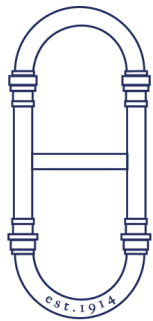


THESSALONIKI
HOTELS
ASSOCIATION



Προφίλ & Ικανοποίηση Τουριστών Απόδοση Ξενοδοχείων της Θεσσαλονίκης

ΑΠΡΙΛΙΟΣ 2024



THESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

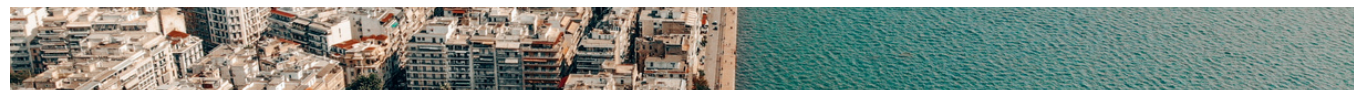
ΕΙΣΑΓΩΓΗ

κ. Ανδρέα Μανδρίνου

Προέδρου ΕΞΘ

Η αποτύπωση της τουριστικής εικόνας της Θεσσαλονίκης μέσα από τις ετήσιες έρευνες απόδοσης των ξενοδοχείων της και ικανοποίησης των επισκεπτών της, αποτελεί για εμάς την ξενοδοχειακή οικογένεια της περιοχής ένα σημαντικό εργαλείο στις συνεχείς προσπάθειές μας για τη βελτίωση των υπηρεσιών μας. Είμαστε όμως βέβαιοι ότι αυτές οι έρευνες, τις οποίες η Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης με συνέπεια διεξάγει από το 2010 με την ουσιαστική συμβολή της εταιρείας αναλύσεων “GBR Consulting”, αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο και για τους υπόλοιπους εμπλεκόμενους με τον τουρισμό τοπικούς φορείς, αφού μέσα από τα αποτελέσματά τους αναδεικνύονται σε βάθος χρόνου τόσο τα πλεονεκτήματα του προορισμού, όσο και τα κακώς κείμενά του.

Το 2023 υπήρξε η πρώτη χρονιά μετά την πανδημία του covid-19 που η Θεσσαλονίκη – για τα δεδομένα της – κινήθηκε τουριστικά σε ικανοποιητικά επίπεδα, αφού η καθημερινότητα επανήλθε σε πλήρως φυσιολογικούς ρυθμούς. Ωστόσο, από τα αποτελέσματα της φετινής έρευνας διαφαίνεται ακόμη πιο επιτακτική η ανάγκη οργανωμένου σχεδίου ανάπτυξης της, αφού το 2023 ήταν η χρονιά που στις ερωτήσεις της έρευνας εάν οι επισκέπτες της θα σύστηναν τη Θεσσαλονίκη σε άλλους και εάν επιθυμούν να την επισκεφθούν ξανά, τα ποσοστά 92% & 91% αντίστοιχα, ήταν τα χαμηλότερα των τελευταίων ετών. Επίσης, το 2023 ήταν η χρονιά κατά την οποία η Θεσσαλονίκη αξιολογήθηκε συνολικά με το χαμηλότερο βαθμό (7,8) των τελευταίων ετών.



Για μία ακόμη χρονιά επιβεβαιώθηκε η ταυτότητα της Θεσσαλονίκης ως πόλη της γαστρονομίας και της διασκέδασης, αφού οι κύριοι λόγοι επιλογής της τόσο για τους Έλληνες όσο και για τους αλλοδαπούς συνέχισαν να είναι η νυχτερινή ζωή/ διασκέδαση, το φαγητό και τα ψώνια.

Δυστυχώς τα «μελανά» σημεία της πόλης όχι μόνον παρέμειναν ακριβώς τα ίδια (δρόμοι & πεζοδρόμια, δημόσια καθαριότητα, ηχορύπανση & ατμοσφαιρική ρύπανση, μέσα μαζικής μεταφοράς, πράσινο), αλλά και έλαβαν τη χαμηλότερη αξιολόγηση της περιόδου 2015-2023. Ευτυχώς η νέα δημοτική αρχή δείχνει με το έργο της μέχρι τώρα, ότι θα υπάρξει βελτίωση σε αυτούς τους τομείς και αυτό είναι πολύ ενθαρρυντικό για το άμεσο μέλλον.

Η φετινή έρευνα έδειξε ότι την χρονιά του 2023 τα ξενοδοχεία της περιοχής διατήρησαν την υψηλή αξιολόγησή τους (8,7) τόσο όσον αφορά τις εγκαταστάσεις τους, όσο και αναφορικά με τη σχέση μεταξύ τιμής/ποιότητας (8,3). Ωστόσο, η σταθερή ικανοποίηση των επισκεπτών από τις ξενοδοχειακές υποδομές της Θεσσαλονίκης-που βελτιώνονται και ενισχύονται με νέες μονάδες- δεν ήταν αρκετή για να αλλάξει την εικόνα των οικονομικών στοιχείων των ξενοδοχείων, αφού για μία ακόμη χρονιά η Θεσσαλονίκη παρέμεινε στην τελευταία θέση όσον αφορά τόσο στη μέση τιμή δωματίου, όσο και στα έσοδα ανά διαθέσιμο δωμάτιο στη συγκριτική αξιολόγηση (benchmarking) μεταξύ της πόλης μας και άλλων δέκα αντιστοίχου μεγέθους ευρωπαϊκών πόλεων. Αυτό μπορεί να αλλάξει μόνο εάν η πόλη κάνει επαγγελματικά βήματα στην τουριστική της ανάπτυξη, κάτι που αποτελεί ευχή εδώ και πολλά χρόνια δίχως όμως να γίνεται πράξη.

Η Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης ευχαριστεί θερμά όλους όσους συνέβαλαν στην επιτυχία και της φετινής Έρευνας. Τους επισκέπτες που συμμετείχαν εθελοντικά στην έρευνα, τα ξενοδοχεία-μέλη της για τη σημαντική υποστήριξή τους και φυσικά την εταιρεία GBR Consulting. Η Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης ευχαριστεί επίσης την τράπεζα ATTICA BANK και την εταιρία CROSS BUSINESS TRAINING για τη χορηγία της εκπόνησης και του δημιουργικού της έρευνας, καθώς και τον αποκλειστικό χορηγό αερομεταφορών, την αεροπορική εταιρεία Aegean Airlines που στηρίζει τις δράσεις της Ένωσης.





ΕΙΣΑΓΩΓΗ

κ. Stefan Merkenhof

Managing Consultant



Η Θεσσαλονίκη βρίσκεται σε σημείο καμψής.

Τα αποτελέσματα της μελέτης του 2023 «Προφίλ & Ικανοποίηση Τουριστών - Απόδοση Ξενοδοχείων της Θεσσαλονίκης» δείχνουν ότι υπήρξε ελάχιστη πρόοδος:

- Στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης, το 2023 σε σύγκριση με το 2019 οι διεθνείς αφίξεις αυξήθηκαν μόλις 0,8%. Να σημειωθεί ότι διακόπηκε η σύνδεση με την αγορά της Ρωσίας και ότι το 2021 η Ellinair σταμάτησε τη λειτουργία της. Την περίοδο 2019 - 2023 το μοτίβο εποχικότητας των αφίξεων αλλοδαπών παρέμεινε αμετάβλητο,
- Το 2023 σε σύγκριση με το 2019, οι οδικές αφίξεις στα σημεία εισόδου του Προμαχώνα που συνδέουν τη Θεσσαλονίκη με την Σόφια μειώθηκαν κατά 29% και των Ευζώνων που τη συνδέουν με τα Σκόπια μειώθηκαν κατά 5%. Ωστόσο, τη συγκεκριμένη περίοδο οι διανυκτερεύσεις των Ρουμάνων και των Βούλγαρων δεν επηρεάστηκαν και μάλιστα αυξήθηκαν,
- Επίσης, οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης παρέμειναν σταθερές, με μείωση 1% στις διανυκτερεύσεις των αλλοδαπών και 1% αύξηση των Ελλήνων,
- Το 2023, το μείγμα των διανυκτερεύσεων των κύριων αγορών του εξωτερικού παρέμεινε σταθερό σε σύγκριση με το 2015. Από τη μία πλευρά χάθηκε η Ρωσική αγορά, από την άλλη αυξήθηκε το μερίδιο των επισκεπτών από τις ΗΠΑ,
- Συγκρίνοντας το 2023 με το 2019, η πληρότητα σημείωσε μείωση της τάξης του 4,2%, και ταυτόχρονα αυξήθηκε το ξενοδοχειακό δυναμικό της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης κατά 4 μονάδες και 285 δωμάτια, μία αύξηση της τάξης του 1,4% και 3,5% αντίστοιχα,
- Την ίδια περίοδο, σε ένα περιβάλλον υψηλού πληθωρισμού και αυξανόμενου κόστους λειτουργίας, η Μέση Τιμή Δωματίου αυξήθηκε κατά 25%. Συγκρίνοντάς την με τις ευρωπαϊκές ανταγωνιστικές πόλεις, η Θεσσαλονίκη είχε τη χαμηλότερη Μέση Τιμή Δωματίου το 2023,
- Η ικανοποίηση των επισκεπτών σημείωσε περαιτέρω μείωση σε όλους σχεδόν τους δείκτες. Μόνο ορισμένοι δείκτες παρέμειναν σταθεροί, ενώ κανένας από αυτούς δεν βελτιώθηκε κατά την περίοδο 2015 – 2023. Η συνολική βαθμολογία αξιολόγησης από την εμπειρία των επισκεπτών στην πόλη, μειώθηκε από 8,1 το 2019, σε 7,9 το 2022 και σε 7,8 το 2023. Ωστόσο, άνω του 90% των επισκεπτών στα ξενοδοχεία θα σύστηναν τη Θεσσαλονίκη και θα την επισκέπτονταν ξανά. Ο βαθμός για τα ξενοδοχεία και τη σχέση ποιότητας / τιμής παρέμεινε σταθερός σε σύγκριση με το 2022 στα 8,7 και 8,3 αντίστοιχα,
- Η αγορά βραχυχρόνιας μίσθωσης, η οποία παραμένει σε μεγάλο βαθμό χωρίς κανονισμούς και επηρεάζει την τοπική κοινωνία, έφτασε τις 3.600 μονάδες στο Δήμο της Θεσσαλονίκης ενώ τα δωμάτια ξενοδοχείων ανέρχονται σε 4.800.





Το θετικό είναι ότι ο τομέας της κρουαζιέρας αναπτύχθηκε από μόλις 6 αφίξεις κρουαζιερόπλοιων το 2019 σε 68 το 2023 με 4.865 και 60.900 επιβάτες κρουαζιέρας αντίστοιχα.

Επίσης, από πλευράς υποδομών η Θεσσαλονίκη παραμένει «πίσω». Ορισμένα βασικά έργα υποδομής δεν έχουν ξεκινήσει ή βρίσκονται στο στάδιο του σχεδιασμού ή βρίσκονται σε εξέλιξη, όπως η κατάσταση των οδικών συνόρων, η πρόσβαση από και προς το αεροδρόμιο, η ανάπλαση της Διεθνούς Έκθεσης Θεσσαλονίκης, το παραλιακό μέτωπο και οι χώροι στάθμευσης, ενώ οι εργασίες του έργου flyover έχουν διακοπεί προσωρινά από το ΣτΕ.

Ωστόσο, από την άλλη, εάν κάποια στιγμή παραδοθούν όλα τα μεγάλα έργα υποδομής, εάν στο τέλος του 2024 λειτουργήσουν οι 13 σταθμοί του μετρό, εάν ο Δήμος Θεσσαλονίκης παραδώσει πραγματικά τα έργα που χρειάζονται για την ασφάλεια, την καθαριότητα, την ποιότητα πεζοδρομίων & δρόμων, πράσινο και πάρκινγκ, η Θεσσαλονίκη θα γίνει πραγματικά ελκυστική πόλη για τους κατοίκους και τους επισκέπτες της και θα μπορέσει να προσελκύσει νέες αγορές και τουρίστες με την υποστήριξη ενός νέου στρατηγικού σχεδίου που θα συμμετέχουν όλοι οι εμπλεκόμενοι φορείς.

Οι τουρίστες θα έχουν εύκολη πρόσβαση και θα απολαύσουν το 'vibe' της Θεσσαλονίκης με τον πλούσιο πολιτισμό της και την ιστορία της μέσω των υφιστάμενων και των νέων μουσείων & των αρχαιολογικών χώρων της ευρύτερης περιοχής, τη γαστρονομία, τις επιλογές διασκέδασης, τις εμπορικές εγκαταστάσεις, τις εκδηλώσεις και τέλος, τους ντόπιους, η συμπεριφορά των οποίων είναι πάντα από τα κορυφαία στοιχεία της εμπειρίας. Στον ξενοδοχειακό τομέα, έχουν πραγματοποιηθεί επενδύσεις και πολλά νέα έργα βρίσκονται στα σκαριά, συμπεριλαμβανομένων νέων ξενοδοχείων με διεθνή brands και εθνικών αλυσίδων.



Προφίλ & Ικανοποίηση Τουριστών

Απόδοση Ξενοδοχείων της Θεσσαλονίκης

Απρίλιος 2024

gbr
consulting



Χαρακτηριστικά Έρευνας



- ▶ ΜΕΘΟΔΟΣ: Ερωτηματολόγια
- ▶ ΔΕΙΓΜΑ: ~1.450 Ερωτηματολόγια
- ▶ ΠΕΡΙΟΔΟΣ: Σεπτέμβριος – Δεκέμβριος 2023 & Ιανουάριος 2024

Μέλη της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης όλων των κατηγοριών





Συνοπτική επισκόπηση



Διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία

Δ 2023 / 2019

Σύνολο: - 0,1%

-Έλληνες: + 1%

-Αλλοδαποί: - 1%



Αεροπορικές αφίξεις

Δ 2023 / 2019

Σύνολο: + 2,4%

-Εσωτερικού: + 6,0%

-Εξωτερικού: + 0,8%



Οδικές αφίξεις

Δ 2023 / 2019

Προμαχώνας: - 29%

Εύζωνοι: - 5%



Αφίξεις κρουαζιέρας

Κρουαζιερόπλοια

2023: 68 / 2019: 6

Επιβάτες

2023: 60.900 / 2019: 4.865



Απόδοση ξενοδοχείων

Δ 2023 / 2019

Πληρότητα: - 4,2%

Μέση Τιμή Δωματίου: + 25,0%



Ξενοδοχειακό δυναμικό

Δ 2023 / 2019

Μονάδες: + 1,4%

Δωμάτια: + 3,5%



Καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης

2023

Π.Ε. Θεσσαλονίκης: 4.100

Δήμος Θεσσαλονίκης: 3.600



Συνολική ικανοποίηση

Βαθμός αξιολόγησης

2023: 7,8

2022: 7,9

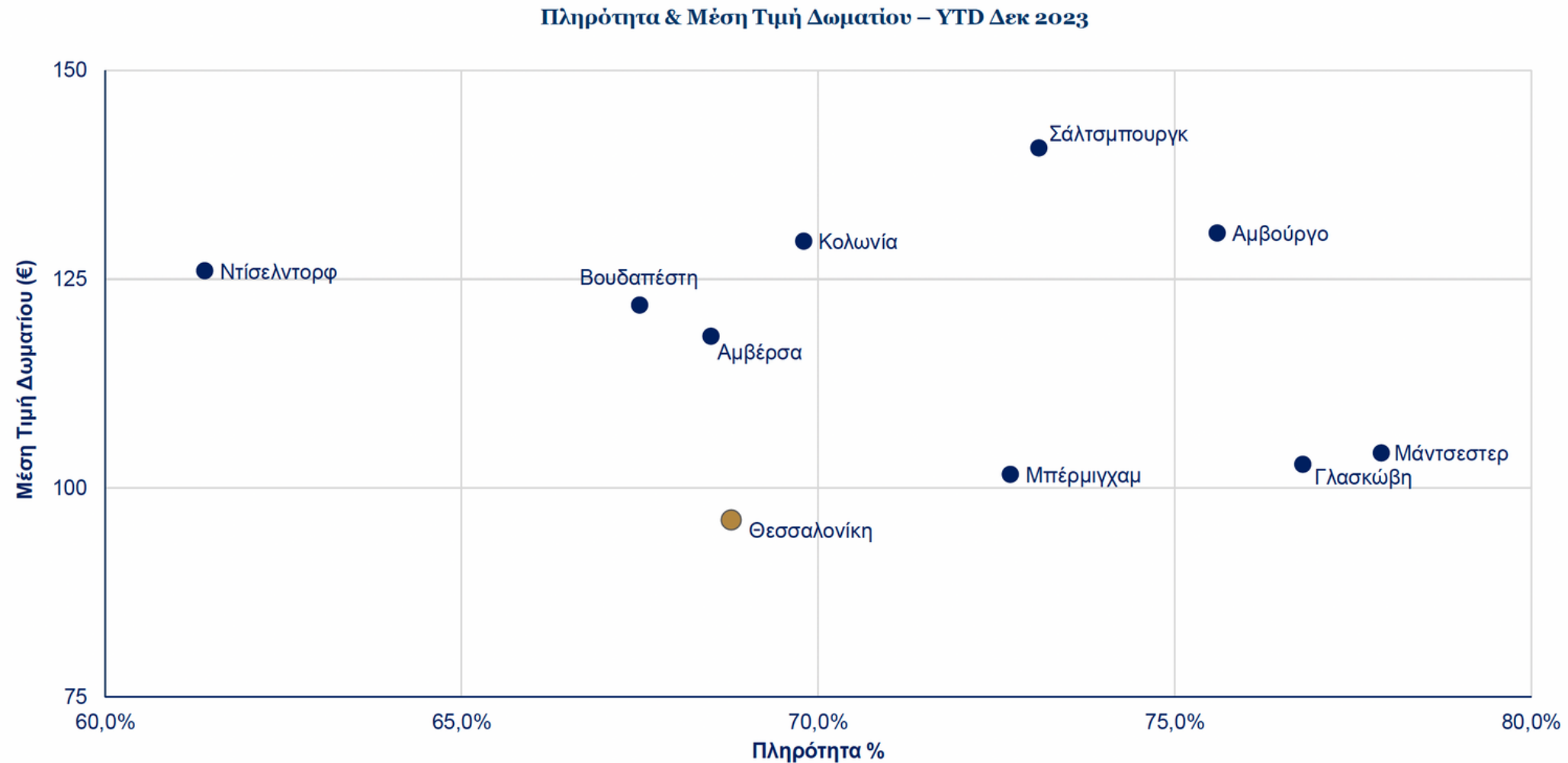
2019: 8,1

Θεσσαλονίκη vs Ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις

Η πληρότητα των ξενοδοχείων της Θεσσαλονίκης ήταν υψηλότερη από του Ντίσελντορφ και της Βουδαπέστης, ενώ τα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης κατέγραψαν τη χαμηλότερη Μέση Τιμή Δωματίου από όλες τις πόλεις.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION



Πηγή: GBR Consulting, STR Global

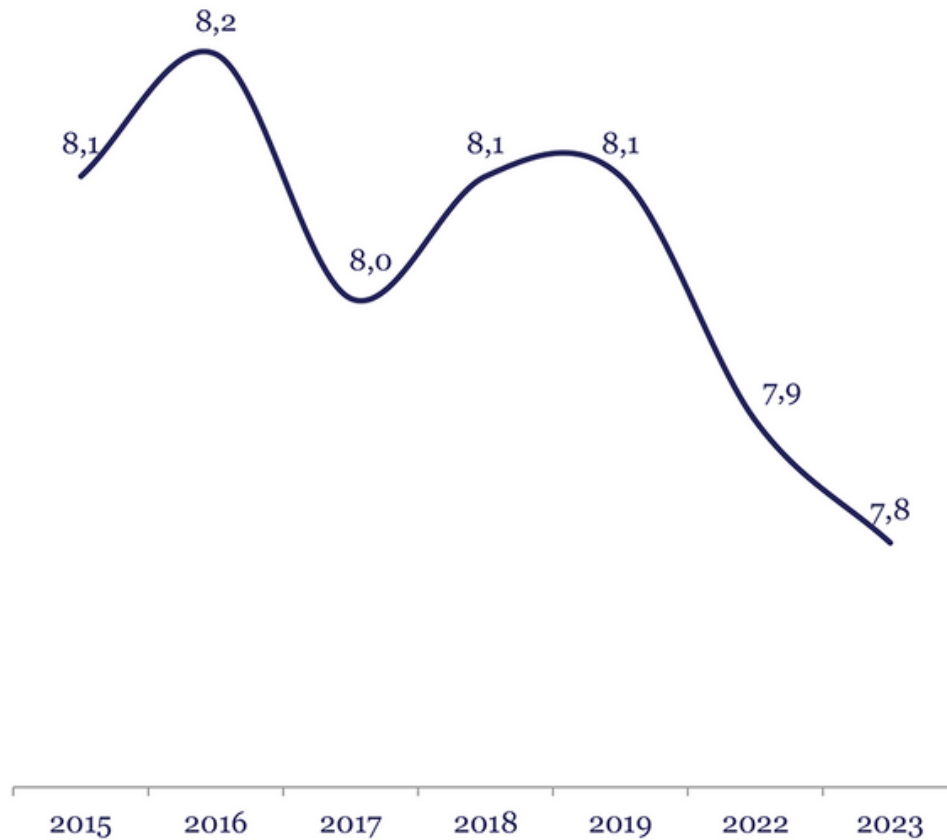
Αξιολόγηση

Το 2023 ήταν η χρονιά κατά την οποία η Θεσσαλονίκη αξιολογήθηκε συνολικά με το χαμηλότερο βαθμό των τελευταίων ετών. Η διασκέδαση / αναψυχή και η συμπεριφορά των κατοίκων αξιολογήθηκαν υψηλά με 8,5, ενώ η δημόσια καθαριότητα αξιολογήθηκε με μόλις 5,4.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Συνολική αξιολόγηση 2015 – 2023



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

Αξιολόγηση της εμπειρίας

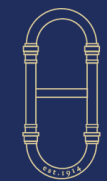




Ζήτηση

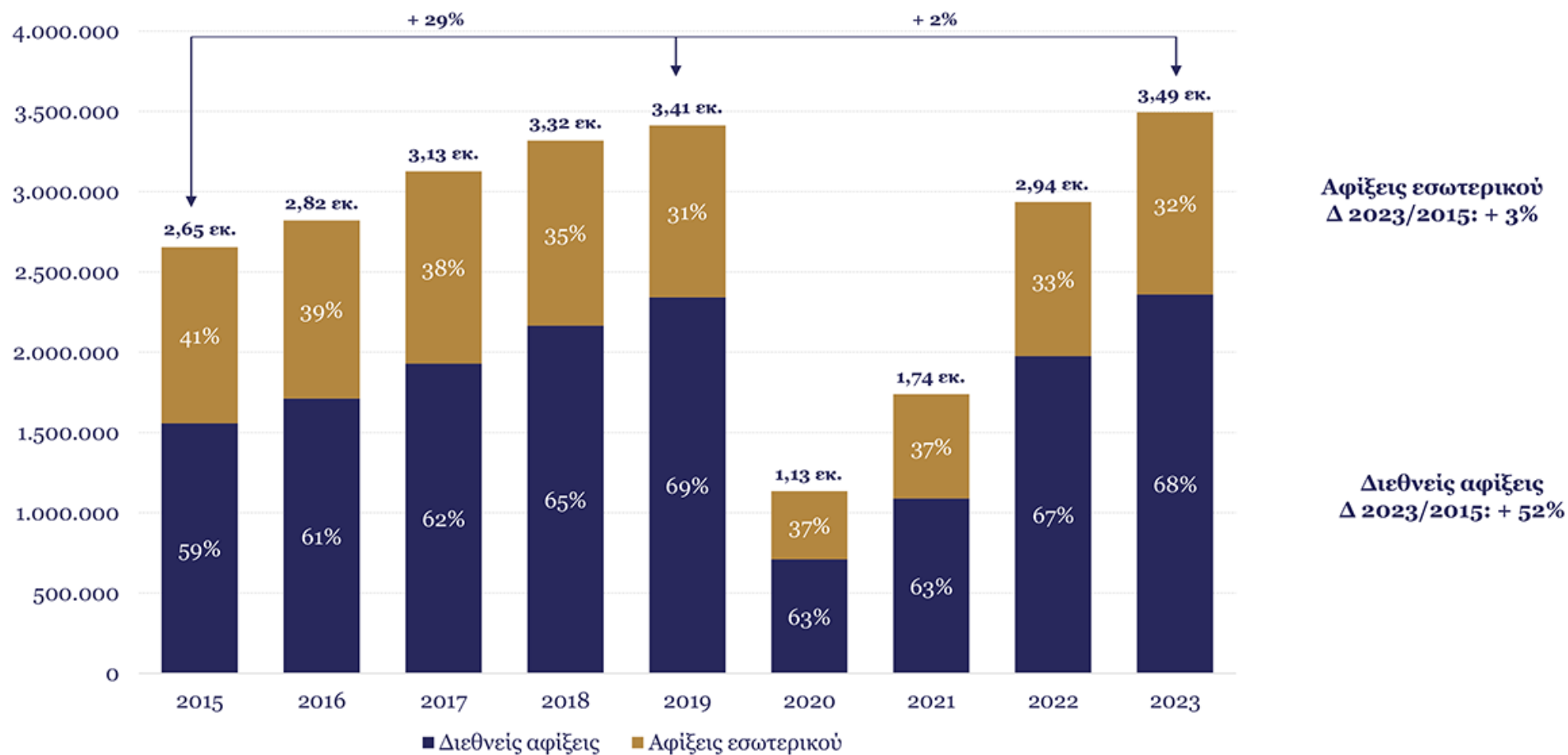
Αεροδρόμιο Μακεδονία

Την περίοδο 2015 –2019 σημειώθηκε σημαντική αύξηση των αφίξεων στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης. Συγκρίνοντας το 2023 με το 2019 η συνολική αύξηση ήταν 2%.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Διεθνείς αφίξεις & αφίξεις εσωτερικού στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης
2015 – 2023



Πηγή: ΥΠΑ, Fraport

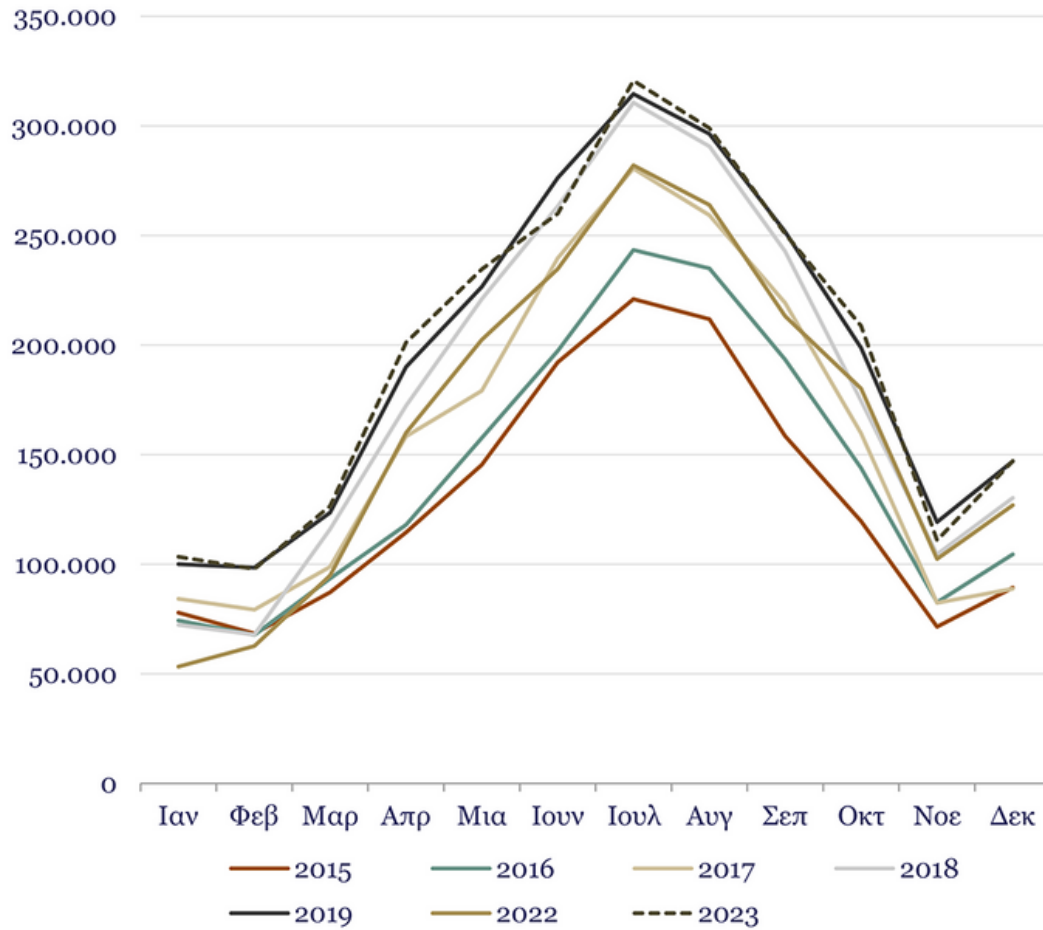
Αεροδρόμιο Μακεδονία

Οι πιο δημοφιλείς μήνες για τις διεθνείς αφίξεις στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης είναι ο Ιούλιος, ο Αύγουστος και ο Σεπτέμβρης, κυρίως λόγω της τουριστικής περιόδου της Χαλκιδικής. Το μοτίβο εποχικότητας των διεθνών αφίξεων παραμένει αμετάβλητο.

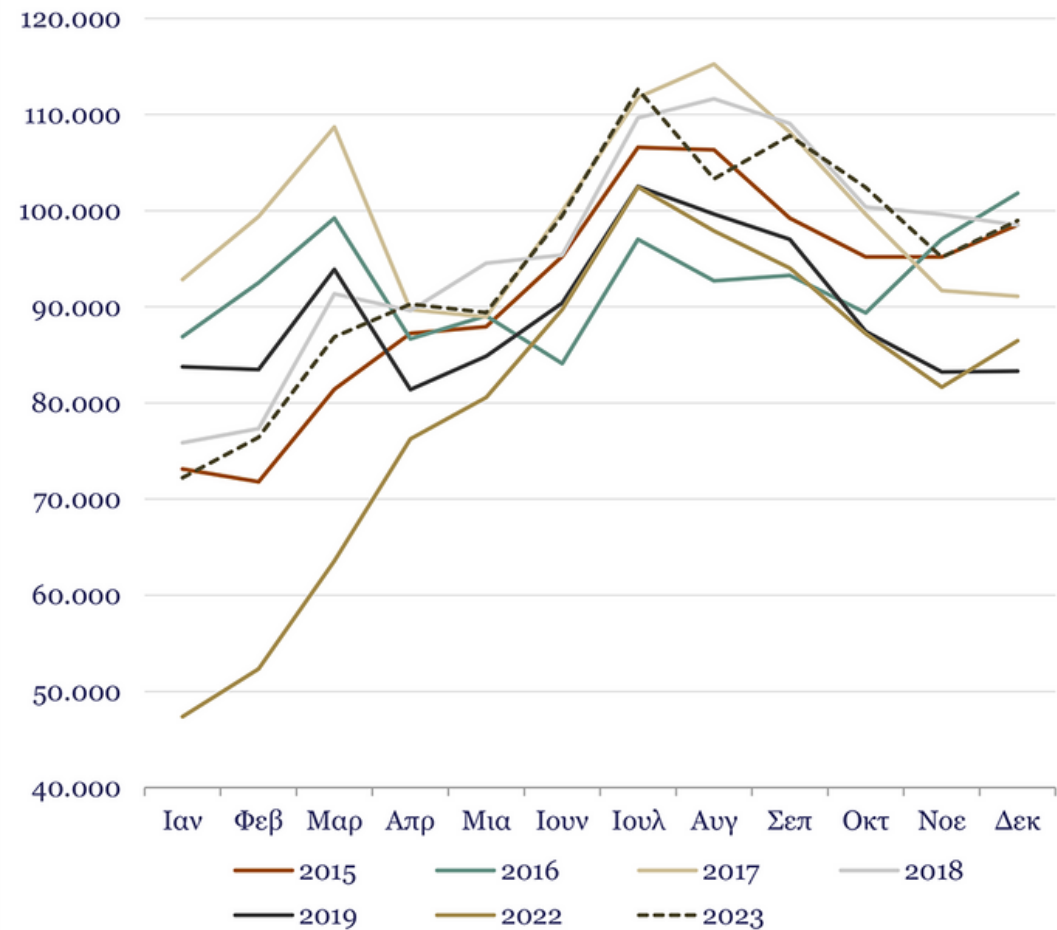


HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Εποχικότητα διεθνών αφίξεων στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης
2015 - 2019 & 2022 - 2023



Εποχικότητα αφίξεων εσωτερικού στο αεροδρόμιο της Θεσσαλονίκης
2015 - 2019 & 2022 - 2023



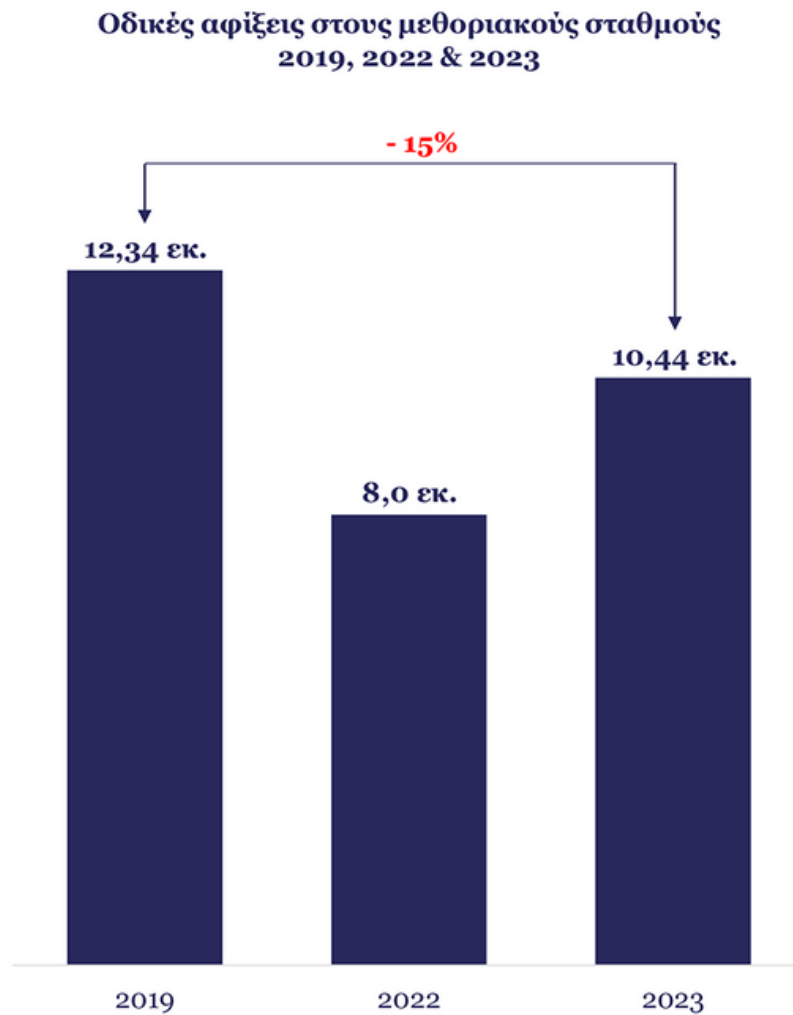
Πηγή: ΥΠΑ, Fraport

Θεσσαλονίκη | Περιοχή Επιρροής – Οδικές Αφίξεις

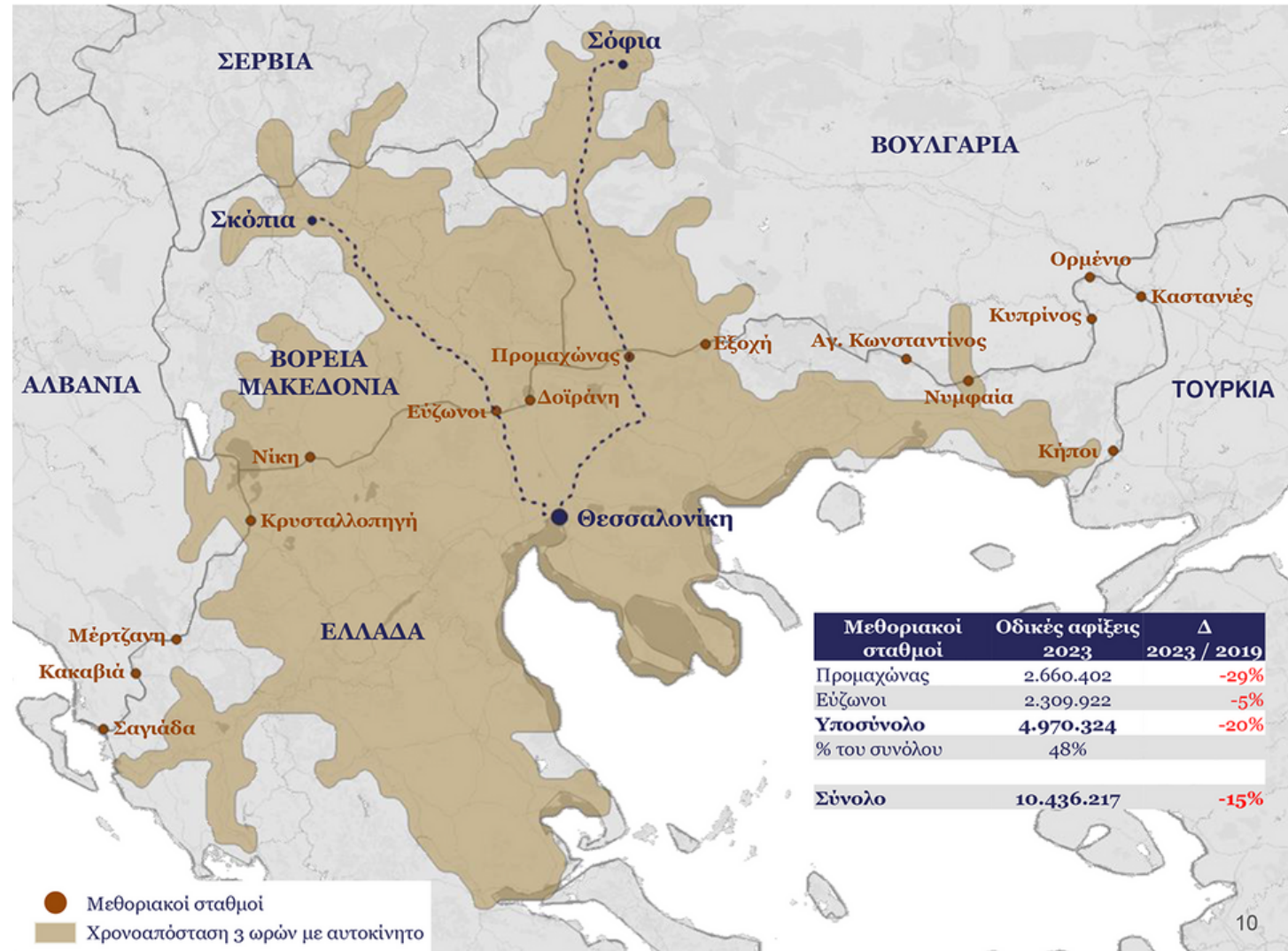
Το 2023 οι οδικές αφίξεις στους μεθοριακούς σταθμούς αυξήθηκαν κατά 30% σε σύγκριση με το 2022, ενώ μειώθηκαν κατά 15% σε σύγκριση με το 2019.



HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

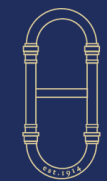


Πηγή: Μεθοριακοί σταθμοί, ΙΝΣΕΤΕ



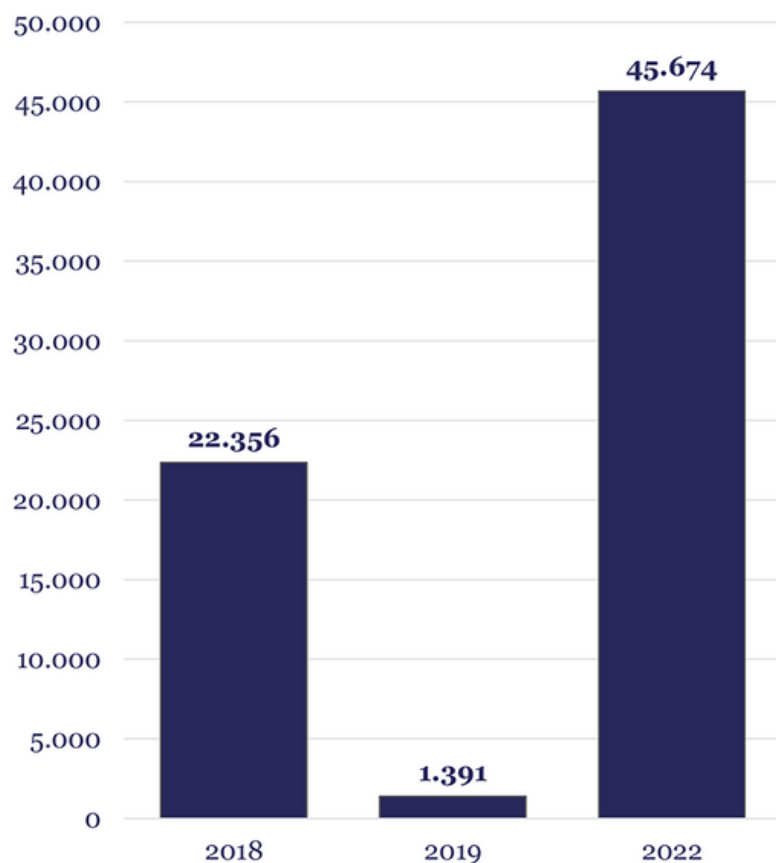
Θεσσαλονίκη | Αφίξεις στο λιμάνι & Αφίξεις κρουαζιέρας

Το 2022 καταγράφηκαν περίπου 45.700 αφίξεις επιβατών στο λιμάνι της Θεσσαλονίκης. Το 2023 κατέφθασαν στο λιμάνι 68 κρουαζιερόπλοια με περίπου 60.900 επιβάτες σημειώνοντας αύξηση 11% και 66% αντίστοιχα σε σύγκριση με το 2022.



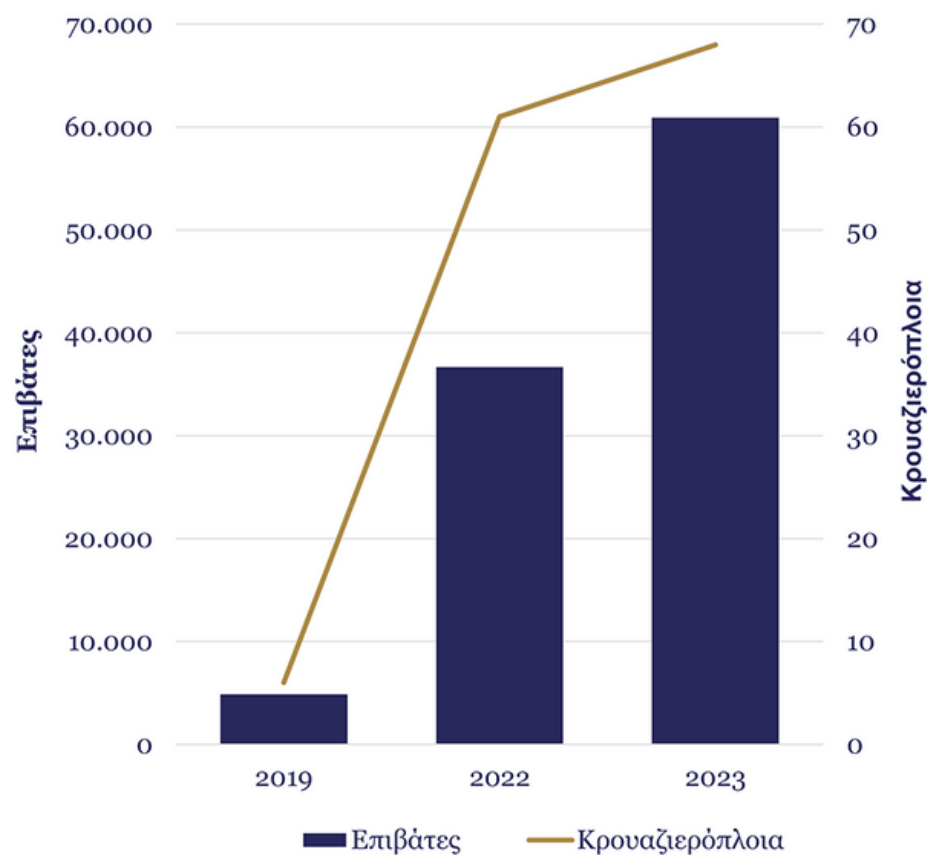
HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Αφίξεις επιβατών στο λιμάνι
2018, 2019 & 2022



Πηγή: Ελληνική Στατιστική Υπηρεσία

Αφίξεις κρουαζιέρας
2019, 2022 & 2023



Πηγή: Ένωση Λιμένων Ελλάδος

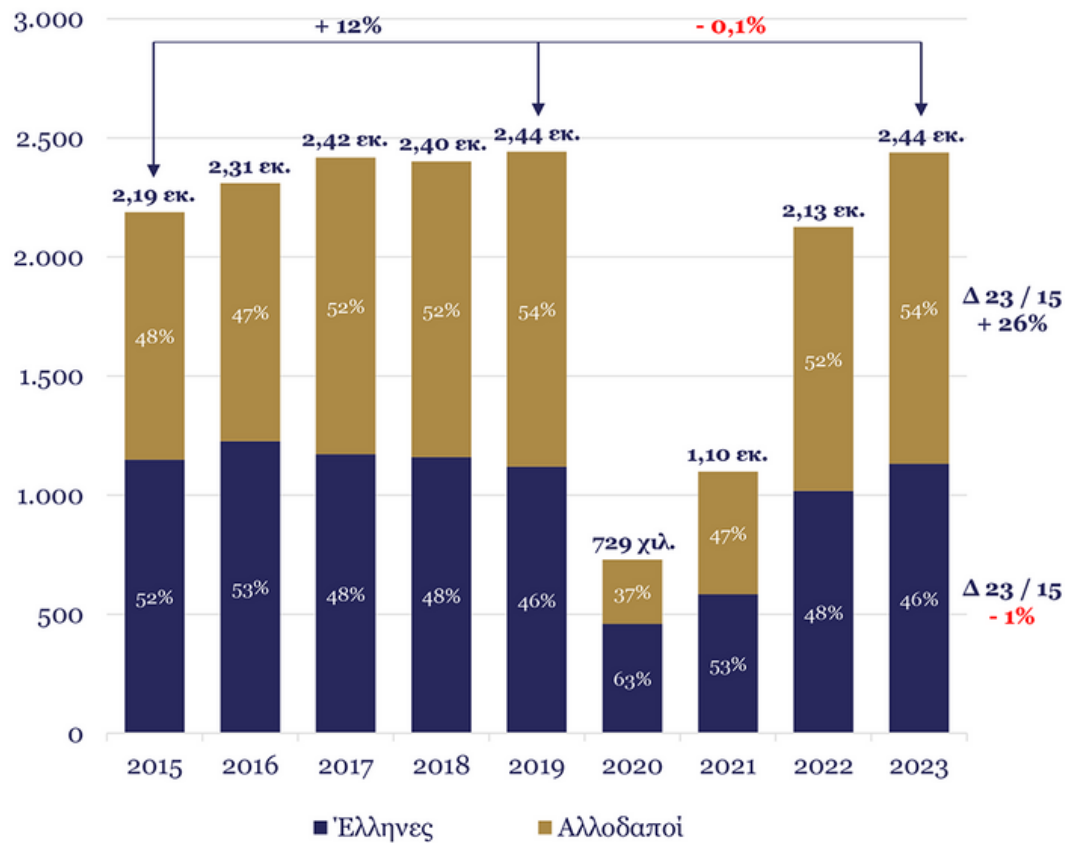
Ξενοδοχεία

Την περίοδο 2015 –2023, οι διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης αυξήθηκαν κατά 11%. Το μείγμα των κύριων αγορών εξωτερικού από πλευράς διανυκτερεύσεων έχει παραμείνει σταθερό την περίοδο 2015 –2023, με εξαίρεση τις ΗΠΑ που αυξήθηκαν και τη Ρωσία που μειώθηκαν.

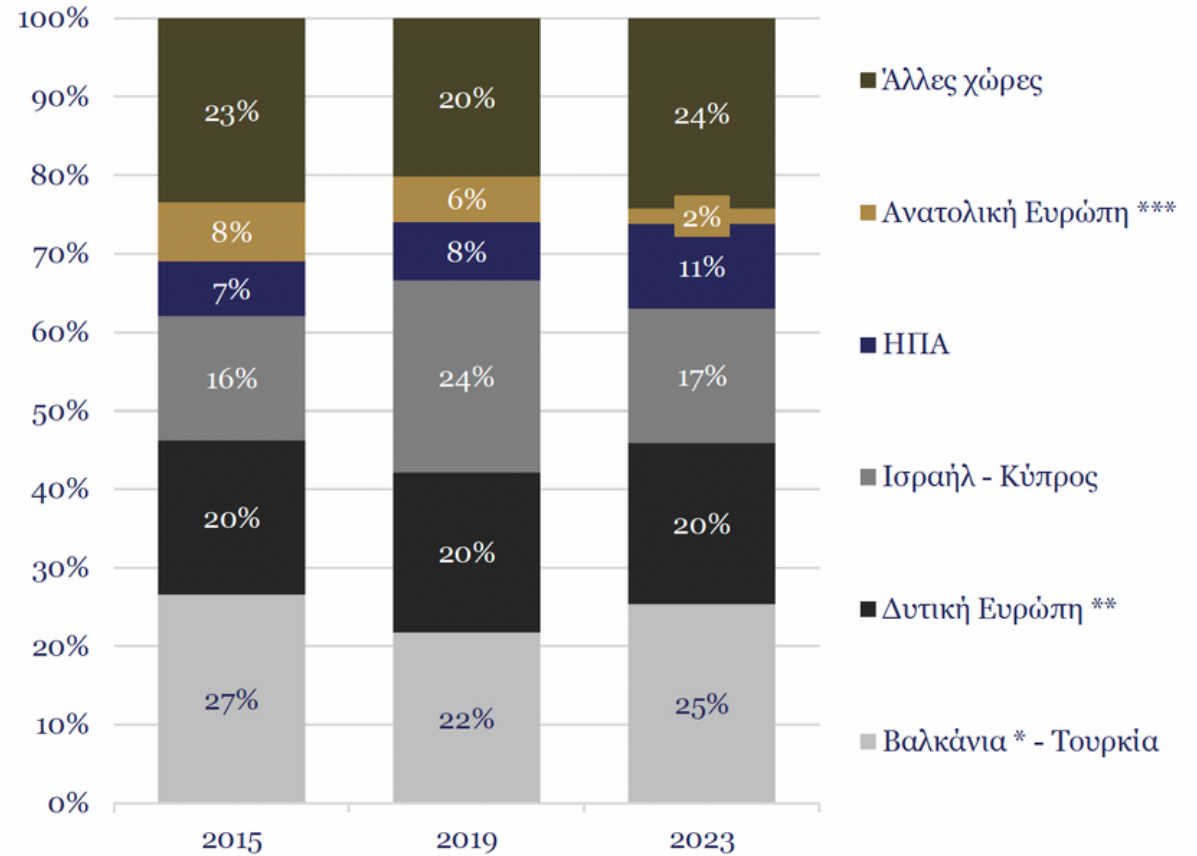


HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Διανυκτερεύσεις Έλληνες vs αλλοδαποί
2015 – 2023 (x 1.000)



Μερίδιο αγοράς διανυκτερεύσεων κύριων αγορών εξωτερικού
2015, 2019 & 2023 (x 1.000)



* Βαλκάνια: Ρουμανία, Βουλγαρία, Σερβία & Μαυροβούνιο και Αλβανία

** Δυτική Ευρώπη: Γερμανία, Ηνωμένο Βασίλειο, Ιταλία, Γαλλία και Ολλανδία

*** Ανατολική Ευρώπη: Πολωνία και Ρωσία

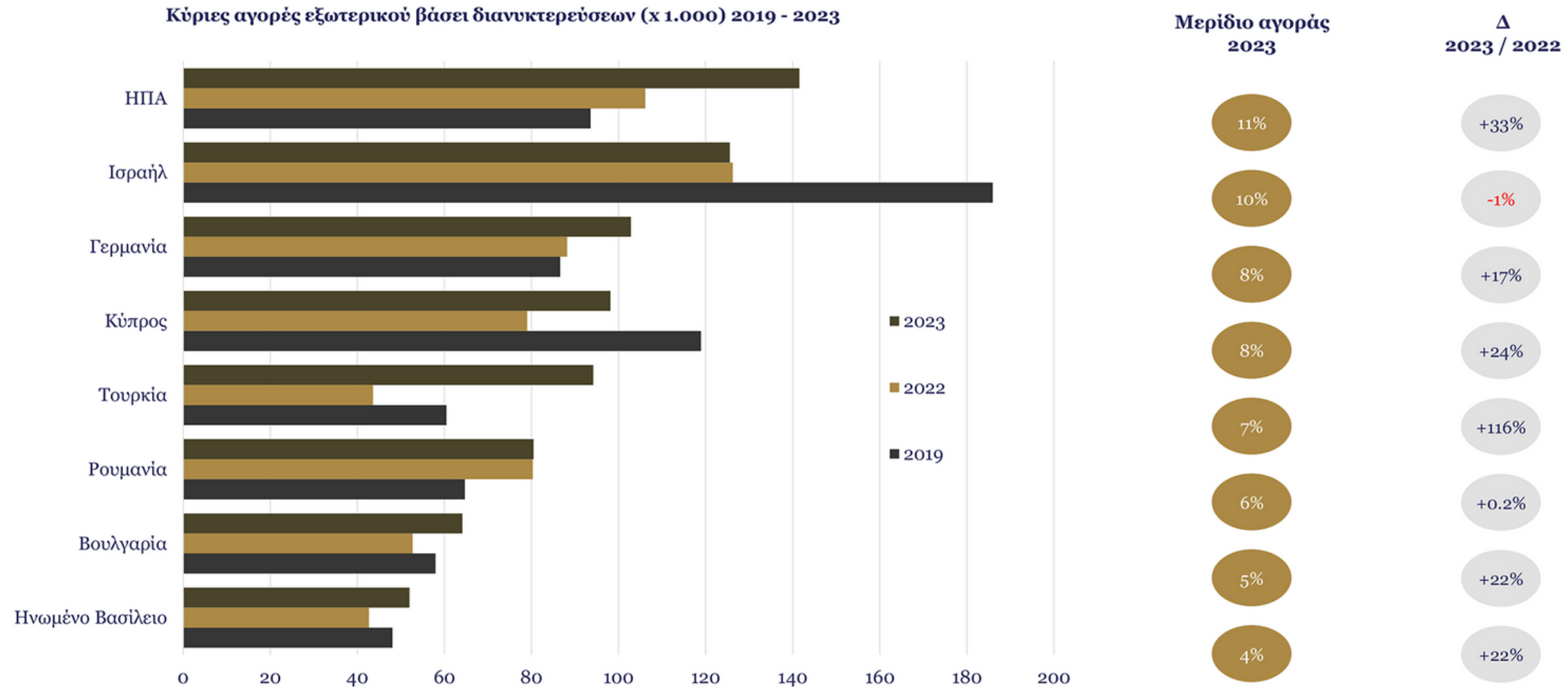
Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

Ξενοδοχεία

Το 2023, οι επισκέπτες από τις ΗΠΑ πραγματοποίησαν τις περισσότερες διανυκτερεύσεις στα ξενοδοχεία της Θεσσαλονίκης, σημειώνοντας αύξηση 33% σε σύγκριση με το 2022. Την ίδια περίοδο, οι διανυκτερεύσεις των Τούρκων σημείωσαν την μεγαλύτερη αύξηση της τάξης του 116%.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION



Οι πρώτες 8 κορυφαίες αγορές αντιπροσωπεύουν το 58% όλων των διανυκτερεύσεων των αλλοδαπών.

Πηγή: Ένωση Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης



Προσφορά διαμονής

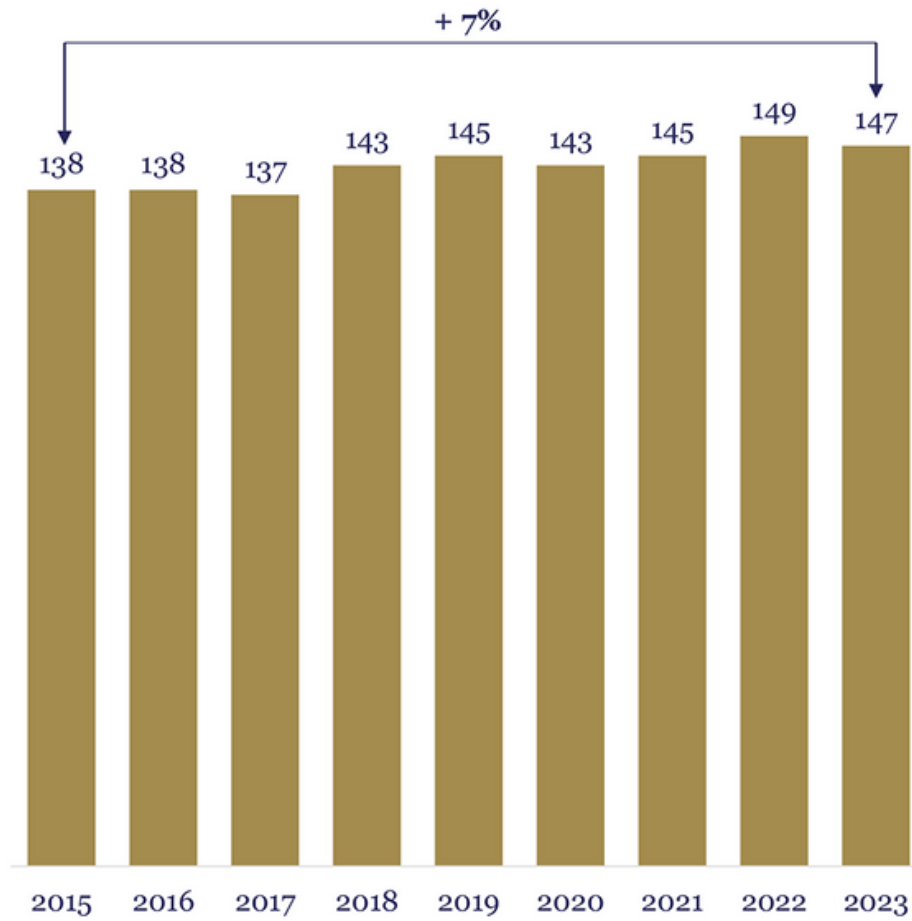
Ξενοδοχειακό δυναμικό – Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης

Το 2023, στην Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης καταγράφηκαν επίσημα 147 ξενοδοχεία με συνολικά 8.373 δωμάτια. Την περίοδο 2015 –2023 ο αριθμός των ξενοδοχείων αυξήθηκε κατά 7% και των δωματίων κατά 10%, ενώ ο μέσος αριθμός δωματίων ανά ξενοδοχείο παρέμεινε σταθερός στα 55 -57 δωμάτια.

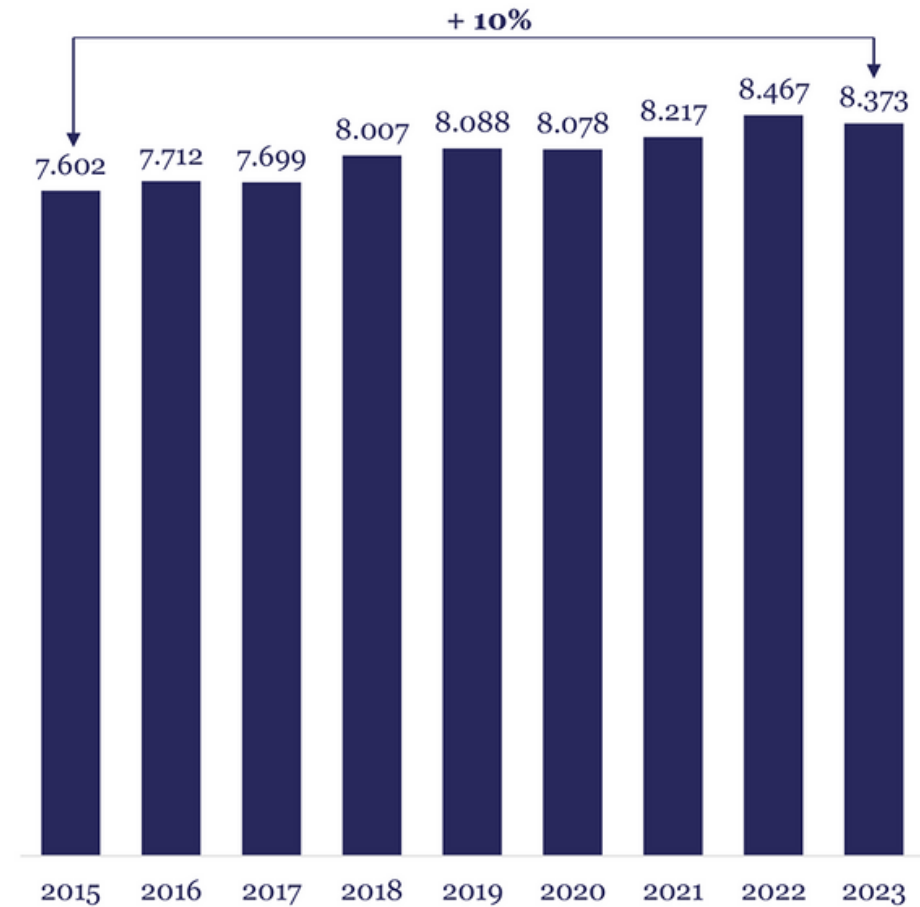


HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Ξενοδοχειακό δυναμικό 2015 – 2023



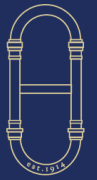
Δωμάτια ξενοδοχείων 2015 – 2023



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

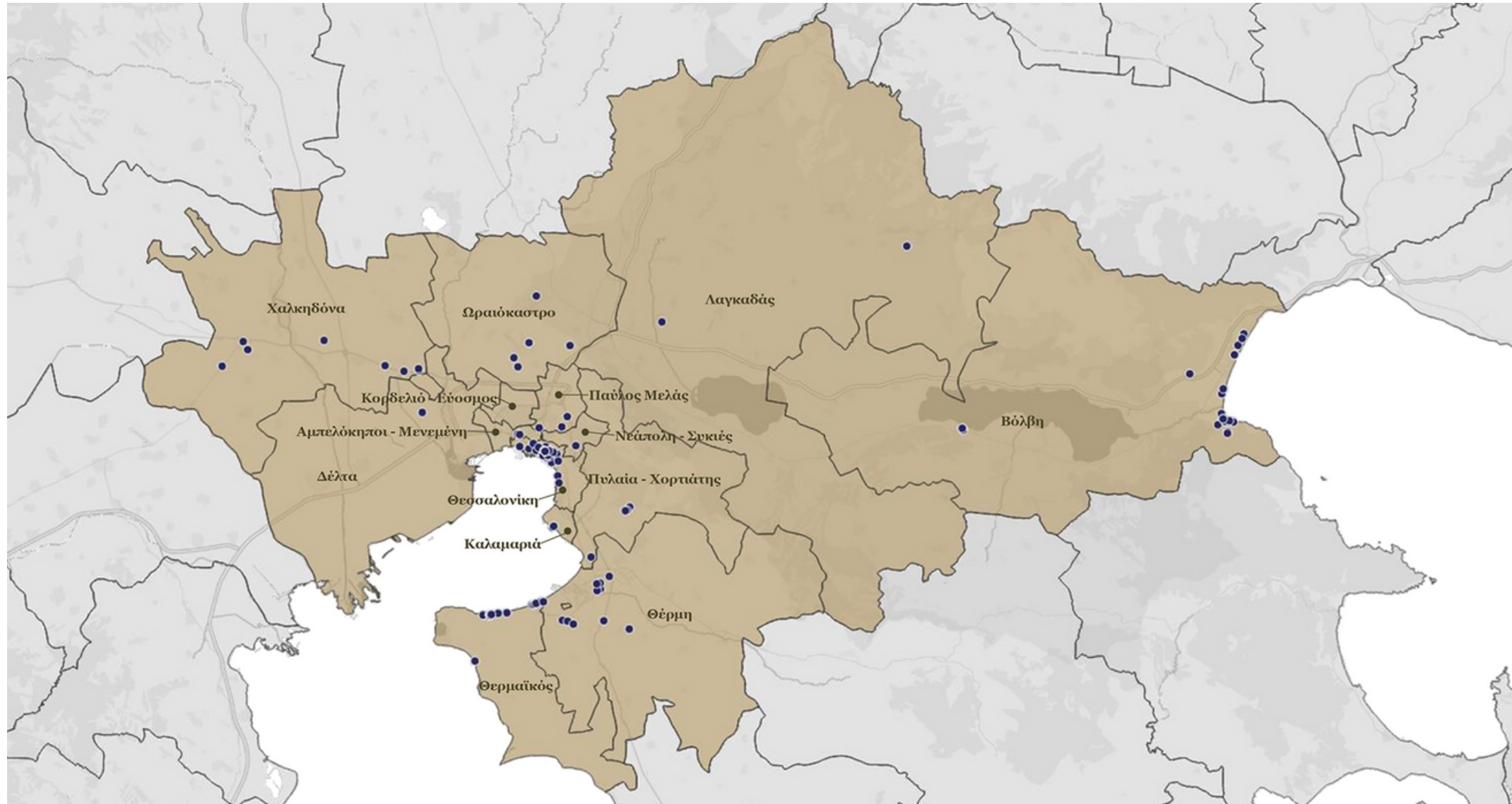
Ξενοδοχειακό δυναμικό – Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης

Η πλειοψηφία των ξενοδοχείων της Περιφερειακής Ενότητας Θεσσαλονίκης βρίσκεται στο Δήμο Θεσσαλονίκης.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Ξενοδοχεία στην Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης ανά Δήμο



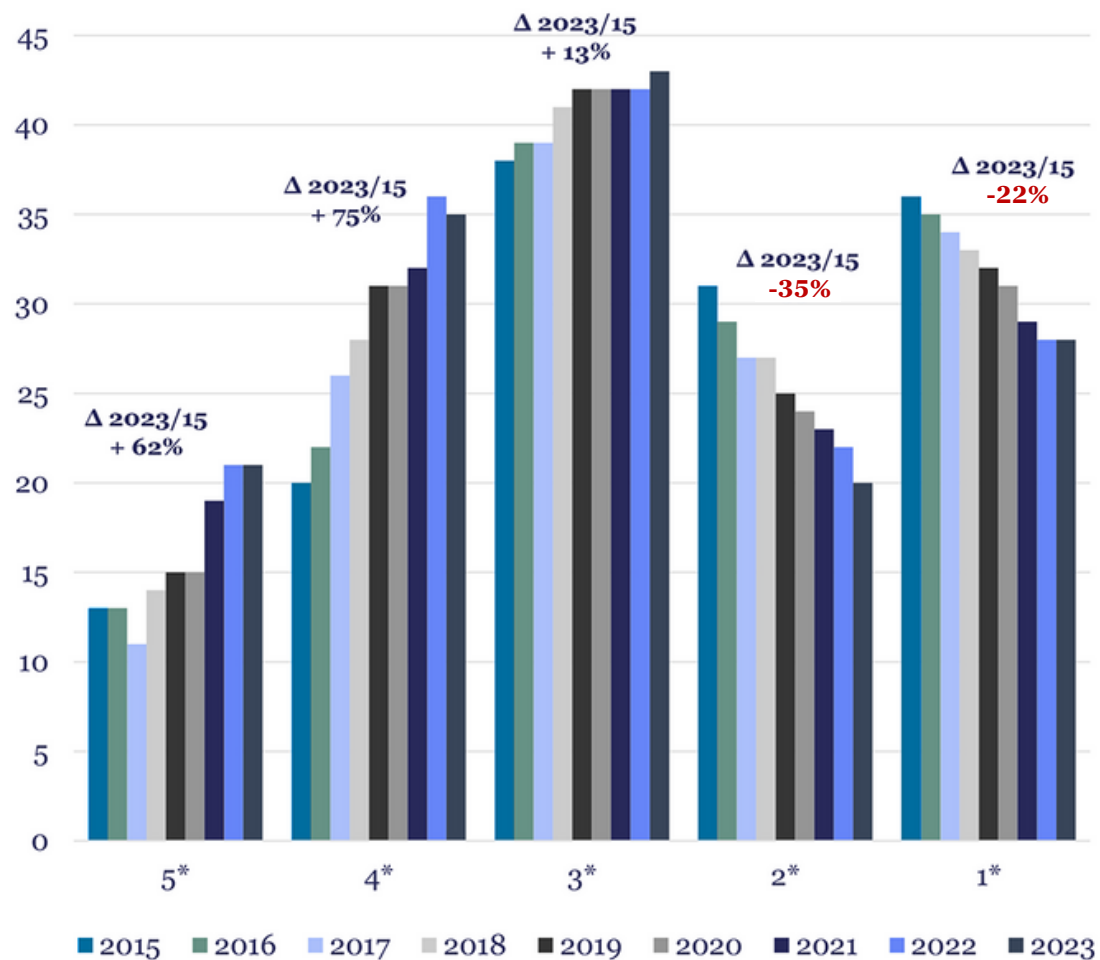
Ξενοδοχειακό δυναμικό – Περιφερειακή Ενότητα Θεσσαλονίκης

Την περίοδο 2015 – 2023, ο αριθμός των ξενοδοχείων 4 & 5 αστερών αυξήθηκε κατά 75% και 62% αντίστοιχα, ενώ ο αριθμός των δωματίων αυξήθηκε κατά 43% και 32% αντίστοιχα. Ο αριθμός των ξενοδοχείων 1 & 2 αστερών μειώνεται συνεχώς.

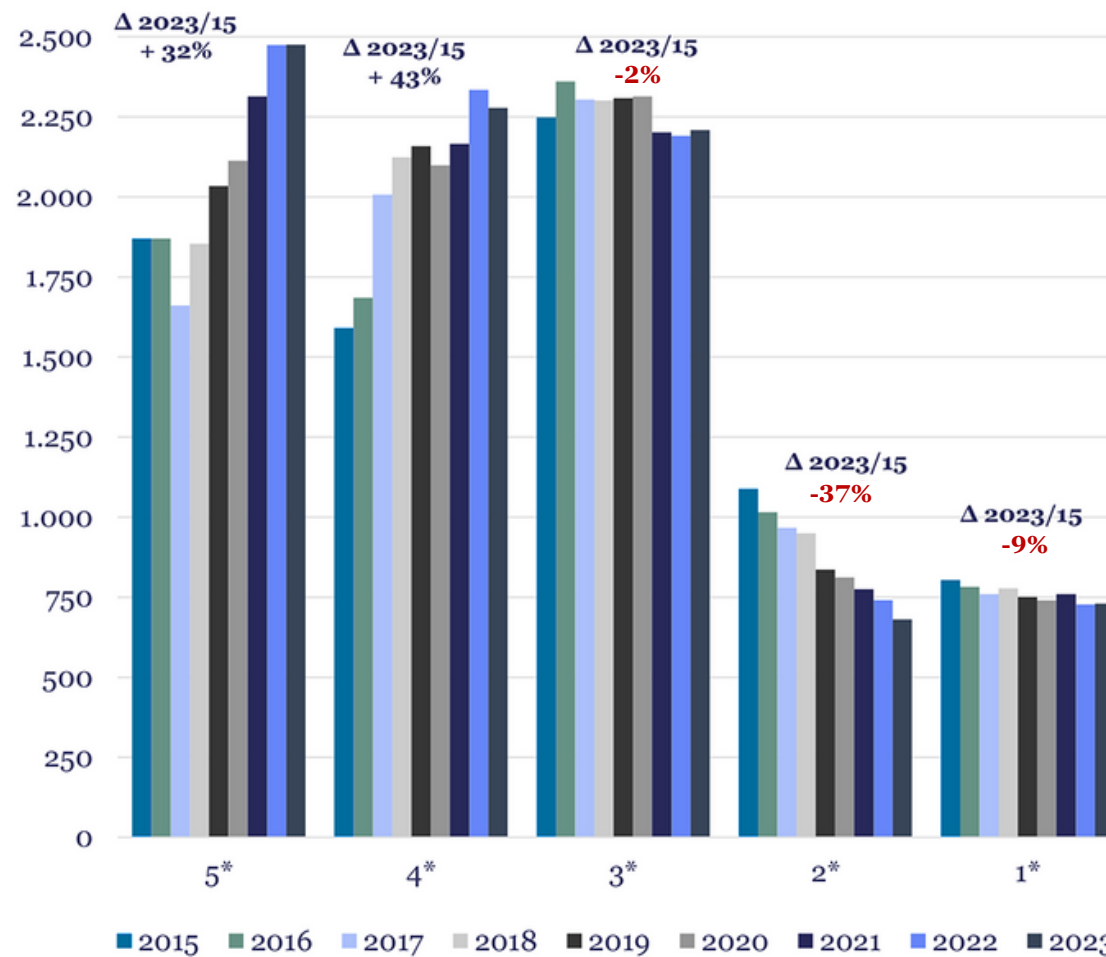


HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Ξενοδοχεία ανά κατηγορία 2015 – 2023



Δωμάτια ξενοδοχείων ανά κατηγορία 2015 – 2023



Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος

Καταλύματα Βραχυχρόνιας Μίσθωσης

Στο Δήμο Θεσσαλονίκης το έτος 2023 καταγράφηκαν περίπου 3.600 καταλύματα βραχυχρόνιας μίσθωσης σε σύγκριση με τα 4.800 δωμάτια ξενοδοχείων.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

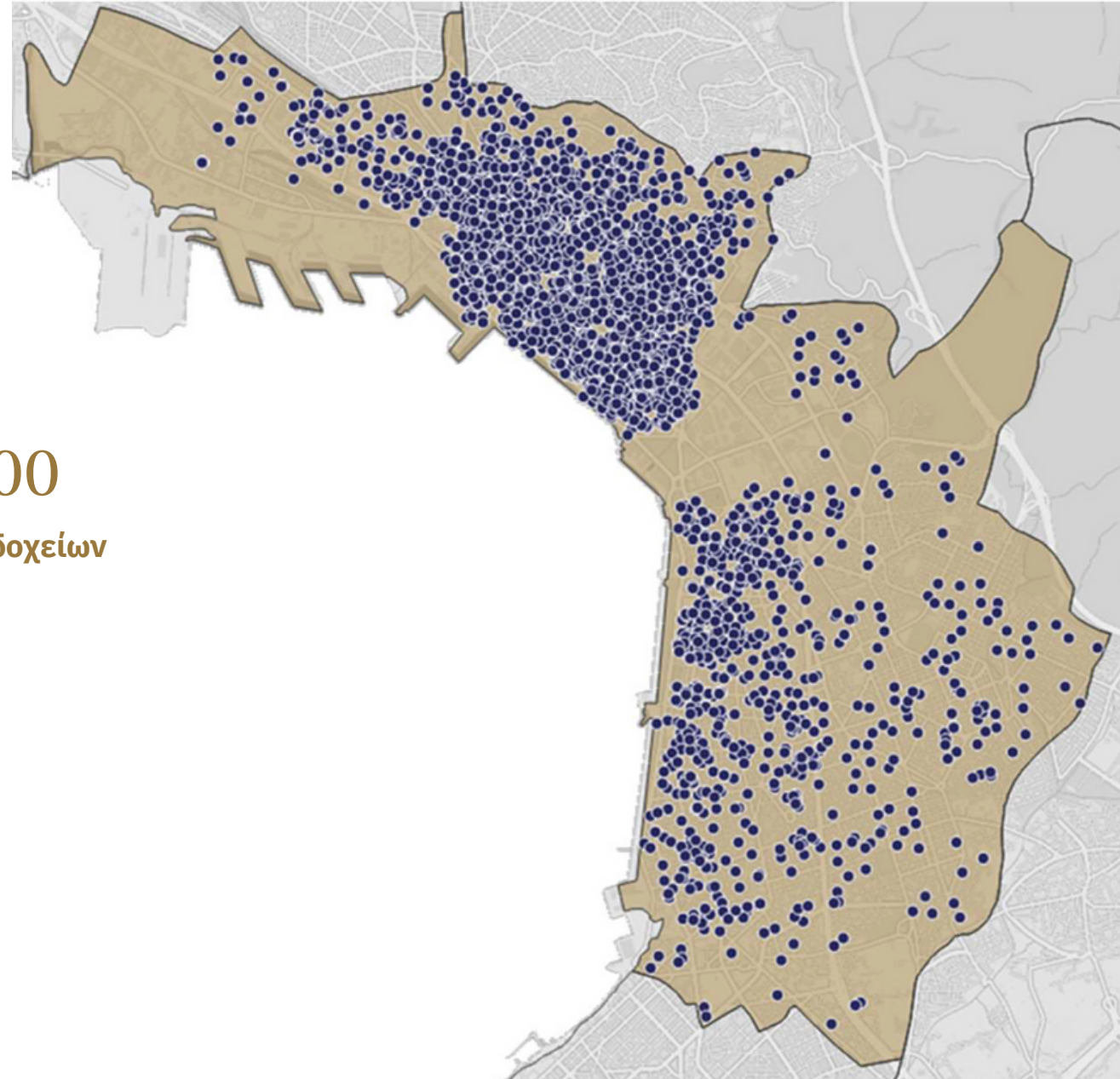
~ 3.600

καταλύματα
βραχυχρόνιας
μίσθωσης



~ 4.800

δωμάτια ξενοδοχείων



Πηγή: Inside AirBnB και Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος



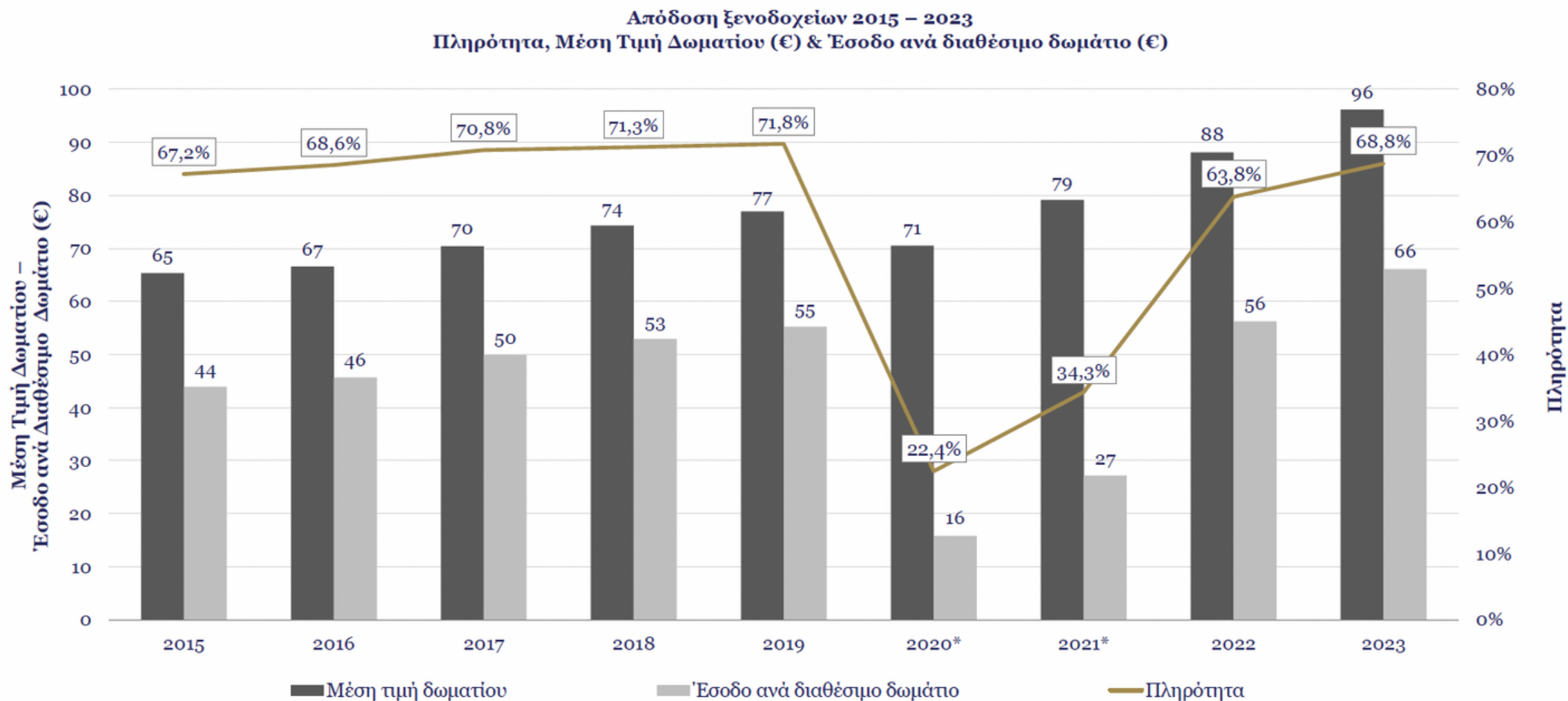
Απόδοση ξενοδοχείων

Απόδοση ξενοδοχείων

Το 2023 σε σύγκριση με το 2019, η Πληρότητα μειώθηκε κατά 4,2%, ενώ η Μέση Τιμή Δωματίου (ADR) σημείωσε αύξηση 25,0%.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION



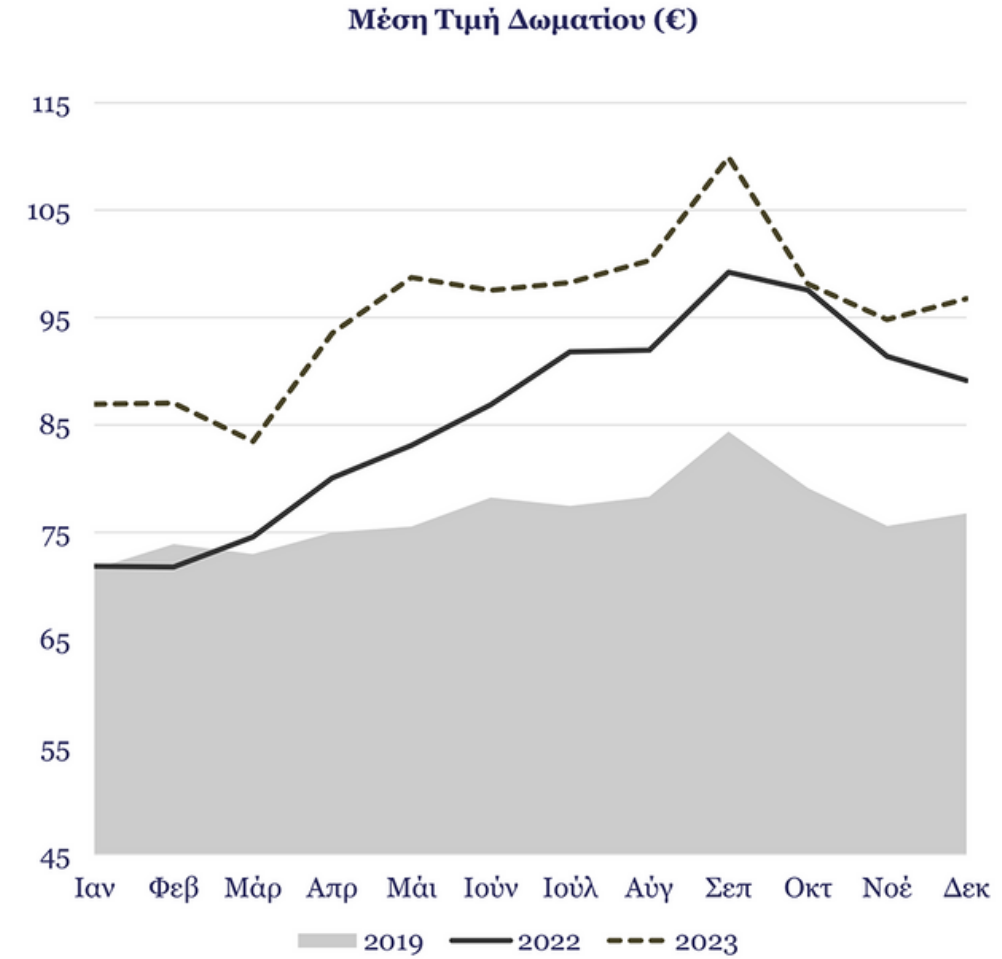
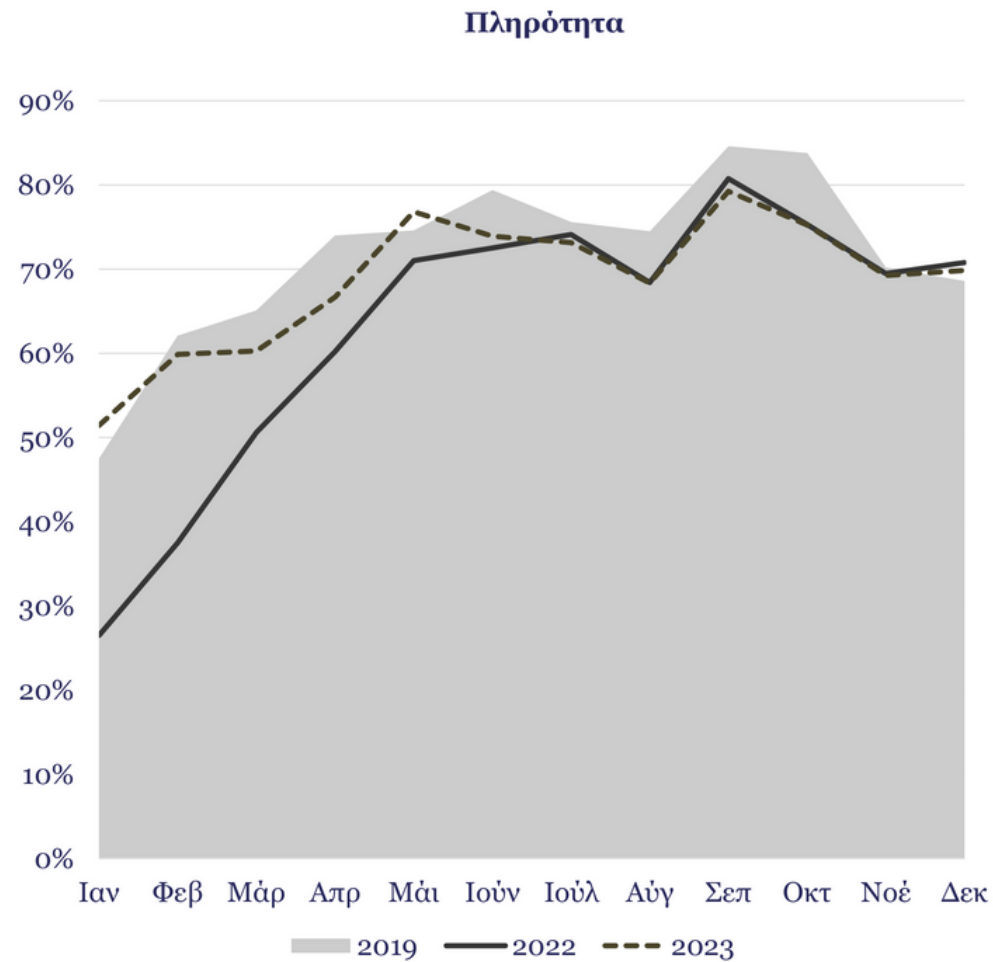
Πηγή: GBR Consulting, βάσει της μηνιαίας έρευνας απόδοσης που διενεργείται για λογαριασμό της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

Απόδοση ξενοδοχείων

Το 2023 τα επίπεδα πληρότητας ήταν χαμηλότερα από το 2019, με εξαίρεση τους μήνες Ιανουάριο, Μάιο και Δεκέμβριο. Συγκρίνοντας το 2023 με το 2022, η πληρότητα είχε παρόμοια τάση από τον Ιούλιο και μετά. Οι τιμές των δωματίων σημείωσαν αύξηση καθ' όλη τη διάρκεια του 2023 σε σύγκριση με τα έτη 2022 και 2019.



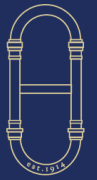
HELLAS HOTEL ASSOCIATION



Πηγή: GBR Consulting, βάσει της μηνιαίας έρευνας απόδοσης που διενεργείται για λογαριασμό της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

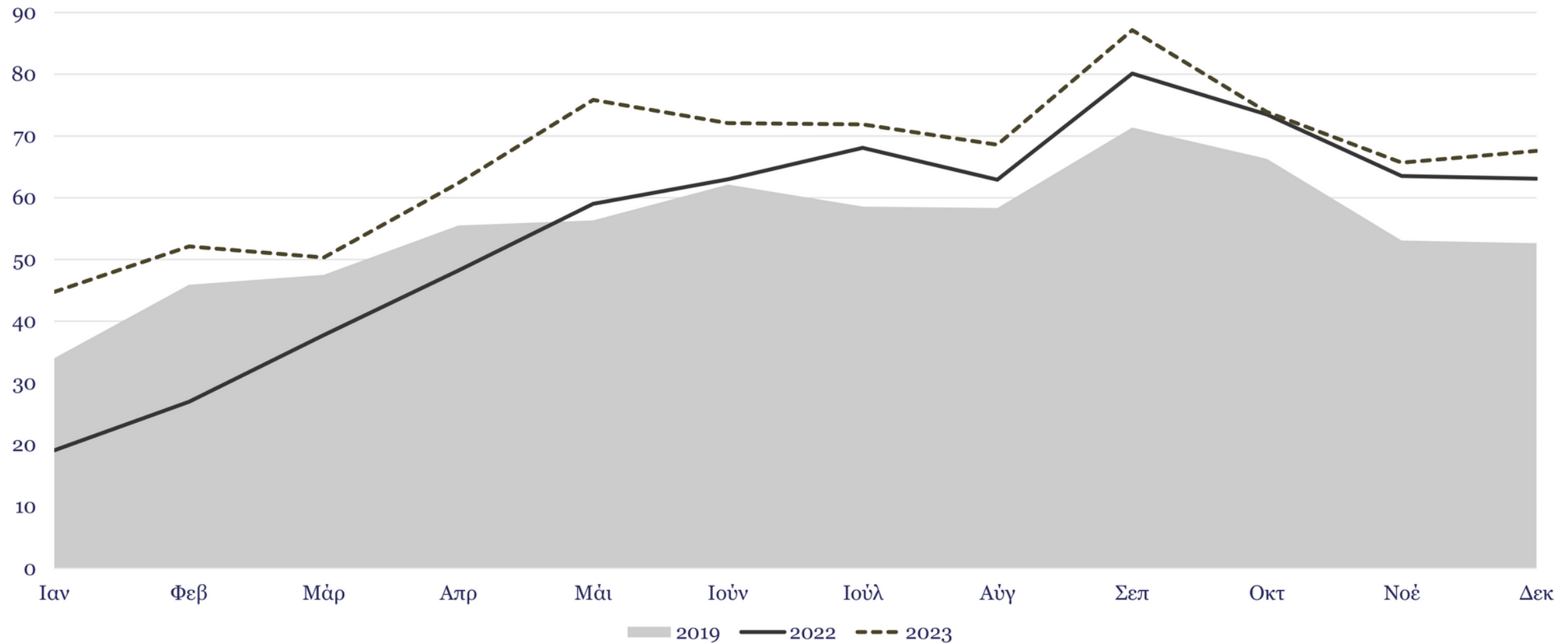
Απόδοση ξενοδοχείων

Λόγω της αύξησης της Μέσης Τιμής Δωματίου, το Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο το 2023 σε σύγκριση με το 2022 και το 2019 σημείωσε αύξηση 18% και 20% αντίστοιχα.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (€)



Πηγή: GBR Consulting, βάσει της μηνιαίας έρευνας απόδοσης που διενεργείται για λογαριασμό της Ένωσης Ξενοδόχων Θεσσαλονίκης

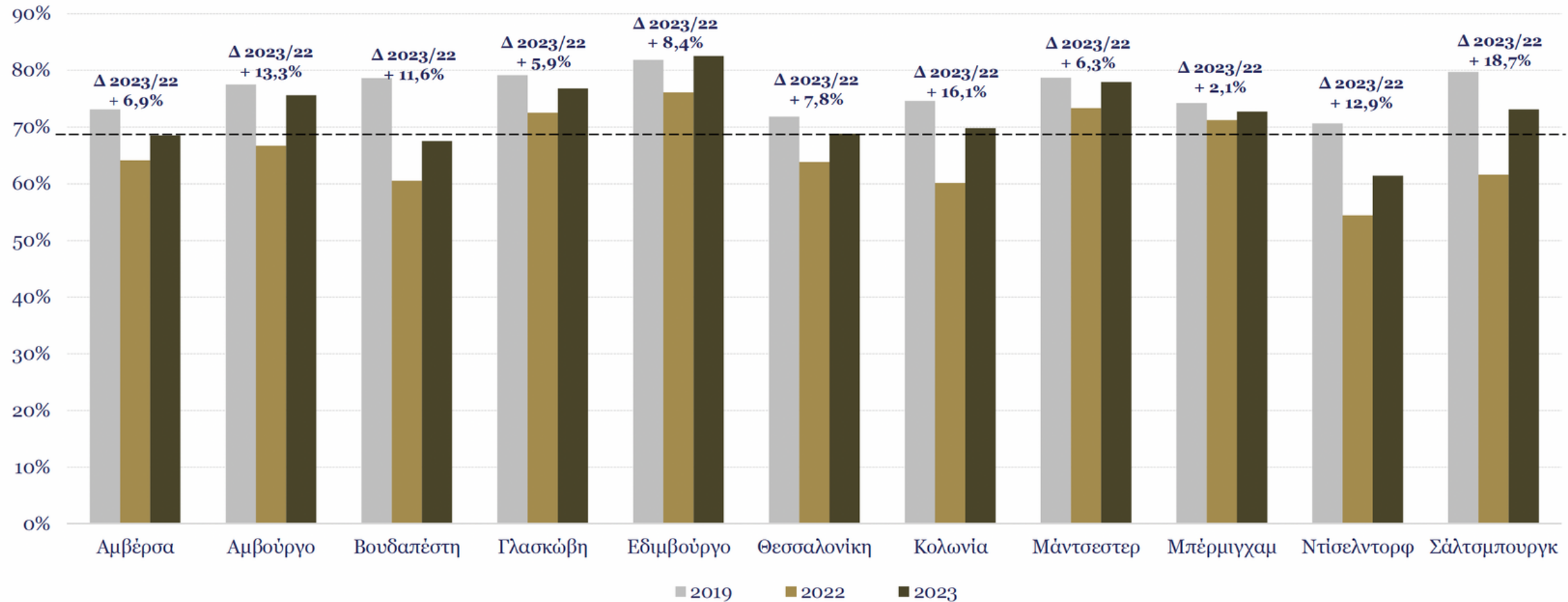
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις

Το 2023 σε σύγκριση με το 2022, η πληρότητα σε όλες τις πόλεις έχει αυξηθεί, ενώ σε σύγκριση με το 2019 είναι μειωμένη. Εξαίρεση αποτελεί το Εδιμβούργο, το οποίο το 2023 κατέγραψε την υψηλότερη πληρότητα.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Πληρότητα 2019, 2022 & 2023



Πηγή: GBR Consulting, STR Global

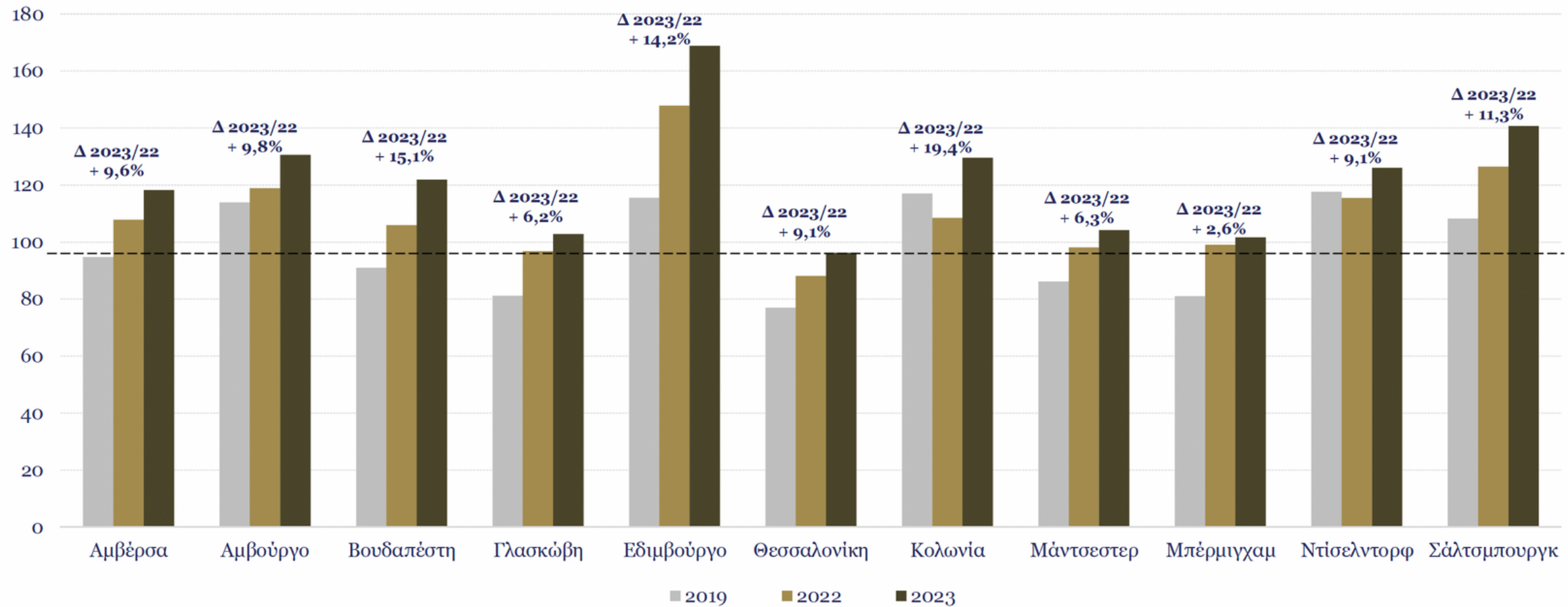
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις

Η Κολωνία κατέγραψε την μεγαλύτερη αύξηση στη Μέση Τιμή Δωματίου το 2023 σε σύγκριση με το 2022. Η Θεσσαλονίκη κατέγραψε τη χαμηλότερη Μέση Τιμή Δωματίου από όλες τις πόλεις το 2023.



HELLONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Μέση Τιμή Δωματίου σε € 2019, 2022 & 2023



Πηγή: GBR Consulting, STR Global

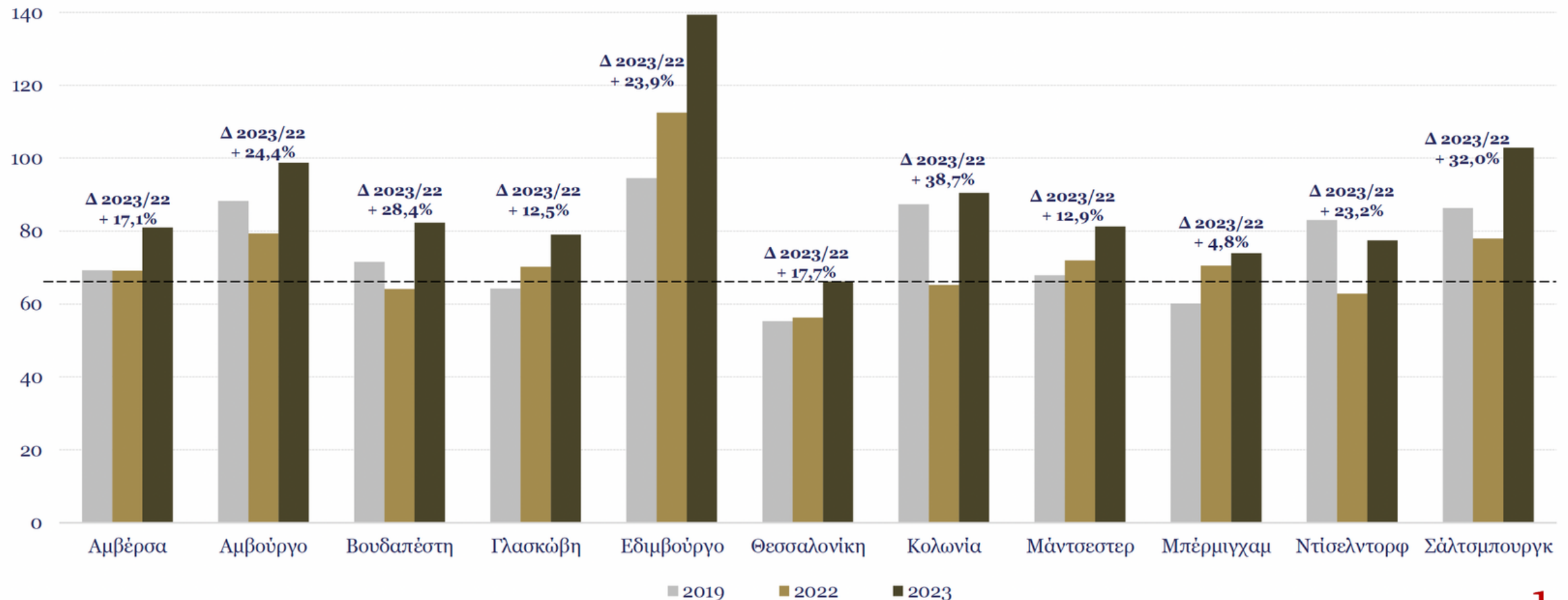
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις

Το 2023 λόγω της χαμηλής Μέσης Τιμής Δωματίου, η Θεσσαλονίκη κατέγραψε το χαμηλότερο Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο. Το 2023 σε σύγκριση με το 2022, η μεγαλύτερη αύξηση στο Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο παρατηρήθηκε στην Κολωνία.



HELLAS HOTEL ASSOCIATION

Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο σε € 2019, 2022 & 2023

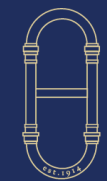


Πηγή: GBR Consulting, STR Global



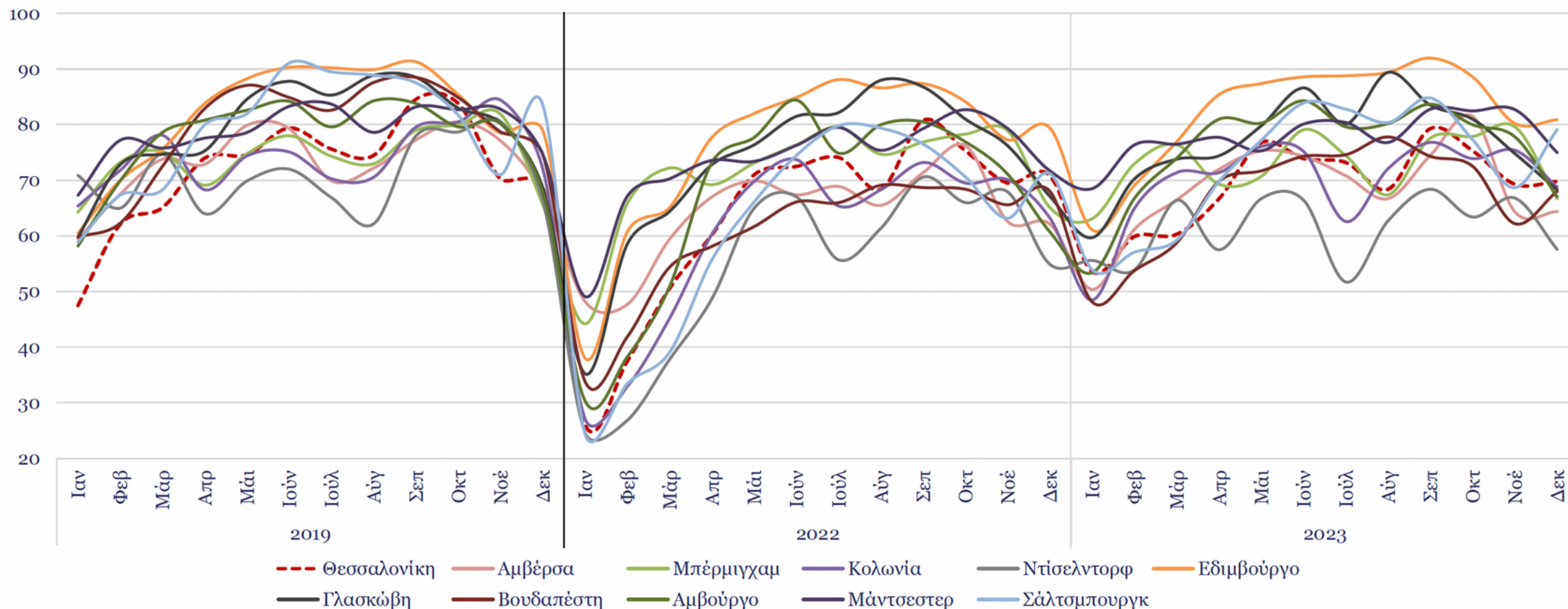
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις - εποχικότητα

Κατά τη διάρκεια μίας περιόδου 9 μηνών από τον Απρίλιο έως και τον Δεκέμβριο του 2023, το Εδιμβούργο κατέγραψε επίπεδα πληρότητας άνω του 80%. Το 2023, το Ντίσελντορφ κατέγραψε για 8 μήνες τη χαμηλότερη πληρότητα.



HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Πληρότητα ανά μήνα 2019, 2022 & 2023



Πηγή: GBR Consulting, STR Global



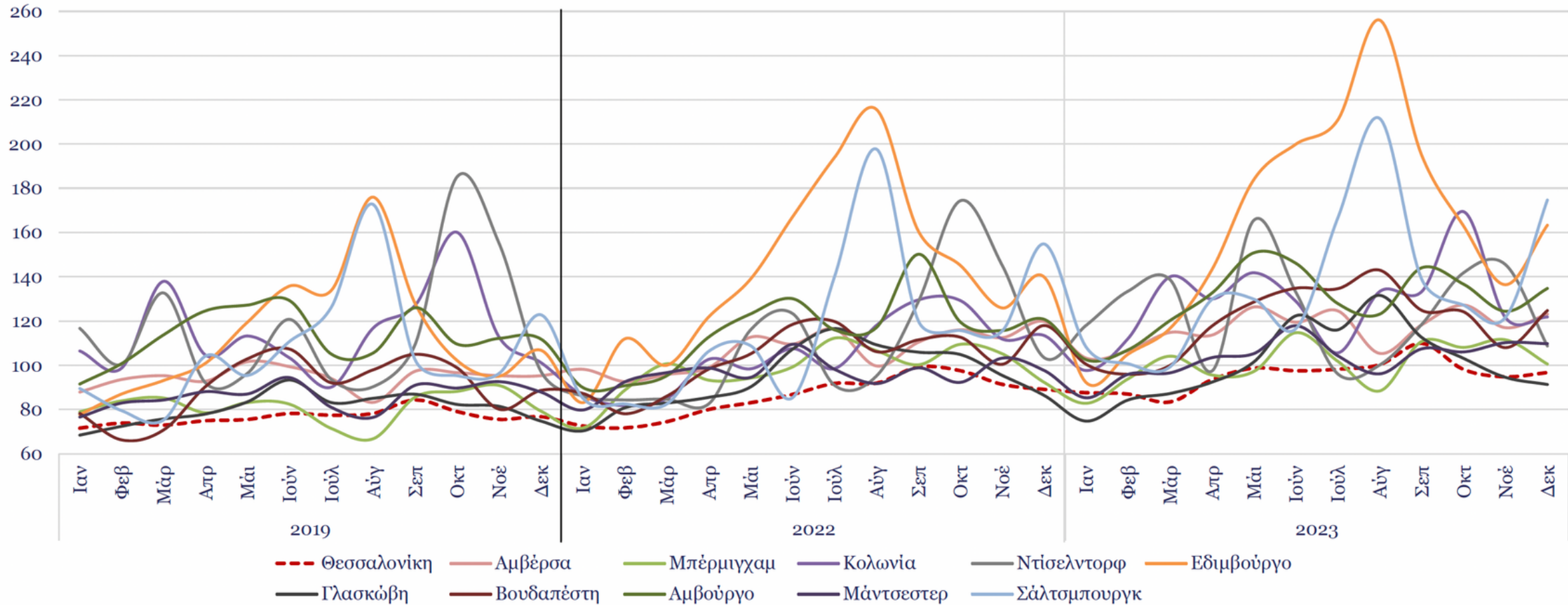
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις - εποχικότητα

Όσον αφορά τη Μέση Τιμή Δωματίου, η Θεσσαλονίκη έχει ένα πιο αμετάβλητο εποχιακό μοτίβο σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις. Το Εδιμβούργο και το Σάλτσμπουργκ κατέγραψαν τις υψηλότερες Μέσες Τιμές Δωματίου τον Αύγουστο του 2022 και του 2023.



HESALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Μέση Τιμή Δωματίου (€) ανά μήνα 2019, 2022 & 2023



Πηγή: GBR Consulting, STR Global

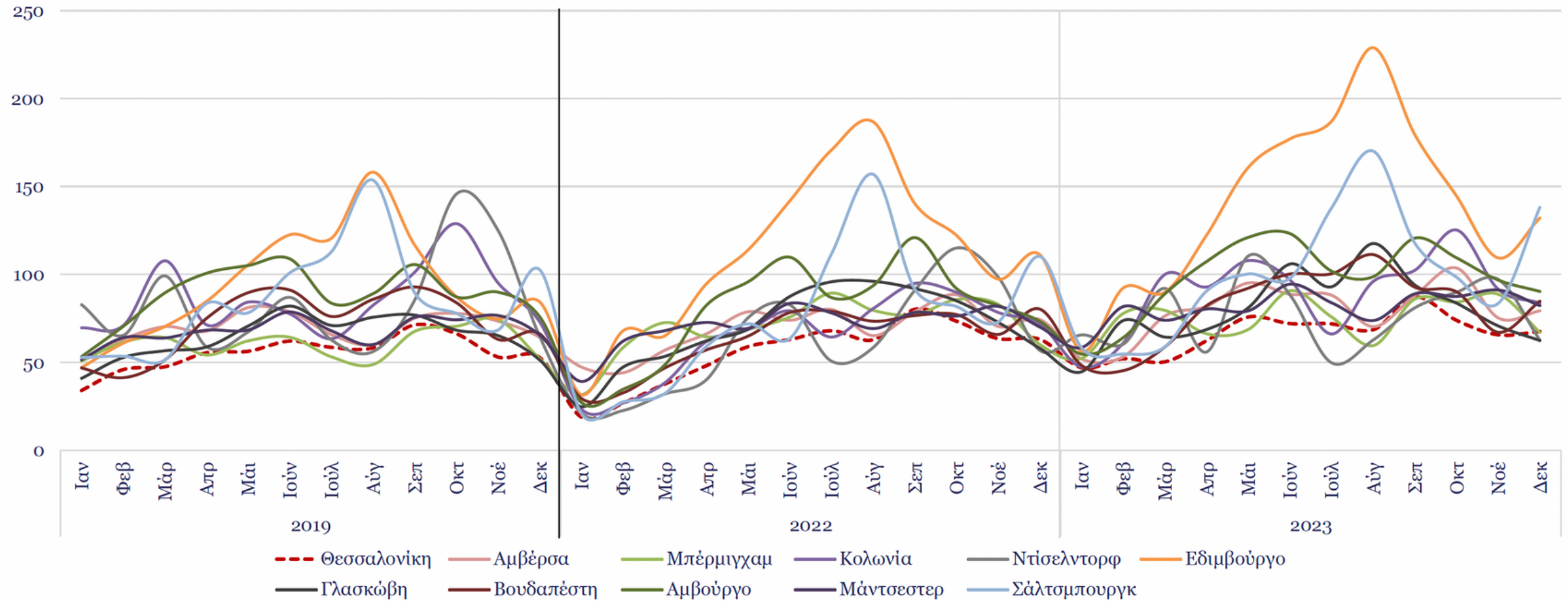
Απόδοση ξενοδοχείων σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις - εποχικότητα

Όσον αφορά το Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο, η Θεσσαλονίκη κατέγραψε συνολικά τη χαμηλότερη απόδοση σε σύγκριση με τις ανταγωνίστριες ευρωπαϊκές πόλεις.



HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Έσοδο ανά Διαθέσιμο Δωμάτιο (€) ανά μήνα 2019, 2022 & 2023



Πηγή: GBR Consulting, STR Global





Προφίλ επισκεπτών

Επαγγελματίες

Αρχαιόφιλοι

Ανθρωποκεντρικοί

Φιλότεχνοι



Διερχόμενοι



Προφίλ επισκεπτών

Δραστήριοι



Αγοραστές



Νυχτόβιοι



Χαλαροί



Καλοφαγάδες

Πατρογονικοί



“Αρχαιόφιλοι”

- Οι ‘αρχαιόφιλοι’ κατέγραψαν τις χαμηλότερες ημερήσιες δαπάνες από όλα τα προφίλ επισκεπτών
- Εκτός από τους αρχαιολογικούς χώρους και το πολιτιστικό ενδιαφέρον, οι ‘αρχαιόφιλοι’ επιλέγουν τη Θεσσαλονίκη και για το γαστρονομικό της ενδιαφέρον
- Σε σύγκριση με το 2022, η συμμετοχή των ‘αρχαιόφιλων’ σε εκδηλώσεις έχει αυξηθεί



“Φιλότεχνοι”

- Σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών, οι ‘φιλότεχνοι’ λαμβάνουν περισσότερο υπόψη τους τα θέματα αειφορίας όταν σχεδιάζουν ένα ταξίδι
- Σε σύγκριση με το 2022, οι ‘φιλότεχνοι’ μένουν περισσότερες νύχτες στη Θεσσαλονίκη
- Οι ‘φιλότεχνοι’ συμμετείχαν σε περισσότερες εκδηλώσεις σε σύγκριση με το 2022



“Δραστήριοι”

- Οι ‘δραστήριοι’ καταγράφουν τη μεγαλύτερη διάρκεια παραμονής στη Θεσσαλονίκη, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών
- Οι ημερήσιες δαπάνες των ‘δραστήριων’, είναι χαμηλότερες σε σύγκριση με τον προηγούμενο χρόνο
- Σε σύγκριση με το 2022, οι επισκέψεις των ‘δραστήριων’ σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους έχουν μειωθεί



“Νυχτόβιοι”

- Οι ‘νυχτόβιοι’, είναι οι νεότεροι ηλικιακά επισκέπτες της Θεσσαλονίκης σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών
- Εκτός από τη νυχτερινή ζωή, οι ‘νυχτόβιοι’ επιλέγουν τη Θεσσαλονίκη και για ψώνια
- Η συνολική αξιολόγηση της εμπειρίας τους στη Θεσσαλονίκη βελτιώθηκε



“Πατρογονικοί”

- Οι ‘πατρογονικοί’ είναι μεγαλύτερης ηλικίας επισκέπτες της Θεσσαλονίκης, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών
- Σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών, οι ‘πατρογονικοί’ λαμβάνουν λιγότερο υπόψη τους τα θέματα αειφορίας όταν σχεδιάζουν ένα ταξίδι
- Οι ‘πατρογονικοί’, μένουν λιγότερες νύχτες στη Θεσσαλονίκη σε σύγκριση με το 2022



“Καλοφαγάδες”

- ☰ Σε σύγκριση με το 2022, ο βαθμός αξιολόγησης για τη συνολική εμπειρία τους στη Θεσσαλονίκη μειώθηκε
- ☰ Οι συνολικές δαπάνες των καλοφαγάδων έχουν μειωθεί σε σύγκριση με το 2022
- ☰ Σε σύγκριση με το 2022, οι επισκέψεις των ‘καλοφαγάδων’ σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους έχουν αυξηθεί



“Αγοραστές”

- ☰ Εκτός από τις αγορές, η νυχτερινή ζωή αποτέλεσε επίσης σημαντικό λόγο επιλογής της Θεσσαλονίκης για τους αγοραστές
- ☰ Η συμμετοχή των ‘αγοραστών’ σε δραστηριότητες, έχει μειωθεί σε σύγκριση με το 2022
- ☰ Σε σύγκριση με το 2022, οι επισκέψεις των ‘αγοραστών’ σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους έχουν μειωθεί



“Διερχόμενοι”

- ☰ Οι διερχόμενοι, καταγράφουν την μικρότερη διάρκεια παραμονής στη Θεσσαλονίκη σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών
- ☰ Οι ‘διερχόμενοι’ είχαν τις υψηλότερες ημερήσιες δαπάνες από όλα τα προφίλ επισκεπτών
- ☰ Οι ‘διερχόμενοι’ αξιολογούν με τη χαμηλότερη βαθμολογία τις εγκαταστάσεις και τη σχέση τιμής / ποιότητας των ξενοδοχείων, σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ



“Ανθρωποκεντρικοί”

- ☰ Οι ‘ανθρωποκεντρικοί’ συμμετείχαν σε περισσότερες δραστηριότητες σε σύγκριση με το 2022
- ☰ Σε σύγκριση με το 2022, η επισκεψιμότητα των ‘ανθρωποκεντρικών’ σε μουσεία και πολιτιστικούς χώρους έχει αυξηθεί
- ☰ Οι επισκέψεις των ‘ανθρωποκεντρικών’ σε αρχαιολογικούς και θρησκευτικούς χώρους, έχουν αυξηθεί σε σύγκριση με το 2022



“Επαγγελματίες”

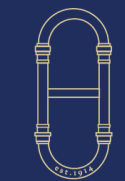
- ☰ Οι ημερήσιες δαπάνες των ‘επαγγελματιών’ έχουν αυξηθεί σημαντικά σε σύγκριση με το 2022
- ☰ Σε σύγκριση με τα υπόλοιπα προφίλ επισκεπτών, οι ‘επαγγελματίες’ είναι οι λιγότερο ικανοποιημένοι από τη συνολική εμπειρία τους στη Θεσσαλονίκη
- ☰ Η συμμετοχή των ‘επαγγελματιών’ σε εκδηλώσεις, έχει αυξηθεί σε σύγκριση με το 2022



Γενικό προφίλ & ικανοποίηση τουριστών

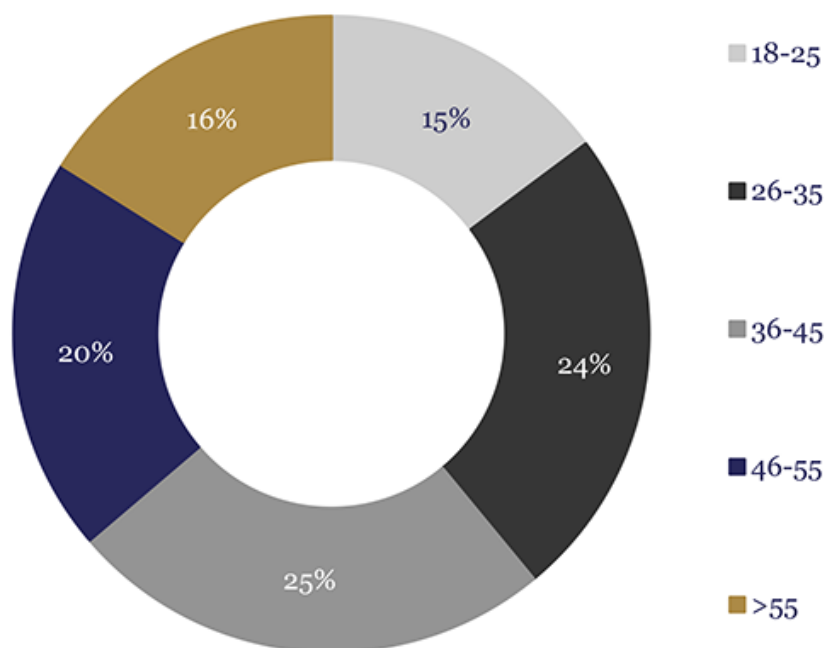
ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ, ΤΑΞΙΔΙΩΤΙΚΗ ΟΜΑΔΑ ΚΑΙ ΣΥΧΝΟΤΗΤΑ

Περίπου 5 στους 10 επισκέπτες ήταν ηλικίας 26-45 και επισκέφθηκαν τη Θεσσαλονίκη με το/τη σύντροφό τους ή μόνοι τους. Οι ταξιδιώτες για δουλειά, ήρθαν στη Θεσσαλονίκη κυρίως μόνοι τους.

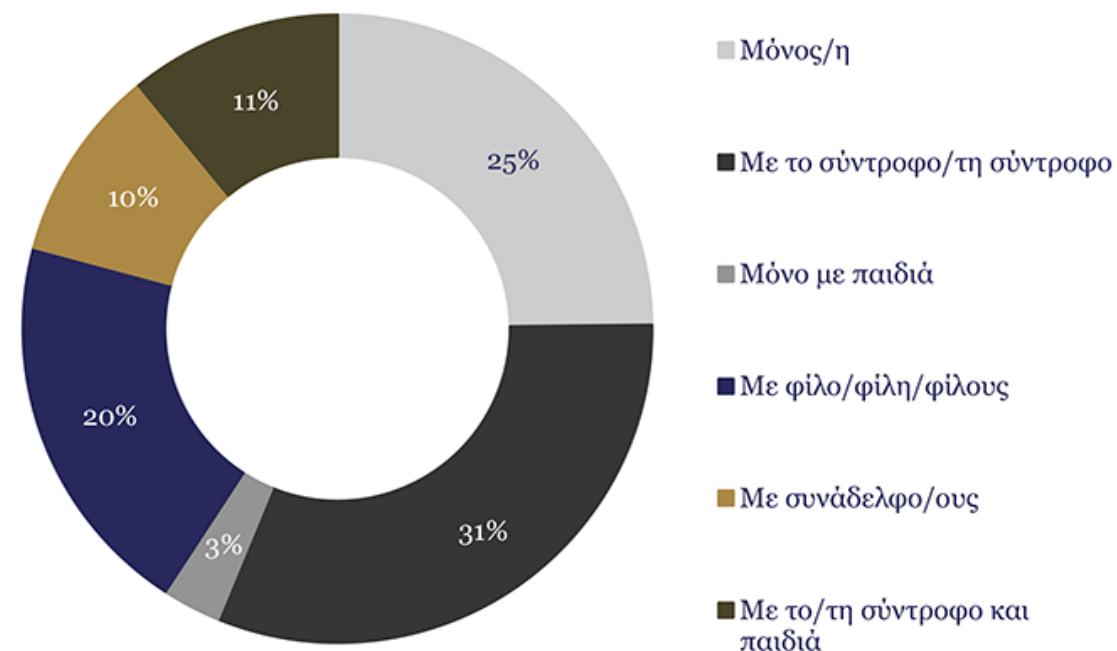


HESALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Ηλικιακή ομάδα



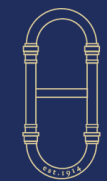
Ταξιδιωτική ομάδα



39% επισκέπτεται τη Θεσσαλονίκη για πρώτη φορά

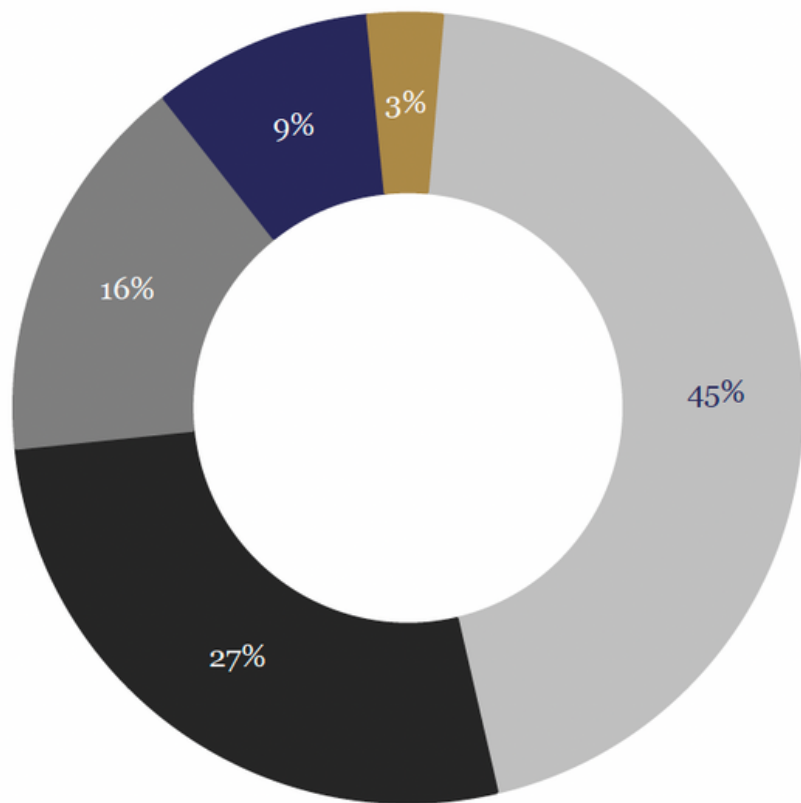
ΣΚΟΠΟΣ ΤΑΞΙΔΙΟΥ ΚΑΙ ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ*

Ο κύριος σκοπός ταξιδιού των επισκεπτών της Θεσσαλονίκης ήταν οι διακοπές. Για τους Έλληνες οι κύριοι λόγοι επιλογής της Θεσσαλονίκης ήταν η νυχτερινή ζωή και τα ψώνια, ενώ για τους αλλοδαπούς το γαστρονομικό ενδιαφέρον και τα ψώνια.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Σκοπός ταξιδιού



■ Διακοπές ■ Δουλειά ■ Φίλοι / συγγενείς ■ Συνέδρια / Εκθέσεις ■ Άλλο

Λόγοι επιλογής της Θεσσαλονίκης Έλληνες vs αλλοδαποί *



* Αφορά μόνο επισκέπτες αναψυχής

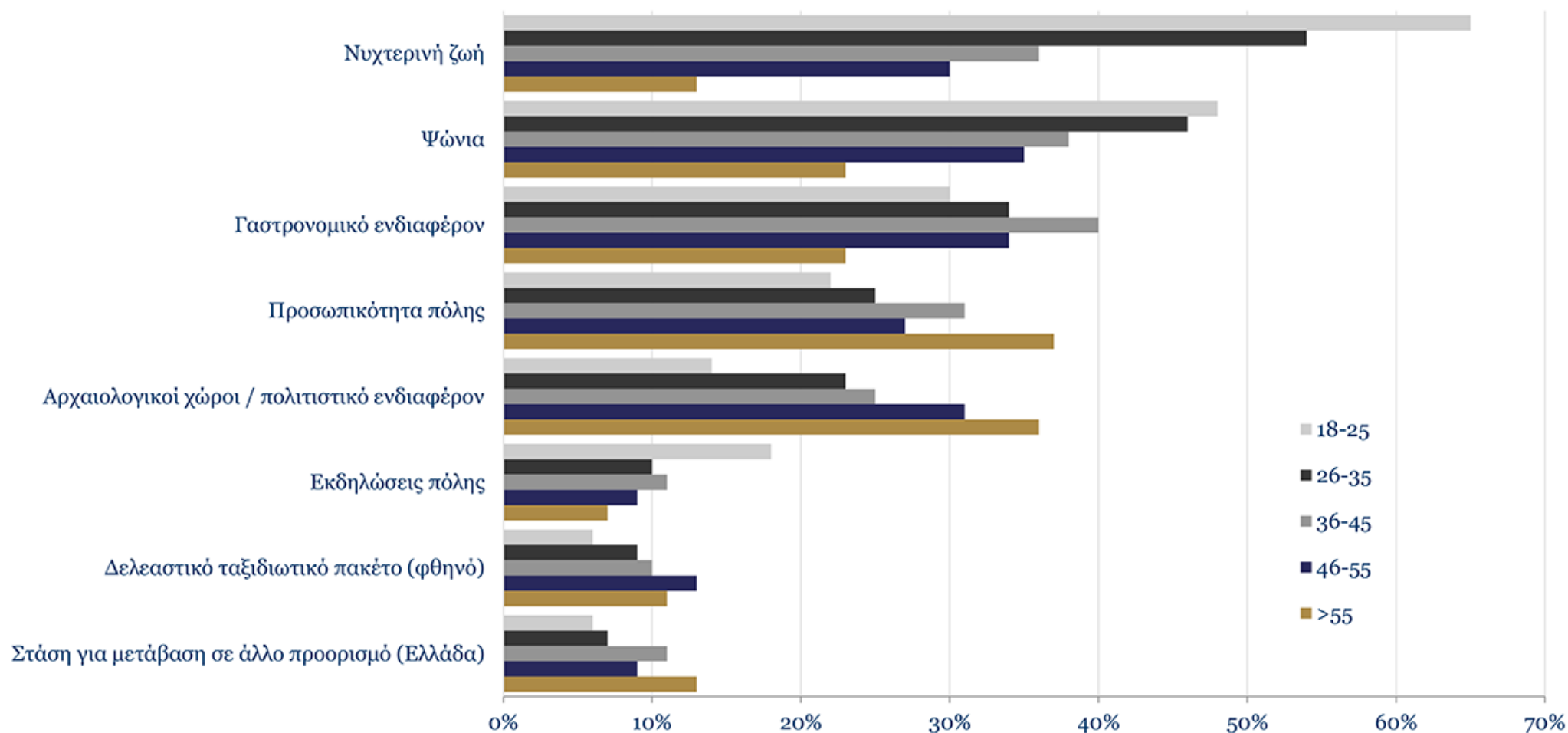
ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ ΑΝΑ ΗΛΙΚΙΑΚΗ ΟΜΑΔΑ *

Για την ηλικιακή ομάδα 18 –35 οι κύριοι λόγοι επιλογής της Θεσσαλονίκης ήταν η νυχτερινή ζωή και τα ψώνια, ενώ για την ηλικιακή ομάδα 36 –55 ήταν τα ψώνια και το γαστρονομικό ενδιαφέρον. Οι επισκέπτες ηλικίας 55 ετών και άνω, επέλεξαν τη Θεσσαλονίκη για την προσωπικότητά της και για τους αρχαιολογικούς χώρους & το πολιτιστικό ενδιαφέρον.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

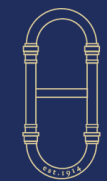
Λόγοι επιλογής της Θεσσαλονίκης ανά ηλικιακή ομάδα



* Αφορά μόνο επισκέπτες αναψυχής

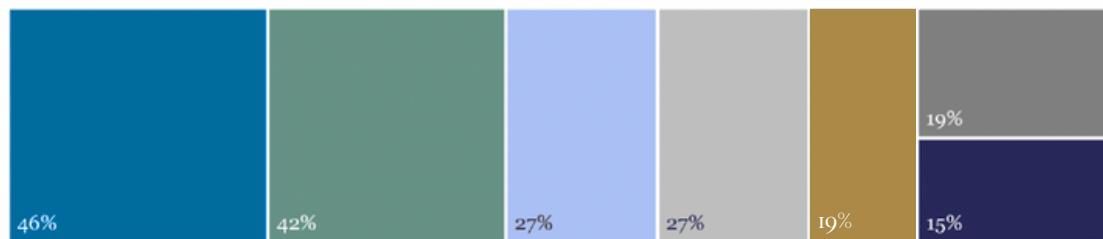
ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ – ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ*

Ο κύριος λόγος επιλογής της Θεσσαλονίκης για τους επισκέπτες από τις ΗΠΑ ήταν οι αρχαιολογικοί χώροι & το πολιτιστικό ενδιαφέρον, ενώ για τους Ισραηλινούς η προσωπικότητα της πόλης. Οι Γερμανοί επέλεξαν τη Θεσσαλονίκη κυρίως για το γαστρονομικό ενδιαφέρον της, ενώ οι Κύπριοι για τα ψώνια.



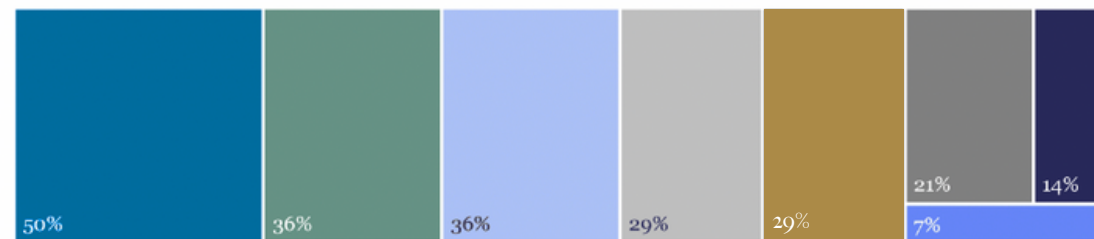
HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

ΗΠΑ



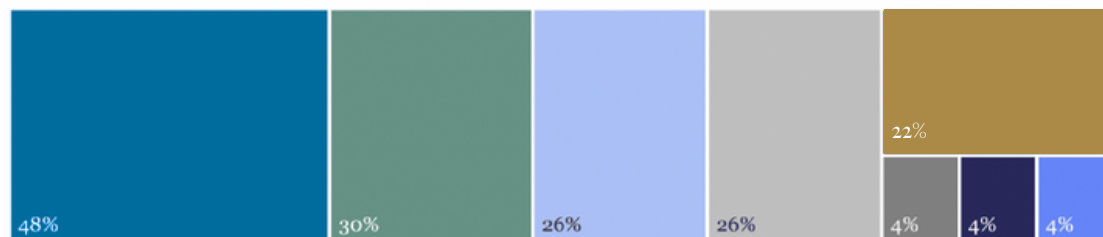
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Προσωπικότητα πόλης
- Ψώνια
- Νυχτερινή ζωή
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Εκδηλώσεις πόλης

Ισραήλ



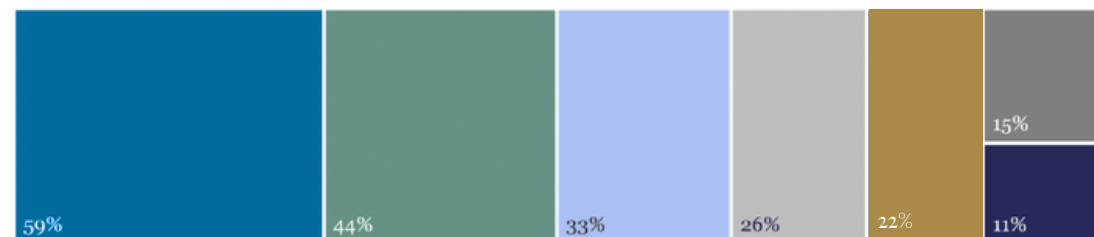
- Προσωπικότητα πόλης
- Ψώνια
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Νυχτερινή ζωή
- Εκδηλώσεις πόλης

Γερμανία



- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Ψώνια
- Προσωπικότητα πόλης
- Νυχτερινή ζωή
- Εκδηλώσεις πόλης
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)

Κύπρος

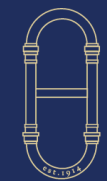


- Ψώνια
- Προσωπικότητα πόλης
- Νυχτερινή ζωή
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Εκδηλώσεις πόλης
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)

* Αφορά μόνο επισκέπτες αναψυχής

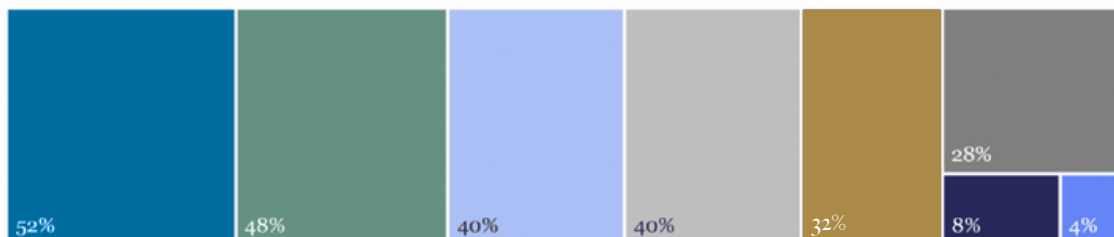
ΛΟΓΟΙ ΕΠΙΛΟΓΗΣ – ΚΥΡΙΕΣ ΑΓΟΡΕΣ*

Οι Τούρκοι επέλεξαν τη Θεσσαλονίκη κυρίως για το γαστρονομικό ενδιαφέρον της και τα ψώνια, ενώ οι Βρετανοί για τη νυχτερινή ζωή. Ο κύριος λόγος επιλογής της Θεσσαλονίκης για τους Ρουμάνους και τους Βούλγαρους ήταν τα ψώνια.



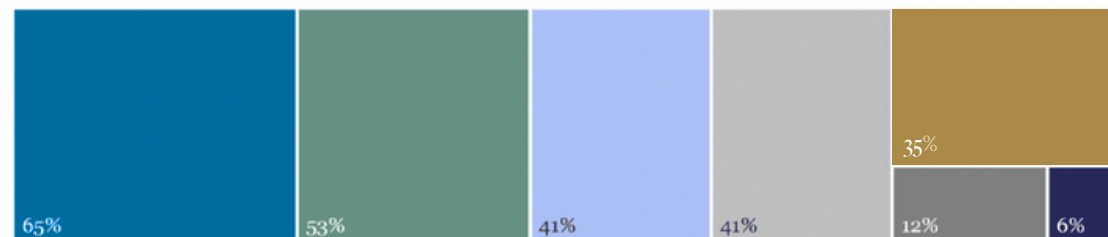
HESSALONIKI HOTELS ASSOCIATION

Τουρκία



- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Ψώνια
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Νυχτερινή ζωή
- Προσωπικότητα πόλης
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)
- Εκδηλώσεις πόλης

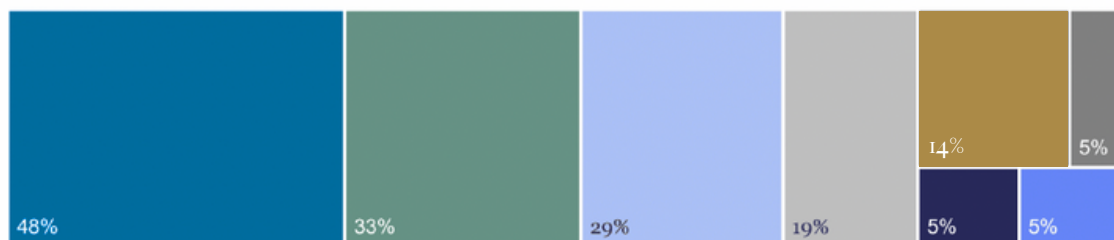
Ρουμανία



- Ψώνια
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Νυχτερινή ζωή
- Προσωπικότητα πόλης
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Εκδηλώσεις πόλης

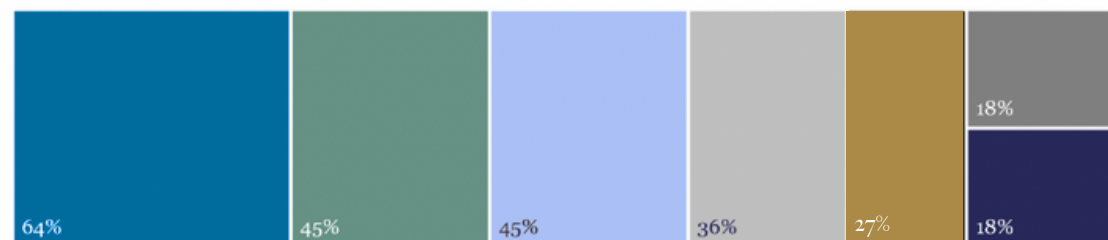
Your paragraph text

Βουλγαρία



- Ψώνια
- Νυχτερινή ζωή
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)
- Προσωπικότητα πόλης
- Εκδηλώσεις πόλης
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)

Ηνωμένο Βασίλειο

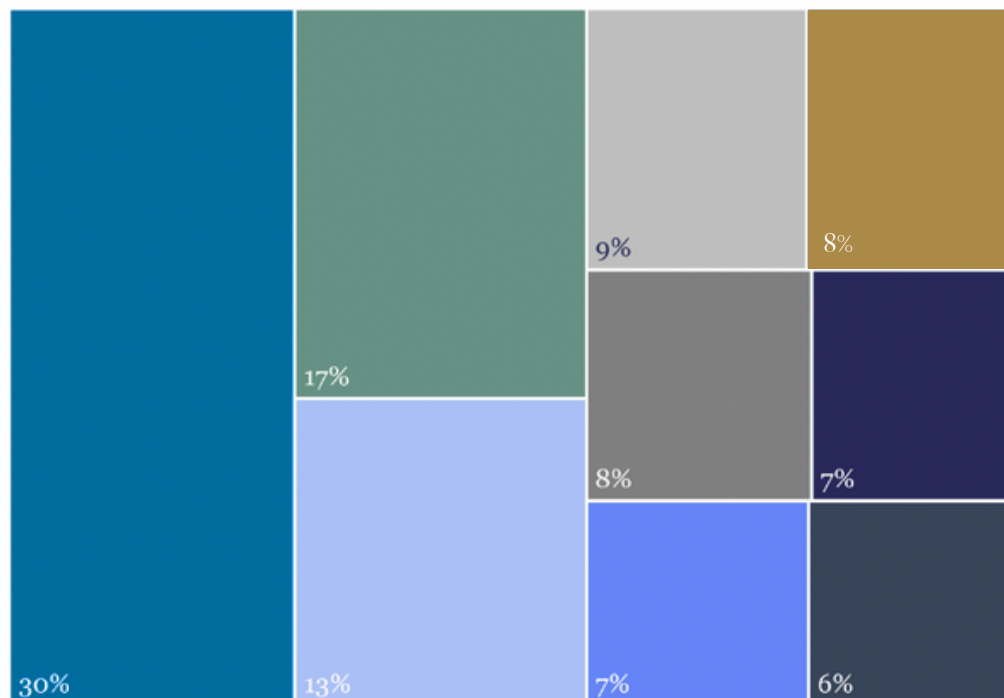


- Νυχτερινή ζωή
- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
- Γαστρονομικό ενδιαφέρον
- Ψώνια
- Στάση για μετάβαση σε άλλο προορισμό (Ελλάδα)
- Προσωπικότητα πόλης
- Εκδηλώσεις πόλης
- Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθηνό)

* Αφορά μόνο επισκέπτες αναψυχής

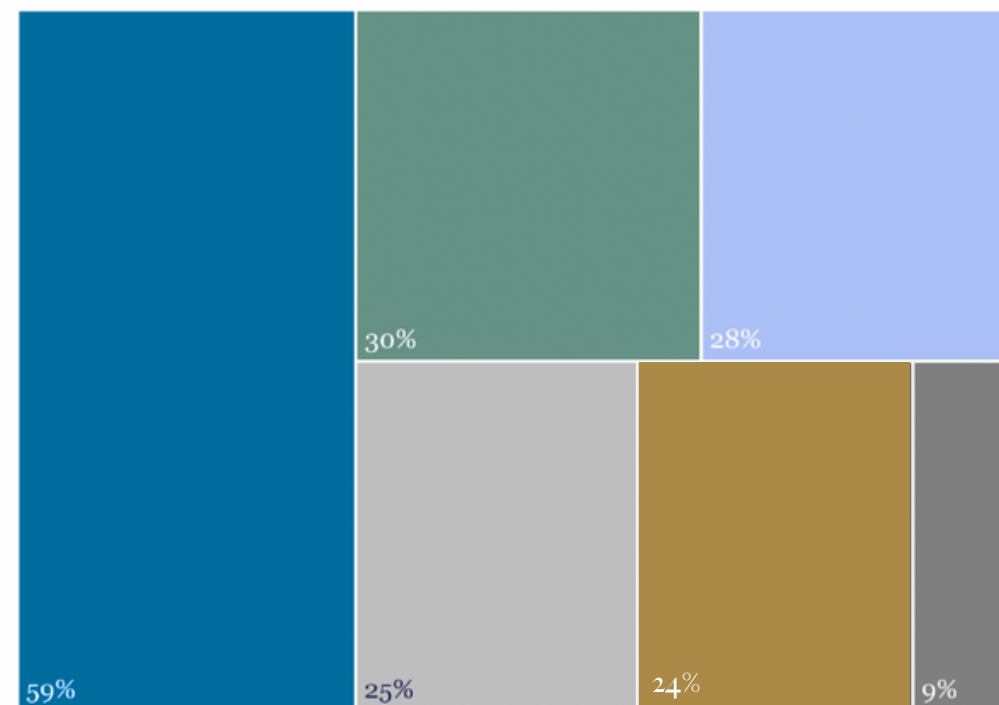
Το Αρχαιολογικό Μουσείο και το Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού, είναι τα πιο δημοφιλή μουσεία. Ο Λευκός Πύργος αποτελεί το δημοφιλέστερο αξιοθέατο.

Επίσκεψη σε Μουσεία / Πολιτιστικούς χώρους



- Αρχαιολογικό Μουσείο
- Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού
- ΝΟΗΣΙΣ-Κέντρο Επιστημών
- Μουσείο Ατατούρκ (οικία)
- Πολεμικό Μουσείο
- Εβραϊκό Μουσείο
- Ολυμπικό Μουσείο
- Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα
- ΜΟΜus

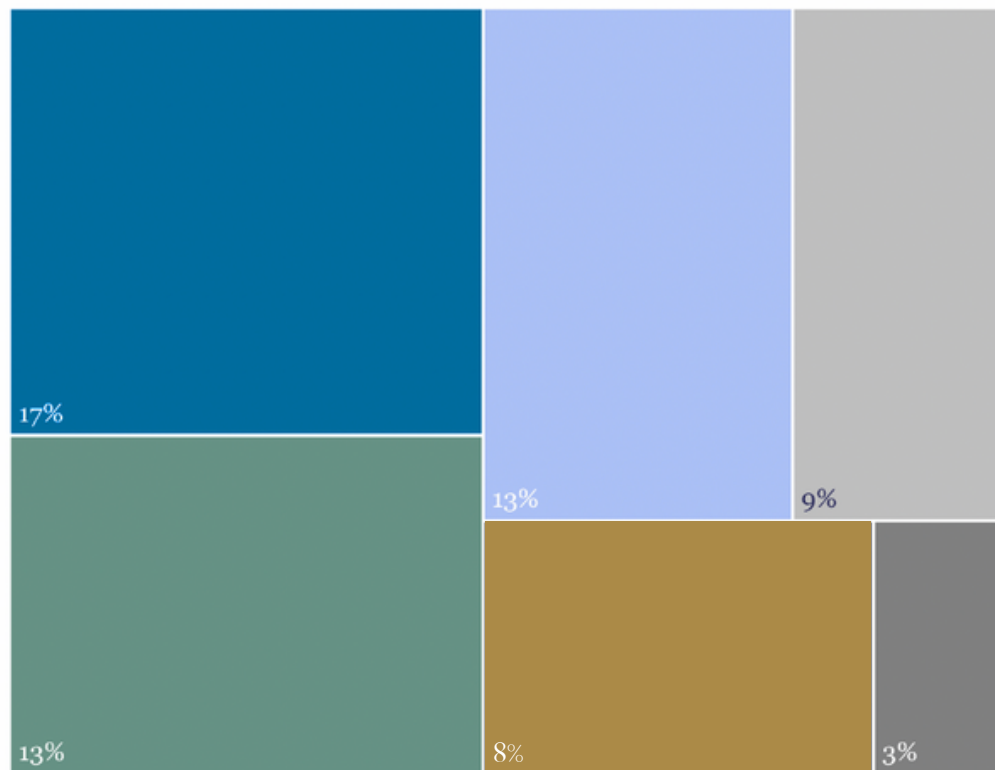
Επίσκεψη σε Αρχαιολογικούς χώρους / Θρησκευτικούς χώρους



- Λευκός Πύργος
- Ιερός Ναός Αγίου Δημητρίου
- Ροτόντα
- Ρωμαϊκή Αγορά
- Ιερός Ναός Αγίας Σοφίας
- Μονή Βλατάδων

Όσον αφορά τις εκδηλώσεις, οι συναυλίες / πολιτιστικές εκδηλώσεις είναι οι δημοφιλέστερες.

Παρακολούθηση εκδηλώσεων

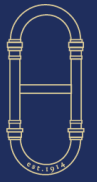


- Συναυλία / πολιτιστική εκδήλωση
- Αθλητική εκδήλωση
- Θεατρική παράσταση
- Φεστιβάλ κινηματογράφου
- Εργαστήρι / μάθημα / σεμινάριο
- 58ο Φεστιβάλ Δημητρίων



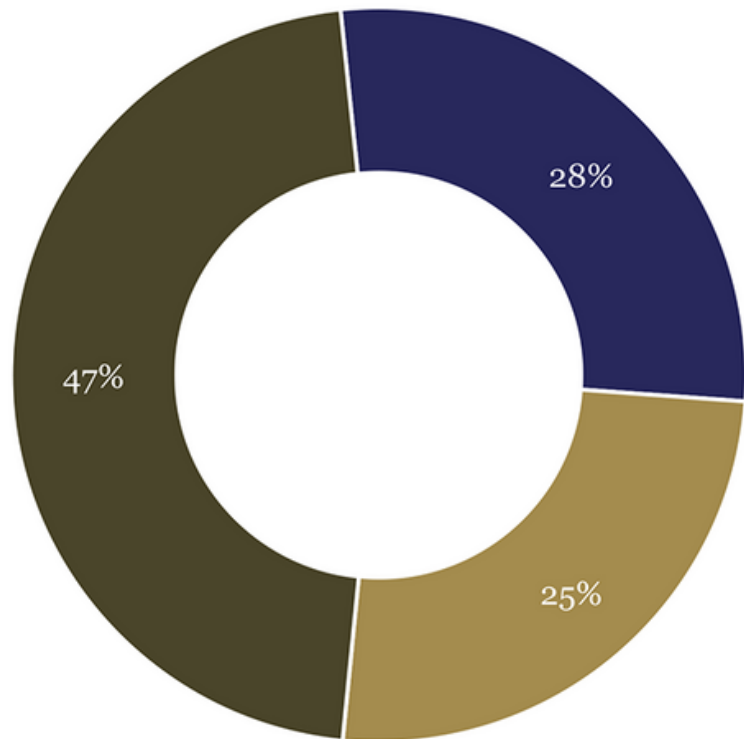
ΑΕΙΦΟΡΙΑ

Η πλειοψηφία των επισκεπτών δε λαμβάνει υπόψη τα θέματα αειφορίας όταν σχεδιάζει ένα ταξίδι και δε βρήκε πληροφορίες για την αειφορία όταν επέλεξε ξενοδοχείο στη Θεσσαλονίκη.



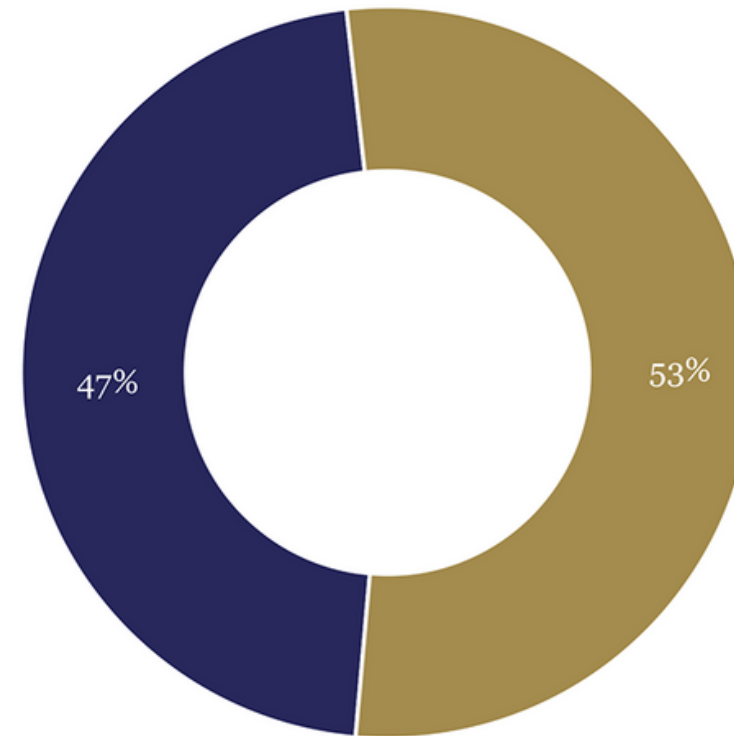
HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Λαμβάνετε υπόψη σας γενικά τα θέματα αειφορίας όταν σχεδιάζετε ένα ταξίδι;



- Ναι, ανεξάρτητα εάν μου δημιουργεί κάποια δυσκολία
- Ναι, αλλά μόνο εάν δεν μου δημιουργεί κάποια δυσκολία
- Όχι

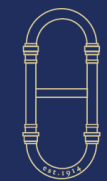
Βρήκατε πληροφορίες για την αειφορία όταν επιλέγατε ξενοδοχείο στη Θεσσαλονίκη;



- Ναι
- Όχι

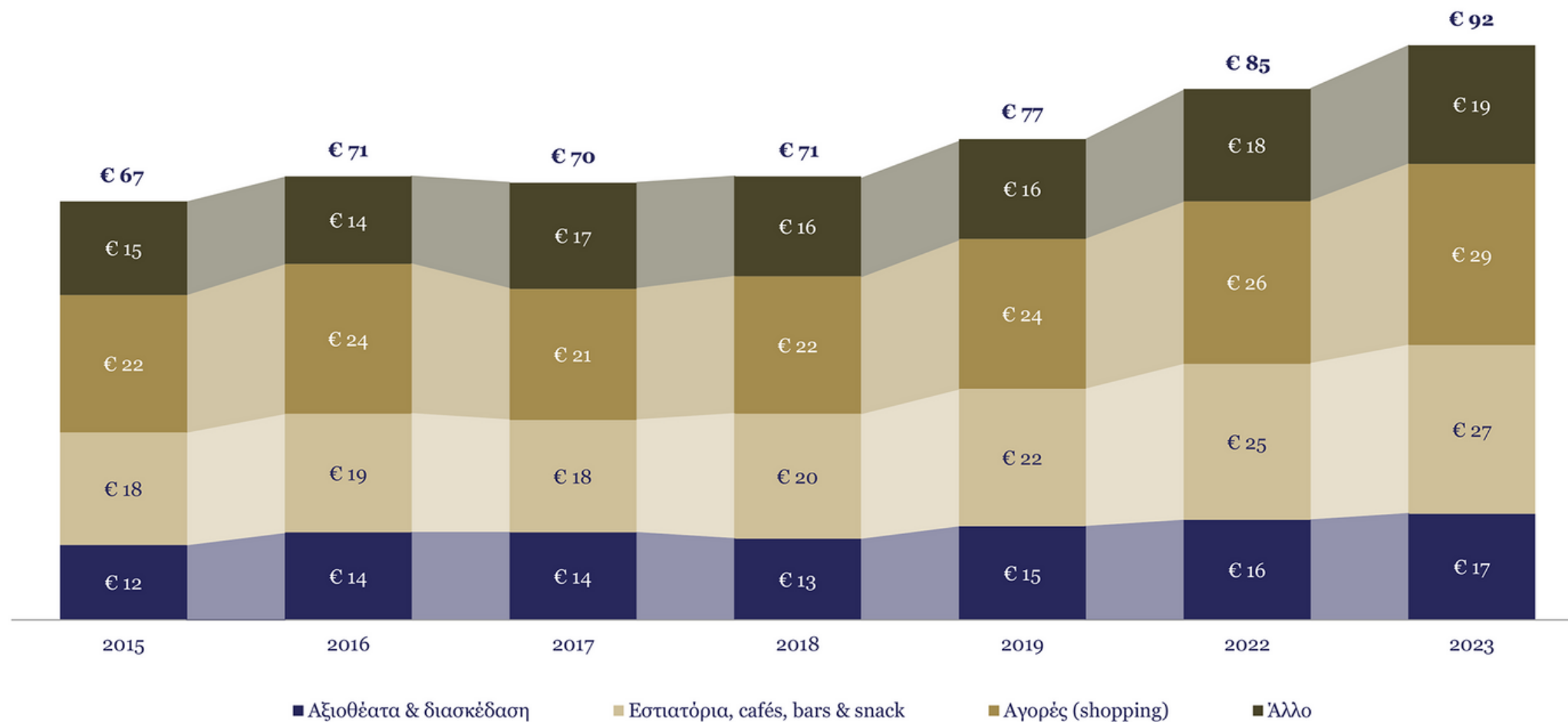
ΔΑΠΑΝΕΣ

Το 2023 σε σύγκριση με το 2022, οι ημερήσιες δαπάνες αυξήθηκαν σημαντικά και ιδιαίτερα οι δαπάνες για αγορές (shopping) και οι δαπάνες σε εστιατόρια, cafés, bar & snack σε ένα περιβάλλον με υψηλό πληθωρισμό.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

Ημερήσιες δαπάνες ανά άτομο 2015 – 2023



Αξιολόγηση της εμπειρίας 2015 – 2023

Το 2023 σε σύγκριση με το 2022, ο βαθμός αξιολόγησης για την ασφάλεια στην πόλη μειώθηκε. Ο βαθμός αξιολόγησης της ατμοσφαιρικής ρύπανσης ήταν ο χαμηλότερος της περιόδου 2015 – 2023.

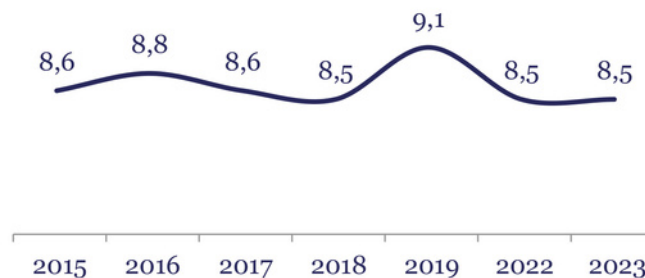


HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

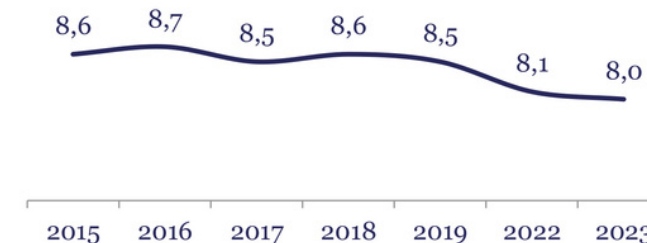
Διασκέδαση / Αναψυχή



Συμπεριφορά κατοίκων



Μουσεία/αρχ. & πολιτιστικοί χώροι



Πληρ/ρίες για ειδικές εκδηλώσεις



Ασφάλεια στην πόλη



Ατμοσφαιρική ρύπανση



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

Αξιολόγηση της εμπειρίας 2015 –2023

Το 2023 ήταν η χρονιά που η ηχορύπανση, τα πάρκα / πράσινο, η κατάσταση των δρόμων / πεζοδρομίων, τα ΜΜΜ και η δημόσια καθαριότητα έλαβαν τη χαμηλότερη αξιολόγηση σε βάθος της περιόδου 2015 –2023. Η μεγαλύτερη μείωση παρατηρήθηκε στους δρόμους & πεζοδρόμια και στη δημόσια καθαριότητα.

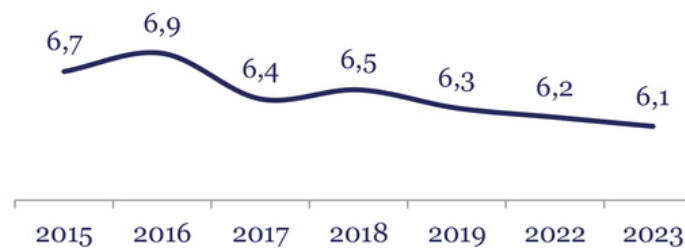


HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

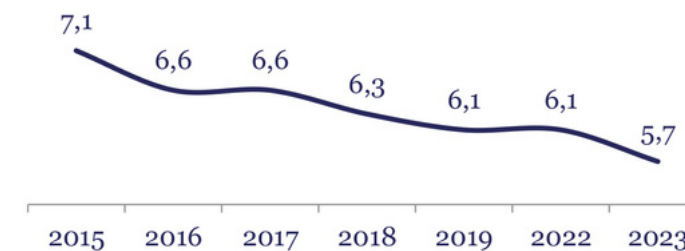
Ηχορύπανση



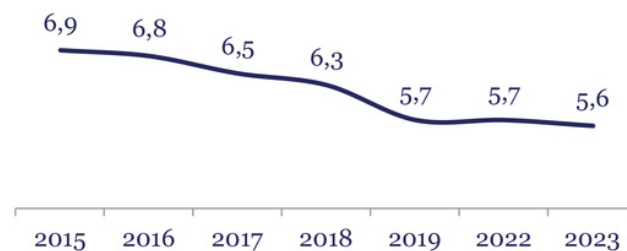
Πάρκα, «Πράσινο»



Δρόμοι, Πεζοδρόμια



Μέσα Μαζικής Μεταφοράς



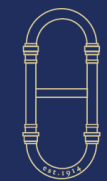
Δημόσια Καθαριότητα



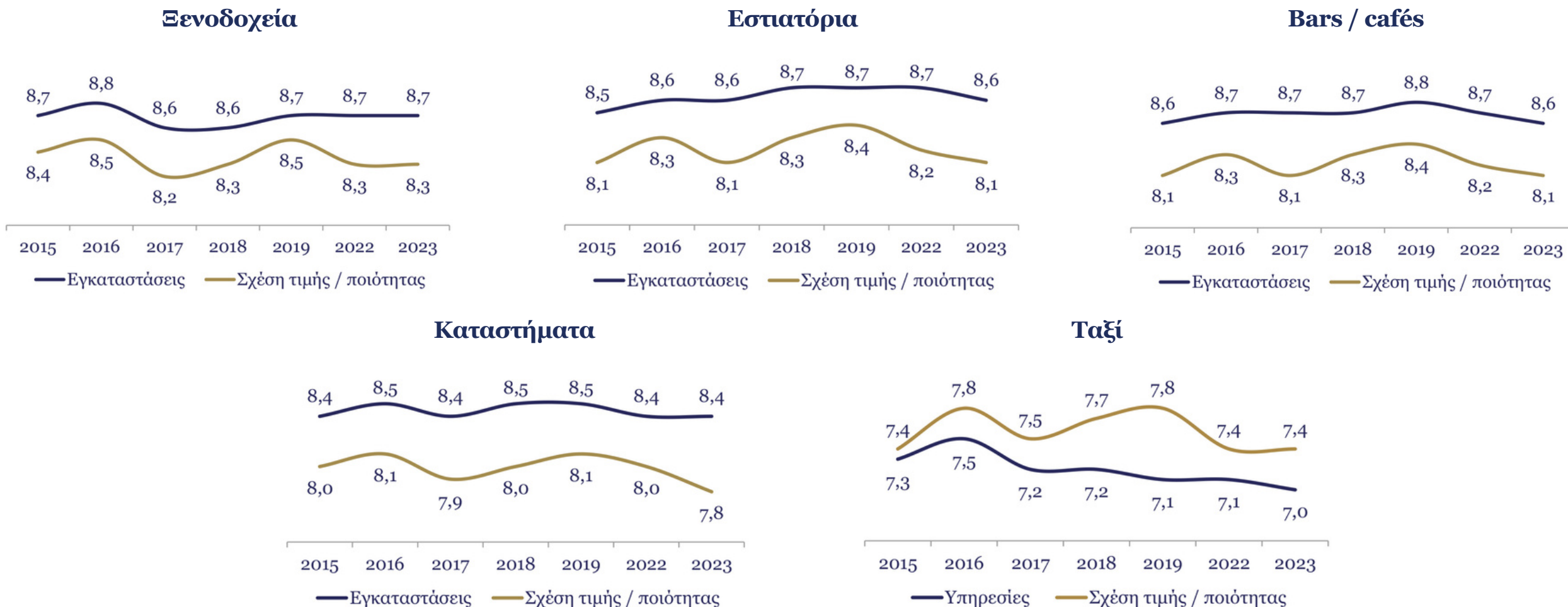
Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

Αξιολόγηση εγκαταστάσεων vs σχέση τιμής / ποιότητας 2015 – 2023

Ο βαθμοί αξιολόγησης για τις εγκαταστάσεις και για τη σχέση τιμής / ποιότητας στα ξενοδοχεία, παρέμειναν σταθεροί το 2023 σε σύγκριση με το 2022. Στα καταστήματα και τα ταξί ο βαθμός αξιολόγησης για τις εγκαταστάσεις / υπηρεσίες παρέμεινε ίδιος, ενώ γενικά στην εστίαση μειώθηκε.



HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION



Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

Το 2023 σε σύγκριση με το 2022, οι βαθμοί αξιολόγησης για την πρόσβαση μειώθηκαν σε όλα τα μέσα μεταφοράς.



Πρόσβαση από αεροδρόμιο



Πρόσβαση από λιμάνι



Πρόσβαση από σταθμό ΟΣΕ



Πρόσβαση από ΚΤΕΛ



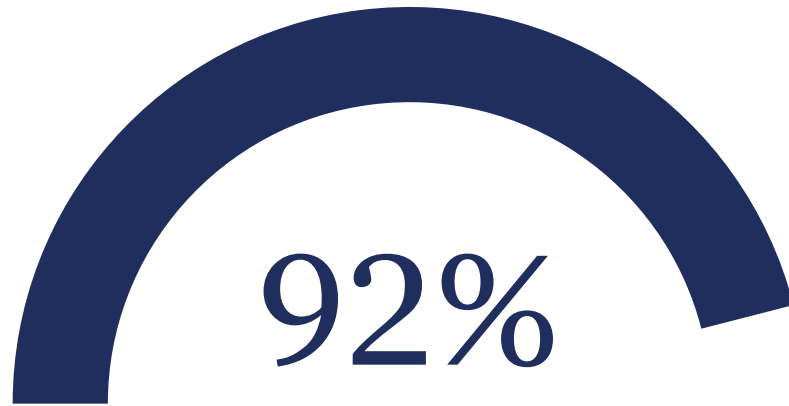
Κλίμακα ικανοποίησης (1 ανεπαρκές – 10 άψογα)

Σύσταση

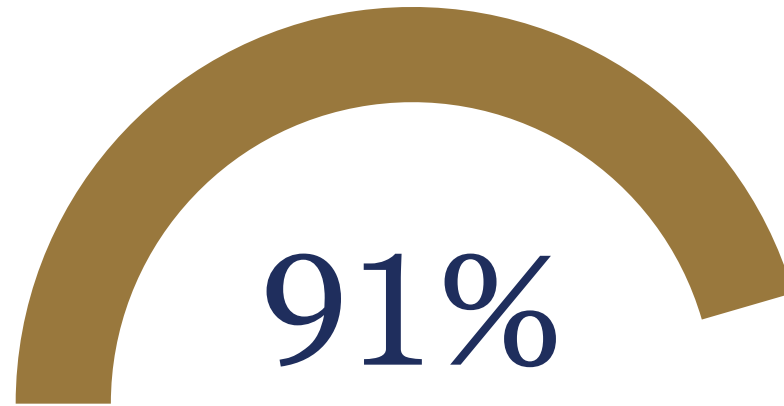
9 στους 10 επισκέπτες θα πρότειναν τη Θεσσαλονίκη σε άλλους και θα την επισκέπτονταν πάλι.



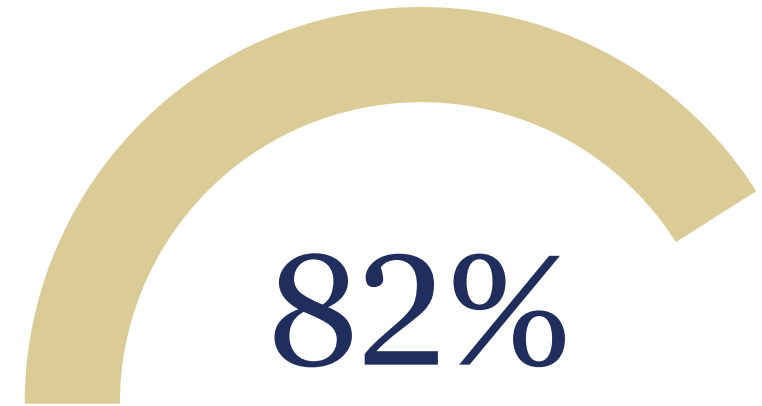
HESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION



των επισκεπτών προτείνει τη
Θεσσαλονίκη σε άλλους



των επισκεπτών επιθυμεί να
επισκεφθεί πάλι τη Θεσσαλονίκη



των επισκεπτών αισθάνεται ότι
υπάρχουν και άλλα πράγματα
που θέλει να δει στη
Θεσσαλονίκη

Ερωτηματολόγιο





Satisfaction Survey 2023

1. General characteristics

Age group:

- 18-25 26-35 36-45 46-55 >55

Country of origin: _____

Are you travelling (check any that apply):

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

How many times have you visited Thessaloniki?

- first time several times

Length of stay in Thessaloniki: ____ nights

2. Purpose of your trip

Are you here for (check any that apply):

- Business Conferences / Exhibitions
 Leisure Friends / relatives
 Other: _____

If you are here not for "Business" why did you choose Thessaloniki (check any that apply):

- Archaeological sites / cultural interest
 For shopping
 Gastronomy
 Nightlife
 Personality of the city
 Event(s) in the city
 Attractive package offer (cheap)
 Stop-over to another destination in Greece

3. Experience

Did you participate/ attend / visit (in) any of the following? Check any that apply.

Activities

- Organized city bus tour
 Organized walking tour (general)
 Organized gastronomy tour (food, wine etc.)
 Organised bike tour
 Organised street art tour
 Organised architecture tour

Events

- 58th Dimitria Festival
 Film Festival
 Theatre show
 Concert / cultural event
 Workshop /class / seminar
 Sport event

Museums /Cultural sites

- Archaeological Museum Jewish Museum
 Museum of Byzantine Culture War Museum
 NOESIS - Science Center MOMus
 Museum of the Macedonian Struggle Olympic Museum
 Museum Atatürk (Evi)

Archaeological sites / Religious sites

- White Tower Church of Agia Sofia
 Roman Forum Vlatadon Monastery
 Church of Agios Dimitrios Rotunda

4. Shopping & Entertainment

Please indicate the total cost of your visit (including partner & children if applicable). If you are only part way through your visit, please estimate your expected costs.

- €_____ Attractions – Entertainment
 €_____ Restaurants - Cafés, bars, snacks etc.
 €_____ Shopping
 €_____ Other (except hotel & air tickets)
 €_____ **Total**

5. Sustainability

Do you consider sustainability issues in your travel planning in general?

Choose one of the following answers

- Yes, regardless of whether it causes any difficulty
 Yes, but only if it does not cause any difficulty
 No

Did you find any information on sustainability when selecting a hotel in Thessaloniki?

- Yes No

6. Your opinion on different aspects (1. totally inadequate; 10. excellent)

Access from airport	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Access from port	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Access from railway station	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Access from intercity bus station</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Entertainment / Leisure	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurant facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar / Café facilities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Hotel facilities</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
<u>Local's behaviour</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Events - Activities	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Museums-Archaeological-Religious sites	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
<u>Information for special events</u>	<u>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10</u>
Atmospheric pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Noise pollution	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Safety in city	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Roads, pavements	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public cleanliness	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Public transportation	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi services	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
City parks, "city green"	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Value for money:	
Airport/Train/Intercity Bus/Ship	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Shopping	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Restaurants	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Bar/Café	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Hotels	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Taxi	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Overall Assessment	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Compared to your expectations, your experience in Thessaloniki was:

- much better better
 same worse much worse

8. Re-visit / recommendation

Would you recommend Thessaloniki to others?

- Yes No

Do you feel that there are other things that you would have liked to see / do in Thessaloniki?

- Yes No

Would you re-visit?

- Yes No



Έρευνα Ικανοποίησης 2023

1. Γενικά στοιχεία

Ηλικία:

18-25 26-35 36-45 46-55 >55

Χώρα διαμονής: _____

Ταξιδεύετε (επιλέξτε καθετί που εφαρμόζει):

Μόνος/η Με φίλο/φίλη/φίλους
 Με σύντροφο Με συνάδελφο/ους
 Μόνο με παιδιά Με σύντροφο & παιδιά

Πόσες φορές έχετε επισκεφθεί την Θεσσαλονίκη;

πρώτη φορά περισσότερες

Διάρκεια παραμονής στη Θεσσαλονίκη: ____ νύχτες

2. Σκοπός ταξιδιού

Είστε εδώ για (επιλέξτε καθετί που εφαρμόζει):

Δουλειά Συνέδρια/Εκθέσεις
 Αναψυχή Φίλοι / συγγενείς
 Άλλο: _____

Αν δεν έχετε έρθει για «Δουλειά», γιατί επιλέξατε την Θεσσαλονίκη (επιλέξτε καθετί που εφαρμόζει):

- Αρχαιολογικοί χώροι / πολιτιστικό ενδιαφέρον
 Για ψώνια
 Γαστρονομικό ενδιαφέρον
 Νυχτερινή ζωή
 Προσωπικότητα πόλης
 Εκδηλώσεις πόλης
 Δελεαστικό ταξιδιωτικό πακέτο (φθινό)

3. Εμπειρία (για τη συγκεκριμένη επίσκεψή σας)

Συμμετείχατε / παρακολουθήσατε / επισκεφθήκατε (σε) κάποια από τις παρακάτω; Επιλέξτε καθετί που εφαρμόζει.

Δραστηριότητες

- Οργανωμένο city bus tour
 Οργανωμένο walking tour (γενικά)
 Οργανωμένο γαστρονομικό tour (π.χ. φαγητό)
 Οργανωμένο tour με ποδήλατο
 Οργανωμένο tour τέχνης του δρόμου (π.χ. graffiti)
 Οργανωμένο tour αρχιτεκτονικής

Εκδηλώσεις

- 58° Φεστιβάλ Δημητρίων
 Φεστιβάλ κινηματογράφου
 Θεατρική παράσταση
 Συναυλία / πολιτιστική εκδήλωση
 Εργαστήριο / μάθημα / σεμινάριο
 Αθλητική εκδήλωση

Μουσεία / Πολιτιστικοί χώροι

- Αρχαιολογικό Μουσείο Εβραϊκό Μουσείο
 Μουσείο Βυζαντινού Πολιτισμού Πολεμικό Μουσείο
 ΝΟΗΣΙΣ-Κέντρο Επιστημών MOMus
 Μουσείο Μακεδονικού Αγώνα Ολυμπιακό Μουσείο
 Μουσείο Ατατούρκ (οικία)

Αρχαιολογικοί χώροι / Θρησκευτικοί χώροι

- Λευκός Πύργος Ναός Αγίας Σοφίας
 Ρωμαϊκή Αγορά Μονή Βλατάδων
 Ιερός Ναός Αγίου Δημητρίου Ροτόντα

4. Δαπάνες για Αγορές & Διασκέδαση

Παρακαλώ σημειώστε το σύνολο των εξόδων του ταξιδιού σας (συμπεριλαμβανομένων του συντρόφου και των παιδιών). Εάν δεν έχετε ολοκληρώσει το ταξίδι σας παρακαλούμε κάνετε μια εκτίμηση των εξόδων.

€ _____ Αξιοθέατα - Διασκέδαση

€ _____ Εστιατόρια - Cafés, bars, snacks κτλ.

€ _____ Αγορές (shopping)

€ _____ Άλλο (εκτός ξεν/χειου & εισιτηρίων)

€ _____ **Σύνολο**

5. Αειφορία

Λαμβάνετε υπόψιν σας γενικά τα θέματα αειφορίας όταν σχεδιάζετε ένα ταξίδι; Επιλέξτε μια από τις παρακάτω απαντήσεις

- Ναι, ανεξάρτητα αν μου δημιουργεί κάποια δυσκολία
 Ναι, αλλά μόνο αν δεν μου δημιουργεί κάποια δυσκολία
 Όχι

Βρήκατε πληροφορίες για την αειφορία όταν επιλέγατε ένα ξενοδοχείο στη Θεσσαλονίκη;

- Ναι Όχι

6. Η άποψή σας για διάφορα θέματα. (1. ανεπαρκές, 10. εξαιρετικό)

Πρόσβαση από αεροδρόμιο 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Πρόσβαση από λιμάνι 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Πρόσβαση από σταθμό ΟΣΕ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Πρόσβαση από ΚΤΕΛ 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Διασκέδαση / Αναψυχή 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Καταστήματα(Εγκ/σεις) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Εστιατόρια (Εγκ/σεις) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Bar/Café (Εγκ/σεις) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ξενοδοχείο (Εγκ/σεις) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Συμπεριφορά κατοίκων Θεσ/κης 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Δραστηριότητες - εκδηλώσεις 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Μουσεία/αρχ. & πολιτιστικοί χώροι 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Πληρ/ρίες για ειδικές εκδηλώσεις 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ατμοσφαιρική ρύπανση 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ηχορύπανση 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ασφάλεια στην πόλη 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Δρόμοι, Πεζοδρόμια 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Δημόσια Καθαριότητα 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Μέσα Μαζικής Μεταφοράς 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Υψηλές ταξί 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Πάρκα, «Πράσινο» 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Σχέση Τιμής / Ποιότητας:

Αεροπλάνο/ΟΣΕ/ΚΤΕΛ/Πλοίο 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Αγορές (Ψώνια) 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Εστιατόρια 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Bar/Café 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ξενοδοχείο 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Ταξί 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Συνολική αξιολόγηση 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

7. Συγκριτικά με τις προσδοκίες σας η εμπειρία σας στην Θεσσαλονίκη ήταν:

- πολύ καλύτερη καλύτερη
 ίδια χειρότερη πολύ χειρότερη

8. Σύσταση

Θα συστήσετε τη Θεσσαλονίκη σε τρίτους;

- Ναι Όχι

Αισθάνεστε ότι υπάρχουν και άλλα πράγματα που θέλετε να δείτε στη Θεσσαλονίκη;

- Ναι Όχι

Θα την επισκεπτόσασταν πάλι;

- Ναι Όχι

Ολοκληρωμένα Χρηματοδοτικά Εργαλεία

Στηρίζουμε τις μικρομεσαίες ξενοδοχειακές επιχειρήσεις

Attica Hospitality Operate

Attica Hospitality Develop

Attica Hospitality Sustain

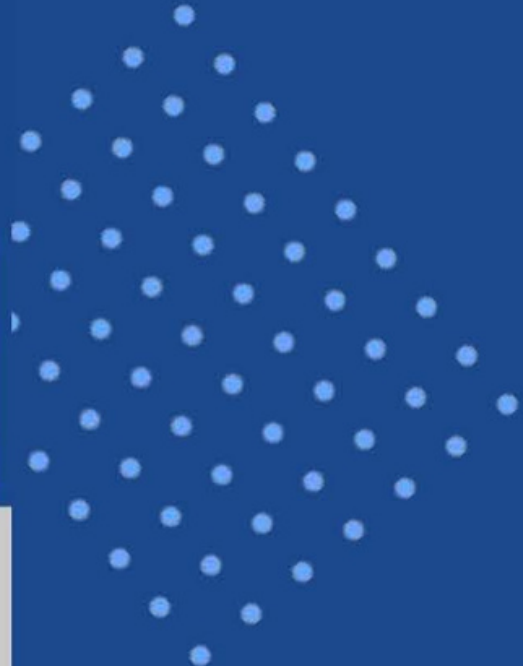
- ✓ Ανταγωνιστικά χαρακτηριστικά
- ✓ Άμεση διαδικασία έγκρισης



attica bank



ΧΡΟΝΙΑ
ΧΤΙΖΟΥΜΕ
ΔΕΣΜΟΥΣ



100 ΧΡΟΝΙΑ

ΕΙΜΑΣΤΕ ΔΙΠΛΑ ΣΤΙΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ,

ΕΙΜΑΣΤΕ ΔΙΠΛΑ ΣΑΣ



CROSS
Business Training

Η Cross Business Training
δημιουργήθηκε το 2011
από τον Μαυροκορίδη Ιωάννη.



1. Διεξάγει εκπαιδευτικά σεμινάρια
σε θέματα “Άριστης Εξυπηρέτησης Πελάτη”
“Βιωματικών Πωλήσεων”, “Αποτελεσματικής
Ηγεσίας”.

2. Διενεργεί Business Coaching
σε διοικητικά στελέχη.

3. Παρέχει επιλεγμένες υπηρεσίες
διοίκησης Ανθρώπινου Δυναμικού

Απώτερος σκοπός της, να βοηθήσει
τους ανθρώπους να βελτιωθούν
τόσο στον τομέα της εργασίας τους
όσο και της στάσης ζωής τους,
βασιζόμενοι σε υψηλού ήθους Αρχές
και Αξίες.





THESSALONIKI HOTELS
ASSOCIATION

gbr
consulting

Σέκερη 4
106 74 Αθήνα

Τηλ:
+30 210 3605002

Web:
www.gbrconsulting.gr