξωτερικό είναι η κυρίαρχη προτίμηση στις περισσότερες αγορές, με σημαντική εξαίρεση τις ΗΠΑ και σε μικρότερο βαθμό την Γαλλία και την Ιταλία, χώρες που έχουν δικούς τους παραθεριστικούς προορισμούς, και την Πολωνία και τη Ρουμανία, πιθανόν για οικονομικούς λόγους. Και στις πέντε αυτές χώρες η κυρίαρχη προτίμηση είναι οι διακοπές στο εσωτερικό.

Σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές τουλάχιστον ένας στους τρεις ερωτώμενους δήλωσε ότι χρησιμοποίησε μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα, με τα υψηλότερα ποσοστά να καταγράφονται στις αγορές της Ελβετίας (72%), της Αυστρίας και της Ιταλίας με 50% αντίστοιχα και της Ρουμανίας (47%) και τα χαμηλότερα στις αγορές των ΗΠΑ (33%), της Γαλλίας (39%) και της Σουηδίας και της Δανίας με 40% αντίστοιχα. Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό των καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν ένα σχόλιο στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα κυμαινόταν από 5% έως 10% σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές.

Τέλος, η κυρίαρχη ταξιδιωτική σελίδα είναι η Booking (από 23% έως 37% στις ευρωπαϊκές αγορές), ακολουθούμενη από Airbnb (5% - 20%), Trivago (9% - 17%) και TripAdvisor (5% - 18%) και σε μικρότερο βαθμό η Skyscanner, η Expedia, η Hotels.com, η kayak, το Vrbo και η Culture Trip. Αξιοσημείωτη είναι η προτίμηση σε σύγκριση με τις υπόλοιπες αγορές των καταναλωτών από την Γαλλία και την Ελβετία στην Airbnb (20% και 17% αντίστοιχα), από την Ιταλία στην Trivago (17%), από την Ιταλία και το Ην. Βασίλειο στην Tripadvisor (18% και 17% αντίστοιχα), από το Ισραήλ στην Skyscanner (15%), από τις ΗΠΑ στην Expedia (15%) και από την Σουηδία και την Δανία στην Hotels.com (15% και 14% αντίστοιχα).

Κύρια Συμπεράσματα - 3

Καθοριστικό ρόλο για την τελική έκβαση των αφίξεων το 2025 διαδραματίζουν οι οικονομικές συνθήκες που επικρατούν στις διάφορες χώρες και που επηρεάζουν τη δυνατότητα αλλά και τη διάθεση/πρόθεση για ταξίδια. Συγκεκριμένα:

- οι οικονομίες της Ευρώπης το 2025 προβλέπεται να αναπτυχθούν με χαμηλότερους ρυθμούς ανάπτυξης σε σύγκριση με προηγούμενες προβλέψεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής (Μάιος 2024), με εξαίρεση την αγορά της Δανίας όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή προβλέπει υψηλότερη ανάπτυξη από αυτή που είχε προβλέψει τον Μάιο του 2024. Μόνο η οικονομία της Αυστρίας προβλέπεται από την ΕΕ να συρρικνωθεί το 2025. Παρόμοια εικόνα, παρατηρούμε στην αμερικανική και βρετανική αγορά, με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή να προβλέπει επιβράδυνση της οικονομίας τους για το 2025, σε σύγκριση με την προ έτους εκτίμηση της, λόγω αφενός για τις ΗΠΑ των εμπορικών εντάσεων και της δημοσιονομικής αβεβαιότητας και αφετέρου για το Ην. Βασίλειο λόγω της αυστηρής δημοσιονομικής πολιτικής που επηρεάζει την ιδιωτική κατανάλωση και τις επενδύσεις,
- η πρόσφατη κλιμάκωση του εμπορικού πολέμου μεταξύ ΗΠΑ και Κίνας, αλλά και με την Ευρωπαϊκή Ένωση, μέσω της επιβολής αυξημένων δασμών από την αμερικανική πλευρά, επιτείνει την παγκόσμια οικονομική αβεβαιότητα, επηρεάζοντας τις εξαγωγές, τις τιμές προϊόντων και τη συνολική καταναλωτική εμπιστοσύνη. Ειδικότερα, σε ότι αφορά τις δύο κύριες αγορές της Ελλάδας (Γερμανία και Ην. Βασίλειο με μερίδιο εισπράξεων 33% για το 2024), παρά την οικονομική αβεβαιότητα που ενισχύεται λόγω των εμπορικών εντάσεων, ο προγραμματισμός αεροπορικών θέσεων για την θερινή περίοδο του 2025 (βλ. [Airdata Tracker](#)) υποδεικνύει ότι η βρετανική και η γερμανική αγορά θα αποτελέσουν τους πρωταγωνιστές του εισερχόμενου τουρισμού και για το 2025.

Κύρια Συμπεράσματα - 4

Σε ότι αφορά τον προγραμματισμό¹ των αεροπορικών θέσεων για την θερινή περίοδο του 2025, παρατηρούμε ότι η Ελλάδα συγκαταλέγεται στο top-5 των προορισμών σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο², με εξαίρεση τις αγορές των ΗΠΑ και της Ελβετίας που βρίσκεται στην 6^η θέση, ενώ αξιοσημείωτη είναι η 1^η θέση που κατέχει η Ελλάδα στην αγορά του Ισραήλ, με διαφορά από τους ανταγωνιστές της. Επίσης, για την αγορά της Ρουμανίας θα πρέπει να αναφέρουμε ότι ένα μεγάλο % των εισερχόμενων τουριστών επισκέπτονται την χώρα μας οδικώς, κάτι που υποστηρίζετε και από το υψηλό % των τουριστών από την Ρουμανία που ταξιδεύουν με αυτοκίνητο, βλέπε σελ. 17.

¹ Βάσει στοιχείων OAG

²Ελλάδα, Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Πορτογαλία, Τουρκία, Κροατία, Μάλτα και Κύπρος

Ανάλυση ταξιδιωτικής συμπεριφοράς

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται για ταξίδια

	% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται για ταξίδια													
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Ενδιαφέρον για ταξίδι	59%	52%	52%	51%	59%	53%	48%	48%	57%	52%	48%	50%	55%	53%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σύμφωνα με το UNWTO, στο 1^ο τρίμηνο του 2025, ο παγκόσμιος τουρισμός κατέγραψε, παρά την οικονομική αβεβαιότητα και τις εμπορικές εντάσεις που επιδεινώνουν την καταναλωτική εμπιστοσύνη, αύξηση κατά +5% σε σύγκριση με το 2024 και κατά +3% σε σύγκριση με προ πανδημίας, επιβεβαιώνοντας τον αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών σε παγκόσμιο επίπεδο για ταξίδια στο εξωτερικό. **Τα στοιχεία της GWI που παρατίθενται κατωτέρω, συνηγορούν στο αυξημένο ενδιαφέρον των καταναλωτών από όλες τις εξεταζόμενες αγορές για ταξίδια είτε εσωτερικού είτε εξωτερικού με σχεδόν τους μισούς πολίτες να δηλώνουν ότι ενδιαφέρονται να ταξιδέψουν.** Συγκεκριμένα:

- υψηλότερο ενδιαφέρον για ταξίδια δήλωσαν οι καταναλωτές από τις αγορές της Ελβετίας και της Αυστρίας με 59% αντίστοιχα, της Ιταλίας (57%), της Σουηδίας (55%), της Δανίας και του Ην. Βασιλείου με 53% αντίστοιχα, του Βελγίου, της Γαλλίας και της Ολλανδίας με 52% αντίστοιχα και της Γερμανίας (51%) ενώ
- χαμηλότερο είναι το ενδιαφέρον από τις αγορές των ΗΠΑ, του Ισραήλ και της Πολωνίας με 48% αντίστοιχα και της Ρουμανίας (50%).

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι οι ακόλουθοι παράγοντες επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - 1

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι οι ακόλουθοι παράγοντες επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Σχέση ποιότητας τιμής	48%	45%	42%	44%	42%	40%	33%	39%	49%	38%	16%	44%	43%	29%
Καιρός/Εποχή του χρόνου	31%	31%	27%	33%	31%	35%	29%	29%	28%	32%	38%	12%	31%	33%
Εμπειρία χαλάρωσης	20%	25%	25%	19%	19%	24%	26%	20%	21%	28%	16%	24%	22%	27%
Πολιτιστική εμπειρία	21%	18%	17%	17%	21%	19%	15%	19%	23%	19%	13%	11%	18%	23%
Ευκολία στο ταξίδι (απευθείας πτήση κ.α.)	18%	12%	10%	15%	17%	13%	10%	17%	14%	10%	17%	14%	15%	10%
Ειδικές τιμές/Προσφορές	10%	10%	12%	10%	12%	15%	13%	20%	17%	10%	17%	23%	9%	14%
Εμπειρία ζωής	13%	12%	14%	13%	15%	13%	16%	16%	10%	14%	14%	16%	10%	12%
Απόσταση για το ταξίδι	10%	16%	11%	11%	12%	13%	13%	15%	9%	14%	14%	14%	14%	13%
Δυνατότητα επίσκεψης σε φίλους/συγγενείς	12%	9%	20%	12%	16%	12%	20%	7%	10%	8%	10%	10%	17%	11%
Σύσταση από φίλους/συγγενείς	11%	8%	9%	11%	11%	9%	10%	16%	6%	9%	14%	11%	10%	10%
Δραστηριότητες περιπέτειας στην ύπαιθρο	7%	10%	15%	6%	10%	7%	12%	10%	9%	11%	18%	7%	7%	12%
Καλές εγκαταστάσεις για παιδιά/οικογένεια	9%	8%	9%	10%	9%	11%	9%	9%	7%	13%	11%	15%	9%	10%
Εξοικείωση με τον προορισμό	11%	8%	6%	11%	9%	9%	9%	8%	7%	6%	8%	7%	10%	10%
Διαδικτυακές κριτικές	7%	4%	5%	8%	6%	8%	5%	11%	9%	7%	9%	11%	5%	4%
Διαθεσιμότητα μεταφορικών μέσων	6%	6%	5%	5%	6%	5%	6%	6%	6%	5%	12%	7%	5%	7%
Κάπου με εξαιρετικές ευκαιρίες για φωτογραφίες	5%	5%	6%	5%	6%	4%	4%	5%	5%	7%	6%	9%	3%	3%
Διαβάζοντας ένα άρθρο για τον προορισμό	3%	2%	3%	4%	4%	4%	3%	4%	3%	4%	5%	3%	2%	4%
Σύσταση από ταξιδιωτικό πράκτορα	3%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	3%	3%	3%	5%	4%	2%	3%
Βλέποντας τον προορισμό σε εκπομπή ή ταινία	3%	2%	2%	4%	2%	3%	3%	4%	3%	2%	3%	4%	2%	2%
Διαφημιστικό φυλλάδιο διακοπών	3%	4%	3%	3%	3%	3%	2%	2%	3%	3%	2%	3%	2%	2%
Άλλοι λόγοι	3%	3%	3%	3%	3%	3%	0%	3%	2%	3%	3%	0%	0%	4%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι οι ακόλουθοι παράγοντες επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - 2

Οι κυριότεροι παράγοντες που επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά σχέδια των καταναλωτών είναι η σχέση ποιότητας τιμής και οι μετεωρολογικές συνθήκες ενώ ακολουθούν η χαλάρωση, η πολιτιστική εμπειρία, η ευκολία στο ταξίδι, οι ειδικές τιμές/προσφορές, η εμπειρία ζωής, η απόσταση του ταξιδιού, η δυνατότητα επίσκεψης σε φίλους/συγγενείς, η σύσταση από φίλους/συγγενείς, οι δραστηριότητες περιπέτειας στην ύπαιθρο, οι καλές εγκαταστάσεις για παιδιά/οικογένεια, η εξοικείωση με τον προορισμό, οι διαδικτυακές κριτικές και η διαθεσιμότητα μεταφορικών μέσων. Οι υπόλοιποι παράγοντες βρίσκονται χαμηλά και δεν ξεπερνούν το 10% σε όλες τις επιμέρους αγορές.

Ειδικότερα, ανά κατηγορία και ανά αγορά παρατηρούμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά για την κατηγορία :

- σχέση ποιότητας τιμής εντοπίζονται στις αγορές της Ιταλίας (49%), της Αυστρίας (48%), του Βελγίου (45%), της Γερμανίας και της Ρουμανίας με 44% αντίστοιχα, της Σουηδίας (43%) και της Γαλλίας και της Ελβετίας με 42% αντίστοιχα,
- μετεωρολογικές συνθήκες στις αγορές της Πολωνίας (38%), του Ην. Βασιλείου (35%), της Γερμανίας και της Δανίας με 33% αντίστοιχα και της Ολλανδίας (32%),
- εμπειρία χαλάρωσης στις αγορές της Ολλανδίας (28%), της Δανίας (27%), των ΗΠΑ (26%) και του Βελγίου και της Γαλλίας με 25% αντίστοιχα,
- πολιτιστική εμπειρία στις αγορές της Ιταλίας και της Δανίας με 23% αντίστοιχα και της Αυστρίας και της Ελβετίας με 21% αντίστοιχα,
- ευκολία στο ταξίδι στις αγορές της Αυστρίας (18%), της Ελβετίας, του Ισραήλ και της Πολωνίας με 17% αντίστοιχα και της Γερμανίας και της Σουηδίας με 15% αντίστοιχα,
- ειδικές τιμές/προσφορές στις αγορές της Ρουμανίας (23%), του Ισραήλ (20%) και της Ιταλίας και της Πολωνίας με 17% αντίστοιχα,

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι οι ακόλουθοι παράγοντες επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - 3

- εμπειρία ζωής στις αγορές των ΗΠΑ, του Ισραήλ και της Ρουμανίας με 16% αντίστοιχα, της Ελβετίας (15%) και της Γαλλίας, της Ολλανδίας και της Πολωνίας με 14% αντίστοιχα
- απόσταση για το ταξίδι στις αγορές του Βελγίου (16%), του Ισραήλ (15%) και της Ολλανδίας, της Πολωνίας, της Ρουμανίας και της Σουηδίας με 14% αντίστοιχα,
- δυνατότητα επίσκεψης σε φίλους/συγγενείς στις αγορές της Γαλλίας και των ΗΠΑ με 20% αντίστοιχα, της Σουηδίας (17%) και της Ελβετίας (16%),
- σύσταση από φίλους/συγγενείς στις αγορές του Ισραήλ (16%), της Πολωνίας (14%), της Αυστρίας, της Γερμανίας, της Ελβετίας και της Ρουμανίας με 11% αντίστοιχα και των ΗΠΑ, της Σουηδίας και της Δανίας με 10% αντίστοιχα,
- δραστηριότητες περιπέτειας στην ύπαιθρο στις αγορές της Πολωνίας (18%), της Γαλλίας (15%), των ΗΠΑ και της Δανίας με 12% αντίστοιχα και της Ολλανδίας (11%),
- καλές εγκαταστάσεις για παιδιά/οικογένεια στις αγορές της Ρουμανίας (15%), της Ολλανδίας (13%) και της Πολωνίας και του Ην. Βασιλείου με 11% αντίστοιχα,
- εξοικείωση με τον προορισμό στις αγορές της Αυστρίας και της Γερμανίας με 11% αντίστοιχα και της Σουηδίας και της Δανίας με 10% αντίστοιχα,
- διαδικτυακές κριτικές στις αγορές του Ισραήλ και της Ρουμανίας με 11% αντίστοιχα και
- την διαθεσιμότητα μεταφορικών μέσων στην αγορά της Πολωνίας (12%).

Οι υπόλοιποι παράγοντες σημειώνουν ποσοστά κάτω από το 7% και με όχι σημαντικές διαφοροποιήσεις στις επιμέρους εξεταζόμενες αγορές.

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα

	% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα													
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Μου αρέσει να γνωρίζω τι συμβαίνει στον κόσμο	56%	55%	51%	55%	54%	57%	55%	55%	59%	49%	59%	52%	60%	59%
Ενδιαφέρον για άλλους πολιτισμούς/χώρες	55%	47%	50%	51%	57%	56%	51%	45%	47%	51%	47%	45%	51%	52%
Μου αρέσει να εξερευνώ τον κόσμο	49%	40%	40%	44%	47%	51%	47%	59%	47%	47%	63%	46%	44%	43%
Θέλω να είμαι ο πρώτος που δοκιμάζει νέα πράγματα	19%	15%	17%	19%	18%	19%	23%	22%	22%	21%	25%	22%	19%	15%
Νοιώθω εξαντλημένος	14%	15%	15%	14%	16%	14%	15%	21%	10%	14%	21%	20%	17%	15%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Και στις 14 χώρες που εξετάζονται οι ερωτώμενοι δήλωσαν σε υψηλό ποσοστό ενδιαφέρον για το τι συμβαίνει στον κόσμο, για άλλους πολιτισμούς/χώρες και για εξερεύνηση του κόσμου, ενώ σε μικρότερο ποσοστό δήλωσαν ότι τους αρέσει να δοκιμάζουν νέα πράγματα και ότι νοιώθουν εξαντλημένοι.

Στις επιμέρους ερωτήσεις ανά αγορά, το υψηλότερο ενδιαφέρον για:

- το τι συμβαίνει στον κόσμο δήλωσαν οι ερωτώμενοι από τις αγορές της Σουηδίας (60%), της Ιταλίας, Πολωνίας και Δανίας με 59% αντίστοιχα, του Ην. Βασιλείου (57%), της Αυστρίας (56%), του Βελγίου, της Γερμανίας, των ΗΠΑ και του Ισραήλ με 55% αντίστοιχα,
- για άλλους πολιτισμούς/χώρες από τις αγορές της Ελβετίας (57%), του Ην. Βασιλείου (56%), της Αυστρίας (55%) και της Δανίας (52%),
- εξερεύνηση του κόσμου από τις αγορές της Πολωνίας (63%), του Ισραήλ (59%) και του Ην. Βασιλείου (51%),
- να δοκιμάσουν νέα πράγματα από τις αγορές της Πολωνίας (25%), των ΗΠΑ (23%), της Ιταλίας, του Ισραήλ και της Ρουμανίας με 22% αντίστοιχα και της Ολλανδίας (21%) και
- ότι νοιώθουν εξαντλημένοι από τις αγορές της Πολωνίας και του Ισραήλ με 21% αντίστοιχα και της Ρουμανίας (20%).

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών - 1

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Παραλία/Θέρετρο	62%	50%	54%	58%	61%	62%	58%	57%	64%	59%	49%	59%	59%	57%
Οδικό ταξίδι	31%	31%	25%	25%	31%	35%	54%	35%	32%	39%	35%	44%	40%	30%
Staycation	38%	39%	37%	34%	35%	32%	33%	42%	3%	13%	17%	39%	39%	38%
Spa/απόδραση	36%	23%	19%	23%	30%	26%	25%	41%	30%	24%	15%	32%	34%	28%
Δράσης/περιπέτειας	24%	24%	21%	21%	22%	21%	27%	30%	22%	35%	50%	21%	19%	16%
Θεματικό πάρκο	17%	25%	27%	17%	20%	21%	34%	21%	19%	30%	18%	20%	23%	21%
Κρουαζιέρα	18%	18%	18%	21%	20%	24%	31%	25%	30%	17%	14%	16%	29%	18%
Χειμερινά αθλήματα	24%	14%	20%	15%	24%	9%	11%	12%	13%	17%	13%	12%	19%	13%
Άλλες	9%	9%	8%	11%	11%	6%	7%	6%	7%	11%	5%	3%	8%	10%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Αναφορικά με τον τύπο διακοπών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν περισσότερο οι καταναλωτές, παρατηρούμε ότι το υψηλότερο ποσοστό λαμβάνουν οι διακοπές σε παραλία/θέρετρο, πράγμα φυσιολογικό μιας και το προϊόν Ήλιος & Θάλασσα αποτελεί το κυρίαρχο προϊόν, και ακολουθούν το οδικό ταξίδι, το staycation, το spa/απόδραση, οι διακοπές δράσης/περιπέτειας, το θεματικό πάρκο, η κρουαζιέρα, τα χειμερινά αθλήματα και οι άλλες μορφές διακοπών.

Στις επιμέρους αγορές ανά προϊόν, παρατηρούμε ότι τα υψηλότερα ποσοστά προτίμησης για:

- παραλία/θέρετρο εντοπίζονται στις αγορές της Ιταλίας (64%), της Αυστρίας και του Ην. Βασιλείου με 62% αντίστοιχα, της Ελβετίας (61%) και της Ρουμανίας, της Ολλανδίας και της Σουηδίας με 59% αντίστοιχα,
- οδικό ταξίδι εντοπίζεται στις αγορές των ΗΠΑ (54%), της Ρουμανίας (44%), της Σουηδίας (40%) και της Ολλανδίας (39%),
- staycation από τις αγορές του Ισραήλ (42%), του Βελγίου, της Ρουμανίας και της Σουηδίας με 39% αντίστοιχα και της Αυστρίας και της Δανίας με 38% αντίστοιχα,

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών - 2

- spa/απόδραση από τις αγορές του Ισραήλ (41%), της Αυστρίας (36%) και της Σουηδίας (34%),
- διακοπές δράσης/περιπέτειας από τις αγορές της Πολωνίας (50%), της Ολλανδίας (35%) και του Ισραήλ (30%),
- θεματικό πάρκο από τις αγορές των ΗΠΑ (34%) και της Ολλανδίας (30%),
- κρουαζιέρα από τις αγορές των ΗΠΑ (31%), της Ιταλίας (30%) και της Σουηδίας (29%),
- χειμερινά αθλήματα από τις αγορές της Αυστρίας και της Ελβετίας με 24% αντίστοιχα και της Γαλλίας (20%) και
- Άλλες μορφές διακοπών από τις αγορές της Γερμανίας, της Ελβετίας και της Ολλανδίας με 11% αντίστοιχα και της Δανίας (10%).

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Διακοπές (εξωτερικό)	38%	32%	21%	29%	38%	31%	12%	26%	20%	39%	18%	16%	25%	37%
Διακοπές (εσωτερικό)	29%	16%	23%	28%	25%	29%	27%	29%	28%	25%	21%	24%	22%	27%
Ταξιδιωτικά εισιτήρια (π.χ. αεροπορικά)	26%	20%	17%	18%	29%	31%	25%	26%	23%	21%	21%	14%	27%	25%
Εμπειρία (π.χ. εκδρομή για σπα)	20%	10%	10%	12%	17%	14%	12%	18%	13%	12%	13%	9%	14%	14%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Στις χώρες της κεντρικής Ευρώπης (Αυστρία, Βέλγιο, Γερμανία, Ελβετία, Ολλανδία), του Ην. Βασιλείου, της Σουηδίας και της Δανίας και αναφορικά με τους προηγούμενους 3 – 6 μήνες, οι Διακοπές στο Εξωτερικό υπερτέρησαν των Διακοπών στο Εσωτερικό, σε αντίθεση με τις υπόλοιπες χώρες. Επίσης, σε όλες τις χώρες η προτίμηση για διακοπές, είτε στο εσωτερικό είτε στο εξωτερικό, ήταν σημαντικά μεγαλύτερη σε σχέση με την προτίμηση για εμπειρίες.

Ειδικότερα, ανά προϊόν και ανά αγορά τα υψηλότερα ποσοστά αγοράς καταγράφηκαν για:

- διακοπές (εξωτερικό) από τις αγορές της Ολλανδίας (39%), της Αυστρίας και της Ελβετίας με 38% αντίστοιχα, της Δανίας (37%), του Βελγίου (32%) και του Ην. Βασιλείου (31%),
- διακοπές (εσωτερικό) από τις αγορές της Αυστρίας, του Ην. Βασιλείου και του Ισραήλ με 29% αντίστοιχα, της Γερμανίας (28%), της Ιταλίας (28%) και των ΗΠΑ και της Δανίας με 27% αντίστοιχα,
- ταξιδιωτικά εισιτήρια από τις αγορές του Ην. Βασιλείου (31%), της Ελβετίας (29%), της Σουηδίας (27%) και της Αυστρίας και του Ισραήλ με 26% αντίστοιχα και
- εμπειρία από τις αγορές της Αυστρίας (20%), του Ισραήλ (18%) και της Ελβετίας (17%).

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Διακοπές (εξωτερικό)	42%	32%	21%	31%	43%	30%	12%	27%	23%	38%	20%	19%	24%	36%
Διακοπές (εσωτερικό)	28%	17%	24%	27%	24%	28%	27%	24%	28%	22%	21%	27%	21%	26%
Ταξιδιωτικά εισιτήρια (π.χ. αεροπορικά)	25%	16%	15%	17%	28%	25%	23%	22%	20%	18%	20%	13%	24%	22%
Εμπειρία (π.χ. εκδρομή για σπα)	22%	10%	10%	14%	18%	13%	12%	15%	13%	13%	13%	11%	15%	16%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Εξετάζοντας τους επόμενους 3-6 μήνες, οι διακοπές στο εξωτερικό είναι η κυρίαρχη προτίμηση στις περισσότερες αγορές, με σημαντική εξαίρεση τις ΗΠΑ και σε μικρότερο βαθμό την Γαλλία και την Ιταλία, χώρες που έχουν δικούς τους παραθεριστικούς προορισμούς, και την Πολωνία και τη Ρουμανία, πιθανόν για οικονομικούς λόγους. Και στις πέντε αυτές χώρες η κυρίαρχη προτίμηση είναι οι διακοπές στο εσωτερικό.

Ειδικότερα, ανά προϊόν και ανά αγορά τα υψηλότερα ποσοστά πρόθεσης αγοράς:

- για διακοπές στο εξωτερικό καταγράφηκαν από τις αγορές της Ελβετίας (43%), της Αυστρίας (42%), της Ολλανδίας (38%), της Δανίας (36%), του Βελγίου (32%), της Γερμανίας (31%) και του Ην. Βασιλείου (30%),
- για διακοπές στο εσωτερικό καταγράφηκαν από τις αγορές της Αυστρίας, του Ην. Βασιλείου και της Ιταλίας με 28% αντίστοιχα, της Γερμανίας, των ΗΠΑ και της Ρουμανίας με 27% αντίστοιχα και της Δανίας (26%),
- για ταξιδιωτικά εισιτήρια καταγράφηκαν από τις αγορές της Ελβετίας (28%), της Αυστρίας και του Ην. Βασιλείου με 25% αντίστοιχα, της Σουηδίας (24%), των ΗΠΑ (23%) και του Ισραήλ και της Δανίας με 22% αντίστοιχα και
- για εμπειρία καταγράφηκαν από τις αγορές της Αυστρίας (22%), της Ελβετίας (18%), της Δανίας (16%) και του Ισραήλ και της Σουηδίας με 15% αντίστοιχα.

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Χρήση ταξιδιωτικής εφαρμογής	50%	42%	39%	44%	72%	45%	33%	42%	50%	44%	43%	47%	40%	40%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές τουλάχιστον ένας στους τρεις ερωτώμενους δήλωσε ότι χρησιμοποίησε μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα. Τα υψηλότερα ποσοστά εντοπίζονται στις αγορές της Ελβετίας (72%), της Ιταλίας και της Αυστρίας με 50% αντίστοιχα και της Ρουμανίας (47%) ενώ τα χαμηλότερα στις αγορές των ΗΠΑ (33%), της Γαλλίας (39%) και της Σουηδίας και της Δανίας με 40% αντίστοιχα.

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν σχόλιο στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν σχόλιο στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Δημοσίευση σχολίου	10%	5%	7%	9%	9%	6%	6%	5%	7%	7%	6%	7%	6%	7%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Από την άλλη πλευρά, το ποσοστό των καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν ένα σχόλιο στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα κυμαινόταν από 5% έως 10% σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές.

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/apps τον τελευταίο μήνα - 1

% καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/apps τον τελευταίο μήνα														
	Αυστρία	Βέλγιο	Γαλλία	Γερμανία	Ελβετία	Ην. Βασίλειο	ΗΠΑ	Ισραήλ	Ιταλία	Ολλανδία	Πολωνία	Ρουμανία	Σουηδία	Δανία
Booking.com	37%	27%	23%	29%	35%	27%	13%	28%	34%	28%	30%	32%	23%	22%
Airbnb	11%	13%	20%	11%	17%	15%	14%	6%	14%	12%	5%	7%	8%	10%
Trivago	12%	9%	7%	12%	12%	11%	8%	9%	17%	11%	12%	10%	12%	13%
TripAdvisor	9%	9%	10%	6%	13%	17%	9%	9%	18%	7%	5%	6%	8%	8%
Skyscanner	7%	5%	4%	5%	10%	12%	2%	15%	10%	8%	6%	4%	6%	4%
Expedia	5%	3%	5%	8%	4%	12%	15%	3%	8%	5%	2%	1%	5%	6%
Hotels.com	2%	2%	5%	3%	6%	8%	8%	4%	2%	2%	2%	2%	15%	14%
Kayak	1%	2%	7%	2%	3%	4%	-	-	2%	1%	4%	1%	1%	2%
Vrbo	-	-	1%	1%	-	2%	6%	-	-	-	-	-	-	-
Culture Trip	1%	1%	-	-	1%	-	-	1%	0,4%	1%	1%	1%	1%	1%

Πηγή: GWI - Επεξεργασία INSETE Intelligence

Η κυρίαρχη ταξιδιωτική σελίδα είναι η Booking, ακολουθούμενη από Airbnb, Trivago και TripAdvisor και σε μικρότερο βαθμό η Skyscanner, η Expedia, η Hotels.com, η Kayak, η Vrbo και η Culture Trip. Αξιοσημείωτη είναι η προτίμηση σε σύγκριση με τις υπόλοιπες αγορές των καταναλωτών από την Γαλλία και την Ελβετία στην εταιρεία Airbnb, από την Ιταλία στην Trivago, από την Ιταλία και το Ην. Βασίλειο στην TripAdvisor, από το Ισραήλ στην Skyscanner, από τις ΗΠΑ στην Expedia και από την Σουηδία και την Δανία στην Hotels.com.

Επιμέρους, ανά ιστοσελίδα/app και ανά αγορά τα υψηλότερα ποσοστά χρήσης καταγράφηκαν για τις ιστοσελίδες:

- Booking.com στις αγορές της Αυστρίας (37%), της Ελβετίας (35%), της Ιταλίας (34%), της Ρουμανίας (32%) και της Πολωνίας (30%),

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/apps τον τελευταίο μήνα* - 2

- Airbnb στις αγορές της Γαλλίας (20%), της Ελβετίας (17%), του Ην. Βασιλείου (15%), των ΗΠΑ και της Ιταλίας με 14% αντίστοιχα και του Βελγίου (13%),
- Trivago στις αγορές της Ιταλίας (17%), της Δανίας (13%), της Αυστρίας, της Γερμανίας, της Ελβετίας, της Πολωνίας και της Σουηδίας με 12% αντίστοιχα,
- TripAdvisor στις αγορές της Ιταλίας (18%), του Ην. Βασιλείου (17%), της Ελβετίας (13%) και της Γαλλίας (10%),
- Skyscanner στις αγορές του Ισραήλ (15%), του Ην. Βασιλείου (12%) και της Ελβετίας και της Ιταλίας με 10% αντίστοιχα,
- Expedia στις αγορές των ΗΠΑ (15%) και του Ην. Βασιλείου (12%),
- Hotels.com στις αγορές της Σουηδίας (15%) και της Δανίας (14%),
- Kayak στην αγορά της Γαλλίας (7%) και
- Vrbo στην αγορά των ΗΠΑ (6%).

Για την ιστοσελίδα Culture Trip το ποσοστό των καταναλωτών που δήλωσαν ότι την επισκέφθηκαν/χρησιμοποίησαν ήταν πολύ χαμηλό σε όλες τις εξεταζόμενες αγορές, βάσει διαθεσιμότητας.

*Οι καταναλωτές από τις αγορές της Γαλλίας, της Γερμανίας, των ΗΠΑ και του Ην. Βασιλείου που συμμετείχαν στην έρευνα δεν ερωτήθηκαν για την ιστοσελίδα Culture Trip

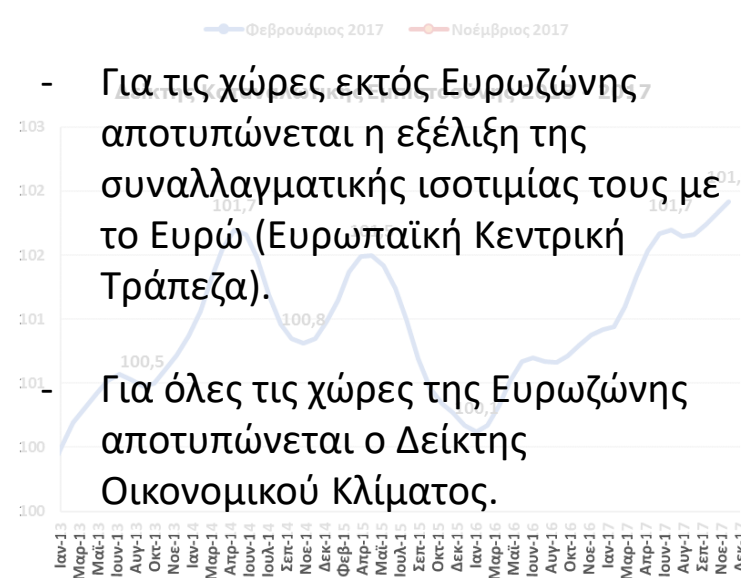
*Οι καταναλωτές από τις αγορές του Ισραήλ και των ΗΠΑ που συμμετείχαν στην έρευνα δεν ερωτήθηκαν για την ιστοσελίδα Kayak και

*Οι καταναλωτές από τις αγορές της Αυστρίας, του Βελγίου, της Ιταλίας, της Ολλανδίας, της Πολωνίας, της Ελβετίας, της Δανίας, του Ισραήλ, της Ρουμανίας και της Σουηδίας που συμμετείχαν στην έρευνα δεν ερωτήθηκαν για την ιστοσελίδα Vrbo.

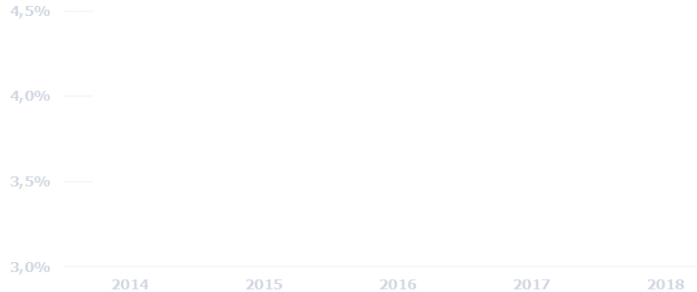
Αναλυτικά στοιχεία ανά χώρα,
μακροοικονομικοί δείκτες
και στοιχεία για τον εισερχόμενο
και εξερχόμενο τουρισμό

Σημαία Τα βασικά χαρακτηριστικά της οικονομίας της υπό εξέταση χώρας, με πιθανή επίπτωση στην προοπτική της ζήτησης κατά την θερινή σεζόν 2025. Εξετάζονται οι εξελίξεις στο ΑΕΠ, στην ανεργία, στο οικονομικό κλίμα και στην συναλλαγματική ισοτιμία με το Ευρώ.

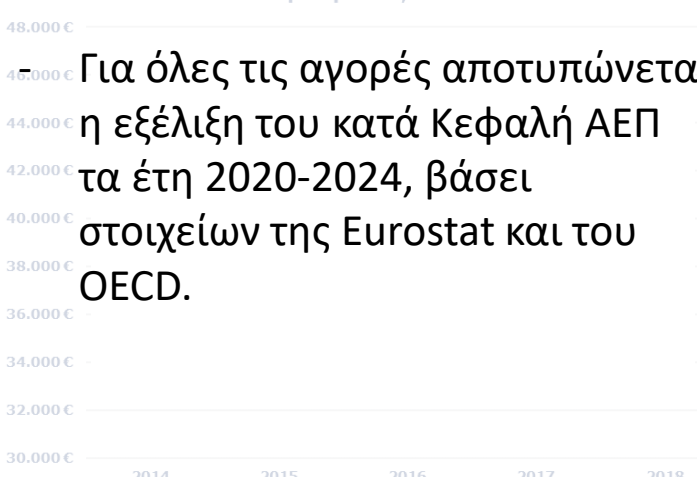
- Για τις όλες τις χώρες αποτυπώνεται η εξέλιξη του ΑΕΠ και οι σχετικές προβλέψεις για την περίοδο 2020-2026 σύμφωνα με τις προ έτους (Μάιος 2024) και τις τελευταίες (Μάιος 2025) προβλέψεις της ΕΕ καθώς και για την αγορά του Ισραήλ από τις προβλέψεις από το ΔΝΤ (Απρίλιος 2024 και 2025)



- Για όλες τις χώρες αποτυπώνεται η εξέλιξη του δείκτη ανεργίας τα έτη 2020-2024, βάσει στοιχείων Eurostat και OECD.



Κατά Κεφαλήν ΑΕΠ, 2014 - 2018



- Για όλες τις αγορές αποτυπώνεται η εξέλιξη του κατά Κεφαλή ΑΕΠ τα έτη 2020-2024, βάσει στοιχείων της Eurostat και του OECD.

Προγραμματισμός θέσεων (16/06/2025): ο συνολικός αριθμός των προγραμματισμένων θέσεων στην Ελλάδα, βάσει στοιχείων ΟΑΓ, για την θερινή περίοδο (Μάρτιος-Οκτώβριος) του 2025.

% μεταβολή: η % μεταβολή των προγραμματισμένων θέσεων του 2025 σε σύγκριση με το 2024

Η **θέση της Ελλάδας** σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Top-5 προορισμοί στην Μεσόγειο: οι δημοφιλέστεροι προορισμοί στην Μεσόγειο κατά φθίνουσα σειρά

Εισερχόμενος Τουρισμός στην Ελλάδα βάσει στοιχείων της ΤτΕ, 2024:

Αφίξεις σε χιλ.: ο συνολικός αριθμός αφίξεων

Διαν/σεις σε χιλ.: ο συνολικός αριθμός διανυκτερεύσεων

Εισπράξεις σε εκατ. €: ο συνολικός αριθμός εισπράξεων

Μέση κατά Κεφαλή Δαπάνη σε €

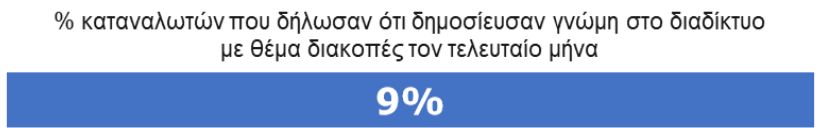
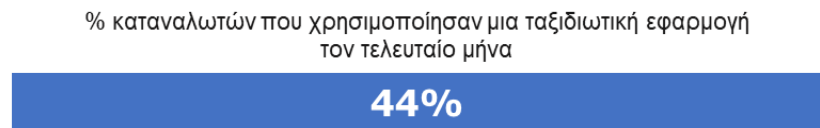
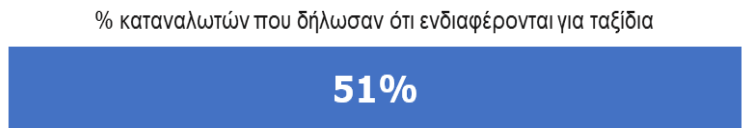
Μέση Δαπάνη ανά Διανυκτέρευση σε €

Μέση Διάρκεια Παραμονής σε διανυκτερεύσεις

Top-3 προορισμοί στην Ελλάδα



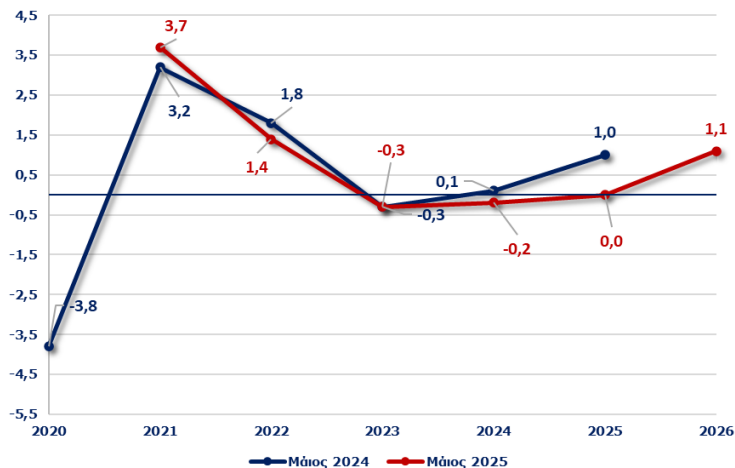
Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Γερμανική αγορά



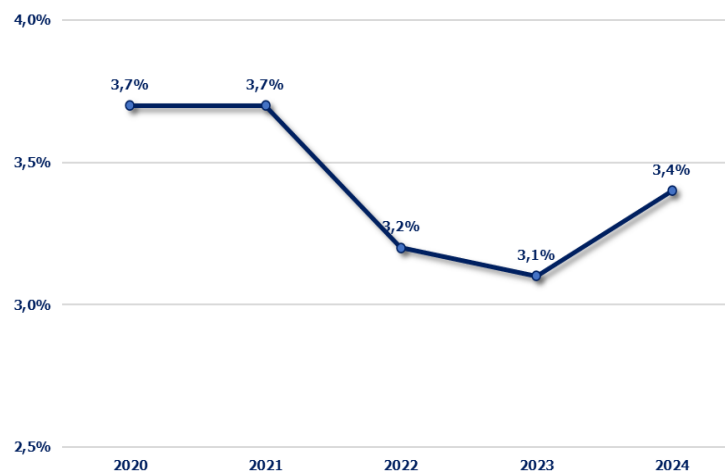


Παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η γερμανική οικονομία αντιμετωπίζει επιδείνωση σε βασικούς δείκτες: η ανεργία αυξήθηκε και ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οικονομική δραστηριότητα αναμένεται να παραμείνει στάσιμη, λόγω των εξαγωγών που πλήττονται από τις εμπορικές εντάσεις και των επενδύσεων που περιορίζονται από την αβεβαιότητα και τις αυστηρές χρηματοδοτικές συνθήκες. Ωστόσο, η ιδιωτική κατανάλωση θα αυξηθεί ελαφρώς λόγω υψηλότερης αγοραστικής δύναμης και χαμηλότερων επιτοκίων. Το 2026 προβλέπεται ανάκαμψη με ρυθμό ανάπτυξης 1,1% κυρίως χάρη στην ενίσχυση της εγχώριας ζήτησης. Το δημοσιονομικό έλλειμμα θα παραμείνει υψηλό και το δημόσιο χρέος αναμένεται να αυξηθεί στο 64,7% του ΑΕΠ.

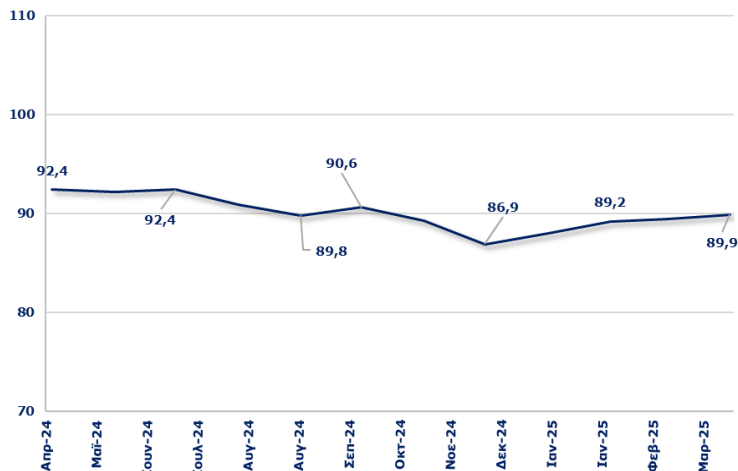
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



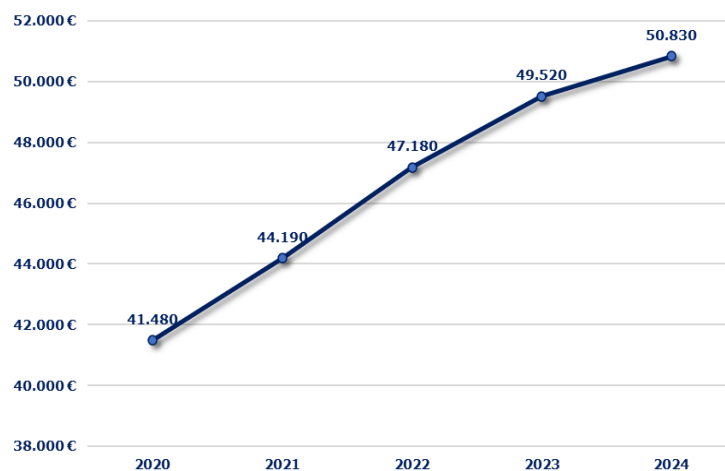
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Γερμανία προς Ελλάδα: 4,8 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: +3,9%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο: Ισπανία, Τουρκία, Ιταλία, Ελλάδα, Γαλλία.

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 5.402 χιλ. (15%)

Διαν/σεις: 46.881 χιλ. (20%)

Εισπράξεις: € 3.702 εκατ. (18%)

ΜΚΔ: € 685 Ημ. Δαπ.: € 79

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 8,7

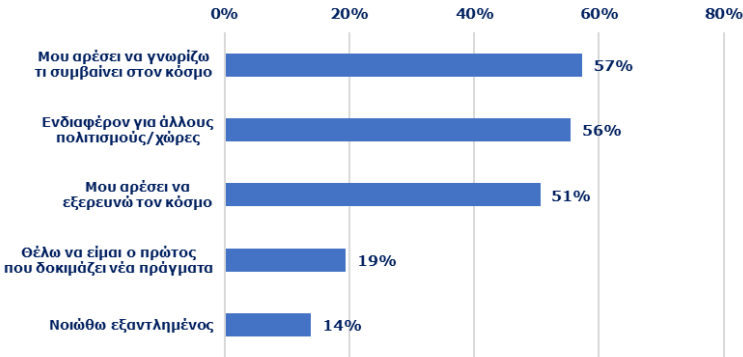
Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Κρήτη, Νότιο Αιγαίο και Κεντρική Μακεδονία



Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Βρετανική αγορά

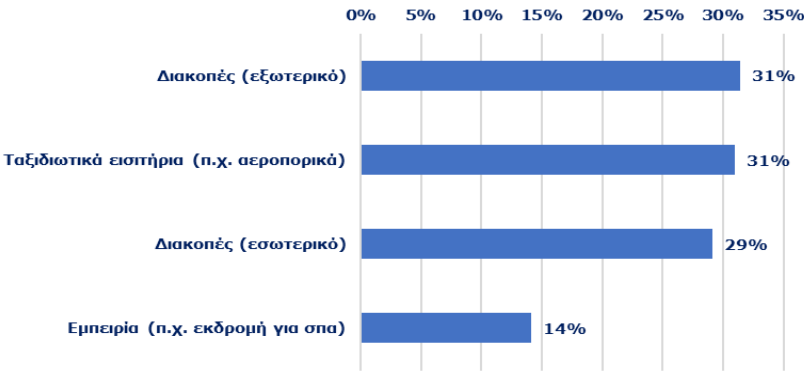
% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώναν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

53%

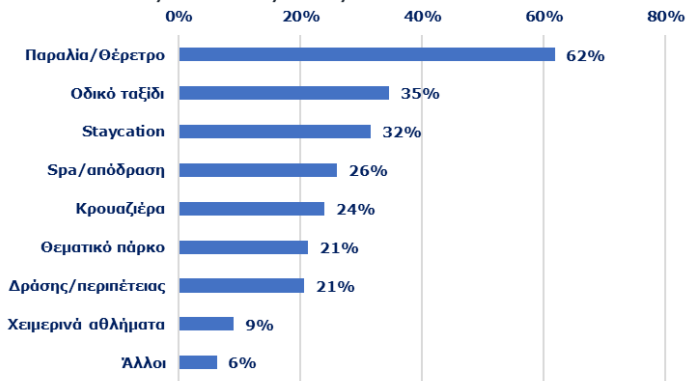
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

45%

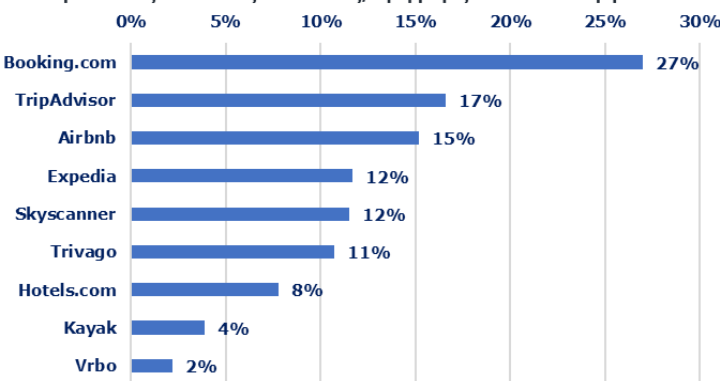
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

6%

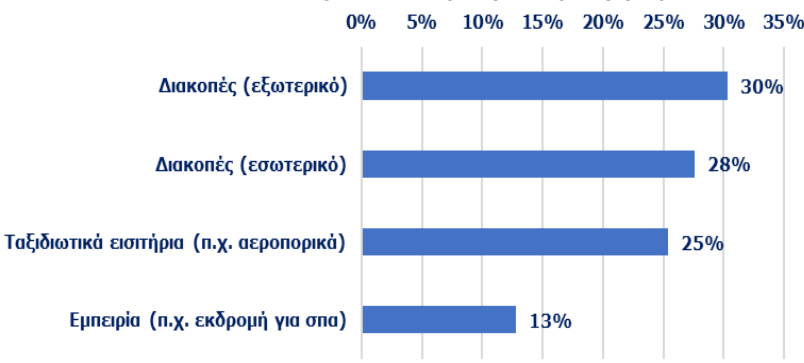
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



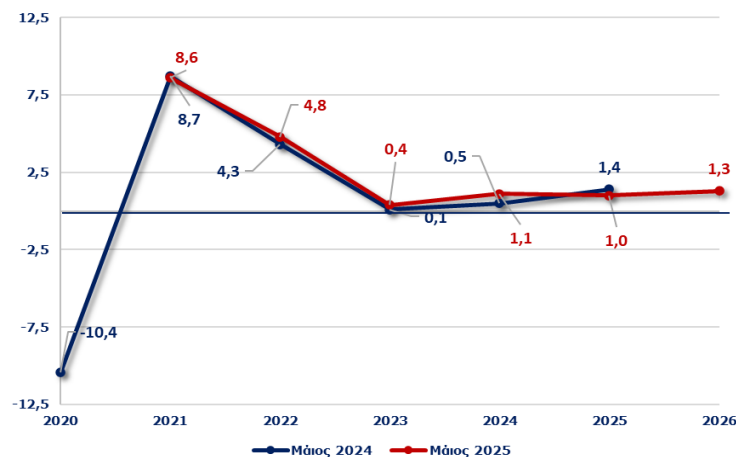
% καταναλωτών που δηλώναν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



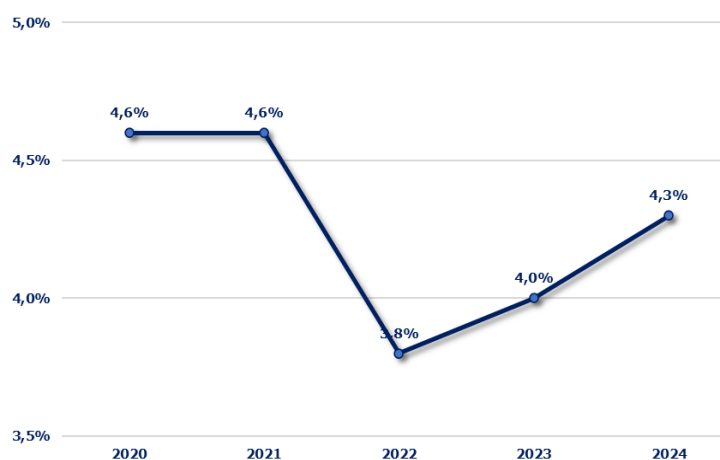


Παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η ανεργία αυξήθηκε στη Μεγ. Βρετανία, ενώ οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η οριακή ανατίμηση της Στερλίνας έναντι του Ευρώ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οικονομία του Ην. Βασιλείου αναμένεται να σημειώσει ήπια ανάπτυξη το 2025 και το 2026 μετά την ασθενή δυναμική που σημείωσε το 2024. Η ιδιωτική κατανάλωση και οι επενδύσεις παραμένουν υποτονικές, αν και τα χαμηλότερα επιτόκια και οι μειωμένες τιμές ενέργειας αναμένεται να προσφέρουν κάποια στήριξη στο άμεσο μέλλον. Η αποκλιμάκωση του πληθωρισμού θα είναι σταδιακή, ενώ η δημοσιονομική πολιτική θα παραμείνει αυστηρή. Αν και υπάρχει περιθώριο για ταχύτερη ανάκαμψη της εγχώριας ζήτησης, εφόσον τα ποσοστά αποταμίευσης υποχωρήσουν από τα σημερινά υψηλά επίπεδα, η αβεβαιότητα παραμένει υψηλή, το οικονομικό κλίμα είναι αδύναμο και οι εξωτερικοί κίνδυνοι εξαιρετικά αυξημένοι.

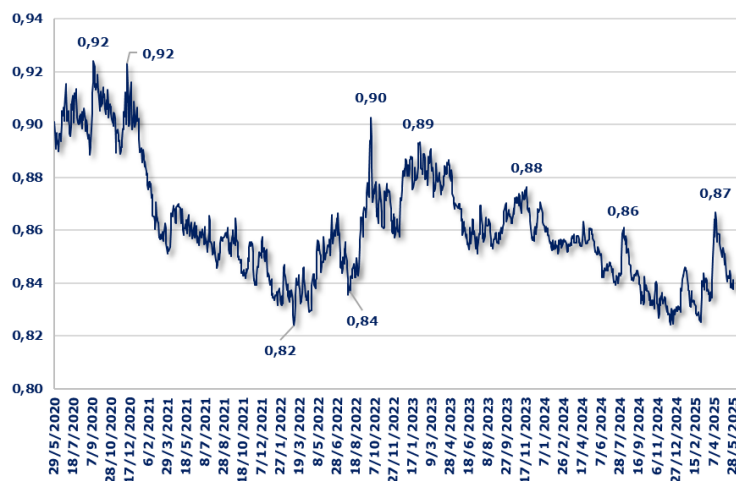
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



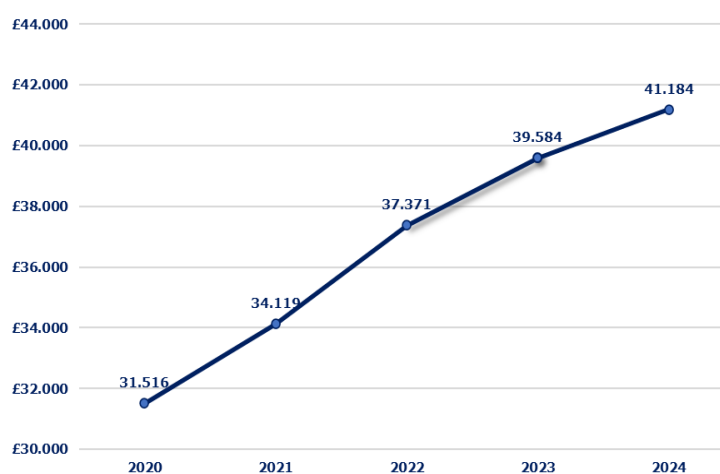
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



GBP/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Ην. Βασίλειο προς Ελλάδα: 5,7 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: +3,6%

Η Ελλάδα είναι στην 3^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο
Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Ελλάδα, Τουρκία, Γαλλία.

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 4.545 χιλ. (13%)

Διαν/σεις: 33.239 χιλ. (14%)

Εισπράξεις: € 3.160 εκατ. (15%)

ΜΚΔ: € 695

Ημ. Δαπ.: € 95

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,3

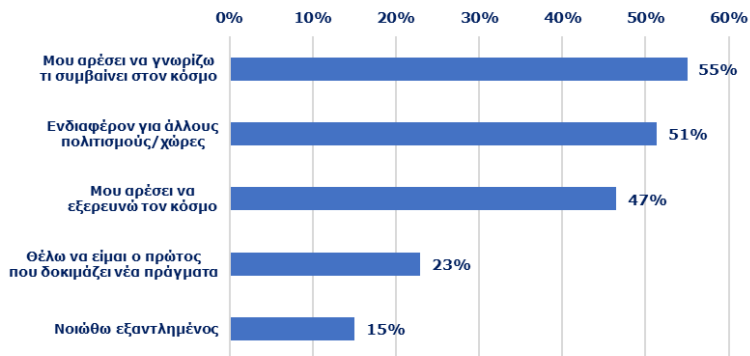
Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Νότιο Αιγαίο, Ιόνια Νησιά και Αττική



Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Αμερικανική αγορά

% καταναλωτών που δηλώνουν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώνουν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

48%

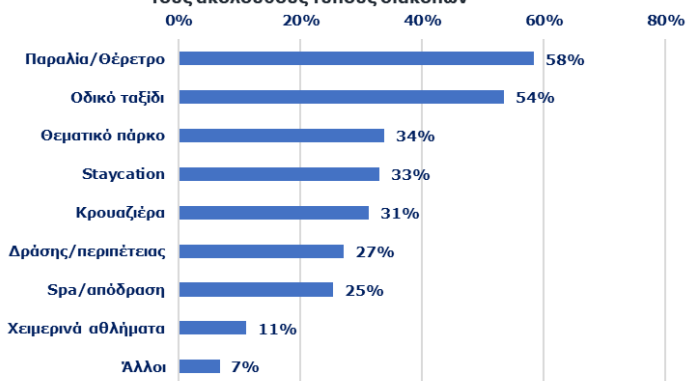
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

33%

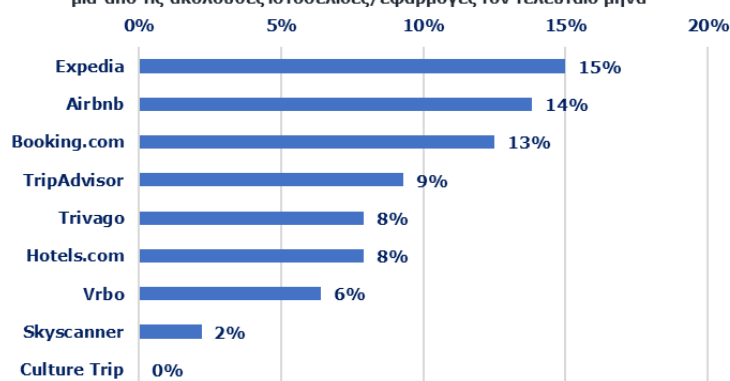
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

6%

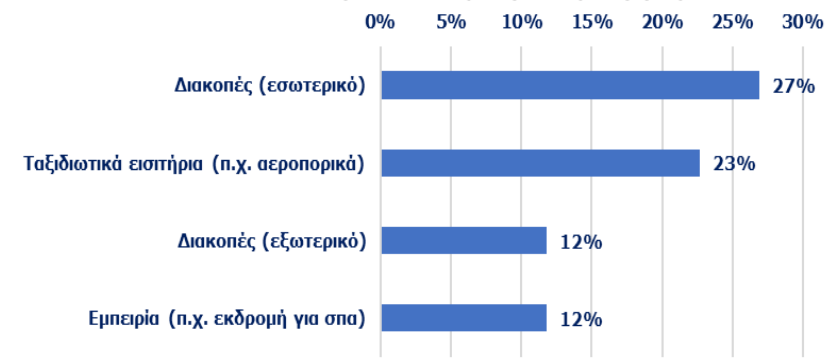
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών

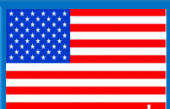


% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



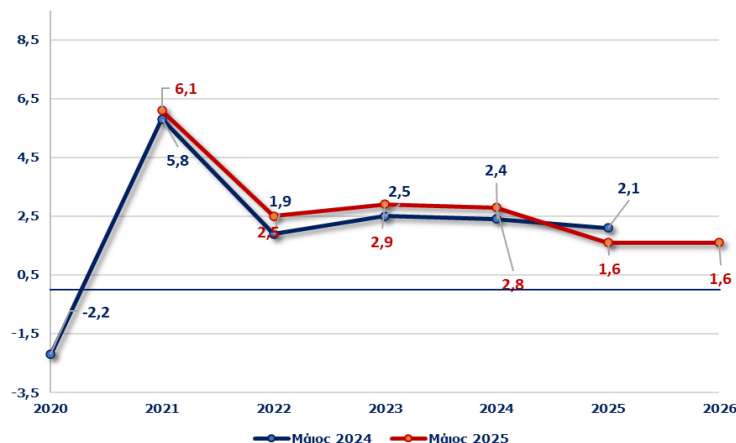
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



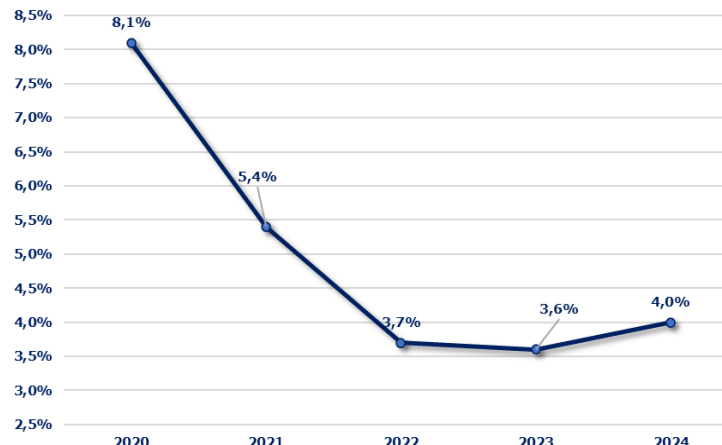


Η **αμερικανική οικονομία** σημείωσε αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ και της ανεργίας το 2024 ενώ οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η υποτίμηση του δολαρίου έναντι του ευρώ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η αμερικανική οικονομία αναμένεται να μετριαστεί και να διαμορφωθεί στο 1,6% τόσο το 2025 όσο και το 2026, ενώ ο πληθωρισμός προβλέπεται να χρειαστεί περισσότερο χρόνο για να επανέλθει στον στόχο του 2%. Οι προοπτικές της αμερικανικής οικονομίας συνοδεύονται από εξαιρετικά υψηλούς κινδύνους, ιδίως σε περίπτωση περαιτέρω κλιμάκωσης των εμπορικών εντάσεων. Σημαντικές πηγές πρόσθετης αβεβαιότητας σχετίζονται με την δημοσιονομική και μεταναστευτική πολιτική της νέας κυβέρνησης, καθώς και με την πορεία των επιτοκίων της Ομοσπονδιακής Τράπεζας (FED) στο μέλλον.

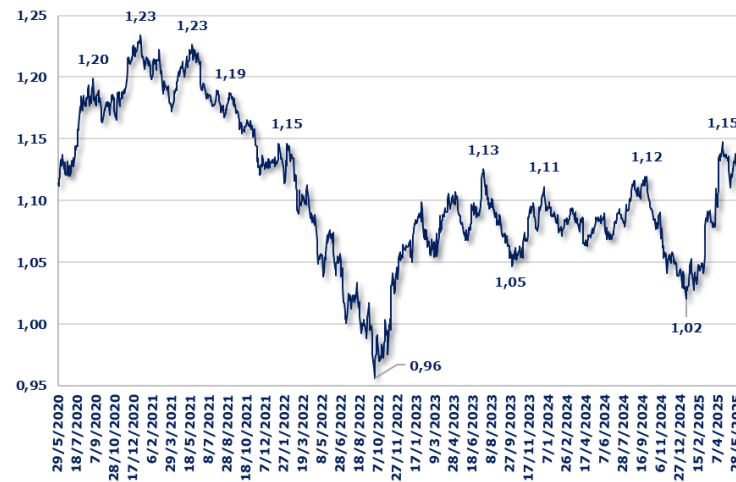
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



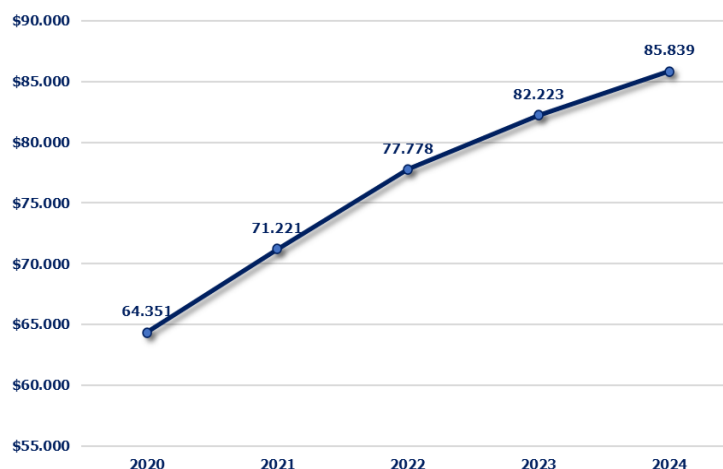
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



USD/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από ΗΠΑ προς Ελλάδα: 727 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: +21,6%

Η Ελλάδα είναι στην 6^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Γαλλία, Ιταλία, Ισπανία, Τουρκία, Πορτογαλία.

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 1.547 χιλ. (4%)

Διαν/σεις: 14.768 χιλ. (6%)

Εισπράξεις: € 1.584 εκατ. (8%)

ΜΚΔ: € 1.024 Ημ. Δαπ.: € 107

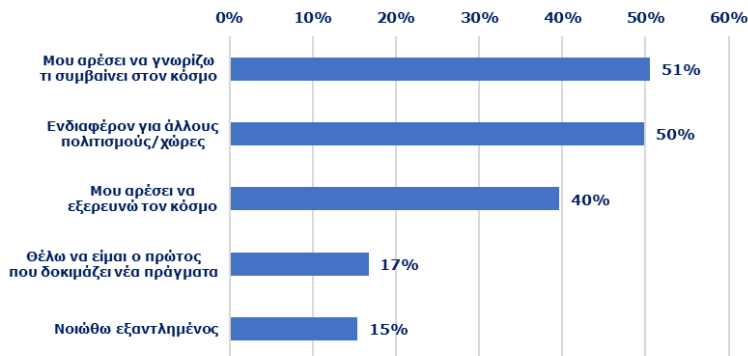
Μέση Διάρκεια Παραμονής: 9,5

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Αττική, Νότιο Αιγαίο, Πελοπόννησος

Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Γαλλική αγορά

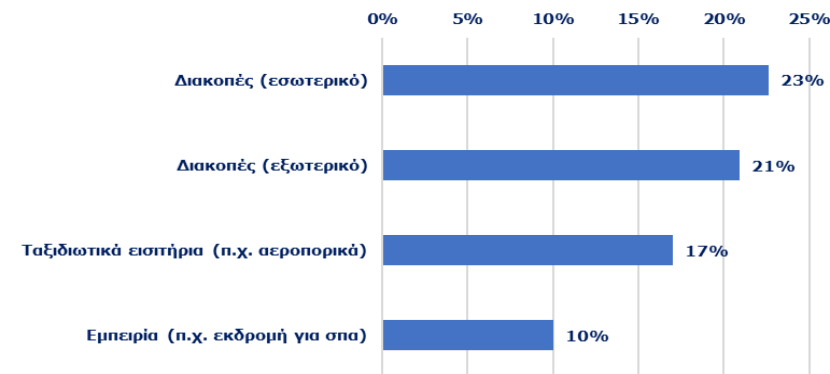
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώνουν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

52%

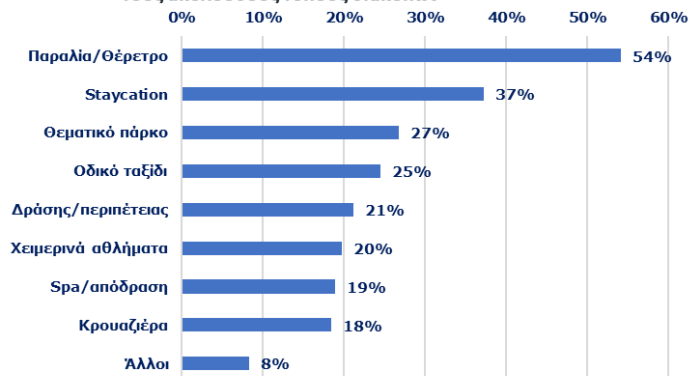
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

39%

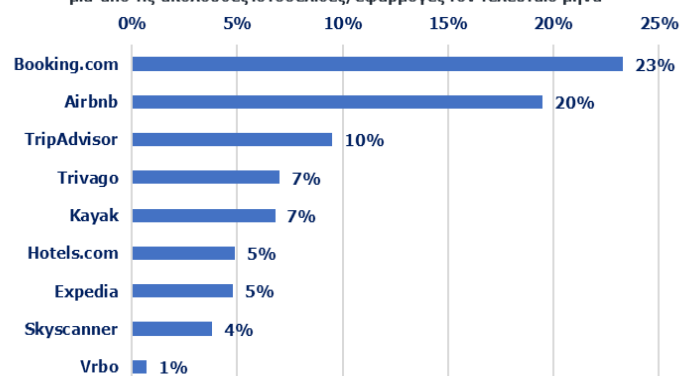
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

7%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα

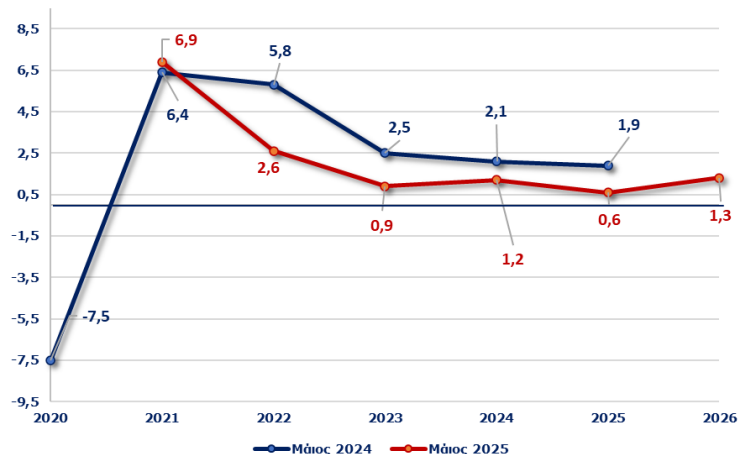


% καταναλωτών που δηλώνουν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες

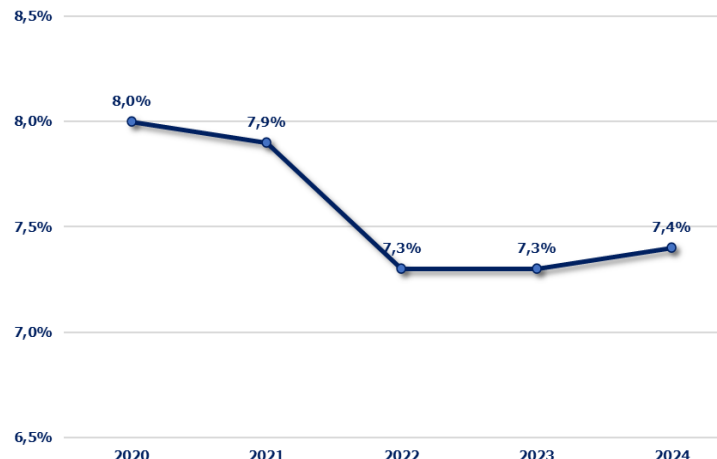


Παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η **γαλλική οικονομία** αντιμετωπίζει επιδείνωση σε βασικούς δείκτες: η ανεργία αυξήθηκε ενώ ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η οικονομική δραστηριότητα αναμένεται να επιβραδυνθεί σημαντικά το 2025, φθάνοντας στο 0,6%, λόγω της δημοσιονομικής προσαρμογής και της αβεβαιότητας που σχετίζεται με το εμπόριο. Η ανάπτυξη του ΑΕΠ προβλέπεται να επιταχυνθεί στο 1,3% το 2026, καθώς οι επενδύσεις ανακάμπτουν και οι υψηλότεροι πραγματικοί μισθοί στηρίζουν περαιτέρω την ιδιωτική κατανάλωση. Ο πληθωρισμός αναμένεται να πέσει κάτω από το 1% το 2025, λόγω της πτώσης των τιμών της ενέργειας. Το δημοσιονομικό έλλειμμα προβλέπεται να μειωθεί στο 5,6% το 2025 και να αυξηθεί ελαφρώς στο 5,7% του ΑΕΠ το 2026. Το δημόσιο χρέος αναμένεται να αυξηθεί στο 118,4% του ΑΕΠ έως το 2026, από 113% το 2023, καθώς το πρωτογενές έλλειμμα παραμένει σημαντικό.

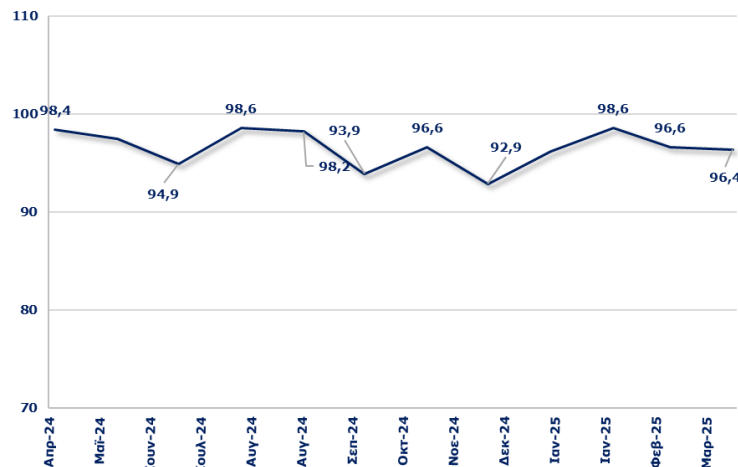
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



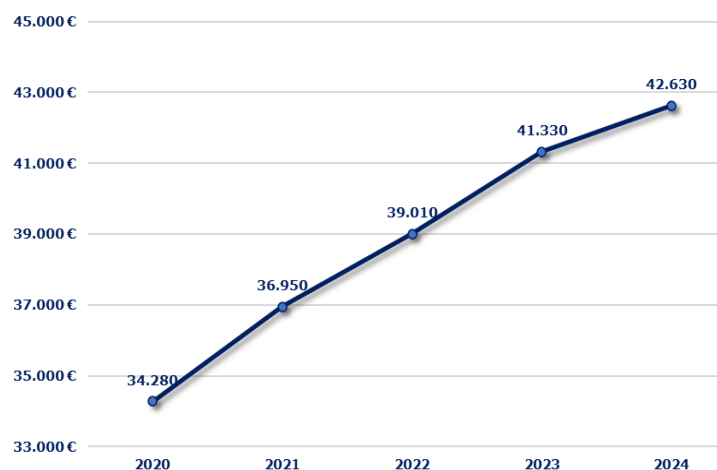
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Γαλλία προς Ελλάδα: 1,7 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: -2,9%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Πορτογαλία, Ελλάδα, Τουρκία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 1.992 χιλ. (6%)

Διαν/σεις: 13.924 χιλ. (6%)

Εισπράξεις: € 1.260 εκατ. (6%)

ΜΚΔ: € 632 Ημ. Δαπ.: € 90

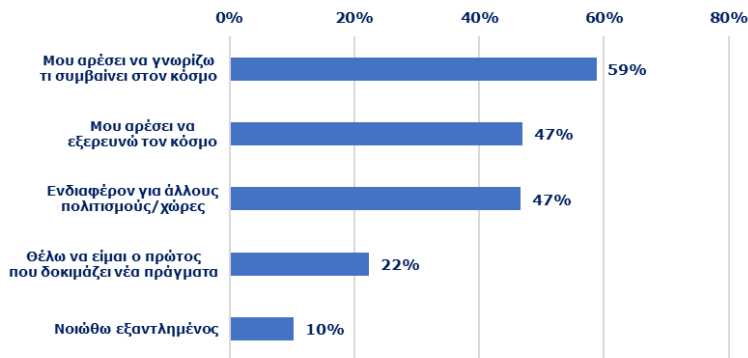
Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,0

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Κρήτη, Αττική και Νότιο Αιγαίο

Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Ιταλική αγορά

% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

57%

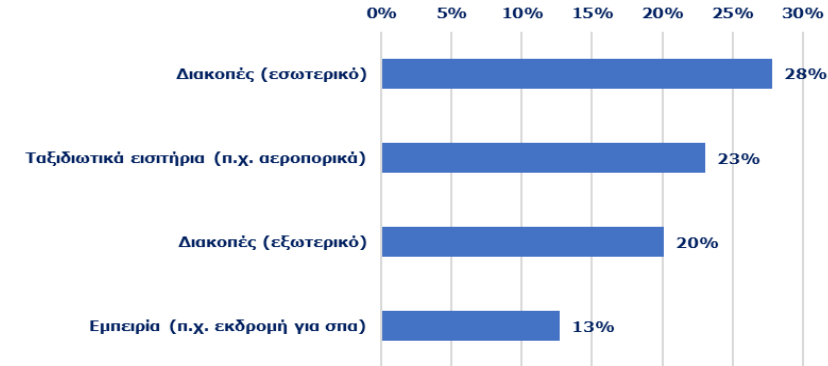
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

50%

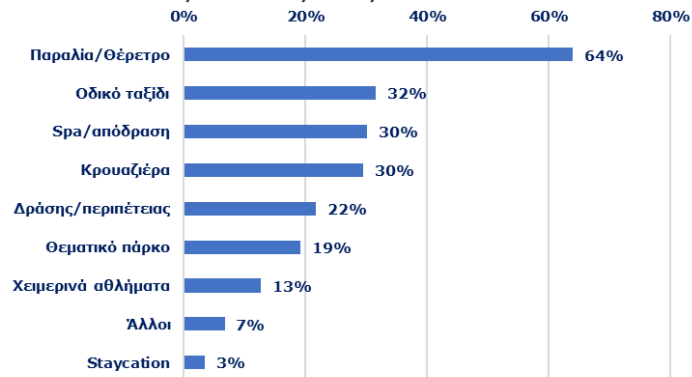
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



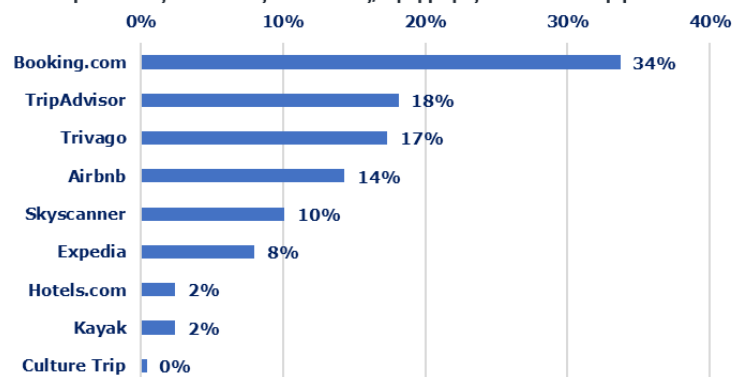
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

7%

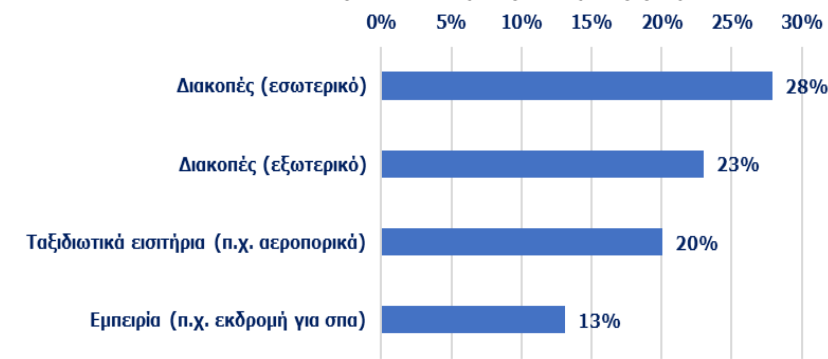
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



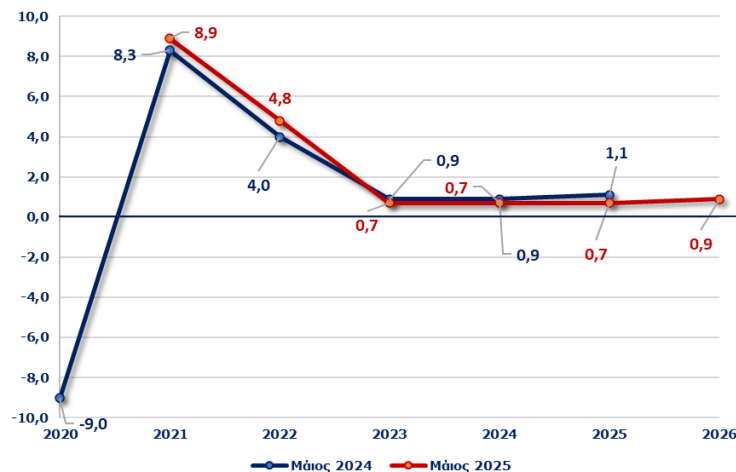
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



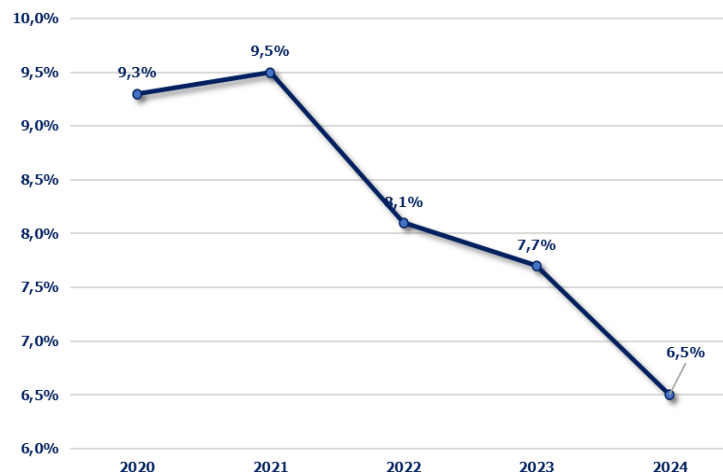


Στην **ιταλική οικονομία** παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ και την μείωση της ανεργίας, ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ιταλική οικονομία αναμένεται να παραμείνει σταθερή στο 0,7% το 2025 και να αυξηθεί ελαφρώς στο 0,9% το 2026. Η οικονομική επέκταση προβλέπεται να υποστηριχθεί από την εγχώρια ζήτηση, και ειδικότερα από τις επενδύσεις που ενισχύονται μέσω δαπανών που σχετίζονται με το Ταμείο Ανάκαμψης και Ανθεκτικότητας (RRF). Ο πληθωρισμός προβλέπεται να παραμείνει κάτω του 2% τόσο το 2025 όσο και το 2026, λόγω της μείωσης των εισαγωγών και των ήπιων αυξήσεων του εγχώριου κόστους. Το δημοσιονομικό έλλειμμα εκτιμάται ότι θα συνεχίσει να μειώνεται, από 3,4% του ΑΕΠ το 2024 σε 3,3% το 2025 και 2,9% το 2026. Παρόλα αυτά, το δημόσιο χρέος αναμένεται να αυξηθεί λόγω προηγούμενων φορολογικών πολιτικών.

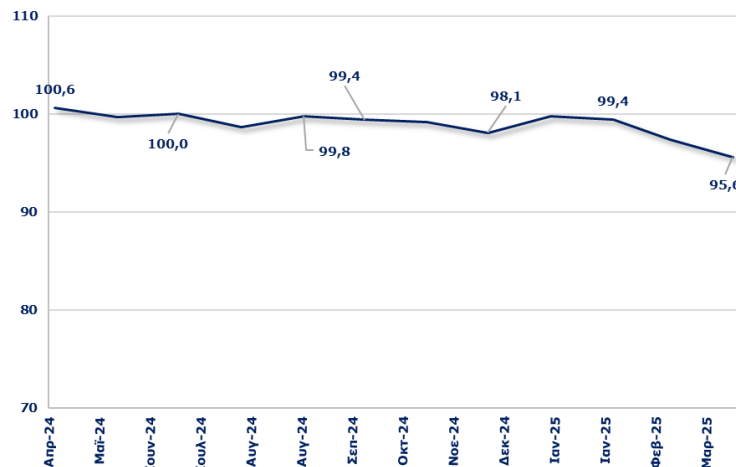
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



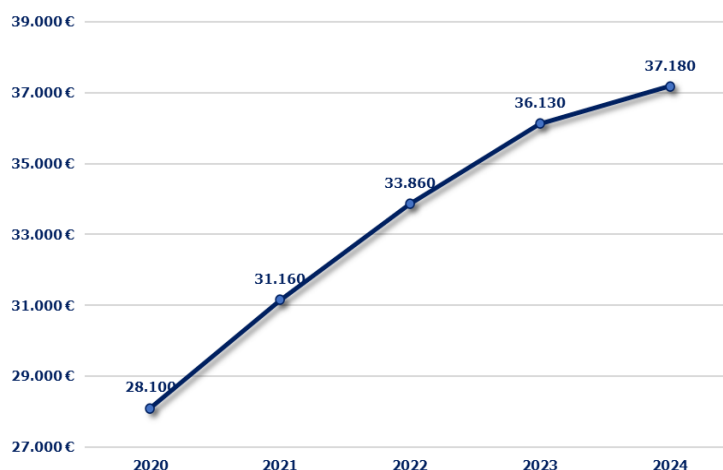
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Ιταλία προς Ελλάδα: 2,5 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: +3,8%

Η Ελλάδα είναι στην 3^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Πορτογαλία, Τουρκία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 2.026 χιλ. (6%)

Διαν/σεις: 13.762 χιλ. (6%)

Εισπράξεις: € 1.225 εκατ. (6%)

ΜΚΔ: € 605 Ημ. Δαπ.: € 89

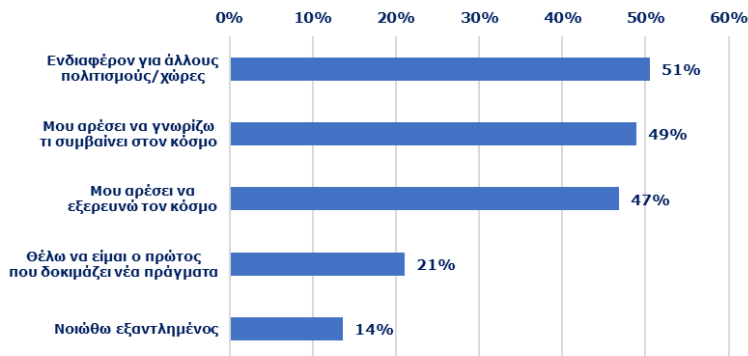
Μέση Διάρκεια Παραμονής: 6,8

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Νότιο Αιγαίο, Αττική και Ιόνια Νησιά

Στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Ολλανδική αγορά

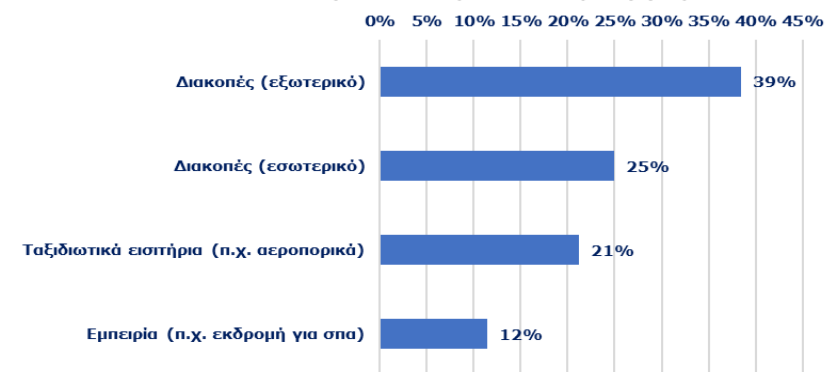
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώνουν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

52%

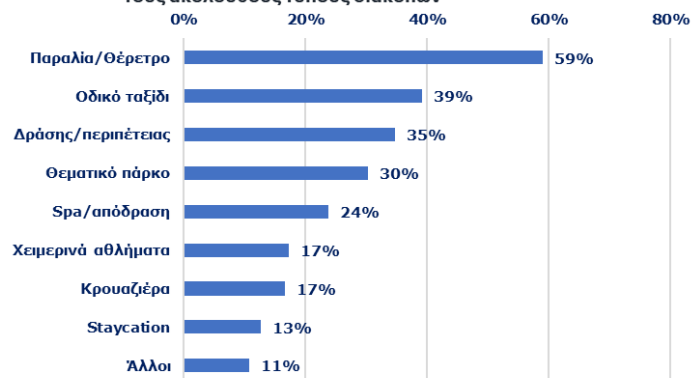
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

44%

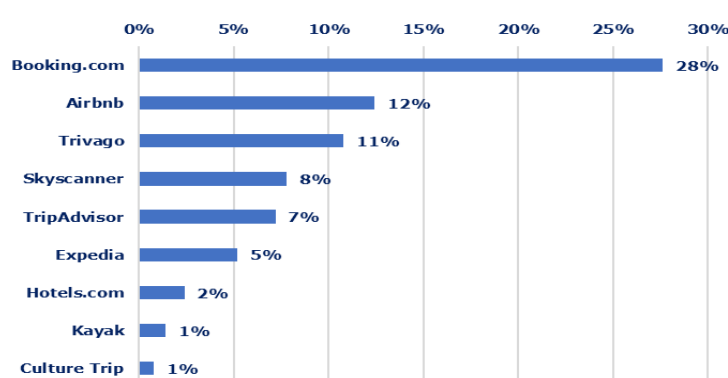
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

7%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



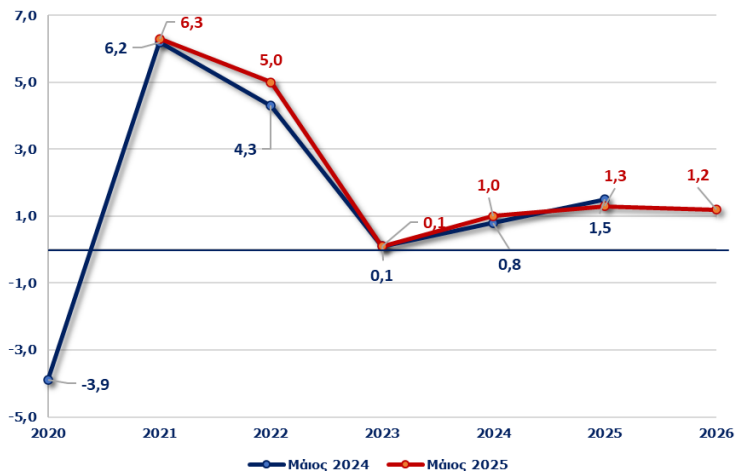
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



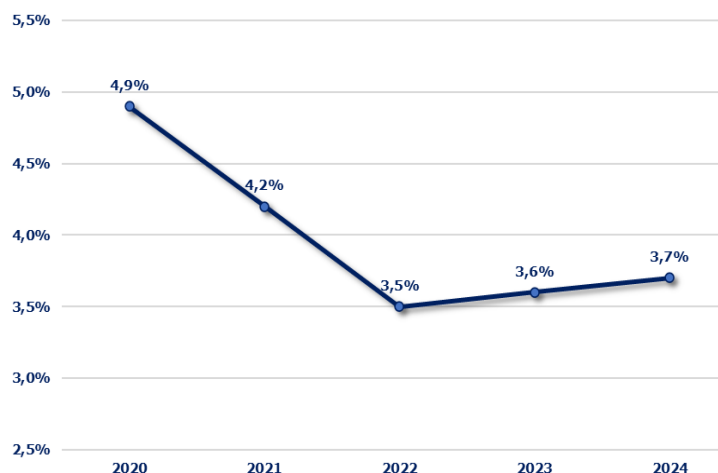


Στην **ολλανδική οικονομία** παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η ανεργία μειώθηκε ενώ ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε οριακά. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή η ολλανδική οικονομία προβλέπεται να ενισχυθεί το 2025 κατά 1,3%, υποστηριζόμενη από την εγχώρια ζήτηση, παρά τις επιπτώσεις των δασμών στο εμπόριο. Η σημαντική αύξηση των μισθών και η αντίστοιχη άνοδος του πραγματικού διαθέσιμου εισοδήματος αναμένεται να οδηγήσουν σε ισχυρή αύξηση της ιδιωτικής κατανάλωσης. Από την άλλη πλευρά, οι δασμοί προβλέπεται να περιορίσουν την ανάπτυξη των εξαγωγών. Το 2026, το ΑΕΠ αναμένεται να μειωθεί ελαφρώς στο 1,2%, καθώς η εμπορική αβεβαιότητα και η επιβράδυνση της κατανάλωσης θα περιορίσουν την εγχώρια ζήτηση. Το δημοσιονομικό έλλειμμα προβλέπεται να αυξηθεί στο 2,1% το 2025 και να διευρυνθεί περαιτέρω το 2026.

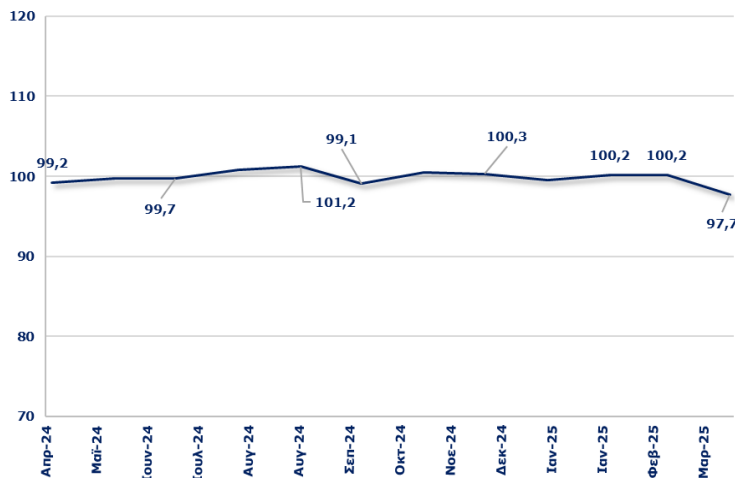
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



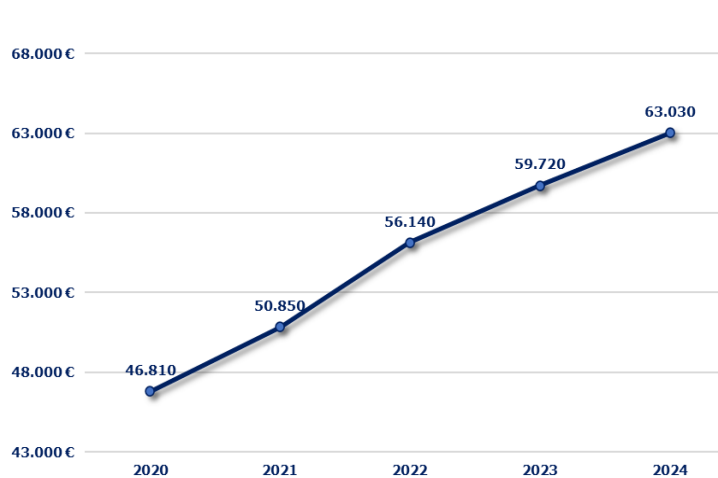
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Ολλανδία προς Ελλάδα: 1,2 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: +5,1%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελλάδα, Πορτογαλία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 1.042 χιλ. (3%)

Διαν/σεις: 8.170 χιλ. (4%)

Εισπράξεις: € 728 εκατ. (4%)

ΜΚΔ: € 699

Ημ. Δαπ.: € 89

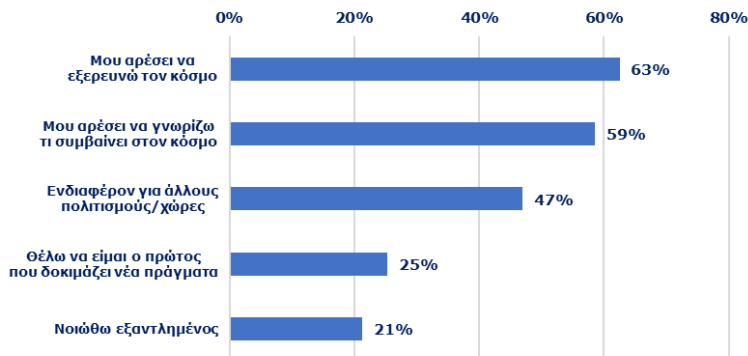
Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,8

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Νότιο Αιγαίο, Κρήτη και Ιόνια Νησιά

Πολωνία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Πολωνική αγορά

% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώναν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

48%

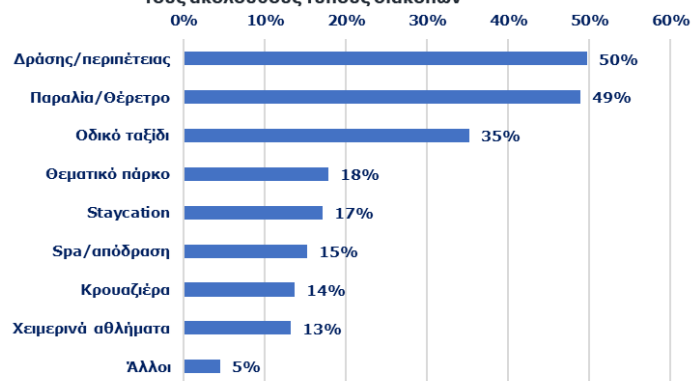
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

43%

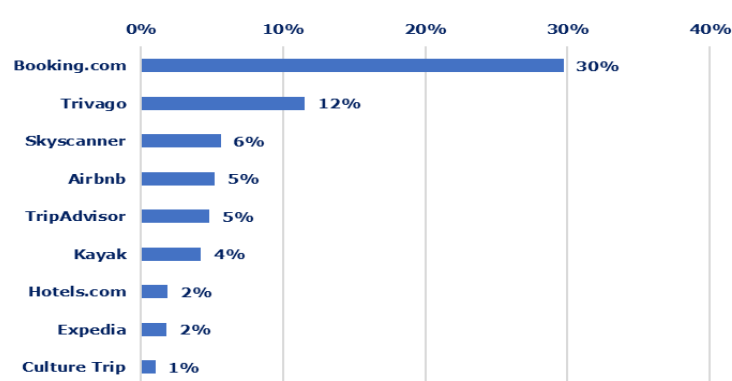
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

6%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα

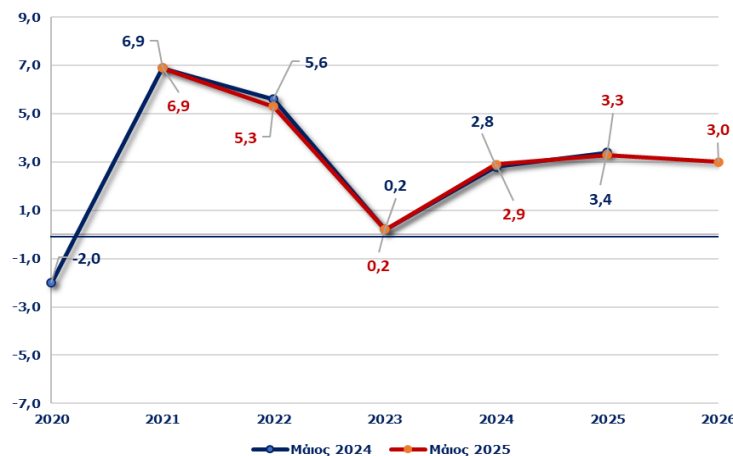


% καταναλωτών που δηλώναν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες

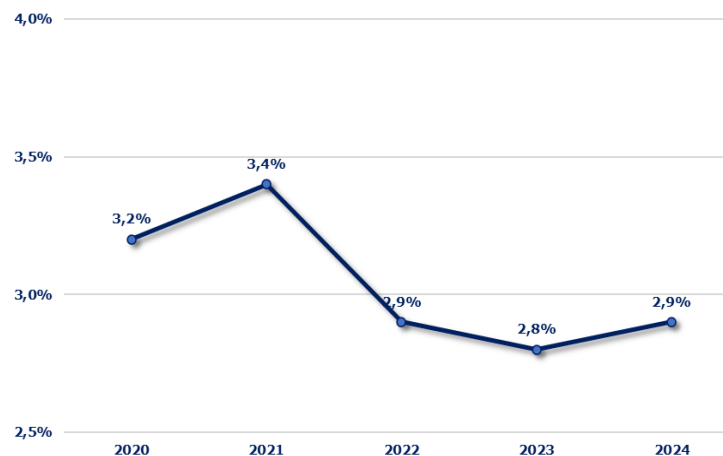


Στην **πολωνική οικονομία** παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ και την στασιμότητα στην συναλλαγματική ισοτιμία του Ζλότυ έναντι του Ευρώ, η ανεργία αυξήθηκε οριακά. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η πολωνική οικονομία αναμένεται να παραμείνει ισχυρή το 2025 και το 2026, υποστηριζόμενη από την έντονη ιδιωτική κατανάλωση και τις επενδύσεις, ενώ οι καθαρές εξαγωγές προβλέπεται να αποτελέσουν τροχοπέδη για την οικονομία. Ο πληθωρισμός υποχώρησε το 2024 και αναμένεται να συνεχίσει την αποκλιμάκωση του το 2025 και το 2026. Παρά την επιδείνωση του δημοσιονομικού ελλείμματος της γενικής κυβέρνησης το 2024, προβλέπεται σταδιακή δημοσιονομική εξυγίανση το 2025 και το 2026.

Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



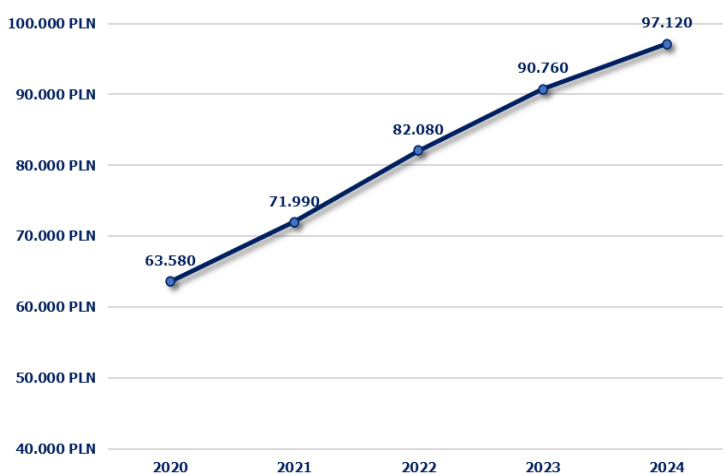
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



PLN/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Πολωνία προς Ελλάδα: 707 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: -6,9%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο
Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο: Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία, Ελλάδα, Τουρκία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 1.340 χιλ. (4%)

Διαν/σεις: 7.121 χιλ. (3%)

Εισπράξεις: € 653 εκατ. (3%)

ΜΚΔ: € 487 Ημ. Δαπ.: € 92

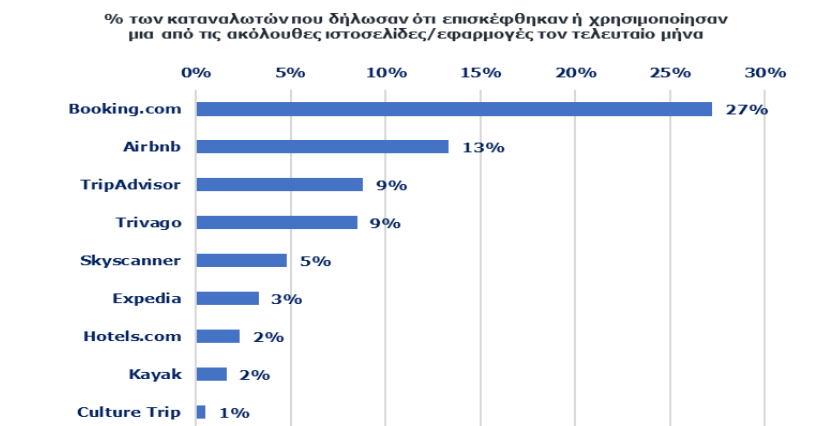
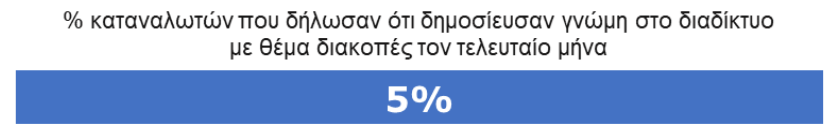
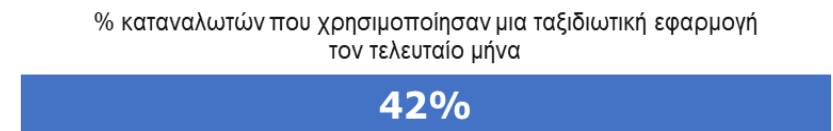
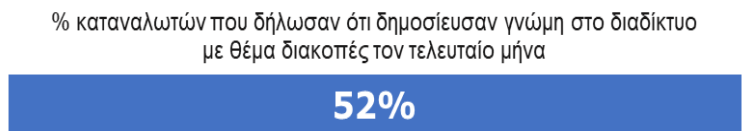
Μέση Διάρκεια Παραμονής: 5,3

Τορ-2 προορισμοί στην Ελλάδα:

Νότιο Αιγαίο, Ιόνια Νησιά



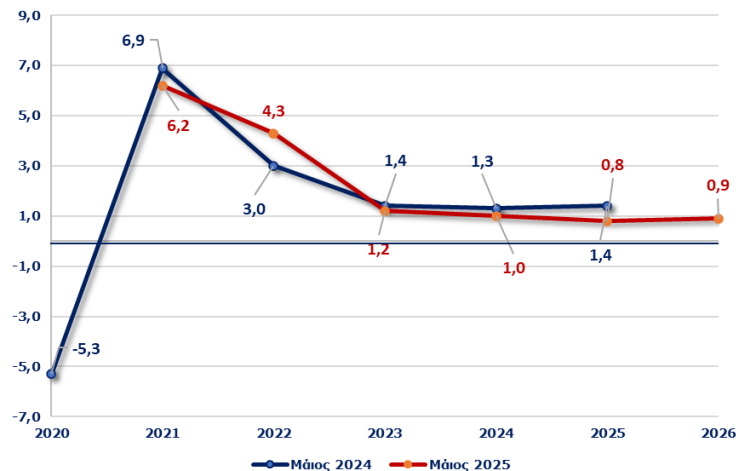
Βέλγιο - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Βελγική αγορά



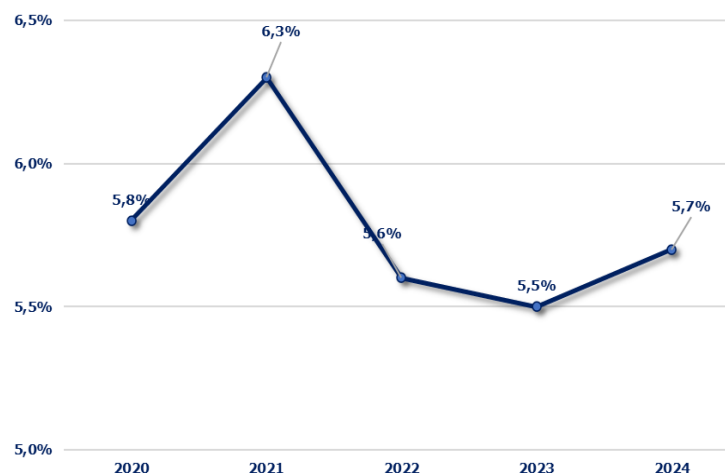


Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ανάπτυξη της **βελγικής οικονομίας** αναμένεται να επιβραθυνθεί στο 0,8% το 2025, κυρίως λόγω της υψηλής παγκόσμιας αβεβαιότητας και της μείωσης των εξαγωγών. Το 2026, προβλέπεται να αυξηθεί ελαφρώς (0,9%), υποστηριζόμενη από τη βελτίωση της εξωτερικής ζήτησης. Το κατά Κεφαλή ΑΕΠ σημείωσε αύξηση ενώ αντίθετα ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε ενώ η ανεργία αυξήθηκε. Ο πληθωρισμός αναμένεται να μειωθεί στο 2,8% το 2025 και στο 1,8% το 2026, λόγω της υποχώρησης των πιέσεων στις τιμές των βιομηχανικών αγαθών και ενέργειας. Το δημοσιονομικό έλλειμμα και το δημόσιο χρέος αναμένεται να αυξηθούν λόγω αυξανόμενων δαπανών για γήρανση, άμυνα και πληρωμές τόκων.

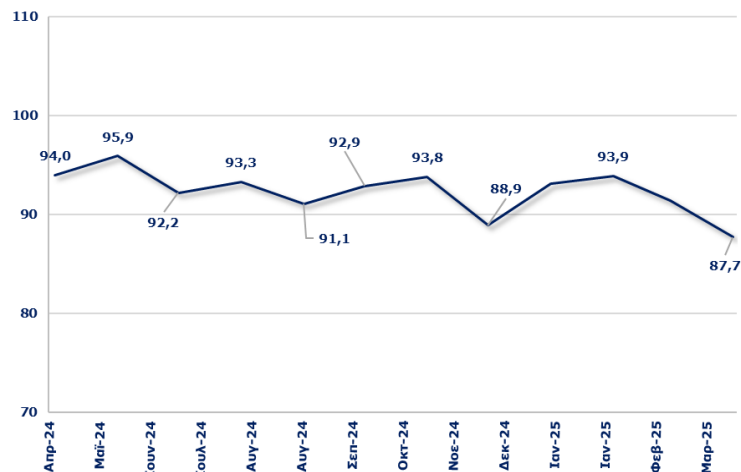
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



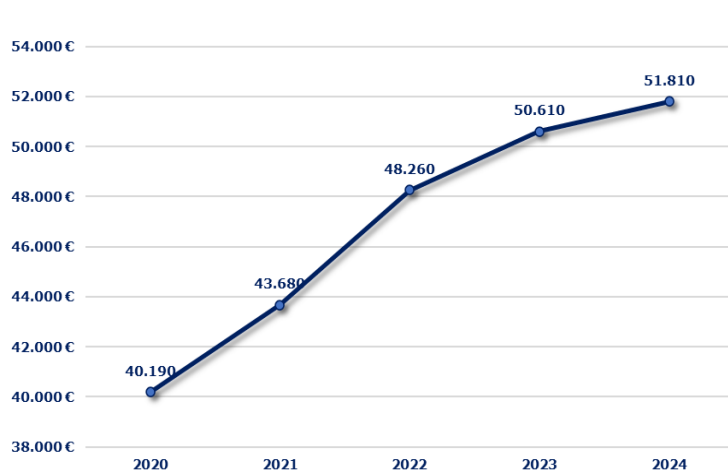
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Βέλγιο προς Ελλάδα: 703 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: +3,8%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Ελλάδα, Πορτογαλία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 920 χιλ. (3%)

Διαν/σεις: 7.348 χιλ. (3%)

Εισπράξεις: € 584 εκατ. (3%)

ΜΚΔ: € 635 Ημ. Δαπ.: € 80

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 8,0

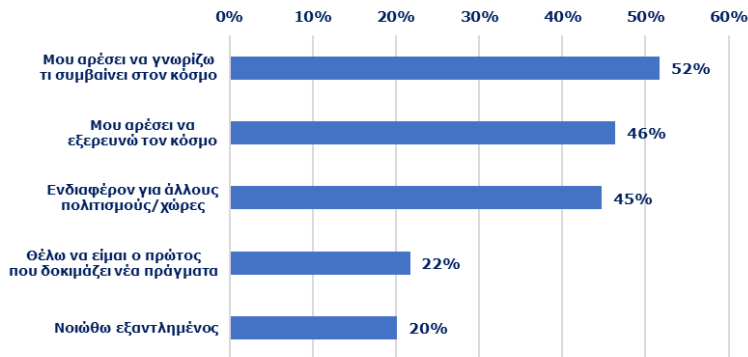
Ο Τορ προορισμός στην Ελλάδα:

Κρήτη



Ρουμανία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Ρουμανική αγορά

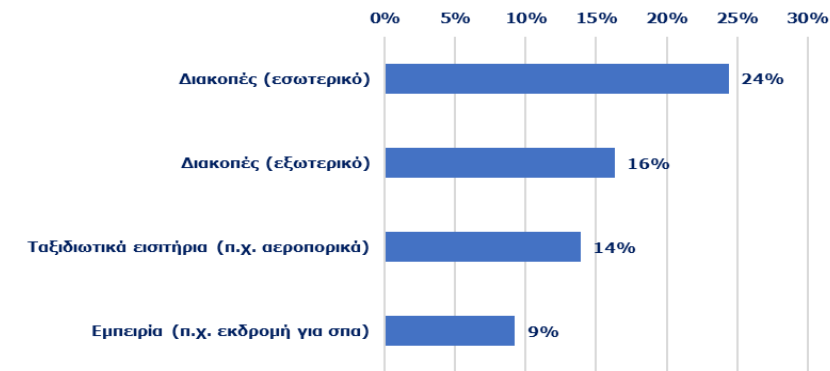
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώνουν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

50%

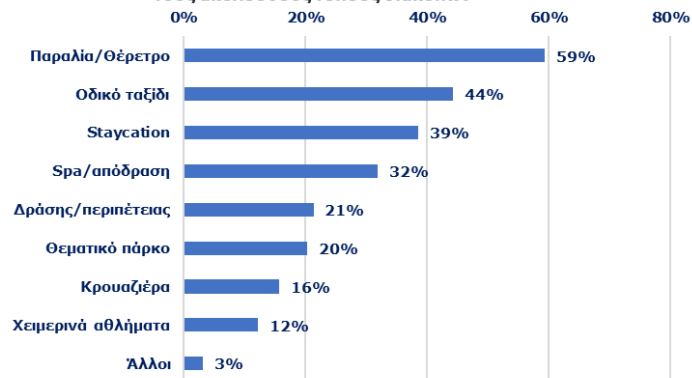
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

47%

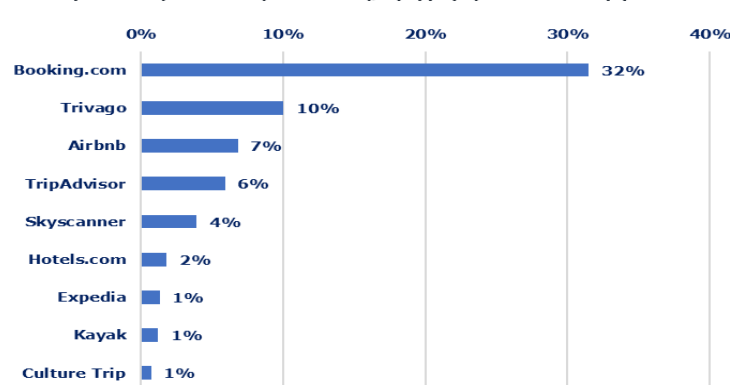
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

7%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



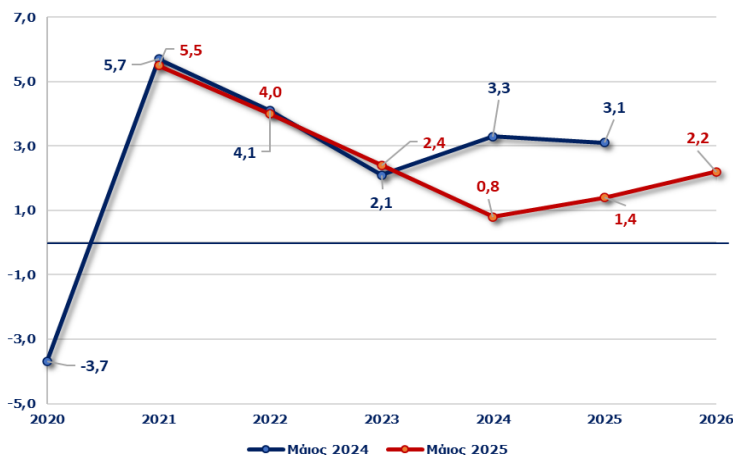
% καταναλωτών που δηλώνουν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



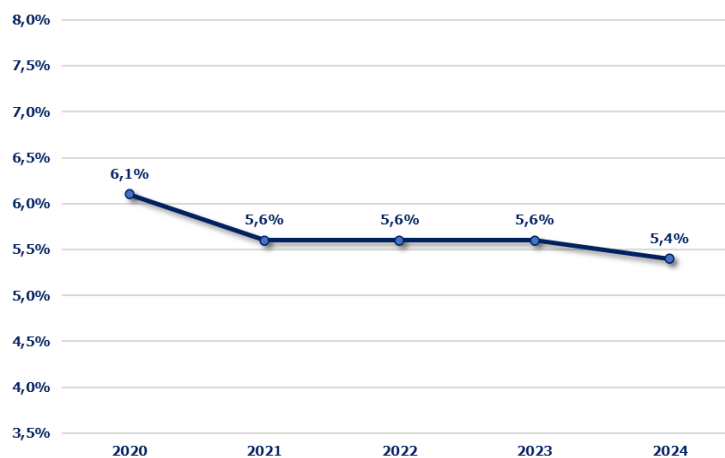


Θετική συγκυρία στην **ρουμάνικη οικονομία**, με μείωση της ανεργίας και αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ ενώ οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η υποτίμηση του Λέου έναντι του Ευρώ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η ρουμανική οικονομία αναμένεται να αναπτυχθεί κατά 1,4% το 2025, παρά τα εμπόδια από τους δασμούς που έχουν επιβάλλει οι ΗΠΑ, αλλά και από την αυξημένη εσωτερική πολιτική και δημοσιονομική αστάθεια, και αναμένεται να επηρεάσουν αρνητικά τις εξαγωγές, το οικονομικό κλίμα και τελικά τις επενδύσεις και την κατανάλωση. Το 2026 η ανάπτυξη προβλέπεται να φτάσει το 2,2%. Ο πληθωρισμός θα παραμείνει υψηλός αλλά μειούμενος, ενώ η ανεργία θα μειωθεί οριακά. Το δημοσιονομικό έλλειμμα θα μειωθεί σταδιακά στο 8,6% του ΑΕΠ το 2025 και στο 8,4% το 2026 (9,3% το 2024).

Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας

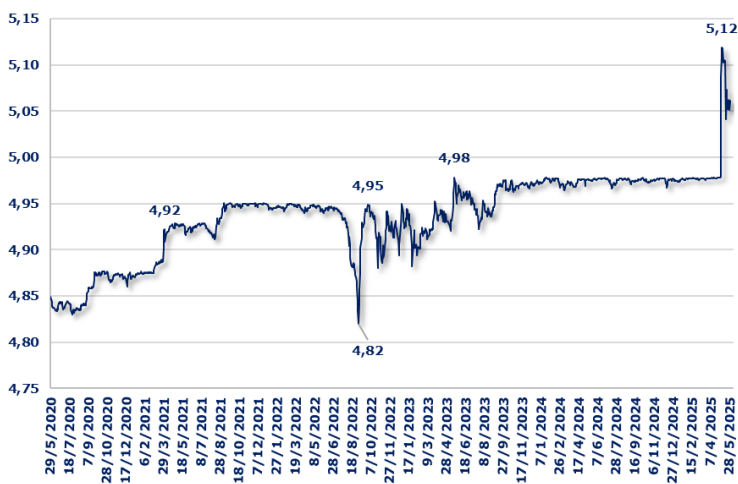


Προγραμματισμός θέσεων από Ρουμανία προς Ελλάδα: 397 χιλ.

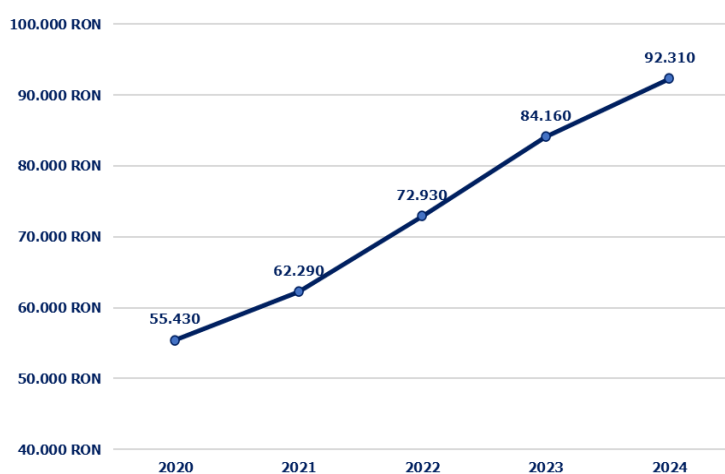
% μεταβολή 2025/24: -5,5%

Η Ελλάδα είναι στην 5^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο
Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο: Ιταλία, Ισπανία, Γαλλία, Τουρκία, Ελλάδα

RON/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 1.408 χιλ. (4%)

Διαν/σεις: 6.649 χιλ. (3%)

Εισπράξεις: € 558 εκατ. (3%)

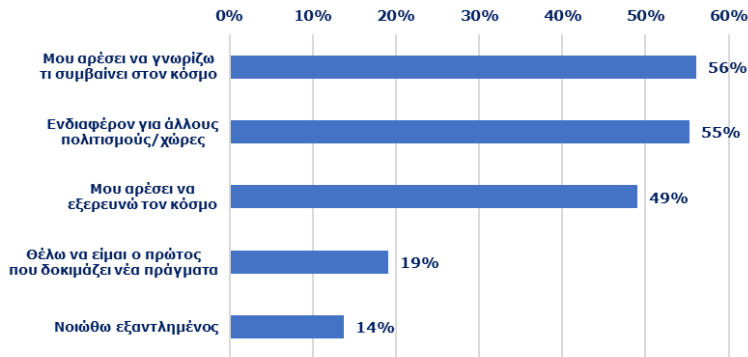
ΜΚΔ: € 396 Ημ. Δαπ.: € 84

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 4,7

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα: Κεντρική Μακεδονία, Αν. Μακεδονία & Θράκη, Θεσσαλία

Αυστρία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Αυστριακή αγορά

% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώναν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι ενδιαφέρονται για ταξίδια

59%

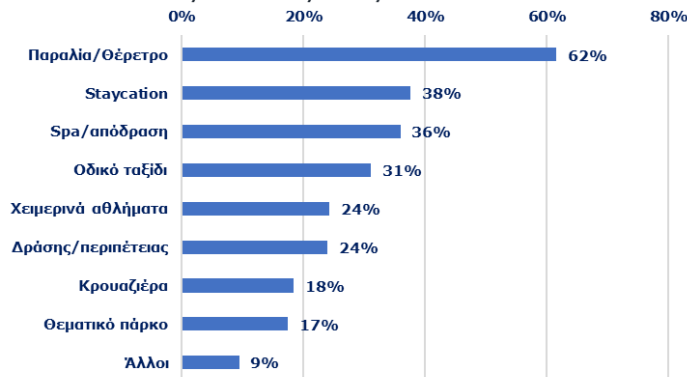
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

50%

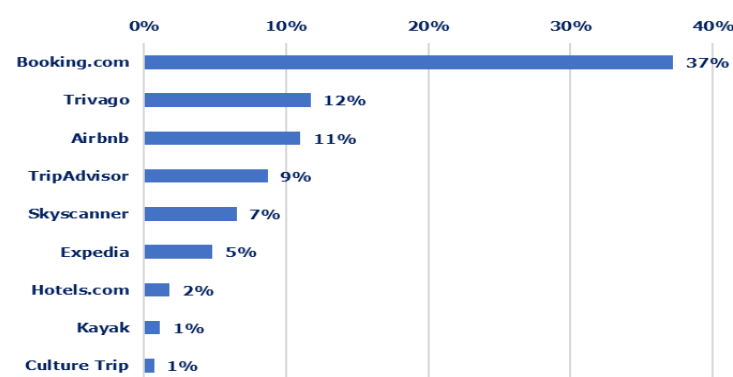
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

10%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



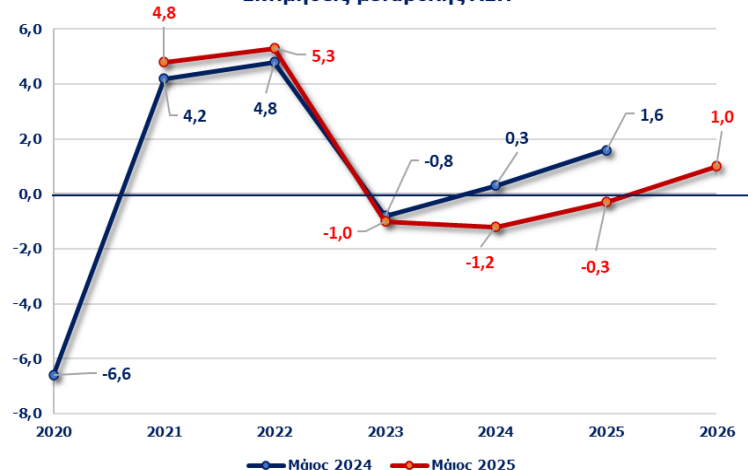
% καταναλωτών που δηλώναν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



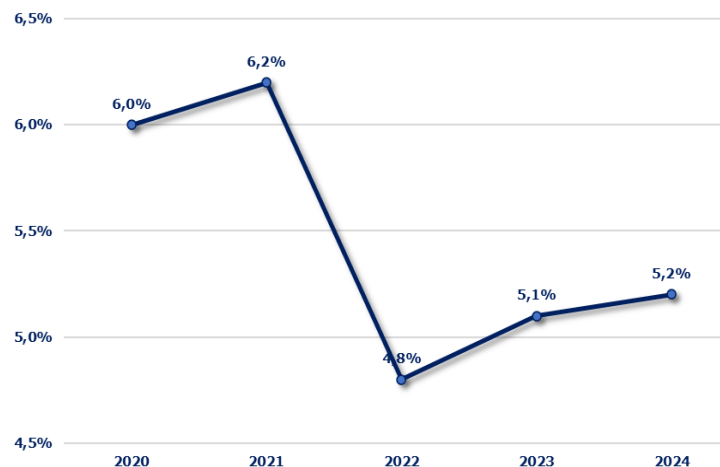


Στην αυστριακή οικονομία παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η ανεργία αυξήθηκε, ο δείκτης οικονομικού κλίματος επιδεινώθηκε ενώ το ΑΕΠ αναμένεται να μειωθεί. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η **αυστριακή οικονομία** προβλέπεται να βιώσει το 2025 το τρίτο συνεχόμενο έτος οικονομικής ύφεσης. Αυτό οφείλεται στη χαμηλή επενδυτική δραστηριότητα, τη συγκρατημένη κατανάλωση και τη μείωση των εξαγωγών, που επιδεινώνονται από τις διεθνείς εμπορικές εντάσεις. Η ανάπτυξη αναμένεται να επανέλθει το 2026. Το δημοσιονομικό έλλειμμα προβλέπεται να ξεπεράσει το 4% του ΑΕΠ τόσο το 2025 όσο και το 2026, ενώ ο λόγος δημόσιου χρέους προ ΑΕΠ αναμένεται να παραμείνει πάνω από το 80%.

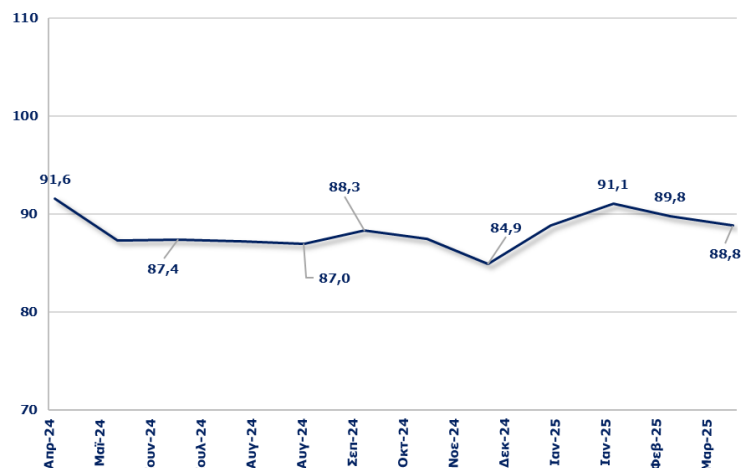
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



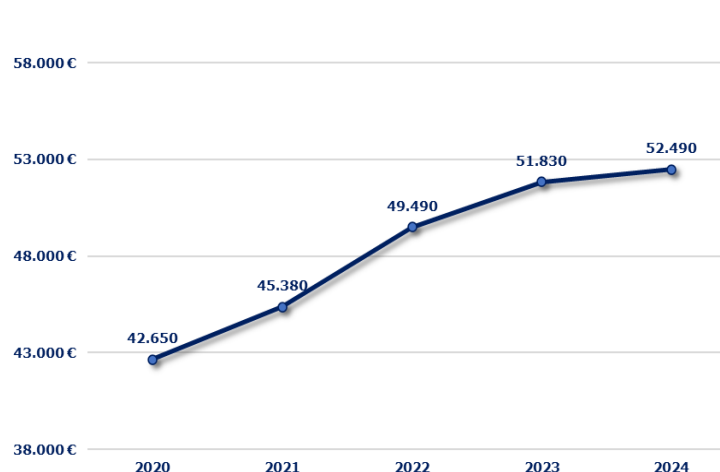
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Δείκτης Οικονομικού Κλίματος



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Αυστρία προς Ελλάδα: 862 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: +8,3%

Η Ελλάδα είναι στην 4^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Τουρκία, Ελλάδα, Γαλλία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 801 χιλ. (2%)

Διαν/σεις: 5.760 χιλ. (2%)

Εισπράξεις: € 546 εκατ. (3%)

ΜΚΔ: € 682

Ημ. Δαπ.: € 95

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,2

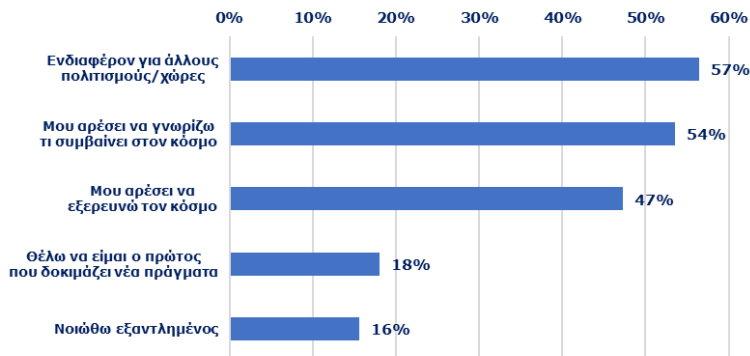
Ο Τορ προορισμός στην Ελλάδα:

Ιόνια Νησιά



Ελβετία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Ελβετική αγορά

% καταναλωτών που δηλώνουν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώνουν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

59%

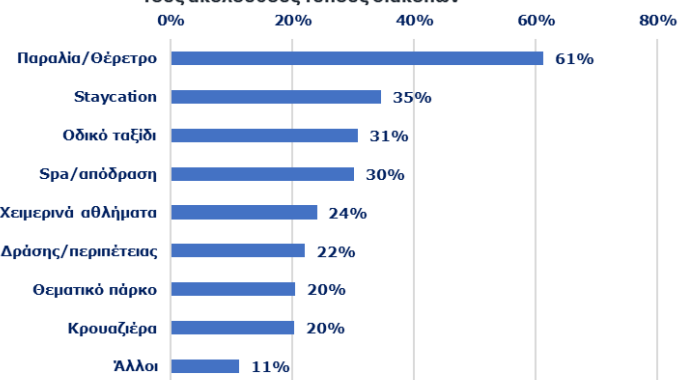
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

72%

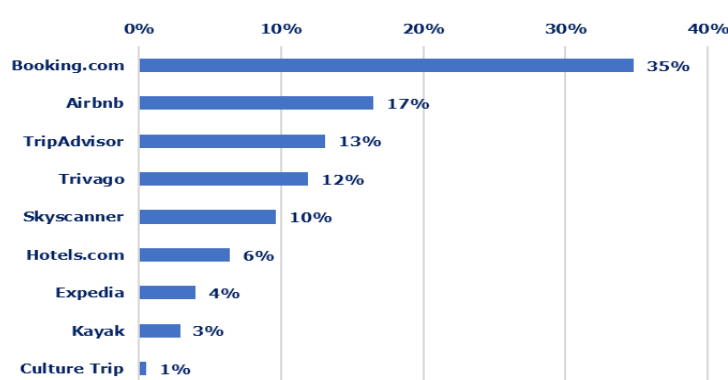
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

9%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα

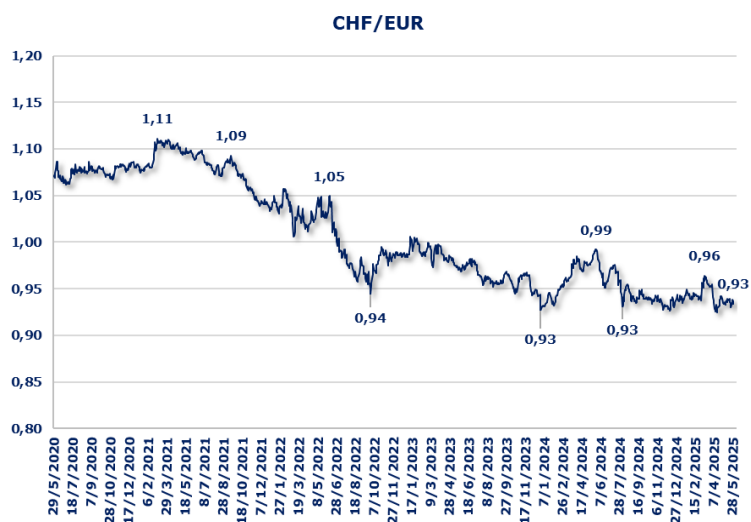


% καταναλωτών που δηλώνουν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες





Παρά την αύξηση της ανεργίας, το κατά Κεφαλή ΑΕΠ αυξήθηκε ενώ οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η ανατίμηση του ελβετικού φράγκου έναντι του ευρώ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η **ελβετική οικονομία** παρουσίασε ανάπτυξη 1,3% το 2024, με βασικό μοχλό την φαρμακοβιομηχανία ενώ η ιδιωτική κατανάλωση ενισχύθηκε από την ανθεκτική αγορά εργασίας και τον χαμηλό πληθωρισμό, λόγω της μείωσης των τιμών ενέργειας και της ισχυρής συναλλαγματικής ισοτιμίας. Για το 2025, προβλέπεται ελαφρά επιβράδυνση της ανάπτυξης κάτω από το 1%, με επιτάχυνση στο 1,5% το 2026. Οι επενδύσεις αναμένεται να παραμείνουν συγκρατημένες, οι εξαγωγές ενδέχεται να επηρεαστούν από τους δασμούς των ΗΠΑ, ο πληθωρισμός θα παραμείνει χαμηλός και η ανεργία σταδιακά θα μειωθεί. Τα δημόσια οικονομικά θα επιδεινωθούν ελαφρώς αλλά το χρέος θα συνεχίσει να υποχωρεί. Κίνδυνος αποτελεί η περαιτέρω ανατίμηση του φράγκου λόγω της διεθνούς αστάθειας.



Προγραμματισμός θέσεων από Ελβετία προς Ελλάδα: 904 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: +1,7%

Η Ελλάδα είναι στην 6^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Πορτογαλία, Τουρκία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 676 χιλ. (2%)

Διαν/σεις: 5.238 χιλ. (2%)

Εισπράξεις: € 493 εκατ. (2%)

ΜΚΔ: € 730 Ημ. Δαπ.: € 94

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,8

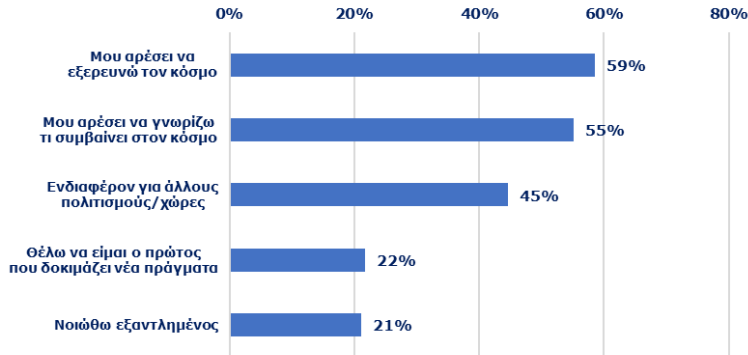
Ο Τορ προορισμός στην Ελλάδα:

Κρήτη



Ισραήλ - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στην Ισραηλινή αγορά

% καταναλωτών που δηλώσαν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώσαν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

48%

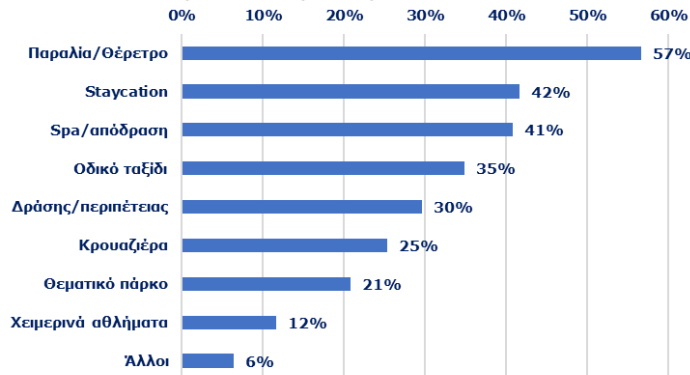
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

42%

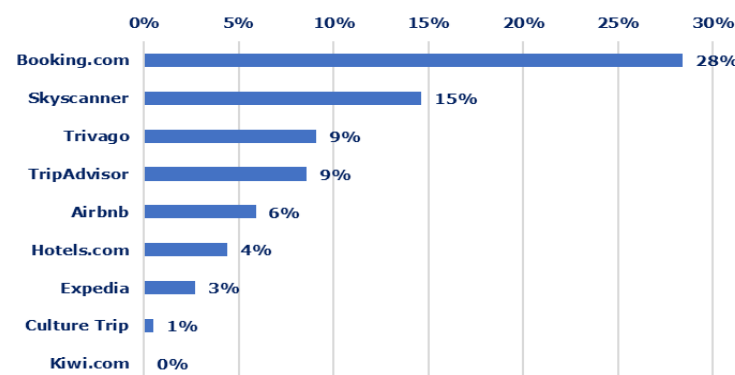
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

5%

% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



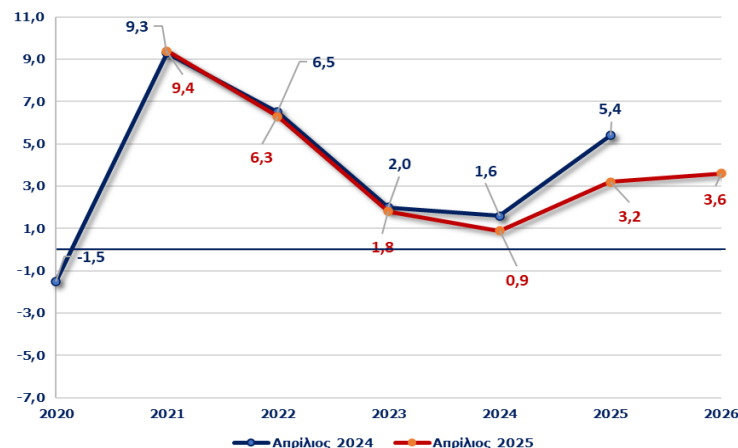
% καταναλωτών που δηλώσαν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



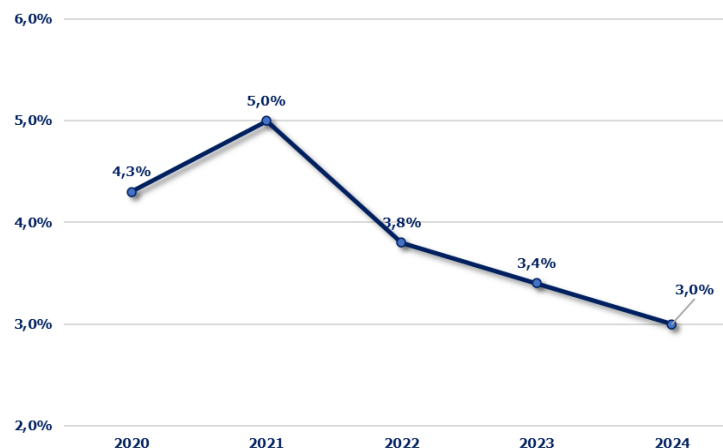


Στην **ισραηλινή οικονομία** παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ και την μείωση της ανεργίας οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η υποτίμηση του Σέκελ έναντι του Ευρώ. Σύμφωνα με το Διεθνές Νομισματικό Ταμείο (IMF) η ισραηλινή οικονομία προβλέπεται να αυξηθεί το 2025 κατά +3,2% σημαντικά μειωμένη σε σχέση με την αντίστοιχη πρόβλεψη του 2024 (+5,4%). Η αναθέρωση αυτή αντικατοπτρίζει τις συνέπειες των συγκρούσεων στην περιοχή, οι οποίες έχουν επηρεάσει αρνητικά την οικονομική δραστηριότητα, τη δημόσια κατανάλωση και τις επενδύσεις. Το ΔΝΤ αναφέρει επίσης, ότι οι προβλέψεις υπόκεινται σε σημαντικούς κινδύνους λόγω της αβεβαιότητας που προκαλούν οι γεωπολιτικές εξελίξεις.

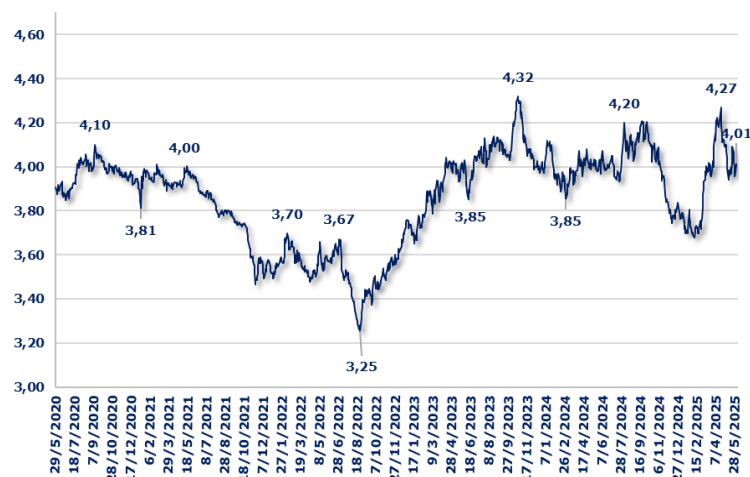
Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



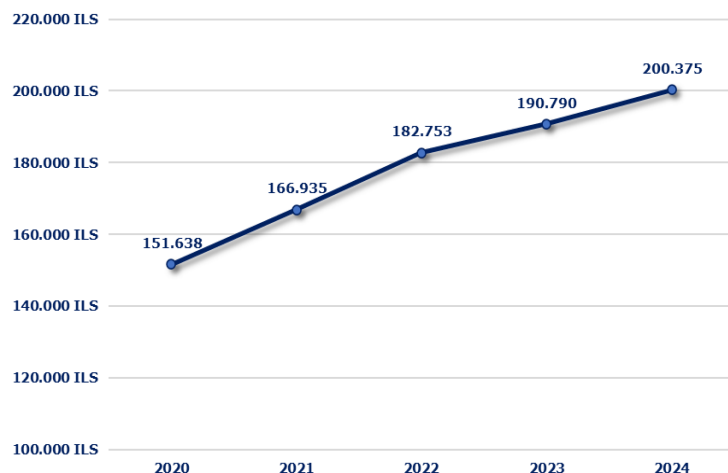
Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



ILS/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Προγραμματισμός θέσεων από Ισραήλ προς Ελλάδα: 1,3 εκατ.

% μεταβολή 2025/24: +42,3%

Η Ελλάδα είναι στην 1^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ελλάδα, Κύπρος, Ιταλία, Γαλλία, Ισπανία

Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 621 χιλ. (2%)

Διαν/σεις: 3.932 χιλ. (2%)

Εισπράξεις: € 419 εκατ. (2%)

ΜΚΔ: € 676 Ημ. Διαπ.: € 107

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 6,3

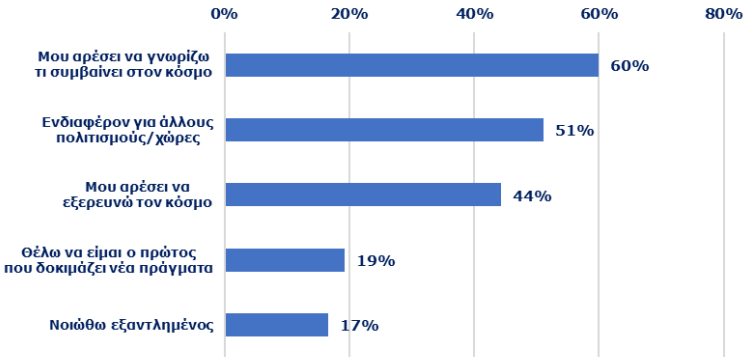
Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

-



Σουηδία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη Σουηδική αγορά

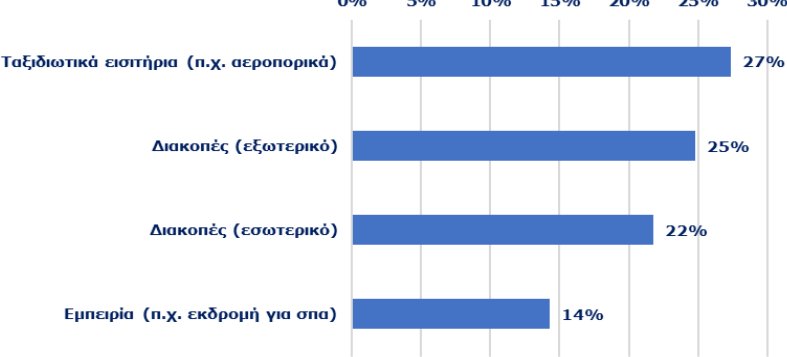
% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώναν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

55%

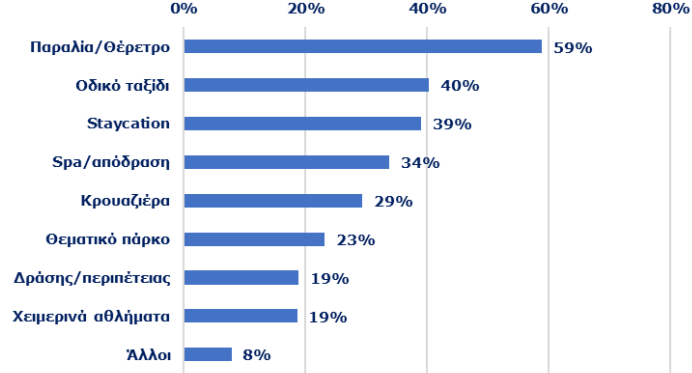
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

40%

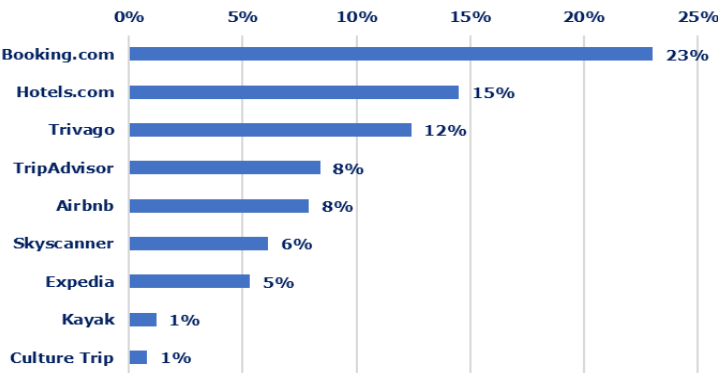
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

6%

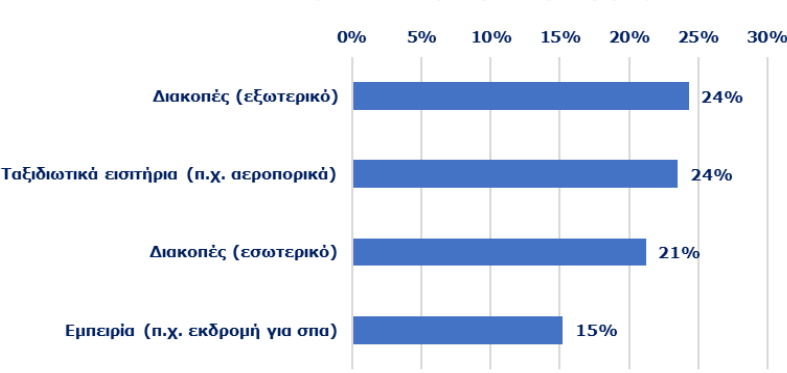
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



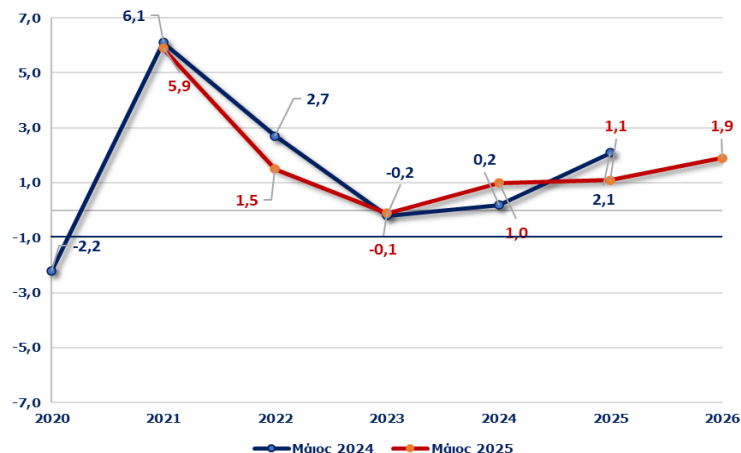
% καταναλωτών που δηλώναν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



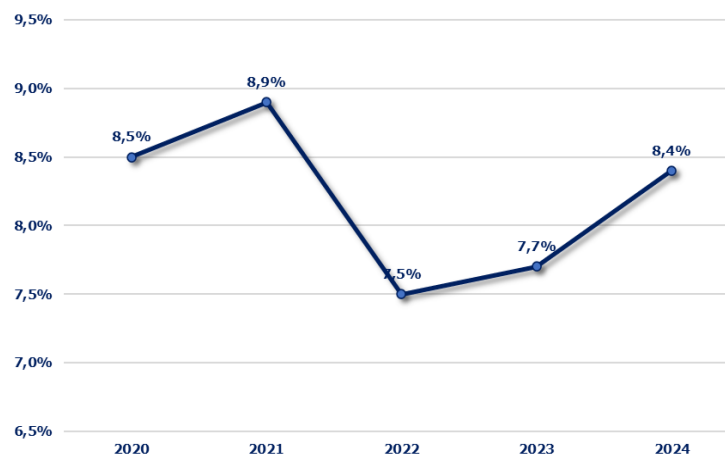


Στην **σουηδική οικονομία**, παρά την αύξηση του κατά Κεφαλή ΑΕΠ, η ανεργία αυξήθηκε ενώ η σουηδική κορώνα ανατιμήθηκε έναντι του Ευρώ. Σύμφωνα με την Ευρωπαϊκή Επιτροπή, η σουηδική οικονομία αναμένεται να παραμείνει υποτονική το 2025 και να ανακάμψει σταδιακά το 2026. Οι διαταραχές στο εμπόριο και στις χρηματοπιστωτικές αγορές αναμένεται να καθυστερήσουν την ανάκαμψη, λόγω του υψηλού βαθμού εξωστρέφειας της σουηδικής οικονομίας. Ο πληθωρισμός προβλέπεται να μειωθεί σταδιακά, ενώ η αγορά εργασίας θα βελτιωθεί αργά. Το δημοσιονομικό έλλειμμα της γενικής κυβέρνησης αναμένεται να παραμείνει σταθερό το 2025 (1,5% το 2024) και να μειωθεί σε λίγο κάτω από το 1% του ΑΕΠ το 2026. Ο λόγος ακαθάριστου χρέους προς ΑΕΠ προβλέπεται να παραμείνει σταθερός, λίγο κάτω από το 34%.

Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



Προγραμματισμός θέσεων από Σουηδία προς Ελλάδα: 381 χιλ.

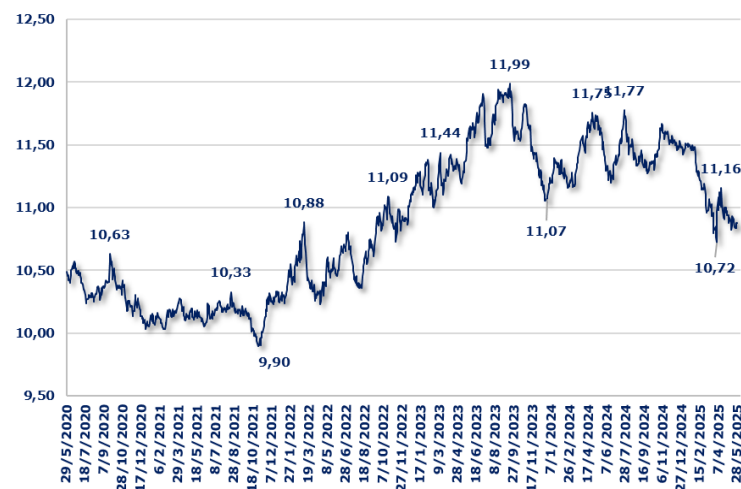
% μεταβολή 2025/24: +16,2%

Η Ελλάδα είναι στην 5^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

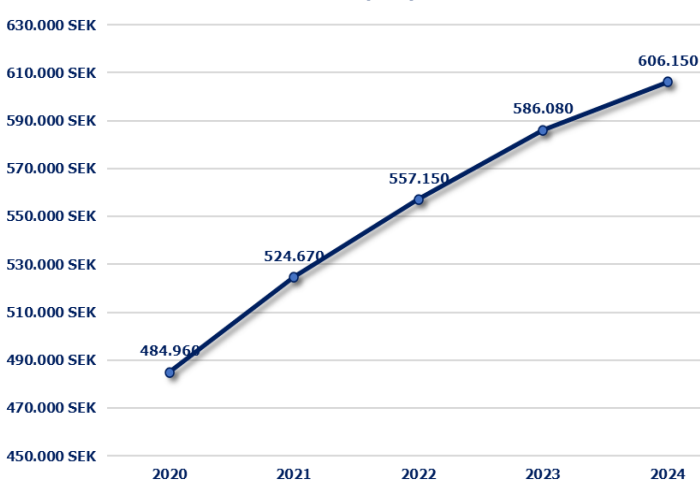
Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:

Ισπανία, Τουρκία, Γαλλία, Ιταλία, Ελλάδα

SEK/EUR



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 470 χιλ. (1%)

Διαν/σεις: 3.572 χιλ. (2%)

Εισπράξεις: € 288 εκατ. (1%)

ΜΚΔ: € 612

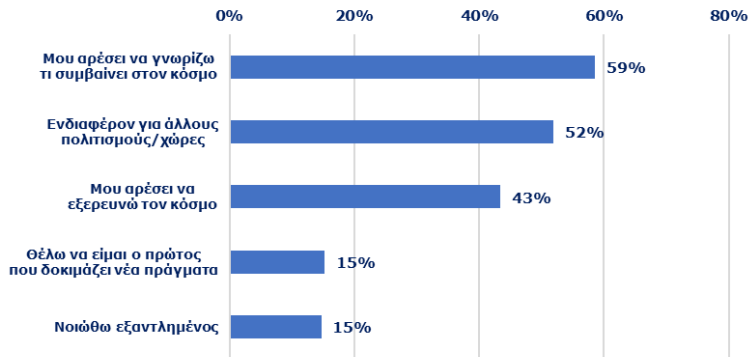
Ημ. Δαπ.: € 81

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,6

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

Δανία - στοιχεία για την κατανάλωση ταξιδιωτικών υπηρεσιών και των παραγόντων που τις επηρεάζουν στη αγορά της Δανίας

% καταναλωτών που δηλώναν ότι τους περιγράφει ένα από τα ακόλουθα



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι τα ακόλουθα επηρεάζουν τα ταξιδιωτικά τους σχέδια - top 10



% καταναλωτών που δηλώναν ότι αγόρασαν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους τελευταίους 3-6 μήνες



% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

53%

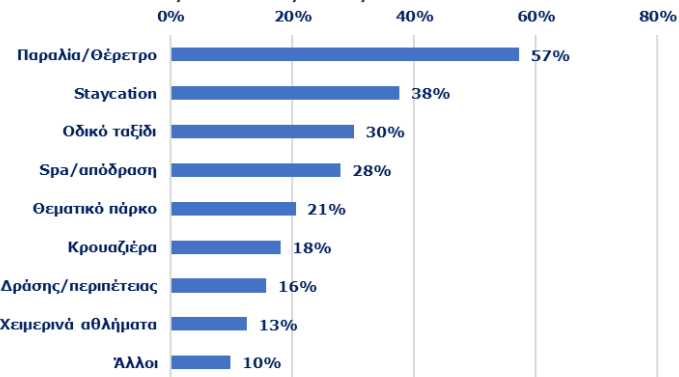
% καταναλωτών που χρησιμοποίησαν μια ταξιδιωτική εφαρμογή τον τελευταίο μήνα

40%

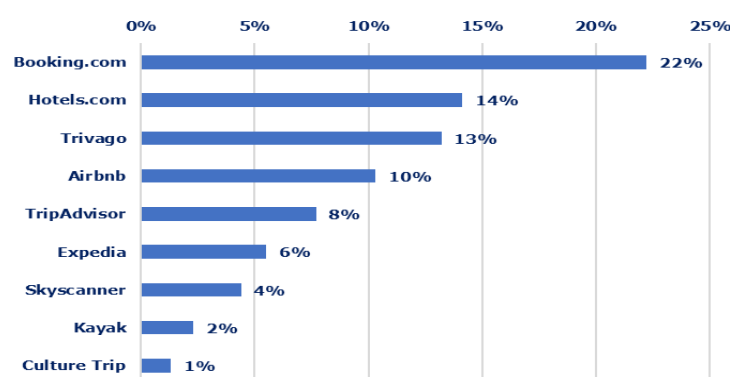
% καταναλωτών που δήλωσαν ότι δημοσίευσαν γνώμη στο διαδίκτυο με θέμα διακοπές τον τελευταίο μήνα

7%

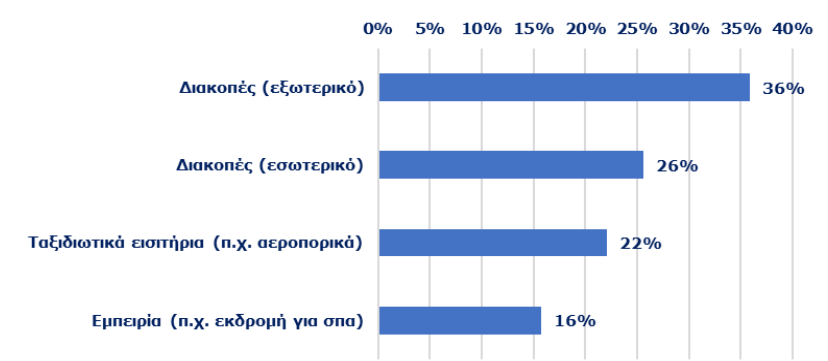
% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι απολαμβάνουν τους ακόλουθους τύπους διακοπών



% των καταναλωτών που δήλωσαν ότι επισκέφθηκαν ή χρησιμοποίησαν μια από τις ακόλουθες ιστοσελίδες/εφαρμογές τον τελευταίο μήνα



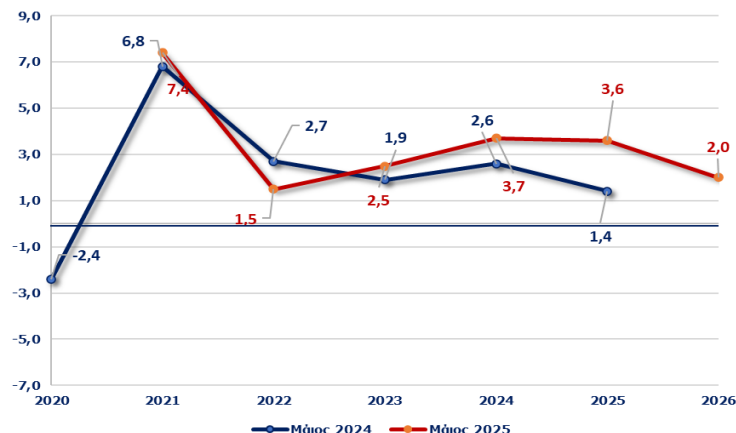
% καταναλωτών που δηλώναν ότι σκέφτονται να αγοράσουν ένα από τα ακόλουθα προϊόντα τους επόμενους 3-6 μήνες



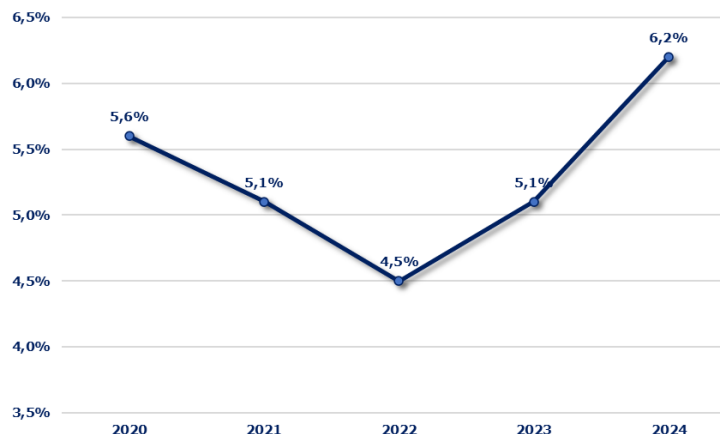


Η **οικονομία της Δανίας** προβλέπεται να αντέξει τις τρέχουσες γεωπολιτικές αβεβαιότητες και να συνεχίσει να αναπτύσσεται το 2025 και 2026, παρά την αύξηση της ανεργίας, το κατά Κεφαλή ΑΕΠ αυξήθηκε ενώ οι τρέχουσες εξελίξεις είναι η αμετάβλητη κατάσταση στην συναλλαγματική ισοτιμία της δανέζικης κορώνας με το Ευρώ. Ο κινητήριο μοχλός ανάπτυξης της δανέζικης οικονομίας είναι η βιομηχανική παραγωγή σε συνδυασμό με την ανανεωμένη εξόρυξη ενέργειας στη Βόρεια Θάλασσα. Τα δημόσια οικονομικά παραμένουν ισχυρά, με συνεχιζόμενα –αν και μειούμενα– πλεονάσματα της γενικής κυβέρνησης για τα έτη 2025 και 2026.

Εκτιμήσεις μεταβολής ΑΕΠ



Ποσοστιαία εξέλιξη της ανεργίας



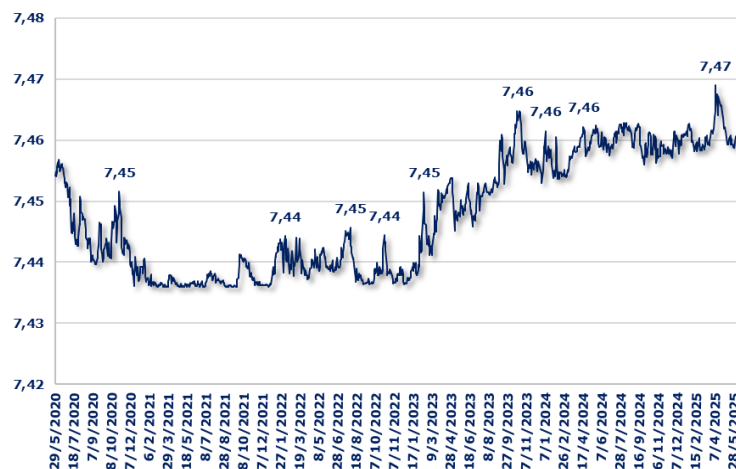
Προγραμματισμός θέσεων από Δανία προς Ελλάδα: 299 χιλ.

% μεταβολή 2025/24: -8,2%

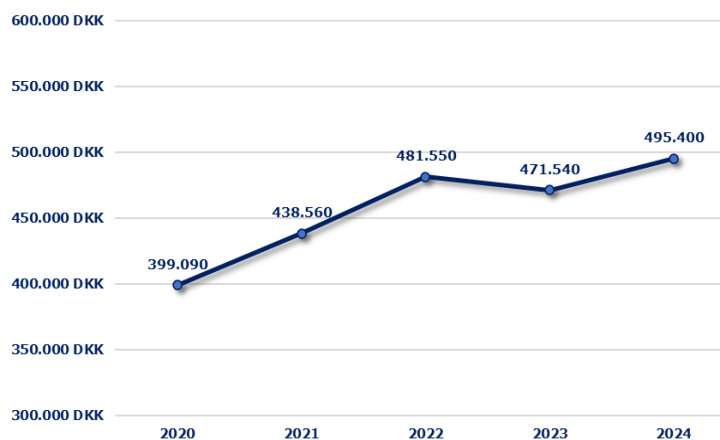
Η Ελλάδα είναι στην 5^η θέση σε σύγκριση με τους ανταγωνιστές της στην Μεσόγειο

Τορ-5 προορισμοί στην Μεσόγειο:
Ισπανία, Ιταλία, Γαλλία, Τουρκία, Ελλάδα

EUR/DKK



Κατά Κεφαλή ΑΕΠ



Εισερχόμενος στην Ελλάδα:

Αφίξεις: 460 χιλ. (1%)

Διαν/σεις: 3.308 χιλ. (1%)

Εισπράξεις: € 275 εκατ. (1%)

ΜΚΔ: € 597 Ημ. Δαπ.: € 83

Μέση Διάρκεια Παραμονής: 7,2

Τορ-3 προορισμοί στην Ελλάδα:

-

Πηγές

- [OAG](#)
- [Έρευνα Συνόρων της Τράπεζα της Ελλάδος, 2024](#)
- [Ευρωπαϊκή Επιτροπή, European Performance and Forecasts \(άνοιξη 2024 - 2025\)](#)
- [IMF – World Economic Outlook April 2024 & April 2025](#)
- [OECD, Δείκτης Ανεργίας 2020–2024](#)
- [Eurostat, Δείκτης Ανεργίας 2020-2024](#)
- [Eurostat, Δείκτης Οικονομικού Κλίματος 2024 - 2025](#)
- [Eurostat, κατά Κεφαλή ΑΕΠ 2020-2024](#)
- [Ευρωπαϊκή Κεντρική Τράπεζα](#)
- [GW](#)
- [UNWTO Barometer](#)



Η παρούσα μελέτη υλοποιήθηκε από το INΣΕΤΕ στο πλαίσιο της Πράξης:

«Αναβάθμιση, μετεξέλιξη και λειτουργία των σύγχρονων και αποτελεσματικών εργαλείων του INΣΕΤΕ, για ενημέρωση και διάχυση της πληροφόρησης στις επιχειρήσεις και στους εργαζομένους στον τουριστικό τομέα: GREEK TOURISM ANALYTICS DASHBOARD – GTAD», με Κωδικό ΟΠΣ (MIS) 6003242, η οποία εντάσσεται στο Πρόγραμμα «Ανταγωνιστικότητα 2021-2027» και συγχρηματοδοτείται από το Ευρωπαϊκό Κοινωνικό Ταμείο (ΕΚΤ+).



Με τη συγχρηματοδότηση
της Ευρωπαϊκής Ένωσης



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ 2021 – 2027
ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΤΙΚΟΤΗΤΑ

Ινστιτούτο ΣΕΤΕ
Βουκουρεστίου 32,
10671 Αθήνα
t: +302103244368
e: info@insete.gr
www.insete.gr