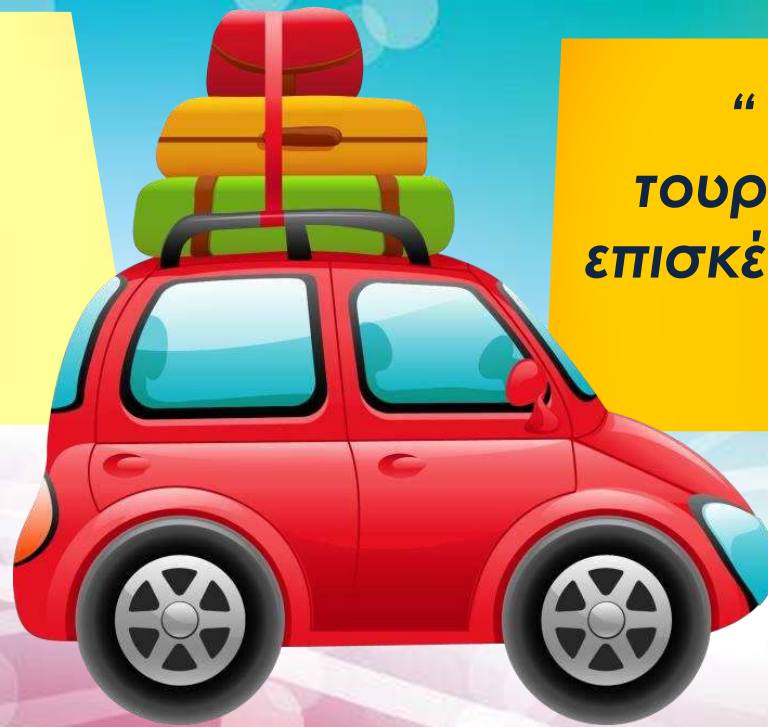


Thessaly Tourism Barometer

“ Έρευνα θερινού
τουριστικού κύματος σε
επισκέπτες της Περιφέρειας
Θεσσαλίας”



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



ανάπτυξη - εργασία - αλληλεγγύη



Ευρωπαϊκή Ένωση
Ευρωπαϊκό Διαρθρωτικό
και Επενδυτικό Ταμείο

PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Παρακαλώ δηλώστε τον κύριο σκοπό της επίσκεψής σας στη Θεσσαλία:



Παρακαλώ δηλώστε τον κύριο σκοπό της επίσκεψής σας στη Θεσσαλία: [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Αναψυχή / Διακοπές / Παρακολούθηση εκδηλώσεων	68%	79%	93%	84%	86%
Φίλοι και συγγενείς	12%	17%	4%	5%	8%
Λόγοι υγείας	0%	0%	0%	0%	1%
Θρησκευτικοί λόγοι και προσκυνήματα	0%	0%	0%	0%	0%
Επαγγελματικοί λόγοι	9%	2%	3%	0%	0%
Συνέδρια	0%	0%	0%	11%	0%
Σπουδές ή εκπαίδευση	1%	0%	0%	0%	0%
Προετοιμασία αθλητών	0%	0%	0%	0%	0%
Άλλο	10%	2%	0%	0%	5%



Αν ο κύριος σκοπός της επίσκεψής σας είναι αναψυχή / διακοπές, παρακαλώ κατατάξτε μέχρι τρεις λόγους για τους οποίους διαλέξατε τη Θεσσαλία: (πολλαπλή επιλογή μέχρι τρεις αναφορές με σειρά προτεραιότητας)

■ 1η επιλογή ■ Σύνολο



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Αυτή είναι η πρώτη φορά που επισκεφθήκατε τη Θεσσαλία για διακοπές;



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Αυτή είναι η πρώτη φορά που επισκεφθήκατε τη Θεσσαλία για διακοπές; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

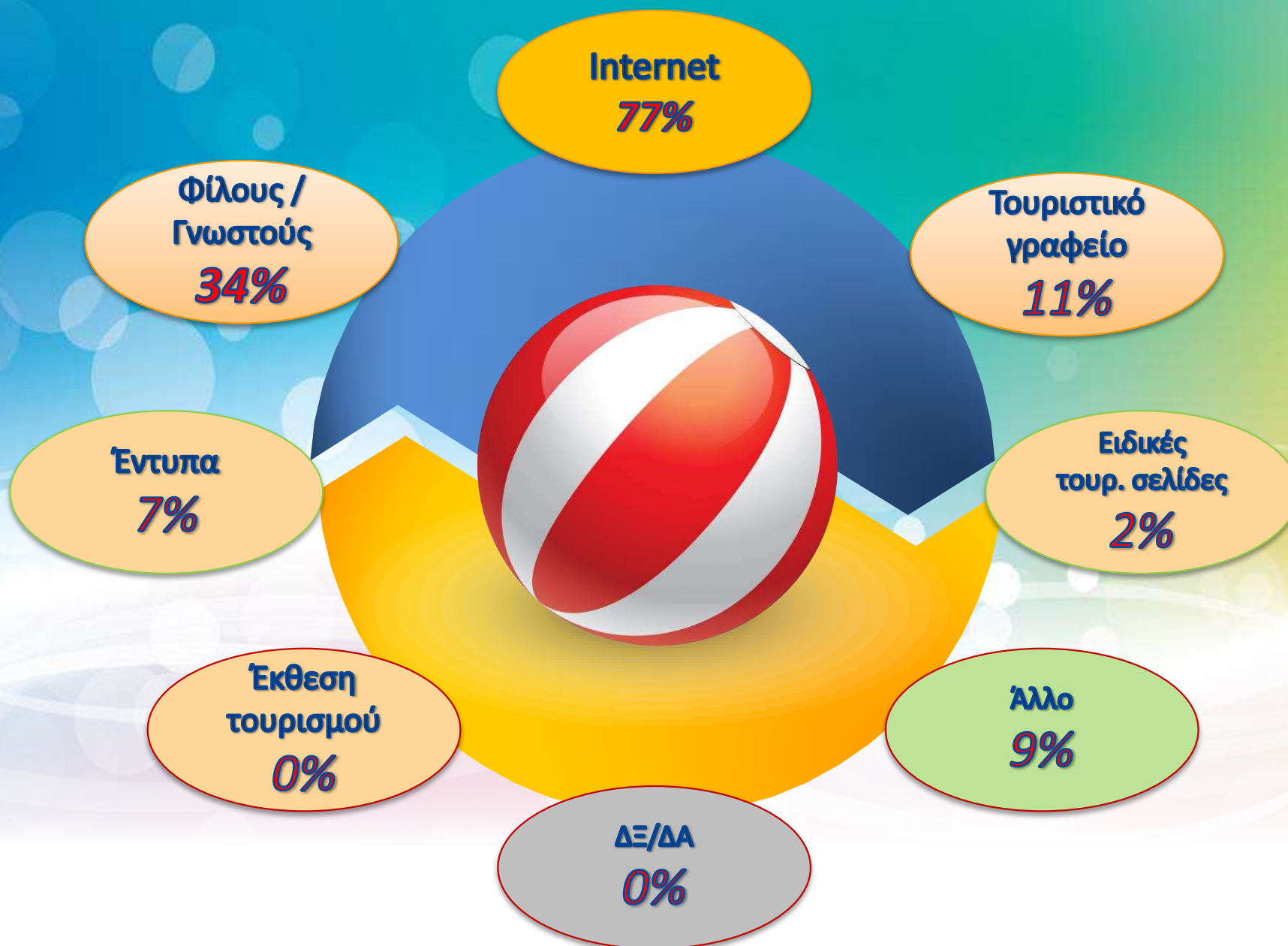
	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
ΝΑΙ	42%	45%	68%	49%	28%
ΟΧΙ	58%	55%	32%	51%	72%



Αν όχι, σε σύγκριση με την προηγούμενη φορά, πώς κρίνετε την τωρινή επίσκεψή σας στη Θεσσαλία;



Από πού πήρατε πληροφορίες για τη Θεσσαλία; (πολλαπλής επιλογής)



Από πού πήρατε πληροφορίες για τη Θεσσαλία; (πολλαπλής επιλογής) [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Τουριστικό γραφείο	3%	1%	23%	0%	1%
Διαδίκτυο	65%	84%	81%	78%	71%
Έντυπα	5%	3%	10%	4%	6%
Από φίλους / γνωστούς	47%	40%	22%	40%	47%
Έκθεση τουρισμού	1%	0%	0%	0%	0%
Ειδικές τουριστικές σελίδες	1%	3%	2%	0%	0%
Άλλο	15%	5%	5%	16%	18%



Ταξιδεύετε με τουριστικό πακέτο;



Ταξιδεύετε με τουριστικό πακέτο; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
ΝΑΙ	8%	3%	22%	0%	3%
ΟΧΙ	92%	97%	78%	100%	97%

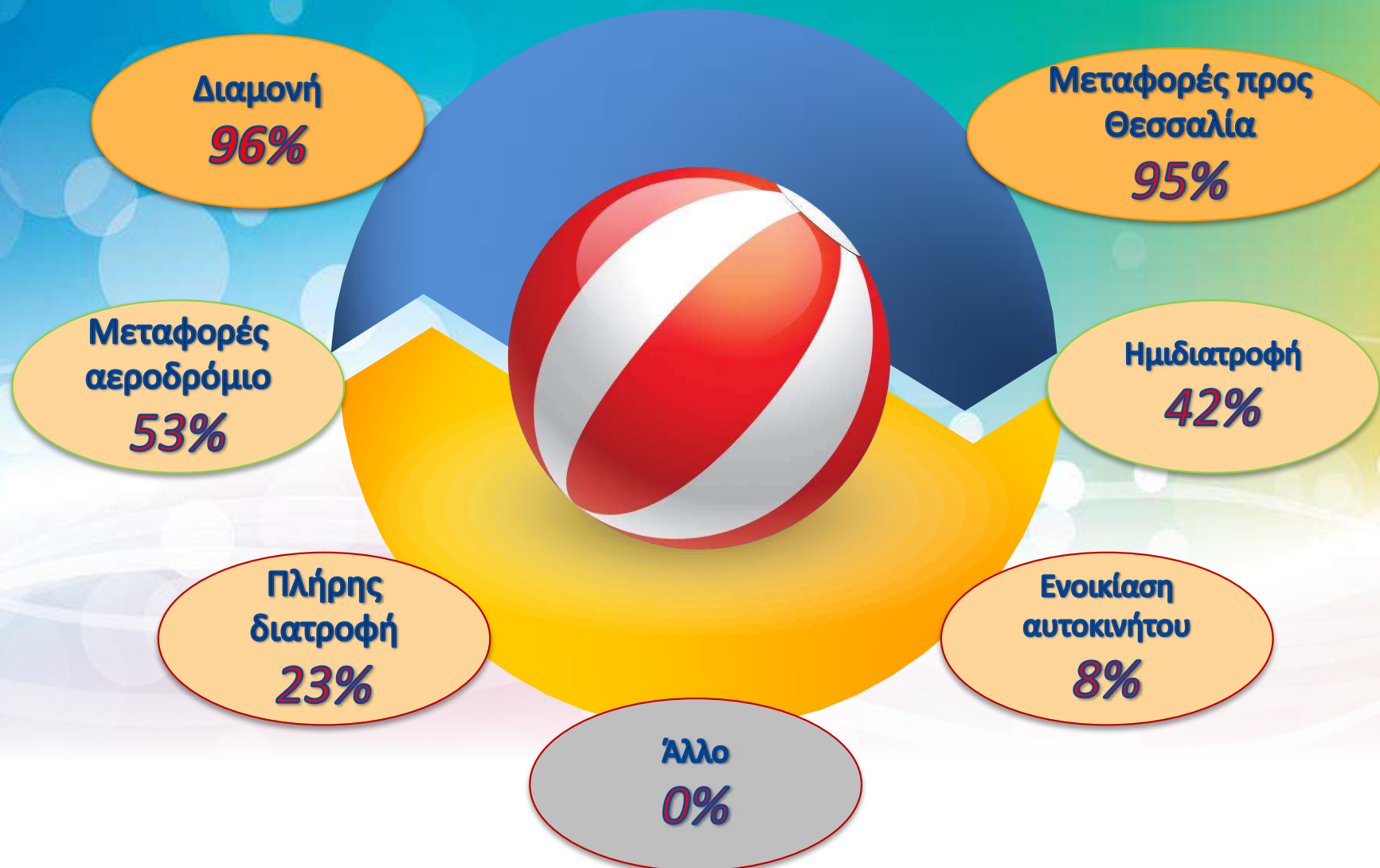


ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

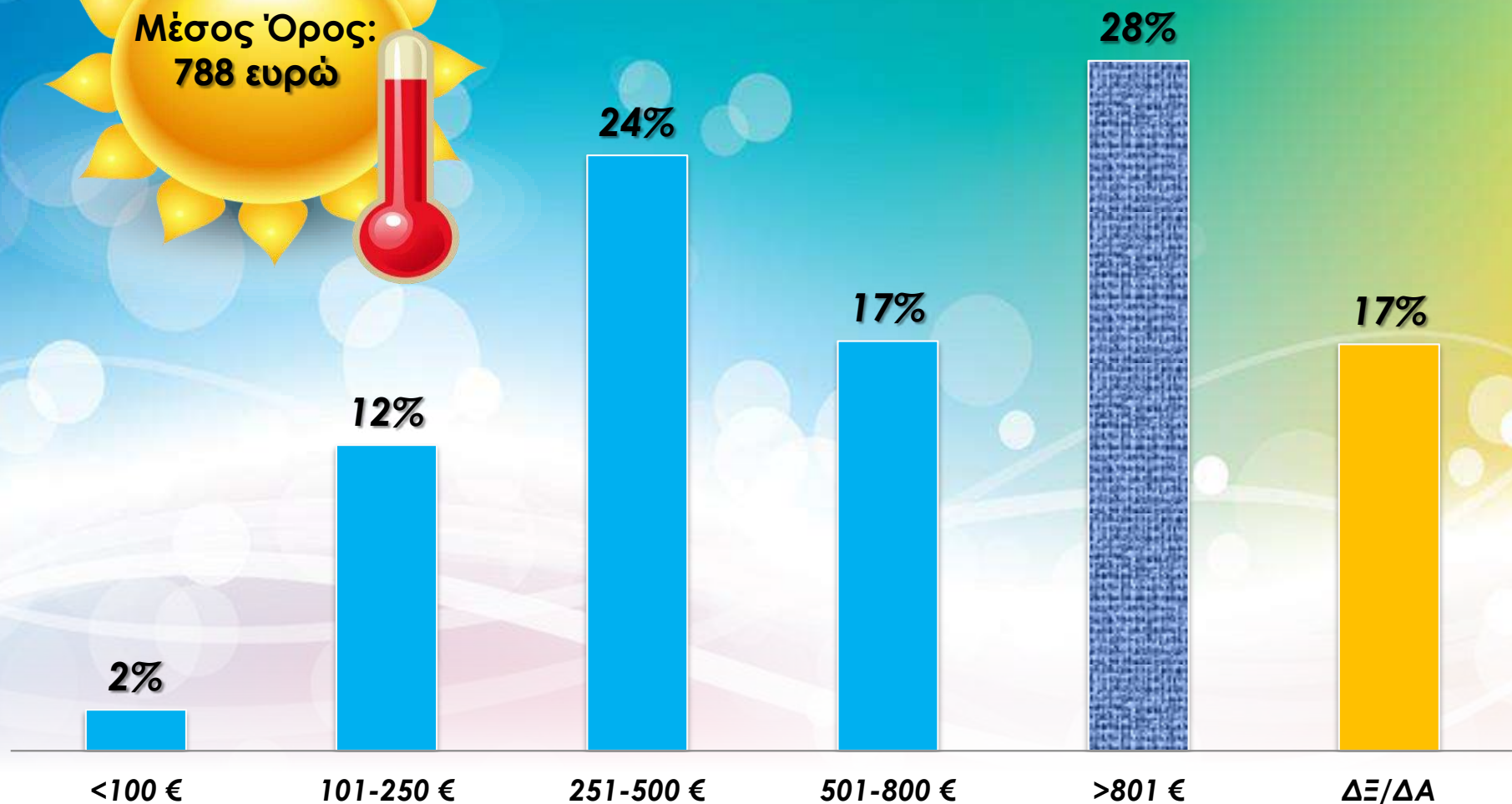


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Αφού ταξιδέψατε με τουριστικό πακέτο, αναφέρετε ποια από τα κάτω περιλαμβάνονταν στο πακέτο σας / ήταν πληρωμένο από τον εργοδότη σας; (πολλαπλής επιλογής)



Πείτε μας κατ' εκτίμηση, πόσα ήταν τα συνολικά έξοδα του ταξιδιού σας στη Θεσσαλία;



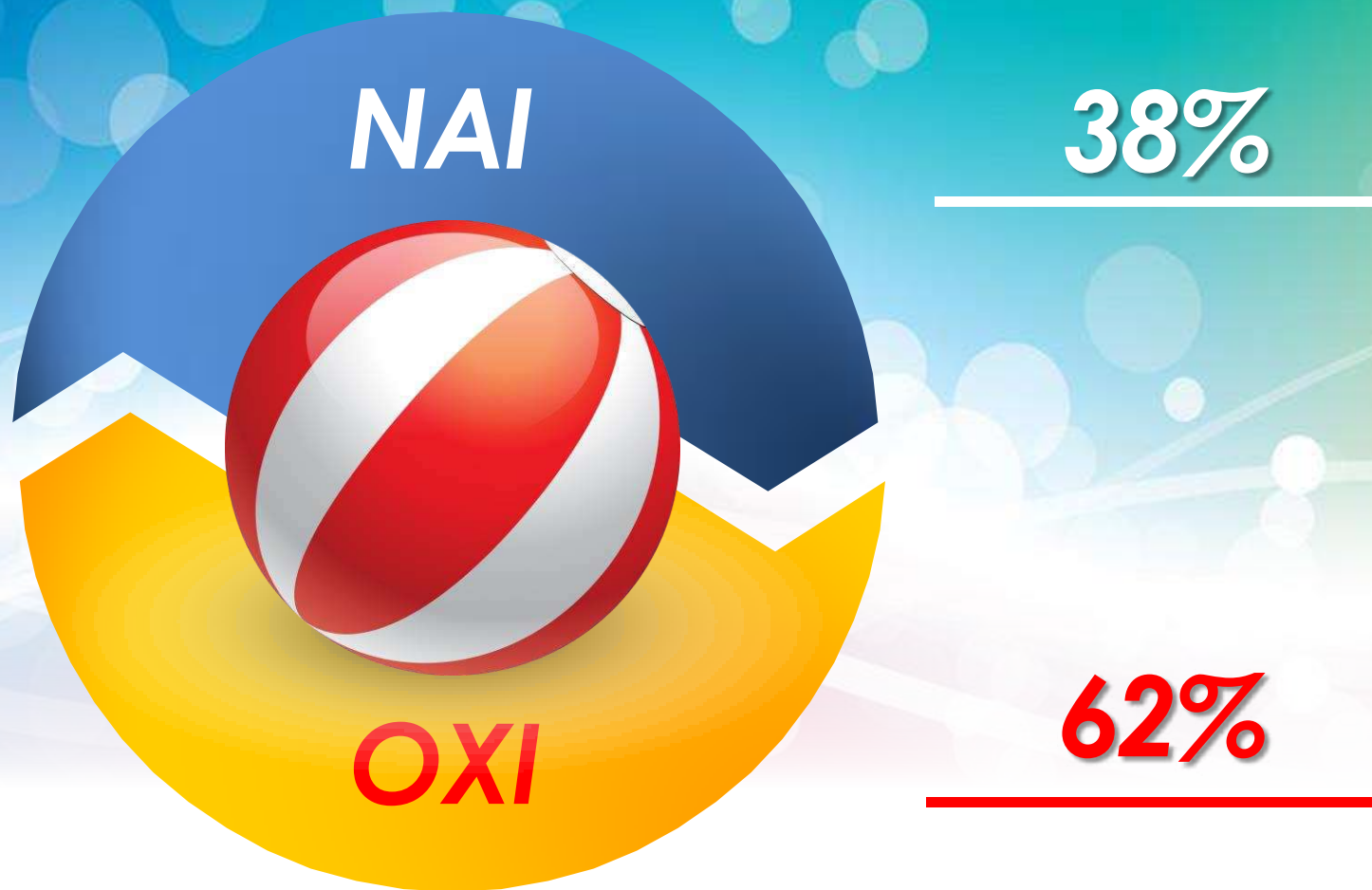
Πείτε μας κατ' εκτίμηση, πόσα ήταν τα συνολικά έξοδα του ταξιδιού σας στη Θεσσαλία; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]



	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
ΜΕΣΟΣ ΟΡΟΣ ΕΞΟΔΩΝ	790€	681€	917€	560€	556€



Επισκεφθήκατε κάποια άλλη περιοχή στη Θεσσαλία κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας;



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

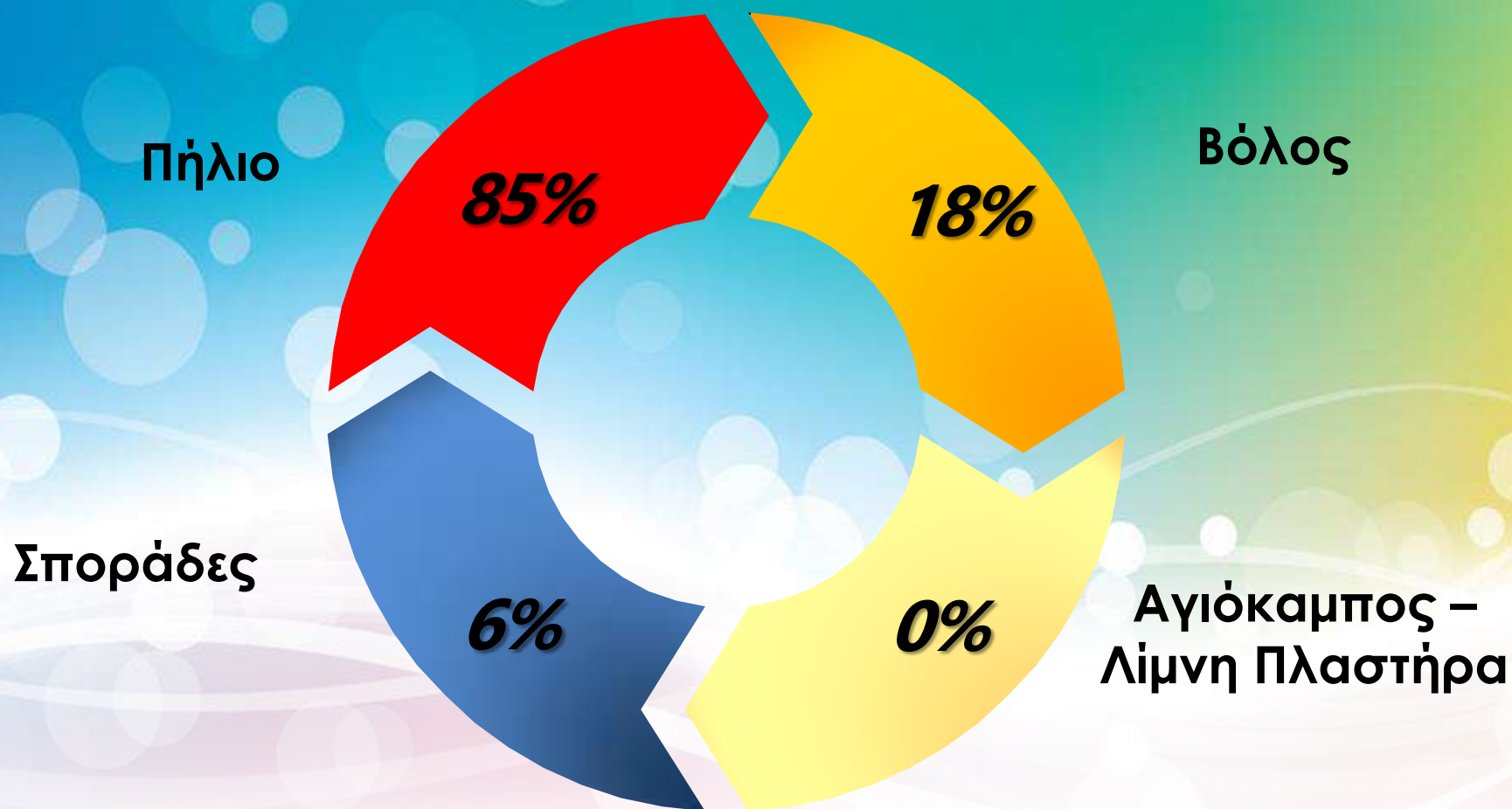
Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας;



Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ: ΒΟΛΟΣ]



Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ: ΠΗΛΙΟ]



Άλλες περιοχές: 6%

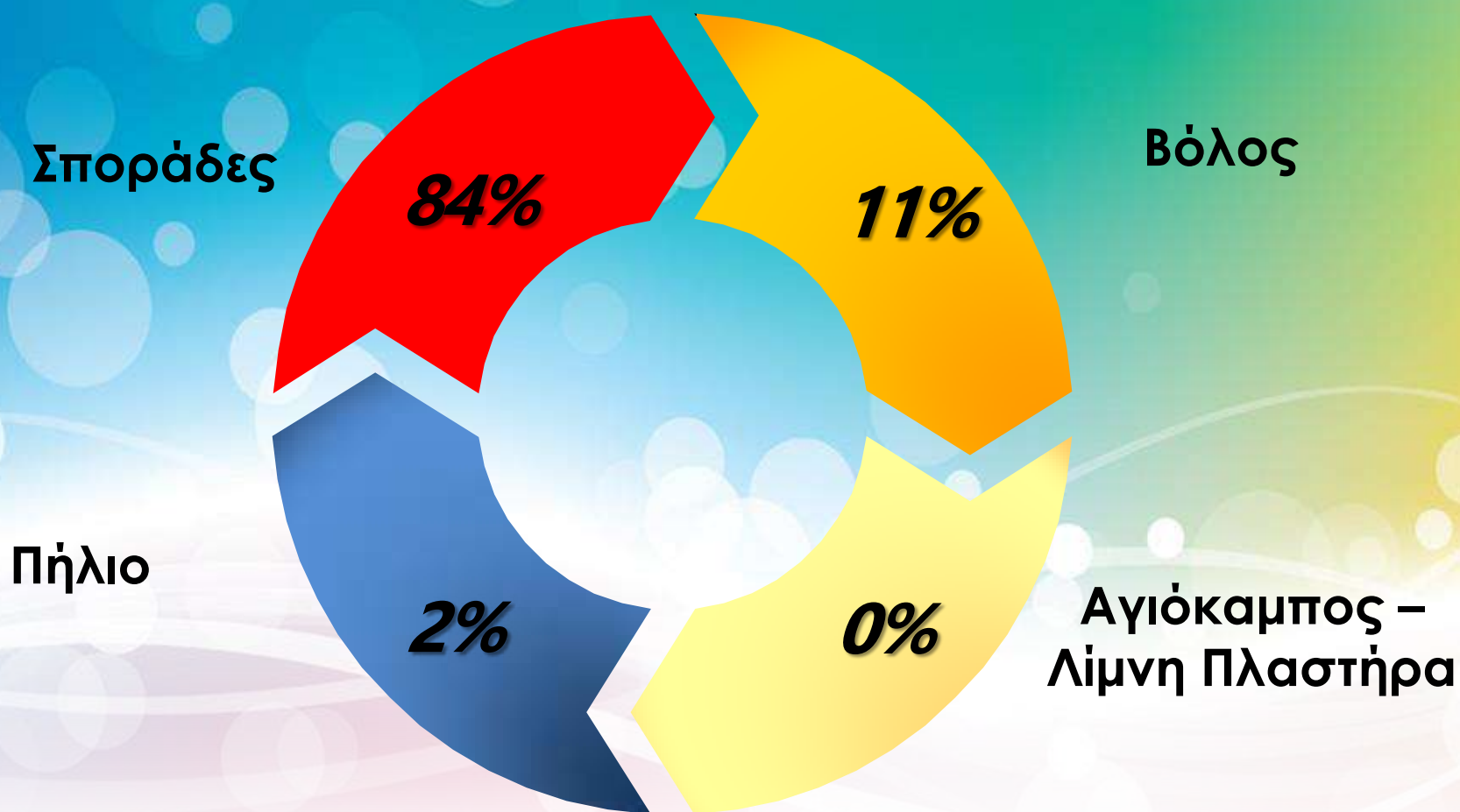


ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



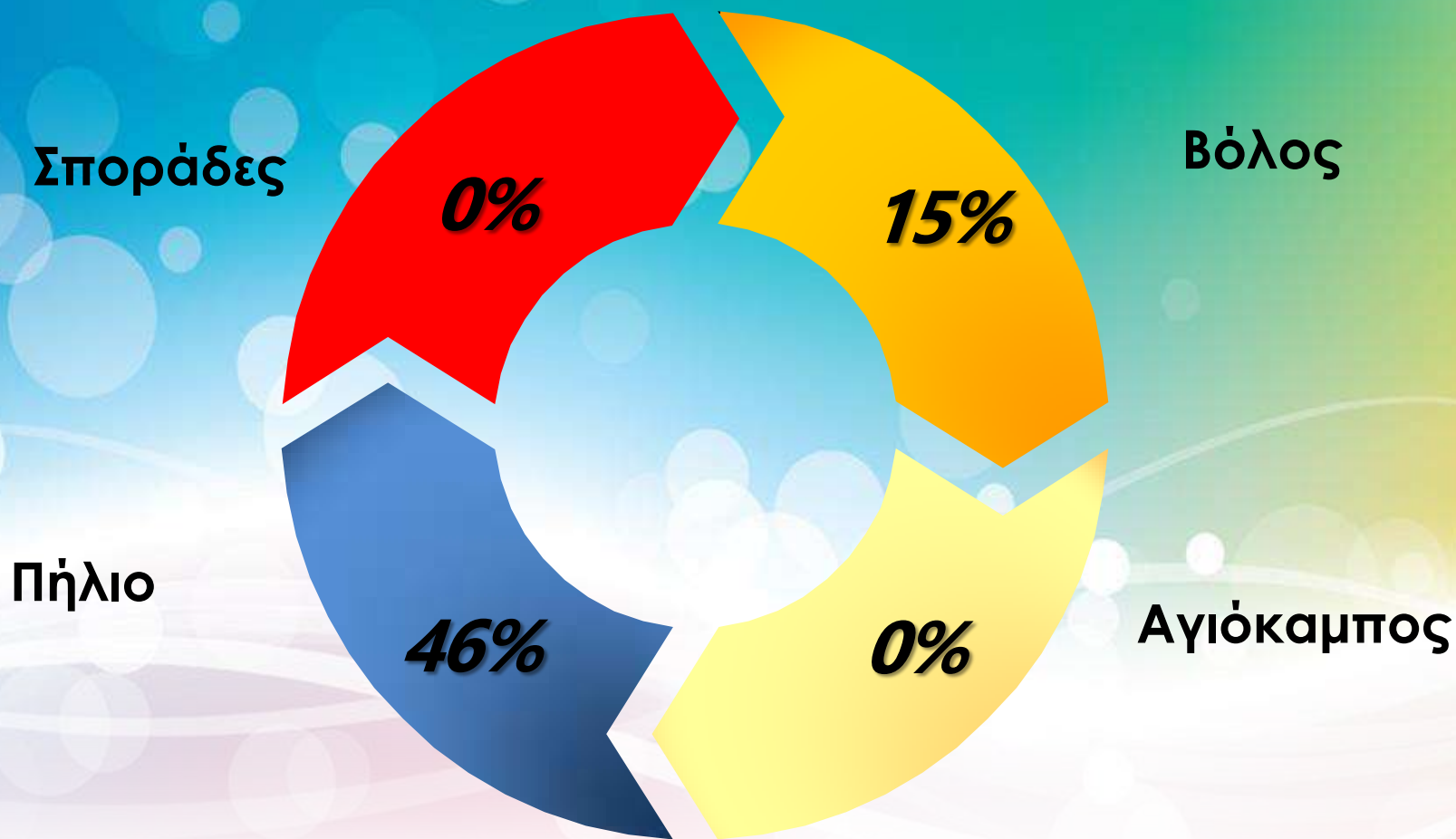
PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ: ΣΠΟΡΑΔΕΣ]



Άλλες περιοχές: 4%

Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ: ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ]



Άλλες περιοχές: 85%

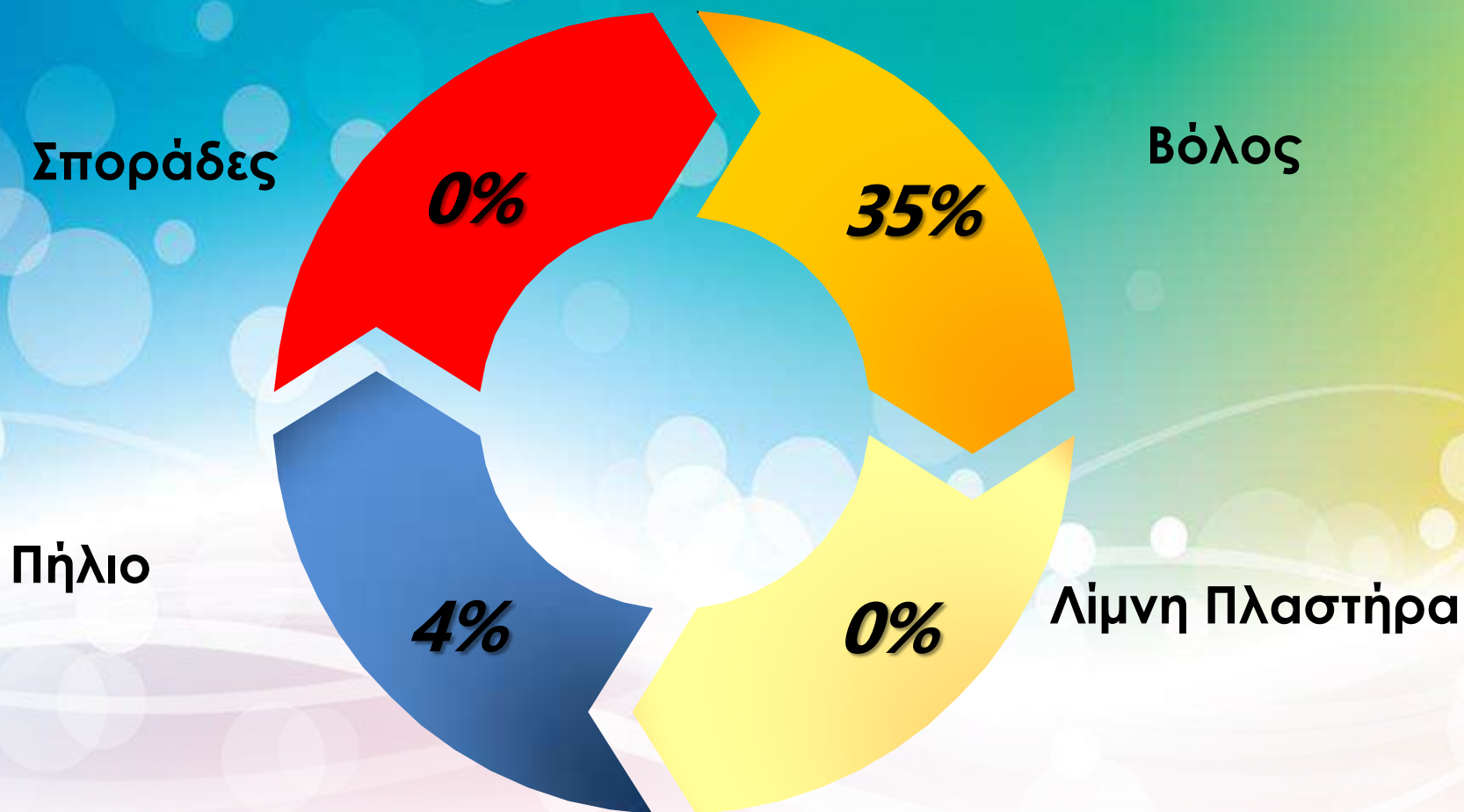


ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Ποιες περιοχές επισκεφθήκατε κατά τη διάρκεια του ταξιδιού σας; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ: ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ]



Άλλες περιοχές: 83%



Πραγματοποιήσατε κάποια διαμονή εκεί;



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



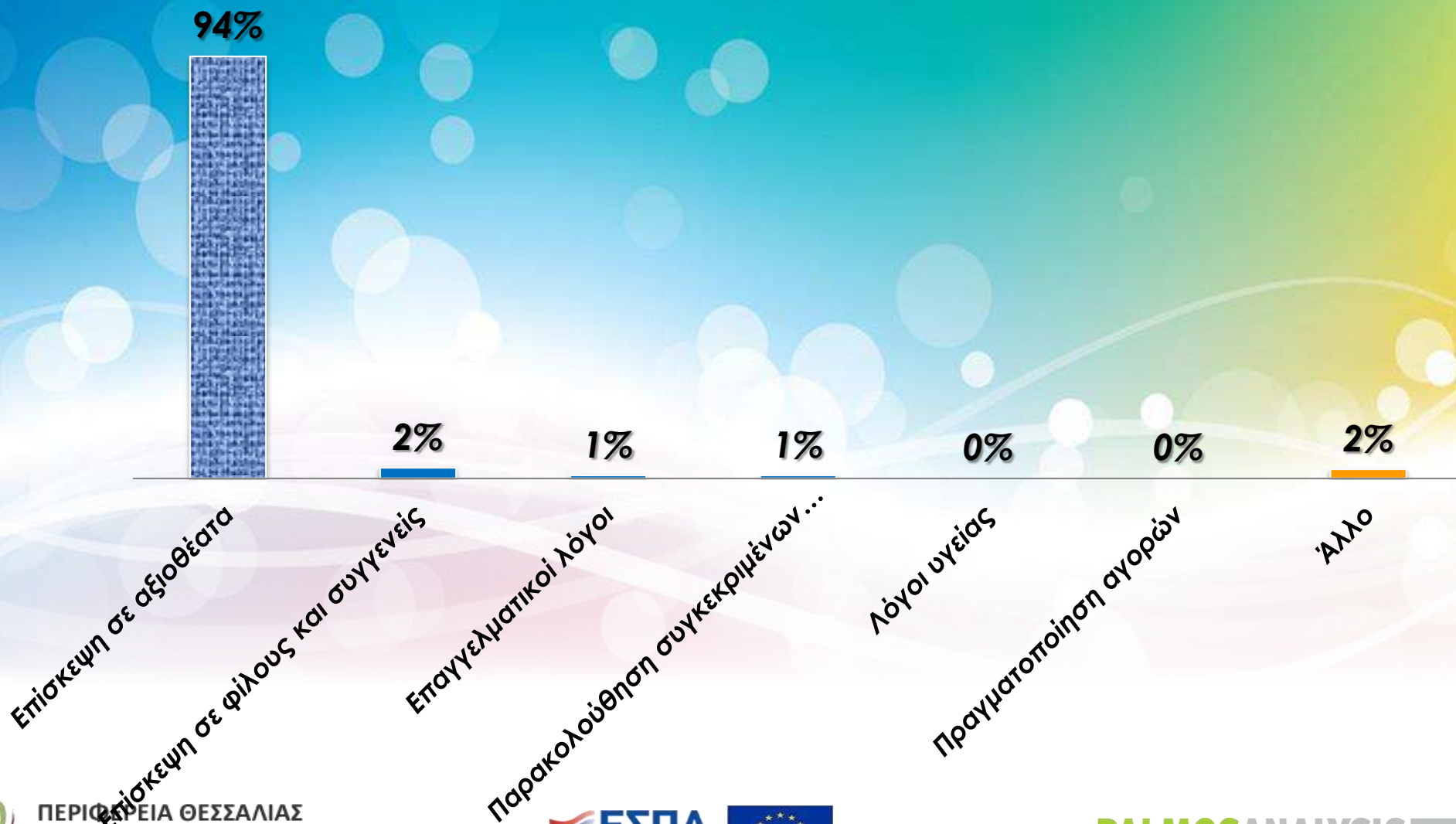
PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Πραγματοποιήσατε κάποια διαμονή εκεί; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
ΝΑΙ	36%	19%	62%	46%	57%
ΟΧΙ	64%	81%	38%	54%	43%



Ποιος ήταν ο κύριος λόγος επίσκεψης / διαμονής στη συγκεκριμένη περιοχή; (μία επιλογή)



Ποιο είδος διαμονής χρησιμοποιήσατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στη Θεσσαλία;

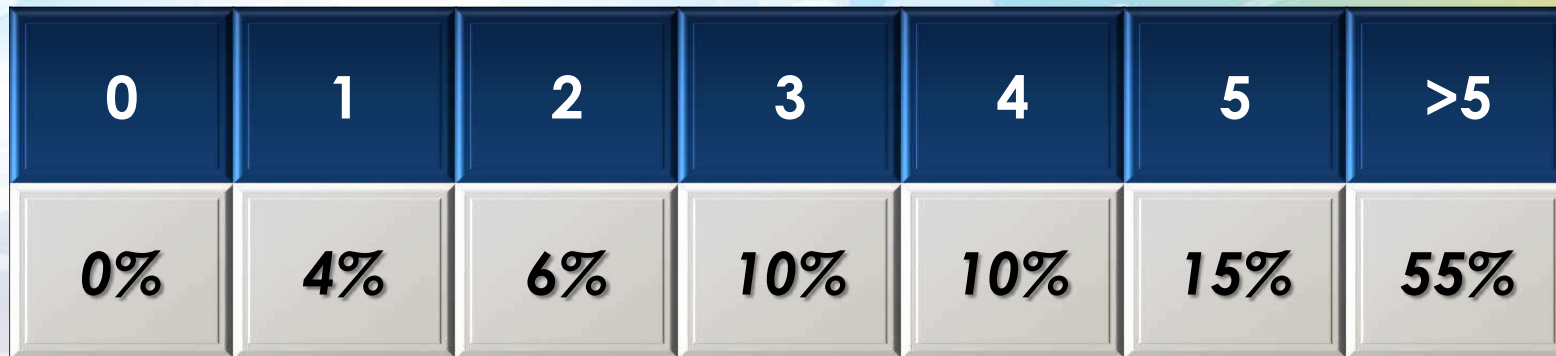


Ποιο είδος διαμονής χρησιμοποιήσατε κατά τη διάρκεια της παραμονής σας στη Θεσσαλία; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Ξενοδοχεία	74%	40%	48%	64%	27%
Ενοικιαζόμενα καταλύματα	6%	34%	44%	22%	36%
Καταλύματα τύπου airbnb	11%	9%	2%	0%	0%
Κάμπινγκ	0%	5%	0%	0%	26%
Άλλος χώρος διαμονής (φίλοι, συγγενείς κτλ.)	11%	15%	6%	15%	10%



Πλήθος διανυκτερεύσεων επισκεπτών



Μέσος όρος διανυκτερεύσεων επισκεπτών [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]



	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Μ.Ο. Διανυκτερεύσεων	6,09 βράδια	8,12 βράδια	7,95 βράδια	6,38 βράδια	10,40 βράδια



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ

Γενική εμπειρία **4,3**

Εμφάνιση /
κατάσταση κτιρίων **4,3**

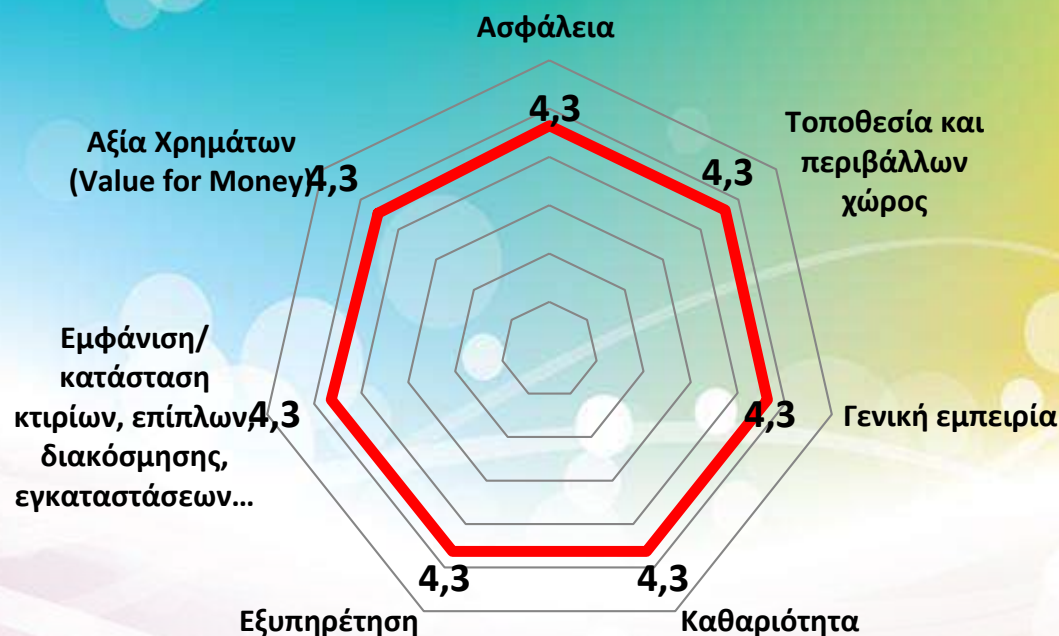
Αξία χρημάτων **4,3**

Ασφάλεια **4,3**

Καθαριότητα **4,3**

Εξυπηρέτηση **4,3**

Τοποθεσία και
περιβάλλον χώρος **4,3**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

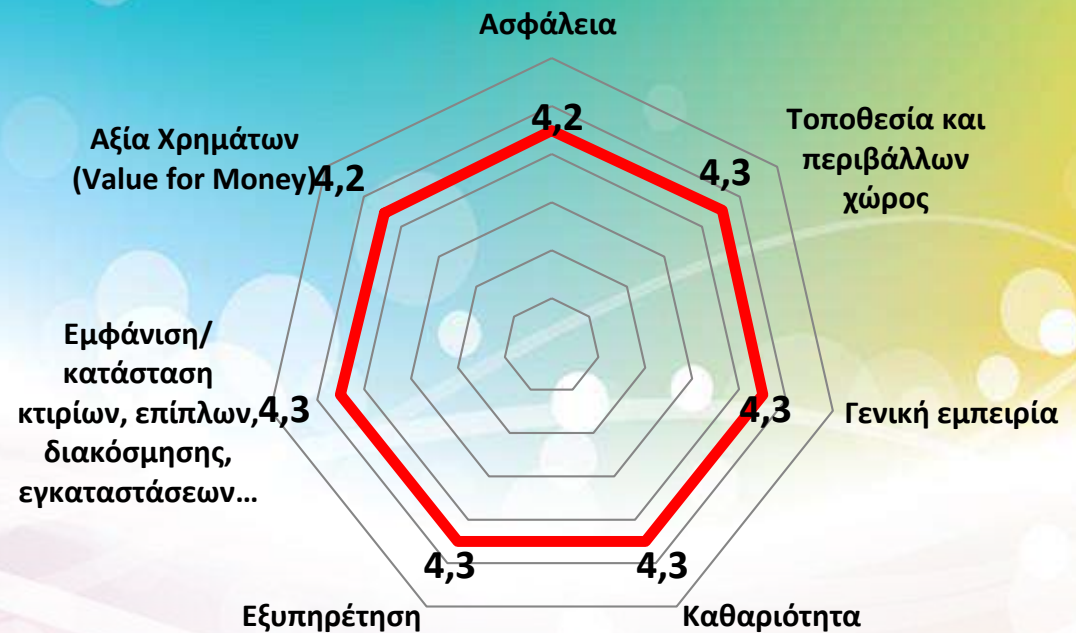


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ

- Γενική εμπειρία **4,3**
- Εμφάνιση / κατάσταση κτιρίων **4,3**
- Αξία χρημάτων **4,2**
- Ασφάλεια **4,2**
- Καθαριότητα **4,3**
- Εξυπηρέτηση **4,3**
- Τοποθεσία και περιβάλλον χώρος **4,3**



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ

Γενική εμπειρία **4,5**

Εμφάνιση /
κατάσταση κτιρίων **4,5**

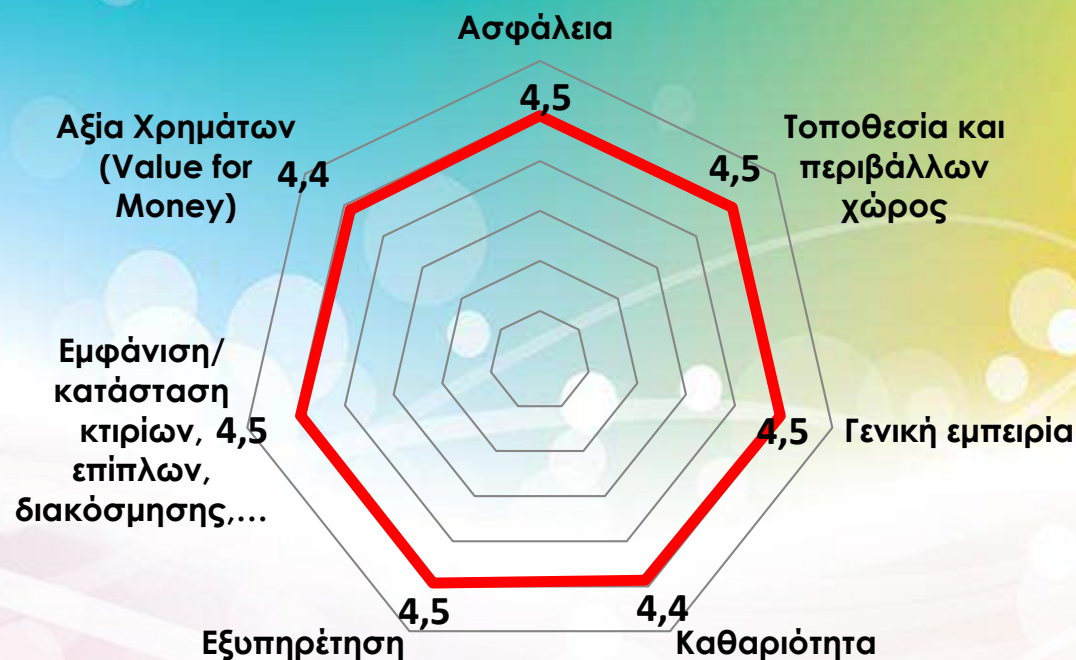
Αξία χρημάτων **4,4**

Ασφάλεια **4,5**

Καθαριότητα **4,4**

Εξυπηρέτηση **4,5**

Τοποθεσία και
περιβάλλον χώρος **4,5**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

Γενική εμπειρία **4,3**

Εμφάνιση /
κατάσταση κτιρίων **4,3**

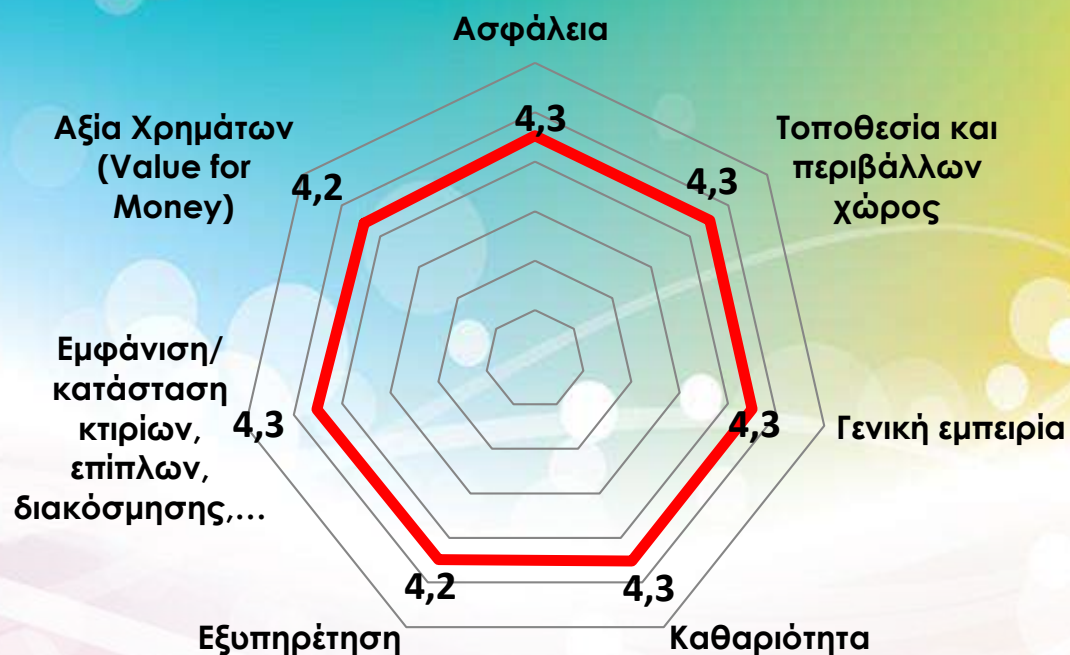
Αξία χρημάτων **4,2**

Ασφάλεια **4,3**

Καθαριότητα **4,3**

Εξυπηρέτηση **4,2**

Τοποθεσία και
περιβάλλον χώρος **4,3**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ

Γενική εμπειρία **4,7**

Εμφάνιση /
κατάσταση κτιρίων **4,7**

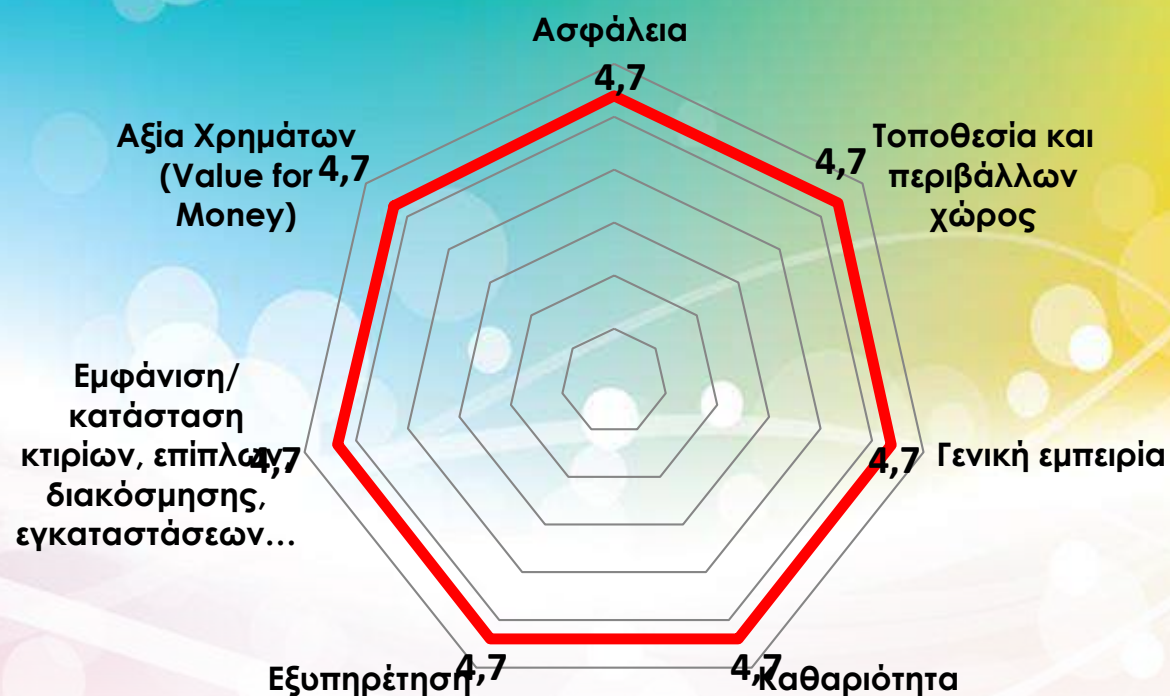
Αξία χρημάτων **4,7**

Ασφάλεια **4,7**

Καθαριότητα **4,7**

Εξυπηρέτηση **4,7**

Τοποθεσία και
περιβάλλον χώρος **4,7**



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΙΑΜΟΝΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ

Γενική εμπειρία **4,2**

Εμφάνιση /
κατάσταση κτιρίων **4,2**

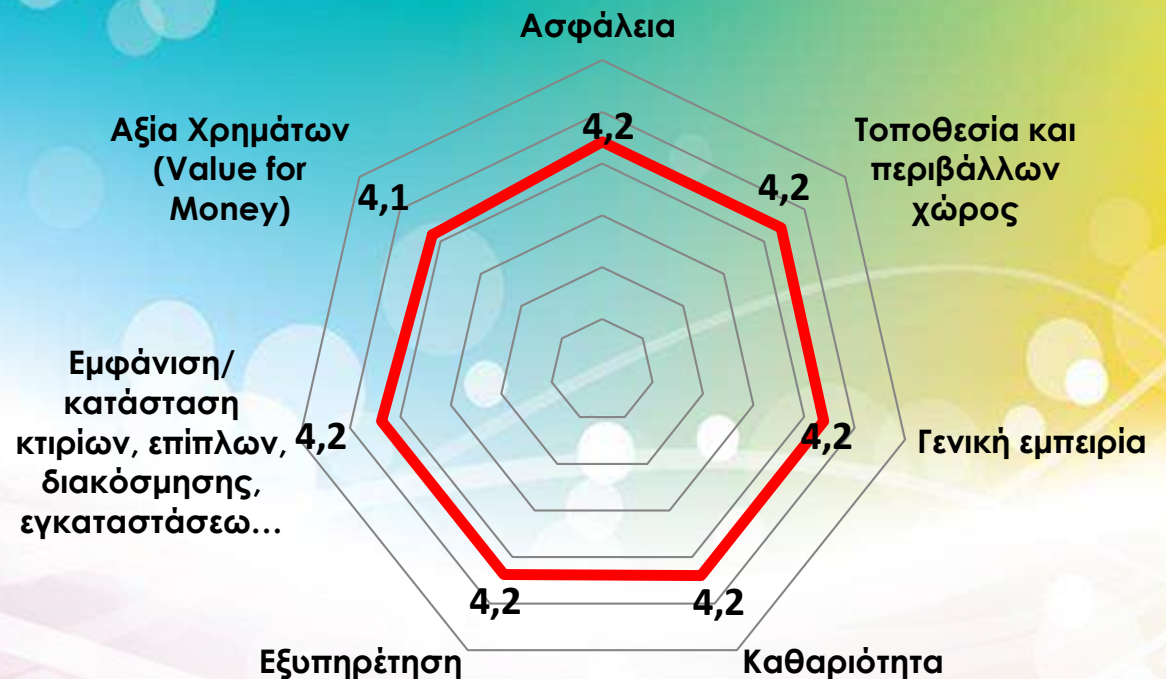
Αξία χρημάτων **4,1**

Ασφάλεια **4,2**

Καθαριότητα **4,2**

Εξυπηρέτηση **4,2**

Τοποθεσία και
περιβάλλον χώρος **4,2**



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ



4,2 Γενική εμπειρία

4,2 Ποικιλία φαγητών

4,2 Ποιότητα φαγητού

4,2 Αξία χρημάτων

4,2 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις

4,2 Καθαριότητα

4,3 Τοποθεσία

4,2 Εξυπηρέτηση

4,2 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ



4,2 Γενική εμπειρία

4,2 Ποικιλία φαγητών

4,2 Ποιότητα φαγητού

4,2 Αξία χρημάτων

4,2 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις

4,2 Καθαριότητα

4,2 Τοποθεσία

4,2 Εξυπηρέτηση

4,2 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ



4,4 Γενική εμπειρία

4,3 Ποικιλία φαγητών

4,4 Ποιότητα φαγητού

4,3 Αξία χρημάτων

4,3 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις

4,3 Καθαριότητα

4,4 Τοποθεσία

4,4 Εξυπηρέτηση

4,4 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ



4,2 Γενική εμπειρία

4,2 Ποικιλία φαγητών

4,2 Ποιότητα φαγητού

4,1 Αξία χρημάτων

4,1 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις

4,2 Καθαριότητα

4,2 Τοποθεσία

4,2 Εξυπηρέτηση

4,2 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ



4,3 Γενική εμπειρία

4,3 Ποικιλία φαγητών

4,3 Ποιότητα φαγητού

4,2 Αξία χρημάτων

4,2 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις

4,3 Καθαριότητα

4,4 Τοποθεσία

4,3 Εξυπηρέτηση

4,3 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΣΤΙΑΤΟΡΙΩΝ ΚΑΙ ΛΟΙΠΩΝ ΧΩΡΩΝ ΕΣΤΙΑΣΗΣ (κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ



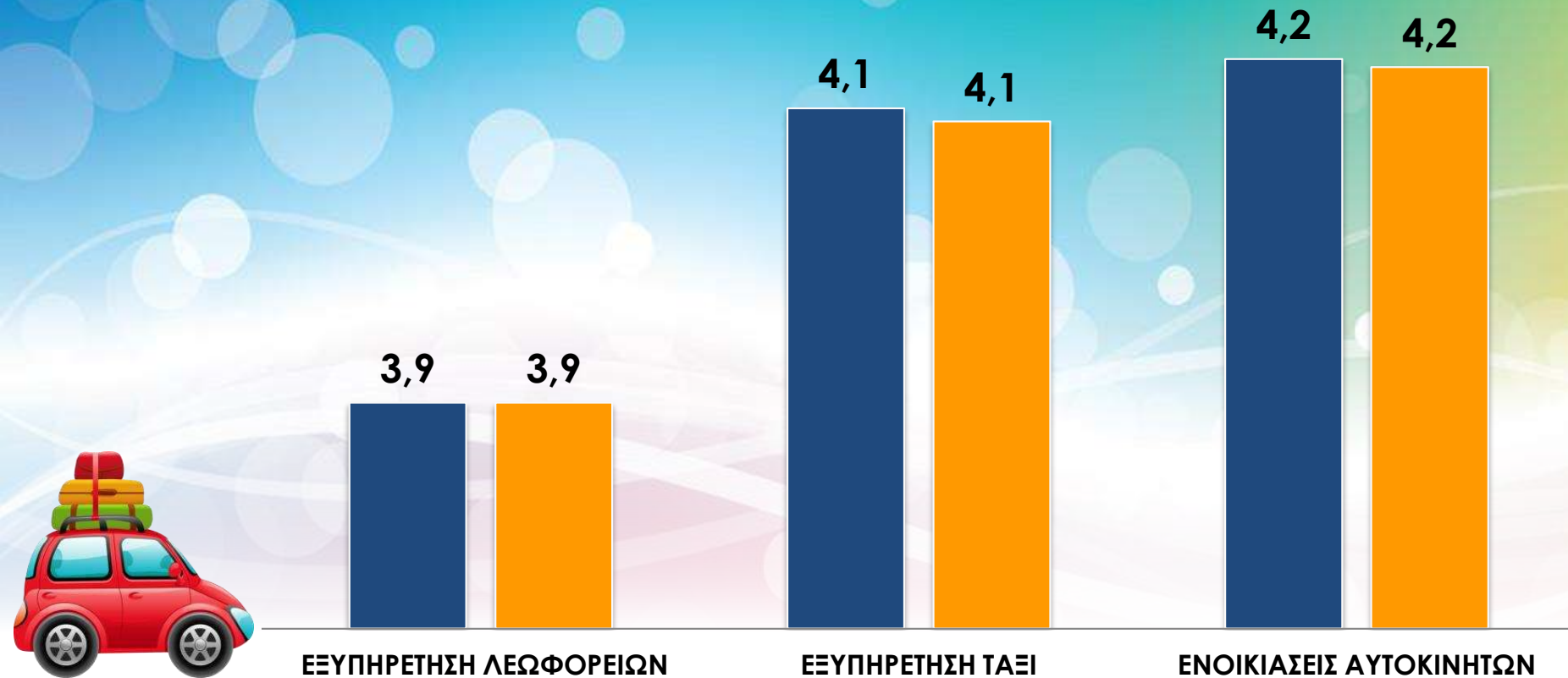
- 4,1 Γενική εμπειρία
- 4,1 Ποικιλία φαγητών
- 4,1 Ποιότητα φαγητού
- 4,1 Αξία χρημάτων
- 4,1 Τουαλέτες & άλλες διευκολύνσεις
- 4,1 Καθαριότητα
- 4,1 Τοποθεσία
- 4,1 Εξυπηρέτηση
- 4,1 Εμφάνιση και ατμόσφαιρα

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΜΕΣΩΝ ΜΕΤΑΦΟΡΑΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ

■ Αξία Χρημάτων (Value for Money)

■ Γενική εμπειρία



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



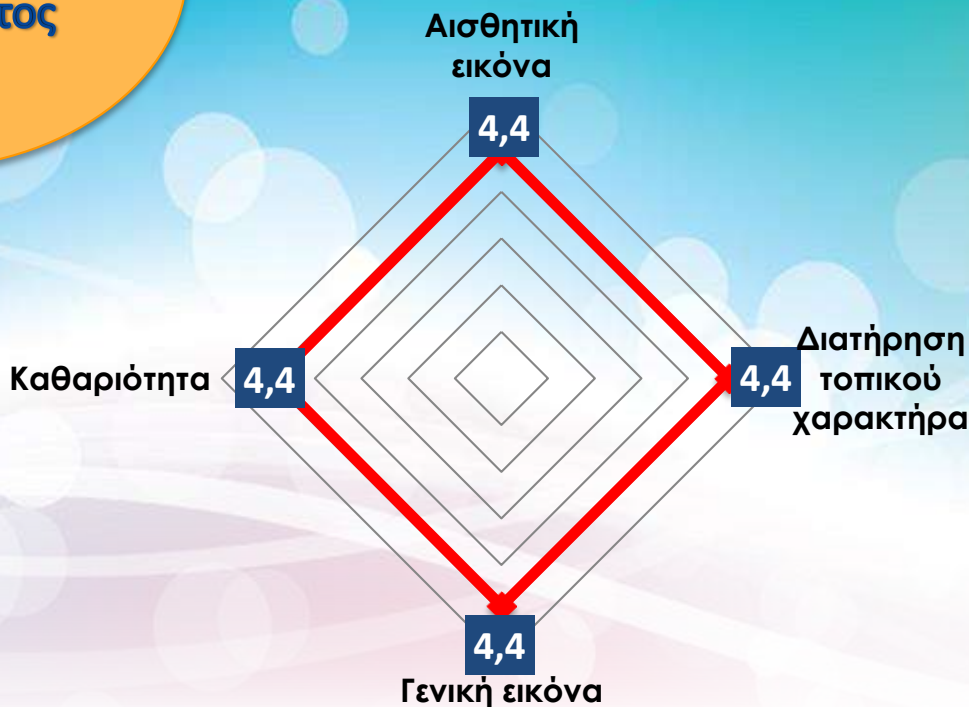
PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ

Καθαριότητα / Κατάσταση δομημένου περιβάλλοντος
4,4

Διατήρηση τοπικού χαρακτήρα
4,4



Αισθητική εικόνα
4,4

Γενική εικόνα
4,4

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ

Καθαριότητα /
Κατάσταση
δομημένου
περιβάλλοντος
4,2

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα
4,2



Αισθητική
εικόνα
4,2

Γενική εικόνα
4,2



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ

Καθαριότητα /
Κατάσταση
δομημένου
περιβάλλοντος
4,6

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα
4,6

Αισθητική
εικόνα
4,6

Αισθητική
εικόνα
4,6

Καθαριότητα **4,6**

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα
4,6

Γενική εικόνα
4,6

Γενική εικόνα
4,6



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

Καθαριότητα / Κατάσταση δομημένου περιβάλλοντος
4,5

Διατήρηση τοπικού χαρακτήρα
4,5



Αισθητική εικόνα
4,5

Γενική εικόνα
4,5

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ

Καθαριότητα /
Κατάσταση
δομημένου
περιβάλλοντος
4,5

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα
4,5



Αισθητική
εικόνα
4,5

Γενική εικόνα
4,5

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΠΕΡΙΒΑΛΛΟΝΤΟΣ (κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ

Καθαριότητα /
Κατάσταση
δομημένου
περιβάλλοντος
4,1

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα
4,1

Αισθητική εικόνα

Αισθητική
εικόνα
4,1

Καθαριότητα

4,1

Διατήρηση
τοπικού
χαρακτήρα

4,1

4,1

Γενική εικόνα

Γενική εικόνα
4,1



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΥΠΟΔΟΜΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ (κλίμακα 1-5)

Γενική εμπειρία 3,7

Σιδηροδρομικός σταθμός 4,7

Λιμάνι 4,5

Δημόσιες υπηρεσίες 4,1

Δημόσιες τουαλέτες 3,8

Οδικές πινακίδες 3,6

Οδικό δίκτυο 3,6

Χώροι στάθμευσης 3,6

Διευκολύνσεις πεζών 3,4

Διευκολύνσεις ποδηλατών 3,3

Διευκολύνσεις ΑΜΕΑ 3,1



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

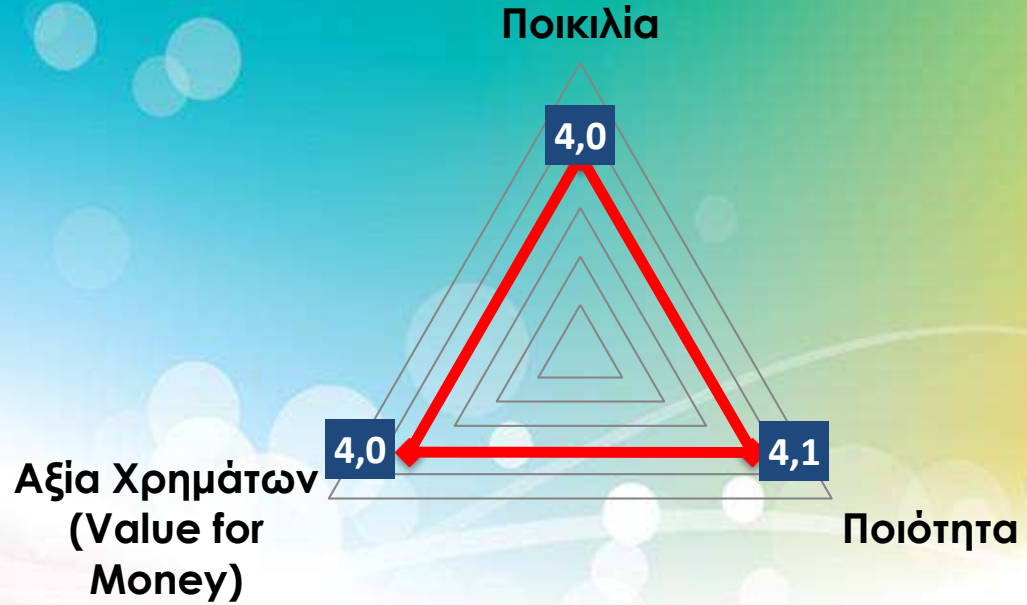
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ

Ποικιλία
4,0

Ποιότητα
4,1

Αξία χρημάτων
4,0



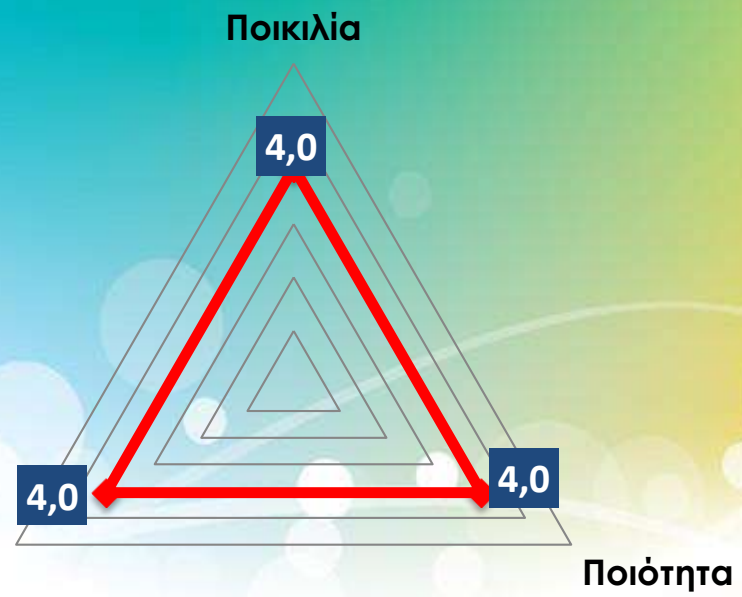
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ

**Ποικιλία
4,0**

**Ποιότητα
4,0**

**Αξία χρημάτων
4,0**



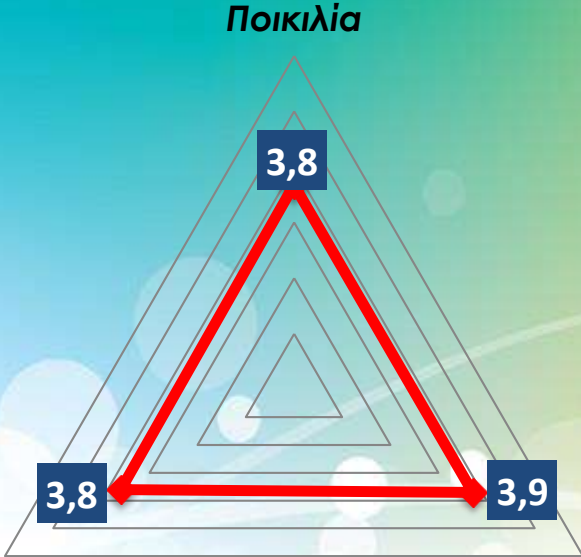
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ

Ποικιλία
3,8

Ποιότητα
3,9

Αξία χρημάτων
3,8



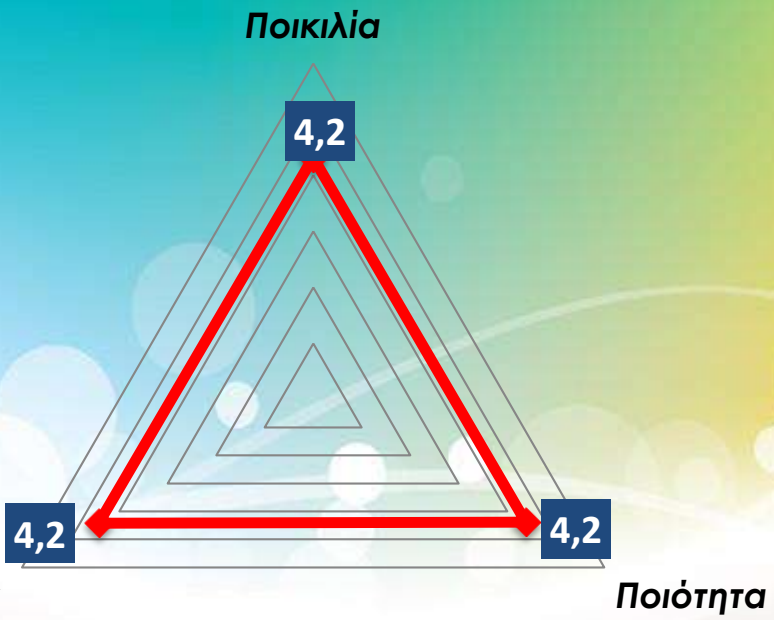
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

Ποικιλία
4,2

Ποιότητα
4,2

Αξία χρημάτων
4,2



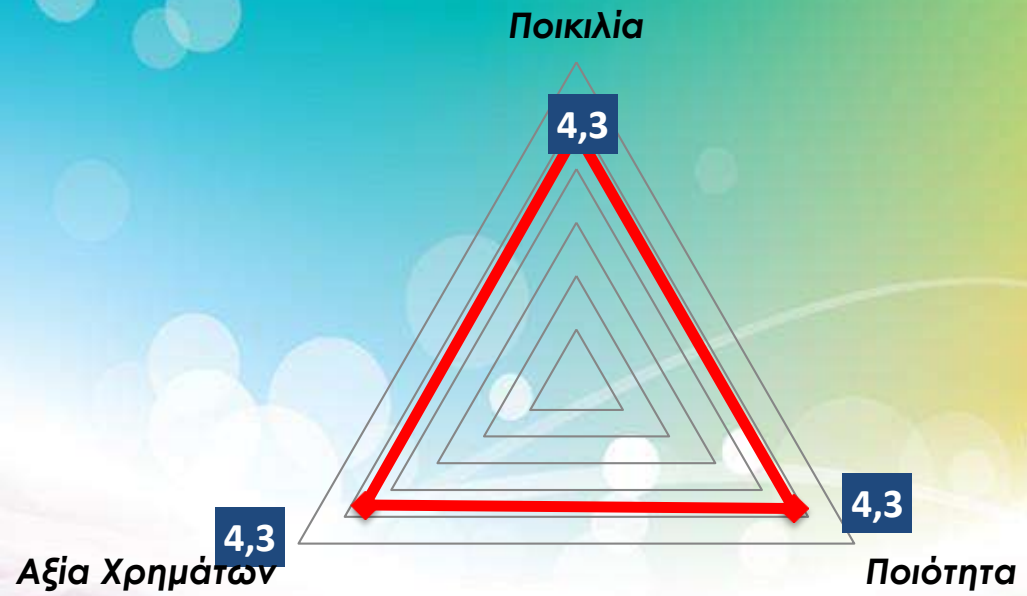
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ

Ποικιλία
4,3

Ποιότητα
4,3

Αξία χρημάτων
4,3



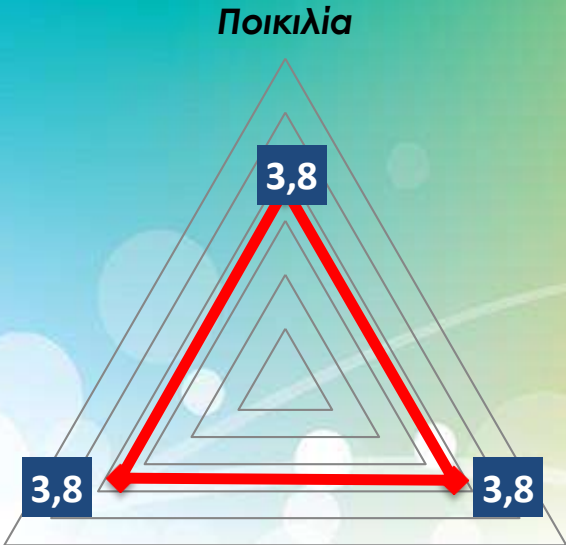
ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΕΥΚΑΙΡΙΩΝ ΓΙΑ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΚΑΙ ΨΥΧΑΓΩΓΙΑ (κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ

Ποικιλία
3,8

Ποιότητα
3,8

Αξία χρημάτων
3,8



Ποιότητα



ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ



4,1 Γενική εμπειρία

4,1 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

4,1 Τιμές βασικών προϊόντων

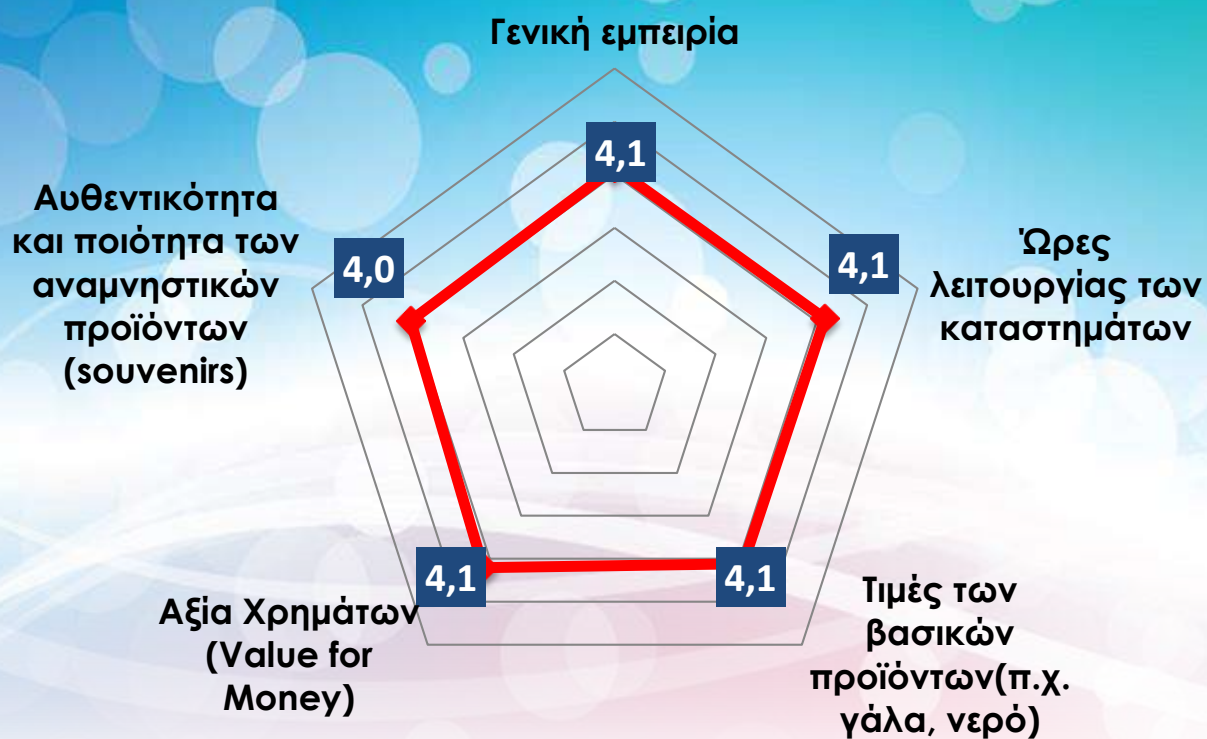
4,1 Αξία χρημάτων

4,0 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ



4,1 Γενική εμπειρία

4,1 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

4,1 Τιμές βασικών προϊόντων

4,1 Αξία χρημάτων

4,0 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

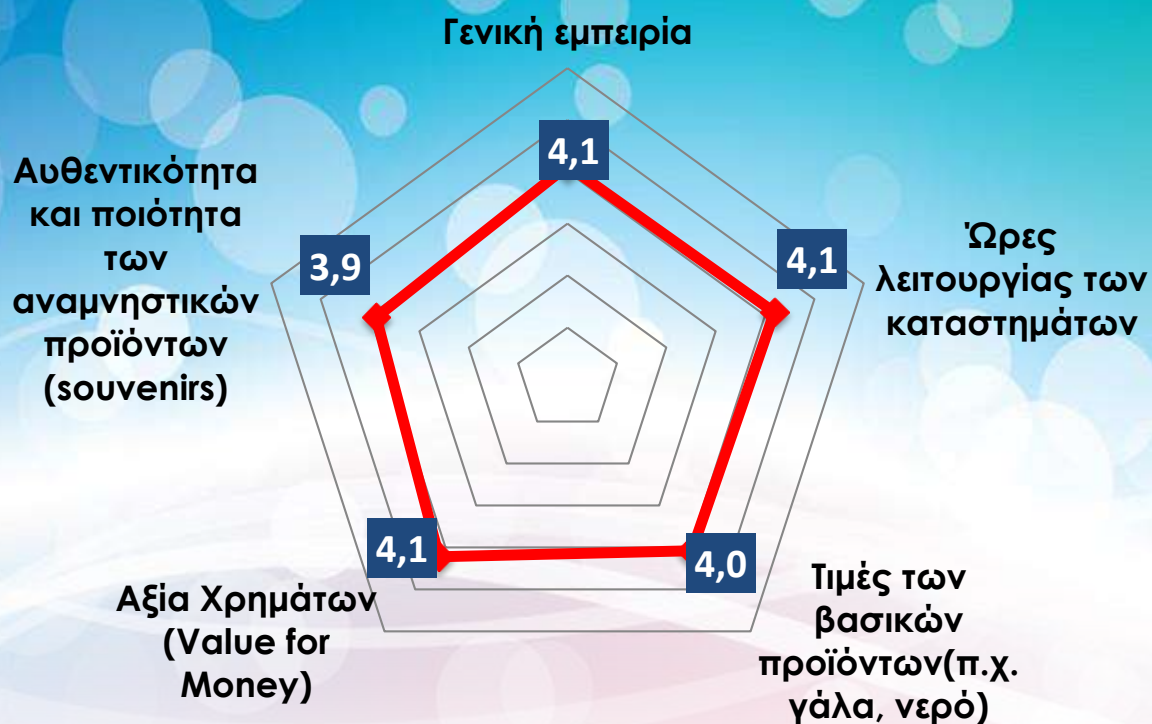


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ



4,1 Γενική εμπειρία

4,1 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

4,0 Τιμές βασικών προϊόντων

4,1 Αξία χρημάτων

3,9 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

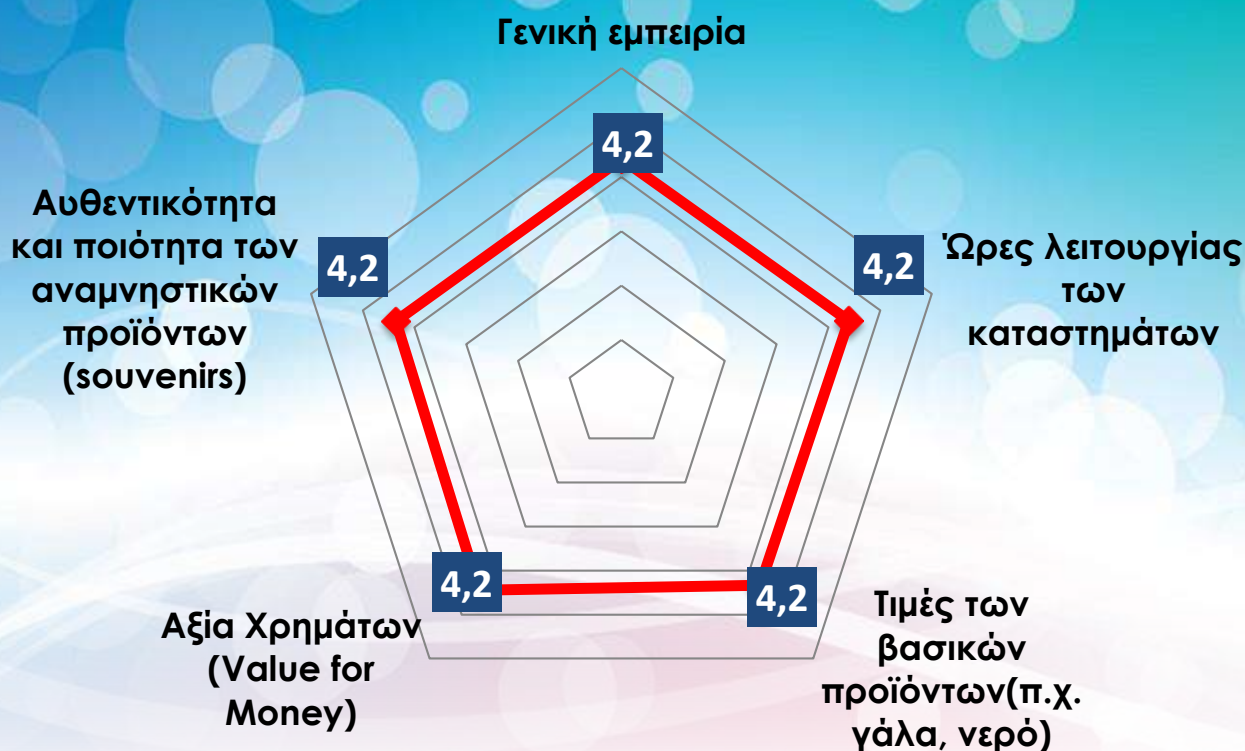


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ



4,2 Γενική εμπειρία

4,2 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

4,2 Τιμές βασικών προϊόντων

4,2 Αξία χρημάτων

4,2 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

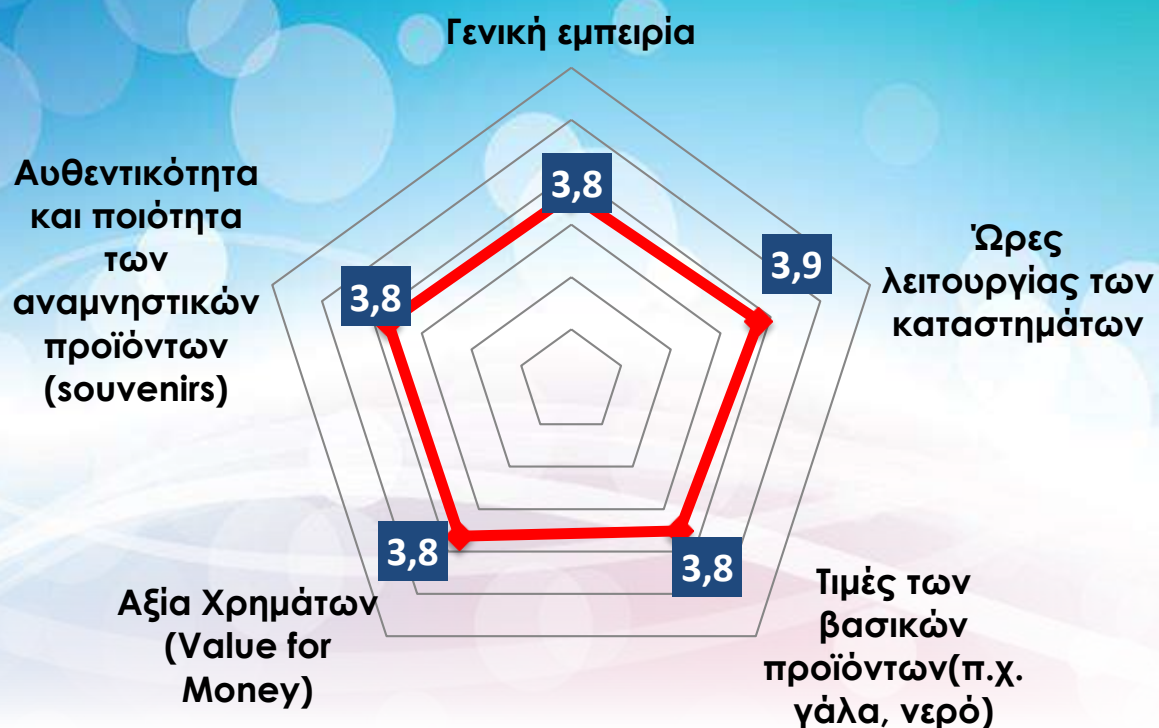


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ



3,8 Γενική εμπειρία

3,9 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

3,8 Τιμές βασικών προϊόντων

3,8 Αξία χρημάτων

3,8 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

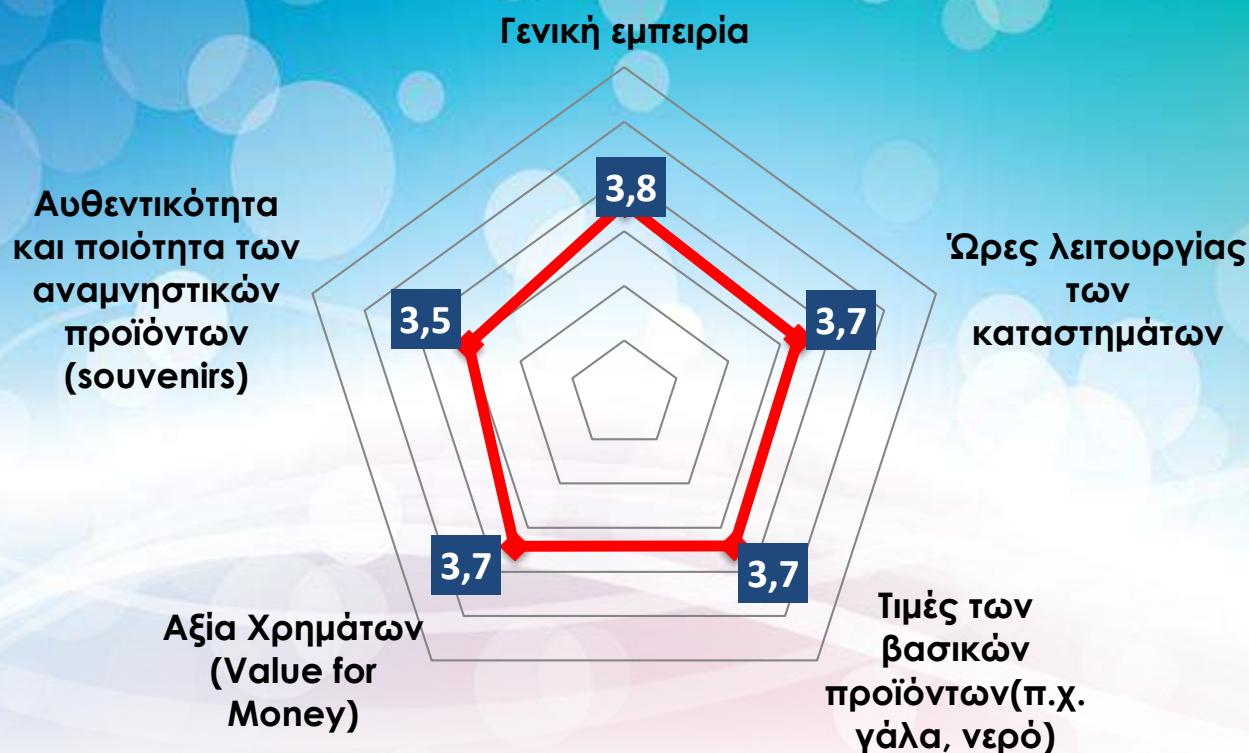


PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ

(κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ



3,8 Γενική εμπειρία

3,7 Ώρες λειτουργίας καταστημάτων

3,7 Τιμές βασικών προϊόντων

3,7 Αξία χρημάτων

3,5 Αυθεντικότητα και ποιότητα αναμνηστικών προϊόντων



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΣΥΝΟΛΟ

Ποικιλία
εμπειριών

4,4

Ασφάλεια

4,5

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Ποικιλία
εμπειριών

4,4

Ασφάλεια

4,5

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Φιλοξενία

4,7

Φιλοξενία

4,7

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΒΟΛΟΣ

Ποικιλία
εμπειριών

4,3

Ασφάλεια

4,4

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,4

Ασφάλεια

4,4

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,4

Φιλοξενία

4,6

Φιλοξενία

4,6

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΠΗΛΙΟ

Ποικιλία
εμπειριών

4,4

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,7

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,7

Φιλοξενία

4,8

Φιλοξενία

4,8

Ποικιλία
εμπειριών

4,4

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΣΠΟΡΑΔΕΣ

Ποικιλία
εμπειριών

4,5

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Φιλοξενία

4,7

Φιλοξενία

4,7

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΛΙΜΝΗ ΠΛΑΣΤΗΡΑ

Ποικιλία
εμπειριών

4,5

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Ασφάλεια

4,6

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,6

Φιλοξενία

4,7

Φιλοξενία

4,7

ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ ΩΣ ΤΟΥΡΙΣΤΙΚΟΥ ΠΡΟΟΡΙΣΜΟΥ (κλίμακα 1-5)

ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ

Ποικιλία
εμπειριών

4,0

Ασφάλεια

4,2

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,3

Ποικιλία
εμπειριών

4,0

Ασφάλεια

4,2

Γενική
εμπειρία
παραμονής

4,3

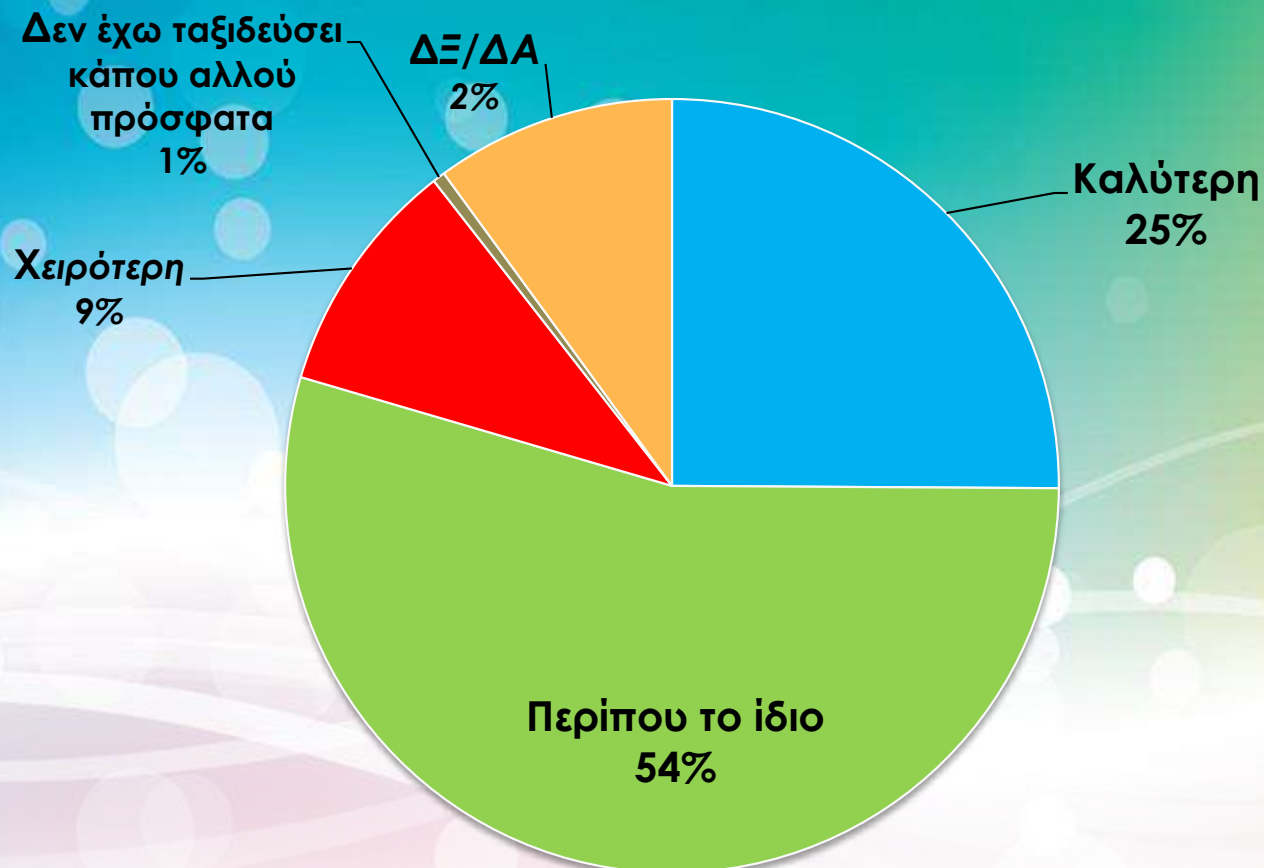
Φιλοξενία

4,4

Φιλοξενία

4,4

Συγκρίνοντας με άλλους προορισμούς που έχετε προσφάτως επισκεφθεί, πώς θα αξιολογούσατε τη Θεσσαλία ως τουριστικό προορισμό με βάση την αξία των χρημάτων (value for money);



Συγκρίνοντας με άλλους προορισμούς που έχετε προσφάτως επισκεφθεί, πώς θα αξιολογούσατε τη Θεσσαλία ως τουριστικό προορισμό με βάση την αξία των χρημάτων (value for money);
[ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Καλύτερη	33%	25%	25%	9%	20%
Περίπου το ίδιο	45%	61%	58%	58%	46%
Χειρότερη	10%	5%	10%	17%	12%
Δεν έχω ταξιδέψει αλλού πρόσφατα	1%	0%	1%	0%	0%
ΔΞ/ΔΑ	11%	9%	6%	16%	22%

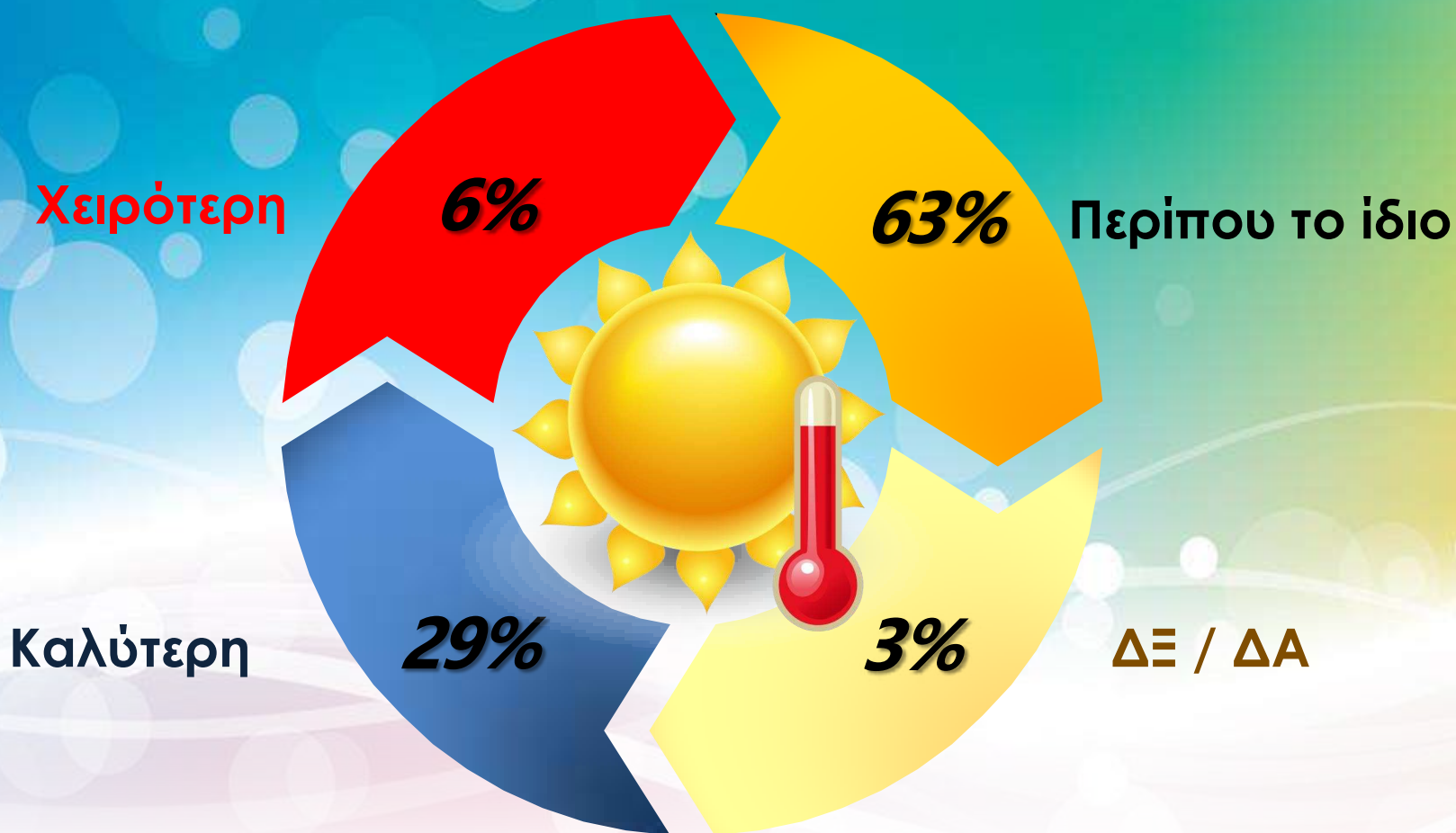


ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Σε σχέση με τις προσδοκίες σας για τη Θεσσαλία, πώς την αξιολογείτε ως ταξιδιωτικό προορισμό;



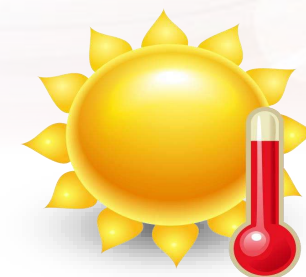
ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



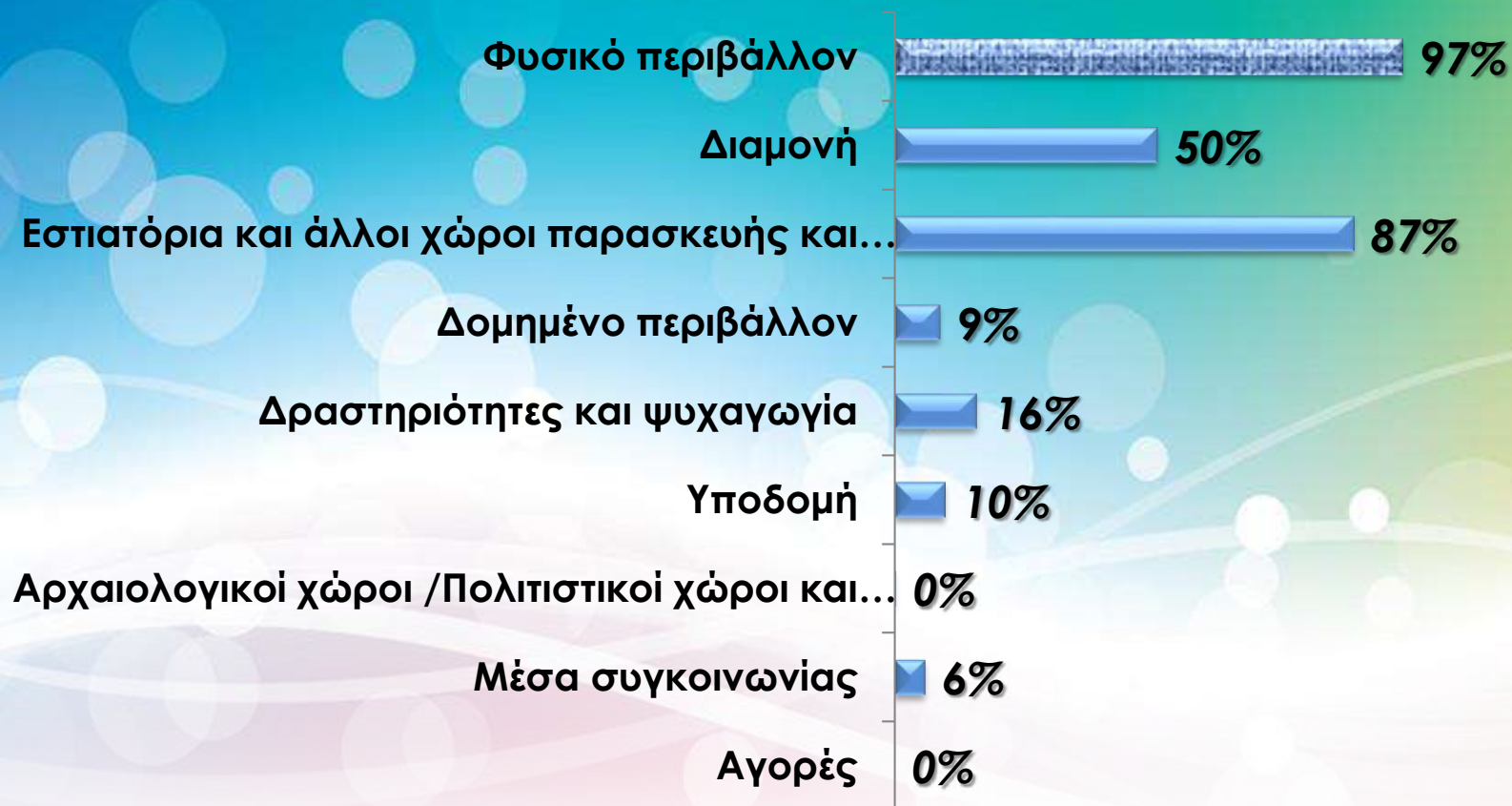
PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Σε σχέση με τις προσδοκίες σας για τη Θεσσαλία, πώς την αξιολογείτε ως ταξιδιωτικό προορισμό;
[ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Καλύτερη	34%	27%	32%	7%	24%
Περίπου το ίδιο	58%	68%	59%	80%	64%
Χειρότερη	6%	3%	8%	0%	7%
ΔΞ/ΔΑ	2%	2%	1%	13%	5%



Μπορείτε να μου αναφέρετε από τον παρακάτω κατάλογο, μέχρι τρεις παραμέτρους οι οποίες έχουν επηρεάσει τη γενική σας αξιολόγηση περισσότερο;

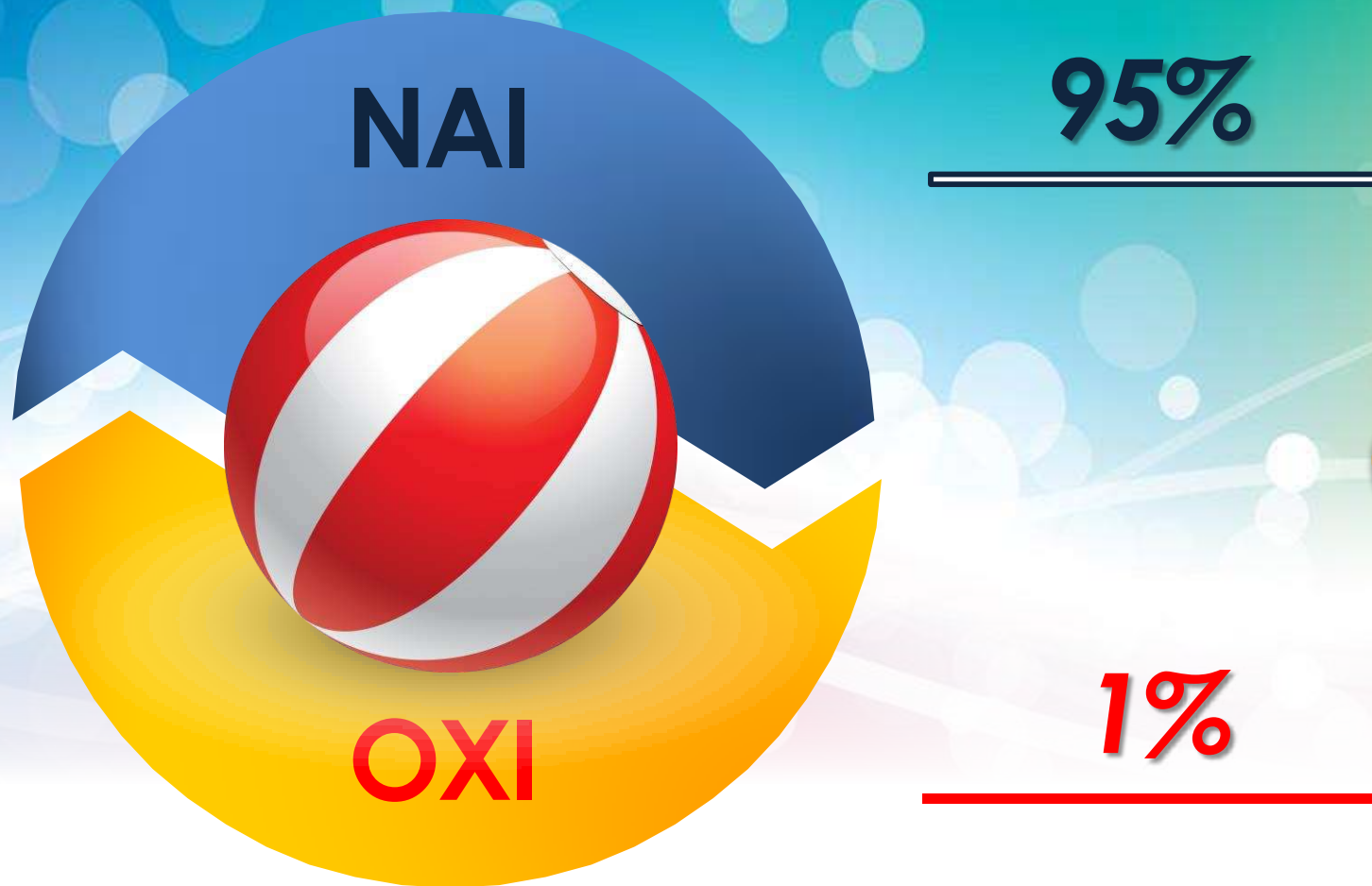


Μπορείτε να μου αναφέρετε από τον παρακάτω κατάλογο, μέχρι τρεις παραμέτρους οι οποίες έχουν επηρεάσει τη γενική σας αξιολόγηση περισσότερο;
[ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Διαμονή	37%	41%	56%	78%	47%
Εστιατόρια και άλλοι χώροι παρασκευής και πώλησης φαγητών / ποτών	87%	81%	95%	82%	73%
Μέσα συγκοινωνίας	1%	2%	11%	5%	0%
Φυσικό περιβάλλον	92%	99%	96%	96%	100%
Δομημένο περιβάλλον	13%	5%	7%	7%	14%
Υποδομές	9%	6%	10%	9%	19%
Αρχαιολογικοί / πολιτιστικοί χώροι και μνημεία	1%	0%	0%	0%	0%
Δραστηριότητες και ψυχαγωγία	13%	14%	21%	15%	1%
Αγορές	0%	0%	0%	0%	0%



Θα συστήνατε σε φίλους / γνωστούς / συγγενείς τη Θεσσαλία ως
τουριστικό προορισμό;



ΔΞ/ΔΑ
4%



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING

Πόσο πιθανό είναι να επισκεφθείτε ξανά τη Θεσσαλία;



Πόσο πιθανό είναι να επισκεφθείτε ξανά τη Θεσσαλία; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Πολύ πιθανό	74%	70%	46%	56%	74%
Αρκετά πιθανό	16%	23%	34%	24%	19%
Λίγο πιθανό	5%	3%	12%	9%	0%
Καθόλου πιθανό	3%	3%	6%	2%	7%
ΔΞ/ΔΑ	2%	1%	2%	9%	0%



Για ποιους λόγους δεν θα επισκεπτόσασταν ξανά τη Θεσσαλία;



Για ποιους λόγους δεν θα επισκεπτόσασταν ξανά τη Θεσσαλία; [ΑΝΑ ΠΕΡΙΟΧΗ]

	ΒΟΛΟΣ	ΠΗΛΙΟ	ΣΠΟΡΑΔΕΣ	Λ. ΠΛΑΣΤΗΡΑ	ΑΓΙΟΚΑΜΠΟΣ
Χαμηλή αξία βάση των χρημάτων	1%	0%	2%	2%	1%
Δεν είχα καλή εμπειρία από την επίσκεψη	0%	1%	2%	0%	0%
Δεν υπάρχουν άλλα πράγματα να δω ή να κάνω	3%	3%	2%	0%	5%
Κακή συμπεριφορά / Μη φιλικοί άνθρωποι	1%	1%	1%	0%	0%
Χαμηλότερη ποιότητα σε σχέση με άλλους προορισμούς	2%	0%	1%	0%	3%
Κανένας από τους παραπάνω λόγους	86%	90%	80%	78%	90%
Άλλο	8%	6%	16%	22%	3%



Ποιο είναι κατά τη γνώμη σας το συγκριτικό πλεονέκτημα της Θεσσαλίας , ως τουριστικού προορισμού;

- 1** Φυσικό περιβάλλον / Τοποθεσία **39%**
- 2** Θάλασσα / Παραλίες **36%**
- 3** Ησυχία / Δεν έχει πολύ κόσμο **13%**



Ποιο είναι κατά τη γνώμη σας η σημαντικότερη αδυναμία της Θεσσαλίας ως τουριστικού προορισμού;

- 1** Καμία **25%**
- 2** Οδικό δίκτυο / Οδήγηση / Parking **24%**
- 3** Έλλειψη υποδομών **11%**



Thessaly Tourism Barometer



*“Έρευνα θερινού τουριστικού
κύματος σε επισκέπτες της
Περιφέρειας Θεσσαλίας”*



ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑ ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ
ΕΙΔΙΚΗ ΥΠΗΡΕΣΙΑ ΔΙΑΧΕΙΡΙΣΗΣ
Ε.Π. ΘΕΣΣΑΛΙΑΣ



PALMOSANALYSIS
MARKET RESEARCH | WEB DEVELOPMENT | CONSULTING