



Νέες νόρμες συμπεριφοράς θα χαρακτηρίσουν τον τομέα της φιλοξενίας μέσα στους επόμενους μήνες.

Στις 20 Ιανουαρίου συμπληρώθηκε 1 χρόνος από την ημέρα που ο Παγκόσμιος Οργανισμός Υγείας έ...

Σε ό,τι αφορά τον κλάδο της φιλοξενίας η αβεβαιότητα έγινε αναπόσπαστο μέρος του επιχειρηματι...

Ανεξάρτητα ωστόσο από το κομμάτι της ζήτησης, υπάρχουν κάποιες βασικές ενδείξεις σχετικά με στοιχεία αλλά και νέες νόρμες συμπεριφοράς που θα χαρακτηρίσουν τον τομέα της φιλοξενίας μέσα στους επόμενους 12 - 18 μήνες.

1. Η προσφορά αναμένεται ιδιαίτερα μεγάλη ανεξάρτητα από τις συνθήκες.

Όσο και αν οι ενδείξεις σε επίπεδο ζήτησης δεν είναι σαφείς, από την πλευρά της προσφοράς το κλίμα φαίνεται να είναι ξεκάθαρο στο 2021.

Αν την προηγούμενη χρονιά οι συνθήκες αποθάρρυναν πολλούς επιχειρηματίες από το να λειτουργήσουν τα ξενοδοχεία τους, στην τρέχουσα οικονομική χρήση το το άνοιγμα των μονάδων φαίνεται να είναι μονόδρομος για τους περισσότερους.

2. Ο ανταγωνισμός σε περιφερειακό επίπεδο θα είναι ισχυρός. Ά

Καθώς οι long haul προορισμοί φαίνεται να έχουν εξασθενημένη συμμετοχή στο μείγμα πωλήσεων των ξενοδοχείων, ο ανταγωνισμός μεταξύ περιφερειακών αγορών προβλέπεται να είναι ακόμη πιο έντονος.

Η δυναμική προορισμών όπως η Ισπανία, η Ιταλία, η Πορτογαλία και η Νότια Γαλλία είναι πρόδηλο ότι θα είναι μεγάλη και αυτό θα αλλάξει ουσιαστικά τις ισορροπίες που διαμορφώθηκαν πέρυσι.

3. Οι last minute κρατήσεις αναμένεται να κυριαρχήσουν.

Η λογική των κρατήσεων «της τελευταίας στιγμής» θα συνεχιστεί και στο 2021 στη βάση όχι μόνο των ευρύτερων αλλαγών που φέρνει η διαχείριση της πανδημίας (αβεβαιότητα ταξιδιωτικών οδηγιών, καραντίνες κ.λπ.) αλλά και στη βεβαιότητα των επισκεπτών ότι θα υπάρχει πάντοτε η διαθεσιμότητα αυτού που ψάχνουν.

4. Η ρευστότητα του πρώτου εξαμήνου θα είναι περιορισμένη.

Με δεδομένες τις last minute κρατήσεις, τα vouchers που μετατέθηκαν από το 2020 αλλά και τις ιδιαίτερα ευέλικτες πολιτικές ακυρώσης η ρευστότητα των ξενοδοχείων στο 1ο και 2ο τρίμηνο του έτους αναμένεται να είναι οριακή.

Αυτό θα έχει ουσιαστική αρνητική επίπτωση και στο capex της χρονιάς που διανύουμε, καθώς οι σχετικές κεφαλαιακές δαπάνες ήταν από τις πρώτες που θυσιάστηκαν προκειμένου να ισορροπήσουν τα budgets του 2021.

5. Σημαντικός ο ρόλος των ασφαλιστικών εταιρειών.

Ανεξάρτητα από τις νόρμες που πρόκειται να διέπουν τα ταξίδια των μεμονωμένων επισκεπτών, σε επίπεδο οργανωμένων ταξιδιών (groups, εταιρικά, hotel takeovers) οι ασφαλιστικές εταιρείες φαίνεται ότι θα διαδραματίσουν ουσιαστικό ρόλο, καθώς θα

καλύψουν τα όποια κενά μεταξύ των πολιτικών ακύρωσης των ξενοδοχείων και του ρίσκου που είναι διατεθειμένοι να αναλάβουν οι ταξιδιώτες.

6. Τα μίλια θα αποδειχθούν πολύτιμα.

Όσοι θεωρούν ότι τα προγράμματα loyalty των αεροπορικών δεν έχουν θέση στην post Covid19 πραγματικότητα αγνοούν μια βασική παράμετρο: την αυξημένη διαθεσιμότητα θέσεων ακόμη και μέσα στους καλοκαιρινούς μήνες του 2021.

Οι ευκαιρίες αξιοποίησής τους εντός του νέου πλαισίου που διαμορφώνεται είναι σαφώς περισσότερες και η ευελιξία στην κράτηση αναμένεται να δώσει ιδιαίτερη ώθηση στις εξαργυρώσεις μιλίων την τρέχουσα χρονιά.

7. Ακόμη πιο αυξημένα μέτρα ασφάλειας & υγιεινής. [^]

Καθώς ολόκληρος ο πλανήτης μαθαίνει να ζει με τον ιό, η εξοικείωση που αποκτά ο πληθυσμός με τα βασικά μέτρα προφύλαξης είναι ολοένα και μεγαλύτερη.

Συνακόλουθα και ο κλάδος της φιλοξενίας είναι πιο ώριμος για ακόμη πιο αυστηρή υιοθέτηση μέτρων έχοντας ως κύριο γνώμονα όχι τη μικρότερη δυνατή όχληση του επισκέπτη αλλά τη μεγαλύτερη δυνατή ασφάλεια.

8. Rapid tests και μέσα στα ξενοδοχεία. [^]

Ανεξάρτητα από τις εξελίξεις στο πεδίο του εμβολιασμού δεν πρέπει κανείς να υποτιμά την αλματώδη πρόοδο που πραγματοποιείται σε επίπεδο φαρμάκων και tests.

Σε αυτό το πλαίσιο η πιο ευρεία χρήση rapid tests είναι αναμενόμενη και δεν θα αποτελούσε

έκπληξη το να τα βρίσκει κανείς ακόμη και στη λίστα με τα amenities ενός ξενοδοχείου.

9. Bubble travel.

Η πανδημία κράτησε οικογένειες, φίλους και αγαπημένους χωριστά. Η ανάγκη για ταξίδι και κοινό χρόνο μαζί με αγαπημένα πρόσωπα αναμένεται να οδηγήσει σε δυναμική άνοδο των σχετικών (κοινών) κρατήσεων με βασικούς κερδισμένους τις βίλες, το Airbnb και τα family resorts.

Στο ίδιο πλαίσιο έχει αυξηθεί σε κάποιο βαθμό και ο αριθμός των hotel buy out requests από πελάτες που ενδιαφέρονται να κλείσουν ολόκληρες (boutique) ξενοδοχειακές μονάδες.

10. Τα micro events αναμένεται να δώσουν «ανάσες εσόδων» ειδικά στο 3ο και 4ο τρίμηνο.

Εταιρικά micro events, γάμοι, βαφτίσεις (έστω και με περιορισμένη δυναμικότητα) θα σώσουν μάλλον την παρτίδα για αρκετά ξενοδοχεία πόλης, ειδικά σε περιφερειακές μονάδες εκτός Αθήνας και Θεσσαλονίκης.

Κώστας Α. Παναγάκης

Πηγή: Huffington Post

ΟΔΥΣΣΕΙΑ, 20/2/2021 #ODUSSEIA #ODYSSEIA

