

Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη μέρα

Σύνοψη



Νοέμβριος 2018



Ο τουρισμός είναι ισχυρή δύναμη στην οικονομία

Ελληνικός ξενοδοχειακός κλάδος (2017)

27,2 εκ.* αφίξεις τουριστών (μη μόνιμοι κάτοικοι)

€ 14,6 δισ. τουριστικές εισπράξεις

8,0% άμεση συνεισφορά στο ΑΕΠ, με την συνολική συνεισφορά στο 19,7% του ΑΕΠ**

459.000 ταξιδιωτική και τουριστική απασχόλησή (12,2% της συνολικής απασχόλησης της χώρας)

24^{ος} στην παγκόσμια ανταγωνιστική τουριστική κατάταξη

Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη μέρα

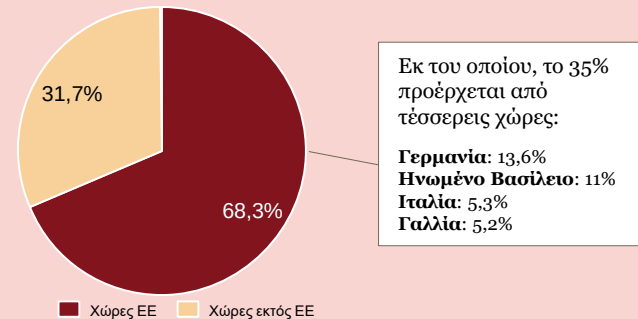
Πηγή: ΤτΕ και ΣΕΤΕ Intelligence, World Economic Forum

*Εξαμηνιόμενων των αφίξεων από κρουαζιέρες (2,9 εκατ. το 2017)

**World Travel & Tourism Council (2018)

Οι χώρες της ΕΕ-28 αποτελούν την κύρια πηγή τουριστών για την Ελλάδα, αντιπροσωπεύοντας το 68% του συνόλου και παρουσιάζοντας 40% αύξηση μεταξύ 2014 και 2017

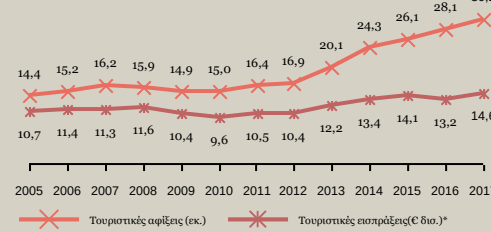
Αφίξεις αλλοδαπών 2017



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος, (δεδομένα 2017)

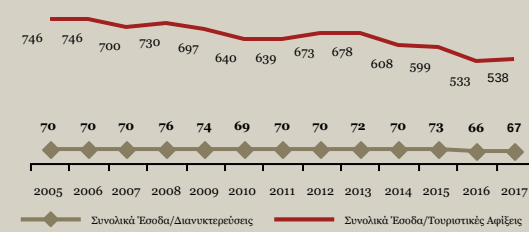
Παρά τη μεγάλη αύξηση στις αφίξεις τουριστών, οι εισπράξεις είναι χαμηλότερες κυρίως λόγω βραχύτερης διαμονής...

Έσοδα από τον τουρισμό και αφίξεις τουριστών (μη κάτοικοι)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

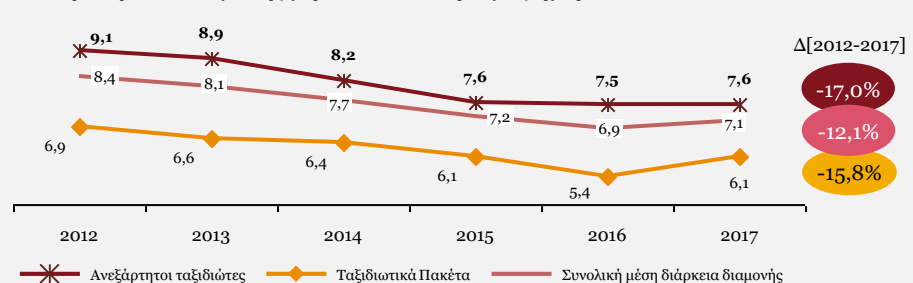
Έσοδα ανά τουριστική άφιξη & εισπράξεις ανά διανυκτέρευση (€)



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

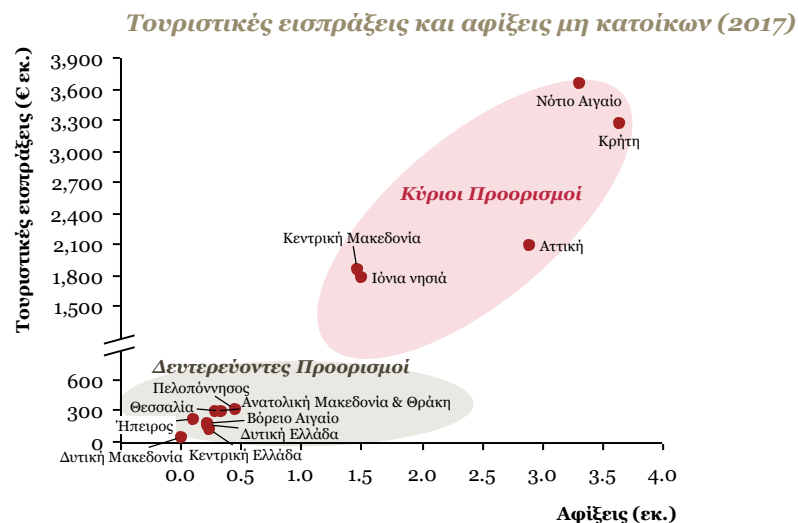
...τουριστών με ταξιδιωτικά πακέτα και τουριστών από τις κύριες χώρες προέλευσης

Μέση διάρκεια διαμονής μη κατοίκων (αριθμός ημερών)



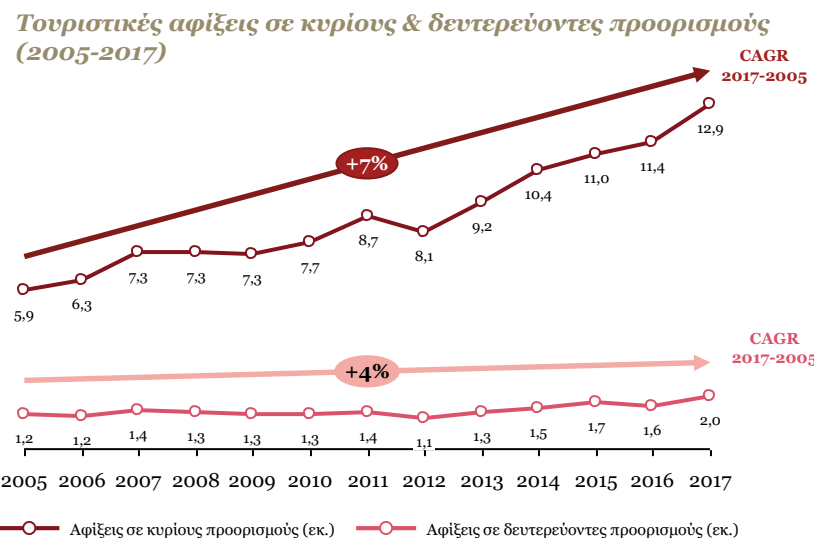
Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

Οι αφίξεις τουριστών στους κύριους προορισμούς αυξήθηκαν έντονα μετά το 2012, σε σύγκριση με τους δευτερεύοντες προορισμούς



Πηγή: Τράπεζα της Ελλάδος

- Οι τουριστικές δαπάνες ήταν εμφανώς υψηλότερες στους κύριους προορισμούς σε σύγκριση με τους δευτερεύοντες το 2017

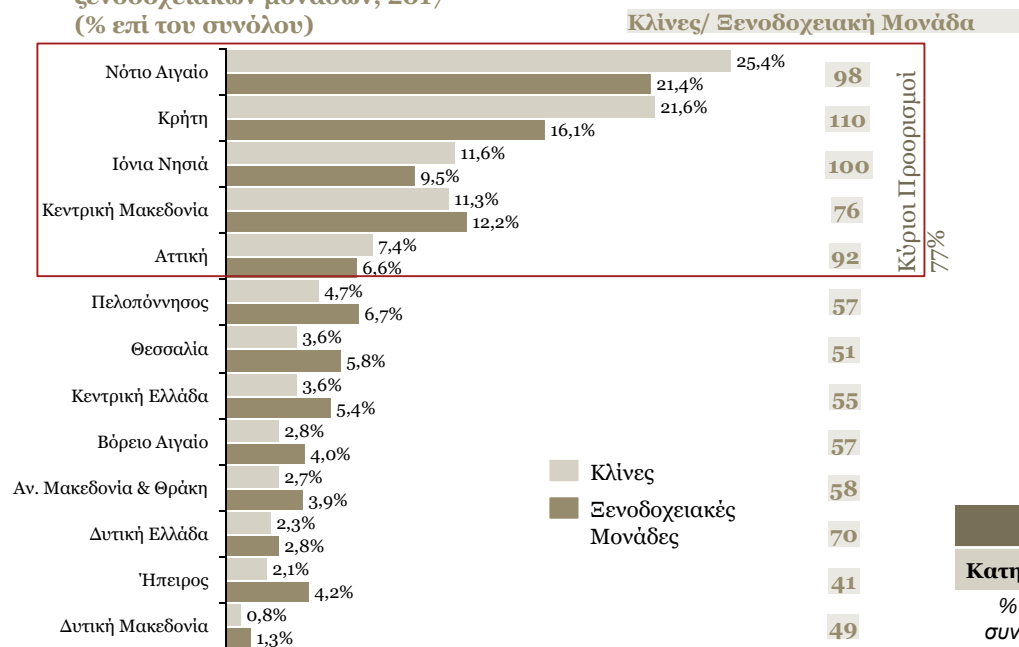


Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ

- Οι αφίξεις τουριστών σε δευτερεύοντες προορισμούς αυξήθηκαν από το 2005, αλλά οι αφίξεις στους κύριους προορισμούς είχαν σχεδόν το διπλάσιο ρυθμό ανάπτυξης τουριστών κατά την ίδια περίοδο

Σχεδόν το 77% της συνολικής χωρητικότητας των κλινών της χώρας βρίσκεται σε κύριους προορισμούς

Χωρητικότητα ελληνικών
ξενοδοχειακών μονάδων, 2017
(% επί του συνόλου)



Τουριστικά καταλύματα
(2017)

9.783 ξενοδοχειακές μονάδες

414.127 δωμάτια

806.045 κλίνες

Μέση ξενοδοχειακή
μονάδα

42 δωμάτια

82 κλίνες

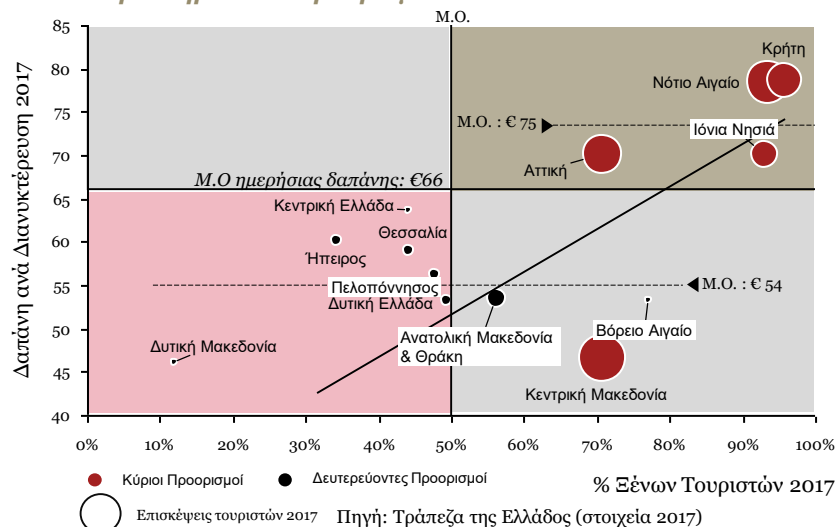
Αριθμός κλινών

Κατηγορία	1*	2*	3*	4*	5*
% επί συνόλου	6%	25%	23%	26%	19%

Πηγή: Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος, 2017

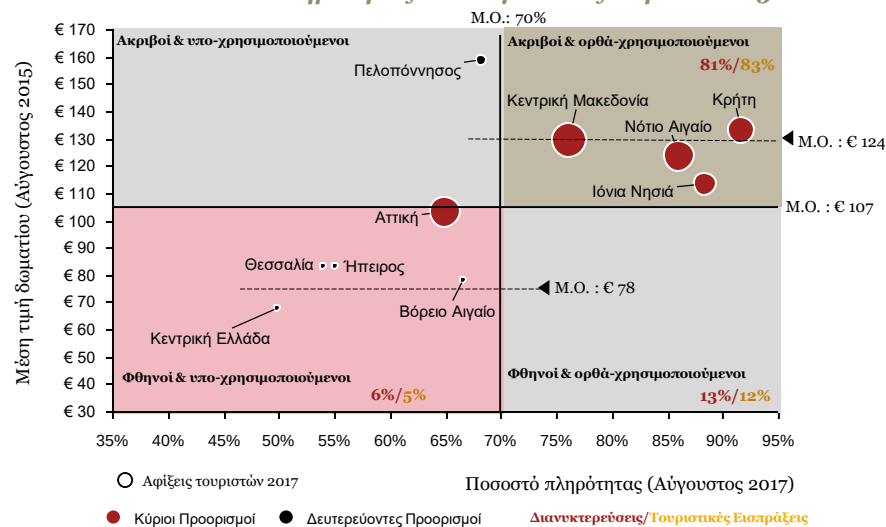
Η τουριστική δαπάνη και η πληρότητα είναι υψηλότερες στους κύριους προορισμούς

Χαρακτηριστικά Προορισμών



- Προορισμοί, όπως το Νότιο Αιγαίο, η Κρήτη και τα Ιόνια νησιά, όπου κυριαρχούν οι ξένοι τουρίστες, είναι πιο ακριβοί
- Οι προορισμοί που οδηγούνται κυρίως από την εγχώρια ζήτηση βρίσκονται κάτω από το μέσο όρο των ημερήσιων δαπανών
- Το Βόρειο Αιγαίο, η Κεντρική Μακεδονία και η Ανατολική Μακεδονία & Θράκη προσελκύουν ξένους τουρίστες με χαμηλότερο εισόδημα

Τα ποσοστά πληρότητας τον Αύγουστο ξεπερνούν το 50%



Πηγή: ΤτΕ, Ξενοδοχειακό Επιμελητήριο Ελλάδος 2015, Eurostat

Οι τουρίστες σε κύριους προορισμούς φαίνεται να πληρώνουν κατά μέσο όρο ένα premium σε σύγκριση με τους δευτερεύοντες προορισμούς, με εξαίρεση την Πελοπόννησο

Τα ξενοδοχεία σε κύριους προορισμούς παρουσιάζουν κατά μέσο όρο καλύτερη χρηματοοικονομική εικόνα ανά κλίνη σε σχέση με αυτά σε δευτερεύοντες προορισμούς

Έσοδα/κλίνη (€χιλ.)

Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } € 3,2χιλ.

EBITDA/κλίνη (€χιλ.)

Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } € 1,0 χιλ.

Μη κυκλοφορούντα περιουσιακά στοιχεία/κλίνη (€ χιλ.)

Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } € 2,0χιλ.

Περιθώριο EBITDA (%)

Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } 5,8 π.μ.

Απόδοση επένδυσης ROI (%)

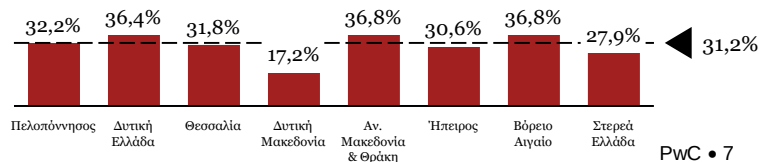
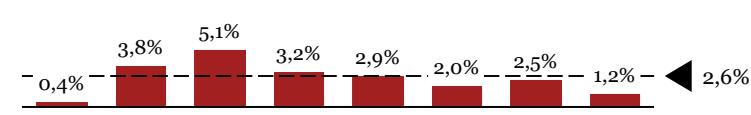
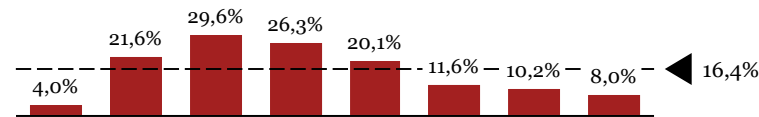
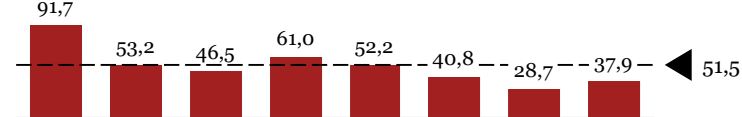
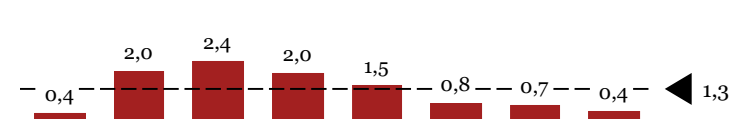
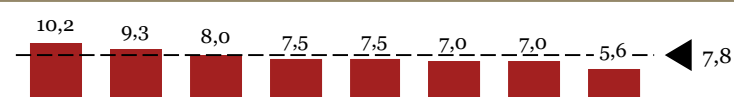
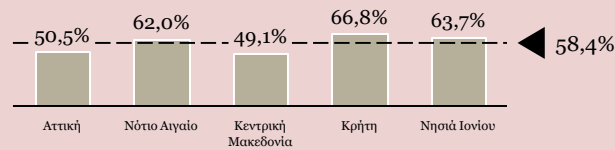
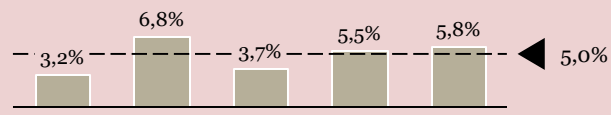
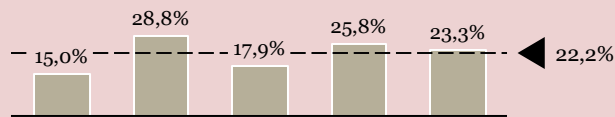
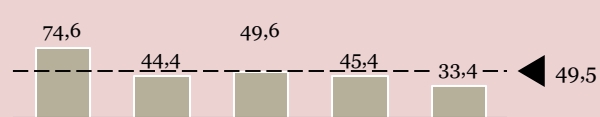
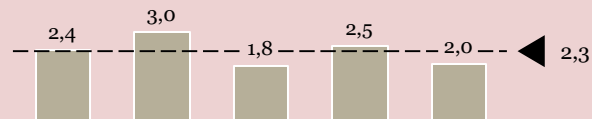
Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } 2,4 π.μ.

Πληρότητα 2017 (%)

Κύριος Προορισμός } Κενό
Δευτερεύον Προορισμός } 27,2 π.μ.

Κύριοι Προορισμοί

Δευτερεύοντες Προορισμοί



Ο προορισμός φαίνεται να είναι ο πρωταρχικός καθοριστικός παράγοντας της οικονομικής απόδοσης ενός ξενοδοχείου, με το μέγεθος και την κατηγορία να ακολουθούν

ROI ανά περιοχή, αξιολόγηση και μέγεθος ξενοδοχείου

	Περιφέρειες	2*		3*		4*		5*		Μέσος όρος
		Μεγάλη	Μικρή	Μεγάλη	Μικρή	Μεγάλη	Μικρή	Μεγάλη	Μικρή	
Κύριοι Προορισμοί	Νότιο Αιγαίο	7%	15%	6%	67%	7%	30%	6%	20%	20%
	Κρήτη	5%	11%	5%	13%	11%	11%	7%	11%	9%
	Ιόνια Νησιά		8%	9%	8%	4%	9%	5%	13%	8%
	Αττική		6%	5%	19%	5%	9%	3%	3%	7%
	Κεντρική Μακεδονία	1%	3%	7%	9%	6%	2%	3%	7%	5%
Δευτερεύοντες Προορισμοί	Πελοπόννησος			4%	35%	-3%	3%	-3%	30%	11%
	Ανατολική Μακεδονία και Θράκη		7%	-1%	18%	7%	5%		3%	7%
	Ήπειρος		1%		1%		27%	2%	2%	7%
	Θεσσαλία		9%		2%	4%	6%	13%	7%	7%
	Βόρειο Αιγαίο		2%		5%		5%	6%	11%	6%
	Δυτική Μακεδονία				1%		4%		4%	3%
	Δυτική Ελλάδα		2%		-2%	3%	3%	5%	5%	3%
	Κεντρική Ελλάδα			M/Δ*	2%	M/Δ*	1%	2%	3%	-21%
	Μέσος όρος	4%	6%	5%	15%	5%	10%	5%	9%	

ROI ≥ 6%

ROI < 6%

* Το δείγμα είναι μικρό

Τα ξενοδοχεία σε κύριους προορισμούς υπερ-αποδίδουν

Η κατηγορία και το μέγεθος των ξενοδοχείων έχουν περιορισμένο αντίκτυπο στη χρηματοοικονομική απόδοση

Κατά μέσο όρο, ο πιο αποδοτικός συνδυασμός βρίσκεται στα μικρά ξενοδοχεία 3* στο Νότιο Αιγαίο

Η Κεντρική και η Δυτική Ελλάδα, καθώς και η Δυτική Μακεδονία δε συνδέονται με υψηλές αποδόσεις ανεξάρτητα από το είδος του ξενοδοχείου

Η ανταγωνιστικότητα των ξενοδοχείων είναι υψηλή και κινείται παράλληλα με την οικονομική τους απόδοση...

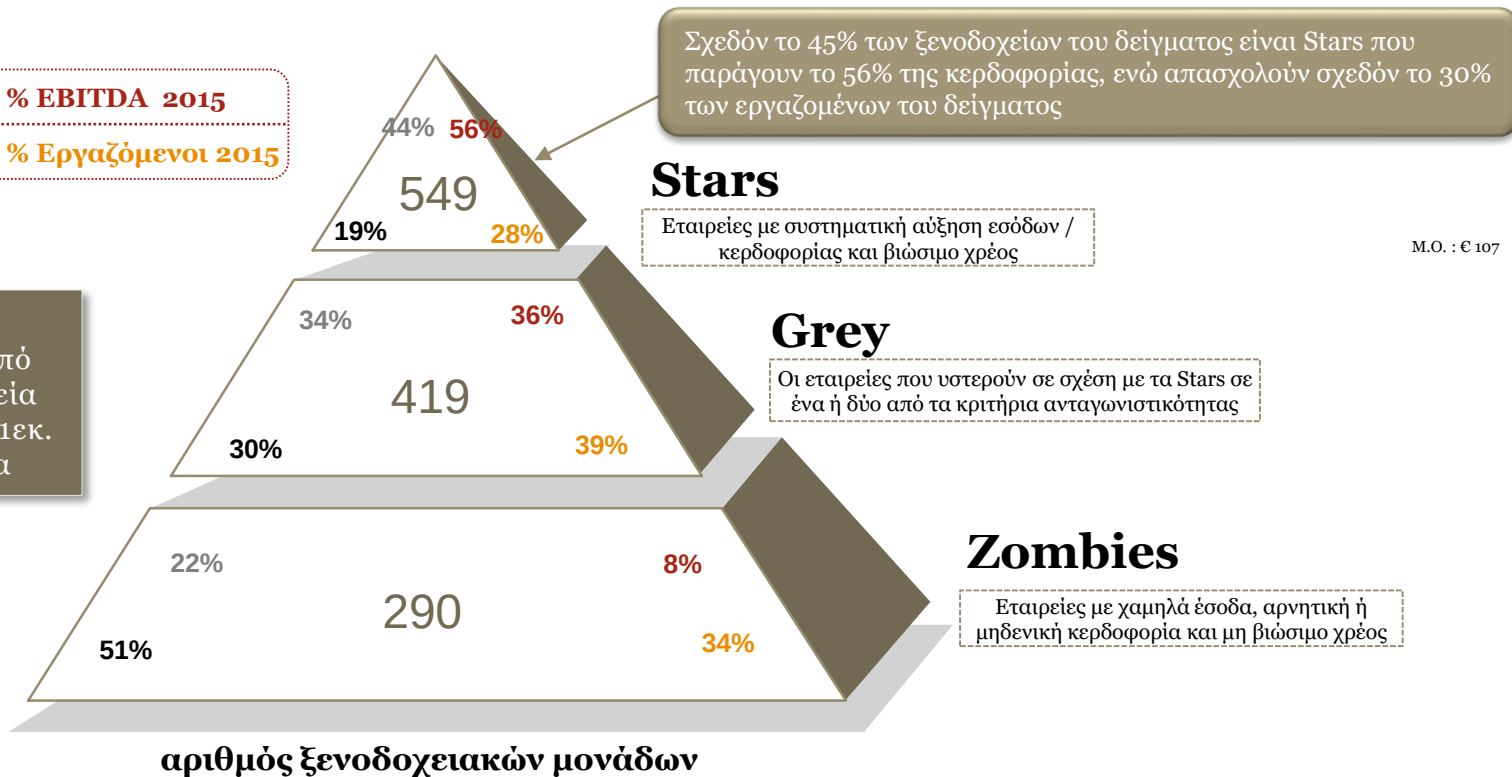
% Έσοδα 2015

% EBITDA 2015

% Δανεισμός 2015

% Εργαζόμενοι 2015

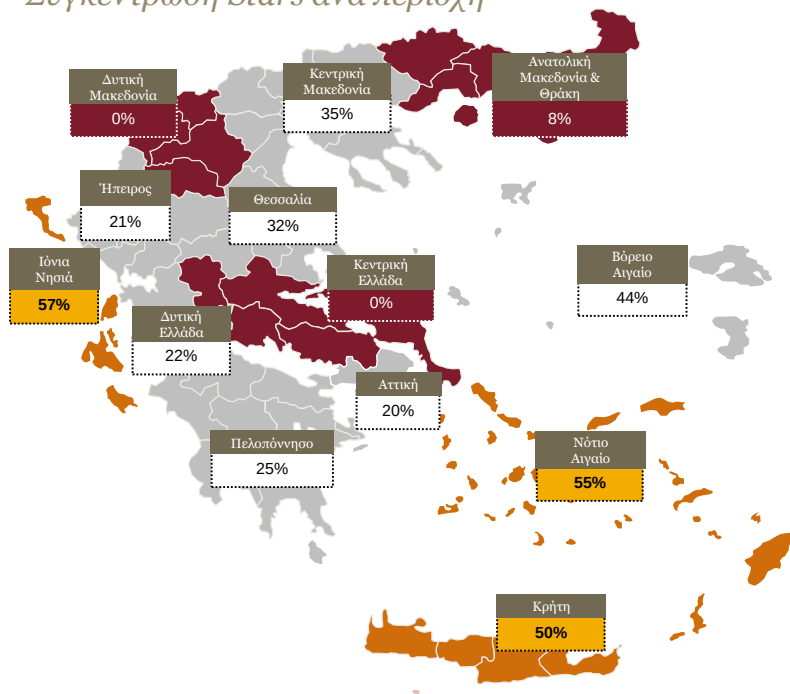
Το δείγμα αποτελείται από 1.258 ξενοδοχεία με πάνω από € 1εκ. ετήσια έσοδα



M.O. : € 107

Τα ξενοδοχεία στο Ιόνιο, το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη είναι τα πιο ανταγωνιστικά

Συγκέντρωση Stars ανά περιοχή



Περιφέρεια
Συγκέντρωση Stars ως % του συνολικού αριθμού ξενοδοχείων σε κάθε περιφέρεια

- Συγκέντρωση Stars $\geq 50\%$
- Συγκέντρωση Stars μεταξύ 20% και 50%
- Λιγότερο από 20% συγκέντρωση Stars

Από άποψη ανταγωνιστικότητας, τα Stars φαίνεται να κυριαρχούν στους κύριους προορισμούς και ιδιαίτερα στο Ιόνιο, το Νότιο Αιγαίο και την Κρήτη

Όσον αφορά στους δευτερεύοντες προορισμούς, η πιο ανταγωνιστική περιοχή είναι το Βόρειο Αιγαίο με συγκέντρωση Stars 44%

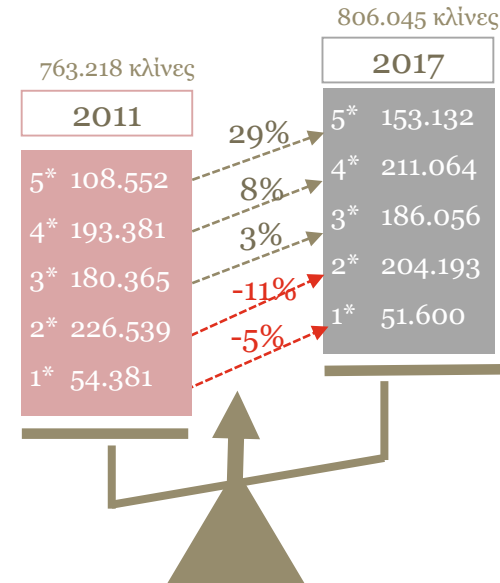
Η Κεντρική Ελλάδα και η Δυτική Μακεδονία δεν διαθέτουν ξενοδοχεία Stars



- Την περίοδο 2011-2017 η αύξηση των κλινών σε ξενοδοχεία 5* άγγιξε το 30%
- Παράλληλα, την ίδια περίοδο οι κλίνες στα ξενοδοχεία 1* και 2* μειώθηκαν κατά 5% και 11% αντίστοιχα

*Η ελληνική αγορά ξενοδοχείων αναβαθμίζεται σταδιακά προς 5**

Αριθμός
κλινών ανά
αστέρια



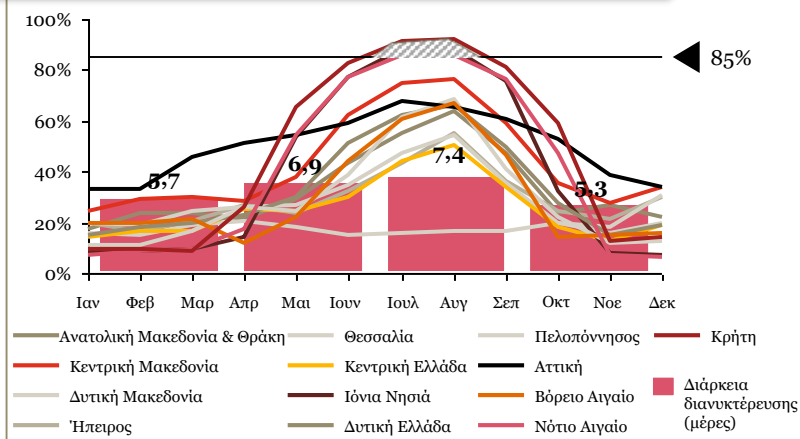
Μεταξύ 2010 και 2015 περίπου €1,8 δισ. επενδύσεων που αφορούσαν κυρίως ξενοδοχεία 5* σε κύριους προορισμούς

Συνολικές επενδύσεις 2010-2015 (€ εκ.)

	Περιφέρειες	2*		3*		4*		5*		Σύνολο	Σύνολο	Σύνολο
		Μεγάλα	Μικρά	Μεγάλα	Μικρά	Μεγάλα	Μικρά	Μεγάλα	Μικρά	Μεγάλα	Μικρά	Προορισμών
Κύριοι Προορισμοί	Κρήτη	1	31	16	45	207	67	197	59	421	202	623
	Νότιο Αιγαίο		12		0	144	3	143	113	287	128	415
	Κεντρική Μακεδονία		1	5		31	5	263	27	299	32	332
	Νησιά Ιονίου		7	3		18	6	53	19	74	32	106
	Αττική		7		22			77	0	77	29	106
	Υποσύνολο	1	58	24	67	400	80	733	218	1.158	423	1.581
Δευτερεύοντες Προορισμοί	Πελοπόννησος			1	4		6	60	13	61	23	83
	Θεσσαλία		0		9	5	24	3	13	8	47	54
	Δυτική Ελλάδα		0			6		49	2	56	2	58
	Αν. Μακεδονία & Θράκη		1	1		4	14		4	5	19	24
	Ήπειρος				1		5	0	15	0	22	22
	Κεντρική Ελλάδα		0	0				9	7	10	7	16
	Δυτική Μακεδονία				0		1	0	1	0	3	3
	Βόρειο Αιγαίο		1							0	1	1
	Υποσύνολο	0	2	2	14	16	51	122	55	139	122	261
	Σύνολο	1	61	26	80	416	132	855	273	1.297	545	1.842

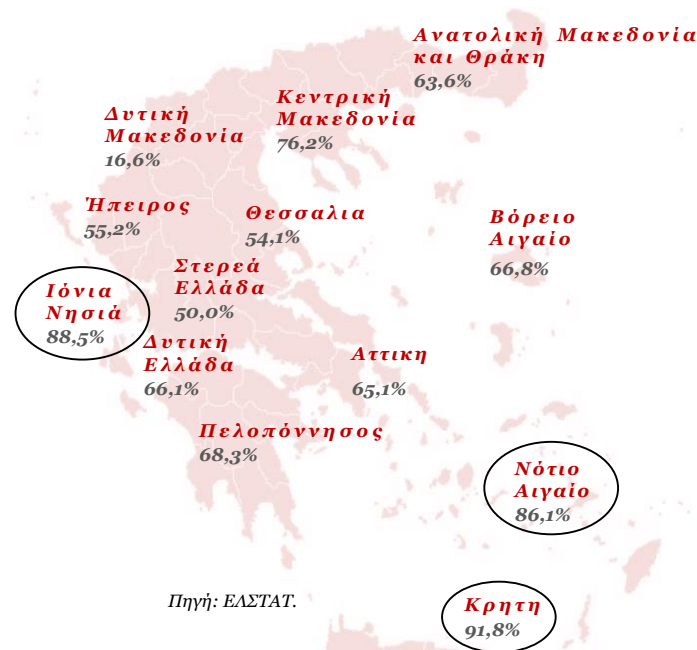
Όλοι οι προορισμοί παρουσιάζουν ενδείξεις υπερπροσφοράς. Μόνο σε περίοδο αιχμής μπορεί να υπάρξει έλλειψη χωρητικότητας το 2022 στην Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο και τα Ιόνια νησιά

Ποσοστά πληρότητας και μέση διάρκεια διαμονής (τριμηνιαία)



- Η τρέχουσα χωρητικότητα βρίσκεται σημαντικά κάτω από το 80% πληρότητας κατά τη περίοδο αιχμής, σε όλους εκτός από τρεις προορισμούς
- Η Δυτική Μακεδονία, η Κεντρική Ελλάδα και η Θεσσαλία υποφέρουν από σημαντική υπερπροσφορά κλινών

Ποσοστά πληρότητας ανά περιοχή (Αύγουστος 2017)



Πηγή: ΕΛΣΤΑΤ.

Τα ελληνικά ξενοδοχεία απαιτούν κυρίως επενδύσεις ανακαίνισης, καθώς υπάρχει ήδη υπερπροσφορά κλινών ...

Δημιουργία νέων ξενοδοχειακών κλινών € 1,1δισ.



Ανακαίνιση υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων € 4,8δισ.



Συντήρηση υφιστάμενων ξενοδοχειακών μονάδων € 0,3δισ.



Περίπου € 6,2 δισ.
θα χρειαστούν
συνολικά ώστε ο
ελληνικός
ξενοδοχειακός
φιλοξενίας να
παραμείνει
ανταγωνιστικός τα
επόμενα 5 χρόνια

Απαιτούνται νέες κλίνες



24 χιλ. Κλίνες

Να προστεθούν για να
ικανοποιηθούν 85%
πληρότητα (90% για Κρήτη)



~12χιλ. Δωμάτια*

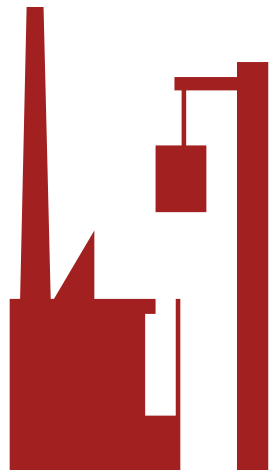


**~ 90
Ξενοδοχειακές
μονάδες***

* Υποθέσαμε ότι το μέσο ξενοδοχείο διαθέτει περίπου 132 δωμάτια και 270 κλίνες βασισμένοι στο δείγμα μας, το οποίο αποτελείται από πολύ λιγοστές μικρές ξενοδοχειακές μονάδες
Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη μέρα

...καθώς και εισερχόμενη προσφορά από νέες επενδύσεις

Κατασκευή νέων ξενοδοχειακών μονάδων



Νέες Επενδύσεις (Greenfield)

Υπάρχουν 14 νέες τουριστικές επενδύσεις (ξενοδοχεία & βίλες) που σχεδιάζονται στην Κρήτη, το Νότιο Αιγαίο, τα νησιά Ιονίου και την Κεντρική Ελλάδα. Όλες οι επενδύσεις εκτός από μια βρίσκονται σε κύριους προορισμούς, ενώ καμία δεν βρίσκεται ακόμα σε στάδιο οικοδομικών αδειών και κατασκευής

κλίνες $\approx$ 11.154
Επένδυση: €2.551 εκατ.

15 χρόνια χρειάζονται, κατά μέσο όρο, έτσι ώστε μια επένδυση να προχωρήσει από το στάδιο του σχεδιασμού στο στάδιο της υλοποίησης

Επενδύσεις Fast Track (Greenfield)

Μέχρι στιγμής, 6 από τα 12 υποβληθέντα σχέδια ξενοδοχείων έχουν εγκριθεί στη διαδικασία Fast Track, τα περισσότερα από τα οποία βρίσκονται στη Χαλκιδική, ενώ κανένα από αυτά δεν έχει ολοκληρωθεί ή έχει αρχίσει να λειτουργεί

Κλίνες: 2.666
Επένδυση : €2.754 εκ.

Συνολικά, **οι επενδύσεις fast track είναι αργές** με μέσο όρο εκκίνησης εργασιών στα 3,7 έτη από την υποβολή της αίτησής τους

Υπάρχουν 14 επενδύσεις Greenfield για ξενοδοχεία και βίλες με προϋπολογισμό € 2,5 δισ. και για περίπου 5.600 δωμάτια

15 χρόνια

απαιτείται, κατά μέσο όρο, ώστε μια επένδυση να προχωρήσει από το στάδιο του σχεδιασμού στο στάδιο της υλοποίησης

Πηγή: Τύπος



Πάνω από 400 ξενοδοχεία με μη βιώσιμο δανεισμό, πρέπει πρώτα να αναδιαρθρώσουν ή να αναχρηματοδοτήσουν το χρέος τους πριν προσελκύσουν νέες επενδύσεις

Διαγραφή χρέους μέχρι ύψους € 490 εκατ. για να απελευθερωθούν περιουσιακά στοιχεία (περίπου 18,6 χιλ. κλίνες), κυρίως από ξενοδοχεία Zombie

Αναδιάρθρωση / αναχρηματοδότηση περίπου € 2,1 δισ. για αποκατάσταση λειτουργικής κερδοφορίας (περίπου 108,3 χιλ. κλίνες)

Παγιδευμένα δάνεια € 0,5 δισ.



18,6 χιλ. κλίνες

σε εταιρείες με παγιδευμένο δανεισμό στους ισολογισμούς τους



75 ξενοδοχειακές Μονάδες

50 ξενοδοχειακές μονάδες σε κύριους προορισμούς

25 ξενοδοχειακές μονάδες σε δευτερεύοντες προορισμούς

Αναχρηματοδοτούμενα δάνεια € 2,1 δισ.



108,3 χιλ. κλίνες

σε εταιρείες με μη βιώσιμο δανεισμό, αλλά με δυνατότητα αποκατάστασης της βιωσιμότητας



342 ξενοδοχειακές Μονάδες

290 ξενοδοχειακές μονάδες σε κύριους προορισμούς

52 ξενοδοχειακές μονάδες σε δευτερεύοντες προορισμούς

Λίγες συναλλαγές ξενοδοχείων που καταδεικνύουν χαμηλή ρευστότητα και σημαντική διαφορά αντίληψης αξίας μεταξύ αγοραστών και πωλητών

Ε&Σ ξενοδοχείων

Το 2017, πραγματοποιήθηκαν 18 μεγάλες πωλήσεις ξενοδοχείων, κυρίως ως εκποιήσεις μη βασικών περιουσιακών στοιχείων από τις τέσσερις συστημικές τράπεζες

Κλίνες: 13.319
Επένδυση : € 310 εκ.

Διαθέσιμα για πώληση

65 ξενοδοχειακές εταιρείες σε λειτουργία σε κύριους προορισμούς



Μέση ζητούμενη τιμή ανά κλίνη

2,3X υψηλότερη

από τη μέση αξία μιας όμοιας ξενοδοχειακής μονάδας

Οι προς πώληση κλίνες αντιπροσωπεύουν περίπου

2%* της συνολικής αγοράς

Διαθέσιμα για πώληση

35 ξενοδοχειακά ακίνητα προς πώληση σε κύριους προορισμούς



Μέση ζητούμενη τιμή ανά κλίνη

40% μικρότερη

από το μέσο κόστος κατασκευής ενός αντίστοιχου ξενοδοχείου

Οι προς πώληση κλίνες αντιπροσωπεύουν περίπου

0,6%* της αγοράς στους κυρίους και

0,1%* στους δευτερεύοντες προορισμούς

* Με βάση τον συνολικό αριθμό των ξενοδοχειακών κλινών (806.045) και των συνολικών κλινών στις διαφημίσεις (16.063)

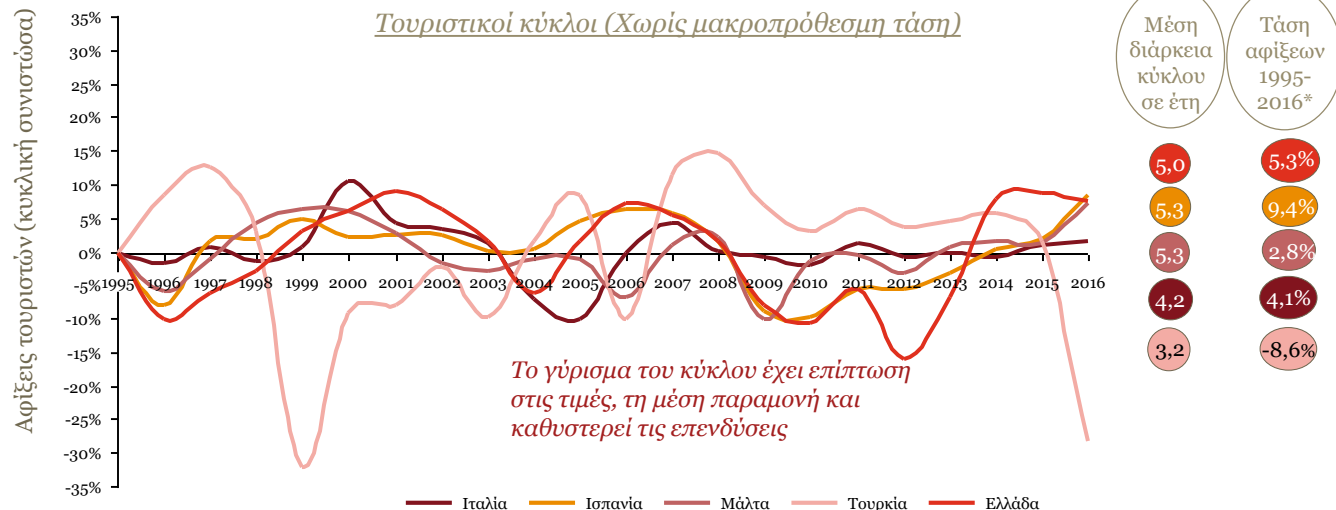
Πηγή: Τύπος, Ανάλυση PwC

Ελληνικός Τουρισμός - Η επόμενη μέρα

Υπάρχουν λίγοι ειδικοί κίνδυνοι στον ορίζοντα για τη μείωση της ανάπτυξης του τουρισμού και οι περισσότεροι από αυτούς εντάσσονται στον τυπικό τουριστικό κύκλο

- Ο σημαντικότερος κίνδυνος είναι η κάμψη της ζήτησης του τρέχοντος τουριστικού κύκλου
- Οι τουριστικοί κύκλοι είναι αποτέλεσμα ενός συνδυασμού οικονομικής συμπεριφοράς των εισερχόμενων τουριστών ανά χώρα προέλευσης, καθώς και του ανταγωνισμού μεταξύ των προορισμών
- Οι τουριστικοί κύκλοι συνήθως έχουν μέση διάρκεια μεταξύ 4 και 5 ετών και παρουσιάζουν μόνιμη ανοδική τάση, γεγονός που σπάνια οδηγεί σε πραγματική μείωση τουριστικών ροών και εισοδήματος
- Η Ελλάδα βρίσκεται στην κορυφή του τρέχοντος κύκλου της και αναμένεται επιβράδυνση της τουριστικής δραστηριότητας
- Οποιαδήποτε επιβράδυνση έχει αναπόφευκτα αντίκτυπο στις τιμές και τη μέση διαμονή, και καθυστερεί τις επενδύσεις

- Η μέση διάρκεια του κύκλου των αφίξεων τουριστών (από κορυφή σε κορυφή) ποικίλλει ανά χώρα, αλλά κυμαίνεται γύρω στα 5 έτη
- Ο κύκλος των ανταγωνιστικών χωρών είναι σε σημαντικό βαθμό σύγχρονος



* Από την πρώτη κορυφή στην τελευταία κορυφή (μπορεί να διαφέρει για διάφορες χώρες)

Πηγή: Παγκόσμια Τράπεζα (τελευταία δεδομένα 18/10/2018)

Οι προκλήσεις του ελληνικού τουρισμού

1

Υψηλή συγκέντρωση αφίξεων από ΕΕ

- Συγκέντρωση από ΕΕ: 68%

**Κύριες χώρες προέλευσης
(% των συνολικών αφίξεων)**

- Γερμανία: 14%
- Ηνωμένο Βασίλειο: 11%
- Γαλλία: 5%
- Ιταλία: 5%
- ΗΠΑ: 3%

**Χώρες με μεγάλη αύξηση στις
αφίξεις (CAGR₂₀₁₄₋₂₀₁₇)**

Αυστραλία: 21%

**Χώρες με συστηματικά
μακρόχρονες διαμονές:**

ΗΠΑ: 11,0 διανυκτερεύσεις

Γερμανία: 10,2 διανυκτερεύσεις

Ηνωμένο Βασίλειο: 8,8 διανυκτερεύσεις

2

Υψηλή ζήτηση την περίοδο αιχμής

Εποχικότητα αφίξεων

- 2^ο & 3^ο Τρίμηνο: 77%
- 1^ο & 4^ο Τρίμηνο: 23%

**Σκοπός του ταξιδιού
(% των συνολικών αφίξεων)**

- Sun & Beach: 48%
- Πολιτισμός: 10%
- MICE: 3%
- Ιστιοπλοΐα: 4%
- City Break: 4%
- Άλλο: 31%

3

Σημαντική και συστηματική υπό-εκμετάλλευση της χωρητικότητας

Τουριστικές αφίξεις

Κύριοι Προορισμοί: 84%

Δευτερεύοντες Προορισμοί : 16%

Μέση ετήσια πληρότητα

- Κύριοι Προορισμοί: 58%
- Δευτερεύοντες Προορισμοί : 31%

4

Υποεπένδυση σε φυσικές εγκαταστάσεις και υποδομές

**Χρόνος ολοκλήρωσης νέας
επένδυσης (greenfield) ~ 15 χρόνια**

**Ξενοδοχειακές επενδύσεις
(2010-2015)**

€ 1,8 δισ.

**Τουριστικές υποδομές προς
υλοποίηση €11,2δισ. (2018-
2023), από τα οποία:**

- Λιμάνια & Μαρίνες: € 0,5δισ.
- Αεροδρόμια: € 1,3δισ.
- Οδικά έργα: € 3,5 δισ.
- Ενεργειακές διασυνδέσεις: € 3,5 δισ.
- Περιβαλλοντική εξευγένιση: € 0,6 δισ.
- Σιδηρόδρομοι: € 1,8δισ.

Η ανάπτυξη δευτερευόντων προορισμών είναι ως η πιο υποσχόμενη στρατηγική από άποψη οικονομικής αξίας

Στρατηγική Α : Ανάπτυξη δευτερευόντων προορισμών

Ενδεχόμενο κέρδος (x)			
Ομάδα	Ανάπτυξη δευτερευόντων προορισμών		
	5*	4*	3*/2*/1*
Star	(3,3)	1,4	1,8
Grey	1,7	1,8	1,0

- Σε δευτερεύοντες προορισμούς τα ξενοδοχεία τείνουν να παρουσιάζουν χρόνια υπο-απόδοση εξαιτίας της χαμηλής πληρότητας και συνεπώς των χαμηλότερων τιμών
- Το μάρκετινγκ των ξενοδοχείων σε δευτερεύοντες προορισμούς θα πρέπει να είναι επιθετικό έτσι ώστε να βελτιώσουν τα λειτουργικά τους αποτελέσματα
- Καμία σημαντική επιπλέον επένδυση πέραν της τακτικής συντήρησης δεν απαιτείται
- Οι δευτερεύοντες προορισμοί που σχετίζονται καλύτερα με αυτή την στρατηγική είναι το Βόρειο Αιγαίο, η Θεσσαλία και η Δυτική Ελλάδα
- Τα ξενοδοχεία Star 5* είναι οι πιο κατάλληλοι στόχοι αυτής της στρατηγικής, ακολουθούμενοι από τα Grey 4*
- Η ανάπτυξη ενός νέου προορισμού θα μπορούσε να αποδειχθεί δαπανηρή, λόγω της αναβάθμισης υποδομών και του κόστους μάρκετινγκ και μπορεί να χρειαστεί κρατική στήριξη

Στρατηγική Β : Προσθήκη χωρητικότητας σε κυρίους προορισμούς

Ενδεχόμενο κέρδος (x)			
Ομάδα	Δημιουργία νέων ξενοδοχείων		
	5*	4*	3*/2*/1*
Star	1,1	1,1	(1,2)
Grey	0,7	0,6	0,7
Ελέκταση χωρητικότητας			
Star	1,6	1,6	(1,8)
Grey	1,0	0,9	0,9

- Η χωρητικότητα σε ορισμένους προορισμούς είναι μικρότερη από την ενδεχόμενη ζήτηση
- Η νέα χωρητικότητα αυξάνει τη διαθεσιμότητα των δωματίων και, ανάλογα με την κατανομή της αξιολόγησης, μπορεί να αυξήσει τον μέσο όρο των διανυκτερεύσεων
- Όταν νέες μονάδες συνδυάζονται με υπάρχοντες μονάδες, η οικονομική απόδοση βελτιώνεται
- Η επέκταση χωρητικότητας στα υπάρχοντα Star ξενοδοχεία φαίνεται να είναι η καλύτερη επιλογή
- Η δημιουργία νέων Star ξενοδοχείων έχει μέτρια απόδοση, ενώ η δημιουργία νέων Grey ξενοδοχείων δεν προσθέτει καμία επιπλέον αξία

Στρατηγική Γ: Αναβάθμιση των ξενοδοχειακών μονάδων στην επόμενη κατηγορία

Ενδεχόμενο κέρδος (x)		
Ομάδα	Αναβάθμιση στην επόμενη κατηγορία (Κύριοι)	
	4* --> 5*	3* --> 4*
Star	1,5	1,4
Grey	(1,6)	1,1
Αναβάθμιση στην επόμενη κατηγορία (Δευτερεύοντες)		
Star	1,2	0,8
Grey	0,7	1,4

- Οι επενδύσεις στην αναβάθμιση των ξενοδοχείων κρίνονται απαραίτητες μετά, από χρόνια υπο-επενδύσεων
- Η αναβάθμιση στην επόμενη κατηγορία θα αυξήσει τις τιμές των δωματίων σε βάρος της επιπλέον επένδυσης
- Η αναβάθμιση αυξάνει τόσο την λειτουργική κερδοφορία όσο και την απόδοση της επένδυσης
- Η βελτίωση της αξίας τείνει να είναι μεγαλύτερη για τα Grey ξενοδοχεία κατά την αναβάθμιση από 4* σε 5*, ακολουθούμενη από τα Star ξενοδοχεία
- Οι κύριοι προορισμοί προσφέρουν σταθερά προστιθέμενη αξία



Υπάρχουν τέσσερις αλληλένδετες πολιτικές που πρέπει να εφαρμόζονται με συνέπεια για την αντιμετώπιση των δυσκολιών και την αύξηση της αξίας του τουρισμού στην οικονομία

Προσέλκυση τουριστών με υψηλό εισόδημα

- Ανάπτυξη συμπληρωματικού δικτύου διανομής εκτός ΕΕ
- Δημιουργία ισχυρών δεσμών συνεργασίας με τις χώρες προέλευσης
- Διαχείριση κινδύνων που συνδέονται με τον κύκλο του τουρισμού

Εισαγωγή συμπληρωματικών προϊόντων

- Ανάπτυξη συνεδριακού τουρισμού εκτός αιχμής
- Ανάπτυξη συμπληρωματικών προϊόντων
- Εισαγωγή δυναμικής τιμολόγησης
- Δημιουργία δικτύου διανομής προϊόντων εκτός αιχμής
- Προσφορά συγκεντρωμένων εμπειριών
- Ενίσχυση του συμπληρωματικού μάρκετινγκ των υπηρεσιών φιλοξενίας

Επέκταση ζήτησης σε δευτερευόντες προορισμούς

- Προώθηση των χαρακτηριστικών «ηλίου και θάλασσας» των δευτερευόντων προορισμών
- Βελτίωση της εναέριας συνδεσιμότητας και σύνδεση των χωρών προέλευσης με τους δευτερευόντες προορισμούς
- Αναβάθμιση προϊόντος σε δευτερευόντες προορισμούς (διαμονή και εξυπηρέτηση)

Αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος

- Επένδυση σε νέα ξενοδοχεία
- Ξενοδοχειακά έργα σε επενδύσεις Greenfield και βίλες
- Επένδυση στην ανακαίνιση και αναβάθμιση των ξενοδοχείων
- Αναβάθμιση των υποδομών του τουριστικού προϊόντος και της συνδεσιμότητας

Εκτιμώμενη επίδραση

Περιοχές επίδρασης

+ € 6,9δισ.
τουριστικές εισπράξεις

- ✓ Τουριστικές εισπράξεις
- ✓ Κερδοφορία των ξενοδοχείων
- × Επενδύσεις

+ € 2,6δισ.
τουριστικές εισπράξεις

- ✓ Τουριστικές εισπράξεις
- ✓ Κερδοφορία των ξενοδοχείων
- × Επενδύσεις

+ € 2,1δισ.
έσοδα ξενοδοχείων σε δευτερευόντες προορισμούς

- × Τουριστικές εισπράξεις
- ✓ Κερδοφορία των ξενοδοχείων
- × Επενδύσεις

+ € 4,3δισ.
Πρόσθετο ΑΕΠ ανά έτος

- ✓ Τουριστικές εισπράξεις
- ✓ Κερδοφορία των ξενοδοχείων
- ✓ Επενδύσεις



Η επόμενη μέρα του ελληνικού τουρισμού θα είναι καλή, αλλά μπορεί να γίνει πολύ καλή

- Ο τουρισμός είναι, και θα παραμείνει, μια μεγάλη οικονομική δύναμη στην Ελλάδα. Σε γενικές γραμμές είναι παγκοσμίως ανταγωνιστικός και η απόδοσή του βελτιώνεται
- Τα οικονομικά του κλάδου παρουσιάζουν μια ουσιαστική διαίρεση μεταξύ κύριων και δευτερευόντων προορισμών
- Παρά την συστηματική αύξηση των τουριστικών αφίξεων, οι απαιτούμενες επενδύσεις για την περίοδο 2018-2022 είναι λελογισμένες και ανέρχονται σε περίπου € 6δισ.
- Γενικότερα, ο ελληνικός τουρισμός δεν αντιμετωπίζει μεγάλους κινδύνους
- Τέσσερις πολιτικές θα διευκολύνουν την υλοποίηση των επενδυτικών στρατηγικών και θα προσθέσουν αξία στην οικονομία:
 - Προσέλκυση τουριστών με υψηλό εισόδημα (+ € 6,9δισ. **τουριστικές εισπράξεις**)
 - Εισαγωγή συμπληρωματικών προϊόντων (+ € 2,6δισ. **τουριστικές εισπράξεις**)
 - Επέκταση ζήτησης σε δευτερεύοντες προορισμούς (+ € 2,1δισ. **έσοδα ξενοδοχείων σε δευτερεύοντες προορισμούς**)
 - Αναβάθμιση του τουριστικού προϊόντος (+ € 4,3δισ. **πρόσθετο ΑΕΠ ανά έτος**)
- Είναι απαραίτητη η **σύμπραξη δημόσιου-ιδιωτικού** τομέα για την ενίσχυση της συνεισφοράς του τουρισμού

