



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ
RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

ΤΟΥΡΙΣΜΟΣ ΓΙΑ ΑΤΟΜΑ ΤΡΙΤΗΣ ΗΛΙΚΙΑΣ

Ο παγκόσμιος πληθυσμός αναμένεται να αυξηθεί κατά 2,3 δις. περίπου μέχρι το 2050. Εντούτοις, η αύξηση δε θα είναι ομοιόμορφη ανάμεσα σε όλες τις ηλικιακές ομάδες. Οι νέοι και οι μεσήλικες (μέχρι 55 ετών) θα αυξηθούν μόνο κατά 900 εκατομμύρια. Την ίδια στιγμή οι ηλικιωμένοι θα αυξηθούν κατά 1,4δις πράγμα που σημαίνει ότι θα υπερδιπλασιαστούν μέσα στα επόμενα 40 χρόνια και από 1,07 δις. που ήταν το 2010 θα φτάσουν τα 2,6 δις. το 2050. Εκείνη τη χρονιά η ηλικιακή σύνθεση του παγκόσμιου πληθυσμού θα μοιάζει με της σημερινής Ευρώπης.

Ανάμεσα στο 2010 και το 2030 ο πληθυσμός των νέων θα μειωθεί κατά την σκιασμένη με ροζ χρώμα επιφάνεια, ενώ ο αριθμός των ηλικιωμένων αναμένεται να αυξηθεί κατά τη σκιασμένη με γαλάζιο χρώμα επιφάνεια.

Μια άλλη ενδιαφέρουσα παρατήρηση είναι ότι μετά το 1990 ο ετήσιος αριθμός των γεννήσεων έχει σταθεροποιηθεί. Με άλλα λόγια η έκρηξη του αριθμού των ηλικιωμένων θα είναι παροδική και η ηλικιακή σύνθεση θα σταθεροποιηθεί μετά από 30 ή 40 χρόνια στην Ευρώπη.

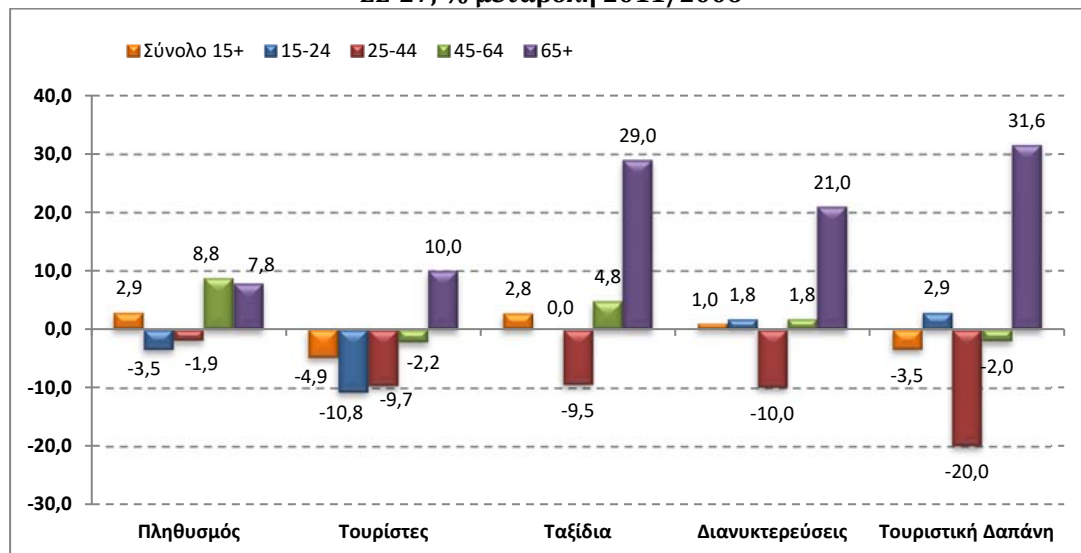
Από σήμερα και για τα επόμενα 20 με 30 έτη θα υπάρξει μία αφύσικη αύξηση της αναλογίας των ηλικιωμένων ανάμεσα στους πληθυσμούς των οικονομικά ανεπτυγμένων χωρών. Μετά το 2050 η κατάσταση θα ομαλοποιηθεί.

Η παγκόσμια οικονομία θα εισέλθει αναγκαστικά στη φάση της οικονομίας των γκρίζων κροτάφων (silver economy).

Οι ανεπτυγμένες χώρες βρίσκονται αντιμέτωπες με μια διαδικασία δημογραφικής μετάβασης από ένα περιβάλλον υψηλής θνησιμότητας και εξίσου υψηλής γονιμότητας σε ένα νέο καθεστώς χαμηλής θνησιμότητας, αλλά και περιορισμένου δείκτη γονιμότητας.

Οι δημογραφικές μεταβολές είναι τέτοιες που, κατά πάσα πιθανότητα, θα προκαλέσουν σημαντική αύξηση της συχνότητας των ταξιδιών αναψυχής ανά κάτοικο.

**Τουριστικά μεγέθη ανά ηλικιακή ομάδα
ΕΕ-27, % μεταβολή 2011/2006**



Πηγή: Eurostat, Statistics in Focus, 43/2012.

Την τελευταία πενταετία η τουριστική δραστηριότητα στην Ευρώπη εμφανίζει στασιμότητα. Η μόνη πληθυσμιακή ομάδα που αυξάνει τον αριθμό των ταξιδιών της και την ταξιδιωτική δαπάνη είναι οι ηλικιωμένοι άνω των 65 ετών. Όπως φαίνεται στο παραπάνω διάγραμμα, ο αριθμός των ευρωπαίων τουριστών μειώθηκε σε απόλυτα μεγέθη κατά την τελευταία πενταετία. Το 2011 ταξίδεψαν 10% λιγότεροι νέοι ηλικίας 15-24 ετών και 9,7% λιγότεροι τουρίστες που ανήκαν στην ηλικιακή ομάδα των 25-44 ετών. Μόνο οι τουρίστες άνω των 65 αυξήθηκαν κατά 10% από το 2006 ως το 2011. Στην πενταετία οι ηλικιωμένοι πραγματοποίησαν 29% περισσότερα ταξίδια και δαπάνησαν 33% περισσότερα χρήματα. Απεναντίας τα ταξίδια των πιο παραγωγικών ηλικιών (25-44 ετών) μειώθηκαν κατά 9,5% και η ταξιδιωτική τους δαπάνη κατά 20% περίπου την τελευταία δεκαετία.

Προβλέψεις για την εξέλιξη των συνολικών μεγεθών της ευρωπαϊκής αγοράς ηλικιωμένων τουριστών

Στο μέλλον τα μερίδια των ηλικιωμένων θα αυξηθούν ακόμα περισσότερο. Υπό την προϋπόθεση ότι οι καταναλωτικές συνήθειες των Ευρωπαίων παγιωθούν στα επίπεδα του 2011, προβλέπεται ότι:

- Οι ηλικιωμένοι τουρίστες θα αποτελούν το 24% της συνολικής αγοράς το 2030 και το 28% το 2050.
- Το ποσοστό των ταξιδιών που θα πραγματοποιούν οι ηλικιωμένοι αναμένεται να αυξηθεί σε 26% το 2030 και 32% το 2050.
- Το 1/3 της συνολικής τουριστικής δαπάνης στην Ευρώπη μέχρι το 2050 θα προέρχεται από άτομα που θα έχουν υπερβεί το 65^ο έτος της ηλικίας τους.
- Το μερίδιο αγοράς των νέων θα παραμείνει σχεδόν στάσιμο.



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM

- Η συμμετοχή των μέσων ηλικιακών ομάδων στην τουριστική αγορά, θα συρρικνωθεί κατά 10 ποσοστιαίες μονάδες ανάμεσα στα έτη 2011 και 2050.

Με βάση το **συνολικό αριθμό ταξιδιών** που πραγματοποιούν οι ηλικιωμένοι κατ' έτος και την αναλογία αυτών που έχουν ως τελικό προορισμό κάποια χώρα του εξωτερικού προκύπτει ότι :

- Η μεγαλύτερη αγορά ηλικιωμένων τουριστών είναι η γερμανική. Κάθε χρόνο οι Γερμανοί άνω των 65 ετών πραγματοποιούν περίπου 11,6 εκατ. ταξίδια στο εξωτερικό.
- Ακολουθούν οι Άγγλοι με 4,6 εκατ., οι Γάλλοι με 3,1 εκατ., οι Ολλανδοί με 1,7 εκατ. και οι Ιταλοί με σχεδόν 1 εκατ. ταξίδια ηλικιωμένων στο εξωτερικό.
- Οι Σουηδοί, Φιλανδοί, Βέλγοι, Τσέχοι και Αυστριακοί πραγματοποιούν μεγάλο αριθμό ταξιδιών στο εξωτερικό σε σχέση με τον πληθυσμό τους.

Οι μεταβολές στη δομή της οικογένειας προξενούν μεγάλες αλλαγές στην τουριστική ζήτηση.

Για παράδειγμα όσο αυξάνεται ο αριθμός των ατόμων που ταξιδεύουν μόνοι (χωρίς σύντροφο ή παιδιά) αυξάνεται η ζήτηση για μονόκλινα δωμάτια.

Αντίστοιχα, όταν το ταξίδι αποτελεί ευκαιρία για να βρεθούν τα μέλη της οικογένειας στον ίδιο χώρο και να επανασυσφίξουν τις σχέσεις τους, είναι πολύ πιθανό να συνταξιδεύουν τρεις γενιές μαζί. Σε αυτή την περίπτωση, η επιπλωμένη κατοικία τριών κύριων χώρων, ενδέχεται να αποτελεί τη βέλτιστη επιλογή καταλύματος

Οι ηλικιωμένοι αποτελούν την πληθυσμιακή ομάδα με τις μεγαλύτερες και ταχύτερα διευρυνόμενες καταναλωτικές δυνατότητες σε όλες τις οικονομικά ανεπτυγμένες χώρες του κόσμου

Τα ταξίδια αποτελούν την πλέον επιθυμητή μορφή διασκέδασης για τα άτομα της τρίτης ηλικίας. Επηρεάζουν θετικά τόσο τη φυσική όσο και την πνευματική τους ευεξία (Lee και Tideswett 2005).

Η συμμετοχή σε ταξιδιωτικές δραστηριότητες βοηθάει το άτομο να παραμείνει σωματικά και κοινωνικά ενεργό. Το γεγονός αυτό έχει αποδειχθεί ότι συμβάλλει θετικά στην επιμήκυνση του προσδόκιμου ζωής και καθυστερεί τα σημάδια του γήρατος.

Επιπλέον, τα ταξίδια συμβάλλουν στην αντιμετώπιση του μεγάλου προβλήματος της μοναξιάς που βασανίζει τους ηλικιωμένους στα τελευταία στάδια της ζωής τους.

Εκτός εποχής ταξιδεύουν συχνότερα (54%) μόνο οι ηλικιωμένοι, δεδομένου ότι έχουν λιγότερες εργασιακές και οικογενειακές υποχρεώσεις. Κατά συνέπεια, είναι οι μόνοι που μπορούν να επιλέγουν ευχερέστερα το χρόνο των διακοπών τους.

Οι ηλικιωμένοι αποτελούν το τμήμα της αγοράς με τη χαμηλότερη εποχικότητα στην ταξιδιωτική του συμπεριφορά. Κατά συνέπεια, όλες οι πολιτικές μειώσεις των δυσμενών επιδράσεων της εποχικότητας στην τουριστική βιομηχανία της χώρας μας, θα πρέπει να



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM

κατατείνουν στην προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών με τα συγκεκριμένα δημογραφικά χαρακτηριστικά

Οι ηλικιωμένοι (55 ετών και άνω) ενδιαφέρονται λιγότερο για πραγματοποίηση διακοπών με σκοπό τα μπάνια και την ηλιοθεραπεία. Ενδεικτικά αναφέρεται ότι το ποσοστό για την ηλικιακή ομάδα των 15-24 ετών ανέρχεται στο 32% και για τους 55+ στο 29%.

Αντίθετα με ό,τι πιστεύεται, οι ηλικιωμένοι δεν εμφανίζουν μεγαλύτερη ροπή για ταξίδια αναψυχής σε μεγάλες πόλεις, συγκριτικά με τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες.

Τέλος είναι πολύ σημαντική η διαπίστωση ότι τα άτομα άνω των 55 ετών ταξιδεύουν συχνότερα από τις άλλες ηλικιακές ομάδες για πολιτιστικούς και θρησκευτικούς λόγους (18% έναντι 11-13% για τις υπόλοιπες ηλικιακές ομάδες).

Για πολιτιστικούς σκοπούς ταξιδεύουν συχνότερα οι Αυστριακοί (26%), οι Ολλανδοί (22%), οι Βέλγοι (22%) και οι Γερμανοί (21%).

Υποδομές και υπηρεσίες φιλικές για τους ηλικιωμένους

Η Ελλάδα συγκεντρώνει 67% αρνητικές γνώμες και σημειώνει καλύτερη επίδοση μόνο από την Ουγγαρία. Ακόμα πιο ανησυχητικό είναι το γεγονός ότι οι υπόλοιπες ανταγωνίστριες χώρες στο μεσογειακό Νότο βρίσκονται σε πολύ καλύτερη θέση από τη χώρα μας. Η Ιταλία συγκεντρώνει 64% θετικές γνώμες, η Ισπανία με την Γαλλία 58%, η Πορτογαλία 52% και η Τουρκία 53%.

Σε μια διεξοδικότερη ανάλυση των παραγόντων που καθιστούν την Ελλάδα αφιλόξενη για τους ηλικιωμένους, προκύπτει ότι η χώρα μας υστερεί σημαντικά στην προσβασιμότητα των δημόσιων υποδομών και όχι των εμπορικών χωρών, στους οποίους συγκαταλέγονται και τα ξενοδοχεία.

Πολιτικές προσέλκυσης που εφαρμόζουν τα ελληνικά ξενοδοχεία

Το 34,6% των ελληνικών ξενοδοχείων, είναι διατεθειμένοι να προσφέρουν ειδικά πακέτα τιμών σε ηλικιωμένους κατά τις περιόδους χαμηλής ζήτησης. Αντίθετα, μόνο το 9,5% φροντίζει να εντάξει στα πακέτα υπηρεσιών που προσφέρει πρόσθετες δραστηριότητες που ενδιαφέρουν τους ηλικιωμένους, όπως χοροεσπερίδες, βραδιές παραδοσιακής κουζίνας ή άλλες δημιουργικές ασχολίες.

- Το 13,9% των ξενοδοχείων είναι διατεθειμένα να διαφοροποιούν τη σύνθεση του πρωινού και να προσαρμόσουν τα γεύματα στις απαιτήσεις των ηλικιωμένων, χωρίς να τους ζητηθεί κάτι ανάλογο.
- Μόνο το 6,1% των επιχειρήσεων είναι σε θέση να προσφέρει κάποια μορφή στοιχειώδους ιατρικής φροντίδας εντός των εγκαταστάσεων του ξενοδοχείου, προκειμένου να προσελκύσει μεγαλύτερο αριθμό ηλικιωμένων πελατών.



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ
RESEARCH INSTITUTE FOR TOURISM

- Το 8% των επιχειρήσεων παροτρύνει τους ηλικιωμένους πελάτες να παραστούν σε καλλιτεχνικές εκδηλώσεις ή σε τοπικές γιορτές που οργανώνουν οι αρχές της περιοχής.
- Ακόμα πιο ανησυχητικό είναι το γεγονός ότι μόνο το 2,5% των ελληνικών ξενοδοχείων διαθέτουν ειδικές σελίδες στον εταιρικό τους ιστότοπο που να απευθύνονται αποκλειστικά σε ηλικιωμένους ή άτομα με ειδικές ανάγκες.
- Επειδή οι ηλικιωμένοι συνιστούν την πιο ανομοιογενή ομάδα τουριστών, δεν είναι εύκολο να υπάρξει ένα διαφημιστικό μήνυμα που να είναι κατάλληλο για όλους. Το μάρκετινγκ που απευθύνεται σε μαζικό κοινό δεν είναι το πλέον ενδεδειγμένο για την προσέλκυση τουριστών τρίτης ηλικίας. Η αίσθηση που θα πρέπει να αποπνέουν τα διαφημιστικά μηνύματα για να καταστήσουν ένα προορισμό ελκυστικό στους ηλικιωμένους, είναι ότι **τους παρέχεται μεγάλη ελευθερία επιλογών και μπορούν να έχουν τον πλήρη έλεγχο των καταστάσεων**. Δηλαδή, μπορούν να βιώσουν εμπειρίες περιπέτειας χωρίς απρόοπτα. Επίσης είναι σημαντικό να φαίνεται ότι ο προορισμός προσελκύει δημιουργικούς ανθρώπους, προσφέρεται για επανασύνδεση και εμβάθυνση των διαπροσωπικών σχέσεων και αποπνέει νοσταλγία.
- Αντίθετα, ο πυρήνας του μηνύματος που θα πρέπει να εκπέμπει ένα τουριστικό κατάλυμα, θα πρέπει να είναι η προσιτή πολυτέλεια και η πλήρης ικανοποίηση των προσδοκιών, κάτι σαν **«θα εκπληρώσουμε περισσότερα από όσα υποσχεθήκαμε»**. Δε θα πρέπει να παραγνωρίζεται ότι οι ηλικιωμένοι χαρακτηρίζονται ως άπληστοι αναγνώστες των αφιερωμάτων, που κάνουν οι εφημερίδες και τα περιοδικά σε ταξιδιωτικούς προορισμούς. Όσοι χρησιμοποιούν το διαδίκτυο αφιερώνουν πολύ περισσότερο χρόνο για αναζήτηση πληροφοριών γύρω από τον προορισμό που θα επισκεφτούν.