

Warszawa / Łódź / Poznań / Gdańsk, 31.03.2020

**Stanowisko 4 Metropolitalnych Lokalnych Organizacji
Turystycznych (Gdańsk, Łódź, Poznań i Warszawa) na wideoczasie
z Wiceministrem Ministerstwa Rozwoju
- Panem Andrzejem Gut-Mostowym**

Przedstawiamy wspólnie wypracowane stanowisko metropolitalnych organizacji turystycznych, reprezentujących interesy blisko pół tysiąca firm, instytucji, samorządów. Od początku trwania kryzysu wywołanego pandemią wirusa SARS-CoV-19 jesteśmy w stałym, codziennym kontakcie naszymi członkami. Obserwujemy też jak każdego dnia COVID-19 wpływa na turystkę w naszych miastach.

SYTUACJA PRZEDSIĘBIORCÓW ZRZESZONYCH W METROPOLITALNYCH LOT-ACH

Szacujemy, że dziś już łącznie 75% firm tworzących nasze organizacje zawiesiło działalność, a ich przychody spadły o blisko 100%, z kolei kolejne 15% ponosi straty na poziomie od 70% do 90%. Już wiadomo, bo informacja ta padła w trakcie wideo czatu, że decyzją Premiera Mateusza Morawieckiego wszystkie hotele i miejsca noclegowe zostały zamknięte. Te do tej pory otwarte notowały obłożenie na poziomie 5% do 8%. Wiele restauracji jest zamkniętych, niektóre walczą i generują obroty oferując na jedzeniu na wynos.

Zamknięte są prywatne atrakcje turystyczne, niekiedy stanowiące o charakterze naszych miast: jak Rogalowe Muzeum Poznania, Muzeum Powstania Warszawskiego, łódzkie Centrum Nauki i Techniki EC1. Te wszystkie firmy zostały z potężnymi kosztami, praktycznie zerowym przychodem, ale PRZEDE WSZYSTKIM z brakiem nadziei na poprawę w najbliższych miesiącach.

Dlatego jeszcze w tym tygodniu spodziewamy się pierwszych wniosków o upadłość, obserwujemy pierwszą falę zwolnień pracowników w naszych firmach członkowskich. Dzieje się tak, bo obecne propozycje Rządu w tarczy antykryzysowej są w opinii naszych członków niewystarczające, aby wierzyć, że uda się biznes firm utrzymać przez kolejne, trudne miesiące. W projekcie ustawy znalazło się parę dobrych rozwiązań, ale są one adresowane głównie do samozatrudnionych lub mikroprzedsiębiorców (zwolnienie ZUS).

Natomiast hotele, większość touroperatorów, część agencji eventowych, atrakcje turystyczne, obiekty MICE, większe restauracje - to wszystko są albo małe, średnie lub duże firmy, które przy obecnym kształcie ustawy nie są objęte wsparciem poza 40% refundacją kosztów zatrudnienia, przy założeniu obniżenia wynagrodzeń pracowniczych o 20% i pod warunkiem, że tych pieniędzy dla nich starczy. Dodatkowo

firmy te obarczone są czynszami, nikt ich nie wspiera w negocjacjach, nie ma nakazu obniżki czynszu jak to się dzieje w przypadku galerii handlowych.

POSTULATY WOBEC TARCZY ANTYKRYZYSOWEJ

1. Poszerzenie zakresu beneficjentów zwolnienia z ZUS na wszystkie firmy z sektora turystycznego, co może być identyfikowane na podstawie numerów PKD;
2. Większe dofinansowanie pensji pracowniczych, poziom 40% minimalnego to jednak zbyt mało przy zerowych przychodach większości przedsiębiorców sektora turystycznego;
3. Zabezpieczenie środków rządowych na realizację zapisów wymienionych w Art. 15zzb.

Starosta może, na podstawie zawartej umowy, przyznać przedsiębiorcy w rozumieniu art. 4 ust. 1 lub 2 ustawy z dnia 6 marca 2018 r. – Prawo przedsiębiorców dofinansowanie części kosztów wynagrodzeń pracowników w rozumieniu art. 15g ust. 4 zdanie pierwsze oraz należnych od tych wynagrodzeń składek na ubezpieczenia społeczne w przypadku spadku obrotów gospodarczych w następstwie wystąpienia COVID-19

Oraz w artykule art. 15zzc.

Starosta może, na podstawie zawartej umowy, przyznać przedsiębiorcy będącemu osobą fizyczną niezatrudniającemu pracowników, dofinansowanie części kosztów prowadzenia działalności gospodarczej w przypadku spadku obrotów gospodarczych w następstwie wystąpienia COVID-19.

4. Lobbing w bankach na rzecz ułatwienia udzielania kredytów obrotowych / rat leasingowych / bieżących rat kredytowe z gwarancją BGK stanowiących bazę dla bieżącego funkcjonowania.
5. Lobbing w spółkach państwowych odnośnie traktowania przedsiębiorców w okresie przestoju (np. PGE – opłaty za moc zamówioną w okresie przestoju; PGNiG – opłaty ryczałtowe etc.);
6. Bieżący monitoring rynku po stronie popytu. Prowadzenie systemowych badań monitorujących zachowania konsumentów i branży na rynkach zagranicznych i na rynku krajowym, co w zestawieniu z ankietami przeprowadzonymi w branży w Polsce może dać obraz realnych potrzeb i zaprojektowanie adekwatnych do nich działań. Przygotowanie oficjalnych prognoz rozwoju rynku turystycznego w Polsce, które są niezbędne dla przedsiębiorców w negocjacjach stałych kosztów funkcjonowania.

WAŻNE: Rozwiązania potrzebne są do wdrożenia natychmiast, na prostych zasadach, w oparciu o zaliczki.

POSTULATY NA OKRES PO ZAKOŃCZENIU KRYZYSU

1. Pokrycie 50% ZUS należnych od przedsiębiorców do końca roku 2020 roku po zakończeniu kryzysu;
2. Powrót do pomysłu Pana Ministra Andrzeja Gut-Mostowego sprzed kryzysu, wprowadzenie bonów dla turystyki - np. 500 PLN do konsumpcji na terenie Polski jako pakietu stymulacyjnego dla rozwoju turystyki krajowej;
3. Przygotowanie oferty niskooprocentowanych pożyczek rozruchowych dla firm z gwarancjami BGK, z opcją częściowego umorzenia;
4. Powołanie zespołu/rady przy Polskiej Organizacji Turystycznej, który będzie przygotowywać założenia takiej kampanii i uwzględnienie w nim przedstawicieli z LOT-ów i branży turystycznej.
5. Maksymalnie produktowy wyraz kampanii we **WSZYSTKICH** narzędziach promocyjnych, tak aby wspierać firmy i instytucje, które są członkami organizacji turystycznych w całym kraju, którzy w dobrych czasach poświęcali swoje środki osobowe, finansowe dla współpracy. Wspierali system bezpłatnym noclegami, i innymi usługami. Dziś my chcemy o nich pamiętać i im pomagać. Deklarujemy też współpracę przy innych działaniach POT, które będą wspierać naszych przedsiębiorców.
6. Przygotowanie systemu wsparcia (finansowego i produktowego) dla organizatorów wydarzeń biznesowych (konferencje, kongresy, incentive itp.)
7. Praktyczne podpowiedzi dla przedsiębiorców zrzeszonych w LOT i ROT „Kto i jak może skorzystać z tarczy”, optymalnie z podziałem na kategorie firm i wielkość poszczególnych firm;
8. Wsparcie finansowe i organizacyjne dla biur zrzeszonych dodatkowo w Forum Turystyki Przyjazdowej;
9. Kontynuacja wsparcia przez ZOPOTy w renegocjacji umów polskiej i zagranicznej branży.

OBSZAR DZIAŁAŃ METROPOLITALNYCH LOTÓW NA POZIOMIE SAMORZĄD - BRANŻA

Drugi obszar to działania jakie realizujemy od pierwszego dnia kryzysu we współpracy z naszymi miastami, jesteśmy przy zespołach kryzysowych, przyspieszamy obieg informacji. Dodatkowo:

- Pomagamy przy zwiększeniu minimalnych obrotów naszych firm członkowskich, które jeszcze funkcjonowały na rynku np. gastronomia - tworzenie baz restauracji oferujących jedzenie na wynos, producentów lokalnych produktów, catering wielkanocny, etc.
- Pomagamy w kontaktach branży z samorządami, będąc na linii samorządy/branża. Przepływ informacji jest codzienny, dzięki czemu udało się już od połowy marca wypracować wiele indywidualnych rozwiązań, jak możliwość z dnia na dzień zmian deklaracji śmieciowych, zawieszania bądź obniżenie czynszów w miejskich lokalach, pomoc prawna, informacja o przedłużeniach obciążeń lokalnych.

Te działania wpisują się we wspierany przez branżę program “Gmina przyjazna turystyce”. Trzeba tu jasno powiedzieć, że przy ograniczonych narzędziach udało się tu osiągnąć wiele sukcesów i służymy przykładami. Niestety nie mamy informacji aby jakiegokolwiek środki z budżetu państwa mogą być przyznane gminom na wspieranie takich programów.

WSPÓLNE DZIAŁANIA I STRATEGIA NA CZAS EPIDEMII

Jako 4 Organizacje rozpoczęliśmy już też własne mikrodziałania promocyjne i komunikacyjne, które mogą być przenoszone jako dobre praktyki gdzie indziej. Działamy wspólnie na fanpagach wszystkich organizacji:

- ✓ #miasto poczeka, (zwracamy też uwagę, że jest ona spójna z działaniami regionów w akcji #Region poczeka);
- ✓ wirtualne zwiedzanie naszych miast, które dają szansę na kontynuację w czasie po kryzysie.

Kryzys dotyka również nasze Organizacje bezpośrednio - zawieszono jest funkcjonowanie prowadzonych przez nas centrów i punktów informacji turystycznych, nie działają sklepy sprzedażowe. Większość naszych organizacji ma status małych przedsiębiorców (obecnie zerowe przychody, a do pokrycia koszty, które pokrywane są ze SKŁADEK MIAST i członków). Należy jednak stwierdzić, że w 2020 roku musimy zredukować oczekiwania w zakresie zaangażowania finansowego naszych Partnerów branżowych i samorządowych w prace naszych Organizacji.

Barbara Tutak
Prezes Zarządu Warszawskiej Organizacji Turystycznej

Jan Mazurczak
Prezes Zarządu Poznańskiej Lokalnej Organizacji Turystycznej

Łukasz Wysocki
Prezes Zarządu Gdańskiej Organizacji Turystycznej

Tomasz Koralewski
Prezes Zarządu Łódzkiej Organizacji Turystycznej