



Η τουριστική βιομηχανία επανοεί νέα προϊόντα και υπηρεσίες με προορισμό έναν τρισδιάστατο ψηφιακό κόσμο.

Ταξιδεύοντας στο metaverse

Κείμενο: Ντέπυ Κουρέλλου

Εικονογράφηση: Χρήστος Κούρτογλου

Mόλις τον προηγούμενο μήνα, η αλυσίδα ξενοδοχείων CitizenM ανακοίνωσε ότι θα «ανεγείρει» ξενοδοχείο στον εικονικό κόσμο του βιντεοπαιχνιδιού The Sandbox, προκειμένου αυτό μελλοντικά να γίνει ξενοδοχείο στον πραγματικό κόσμο. Πρόκειται για την πρώτη κατασκευή ξενοδοχείου στο metaverse και το εγχείρημα σηματοδοτεί ένα νέο κεφάλαιο στη βιομηχανία της φιλοξενίας. Το The Sandbox, το οποίο παρουσιάστηκε πρόσφατα ως πρωτοπόρος στο metaverse από τη Wall Street Journal και το CNBC, είναι ένας τόπος όπου οι χρήστες μπορούν να δημιουργήσουν έσοδα από τους δικούς τους ξεχωριστούς κόσμους.

Όπως στα φυσικά ξενοδοχεία της, έτσι και στο The Sandbox, η CitizenM τοποθετεί την τέχνη στο προσκήνιο, μόνο που εδώ τον λόγο έχουν τα έργα ψηφιακής τέχνης. Στο εικονικό οικοπέδο της, η CitizenM σχεδιάζει την κατασκευή ενός virtual ξενοδοχείου, όπου άβαταρ θα μπορούν «να εργάζονται, να κοιμούνται και να παίζουν». Την ανέγερσή του θα χρηματοδοτήσουν οι πωλήσεις 2.000 NFT (ψηφιακά πιστοποιητικά πνευματικής ιδιοκτησίας), τα οποία είναι συνδεδεμένα με «έπαθλα», εξαγοράσιμα σε όλα τα ξενοδοχεία της εταιρείας στον πραγματικό κόσμο, όπως εκπτώσεις ή δωρεάν ποτά. «Είμαστε ενθουσιασμένοι που είμαστε η πρώτη εταιρεία φιλοξενίας στο metaverse», λέει ο Robin Chadha, διευθυντής μάρκετινγκ της CitizenM. «Ως επωνυμία που πάντα αμφισβητούσε τα παραδοσιακά μοντέλα, αυτό το νέο εγχείρημα στο The Sandbox ταιριάζει όχι μόνο με τη

στρατηγική της επωνυμίας μας, αλλά και με τη δέσμευση που έχουμε προς τη δημιουργική κοινότητα και τους επισκέπτες μας τόσο στο διαδίκτυο όσο και στον πραγματικό κόσμο». Η ξενοδοχειακή αλυσίδα σχεδιάζει να χρησιμοποιήσει αυτά τα κέρδη, καθώς και την ενσωμάτωση ενός αποκεντρωμένου αυτόνομου οργανισμού, για να χρηματοδοτήσει πλήρως μια φυσική ιδιοκτησία, για τη χωροθέτηση της οποίας θα ψηφίσουν οι κάτοχοι των NFT. «Το πρώτο ξενοδοχείο για τον κόσμο από τον κόσμο», λέει ο Robin Chadha.

Μέσα στο τρισδιάστατο ψηφιακό περιβάλλον του metaverse, εταιρείες και προϊόντα θα προσεγγίζουν τους πελάτες τους, αξιοποιώντας εμβυθιστικούς τρόπους επικοινωνίας και διαδραστικές εμπειρίες. Έρχεται άραγε, η ώρα που δεν θα χρειάζεται καν να σηκωθούμε από τον καναπέ προκειμένου να ταξιδέψουμε; «Κάθε φορά που εισάγεται μια νέα τεχνολογία, τα δεδομένα αλλάζουν και έχουμε αντιδράσεις σε όλα τα επίπεδα. Οι χρήστες πειραματίζονται με τις δυνατότητες και εξελίσσουν το μέσο δυναμικά, οι ερευνητές αντίστοιχα καλούνται να επεκτείνουν τις δυνατότητές του, οι αγορές εφευρίσκουν τρόπους να χρησιμοποιηθεί ως μέσο διάδοσης των προϊόντων και των υπηρεσιών τους. Σε αυτό το πλαίσιο, για την ώρα η αντικατάσταση των παραδοσιακών ταξιδιών δεν μπορεί να υλοποιηθεί, αποτελεί όμως έναν στόχο για το μέλλον, που οι ειδικοί του τουρισμού τοποθετούν γύρω στο 2060», σημειώνει ο δρ Γιάννης Δεληγιάννης, αναπληρωτής καθηγητής στο Τμήμα Τεχνών Ήχου και Εικόνας του Ιονίου Πανεπιστημίου. «Σήμερα, το μέσο αυτό μας επιτρέπει να γνωρίσουμε και να ενώσουμε εικονικά διάφορους χώρους

φантаστικούς και πραγματικούς σε επίπεδο ομάδων με εμπύθιση. Στο Ιόνιο Πανεπιστήμιο, σε συνεργασία με φοιτητές από άλλα πανεπιστήμια και πολιτιστικούς φορείς, διερευνούμε για παράδειγμα την επίδραση της γεύσης και της όσφρησης στην εμπειρία».

Μετα-περιηγήσεις και εμπειρίες

Ένας από τους τρόπους με τους οποίους ο ξενοδοχειακός κλάδος θα μπορεί να τοποθετηθεί στο metaverse είναι για να εξασφαλίσει περισσότερες κρατήσεις. Μέχρι σήμερα οι επισκέπτες είχαν στη διάθεσή τους μόνο φωτογραφίες και κριτικές προκειμένου να καταλήξουν στο κατάλυμα ή στην ταξιδιωτική εμπειρία που θα ήθελαν να ζήσουν. Τώρα προστίθεται μία επιπλέον, πιο συναρπαστική επιλογή: οι καθηλωτικές τρισδιάστατες περιηγήσεις.

Η Cloudkeys είναι μια εταιρεία διαχείρισης εξοπλισμένων και επιπλωμένων διαμερισμάτων βραχυχρόνιας μίσθωσης στο κέντρο της Αθήνας. Τον Ιούνιο του 2021 ανέβασε στη διεθνή πλατφόρμα omgdrops.com, με έδρα το Λος Άντζελες, το πρώτο συλλεκτικό τουριστικό πακέτο NFT στον κόσμο. Δημιούργησαν δηλαδή μια εξειδικευμένη για το κοινό των κρυπτονομισμάτων ταξιδιωτική εμπειρία, βασισμένη στα σχόλια και στις επιδιώξεις των επισκεπτών της Αθήνας που είχαν επιλέξει τα καταλύματα της εταιρείας για τη διαμονή τους. Όσοι απέκτησαν το πακέτο στη δημοπρασία είχαν την ευκαιρία να ζήσουν μια εικονική εμπειρία σε νερό, αέρα και έδαφος, σε Αθήνα και Σαντορίνη, κομμένη και ραμμένη στα μέτρα τους.

«Οι νέες τεχνολογίες έχουν σχεδόν πάντα δυσκολίες να βρουν πρακτική εφαρμογή σε έναν τομέα της οικονομίας που τηρεί παραδόσεις πολλών ετών, όπως είναι ο τουρισμός», λέει η Δώρα Παυλίδου, ιδρύτρια της Cloudkeys. «Οι αντικειμενικές δυσκολίες της προσέγγισης της καινοτόμου αυτής ψηφιακής τεχνολογίας, σε ένα περιβάλλον επιχείρησης που παρέχει προϊόντα και υπηρεσίες στον πραγματικό κόσμο, είναι και το μεγαλύτερο πρόβλημα που είχαμε να αντιμετωπίσουμε κατά τη δημιουργία αυτής της δημοπρασίας.

Τα NFT δεν επηρεάζουν άμεσα την ταξιδιωτική εμπειρία, συμβάλλουν ωστόσο στη μεγιστοποίηση της διαθεσιμότητας σε ταξιδιώτες που προτιμούν να μη χρησιμοποιούν το παραδοσιακό τραπεζικό σύστημα και όλες τις επιπλέον χρεώσεις που πληρώνουν για να ζήσουν μια ταξιδιωτική εμπειρία σε μια άλλη χώρα».

Το περασμένο καλοκαίρι, το πολυτελές ξενοδοχείο Ca' di Dio της Βενετίας χρησιμοποίησε NFT για να γιορτάσει τα εγκαίνιά του. Πρόσφατα το πρόγραμμα επιβράβευσης μελών Marriott Bonvoy κυκλοφόρησε μια αποκλειστική συλλογή NFT ως μέρος της εκδήλωσης μοντέρνας τέχνης «Art Basel Miami Beach 2021». Τα ψηφιακά στοιχεία της άντλησαν την έμπνευσή τους από την τελευταία καμπάνια μάρκετινγκ του ομίλου Marriott International, με τίτλο «Power of Travel». Τα NFT κέρδισαν τρεις τυχεροί συμμετέχοντες, λαμβάνοντας επίσης 200.000 πόντους για χρήση στο πρόγραμμα πιστότητας Marriott Bonvoy. Ο Brian Povinelli, αντιπρόεδρος της Marriott International, δήλωσε χαρακτηριστικά: «Είμαστε ενθουσιασμένοι που φέρνουμε στο χαρτοφυλάκιό μας αυτή την αναπτυσσόμενη πλατφόρμα. Αναζητούμε συνεχώς ευκαιρίες να ψηφίσουμε ό,τι είναι συμβατικό και με την εισοδό μας στον χώρο των ψηφιακών αγαθών, αναζωπυρώνουμε περαιτέρω τη μεταμορφωτική δύναμη των ταξιδιών στον εικονικό κόσμο, ενώ υποστηρίζουμε αυτή την αυξανόμενη κοινότητα απίστευτα ταλαντούχων καλλιτεχνών».

Οι πόλεις αλλάζουν

Εκεί όμως που το metaverse φαίνεται πως μπορεί να θριαμβεύσει άμεσα είναι ο συνεδριακός τουρισμός. Ο συγκεκριμένος κλάδος δείχνει να προσαρμόζεται στα νέα δεδομένα με μεγαλύτερη ευκολία, καθώς η πανδημία ενεργοποίησε ωρύτερα τις εξελίξεις. Η έκρηξη των εικονικών και υβριδικών εκδηλώσεων, άλλωστε, σημάδεψε την εποχή της Covid-19, με το εγχειρίδιο χρήσης να επεκτείνεται σε γάμους, πάρτι, παραστάσεις, οποιαδήποτε εκδήλωση μπορεί να φιλοξενηθεί σε ένα ξενοδοχείο. Αν μάλιστα αναλογιστούμε ότι 8 στους 10 ταξιδιώτες που ανήκουν στους millennials ή στη γενιά Z -και

Ένας από τους τρόπους με τους οποίους ο ξενοδοχειακός κλάδος θα μπορεί να τοποθετηθεί στο metaverse είναι για να εξασφαλίσει περισσότερες κρατήσεις μέσα από καθηλωτικές τρισδιάστατες περιηγήσεις.



συνεπώς είναι απόλυτα εξοικειωμένοι με τις νέες τεχνολογίες- εκφράζουν επιθυμία για μοναδικές εμπειρίες, το έδαφος είναι κάτι παραπάνω από πρόσφορο. Η τουριστική αγορά μπορεί να χρησιμοποιήσει το metaverse για να βελτιώσει την εμπειρία της πόλης ή της περιοχής στην οποία βρίσκεται, να σχεδιάσει εικονικές διαδρομές σε μουσεία, ιστορικά αξιοθέατα, κ.ά.

Πρόσφατα η Σεούλ προχώρησε σε επένδυση περίπου 2,8 δισ. ευρώ, με σκοπό να γίνει η πρώτη πρωτεύουσα που μέχρι το 2030 θα βρίσκεται στο metaverse. Πώς οι προορισμοί θα αξιοποιήσουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο τα τρισδιάστατα ψηφιακά περιβάλλοντα για να προσελκύσουν περισσότερους ταξιδιώτες; «Οι προορισμοί πρέπει να αρ-

χίσουν να διατηρούν, να αποτυπώνουν και να διαχέουν την πολιτιστική και πολιτισμική τους ταυτότητα με το βλέμμα στο μέλλον. Να χρησιμοποιούν σύγχρονα μέσα, κατανοώντας τόσο τις ανάγκες όσο και την κουλτούρα των επισκεπτών», λέει ο κ. Δεληγιάννης. «Σήμερα οι άνθρωποι ενημερώνονται για τα μέρη που θέλουν να επισκεφθούν ως επί το πλείστον μέσω διαδικτύου και στη συνέχεια περιγράφουν και προβάλλουν τις εμπειρίες τους στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το metaverse μπορεί να αποτελέσει, μεταξύ άλλων, έναν χώρο συνάντησης πριν από το ταξίδι. Επιτρέποντας στους προορισμούς να έχουν αρχικά παρουσία σε αυτόν, την οποία στη συνέχεια αυτοί θα εξελίξουν, με στόχο να προσφέρουν πιο ολοκληρωμένες ταξιδιωτικές εμπειρίες...»