

Κινέζοι τουρίστες: «Χρυσή ευκαιρία» για το λιανεμπόριο

Καλύπτουν την υστέρηση «ποιοτικού» τουρισμού

Της Σοφίας Εμμανουήλ
sem@naftemporiki.gr

Καταλύτης στη στρατηγική των λιανοπωλητών για ανάπτυξη των μελλοντικών τους πωλήσεων αναδεικνύονται οι Κινέζοι επισκέπτες, οι οποίοι με μερίδιο πάνω από 40% της συνολικής πίτας tax free shopping (αγορές με επιστροφή ΦΠΑ σε επισκέπτες από χώρες εκτός Ε.Ε.) διαφοροποιούν την Ελλάδα από άλλες αγορές του ευρωπαϊκού Νότου και εν μέρει αντισταθμίζουν την υστέρηση της ως προς την προσέλευση «ποιοτικού» τουρισμού.

Διαπιστώνεται δε ότι η ελληνική αγορά tax free -αν και υπεραποδίδει έναντι της Ευρώπης συνολικά, με μέσο ρυθμό ανάπτυξης 20% από 6% αντίστοιχα στην πενταετία- πρέπει να αξιοποιήσει το θετικό momentum ώστε να αυξήσει τα έσοδα από τις δαπάνες Κινέζων τουριστών, να βελτιώσει τις επιδόσεις της στην αγορά των globe shoppers, δηλαδή των πελατών της παγκόσμιας αγοράς tax free, ειδικά στην κατηγορία όσων δαπανούν πενταψήφια ποσά για ταξίδια σε επίσημη βάση και να βελτιώσει τις υπηρεσίες της, ώστε να τις καταστήσει ελκυστικές σε περισσότερους ξένους επισκέπτες.

«Η Ελλάδα μπορεί να είναι μια μικρή αγορά, αλλά αναπτύσσεται πολύ γρήγορα», σύμφωνα με τον Laurent Delmas, COO South Europe, Global Blue, που βρέθηκε πρόσφατα στην Αθήνα για να συμμετάσχει στο 1ο «Tourism - Tax Free Shopping», forum που διοργάνωσε η Global Blue Hellas. Ο ρυθμός ανάπτυξης της ελληνικής αγοράς tax free shopping είναι κατά πολύ υψηλότερος την τελευταία πενταετία από αυτόν της Γερμανίας (-1%), της Ελβετίας (3%), της Αυστρίας (4%), της Κύπρου (6%), του Ηνωμένου Βασιλείου (6%), της Ιταλίας (7%), της Γαλλίας (8%) και της Πορτογαλίας (12%). Κυμαίνεται κοντά στα επίπεδα της Ισπανίας (19%) και είναι πολύ χαμηλότερος από τον ρυθμό ανάπτυξης της Τουρκίας (43%), σύμφωνα με τα στοιχεία του κ. Del-

mas. Σε ό,τι αφορά τη μέση δαπάνη ανά πελάτη, η Ελλάδα βρίσκεται χαμηλά στην κατάταξη (με βάση το μερίδιο της δαπάνης tax free στο σύνολο της αξίας της αγοράς είναι Νο19), με μόλις 800 ευρώ, αφού οι τρεις κορυφαίες ευρωπαϊκές αγορές είναι οι: Γαλλία (Νο1) με 2.150 ευρώ, Ηνωμένο Βασίλειο (Νο2) με 2.133 ευρώ, αγορά που εν όψει Brexit αναδύει σημαντικές προκλήσεις, και Ιταλία (Νο3) με 1.900 ευρώ.

Προσδοκίες

Το μίγμα εθνικοτήτων στους globe shoppers της Ελλάδας δείχνει μια σαφή υπεροχή της ως προς τη συμμετοχή Κινέζων τουριστών συγκριτικά με άλλες χώρες του ευρωπαϊκού Νότου. Μάλιστα λαμβάνοντας υπ' όψιν στοιχεία της πρεσβείας της Λαϊκής Δημοκρατίας της Κίνας που αναφέρουν ότι το 2018 πραγματοποιήθηκαν σχεδόν 150 εκατ. ταξίδια από Κινέζους, των οποίων η τουριστική δαπάνη

Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γραφείου του ΕΟΤ στην Κίνα, για το 2019 προβλέπεται σημαντική αύξηση Κινέζων τουριστών από 9% έως 40%.

ανήλθε σε 261 δισ. ευρώ (Νο1 θέση παγκοσμίως), γίνεται σαφές ότι η χώρα μας έχει μια σημαντική ευκαιρία ανάπτυξης ως δημοφιλής προορισμός στους Κινέζους ταξιδιώτες -κυρίως για γαμήλιο τουρισμό, αστικό (κυρίως Αθήνα), αλλά και για τουρισμό πολυτελείας. Τις προσδοκίες επιβεβαιώνει ο κ. Μάνθος Δημόπουλος, διευθύνων σύμβουλος της Global Blue Hellas, βασιζόμενος στα στοιχεία για την ανάπτυξη της τοπικής αγοράς tax free, ενώ ενθαρρυντικές είναι και οι προβλέψεις μεγάλων tour operators της Κίνας. Σύμφωνα με τα στοιχεία του Γραφείου του ΕΟΤ στην Κίνα, για το 2019 προβλέπεται σημαντική αύξηση Κινέζων τουριστών από 9% έως 40%.

Συγκεκριμένα, η CTrip.com

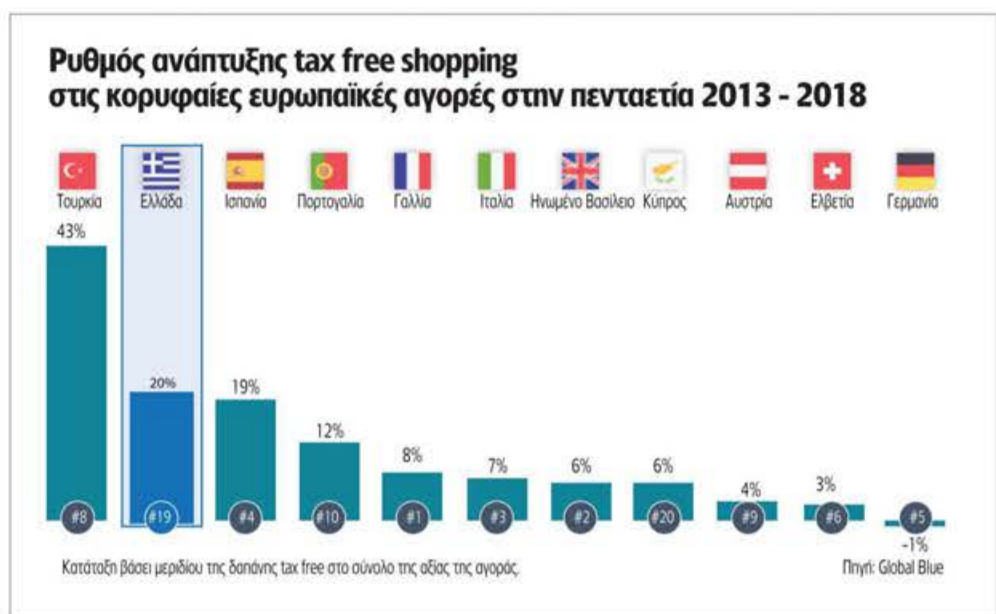
προβλέπει αύξηση 40%, η CAISA Tourism Group Co.Ltd 20% και η Huacheng International Travel Group 9%.

Υπενθυμίζεται ότι το μερίδιο των Κινέζων αγοραστών στην ελληνική αγορά tax free είναι 42% (στοιχεία 2018), ενώ στην Τουρκία είναι 23%, στην Ισπανία 36% και στην Πορτογαλία 17%. Και όπως είναι γνωστό (βλ. «N» 18.2.2019) οι Κινέζοι και οι Αμερικανοί είναι οι καλύτεροι πελάτες της ελληνικής αγοράς tax free, αφού δαπανούν κατά μέσο όρο 1.400 ευρώ και 1.210 ευρώ αντίστοιχα, πολύ πάνω από τον μέσο όρο των 800 ευρώ στο σύνολο της αγοράς. Ακολουθούν οι Ρώσοι με 600 ευρώ, με ένα μερίδιο 7%, το οποίο επιβραδύνεται στον απόηχο της αρνητικής επίδρασης των συναλλαγματικών ισοτιμιών του ευρώ με το ρούβλι.

Οι «ελίτ», οι «τακτικοί» και οι «σπάνιοι»

Ενδιαφέρον έχουν και τα στοιχεία σχετικά με το είδος των πελατών της αγοράς tax free, με τη Γαλλία, Νο1 παίκτρια, να προσελκύει μεγάλο ποσοστό της «ελίτ», σε αντίθεση με την Ελλάδα που εμφανίζει μειονέκτημα σε αυτή την κατηγορία πελατών. Ειδικότερα, η κατάταξη των globe shoppers αφορά κυρίως τρεις κατηγορίες: την «ελίτ», επισκέπτες που ξοδεύουν πάνω από 40.000 ευρώ την τελευταία διετία, τους «τακτικούς», επισκέπτες που έχουν κάνει πάνω από 3 ταξίδια την τελευταία διετία και τους «σπάνιους», επισκέπτες που ταξιδεύουν τουλάχιστον μία φορά τον χρόνο.

Η Γαλλία λοιπόν εμφανίζει ένα καλό μίγμα επισκεπτών από τις δύο πρώτες κατηγορίες «ελίτ» (29%) και «τακτικούς» (22%), με την πρώτη κατηγορία να δαπανά περίπου 11,7 φορές περισσότερο από τον μέσο όρο στο σύνολο των επισκεπτών της χώρας, και τη δεύτερη 1,2 φορά. Το Ηνωμένο Βασίλειο εμφανίζει πολλαπλασιαστή 15,6 στην «ελίτ», που αποτελεί το 21% και 1,5 στους «τακτικούς», που αποτελούν το 19%. Στην Ιταλία η «ελίτ» με το 17% εμφανίζει πολλαπλασιαστή 11,9 και 1,4 στους «τακτικούς» του



Το μίγμα εθνικοτήτων στους globe shoppers της Ελλάδας δείχνει μια σαφή υπεροχή της ως προς τη συμμετοχή Κινέζων τουριστών έναντι των άλλων μεσογειακών χωρών.

21%. Στην Ελλάδα η «ελίτ» ανέρχεται μόλις σε 7% και δαπανά περίπου 8,8 φορές πάνω από τον μέσο όρο των επισκεπτών της χώρας συνολικά, ενώ οι «τακτικοί» globe shoppers είναι ένα ποσοστό 25% και εμφανίζουν πολλαπλασιαστή 1,3. Δηλαδή ο μέσος πολλαπλασιαστής στο μίγμα αυτό είναι 1,6. Συμπερασματικά, η Ελλάδα προσελκύει κυρίως «τακτικούς» shoppers, σε αντίθεση σε τις άλλες χώρες του ευρωπαϊκού Νότου. Αυτό αποδεικνύει άλλωστε η σύγκριση και με χώρες όπως η Τουρκία, με μέση δαπάνη 1.219 ευρώ (Νο8 στην κατάταξη) και πολλαπλασιαστή 22 για την «ελίτ» (14%) και 1,6 για τους «τακτικούς» (16%). Επίσης η Ισπανία (Νο4 στην κατάταξη), με μέση δαπάνη ανά συναλλαγή 1.163 ευρώ, εμφανίζει πολλαπλασιαστή 18 για την «ελίτ» (14%) και 1,5 για τους

«τακτικούς» (21%), ενώ η Πορτογαλία εμφανίζει πολλαπλασιαστή 11,7 για την «ελίτ» (6%) και 1,8 για τους «τακτικούς» (28%).

Οι τάσεις

Η επιχειρηματική δραστηριότητα γύρω από το tax free shopping επηρεάζεται έντονα από τους «τακτικούς» globe shoppers, οι οποίοι στην Ελλάδα προέρχονται κυρίως από τη Βόρεια Μακεδονία και τη Ρωσία. Σε αυτή την κατηγορία, με βάση τον δείκτη αναφοράς, οι Κινέζοι έχουν μικρό μερίδιο. Είναι ωστόσο η εθνικότητα που πρωταγωνιστεί στις αγορές tax free σε Αττική και Κυκλάδες, δύο γεωγραφικές περιοχές με υψηλή μέση δαπάνη, 980 ευρώ και 1.100 ευρώ αντίστοιχα -όταν αντίστοιχα ποσά για τη Βόρεια Ελλάδα και την υπόλοιπη επικράτεια κυμαίνονται σε 420

και 380 ευρώ αντίστοιχα. Αξίζει να αναφερθεί εδώ ότι οι συναλλαγές πάνω από 2.000 ευρώ παρουσίασαν την καλύτερη απόδοση το 2018, ενώ η κατηγορία δαπάνης «premium» καταλαμβάνει το 33% της συνολικής δαπάνης. Τα είδη πολυτελείας με βάση στοιχεία του 2018 κατέλαβαν μερίδιο 22% και τα είδη προσιτής πολυτελείας 21%. Πάντως η ατμοσφαιρική της αγοράς, ειδικά μετά τη μείωση του ελάχιστου ορίου αγοράς, είναι τα premium brands και τα είδη lifestyle (με μερίδιο τα τελευταία 24%). Την τελευταία πενταετία ο τομέας του lifestyle αναπτύσσεται με ρυθμό 25,2% και των premium brands με 23,5%. Ο αντίστοιχος ρυθμός για την προσιτή πολυτέλεια και τα είδη πολυτελείας διαμορφώνεται σε 15,4% και 14,3% αντίστοιχα.

[SID:12651775]