

Actual Dec 2009

O trecere in revista a industriei ospitalitatii

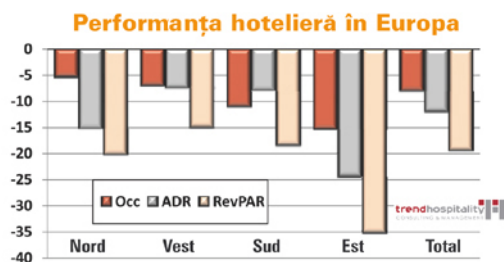
de Catalina Matei (catalina.matei@cmgromania.ro)



Buget de criza, masuri anti-criza, recesiune, lipsa cash-flow sunt cuvinte care au intrat in vocabularul uzual al operatorilor din industria ospitalitatii in acest an. In articolul de fata nu mi-am propus sa analizez acest subiect, deja dezbatut pana la extrem, ci sa prezint o situatie a pietei horeca dupa un an destul de greu, cu ajutorul unor oameni importanti din industrie si a unor studii realizate de firme de consultanta in ospitalitate.

Pentru a intelege mai bine schimbarile aduse de criza economica in acest domeniu in Romania, este potrivit sa avem o privire de ansamblu referitoare la impactul pe care recesiunea l-a avut asupra jucatorilor din turism in lume si tendintele care au inceput sa apara odata cu extinderea recesiunii globale. Vom face acest lucru cu ajutorul unui raport international al companiei de cercetare de piata Euromonitor International, numit 2009 World Travel Market Global Trends, care a fost lansat la un an de la inceperea crizei economice care a lovit si industria turistica. Conform acestui raport, tendintele mondiale in turism difera in functie de zonele geografice, sau de schimbarile economice si politice.

Astfel, in America de Nord se poarta ?funemployment?, ceea ce inseamna ca somerii isi folosesc timpul liber pe care il au la dispozitie pentru a gasi variante ieftine de turism, iar in Marea Britanie se semnaleaza aparitia hotelurilor de tip ?pop-up?, un soi de hoteluri temporare care ofera cazare la preturi speciale. In Orientul Mijlociu au inceput sa apara locuri de cazare doar pentru femei, desi in unele tari musulmane este considerat nepotrivit ca o femeie sa calatoreasca neinsotita, iar Africa este reinsufletita odata cu venirea lui Barack Obama la Casa Alba, a carui origini se trag de pe acest continent. Asiaticii sunt in continuare foarte atrasi de golf, iar America Latina investeste din ce in ce mai mult in infrastructura, incercand sa atraga clientii cu venituri mari.



Si, nu in ultimul rand, in Europa serviciile de tip concierge travel atrag in prezent calatorii cu venituri mari, oferind vacante ?la cheie?, in concordanta cu gusturile personale. Majoritatea turistilor insa cer la randul lor servicii din ce in ce mai personalizate, fiind obisnuiti sa gaseasca optiuni diverse online si deschizand astfel o piata noua, vasta. In consecinta, conform studiului Euromonitor, ofertele turistice ale viitorului vor contine servicii personalizate destinate oricarui buzunar, iar ofertele de concierge travel adresate pietei cu venituri medii vor permite jucatorilor din industrie sa isi diferentieze produsele prin preturi mai mici.

Compania de consultanta in domeniul hotelier, Trend Hospitality Consulting&Management a realizat, de curand, un studiu in care sunt expuse performantele hotelurilor din Europa in acest an. Potrivit acestuia, recesiunea a afectat sever atat gradul de ocupare, cat si rata medie de ocupare (ADR) si venitul pe camera disponibila (RevPAR) a hotelurilor din intreaga Europa, cea mai afectata fiind insa Europa de Est.

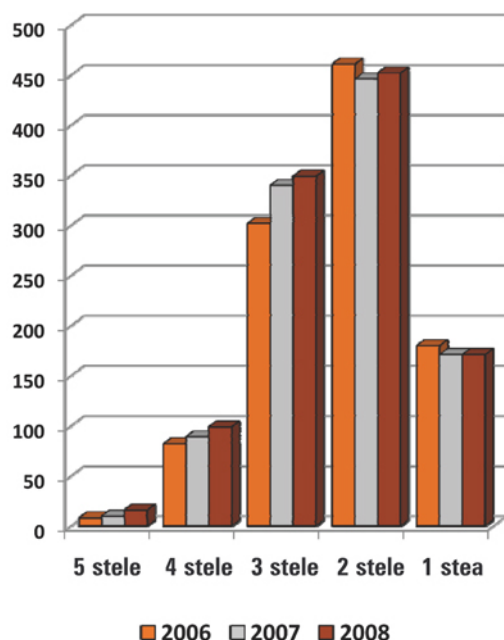
De asemenea, cu foarte putine exceptii (precum Turcia de exemplu), criza economica a determinat o scadere a sosirilor si a cazarilor, Romania si Bulgaria fiind printre cele mai afectate tari in acest sens. In ceea ce priveste capitalele Europei, gradul de ocupare a hotelurilor a scazut aproape fara exceptie, insa nu acelasi lucru se poate spune despre rata medie de ocupare (ADR). Bucurestiul, spre exemplu, inregistreaza o scadere moderata a gradului de ocupare si o scadere foarte mare a ratei medii de ocupare (ADR).

Focus pe Romania

Piata hoteliera din Romania nu putea evita trendul negativ al industriei mondiale a ospitalitatii, proprietatile fiind afectate in procente diferite, in functie de zonele in care se afla sau de managementul pe care l-au adoptat.

„Piata vestica a simtit in ceafa mult mai devreme efectele crizei mondiale, inca din primul trimestru al anului 2008, fata de Romania, unde s-a manifestat vizibil in ultimele doua luni ale lui 2008, dar pregnant in 2009”, precizeaza Mihai Rajnita, secretar general al Federatiei Industriei Hoteliere din Romania. Astfel, in primul rand, numarul turistilor care au intrat in tara in acest an, indiferent de segmentul din care fac parte (business, leisure), a scazut cu 14% fata de anul 2008, se arata in studiul realizat de Trend Hospitality. In consecinta, hotelurile au inregistrat o scadere a tarifului mediu pe camera, lucru care a condus la o micorare semnificativa a cifrei de afaceri, pentru multe dintre unitatile de cazare.

Oferta hotelieră în România



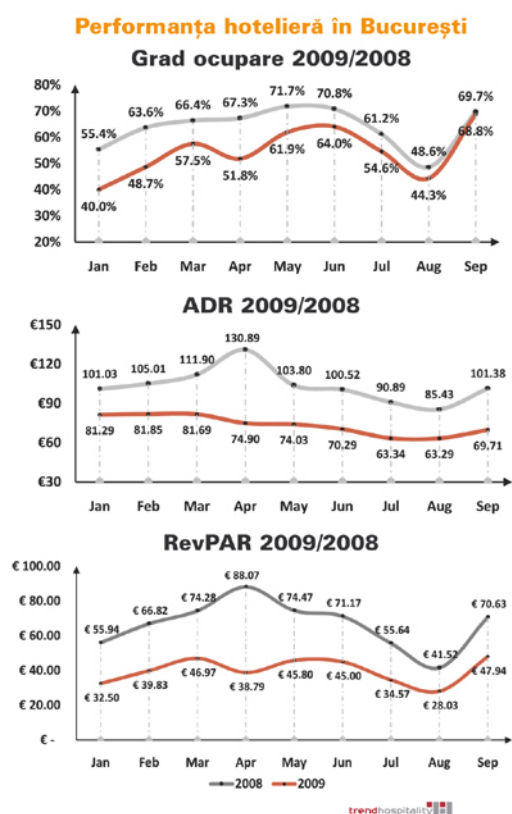
La o trecere in revista a ofertei de hoteluri din Romania, se poate spune ca aproape jumatate din aceasta, respectiv 1.104 de hoteluri pe toate segmentele, este acoperita de locatiile de doua stele. In ceea ce priveste penetrarea brandurilor internationale, Romania alaturi de Slovenia este una dintre tarile Europei care beneficiaza cel mai putin de acest fapt, in prezent doar 7,3% din numarul total al camerelor din Romania apartinand unui grup hotelier international. Jumatate din camerele afiliate unui brand sunt de 4 stele, in timp ce pe segmentul economy nu este prezent niciun brand.

Impactul recesiunii economice s-a facut simtit si in restauratie semnificativ, insa abia cu a doua jumatate a anului 2009, deoarece efecte ale crizei precum scaderea puterii de cumparare si cresterea

somajului, care au legatura directa cu iesirile populatiei la restaurant, s-au vazut mult mai tarziu. Din acelasi motiv este de asteptat ca segmentul restauratiei sa inregistreze scaderi spectaculoase abia in 2010. Mai multe detalii despre numarul locatiilor in 2008 versus 2009, pe categorii, cat si despre schimbarile din ultimele luni pe acest segment se pot observa in tabelul de mai sus oferit de compania de monitorizare AC Nielsen.

Capitala, cea mai afectata

2009 a reprezentat pentru Bucuresti un prim an de declin dupa multi in care a inregistrat cresteri spectaculoase pe toate segmentele. 2008 a avut o scadere de 8% fata de 2007, accelerata in ultimul trimestru si observata pe tot parcursul lui 2009. Acest fapt a fost sesizat intai in orasele principale, cu predilectie in Bucuresti, deoarece cheltuielile de calatorie au fost primele taiate din bugetele companiilor, iar Bucurestiul era 65% bazat pe turismul de business extern si, ca atare, aici au fost simtite primele semne de criza.



Turismul de business extern a scazut din doua puncte de vedere, odata ca si trafic in gradul de ocupare si odata ca si durata de sedere, care s-a micșorat. Dupa primul trimestru a lui 2009, proprietarii de hoteluri au intrat in panica si au inceput razboiul preturilor, care, alaturi de scaderea ratei medii de ocupare inseamna intrarea intr-o spirala care e greu de oprit si controlat. Acest razboi al preturilor a dominat mult in 2009 piata hoteliera din Romania, pe toate segmentele, fapt ce a dus la o scadere a cifrei de afaceri per total de 25%.

In acest caz nu se mai pune problema de profit, ci de supravietuire, respectiv sa poti tine proprietatile in functiune la un anumit standard de servicii si de calitate. Oricum, efectele acestei crize la noi se vor vedea in urmatoorii ani in scaderea calitatii serviciilor catre clienti si a deteriorarii proprietatilor, pentru ca marea majoritate a operatorilor au redus cheltuielile de mentenanta, de trainig de personal si chiar au redus din personal, iar toate acestea se vor vedea pe termen mediu?, este parerea lui Tinu Sebesanu, CEO, Trend Hospitality Consulting&Management.

Cu toate acestea, oferta de hoteluri a continuat sa creasca si in 2009, cu 12,4%, piata hoteliera bucuresteană fiind însă o piata dezzechilibrata din mai multe puncte de vedere - prea putine hoteluri de doua si trei stele, branduri internationale prezente intr-o proportie prea mare (35% din camere), iar 48% din hoteluri au mai putin de 50 de camere. In ceea ce priveste performanta hotelurilor, gradul de ocupare da semne de revenire spre sfarsitul acestui an, ceea ce nu se poate spune însă despre rata

medie de ocupare si venitul mediu per camera.

In asteptarea lui 2010

Este de asteptat ca pana la sfarsitul anului sa se atinga nivelul minim al scaderii din toate punctele de vedere a pietei ospitalitatii, deoarece, conform estimarilor Trend Hospitality, trendul in aceasta toamna este in continuare descrescator, astfel incat este previzibil un prim trimestru 2010 dificil, ca abia in trimestrul doi sa inceapa o stabilizare. Cresterile in 2010 nu sunt preconizate a fi mai mari de 9% fata de 2009, pe acest segment.

?Piata in 2010 da semne de revigorare ? cel putin la nivel international ? dar in Romania trebuie sa se aseze intai institutiile statului, sa se stabilizeze economia si abia apoi putem spera ca ocuparea hoteliera sa reintre in matca sa. Intr-o piata captiva, considerata scumpa, Romania are sansa de revenire prin servicii de calitate la un pret optim. Depinde, repet, de stabilitatea politica care va genera si revenirea economica si o circulatie sanatoasa a consumatorilor de servicii hoteliere pe toate segmentele: business, events, leisure, vacante litorale si montane, circuite etc. Revenirea, pentru cei care vor supravietui, va fi cam in septembrie 2010?, conchide Mihai Rajnita, secretar general FIHR.