Deloitte.

INSETE

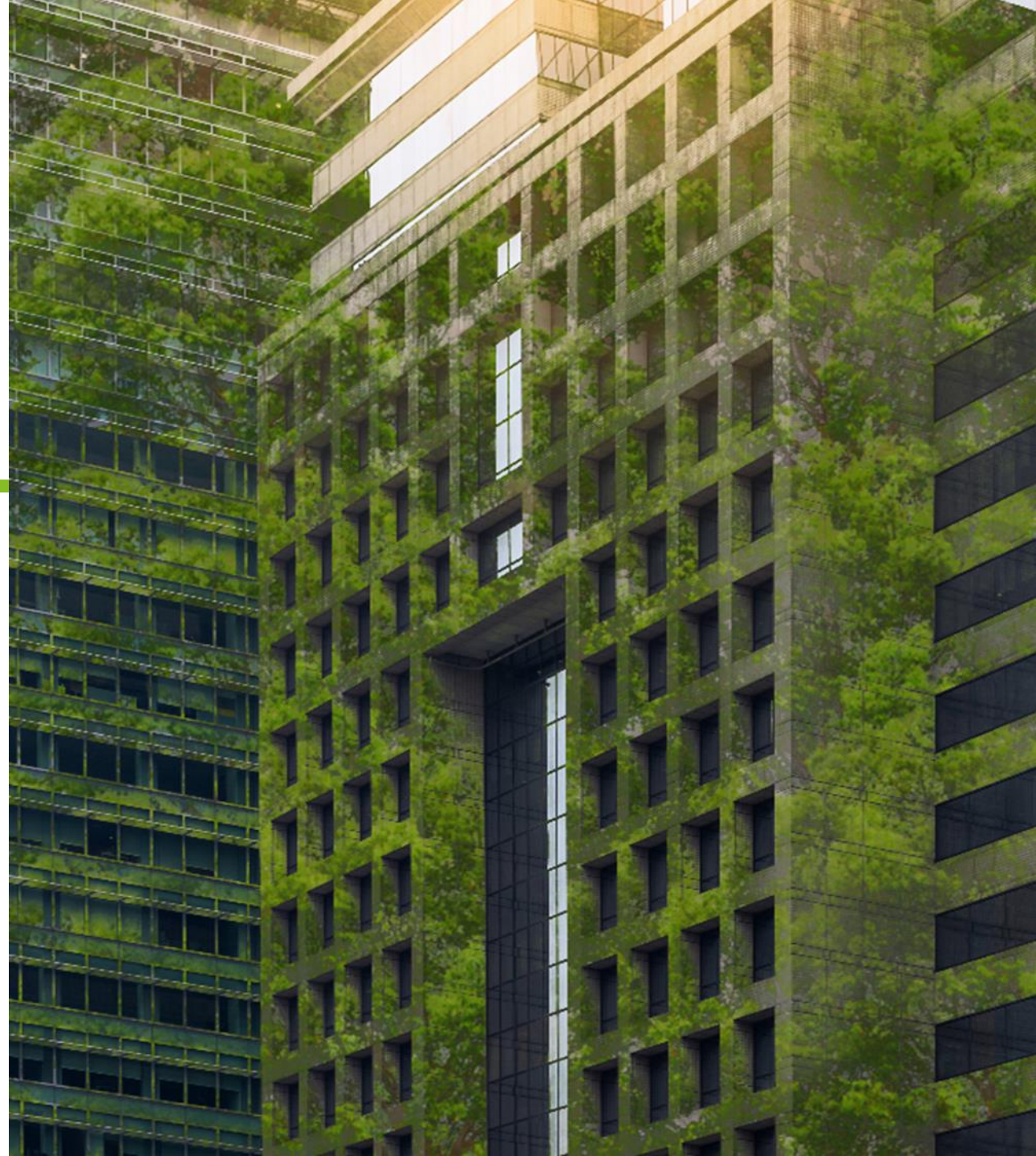
Βιωσιμότητα στον ελληνικό τουρισμό

Χαράζοντας το δρόμο προς μια βιώσιμη τουριστική ανάπτυξη

Διευκρινίσεις & περιοριστικοί όροι

- Το παρόν τεύχος αποτελεί μετάφραση της μελέτης με τίτλο Deloitte-INSETE Report "Sustainability in the Greek tourism market “ (εφεξής «η μελέτη») που εκπονήθηκε από την Deloitte σε συνεργασία με το ΙΝΣΕΤΕ (εφεξής «ΙΝΣΕΤΕ»)
- Το αγγλικό κείμενο της μελέτης είναι διαθέσιμο εδώ.
- Η μετάφραση της μελέτης μπορεί να αποκλίνει από την αγγλική εκδοχή. Αυτό μπορεί να οφείλεται σε διάφορους παράγοντες, όπως η πολυπλοκότητα της γλώσσας και οι διαφορές στα νοήματα. Αν η ελληνική εκδοχή παρουσιάζει κάποιες διαφορές με την αγγλική εκδοχή, τότε θα υπερισχύει η αγγλική εκδοχή.
- Η Deloitte και το ΙΝΣΕΤΕ έχουν τα πλήρη δικαιώματα χρήσης και εκμετάλλευσης της μετάφρασης της μελέτης.
- Επιτρέπεται η αναδημοσίευση, πάντα με αναγραφή της πηγής προέλευσης.
- Η Deloitte, το ΙΝΣΕΤΕ και οι συγγραφείς της μελέτης δεν μπορούν να θεωρηθούν υπεύθυνοι για τυχόν αποκλίσεις των πληροφοριών που αναφέρονται στην μελέτη ή για τυχόν παραλείψεις. Οι εκτιμήσεις και πληροφορίες που περιέχονται στην μελέτη δίδονται για ενημερωτικούς και μόνο σκοπούς και όχι για εμπορικούς, επενδυτικούς ή άλλους σκοπούς. Η χρήση ή στήριξη στην μελέτη από οποιοδήποτε μέρος και τυχόν αποφάσεις που βασίζονται σε αυτήν αποτελούν αποκλειστική υπευθυνότητα αυτών που χρησιμοποιούν την μελέτη.
- Η Deloitte, το ΙΝΣΕΤΕ και οι συγγραφείς της μελέτης δε φέρουν καμιά ευθύνη ή υποχρέωση για ζημίες που μπορεί να προκύψουν σε οποιοδήποτε μέρος, ως αποτέλεσμα αποφάσεων που τυχόν ληφθούν βασισμένες στην μελέτη.

Εισαγωγή



Καθώς η εμπιστοσύνη και η αισιοδοξία στον ταξιδιωτικό κλάδο έχει επανακάμψει και οι ταξιδιώτες αναζητούν νέους προορισμούς για το επόμενο ταξίδι τους, ο τουρισμός αναμένεται να παραμείνει μεταξύ των ισχυρότερων και ταχύτερα αναπτυσσόμενων κλάδων παγκοσμίως. Πριν από την πανδημία COVID-19, ο τουρισμός αντιπροσώπευε μία στις πέντε νέες θέσεις εργασίας που δημιουργήθηκαν διεθνώς κατά την περίοδο 2014-2019 και συνεισέφερε το 10,3% του συνόλου των θέσεων εργασίας (334 εκατ.) και το 10,4% του παγκόσμιου ΑΕΠ (US$10 τρις) το 2019 (πηγή: WTTC).

Ωστόσο, αυτή η ανάπτυξη δεν υφίσταται χωρίς τις επιπτώσεις της. Με βάση έρευνα του Προγράμματος των Ηνωμένων Εθνών για το Περιβάλλον, η κατανάλωση βασικών πόρων από τον κλάδο του τουρισμού (δηλ. ενέργεια, νερό, γη και υλικά), καθώς και η παραγωγή στερεών αποβλήτων και λυμάτων, η απώλεια βιοποικιλότητας και οι εκπομπές αερίων θερμοκηπίου που οφείλονται σε αυτόν αυξάνονται με ταχείς ρυθμούς. Επιπλέον, η έμφαση των καταναλωτών στη βιωσιμότητα και οι παγκόσμιοι στόχοι για ένα πιο βιώσιμο μέλλον αναμένεται να δημιουργήσουν αναταράξεις στον κλάδο και να θέσουν νέα πρότυπα από εδώ και στο εξής. Σε σχέση με τα προηγούμενα χρόνια, οι ταξιδιώτες στρέφονται με όλο και μεγαλύτερη αποφασιστικότητα προς βιώσιμες επιλογές και εστιάζουν όλο και περισσότερο στον θετικό αντίκτυπο που μπορούν να έχουν τα ταξίδια τους στις τοπικές κοινότητες και στα οικοσυστήματα.

Παρά τις επικείμενες αλλαγές και την παγκόσμια αναγνώριση ότι η βιωσιμότητα πρέπει να αποτελεί καθοριστικό παράγοντα της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης, ελάχιστα γνωρίζουμε μέχρι στιγμής για την ετοιμότητα του ελληνικού τουριστικού κλάδου και το όραμα, τους στόχους και τις προτεραιότητες των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Με βάση διεθνείς κατατάξεις και δείκτες, ο ελληνικός τουριστικός κλάδος πρέπει να εστιάσει στη βελτίωση των επιδόσεών του στον τομέα της βιωσιμότητας, καθώς υστερεί σε σύγκριση με βασικούς ανταγωνιστικούς προορισμούς της Μεσογείου. Η σημασία και η αναγκαιότητα της ανάληψης δράσεων βιωσιμότητας στον ελληνικό τουρισμό ήταν κάτι που είχε αναγνωρισθεί και αναλυθεί στο πλαίσιο της μελέτης «Ελληνικός Τουρισμός 2030 - Σχέδια Δράσης», που εκπονήθηκε από το Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ) και το Ινστιτούτο του (ΙΝΣΕΤΕ), με την υποστήριξη της Deloitte και της Remaco (https://insete.gr/greektourism2030/).

Προς αυτή την κατεύθυνση, η Deloitte σε συνεργασία με το ΙΝΣΕΤΕ, πραγματοποίησε μια ολοκληρωμένη έρευνα για τα βασικά θέματα και ζητήματα βιωσιμότητας του ελληνικού τουρισμού. Πρόκειται για την πρώτη προσπάθεια ανάδειξης της υφιστάμενης κατάστασης της βιωσιμότητας στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις ολόκληρης της αλυσίδας αξίας του κλάδου, με έμφαση στην χάραξη πορείας προς ένα καθαρότερο και πιο πράσινο μέλλον. Συνεπώς, τα ευρήματα της έρευνας υποδεικνύουν τις τρέχουσες αντιλήψεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων αναφορικά με τη βιωσιμότητα, αναδεικνύουν δράσεις που αναλαμβάνουν και προτεραιότητες που θέτουν, και εντοπίζουν ευκαιρίες που μπορούν να εκμεταλλευτούν, καθώς επίσης και απειλές και εμπόδια που αντιμετωπίζουν.

Καθώς οι καταναλωτές αναζητούν περισσότερο βιώσιμες, περιβαλλοντικά και κοινωνικά, ταξιδιωτικές εμπειρίες, όλα τα ενδιαφερόμενα μέρη του κλάδου, προορισμοί και επιχειρήσεις, πρέπει να αδράξουν την ευκαιρία και να επενδύσουν σε επιλογές που διαφυλάσσουν τους φυσικούς πόρους και έχουν θετικό αντίκτυπο στα φυσικά οικοσυστήματα και την κοινωνία. Παρά την πρόοδο που έχει σημειώσει ο ελληνικός τουρισμός μέχρι σήμερα, υπάρχουν ακόμη πολλά που πρέπει να ληφθούν υπόψη όσον αφορά την ενημέρωση / ευαισθητοποίηση και τη δράση. Ελπίζουμε ότι τα αποτελέσματα και ευρήματα της παρούσας έρευνας μας μπορούν να υποστηρίξουν τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις στη μετάβαση προς ένα πιο βιώσιμο, συμπεριληπτικό και πράσινο μέλλον.

«Η ανάγκη για βιώσιμη ανάπτυξη γίνεται όλο και πιο επιτακτική για τον ελληνικό τουριστικό τομέα. Η έρευνα μας αποκαλύπτει ότι εξακολουθούν να υπάρχουν αποκλίσεις και διαφορές μεταξύ των προτιμήσεων των ταξιδιωτών για πιο βιώσιμες ταξιδιωτικές επιλογές και των αντιλήψεων και δράσεων των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων. Ο ελληνικός τουρισμός χρειάζεται να στραφεί άμεσα προς ένα νέο μοντέλο με πυρήνα την περιβαλλοντική, οικονομική και κοινωνική βιωσιμότητα»

Σκοπός της έρευνας

Σκοπός αυτής της έρευνας είναι η καλύτερη κατανόηση του πώς οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, σε όλη την αλυσίδα αξίας του τουρισμού, ενεργούν και επενδύουν στον τομέα της βιωσιμότητας (τόσο της περιβαλλοντικής όσο και της κοινωνικοοικονομικής), σε ποιο βαθμό θέτουν στόχους βιωσιμότητας και μετρούν την απόδοσή τους σε σχέση με αυτούς τους στόχους, εάν έχουν ή είναι πρόθυμες να αποκτήσουν πιστοποιήσεις βιωσιμότητας, εάν αξιοποιούν δίκτυα και συνεργασίες για την προώθηση της βιωσιμότητας, εάν ενσωματώνουν τη βιωσιμότητα στον οργανισμό και στις δομές διακυβέρνησής τους, πώς αντιλαμβάνονται τα οφέλη της βιώσιμης δράσης, ποια είναι τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν, και πόσο σημαντική πιστεύουν ότι είναι η βιωσιμότητα για τους πελάτες τους.

Μέσω της καλύτερης και πιο ολοκληρωμένης κατανόησης των συμπεριφορών, των αντιλήψεων και των στάσεων των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων ως προς την βιωσιμότητα, καθώς και των τομέων και περιοχών όπου απαιτούνται περισσότερες δράσεις και βελτιώσεις, η συγκεκριμένη μελέτη στοχεύει επίσης στο να παράσχει βασικές κατευθύνσεις και προτάσεις σε επιχειρήσεις και φορείς χάραξης πολιτικής αναφορικά με το πως θα μπορούσαν να ενισχύσουν περαιτέρω τις δράσεις βιωσιμότητας σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας του τουρισμού και πως να προωθήσουν ένα πιο βιώσιμο μοντέλο ανάπτυξης για τον ελληνικό τουρισμό.

Μεθοδολογία

Η μελέτη βασίζεται σε πρωτογενή έρευνα που πραγματοποιήθηκε μεταξύ 204 ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, μελών του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Οι συγγραφείς θα ήθελαν να εκφράσουν τις ευχαριστίες τους στον ΣΕΤΕ για την υποστήριξη στη διεξαγωγή αυτής της έρευνας.

Η πρωτογενή έρευνα διεξήχθη την περίοδο Ιανουάριος-Απρίλιος 2023, στη βάση διαδικτυακών ερωτηματολογίων, ενώ οι συμμετέχοντες δραστηριοποιούνται σε όλη την αλυσίδα αξίας του τουρισμού (μεταφορές, διαμονή, DMCs / tour operators / ταξιδιωτικά γραφεία, άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως π.χ. διοργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων, συμβουλευτικές υπηρεσίες και υπηρεσίες πιστοποίησης, κ.λπ.).

Σχετικά με τη Deloitte Ελλάδος

Η Deloitte Ελλάδος είναι μέλος της Deloitte Touché Tohmatsu (DTT) από το 1975. Με γραφεία σε Αθήνα, Θεσσαλονίκη, Ηράκλειο, Πάτρα και Ιωάννινα και απασχολώντας περισσότερους από 2.700 επαγγελματίες, παρέχουμε ένα μεγάλο εύρος συμβουλευτικών, χρηματοοικονομικών, διαχείρισης κινδύνου φορολογικών, νομικών και ελεγκτικών υπηρεσιών, προς κορυφαίες ιδιωτικές εταιρείες και δημόσιους φορείς, σε ποικίλους κλάδους. Η Deloitte Ελλάδος συνεργάζεται στενά με κορυφαίες εταιρείες και οργανισμούς του κλάδου του Τουρισμού και Φιλοξενίας και έχει συμμετάσχει σε σημαντικά έργα στην Ελλάδα και διεθνώς. Επιπλέον, η Deloitte διαθέτει στρατηγικές συνεργασίες και συμμαχίες με σημαντικούς οργανισμούς του κλάδου (IATA, WEF, UNWTO, WTTC, κ.λπ.).

Σχετικά με το ΙΝΣΕΤΕ

Το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) είναι Αστική Μη Κερδοσκοπική Εταιρεία που ιδρύθηκε στις αρχές του 2013, με πρωτοβουλία του ΣΕΤΕ, από τέσσερις εταίρους με έντονη δραστηριοποίηση σε κρίσιμα πεδία / περιοχές της ελληνικής τουριστικής αγοράς και συγκεκριμένα τον Σύνδεσμο Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ), την Πανελλήνια Ομοσπονδία Ξενοδόχων (ΠΟΞ), το Σύνδεσμο των εν Ελλάδι Τουριστικών & Ταξιδιωτικών Γραφείων (HATTA) και την Συνομοσπονδία Επιχειρηματιών Ενοικιαζόμενων Δωμάτιων Διαμερισμάτων Ελλάδος (ΣΕΤΚΕ). Οι βασικοί άξονες δράσης του ΙΝΣΕΤΕ είναι οι ακόλουθοι:

- Η μελέτη, προστασία και προαγωγή της θέσης και της συμβολής του τουρισμού
- Η στήριξη και προώθηση της επιχειρηματικότητας (συμβατικής και κοινωνικής) στον τομέα του τουρισμού
- Η ενίσχυση πολιτικών ανάπτυξης και εργαλείων για τους ανθρώπινους πόρους του τουριστικού τομέα
- Η παροχή πάσης φύσεως επιστημονικής, τεχνικής ‘η/και άλλης υποστήριξης προς τον ΣΕΤΕ

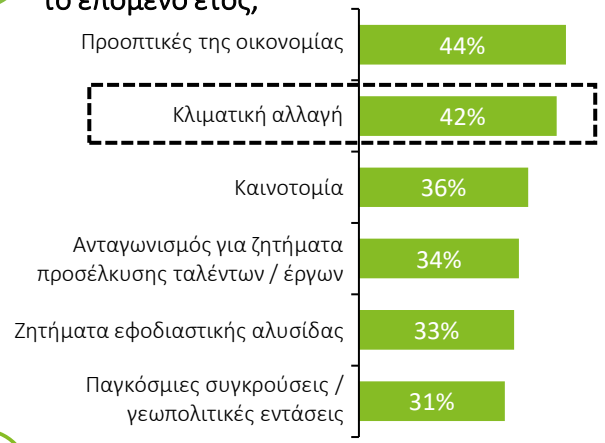
Κύριες τάσεις & θέματα / ζητήματα του βιώσιμου τουρισμού

Deloitte 2023 CxO Sustainability Report | Παγκόσμιες τάσεις και θέματα / ζητήματα

Τον τελευταίο χρόνο, τα στελέχη παγκοσμίως αντιμετώπισαν πολλές προκλήσεις, όπως, μεταξύ άλλων, η οικονομική αβεβαιότητα, οι γεωπολιτικές συγκρούσεις, οι διαταραχές της εφοδιαστικής αλυσίδας και η έλλειψη ταλέντων. Παρά την ύπαρξη αυτών των ζητημάτων, οι CxOs αναφέρουν ότι η **ανησυχία για την κλιματική αλλαγή εξακολουθεί να αποτελεί κύρια προτεραιότητα για τους οργανισμούς τους**. Ενώ η πλειοψηφία των CxOs που συμμετείχαν στην έρευνα συμμερίζεται την άποψη ότι μπορεί να επιτευχθεί παγκόσμια οικονομική ανάπτυξη, επιτυγχάνοντας παράλληλα τους στόχους της κλιματικής αλλαγής, εξακολουθεί να υπάρχει απόκλιση / κενό μεταξύ των δράσεων και του αντίκτυπου, καθώς οι οργανισμοί καθυστερούν να υλοποιήσουν δράσεις βιωσιμότητας στα πλαίσια των στρατηγικών τους.

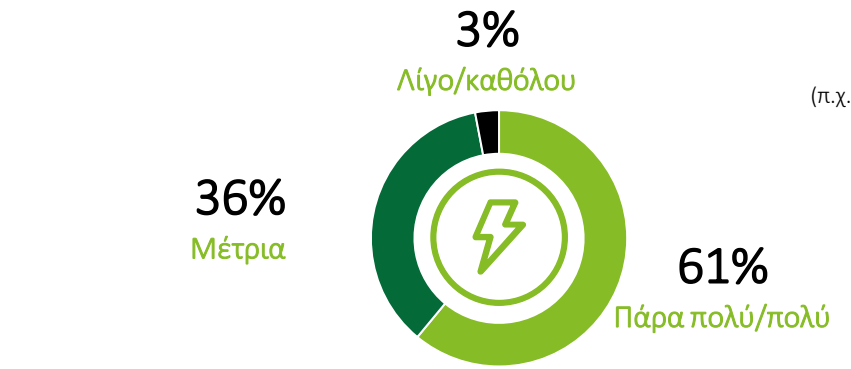
Η κλιματική αλλαγή παραμένει κορυφαία προτεραιότητα

Ποια θεωρεί ο οργανισμός σας ως τα πιο «πιεστικά» θέματα / ζητήματα στα οποία πρέπει να επικεντρωθεί το επόμενο έτος;

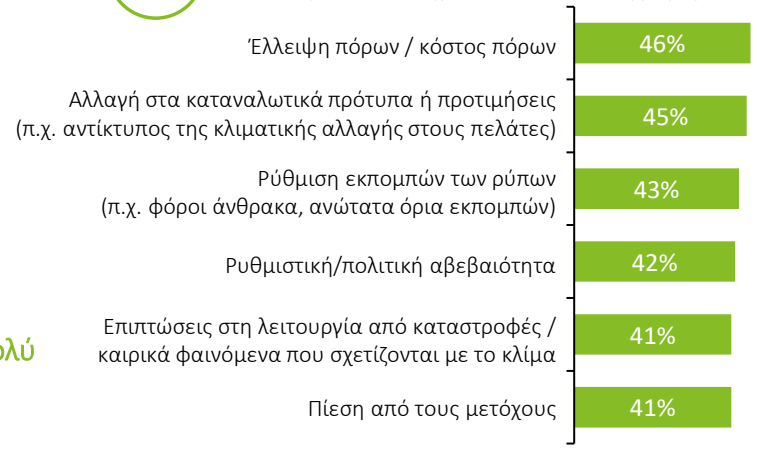


Σχεδόν κάθε οργανισμός έχει βιώσει τον αντίκτυπο της κλιματικής αλλαγής

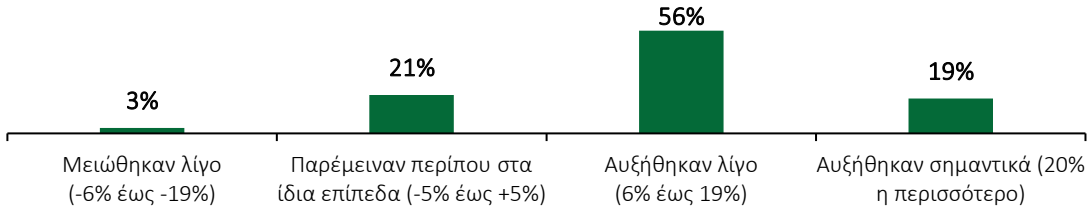
Σε ποιο βαθμό αναμένετε ότι η κλιματική αλλαγή θα επηρεάσει τη στρατηγική και τις λειτουργίες της εταιρείας σας τα επόμενα τρία χρόνια;



Τα κυριότερα θέματα / ζητήματα κλιματικής αλλαγής που επηρεάζουν τις επιχειρήσεις



Πώς έχουν αλλάξει οι επενδύσεις σας στη βιωσιμότητα το τελευταίο έτος;



- Αντί να περιορίσουν τις δαπάνες τους λόγω του πληθωρισμού, των γεωπολιτικών εντάσεων και της ενεργειακής κρίσης, τα C-level στελέχη φαίνεται ότι έχουν επιταχύνει τις προσπάθειές τους γύρω από τη βιωσιμότητα τον τελευταίο χρόνο. Όταν τους ζητήθηκε να κατατάξουν τα πιο «πιεστικά» θέματα / ζητήματα για τους οργανισμούς τους, το 42% τοποθέτησε την κλιματική αλλαγή ως ένα από τα τρία κορυφαία θέματα / ζητήματα με μόνο τις προοπτικές της οικονομίας να κατατάσσονται υψηλότερα.
- Η σημασία της κλιματικής αλλαγής αποτυπώνεται επίσης στις επενδύσεις των οργανισμών το προηγούμενο έτος: το 75% απάντησε ότι οι οργανισμοί τους έχουν αυξήσει τις επενδύσεις τους στη βιωσιμότητα, ενώ σχεδόν το 20% απάντησε ότι έχει αυξήσει σημαντικά τις επενδύσεις σε βιώσιμες πρακτικές.
- Μόλις το 3% ανάφερε ότι έχει μειώσει τις επενδύσεις στη βιωσιμότητα τον τελευταίο χρόνο. Οι πιο συνηθισμένοι λόγοι για τη μείωση ήταν η ανησυχία για μια οικονομική ύφεση και οι επιπτώσεις της σύγκρουσης Ρωσίας-Ουκρανίας.

Σημείωση: Το 2023 Deloitte CxO Sustainability Report βασίζεται σε έρευνα 2.016 C-level στελεχών. Η έρευνα διεξήχθη από τη KS&R Inc. και τη Deloitte, κατά την περίοδο Σεπτέμβριος-Οκτώβριος 2022, με ερωτηθέντες από 24 χώρες: 48% από Ευρώπη/Μέση Ανατολή/Νότια Αφρική, 28% από Αμερική, 24% από Ασία. Η μελέτη καλύπτει τους ακόλουθους κλάδους: Βιομηχανία καταναλωτικών αγαθών & υπηρεσιών (συμπεριλαμβανομένου του Τουρισμού και Φιλοξενίας), Χρηματοοικονομικές Υπηρεσίες, Τεχνολογία, Μέσα & Τηλεπικοινωνίες, Ενέργεια, Πόροι & Βιομηχανία, Επιστήμες Ζωής και Φροντίδα Υγείας. Επιπλέον, η KS&R και η Deloitte πραγματοποίησαν επιλεγμένες, κατ' ιδίαν συνεντεύξεις με ηγέτες της παγκόσμιας βιομηχανίας.

Πηγές: 2023 Deloitte CxO Sustainability Report

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

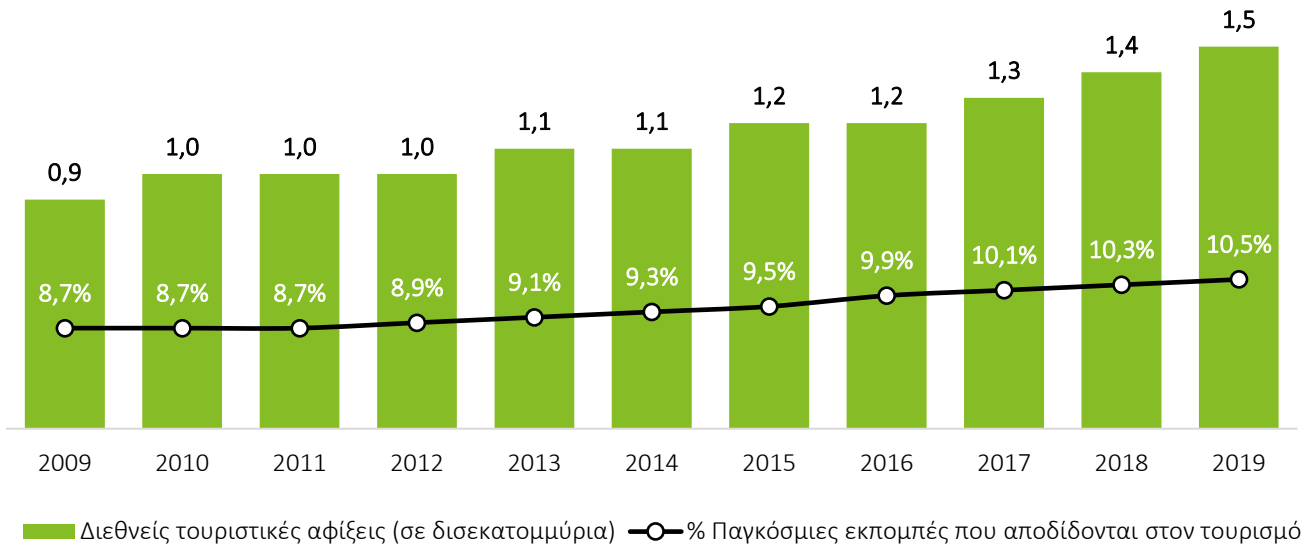
Ο αντίκτυπος του παγκόσμιου τουρισμού στο κλίμα και η ανάγκη για επαναπροσδιορισμό της τουριστικής ανάπτυξης τον 21ο αιώνα

Οι αρνητικές περιβαλλοντικές επιπτώσεις του τουρισμού είναι σημαντικές και περιλαμβάνουν τη μείωση των φυσικών πόρων, καθώς και προβλήματα ρύπανσης και διαχείρισης απορριμμάτων.

- Ο τουρισμός συμβάλλει στο ~10% των παγκόσμιων εκπομπών αερίων του θερμοκηπίου, με τις μεταφορές να αντιπροσωπεύουν το ~90% αυτών. Επιπλέον, έχει την πιο εκτεταμένη αλυσίδα αξίας και το πιο έντονο κοινωνικο-οικονομικό αποτύπωμα (UNWTO, 2020).
- Οι εκπομπές ρύπων από τα ταξίδια έχουν αυξηθεί σε ευθυγράμμιση με τις διεθνείς αφίξεις τουριστών. Όλα τα μέρη που δραστηριοποιούνται στον κλάδο θα πρέπει να επαναπροσδιορίσουν τις αντιλήψεις τους γύρω από τα βιώσιμα ταξίδια για να ενισχύσουν τον αντίκτυπο του βιώσιμου τουρισμού.

Λαμβάνοντας υπόψη τη θετική συσχέτιση μεταξύ των ταξιδιωτικών εκπομπών και των διεθνών τουριστικών αφίξεων, καθώς και των τρεχουσών προβλέψεων του κλάδου (1,8 δις τουριστικές αφίξεις έως το 2030), καθίσταται επιτακτική η ανάγκη να τεθεί η βιωσιμότητα στο επίκεντρο της μελλοντικής τουριστικής ανάπτυξης.

Παγκόσμιες τουριστικές αφίξεις και εκπομπές, 2009-2019



Πηγές: Skift Research "A Short History of the Travel Industry's Sustainability Efforts", WTTC "A Net Zero Roadmap for Travel & Tourism"

Ο κλιματικός αντίκτυπος του παγκόσμιου τουρισμού

90% των παγκόσμιων εκπομπών GHG **αποδίδονται στον τομέα των μεταφορών**.

Μέχρι το 2030, οι παγκόσμιες εκπομπές CO^2 που σχετίζονται με τις μεταφορές στον τουρισμό προβλέπεται **να αυξηθούν κατά 25% σε σχέση με τα επίπεδα του 2016** (από 1.597 Mt CO^2 σε 1.998 Mt CO^2 βάσει του Statista Research Department). Αυτή η αύξηση προβλέπεται να **αντιπροσωπεύει το 5,3% όλων των ανθρωπογενών εκπομπών παγκοσμίως το 2030.**

Με βάση ένα «business-as-usual» σενάριο, που αναπτύχθηκε από το Περιβαλλοντικό Πρόγραμμα των Ηνωμένων Εθνών (UN Environment Programme), ο παγκόσμιος τουρισμός αναμένεται έως το 2050 να σημειώσει αύξηση της τάξεως του **154% στην κατανάλωση ενέργειας, 131% στις εκπομπές αερίων του θερμοκηπίου, 152% στην κατανάλωση νερού και 251% στη διάθεση στερεών αποβλήτων.**

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

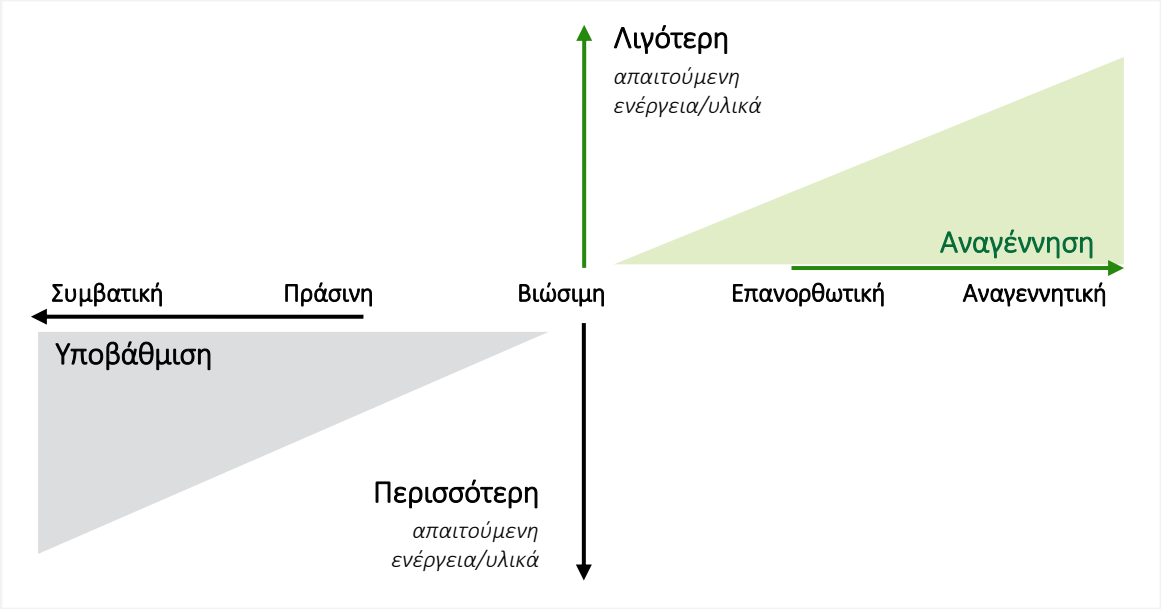
Η τάση του αναγεννητικού τουρισμού: προχωρώντας πέρα από το βιώσιμο και τον υπεύθυνο τουρισμό

Ο αναγεννητικός τουρισμός βασίζεται στην ιδέα του θετικού αντίκτυπου στην τοπική κοινότητα και το περιβάλλον και υπερβαίνει την έννοια του βιώσιμου τουρισμού.

- Η βιωσιμότητα αναφέρεται στη διατήρηση της τρέχουσας κατάστασης ή εναλλακτικά στην αποφυγή περαιτέρω ζημιών. Ο αναγεννητικός τουρισμός προχωρά πέρα από τη «μη καταστροφή» του περιβάλλοντος, με στόχο την ενεργή αναγέννησή του, βελτιώνοντας την ανθρώπινη υγεία και ευημερία μέσω της υγείας των οικοσυστημάτων και καταλήγοντας σε θετικό αντίκτυπο στις τοπικές κοινωνίες και οικονομίες.
- Ο αναγεννητικός τουρισμός εστιάζει στην μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και υλικών που απαιτούνται κατά τη ταξιδιωτική εμπειρία και στο να «δίνουμε / προσφέρουμε πίσω» στον προορισμό.

Υπάρχει μια σαφής στροφή προς τα αναγεννητικά μοντέλα που προχωρούν πέρα από την υφιστάμενη κατάσταση και συγκεκριμένα στοχεύουν στην αποκατάσταση και ανακατασκευή του περιβάλλοντος. Αυτό το μοντέλο στοχεύει στο να «κάνει περισσότερο καλό παρά κακό» σε σύγκριση με τα παραδοσιακά/συντηρητικά μοντέλα που στοχεύουν στη διατήρηση της παρούσας κατάστασης και υιοθετούν μια προσέγγιση που απλά δε προκαλεί «φθορές» στο περιβάλλον και στη βιωσιμότητα

Κύρια χαρακτηριστικά του αναγεννητικού τουρισμού σε σχέση με το συμβατικό και το βιώσιμο



Πηγή: CBI "Regenerative tourism: moving beyond sustainable and responsible tourism", EHL

Αρχές των Ηνωμένων Εθνών για τον αναγεννητικό τουρισμό που είναι σε ευθυγράμμιση με τους Στόχους Βιώσιμης Ανάπτυξης (SDGs)

Ολιστική κατανόηση και προσέγγιση βιοσυστημάτων: Αναγνωρίζοντας ότι όλα είναι αλληλένδετα και αλληλοεξαρτώμενα και κατανοώντας τη φύση και ποιότητα των αλληλεπιδράσεων μεταξύ των ενδιαφερόμενων μερών στο σύνολο της αλυσίδας αξίας του τουρισμού, καθώς και την επιρροή μεταξύ αυτών και ολόκληρου του οικοσυστήματος.

Συνεργατικότητα: Η προώθηση της συνεργασίας και των σχέσεων μεταξύ των ενδιαφερομένων μερών, από τις κυβερνήσεις και τον ιδιωτικό τομέα, στον εθελοντικό τομέα και τις κοινότητες. Προκαλώντας έτσι την τρέχουσα ανταγωνιστική νοοτροπία που διέπει τα κυρίαρχα οικονομικά συστήματα.

Ποικιλομορφία: Η διαφοροποίηση στις ροές / πηγές εισοδήματος συμβάλλει στη μείωση της εξάρτησης των οικοσυστημάτων και των κοινοτήτων από τα τουριστικά έσοδα και μεταξύ των διαφορετικών τμημάτων της αγοράς (αναψυχή έναντι business, εγχώρια έναντι διεθνούς κ.λπ.) συμβάλει στην μείωση των διαφόρων οικονομικών και γεωπολιτικών ρίσκων και στην ενίσχυση της ανθεκτικότητας.

Συμπεριληπτικότητα και ισότητα: Η συμμετοχή των τοπικών κοινωνιών για την ενίσχυση του συνολικού οικοσυστήματος (π.χ. συνεργασία με τοπικούς προμηθευτές).

Μεταμόρφωση & έμπνευση: Η δημιουργία αυθεντικών, υψηλής ποιότητας και συναρπαστικών εμπειριών για τους επισκέπτες που αναδεικνύουν τη μοναδικότητα κάθε τόπου και η προσφορά δραστηριοτήτων που αναδεικνύουν, με υπεύθυνο τρόπο, στοιχεία / τομείς όπως η πολιτιστική κληρονομιά, η λαογραφία, η γαστρονομία, τα τοπικά ορόσημα και η άγρια ζωή.

Περιβαλλοντική υπευθυνότητα: Η υπεύθυνη περιβαλλοντική δράση μέσω της διαχείρισης των φυσικών πόρων, της βιοποικιλότητας και της προστασίας του «εύθραυστου» τοπίου και της άγριας ζωής.

Πολιτιστική διαχείριση: Η προστασία της τοπικής πολιτιστικής κληρονομιάς, των παραδόσεων καθώς και των αυτόχθονων πληθυσμών και εθνοτικών ομάδων που αποτελούν τους καλύτερους θεματοφύλακες της βιοποικιλότητας και των φυσικών οικοσυστημάτων, Χάρις της αρχαίας σοφίας και γνώσης τους η οποία περνάει από γενιά σε γενιά.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Ελληνικός τουριστικός κλάδος | Ανταγωνιστικότητα σε όρους βιωσιμότητας

Σύμφωνα με τον υπο-δείκτη βιωσιμότητας του δείκτη World Economic Forum Travel & Tourism (2021), η Ελλάδα κατατάσσεται στην 51η θέση ανάμεσα σε 117 χώρες, ενώ ανταγωνιστικοί Μεσογειακοί προορισμοί όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία, η Κύπρος και η Μάλτα κατατάσσονται σε υψηλότερη θέση. **Ο ελληνικός τουρισμός θα πρέπει να εστιάσει στη βελτίωση και ενίσχυση της προόδου και απόδοσης του γύρω από διάφορες πτυχές της βιωσιμότητας και βιώσιμες πρακτικές, καθώς οι πρόσφατες κατατάξεις φανερώνουν ένα κενό / απόκλιση συγκριτικά με βασικούς ανταγωνιστές στη Μεσόγειο.**

Ελλάδα και ανταγωνιστικές Μεσογειακές χώρες	Συνολικός δείκτης T&T		Υποδείκτης βιωσιμότητας T&T		Υποδείκτης Βιωσιμότητας T&T | Πυλώνες					
					Περιβαλλοντική βιωσιμότητα		Κοινωνικοοικονομική ανθεκτικότητα & συνθήκες		Πίεση & επιπτώσεις της ζήτησης	
	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη	Βαθμολογία	Κατάταξη
Ισπανία	5,2	3η	4,5	32η	4,3	39η	5,3	25η	3,8	81η
Ιταλία	4,9	10η	4,5	33η	4,3	40η	5,4	20η	3,7	91η
Πορτογαλία	4,8	16η	4,5	28η	4,2	44η	5,5	17η	3,8	78η
Ελλάδα	**4,5**	**28η**	**4,2**	**51η**	**4,4**	**33η**	**4,8**	**36η**	**3,4**	**110η**
Κύπρος	4,4	31η	4,6	25η	4,3	41η	5,3	24η	4,1	58η
Μάλτα	4,3	35η	4,6	19η	4,3	36η	5,3	23η	4,2	48η
Τουρκία	4,2	45η	3,6	104η	3,6	102η	3,7	77η	3,5	103η
Κροατία	4,2	46η	4,1	57η	4,5	25η	5,1	31η	2,8	117η
Ισραήλ	4,2	47η	4,3	43η	3,9	75η	4,6	41η	4,4	33η
Αίγυπτος	4,2	51η	4,2	50η	4,2	42η	3,9	67η	4,5	22η
Μοντενέγκρο	3,9	67η	4,2	53η	4,0	64η	4,5	42η	4,0	64η
Μαρόκο	3,8	71η	3,8	91η	3,8	77η	3,7	76η	3,8	83η
Τυνησία	3,6	80η	3,7	98η	3,8	85η	4,0	64η	3,3	114η

Πηγές: WEF T&T Competitiveness Index 2021

WEF Global Travel & Tourism Competitiveness Index 2021

- Ο World Economic Forum (WEF) Global Travel and Tourism Competitiveness Index (T&T) μετρά ένα σύνολο παραγόντων και πολιτικών που επιτρέπουν τη βιώσιμη και ανθεκτική ανάπτυξη του κλάδου των ταξιδιών και του τουρισμού.
- Ο υποδείκτης βιωσιμότητας (T&T Sustainability sub-index) αποτυπώνει τις τρέχουσες ή δυνητικές προκλήσεις και κινδύνους σχετικά με παράγοντες βιωσιμότητας.
  - *Ο πυλώνας της* ***περιβαλλοντικής βιωσιμότητας*** μετράει τη γενική βιωσιμότητα του φυσικού περιβάλλοντος μιας οικονομίας, την προστασία των φυσικών πόρων και το επίπεδο ευθραυστότητας και ετοιμότητάς σε σχέση με την κλιματική αλλαγή
  - Ο πυλώνας της **κοινωνικοοικονομικής ανθεκτικότητας και συνθηκών** αποτυπώνει την κοινωνικοοικονομική ευημερία και την ανθεκτικότητα μιας οικονομίας
  - Ο πυλώνας της **πίεσης και των επιπτώσεων της ζήτησης** μετράει παράγοντες που υποδηλώνουν την ύπαρξη ή το ρίσκο που σχετίζεται με την υπερσυγκέντρωση πληθυσμού και τη μεταβλητότητα της ζήτησης, καθώς και την ποιότητα και τον αντίκτυπο των ταξιδιών και του τουρισμού στην οικονομία.

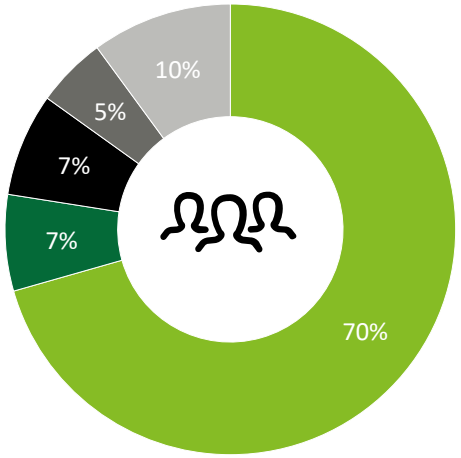
© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Αποτελέσματα έρευνας Deloitte - ΙΝΣΕΤΕ

Δείγμα έρευνας | Κύρια χαρακτηριστικά

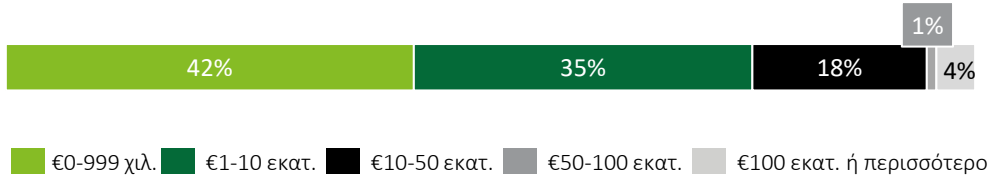
- Η Deloitte σε συνεργασία με το ΙΝΣΕΤΕ διεξήγαγαν έρευνα το διάστημα Ιανουάριος-Απρίλιος 2023 και στην οποία συμμετείχαν περισσότερες από 200 τουριστικές επιχειρήσεις μέλη του ΣΕΤΕ που δραστηριοποιούνται στο σύνολο της αλυσίδας αξίας του ελληνικού τουρισμού.
- Οι περισσότερες δραστηριοποιούνται στον κλάδο της Διαμονής – Ξενοδοχεία, ενώ το 81% αυτών έχουν λιγότερα από 300 δωμάτια και το 60% λιγότερα από 100.
- Το Ν. Αιγαίο (32%), η Αττική (25%), η Κρήτη (21%) και η Κεντρική Μακεδονία (15%) είναι οι κύριες γεωγραφικές περιοχές δραστηριοποίησης.
- Οι μικρές / πολύ μικρές επιχειρήσεις με έσοδα μικρότερα των €10 εκατ. αποτελούν την πλειοψηφία των ερωτηθέντων (77%), με το 42% να έχει έσοδα κάτω του €1,0 εκατ.

Κύρια δραστηριότητα
(% επιχειρήσεων ανά κατηγορία, 204 απαντήσεις)

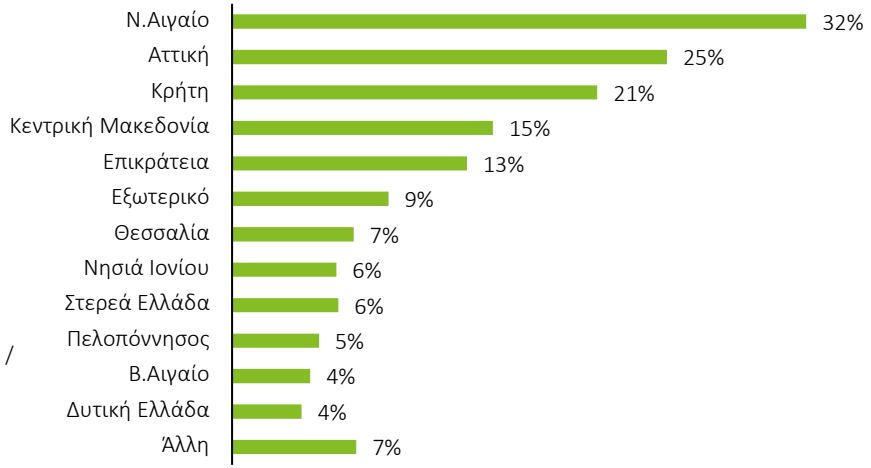


- Διαμονή - Ξενοδοχεία
- Διαμονή - Ενοικιαζόμενες κατοικίες
- Εταιρείες διαχείρισης προορισμών (DMCs) / ταξιδιωτικοί πράκτορες / ταξιδιωτικά γραφεία
- Μεταφορές
- Άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό (π.χ. διοργανωτές συνεδρίων και εκθέσεων, συμβουλευτικές υπηρεσίες και υπηρεσίες πιστοποίησης)

Συνολικά έσοδα (€)
(% επιχειρήσεων ανά κατηγορία, 204 απαντήσεις)

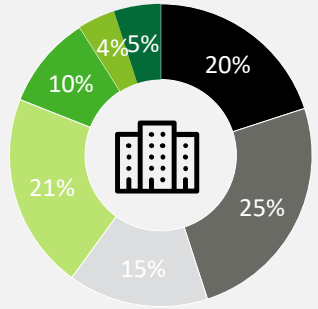


Γεωγραφική περιοχή
(% επιχειρηματικής δραστηριότητας ανά γεωγραφική περιοχή, 204 απαντήσεις)



*Άλλες γεωγραφικές περιοχές περιλαμβάνουν την Ανατολική Μακεδονία και Θράκη (3,0%), την Ήπειρο (2,5%) και τη Δυτική Μακεδονία (1,5%).

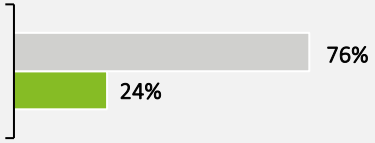
Διαμονή - Ξενοδοχεία
(% ξενοδοχείων ανά αριθμό δωματίων, 143 απαντήσεις)



Αριθμός Δωματίων

- 1-20
- 21-50
- 51-100
- 101-300
- 301-500
- 501-1.000
- Περισσότερα από 1.000

«Επώνυμες» ιδιοκτησίες
(% επώνυμων vs ανεξάρτητων ιδιοκτησιών, 143 απαντήσεις)



- Ανεξάρτητες / μεμονωμένες ιδιοκτησίες
- Επώνυμες ιδιοκτησίες / μέρος ξενοδοχειακής αλυσίδας

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Στρατηγικές δράσεις / μέτρα γύρω από τη βιωσιμότητα | Περιβαλλοντική και κοινωνικοοικονομική βιωσιμότητα

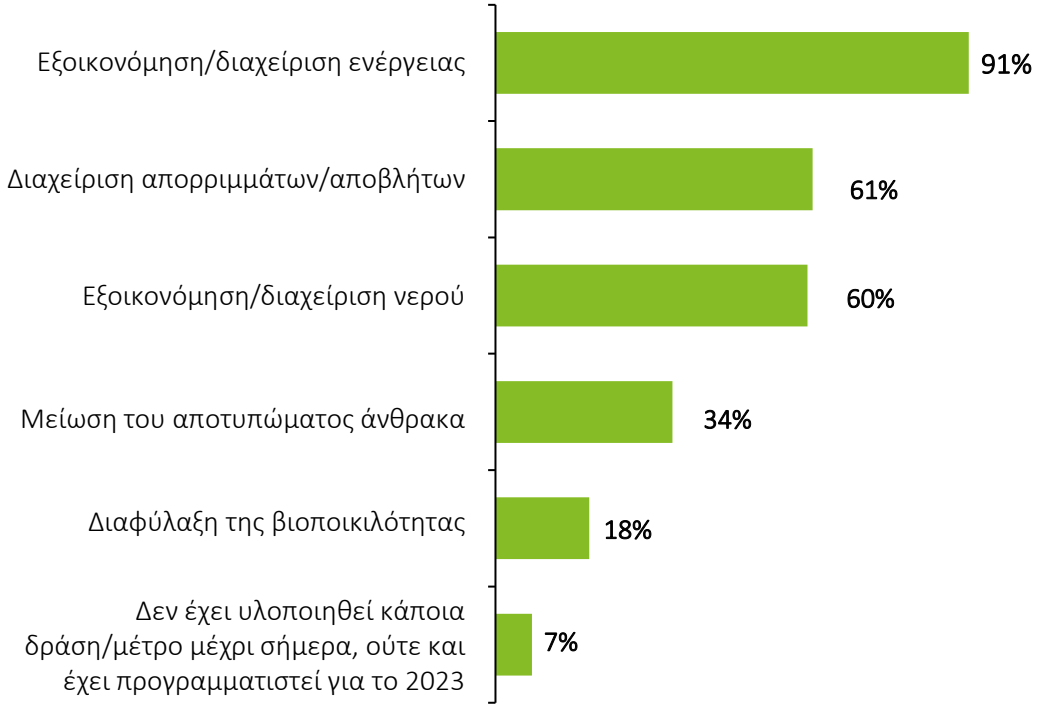
Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις υλοποιούν ή προτίθενται να αναλάβουν βραχυπρόθεσμα τουλάχιστον μία δράση / μέτρο γύρω από την περιβαλλοντική και κοινωνικοοικονομική βιωσιμότητα.

- Στις δράσεις / μέτρα σε επίπεδο περιβαλλοντικής βιωσιμότητας περιλαμβάνονται κυρίως η εξοικονόμηση ενέργειας, η διαχείριση αποβλήτων και νερού και η μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος.
- Σε επίπεδο κοινωνικοοικονομικής βιωσιμότητας, η χρήση τοπικών προϊόντων / υλικών, η παροχή ευκαιριών απασχόλησης σε ντόπιους και η τόνωση της τοπικής επιχειρηματικότητας αποτελούν κάποιες από τις πιο δημοφιλείς δράσεις / μέτρα.

Τι είδους δράσεις/μέτρα έχετε ήδη υλοποιήσει μέχρι σήμερα ή σκοπεύετε να υλοποιήσετε εντός του 2023 σχετικά με την:

Περιβαλλοντική βιωσιμότητα

(% πολλαπλών απαντήσεων που επιλέχθηκαν, 204 απαντήσεις)



80% Έχει υλοποιήσει ή προτίθεται να υλοποιήσει βραχυπρόθεσμα **πάνω από μία δράση / μέτρο περιβαλλοντικής βιωσιμότητας.**

Κοινωνικοοικονομική βιωσιμότητα

(% πολλαπλών απαντήσεων που επιλέχθηκαν, 204 απαντήσεις)

77% Έχει υλοποιήσει ή προτίθεται να υλοποιήσει βραχυπρόθεσμα **πάνω από μία δράση / μέτρο κοινωνικοοικονομικής βιωσιμότητας**

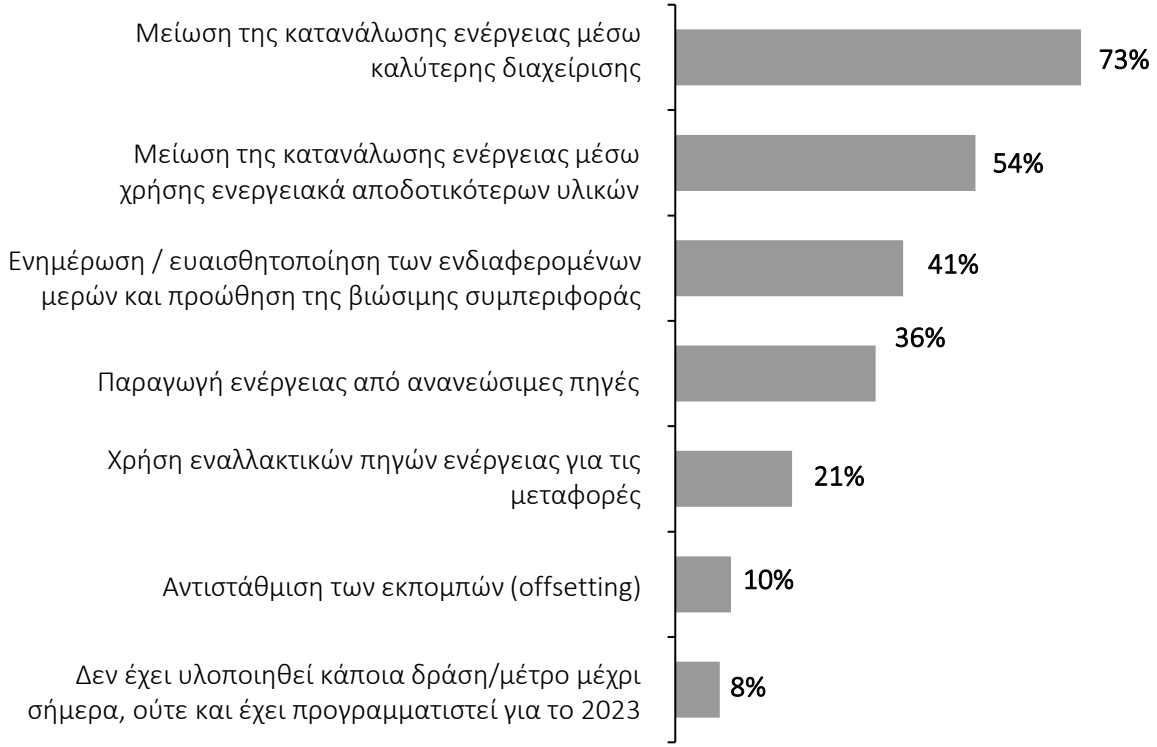
© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Στρατηγικές δράσεις / μέτρα γύρω από τη βιωσιμότητα | Ανθρακικό αποτύπωμα

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις φαίνεται να αντιλαμβάνονται τη σημασία της μείωσης του ανθρακικού αποτυπώματος και έχουν υλοποιήσει ή προτίθενται να υλοποιήσουν σχετικές δράσεις.

- Οι οργανισμοί λαμβάνουν διάφορα μέτρα σχετικά με τη μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος μέσω της διαχείρισης της ενέργειας, της επιλογής ενεργειακά αποδοτικών υλικών και της αναζήτησης εναλλακτικών πηγών ενέργειας για τις λειτουργίες τους.
- Η αγορά αντισταθμίσεων άνθρακα/μονάδων άνθρακα (offsets/carbon credits) αναμένεται να γίνει πιο δημοφιλής τα επόμενα χρόνια. Ωστόσο, προς το παρόν, μόλις το ~10% των ερωτηθέντων υλοποιούν τέτοιες δράσεις.

Ποιες ενέργειες/μέτρα έχετε ήδη υλοποιήσει μέχρι σήμερα ή σκοπεύετε να υλοποιήσετε εντός του 2023 για τη μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος;
(% πολλαπλών απαντήσεων που επιλέχθηκαν, 204 απαντήσεις)



68% Έχει υλοποιήσει ή προτίθεται να υλοποιήσει βραχυπρόθεσμα **πάνω από μία δράση/μέτρο για τη μείωση του ανθρακικού αποτυπώματος**

Αγοράζει ο οργανισμός σας αντισταθμίσεις άνθρακα/μονάδες άνθρακα (offsets/carbon credits) για να περιορίσει τις εκπομπές;
(% πολλαπλών απαντήσεων που επιλέχθηκαν, 204 απαντήσεις)

80% *"Οχι, δεν αντισταθμίζουμε τις εκπομπές"*

10% *"Οχι, δεν αγοράζουμε αντισταθμίσεις / πιστωτικές μονάδες άνθρακα, αλλά προσφέρουμε στους πελάτες μας τη δυνατότητα αντιστάθμισης των ταξιδιών τους"*

6% *"Ναι, αγοράζουμε πιστοποιημένες αντισταθμίσεις εκπομπών που ισοδυναμούν με το σύνολο (ή περισσότερο) των ετήσιων εκπομπών μας"*

4% *"Ναι, αγοράζουμε πιστοποιημένες αντισταθμίσεις εκπομπών που αντιστοιχούν σε ορισμένες από τις ετήσιες εκπομπές μας"*

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Στρατηγικές δράσεις / μέτρα γύρω από τη βιωσιμότητα | Μείωση εκπομπών

Ένα ανησυχητικό γεγονός είναι η έλλειψη στόχων μείωσης των εκπομπών για το 2030.

- Το 73% των ερωτηθέντων δεν έχει θέσει κανένα στόχο μείωσης εκπομπών για το 2030, ενώ το 34% προσπαθεί να υλοποιήσει τουλάχιστον έναν.
- Οι διεθνείς ταξιδιώτες είναι ευαίσθητοι ως προς το πόσο μακριά ταξιδεύουν, πως φτάνουν στον προορισμό τους και πως μετακινούνται εντός του προορισμού αφού φτάσουν – με πάνω από τους μισούς να θεωρούν ότι η χαμηλότερη (ιδανικά πλήρης) μείωση των εκπομπών άνθρακα μέσω της επιλογής μεταφορικού μέσου αποτελεί σημαντική παράμετρο ενός βιώσιμου ταξιδιού[1].
- Η διαμονή φαίνεται να επιτυγχάνει καλύτερες αποδόσεις από άλλες κατηγορίες, ενώ οι επώνυμες ιδιοκτησίες καλύτερες αποδόσεις από τις ανεξάρτητες.

Έχει θέσει ο οργανισμός σας συγκεκριμένο στόχο μείωσης των εκπομπών μέχρι το 2030; *(% απαντήσεων που επιλέχθηκαν, 204 απαντήσεις)*

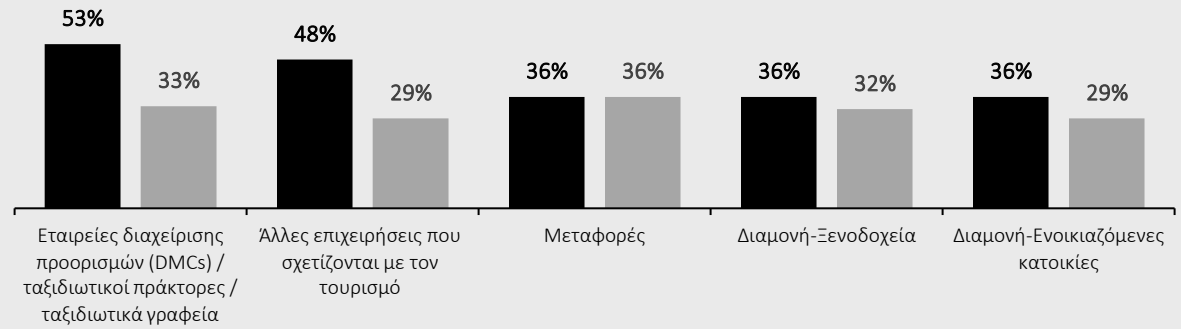
Εστίαση σε Διαμονή - Ξενοδοχεία

Στόχοι μείωσης εκπομπών

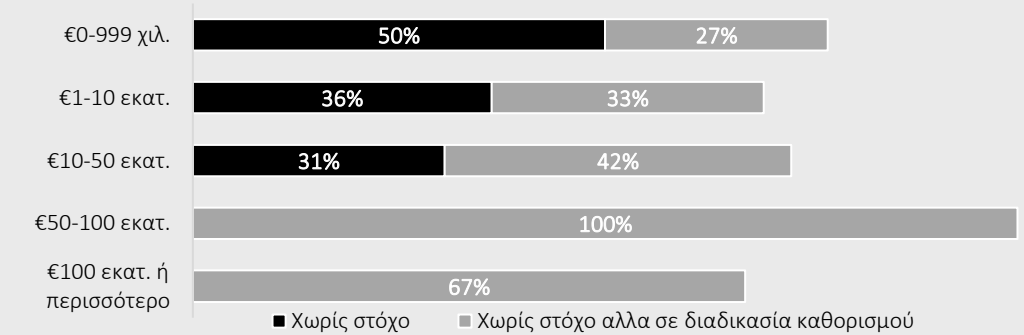
(% επώνυμων και ανεξάρτητων ιδιοκτησιών σε συνολικά 143 ξενοδοχεία)

Επιχειρήσεις που δεν έχουν συγκεκριμένο στόχο μείωσης των εκπομπών μέχρι το 2030

Ανά κατηγορία



Ανά μέγεθος εσόδων



[1] Sustainable Travel Report 2023 | Booking.com

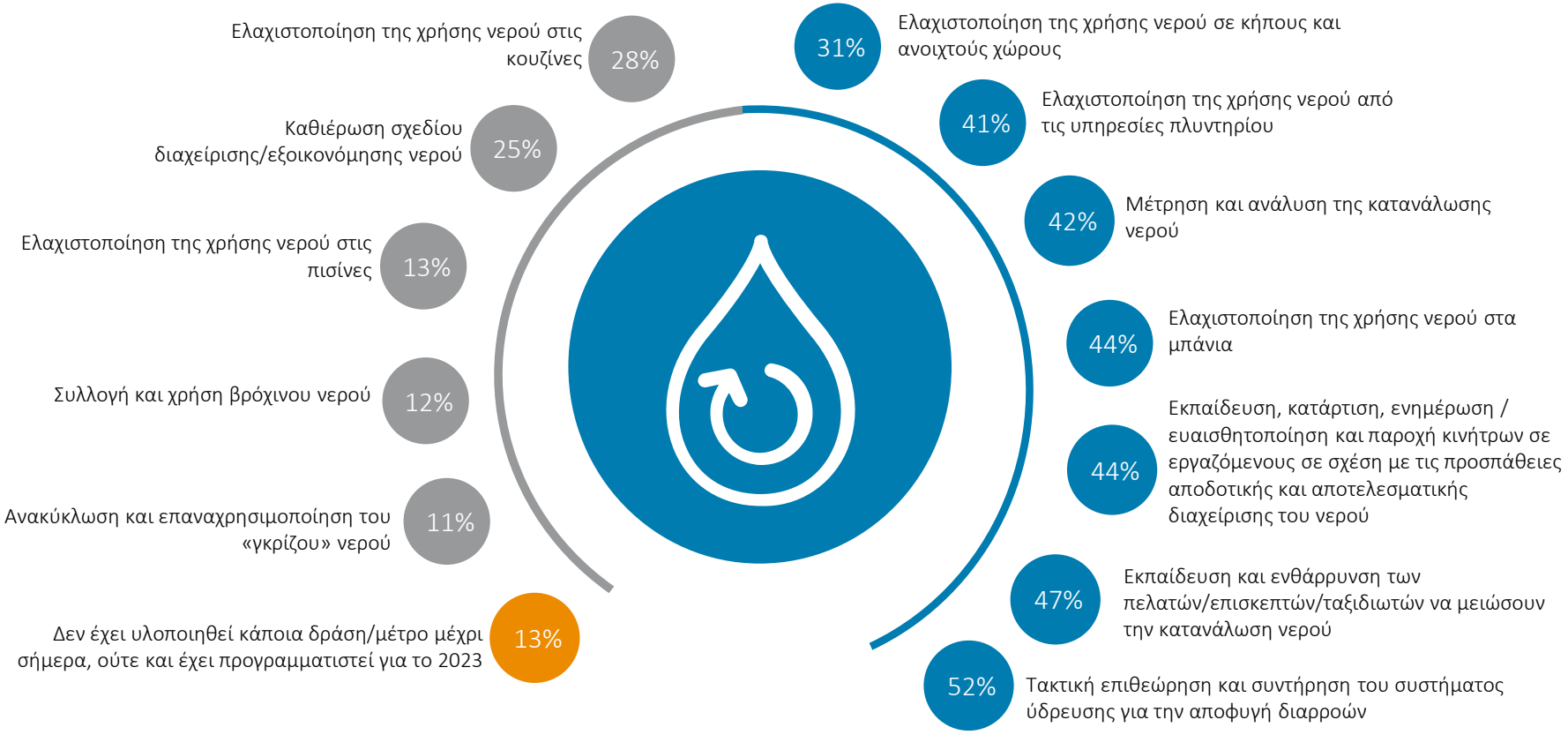
© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Στρατηγικές δράσεις / μέτρα γύρω από τη βιωσιμότητα | Διαχείριση νερού

Οι περισσότεροι τουριστικοί οργανισμοί εντείνουν τις προσπάθειες προσαρμογής στην κλιματική αλλαγή που στοχεύουν στη μείωση της κατανάλωσης νερού.

- Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων επιθεωρεί τα συστήματα ύδρευσης για διαρροές σε τακτική βάση, ενισχύει την ενημέρωση / ευαισθητοποίηση των επισκεπτών σχετικά με την κατανάλωση νερού και εκπαιδεύει τους υπαλλήλους γύρω από την αποτελεσματική διαχείριση των πόρων.
- Οι δράσεις εξοικονόμησης νερού τείνουν να είναι πιο δημοφιλείς στον κλάδο της Διαμονής - Ξενοδοχειακό κλάδο.

Ποιες ενέργειες/μέτρα έχετε υλοποιήσει μέχρι σήμερα ή σκοπεύετε να υλοποιήσετε εντός του 2023 για τη μείωση της κατανάλωσης νερού; *(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)*



Ο κλάδος της Διαμονής βρίσκεται πιο μπροστά σε σχέση με άλλους, αναφορικά με δράσεις / μέτρα διαχείρισης του νερού, δεδομένου ότι μόλις το **6%** των ξενοδοχείων δεν έχει υλοποιήσει κάποιο σχετικό μέτρο / δράση.

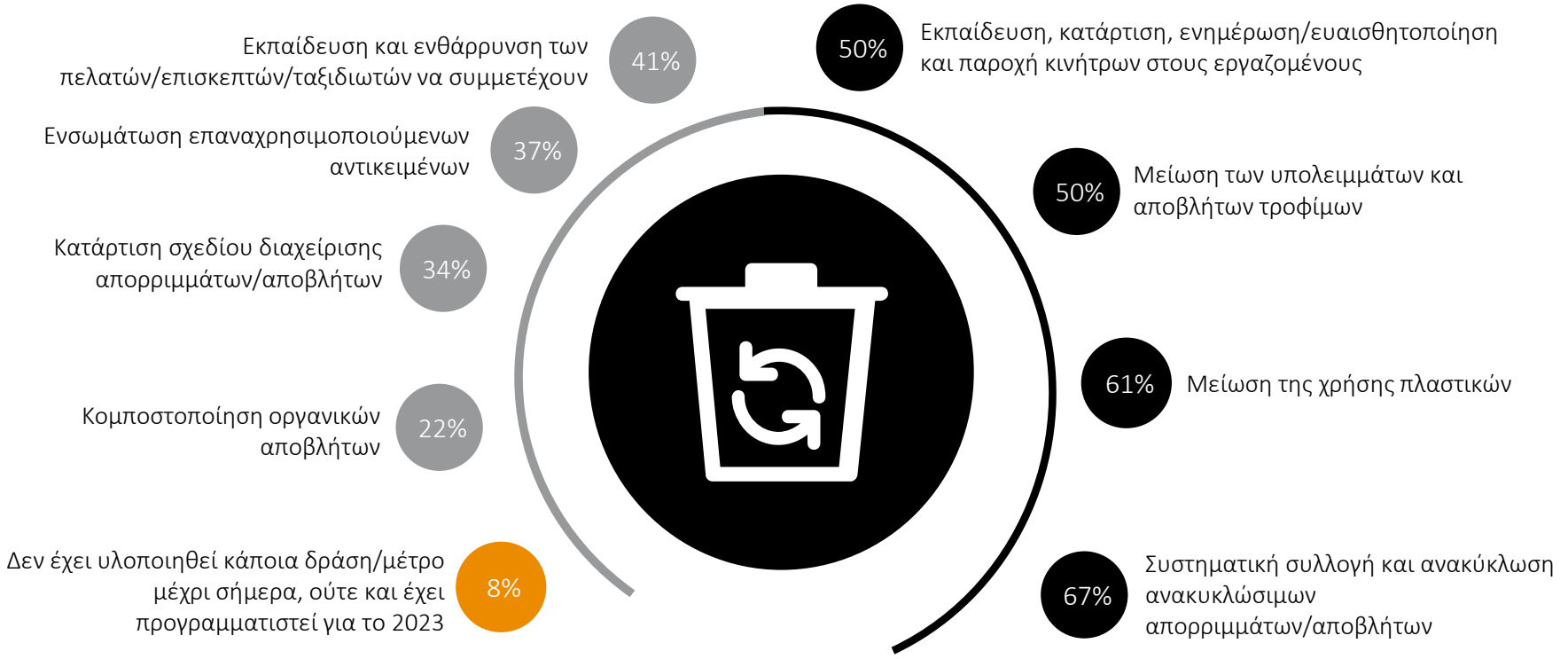
© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Στρατηγικές δράσεις / μέτρα γύρω από τη βιωσιμότητα | Διαχείριση απορριμμάτων / αποβλήτων

Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις υλοποιούν δράσεις/μέτρα σχετικά με τη διαχείριση απορριμμάτων / αποβλήτων

- Οι πρωτοβουλίες σε σχέση με τη διαχείριση απορριμμάτων / αποβλήτων περιλαμβάνουν κυρίως τη συλλογή και ανακύκλωση απορριμμάτων / αποβλήτων, τη μείωση της χρήσης πλαστικού και την εκπαίδευση των υπαλλήλων.
- Οι δράσεις και στους δύο τομείς μπορούν να καλλιεργήσουν μια κουλτούρα βιωσιμότητας και να παρέχουν αποδείξεις / τεκμήρια στους διεθνείς ταξιδιώτες, οι οποίοι ήδη μετατρέπουν την πρόθεση σε πράξη κάνοντας μικρά βήματα σε ατομικό επίπεδο στο σπίτι – τα οποία αυξάνονται όταν ταξιδεύουν – για να συμβάλλουν σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Ποιες ενέργειες/μέτρα έχετε ήδη υλοποιήσει μέχρι σήμερα ή σκοπεύετε να υλοποιήσετε εντός του 2023 για τη διαχείριση των απορριμμάτων/αποβλήτων; *(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)*



Ο κλάδος των μεταφορών επιτυγχάνει καλύτερες αποδόσεις σε σχέση με άλλους κλάδους αναφορικά με την υλοποίηση δράσεων / μέτρων για τη διαχείριση απορριμμάτων / αποβλήτων, καθώς το **82%** έχει υλοποιήσει δράσεις ανακύκλωσης και το **73%** έχει μειώσει τη χρήση πλαστικών.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

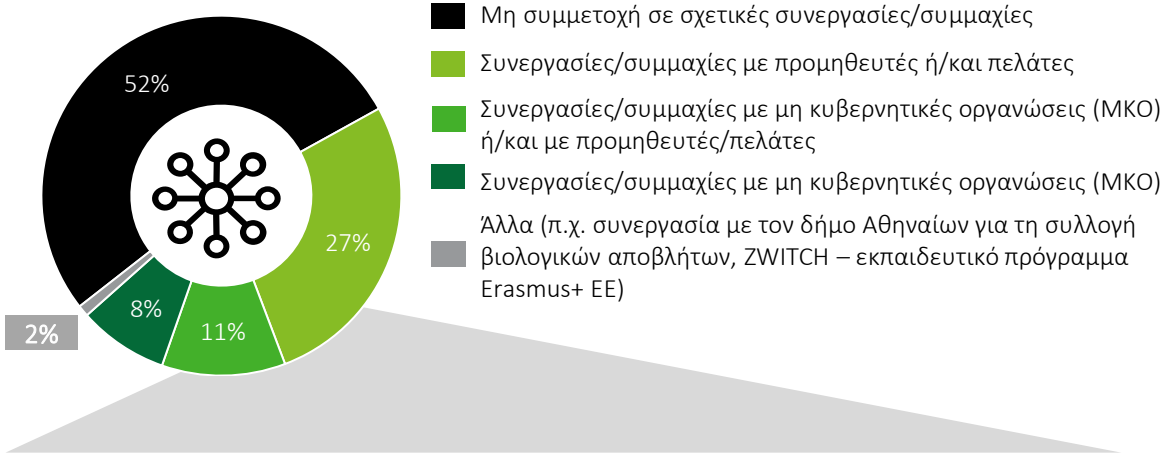
Στρατηγικές δράσεις / μέτρα που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα | Συμμετοχή σε συνεργασίες / συμμαχίες

Ένας σχετικά μικρός αριθμός ερωτηθέντων συμμετέχει σε στρατηγικές συνεργασίες ή / και συμμαχίες που προωθούν βιώσιμους στόχους σε όλη την αλυσίδα αξίας.

- Οι μεγάλες τουριστικές επιχειρήσεις συμμετέχουν ενεργά σε βιώσιμες συνεργασίες / συμμαχίες, ενώ οι μικρότερες υστερούν σε τέτοιες ενέργειες.
- Οι συνεργασίες / συμμαχίες που προάγουν τη βιωσιμότητα επιτρέπουν στους οργανισμούς να εργαστούν για την επίτευξη κρίσιμων στόχων, όπως το Net Zero 2030, και παράλληλα οδηγούν στην ενσωμάτωση της βιωσιμότητας στις επιχειρηματικές αποφάσεις και διαδικασίες. Με πάνω από τους μισούς ταξιδιώτες παγκοσμίως να υποστηρίζουν τοπικούς πολιτισμούς και κοινότητες[1], η ενδυνάμωση των συμμαχιών για την υποστήριξη κοινών κλιματικών στόχων μπορεί να προωθήσει μια αμοιβαία επωφελή επιχειρηματική κουλτούρα σε όλη την αλυσίδα αξίας.

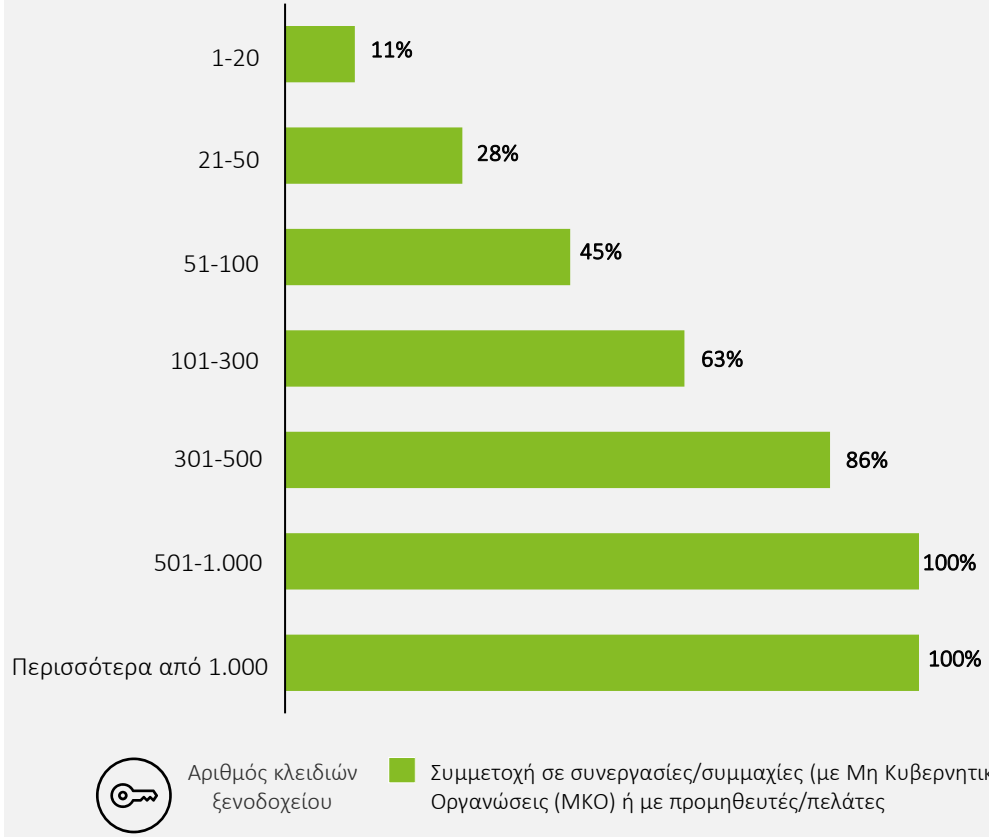
Συμμετέχετε σε συνεργασίες/συμμαχίες για την προώθηση της βιωσιμότητας;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

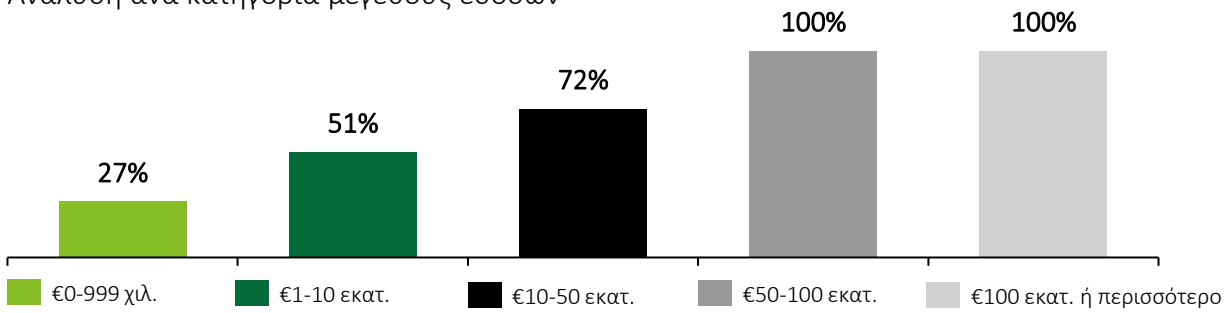


Εστιάζοντας σε διαμονή-ξενοδοχεία

(% πολλαπλών απαντήσεων, 143 απαντήσεις)



Συμμετοχή σε συνεργασίες / συμμαχίες με ΜΚΟ ή/και με προμηθευτές/πελάτες | Ανάλυση ανά κατηγορία μεγέθους εσόδων



[1] Sustainable travel study 2022| Expedia.com

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

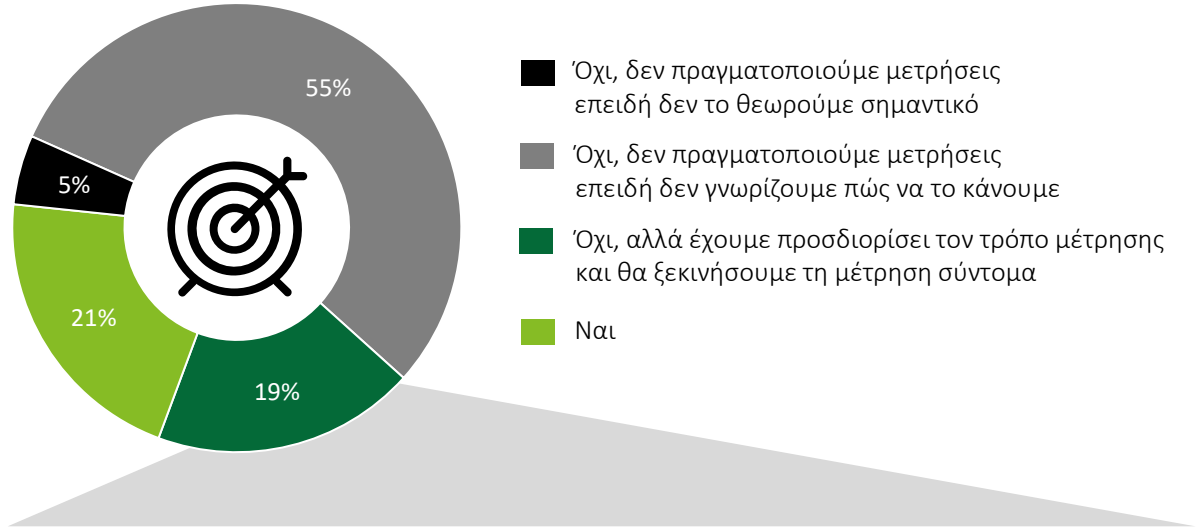
Μέτρηση & γνωστοποίηση πληροφοριών

Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν πραγματοποιούν μετρήσεις βιωσιμότητας και κατά συνέπεια υστερούν σε πρακτικές γνωστοποίησης πληροφοριών / προετοιμασίας και υποβολής εκθέσεων .

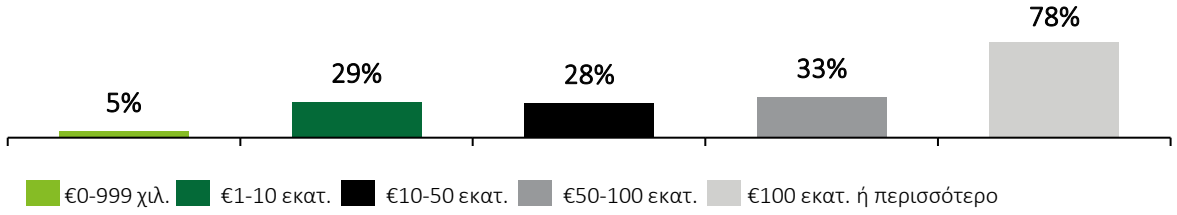
- Οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες δεν πραγματοποιούν κάποια μέτρηση μεγεθών/ δεικτών βιωσιμότητας, ούτε έχουν προγραμματίσει κάποια βραχυπρόθεσμα.
- Οι μεγαλύτερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις επιδεικνύουν υψηλότερη ευαισθητοποίηση στους τομείς της μέτρησης και της γνωστοποίησης πληροφοριών / προετοιμασίας και υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας, ενδεχομένως και λόγω των επικείμενων απαιτήσεων της ΕΕ για μεγάλες και εισηγμένες εταιρείες.

Πραγματοποιεί ο οργανισμός σας μετρήσεις μεγεθών/δεικτών βιωσιμότητας

(% μοναδικών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)



Οργανισμοί **που πραγματοποιούν μετρήσεις βιωσιμότητας** | Ανάλυση ανά κατηγορία μεγέθους εσόδων



Έχει εφαρμόσει ο οργανισμός σας ή βρίσκεται στη διαδικασία εφαρμογής προτύπων/πρακτικών γνωστοποίησης πληροφοριών/ προετοιμασίας και υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

78% ***Δεν έχουν εφαρμόσει και δεν βρίσκονται στη διαδικασία εφαρμογής κανενός προτύπου/πρακτικής γνωστοποίησης πληροφοριών/ προετοιμασίας & υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας;***

9%	Global Reporting Initiative (GRI)
5%	EU Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD)
2%	Carbon Disclosure Project (CDP)
2%	Task Force on Climate-related Financial Disclosure (TCFD)
2%	Sustainability Accounting Standards Board (SASB)
1%	Athens Stock Exchange (ATHEX) ESG Reporting Guide

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

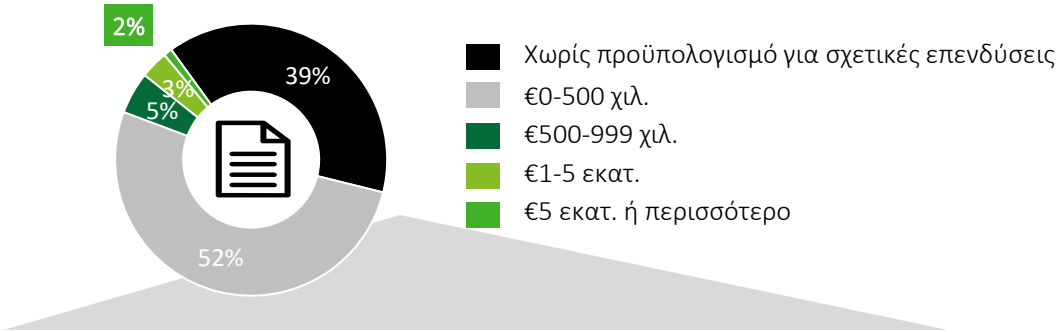
Επενδύσεις στη βιωσιμότητα

Η σημασία της βιωσιμότητας είναι βασικό στοιχείο της επιχειρηματικής ατζέντας, αν και οι σχετικές επενδύσεις δεν αφορούν όλες τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις.

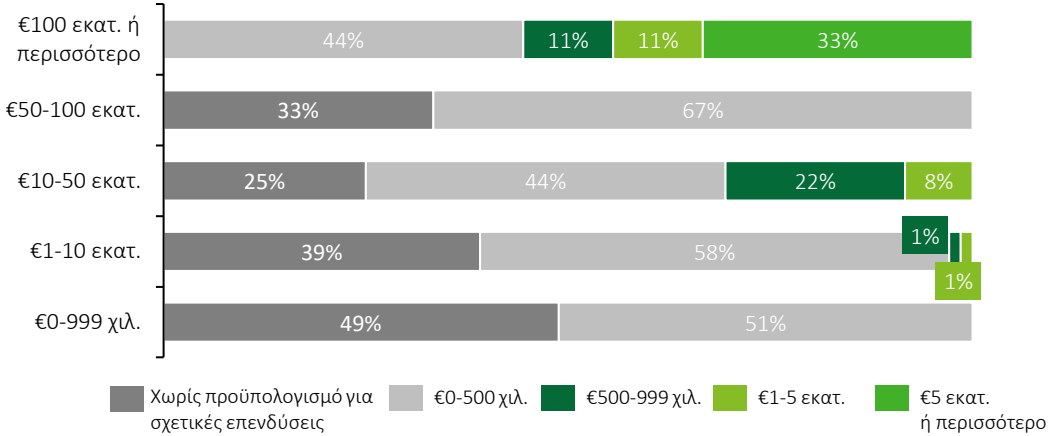
- Περισσότεροι από τους μισούς ερωτηθέντες έχουν προϋπολογισμό έως και €500 χιλ., ενώ το 39% δε διαθέτει προϋπολογισμό για επενδύσεις στη βιωσιμότητα.
- Όπως αναμενόταν, φαίνεται να υπάρχει μία θετική συσχέτιση μεταξύ του μεγέθους της εταιρείας και του προϋπολογισμού για επενδύσεις στη βιωσιμότητα.
- Οι επενδύσεις επικεντρώνονται σε τομείς γύρω από την κατανάλωση ενέργειας, τη διαχείριση νερού και απορριμμάτων και τις ανανεώσιμες πηγές ενέργειας.
- Με το 80% των παγκόσμιων ταξιδιωτών να επιβεβαιώνουν ότι τα βιώσιμα ταξίδια είναι σημαντικά για αυτούς[1], οι επενδύσεις στη βιωσιμότητα γίνονται όλο και πιο κρίσιμες και σημαντικές.

Ποιος είναι ο προϋπολογισμός των επενδύσεων σας για σκοπούς βιωσιμότητας;

(% μοναδικών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)



Προϋπολογισμός επένδυσης | Ανάλυση ανά κατηγορία μεγέθους εσόδων



Σε ποιους τομείς βιωσιμότητας πραγματοποιήσατε κεφαλαιουχικές δαπάνες τα τελευταία 2-3 χρόνια;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

76% Μείωση της κατανάλωσης ενέργειας	53% Εξοικονόμηση/ διαχείριση νερού
43% Διαχείριση απορριμμάτων/αποβλήτων	40% Χρήση ανανεώσιμων ή εναλλακτικών πηγών ενέργειας
40% «Πράσινες» προμήθειες (π.χ. προϊόντα με οικολογικό σήμα/βιολογικά)	17% Κοινωνικοοικονομική βιωσιμότητα
12% Διαχείριση ρύπανσης/εκπομπών	2% Άλλο
13% Δεν πραγματοποιήθηκαν σχετικές κεφαλαιουχικές δαπάνες	

[1] Sustainable travel report 2023| Booking.com

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Επενδύσεις στη βιωσιμότητα

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την αξία και τα οφέλη των επενδύσεων στη βιωσιμότητα.

- Η εμπειρία και η ικανοποίηση των πελατών, η εξοικονόμηση κόστους και η συμμόρφωση με τις κανονιστικές απαιτήσεις θεωρούνται ως οι πιο σημαντικοί λόγοι για να επενδύσουν σε βιώσιμες προσπάθειες / δράσεις και να αξιοποιήσουν σχετικές ευκαιρίες σε αυτόν τον τομέα.

Επιλέξτε τους τρεις σημαντικότερους λόγους για να επενδύσετε στη βιωσιμότητα και να εφαρμόσετε σχετικές πρακτικές

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

3 πρώτοι λόγοι επιλογής

64% Βελτίωση της εμπειρίας & της ικανοποίησης του ταξιδιώτη/επισκέπτη

62% Εξοικονόμηση κόστους

43% Συμμόρφωση με κανονιστικές/νομικές απαιτήσεις

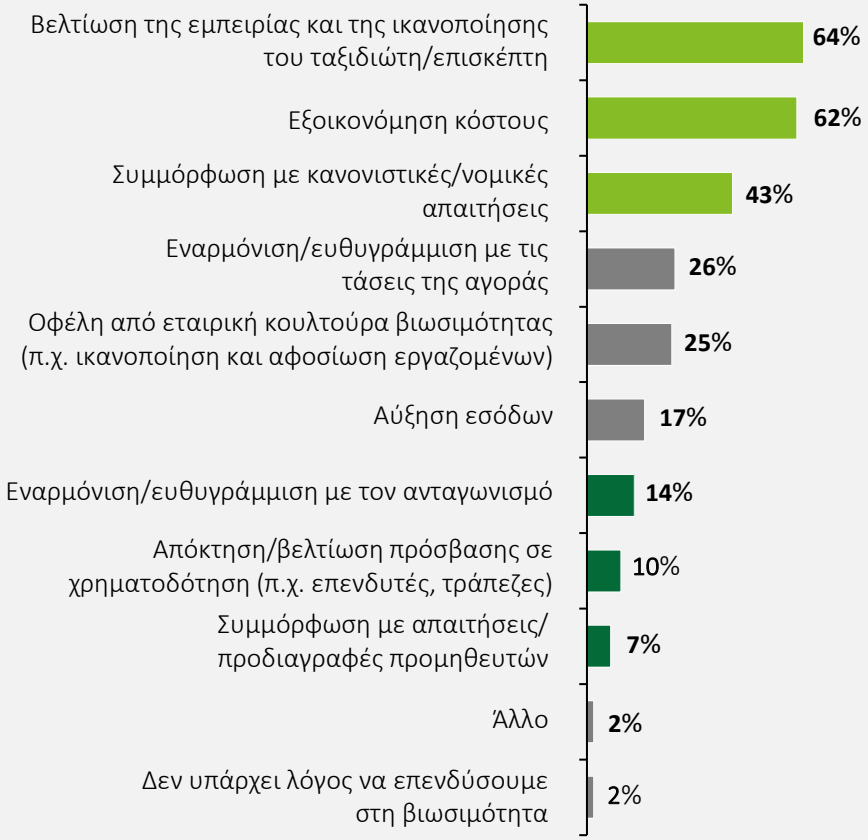
3 τελευταίοι λόγοι επιλογής

14% Εναρμόνιση/ευθυγράμμιση με τον ανταγωνισμό

10% Απόκτηση/βελτίωση πρόσβασης σε χρηματοδότηση (π.χ. επενδυτές, τράπεζες)

7% Συμμόρφωση με απαιτήσεις/προδιαγραφές προμηθευτών

Όλες οι πιθανές απαντήσεις



© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Επενδύσεις στη βιωσιμότητα

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναμένουν από την κυβέρνηση να παράσχει περισσότερα οικονομικά και φορολογικά κίνητρα, καθώς το κόστος των βιώσιμων επενδύσεων θεωρείται το σημαντικότερο εμπόδιο για περισσότερες επενδύσεις.

- Τα βασικά εμπόδια περιλαμβάνουν το υψηλό επενδυτικό κόστος, τους περιορισμούς στις υποδομές και την έλλειψη τεχνογνωσίας και εμπειρίας.

Ποιοι είναι οι τομείς που πιστεύετε ότι πρέπει να βελτιωθούν από την κυβέρνηση για την προώθηση βιώσιμων πρακτικών; *(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)*

Χρηματοοικονομικά & φορολογικά κίνητρα

89% των ερωτηθέντων τονίζει **τον ρόλο της Κυβέρνησης ως βασικού μοχλού** που μπορεί να δώσει κίνητρα **παρέχοντας άμεσες επιδοτήσεις ή έμμεση υποστήριξη** μέσω φορολογικών κινήτρων / ελαφρύνσεων

Ενημέρωση / ευαισθητοποίηση

43% πιστεύει ότι η **ενημέρωση / ευαισθητοποίηση γύρω από την κλιματική αλλαγή,** μέσω εκστρατειών στα μέσα ενημέρωσης σε εθνικό επίπεδο, θεσμικών εκδηλώσεων και προγραμμάτων κατάρτισης είναι **σημαντική για την κατανόηση του αντικτύπου** της κλιματικής αλλαγής

Στρατηγική & σχεδιασμός

42% δηλώνει ότι οι **κλαδικές και περιφερειακές στρατηγικές** είναι σημαντικές για τον καθορισμό στόχων, τη μέτρηση και τις απαιτήσεις γνωστοποίησης πληροφοριών και υποβολής εκθέσεων, ώστε να παρακολουθείται και να ελέγχεται η πρόοδος

Ρυθμιστικό πλαίσιο

28% των ερωτηθέντων αναφέρει ότι ένα **αυστηρό και εφαρμόσιμο / επιβαλλόμενο ρυθμιστικό πλαίσιο** θα διασφαλίσει τη συμμόρφωση σε όλη την αλυσίδα αξίας και θα ενισχύσει το αίσθημα ευθύνης σε σχέση με τις πολιτικές για την κλιματική αλλαγή

Ο καθορισμός ενός ισχυρού, θεμελιώδους προσανατολισμού / κατεύθυνσης για την ενίσχυση των δράσεων κατά της κλιματικής αλλαγής θα πρέπει να αποτελεί κύρια ευθύνη και δέσμευση της Κυβέρνησης.

Ποια είναι τα εμπόδια που σας εμποδίζουν να επενδύσετε περισσότερο στη βιωσιμότητα;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

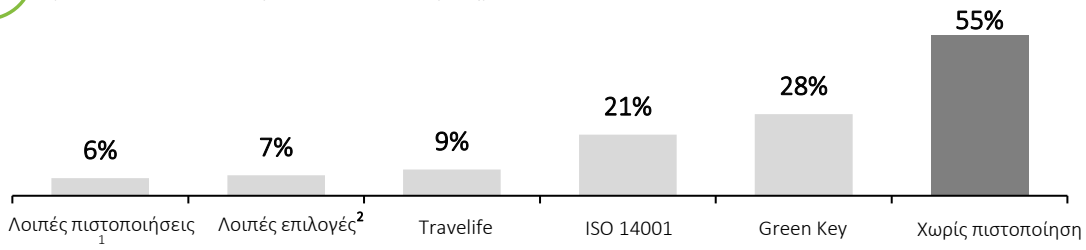
Πιστοποιήσεις βιωσιμότητας

Παρά την αντιληπτή αξία και τα οφέλη των πιστοποιήσεων βιωσιμότητας, οι περισσότερες επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα δε διαθέτουν κάποια τέτοια πιστοποίηση και οι μισοί από τους ερωτηθέντες δε φαίνεται να ενδιαφέρονται να αποκτήσουν κάποια.

- Οι περισσότερες από τις επιχειρήσεις που συμμετείχαν στην έρευνα δε διαθέτουν τέτοια πιστοποίηση (υψηλότερο % σε μικρότερες εταιρείες) και οι περισσότερες από αυτές που έχουν κάποια, περιορίζονται σε συγκεκριμένες επιλογές (Green Key και ISO). Καθώς ποσοστό υψηλότερο από το 59% των ταξιδιωτών αναμένεται να φιλτράρουν τις επιλογές τους για μια βιώσιμη πιστοποίηση στην επόμενη κράτησή τους[1], υπάρχει μία έντονη ανάγκη για τις επιχειρήσεις να τοποθετήσουν τις πιστοποιήσεις υψηλότερα στην ατζέντα τους.

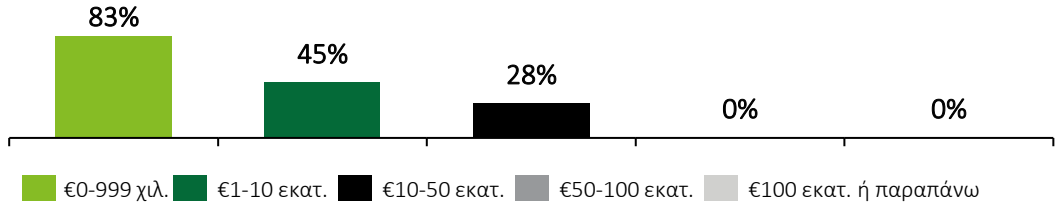
Έχει ο οργανισμός σας κάποια πιστοποίηση βιωσιμότητας;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)



[1]Climate Neutral, Earthcheck, EMAS, Green Destinations, Green Tourism, [2]Blue Flag, Ecovadis, EQFM, ESG GRI cert, ISO 21401, ISO 22000

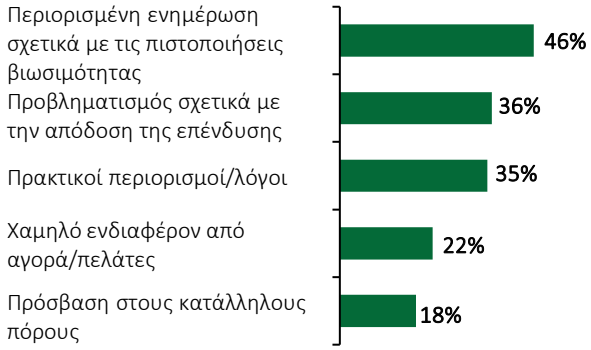
Οργανισμοί που απάντησαν **«Χωρίς πιστοποίηση»** | Ανάλυση ανά κατηγορία μεγέθους εσόδων

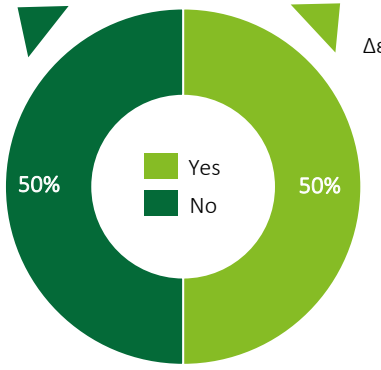


Ενδιαφέρεστε να αποκτήσετε μια νέα πιστοποίηση βιωσιμότητας

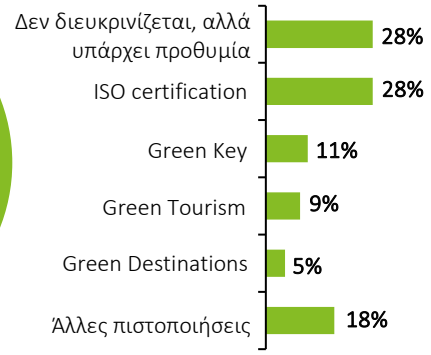
(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

Προσδιορίστε τον πιο σημαντικό λόγο για τη μη απόκτηση νέας πιστοποίησης βιωσιμότητας





Από όσους επιθυμούν να αποκτήσουν πιστοποίηση



[3] Earthcheck, Eco Vadis, EU Ecolabel, GSTC Certification, Green Port, LEED

Ποια θεωρείτε ότι είναι τα κύρια αντιληπτά οφέλη των πιστοποιήσεων βιωσιμότητας;

(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

71%	Εξοικονόμηση κόστους (π.χ., χαμηλότερο κόστος νερού/ηλεκτρικού ρεύματος)
60%	Συμβολή στην προσέλκυση περισσότερων επισκεπτών/ταξιδιωτών που ενδιαφέρονται για τη βιωσιμότητα
50%	Διαβεβαίωση των επισκεπτών/ταξιδιωτών ότι οι ισχυρισμοί βιωσιμότητας είναι αξιόπιστοι
27%	Επίτευξη ευκολότερης πρόσβασης σε χρηματοδότηση ή/και βελτίωση των όρων χρηματοδότησης
9%	Δεν υπάρχουν αντιληπτά οφέλη από τις πιστοποιήσεις βιωσιμότητας

[1] Sustainable travel report 2023| Booking.com

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Οργάνωση & εκπαίδευση

Η βιωσιμότητα απουσιάζει από τα διοικητικά συμβούλια, τις οργανωτικές δομές και την ατζέντα εκπαίδευσης των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων.

- Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δε διαθέτουν κάποιο τμήμα βιωσιμότητας με συγκεκριμένες ηγετικές/ανώτερες διευθυντικές θέσεις ή/και ρόλους για ESG και βιωσιμότητα, ενώ οι περισσότερες δεν έχουν ενσωματώσει κάποιο ειδικό / εξειδικευμένο τμήμα στην οργανωτική τους δομή.
- Μόνο το 20% των ερωτηθέντων πιστεύει ότι οι υπάλληλοί τους έχουν εκπαιδευτεί επαρκώς σε θέματα βιωσιμότητας και μόνο το 31% βρίσκεται σε διαδικασία σχεδιασμού τέτοιων δραστηριοτήτων. Όπως ήταν αναμενόμενο, οι μεγαλύτερες εταιρείες αποδίδουν καλύτερα και έχουν συγκεκριμένους ρόλους, τμήματα και εκπαίδευση για ESG και βιωσιμότητα.

Υπάρχουν ειδικές ηγετικές/ανώτερες διοικητικές θέσεις ή/και ρόλοι για θέματα ESG και βιωσιμότητας στον οργανισμό σας;
(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

- **63%** *Όχι*
- **19%** *Όχι, αλλά σκοπεύουμε να δημιουργήσουμε τέτοιες θέσεις ή/και ρόλους τα επόμενα 1-2 χρόνια*
- **18%** *Ναι*

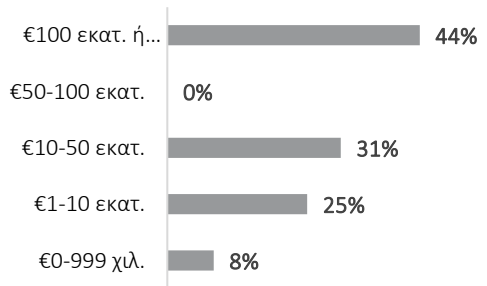
Υπάρχει ειδικό τμήμα που ασχολείται με τη βιωσιμότητα στον οργανισμό σας;
(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

- **62%** *Όχι*
- **22%** *Όχι, αλλά σκοπεύουμε να δημιουργήσουμε τέτοιο τμήμα τα επόμενα 1-2 χρόνια*
- **16%** *Ναι*

Έχουν εκπαιδευτεί επαρκώς οι υπάλληλοί σας σε θέματα βιωσιμότητας;
(% πολλαπλών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

- **49%** *Όχι*
- **31%** *Όχι, αλλά βρισκόμαστε στη διαδικασία εκπαίδευσής τους*
- **20%** *Ναι*

Επιχειρήσεις που **έχουν ειδικούς ρόλους / θέσεις, τμήματα και προγράμματα κατάρτισης γύρω από τη βιωσιμότητα** | Ανάλυση ανά κατηγορία μεγέθους εσόδων



© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Συμπεριφορά και προτιμήσεις καταναλωτή

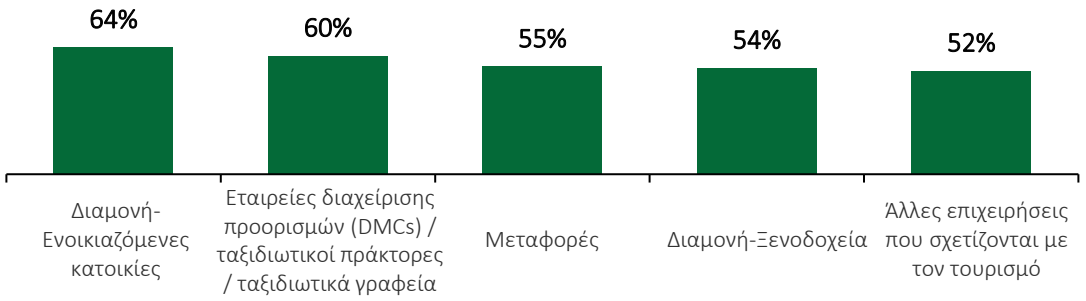
Σε αντίθεση με παγκόσμιες μελέτες, μόνο το 45% των ελληνικών τουριστικών εταιρειών πιστεύει ότι οι ταξιδιώτες βασίζουν τις επιλογές τους σε κριτήρια βιωσιμότητας.

- Μια πρόσφατη μελέτη από την Booking.com τονίζει ότι το 71% των ταξιδιωτών είναι πρόθυμοι να κάνουν περισσότερες προσπάθειες για να ταξιδέψουν πιο βιώσιμα, ενώ έρευνα της Expedia δείχνει ότι το 90% των καταναλωτών αναζητούν βιώσιμες επιλογές όταν ταξιδεύουν.
- Σε όλα τα τμήματα της αλυσίδας αξίας του ελληνικού τουρισμού, πάνω από το 50% των ερωτηθέντων έχουν ουδέτερη γνώμη / άποψη ή διαφωνούν με τη δήλωση ότι οι πελάτες βασίζουν τις ταξιδιωτικές τους επιλογές σε κριτήρια βιωσιμότητας.

Πιστεύετε ότι οι πελάτες βασίζουν τις ταξιδιωτικές τους επιλογές σε κριτήρια βιωσιμότητας;
(% μοναδικών απαντήσεων, 204 απαντήσεις)

1%	14%	40%	39%	6%
Διαφωνώ απόλυτα	Διαφωνώ	Καμία/Ουδέτερη γνώμη	Συμφωνώ	Συμφωνώ απόλυτα

Οι ερωτηθέντες που είτε έχουν **ουδέτερη γνώμη είτε διαφωνούν** με τη δήλωση ότι οι πελάτες βασίζουν τις ταξιδιωτικές τους επιλογές σε κριτήρια βιωσιμότητας | Ανάλυση ανά τμήμα



71% των ταξιδιωτών επιθυμεί να προσπαθήσει να ταξιδέψει πιο βιώσιμα μέσα στον επόμενο χρόνο (από 61% το 2021)

53% των ταξιδιωτών είναι αποφασισμένοι να κάνουν πιο βιώσιμες ταξιδιωτικές επιλογές σήμερα σε σχέση με τον προηγούμενο χρόνο

90% των καταναλωτών αναζητά βιώσιμες επιλογές όταν ταξιδεύουν

74% των καταναλωτών υποστηρίζει ότι κοστίζει περισσότερο να ταξιδεύει με πιο βιώσιμο τρόπο, αλλά οι μισοί θα ήταν πρόθυμοι να πληρώσουν παραπάνω για βιώσιμες δραστηριότητες, μεταφορές & διαμονή

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Συμπεριφορά και προτιμήσεις καταναλωτή

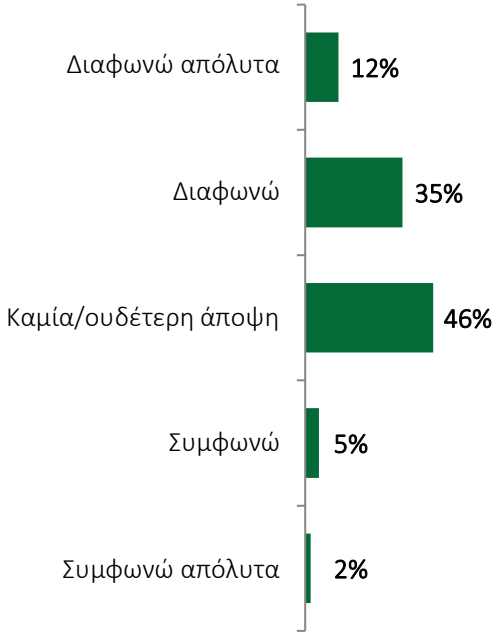
Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πιστεύουν ότι οι ταξιδιώτες δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερο τίμημα / premium για βιώσιμες επιλογές.

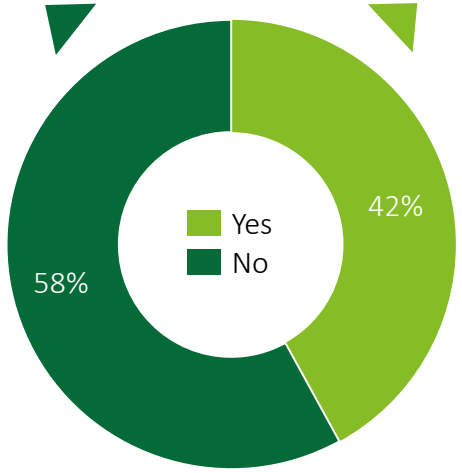
- Από το 42% των ερωτηθέντων που πιστεύουν ότι οι πελάτες είναι πρόθυμοι να πληρώσουν ένα υψηλότερο τίμημα / premium για βιώσιμες επιλογές, η συντριπτική πλειοψηφία (87%) πιστεύει ότι αυτό δεν μπορεί να ξεπεράσει το 10%.
- Από την άλλη πλευρά, μια πρόσφατη παγκόσμια μελέτη από την Expedia δείχνει ότι οι ταξιδιώτες είναι στην πραγματικότητα διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα πολύ υψηλότερο τίμημα / premium (38%) για να κάνουν τα ταξίδια τους πιο βιώσιμα.

Πιστεύετε ότι οι πελάτες σας θα ήταν διατεθειμένοι να πληρώσουν ένα υψηλότερο τίμημα / premium για βιώσιμες επιλογές?

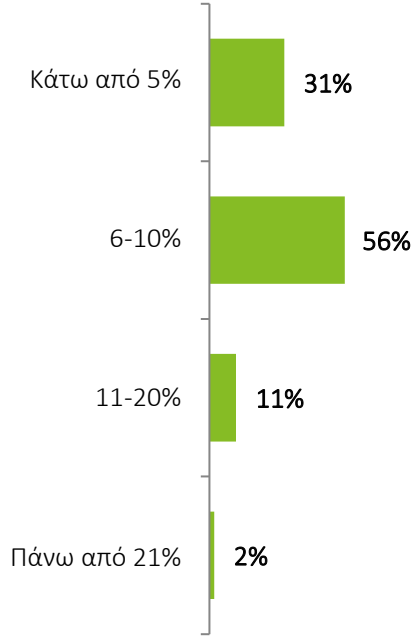
(% απαντήσεις σε κλίμακα κατάταξης, 204 απαντήσεις)

Οι πελάτες θεωρούν τη βιωσιμότητα ως δεδομένη και για το λόγο αυτό δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές γι' αυτήν;





Πόσο υψηλότερες τιμές πιστεύετε ότι θα ήταν διατεθειμένοι οι πελάτες να πληρώσουν για βιώσιμες επιλογές;



Παράγοντες παρακίνησης για υψηλότερο τίμημα

- **81%** Πράσινα/βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες
- **78%** Βιώσιμες επιλογές τροφίμων
- **73%** Μείωση/ορθή διαχείριση νερού και απορριμμάτων/αποβλήτων
- **71%** Κοινωνικά υπεύθυνα προϊόντα & υπηρεσίες
- **67%** Μεταφορές με χαμηλές εκπομπές άνθρακα

[1] Sustainable travel study 2022 | Expedia.com

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

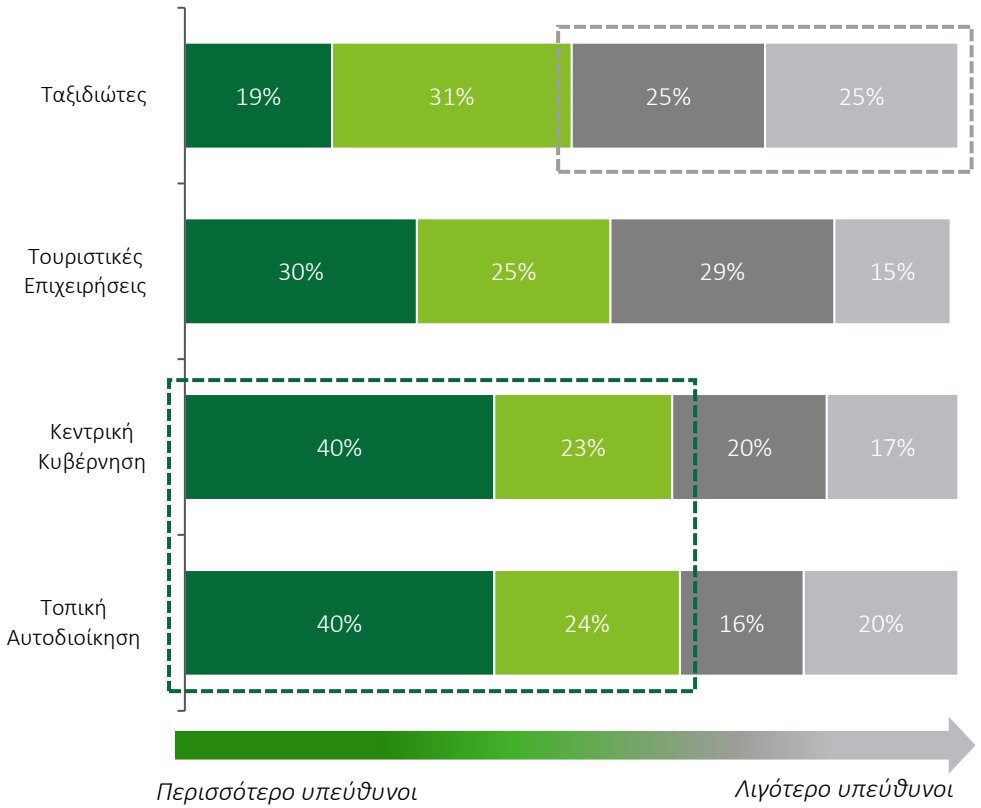
Συμπεριφορά και προτιμήσεις καταναλωτή

Η Κυβέρνηση (τόσο η κεντρική όσο και η τοπική) θεωρείται από τους περισσότερους ερωτηθέντες ως το πιο υπεύθυνο μέρος για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων και του αντικτύπου του τουρισμού.

- Από την άλλη πλευρά, διεθνείς μελέτες και καλές πρακτικές δείχνουν ότι τόσο οι ταξιδιώτες, όσο και οι τουριστικές εταιρείες σε ολόκληρη την αλυσίδα αξίας μπορούν να γίνουν σημαντικοί παράγοντες αλλαγής (change agents) για την προώθηση της ατζέντας βιωσιμότητας. Συνεπώς, μια συνεργασία μεταξύ όλων των μερών είναι απαραίτητη για την επιτάχυνση της αλλαγής στον τομέα σε μια αποτελεσματική, συλλογική προσπάθεια.

Ποιος θεωρείτε ότι είναι περισσότερο υπεύθυνος για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού (1=περισσότερο υπεύθυνος έως το 4=λιγότερο υπεύθυνος)

(% απαντήσεις σε κλίμακα κατάταξης, 204 απαντήσεις)



Εστιάζοντας στους ταξιδιώτες | "The responsible traveler era"

50% *των ερωτηθέντων πιστεύουν ότι οι ταξιδιώτες δεν είναι υπεύθυνοι για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού*

Σε αντίθεση με τις αντιλήψεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, η μελέτη της Booking.com[1] δείχνει ότι οι ταξιδιώτες όχι μόνο στρέφονται σε υπεύθυνα ταξίδια, αλλά επιλέγουν επίσης να γίνουν δημιουργοί /φορείς αλλαγών ενεργώντας βιώσιμα και ανταποδίδοντας στις τοπικές κοινωνίες. Ενδεικτικές δράσεις είναι οι εξής:

- Επιλογή μεταφορών φιλικών προς το περιβάλλον για λόγους περιήγησης στα αξιοθέατα (43% των ταξιδιωτών)
- Προτίμηση μικρών ανεξάρτητων καταστημάτων στον ταξιδιωτικό προορισμό (44% των ταξιδιωτών)
- Πραγματοποίηση αγορών από επιχειρήσεις που δεσμεύονται και ωφελούν τις τοπικές κοινωνίες (69% των ταξιδιωτών)

Εστιάζοντας στη Κυβέρνηση | "Public & private collaboration"

>60% *των ερωτηθέντων επέλεξαν την κυβέρνηση ως την «πιο υπεύθυνη» για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού*

- Η κυβέρνηση θεωρείται ότι βρίσκεται στην πρώτη γραμμή των προσπαθειών μετάβασης στη βιωσιμότητα και θα πρέπει να ενσωματώσει το θέμα σε μια εθνική ατζέντα.
- Παρά τη κοινή αντίληψη, σύμφωνα με την έκθεση βιωσιμότητας της Deloitte CxO 2023, μόνο 1 στα 3 στελέχη παγκοσμίως πιστεύει ότι οι κυβερνήσεις αναλαμβάνουν «σοβαρή» δράση για την κλιματική αλλαγή.

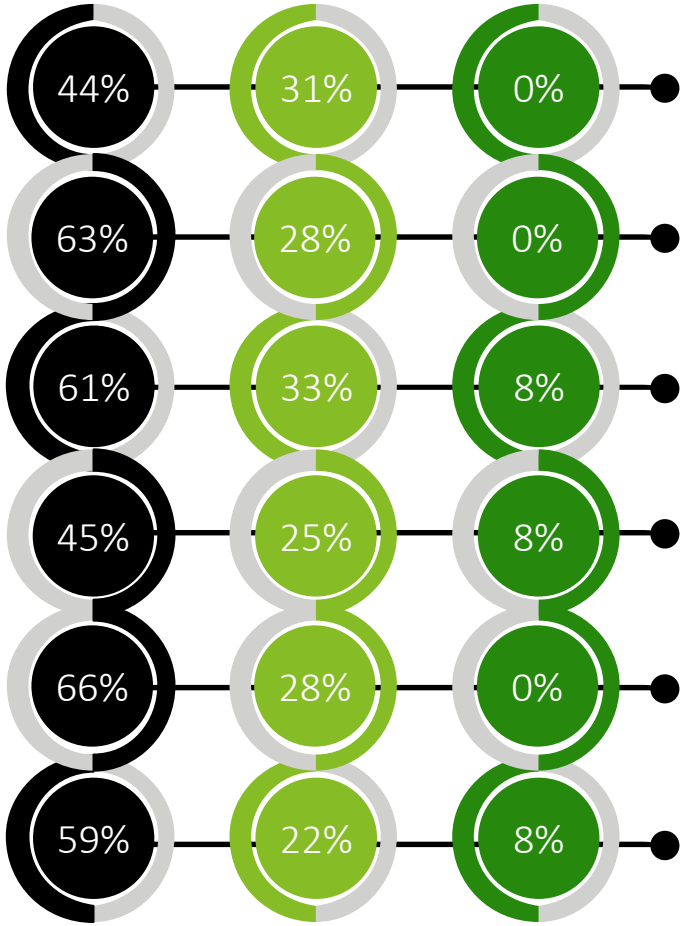
[1] Sustainable travel report 2023 | Booking.com

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved.

Μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους φαίνεται να υστερούν σε όλους τους υπό εξέταση τομείς / περιοχές βιώσιμης δράσης.

- Σύμφωνα με τα ευρήματα της έρευνας, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους (με έσοδα ύψους €10 εκατ. ή χαμηλότερα) φαίνεται να υστερούν σε όλους τους υπό εξέταση τομείς / περιοχές. Αυτό μπορεί να αποδοθεί κυρίως σε έλλειψη οικονομικών πόρων, περιορισμένη ενημέρωση / ευαισθητοποίηση, καθώς και σε περιορισμένες γνώσεις και ικανότητες.



δεν έχουν θέσει κάποιο συγκεκριμένο στόχο μείωσης των εκπομπών μέχρι το 2030

δε συμμετέχουν σε συνεργασίες/συμμαχίες για την προώθηση της βιωσιμότητας

δεν πραγματοποιούν μετρήσεις μεγεθών/δεικτών βιωσιμότητας, κυρίως εξαιτίας έλλειψης τεχνογνωσίας και σχετικών δεξιοτήτων

δεν έχουν προϋπολογισμό για επενδύσεις που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα

δεν έχουν αποκτήσει κάποια πιστοποίηση βιωσιμότητας

δεν έχουν κάποιο ειδικό τμήμα που ασχολείται με τη βιωσιμότητα ή/και ειδικές/εξειδικευμένες ηγετικές/ανώτερες διοικητικές θέσεις ή/και ρόλους για θέματα ESG και βιωσιμότητας στον οργανισμό τους

Επιχειρήσεις με έσοδα έως €10 εκατ. | Επιχειρήσεις με έσοδα μεταξύ €10-50 εκατ. | Επιχειρήσεις με έσοδα πάνω από €50 εκατ.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved

Βασικά σημεία έρευνας και προτάσεις

Βασικά ευρήματα έρευνας

Τα ευρήματα της έρευνας μας υποδεικνύουν ότι οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμη συνειδητοποιήσει πλήρως την ανάγκη υιοθέτησης βιώσιμων πρακτικών και δράσεων / πρωτοβουλιών στον πυρήνα της στρατηγικής και του επιχειρηματικού/λειτουργικού μοντέλου τους παρότι φαίνεται να κατανοούν και να αποδέχονται την αξία, τα οφέλη και τη σημασία της βιωσιμότητας. Οι μεγαλύτερες τουριστικές επιχειρήσεις φαίνεται να έχουν προβάδισμα σε σύγκριση με τις μικρότερες (δηλαδή τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις), αναφορικά τόσο με τη συνειδητοποίηση της αναγκαιότητας και της σημασίας της βιωσιμότητας για τον κλάδο όσο και με τη ανάληψη σχετικών δράσεων βιωσιμότητας.

Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις υλοποιούν ή σκοπεύουν σύντομα να υλοποιήσουν τουλάχιστον μία δράση/μέτρο στους τομείς της περιβαλλοντικής και κοινωνικοοικονομικής βιωσιμότητας. Ωστόσο, ένα ανησυχητικό γεγονός είναι η έλλειψη στόχων για μείωση των εκπομπών έως το 2030 και η περιορισμένη συμμετοχή σε στρατηγικές συνεργασίες ή/και συμμαχίες που προωθούν βιώσιμους στόχους σε όλη την αλυσίδα αξίας.

Οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν πραγματοποιούν μετρήσεις βιωσιμότητας και κατά συνέπεια υστερούν σε αντίστοιχες πρακτικές γνωστοποίησης πληροφοριών και προετοιμασίας και υποβολής εκθέσεων. Παρά τα αντιληπτά οφέλη από τις πιστοποιήσεις βιωσιμότητας, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν ενδιαφέρονται να αποκτήσουν κάποια σχετική πιστοποίηση, καθώς φαίνεται να υπάρχει έλλειψη μιας σαφούς προοπτικής / κατεύθυνσης αναφορικά με τις πιστοποιήσεις βιωσιμότητας.

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναγνωρίζουν την αξία και τα οφέλη των επενδύσεων στη βιωσιμότητα. Ωστόσο, εξακολουθούν να υφίστανται πολλά εμπόδια (π.χ. υψηλό επενδυτικό κόστος, περιορισμοί σε υποδομές, έλλειψη τεχνογνωσίας και εμπειρίας). Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναμένουν από την Κυβέρνηση να παράσχει περισσότερα χρηματοοικονομικά και φορολογικά κίνητρα, καθώς το κόστος των επενδύσεων στη βιωσιμότητα θεωρείται το σημαντικότερο εμπόδιο για περισσότερες επενδύσεις.

Σε αντίθεση με πρόσφατες παγκόσμιες μελέτες, οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πιστεύουν ότι οι ταξιδιώτες δεν είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν επιπλέον ποσά ή/και ακριβότερες τιμές (premium) για βιώσιμες επιλογές.

Η Κυβέρνηση (κεντρική και τοπική) αναγνωρίζεται ως το εμπλεκόμενο μέρος με τη μεγαλύτερη ευθύνη και αρμοδιότητα για τη μείωση των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού.

Όπως παρουσιάστηκε παραπάνω, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους φαίνεται να υστερούν σε όλους τους υπό εξέταση τομείς / περιοχές (δράσεις/πρωτοβουλίες που σχετίζονται με την περιβαλλοντική και κοινωνικοοικονομική βιωσιμότητα, μετρήσεις και γνωστοποίηση πληροφοριών, επενδύσεις στη βιωσιμότητα, πιστοποιήσεις βιωσιμότητας κ.λπ.).

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved

Βασικές προτάσεις για τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις

Η έρευνα μας δείχνει ότι οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να επανεξετάσουν τις στρατηγικές τους γύρω από τη βιωσιμότητα και να αναμορφώσουν ριζικά τα επιχειρηματικά και λειτουργικά μοντέλα τους για να ανταποκριθούν στις μεταβαλλόμενες συνθήκες της αγοράς που απαιτούν μεγαλύτερη εστίαση στη βιωσιμότητα. Επομένως, πώς οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις μπορούν κλείσουν το χάσμα μεταξύ φιλοδοξίας και αποτελέσματος, να ξεπεράσουν τα εμπόδια και να εξισορροπήσουν το βραχυπρόθεσμο κόστος των βιώσιμων δράσεων και πρωτοβουλιών με την προοπτική για μακροπρόθεσμα οφέλη; Η αρχή μπορεί να γίνει με τις ακολουθώντας τις παρακάτω κατευθυντήριες γραμμές.

Ενσωματώστε στόχους βιωσιμότητας στη συνολική στρατηγική της επιχείρησης

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να αναπτύξουν μια ολιστική θεώρηση αναφορικά με τους στόχους βιωσιμότητας που θέτουν και να ενσωματώσουν τη θεώρηση αυτή τόσο στη στρατηγική όσο και στο επιχειρηματικό και λειτουργικό τους μοντέλο. Βλέποντας τη βιωσιμότητα μέσα από το πρίσμα της ανάπτυξης και των ευκαιριών, οι επιχειρήσεις μπορούν να αξιοποιήσουν τη δημιουργικότητα και την καινοτομία τους για να αντιμετωπίσουν τις προκλήσεις βιωσιμότητας, αναπτύσσοντας παράλληλα νέα επιχειρηματικά μοντέλα, στρατηγικές, προϊόντα και υπηρεσίες. Αν και η επένδυση στην απαραίτητη αλλαγή μπορεί να προκαλέσει προσωρινά οικονομική δυσφορία, οι αποτελεσματικές επενδύσεις στον τομέα τις βιωσιμότητας θα αποδώσουν μακροπρόθεσμα, ειδικά όσο αυξάνεται η ζήτηση για βιώσιμα προϊόντα και υπηρεσίες.

Εστιάστε πέρα από τις προφανείς επενδύσεις και τα στενά όρια του οργανισμού σας

Αν και οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις υλοποιούν δράσεις και επενδύσεις βιωσιμότητας, φαίνεται να επιστρέφουν σε γνωστές λύσεις για τη μείωση της κατανάλωσης ενέργειας και νερού και τη διαχείριση των απορριμμάτων. Η επένδυση σε νέες κλιματικές τεχνολογίες, ο πειραματισμός με νέες λύσεις και η εφαρμογή καινοτόμων επιχειρηματικών μοντέλων μπορεί να επιφέρει ισχυρά ανταγωνιστικά πλεονεκτήματα καθώς οι ανταγωνιστές από όλο τον κόσμο προσπαθούν έντονα να καταλάβουν πως θα μετατρέψουν την επιτακτική ανάγκη για βιωσιμότητα σε ευκαιρία. Μια τέτοια συστημική αλλαγή δε μπορεί να συμβεί μόνο μέσω μεμονωμένων προσπαθειών και πρωτοβουλιών, δουλεύοντας χωρίς συνεργασία και αλληλεπίδραση. Καθώς η συνεργασία είναι το κλειδί, η Κυβέρνηση, οι επιχειρήσεις και η κοινωνία πρέπει να δουλέψουν μαζί για να επιτύχουν ένα κοινό όραμα για βιώσιμη ανάπτυξη.

Υιοθετήστε τη βιωσιμότητα μέσα στον οργανισμό

Με βάση τα ευρήματα της έρευνας μας, οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν φαίνεται να συνειδητοποιούν και να αντιλαμβάνονται τις πιθανές ευκαιρίες και απειλές που αναμένονται στο εγγύς μέλλον και δε διαθέτουν εξειδικευμένα τμήματα, ρόλους ή/και προγράμματα απασχόλησης και κατάρτισης γύρω από το ESG και τη βιωσιμότητα. Τα διοικητικά συμβούλια και τα ανώτατα στελέχη, ως διαχειριστές των οργανισμών τους, μπορούν να διαδραματίσουν καθοριστικό ρόλο στην καθοδήγηση των επιχειρήσεων προς ένα πιο βιώσιμο μέλλον. Ωστόσο, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να ενισχύσουν τις γνώσεις και τις δεξιότητες των ανώτατων στελεχών τους σχετικά με την αξία και τα οφέλη της βιωσιμότητας, προκειμένου να αξιολογήσουν και να σχεδιάσουν τα επόμενα βήματά τους.

Μετρείστε και καταγράψτε την πρόοδο σε σχέση με τους στόχους βιωσιμότητας

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να καθορίσουν συγκεκριμένους δείκτες και μεθόδους μέτρησης, να θέσουν σαφείς στόχους και να μετρούν την απόδοσή τους έναντι αυτών των στόχων σε τακτική βάση και με ακρίβεια. Επιπλέον, πρέπει να συζητούν ανοιχτά και με διαφάνεια τις επιδόσεις τους και τις ανάγκες βελτίωσης τους με όλα τα εμπλεκόμενα μέρη, τους πελάτες τους και το ευρύ κοινό. Διασφαλίζοντας ότι τα δεδομένα που γνωστοποιούν είναι κατάλληλα και αξιόπιστα, οι τουριστικές επιχειρήσεις θα αποκτήσουν εσωτερική πειθαρχία και δέσμευση για περιβαλλοντική δράση και θα αντιμετωπίσουν τις αυξανόμενες ανησυχίες γύρω από φαινόμενα εξαπάτησης των ταξιδιωτών μέσω παραπλανητικών ισχυρισμών για την ανάληψη δράσεων βιωσιμότητας (Greenwashing) καθώς και το σκεπτικισμό αναφορικά με την αξιοπιστία και τη συνέπεια των δεσμεύσεων του ιδιωτικού τομέα για αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής και για προσφορά στην κοινωνία.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved

Βασικές προτάσεις για τους υπεύθυνους χάραξης πολιτικής

Η βιωσιμότητα θα πρέπει να αποτελεί ευθύνη όλων των μερών που εμπλέκονται στην αλυσίδα αξίας του τουρισμού. Ωστόσο, με βάση τόσο τα ευρήματα της έρευνας όσο και τα χαρακτηριστικά της ελληνικής τουριστικής βιομηχανίας (π.χ., οι περισσότερες ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις είναι οικογενειακές και μικρομεσαίες, υπάρχει περιορισμένη γνώση, τεχνογνωσία και εμπειρία σχετικά με το ESG και τη βιωσιμότητα, το υψηλό κόστος επένδυσης αποτελεί βασικό εμπόδιο, κ.λπ.), υπάρχει σαφής ανάγκη ανάληψης ηγετικού ρόλου από την Κυβέρνηση και όλους όσους είναι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής, προκειμένου να επιτευχθεί σημαντική πρόοδος και ο ελληνικός τουρισμός να γίνει περισσότερο βιώσιμος.

Παροχή συγκεκριμένης στρατηγικής και κατευθυντήριων γραμμών για την ενίσχυση της βιωσιμότητας στον τουριστικό κλάδο

Οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναμένουν από την κεντρική κυβέρνηση και την τοπική αυτοδιοίκηση να ηγηθούν της προσπάθειας μείωσης των περιβαλλοντικών επιπτώσεων του τουρισμού. Αν και η ευθύνη των ταξιδιωτών και των επιχειρήσεων είναι αναμφισβήτητη, αναγνωρίζεται παγκοσμίως ότι οι κυβερνήσεις και οι υπεύθυνοι χάραξης πολιτικής πρέπει να αναλάβουν άμεση και υπεύθυνη δράση για την προώθηση της βιωσιμότητας. Πιο συγκεκριμένα, απαιτούνται ολοκληρωμένες στρατηγικές και πολιτικές τόσο σε εθνικό επίπεδο, όσο και σε επίπεδο προορισμού, που περιλαμβάνουν στοχευμένα κίνητρα (χρηματοδότηση, φορολογικές ελαφρύνσεις, κ.λπ.) για την ώθηση και υποστήριξη των επενδύσεων βιωσιμότητας καθώς και εστιασμένες ενέργειες για την αύξηση της ενημέρωσης, της ευαισθητοποίησης, της ετοιμότητας και της γνώσης στις επιχειρήσεις αναφορικά με την βιωσιμότητα (π.χ. επιταχυντές βιωσιμότητας, προγράμματα κατάρτισης, εκστρατείες ευαισθητοποίησης, ανάπτυξη δικτύων, κ.α.).

Εστίαση στις μικρές και πολύ μικρές τουριστικές επιχειρήσεις

Οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις (με ετήσιο κύκλο εργασιών 10 εκατ. ευρώ ή και λιγότερο) αντιπροσωπεύουν το μεγαλύτερο μέρος του ελληνικού τουριστικού κλάδου και συνολικά έχουν μεγάλο αντίκτυπο τόσο στην απόδοση του κλάδου όσο και στο περιβαλλοντικό του αποτύπωμα. Όπως προκύπτει από τα αποτελέσματα της έρευνας, οι μικρότερες επιχειρήσεις δυσκολεύονται να ανταποκριθούν στις συνεχώς αυξανόμενες απαιτήσεις βιωσιμότητας που θέτουν οι εξωτερικές δυνάμεις και τάσεις (π.χ. προσδοκίες και προτιμήσεις ταξιδιωτών, συνεργάτες στην αλυσίδα αξία, ρυθμιστικό πλαίσιο, πίεση από τον ανταγωνισμό). Δεν διαθέτουν την κατάλληλη ενημέρωση, ευαισθητοποίηση και τεχνογνωσία, ούτε και τους απαιτούμενους πόρους για να σχεδιάσουν και να υλοποιήσουν κατάλληλες επενδύσεις και δράσεις / μέτρα βιωσιμότητας. Με απλά λόγια, οι μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις, σε γενικές γραμμές, δεν κατανοούν πλήρως την αξία και τα οφέλη της βιωσιμότητας, δεν γνωρίζουν πώς να δράσουν και δεν μπορούν να υποστηρίξουν επαρκώς τις δράσεις βιωσιμότητας λόγω έλλειψης πόρων, κυρίως οικονομικών και ανθρώπινων. Οι εστιασμένες προσπάθειες για την αποτελεσματική υποστήριξη των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων σε όλα τα μέτωπα (χρηματοδότηση, κατάρτιση/ανάπτυξη δεξιοτήτων, ενημέρωση/ευαισθητοποίηση, μέτρηση και γνωστοποίηση πληροφοριών, κ.λπ.) θα μπορούσαν να αποφέρουν σημαντικά οφέλη και να επιταχύνουν την πορεία της χώρας προς έναν πιο βιώσιμο τουριστικό τομέα.

Θέσπιση σαφούς και βελτιστοποιημένου νομικού και ρυθμιστικού πλαισίου για την βιωσιμότητα στον τουρισμό

Η θέσπιση περαιτέρω νομοθετικών και ρυθμιστικών μέτρων για την επιβολή δράσεων βιωσιμότητας, δεν αποτελεί δημοφιλή επιλογή μεταξύ των ερωτηθέντων στην έρευνα. Ωστόσο, η παγκόσμια εμπειρία δείχνει ότι ένα κατάλληλο νομικό και ρυθμιστικό πλαίσιο με συγκεκριμένους στόχους, που συνδέονται με δείκτες βιώσιμου τουρισμού, και συνοδεύεται από επαρκή εποπτεία και έλεγχο ως προς την επιβολή και υλοποίηση του, αποτελεί το κλειδί για την προώθηση της βιωσιμότητας σε οποιονδήποτε κλάδο - ιδιαίτερα δε για τον τουριστικό κλάδο στην Ελλάδα, που έχει σημαντικό αντίκτυπο στην οικονομία και το περιβάλλον και συνδέεται / αλληλοεπιδρά και με άλλους παραγωγικούς τομείς και υποδομές της χώρας. Καθώς η Πράσινη Συμφωνία της ΕΕ (EU's Green Deal) και ο Ελληνικός Εθνικός Νόμος για το Κλίμα έχουν θέσει τη βάση και τους συνολικούς στόχους, ένα πιο συγκεκριμένο και λεπτομερές νομικό και ρυθμιστικό πλαίσιο για την βιωσιμότητα στον ελληνικό τουριστικό κλάδο, που θα παρείχε στόχους και απαιτήσεις για τις επιδόσεις βιωσιμότητας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, θα μπορούσε να ενισχύσει τη δράση τόσο μέσω της ενθάρρυνσης / υποστήριξης όσο και με την επιβολή υλοποίησης μέτρων και επενδύσεων που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα.

Δημιουργία εθνικού προγράμματος βιώσιμου τουρισμού

Η έρευνά έδειξε ότι η συντριπτική πλειοψηφία των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων δεν προβαίνουν σε μετρήσεις βιωσιμότητας, δεν έχουν εφαρμόσει ή/και δε βρίσκονται στη διαδικασία εφαρμογής κανενός προτύπου/πρακτικής γνωστοποίησης πληροφοριών και προετοιμασίας και υποβολής εκθέσεων βιωσιμότητας, δεν έχουν θέσει ακόμη στόχους μείωσης εκπομπών και δεν έχουν καμία πιστοποίηση βιωσιμότητας. Αυτή η παρατήρηση θα μπορούσε να αποδοθεί στην έλλειψη ενημέρωσης σχετικά με τα οφέλη της βιωσιμότητας, γνώσεων για το πώς να προχωρήσουν, κινήτρων για ανάληψη δράσης, πόρων για την υποστήριξη τέτοιων δράσεων και δυνατότητας να δουλέψουν συλλογικά. Ένα ολοκληρωμένο και καλά σχεδιασμένο εθνικό πρόγραμμα βιώσιμου τουρισμού που θα περιλαμβάνει πιστοποίηση, στοχοθέτηση, συστήματα μέτρησης και γνωστοποίησης πληροφοριών και κατάλληλα εργαλεία για τις τουριστικές επιχειρήσεις σε όλη την αλυσίδα αξίας, και το οποίο θα είναι συνδεδεμένο με κίνητρα, θα μπορούσε να προσφέρει ένα πλαίσιο που θα επέτρεπε να ξεπεραστούν πολλά εμπόδια αλλά και δικαιολογίες για πιο εστιασμένη και μετρήσιμη δράση στον τομέα της βιωσιμότητας.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved

Συγγραφείς | Επικοινωνήστε μαζί μας

Αναγνωρίζουμε τη σημασία και την κρισιμότητα της υφιστάμενης κατάστασης και βοηθάμε τους πελάτες μας να ΛΑΒΟΥΝ ΔΡΑΣΗ ΑΜΕΣΑ.

Παρότι η βιωσιμότητα βρίσκεται μεταξύ των κορυφαίων τάσεων, ο ελληνικός τουρισμός δεν έχει ακόμη υιοθετήσει και εφαρμόσει σχετικές πολιτικές και μέτρα που να συμβαδίζουν με τα πρότυπα του κλάδου.

Κατά συνέπεια, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις πρέπει να προετοιμαστούν για αυτή τη «νέα κανονικότητα» και να ενισχύσουν τις βιώσιμες στρατηγικές και τα επιχειρηματικά και λειτουργικά μοντέλα τους, εστιάζοντας σε πρακτικές που θα τις βοηθήσουν να ανταποκριθούν αποτελεσματικά και αποδοτικά στο μεταβαλλόμενο περιβάλλον και να αξιοποιήσουν σχετικές ευκαιρίες για τη μελλοντική τους επιχειρηματική δραστηριότητα.

Ως Deloitte, αναγνωρίζουμε το ρόλο και τη σημασία της βιωσιμότητας στην προσθήκη αξίας στις επιχειρήσεις και μπορούμε να υποστηρίξουμε τη μετάβασή σας σε ένα πιο βιώσιμο μέλλον.

Οι γνώσεις μας μπορούν να σας βοηθήσουν να επωφεληθείτε από τις αναδυόμενες τάσεις προκειμένου να προσαρμοστείτε, ανταποκριθείτε και αναπτυχθείτε στη νέα «Εποχή της Βιωσιμότητας».

Αν ψάχνετε για καινοτόμες ιδέες απέναντι στις σύγχρονες προκλήσεις της επιχείρησης σας, *ΣΑΣ ΚΑΛΟΥΜΕ ΝΑ ΜΙΛΗΣΟΥΜΕ ΓΙΑ ΒΙΩΣΙΜΟΤΗΤΑ.*

Βασίλης Καφάτος

Growth Leader

Partner

vkafatos@deloitte.gr

Θοδωρής Παπακωνσταντίνου

Tourism & Hospitality Sector Expert

Partner

tpapakonstantinou@deloitte.gr

Στέφανος Παπανίκος

Tourism & Hospitality Sector Expert

Principal

spapanikos@deloitte.gr

Ευχαριστίες

Οι συγγραφείς ευχαριστούν τον κ. Ηλία Κικίλια (Γενικό Διευθυντή του ΙΝΣΕΤΕ) και τον κ. Άρη Ίκκο (Επιστημονικό Διευθυντή του ΙΝΣΕΤΕ) για την πολύτιμη συμβολή τους σε αυτή την έρευνα.

© 2023 Deloitte Central Mediterranean. All rights reserved

Deloitte.

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

Deloitte provides industry-leading audit and assurance, tax and legal, consulting, financial advisory, and risk advisory services to nearly 90% of the Fortune Global 500® and thousands of private companies. Our professionals deliver measurable and lasting results that help reinforce public trust in capital markets, enable clients to transform and thrive, and lead the way toward a stronger economy, a more equitable society and a sustainable world. Building on its 175-plus year history, Deloitte spans more than 150 countries and territories. Learn how Deloitte’s more than 345,000 people worldwide make an impact that matters at www.deloitte.com.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication.

© 2023. For information, contact Deloitte Global.