



## Market Brief: Νοέμβριος 2013

### Οι συνέπειες του διαδικτυακού περιεχομένου στον Ευρωπαϊκό Τουρισμό

- Το διαδίκτυο διαδραματίζει ζωτικό και αυξανόμενο ρόλο στον ευρωπαϊκό ταξιδιωτικό τομέα. Στην πραγματικότητα, το διαδικτυακό περιεχόμενο είναι σήμερα η κύρια πηγή ταξιδιωτικών πληροφοριών, υπερβαίνοντας όλες τις άλλες μορφές παραδοσιακών μέσων ενημέρωσης και μάρκετινγκ στην Ευρώπη. Οι ταξιδιωτικές επιχειρήσεις συνδέονται με τους καταναλωτές μέσω του διαδικτυακού μάρκετινγκ, των μέσων κοινωνικής δικτύωσης, των ταξιδιωτικών εφαρμογών, της λειτουργίας αναζήτησης και των πλατφορμών κρατήσεων. Οι ποικίλες αυτές πηγές πληροφόρησης και τα δίκτυα πώλησης κατευθύνουν ολοένα και περισσότερο τον ευρωπαϊκό τουριστικό τομέα.
- Ωστόσο, παρόλο που η τουριστική ζήτηση μετακινείται ολοένα και περισσότερο προς ένα ηλεκτρονικό περιβάλλον και ο πολιτισμός αποτελεί σημαντικό κίνητρο, το ποσοστό των επιχειρήσεων που χρησιμοποιούν το ηλεκτρονικό εμπόριο για να συνδέονται με πιθανούς πελάτες είναι σχετικά μικρό στην Ισπανία, την Ιταλία και την Ελλάδα. Η ανισορροπία αυτή αποτελεί μια σημαντική ευκαιρία για αύξηση των πωλήσεων με πιο ευρεία υιοθέτηση, από τον κλάδο, των διαδικτυακών πωλήσεων και των πλατφορμών μάρκετινγκ.
- Εντός του ευρωπαϊκού τουριστικού τομέα, η εξερεύνηση του πολιτισμού αποτελεί βασικό κίνητρο για τους ταξιδιώτες, και αντιπροσωπεύει το 22% των τουριστικών ταξιδιών που πραγματοποιήθηκαν από τους πολίτες της ΕΕ των 27 εντός του 2011. Οι αναζητήσεις σχετικά με τον πολιτισμό στις κορυφαίες αγορές που δημιουργούν ταξίδια αντιπροσωπεύουν το 45% του συνόλου των σχετικών με τον τουρισμό αναζητήσεων για την Ελλάδα, το 31% για την Ιταλία και το 44% για την Ισπανία.
- Η πραγματικότητα αυτή διαφαίνεται καθαρά από την παρατήρηση ότι οι προορισμοί που χρησιμοποιούν περισσότερο το διαδίκτυο για να προσεγγίσουν πελάτες είχαν καλύτερες επιδόσεις από άλλους παρόμοιους προορισμούς τα τελευταία χρόνια και έχουν κερδίσει μερίδιο αγοράς από τους ανταγωνιστές. Αυτός είναι εν μέρει ο λόγος για τον οποίο η Ελλάδα και η Ισπανία δεν έχουν παρουσιάσει αύξηση του μεριδίου αγοράς κατά την τελευταία δεκαετία, ενώ η αύξηση του μεριδίου αγοράς της Ιταλίας είναι σχεδόν υποτονική.
- Το διαδικτυακό περιεχόμενο αποφέρει σημαντικό τμήμα των επιχειρηματικών συναλλαγών στον τομέα αυτό, με τις ηλεκτρονικές κρατήσεις να στηρίζουν το 10%, 26% και 43% του συνόλου των αφίξεων τουριστών στην Ελλάδα, την Ιταλία και την Ισπανία, αντίστοιχα. Ο μέσος όρος στην ΕΕ είναι 49% συμπεριλαμβανομένης της έρευνας και των κρατήσεων. Αυτό

αφήνει σημαντικές προοπτικές ανόδου για την τουριστική βιομηχανία σε αυτές τις χώρες ώστε να ενστερνιστεί πλήρως μια διαδικτυακή παρουσία.

- Το διαδικτυακό περιεχόμενο παρέχει οφέλη τόσο σε μικρότερες και ανεξάρτητες επιχειρήσεις όσο και σε γνωστά εμπορικά σήματα. Κατ'επέκταση, η αύξηση του διαδικτυακού περιεχομένου ωφελεί επίσης το τμήμα του πολιτιστικού τουρισμού που περιλαμβάνει πολλές μικρές και μεσαίες επιχειρήσεις, επιτρέποντας στους τουρίστες να βιώσουν περισσότερες εξειδικευμένες πολιτιστικές δραστηριότητες.
- Η τουριστική βιομηχανία στην Ελλάδα θα ωφεληθεί από μια μακροπρόθεσμη αύξηση της ζήτησης μέχρι και 20% εάν ληφθούν μέτρα για την αύξηση των διαδικτυακών δραστηριοτήτων ώστε να φτάσουν σε επίπεδο αντίστοιχο με τις διαδικτυακές δραστηριότητες κορυφαίων χωρών της Ευρωπαϊκής Ένωσης. Λαμβάνοντας υπόψη τα ευρύτερα οφέλη, συμπεριλαμβανομένης της αλυσίδας εφοδιασμού, αυτό θα αυξήσει το ΑΕΠ της Ελλάδας κατά 3% και θα δημιουργήσει πάνω από 100.000 νέες θέσεις εργασίας.