

Ekspansja strefy luksusu

Fot. Archiwum Talaria Hotel

Pierwsze półrocze 2015 r. w branży usług hotelarskich przyniosło zwiększenie ruchu turystycznego, poprawę frekwencji w obiektach i pojawienie się nowych inwestycji. Szczególnie widoczny staje się rozwój segmentu hoteli ekskluzywnych i spa, którego udziały w rynku są wprawdzie na razie niewielkie, ale za to stopień wykorzystania pokoi zdecydowanie najwyższy.

Jeśli utrzyma się bieżący trend i sprawdzą prognozy, rok 2015 będzie można nazwać udanym dla polskiego rynku hotelowego. Szczególnie zyskują obiekty w dużych miastach i miejscowościach wypoczynkowych, notując większe wzrosty obłożenia w porównaniu z rokiem ubiegłym.

Segment spa rośnie

Według raportu KPMG „Rynek dóbr luksusowych w Polsce edycja 2014” jednym z najdynamiczniej rozwijających się elementów tego rynku jest segment wysokich standardów usług hotelarskich i spa. W 2014 r. jego wartość wyniosła 1,3 mld zł (co w porównaniu z rokiem poprzednim oznacza wzrost o ok. 8%), szacuje się również, że do 2017 r. przekroczy ona 1,6 mld. Liczba hoteli pięciogwiazdkowych wzrosła o 15%, planowane są ponadto otwarcia kolejnych obiektów.

– O wzroście zainteresowania segmentem luksusowym świadczy m.in. fakt, że goście wybierają już nie tylko najtańsze oferty pakietowe, ale także te pod nazwą „dla

konesera”, zawierające usługi luksusowe: czy to zabiegi spa, czy też degustacje dobrych produktów – mówi Natasza Sallmann, Manager Marki Talaria Ladies Spa. – To goście, często mając porównanie z obiektami nie tylko w Polsce, uczą nas wymiarów jakości – dodaje.

Dostępność usług spa to już niemal standard w ekskluzywnych hotelach, które często usytuowane są poza miastami. Mimo rosnącej liczby tego typu obiektów, nie świecą one pustkami, a w sezonach wakacyjnym i przedświątecznym praktycznie brak tam wolnych miejsc. Pogoń klientów za zdrowiem i urodą sprzyja rozwojowi rynku zabiegów poprawiających wygląd i samopoczucie, dlatego coraz więcej obiektów wprowadza je do swojej oferty, nie każdy z nich zasługuje jednak na miano luksusowego.

Co wyróżnia ekskluzywne obiekty?

Na pewno gwarancja najwyższej jakości, doskonała, dyskretna obsługa, spersonalizowana oferta, eleganckie wnętrza, komfortowe wyposażenie i wyjątkowa atmosfera.

W polskim hotelarstwie luksus wciąż przedstawia się nieco skromniej w porównaniu z liderami kategorii z rynku światowego, a inwestowanie w tego typu obiekty najczęściej jest dużo bardziej wymagające i długotrwałe niż np. w przypadku hoteli ekonomicznych. Czy się opłaca? To w dużym stopniu zależy od lokalizacji, specyfiki samej oferty i, co bardzo istotne, klimatu, jaki uda się stworzyć w danym miejscu.

Luksus w usługach hotelarskich, jako dobro z natury dostępne nielicznym, niezmiennie powinien cechować się wysoką ceną, wyjątkową jakością i nieprzeciętną otwartością na potrzeby każdego klienta. W kraju, w którym powiększa się grono zamożnych ludzi, ale równocześnie rośnie liczba atrakcyjnych ofert, samo określenie „luksusowy” w dłuższej perspektywie nie może gwarantować sukcesu. ■

Natasza Sallmann

Manager Marki Talaria Ladies SPA w Trojanowie

Większość Pań przyjeżdżających do nas wraca z przyjaciółkami, córkami, matkami i coraz to nowymi oczekiwaniami, które staramy się spełniać. Dlaczego Talaria Ladies SPA? Chcieliśmy stworzyć obiekt wellness i spa, w którym będziemy spełniać oczekiwania gości dla ich lepszego samopoczucia. Wiedzieliśmy od początku, że nie może być to obiekt dla wszystkich. Tradycyjnie kobieta jest głównym odbiorcą usług wellness i spa, a także reżyserem wyjazdów. W kobiecej atmosferze, w otoczeniu Pań, może znaleźć chwilę dla siebie i oderwać się od dnia codziennego. Jednym z podstawowych filarów naszej filozofii jest dbałość o lepsze samopoczucie naszych gości nie tylko na miejscu, ale i po powrocie do domu. Dlatego też oferta przygotowana jest w taki sposób, aby inspirować i zachęcać do kontynuacji zdrowego stylu życia także po wyjeździe