

Budapest, 2011. december 30.

Butikszállodák az Egyesült Államokban

MEGJELENT A MINTEL „BOUTIQUE HOTELS IN THE US” CÍMŰ KIADVÁNYA

A londoni székhelyű MINTEL 2011 júliusában tette közzé „Butikszállodák az Egyesült Államokban” című tanulmányát. Az alábbiakban röviden összegezzük a tanulmány legfontosabb megállapításait.

A butikszállodák általában meghitt, egyedi vagy luxuskörnyezetet teremtenek, amellyel különleges partnerkört céloznak meg. A butikszállodán belül több alszektort különböztetnek meg és definiálnak, amelyek kifejezik a különböző szektorok sajátosságait. Ezek az életmód szállodák, luxus butikszállodák, divatos vagy modern szállodák, design szállodák, építészeti szállodák, művész szállodák, avantgárd szállodák, városi szállodák, klasszikus szállodák, előkelő szállodák, kortárs szállodák, egyedi szállodák, különleges szállodák és funky szállodák. Ezekben a szálláshely típusokban az a közös, hogy odafigyelnek a részletekre és az egyedi tulajdonságokra.

A butikszállodák 30 évvel ezelőtt jelentek meg, angol nyelvterületen. 1978-ban Londonban nyílt meg az első, majd 1981-ben San Franciscóban a második butikszálloda. Az egyesült államokbeli butikszállodák eredetileg arra törekedtek, hogy felelevenítsék a meghitt, európai típusú hotelek légkörét, azzal a különbséggel, hogy olyan szűk, speciális piacot próbálnak megcélozni, mint a rock and roll, a bor és a tengerparti üdülőhelyek.

A tanulmány bemutatja a három legfontosabb USA-beli butikszálloda láncot. Ezek a Join de Vivre Hospitality, a Kimpton Hotel & Restaurant Group és a Morgans Hotel Group (MHG). A három szállodalánc közül a Kimpton a legnagyobb és a legtöbb amerikai szállodával rendelkező szállodalánc, észak-kaliforniai központtal. A Join de Vivre szállodák egy kivétellel Kaliforniában találhatóak, míg az MHG az egyetlen a hármóból, ami külföldön, Londonban, illetve Mexikóban is jelen van.

A 2008–2009-es gazdasági válság a butikszálloda szektort is erősen érintette, néhány esetben eladásra kényszerítve a szállodákat. Az MHG eladta három egységét, többek között zászlóshajóját, a Morgans Hotelt is. A pénzügyi nehézségek miatt az MHG-nak le kellett mondania érdekeltségéről a Las Vegas Hard Rock Hotel & Casinóban.

Az elmúlt harminc évben a butikszálloda szektorban divatdiktátor szerepet betöltő Ian Schrager, aki az egyik alapítója és tulajdonosa az MHG-nak, idén májusban bejelentette az új márkát, a PUBLIC-ot, amely az „elérhető luxust” teremti meg, visszatérve Schreger eredeti (a dizájnnal szemben), az attitűdöt előtérbe helyező koncepciójához.

További információk: **Magyar Turizmus Zrt.**
Kutatási Iroda
Tel.: 488-8710
Fax.: 488-8711
E-mail: kutatas@itthon.hu
Internet: www.itthon.hu