

# Ξενοδοχειακός πυρετός

ΠΟΛΗ



Η πανδημία όχι μόνο δεν έβαλε φρένο στην εκρηκτική ανάπτυξη της ξενοδοχειακής αγοράς της Αθήνας, αλλά άνοιξε ακόμα περισσότερο την όρεξη Ελλήνων και ξένων επενδυτών που στοιχηματίζουν σε μια λαμπρή «επόμενη μέρα».



Modernist Athens



**ΤΟ ΡΕΠΟΡΤΑΖ ΠΟΥ ΘΑ** διαβάσετε ξεκίνησε από μια ειλικρινή απορία: Χωράει η Αθήνα όλα αυτά τα ξενοδοχεία που εγκαινιάζονται ή ετοιμάζονται να εγκαινιαστούν μέσα στο 2022 και τα αμέσως επόμενα χρόνια; Αντέχει το τουριστικό προϊόν της ελληνικής πρωτεύουσας την κλίμακα και το μέγεθος των επενδύσεων για τις οποίες διαβάζουμε κάθε τρεις και λίγο, και μάλιστα εν μέσω παγκόσμιας υγειονομικής κρίσης; Προφανώς οι νέες μονάδες «βλέπουν» στην εποχή μετά την πανδημία, αλλά και πάλι: προβλέπεται τόσο εκρηκτική αύξηση της ζήτησης, που θα απορροφήσει την (υπερ)προσφορά καταλυμάτων αν προσθέσουμε και την ολική επαναφορά του αϊγῆπῆ; Μήπως οδηγούμαστε σε μια παράλογη μεγέθυνση της αγοράς τώρα που ο προορισμός της Αθήνας μοιάζει ελκυστικότερος από ποτέ; Τι ακριβώς συμβαίνει;

**ΑΛΟΓΟ ΚΟΥΡΣΑΣ**

Ας πάρουμε τα πράγματα από την αρχή: Σύμφωνα με τα στοιχεία της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής και Αργοσαρωνικού, η δυναμικότητα των αθηναϊκών ξενοδοχείων πριν από τον κορωνοϊό (Δεκέμβριος 2019) ήταν 691 μονάδες, που αντιστοιχούσαν σε 33.876 δωμάτια και 64.935 κλίνες, εκ των οποίων το 75% περίπου ήταν 12μηνες λειτουργίας και περίπου 25% εποχικής. Μέχρι τα τέλη του 2021, τα νούμερα δεν άλλαξαν δραματικά: σήμερα η μητροπολιτική περιοχή αριθμεί λίγο περισσότερα από

700 νέα ή ανανεωμένα και πλήρως ανακαινισμένα ξενοδοχεία, ενώ τους τελευταίους μήνες εκδίδονται διαρκώς νέες άδειες. Με λίγα λόγια, η ξενοδοχειακή αγορά της Αθήνας θυμίζει αυτή τη στιγμή άλογο κούρσας σε ξέφρενο φάτο φίνις. Μόνο που αυτό που βλέπουμε σήμερα δεν είναι η γραμμή τερματισμού, αλλά μόνο η αρχή. Στα επόμενα πέντε χρόνια, κραταιές ξένες αλυσίδες υψηλού κύρους χωρίς προηγούμενη παρουσία στην Ελλάδα παίρνουν θέση στο αθηναϊκό πάρτι: η Conrad και η Waldorf Astoria στη μετατροπή του Χίλτον σε complex που θα συνδυάζει high end διαμερίσματα και προηγμένες υπηρεσίες φιλοξενίας, η One & Only στην αναβίωση του ιστορικού συγκροτήματος στα Αστέρια της Γλυφάδας, ενώ δεν θα πρέπει να ξεχνάμε το πρότζεκτ του Ελληνικού, στο πλαίσιο του οποίου προγραμματίζονται η κατασκευή και η λειτουργία δύο ξενοδοχείων πολυτελείας «πάνω στο κύμα».

**ΤΟ ΛΑΘΟΣ ΕΡΩΤΗΜΑ**

Αυτή είναι η εμπροσθοφυλακή της αναπτυξιακής έκρηξης, γιατί δαιμονισμένη κινητικότητα παρατηρείται και στα «μετόπισθεν», όπως θα διαβάσετε στη σχετική καταγραφή στη σελίδα 35, με έμφαση στο κέντρο της Αθήνας. «Στη βάση του, το ερώτημα “πόσα ξενοδοχεία αντέχει η Αθήνα;” είναι λάθος», επισημαίνει ο Γιάννης Ρέτσος, πρόεδρος του Συνδέσμου Ελληνικών Τουριστικών Επιχειρήσεων.

→



xenodocheio Milos

«Υπάρχει μια **ΕΚΡΗΞΗ** δημιουργικότητας στην Αθήνα, που έχει να κάνει με κρίσιμους για τον τουρισμό τομείς, όπως είναι η εστίαση, η τέχνη, οι πολιτιστικές υποδομές». ΠΑΡΙΣ ΚΑΛΛΙΤΣΑΝΤΣΗΣ

Και εξηγεί ότι σε συνθήκες ελεύθερης αγοράς για έναν προορισμό της κατηγορίας και της εμβέλειας της Αθήνας δεν μπορούμε να ορίσουμε έναν πολύ συγκεκριμένο αριθμό δυναμικότητας ξενοδοχείων ή κλινών βάσει του οποίου θα κρίνουμε αν έχουμε υπερβολικά πολλές ή υπερβολικά λίγες μονάδες». Οι μεταβλητές παραείναι σύνθετες για να υποθέσουμε ότι μπορούμε να τις ελέγξουμε. «Το 2012, στο αποκορύφωμα της κρίσης και της απαξίωσης της Αθήνας ως προορισμού, με πολύ λιγότερα ξενοδοχεία σε σχέση με σήμερα, οι χαμηλές πληρότητες μας έλεγαν ότι παραείχαμε πολλά ξενοδοχεία. Και το 2019, με την εντυπωσιακή ανάκαμψη του τουρισμού, με πολύ περισσότερα ξενοδοχεία υπήρχε η αίσθηση ότι δεν μπορούσαμε να καλύψουμε τη ζήτηση. Τώρα, με τη σκιά της πανδημίας να έχει πέσει βαριά στα ξενοδοχεία πόλης, αναρωτιόμαστε ξανά: Μήπως δημιουργούνται συνθήκες φούσκας; Αλλά και πάλι το ερώτημα δεν τίθεται στις σωστές του βάσεις».

Ποια είναι λοιπόν η «σωστή» ερώτηση; «Τα πράγματα θα εξελιχθούν τουριστικά έτσι ώστε οι επενδύσεις που γίνονται τώρα να αποσβεστούν και να αποδειχθούν μεσοπρόθεσμα βιώσιμες; Θα κάνουμε όλοι μας, κράτος, θεσμικοί φορείς, ιδιώτες, αυτό που πρέπει να κάνουμε για να προστατεύσουμε και να αναβαθμίσουμε το προϊόν μας, αυτό είναι το ερώτημα». Θα το κάνουμε λοιπόν; «Δεν μπορώ να μιλήσω εκ μέρους τρίτων, αλλά ο άνεμος είναι ούριος», τονίζει ο πρόεδρος του ΣΕΤΕ.

**ΟΥΡΙΟΣ ΑΝΕΜΟΣ**

Θέλει να γίνει πιο συγκεκριμένος; Φυσικά. Μου εξηγεί τους δύο βασικούς άξονες της αισιόδοξης ματιάς του. Πρώτον, όλα συνηγορούν ότι η τρέχουσα δεκαετία θα είναι μια περίοδος ιδιαίτερης τουριστικής ανάπτυξης παγκοσμίως. «Η γήρανση του πληθυσμού στις ανεπτυγμένες χώρες συσσωρεύει χρόνο, χρήμα και διάθεση για ταξίδι. Το τέλος της πανδημίας θα επιταχύνει αυτή την τάση. Μιλώντας για την Αθήνα, το τουριστικό της προϊόν διαρκώς εμπλουτίζεται και θα εμπλουτιστεί ακόμα περισσότερο στο άμεσο μέλλον. Τα έργα στο Ελληνικό δεν θα έχουν επιπτώσεις μόνο στο καθαρά κτηματομεσιτικό κομμάτι, αλλά θα αφήσουν ένα ισχυρό τουριστικό αποτύπωμα, καθώς θα βάλουν την Αθήνα σε έναν διαφορετικό χάρτη πελατείας υψηλού εισοδήματος, δημιουργώντας μια εντελώς νέα δυναμική. Ήδη διεθνή ξενοδοχειακά brands σπεύδουν να πάρουν θέση στην “επόμενη μέρα” της αγοράς που δημιουργείται, γιατί προεξοφλούν τη δυναμική ενός πολύ σύνθετου προορισμού όπως είναι η Αθήνα. Από αυτή την άποψη δεν θα πρέπει να μας εκπλήσσει ιδιαίτερα αυτός ο επενδυτικός πυρετός. Προφανώς υπάρχουν και οι πιο ευκαιριακοί παίκτες, αλλά ο επισκέπτης σήμερα είναι πολύ πιο ενημερωμένος, έχει απαιτήσεις που δεν σταματούν στο δωμάτιο και στο πρωινό, αναζητά την εξατομικευμένη εμπειρία και το λεγόμενο value for money. Οι επενδυτές που απλώς θα εκμεταλλευτούν τη συγκυρία δεν θα

φτάσουν πολύ μακριά». Αλήθεια, δεν υπάρχουν αστάθμητοι παράγοντες που μπορούν να ταραξούν το ευοίωνο κλίμα; «Φυσικά. Τα ξενοδοχεία πόλης ήταν αυτά που δέχτηκαν το ισχυρότερο πλήγμα στη διάρκεια της πανδημίας, γιατί, εκτός όλων των άλλων, κατέρρευσε ολοκληρωτικά ο κλάδος των συνεδρίων και των επαγγελματικών ταξιδιών. Και θα είναι τα τελευταία που θα ανακάμψουν πλήρως, γιατί θα χρειαστεί χρόνος για να επιστρέψει η αγορά των city breaks στα επίπεδα που ήταν πριν από τον κορωνοϊό. Η Αθήνα έχει το επιπλέον μειονέκτημα ότι είναι από τους πιο μακρινούς προορισμούς για city break στην Ευρώπη και ως εκ τούτου από τους πιο ακριβούς. Επίσης, διαφαίνεται μια τάση στη βόρεια Ευρώπη για μείωση των πτήσεων μικρών αποστάσεων εξαιτίας της κλιματικής αλλαγής και των φόρων, που θα καταστήσουν αυτά τα ταξίδια περισσότερο ακριβά».

**ΓΙΑΤΙ ΕΠΕΝΔΥΟΥΜΕ ΣΤΗΝ ΑΘΗΝΑ**

Ο Κωστής Καρατζάς είχε δρομολογήσει τη μεταφορά του concept του θεσσαλονικιώτικου Modernist στην Αθήνα πριν ξεσπάσει η πανδημία. Τα εγκαίνια στο μεταμορφωμένο κτίριο που στέγαζε την πρεσβεία του Καναδά στην οδό Ιωάννου Γενναδίου έγιναν τον Σεπτέμβριο του 2020, ανάμεσα στις δύο καραντίνες. «Δεν έχουμε κάνει ολόκληρη χρονιά ακόμη λόγω του κορωνοϊού», μου λέει ο ιδρυτής των δύο Modernist, που εκπροσωπούν μια νέα γενιά (και κυρίως φιλοσοφία) στη φιλοξενία. Έχει σπουδάσει πολιτικός μηχανικός και αρχιτεκτονική, δεν είχε καμία σχέση με τον χώρο των ξενοδοχείων και στην πραγματικότητα ήθελε να φτιάξει ένα ξενοδοχείο που θα ήθελε ο ίδιος να βρίσκει στις πόλεις που επισκέπτεται. «Σίγουρα δεν ήθελα να κάνω ένα ακόμα κλασικό ξενοδοχείο πόλης, δεν προέρχομαι από αυτόν τον κόσμο. Αυτό που με ενδιέφερε είναι να βγάλω τα πράγματα που αισθανόμουν ότι περίσσευαν από τα περισσότερα ξενοδοχεία πόλης που ξέραμε και να προσθέσω ό,τι θεωρώ πως έλειπε».



Lighthouse Brown Hotel



«Στην Αθήνα ο τουρισμός ΘΑ ΑΝΘΙΣΕΙ ΚΙ ΑΛΛΟ, δεν είναι φούσκα. Υπάρχει ανάγκη για νέα ξενοδοχεία, με υπηρεσίες και φρέσκια οπτική».

ΛΕΟΝ ΑΒΙΓΚΑΝΤ

ΠΟΛΗ



Kubic Brown Hotel

©ANGELIS PATERAKIS



NYX Athens

Μου δίνει ένα πολύ εύστοχο παράδειγμα για να καταλάβω: «Το βρίσκω ανόητο ένα ξενοδοχείο να πείσει τους πελάτες του να φάνε στο εστιατόριο του ξενοδοχείου ενώ η πόλη κατακλύζεται από τόσα πολύ καλύτερα, αυθεντικά εστιατόρια, που θα εμπλουτίσουν την εμπειρία τους και που εγώ μπορώ να τους βοηθήσω να ανακαλύψουν».

Πρόκειται για μια εντελώς διαφορετική αντίληψη φιλοξενίας και πρόταση αστικής εξερεύνησης που υποστηρίζει φανατικά ο Κωστής Καρατζάς μέσα από συνεργασίες με τοπικούς δημιουργούς, οι οποίοι εξοπλίζουν τα δύο ξενοδοχεία με ρούχα, αντικείμενα ντιζάιν, προϊόντα περιποίησης. Ως προς την επένδυση της Αθήνας, αναμένει κι αυτός μια σχετική ομαλοποίηση μετά το σοκ της πανδημίας. Πιστεύει πολύ στο μέλλον της Αθήνας ως τουριστικού προορισμού («διαφορετικά, δεν θα έκανα το βήμα»), αλλά πιστεύει ότι αυτή τη στιγμή γινόμαστε μάρτυρες μιας παράλογης «υπερεπένδυσης» που δεν δείχνει βιώσιμη και η οποία βασίζεται περισσότερο στο συναίσθημα και λιγότερο σε επιχειρηματικά σχέδια. «Από τη μία βλέπω πολλά μικρά καταλύματα με 15-18 δωμάτια, σαν να τρέχουν όλοι να μπουν σε κάτι που δείχνει να πουλάει, και από την άλλη παρακολουθούμε μεγάλες επενδύσεις από ξένα funds που μοιάζουν αποξενωμένες από την τοπική πραγματικότητα, το τελικό προϊόν. Ένα ξενοδοχείο δεν είναι μόνο τα δωμάτια και τα κρεβάτια, ο κόσμος ταξιδεύει για να κάνει εμπειρίες. Ούτε η υπερβολική προσήλωση στο ντιζάιν μπορεί να σε κρατήσει φρέσκο για πάντα· άλλα πράγματα θα σε κρατήσουν στην αγορά τα επόμενα χρόνια, όταν δεν θα είσαι πια ο καινούργιος στη γειτονιά».

**«ΑΥΤΟ ΠΟΥ ΒΛΕΠΟΥΜΕ  
ΕΙΝΑΙ ΝΑ ΜΕΓΑΛΩΝΕΙ Η ΠΙΤΑ»**

Αντίστοιχα, ο Πάρις Καλλιτσάντης δεν φέρει την ιδιότητα του «ξενοδόχου», καθώς ο ίδιος και η εταιρεία του (Blend Development) δραστηριοποιούνται στον χώρο ανάπτυξης και εκμετάλλευσης ακινήτων. Παρ' όλα αυτά βρίσκεται πίσω από τη λειτουργία του Blend, ενός νέου ξενοδοχείου στην οδό Βύσσης, στην καρδιά του εμπορικού τριγώνου της Αθήνας, που τα τελευταία χρόνια έχει πάρει φωτιά ως κατεχοχίν προορισμός αναψυχής και ψυχαγωγίας. «Επενδύσαμε στην περιοχή γιατί πιστεύαμε και πιστεύουμε στο μέλλον της, ήταν στρατηγική μας επιλογή. Τρία χρόνια μετά, τα πράγματα δεν έχουν απολύτως τη μορφή που είχαμε στο μυαλό μας, προφανώς έχει παίξει ρόλο και η υγειονομική κρίση, αλλά η κατεύθυνση φαίνεται, είναι ξεκάθαρη». Ο ίδιος βλέπει στο εγγύς μέλλον μια ενιαία τουριστική διαδρομή που θα ξεκινάει από τις παρυφές της Πλάκας στην αρχή της οδού Αιόλου και θα φτάνει μέσω Αθηνάς και Πατησίων στο Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο, με ενδιάμεσο βασικό σταθμό την αναγεννημένη Ομόνοια. Ως προς την τουριστική δυναμική της Αθήνας, ο Πάρις Καλλιτσάντης πιστεύει ότι θα πρέπει να τη συνδέσουμε με τη γενικότερη ζήτηση που παρουσιάζει το «προϊόν» Ελλάδα. «Είναι δύο παράλληλα αφηγήματα, που από τη μία πλευρά συνδέονται με την εμπέδωση ενός κλίματος ασφάλειας και εμπιστοσύνης, ενώ ταυτόχρονα υπάρχει μια έκρηξη δημιουργικότητας στην Αθήνα που έχει να κάνει με κρίσιμους για τον τουρισμό τομείς, όπως είναι η εστίαση, το ποτό, η τέχνη, οι πολιτιστικές υποδομές. Είναι μια εντελώς νέα πραγματικότητα, που διαμορφώθηκε στο τέλος της κρίσης και διαρκώς εμπλου-

τίζεται. Βλέποντας, λοιπόν, την Ελλάδα που αλλάζει και την Αθήνα που αλλάζει, δεν πιστεύω ότι οι επενδύσεις στον τουρισμό της πόλης είναι παράλογες. Αυτό που βλέπουμε στην πραγματικότητα είναι να μεγαλώνει η πίτα». Ο Πάρις Καλλιτσάντης δηλώνει αισιόδοξος, ίσως γιατί είδε το ξενοδοχείο του, δυναμικότητας 24 κλινών, να είναι σχεδόν γεμάτο τον περασμένο Οκτώβριο και Νοέμβριο. Μετά έπεσε η... βόμβα της Όμικρον, που συμπαρέσυρε όλα τα ξενοδοχεία της πόλης σε έντονα καθοδική πορεία.

**«ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΦΟΥΣΚΑ»**

Ένα κεφάλαιο από μόνη της αποτελεί η περίπτωση της Brown Hotels, αλυσίδας ξενοδοχείων από το Ισραήλ που έχει... ερωτευτεί την Αθήνα και επενδύει στην πόλη σαν να μην υπάρχει αύριο. Ούτε λίγο ούτε πολύ, δέκα νέα ξενοδοχεία έχουν ανοίξει ή προγραμματίζονται να ανοίξουν το αμέσως επόμενο διάστημα κυρίως στην ευρύτερη περιοχή της Ομόνοιας. Μιλώντας με τον Λεόν Αβιγκαντ, ιδρυτή της εταιρείας, καταλαβαίνεις ότι ο «έρωτας» δεν είναι περαστικός. Ο ίδιος όχι μόνο πιστεύει στην πόλη, αλλά πρόσφατα μετακόμισε εδώ μαζί με όλη του την οικογένεια.

«Πιστεύουμε στην Αθήνα. Ήταν και είναι ένας προορισμός που έχει ζήτηση καθ' όλη τη διάρκεια του χρόνου. Μπορεί να προσφέρει στον επισκέπτη μια εμπειρία για όλες τις αισθήσεις, ενώ υπάρχει ενδιαφέρον για διαφορετικά κοινά. Εκτός από την κλασική αρχαιολογική ομορφιά της πόλης, έχει δημιουργηθεί μια γαστρονομική σκηνή, νέες γειτονιές με αρχιτεκτονικό ενδιαφέρον, ενώ η πόλη είναι γεμάτη ζωή από τους ντόπιους. Η φετινή χρονιά ξεκινάει με προκλήσεις, αλλά από την άνοιξη και μετά πιστεύουμε ακράδαντα ότι το ταξίδι θα επανέλθει δυναμικά σε επίπεδα προ Covid, καθώς ο κόσμος διψά να ταξιδέψει. Γι' αυτό αλλά και για την αγάπη μας στην Ελλάδα συνεχίζουμε να διευρύνουμε την παρουσία μας τόσο στην Ομόνοια όσο και σε άλλες περιοχές και πόλεις, όπως στους Αγίους Θεοδώρους, στα Χανιά της Κρήτης, στη Θεσσαλονίκη αλλά και στην Εύβοια. Στην Αθήνα ο τουρισμός θα ανθίσει κι άλλο, δεν είναι φούσκα. Υπάρχει ανάγκη για νέα ξενοδοχεία, με υπηρεσίες και φρέσκια οπτική. Επενδύσεις γίνονται στην αθηναϊκή Ριβιέρα, στο Ελληνικό, αλλά ειδικά στην περιοχή της Ομόνοιας, όπου, εκτός από εμάς, επενδύουν μεγάλα brands, όπως η Marriott και η Accor».



Blend Hotel



**ΘΕΤΙΚΟΣ ΟΡΙΖΟΝΤΑΣ,  
ΑΝ ΚΑΙ ΕΦΟΣΟΝ**

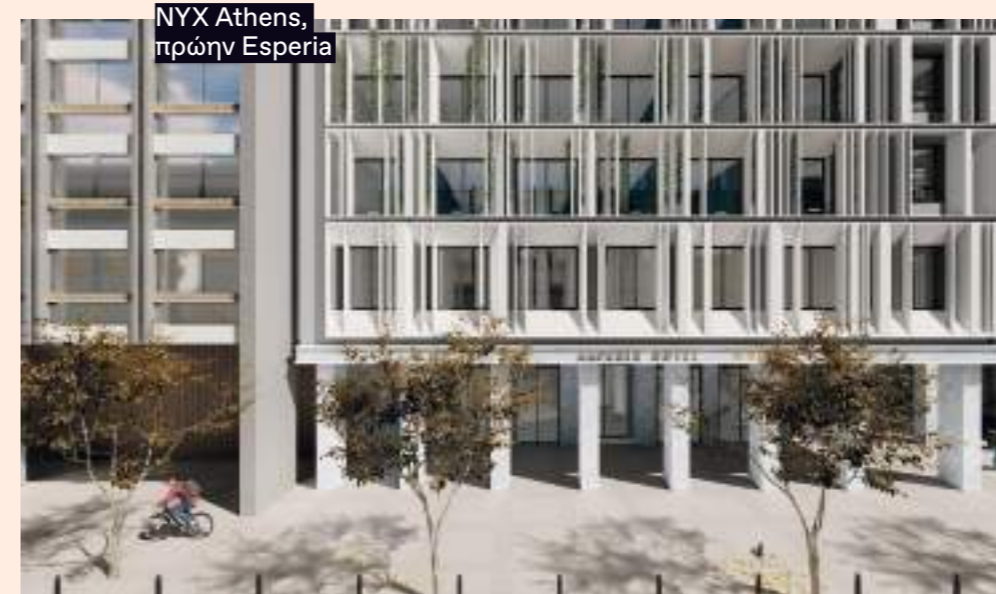
Σε αυτό το κλίμα, η φωνή της Λαμπρινής Καρανάσιου Ζούλοβιτς, της προέδρου της Ένωσης Ξενοδόχων Αθηνών-Αττικής και Αργοσαρωνικού, ακούγεται αρκετά προβληματισμένη. «Η πανδημία “παρέλυσε” τα αθηναϊκά ξενοδοχεία έως και τον Μάιο του 2021, δίνοντας αρνητικά πρόσημα σε πληρότητες, μέση τιμή δωματίου και γενρα (έσοδο ανά διαθέσιμο δωμάτιο), δηλωτικά μιας κατακόρυφης πτώσης που δεν είχε προηγούμενο στην ιστορία του τουρισμού της πόλης», μου λέει. «Πολλά ξενοδοχεία έμειναν κλειστά ή άνοιξαν και κλείνουν κατά περιόδους, ενώ άλλα ξενοδοχεία έμειναν ανοικτά, χωρίς φυσικά να δέχονται ικανή πελατεία. Το 2021, τα πράγματα βελτιώθηκαν στοιχειωδώς, παρ’ όλα αυτά η μέση πληρότητα δεν ξεπέρασε το 53% και φυσικά δεν μπόρεσε να καλύψει τις απώλειες του προηγούμενου διαστήματος». Αλήθεια, τι βλέπει η ίδια για τη νέα χρονιά; «Για το 2022 τα μηνύματα είναι, θα έλεγα, διφορούμενα. Οι θετικές προοπτικές και μηνύματα είναι παρούσες, ο κόσμος επιθυμεί να ταξιδέψει, υπάρχει ενδιαφέρον, όλα δείχνουν πως τα πράγματα, μετά από έναν ακόμη πολύ δύσκολο χειμώνα για τα ξενοδοχεία της Αθήνας, ίσως να εξελιχθούν καλύτερα, “αν και εφόσον”. Δηλαδή, αν υποχωρήσει η πανδημία, αν περιοριστούν τα κρούσματα και οι συνέπειές της και αν δεν προκύψει οτιδήποτε νεότερο, εξίσου καταστροφικό». Παρ’ όλα αυτά, της επισημαίνω ότι οι επενδύσεις στην αγορά της πόλης ακολουθούν ξέφρενη πορεία.

«Όλα αυτά αντιλαμβανόμαστε πως ενδυναμώνουν σημαντικά την εικόνα, τη φήμη και την πρόταση της πόλης μας και ανανεώνουν τον στόλο της Αθήνας σε δωμάτια και κλίνες. Μαζί με τις αναμενόμενες σημαντικές επενδύσεις γενικού ή ειδικού χαρακτήρα (λ.χ. Ελληνικό, Τατόι κ.ά.), όλα δείχνουν πως η Αθήνα θα είναι μια νέα πόλη τη λεγόμενη “επόμενη ημέρα”, πιο δυνατή, πιο σύγχρονη και πλήρως ανανεωμένη, κάτι που αποτελεί κοινό στόχο και όραμα». Διακρίνω ένα «αλλά» στη σκέψη της.

«Ο προβληματισμός που μοιραία, κατά τη δική μας άποψη, προκύπτει αφορά στη σχέση και στον μηχανισμό “προσφοράς και ζήτησης”. Και αυτό γιατί, παράλληλα με τις νέες επενδύσεις στα ξενοδοχεία, πολλές επιπλέον κλίνες αστικών καταλυμάτων κάθε τύπου, αλλά και παραξενοδοχίας, έχουν ήδη ενταχθεί στον τουριστικό ιστό της πόλης μας, δυστυχώς χωρίς σχέδιο, χωρίς στρατηγική και χωρίς έλεγχο. Προφανώς, οι στοχευμένες κινήσεις ενίσχυσης της ζήτησης προς Αθήνα θα πρέπει να αυξηθούν. Ή, έστω, θα ήταν σκόπιμο να στραφούμε εγκαίρως προς τις αγορές, βασικές αλλά και νεότερες, προβάλλοντας τα συγκριτικά πλεονεκτήματά μας, με τρόπους που σίγουρα θα επιδράσουν στις επιλογές των ταξιδιωτών, φέρνοντας την Αθήνα ξανά στο προσκήνιο μετά από πολλά, πολλά χρόνια. Τα μηνύματα από τη λεγόμενη “ικανοποίηση” όσων επισκεπτών έρχονται στην Αθήνα –και με βάση τις σχετικές ετίσιες έρευνες της Ένωσης– είναι άκρως ενθαρρυντικά, αλλά πραγματικά πρέπει να τονωθεί η ζήτηση, να ανοίξουν οι ορίζοντες για συνέδρια, επαγγελματικές συναντήσεις και επαγγελματικά ταξίδια, να ενισχυθεί σημαντικά η κρουαζιέρα και γενικότερα να ακολουθηθούν οι αναγκαίες στρατηγικές που θα “γεμίσουν” τις κλίνες με επισκέπτες. Παράλληλα, θα χρειαστεί να διερευνηθούν με εγκαίρως αλλά και να συναποφασίσουμε όλοι οι εμπλεκόμενοι (δημόσιος και ιδιωτικός τομέας) τι είδους τουρισμό επιθυμούμε για την Αθήνα. Να “χαρτογραφίσουμε” δηλαδή την προσφορά μας, να την κατηγοριοποιήσουμε και να χαράξουμε αντίστοιχη πορεία, ώστε να μη βρεθούμε προ νέων εκπλήξεων...» ■

ΠΟΛΗ

Athens Capital Center Hotel



**Ο ΕΠΕΝΔΥΤΙΚΟΣ ΠΥΡΕΤΟΣ** επικεντρώνεται στην καρδιά της Αθήνας. Είναι χαρακτηριστικό ότι μόνο η αλυσίδα Brown Hotels έχει επενδύσει τα τελευταία δύο χρόνια στην ευρύτερη Ομόνοια σε δέκα (!) ξενοδοχειακά πρότζεκτ. Το Brown Acropolis και το Dave Red Athens λειτουργούν ήδη, όπως και τα Villa Brown Ergou (στον ανερχόμενο πεζόδρομο της οδού Πετράκη, ανάμεσα σε Ερμού και Μητροπόλεως) και Kubie (στην Αγίου Κωνσταντίνου), ενώ τους επόμενους μήνες ανοίγουν τις πόρτες τους το Brown Sprices στην οδό Ευριπίδου, το Domino House στην οδό Θεμιστοκλέους, το Lighthouse (αναβιώνει το θρυλικό La Mirage στην πλατεία Ομόνοιας) και το εμβληματικό Sans Rival στην πλατεία Βάθης. Θα ακολουθήσουν δύο ακόμα ξενοδοχεία από τον ίδιο όμιλο στην περιοχή του Μουσείου και στη συμβολή των οδών Λυκούργου και Σωκράτους, πάντα δηλαδή στην καρδιά της παλιάς Αθήνας.

Η ίδια αλυσίδα ήταν και η μόνη που κατέθεσε προσφορά για την αξιοποίηση, μέσω μακροχρόνιας ενοικίασης, του κτιρίου του ΕΦΚΑ στο νούμερο 41 της οδού Σταδίου. Η Σταδίου βρίσκεται στο επίκεντρο του ενδιαφέροντος της ξενοδοχειακής αγοράς, καθώς τους επόμενους μήνες υλοποιούνται επενδύσεις πολλών εκατομμυρίων ευρώ. Πολύ πρόσφατα άνοιξε στην κορυφή της οδού Κολο-

κοτρώνη το ξενοδοχείο πέντε αστέρων Milos, έδρα και του περίφημου, ομώνυμου πολυτελούς εστιατορίου. Σε προχωρημένο κατασκευαστικό στάδιο βρίσκεται η μετατροπή του Σαρόγλειου Μεγάρου σε ξενοδοχείο τεσσάρων αστέρων της αλυσίδας Moxxy Hotels του ομίλου Marriott όπως και η ανακατασκευή του παλιού κλασικού ξενοδοχείου της Σταδίου Esperia Palace, το οποίο μετατρέπεται σε NYX Athens. Πράσινο φως και για μία ακόμα πολυαναμενόμενη επένδυση πάντα στη Σταδίου, αυτή τη φορά από τον όμιλο Δουζόγλου, με τη μετατροπή του κτιρίου του ΟΤΕ σε ξενοδοχειακή μονάδα επίσης πέντε αστέρων. Το έργο αφορά στη δημιουργία ξενοδοχείου σε δύο κτίρια στο ακίνητο που βρίσκεται στις οδούς Σταδίου 15, Άνθιμου Γαζή 4 και Χρήστου Λαδά, στην περιοχή της Παλιάς Βουλής. Ο ίδιος όμιλος θα προχωρήσει στη ριζική ανακαίνιση και του ιστορικού ξενοδοχείου Πεντελικόν στο Κεφαλάρι.

Μικρότερα ή μεγαλύτερα πρότζεκτ βρίσκονται στην πραγματικότητα σε εξέλιξη σε ολόκληρο το Λεκανοπέδιο, από την Κηφισιά μέχρι τη Βουλιαγμένη. Αλλά στο κέντρο δίνεται η πραγματική μάχη. Τον Σεπτέμβριο εγκαινιάστηκε στις παρυφές του Συντάγματος (Πανεπιστημίου και Κριεζώτου), εκεί που κάποτε λειτουργούσε το ιστορικό King’s Palace, το Athens Capital

Center Hotel υπό την ομπρέλα της MGallery Collection που ανήκει στον όμιλο Accor και φέρει το brand των luxury boutique ξενοδοχείων του δικτύου. Είναι ενδεικτικό ότι η αθηναϊκή προσθήκη της Accor αποτελεί την πολυτελέστερη μονάδα της σειράς MGallery σε όλο τον κόσμο. Παραμένοντας στο ευρύτερο Σύνταγμα, ξενοδοχείο θα στεγάσει και το διατηρητέο κτίριο επί της οδού Ζαλοκώστα 7-9. Το ίδιο ισχύει και για ένα από τα μεγαλύτερα σε επιφάνεια διατηρητέα κτίρια της οδού Πανεπιστημίου, στο νούμερο 46.

Η ανάπτυξη νέων μονάδων στην ευρύτερη Ομόνοια αλλά και στην οδό Πειραιώς έχει λάβει εκρηκτικές

**Ο επενδυτικός δυναμισμός επικεντρώνεται στην ΚΑΡΔΙΑ της Αθήνας, αλλά διαχέεται σε ολόκληρη τη μητροπολιτική περιοχή.**

διαστάσεις (ακριβώς απέναντι από το Εθνικό Αρχαιολογικό Μουσείο ανεγείρεται ξενοδοχείο εκατοντάδων κλινών), ενώ ένα υβρίδιο χώρων φιλοξενίας με διαφορετικές επωνυμίες (apartments, suites, κ.λπ.) αναπτύσσεται με ταχύτητα σε όλη την πόλη. Κοσμογονία παρατηρείται και στις περιοχές Πλάκας – Μακρυγιάννη και λεωφόρου Συγγρού. Το νέο σχέδιο της Cosco Mat στην οδό Φαλήρου μπαίνει σε τροχιά υλοποίησης μετά το αίσιο τέλος των πολεοδομικών ζητημάτων που είχαν προκύψει λόγω εγγύτητας με την Ακρόπολη. Νοτιότερα, επί της λεωφόρου Συγγρού, ολοκληρώθηκαν οι προπαρασκευαστικές εργασίες για την ανέγερση νέου ξενοδοχείου 5 αστέρων εκεί που λειτουργούσε μέχρι το 2019 ο πολυκινηματογράφος Odeon, ακριβώς δίπλα από το Grand Hyatt Athens, με το οποίο πρόκειται να ενωθεί, δημιουργώντας το δεύτερο μεγαλύτερο ξενοδοχείο της Αθήνας.

**νέες αφίξεις: ποιος, πού, τι**