**Prawie połowa Polaków chętnie spędziłaby święta poza domem – czy nadchodzi społeczna zmiana w tradycji?**

**Czas obalić mit o Polakach obawiających się opinii rodziny o tym, jak spędzają Boże Narodzenie. Wyniki najnowszego badania pokazują, że aż 73% respondentów nie martwi się opinią bliskich o spędzeniu Świąt poza domem. Polacy coraz chętniej poszukują alternatywnych form świętowania, a jedną z nich jest odpoczynek w hotelu.**

**Niemal połowa Polaków chce Świąt poza domem**

Istnieje stereotyp Polaka, który niechętnie odchodzi od klasycznych tradycji, ale czas odłożyć ten stereotyp do lamusa. **Wyniki najnowszego badania „Święta w hotelu” pokazują odwrót w tendencji**: **45% respondentów mogłoby spędzić Święta Bożego Narodzenia poza domem, gdyby mogło podjąć wybór bez żadnych ograniczeń**. Przeszkodą bywa więc odchudzony inflacją portfel lub indywidualna sytuacja danej osoby, ale nie jest nią nastawienie Polaków do modyfikacji świątecznych zwyczajów.

- *Wyniki badania znajdują pokrycie w naszych obserwacjach. Wbrew pozorom Polacy chętnie korzystają z usług hoteli w okresie świątecznym, znajdując tu przestrzeń do wytchnienia i odpoczynku. Hotele zapewniają kompleksową opiekę, włącznie z wysokiej jakości sezonową kuchnią i dostępem do różnorodnych udogodnień, atrakcji oraz lokalnych rozrywek. Nie dziwią nas więc wyniki badania, są raczej miłym potwierdzeniem tego, co sami zauważamy* – komentuje dane **Anastasiia Stolarska, Cluster Reservations Manager w Leonardo Hotels Polska** – *Z naszego doświadczenia wynika jednak, że większość gości rezerwuje pokój dopiero od drugiego dnia Świąt – rzadziej od Wigilii. Część wydłuża pobyt aż do Nowego Roku, aby Sylwestra również spędzić w hotelu. Jednocześnie z większym wyprzedzeniem rezerwacje trafiają do naszych hoteli Leonardo Boutique w atrakcyjnym turystycznie Krakowie, natomiast mająca również bardzo wiele do zaoferowania Warszawa zapełnia się „last minute”, co dostrzegamy w hotelu NYX i Leonardo Royal* – dodaje.

**Święta w hotelu? Motywatorem atrakcje i lokalizacja placówki**

Głównym celem badania było zbadanie opinii i odczuć Polaków, związanych z celebrowaniem Bożego Narodzenia poza domem. Przyglądano się więc nie tylko samej chęci spędzenia tego czasu poza domem, ale również preferencjom – interesująco zarysowują się powody deklarowane przez badanych. **Zdecydowanie króluje ciekawość i chęć przeżycia Świąt w inny, nowy sposób (42%), a zaraz za nią respondenci wskazywali chęć połączenia Świąt z dłuższym wypoczynkiem, np. Sylwestrem (28%) oraz mniejszą ilość pracy i zaangażowania w świątecznym rozgardiaszu (26%)**.

*- Uwielbiam rodzinne święta, ale uważam, że mają one być czasem wytchnienia i właśnie tego szukam, kiedy je planuję. Kilka lat temu postanowiliśmy z mężem spróbować czegoś odmiennego – nowego przeżycia. Od tej pory, na zmianę z rodzinnym świętowaniem, Święta spędzamy w różnych zakamarkach Polski. W zeszłym roku zdecydowaliśmy się na Święta w hotelu w Krakowie. To był strzał w dziesiątkę, bo okazało się, że nie tylko odpadło myślenie o organizacji kolacji i wielogodzinne gotowanie, ale także otrzymaliśmy dodatkową opiekę, wskazówki, jak najlepiej spędzić czas wolny, zniżki na różne atrakcje i… okazję, żeby wyspać się jak nigdy!* – opowiada **Martyna, która od kilku lat spędza z mężem Święta poza domem**.

**Priorytety Polaków – co jest najważniejsze przy wyborze hotelu na Święta?**

Respondenci badania „Święta w hotelu” zostali zapytani o czynniki wpływające na wybór placówki w okresie świątecznym. Wskazane zostały takie czynniki jak: oferta kulinarna i tradycyjna kolacja w hotelu, dodatkowe atrakcje jak kino lub koncerty, udogodnienia dla rodzin z dziećmi i podróżujących ze zwierzętami oraz miejsce i jego atrakcje turystyczne. **Wygrywa właśnie ten ostatni czynnik, na który wskazywało aż 43% badanych**.

Choć Polacy wykazują ogólną zgodność w deklarowaniu przyczyn spędzania Świąt poza domem, jedynym czynnikiem wpływającym na częściową rozbieżność odpowiedzi okazał się być wiek. Wszystkie grupy wiekowe wskazywały zgodnie na miejsce i atrakcje turystyczne, które znacznie wyprzedzały inne odpowiedzi. **Jedynie w grupie osób do 24 lat dwa pierwsze wyniki są zbliżone: ci respondenci wskazują na miejsce i jego atrakcje (37%), ale także dodatkowe aktywności, takie jak koncerty i kino (31%).** Najmłodsi respondenci mają więc nieco inne priorytety niż pozostałe grupy.

To pokazuje, że kluczem do sukcesu dla hoteli w dotarciu do różnych grup klientów jest zróżnicowana oferta. Część gości szuka klimatycznego otoczenia i urokliwych zakątków wśród kamienic, inni dynamicznych przestrzeni, pobudzającego zmysły street artu i klimatu metropolitalnego *city*.

**O BADANIU:**

Badanie przeprowadziła agencja SW Research na zlecenie Leonardo Hotels Polska w listopadzie 2023 roku. Metoda badawcza: wywiady on–line (CAWI) na panelu internetowym SW Panel. Próba badawcza i respondenci: przeprowadzono 1006 ankiet z reprezentatywną próbą Polek i Polaków powyżej 18 roku życia, zgodnie z rozkładem płci, wieku i klasy wielkości miejscowości.

**\* \* \***

LEONARDO HOTELS CENTRAL EUROPE, z siedzibą w Berlinie, odpowiada za portfolio hoteli w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Polsce, Czechach, na Węgrzech, w Rumunii, Hiszpanii i we Włoszech. Sieć działa w 9 krajach i 45 destynacjach, a jej portfolio oferuje 106 hoteli z ponad 17 000 pokojami. Jej marki to Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels i Leonardo Limited Edition. Znane są z dogodnych lokalizacji, wysokich standardów obsługi, a także nowoczesnego wystroju wnętrz z regionalnym charakterem.

Leonardo Hotels Central Europe jest częścią Fattal Hotel Group, która została założona w 1998 roku przez Davida Fattala. Aktualnie w Europie i Izraelu działa ponad 255 hoteli grupy z ponad 47 000 pokojami w 117 lokalizacjach i 20 krajach. Portfolio marek obejmuje Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels, Leonardo Limited Edition, Jurys Inn, Herods, U Hotels, 7 Minds, Rooms by Fattal, Fattal Terminal, Master Collection i Switch up. Izraelska grupa hotelowa jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Tel Awiwie (TASE). [www.leonardo-hotels.com](http://www.leonardo-hotels.com)

Kontakt dla mediów:

Zuzanna Kowalewska

Communication Executive

zuzanna.kowalewska@dotrelations.pl