

Δελτίο Τύπου

Ζητούμενο για τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις η ενσωμάτωση της βιωσιμότητας στη στρατηγική και στη λειτουργία τους

Πρωτογενής έρευνα της Deloitte και του ΙΝΣΕΤΕ καταγράφει, για πρώτη φορά στο σύνολο της αλυσίδας αξίας του κλάδου, την ανάγκη για άμεση ενίσχυση και επιτάχυνση των δράσεων και πρωτοβουλιών βιωσιμότητας στις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις

Αθήνα, 20 Ιουλίου 2023 – Η Deloitte Ελλάδος σε συνεργασία με το Ινστιτούτο του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΙΝΣΕΤΕ) εκπόνησε μια ολοκληρωμένη μελέτη αναφορικά με βασικά θέματα και ζητήματα βιωσιμότητας στον ελληνικό τουρισμό με τίτλο **“Sustainability in the Greek tourism market – Paving the way for sustainable tourism growth”**. Η μελέτη βασίστηκε σε πρωτογενή έρευνα που έτρεξε την περίοδο Ιανουαρίου-Απριλίου 2023, ενώ συμμετείχαν σε αυτή περισσότερες από 200 τουριστικές επιχειρήσεις, μέλη του ΣΕΤΕ, που δραστηριοποιούνται στο σύνολο της αλυσίδας αξίας του τουρισμού.

Αφορμή για τη μελέτη αποτέλεσε το γεγονός ότι ελάχιστα είναι γνωστά, μέχρι στιγμής, για το όραμα, τους στόχους, τις προτεραιότητες και τις δράσεις των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων ως προς τις αρχές βιωσιμότητας, παρά τη γενική παραδοχή πως οι βιώσιμες πρακτικές είναι αναγκαίες και συμβάλλουν στην τουριστική ανάπτυξη. Επιπλέον, με βάση διεθνείς δείκτες και κατατάξεις, ο ελληνικός τουρισμός φαίνεται να υστερεί, σε σχέση με βασικούς ανταγωνιστές στη Μεσόγειο, ως προς τις επιδόσεις του στον τομέα της αειφορίας και της βιωσιμότητας παρά την ανοδική πορεία των τελευταίων ετών.

Αξίζει να σημειωθεί πως η συγκεκριμένη μελέτη αποτελεί την πρώτη ολοκληρωμένη προσπάθεια ανάδειξης της υφιστάμενης κατάστασης και των προκλήσεων σε θέματα βιωσιμότητας για το σύνολο του τουριστικού κλάδου, ενώ η ανάγκη για την ενίσχυση της βιωσιμότητας στον ελληνικό τουρισμό είχε αναγνωρισθεί και στα πλαίσια της μελέτης που εκπόνησε το ΙΝΣΕΤΕ [«Ελληνικός Τουρισμός 2030 - Σχέδια Δράσης»](#) σε συνεργασία με τη Deloitte και τη Remaco.

Τα ευρήματα της έρευνας καταγράφουν τις τρέχουσες αντιλήψεις, τις δράσεις που έχουν δρομολογηθεί / σχεδιασθεί, τις προτεραιότητες που έχουν τεθεί, αλλά και τις ελλείψεις που παρατηρούνται. Παράλληλα, εντοπίζουν τις ευκαιρίες που διαφαίνονται για τις ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, καθώς και τις απειλές και τα εμπόδια που αντιμετωπίζουν.

Τα βασικά ευρήματα της έρευνας

Η συντριπτική πλειοψηφία των ερωτηθέντων επιχειρήσεων δήλωσε ότι εφαρμόζει ήδη ή προτίθεται να υιοθετήσει άμεσα τουλάχιστον ένα μέτρο περιβαλλοντικής (80%) και κοινωνικοοικονομικής (77%) βιωσιμότητας. Είναι χαρακτηριστικό πως μόλις το 7% των επιχειρήσεων που πήραν μέρος στην έρευνα δεν έχει λάβει ή δεν προτίθεται να υιοθετήσει μέτρα και δράσεις περιβαλλοντικής και κοινωνικής υπευθυνότητας.

Οι τομείς στους οποίους εστιάζουν οι επιχειρήσεις του κλάδου τις βιώσιμες πρακτικές τους είναι, μεταξύ άλλων, η διαχείριση της ενέργειας (91%), των απορριμμάτων (61%) και των υδάτινων πόρων (60%). Παράλληλα, δίνουν έμφαση τόσο στον κοινωνικό αντίκτυπο όσο και στο αποτύπωμά τους χρησιμοποιώντας τοπικά προϊόντα και υλικά (75%), προσφέροντας θέσεις εργασίας στους κατοίκους των περιοχών δραστηριοποίησής τους (61%) ή/και ενισχύοντας την τοπική επιχειρηματικότητα (60%).

Πέρα από τα παραπάνω, υπάρχουν και μια σειρά από ευρήματα στην έρευνα που καταδεικνύουν πως η βιωσιμότητα και οι αντίστοιχες πρακτικές δεν βρίσκονται ακόμα στο επίκεντρο της στρατηγικής και λειτουργίας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων, αλλά αποτελούν περισσότερο μια παράπλευρη πρωτοβουλία. Είναι ενδεικτικό πως το 73% των ερωτηθέντων δεν έχει θέσει στόχο μείωσης των εκπομπών άνθρακα για το 2030, ενώ μόλις το 34% βρίσκεται στη διαδικασία ορισμού κάποιου σχετικού στόχου. Οι μισές επιχειρήσεις (52%) δεν συμμετέχουν σε στρατηγικές συνεργασίες / συμμαχίες για την προώθηση της βιωσιμότητας, ενώ το 60% δεν πραγματοποιεί μετρήσεις σχετικά με τη βιωσιμότητα, με κύριο λόγο το γεγονός ότι δε γνωρίζει πώς και με ποιον τρόπο. Στο ίδιο πλαίσιο, περίπου το 78% των επιχειρήσεων δεν έχει υιοθετήσει πρακτικές, εργαλεία και πρότυπα αναφοράς βιωσιμότητας, όπως ενδεικτικά το Global Reporting Initiative (GRI) ή τον Οδηγό Δημοσιοποίησης Πληροφοριών ESG του Χρηματιστηρίου Αθηνών και ούτε εκφράζει την πρόθεση να το κάνει στο άμεσο διάστημα. Αντίστοιχα, περισσότερες από τις μισές (55%) εκ των ερωτηθέντων επιχειρήσεων δεν έχει οποιαδήποτε πιστοποίηση βιωσιμότητας, ενώ οι μισές (50%) δεν ενδιαφέρονται να αποκτήσουν κάποια νέα πιστοποίηση. Επιπλέον, η συντριπτική πλειοψηφία των επιχειρήσεων δεν έχει εντάξει τη βιωσιμότητα στις δομές διακυβέρνησης (82%) και στην οργανωτική τους δομή (84%), ενώ μόνο το 20% θεωρεί ότι παρέχει επαρκή εκπαίδευση για τη βιωσιμότητα στο προσωπικό τους.

Σημαντικό είναι να τονιστεί το αρκετά μεγάλο χάσμα μεταξύ των μικρών και πολύ μικρών επιχειρήσεων, με ετήσια έσοδα κάτω των €10 εκατ., και των μεγαλύτερων. Με βάση τα ευρήματα της μελέτης, οι τουριστικές επιχειρήσεις μικρότερου μεγέθους δυσκολεύονται σημαντικά να αναλάβουν δράσεις που σχετίζονται με τη βιωσιμότητα, κυρίως εξαιτίας της έλλειψης ενημέρωσης και γνώσης, αλλά και χρηματικών και ανθρώπινων πόρων.

Γενικότερα, ο βασικός περιορισμός που αναγνωρίζουν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις αναφορικά με την υλοποίηση περισσότερων επενδύσεων και δράσεων βιωσιμότητας είναι το υψηλό κόστος (62%), ενώ ένα ικανό ποσοστό αναφέρει ότι δεν βρίσκει επαρκείς βιώσιμες λύσεις (28%), δεν μπορεί να τεκμηριώσει την απόδοση των σχετικών επενδύσεων (20%) και δεν γνωρίζει τί είδους βιώσιμες πρακτικές και επενδύσεις θα πρέπει να υλοποιήσει (19%). Αντίστοιχα, η παροχή περισσότερων φορολογικών και χρηματικών κινήτρων είναι μακράν η πιο δημοφιλής επιλογή (89%) στην ερώτηση αναφορικά με το τί πρέπει να κάνει η Πολιτεία για να ενισχύσει τη βιωσιμότητα.

Τέλος, η έρευνα εντόπισε μία σημαντική διαφορά μεταξύ της σημασίας που πραγματικά δίνουν οι ταξιδιώτες στη βιωσιμότητα και του τί πιστεύουν για το θέμα αυτό οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις. Ενώ διεθνείς έρευνες (Expedia) δείχνουν ξεκάθαρα την έμφαση που δίνουν οι ταξιδιώτες στα θέματα βιωσιμότητας (το 90% αναζητά βιώσιμες επιλογές όταν ταξιδεύουν), μόνο το 45% των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων θεωρεί ότι οι ταξιδιώτες βασίζονται στις επιλογές τους σε κριτήρια βιωσιμότητας. Αντίστοιχα, μόνο ένα 42% των ερωτηθέντων εκτιμά ότι οι πελάτες τους είναι διατεθειμένοι να πληρώσουν υψηλότερες τιμές για βιώσιμες υπηρεσίες και προϊόντα. Παρόλα αυτά, το βασικότερο κίνητρο που αναγνωρίζουν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις για να προχωρήσουν σε επιπλέον επενδύσεις και δράσεις στον τομέα της βιωσιμότητας είναι η βελτίωση της εμπειρίας και ικανοποίησης των πελατών (64%), με τη μείωση κόστους (62%) και τη συμμόρφωση με τη νομοθεσία (43%) να ακολουθούν.

Τι προτείνει η μελέτη στις επιχειρήσεις του κλάδου

Με βάση τα αποτελέσματα της πρωτογενούς έρευνας, η μελέτη αναδεικνύει ορισμένους κύριους άξονες που μπορούν να ακολουθήσουν οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις για να ενισχύσουν τη βιωσιμότητα στον κλάδο:

- Να ενσωματώσουν τις αρχές βιωσιμότητας και τους κλιματικούς στόχους στη συνολική τους στρατηγική.

- Να επιδιώξουν καινοτόμες λύσεις και δράσεις, πέρα από τις προφανείς, αλλά και συνεργασίες και συνέργειες ώστε η βιωσιμότητα να αποτελέσει πηγή ανταγωνιστικού πλεονεκτήματος.
- Να φροντίσουν ώστε η βιωσιμότητα να ενσωματωθεί στον οργανισμό και να αποτελέσει μέρος της κουλτούρας του.
- Να θέτουν συγκεκριμένους στόχους βιωσιμότητας, να τους παρακολουθούν συστηματικά και να δημοσιοποιούν αναλυτικά τα αποτελέσματα των προσπαθειών τους.

Τι προτείνει η μελέτη σε όσους χαράσσουν πολιτικές

Αντίστοιχα, η μελέτη προχωρά σε μια σειρά προτάσεων προς την Πολιτεία και γενικότερα σε όσους χαράσσουν πολιτικές:

- Χάραξη ολοκληρωμένης στρατηγικής, σε εθνικό επίπεδο αλλά και σε επίπεδο συγκεκριμένων προορισμών, συμπεριλαμβανομένων και στοχευμένων κινήτρων (οικονομικά, φορολογικά, κτλ.), για την ενίσχυση της βιωσιμότητας στον ελληνικό τουρισμό.
- Διαμόρφωση ενός ολοκληρωμένου εθνικού προγράμματος βιώσιμου τουρισμού που θα περιλαμβάνει συστήματα πιστοποίησης, συγκεκριμένους στόχους βιωσιμότητας, συστήματα και εργαλεία μετρήσεων και αναφορών για τις τουριστικές επιχειρήσεις σε όλο το φάσμα της αλυσίδας αξίας του τουρισμού, καθώς και σύνδεση με εξειδικευμένα κίνητρα.
- Εστίαση στην αποτελεσματική στήριξη των μικρών και πολύ μικρών τουριστικών επιχειρήσεων σε όλους τους τομείς (χρηματοδότηση, εκπαίδευση/ανάπτυξη δεξιοτήτων, ευαισθητοποίηση, μέτρηση και αναφορά δεικτών βιωσιμότητας, πιστοποιήσεις, κ.λπ.) οι οποίες, εξαιτίας του μεγάλου πλήθους τους, έχουν σημαντικό αντίκτυπο στα αποτελέσματα του συνόλου του ελληνικού τουριστικού τομέα, τόσο σε θέματα βιωσιμότητας, όσο και ευρύτερα.
- Βελτιστοποίηση του ρυθμιστικού πλαισίου για τη βιωσιμότητα στον ελληνικό τουρισμό.

Όπως τονίζεται με έμφαση στην προαναφερθείσα μελέτη του ΙΝΣΕΤΕ [«Ελληνικός Τουρισμός 2030 - Σχέδια Δράσης»](#), ο ελληνικός τουρισμός απαιτείται να στραφεί από μια λίγο-πολύ αυθόρμητη και αυτοσχέδια ανάπτυξη σε έναν πιο εμπεριστατωμένο, στοχευμένο και ουσιαστικό τρόπο σχεδιασμού, άσκησης πολιτικής αλλά και αποτελεσματικής διακυβέρνησης. Το ζήτημα της διαχείρισης και διακυβέρνησης των τουριστικών προορισμών, συνεπώς, βρίσκεται στο επίκεντρο μιας αποτελεσματικής στρατηγικής βιωσιμότητας.

Σχολιάζοντας τη μελέτη της Deloitte και του ΙΝΣΕΤΕ, ο **Βασίλης Καφάτος, Partner, Growth Leader και Transportation, Hospitality & Services Sector Leader** ανέφερε: «*Η χώρα μας θα πρέπει να κάνει γρήγορα και συγκεκριμένα βήματα προς ένα πιο βιώσιμο τουριστικό μοντέλο. Από την έρευνά μας προέκυψε πως οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δεν έχουν ακόμη πλήρως υιοθετήσει και εφαρμόσει πρακτικές και μέτρα που θα καθορίσουν ένα ολοκληρωμένο και αποτελεσματικό πλαίσιο για το βιώσιμο μέλλον του κλάδου. Αυτό στην ουσία σημαίνει πως οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις θα πρέπει να θέσουν όσο το δυνατόν πιο άμεσα τη βιωσιμότητα στο επίκεντρο της στρατηγικής τους καθώς και στα επιχειρηματικά και λειτουργικά τους μοντέλα».*

Ο **Θοδωρής Παπακωνσταντίνου, Strategy Partner, Tourism & Hospitality Expert και επικεφαλής της ομάδας που συνέταξε τη μελέτη** συμπλήρωσε: «*Η έρευνά μας έδειξε ότι ενώ δεν εκφράζεται καμία αμφιβολία για τη σημαντικότητα της βιωσιμότητας, οι ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις δυσκολεύονται να κατανοήσουν τις απαιτήσεις ενός πιο βιώσιμου τουριστικού μοντέλου και να χαράξουν ένα σαφές πλάνο δράσης που θα καθιστά τη βιωσιμότητα πηγή ανταγωνιστικών πλεονεκτημάτων. Οι περιορισμοί σε ενημέρωση, γνώση, δεξιότητες και πόρους, αλλά και η εστίαση σε άλλες προτεραιότητες γίνεται εμφανής, ιδιαίτερα για τις μικρές και πολύ μικρές επιχειρήσεις που αποτελούν και την πλειοψηφία του κλάδου. Παράλληλα, παρατηρούμε ανταγωνιστικές χώρες να*



προχωρούν γοργά προς την υλοποίηση ολοκληρωμένων συστημάτων βιωσιμότητας που προσδίδουν πλεονέκτημα τόσο στον προορισμό ως σύνολό, αλλά και στην κάθε τουριστική επιχείρηση ξεχωριστά. Στο πλαίσιο αυτό, απαιτείται η χώρα μας να προχωρήσει σε άμεσες και συντονισμένες κινήσεις χάραξης και υλοποίησης ενός ολοκληρωμένου, ρεαλιστικού και εφαρμόσιμου πλάνου ενσωμάτωσης της βιωσιμότητας στην καρδιά της λειτουργίας των ελληνικών τουριστικών επιχειρήσεων».

Μεθοδολογία της έρευνας

Η έρευνα διεξήχθη σε 204 ελληνικές τουριστικές επιχειρήσεις, μέλη του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων (ΣΕΤΕ). Έτρεξε μεταξύ Ιανουαρίου και Απριλίου 2023 μέσω διαδικτυακών ερωτηματολογίων, ενώ οι ερωτηθέντες δραστηριοποιούνται σε όλη τη φάσμα της αλυσίδα αξίας του τουρισμού (μεταφορές, διαμονή, DMCs / tour operators / ταξιδιωτικά γραφεία, άλλες επιχειρήσεις που σχετίζονται με τον τουρισμό, όπως π.χ. φορείς που διοργανώνουν συνέδρια και εκθέσεις, κ.λπ.).

Για τα αναλυτικά αποτελέσματα της έρευνας, επισκεφθείτε το site της [Deloitte](#) και του [INSETE](#).

Για περισσότερες πληροφορίες

Deloitte, Κέλλυ Κουφοπούλου, Manager, Brand & Communications

email: kkoufopoulou@deloitte.gr

This document has been prepared by Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants.

Deloitte Business Solutions Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 000665201000 and its registered office at Marousi Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25, Deloitte Certified Public Accountants Societe Anonyme, a Greek company, registered in Greece with registered number 0001223601000 and its registered office at Marousi, Attica, 3a Fragkokklisias & Granikou str., 151 25 and Deloitte Alexander Competence Center Single Member Societe Anonyme of Business Consultants, a Greek company, registered in Greece with registered number 144724504000 and its registered office at Thessaloniki, Municipality of Pylaia - Chortiatis of Thessaloniki, Vepe Technopolis Thessaloniki (5th and 3rd street), are one of the Deloitte Central Mediterranean S.r.l. ("DCM") countries. DCM, a company limited by guarantee registered in Italy with registered number 09599600963 and its registered office at Via Tortona no. 25, 20144, Milan, Italy is one of the Deloitte NSE LLP geographies. Deloitte NSE LLP is a UK limited liability partnership and member firm of Deloitte Touche Tohmatsu Limited, a UK private company limited by guarantee.

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 any of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more.

DTTL, Deloitte NSE LLP and Deloitte Central Mediterranean S.r.l. do not provide services to clients. Please see www.deloitte.com/about to learn more about our global network of member firms.

Deloitte is a leading global provider of audit and assurance, consulting, financial advisory, risk advisory, tax and related services. Our global network of member firms and related entities in more than 150 countries and territories serves four out of five Fortune Global 500® companies. Learn how Deloitte's approximately 415,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.