

IN SPAGNA, GLI HOTEL URBANI HANNO UNA VALUTAZIONE MIGLIORE RISPETTO AGLI STABILIMENTI BALNEARI E AL SOLE

- *Ciò è particolarmente rilevante in un mercato in cui il 51% dell'offerta alberghiera appartiene al segmento sole e spiaggia, contro il 49% degli stabilimenti urbani*
- *“Pulizia”, “Comfort”, “Rapporto qualità/prezzo” e “Posizione” sono le aree in cui il divario è maggiore a favore degli hotel di città*
- *Si tratta del secondo risultato importante di questo studio completo, che già nella prima puntata aveva evidenziato che gli hotel indipendenti godono di una reputazione migliore rispetto agli hotel di catena*
- *Il metodo di lavoro combina l'analisi delle valutazioni effettuate su www.booking.com di strutture a 3, 4 e 5 stelle in Spagna con interviste a esperti di fama, che hanno contribuito a certificare le conclusioni tratte.*

Barcellona, 29 febbraio 2024. - [Keytel](https://www.keytel.com) - la prima alleanza di hotel indipendenti al mondo - e Braintrust Consulting Services - società globale di servizi professionali specializzata nel turismo - presentano la seconda importante conclusione del loro “Osservatorio degli hotel indipendenti in Spagna”. Lo studio, nato con l'obiettivo di analizzare l'attuale situazione del settore rispetto alle grandi catene, afferma in questa nuova edizione che **gli hotel urbani sono meglio valutati di quelli al sole e sulla spiaggia**.

Questi risultati devono essere contestualizzati in un mercato, quello spagnolo, in cui **il 51% degli hotel appartiene al mercato del sole e della spiaggia**. A questo proposito, le principali differenze si riscontrano nelle aree “Pulizia”, “Comfort”, “Rapporto qualità-prezzo” e “Posizione”, dove gli hotel urbani hanno una percezione migliore, mentre la valutazione di aspetti come “Personale” e “Pulizia” sono abbastanza uniformi in entrambi i segmenti.

È inoltre importante notare che gli hotel “turistici” appartenenti a catene alberghiere ottengono valutazioni significativamente peggiori rispetto alle strutture indipendenti di questo segmento.

Perché questi punteggi

Una possibile spiegazione di questo risultato è che nel segmento sole e spiaggia il rapporto qualità-prezzo è spesso parzialmente sacrificato per aggiustare l'equilibrio costi-ricavi, e in questo caso aspetti importanti come la pulizia, il comfort e il WiFi ne risentono. Inoltre, la maggiore dipendenza dai distributori nel marketing ha spesso un impatto negativo sulle aspettative dei clienti, ai quali non vengono comunicate con precisione la posizione e le caratteristiche dell'hotel e che, quindi, finiscono per contrattare un prodotto diverso da quello atteso.

Allo stesso modo, queste conclusioni sono direttamente collegate a un'altra delle principali letture dello studio: **il personale e la pulizia sono gli aspetti più apprezzati dagli utenti**. Il fattore umano, la capacità dei dipendenti di comprendere e soddisfare le esigenze dei clienti, è uno dei grandi campioni di un hotel, dove si gioca il successo e il prestigio dell'albergo. E naturalmente, soprattutto dopo la pandemia, la percezione dell'igiene e della pulizia, sia nelle camere che negli spazi comuni, è un fattore chiave.

Keytel

È quindi essenziale che gli hotel di sole e spiaggia migliorino i loro standard in termini di pulizia, comfort e accessibilità tecnologica. E, nel caso degli hotel di catena, è particolarmente importante colmare il divario tra la qualità del prodotto e i prezzi offerti per soddisfare gli ospiti con aspettative solitamente elevate. A questo proposito, il rating più alto degli hotel indipendenti in questo segmento conferma la tesi di Keytel: enfatizzando quegli aspetti che trasformano il soggiorno in un'esperienza, la loro capacità di competere è indiscutibile.

Le conclusioni di cui sopra

Lo scorso gennaio Keytel ha condiviso una prima e significativa conclusione dello studio: i clienti apprezzano maggiormente le strutture indipendenti rispetto a quelle integrate nelle catene alberghiere. Tra le ragioni che sostengono questa scelta ci sono l'unicità, il servizio personalizzato, il rapporto qualità-prezzo e la possibilità di vivere un soggiorno più esperienziale e lontano dalla standardizzazione.

In conseguenza di questi risultati, gli hotel non appartenenti a gruppi alberghieri si trovano di fronte all'imperativa necessità, se vogliono mantenere queste ottime percezioni, di mantenere e rinnovare gli asset, di ottimizzare le politiche di prezzo e di garantire la massima professionalità e cura nel servizio al cliente.

Uno studio professionale e completo

Il metodo di lavoro combina l'analisi delle valutazioni effettuate su www.booking.com di strutture a 3, 4 e 5 stelle situate in Spagna con interviste a rinomati esperti, che hanno contribuito a certificare le conclusioni tratte.

Nei prossimi mesi, sempre nell'ambito di questo osservatorio, Keytel annuncerà le nuove conclusioni e i risultati che scaturiranno da questa analisi esaustiva del panorama alberghiero indipendente nazionale.

Informazioni su Keytel

Keytel è la principale alleanza alberghiera indipendente al mondo, con un portafoglio di oltre 3.000 strutture in 80 Paesi.

L'organizzazione si definisce come la 1° organizzazione specializzata nell'accelerazione dei processi di trasformazione alberghiera, una formula che combina un'ampia gamma di servizi e strumenti tecnologici per aumentare la velocità di trasformazione e crescita degli hotel associati.

Informazioni su Braintrust

Braintrust è una società di consulenza multinazionale spagnola con uffici a Madrid, Messico, Buenos Aires, San Paolo e Santiago del Cile, un team di oltre 100 professionisti e più di 1.000 studi sotto la sua responsabilità in diversi Paesi.

Il suo staff di consulenti qualificati si dedica alla fornitura di soluzioni aziendali ad alto valore aggiunto e alla ricerca permanente della differenziazione, che ha portato Braintrust a sviluppare con successo nuove metodologie di analisi e soluzioni innovative.

L'azienda ha clienti di dimensioni molto diverse e di settori differenti, come: turismo e tempo libero, telecomunicazioni, banche e mezzi di pagamento, assicurazioni, energia, distribuzione e vendita al dettaglio.

Nell'ambito dell'industria del turismo Braintrust lavora per le principali destinazioni, agenzie di viaggio e tour operator, compagnie aeree, catene alberghiere, autonoleggi e aziende tecnologiche.



>> **Per maggiori informazioni:**

Ufficio Comunicazione del Gruppo Hotusa

María Iglesias | Claudia Conte

Tel. 93 268 10 10 (Ext. 702) / 93 268 10 10 (Ext. 659)

E-mail: comunicacion@grupohotusa.com