



## NEMZETKÖZI HÍREK

---

### AZ ACCOR ELŐZETES MEGÁLLAPODÁST ÍRT ALÁ AZ ÜZLETI UTAZÓKRA SPECIALIZÁLÓDOTT GEKKO FOGLALÁSI PORTÁL FELVÁSÁRLÁSÁRA

Az AccorHotels sajtóközleménye szerint előzetes megállapodást írtak alá a GEKKO nevű a legkorszerűbb technológiát alkalmazó, az Accor csoport szállodái számára kulcsfontosságú szegmens, az üzleti utazók számára sokféle szolgáltatást nyújtó foglalási portál felvásárlására. A tranzakció értéke 100 millió €.

A GEKKO kereső és foglalási portálhoz egy interface-en keresztül, már jelenleg is több mint 500.000 szálloda – a budgettől a luxus kategóriáig – csatlakozik. A portál az üzleti utazók részére kínál optimális lehetőséget utazásaik megtervezésénél, költségeik optimalizálásánál.

A GEKKO-nak több mint 300 nagyvállalati ügyfele van, s mintegy 14.000 utazási irodával működik együtt Franciaországban, Olaszországban, Spanyolországban, Portugáliában.

### A VILÁG JELENLEGI 5 LEGNAGYOBB TURISZTIKAI – SZÁLLODAI FEJLESZTÉSE

A TOPHOTELS tájékoztatása szerint a világ legnagyobb turisztikai – szállodai projektjei a következők:

#### *Lustica Öböl*

Ez egy luxusüdülő komplexum Montenegroban, a Lustica félszigeten, ami csodálatos természeti környezetben fog megvalósulni. A fejlesztés keretében több szállodát – The Chedi Lustica Bay, Marina Hotel, Hillside Boutique Hotel, Thalasso Hotel, stb. – valamint 1.600 apartmant, 750 villát, bevásárló központot, orvosi rendelőket, konferencia központot, golfpályát, 2 kikötőt is építenek. A beruházás tervezett összköltsége 2,2 milliárd USD.

#### *Marriott Marquis Miami World Center*

A címben szereplő hotel a maga nemében a legnagyobb lesz Dél-Floridában. A szálloda két toronyból fog állni, az egyikben 1.100, a másikban 600 vendégszobát létesítenek. Az új szállodafejlesztéshez 10.000 m<sup>2</sup> kiállítási terület, 2 bálterem (6.500 és 4.500 m<sup>2</sup>), 39.000 m<sup>2</sup> további bankett terület és egy 1.000 m<sup>2</sup> alapterületű auditorium (1.500 férőhely) fog tartozni. A beruházás tervezett költsége 1,56 milliárd USD.



### *Resorts World Las Vegas*

Több éves csúszás után várhatóan 2020-ban fog megnyitni Las Vegas központjában, a Strip-en, a Resorts World Las Vegas, amely a Casino várost egyre nagyobb számban felkereső kínai utazókat kívánja ellátni. Ennek megfelelően a szálloda modern ázsiai stílusban épül, mivel főleg a fiatal kínai turistákat célozza. A beruházás tervezett összköltsége 986 millió USD.

### *Hilton Riyadh Hotel & Residences*

A Szaúd-Arábia fővárosában, Rijadh-ban épülő szálloda két 20 és 14 emeletes toronyépületében összesen 864 luxus színvonalú vendégszobát létesítenek. A beruházás tervezett összköltség 844 millió USD.

### *DAMAC Towers by Paramount Hotels and Resorts*

Dubai-ban épül, az ún. Burj negyedben. A négy, egyenként 250 méter magas toronyépületben 1.200 luxus lakosztály, elegáns közösségi terek, több szintes bevásárlóközpont áll a vendégek, látogatók részére. A beruházás becsült költsége 608 millió USD.

## ÉRZI E A „MACRON-HATÁST” A FRANCIA SZÁLLODAIPAR?

Több éves stagnálás után a francia gazdaság idén az élénkülés jeleit mutatja. 2014-15-16-ban a GDP csupán 0,9, 1,1, illetve 1,25-kal nőtt, emiatt a munkanélküliség még mindig 10%-os szinten van. Ugyanakkor a kilátások érezhetően javulnak, 2017-ben az ún. üzleti bizalmi index ismét elérte a 2011 évi, a fogyasztói bizalmi index pedig meghaladta a 2008 – 2010 közötti, nemzetközi pénzügyi válság előtti évből, 2007-ben elértet.

Számos jelentős infrastrukturális fejlesztés indult meg Franciaországban, Párizsban. Így pl. a Grand Paris Express (24,7 milliárd EUR tervezett költséggel), amely a főváros alatt körbefutó metróhálózat építését jelenti. Ennek megvalósításával sokkal jobb lesz a repülőterek és a belváros, illetve az elővárosok közötti közlekedési kapcsolat.

Jó hír az is, hogy a Nemzetközi Olimpiai Bizottság Párizsnak ítélte a 2024 évi Nyári Olimpiai Játékok rendezési jogát.

Mindezek lassan feledtetik a Párizsban a Bataclan környékén és a Nizza-ban elkövetett szörnyű terrortámadások negatív hatását, s franciaországi, párizsi szállodák eredményei ismét javuló tendenciákat mutatnak.

Ugyancsak jó hírt jelentenek a szállodások számára a Macron elnök által meghirdetett reformok, különösen a merev munkaügyi szabályok tervezett liberalizálása. Mindezek alapján a francia szállodaipar optimistán tekint a jövőbe.



## AZ ACCOR ÉS A FRANCIA VASUTAK ÚJRAÉLESZTIK AZ ORIENT EXPRESS-T

Az AccorHotels és a Francia Államvasutak (SNCH Csoport) közös sajtóközleménye szerint a szállodavállalat megvásárolja az Orient Express 50%-át, s az a szándéka, hogy egy új hotel brandet hozzon létre a híres Orient Express márkanév alatt a luxus szegmensben.

A legendás Orient Express 1883-ban tette meg első útját Párizs – Isztambul között. Fenti akvizíciót követően is az SNCH tulajdonában marad a történelmi műemléknek számító 7 db Art Deco stílusban elkészített vasúti kocsi, melyeket rendezvényekre, különféle ünnepi, stb. események vendégeinek ellátására fognak felhasználni. A legendás vasúti kocsikat az AccorHotels fogja üzemeltetni az Orient Express Alapítványon keresztül a Potel&Chabot, a Noctis és a John Paul cégekkel együttműködve.

## A MARRIOTT INTERNATIONAL MESTERSÉGES INTELLIGENCIÁVAL RENDELKEZŐ CHATBOTOKKAL SEGÍTI VENDÉGEIT

A Marriott International az aLoft márkanév alatt működő szállodáiban Chatbotr elnevezésű, mesterséges intelligenciával működő Chatbotok alkalmazását kezdte meg vendégeinek jobb kiszolgálása érdekében. A Chatbotr lehetővé teszi, hogy a Marriott vendégei – akár a hotelben laknak, akár azon kívül tartózkodnak – okos telefonjukon a Facebook Messenger és a Slack üzenetküldő programok segítségével szolgáltatásokat rendeljenek, szobát foglaljanak, kérdéseket tegyenek fel. A Chatbotr használatára vonatkozó eddigi tapasztalatok szerint 3 vendég közül 2 használja azt, s nagyon elégedettek vele, mert az átlagos válaszadási idő 5 másodperc. Ezzel a korszerű technológiával a Marriott törzsvendég programjának tagjai a lánc 4.700 szállodájában tudnak szobát foglalni, közvetlenül tudnak „csevegni” a vállalat „Vendégszolgálati Központjával”. Az idej tapasztalatok szerint a lánc törzsvendégeinek 44%-a szobafoglalására, 53%-a törzsvendég pontjainak felhasználására vonatkozó kérdéseket tett fel a Chatbotr-ok közvetítésével.

A Marriott International vezetőségének véleménye szerint az új technológiák egyre inkább vendégeik életének mindennapi részévé válik, így a chatbotok használata is, ami megkönnyíti utazásukat, mivel alapvető kérdéseikre gyors, szinte azonnali választ kapnak. Ezen túlmenően a szállodák üzemeltetését is megkönnyíti, mivel a munkatársakat tehermentesíti számos rutinfeladattól, így több idejük, energiájuk marad a vendégek személyes igényeinek kielégítésére.

## APARTMANOK AIRBNB MÁRKANÉVEN

Egy október első napjaiban megjelent hír szerint az Airbnb eddigi történetében először fordul elő, hogy saját nevében szálláshelyfejlesztés történik. Egy Dél-Floridában, Kissimmee-ben, Orlando közelében megvalósuló több száz apartmanból álló ingatlanfejlesztésről van szó. A beruházó a Newgard Development Group, amely olyan fiatal lakásbérlőkre számít, akik az év jelentős részét nem Floridában töltik, amikor turisztikai jellegű hasznosításra bérbevitelre kínálják bérleményüket. Az Airbnb-vel névhasználati szerződést kötnek, azon keresztül történik a lakások foglalása, annak feladata lesz a bérbevitelre kínált lakások marketingje.



Szállodás körökben meglepődve, ironikusan fogadták az Airbnb új kezdeményezéséről szóló hírt, ugyanis ez az első eset, hogy az a szállodalánccal azonos szerepet vállal. Érdeklődéssel várják a további fejleményeket, nevezetesen, hogy a projekt befektetői, a lakások bérlői, s azok jövőbeni vendégei az Airbnb márkanévét mennyire fogják preferálni, előnyben fogják-e azt részesíteni a hagyományos, meghatározó szállásüzemeltetőkkel szemben.

## ELŐFORDULHAT, HOGY AZ AIRBNB POZITÍV HATÁSSAL VAN A SZÁLLODÁK FORGALMÁRA?

Szakmai körökben általános az a vélemény, hogy az Airbnb gyors ütemű térnyerése negatívan hat a hotelek üzletmenetére, forgalmára. Ez végül is logikus, hiszen, ha a szállásadás területén megjelenik egy olyan súlyú új szereplő, mint az Airbnb, az nyilván jelentős vendégkört hódíthat el úgy a hagyományos kereskedelmi szálláshelyektől – így a szállodáktól –, mint a szállásközvetítő portáloktól (az OTA-któl). A kérdés tehát nem az, hogy az Airbnb hatása a hotelek forgalmára negatív-e, hanem az, hogy milyen mértékben, s hogy ez minden piacon, mindig így van-e.

Számos kutatás, elemzés történt ebben a témában, de ezek döntően arra terjedtek ki, hogyan alakul az Airbnb-n, s hasonló rövid távú lakáskiadásra specializálódott portálokon a bérbevételre kínált lakások száma, s általában nem vizsgálták azok árait, árpozicionálást. A közelmúltban, a University of Denver készített egy erre vonatkozó tanulmányt, melynek eredményeit a Journal of Hospitality Management szaklapban mutatták be. A kutatás, amely az USA-ban Texas államban, Austin-ban 86 hotelre terjedt ki, a következőket vizsgálta:

- ▶ Milyen hatással van az Airbnb a környezetében levő szállodák teljesítményére?
- ▶ Egy adott környéken az Airbnb-n kínált lakások árai, azoknak a közelben levő hotelárakhoz való aránya miként hat a különböző kategóriájú szállodák eredményeire?

A kutatás főbb megállapításai a következők voltak:

- ▶ Az Airbnb térnyerése általában negatívan érinti a szállodák REVPAR mutatóját.
- ▶ Ugyanakkor azok a budget hotelek – melyek „jobb”, elegáns környéken, stratégiai jó helyen találhatóak, ahol az Airbnb-n bérbevételre ajánlott lakások árai magasak – még növelhetik is REVPAR mutatójukat, azaz az „egy kiadott szobára jutó szállásdíj bevételeket”.
- ▶ Minél nagyobb az Airbnb és a szállodák árai közötti különbség, annál kisebb a magánlakások negatív hatása a közelükben levő szállodák REVPAR mutatójára.
- ▶ Az Airbnb negatív hatása nagyjából azonos mértékben érinti a különböző kategóriájú szállodákat.

A kutatás tanulságai a szállodások részére:

- ▶ A szálloda üzemeltetőknek nem csak a környezetükben bérbevételre kínált magánlakások számát kell számon tartani. Figyelnük kell azok áaira is. Ha az árkülönbség – akár lefelé, akár felfelé jelentős – akkor nem ugyanazért a vendégért versenyeznek.



- ▶ A szállodák profitálhatnak abból, ha olyan környéken helyezkednek el, ahol sok elegáns, luxus színvonalú lakást kínálnak bérbevételre.
- ▶ A szállodaüzemeltetőknek ajánlott, hogy a „competitive set” meghatározásánál arra vegyenek fel a környékükön levő bérbevételre kínált lakásokat is, s kísérjék figyelemmel azok árazását.

2017. október 9.