

Το πρώτο ξενοδοχειακό *escape room*

Διαβάζοντας για την τάση των *escape rooms* σε προηγούμενο τεύχος του Hotel&Restaurant, η Γεωργία Χριστοδουίλου αποφάσισε να την εφαρμόσει στο ξενοδοχείο της στην Κυπαρισσία. Η ιδιοκτήτρια του Apollo Resort Art Hotel μας εξηγεί τον εντυπωσιακό αντίκτυπο της νέας αυτής υπηρεσίας στις κρατήσεις. Της Ισαβέλλας Ζαμπετάκη



Πόσο εύκολο ήταν να δημιουργηθεί ένα *escape room* μέσα σε ένα ξενοδοχείο;

Γ.Χρ.: Κινηθήκαμε με συντονισμένες κινήσεις κι έτσι μέσα σε τρεις εβδομάδες και με συνολικό κόστος που δεν ξεπέρασε τα 3.000 ευρώ, ολοκληρώσαμε το δωμάτιο. Βασικό μου μέλημα ήταν να δημιουργήσω ένα concept που να συνδέεται με τον πολιτισμική ταυτότητα της περιοχής και την τοπική παραγωγή και έτσι επέλεξα το κρασί ως κεντρικό άξονα του σεναρίου. Στην πορεία, με βοήθησε πολύ η συνεργασία με τοπικούς επιχειρηματίες, οι οποίοι και συνεισέφεραν με τις εξειδικευμένες πληροφορίες που χρειαζόμασταν για τη δημιουργία των γρίφων. Μάλιστα η Panagiotopoulos Wines του Πύργου Τριφυλίας προσφέρθηκε να προσφέρει ως χορηγός, από ένα μπουκάλι κρασιού σε κάθε ομάδα που πετυχαίνει να λύσει τον γρίφο.

Ποιο το concept του *escape room*;

Γ.Χρ.: Βρισκόμαστε στη δεκαετία '60 στην Κυπαρισσία και στο σπίτι ενός πολύ καλλιεργημένου ανθρώπου, που έχει ανακαλύψει το μυστικό της αθανασίας και το έχει κρύψει μέσα σε ένα μπουκάλι κρασιού. Η ομάδα έχει στη διάθεσή της 60 λεπτά για να βρει αυτό το ιδιαίτερο μπουκάλι λύνοντας γρίφους, ανοίγοντας λουκέτα και ανακαλύπτοντας καλά κρυμμένα μυστικά.

Ποια η ανταπόκριση του κοινού μέχρι στιγμής;

Γ.Χρ.: Η ανταπόκριση ντόπιων και επισκεπτών έχει ξεπεράσει τις προσδοκίες μας. Δεχθήκαμε αρκετές κρατήσεις από εταιρείες αλλά και από μεμονωμένους επισκέπτες που, με αφορμή το *escape room*, έκαναν κράτηση και για δωμάτιο στο ξενοδοχείο μας. Ανάμεσα στους ξένους επισκέπτες, ιδιαίτερα έντονο είναι το

ενδιαφέρον εκ μέρους των Αμερικανών και των Άγγλων. Με εντυπωσιάζει μάλιστα το γεγονός ότι το *escape room* αποτελεί αφορμή για να ρωτήσουν περισσότερα για την περιοχή: από το κρασί, μέχρι την ποίηση. Στον τοίχο του *escape room* έχουμε γράψει κάποιους στίχους από το ποίημα «Αντισταθείτε» του γεννημένου στην Κυπαρισσία Μιχάλη Κατσαρού, που αιχμαλωτίζει το ενδιαφέρον των επισκεπτών. Το ίδιο ισχύει και για το τοπικό κρασί, το οποίο και προβάλλουμε επίσης μέσα σε ένα χώρο

“

*Με αφορμή το *escape room*, τόσο μεμονωμένοι επισκέπτες, όσο και εταιρείες, κάνουν κράτηση και για δωμάτιο στο ξενοδοχείο μας. Μάλιστα, το *escape room* αποτελεί αφορμή για να μάθουν περισσότερα για τη γύρω περιοχή*

έκθεσης τοπικών προϊόντων στο ξενοδοχείο αλλά και με εκδρομές σε επισκέψιμα οινοποιεία.

Συνολικά, η ανταπόκριση είναι τέτοια που ήδη σκεφτόμαστε να δημιουργήσουμε ένα ακόμη *escape room* τον επόμενο χρόνο. Το Apollo είναι ένα «ανήσυχο» ξενοδοχείο που προβάλλει από τα τοπικά προϊόντα μέχρι την ελληνική τέχνη.

Πώς μπορεί ένα οικογενειακό ξενοδοχείο να διαφοροποιηθεί από τον

ανταγωνισμό και να είναι κερδοφόρο ως επιχείρηση;

Γ.Χρ.: Η αγάπη μας για το εικαστικό στοιχείο είναι δεδομένη και όλοι οι χώροι του ξενοδοχείου διανθίζονται με αυθεντικά έργα τέχνης. Διοργανώνουμε ετήσιες εκδηλώσεις σε συνεργασία με γκαλερί, όπως επίσης και μουσικές εκδηλώσεις. Όσον αφορά τα τοπικά προϊόντα, από το 2006 και μετά, επιδιώκουμε συστηματικά τη σύνδεση με την παραγωγή σε όλα τα επίπεδα. Στα πρώτα μας βήματα ένταξης στο Ελληνικό Πρωινό προβληματιστήκαμε σχετικά με το αυξημένο κόστος των πρώτων υλών, αλλά πολύ γρήγορα αντιληφθήκαμε ότι η υψηλότερη αυτή ποιότητα λειτούργησε σαν επένδυση. Ο πελάτης εκτιμά το καλό και το ιδιαίτερο. Προσωπικά, παρά το ότι έχω σπουδάσει Φιλολογία και Δραματική, επέλεξα να ακολουθήσω επαγγελματικά την οικογενειακή μας παράδοση στον χώρο της φιλοξενίας. Πιστεύω πολύ στο προσωπικό ύφος της εξυπηρέτησης ως κεντρικό στοιχείο της συνολικής εμπειρίας διαμονής. Οι προκλήσεις που προκαλούν τα οικονομικά δεδομένα στην Ελλάδα είναι σαφείς, αλλά πιστεύω ότι τα πάντα είναι θέμα στόχων και σκοπού. Εμείς φέτος, παρά την κρίση, περάσαμε σε μια τρίτη ανακαίνιση του ιματισμού του ξενοδοχείου. Σκεφτόμαστε επίσης να εκμεταλλευτούμε την προνομιακή μας θέα 360 μοιρών και να δημιουργήσουμε ένα roof garden, με χώρο για εναλλακτικές δραστηριότητες. Πιστεύουμε ότι ο πελάτης επιζητεί την ποιοτική υπηρεσία και τα στοιχεία των κρατήσεών μας το επιβεβαιώνουν. Το ζητούμενο για μας είναι ο φιλοξενούμενος να νιώθει ότι έδωσε λιγότερα από αυτά που πήρε, χωρίς βέβαια αυτό να υπονομεύει τη βιωσιμότητα της επιχείρησης.