

Το μέλλον του Ελληνικού Τουρισμού: «Περισσότερα ή Διαφορετικά;»

Η ματιά των επενδυτών

των Μιχάλη Τοανόγλου, PhD (*) & Δημήτρη Βασιλείου, MSc (**)

1. Το πλαίσιο της ανάλυσης

1.1 Συζητήσεις για μοντέλο του ελληνικού Τουρισμού

Οι συζητήσεις γύρω από τις αναπτυξιακές ανάγκες της χώρας, αλλά και τις προκλήσεις που προκύπτουν από το ασταθές διεθνές περιβάλλον, ιδιαίτερα στον Τουρισμό, έχουν πυκνώσει το τελευταίο διάστημα. Στις δημόσιες αυτές συζητήσεις έχουν ήδη τοποθετηθεί εμπλεκόμενοι φορείς, επιχειρηματίες και επιστήμονες με εξειδίκευση στον κλάδο.

Στο άρθρο αυτό προσεγγίζουμε τις προοπτικές και προκλήσεις του Τουρισμού στα πλαίσια της ανταγωνιστικότητας της ελληνικής Οικονομίας, αποτυπώνοντας τις ανάγκες των εγχώριων φορέων του Ελληνικού Τουρισμού, σε σχέση με τη ματιά των (διεθνών) επενδυτών, όπως αυτή αποτυπώνεται σε συγκεκριμένη και πολύ αξιόπιστη διεθνή έρευνα (ΕΥ) για τις επενδυτικές προοπτικές της Ελλάδας.

1.2 Η αντιπαράθεση στην Ελλάδα για το αναπτυξιακό μοντέλο

Για τους φορείς του τουριστικού κλάδου, όπως ο ΣΕΤΕ, ο Τουρισμός είναι ο βασικός **αναπτυξιακός πυλώνας** της Οικονομίας, αν και απαιτείται κάποια διαφοροποίηση μέσω θεματικών μορφών ([ΙΝΣΕΤΕ, 2023: Ελληνικός Τουρισμός 2030](#))¹. Παράλληλα, το Υπουργείο Τουρισμού τονίζει ότι η στρατηγική σε εθνικό επίπεδο περιλαμβάνει βιωσιμότητα, επιμήκυνση περιόδου και ανάπτυξη νέων προορισμών ([Δηλώσεις Υπουργού από ITB Berlin 2025](#))².

Άλλοι οργανισμοί ωστόσο, όπως το ENA Institute, τονίζουν τον κίνδυνο της "**μονοκαλλιέργειας**" και μιλούν για ανάγκη αλλαγής του υφιστάμενου τουριστικού μοντέλου ([ENA 2023, Από-Τουρισμός](#))³. Ομοίως το [The Analyst, 2025](#)⁴ μιλά για τη "**γάγγραινα της μονοκαλλιέργειας**" υπογραμμίζοντας την ευπάθεια του τομέα σε κρίσεις, την ένταση εργασίας χαμηλής εξειδίκευσης και την περιορισμένη παραγωγικότητα. Σε επιστημονικό επίπεδο, μελέτες αναφέρουν ότι ο τουρισμός έχει καταστεί "**ατμομηχανή της οικονομίας**", αναδεικνύοντας όμως την ανάγκη για στροφή σε πιο ισόρροπες, βιώσιμες μορφές ανάπτυξης ([Ιόνια Νησιά, 2023](#))⁵.

Στο πλαίσιο αυτό αξίζει να αναφερθεί ότι υπάρχει μια σειρά από, έμμεσα σχετιζόμενες με το θέμα αναφορές και τοποθετήσεις, περί "**υπερτουρισμού**" και "**φέρουσας ικανότητας**", λόγω συμβάντων που αποτυπώνουν την "πίεση" που υφίστανται κάποιοι από τους δημοφιλείς ελληνικούς προορισμούς. Για παράδειγμα η **Νάξος** αντιμετωπίζει σοβαρές περιβαλλοντικές προκλήσεις: η υπερκατανάλωση νερού λόγω της τουριστικής πίεσης έχει εξαντλήσει τη φέρουσα ικανότητα των υδάτινων πόρων και υποδομών, ενώ η καθημερινότητα των κατοίκων και η τοπική γεωργία βρίσκονται πλέον υπό απειλή ([Cyclades Open, 2024](#))⁶. Παρόμοια θέματα αντιμετωπίζουν πολλά άλλα μέρη της χώρας, κυρίως νησιά.

Στη **Σαντορίνη** ο δήμαρχος προειδοποιεί ότι η "κατανάλωση νερού και η δόμηση έχουν ξεπεράσει τη "φέρουσα ικανότητα" του νησιού, στέλνοντας σήμα κινδύνου για "υπερτουρισμό" και κατάρρευση του τουριστικού μοντέλου, χωρίς θεσμικά μέτρα ελέγχου που απαιτούνται αν και φαίνεται να υιοθετούνται διεθνώς εδώ και πολλά χρόνια ([athinorama, 2017](#))⁷.

Να σημειωθεί επίσης ότι σε μια σειρά ερευνών ([Which? Travel, 2025](#))⁸ ελληνικοί προορισμοί είναι στην κορυφή του "**υπερπληθυσμού τουριστών**" σε σχέση με τον πληθυσμό τους, ενώ προβλήματα έχουν παρατηρηθεί στον κορεσμό των υποδομών, πχ με σημαντικά ελληνικά αεροδρόμια να έχουν αναδειχθεί από τα χειρότερα του κόσμου από πλευράς ακρίβειας δρομολογίων ([AirHelp2025](#))⁹.

1.3 Έρευνες προορισμών και τάσεων

Πολύ πιο εκτεταμένες αλλά και τεκμηριωμένες είναι οι αναφορές σε διεθνές επίπεδο σε προορισμούς που αντιμετωπίζουν παρόμοια διλήμματα.

Μερικά παραδείγματα:

- **Μάλτα:** Ανησυχία για το πώς η αυξημένη τουριστική πίεση υποβαθμίζει την ποιότητα ζωής των κατοίκων. Ζητείται αναθεώρηση των ορίων του προορισμού ([Gozo News](#))¹⁰

- **Αζόρες (Πορτογαλία):** Προτάθηκε μια τεχνολογικά εξελιγμένη προσέγγιση, με ψηφιακά εργαλεία (apps) για έλεγχο τουριστικών ροών και προστασία φέρουσας ικανότητας (*The Portugal News*)¹¹
- **Mallorca:** Περιορισμός αριθμού επισκεπτών με εισιτήριο & QR. Αποτέλεσμα: μείωση περιβαλλοντικής πίεσης και βελτίωση εμπειρίας (*The Guardian*)¹².

Τέλος αξίζει να σημειώσουμε ότι σε αυτή την κατεύθυνση υπάρχουν αξιόπιστες έρευνες και πολλές πηγές που καταγράφουν την στροφή των **προτιμήσεων των ταξιδιωτών** σε προορισμούς με πιο ήπια τουριστική δραστηριότητα (*Euronews 2025/7, "European travellers turn to lesser-known spots"*)¹³, *CNBC/Expedia/Booking 2024, "They want something different"*¹⁴, *CNBC/Globetrender 2025, "Coolcations are booming"*¹⁵), αποτυπώνοντας επιθυμίες προς πιο υπεύθυνες και αυθεντικές εμπειρίες που είναι άμεσα συνδεδεμένες με τις αρχές της Αειφορίας και την αποφυγή του υπερτουρισμού. Ανάλογες είναι και οι μετατοπίσεις των απόψεων του επιχειρηματικού κόσμου αλλά και των τοπικών κοινωνιών στους προορισμούς, όπως φαίνεται σε μια σειρά έρευνες:

Έρευνες Ικανοποίησης Ταξιδιωτών

Σύμφωνα με την έρευνα του **INSETE (2024)**, οι ξένοι ταξιδιώτες βαθμολογούν εξαιρετικά την **φιλοξενία, τον πολιτισμό και τη γαστρονομία** (πάνω από 8,5/10). Ωστόσο, εκφράζουν αυξανόμενο ενδιαφέρον για **τοπικές, αυθεντικές εμπειρίες**: καθημερινότητα με τους κατοίκους, μικρά παραδοσιακά καταλύματα, τοπικά προϊόντα. Αυτό δείχνει μια μετατόπιση από το "ήλιος-θάλασσα" σε πιο ποιοτικές και βιώσιμες μορφές (πηγή: *INSETE 2025, "Αξιολόγηση Ικανοποίησης Πελατών Ξενοδοχείων στην Ελλάδα και σε ανταγωνίστριες χώρες"*)¹⁶

Έρευνες σε επίπεδο Επιχειρήσεων

Η έρευνα της **EY (Attractiveness Survey 2025)** δείχνει ότι οι επενδυτές δεν ζητούν πια περισσότερες υποδομές μαζικού τουρισμού, αλλά ζητούν διαφοροποίηση του τουριστικού προϊόντος (αναλύεται διεξοδικά παρακάτω).

Έρευνες Τοπικών Κοινωνιών σε ελληνικούς Προορισμούς

Στη **Σαντορίνη και τη Νάξο**, έρευνες και τοπικές διαβουλεύσεις δείχνουν ότι οι κάτοικοι ζητούν όρια στον αριθμό επισκεπτών και επενδύσεων, προκειμένου να προστατευτεί η ποιότητα ζωής και το περιβάλλον. Οι τοπικές κοινωνίες δηλώνουν ότι θέλουν "λιγότερους αλλά καλύτερους τουρίστες", με έμφαση στη **γαστρονομία, τη φύση και την καθημερινότητα** αντί για μαζικές αφίξεις (πηγές: *Δήμος Σαντορίνης, sustainablecyclades.gr, 2024 - cycladesopen.gr, 2024*)

2. Τι ζητούν ξενοδόχοι και φορείς του Ελληνικού Τουρισμού

Πριν εξετάσουμε πώς βλέπουν τον ελληνικό τουρισμό οι επενδυτές, είναι χρήσιμο να σταθούμε πρώτα στη δική "μας" πλευρά: πώς βλέπουν οι ελληνικοί φορείς του τουρισμού τις ανάγκες του κλάδου.

Με φόντο τις παραπάνω προκλήσεις της εισαγωγής μας, που θα αναλύσουμε διεξοδικά σε άλλα σημειώματα, οι φορείς του Τουρισμού στην Ελλάδα βλέπουν τον Τουρισμό ως τον ισχυρότερο πυλώνα της ελληνικής οικονομίας και ζητούν από το κράτος ενεργή στήριξη για να μπορέσει να **συνεχιστεί η αναπτυξιακή του πορεία**.

Συγκεκριμένα, ζητούν από την πολιτεία δύο βασικές κατηγορίες στήριξης:

- δημόσιες επενδύσεις και υποδομές
- θεσμικές παρεμβάσεις.

Εκπρόσωποι του κλάδου, έχουν επανειλημμένα τονίσει ότι η βελτίωση των δημοσίων υποδομών, αποτελεί προϋπόθεση για την ανταγωνιστικότητά του. Μέσα από επιμέρους αιτήματα και συνεντεύξεις, αλλά και μελέτες (πχ *INSETE, 2020*¹⁷ και "Ελληνικός Τουρισμός 2030", "*ΟΤ 2024, δηλώσεις ΠΟΞ*"¹⁸ και *Reporter 2025: Καμπανάκια για υποδομές - μεταρρυθμίσεις*¹⁹ κλπ) ζητούν εκτεταμένες παρεμβάσεις σε **αεροδρόμια, λιμάνια και μαρίνες, σε οδικό δίκτυο και σήμανση, διασύνδεση μεταφορών** κλπ. Επιπλέον, τονίζουν την ανάγκη για έργα **κοινής ωφέλειας** (ύδρευση, διαχείριση απορριμμάτων κλπ) που θεωρούνται σημαντικά για τη βιωσιμότητα των προορισμών, στα πλαίσια μιας αυξημένης διεθνούς ζήτησης. Έχουν αναφερθεί και "εμβληματικά" έργα όπως δημιουργία **Συνεδριακού Κέντρου στην Αθήνα, ανάπτυξη της ΔΕΘ** και του **παραλιακού μετώπου της Αττικής**, αναβάθμιση **τελωνειακών σταθμών**, ανακαίνιση του **αεροδρομίου Ηρακλείου**, κατασκευή νέου **λιμανιού Σαντορίνης** κλπ.

Άλλα αιτήματα που προτάσσονται, κυρίως από τη μεριά των φορέων των ξενοδόχων, είναι βέβαια και οι **θεσμικές παρεμβάσεις**, πχ της **βραχυχρόνιας μίσθωσης**, **σοβαρές φορολογικές και ασφαλιστικές ελαφρύνσεις**, **χρηματοδοτήσεις**, **ανταποδοτικότητα τελών** κλπ (πχ επιστολή της ΠΟΞ προς τον Πρωθυπουργό ([ΠΟΞ 2025: Λήψη μέτρων για τη θωράκιση του τουριστικού προϊόντος](#))²⁰). Ωστόσο το μήνυμα του κλάδου είναι σαφές: η χώρα δεν πάσχει από “υπερτουρισμό”, αλλά από έλλειψη κατάλληλων υποδομών ([Euronews, 2025: “Έλληνες ξενοδόχοι προς κράτος: Δεν υπάρχει υπερτουρισμός, υπάρχει έλλειψη υποδομών](#)”²¹) που να ανταποκρίνονται στη δυναμική ζήτηση και οι οποίες είναι πλήρως ανεπαρκείς για τις προκλήσεις έως το 2030. Σε αυτή την κατεύθυνση έχει συμπλεύσει εμμέσως και η Κυβέρνηση εκτιμώντας ότι στις περισσότερες περιπτώσεις όσο αυξάνονται οι υποδομές τόσο βελτιώνονται η Φέρουσα Ικανότητα ενός Προορισμού και άρα αυτός γίνεται ελκυστικός - τόσο για επενδυτές όσο και το κοινό ([ThePresident, 2024: Δηλώσεις Πρωθυπουργού](#))²².

Συνοπτικά ο στόχος θα λέγαμε του κλάδου ότι είναι μεν η αντιμετώπιση του “συνωστισμού” κάποιων προορισμών, αλλά πρωτίστως η προστασία της ανταγωνιστικότητας και βιωσιμότητας του τουριστικού προϊόντος συνολικά, θεωρώντας ότι χωρίς σοβαρές δημόσιες επενδύσεις η επιτυχία του ελληνικού τουρισμού δεν θα είναι διατηρήσιμη και η διεθνής ανταγωνιστικότητα της χώρας θα υπονομευτεί.

3. Τι θέλουν οι διεθνείς επενδυτές

3.1 Έρευνα Ernst Young (EY)²³ και τι ζητούν οι επενδυτές από τον Ελληνικό Τουρισμό

Τον περασμένο Ιούλιο είδε το φως της δημοσιότητας η *έρευνα της EY για την Ανταγωνιστικότητα της Ελληνικής Οικονομίας 2025*, στα πλαίσια της ετήσιας διεθνούς έρευνας Ανταγωνιστικότητας. Είναι σημαντικό να πούμε ότι η “**EY Attractiveness Survey Ελλάδας 2025**” αποτελεί μία από τις σημαντικότερες μελέτες που αποτυπώνουν πώς αντιλαμβάνονται οι διεθνείς και Έλληνες επενδυτές την προοπτική της χώρας ως επενδυτικού προορισμού. Αν και η έρευνα καλύφθηκε από κάποια Μέσα (πχ [Ναυτεμπορική](#))²⁴, υπάρχουν κάποια επιμέρους **σημεία της να αναδειχθούν ειδικά για τον Τουρισμό**, σε σχέση με τις προτεραιότητες της Ελληνικής επιχειρηματικής κοινότητας του κλάδου.

Το προφίλ της έρευνας

Την έρευνα υλοποίησε η **FT Longitude** για λογαριασμό της EY, σε δείγμα **250 ανώτατων στελεχών** εταιρειών, εκ των οποίων συνολικά 167 δραστηριοποιούνται στην Ελλάδα (125 ελληνικές επιχειρήσεις και 42 αλλοδαπές) και 83 στο εξωτερικό (από 27 χώρες). Η έρευνα διεξήχθη τον **Μάρτιο του 2025** και περιλαμβάνεται στη σειρά των ετήσιων “Attractiveness Surveys” που πραγματοποιεί η EY σε πολλές χώρες της Ευρώπης.

Για το δείγμα να σημειωθεί ότι το 24% των εταιριών έχουν τζίρο άνω του 1 δις ευρώ και άλλο ένα 40% έχουν άνω τζίρο των 150 εκατ. Ευρώ, δλδ αφορά σημαντικούς επενδυτές.

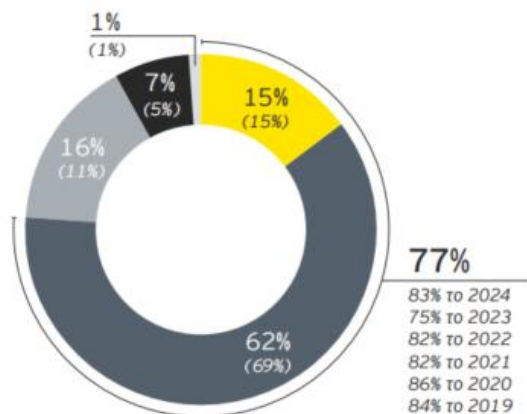
Η αξία της έρευνας έγκειται όχι μόνο στο μέγεθος και την ποιοτική σύνθεση του δείγματος, αλλά και στη συγκρισιμότητά της με προηγούμενες χρονιές. Έτσι, μπορεί να καταγραφεί πώς αλλάζει η επενδυτική αντίληψη για την Ελλάδα και τον Τουριστικό κλάδο διαχρονικά.

3.2 Η Ελληνική Οικονομία συνολικά

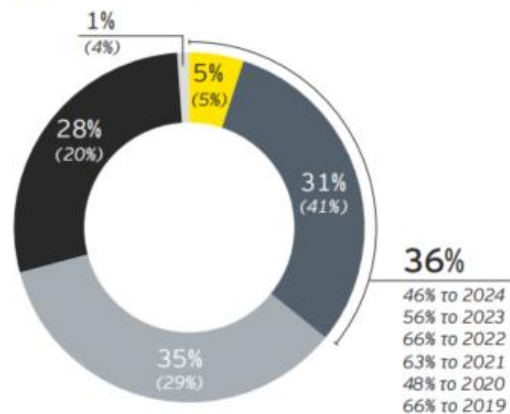
Στην έρευνα γίνεται αρχικά μια εκτίμηση της παρούσας κατάστασης της Οικονομίας της χώρας για μια σειρά κλάδων. Το γενικότερο αρνητικό κλίμα για τις προοπτικές των επενδύσεων στην Ευρώπη έχει επηρεάσει, αναπόφευκτα, και την Ελλάδα. Στο περιβάλλον αυτό, το ποσοστό των ερωτώμενων που εκτιμούν ότι η ελκυστικότητα της Ελλάδας θα βελτιωθεί στα επόμενα τρία χρόνια έχει υποχωρήσει κατά έξι (6) ποσοστιαίες μονάδες και είναι πλέον στο 63% - αν και η Ελλάδα εξακολουθεί να είναι σε πολύ υψηλές θέσεις από πλευράς προοπτικών, λόγω μιας σειράς θετικών μακροοικονομικών δεικτών.

Αξίζει όμως να σημειωθεί κάτι που εμμέσως σχετίζεται και με την κύρια ανάλυσή μας, ότι από τις εγκατεστημένες στην Ελλάδα επιχειρήσεις το ποσοστό αυτό είναι στο 77%, ενώ από τις μη-εγκατεστημένες συμφωνούν μόλις στο 36%, πράγμα που δείχνει ότι υπάρχει μια **μεγάλη διαφορά οπτικής μεταξύ των ξένων και εγχώριων επενδυτών (Διάγραμμα 1)**.

Εγκατεστημένες στην Ελλάδα



Μη εγκατεστημένες στην Ελλάδα



*Τα ποσοστά ενδέχεται να μην αθροίζουν απόλυτα, λόγω στρογγυλοποίησης

Διάγραμμα 1 - Πηγή: EY Attractiveness Survey Ελλάδα, Ιούλιος 2025

3.3 Η θέση του Τουρισμού

Για τον τουριστικό κλάδο ειδικότερα, αναφέρονται μια σειρά από επιτεύγματα αλλά και προκλήσεις του, σημεία στα οποία φαίνεται να συμφωνούν όλοι, εντός και εκτός Ελλάδας, επενδυτές και εγχώριοι εκπρόσωποι του κλάδου. Το 2024, ο τουρισμός συνέχισε να αποτελεί βασικό πυλώνα της ελληνικής οικονομίας, με τη συνολική – άμεση και έμμεση – συνεισφορά του να ξεπερνά το 30% του ΑΕΠ. Διαπιστώνεται ωστόσο ότι, ενώ η ημερήσια δαπάνη των τουριστών αυξάνεται, η **διάρκεια των ταξιδιών** τους μειώνεται σε μεγαλύτερο βαθμό. Αυτό ενδέχεται να υποδηλώνει, μεταξύ άλλων, ότι το αυξημένο ημερήσιο κόστος διακοπών ωθεί τους ταξιδιώτες να μειώσουν τη συνολική διάρκεια της παραμονής τους, ώστε να περιορίσουν τα συνολικά έξοδα.

Ο ελληνικός τουρισμός το 2025 διατηρεί ανοδική πορεία με την αύξηση αφίξεων να εκτιμάται μεταξύ 3%-5%, ωστόσο, η αγορά αντιμετωπίζει **υψηλή αβεβαιότητα** λόγω γεωπολιτικών εξελίξεων και οικονομικών προκλήσεων.

Όλοι συμφωνούν ότι ο τουριστικός τομέας συνεχίζει να **προσελκύει σημαντικές επενδύσεις**. Η Αθήνα κατατάσσεται 8η μεταξύ των ευρωπαϊκών πόλεων με τη μεγαλύτερη ελκυστικότητα για ξενοδοχειακές επενδύσεις, ενώ η Ελλάδα συνολικά βρίσκεται στην 5η θέση. Επενδύοντας συστηματικά σε υποδομές και ανωδομές, που αναδιαμορφώνουν την εμπειρία του επισκέπτη και ενισχύουν τη συνδεσιμότητα της χώρας, ενισχύονται τόσο οι τουριστικές ροές όσο και η ανταγωνιστικότητα της χώρας.

3.4 Προοπτικές του Τουρισμού στην Ελλάδα

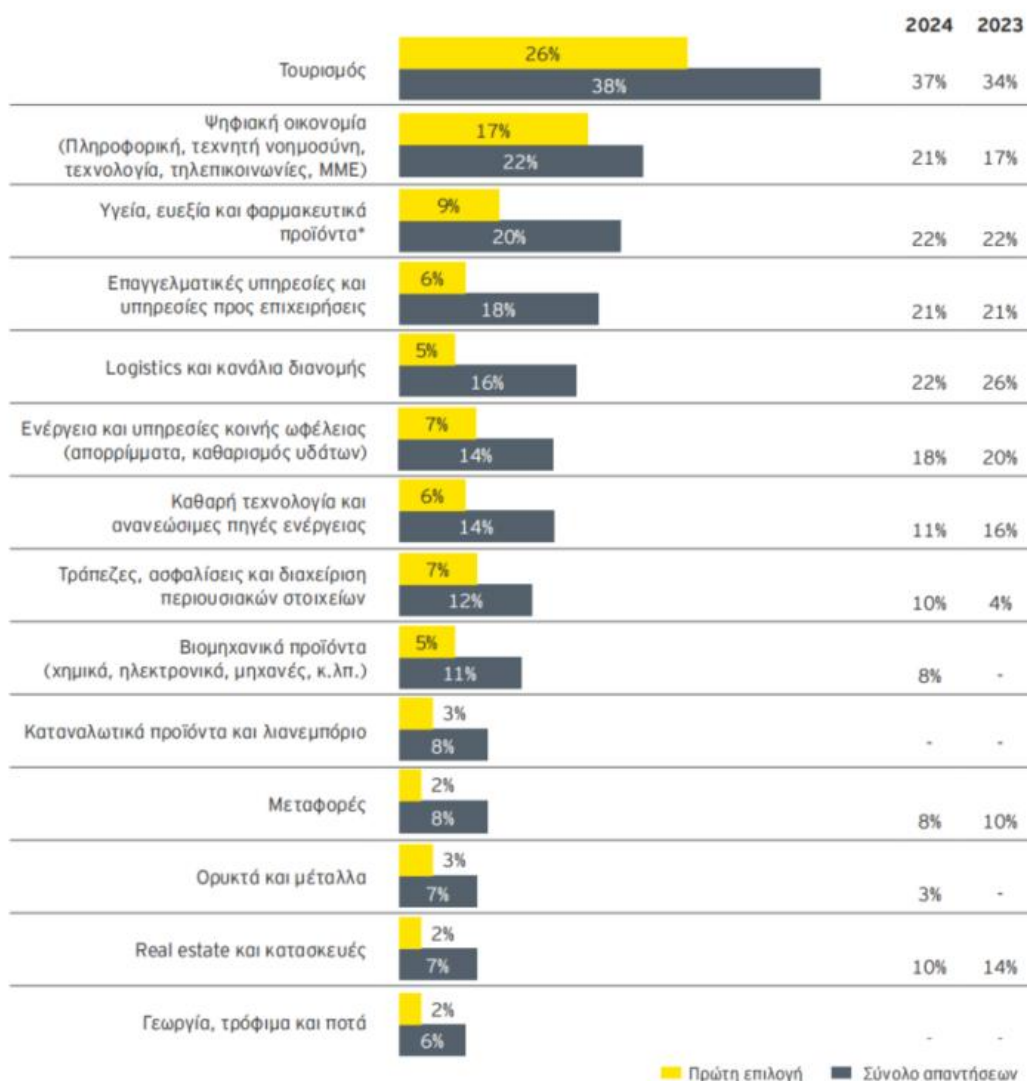
Στις απόψεις όμως της επενδυτικής κοινότητας για τις **προοπτικές** του Τουρισμού στην Ελλάδα, συναντάμε το σημείο των πρώτων διαφοροποιήσεων από τις συνήθεις αναλύσεις των τελευταίων ετών.

Οι επενδυτές εξακολουθούν να βλέπουν τον Τουρισμό ως βασικό πυλώνα της ανάπτυξης της ελληνικής οικονομίας στο μέλλον. Ωστόσο, καθώς η **αλλαγή του παραγωγικού μοντέλου** της χώρας που βρίσκεται σε εξέλιξη γίνεται αντιληπτή από τους επενδυτές, η κυριαρχία του τουρισμού στις απαντήσεις των συμμετεχόντων **αποδυναμώνεται**.

Για παράδειγμα, κατά τον πρώτο χρόνο διεξαγωγής της έρευνας, το 2019, **69%** των επιχειρήσεων που ρωτήθηκαν ανέφεραν τον κλάδο ως **πρώτη τους επιλογή** (με τη δεύτερη, τα logistics, πολύ μακριά, να συγκεντρώνει μόλις το 8% των αναφορών). Φέτος όμως, **μόλις 26%** των ερωτώμενων εκτιμούν ως πρώτη επιλογή ότι ο Τουρισμός θα είναι ο βασικός κλάδος που θα ενισχύσει την ανάπτυξη της Ελλάδας τα επόμενα χρόνια - κάτω σε σχέση με το 2024 και το 2023 και ως άθροισμα επιλογών (Διάγραμμα 2, από την Έρευνα).

Κατά την άποψή σας, ποιοι κλάδοι θα ενισχύσουν την ανάπτυξη της Ελλάδας τα επόμενα χρόνια; (επιλογή των δύο κορυφαίων απαντήσεων)

Δείγμα: 250 ερωτηθέντες - 167 εγκατεστημένες στην Ελλάδα, 83 μη εγκατεστημένες στην Ελλάδα



Διάγραμμα 2 - Πηγή: EY Attractiveness Survey Ελλάδα, Ιούλιος 2025

Είναι πλέον ξεκάθαρο ότι αν και σε υψηλή θέση, ο ίδιος ο κλάδος είναι λιγότερο ελκυστικός από ό,τι στο πρόσφατο παρελθόν, ενώ ειδική αναφορά γίνεται για **αλλαγή συνολικότερου μοντέλου** με την ανάγκη επενδύσεων για την **εκβιομηχάνιση** της χώρας, με έμφαση στις **νέες τεχνολογίες**.

3.5 Προτάσεις των επενδυτών για την ανταγωνιστικότητα του Ελληνικού Τουρισμού

Σύμφωνα με τους επενδυτές, για να ενισχύσει η Ελλάδα την διεθνή της ανταγωνιστικότητα, προτεραιότητα θα πρέπει να δοθεί τόσο στους κλάδους όπου η χώρα διαθέτει **συγκριτικό πλεονέκτημα**, όσο και σε εκείνους οι οποίοι μπορούν να συνεισφέρουν στην **καινοτομία**, τον ψηφιακό μετασχηματισμό, τη βιώσιμη ανάπτυξη και την εξωστρέφεια, και δημιουργούν καλά **αμειβόμενες θέσεις εργασίας**. Η Ελλάδα καλείται να διαμορφώσει στοχευμένες κλαδικές στρατηγικές, ώστε να προσελκύσει επενδύσεις υψηλής προστιθέμενης αξίας και να ενισχύσει την ανθεκτικότητα της οικονομίας της.

Αν και οι συμμετέχοντες στην έρευνα όπως αναφέραμε εξακολουθούν να θεωρούν τον τουρισμό ως τον κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της χώρας, κρίνουν ότι όχι μόνο το αναπτυξιακό μοντέλο της Ελλάδας αλλά και το ίδιο **το τουριστικό μοντέλο χρειάζεται σημαντικές αλλαγές** με διαφοροποίηση σε πολλά επίπεδα, για να γίνει επενδυτικά ελκυστικό και συνεχόμενα ανταγωνιστικό. Θεωρούν ότι είναι απαραίτητη η μετάβαση σε ένα **νέο πρότυπο τουριστικής ανάπτυξης** που θα ενσωματώνει την τεχνολογία, τη βιωσιμότητα και την εμπειρία του επισκέπτη, μετασχηματίζοντας το παραδοσιακό τουριστικό προϊόν σε

ένα πιο καινοτόμο και ανταγωνιστικό πλαίσιο που θα ενισχύει την περιφερειακή ανάπτυξη, θα προσελκύει ποιοτικότερο τουρισμό και θα επιμηκύνει την τουριστική περίοδο.

Συγκεκριμένες παρεμβάσεις που προκρίνονται είναι (με σειρά αναφοράς):

- Επενδύσεις σε **Εναλλακτικές μορφές** τουρισμού, όπως ο οικοτουρισμός, ο αγροτουρισμός, ο ιατρικός, ο θρησκευτικός και ο πολιτιστικός τουρισμός.
- Ενίσχυση της **Αειφορίας** στον τουριστικό κλάδο μέσα από ένα νέο σύστημα περιβαλλοντικής αξιολόγησης/κατάταξης ξενοδοχείων και ενοικιαζόμενων/ επιπλωμένων δωματίων, αναφορικά με την εφαρμογή πρακτικών Αειφορίας.
- Αξιοποίηση/ενίσχυση των **Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης** στην προώθηση του Ελληνικού Τουρισμού - πρακτική που ήδη εφαρμόζεται με σημαντικά αποτελέσματα από συμμετέχοντες της αγοράς.
- Μέτρα αντιμετώπισης του φαινομένου του **Υπερτουρισμού** στη χώρα, μέσω:
 - ❖ παροχής κινήτρων και ανάπτυξης υποδομών για την περαιτέρω επιμήκυνση της τουριστικής περιόδου,
 - ❖ ανάδειξης εναλλακτικών τουριστικών προορισμών, καθώς και
 - ❖ ενίσχυσης του τουρισμού σε ορεινές περιοχές και του χειμερινού τουρισμού.

4. Σύγκρισεις & Συμπεράσματα

4.1 Σύγκριση προτεραιοτήτων: “Περισσότερα” ή “Διαφορετικά”

Είναι σαφές ότι υπάρχουν δύο διαφορετικές οπτικές για το μέλλον του Ελληνικού Τουρισμού, αλλά και της Ελληνικής Οικονομίας γενικότερα. Από τη μία πλευρά, οι **συντελεστές του κλάδου**, εγχώριοι επιχειρηματίες και φορείς. Και από την άλλη είναι, οι (έλληνες και διεθνείς) **επενδυτές** που συμμετείχαν στην έρευνα για την ελκυστικότητα της χώρας (βλ. Πίνακα 1)

Οι **άνθρωποι του ελληνικού τουρισμού**, με προεξάρχοντες τους φορείς τους, ζητούν από το κράτος να αναλάβει δράση: περισσότερες **υποδομές**, περισσότερες **επενδύσεις**, περισσότερα έργα και παρεμβάσεις. Δεν μιλούν για “υπερτουρισμό”, τον οποίο δεν αποδέχονται και, αντίθετα, θεωρούν ότι η χώρα δεν έχει πρόβλημα με τη ζήτηση αλλά με την αδυναμία να τη διαχειριστεί. Οι προτάσεις είναι σαφείς: αναβαθμίσεις σε αεροδρόμια, λιμάνια και οδικά δίκτυα, έργα κοινής ωφέλειας για ύδρευση και απορρίμματα, σημαντικά projects, μαζί βέβαια με τις αναγκαίες **θεσμικές παρεμβάσεις** (φορολογικές ελαφρύνσεις κλπ). Το βασικό μήνυμα είναι ότι χωρίς σημαντικές δημόσιες επενδύσεις, η επιτυχία του ελληνικού τουρισμού δεν θα αντέξει.

Οι **επενδυτές της έρευνας της ΕΥ** βλέπουν τα πράγματα κάπως διαφορετικά. Αναγνωρίζουν βεβαίως τον Τουρισμό ως κεντρικό πυλώνα ανάπτυξης της Ελληνικής Οικονομίας, αλλά όχι ως μονόδρομο. Δεν εστιάζουν σε μεγάλες υποδομές, ειδικά σε ώριμες (τουριστικά) περιοχές, αλλά ζητούν πρωτίστως **αλλαγή του τουριστικού προϊόντος**. Θέλουν λιγότερη μονοκαλλιέργεια και **περισσότερη διαφοροποίηση** με θεματικές και ειδικές μορφές τουρισμού, αυστηρά περιβαλλοντικά πρότυπα για τα ξενοδοχεία, καλύτερη εμπειρία για τον επισκέπτη. Και, κυρίως, ζητούν μέτρα κατά του **υπερτουρισμού**, που δεν τον θεωρούν απλώς “απειλή”, αλλά ένα υπαρκτό πρόβλημα, επιδιώκουν επιμήκυνση της σεζόν, ανάδειξη νέων προορισμών και αποσυμφόρηση “κορεσμένων” περιοχών και χρονικών περιόδων.

Πίνακας 1 - Σύνοψη Σύγκρισης Θέσεων για τον Ελληνικό Τουρισμό

ΑΞΟΝΑΣ	ΦΟΡΕΙΣ ΤΟΥΡΙΣΜΟΥ & ΕΠΙΧΕΙΡΗΜΑΤΙΕΣ	ΕΠΕΝΔΥΤΕΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΕΥ 2025
Προτεραιότητες	Ενίσχυση Υποδομών σε μεταφορές και εκπαίδευση	Διαφοροποίηση τουριστικών προϊόντων και προορισμών, με αντιμετώπιση υπερτουρισμού και ενίσχυση αιεφορίας
Στόχοι	Αύξηση αφίξεων, τουριστική ανάπτυξη με υποστήριξη κράτους	Αειφορία, νέα τουριστικά προϊόντα, ποιοτικοί επισκέπτες, περιφερειακή ενίσχυση
Προκλήσεις	Υψηλό κόστος, φόροι, ανθρώπινο δυναμικό, γήρανση υποδομών, βραχυχρόνιες μισθώσεις - πληρότητες ξενοδοχείων, επιδοτήσεις ΜΜΕ	Υπερτουρισμός, αειφορία, επενδύσεις νέου τουριστικού μοντέλου, ψηφιακός μετασχηματισμός

Εδώ βρίσκεται η ουσία της παρατήρησης: οι άνθρωποι του κλάδου σε όλα σχεδόν τα επίπεδα μιλούν για “**περισσότερα**”, οι επενδυτές για “**διαφορετικά**”. Η πρώτη προσέγγιση στοχεύει να μεγαλώσει την πίτα, με περαιτέρω ανάπτυξη του κλάδου - η δεύτερη να αλλάξει τη συνταγή. Και το ερώτημα που έχουμε να σκεφτούμε δεν είναι μόνο αν θα πρέπει να διαφοροποιηθεί το αναπτυξιακό μοντέλο της χώρας, αλλά αν και σε ποιο βαθμό, πρέπει να αλλάξει το μοντέλο του ίδιου του κλάδου, του ίδιου του τουριστικού μας προϊόντος, στο οποίο εξακολουθεί να είναι κυρίαρχο το “ήλιος και θάλασσα”.

4.2 Συμπεράσματα

Η Ελλάδα βρίσκεται σε κομβικό σημείο, με τον τουρισμό να παραμένει βασικός **πυλώνας** της οικονομίας αλλά και πηγή **ευαλωτότητας**. Οι φορείς του κλάδου ζητούν “**περισσότερα**”: επενδύσεις σε υποδομές, ενίσχυση συνδεσιμότητας και θεσμικές παρεμβάσεις για να στηριχθεί η (αυξημένη, όπως αναμένουν) ζήτηση. Οι διεθνείς επενδυτές, αντίθετα, δίνουν έμφαση στο “**διαφορετικά**”: διαφοροποίηση του προϊόντος, ενσωμάτωση τεχνολογίας, αναβάθμιση της εμπειρίας του επισκέπτη και, κυρίως, ισχυρή δέσμευση στην Αειφορία.

Το στοίχημα της επόμενης δεκαετίας ίσως είναι μια νέα ισορροπία **ανάμεσα στη ανάπτυξη και στον αναπροσανατολισμό**, ώστε ο Ελληνικός Τουρισμός να παραμείνει ανθεκτικός και διεθνώς ανταγωνιστικός. Η **αυθεντικότητα**, η περιβαλλοντική και κοινωνική **υπευθυνότητα**, και η **καινοτομία** δεν αποτελούν πλέον “επιλογές”, αλλά προϋποθέσεις. Το ερώτημα που μένει ανοιχτό είναι αν η Ελλάδα θα αξιοποιήσει έγκαιρα αυτή την ευκαιρία για να ηγηθεί στη **νέα εποχή τουριστικών εμπειριών**, ή αν θα παραμείνει δέσμια ενός **μοντέλου που φθίνει** στον παγκόσμιο ανταγωνισμό, υπό το βάρος προκλήσεων που δεν μπορούμε να παραβλέπουμε: κλιματική αλλαγή, καύσωνες, έλλειμμα νερού, νέες ανάγκες καταναλωτών, γεωπολιτικές εξελίξεις, άνοδος πληθωρισμού και κόστους ζωής - για να αναφέρουμε μόνο μερικές.

* Ο **Μιχάλης Τοανόγλου**, PhD, είναι Καθηγητής Τουρισμού και Ακαδημαϊκός Δ/ντής του Προγράμματος MSc in Hospitality Management (IMHI), στο **ESSEC Business School** (Γαλλία), ειδικός σε Αειφόρο Διαχείριση Προορισμών και Διοίκηση Φιλοξενίας και ιδρυτικό μέλος της **ΕΠΙΟΤ** (Επιστημονική Ομάδα Τουρισμού).

** Ο **Δημήτρης Βασιλείου**, BEng/MSc, είναι μελετητής Αειφορίας Προορισμών, επιχειρηματίας Γαστροτουρισμού και καθηγητής σε θέματα Τουρισμού, Διευθυντής της **AuthenTouR AMKE** και Project Manager του Σήματος **Γαστροτουριστικών Εμπειριών Greek.food.tour**, για Ξενοδοχεία και Προορισμούς.

Παραπομπές

¹ ΙΝΣΕΤΕ, 2023: *Ελληνικός Τουρισμός 2030*

² Δηλώσεις Υπουργού από ITB Berlin 2025 - *Θετικά Μηνύματα για τον Ελληνικό Τουρισμό*

-
- ³ ENA, 2023: *“Από-τουρισμός: Από τη μονοκαλλιέργεια της ξαπλώστρας στις ποικίλες μορφές της λιτής αφθονίας*”
- ⁴ The Analyst, 2025: *“Η γάγγραινα της μονοκαλλιέργειας του τουρισμού”*
- ⁵ Ιόνια Νησιά, 2023 - *“Μελέτη Βιώσιμης Ανάπτυξης”*
- ⁶ Cyclades Open 2024: *“Υπερτουρισμός: Μια δύναμη καταστροφής και όχι ανάπτυξης”*
- ⁷ Athinorama, 2017: *“Γιατί όλη η Ευρώπη μιλάει για τον Υπερτουρισμό;”*
- ⁸ Which? Travel 2025: *“Which? reveals the destinations most plagued by overtourism - and where to go instead”*
- ⁹ AirHelp 2025 *“2025 AirHelp Score: worst 10 airports in the world”*
- ¹⁰ Gozo News: *“Overtourism means a lower quality of life – ADPD”*
- ¹¹ The Portugal News: *“Need to ‘define limits’ for tourism”*
- ¹² The Guardian: *“People understand the cap: how a Spanish eco-beauty spot tackled overtourism”*
- ¹³ Euronews 2025/7, *“European travellers turn to lesser-known spots and shoulder season escapes amid overtourism concerns”*
- ¹⁴ CNBC/Expedia/Booking 2024, *“They want something different’: Two reports predict a big shift in travel behavior in 2025”*
- ¹⁵ CNBC/Globetrender 2025, *“Coolcations’ are booming again as tourists prioritize quieter, off-peak trips”*
- ¹⁶ INSETE 2025: *“Αξιολόγηση Ικανοποίησης Πελατών Ξενοδοχείων στην Ελλάδα και σε ανταγωνίστριες χώρες”*
- ¹⁷ INSETE, 2020: *“Επενδύσεις σε Δημόσιες Υποδομές για τη βελτίωση της ανταγωνιστικότητας του τουριστικού τομέα”*
- ¹⁸ ΟΤ 2024, *“ΠΟΞ: Ο τουρισμός χρειάζεται βιωσιμότητα και επενδύσεις”*
- ¹⁹ Reporter 2025: *“Τουρισμός: Καμπανάνια για υποδομές - μεταρρυθμίσεις” (μέλη ΔΣ ΣΕΤΕ)*
- ²⁰ ΠΟΞ 2025, *“Λήψη μέτρων για τη θωράκιση του τουριστικού προϊόντος”*
- ²¹ Euronews, 2025: *“Έλληνες ξενοδόχοι προς κράτος: Δεν υπάρχει υπερτουρισμός, υπάρχει έλλειψη υποδομών”*
- ²² The President, 2024: *“Δηλώσεις Πρωθυπουργού στη ΓΣ του ΣΕΤΕ”*
- ²³ ΕΥ 2025, *“ΕΥ Attractiveness Survey Ελλάδας 2025”*
- ²⁴ Ναυτεμπορική, *“Έρευνα ΕΥ: Ανθεκτική η Ελλάδα ως επενδυτικός προορισμός, κόντρα στο αρνητικό κλίμα στην Ευρώπη”*