

La marca internacional d'hotels Relais & Châteaux en el desenvolupament turístic

Avui dia és important per a un hotel estar associat a una marca. Un hotel de petita capacitat avui no pot viure sol. Tant Relais & Châteaux com altres empreses, associacions o cadenes hoteleres permeten a un establiment connectar-se al món i tenir la tecnologia que es necessita, sigui Internet, GDS, call centers o màrqueting. Donen la possibilitat de posicionar l'establiment dins d'una gamma de producte. Sens dubte, això és molt important i dóna valor a l'establiment.

Cal mantenir l'exclusivitat dels establiments. En el nostre cas, els hotels són tots diferents i únics, volem que cada un espremi la seva identitat pròpia. Són el contrari de l'estandarització. A hores d'ara quan entres en un hotel, podria ser igual estant a Madrid, Barcelona o Nova York. Però nosaltres volem que quan entris en un dels Relais & Châteaux hi hagi un sentiment de saber on ets.

Actualment Relais & Châteaux té 518 hotels i restaurants distribuïts entre 60 països dels cinc continents. Hi ha hotels que tenen un, dos o tres restaurants, i restaurants que no pertanyen a cap hotel. Que siguin hotels n'hi ha entre 460 i 470 d'associats. I entre Espanya i Portugal hi ha uns 30 membres. Pel que fa a cercar com a objectiu arribar a una xifra "x" d'associats, nosaltres no ens basem en números. Més que un objectiu de xifres, hi ha algunes regions d'Espanya que ens agradaria desenvolupar, on avui no tenim presència. L'any vinent incorporarem establiments en noves regions, com La Rioja i la Ribera del Duero. Però la nostra assignatura pendent a Espanya la tenim al sud, concretament a Andalusia. Què ha de tenir un hotel per poder-hi entrar? La carta de qualitat està basada en cinc paraules, que en francès comencen per la lletra "C": caràcter, cortesia, encant (*charme*), cuina i calma.



Jaume Tàpies i Ibern, empresari hotelier i president internacional de Relais & Châteaux

Perquè un establiment pertanyi a l'associació la cotització depèn del nombre d'habitacions. La mitjana d'habitacions és 29, i un hotel de 29 habitacions paga uns 14.000 euros a l'any. Sabent que el que nosaltres enviem a l'establiment en reserves directes és superior als 500.000 euros de mitjana, es pot dir que la cotització és més aviat simbòlica. No se signa un contracte tal com coneixem habitualment perquè Relais & Châteaux és una associació. Quan un establiment entra el seu contracte es revalida cada any. Per part de Relais & Châteaux, un hotel pot quedar-s'hi o no. Cada any hi ha 30 o 40 establiments que estan obligats a sortir-ne perquè els nostres criteris de control de qualitat ho exigeixen, i si un establiment no manté la qualitat i els nostres inspectors ens fan un informe que ho justifiqui, n'ha de sortir.

El que persegueix el client en hotels de luxe està canviant, perquè el món està canviant. En un món cada cop més estandarditzat, la gent busca cada cop més el servei personalitzat, ve a descobrir una regió, a connectar i reconnectar amb les persones amb qui ve i a gaudir de la vida seguint aquest concepte que nosaltres anomenem l'art de viure i que des del principi, des de l'any de la nostra fundació, el 1954, ha estat part de la nostra filosofia. Però nosaltres no volem associar-nos amb la paraula *luxe* perquè aquest terme es pot concebre com una cosa molt cridanera i molt brillant. Per a nosaltres el luxe és una experiència viscuda.

S'ha passat, doncs, de buscar el luxe en la part material de l'experiència...

Sabem que si una experiència et porta felicitat, aquesta experiència la tindràs a la memòria. Nosaltres busquem com proporcionar felicitat a un client. Cada establiment és diferent, cada un té el seu estil i en cada un es troba una experiència completament diferent.

Els millors hotels són aquells en què l'hoteler ha transmès la seva pròpia passió als clients de l'establiment i ha sabut transmetre en aquests establiments, a través del seu personal i a través d'aquestes instal·lacions, una cosa que realment li agrada i l'apassiona. S'hauria de pensar, "jo haig de fer feliços els meus clients d'aquesta manera perquè és la manera que em fa feliç a mi".

A través de la gastronomia també es pot crear experiència. Als anys seixanta a Espanya es va prendre una direcció equivocada, parlant de l'hoteleria en general i de la de gran capacitat, més aviat de costa, on la gastronomia no es cuidava. I aquesta imatge de l'arquetipus de l'hotel espanyol on servien una mala paella ha estat molt difícil de canviar. Però ara ja s'està canviant, gràcies a la formació. Ara a Espanya hi ha hagut més formació que mai i millor, hi ha els millors cuiners i menys por a menjar als hotels. A més, i això és una altre dels factors que influeixen en el canvi de percepció, molts dels grans cuiners estan en hotels.

Pel que fa l'organització d'esdeveniments, crec que Espanya avui està més ben posicionada que molts altres països per al turisme d'esdeveniments. Principalment



L'hotel El Castell de Ciutat

per infraestructures. Hi ha aeroports perfectes, telecomunicacions perfectes, hotels molt bons i que, o són nous o estan renovats. Tot això ens permet donar un producte molt competitiu. Crec que no hem de tenir cap problema a dir, "tenim un producte d'esdeveniments d'allò millor que hi ha", tant hotels de gran capacitat –de ciutat particularment– com hotels més petits. En aquest sentit, Relais & Châteaux acaba de llençar una nova guia europea en què hi ha una desena de membres espanyols que ofereixen un producte d'esdeveniments i seminaris de moltíssima qualitat i on es pot fins i tot privatitzar un hotel sencera per al seu esdeveniment.

S'està veient també un interès de les cadenes per allotjaments rurals. Aquesta tendència la marca el mateix mercat i el que volen els clients. L'any 2007 es va donar la circumstància que per primera vegada en la història hi havia més gent vivint en les ciutats que fora. Evidentment, a aquesta gent li agrada sortir al camp, trobar-se amb els seus orígens i amb la tranquil·litat i benestar que no troba a les ciutats. Això fa que l'hoteleria de fora de ciutats i els allotjaments rurals vegin un auge important. I el seguiran veient en el futur, perquè aquesta situació no canviarà.

Quines són les fortaleses de la nostra hoteleria? La primera és la gent, perquè a



Espanya encara sabem somriure, cosa que en molts països s'ha perdut. Una altra és la gastronomia, i sense cap dubte, també les infraestructures. Tots sabem que el país està avui molt endeutat... Però fent una comparativa amb Grècia pensava, "què han fet amb els diners?". En el pla econòmic, tots dos països estan fatal, però a Espanya almenys es veu alguna cosa. Com deia abans, tenim els millors aeroports, tenim bones carreteres, tenim bons hotels... Crec que aquest sotrac que estem passant el podrem superar, i de pressa, perquè el turisme internacional continuarà venint a Espanya i confiant en nosaltres, perquè tenim un producte molt competitiu.

I quines són les debilitats? Podríem invertir encara més en formació. Avui hi ha molt d'atur a Espanya i, encara que sembli increïble, en els hotels tenim problemes per trobar personal format. Jo crec que s'ha d'invertir en formació, i en formació a tots els nivells, perquè l'hoteleria pugui ser un motor de creació de llocs de treball al país.

L'experiència dels Relais & Châteaux mostra la importància d'una marca i les potencialitats que se'n poden derivar individualment i col·lectivament per a tots aquells que la saben construir, potenciar i mantenir.