

# Τουρισμός Ατόμων 3<sup>ης</sup> Ηλικίας και Προσβάσιμος Τουρισμός:



ΕΥΚΑΙΡΙΕΣ ΚΑΙ ΠΡΟΚΛΗΣΕΙΣ ΓΙΑ ΤΗΝ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

**21-22 Ιουνίου 2018**

*Εθνικό Κέντρο Δημόσιας Διοίκησης και Αυτοδιοίκησης (ΕΚΔΔΑ),*

*Ινστιτούτο Επιμόρφωσης (ΙΝΕΠ)*

*«Κοινωνίες και πόλεις φιλικές προς την τρίτη ηλικία»*



ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ  
ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΩΝ ΕΡΕΥΝΩΝ  
ΚΑΙ ΠΡΟΒΛΕΨΕΩΝ

# Τάσεις του Παγκόσμιου Πληθυσμού

## Μείωση

- Γεννητικότητα
- Θνησιμότητας



Γήρανση του Πληθυσμού

Μεταβολή του Παγκόσμιου Πληθυσμού 2015/2000: **+20%**

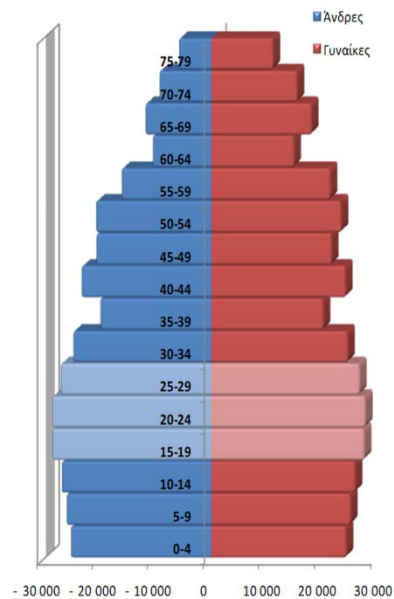
- Μεταβολή του πληθυσμού άνω των 65 ετών: **+44,5%**
- Μεταβολή του πληθυσμού μέχρι 64 ετών: **+18,3%**

Μερίδιο στον παγκόσμιο πληθυσμό των 65+:

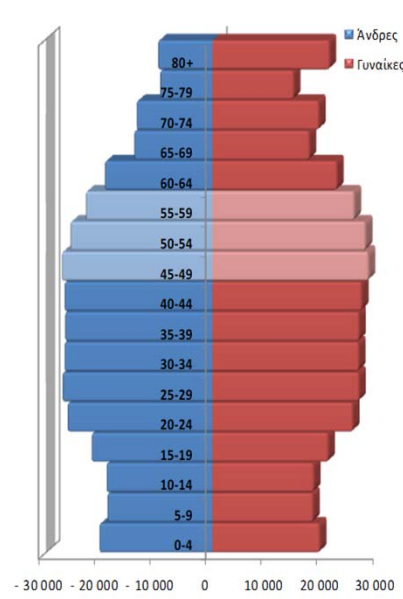
2000: **7,0%**

2015: **8,3%**

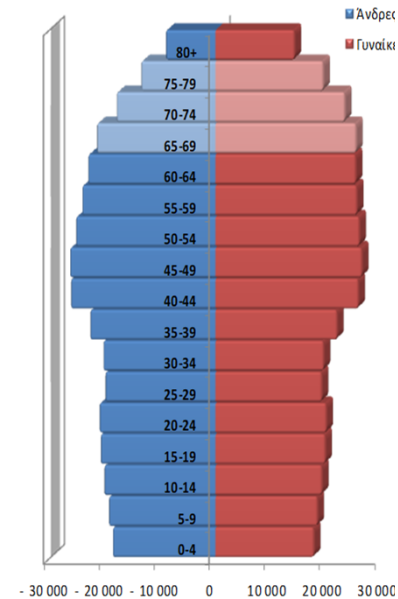
# Εξέλιξη του Πληθυσμού της Ευρώπης



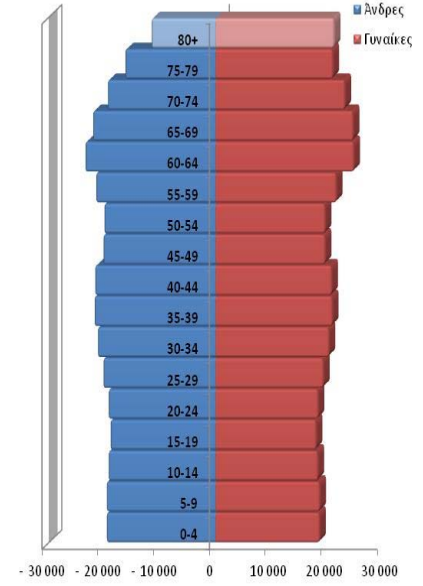
1980



2010



2030



2050

# Τάσεις του Ευρωπαϊκού Τουρισμού

## 2006 – 2011

➤ Αύξηση του τουρισμού των ατόμων 65+: **6%**

- ❖ **29%** περισσότερα ταξίδια
- ❖ **23%** περισσότερες διανυκτερεύσεις
- ❖ **33%** μεγαλύτερη τουριστική δαπάνη

## 2011 - 2015

➤ Ταξίδια στο εξωτερικό

- ❖ Ηλικιακή ομάδα 65+: **+14%**
- ❖ Ηλικιακή ομάδα 15+: **-3%**

➤ Τουρισμός 65+

- ❖ Ταξίδια διακοπών :
- ❖ Διανυκτερεύσεις:
- ❖ Τουριστική δαπάνη:
- ❖ Μέση δαπάνη ανά ταξίδι:

**2011**

**15%**

**18%**

**15%**

**2015**

**22%**

**24%**

**22%**

**937 €**

## ΕΕ-28: Τουριστικά Μεγέθη ανά Ηλικιακή Ομάδα (%)

**Τουρίστες**

**Ταξίδια αναφυχής**

**Τουρ. δαπάνη**

**2011**



**2030**



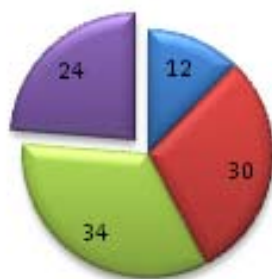
■ 15-24

■ 25-44

■ 45-64

■ 65+

**2050**



# Φιλικός Προορισμός για Ηλικιωμένους

## Καθολικά προσπελάσιμες υπηρεσίες

- Προσβάσιμοι σταθμοί εισόδου (αεροδρόμια, λιμάνια, εθνικές οδοί)
- Προσβάσιμα και αξιόπιστα μέσα μαζικής μεταφοράς
- Κλειστοί σταθμοί μετεπιβίβασης
- Πυκνό δίκτυο δημόσιων συγκοινωνιών
- Προσβάσιμο σύστημα υγείας
- Εύρος ασφαλιστικών καλύψεων και διεθνών συνεργασιών
- Ποιότητα δικτύων κινητής επικοινωνίας
- Υπηρεσίες ήπιας άσκησης
- Δυνατότητα διαδικτυακής έκδοσης εισιτηρίων
- Υπηρεσίες για άτομα που χρειάζονται ειδική διατροφή
- Προσωπικό ευαισθητοποιημένο και εκπαιδευμένο στην κάλυψη των ιδιαίτερων αναγκών των ηλικιωμένων

## Προσβάσιμο και φιλικό δομημένο περιβάλλον

- Πυκνό δίκτυο πεζοδρομών ικανών να εξυπηρετούν άτομα με σωματική αναπηρία
- Συχνές διαβάσεις πεζών με ορθή σήμανση και ηχητική προειδοποίηση
- Προσβάσιμα δημόσια κτίρια
- Προσβάσιμα μουσεία και μνημεία
- Υψηλή προσβασιμότητα εμπορικών χώρων
- Προσβάσιμα καταλύματα
- Δωμάτια με υποδομή εξυπηρέτησης ΑΜΕΑ και ηλικιωμένων
- Δημόσιες τουαλέτες
- Εντονότερος φωτισμός
- Σκιασμένοι χώροι προσωρινής ανάπαυσης

## Προσβάσιμο φυσικό περιβάλλον

- Προσβάσιμες παραλίες (διάδρομοι, σκίαση, αποδυτήρια)
- Προσβάσιμα φυσικά αξιοθέατα (εθνικοί δρυμοί, πάρκα, παραποτάμια και παραλιμνίες διαδρομές)
- Προσβάσιμες διαδρομές στην ύπαιθρο
- Συχνά σημεία προσωρινής ανάπαυσης
- Σωστή σήμανση

## Προσβάσιμες και ακριβείς πληροφορίες

- Ενημέρωση για το επίπεδο προσβασιμότητας κάθε αξιοθέατου ή καταλύματος
- Δρομολόγια μέσω μαζικής μεταφοράς με ακριβή χρόνο προσέγγισης κάθε σταθμού
- Έγκαιρη ανακοίνωση προγραμμάτων καλλιτεχνικών εκδηλώσεων
- Κατανοητές και ευανάγνωστες πινακίδες
- Ειδικά site για πληροφόρηση ατόμων 3<sup>ης</sup> ηλικίας
- Site για δυνατότητες εξυπηρέτησης ατόμων με κινητικά προβλήματα, προβλήματα όρασης, ακοής κλπ.
- Site για το πού μπορούν να εξυπηρετηθούν πάσχοντες από ανίατες ασθένειες και όσοι χρειάζονται ειδικά διαιτολόγια

## *Συμπεράσματα έρευνας πεδίου ΙΤΕΠ για τον τουρισμό ατόμων 3<sup>ης</sup> ηλικίας στα ελληνικά ξενοδοχεία*

- Η πλειονότητα των πελατών των ελληνικών ξενοδοχείων είναι άτομα άνω των 55 ετών. Στην περίοδο της υψηλής ζήτησης το μέσο σταθμισμένο ποσοστό των πελατών αυτών εκτιμάται από τους ίδιους τους ξενοδόχους στο 34%, ενώ το αντίστοιχο ποσοστό για τους πελάτες κάτω των 30 ετών είναι 29% περίπου.
- Η διαφορά γίνεται ακόμα μεγαλύτερη σε περιόδους εκτός αιχμής, επιβεβαιώνοντας το θεωρητικό υπόδειγμα που θέλει τα άτομα στις μεγαλύτερες ηλικιακές ομάδες (55+) να ταξιδεύουν συχνότερα εκτός αιχμής. Έτσι, το ποσοστό των τουριστών 55+ στις περιόδους χαμηλής ζήτησης ανέρχεται στο 46% ενώ των νεότερων ατόμων (<30) πέφτει στο 17% περίπου.
- Τα ελληνικά ξενοδοχεία ενδιαφέρονται απλώς για περισσότερους πελάτες και δεν ασχολούνται ιδιαίτερα με τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά.
- Τα ξενοδοχεία της νησιωτικής χώρας είναι αυτά που επιθυμούν να προσελκύσουν περισσότερους πελάτες μεγαλύτερης ηλικίας με αντικειμενικό σκοπό να περιορίσουν τις εποχικές εξάρσεις της ζήτησης.

## *Οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού ατόμων 3<sup>ης</sup> ηλικίας στα ελληνικά ξενοδοχεία*

- Μπορούν να αμβλύνουν την εποχικότητά τους, καθώς οι τουρίστες αυτής της ηλικιακής ομάδας προτιμούν να ταξιδεύουν εκτός των περιόδων αιχμής.
- Μπορούν να βελτιώσουν τα έσοδά τους, αφού αυτό το τμήμα της πελατείας τους, παρά την οικονομική κρίση, διαθέτει εισοδήματα υψηλότερα από το μέσο όρο του πληθυσμού, ενώ παράλληλα διαμένει και περισσότερες ημέρες στο κατάλυμα που έχει επιλέξει.
- Μπορούν να βελτιώσουν τις υποδομές τους, να εμπλουτίσουν και να αναβαθμίσουν τις παρεχόμενες υπηρεσίες τους, διότι τα άτομα αυτά είναι ιδιαίτερα επιλεκτικά και δίνουν μεγάλη σημασία στο value for money κι έτσι να βελτιώσουν και την ανταγωνιστικότητά τους.



## *Οφέλη από την ανάπτυξη του τουρισμού ατόμων 3<sup>ης</sup> ηλικίας στους επιμέρους προορισμούς*

- Συμβάλλει στην τόνωση της τοπικής οικονομίας, λόγω της μεγαλύτερης αγοραστικής τους δύναμης
- Δημιουργεί κίνητρα στην πολιτεία για βελτίωση και αναβάθμιση των γενικών και ειδικών υποδομών για καλύτερη πρόσβαση αυτών των τουριστών
- Συμβάλλει στη συντήρηση και ανάδειξη μουσείων και αρχαιολογικών χώρων του προορισμού, αφού οι τουρίστες 65+ ενδιαφέρονται ιδιαίτερα για την πολιτιστική ιστορία του προορισμού που επισκέπτονται
- Ενισχύει ειδικές μορφές τουρισμού, όπως ο θρησκευτικός, ο τουρισμός υγείας-ευεξίας, ο ιατρικός τουρισμός, τα θεματικά πάρκα και γενικώς χώρους πολιτιστικού ενδιαφέροντος, καθώς αυτές αποτελούν μορφές τουρισμού που δεν επηρεάζονται πολύ από τις κλιματικές συνθήκες.
- Ανάπτυξη ενός νέου είδους τουρισμού: του τουρισμού παραχείμασης με πολλαπλά οφέλη στους προορισμούς υποδοχής

## Τρόποι προσέλκυσης τουριστών 3<sup>ης</sup> ηλικίας

*Εκτός από τις δράσεις που αναφέρθηκαν προηγουμένως, η προσέλκυση μεγαλύτερου αριθμού τουριστών από την ηλικιακή ομάδα άνω των 65 ετών πρέπει να γίνεται στοχευμένα με το κατάλληλο τουριστικό μάρκετινγκ, τόσο από την πλευρά των τουριστικών επιχειρήσεων, όσο και από την πλευρά της πολιτείας.*

Οι υπεύθυνοι των τουριστικών επιχειρήσεων πρέπει με τα διαφημιστικά μηνύματα που εκπέμπουν να στοχεύουν:

- στην ενημέρωση και στη βοήθεια για τη σωστή προετοιμασία του ταξιδιού
- στο να διευκολύνουν το δυνητικό τουρίστα να κάνει τις σωστές επιλογές που ταιριάζουν στα χαρακτηριστικά του
- στο να εγγυώνται ότι θα ικανοποιούνται οι ιδιαίτερες ανάγκες αυτού του τμήματος της πελατείας τους, ώστε να παραμείνουν ανταγωνιστικές

## Τρόποι προσέλκυσης τουριστών 3<sup>ης</sup> ηλικίας

Τα διαφημιστικά μηνύματα των φορέων της πολιτείας για να καταστήσουν έναν προορισμό ελκυστικό πρέπει να αποπνέουν την αίσθηση ότι:

- τους παρέχεται μεγάλη ελευθερία επιλογών
- μπορούν να έχουν τον πλήρη έλεγχο των καταστάσεων
- ότι ο προορισμός είναι φιλικός για τα άτομα της ηλικίας τους
- ότι μπορούν να απολαύσουν τις διακοπές τους με ασφάλεια και χωρίς απρόοπτα

Εν κατακλείδι, ο προγραμματισμός και η στόχευση για την προσέλκυση του δυναμικότερα αναπτυσσόμενου τμήματος του παγκόσμιου πληθυσμού πρέπει να γίνει σύντομα και ολοκληρωμένα, ώστε να αξιοποιηθεί στο έπακρο η γενιά των baby boomers, η οποία μεταξύ των ετών 2015 και 2035 θα αποτελέσει τη χρυσή εποχή των τουριστών τρίτης ηλικίας.