

Δελτίο Τύπου

Deloitte: Το ξενοδοχείο του μέλλοντος Πώς διαμορφώνονται οι τάσεις στον σχεδιασμό των resorts στη Μεσόγειο

Αθήνα, 24 Ιουνίου 2022 – Νέα έκθεση με τίτλο «[Το ξενοδοχείο του μέλλοντος](#)» δημοσίευσε η Deloitte Ελλάδα με αντικείμενο τις τάσεις στον σχεδιασμό των πολυτελών resorts στη Μεσόγειο.

Σύμφωνα με την έκθεση, πριν από την έναρξη της πανδημίας του COVID-19, ο παγκόσμιος τουρισμός είχε διανύσει μια δεκαετία συνεχούς ανάπτυξης. Ωστόσο, ακόμη και πριν από την πανδημία, ο κλάδος του τουρισμού και της φιλοξενίας βρισκόταν σε μία κατάσταση αναταραχής (disruption) και συνεχών αλλαγών και εξελίξεων λόγω των διαφόρων διεθνών τάσεων που επηρεάζουν τα επιχειρηματικά και λειτουργικά μοντέλα του κλάδου, τις προτιμήσεις και τις συμπεριφορές των καταναλωτών και την ικανότητα των ξενοδοχείων να προσελκύουν και να διατηρούν πελάτες.

Οι τάσεις σήμερα στον κλάδο διαμορφώνονται σύμφωνα με τις αλλαγές στις προτιμήσεις των καταναλωτών, την ανάγκη των οργανισμών να προσελκύσουν νέες κατηγορίες και τμήματα πελατών (π.χ. millennials/ Gen Z, ψηφιακοί νομάδες, ταξίδια παρατεταμένης διαμονής, bleisure, κ.α.), να βελτιώσουν και εξατομικεύσουν την εμπειρία των επισκεπτών και να υιοθετήσουν ψηφιακές λύσεις και πρακτικές βιωσιμότητας, προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικοί.

Έτσι, σήμερα υπάρχουν νέες γενιές καταναλωτών, όπως π.χ. οι Millennials και οι Zoomers (Generation Z), που έχουν συγκεκριμένες ανάγκες και επιθυμίες, όπως είναι η συνεχής ψηφιακή επικοινωνία (connectivity), οι καινοτόμες τεχνολογικές λύσεις, οι αυθεντικές και απόλυτα εξατομικευμένες δραστηριότητες και εμπειρίες καθώς και οι νέοι τρόποι και πρότυπα (concepts) διαμονής και αλληλεπίδρασης μέσω κοινωνικών δικτύων και άλλων ψηφιακών καναλιών. Επιπλέον, οι σημερινοί ταξιδιώτες δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στη βιωσιμότητα και συγκεκριμένα σε περιβαλλοντικά, πολιτιστικά και κοινωνικά ζητήματα και υπεύθυνες ταξιδιωτικές πρακτικές, ενώ τάσεις όπως το hyper-connectivity και το sharing economy και ευρύτερα ο ψηφιακός μετασχηματισμός, αλλάζουν επίσης ριζικά τον ταξιδιωτικό κλάδο.

«Το ξενοδοχείο του μέλλοντος» αναδεικνύει τον **σχεδιασμό** ως θεμελιώδες συστατικό στον πυρήνα της ταυτότητας, του χαρακτήρα και του brand name των πολυτελών resorts. Όλα τα στοιχεία μιας επίσκεψης, λειτουργικά αλλά και άυλα καθορίζονται από τον σχεδιασμό. Καθώς ο παγκόσμιος ταξιδιωτικός και τουριστικός κλάδος πλέον ανακάμπτει από την πανδημία, τα πολυτελή θέρετρα καλούνται να αναθεωρήσουν τον σχεδιασμό τους προκειμένου να παραμείνουν ανταγωνιστικά.

Με σκοπό την αναγνώριση των τελευταίων τάσεων και εξελίξεων στον σχεδιασμό των resorts, η Deloitte πραγματοποίησε αναλυτική έρευνα σε πολυτελή θέρετρα στη Μεσόγειο που πρόσφατα ανακαινίστηκαν ή ξεκίνησαν τη λειτουργία τους, ενώ παράλληλα διερεύνησε τις τελευταίες σχεδιαστικές τάσεις μέσω επισκόπησης επιλεγμένων διεθνών αρχιτεκτονικών εταιρών, luxury travel advisors and hospitality online platforms, πολυτελών ξενοδοχειακών αλυσίδων & brands καθώς και συζητήσεων εργασίας με διεθνείς εμπειρογνώμονες του δικτύου της.

Η παραπάνω έρευνα ανέδειξε τις παρακάτω βασικές τάσεις στο σχεδιασμό των πολυτελών resorts:

Αυθεντικότητα: Ο σχεδιασμός ενός resort που προσελκύει επισκέπτες είναι κάτι περισσότερο από μια αναπαραγωγή ενός παλιού αρχιτεκτονήματος. Τα resorts θα πρέπει να εστιάζουν σε έναν σχεδιασμό

που συνδυάζει αρμονικά τα ιστορικά και τα σύγχρονα στοιχεία για να εμπνέει μια αίσθηση του χώρου (sense of place) και αυθεντικότητας στους επισκέπτες.

Τοπικά στοιχεία: Τα resorts που ενσωματώνουν χαρακτηριστικά στοιχεία του τόπου και της τοπικής κουλτούρας και παράδοσης, όπου βρίσκονται, στον σχεδιασμό τους μπορούν να προσφέρουν μια αυθεντική τοπική εμπειρία στους φιλοξενούμενούς τους.

Οικειότητα: Η οικειότητα και η άνεση στη διαμονή (“home away from home” concept) είναι πολύ σημαντικά στοιχεία που συμβάλλουν στη βελτίωση της εμπειρίας του επισκέπτη.

Βιωσιμότητα: Η βιωσιμότητα γίνεται ολοένα και πιο σημαντική για τους ταξιδιώτες με την πλειοψηφία τους να δηλώνει ότι θα επέλεγε να φιλοξενηθεί τουλάχιστον μια φορά σε resort που αξιοποιεί βιώσιμες λύσεις στον σχεδιασμό του.

Wellness & biophilic: Μεγάλο ποσοστό των ξενοδόχων θεωρεί ότι οι επισκέπτες θα επιλέξουν ξανά τον χώρο τους, αν ο σχεδιασμός του αξιοποιεί στοιχεία ευεξίας (wellness) και βιοφιλίας (biophilic) όπως είναι π.χ. ο φυσικός και διάχυτος φωτισμός, η χρήση ελάχιστα επεξεργασμένων υλικών, τα ερεθίσματα που προκαλούν μια σκόπιμη αναφορά στη φύση, ο ουδέτερος χρωματισμός, η οπτική σύνδεση με τη φύση και τα στοιχεία της, η έντονη παρουσία και χρήση του νερού, κ.α.

Smart technologies: Τα τουριστικά θέρετρα και οι ξενοδοχειακές επιχειρήσεις υιοθετούν καινοτόμες τεχνολογίες με στόχο τη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών, την ικανοποίηση των αναγκών των tech-savvy πελατών, τη βελτιστοποίηση των λειτουργιών του ξενοδοχείων, την αύξηση των εσόδων ανά δωμάτιο και τη διαφοροποίηση σε σχέση με τον ανταγωνισμό.

Instagrammability: Η συγκεκριμένη τάση στοχεύει στις νέες καταναλωτικές γενιές, Millennials και Zoomers (Generation Z) που είναι ενεργοί στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ταξιδεύουν σε άλλες χώρες αναζητώντας νέες εμπειρίες και επιλέγουν θέρετρα με φωτογενή στοιχεία όπως είναι π.χ. οι πισίνες υπερχειλίσσης που προσελκύουν το ενδιαφέρον (likes) στις πλατφόρμες κοινωνικής δικτύωσης. Τα resorts του μέλλοντος θα πρέπει να εστιάζουν σε σχεδιασμό που διαμορφώνει το κατάλληλο φωτογραφικό σκηνικό μέσω φωτισμού, διακόσμησης, μουσικής και άλλων σκηνογραφικών στοιχείων.

Είναι ενδιαφέρον ότι δύο νέα ελληνικά resorts, το **SANI DUNES** στη Χαλκιδική και το **IKOS ARIA** στην Κω, αναδείχθηκαν από την έρευνα ως χαρακτηριστικά παραδείγματα των τάσεων της Αυθεντικότητας και του Wellness & biophilic αντίστοιχα.

Με τους κανόνες του «παιχνιδιού» να αλλάζουν τα δεδομένα της φιλοξενίας στον απόηχο της πανδημίας, η **ευελιξία** αναδύεται ως ένα από τα πλέον βασικά χαρακτηριστικά των επιχειρήσεων του κλάδου. Κρίσιμο παράγοντα για το μέλλον αποτελεί η ικανότητα προσαρμογής τόσο στη νέα πραγματικότητα στη δημόσια υγεία, όσο και στις νέες ανάγκες, προτιμήσεις και επιθυμίες των επισκεπτών. Μάλιστα ο σχεδιασμός του θέρετρου θα πρέπει να επιτρέπει την κοινωνική αποστασιοποίηση και να επικεντρώνεται στην ασφάλεια, την αυξημένη υγιεινή και καθαριότητα και την ευελιξία χωρίς να θέτει σε κίνδυνο την εμπειρία των επισκεπτών. Αντίστοιχα διαφαίνεται ότι ο σχεδιασμός των resorts τα επόμενα χρόνια θα αρχίσει να επικεντρώνεται περισσότερο στη μοναδική ιστορία, στην ταυτότητα και στο αφήγημα κάθε μονάδας παρά στα πρότυπα του brand. Αυτό σημαίνει ότι ακόμη και αν ένα πολυτελές resort προσφέρει υπηρεσίες και εξυπηρέτηση υψηλού επιπέδου στους επισκέπτες του, εάν δεν είναι σχεδιασμένο με τρόπο που το καθιστά οπτικά ελκυστικό, εντυπωσιακό και λειτουργικό δεν θα καταφέρει να προσφέρει μία εμπειρία υψηλού επιπέδου στους πελάτες και να διαφοροποιηθεί από τον ανταγωνισμό. Προκειμένου λοιπόν ένα resort να είναι αντάξιο των προσδοκιών για το ξενοδοχείο του μέλλοντος, θα πρέπει ο **σχεδιασμός του να είναι στο επίκεντρο και να αποτελεί βασικό ανταγωνιστικό πλεονέκτημα και σημείο διαφοροποίησης για την προσφορά μοναδικών και υψηλού επιπέδου εμπειριών στους επισκέπτες.**

Σύμφωνα με τον κ. **Βασίλη Καφάτο**, Partner, Clients & Industries Leader, Head of Travel, Hospitality & Leisure στην Deloitte Ελλάδα, «Η έλευση της νέας κανονικότητας φέρνει μαζί της νέες τάσεις και γεννά καινούργιες ανάγκες και κατηγορίες επισκεπτών, ενώ πλέον οι ταξιδιώτες εστιάζουν σε όλο και περισσότερο και επιζητούν μοναδικές, αυθεντικές και προσωποποιημένες εμπειρίες υψηλού επιπέδου. Προς αυτή την κατεύθυνση, το ξενοδοχείο του μέλλοντος θα πρέπει να διακρίνεται για τον σχεδιασμό, την υψηλή αισθητική και την ευελιξία του, εστιάζοντας κυρίως στη βελτίωση της εμπειρίας των επισκεπτών και στην άμεση και επιτυχή ανταπόκριση στις τάσεις, τις προκλήσεις και τις ευκαιρίες που διαμορφώνονται στον κλάδο του τουρισμού και της φιλοξενίας».

Μπορείτε να βρείτε την Έκθεση της Deloitte Hotel of the future [εδώ](#).

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 312,000 people make an impact that matters at www.deloitte.com.