
Δελτίο Τύπου*Ημερομηνία***29 Φεβρουαρίου 2016***Υπεύθυνη*

Αλεξάνδρα Φιλιππάκη

Τηλ: 2106874490

Email: alexandra.filippaki@gr.pwc.com

Σελίδες

3

Περισσότερα θα βρείτε [εδώ](#)

Follow/retweet: @PwC_Greece

Επενδυτικές στρατηγικές για τον ξενοδοχειακό κλάδο στην Ελλάδα

Αθήνα – Η Ελλάδα αποτελεί σημαντικό παγκόσμιο τουριστικό προορισμό με 25 εκ. αφίξεις τουριστών το 2015, αύξηση 13,5% από την προηγούμενη χρονιά. Η τουριστική βιομηχανία της χώρας συμβάλει άμεσα κατά το 7% του ΑΕΠ και μεγενθύνεται σημαντικά και συστηματικά τα τελευταία χρόνια. Ωστόσο ο ξενοδοχειακός κλάδος παραμένει σε μέτρια επίπεδα διεθνούς ανταγωνιστικότητας, κυρίως λόγω των τιμών.

Οι πρόσφατες γεωπολιτικές εξελίξεις στην περιοχή θα μπορούσαν να αυξήσουν την τουριστική κίνηση προς όφελος της Ελλάδας αφού η χώρα εξακολουθεί να αποτελεί έναν ασφαλή τουριστικό προορισμό, υπό την προϋπόθεση όμως να υπάρξουν συνθήκες οικονομικής σταθερότητας, κατάλληλη προβολή και σωστή στρατηγική.

Ο Ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος είναι κατακερματισμένος και βασίζεται κυρίως σε μικρές μονάδες σε χαμηλές κατηγορίες. Υπάρχουν 9.745 ξενοδοχεία εκ των οποίων μόνο το 17% ανήκει στην κατηγορία των 4 ή 5 αστέρων ενώ μόνο 307 ξενοδοχεία έχουν πάνω από 300 κρεβάτια. Τα ξενοδοχεία είναι άνισα κατανομημένα στην χώρα με τους πέντε κύριους προορισμούς να συγκεντρώνουν το 84% της συνολικής χωρητικότητας και περίπου το 93% του κύκλου εργασιών και των κερδών.

Κατά μέσο όρο η κάθε ξενοδοχειακή εταιρεία έχει μόνο 1,5 ξενοδοχειακές μονάδες, των οποίων το μέσο μέγεθος, είναι 42 κλίνες. Υπάρχουν 87 ελληνικές ξενοδοχειακές αλυσίδες και 6 μη ελληνικές, οι οποίες τείνουν κατά μέσο όρο να είναι όσο ανταγωνιστικές είναι και οι μεμονωμένες ξενοδοχειακές μονάδες.

Γενικά η ξενοδοχειακή βιομηχανία στην Ελλάδα είναι ανταγωνιστική με το 38% των εταιρειών να δείχνουν συστηματική ανάπτυξη, κερδοφορία και χαμηλό δανεισμό.

Το μεγαλύτερο τμήμα του χρέους του ξενοδοχειακού κλάδου (€4δισ από τα €5,8 δισ) είναι συγκεντρωμένο στις ομάδες Zombie και Grey όπου και υπάρχουν θέματα εξυπηρέτησης δανείων. Για την αναχρηματοδότησή του χρέους σε έναν εύλογο ορίζοντα, οι τράπεζες θα πρέπει να αναδιαρθρώσουν περίπου €2δισ.

Οι παράγοντες εκείνοι που καθορίζουν την οικονομική απόδοση των ξενοδοχείων είναι:

- **ο προορισμός** - ο οποίος επηρεάζει τις τιμές των δωματίων, τη μέση πληρότητα και το κόστος κεφαλαίου της γεωγραφικής περιοχής
- **η κατηγορία** (τα αστέρια) - που καθορίζει τις μέσες τιμές δωματίων και το κεφάλαιο που απαιτούνται για την αρχική επένδυση
- **το μέγεθος μονάδας** - που επηρεάζει το λειτουργικό κόστος και τα έσοδα που δεν προέρχονται από τα δωμάτια
- **η ποιότητα διοίκησης** - που επηρεάζει την συνολική ανταγωνιστικότητα

Υπάρχουν σημαντικές διαφορές στην απόδοση μεταξύ κύριων και δευτερευόντων προορισμών, με εξάντληση της δυναμικότητας στους κύριους προορισμούς και υπερπροσφορά στους δευτερευόντες. Υψηλότερης κατηγορίας ξενοδοχεία τείνουν να έχουν υψηλότερο EBITDA ανά κλίνη, καθώς και καλύτερα περιθώρια από τα χαμηλότερης κατηγορίας ξενοδοχεία. Το μέγεθος της ξενοδοχειακής μονάδας έχει περιορισμένο αντίκτυπο στα οικονομικά μεγέθη και μεγάλες μονάδες δεν εμφανίζουν κατά μέσο όρο καλύτερη οικονομική απόδοση από τις μικρότερες.

Η κατακερματισμένη δομή του τουριστικού κλάδου, το μικρό μέγεθος των ξενοδοχειακών μονάδων μαζί με την μέτρια σχετική ανταγωνιστικότητα και τα περιορισμένα οικονομικά μεγέθη δεν διευκολύνουν τις συναλλαγές μεγάλης κλίμακας. Στην τρέχουσα περίοδο υπάρχουν τουλάχιστον 225 ξενοδοχεία σε προσφορά με ζητούμενες τιμές σημαντικά υψηλότερες της εκτιμώμενης αξίας τους. Ωστόσο πολύ λίγες συναλλαγές έχουν ολοκληρωθεί πρόσφατα και μόνο μία σημαντικού μεγέθους.

Η μελέτη της PwC «[Επενδυτικές Στρατηγικές για τον Ξενοδοχειακό Κλάδο στην Ελλάδα](#)» ανιχνεύει τρεις στρατηγικές:

- **επέκταση ξενοδοχειακών μονάδων** στους κύριους προορισμούς όπου υπάρχουν αναξιοποίητοι συντελεστές δόμησης. Η εφαρμογή μίας τέτοιας μικρού χρονικού ορίζοντα στρατηγικής θα μπορούσε να αυξήσει την αξία των ξενοδοχείων έως 70%.
- **αναβάθμιση ξενοδοχείων** στην επόμενη κατηγορία (από 3 σε 4 αστέρια ή από 4 σε 5 αστέρια). Η στρατηγική αναβάθμισης θα μπορούσε να αυξήσει την αξία αυτών των μονάδων κατά 60%.
- **ανάπτυξη δευτερευόντων προορισμών** με την εξαγορά αριθμού ξενοδοχείων σε ένα τέτοιο προορισμό, στρατηγική που θα μπορούσε να επιφέρει αύξηση αξίας έως 270%.

Η εξαγορά ξενοδοχείων Zombie είναι στρατηγική αμφισβητούμενης αξίας με ελάχιστες μόνο εξαιρέσεις.

Ο Κώστας Μητρόπουλος, Εντεταλμένος Σύμβουλος της PwC Ελλάδας σχολίασε:

«Ο τουρισμός είναι ο δυναμικότερος κλάδος στην ελληνική οικονομία και κατά μεγάλο μέρος δεν οδηγείται από το ελληνικό ΑΕΠ. Ο κατακερματισμός του δεν έχει επιτρέψει τη δημιουργία μεγάλων αλυσίδων ιδιοκτησίας και διαχείρισης ξενοδοχείων. Από την άλλη πλευρά η καλή οικονομική κατάσταση των ξενοδοχειακών εταιρειών αντανακλάται σε υψηλές σχετικές αποτιμήσεις, χαμηλού όμως απόλυτου μεγέθους. Το συνολικό αποτέλεσμα όλων αυτών των παραγόντων είναι λίγες συναλλαγές κάθε χρόνο και ελάχιστες μεγάλες πράξεις με διεθνείς επενδυτές. Η αγορά εξαγορών και συγχωνεύσεων ξενοδοχειακών εταιρειών στην Ελλάδα είναι σχεδόν εν υπνώσει».

Σχετικά με την PwC

Στην PwC, στόχος μας είναι η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης στην κοινωνία και η επίλυση σημαντικών προβλημάτων. Είμαστε ένα δίκτυο εταιρειών σε 157 χώρες με περισσότερα από 208.000 στελέχη που δεσμεύονται να παραδίδουν ποιοτικό έργο στις ελεγκτικές, φορολογικές και συμβουλευτικές υπηρεσίες που αναλαμβάνουν. Πείτε μας τι έχει αξία για σας και μάθετε ακόμα περισσότερα στην ιστοσελίδα μας www.pwc.com.

Η επωνυμία 'PwC' αναφέρεται στο δίκτυο των εταιρειών μελών και/ή σε μία ή περισσότερες από τις εταιρείες μέλη, κάθε μία από τις οποίες αποτελεί μια ξεχωριστή νομική οντότητα. Για περισσότερες πληροφορίες παρακαλούμε επισκεφθείτε το www.pwc.com/structure.

© 2016 PwC. Με επιφύλαξη όλων των νόμιμων δικαιωμάτων

Σχετικά με την έρευνα

Καταγράφηκαν 785 ξενοδοχειακές εταιρείες στην Ελλάδα με έσοδα άνω του €1 εκ. ετησίως σε οποιοδήποτε έτος ανάμεσα στο 2008 και 2013.

Η μελέτη βασίστηκε σε 754 ξενοδοχειακές εταιρείες οι οποίες είχαν πλήρη δεδομένα για την αντίστοιχη περίοδο, με συνολικά 1.129 ξενοδοχειακές μονάδες και αριθμό κλινών 308.927 το 2013 (40% του συνόλου κλινών). Η πηγή των οικονομικών στοιχείων των ξενοδοχειακών επιχειρήσεων είναι η ICAP, ενώ στοιχεία για τα λειτουργικά χαρακτηριστικά των ξενοδοχειακών μονάδων προέρχονται από το Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδας.