

Viitorul post-COVID-19:

De la creșterea "localismului" în ceea ce privește călătoriile la o obsesie continuă privind curățenia

Sursa: Global Wellness Institute

Autor: Thierry Malleret, economist

Câteva aspecte foarte simple de luat în considerare în ceea ce privește impactul Coronavirusului asupra industriei de wellness în general...

1. Coronavirusul va avea **un impact mai mare asupra industriei wellness în comparație cu multe alte industrii**. Motivul este următorul: Un procent mare al activității economice în această industrie este bazat pe forme *sociale* de consum, precum forme ale activității economice care depinde de interacțiuni fizice și personale (cu precădere tactile) cu alții. Turismul de wellness, spa, majoritatea formelor de activitate

Continuare pe pagina 2

DIN ACEASTĂ EDIȚIE

- 1-2** Ce ne aduce viitorul post-pandemie – opinii ale specialiștilor Global Wellness Institute privind comportamentele turiștilor
- 1** Spania își redeschide economia, și odată cu ea, și o parte din unitățile de turism. Cum arată modelul spaniol.
- 2-3** De ce a funcționat programul slovac de luptă împotriva pandemiei de Coronavirus și cum s-au deschis cafenelele.
- 3** Măsuri pentru relansarea turismului în Turcia
- 4** Organizația Mondială a Turismului – Recomandări pentru relansarea în siguranță a turismului.

Spania își redeschide economia, și odată cu ea, și o parte din unitățile de turism.

Cum arată modelul spaniol.

Sursa: Europa Press

Autor: N/A

Planul de măsuri progresive de ridicare a restricțiilor stabilite în cazul barurilor, hotelurilor și cafenelelor are 4 faze, care, teoretic, au început din data de 4.05.2020, cu o durată de aproximativ 2 săptămâni fiecare, aplicate tuturor teritoriilor, cu excepția Insulelor Formentera, La Gomera, el Hierro și la Graciosa (care încep direct cu faza 1): În cazul sectorului de servicii de alimentație publică (restaurante, baruri, cafenele), planul de ridicare a restricțiilor este următorul:

- **4.05.2020-10.05.2020 - faza 0 (pregătitoare):** deschiderea restaurantelor și cafenelelor pentru livrarea de produse. **Nu se acceptă consumul în incintă.**
- **11.05.2020-25.05.2020 - faza 1 (inițială):** deschiderea teraselor, limitată la 30% din numărul de mese permis în anii anteriori, pe baza licenței de funcționare. Se va putea mări numărul de mese, proporțional cu spațiul deținut și aprobarea Primăriei.
- **26.05.2020-9.06.2020 - faza 2 (intermediară):** se permite și consumul în incintă cu serviciu de ospătarie, cu garantarea distanței sigure între clienți și mese, cu excepția cluburilor și barurilor de noapte. Limitarea numărului de mese destinate consumatorilor la 30% din capacitatea anterioară.
- **din 10.06.2020 - faza 3 (avansată):** se extinde capacitatea de servire la **jumătate din capacitatea anterioară** cu garantarea distanței sigure între clienți. Se permite servirea în picioare, la o distanță de 1.5 m, la bar. Se deschid și cluburile și barurile de noapte, respectând procentul de 30% din numărul de mese/persoane față de anii anteriori.

fizică și fitness și tratamentele de înfrumusețare depind în mod direct de forme de consum de natură socială.

2. O consecință de durată a pandemiei va fi schimbarea (permanentă?) a comportamentului personal. Posibilitatea îngrijorătoare că virusul ne poate infecta indiferent de generație, categorie socială și orice alte criterii, împreună cu revelația fragilității sistemelor care ar trebui să ne îngrijească ar putea conduce la creșterea simțului responsabilității pentru propria noastră sănătate. În aceste momente **ne gândim la ceea ce trebuie să facem pentru a rămâne sănătoși și pentru a ne îmbunătăți sistemul imunitar, iar acest lucru se va accentua.** Este o afirmație foarte largă/amplă, dar este pozitivă din punctul de vedere al stării de bine.
3. **Facilitățile de cazare și călătoriile vor fi, evident, foarte serios afectate** – lăsând la o parte aspectele legate de cheltuieli discreționare, va dura ceva timp până când consumatorii își vor recâștiga încrederea pentru a călători în străinătate și cu atât mai mult în zone/destinații îndepărtate. Unele industrii, precum croazierele, ar putea să nu își mai revină niciodată la nivelul de viabilitate financiară de dinainte.
4. Retragerea parțială, dar largă de la globalizare va favoriza **regionalismul și "localismul" în ceea ce privește călătoriile**, lucru care, la rândul lui, va contribui la redresarea unor destinații cunoscute din cele mai dezvoltate economii. Alpii din Europa și Parcurile naționale din Statele Unite sunt astfel de exemple. Și înaintea COVID-19 beneficiau de tendința "micro-aventurii" (experimentarea turismului de wellness și aventurii, apropiate în mod sustenabil). După pandemie, această tendință se va accelera.
5. Pandemia va avea un impact considerabil asupra modului în care consumatorii abordează deciziile de cumpărare. Este puțin probabil ca unele modificări de comportament observate pe perioada izolării să fie lăsate deoparte în era post-pandemică, și, prin urmare, ele ar putea deveni permanente. Atenția sporită acordată igienei este una dintre aceste modificări comportamentale – va

fi o nouă obsesie cu privire la curățenie. Anxietatea și neîncrederea de a împărți spațiul cu persoane străine ar putea fi o altă obsesie – astfel, mulți oameni ar putea prefera să practice yoga sau să facă exerciții fizice acasă, decât să meargă la un club sau o sală de sport.

6. **Nici nu mai trebuie menționat că, acolo unde este posibil, ar trebui să fiți prezenți online.** Mult mai multe lucruri ne vor veni de la distanță, prin intermediul ecranelor (al telefonului mobil, al computerului și al dispozitivelor de realitate virtuală), roboților, dronelor, etc.

De ce a funcționat programul slovac de luptă împotriva pandemiei de Coronavirus și cum s-au deschis cafenelele.

Sursa: Foreign Policy

În lipsa unui sistem inteligent de carantină, dar cu încrederea publicului larg și cu susținerea presei, Slovacia este unul dintre Statele Membre ale Uniunii Europene despre care putem spune că a redus fenomenul creșterii pandemiei cu succes.

Potrivit unei imagini publicate de Foreign Policy, preluată de la VLADIMIR SIMICEK/AFP prin intermediul website-ului GETTY IMAGES, în 6 mai, tinerii au ieșit la terasele cafenelelor din capitala Bratislava, după ce Guvernul slovac a redus restricțiile impuse de pandemie.

Câteva aspecte care au condus la rezultatele bune ale Slovaciei din perspectiva victimelor COVID-19 sunt următoarele (și avem certitudinea că le veți recunoaște, pe alocuri, și din propria noastră experiență):

- decizia rapidă a Guvernului de a impune închiderea granițelor, închiderea școlilor, restaurantelor și barurilor, etc.;
- izolarea voluntară a populației, imediată și fără excepții;

Continuare pe pagina 3

- suportul acordat de mass-media, care a promovat utilizarea măștilor de protecție din primele zile ale instituirii măsurilor de luptă împotriva pandemiei și care s-a detașat de orice lupte politice interioare, pentru a se concentra pe dușmanul comun al tuturor – pandemia.



Măsuri pentru relansarea turismului în Turcia

Sursa: Zaman Romania

Ca și celelalte state afectate de Coronavirus care își redeschid economia, Turcia a decis să adopte un plan de măsuri variate, de la impunerea unor reguli de distanțare socială în locuri aglomerate, până la furnizarea de măști pentru turiști.

Se va pune accentul pe protocoale de protecție certificate, pe instruirea angajaților din hoteluri, reorganizarea bufetului, a restaurantelor, a sălilor de conferințe sau a zonelor de relaxare și distracție.

Transport: Turiștii vor avea la dispoziție materiale de dezinfectare la fiecare vehicul de transfer, iar scaunele de pe fiecare parte a pasagerului (sau de lângă acesta), vor fi lăsate libere.

Hoteluri: Capacitatea maximă admisă de ocupare a camerelor va fi de 60% din capacitatea totală, iar protocolul de protecție prevede amplasarea de semne de avertizare despre virus în incintă, dar și împărțirea de materiale de informare în diferite limbi de circulație internațională. La intrarea în hoteluri, temperaturile corporale ale turiștilor vor fi verificate, iar liniile care marchează distanțarea socială vor fi utilizate la recepție și în hol.



Dezinfectanții vor fi accesibili în diverse părți ale instalațiilor, de la hol până la podele, lifturi și coridoare.

Zonele de ședere din hol vor fi reprojectate pentru a împiedica oamenii să stea în zonele aglomerate, reducându-se numărul scaunelor și canapelelor.

Încălzitoarele de apă, televizorul și aparatele de aer condiționat din fiecare cameră vor fi dezinfectate după plecarea clienților din hoteluri, iar **camerele vor fi lăsate goale timp de 12 ore pentru reîmprospătare și ventilație.** În această perioadă, suprafețele cu contact uman dens vor fi dezinfectate în mod regulat.

Personalul hotelului care se ocupă de curățarea camerei va folosi echipamente de protecție personală în timpul lucrului.

Se vor crea **zone de carantină pentru situații de urgență.** Oaspeții care prezintă simptome asociate cu COVID-19, vor fi duși în zona de carantină.

Sistemul de bufet deschis rămâne, dar alimentele vor fi prezentate din spatele panourilor de sticlă, iar personalul hotelului va servi mâncarea. Zahărul, sarea, condimentele, scobitorile vor fi oferite în pachete de unică folosință. Materiale de dezinfectare vor fi așezate și la intrarea în restaurante, iar distanța minimă între mese va fi de 1,5 metri.

Centrele de fitness și zonele spa vor fi închise în acest sezon. Pentru zona de plajă și piscină, vor fi marcate de distanțare socială între șezlonguri. Nivelul de clor din apa piscinei va fi menținut între 1-3 ppm (părți pe milion) în bazinele exterioare și între 1 și 1,5 ppm în bazinele interioare.

Organizația Mondială a Turismului – Recomandări pentru relansarea în siguranță a turismului

Sursa: [Sprijinirea locurilor de muncă și a economiilor prin călătorii și turism - Acțiuni pentru reducerea impactului socio-economic al Covid-19 și pentru recuperare accelerată](#)

Recomandările OMT se înscriu în următoarele 3 arii principale:

1. Managementul crizei și reducerea impactului;
2. Furnizarea de stimulente și recuperare accelerată;
3. Pregătire pentru viitor.

Ca **motto** pe care am putea să îl preluăm și în susținerea relansării turismului în România: *Susținerea călătoriilor și a turismului înseamnă susținerea pieței muncii și a existenței lucrătorilor.*

Argumente pentru susținerea turismului:

- după criza din 2008, în perioada 2010-2018, turismul și serviciile conexe au asigurat o creștere în ocupare de peste 35%;
- turismul încorporează pe piața muncii grupuri vulnerabile, precum femeile și tinerii;
- în 2019, turismul a reprezentat 30% din exporturile de servicii ale lumii și peste 45% din totalul serviciilor exportate de țări aflate în curs de dezvoltare.

Sumarul măsurilor:

1. Măsuri aferente managementului crizei și reducerii impactului

- a. Stimularea retenției locurilor de muncă, susținerea liberilor profesioniști (a auto-ocupării), protejarea celor mai vulnerabile grupuri;
- b. Susținerea lichidității companiilor;
- c. Revizuirea taxelor, a impozitelor, a accizelor și a reglementărilor care au impact asupra turismului și transportului;
- d. Asigurarea protecției și încrederii clienților/consumatorilor;
- e. Promovarea dezvoltării de abilități, în special a competențelor digitale;
- f. Includerea turismului în pachetele de urgență naționale, regionale și globale;

- g. Crearea de mecanisme și strategii de management al crizei.

2. Măsuri referitoare la recuperarea accelerată și furnizarea de stimulente

- a. Furnizarea de stimulente financiare pentru investiții în turism și pentru cheltuielile operaționale;
- b. Revizuirea taxelor, a impozitelor, a accizelor și a reglementărilor cu impact asupra turismului și transportului;
- c. Facilitarea unor avansuri privind călătoriile;
- d. Promovarea dezvoltării de competențe / noi locuri de muncă, în special bazate pe tehnologie/digitalizare;
- e. Dezvoltarea de pachete de susținere și stimulare a durabilității de mediu pe scară largă;
- f. Înțelegerea pieței și acțiuni rapide pentru restabilirea încrederii și stimularea cererii;
- g. Înțelegerea pieței și acțiune rapidă pentru restabilirea încrederii și stimularea cererii;
- h. Promovarea marketing-ului, evenimentelor și întâlnirilor;
- i. Investiția în parteneriate;
- j. Integrarea turismului de masă mainstream în pachetele de recuperare naționale, regionale și internaționale și în fondurile de dezvoltare.

3. Măsuri de pregătire pentru viitor;

- a. Diversificarea piețelor, produselor și serviciilor;
- b. Investiții în sisteme de marketing inteligent și de transformare digitală;
- c. Crearea de politici pentru dezvoltarea turismului la toate nivelurile;
- d. Pregătirea pentru criză, construirea rezilienței și asigurarea faptului că turismul este parte a sistemelor și mecanismelor naționale de urgență;
- e. Investiția în capitalul uman și în dezvoltarea talentului;
- f. Plasarea sustenabilității turismului pe agenda națională;
- g. Tranziția către economia circulară și adoptarea SDG (Sustainable Development Goals – Obiectivele de Dezvoltare Durabilă).

Echipa INCDT vă mulțumește pentru implicare!