



Hotele pełne radości

Dziecko nie dysponuje portfelem rodziny, ale ma istotny wpływ na wybory dokonywane przez jego rodziców. Także te dotyczące miejsca wypoczynku.

AGNIESZKA WAŻYŃSKA

Jeszcze do niedawna rodzina z dzieckiem była odbierana jako kłopotliwi goście hotelowi: nocny płacz, hałas na korytarzach, grymaszenie przy posiłkach, pomalowane kredkami ściany restauracji. Nierzadko też goście zgłaszali wymagania trudne do spełnienia: chcieli, by hotel zapewnił im brodzik dla dzieci, wydzielony plac zabaw, specjalne menu, zabezpieczone gniazdka elektryczne, łóżko niemowlęce czy balkon z zamkiem. Szansa, że w recepcji rodzic mógł dostać awaryjną pieluchę, była bliska zeru.

Z MYŚLĄ O NAJMŁODSZYCH

Dziś w wielu obiektach takie standardy są normą i nikt się nie dziwi, gdy pracownik

hotelu pyta o ulubioną zabawę dziecka, jego preferencje kulinarne albo czy cierpi ono na jakąś alergię. Wraz z rozwojem rynku turystyki rodzinnej obserwujemy nowy trend, który jest rezultatem kilku kampanii społecznych uświadamiających nam, że dziecko, choć nie dysponuje portfelem rodziny, ma istotny wpływ na wybory dokonywane przez jego rodziców. Jest pełnoprawnym członkiem tego mikrospołeczeństwa. Podejmuje decyzje, ma wymagania i potrzeby. I jasno je wyraża. A co najważniejsze – ma dwoje sponsorów, którzy z radością potrzeby te sfinansują, często doskonale się przy tym bawiąc.

Kampania **Hotel Przyjazny Rodzinie** [HPR – red.] trwa już siódmy rok. Ta inicjatywa zapoczątkowana przez **Violetę Hamerską** pod patronatem jej firmy Etirez zjednała

sobie przychylność nie tylko rodziców, ale też hotelarzy. Często, by otrzymać certyfikat HPR, angażują oni duże środki w przebudowę architektoniczną czy zatrudnienie wyspecjalizowanego personelu. Kryteria są bardzo surowe i nie wszystkie obiekty, które przystąpiły do projektu, mogą się poszczycić posiadaniem tego certyfikatu. A jego otrzymanie jest rekomendacją obiektu jako spełniającego najwyższe standardy bezpieczeństwa, zakwaterowania, organizacji zaplecza rozrywkowego i jakości obsługi.

Polskie hotele znakomicie zareagowały na ten przekaz. Przystępując do starań o certyfikat HPR, podjęły nie tylko działania inwestycyjne w obiektach, takie jak solidne zabezpieczenia ogrodzeń, balkonów, basenów i miejsc zabaw dla dzieci, ale również

„Małpi gaj”
– sala zabaw
w hotelu Anders
w Starych Jabłon-
kach



edukacyjne. Pracownicy hoteli przyjaznych dzieciom zyskali umiejętność udzielania pierwszej pomocy, organizowania zabaw i dbania o najwyższe standardy bezpieczeństwa dzieci.

SPORT, ZABAWA I NAUKA

Zainwestowano w przygotowanie pedagogiczne personelu, dzięki czemu zyskał on umiejętność organizowania emocjonujących zajęć dla dzieci bez względu na pogodę. Często są to zajęcia wyjątkowo atrakcyjne, wychodzące poza standardy oferowane przez placówki oświatowe czy niepubliczne miejsca zabaw. Hotel Senator otworzył dla najmłodszych gości m.in. profesjonalną Akademię Nurkowania, Reymontówka proponuje warsztaty robotyki i projektowania CD, Marena Spa oferuje strefę aqua i minigolfa, a mali goście odpoczywający w SPA Kids w Białym Kamieniu mogą oglądać gigantyczne akwarium z morskimi rybami. Hotel Haffner proponuje naukę pływania i zabawę w pokoju pirata, a Villa Cottonina szczyci się pierwszym Baby Eco SPA w Polsce. Mali goście Zamku Ryn mogą podziwiać uroki Mazur, lecąc balonem, podwarszawski Holiday Inn stworzył park linowy z trasami dla dzieci.

Nadmorski Zdrowotel jako certyfikowany przez HPR ośrodek rehabilitacyjny

Rodzic płaci, dziecko wybiera

Z tym, że trudno jest odmówić dziecku, zgadza się aż 46 proc. badanych, a jedynie 14 proc. twierdzi, że jest inaczej. Blisko pięć procent dzieci decyduje o wyborze aparatu telefonicznego przez rodzica i coraz częściej o wyborze samochodu. Dotychczas nie badano, jaki wpływ mają dzieci na wybór hotelu jako miejsca rodzinnego wypoczynku. Trendy mówią same za siebie – to kwestia czasu, kiedy dzieci zaczną decydować i o tym.

zaspokajają potrzeby rodzin z dziećmi z problemami zdrowotnymi, oferując zajęcia integracyjne i zabiegi dostosowane do każdego schorzenia. Ten obiekt (jak i wiele innych) jest przystosowany dla dzieci na wózkach.

Łukasz de Lubicz-Szeliski, właściciel hotelu Grand Lubicz w Ustce, przyznaje, że już podczas budowy obiektu pamiętano o najmłodszych gościach. To była trafiona inwestycja, w jej wyniku powstały m.in. miniścianka wspinaczkowa, suchy basen oraz sporych rozmiarów małpi gaj, w którym dzieci mogą się wyszaleć do woli. W naszym aquaparku mamy brodzik z ciepłą wodą dla

najmłodszych, a dla nieco starszych dzieci ponad 70-metrową zjeżdżalnię. Dodatkową atrakcją jest kort do tenisa ziemnego, koszykówki, squasha, cubeball, bilard i stół do ping-ponga.

Niektóre hotele zatrudniają profesjonalne nianie do opieki nad maluchami, by dać rodzicom chwilę wytchnienia, możliwość wieczornego wyjścia lub udziału w rozrywkach organizowanych przez ośrodek.

Odpowiedź rynku na te działania jest spektakularna: w sporej części certyfikowanych obiektów miejsca są w dużej części wyprzedane, a rodziny z dziećmi rezerwują pokoje na wiele tygodni przed sezonem.

Dzięki kampanii HPR oraz zmianie postrzegania dziecka – z uciążliwego gościa na VIP-a – polskie hotele podjęły nowe wyzwanie. Podnosząc standard usług, modernizując obiekty i inwestując w nowoczesną infrastrukturę, otworzyły się na nowego, wdzięcznego klienta, który będzie wracał do nich latami. I mają szansę, że dziecko opowie o tym miejscu innym. A że czasami po jego pobycie zostanie nadgryzione łóżeczko lub malunek ścienny trudno zmywalną kredką? Każda rewolucja oprócz korzystnych zmian niesie z sobą jakieś skutki. Jednak ta rewolucja ma jeszcze wdzięk i twarz dziecka. ■