

Έρευνα ικανοποίησης ξένων επισκεπτών του Δήμου Πειραιά

Έκθεση αποτελεσμάτων



Ταυτότητα Έρευνας

Ιδιαίτερα Χαρακτηριστικά Δείγματος	Εξεταζόμενος Πληθυσμός <i>Αλλοδαποί Επισκέπτες του Πειραιά</i>
Μέγεθος Δείγματος	Πραγματοποιήθηκαν 852 Συνεντεύξεις έναντι σχεδιασμένου δείγματος 800 συνεντεύξεων
Χρονικό Διάστημα Συλλογής Δεδομένων	1 ^η Οκτωβρίου – 30 Νοεμβρίου 2025
Μέθοδος Συλλογής Δεδομένων	<p>Προσωπικές (face to face) συνεντεύξεις με χρήση tablet και σύστημα συλλογής ερωτηματολογίων σε περιβάλλον Google Forms με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου.</p> <p>Απασχολήθηκαν 5 αγγλόφωνοι ερευνητές και 1 επόπτης</p>
Σχόλια	Στην παρούσα έρευνα παρουσιάζεται η τάση που επικρατούσε κατά τη δεδομένη χρονική περίοδο διεξαγωγής της έρευνας.

Μεθοδολογία Έρευνας

- Μεθοδολογικό Σημείωμα πρωτογενούς επιτόπιας ερευνάς αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών στην περιοχή του Πειραιά
- Η έρευνα διενεργήθηκε επιτόπια σε αλλοδαπούς τουρίστες-επισκέπτες της περιοχής του Πειραιά, με στόχο την καταγραφή του δημογραφικού, τουριστικού, αλλά και καταναλωτικού προφίλ των αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών της πόλης. Απώτερος σκοπός της έρευνας ήταν η διερεύνηση των στάσεων και αντιλήψεων των αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών και ο βαθμός ικανοποίησής τους αναφορικά με τις παρεχόμενες υποδομές της περιοχής, την εμπορική αγορά της πόλης και γενικότερα τη συνολική εμπειρία της επισκέψεώς τους καθώς και της πρόθεσής τους να επισκεφθούν εκ νέου τον Πειραιά στο μέλλον.
- Τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης ερευνητικής πρωτοβουλίας καθίστανται σημαντική προστιθέμενη αξία στην αναλυτική αποτύπωση του πληθυσμού των αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών αλλά και του γενικότερου πεδίου του τουρισμού για την πόλη. Ως εκ τούτου, η αξιοποίηση των ευρημάτων της συγκεκριμένης έρευνας μπορεί να αποτελέσει μια εργαλειοθήκη/οδηγό, τόσο για τις μελλοντικές δράσεις του Δήμου Πειραιά, τη διαμόρφωση τεκμηριωμένων προτάσεων πολιτικής από τον Εμπορικό Σύλλογο Πειραιά, αλλά και για περαιτέρω πληροφόρηση προς τους επιχειρηματίες που δραστηριοποιούνται στην πόλη σχετικά με τα δυνατά και αδύνατα σημεία των παρεχόμενων υπηρεσιών.

Μεθοδολογία Έρευνας

- Η έρευνα πεδίου διήρκησε δύο μήνες ώστε να καλυφθεί, σε αντιπροσωπευτικό βαθμό, ο εισερχόμενος τουρισμός. Για τις ανάγκες κάλυψης του συνόλου του πληθυσμού στόχου διερευνήθηκαν όλοι οι τύποι τουριστών-επισκεπτών της περιοχής, συμπεριλαμβανομένων και των επισκεπτών κρουαζιέρας.
- Παρακάτω παρατίθενται η τεχνική περιγραφή της έρευνας και ο ερευνητικός σχεδιασμός.

Τεχνική περιγραφή της έρευνας σε αλλοδαπούς τουρίστες-επισκέπτες στην περιοχή του Πειραιά

- Η μεθοδολογία της έρευνας ήταν ποσοτική ούτως ώστε να αποτυπώνονται οι γενικές τάσεις και να καθίσταται εφικτή η στατιστική γενίκευση των αποτελεσμάτων στον υπό έρευνα πληθυσμό-στόχο. Η δε τεχνική συλλογής των δεδομένων που εφαρμόστηκε στην έρευνα πεδίου δεν ήταν άλλη από τη συνέντευξη με χρήση δομημένου ερωτηματολογίου πρόσωπο με πρόσωπο (face to face).

Μεθοδολογία Έρευνας

- Η συγκεκριμένη ερευνητική πρωτοβουλία σχεδιάστηκε με σκοπό να διερευνηθούν τα παρακάτω ερευνητικά ερωτήματα και να αναλυθούν οι παρακάτω θεματικές:
- 1. Διερεύνηση του δημογραφικού και τουριστικού προφίλ (βασικά δημογραφικά χαρακτηριστικά, χαρακτηριστικά διαμονής, πιστότητα επισκεψιμότητας)
- 2. Διερεύνηση του καταναλωτικού προφίλ (προϊόντα που αγοράζουν, χαρακτηριστικά των προϊόντων που αγοράζουν, δαπάνες σε αγορές και εστίαση)
- 3. Βαθμός ικανοποίησης από την εμπορική αγορά (βασικά χαρακτηριστικά προϊόντων, εικόνα καταστημάτων, εξυπηρέτηση πελατών κ.ά.)
- 4. Βαθμός ικανοποίησης από τις παρεχόμενες υποδομές και υπηρεσίες της πόλης (εστίαση, καθαριότητα, συγκοινωνιακό δίκτυο κ.ά.)
- 5. Εκτίμηση καταναλωτικής δαπάνης
- Οι συνεντεύξεις διεξήχθησαν από 5 καταρτισμένους αγγλόφωνους ερευνητές, οι οποίοι έλαβαν ειδική εκπαίδευση για τη διενέργεια της έρευνας, υπό την εποπτεία στατιστικού, υπεύθυνης για την ορθή διενέργεια των συνεντεύξεων.

Μεθοδολογία Έρευνας

- Συγκεκριμένα, πραγματοποιήθηκαν προσωπικές συνεντεύξεις (face to face) σε κεντρικά σημεία (central locations) της περιοχής του Πειραιά.
- Η έρευνα στους αλλοδαπούς τουρίστες-επισκέπτες έλαβε χώρα σε διάσπαρτα κεντρικά σημεία (central locations) της πόλης του Πειραιά, αλλά και στο Λιμάνι. Τα σημεία ορίστηκαν με βάση την επισκεψιμότητα που εμφάνισε το καθένα, αλλά και με γνώμονα την κάλυψη των δυο κεντρικών εμπορικών ζωνών του Πειραιά, με υψηλή συγκέντρωση επιχειρηματικής δραστηριότητας (Κέντρο Πειραιά και Λιμάνι). Ειδικότερα:

Μεθοδολογία Έρευνας

- Στην εμπορική αγορά του Πειραιά και συγκεκριμένα στην έκταση των κεντρικών οδικών αρτηριών Σωτήρου Διός, Βασιλέως Γεωργίου, Γρηγορίου Λαμπράκη και Ηρώων Πολυτεχνείου.
- Στην περιοχή του Δημοτικού Θεάτρου, όπου υπάρχουν και οι δυο νέες στάσεις του Μετρό.
- Στην περιοχή της Μαρίνας Ζέας και Πασαλιμάνι έως και την Πλατεία Αλεξάνδρας.
- Στο Λιμάνι του Πειραιά και ειδικότερα στις αντίστοιχες Πύλες της κρουαζιέρας (Πύλες E-11 και E-12), Σταθμός Κρουαζιερόπλοιων (Cruise Terminal A&B), αλλά και το υπόλοιπο λιμάνι, E-1 (Δωδεκάνησα), E-2 (Κρήτη και Βόρειο Αιγαίο), E-3 (Κρήτη) και E-6 και E-7 (Κυκλάδες).
- Τα σημεία εναλλάσσονταν κατά τη συλλογή των πρωτογενών δεδομένων με βάση την επισκεψιμότητα που συγκέντρωνε το καθένα την ώρα που διενεργούνταν οι συνεντεύξεις σε δύο βάρδιες, πρωινή και απογευματινή.

Μεθοδολογία Έρευνας

- Προκειμένου να διασφαλιστεί η τυχαιότητα των δειγμάτων ώστε το συλλεχθέν δείγμα να αποτελείται από ανεξάρτητες παρατηρήσεις, οι ερευνητές είχαν λάβει την οδηγία προσέγγισης των μονάδων του εκάστοτε πληθυσμού στόχου με χρονικό βήμα 5 λεπτών. Δηλαδή, από τη στιγμή ολοκλήρωσης μίας συνέντευξης, ο ερευνητής προσέγγιζε τη νέα, υπό μελέτη, μονάδα μετά από 5 λεπτά. Για τον ίδιο λόγο, ώστε να αποφεύγονται μεροληπτικά σφάλματα και για να υπάρχει δείγμα από ανεξάρτητες παρατηρήσεις οι συνεντεύξεις της έρευνας πραγματοποιήθηκαν σε άτομα που δεν επισκέφτηκαν μαζί τον Πειραιά (φίλοι, συγγενείς κ.τ.λ.).
- Επιπρόσθετα, να σημειωθεί ότι η καταχώρηση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου έλαβε χώρα σε ειδικά διαμορφωμένη ηλεκτρονική φόρμα σε περιβάλλον Google Forms και οι ερευνητές διέθεταν ειδικά tablets για την όσο το δυνατόν περισσότερη διευκόλυνση της διαδικασίας της συνέντευξης και ταχύτερης καταχώρησης των απαντήσεων.

Μεθοδολογία Έρευνας

- **Θεματικοί Άξονες του Ερωτηματολογίου**

Το ερωτηματολόγιο της έρευνας συντάχθηκε με βάση τις απαραίτητες προδιαγραφές, με κατάλληλη διαμόρφωση και διατύπωση των ερωτημάτων στην αγγλική γλώσσα, ώστε να καθίσταται δυνατή τη μετέπειτα επεξεργασία των δεδομένων για την εξαγωγή κατάλληλων συμπερασμάτων.

- Το ερωτηματολόγιο της έρευνας, στηρίχθηκε στους παρακάτω θεματικούς άξονες:
- Α. Γενικά χαρακτηριστικά τουριστών (κατάλυμα διαμονής, λόγος επίσκεψης, τρόπος οργάνωσης του ταξιδιού κ.ά.)
- Β. Καταναλωτικό προφίλ και Αγοραστική συμπεριφορά αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών
- Γ. Αξιολόγηση της τοπικής εμπορικής αγοράς και των επιχειρήσεων Εστίασης
- Δ. Αξιολόγηση υποδομών & Υπηρεσιών της πόλης του Πειραιά
- Ε. Εκτίμηση δαπάνης
- ΣΤ. Δημογραφικά στοιχεία
- Το ερωτηματολόγιο εμπεριείχε «κλειστές» ερωτήσεις πολλαπλής επιλογής, με προκωδικοποιημένες απαντήσεις και ορισμένες ερωτήσεις ανοικτού τύπου (ελεύθερης απάντησης), οι οποίες κωδικοποιήθηκαν αναφορικά με τη συχνότητα εμφάνισης.

Μεθοδολογία Έρευνας

- Πληθυσμός-στόχος, δείγμα της έρευνας και τεχνική δειγματοληψίας
- Ο πληθυσμός της έρευνας ήταν οι διερχόμενοι αλλοδαποί τουρίστες-επισκέπτες στην περιοχή του Πειραιά. Το σχεδιασθέν μέγεθος του δείγματος προσδιορίστηκε στα 800 άτομα με απλή τυχαία δειγματοληψία. Η στόχευση της έρευνας επεκτάθηκε όχι μόνο στους αλλοδαπούς τουρίστες ή στους επισκέπτες που διέμεναν στην περιοχή του Πειραιά αλλά και εκείνους που χρησιμοποίησαν την πόλη ως ενδιάμεσο κόμβο για την μετάβασή τους προς κάποιο άλλο προορισμό. Αυτή η επιλογή έγινε με σκοπό την πλήρη χαρτογράφηση του πληθυσμού αλλοδαπών τουριστών-επισκεπτών που επισκέφθηκαν τον Πειραιά την περίοδο αναφοράς. Εξαιτίας της ύπαρξης στην εν λόγω περιοχή ενός μεγάλου Σταθμού κρουαζιερόπλοιων, συμπεριλήφθηκαν και οι επισκέπτες κρουαζιέρας στο σχεδιασθέν δείγμα.
- Η δειγματοληψία που υιοθετήθηκε ήταν η απλή τυχαία δειγματοληψία δεδομένου ότι σκοπός της έρευνας ήταν να διερευνηθούν όλα τα χαρακτηριστικά των τουριστών-επισκεπτών και δεν υπήρχαν διαθέσιμα επίσημα στοιχεία για βασικές δημογραφικές μεταβλητές του πληθυσμού στόχου, ώστε να στρωματοποιηθεί αναλόγως.

Μεθοδολογία Έρευνας

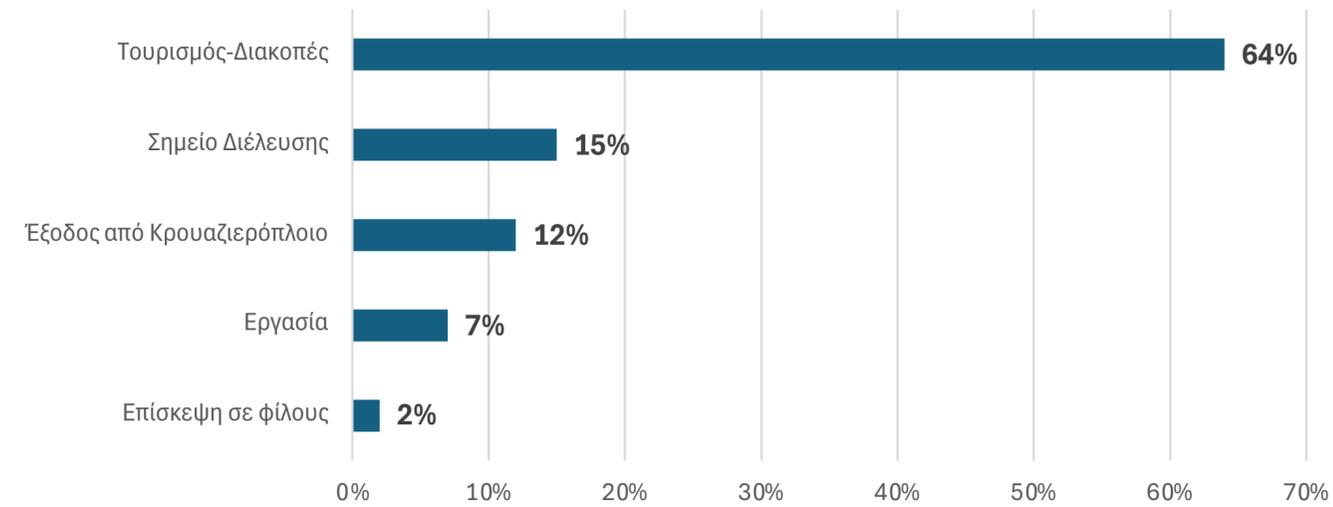
- Ειδικότερα, τα τελευταία διαθέσιμα δεδομένα για τις αφίξεις στην Περιφερειακή Ενότητα του Πειραιά αναφέρονταν στο 2021, ωστόσο λόγω των επιπτώσεων της υγειονομικής κρίσης (covid-19) θεωρήθηκε ασφαλέστερο να παρατεθούν τα επίσημα στοιχεία με έτος αναφοράς το 2019, τα οποία ενδεχομένως να προσέγγιζαν καλύτερα την υφιστάμενη, κατά την περίοδο διενέργειας της έρευνας, δυναμική της πόλης για την επισκεψιμότητα αλλοδαπών τουριστών. Το 2019, οι αφίξεις στην ΠΕ Πειραιά ήταν 267.974, ενώ ο συνολικός πληθυσμός στόχος ανήλθε στις 214.379 μόνο από το πεδίο των ξενοδοχείων.
 - Λαμβάνοντας υπόψη και τα τελευταία διαθέσιμα δεδομένα για το airbnb στον Πειραιά (2022), στον Δήμο Πειραιά υπήρχαν 728 καταλύματα μέγιστης χωρητικότητας 2.681 άτομα (Α), ενώ η μέση ημερήσια πληρότητα ανήλθε στο 15,95% (ΜΠ).
- https://public.tableau.com/app/profile/hellenic.ministry.of.tourism/viz/Final_GR/sheeto_1
 - <https://www.airdna.co/>

Μεθοδολογία Έρευνας

- Ως εκ τούτου, εκτιμήθηκε ένα μέγιστο αναμενόμενο τουριστικό δυναμικό. Προέκυψε ότι, σε συνάρτηση των ατόμων, του βαθμού πληρότητας και των ημερών της αμιγώς τουριστικής περιόδου (90), λίγο λιγότεροι από 35.000 τουρίστες επέλεξαν τον Πειραιά για έστω και μία διανυκτέρευση κατά τη θερινή περίοδο του έτους αναφοράς (2022). Άρα μία ασφαλής εκτίμηση τουριστικού δυναμικού που διέμεινε έστω και μία ημέρα στον Πειραιά ήταν τα 250.000-300.000 χιλιάδες άτομα.
- Με βάση και τα παραπάνω διαθέσιμα δεδομένα, το συλλεχθέν δείγμα διαμορφώθηκε σε συνολικά 800 άτομα, από τα οποία περίπου το 25% προήλθε από επισκέπτες κρουαζιέρας. Σχετικά με την κατανομή του φύλου, τα μερίδια ήταν ισόρροπα κατανεμημένα. Επίσης, όσον αφορά την ηλικιακή κατανομή, το δείγμα κατανεμήθηκε ανάλογα με τις προτιμήσεις, με τους ιδιαίτερα νέους και τους ηλικιωμένους να εμφανίζουν χαμηλότερη συχνότητα. Σχετικά με την κατανομή των εθνοτήτων και με βάση την εμπειρία παρόμοιων ερευνών, επιβεβαιώθηκε ότι η συντριπτική πλειονότητα των αλλοδαπών επισκεπτών προήλθε από σχετικά λίγες εθνικότητες.

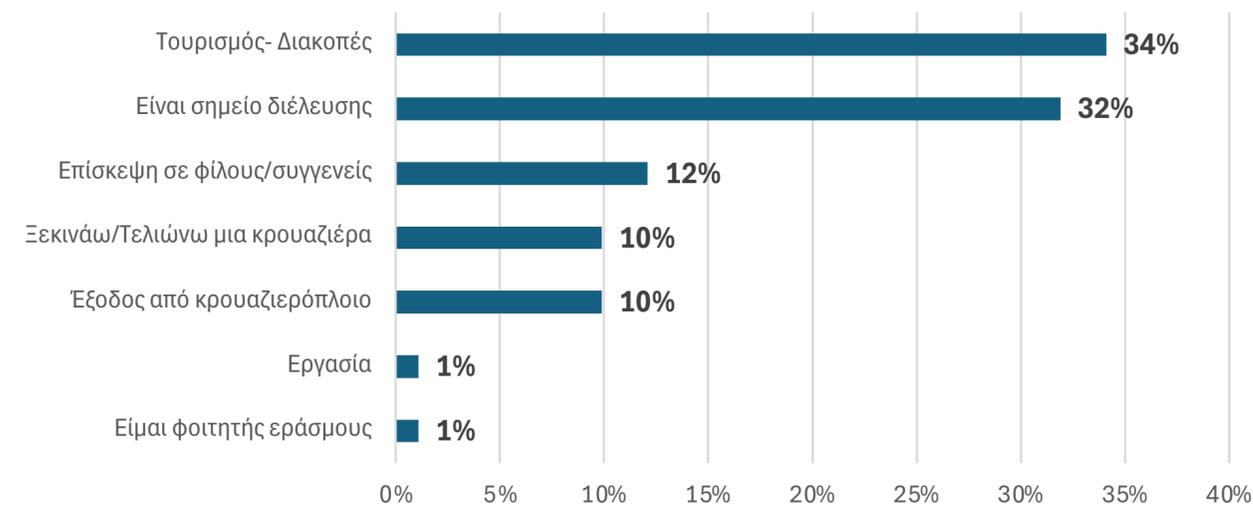
Αποτελέσματα Έρευνας

1. Κύριος Λόγος Επίσκεψης Πειραιά

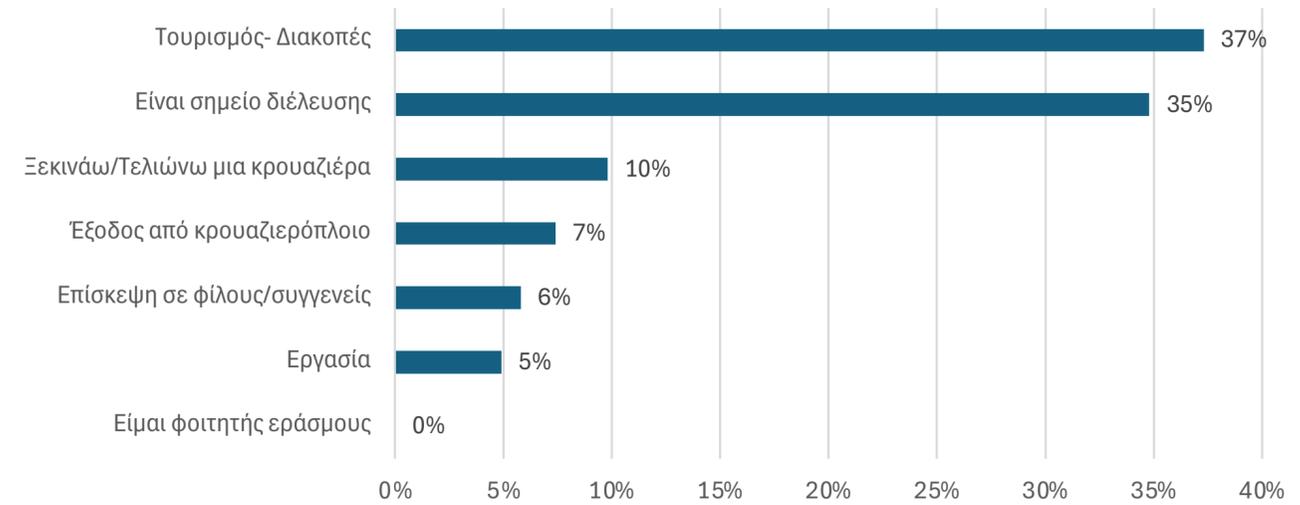


Ανάλυση ανά ηλικία

1.1 Έως 24 ετών

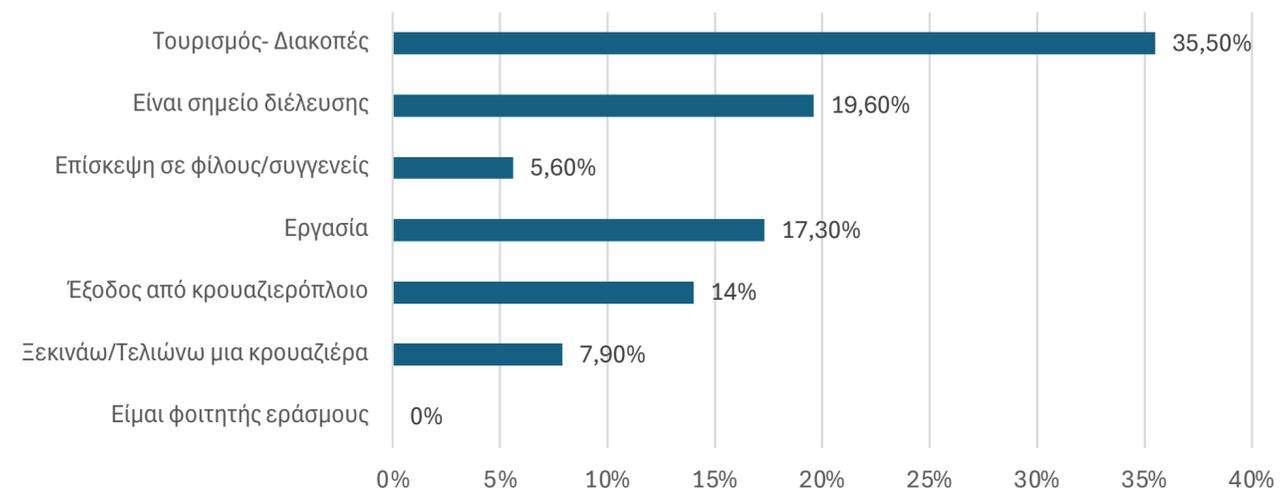


1.2 25- 34 ετών

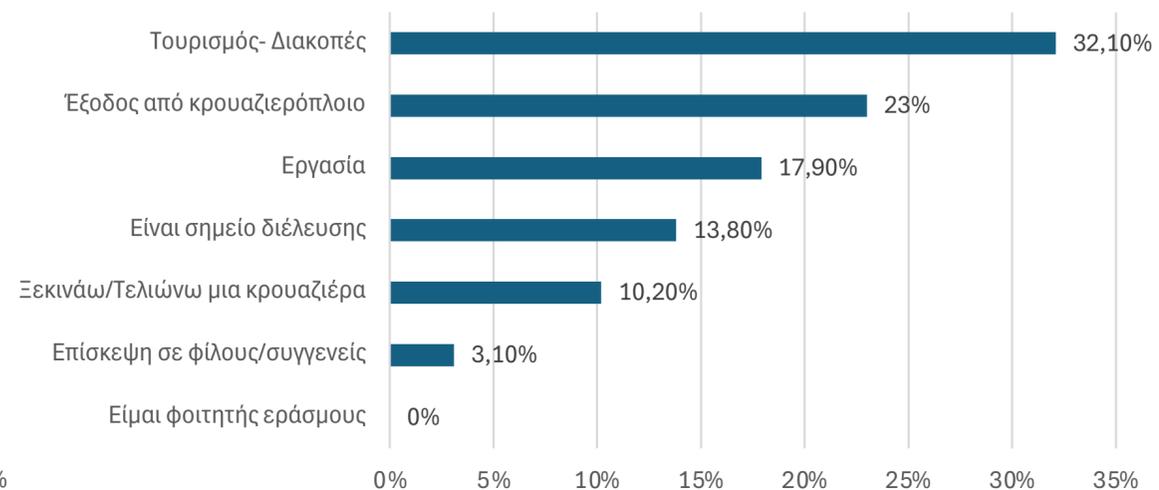


Ανάλυση ανά ηλικία

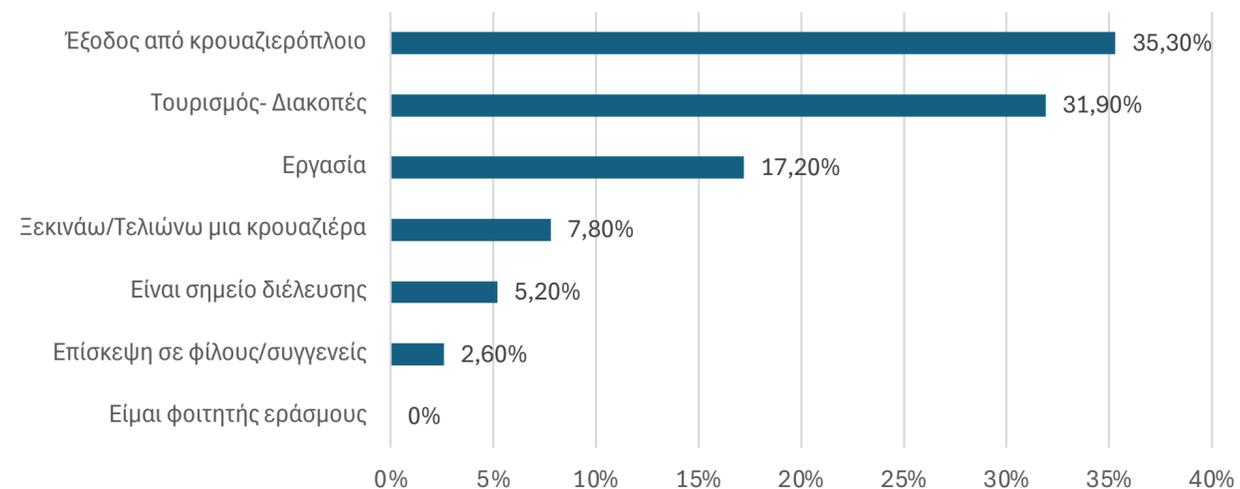
1.3 35- 44 ετών



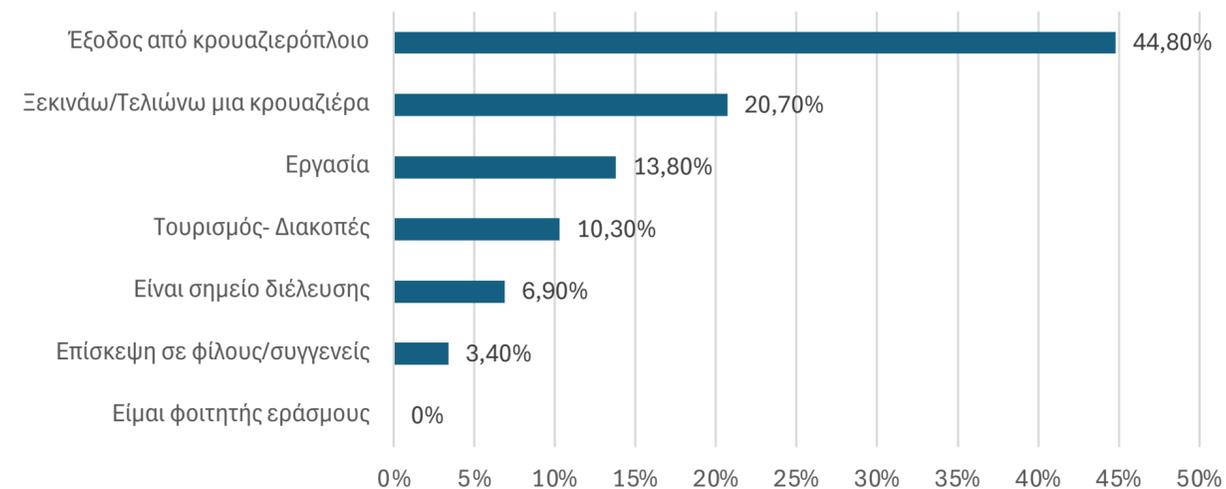
1.4 45- 54 ετών



1.5 55- 64 ετών



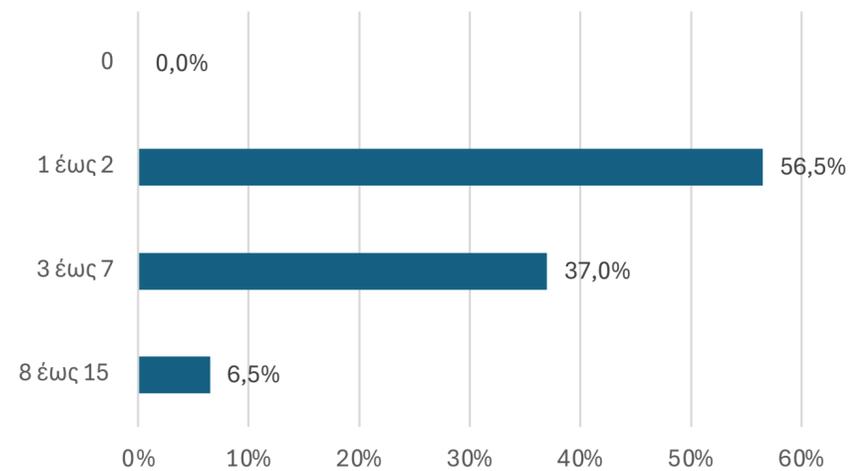
1.6 65 + ετών



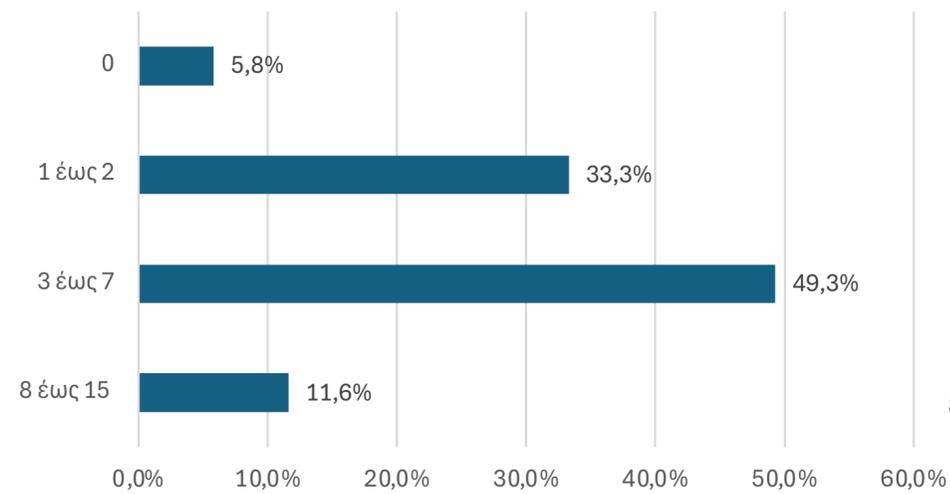
2. ΔΙΑΝΥΚΤΕΡΕΥΣΕΙΣ ΣΤΟΝ ΠΕΙΡΑΙΑ



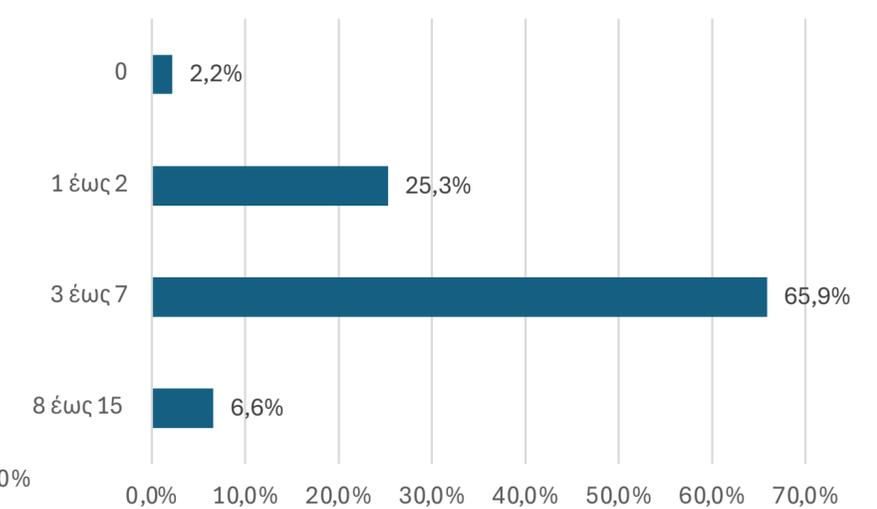
2.1 ΑΥΣΤΡΑΛΙΑ- ΝΕΑ ΖΗΛΑΝΔΙΑ



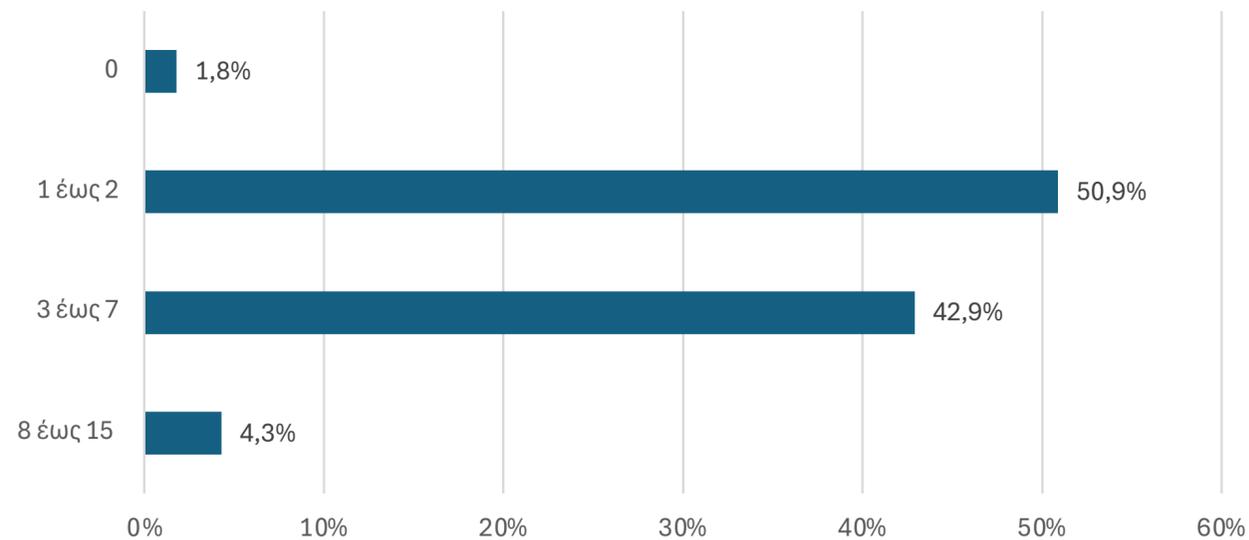
2.2 ΓΑΛΛΙΑ



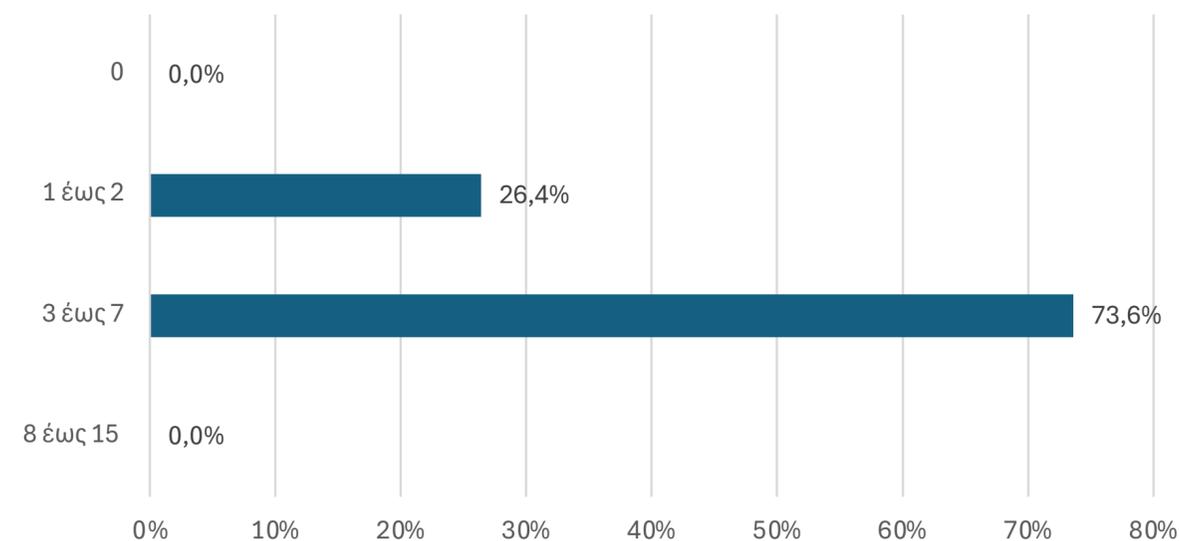
2.3 ΓΕΡΜΑΝΙΑ



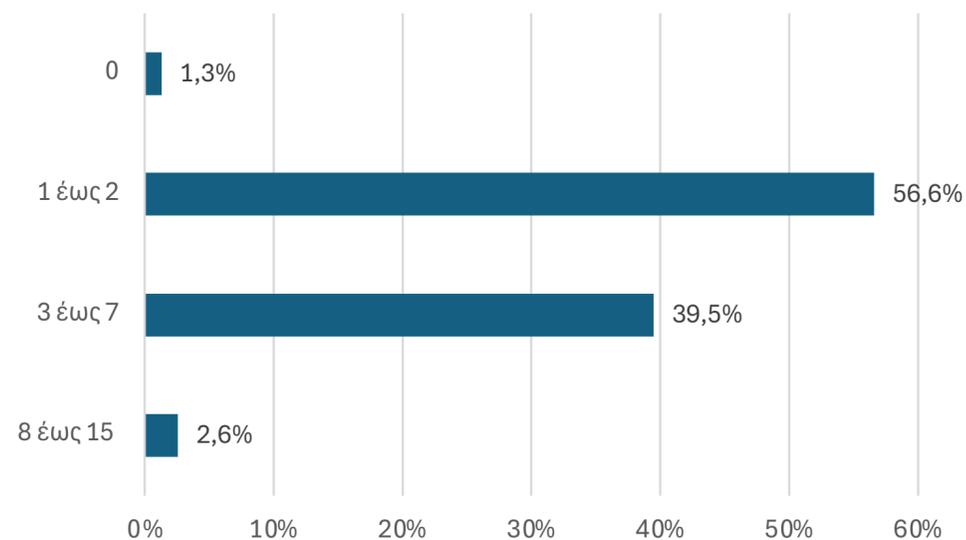
2.4 ΗΠΑ- ΚΑΝΑΔΑΣ- ΑΜΕΡΙΚΗ



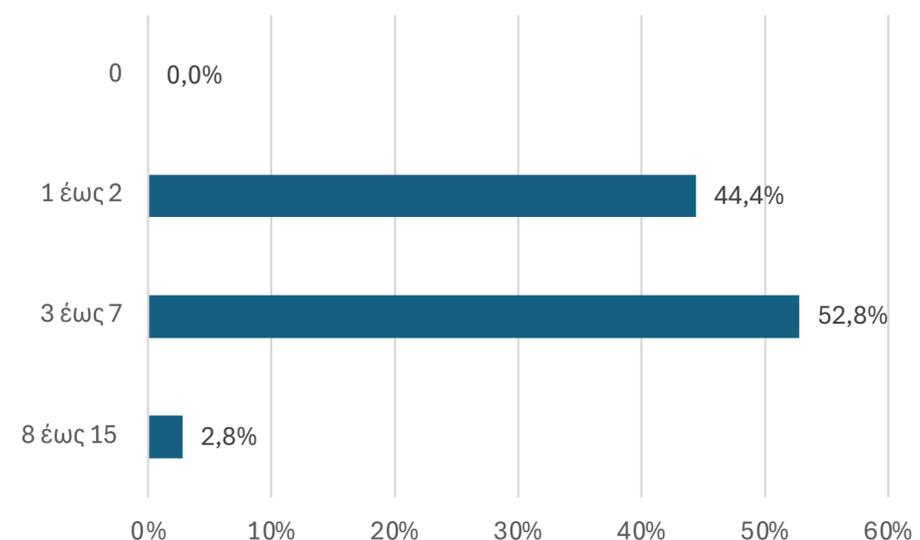
2.5 ΙΣΡΑΗΛ- ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΑΣΙΑ- ΑΦΡΙΚΗ



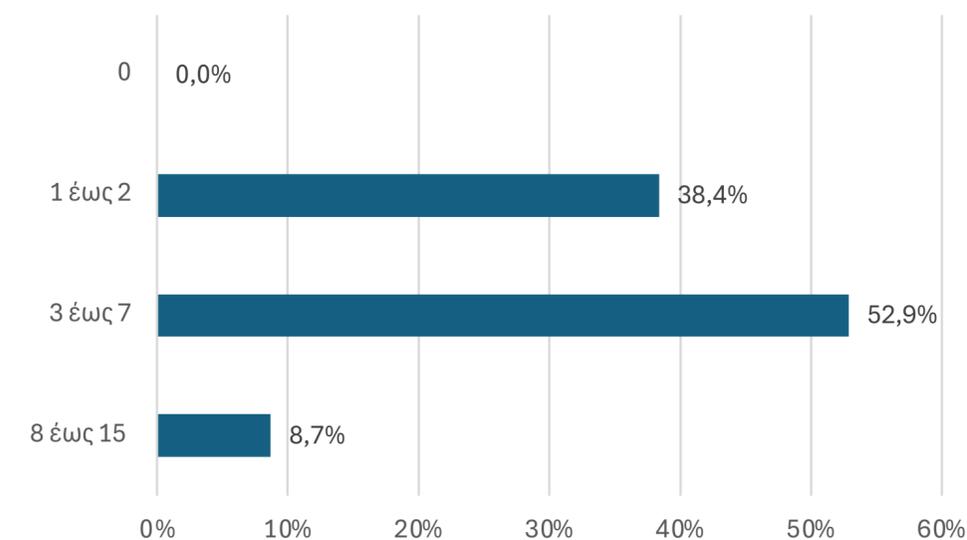
2.6 ΙΤΑΛΙΑ



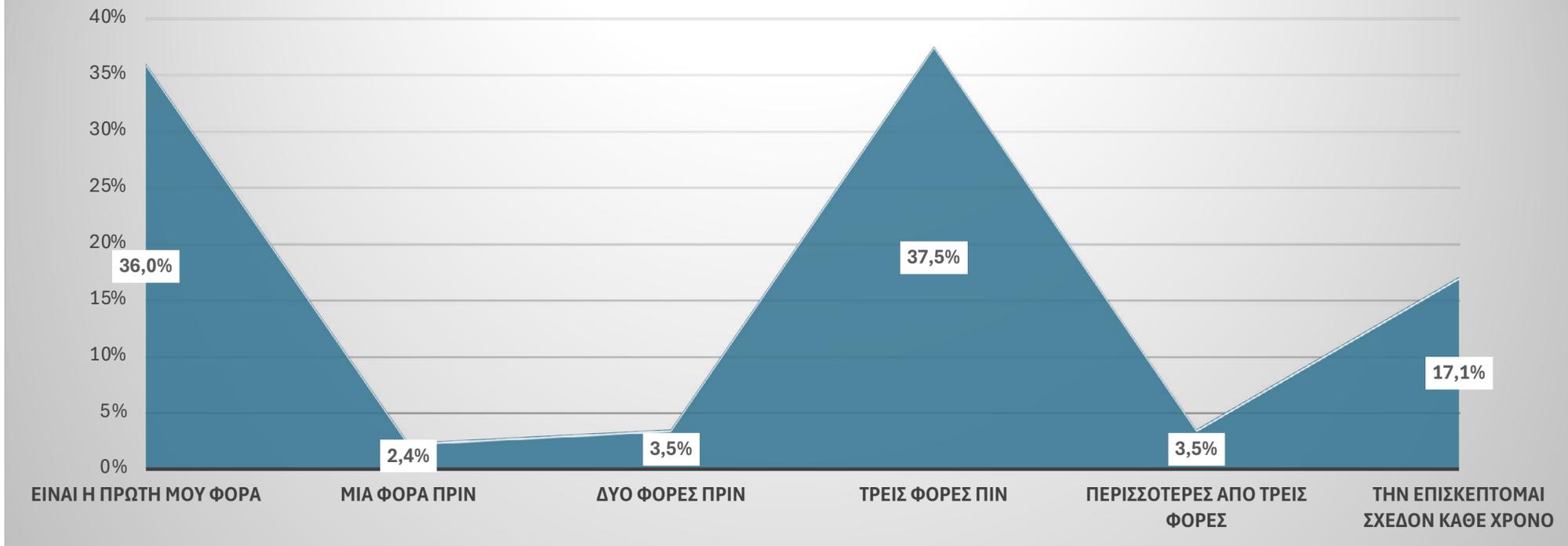
2.7 ΣΚΑΝΔΙΝΑΒΙΚΕΣ- ΒΟΡΕΙΑ ΕΥΡΩΠΗ



2.8 ΥΠΟΛΟΙΠΗ ΕΥΡΩΠΗ



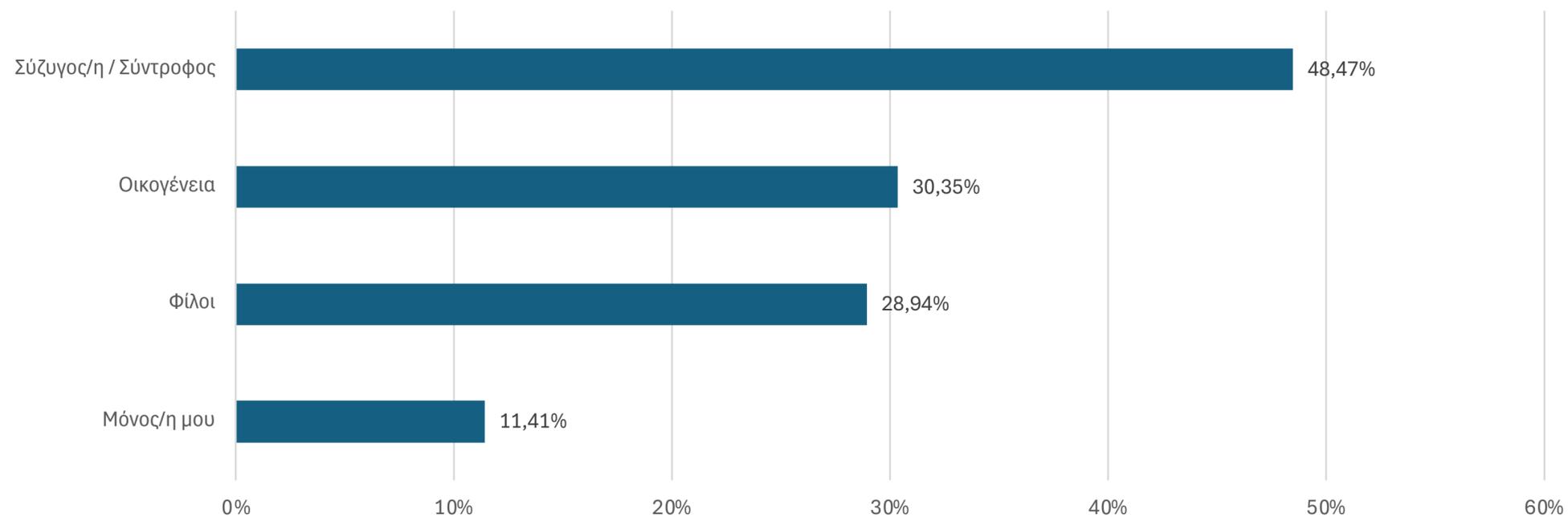
3. Πόσες φορές έχετε έρθει για διακοπές στην Ελλάδα;



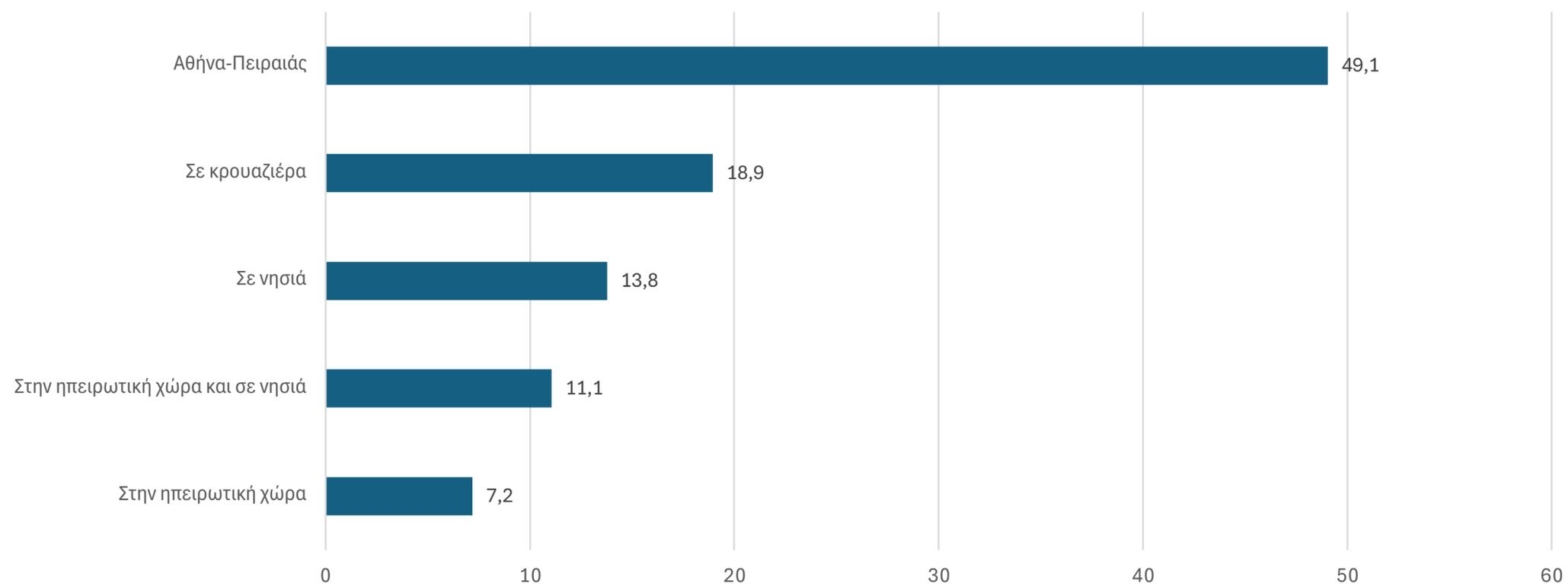
3.1 Πόσες φορές έχετε έρθει για διακοπές στον Πειραιά;



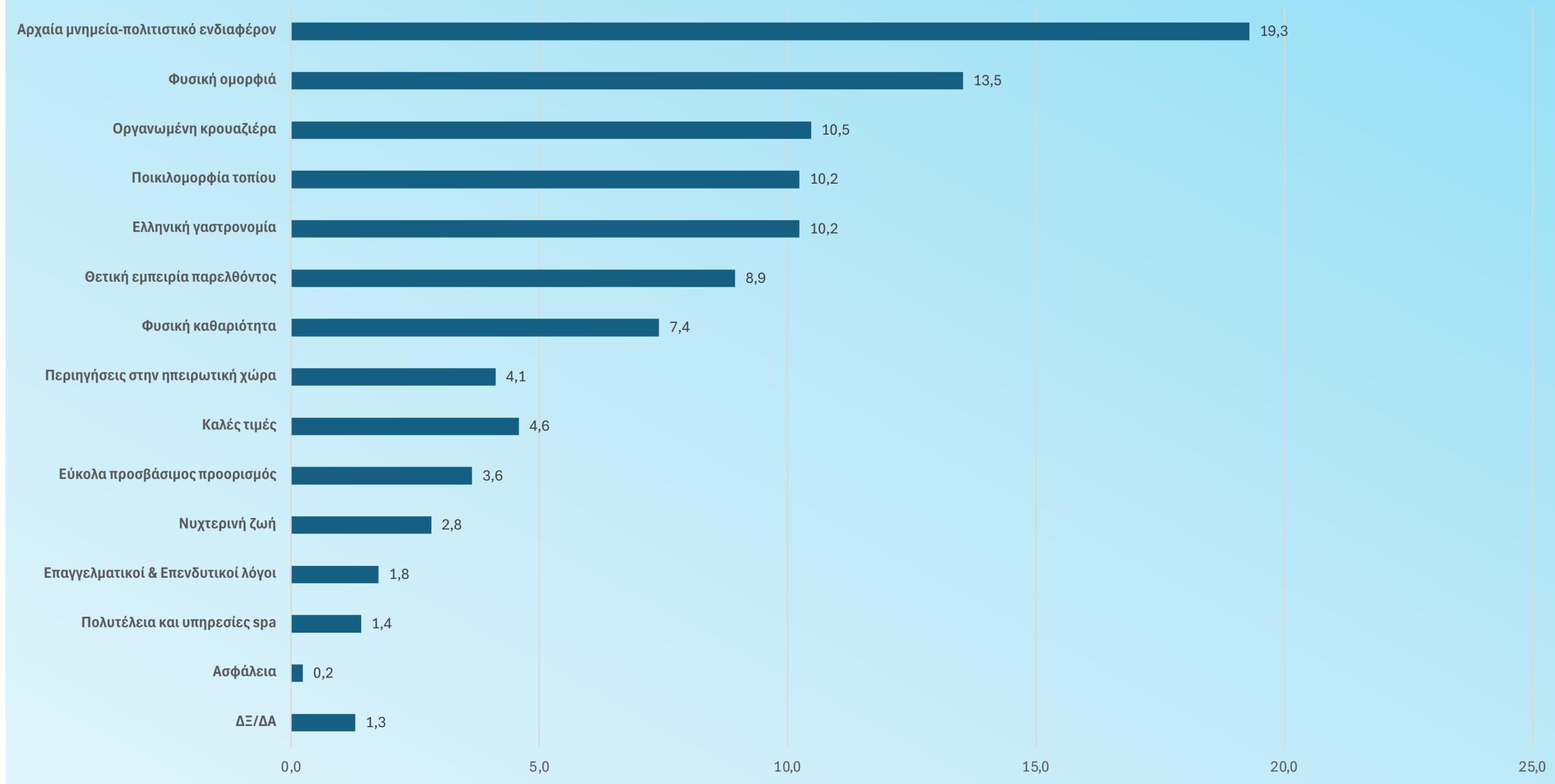
4.Περάσατε τις διακοπές σας στην Ελλάδα με... (Πολλαπλή απάντηση)



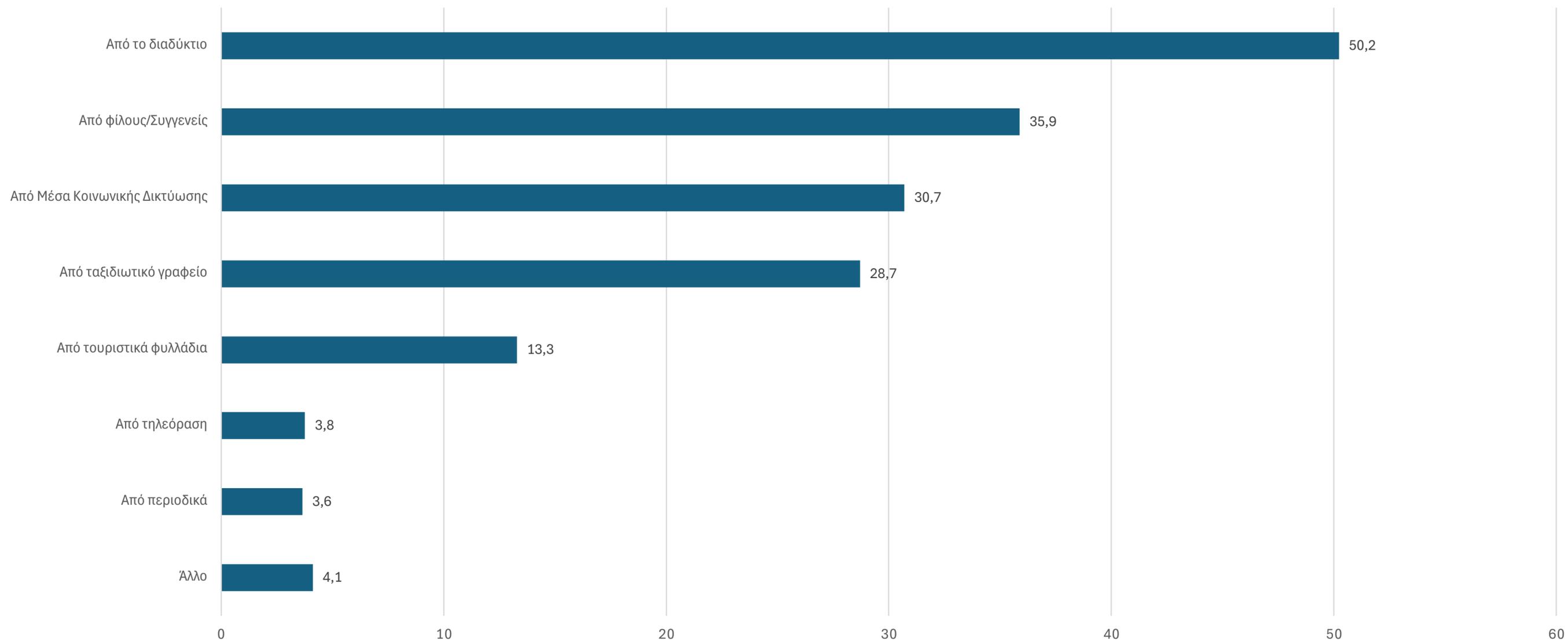
5.Που περάσατε το μεγαλύτερο διάστημα των διακοπών στην Ελλάδα;



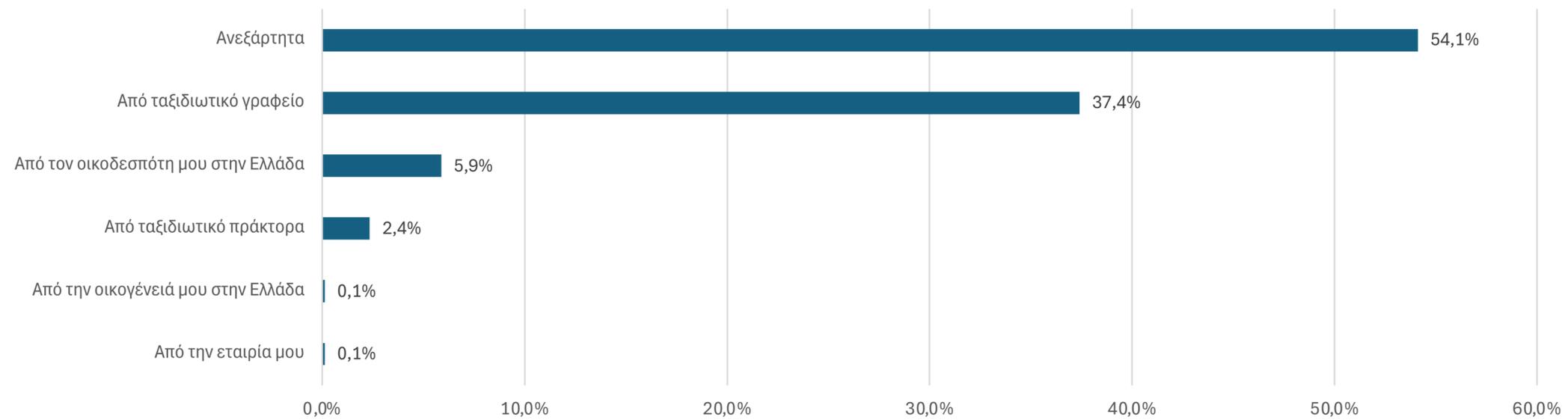
6. Ποιο είναι το βασικό κίνητρο για την τουριστική επίσκεψη στην Ελλάδα;



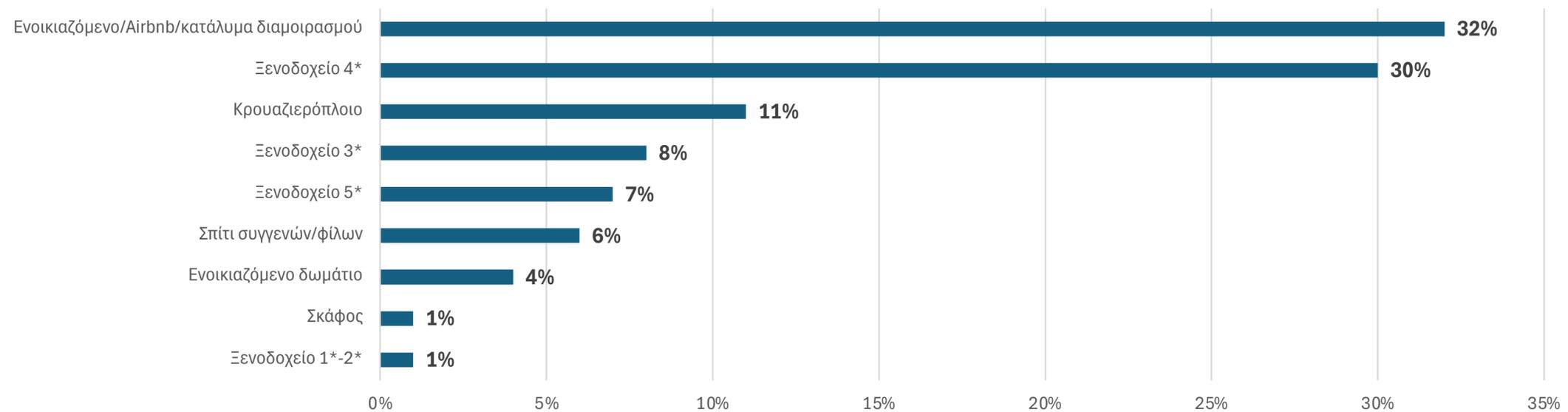
7.Πως ενημερωθήκατε για τον Πειραιά (Πολλαπλή απάντηση)



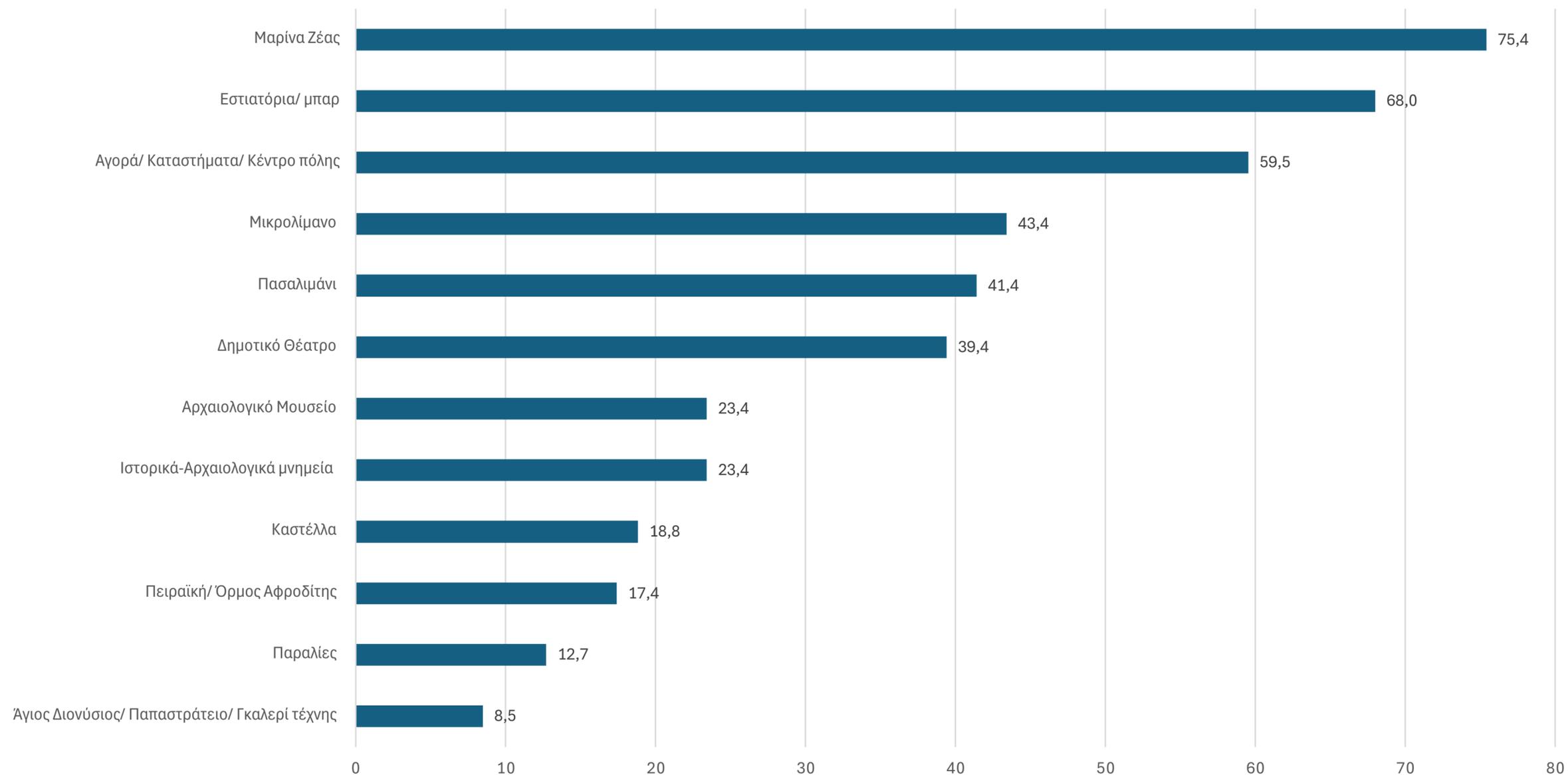
8. Το ταξίδι οργανωμένο:



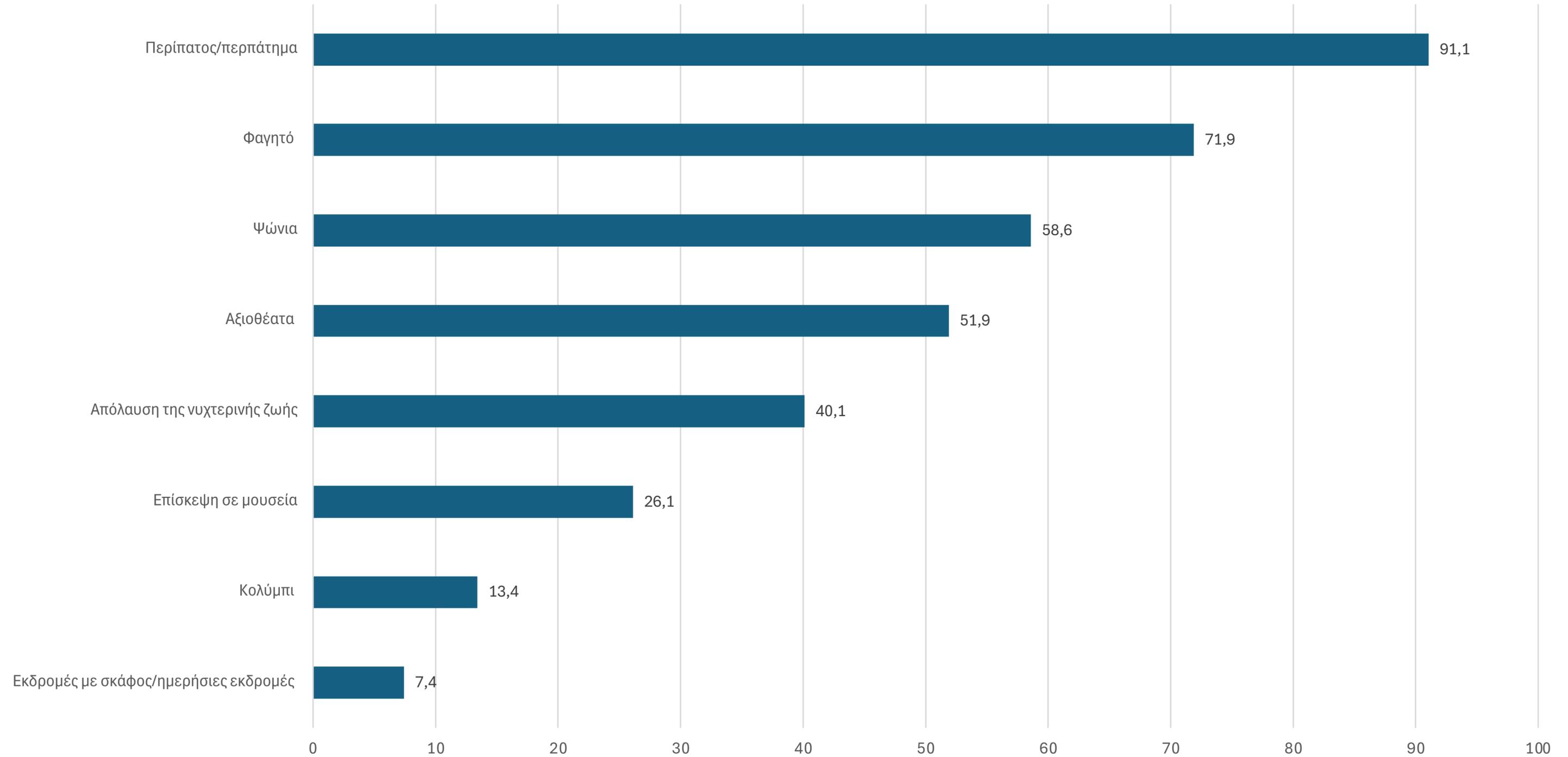
9. Που μέινετε; (είδος καταλύματος - πολλαπλή απάντηση)



10. Ποια από τα παρακάτω μέρη επισκεφθήκατε κατά την διαμονή σας στον Πειραιά; (Πολλαπλή απάντηση)

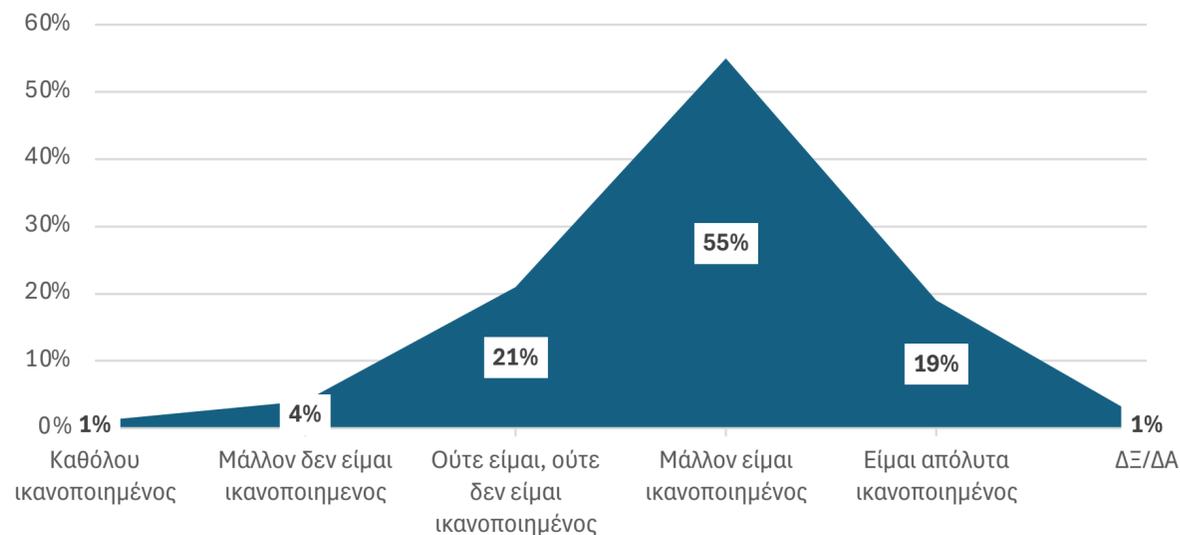


11. Με ποιες δραστηριότητες ασχοληθήκατε κατά την διάρκεια της διαμονής σας;

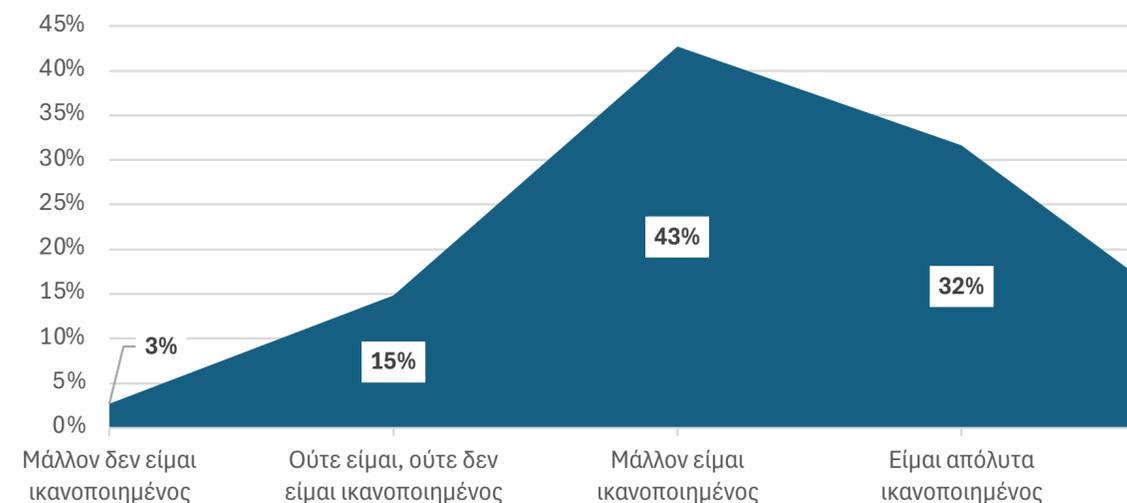


12Α. Τώρα, θα θέλαμε να αξιολογήσουμε μια σειρά από υπηρεσίες στον Πειραιά.

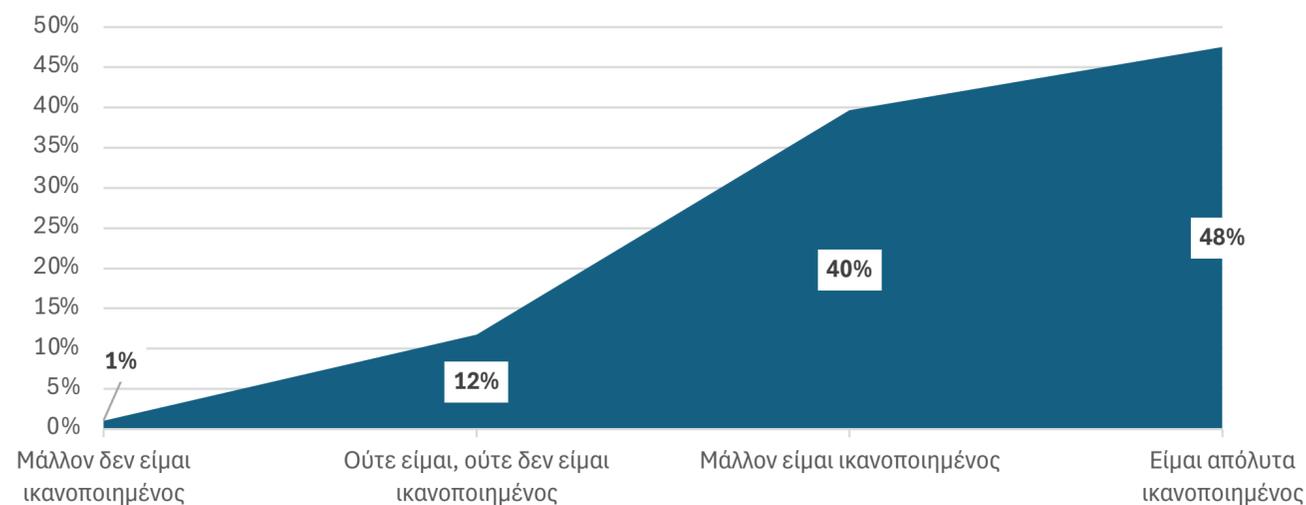
Καθαριότητα



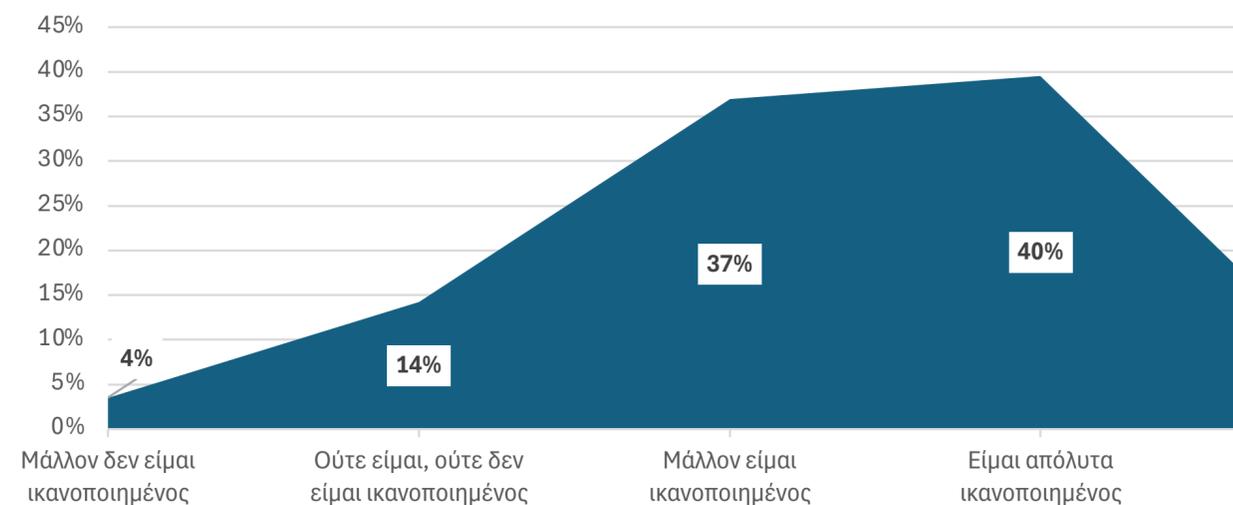
Τουριστικές πληροφορίες:



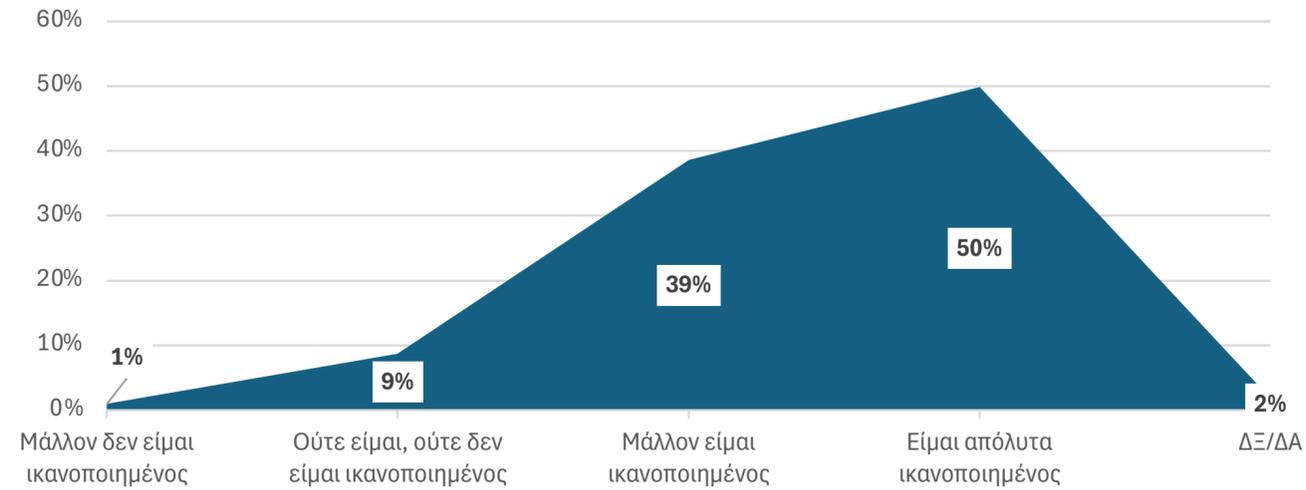
Ομορφιά:



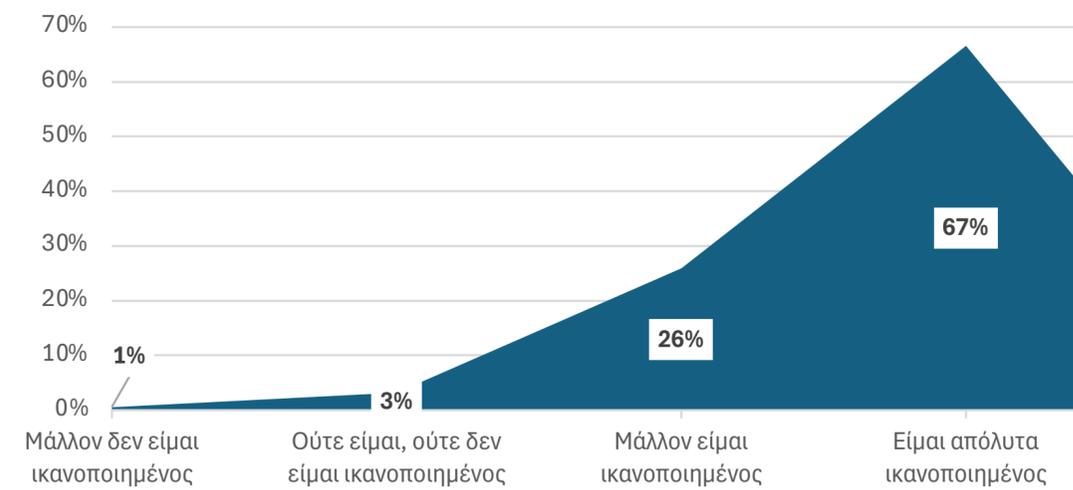
Τοποθεσίες:



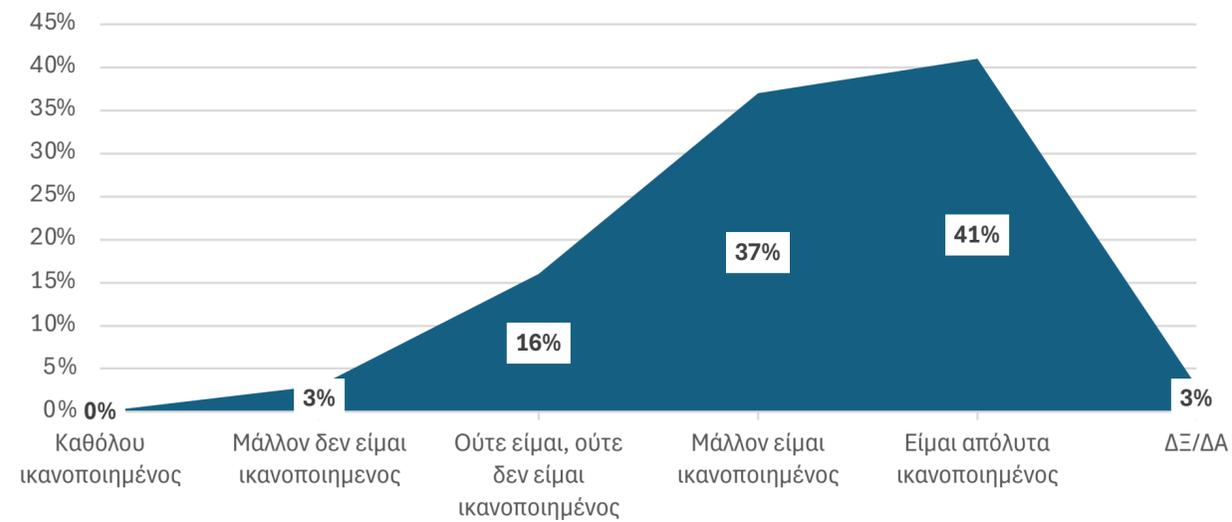
Φιλικόι άνθρωποι, εύκολοι στην επικοινωνία:



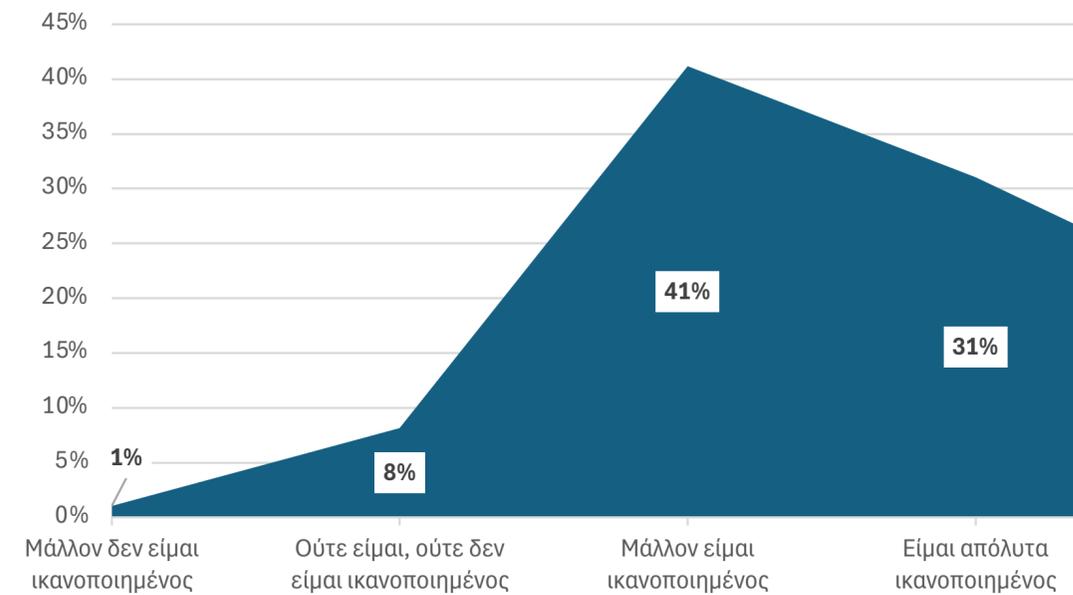
Φαγητό:



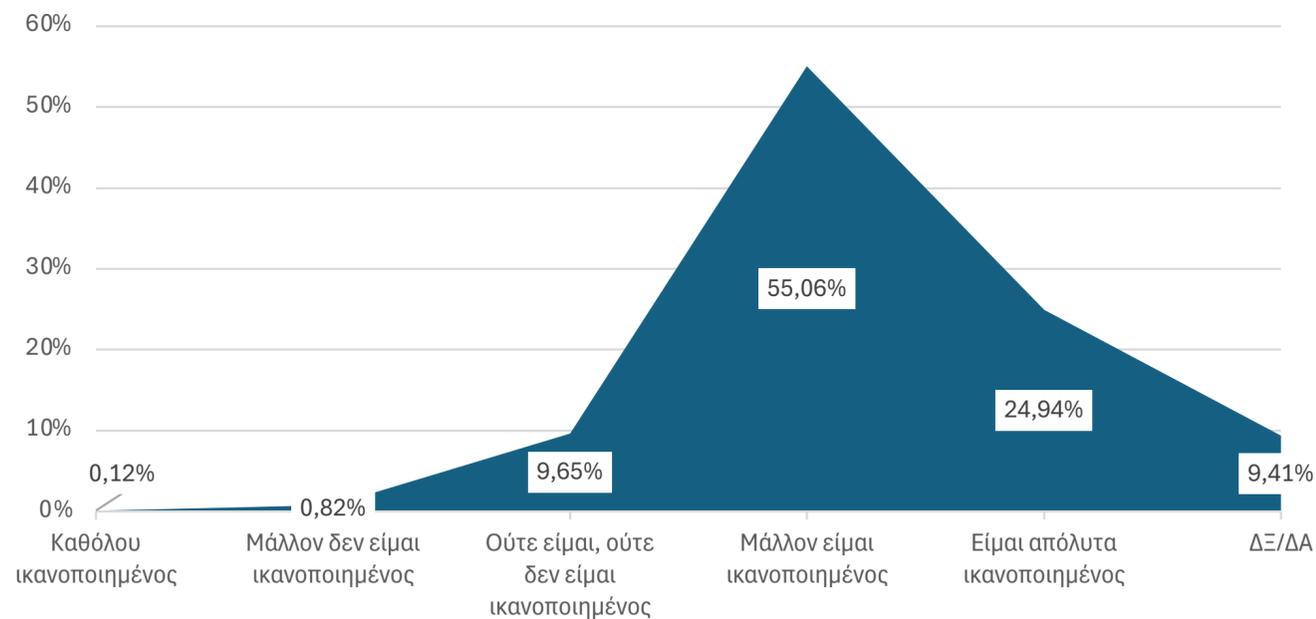
Πολιτισμός:



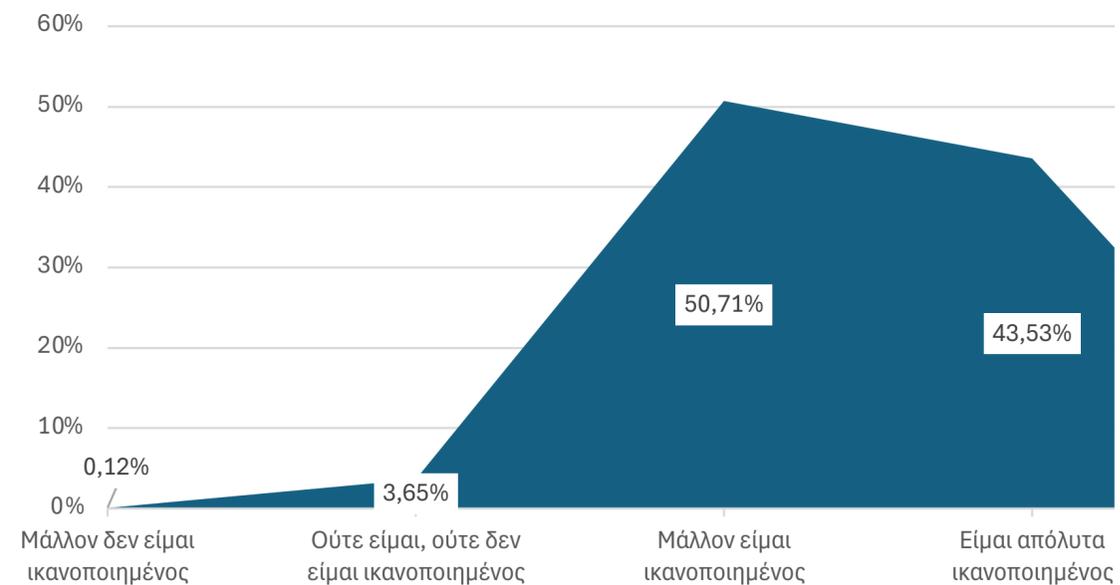
Ψυχαγωγία/Νυχτερινή ζωή:



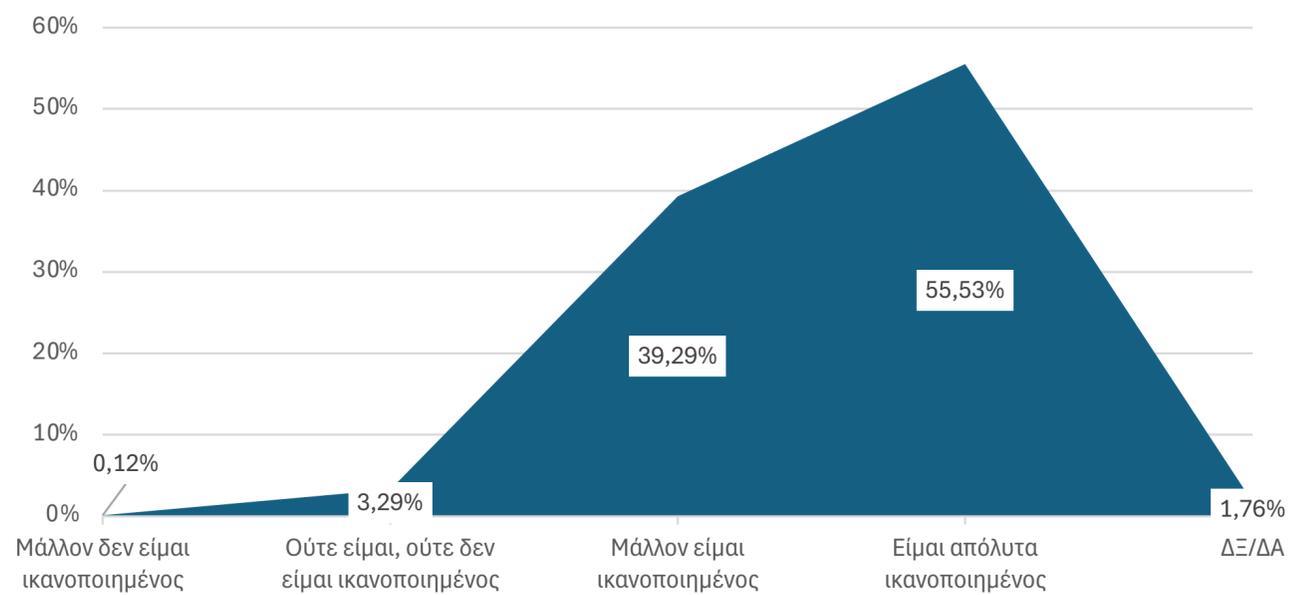
Μεταφορές:



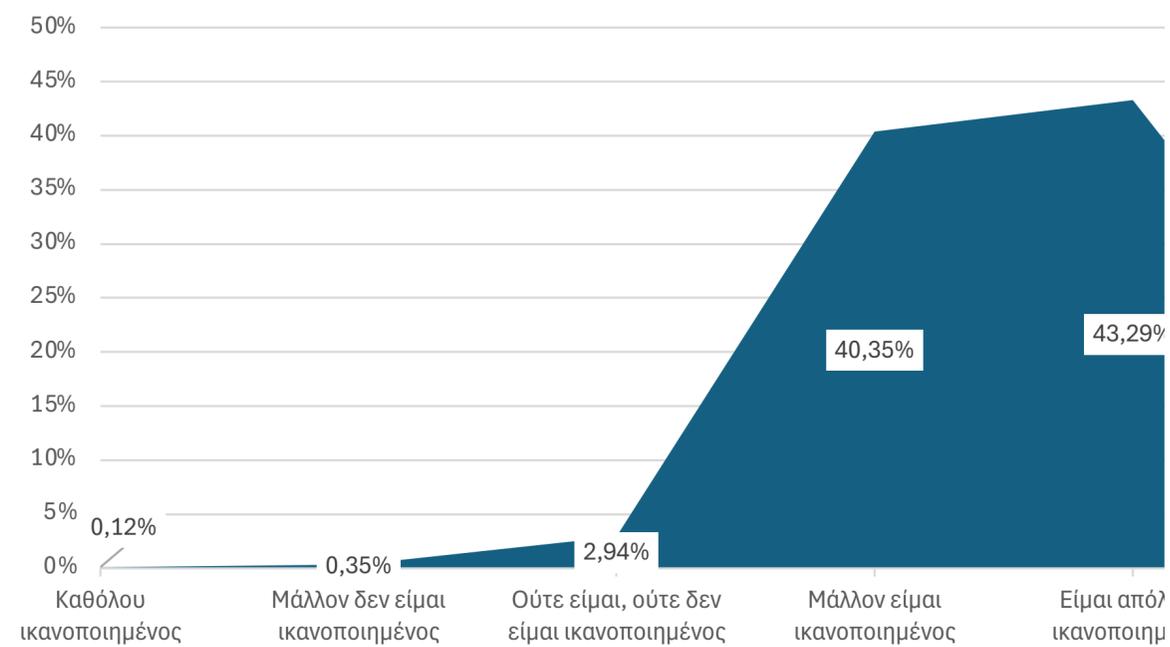
Ασφάλεια:



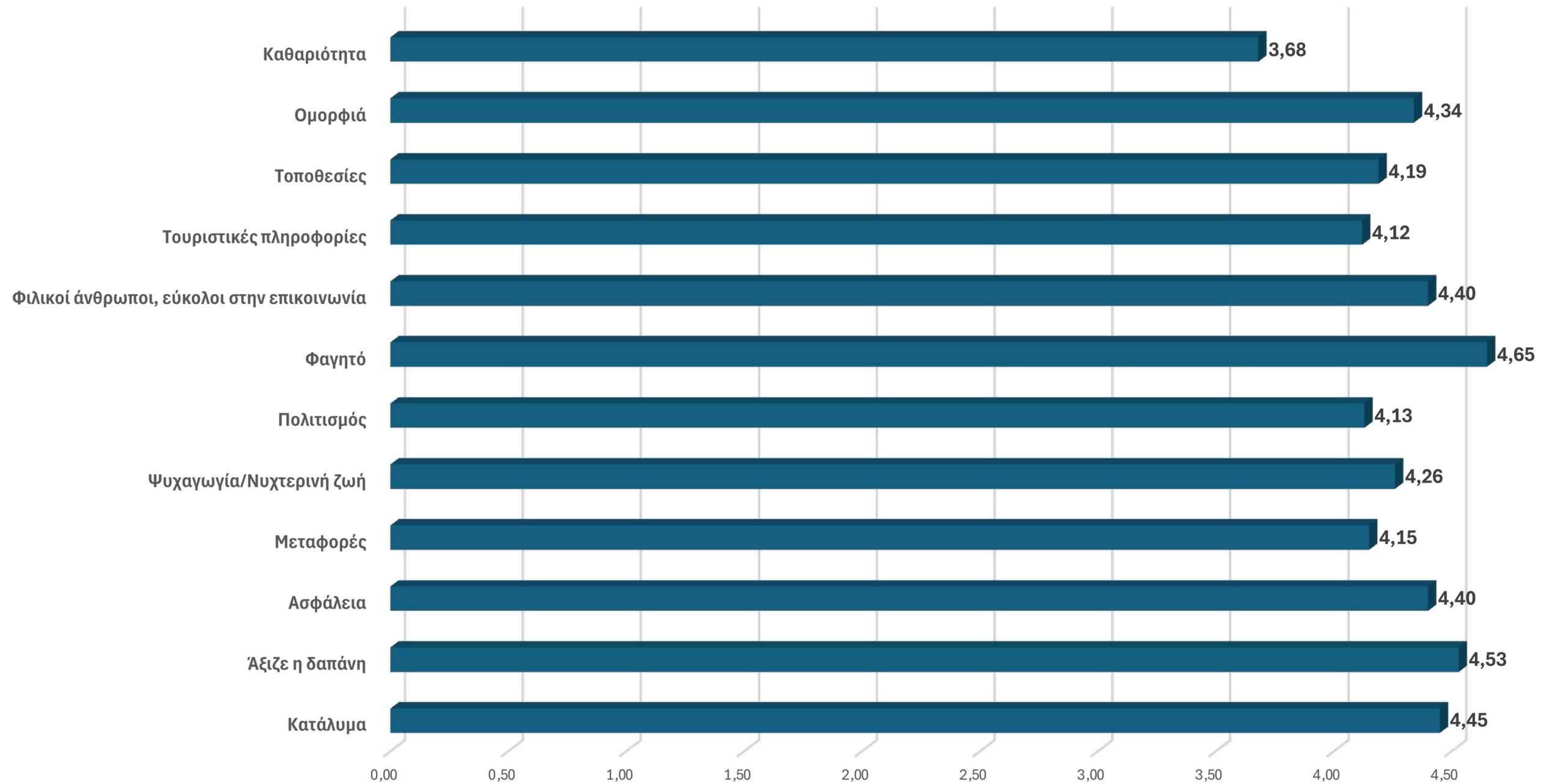
Άξιζε η δαπάνη:



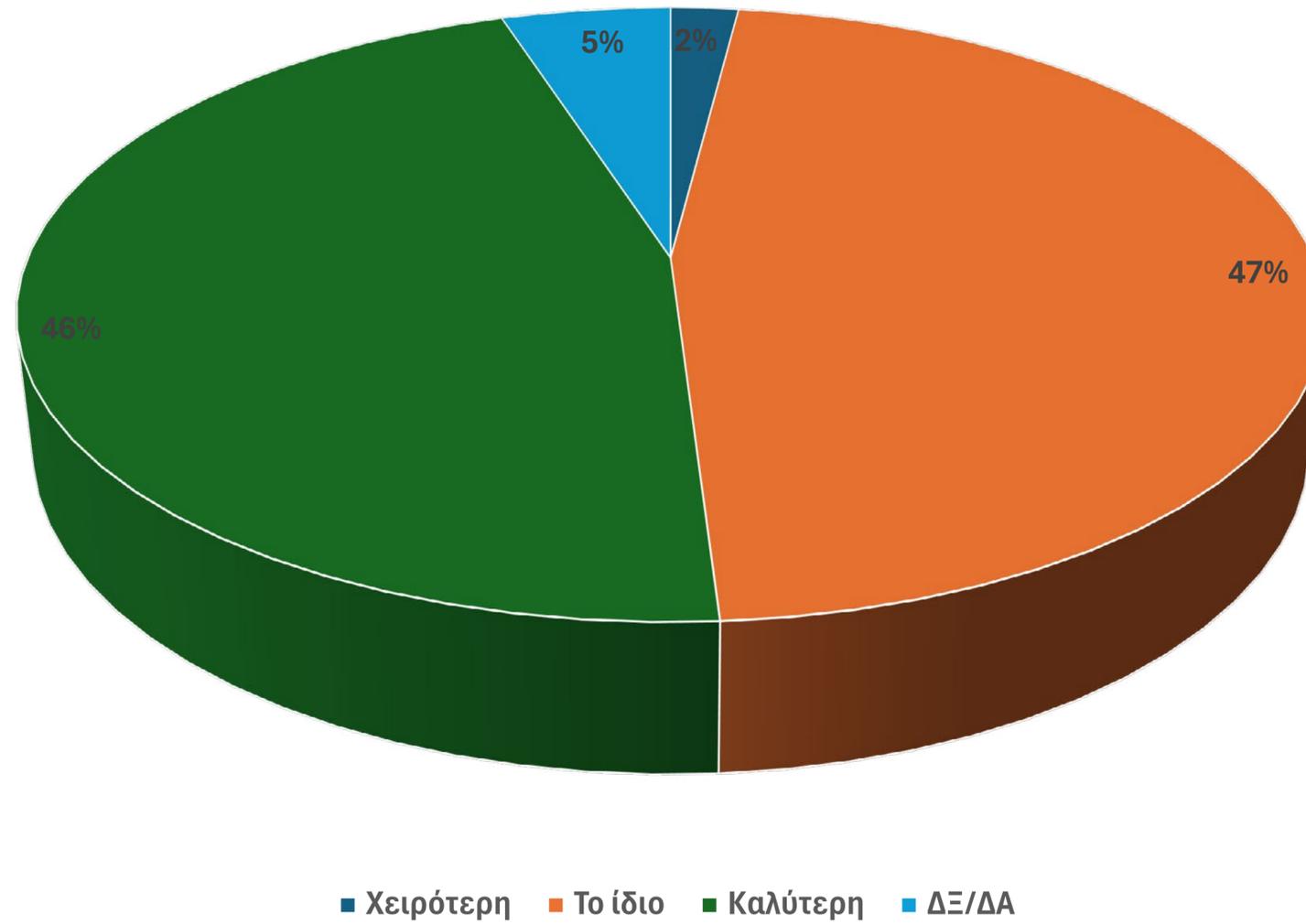
Κατάλυμα:



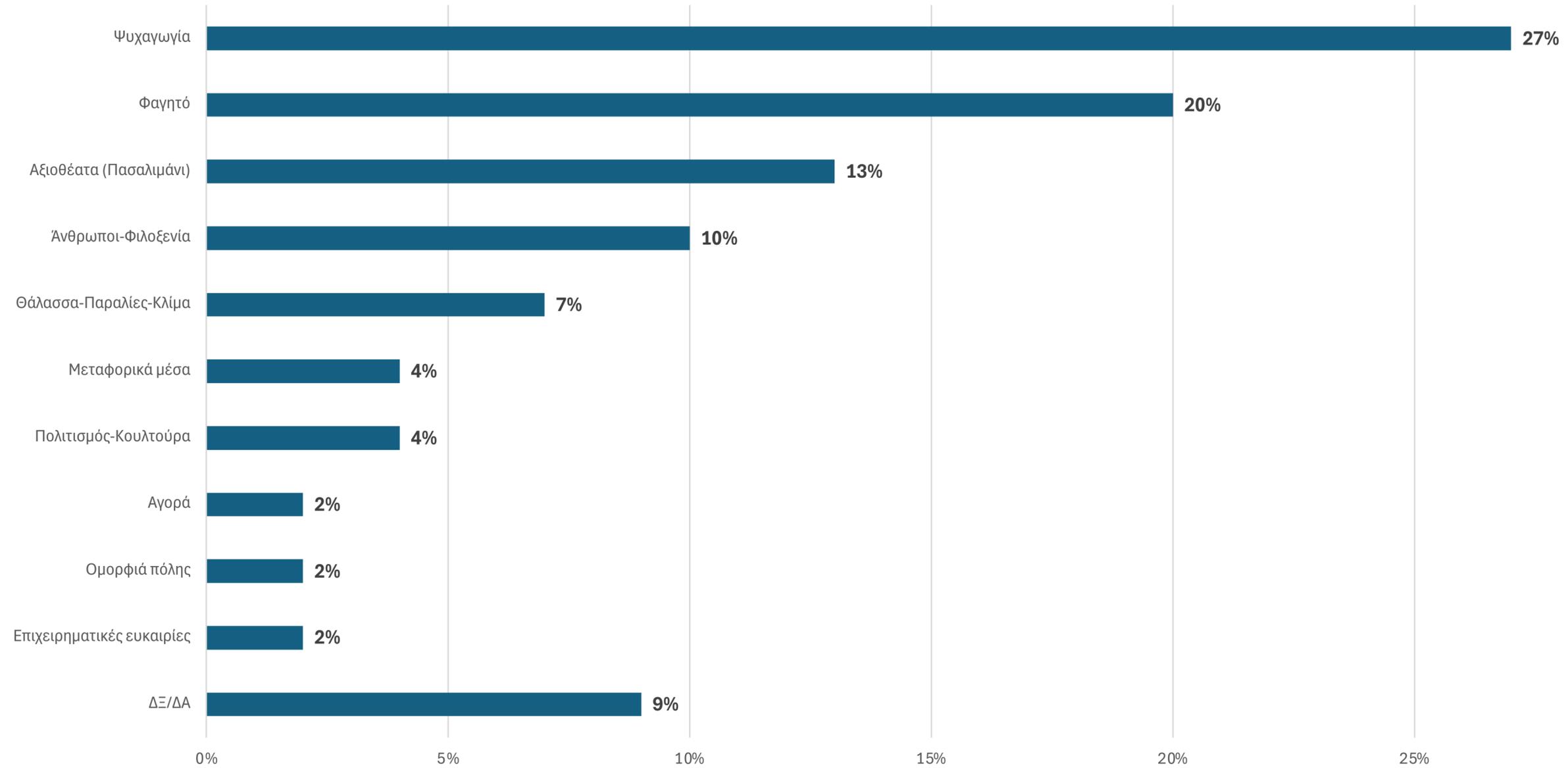
12.1 Αξιολόγηση υπηρεσιών Πειραιά συνολικά



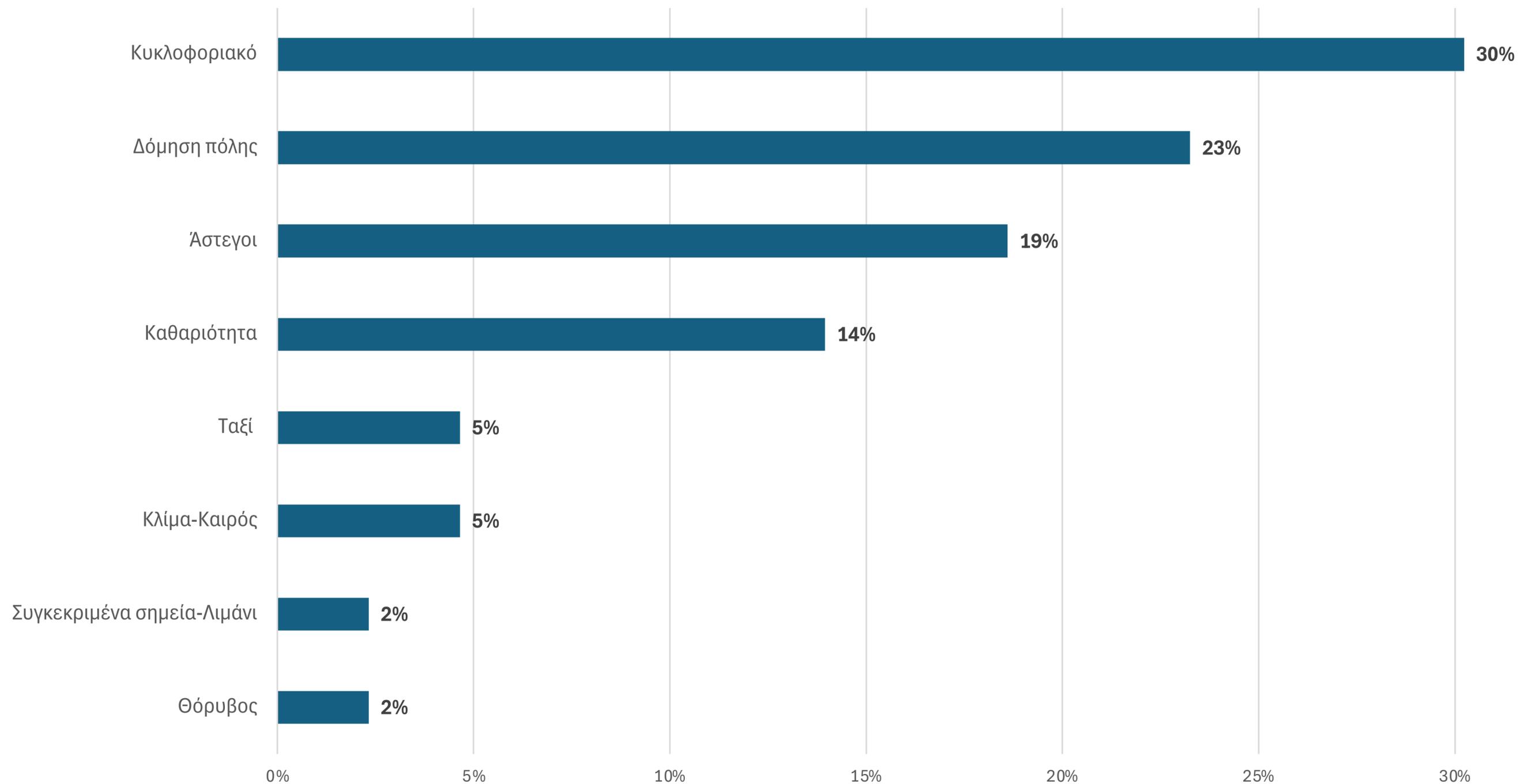
13. Συγκριτικά με τις προσδοκίες σας βρήκατε τον Πειραιά...



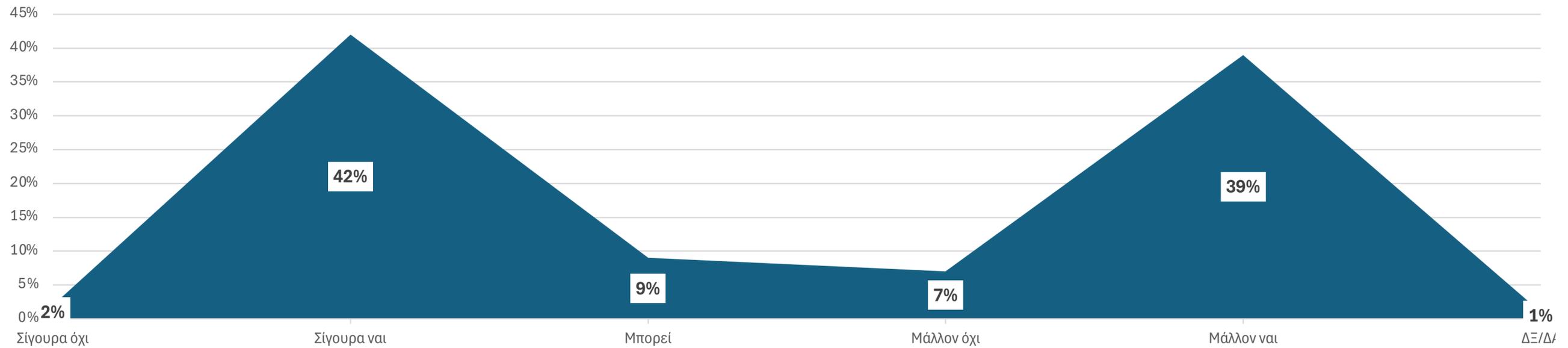
14. Τι σας άρεσε περισσότερο στον Πειραιά



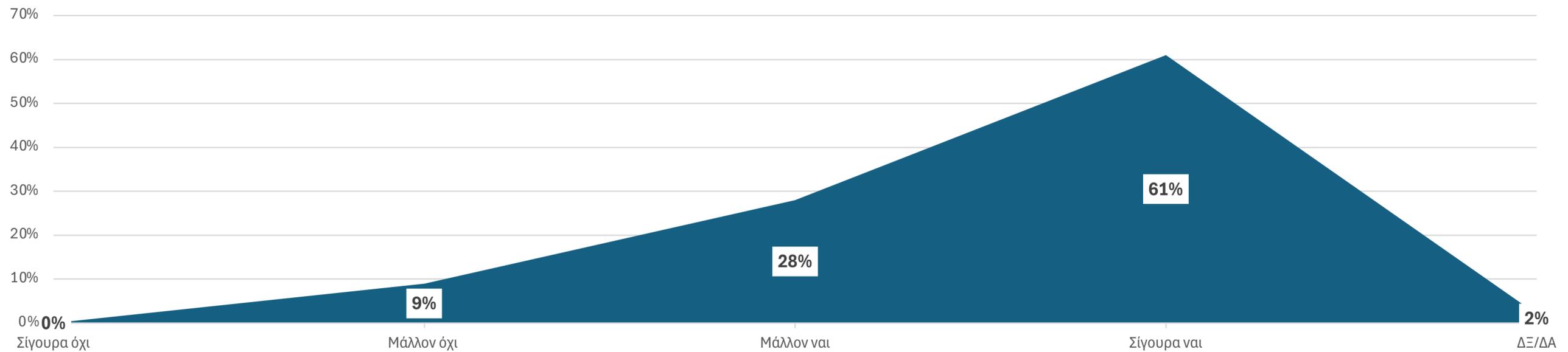
15. Τι σας άρεσε λιγότερο στον Πειραιά;



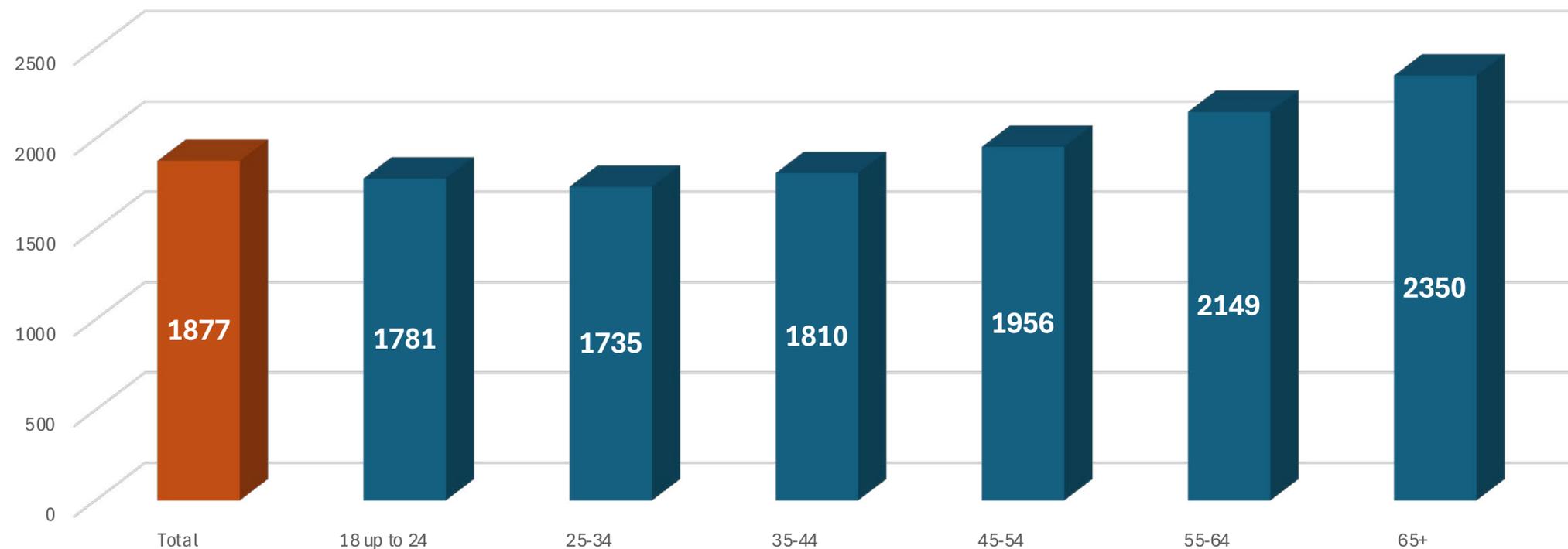
16. Σκοπεύετε να επισκεφθείτε ξανά τον Πειραιά στο μέλλον;



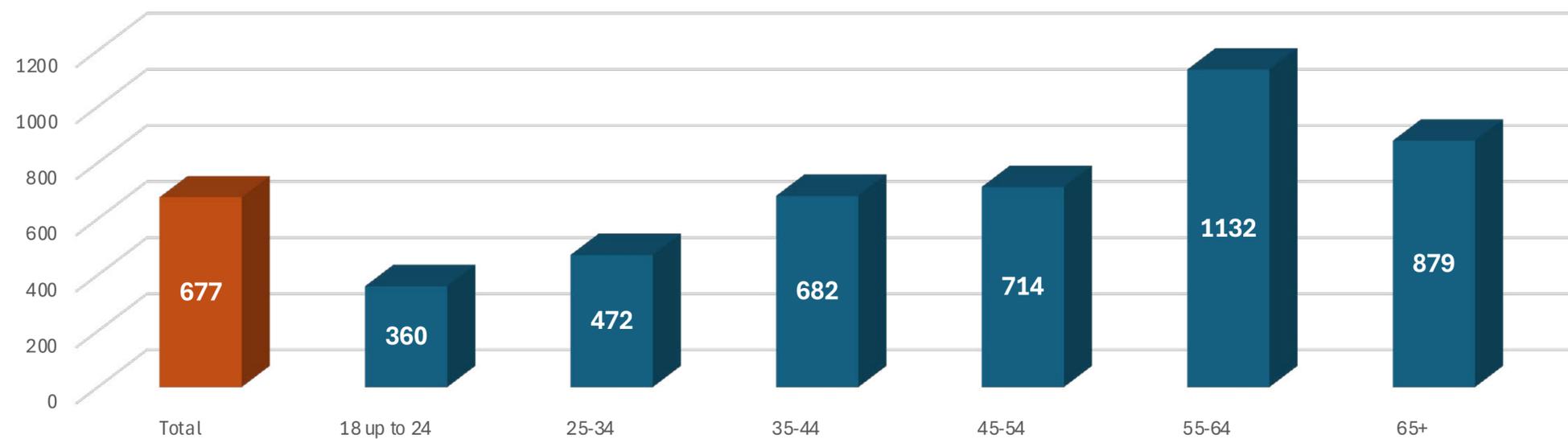
17. Θα προτείνατε τον Πειραιά ως προορισμό σε άλλους;



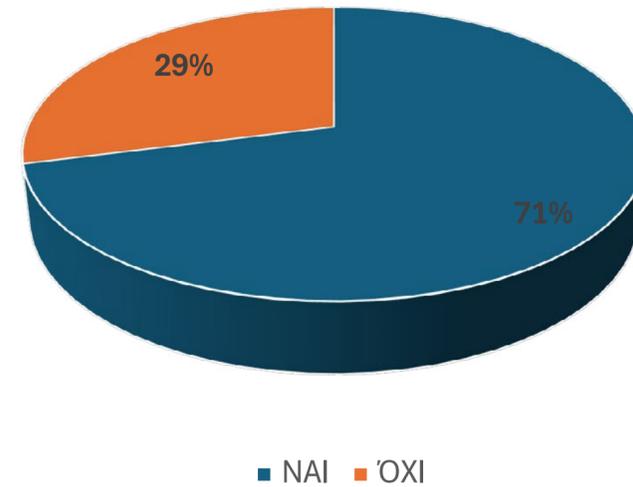
18. Μέση δαπάνη κατά την διάρκεια των διακοπών στην Ελλάδα



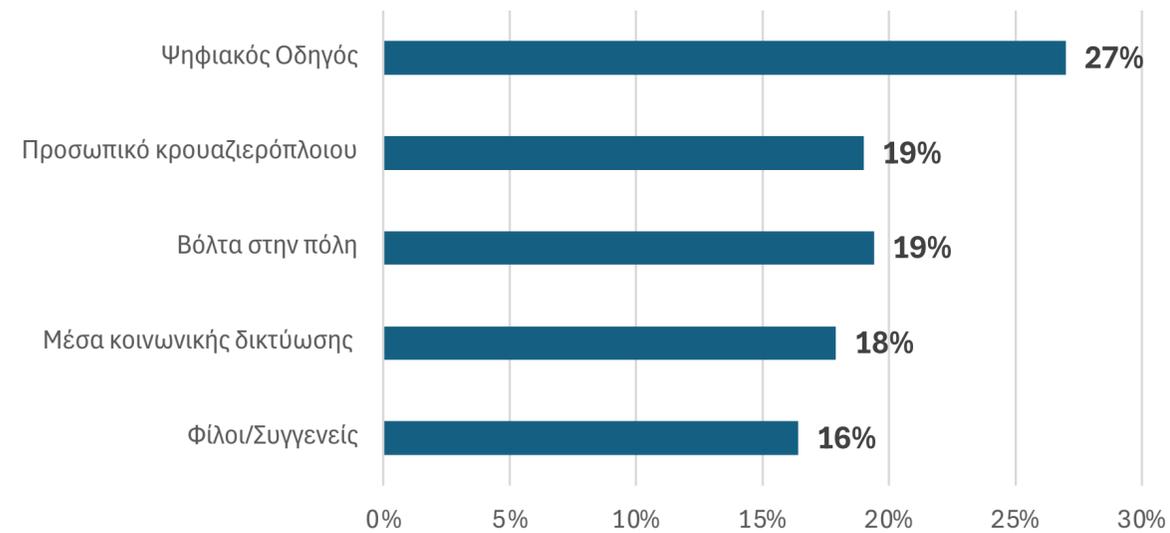
19. Μέση δαπάνη κατά την επίσκεψη στον Πειραιά



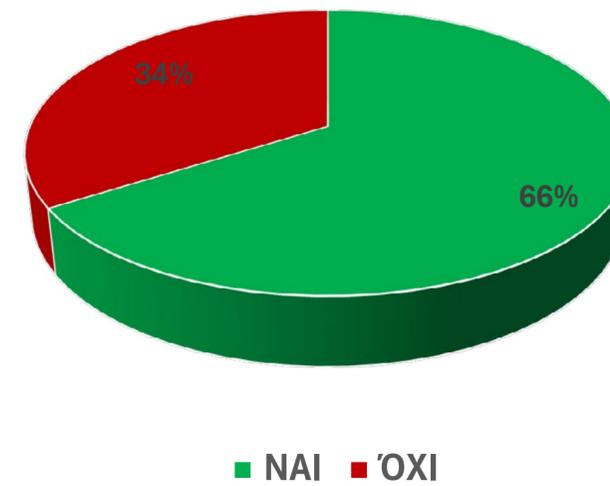
18. Γνωρίζετε ότι υπάρχει αγορά στον Πειραιά;



19. Επισκεφθήκατε τα καταστήματα/ την τοπική αγορά



20. Επισκεφθήκατε τα καταστήματα/ την τοπική αγορά;



Σύγκριση Αποτελεσμάτων Ερευνών 2022 και 2025

DESTINATION
PIRAEUS



INEMY
ΙΝΣΤΙΤΟΥΤΟ
ΕΜΠΟΡΙΟΥ & ΥΠΗΡΕΣΙΩΝ ΕΣΕΕ

 **CReatures**

2025

2022

	2025	2022
1. Κύριος λόγος επίσκεψης Πειραιά	<p>Τουρισμός (64%)</p> <p>Σημείο Διέλευσης (15%)</p> <p>Έξοδος από κρουαζιερ. (12%)</p> <p>Εργασία (9%)</p>	<p>Τουρισμός (68%)</p> <p>Σημείο Διέλευσης (13%)</p> <p>Εργασία (8%)</p> <p>Έξοδος από κρουαζιερ. (3%)</p>
2. Αριθμός Διανυκτερεύσεων	<p>Καμία (1%)</p> <p>Μία (15%)</p> <p>Δύο (25%)</p> <p>Τρεις (14%)</p> <p>Τέσσερις (12%)</p> <p>Πέντε (17%)</p>	<p>Καμία (40%)</p> <p>Μία (16%)</p> <p>Δύο (8%)</p> <p>Τρεις (7%)</p> <p>Τέσσερις (7%)</p> <p>Πέντε (7%)</p>
3. Αριθμός Επισκέψεων στον Πειραιά	<p>Πρώτη (67%)</p> <p>Δεύτερη (19%)</p> <p>Τρίτη (8%)</p> <p>Τέταρτη (15%)</p> <p>>Τέταρτη (2%)</p>	<p>Πρώτη (68%)</p> <p>Δεύτερη (10%)</p> <p>Τρίτη (7%)</p> <p>Τέταρτη (3%)</p> <p>>Τέταρτη (10%)</p>

2025

2022

4. Μεγαλύτερο μέρος των διακοπών το πέρασα στη/ στα

Αθήνα-Πειραιά (49%)
Κρουαζιέρα (19%)
Νησιά (14%)
Ηπειρωτική χώρα & νησιά (11%)

Αθήνα-Πειραιά (50%)
Κρουαζιέρα (3%)
Νησιά (22%)
Ηπειρωτική χώρα & νησιά (20%)

5. Η ενημέρωση για τον Πειραιά έγινε από

Διαδίκτυο (29%)
Φίλους/Συγγενείς (21%)
Μέσα Κοιν. Δικτύωσης (18%)
Τουριστικό φυλλάδιο (8%)

Διαδίκτυο (50%)
Φίλους/Συγγενείς (33%)
Μέσα Κοιν. Δικτύωσης (13%)
Τουριστικό φυλλάδιο (5%)

6. Διαμονή

Ενοικιαζόμενο/ Airbnb (32%)
Ξενοδοχείο 3* (8%)
Ξενοδοχείο 4* (30%)
Συγγενείς (6%)
Ξενοδοχείο 5* (7%)
Κρουαζιερόπλοιο (11%)

Ενοικιαζόμενο/ Airbnb (42%)
Ξενοδοχείο 3* (18%)
Ξενοδοχείο 4* (16%)
Συγγενείς (7%)
Ξενοδοχείο 5* (7%)
Κρουαζιερόπλοιο (5%)

2025

2022

Γενική Εντύπωση/ Ικανοποίηση	
7. Καθαριότητα	
8. Ομορφιά	
9. Τοποθεσίες	

Καθόλου (1%) Μάλλον όχι (4%) Ούτε ναι ούτε όχι (21%) Μάλλον Ναι (55%) Απόλυτα Ναι (19%)
Καθόλου (%) Μάλλον όχι (1%) Ούτε ναι ούτε όχι (12%) Μάλλον Ναι (40%) Απόλυτα Ναι (48%)
Καθόλου (%) Μάλλον όχι (4%) Ούτε ναι ούτε όχι (17%) Μάλλον Ναι (37%) Απόλυτα Ναι (40%)

Καθόλου (1%) Μάλλον όχι (8%) Ούτε ναι ούτε όχι (28%) Μάλλον Ναι (42%) Απόλυτα Ναι (20%)
Καθόλου (1%) Μάλλον όχι (3%) Ούτε ναι ούτε όχι (13%) Μάλλον Ναι (34%) Απόλυτα Ναι (44%)
Καθόλου (0%) Μάλλον όχι (1%) Ούτε ναι ούτε όχι (13%) Μάλλον Ναι (33%) Απόλυτα Ναι (28%)

2025

2022

10. Τουριστικές Πληροφορίες

Καθόλου (%)
Μάλλον όχι (3%)
Ούτε ναι ούτε όχι (15%)
Μάλλον Ναι (43%)
Απόλυτα Ναι (32%)

Καθόλου (4%)
Μάλλον όχι (10%)
Ούτε ναι ούτε όχι (16%)
Μάλλον Ναι (23%)
Απόλυτα Ναι (19%)

11. Φιλικοί Άνθρωποι

Καθόλου (0%)
Μάλλον όχι (1%)
Ούτε ναι ούτε όχι (9%)
Μάλλον Ναι (39%)
Απόλυτα Ναι (50%)

Καθόλου (1%)
Μάλλον όχι (1%)
Ούτε ναι ούτε όχι (5%)
Μάλλον Ναι (25%)
Απόλυτα Ναι (65%)

12. Πολιτισμός

Καθόλου (0%)
Μάλλον όχι (3%)
Ούτε ναι ούτε όχι (16%)
Μάλλον Ναι (37%)
Απόλυτα Ναι (41%)

Καθόλου (0%)
Μάλλον όχι (1%)
Ούτε ναι ούτε όχι (8%)
Μάλλον Ναι (24%)
Απόλυτα Ναι (41%)

2025

2022

<p>13. Μεταφορές</p>	<p>Καθόλου (0%) Μάλλον όχι (1%) Ούτε ναι ούτε όχι (10%) Μάλλον Ναι (55%) Απόλυτα Ναι (25%)</p>	<p>Καθόλου (1%) Μάλλον όχι (2%) Ούτε ναι ούτε όχι (7%) Μάλλον Ναι (32%) Απόλυτα Ναι (48%)</p>
<p>14. Ασφάλεια</p>	<p>Καθόλου (%) Μάλλον όχι (0%) Ούτε ναι ούτε όχι (4%) Μάλλον Ναι (51%) Απόλυτα Ναι (44%)</p>	<p>Καθόλου (1%) Μάλλον όχι (2%) Ούτε ναι ούτε όχι (9%) Μάλλον Ναι (32%) Απόλυτα Ναι (53%)</p>
<p>15. Διαμονή</p>	<p>Καθόλου (0%) Μάλλον όχι (0%) Ούτε ναι ούτε όχι (3%) Μάλλον Ναι (40%) Απόλυτα Ναι (43%)</p>	<p>Καθόλου (0%) Μάλλον όχι (1%) Ούτε ναι ούτε όχι (8%) Μάλλον Ναι (23%) Απόλυτα Ναι (39%)</p>

2025

2022

16. Συγκριτικά με τις προσδοκίες σας, βρήκατε τον Πειραιά

Χειρότερο (2%)

Το ίδιο (47%)

Καλύτερο (46%)

ΔΞ/ΔΑ (5%)

Χειρότερο (3%)

Το ίδιο (48%)

Καλύτερο (32%)

ΔΞ/ΔΑ (17%)

17. Τι σας άρεσε περισσότερο στον Πειραιά

Θάλασσα, θέα, παραλίες (7%)

Ψυχαγωγία (27%)

Λιμάνι, Μαρίνες (13%)

Άνθρωποι (10%)

ΔΑ (9%)

Φαγητό (20%)

Θάλασσα, θέα, παραλίες (28%)

Καιρός, ήλιος (10%)

Λιμάνι, Μαρίνες (10%)

Άνθρωποι (9%)

ΔΑ (21%)

Φαγητό (4%)

18. Τι σας άρεσε λιγότερο στον Πειραιά

Κυκλοφοριακό (30%)

Καθαριότητα (14%)

Άστεγοι (19%)

Δόμηση Πόλης (23%)

Κλίμα, Καιρός (5%)

Ταξί (5%)

Καθαριότητα (7%)

Έλλειψη πληροφόρησης επισκεπτών (6%)

Κυκλοφοριακό (5%)

Παλαιά κτήρια, πράσινο (4%)

Τίποτα (20%)

ΔΑ (37%)

2025

2022

19. Θα επισκεφθείτε ξανά τον Πειραιά;

Σίγουρα όχι (2%)
Μάλλον όχι (7%)
Μπορεί (9%)
Μάλλον ναι (39%)
Σίγουρα Ναι (42%)

Σίγουρα όχι (1%)
Μάλλον όχι (4%)
Μπορεί (18%)
Μάλλον Ναι (23%)
Σίγουρα Ναι (51%)

20. Θα προτείνατε τον Πειραιά ως προορισμό;

Σίγουρα όχι (0%)
Μάλλον όχι (9%)
Μάλλον Ναι (28%)
Σίγουρα Ναι (61%)

Σίγουρα όχι (1%)
Μάλλον όχι (6%)
Μάλλον Ναι (29%)
Σίγουρα Ναι (57%)

21. Πόσα ξοδέψατε στις διακοπές στην Ελλάδα

Μέση δαπάνη: 1.877 ευρώ

Μέση δαπάνη: 1.089 ευρώ

22. Πόσα ξοδέψατε στις διακοπές στον Πειραιά;

Μέση δαπάνη: 677 ευρώ

Μέση δαπάνη: 259 ευρώ

<p>23. Γνωρίζατε ότι υπάρχει αγορά στον Πειραιά με καταστήματα, καφέ κλπ;</p>	<p>ΝΑΙ (71%) ΟΧΙ (29%)</p>	
<p>24. Αν ναι, πως το μάθατε;</p>	<p>Ψηφιακός οδηγός (18%) Φίλοι/Συγγενείς (11%) Βόλτα στην πόλη (13%) Προσωπικό κρουαζιερόπλοιο (13%) Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (12%)</p>	
<p>25. Επισκεφθήκατε καταστήματα/ τοπική αγορά;</p>	<p>ΝΑΙ (66%) ΟΧΙ (34%)</p>	

Προτάσεις για τον Πειραιά: Μια Σύνοψη

- Ουσιαστική βελτίωση των ΜΜΜ εντός του δήμου του Πειραιά με σκοπό την υποχώρηση των μετακινήσεων των κατοίκων με ιδιωτικά μέσα.
- Συντήρηση πεζοδρομίων σε εμπορικούς δρόμους.
- Δημιουργία υπόγειου χώρου στάθμευσης και για τουριστικά λεωφορεία.
- Αποκομιδή των απορριμμάτων τις πρώτες πρωινές ώρες ή τις τελευταίες βραδινές.
- Βελτίωση της καθαριότητας από τις υπηρεσίες του δήμου.
- Ισχυρότερη φροντίδα προς τους αστέγους.
- Διατήρηση/ αναβάθμιση της προσπάθειας “re-branding” του Πειραιά με σκοπό τη μεγαλύτερη προσέλκυση καταναλωτών και εσόδων.