

\$WIAT HOTELEI

WYPOSAŻENIE • GOSPODARSTWO • ZARZĄDZANIE

*Prowadzimy
zaawansowane
rozmowy
w Polsce*

RUSLAN
HUSRY

**POLSKIE
HOTELE
NIEZALEŻNE**
podsumowują 2023 r.

ELŻBIETA
LENDO

**MARKA
NOVOTEL**

*Nowy design
i możliwości*

CAŁE MOJE ŻYCIE

*Miniony
rok oczami
hotelarzy*

KOMENTARZE

**Kim jesteś,
menadżerze
SPA?**

ANETA
MULLER

JOANNA OSTROWSKA
WSPÓŁWŁAŚCICIELKA OSTI-HOTELE
HOTEL KOSSAK
HOTEL SENACKI KRAKÓW

**XVII FORUM
PROFIT HOTEL®
2023**

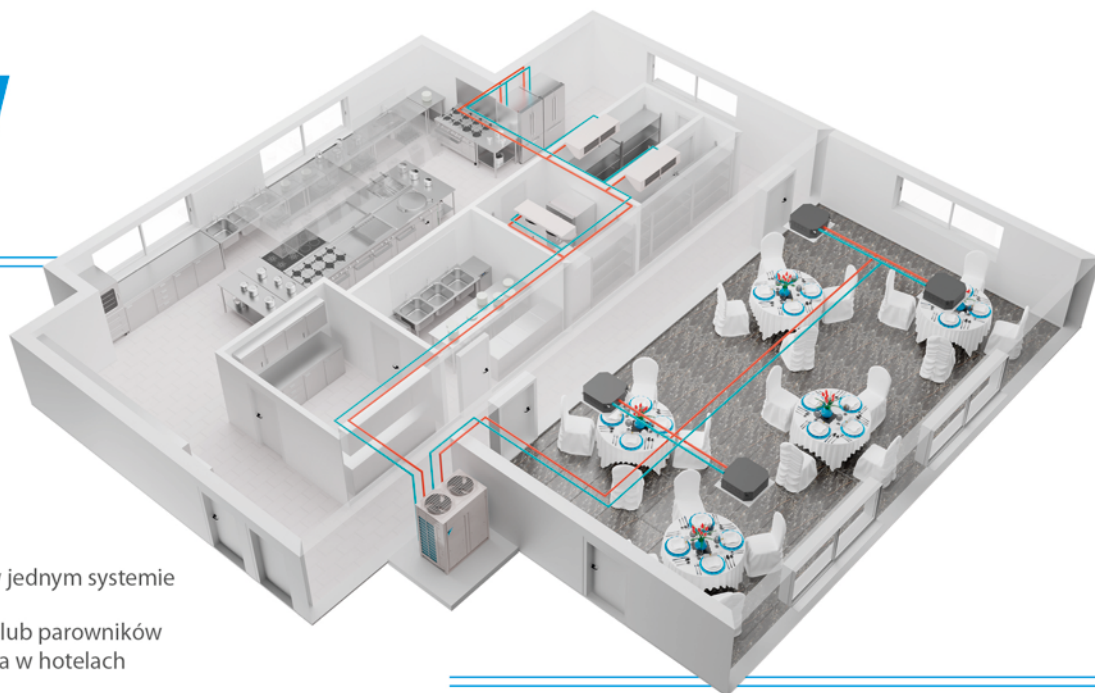
PODSUMOWANIE
NASZEGO WYDARZENIA

Wykorzystaj ciepło z kuchni do ogrzewania – oszczędzaj!



CONVENI-PACK – JEDEN SYSTEM DO CHŁODNICTWA, KLIMATYZACJI I OGRZEWANIA

- ✓ Połączenie średnotemperaturowego chłodzenia, klimatyzacji wraz z ogrzewaniem w jednym systemie
- ✓ Ciepło wydobywane z mebli chłodniczych lub parowników jest odzyskiwane do komfortowego ogrzewania w hotelach bez dodatkowych kosztów
- ✓ Płynne sterowanie wydajnością sprężarek inwerterowych gwarantuje najniższe koszty eksploatacji
- ✓ Niski poziom hałasu, w tym cicha praca w trybie nocnym
- ✓ Konstrukcja modułowa pakietu Conveni-pack pozwala na jego wykorzystanie zarówno w mniejszych jak i dużych hotelach
- ✓ Możliwość zdalnego sterowania oraz podłączenia do wszystkich systemów BMS
- ✓ Niższa emisja CO₂ dzięki technologii pompy ciepła
- ✓ Szeroki wybór jednostek wewnętrznych: kasetonowe, ściennie, kanałowe
- ✓ Do jednostek kasetonowych dostępny jest duży wybór nowoczesnych paneli dekoracyjnych



ITM – CENTRALNY, DOTYKOWY STEROWNIK Z MOŻLIWOŚCIĄ KONTROLI PRZEZ PRZEGLĄDARKĘ INTERNETOWĄ.

- ✓ Kompleksowe zarządzanie klimatyzacją i ogrzewaniem m.in. nastawy, harmonogram pracy, ograniczenia itp.
- ✓ Monitoring temperatur w meblach i komorach wraz z sygnalizacją przekroczenia
- ✓ Wizualizacja powierzchni
- ✓ Kompleksowe narzędzie do serwisu i zdalnego monitoringu prawidłowości pracy

Sprawdź, ile możesz zyskać dzięki połączeniu chłodnictwa, klimatyzacji i ogrzewania w jeden inteligentny system:

- ✓ Znaczna redukcja kosztów energii
- ✓ Przyjazny klimat w pomieszczeniu dla klientów i pracowników
- ✓ Jedna obsługa serwisowa do wszystkich systemów HVACR
- ✓ Rozwiązania o wysokiej efektywności dopasowane do potrzeb chłodniczych
- ✓ Innowacyjna i niezawodna technologia również z odzyskiem ciepła
- ✓ Zgodność z nowymi przepisami F-Gas

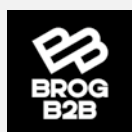


**3 LATA
GWARANCJI**

Dowiedz się więcej na www.daikin.pl

SPIS TREŚCI

Panorama.....	4
Wywiad numeru Całe moje życie.....	10
Forum Profit Hotel® 2023 Podsumowanie naszego wydarzenia.....	18
Laureaci Profit Hotel® Awards 2023.....	24
Supplier of The Year 2023.....	26
Puls hoteli Prowadzimy zaawansowane rozmowy w Polsce.....	30
Novotel – nowy design i możliwości.....	34
Platinum Adults – idealne uzupełnienie oferty.....	36
Miniony rok oczami hotelarzy.....	40
Polskie Hotele Niezależne podsumowują 2023 r. na rzecz swoich członków i szeroko rozumianej branży.....	44
Sheraton to ludzie i klimat.....	46
Lena i Władysław Grochowski uhonorowani przez ONZ!.....	48
5. urodziny Arche Hotel Krakowska.....	50
InterContinental Warszawa świętował 20-lecie... ..	51
33 polskich hoteli w Przewodniku Michelin.....	52
Zarządzanie i marketing Potrzeby zespołu na pierwszym miejscu, czyli zarządzanie Hands on.....	54
Kim jesteś, menadżerze SPA?.....	56
Prawo Zabytkowa nieruchomości zakup i adaptacja na hotel.....	60
Technika i wyposażenie Sport & fun, czyli dobre przykłady z życia.....	62
Nowoczesne rozwiązania, dlaczego warto inwestować?.....	64
Gastronomia Śniadania – klasyczny bufet, a może element guest experience?.....	66
Późne śniadania w nowej odsłonie w InterContinental Warszawa.....	70
Produkty i innowacje.....	72
Wizytówki.....	74



Redakcja

Karolina Stępnik
redaktorka naczelna
dyrektorka wydawnicza
k.stępnik@brogb2b.pl
tel. 664-463-096

Redakcja nie odpowiada za treść
materiałów reklamowych.

Reprodukcja lub przedruk
wyłącznie za pisemną zgodą
Wydawcy.

© 2023 Copyright by BROG
B2B Spółka z ograniczoną
odpowiedzialnością Sp. k.
All rights reserved.

Wydawca

BROG B2B
– media efektywnej komunikacji
Spółka z ograniczoną
odpowiedzialnością Sp. k.
ul. Okopowa 47
01-059 Warszawa
biuro@brogb2b.pl

Dział Sprzedaży

Zbigniew Pąk
dyrektor sprzedaży
z.pak@brogb2b.pl
tel. 664-463-083

Opracowanie graficzne/Skład DTP:
Studio Adekwatna
www.adekwatna.pl

Zdjęcie na okładce:
Karolina Jóźwiak

horecanet.pl

Zapraszamy do odwiedzenia naszego
newsowego portalu rynku HoReCa oraz
subskrypcji codziennego Newslettera

DOŁĄCZ DO NAS

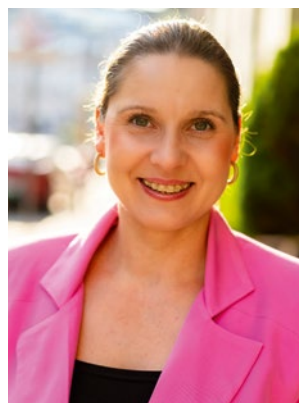
facebook.com/swiat.hoteli

linkedin.com/showcase/%C5%9Bwiat-hoteli/

instagram.com/swiat_hoteli/



DOSTĘP DO PEŁNEGO WYDANIA WERSJI ELEKTRONICZNEJ



wStępnik

Kolejny za nami

Właśnie minął szósty rok działalności naszego wydawnictwa BROG B2B, które mam przyjemność prowadzić z Rafałem Madyńskim. Nie jest to okrągły jubileusz, ale na pewno dobry moment, aby podziękować Państwu za współpracę, otwartość na dzielenie się z naszymi Czytelnikami swoją wiedzą oraz kompetencjami, ale również za każde nasze hotelowe doświadczenie, spotkanie, rozmowę. Przy tej okazji kłaniam się także wszystkim Uczestnikom, Panelistom, Prelegentom, Moderatorom, Dostawcom, Kupcom, którzy 11 grudnia wzięli udział w organizowanym przez nas XVII Forum Rynku Hotelarskiego PROFIT HOTEL® 2023. Wydarzenie to jest zwieńczeniem naszej całorocznej pracy, a także formą wyrażenia szacunku dla osób, które swoją działalnością i postawą zyskują nasze uznanie. To dla nas wielki zaszczyt móc organizować dla Państwa ten event, a także ogromna radość, że udaje nam się – słysząc Państwa opinie – tworzyć merytoryczną konferencję, przestrzeń do wymiany doświadczeń, platformę biznesową, a także niepowtarzalną atmosferę, dla której chcecie Państwo wracać. Jedną z osób, która w tym roku skradła nasze redakcyjne serce, jest Joanna Ostrowska, współwłaścicielka Osti-Hotele – jedna z panelistek tegorocznego Forum, a także bohaterka tego wydania. Obecnie zarządza dwoma hotelami w Krakowie – Kossak i Senacki. Jednak zanim znalazła się w obecnym miejscu, przeszła wyboistą, ale jakże rozwijającą i budującą drogę. Które doświadczenia ją ukształtowały i do czego dąży – m.in. o tym opowiedziała podczas naszego spotkania w Krakowie. Na zakończenie, chciałabym życzyć wszystkim Czytelnikom przede wszystkim zdrowia i wytrwałości w realizacji celów, a także dobrych i życzliwych ludzi wokół.

Karolina Stępnik
redaktorka naczelna

PARTNERZY



Harmony Resort w Kołobrzegu z generalnym wykonawcą

Spółka BB Baltic Park z siedzibą w Kostrzynie nad Odrą realizuje inwestycję Harmony Resort w Kołobrzegu. Jak poinformował Piotr Biliński, prezes zarządu firmy w dniu 30 listopada br. została zawarta umowa o prace budowlane z generalnym wykonawcą. Wynikiem procesu przetargowego jest kontrakt ze spółką Mirbud. Opiewa na kwotę 173 mln zł. Działalność operacyjna została powierzona spółce VHM Management.

zabraknie strefy basenowej ze spray parkiem i zjeżdżalniami, restauracji, gabinetów SPA, strefy saun, centrum konferencyjnego oraz podziemnych parkingów. Dla dzieci przewidziane są zewnętrzne i wewnętrzne place zabaw.

Sprzedaż lokali w inwestycji prowadzi ASSET HOME ze Szczecina.

Jak twierdzi Michał Wąsik, prezes zarządu ASSET HOME: Harmony Resort to prestiżowa inwestycja uszyta na miarę najbardziej wymagających Inwestorów. To także obiekt z ogromnym potencjałem dla Właścicieli chcących znaleźć swój second home w najwyższym standardzie wykończenia i niespotykanej do tej pory jakości w Kołobrzegu.

Działalność operacyjna została powierzona spółce VHM Management (spółka – córka Satoria Group) z Wojciechem Popisem na czele.

To był czas wytężonej pracy dla nas wszystkich! Bardzo się cieszymy, że kolejny etap już za nami. Czekamy na wejście generalnego wykonawcy na plac budowy, aby kontynuował rozpoczęte już prace – zapewnił Piotr Biliński.

Harmony Resort w Kołobrzegu to obiekt o standardzie pięciu gwiazdek. Będzie posiadał 280 apartamentów oraz bogatą infrastrukturę towarzyszącą. Nie

Nickel Development zbuduje nowy obiekt

W Szklarskiej Porębie powstanie drugi obiekt należący do sieci wypoczynkowej pod marką Nickel. W pierwszym etapie, którego zakończenie zaplanowano na końcówkę 2025 roku znajdzie się 89 apartamentów.

Nickel Resort & Spa Szklarska Poręba będzie zlokalizowany 600 m od dworca kolejowego Szklarska Poręba Górna, u zbiegu ulic Demokratów i Wojska Polskiego. Lokalizacja jest korzystna dla osób,

które unikają podróży samochodem, ponieważ do dworca autobusowego jest również niedaleko.

Znany z inwestycji w Poznaniu i Warszawie deweloper powierzył projekt wrocławskiej pracowni Q2

Studio, wyspecjalizowanej w tego typu obiektach. Przed architektami postawiono ambitne zadanie.

Zależy nam na stworzeniu klimatu idyllicznej wioski, która przyciąga swoim klimatem oraz cieszącą oko architekturą – mówi Edyta Kołodziej, dyrektor sprzedaży i marketingu w Nickel Development. – W skład kompleksu wchodzi trzy budynki w stylu górskich kurortów, z charakterystycznymi stromymi dachami i bogatym w drewno wykończeniem. Projektantom udało się przy tym zachować współczesną wyrazistość. Jesteśmy przekonani, że połączenie pełnej oferty wypoczynkowej z estetyką architektury sprawi, że Nickel Resort & Spa Szklarska Poręba znajdzie się na listach must see & must experience – dodaje.

Do dyspozycji najemców będzie restauracja, bar i lounge. Oprócz basenu i spa, resort zaopiekuje się także strefą fitness, jak i rowernię i narciarnię, z których powinni cieszyć się zwolennicy aktywnego górskiego wypoczynku.

Mercure Resort & Spa zmienia się w Hotel Bergo

Spółki Accor Services Poland i Orkan Real Estate z siedzibą w Warszawie poinformowały, że zakończyły współpracę, realizowaną na podstawie umowy franczyzowej, zawartej dnia 8 sierpnia 2020 r. Tym samym hotel, który od czerwca 2022 roku działał pod nazwą Mercure Resort & Spa w Szklarskiej Porębie zmienia koncepcję dotychczasowej działalności. Od grudnia br. działa jako hotel niezależny – Bergo Resort & SPA, zarządzany przez tę samą spółkę Orkan Real Estate.

Właściciel hotelu zapewnia, iż jakość świadczonych usług zostanie przynajmniej na tym samym poziomie i będzie nieustannie dążyć do ich podnoszenia oraz uatrakcyjniania oferty dla gości indywidualnych i biznesowych.

Jak oświadczyły spółki, nadal kontynuują współpracę przy planowanych na nadchodzący rok nowych inwestycjach hotelowych Grupy Accor.



Twórcy obiektu pomysłili też o rodzinach, czego wyrazem będą strefy kreatywne dla dzieci. Ofertę udogodnień uzupełniają natomiast kino letnie i taras na dachu, garaże podziemne, a w nich stanowiska do ładowania pojazdów elektrycznych. Na terenie kompleksu znajdzie się miejsce na lokale usługowo-handlowe. Stworzone zostanie także zaplecze konferencyjne, z myślą o kliencie biznesowym.

Apartamenty będą miały od 1 do 3 pokoi i metraże w przedziale 25-64 mkw.



Polska Akademia Gościnności zaprasza na Professional Hospitality Meeting PAG 2024

W dniach 22-24 kwietnia 2024 r. w Sopocie odbędzie się konferencja branżowa skierowana do prywatnych właścicieli, grup inwestorów, a także zarządzających hotelami pobytowymi o profilu Health&Wellness&Spa w Polsce.

CREDO: By długo cieszyć się swoim biznesem i własnym personelem gościnnym.

To nie prawda, że hotelarstwo Wellness & Spa jest usługowym „passe”, bo liczy sobie już ponad 30 lat. Profil usługowy Health & Wellness & Spa ukształtował się przed 4 lata jako nowy, bardziej kompletny profil hotelarski, odpowiadający jeszcze bardziej potrzebom wypoczynkowym gości hotelowego XXI wieku. Potrafimy udowodnić, że hotelarstwu H&W&S nie grozi dezaktualizacja lub degradacja w czasie.

Wykłady i warsztaty poprowadzą 4 PROFI „MUSZKIETERKI” z doświadczeniem branżowym krajowym i międzynarodowym po ponad 25 lat każda:

1. Natasza SALLMANN – uznana krajowo i międzynarodowo ekspert w zakresie profilowania, organizacji i urynkawiania oferty hoteli o profilu Health&Wellness&Spa
2. Profesor Halina CAR z Uniwersytetu Medycznego w Białymstoku, ekspert ds. medycyny przeciwstarzeniowej (wieku)
3. Anna LEWIT – doświadczony hotelowy autorytet menedżerski oraz wybitny coach branżowy.
4. Dr Irena CHYLARECKI – ANIMA PREVENTOLOGY, ekspert zagraniczny w zakresie medycyny prewencyjnej.

Warsztatowo-wykładowe merytoryczne bloki konferencji:
I blok. Prawda a nie budy o trendach w biznesie gościnnym

oparta na wnikliwych analizach potrzeb ludzi zamierzających kupować usługi hoteli pobytowych w celu rzetelnego wypoczynku i regeneracji sił witalnych oraz rodzinnej i towarzyskiej integracji.

II blok. Jak zdobywać duże obszary rynku klienta tj. przyszłego gościa przy pomocy prostych zaangażowanych metod i narzędzi z respektem dla nowej technologii, czyli innowacyjne podejście do marketingu usług gościnnych poprzez indywidualne modelowanie i stosowanie gościnności zapraszającej®.

Budowanie skutecznej, odpornej na konkurencję oferty cenowej – nowe typy i rodzaje pakietów pobytowych opartych na zarządzaniu pobytom gościa (ale nie zarządzanie gościem) w formule wellinclusive (odwrotnie do all inclusive).

III blok. Personalny i zrównoważony ONBOARDING jako kreowanie i przyjmowanie na pokład nowego personelu do zespołu, w którym TEAM znaczy w tych trudnych czasach: Together EachOne Achives More – to jest najbardziej innowacyjny model kreowania personelu na długo. O nowych modelach edukacji naszych gości i naszego personelu stosowanych na miejscu w obiekcie oraz o SELFNESS dla gości stosowanym po ich pobycie w obiekcie.

Zainteresowanych konferencją zapraszamy do kontaktu:
info@hospitalityroyal.com,
+48 601 678 450, +48 601 594 450

Le Sirop de
MONIN®

Na chłodne
jesienne
wieczory

WINTER SPICE
HOT CHOCOLATE

Składniki:
20 ml syropu MONIN Winter Spice
1 porcja bazy MONIN Chocolate
180 ml mleka

Sposób przygotowania:
Do dużego kubka wlej syrop MONIN Winter Spice. Porcję mleka i bazę MONIN Chocolate podgrzej, spieniając całość. Wlej do kubka. Dobrze wymieszaj całość. Udekoruj bitą śmietaną i szczyptą cynamonu.



NATURAL FLAVOURS

www.moninpolska.pl



inspiracje koncepty receptury

REKLAMA

Hotel Unicus Palace otwarty

W dawnym Pałacu Tarnowskich przy ul. Sławkowskiej na Starym Mieście w Krakowie otwarty został pięciogwiazdkowy Unicus Palace. To siódmy hotel w Krakowie zarządzany przez Grupę Dobry Hotel.

Unicus Palace mieści się przy malowniczej ulicy Sławkowskiej (Sławkowska 13), skąd zaledwie w kilka minut dotrzeć można do najważniejszych atrakcji miasta – Kościoła Mariackiego, Sukiennic czy Muzeum Czartoryskich.

Hotel oferuje 36 pokoi, restaurację z barem, studio fitness i saunę. Pokoje wyposażone są m.in. w ekspresy do kawy, 43-calowe telewizory, elektrycznie sterowane zastawy,

a łazienki w podgrzewane lustra i podłogi.

W hotelu działa restauracja La Maniere. Szef kuchni – Rafał Kalisz – tworzy arcydzieła kulinarne inspirowane historią, polską tradycją oraz osobistą pasją do kuchni francuskiej. Wnętrza restauracji to oryginalna aranżacja, subtelna elegancja i kameralny klimat. La Maniere stanowi idealne miejsce do organizacji kameralnych przyjęć – do 30 osób.

Ruszył Aries w Szczyrku

Dom Turysty PTTK, który przez 40 lat gościł turystów Szczyrku, przeszedł gruntowną modernizację. Otwarcie pięciogwiazdkowego Aries Hotel & Spa Szczyrk z aquaparkiem i największą strefą saun w Beskidach nastąpiło 17 grudnia. Jest to trzeci obiekt pod szyldem Aries. Pozostałe działają w Wiśle i Zakopanem.

Dom Turysty PTTK w Szczyrku był nową jakością w polskich kurortach. W miarę dostępności nocleg mógł dostać każdy, ponieważ ośrodek nie należał do

do 2020 roku. Nowym właścicielem została firma Platan Hotels & Resorts Sp. z o.o. i w częściowym obrysie dawnego obiektu powstał pięciogwiazdkowy Aries Hotel & Spa Szczyrk z Aquaparkiem.

Stworzone z dbałością o detale w charakterystycznym dla marki Aries stylu alpejskim, wszystkie z ponad 120 pokoi i apartamentów oferują przestrzeń do wypoczynku. Dodatkowym atutem nowo powstałego hotelu są balkony, z których goście będą mogli podziwiać widoki na pobliskie lasy i beskidzkie szczyty.

W hotelu czeka na gości szeroka gama udogodnień i atrakcji w tym wykwintna Restauracja Halka i Aqua Aries – pierwszy w tym Beskidzie Śląskim saunarium. Miłośnicy rodzinnego aktywnego wypoczynku mają do dyspozycji basen z podwodnymi leżankami i hydromasażem, trzy zjeżdżalnie z tego jedna dla najmłodszych gości oraz wodny plac zabaw. Dla spragnionych relaksu

i odprężenia przygotowano 11 stanowisk jacuzzi w tym 4 zewnętrzne. W największym w Beskidzie Śląskim saunarium goście oprócz specjalnie zaprojektowanej sauny fińskiej, mają do wyboru: sauny infrared, 2 łaźnie parowe, beczkę z lodowatą wodą i dużą salę relaksu z tężniami. Oryginalnym i niepowtarzalnym rozwiązaniem jest tutaj również prywatna przestrzeń dla par lub kilkuosobowej, zamkniętej grupy

osób z własną sauną, wannami kąpielowymi i gabinetem masażu. Niezrównaną ucieczką od codzienności dopełnia holistyczna oferta Aries Spa z niekończącą się listą autorskich zabiegów i masażu. Tutaj słowo wellbeing oznacza obietnicę ekskluzywnego wellness w inspirującym naturalnym krajobrazie.

Aries Hotel & Spa Szczyrk to pierwszy pięciogwiazdkowy hotel w Szczyrku.

Warszawski H15 Boutique pod marką Design Hotels

Grupa Dobry Hotel podpisała umowę afiliacyjną dotyczącą dołączenia H15 Boutique w Warszawie do sieci Design Hotels, która wchodzi w skład Marriott International. Tym samym obiekt wejdzie również do programu lojalnościowego Marriott Bonvoy.

Wprowadzenie programu lojalnościowego Marriott Bonvoy w hotelu H15 Boutique w Warszawie to nowe otwarcie na Gości ze świata, którzy często podróżują do stolicy Polski w celach turystycznych i biznesowych, zatrzymując się w naszym warszawskim obiekcie i chcą korzystać z tego globalnego, rozpoznawalnego programu lojalnościowego. Zależy nam, aby jeszcze bardziej zwiększyć popularność H15 Boutique i maksymalnie wykorzystać benefity współpracy z międzynarodową marką Design Hotels, należąca do Marriott International – mówi Daniel Łukasiewicz, dyrektor zarządzający w Grupie Dobry Hotel.

Design Hotels to amerykańska sieć hotelowa, założona w 1993 r. w Kalifornii. Obecnie wchodzi w skład grupy Marriott International. Marka stawia na kameralne, wyselekcjonowane hotele butikowe, nawiązujące do sztuki i miejscowej historii.

Dla całej naszej Grupy współpraca z siecią Design Hotels to ogromny zaszczyt. Jesteśmy dumni, że nasz obiekt należy do tej prestiżowej, międzynarodowej i rozpoznawalnej na całym świecie marki. Mamy nadzieję, że efekt

synergii pozytywnie wpłynie na rynkową pozycję i rozpoznawalność zarówno naszego warszawskiego obiektu, jak i całej Grupy Dobry Hotel – dodaje Daniel Łukasiewicz.

Pięciogwiazdkowy obiekt H15 Boutique, należący do Grupy Dobry Hotel, usytuowany jest w XIX-wiecznej kamienicy, w samym sercu Warszawy. Hotel, poza apartamentami, oferuje również restaurację Signature, serwującą autorską kuchnię, bazującą na niecodziennym połączeniu smaków oraz nowoczesnie wyposażoną strefę fitness. Obiekt dysponuje również przestrzenią konferencyjno-eventową, przystosowaną na spotkania biznesowe czy eventy medialne.

To, czym szczególnie wyróżnia się Hotel H15 Boutique, to indywidualnie zaprojektowane pokoje i apartamenty, które zaskakują swoich Gości unikalnością i wyjściem poza standardowe ramy, wszechobecna sztuka, doskonała kuchnia, komfort wypoczynku, nienaganny serwis oraz indywidualne wsparcie Gości – podkreśla Aleksandar Zivkovic – Dyrektor Hotelu H15 Boutique w Warszawie.



żadnej kopalni czy zjednoczenia – był to jedyny taki obiekt w okolicy. Domy wczasowe (Zagroń, Siemion) zazwyczaj były tylko dla górników i ich rodzin. Kilkakrotnie modernizowany Dom Turysty PTTK działał do 2008 roku, czyli nieco ponad 40 lat. Ostatecznie z powodu braku środków na modernizację opuszczony obiekt stał pusty i niszczał

Grupa AccorInvest inwestuje w Krakowie

Grupa AccorInvest, właściciel Orbis, rozwija swoje portfolio. W Krakowie powstaje siódmy hotel Grupy, który będzie działał pod marką Accoru w segmencie lifestyle. Otwarcie zaplanowane jest w drugim kwartale 2025 r.

Nowy hotel w Krakowie to kolejny krok w realizacji naszej strategii rozwoju i wzmacnianiu wartości portfela hotelowego w Europie w segmencie midscale oraz ekonomicznym. Właściwy hotel, we właściwej lokalizacji, z właściwym zespołem... dla wspaniałych doświadczeń. Jest to inwestycja, która umocni naszą pozycję w branży hotelowej, szczególnie w regionie Europy Wschodniej. Nowy hotel przyciągnie świadomych ekologicznie gości, a także będzie idealnym miejscem zarówno dla podróżujących służbowo, jak i turystów. Jesteśmy przekonani, że stworzy on atrakcyjną

ofertę na lokalnym rynku. – skomentował Dominik Sołtysik, prezes zarządu Orbisu i COO AccorInvest w Europie Wschodniej.

Jest to nowa inwestycja własna w centrum Krakowa, tuż obok Mercure Kraków Stare Miasto, przy ulicy Worcella. Hotel zaofiaruje gościom 170 pokoi, restaurację, bar, strefę rekreacyjną z fitness i SPA oraz bliskie sąsiedztwo centrum handlowego Galeria Krakowska, dworca kolejowego, a także Bramy Floriańskiej – Starego Miasta.

Nowy projekt inwestycyjny spełni wymagania postawione budynkom ekologicznym, które

zostaną realizowane zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju i certyfikacją BREEAM Excellent – systemem oceny budynków pod kątem ich wpływu na środowisko.

Generalnym wykonawcą jest firma SARIVO Budownictwo Sp. z o.o. Sp.K. z Krakowa. BatiPlus Polska Sp. z o.o. zajmuje się obsługą budowy hotelu w zakresie kontroli technicznej i nadzoru inwestorskiego, a pełnomocnikiem inwestora jest AKA Studio. Za projekt odpowiada hiszpańska firma Stone

Designs, która może pochwalić się 25-letnim międzynarodowym doświadczeniem w projektowaniu wnętrz.



REKLAMA

WYSOKOCIŚNIENIOWA MYJKA PAROWA

gioel
PROFESSIONAL

- POKOJE HOTELOWE**
odświeża i dezynfekuje materace, zastony, wykładziny i tapicerkę
- ŁAZIENKI**
skutecznie czyści kabiny, wanny, armaturę oraz fugi, dotrze do najtrudniej dostępnych miejsc
- STREFA SPA**
zapewnia sterylność bez użycia chemii
- OBIEKTY GASTRONOMICZNE**
niezawodnie usuwa tłuszczyk, przypalenia oraz wszelkie zabrudzenia
- DUŻE SZKLANE POWIERZCHNIE**
efektywnie myje okna, przeszklenia i całe elewacje



Skontaktuj się i sprawdź u siebie!



www.gioelpolska.pl

WWW.GIOELPOLSKA.PL
MADE IN ITALY

Nowoczesne rozwiązania GEZE dla branży

Hotel od zawsze kojarzył się z komfortem i gościnnością. Pierwszym wrażeniem, które jest bardzo istotne, jest z reguły główne wejście i lobby hotelowe. To wizytówka i zapowiedź tego, co goście mogą oczekiwać dalej. W tym kontekście właściwe zaprojektowanie i wykonanie drzwi wejściowych może mieć kluczowe znaczenie. I tu zaczyna się również rola GEZE – lidera w dziedzinie techniki drzwiowej i okiennej. Od 160 lat proponujemy sprawdzone rozwiązania właśnie dla systemów drzwiowych i okiennych oraz systemów bezpieczeństwa, które z powodzeniem sprawdzają się w najlepszych hotelach i obiektach użyteczności publicznej na całym świecie.

Drzwi obrotowe GEZE – elegancja i funkcjonalność

Drzwi obrotowe GEZE święcą triumfy w wielu prestiżowych hotelach. Przede wszystkim dzięki temu, że łączą one w sobie elegancję i wysoką funkcjonalność.



Są nie tylko reprezentacyjnym elementem fasady, ale także sprawnym rozwiązaniem umożliwiającym płynny przepływ gości. Co ważne, drzwi obrotowe zapewniają doskonałą izolację termiczną oraz akustyczną, co jest kluczowe dla komfortu gości. Jednym z rozwiązań oferowanych przez GEZE są nowe drzwi karuzelowe klasy PREMIUM – GEZE Revo.PRIME.

Drzwi przesuwne GEZE – maksymalizacja przestrzeni

Z kolei drzwi przesuwne GEZE to synonim innowacyjności gwarantujący maksymalne wykorzystanie przestrzeni, a także eleganckie i bezpieczne wejścia. Ich swoboda konfiguracji pozwala na dopasowanie do indywidualnych potrzeb każdego hotelu. Automatyka drzwiowa jest tu nie tylko kwestią wygody, ale i dostępności zgodnie z obowiązującymi normami dla osób niepełnosprawnych. Na uwagę zasługuje model drzwi przesuwnych GEZE Slimdrive w różnych konfiguracjach. Automatyczne drzwi przesuwne Slimdrive zostały przystosowane tak aby zapewnić komfort swobodnego przejścia wszędzie tam, gdzie natężenie ruchu jest duże. Ponadto charakteryzują się wysoką estetyką cenioną przez architektów.

Samozamykacze GEZE TS 5000 SoftClose – krok w stronę czysty

Wysoki standard wykończenia wymaga też odpowiedniej oprawy technicznej. W tym aspekcie zwraca uwagę samozamykacz GEZE TS 5000 SoftClose. Dzięki niemu drzwi nie tylko zamykają się samoczynnie, ale robią to w sposób płynny

i cichy, co jest szczególnie istotne w przestrzeniach hotelowych, gdzie komfort i spokój gości są priorytetem. Nowoczesne samozamykacze to nie tylko wygoda, ale także wymóg bezpieczeństwa – zapewniają, że drzwi będą zawsze zamknięte w sytuacjach wymagających takiego położenia, np. w przypadku pożaru.

myGEZE Control – przyszłość zarządzania sieciowego

Warto również wspomnieć o myGEZE Control, nowatorskiemu rozwiązaniu do zarządzania sieciowego instalacjami drzwi i okien GEZE. System umożliwia centralne zarządzanie, monitorowanie

i obsługę urządzeń, gwarantując tym samym ich optymalne funkcjonowanie oraz bezpieczeństwo użytkowników. To propozycja, która wpisuje się w coraz bardziej popularną koncepcję smart building, stosowaną również z powodzeniem w wielu hotelach.

Podsumowując, nowoczesne technologie i innowacyjne rozwiązania GEZE w dziedzinie drzwi, okien oraz systemów bezpieczeństwa i zarządzania budynkiem mogą pozytywnie wpływać na oblicze hotelarstwa. Podnoszą standard dla gości, zapewniając im najwyższy komfort i bezpieczeństwo, co jest spójne z dynamicznym rozwojem całego sektora w Polsce.

W Gdyni powstanie Mövenpick

Grupa Accor i Grupa Allenort podpisały umowę na zarządzanie kompleksem hotelowo-usługowym z 176 pokojami. Inwestycja – pod marką Mövenpick – powstanie w samym centrum Gdyni, w najbardziej reprezentacyjnej części miasta. W procesie doradztwa biznesowego inwestora wspierała firma doradcza HIDA. Otwarcie zaplanowano w 2026 roku.

Grupa Allenort otwiera się na hotele. Po niemalże 20 latach aktywnej działalności w sektorze medycznym, spółka stawia przed sobą nowe wyzwanie klasy premium – duży luksusowy kompleks hotelowo-usługowy w najbardziej prestiżowym miejscu w Gdyni. Założeniem inwestycji jest stworzenie nowego centrum miasta i oddanie mieszkańcom Gdyni przyjaznej dla ich życia infrastruktury wypoczynkowej – powiedział dr Grzegorz Goryszewski, prezes Grupy Allenort. – Stawiamy na Accor – to wyjątkowe miejsce i dlatego trzeba je oddać w zarządzanie najlepszym specjalistom. Projekt zabudowy centralnej części Skweru

Kościuszki został wyłoniony w trybie konkursowym po wnioskowej



analizie prac wielu kandydatów.

Na zlokalizowany przy alei Jana Pawła II 13 kompleks złożą

się dwa połączone nadziemnym pasażem budynki Mövenpick Hotel Gdynia z 176 pokojami oraz apartamenty Waterhall Residence.

W Mövenpick Hotel Gdynia, wyposażonym w podziemny parking zaplanowano miejsce dla dwóch restauracji, sky baru, centrum konferencyjnego o łącznej powierzchni 460 mkw. oraz strefy spa z krytym basenem i gabinetami zabiegowymi.

Mövenpick Hotel Gdynia zajmie działkę położoną w pierwszej linii brzegowej, przy reprezentacyjnym skwerze Kościuszki – u wejścia na Molo Południowe, przy którym zacumowano żaglowiec Dar Pomorza i niszczyciel ORP Błyskawica. Tuż obok znajdują się Marina Gdynia oraz plaża miejska. Tym samym nowy hotel dołączy do najatrakcyjniej położonych inwestycji tego typu na całym polskim wybrzeżu. Bryła

zaprojektowanego budynku jest ukłonem w stronę najlepszych wzorców architektonicznych Gdyni, której wczesno-modernistyczne centrum zostało na początku tego roku oficjalnie zgłoszone jako polski kandydat do wpisania na listę światowego dziedzictwa UNESCO.

– Nie możemy się doczekać chwili, gdy Mövenpick Hotel Gdynia przyjmie pierwszych gości. Nasze obiekty doskonale wpiszą się w modernistyczny krajobraz miasta oraz wyjdą naprzeciw oczekiwaniom nowoczesnych podróżników i mieszkańców. Dzięki współpracy z grupą Accor nie tylko zaoferujemy usługi na światowym poziomie, lecz także wdrożymy wypracowane przez naszego partnera rozwiązania w zakresie zrównoważonego rozwoju – dodał dr Grzegorz Goryszewski, prezes Grupy Allenort.

Piąta gwiazdka dla H15 Hotelu Francuskiego

Zlokalizowany w historycznym centrum Krakowa, naprzeciw Muzeum Czartoryskich, kilka metrów od dawnych murów miasta i Barbakanu H15 Hotel Francuski otrzymał piątą gwiazdkę. Obiekt zarządzany jest przez Grupę Dobry Hotel.

H15 Hotel Francuski oferuje 43 pokoje i apartamenty, z okien których rozciąga się widok na ulicę Pijarską i Św. Jana, Krakowskie Planty oraz Bramę Floriańską. Klasyczne tapety z wiktoriańską kreską, oryginalne meble z epoki neoklasycyzmu wzbogacone o współczesne dodatki i komfortowe wyposażenie tworzą unikalną przestrzeń do wypoczynku.

W Grupie Dobry Hotel stawiamy na różnorodność, wyjątkowość i indywidualizm. Inwestujemy i rozwijamy miejsca, które są czymś więcej niż hotelem. Stąd w naszym portfolio tak ważne

miejsce zajmują obiekty z historią w nowoczesnej odsłonie – jedyne i niepowtarzalne – jak między innymi H15 Hotel Francuski w Krakowie. Piąta gwiazdka przyznana temu hotelowi to dowód, że jesteśmy wierni tym założeniom i naszym biznesowym wartościom, takim jak najwyższy standard usług, gościnność i niepowtarzalność – podkreśla Leszek Mięczkowski, prezes zarządu Grupy Dobry Hotel.

H15 Hotel Francuski usytuowany jest w historycznym centrum Krakowa, naprzeciw Muzeum Czartoryskich, kilka metrów od dawnych murów miasta i Barbakanu.

REKLAMA

WYBIERZ KANAŁY TELEWIZYJNE DO TWOJEGO HOTELU



☎ 22 812 74 33 ✉ info@mm-eu.tv

🌐 www.mm-eu.tv



MEDIA MANAGEMENT EUROPE



ROZMAWIAŁA
KAROLINA STĘPNIAK

Całe moje życie

Joanna Ostrowska rodzinny biznes, składający się z dwóch hoteli – Kossak i Senacki – przejęła na miesiąc przed wybuchem pandemii w Polsce. Jak sama mówi, nie był to wymarzony moment, ale dzięki temu zarządzanie w kryzysie ma opanowane do perfekcji. W swoich działaniach stawia na rozwój umiejętności i kompetencji, kreowanie wyjątkowej atmosfery i wsparcie kobiet. W rozmowie z nami opowiedziała m.in. o tym czego pragnęła, zanim doszło do sukcesji, jakie czynniki są najważniejsze w tworzeniu kultury organizacyjnej oraz jakie wartości ją prowadzą.



Jaka była Twoja droga do wejścia w rodzinny biznes i przejścia go?

Moja droga była dosyć oczywista, ponieważ całe młodzińcze życie byłam w biznesie hotelowym. Mój tata był pomysłodawcą tego, abyśmy z branży handlowej weszli w biznes hotelarski, wykorzystując posiadane trzy kamienice w Krakowie. Pierwszą którą zaadaptowaliśmy na Hotel Senacki była nieruchomość przy ulicy Grodzkiej. To był początek naszej rodzinnej historii związanej z hotelarstwem. Przyglądając się poczynaniom taty, poczułam chęć do kontynuowania biznesu rodzinnego. Wybrałam studia z turystyki i rekreacji w Krakowie oraz specjalizację hotelarstwo. Dla mnie więc ta droga była oczywista, bo wykształciłam w sobie ducha gościnności, żyjąc w rodzinie hotelarzy. Natomiast tak jak rozmawialiśmy podczas panelu na Waszym XVII Forum Profit Hotel® 2023, statystycznie, w Polsce tylko 8 proc. dzieci przejmuje biznes rodzinny, mówiąc globalnie o wszystkich biznesach. Jestem w tej mniejszości, ale nie zmieniłabym tego. To całe moje życie.

Jak świadomość sukcesji ciążyła nad Twoim życiem i nad tworzeniem własnych planów na przyszłość? Czy branża hotelarska od zawsze była Twoim przeznaczeniem, czy miałaś inne plany na siebie?

Mam to szczęście, że hotelarstwo mnie interesuje i kręci. Jest mi bardzo bliskie również ze względu na to, że mieszkam w Krakowie, w królewskim mieście, które żyje z turystyki i goście. Hotelarstwo jest mi bliskie, lubię kontakt z drugim człowiekiem. To moja droga, która była moim przeznaczeniem. Tak czuję. Poza tym moja lokalizacja, czyli Kraków znacznie ułatwia mi pracę i realizację pasji. To miasto pełne imprez, festiwali, wydarzeń kulturowych, które ja osobiście bardzo lubię. Uwielbiam też wszelkie inicjatywy związane z promocją, jak np. ostatnia dotycząca szukania małych smoków w mieście. To wszystko powoduje, że hotelarstwo jest dla mnie pełne ciekawości i różnorodności. Choć oczywiście w młodości pojawiały się chwile zwątpienia, myśli o tym, aby spróbować czegoś innego w wielkim świecie, za oceanem. Wyobrażałam sobie, że w Stanach Zjednoczonych są dużo większe możliwości, że mogę rozwijać się w różnych kierunkach, ale ostatecznie zostałam i nie żałuję. Do USA jeżdżę teraz turystycznie i utwierdzam się w tym, że moje miejsce jest w Krakowie (śmiech).

Czy sukcesja przyszła do Ciebie w takiej formie w jakiej chciałaś? Czy miałaś przestrzeń do postawienia swoich warunków i wyznaczenia pewnych granic?

Tak naprawdę to nadal jesteśmy w trakcie sukcesji, bo tata z nami jeszcze współpracuje i jest częścią biznesu. Odpowiadając na Twoje pytanie, to mam poczucie, że w naszym przypadku można było to przeprowadzić nieco sprawniej, choć wiadomo, że człowiek uczy się na błędach. Oczywiście mam na myśli bardziej kwestie zarządcze, ponieważ ze strony prawniczej i księgowej, jak najbardziej to było dobrze przeprowadzone. Mieliśmy ludzi, którzy pracowali nad tym miesiące albo nawet jeszcze dłużej. Sukcesja była też podyktowana względami biznesowymi. Wybraliśmy formę działalności, która najbardziej nam służy,

aby zarządzać całą marką i dwoma hotelami. Natomiast to, co było dość istotne, co sobie przypominałam – przygotowując się do tego wywiadu – to to, że całe doświadczenie było bardzo intensywne i bardzo ciekawe dla mnie, ponieważ biznes przejęłam w lutym 2020 roku, czyli tuż przed pandemią. To było jeszcze przed formalną sukcesją. W związku z tym miałam całe spektrum problemów i sytuacji do rozwiązania, które nawet dla doświadczonych hotelarzy były trudne, a ja musiałam od razu sobie z nimi poradzić. Z jednej strony musiałam negocjować z pracownikami i szukać rozwiązań korzystnych dla wszystkich, z drugiej zarządzać i budować motywację, a do tego doszło jeszcze zamrażanie już rozpoczętej inwestycji. Muszę przyznać, że był to ciężki czas, ale mam też poczucie, że przeszłam szkołę życia. Nigdzie bym się nie nauczyłam takiego zarządzania w kryzysie, jak wówczas. Odpowiadając więc na Twoje pytanie, wolałabym, aby przejście przeze mnie biznesu odbyło się w innych okolicznościach, ale stało się, jak się stało i staram się patrzeć na to przez pryzmat pozytywów. Jednym z nich jest na pewno umocnienie się relacji z moim tatą, który przekazywał mi pałeczkę. Ta trudna sytuacja, której podołałam, chyba utwierdziła go w przekonaniu, że może spokojnie powierzyć dorobek swojego życia mojej siostrze i mnie.



POKÓJ W HOTELU SENACKIM



LOBBY W HOTELU KOSSAK

Największym wyzwaniem przy obejmowaniu sterów w hotelach były dla Ciebie okoliczności, czyli pandemia, ale jakbyś miała wyszczególnić, który z obszarów był dla Ciebie najtrudniejszy? Pracownicy, kwestie formalne i prawne, zarządzanie budynkiem...?

Gdy przejmowałam obiekty w zarządzanie najważniejsi byli dla mnie ludzie i kultura organizacyjna. Postawiłam sobie za cel stworzenie przyjaznego miejsca pracy, w którym każdy będzie czuł się dobrze, będzie chciał tu wracać i tworzyć z nami firmę. Mam nadzieję, że mi się to udaje (śmiech). Chcę stworzyć miejsce pracy na miarę Apple, tylko w mikro, regionalnej skali. Skupiam się na komunikacji, polityce otwartych drzwi, szczerości. Marzę też, abyśmy mieli poczucie, że gramy do jednej bramki. Takie mam założenia od początku, jednak pandemia nieco pokrzyżowała mi plany.

W jaki sposób utrwalasz kulturę organizacyjną, jak motywujesz pracowników, tworzysz atmosferę?

Mam poczucie, że aby stworzyć dobrą kulturę organizacyjną, to najpierw my jako liderzy musimy podnieść poziom swoich umiejętności na jak najwyższy, doskonalić się, szkolić. Ja to robiłam między innymi poprzez Personal Leadership Academy w ICAN Institute, w jednostce Harvard Business Review. Były to liderские, roczne studia, które pozwoliły mi poznać ludzi, różne perspektywy i nabrać dużo umiejętności zarządczych. W zeszłym roku pokusiłam się jeszcze o Akademię Psychologii Przywództwa prowadzoną na Politechnice Warszawskiej przez Jacka Santorskiego. To były dla mnie takie dwa filary, które zbudowały we mnie zupełnie inną optykę na to, jak rozmawiać z ludźmi, pracować z nimi, jak prowadzić zespoły. Przez cały czas patrzę na moich pracowników pod kątem szkoleń i tego, jak ich rozwijać, dawać przestrzeń w tym, aby poprzez swoje umiejętności, budowali naszą firmę.

Pracownicy mają dość dużą swobodę, oczywiście na odpowiednich stanowiskach, we wdrażaniu swoich pomysłów, co wiąże się także z odpowiedzialnością. Wiedzą, że w dużej mierze to od nich zależy to, ile zarobimy i jak będzie funkcjonować firma.

Kulturę organizacyjną buduję również poprzez zaufanie, którym obdarzam pracowników. Na Twoim tegorocznym XVII Forum Profit Hotel® 2023 rozmawialiśmy o kobietach w biznesie. Jako jedna z nich, jako matka, z dużą wyrozumiałością podchodzę do pracowników. Daję im swobodę, elastyczne możliwości pracy. Wiem, że to sobie bardzo cenią. Nie muszą się stresować tym, że z różnych powodów, np. choroby dziecka, są zmuszone wcześniej wyjść. Podchodzę do tego ze zrozumieniem i empatią. Może to taki mały szczegół, ale pozwalający na olbrzymi komfort pracy.

Łączysz w sobie dwie funkcje – właścicielki i dyrektorki hoteli. Często, gdy rozmawiam z inwestorami, nie potrafią odnieść się do tego, co robią dyrektorzy, natomiast Ci nie są w stanie „wejść w buty” właścicieli. Jak Ci się udaje połączyć te dwie role?

Wydaje mi się, że wbrew pozorom mam trochę łatwiej, ponieważ wiem wszystko, co powinnam wiedzieć. Nie ma tu żadnych tajemnic, które są w wielu obiektach. Mam ten luksus, że wiem tak naprawdę, jaka jest sytuacja firmy, w którym kierunku idziemy i co chcemy uzyskać. Wbrew pozorom połączenie tych funkcji jest dla mnie przywilejem, w porównaniu do innych, bowiem, mając zaufane osoby wokół siebie, wiem, ile mogę powiedzieć i bardziej celowo jestem w stanie nimi kierować tak, żeby osiągnąć zamierzony efekt.

Czy według Ciebie jest recepta na efektywne budowanie marki z tradycją? Jakim Twoim zdaniem są najważniejsze elementy, aby miało to szanse na powodzenie?

Mamy już spore doświadczenie w prowadzeniu biznesu w Krakowie i przez lata funkcjonowania na tym rynku, historycznym,

bogatym w tradycje, naturalnie wyłoniły się wartości, którymi się kierujemy. Jesteśmy rodziną krakowską od pokoleń, więc wartości, które nas prowadzą i które próbujemy przekazać przez hotele Kossak i Senacki, to właśnie krakowskość, rodzinność, przywiązanie. Moja siostra, która zajmuje się częścią gastronomiczną, tata, który codziennie jest w hotelu, od poniedziałku do niedzieli. Ja również. Jesteśmy z ludźmi i dla ludzi. Atutem naszych obiektów, który na pewno mocno wpływa na budowanie marki, jest lokalizacja. Mamy Hotel Senacki przy ulicy Grodzkiej, czyli na trakcie królewskim. Obiekt butikowy, mały, z historią, z indywidualnym podejściem do gościa. Wychodzisz na uliczkę i słyszysz stukot kopyt, widzisz dorożkę czy panią z obwarzankami. Hotel Kossak oferuje z tarasu najpiękniejszy widok na Kraków – na Wawel, Wisłę, stare miasto. Goście przyjeżdżający nawet tylko w celach biznesowych, są w stanie u nas poczuć ducha Krakowa. Ze swojej strony do tych walorów, mogą dodać tylko pogłębianie kultury krakowskiej i prowadzenie hoteli na coraz wyższym poziomie.

Porozmawiajmy teraz o gościach. Jakie są dla Ciebie najważniejsze czynniki w tworzeniu miejsca, do którego goście wracają? Jak na przestrzeni ostatnich lat ewoluowały ich oczekiwania?

To może zacznę od naszej strategii. Przede wszystkim skupiam się na detalach i szczegółach, którymi wypełniam obiekty. Po to, żeby gość był w pełni usatysfakcjonowany każdym elementem podróży przez nasze hotele. Chociażby dlatego zdecydowałam się jakiś czas temu na wprowadzenie marki Rituals, kosmetyków do pokoi. Wiele hoteli wprowadza swoje autorskie marki i buduje wszystko wokół własnego nazewnictwa, natomiast ja poczułam, że jak kobieta, bizneswoman wchodzi do pokoju i trafia na markę znaną i jakościową, to to już podbija pozycjonowanie i rangę. Rzeczywiście to się sprawdziło, goście bardzo docenili markę Rituals. Stosuję także aromamarketing, dzięki któremu goście kojarzą

nasze hotele z konkretnym zapachem. Na pewno w przypadku Kossaka doświadczenia tworzy Oranżeria ze świetną kuchnią nagradzanego na świecie szefa kuchni Michała Kuduka, no i widok na miasto, Wawel, Wisłę... Oczywiście pracownicy to także czynnik wpływający na odbiór hotelu przez gości, dlatego też cały czas staram się im pokazać, że ich praca i zaangażowanie ma odzwierciedlenie w opiniach i odczuciach gości.

Dziś miałam spotkanie z agencją, która przygotowuje nową strategię komunikacyjną dla Senackiego. Szczerze, to sama jestem zauroczona na nowo historią tego miejsca i opowieściami, które można stworzyć wokół niego.

Co do zachowań gości, to już chyba powtórzę to, co mówi wielu hotelarzy. Goście zdecydowanie później realizują rezerwacje na pobyty. Oczywiście jest to czynnik utrudniający nam codzienne funkcjonowanie, ale już się do tego przyzwyczailiśmy i tak prowadzimy działania, aby odpowiedzieć na oczekiwania gości...

Które są coraz większe i bardziej świadome. Goście oczekują szczerości w komunikacji i tego, że otrzymają taki produkt, jaki obiecuje im strona www czy recepcjonistka podczas rezerwacji. Masz takie obserwacje? Jak sobie z tym radzicie?

Na pewno bardzo indywidualnie podchodzimy do gości i także klientów konferencyjnych, którzy – powracając do nas – cały czas oczekują nowego menu, zmian w ofercie gastronomicznej. Na szczęście mamy bardzo dobrego, doświadczonego szefa, który podróżuje po świecie i potrafi tak przygotować ofertę, aby spełnić wymagania organizatorów. Potrafi opowiadać różne historie przez klimat gastronomii. W Krakowie konkurencja kulinarna jest bardzo duża, dlatego też także z tego względu nie możemy odpuszczać na żadnym polu. Na całość składa się wygląd dania, jego smak, atmosfera w restauracji, obsługa gościa i cena. Staramy się tak łączyć te elementy, aby wynik końcowy był jak najkorzystniejszy dla gościa i dla nas.



RESTAURACJA ORANŻERIA Z PIĘKNYM WIDOKIEM NA WISŁĘ

Natomiast jeśli chodzi o klientów z zakresu konferencji, to bardzo indywidualnie podchodzimy do każdego. Mamy jedną osobę, która opiekuje się danym klientem od początku do końca. Taka jest nasza formuła i organizatorzy bardzo sobie to cenią.

Oczywiście cały czas szukamy też kolejnych rozwiązań i pomysłów w zakresie obsługi klientów i gości indywidualnych. Chcemy tworzyć doświadczenia, które zabiorą ze sobą do domu.

Skąd czerpiesz pomysły na wprowadzanie nowości? Co Cię najbardziej inspiruje?

Najbardziej inspirują podróże. Mam zasadę, że choć raz w roku wyjeżdżam na city breaka, do wybranego miasta w Europie, plus oczywiście wakacje. Stamtąd przywożę dużo pomysłów i ciekawych rozwiązań. Dodatkowo oczywiście wielką wartością są rozmowy z hotelarzami oraz uczestnictwo w konferencjach z ludźmi, którzy tak jak ja prowadzą biznes.

Jak aktualnie prezentuje się sytuacja w Twoich hotelach? Czy parametry dotyczące obłożenia, poziomu rezerwacji spełniają Twoje oczekiwania?

W zeszłym roku postawiłam sobie cel na 2023, żeby dojść przychodami do 2019 roku. Zrealizowałam go i jestem z tego zadowolona, szczególnie patrząc przez pryzmat tego, jak wiele

nowych hoteli otworzyło się w mieście. Jednak z drugiej strony mamy olbrzymią inflację i wysokie koszty, które na przestrzeni 2023 roku wzrosły, co powoduje, że optymizm wiązany z przychodami jest nieco mniejszy. Założenia na 2024 rok są takie, aby przychodowo osiągnąć więcej niż w tym roku, przy jednoczesnym pilnowaniu kosztów. Nie będzie to proste, bo największe koszty to takie, których nie możemy za bardzo uniknąć, np. media, ale na innych polach będę próbowała.

W połowie przyszłego roku chcemy także rozpocząć remont Hotelu Kossak. Chcemy zrobić lifting pokoi i Oranżerii w stylu bardziej nowoczesnym, aby dotrzeć do nowej grupy. Będzie to ukłon w stronę gości, aby ich komfort podczas pobytu był jeszcze większy. Mam nadzieję, że to przełoży się nieco na wzrost przychodów, ale też na wzmocnienie naszej marki na rynku krakowskim.

W ostatnim czasie w Krakowie zostało otwartych wiele nowych obiektów, w tym także pod międzynarodowymi markami. W jaki sposób oceniasz pozycję Hotelu Kossak i Senacki na tle konkurencji? Czym wygrywacie?

Dla mnie rozwój międzynarodowych marek i budowa nowych obiektów w Krakowie zawsze jest wspianym walorem i wartością dodaną dla nas, jako miasta turystycznego. Bez tego, bez rozwoju i wejścia dużych marek, istniejące obiekty pewnie trochę luźniej podchodziłyby do tego, jak siebie „pilnować” na

REKLAMA



Samozamykacz TS 5000 SoftClose to bezpieczne i ciche zamykanie drzwi.

Jest idealnym rozwiązaniem w obszarach o podwyższonych wymaganiach w zakresie tłumienia hałasu i bezpieczeństwa dostępowego. **TS 5000 SoftClose** stosowany jest wszędzie tam, gdzie drzwi powinny zamykać się bezpiecznie oraz maksymalnie cicho. Sprawia to, że jest idealnym wyborem, szczególnie w miejscach takich jak **szpitale, placówki medyczne czy hotele**. Nowy samozamykacz charakteryzuje się łatwością i szybkością instalacji. Posiada tylko jeden zawór do ustawiania końcowej fazy zamykania.



Dowiedz się więcej
na www.geze.pl



Connecting expertise –
building solutions.



fot. Karolina Jóźwiak

JOANNA OSTROWSKA Z KAROLINĄ STĘPNIĄK

rynku. Marki międzynarodowe, które wchodzą, będą jeszcze mocniej reklamować nas na całym świecie. Konkurencja mobilizuje mnie, żeby jeszcze więcej z siebie dać.

Pozycje hoteli Kossak i Senacki widzę bardzo dobrze, ponieważ mamy szalenie dobre atuty i wyznaczniki, którymi wygramy. Zaczynając od hotelu Kossak, który jest „rzut kamieniem” od rynku głównego. Mamy restaurację z najpiękniejszym widokiem na Kraków i wspaniałym jedzeniem. Więc mówiąc nieskromnie – mamy najlepsze miejsce w Krakowie na różne uroczystości, spotkania wszelkiego rodzaju – biznesowe i prywatne. Hotel Senacki jest cudownym obiektem na ulicy Grodzkiej. Małym, kameralnym, z historią, w wyjątkowej lokalizacji. Jedyne co mi pozostaje to utrzymać standard usług.

Posiadacie jeszcze trzecią nieruchomość przy ulicy Karmelickiej, w której powstanie hotel, ale jak mówiłaś prace wstrzymała pandemia. Jakie są plany dotyczące tego miejsca?

Tak jak wspomniałam, teraz priorytetem jest dla nas modernizacja Kossaka. Myślę, że trzeci hotel może powstać w perspektywie dwóch-trzech lat. Będzie to hotel pięciogwiazdkowy, który dopełni portfolio naszych dwóch hoteli o standardzie czterech gwiazdek. Będzie łączył styl klasyczny z art deco. Wiem, że jest to teraz popularny styl, ale jak tworzyłam tę koncepcję z biurem projektowym kilka lat temu przed pandemią, czułam, że to będzie nowość w Krakowie (śmiech). Mamy już stworzoną markę Nobilium, która będzie opierała się o luksusowe doświadczenia na każdym etapie pobytu gościa, ale także przed jego przyjazdem i po wyjeździe. Mam już wybrane osoby doświadczone w guest experience, z którymi będę współpracować w tej podróży.

Mówiłaś o walorach Twoich obiektów, ale wydaje mi się, że dużą wartością Kossaka i Senackiego jest to, że tworzone są od początku przez rodowitych krakowian, rodzinę z tradycjami, znającymi

Kraków od wielu lat...

Na pewno tradycja jest naszą zaletą, bardzo mocno stawiamy na umocnienie historii i kultury Krakowa w naszych obiektach. Elewację hotelu przy Karmelickiej oddałam na cudowny mural poświęcony Wisławie Szymborskiej, który będzie piękną wizytówką naszego hotelu i hołdem dla pisarki. Inspirując się nią i parkiem jej imienia, na który widok ma część pokoi chciałabym, aby we wnętrzach znalazły się elementy inspirowane literaturą.

Na pewno historia i kultura są dla nas niezwykle istotne. Mój tata jest wielkim miłośnikiem historii, dlatego np. tworząc Hotel Senacki bardzo dbaliśmy o to, aby zachować zabytkowe części, np. portal z XIII wieku, który wychodzi na dawny poziom ulicy Grodzkiej czy sklepienia. Wszystko jest zachowane z szacunkiem i prawdziwie.

Jest to na pewno Wasza wartość, nie wiem czy nie najważniejsza... Kończąc jeszcze, chciałabym zapytać o Polskie Hotele Niezależne, do których właśnie dołączyłaś. Jaką według Ciebie wartość ma ta organizacja? Dlaczego warto do niej przynależeć?

Dla mnie Polskie Hotele Niezależne są instytucją, dzięki której, przy wspólnym działaniu, możemy osiągnąć więcej. Chcemy stworzyć idealny produkt dla osób podróżujących po Polsce, konkurencyjny dla sieci hotelowych. Hotele reprezentowane są przez ich właścicieli, którym zależy na promocji i przyciąganiu, jak największej liczby gości, dlatego wierzę w siłę tej organizacji. Poza tym lubię współpracować z ludźmi szczerymi, zaangażowanymi w działania, doświadczonymi. A taka jest prezes PHN Ela Lendo. Wierzę, że jesteśmy w stanie iść szerzej przez Polskę i naprawdę, konkurować chociażby z taką siecią jak Marriott.

Asiu, pięknie dziękuję Ci za spotkanie i rozmowę. Znamy się od wielu lat, ale myślę, że dla Ciebie – jako właścicielki – to najlepszy moment na taki wywiad. Trzymam mocno kciuki za wszystkie plany.

Wynajmij profesjonalną zmywarkę gastronomiczną



Najwyższej jakości zmywarki.

Całkowicie niezawodne.
Ekonomiczne. Ergonomiczne
i łatwe w obsłudze.



DLACZEGO WARTO?



UMOWA
BEZ POŚREDNIKÓW



GWARANCJA I SERWIS
PRZEZ CAŁY OKRES NAJMU



BRAK INWESTYCJI
NA START



BEZPŁATNA DOSTAWA,
MONTAŻ I KONFIGURACJA

Sprawdź ofertę dla twojego biznesu:
→ wynajmijzmywarke.pl



wynajmij
zmywarke.pl



XVII FORUM RYNKU HOTELOWEGO PROFIT HOTEL® 2023

Podsumowanie naszego wydarzenia

Najważniejsze w Polsce spotkanie hotelarzy, inwestorów, a także kupców i dostawców HoReCa, odbyło się w naszej autorskiej, tradycyjnej i stacjonarnej formule 11 grudnia w Hilton Warsaw City.

Organizatorem jest BROG B2B – media efektywnej komunikacji – wydawca m.in. czasopism ŚWIAT HOTELI, NOWOŚCI GASTRONOMICZNE oraz newsowego portalu HORECANET.PL.

KONTAKT Z ORGANIZATOREM: 664 463 083, BIURO@BROGB2B.PL



fot. Radek Zawadzki

XVII Forum Rynku Hotelarskiego PROFIT HOTEL® 2023 to prestiżowe i najważniejsze w Polsce spotkanie profesjonalistów branży. Uczestnikami wydarzenia są przedstawiciele hoteli i obiektów noclegowych w osobach: właściciele niezależnych, inwestorów; prezesów, dyrektorów i kupców z sieci hotelarskich, a także dostawcy nowoczesnych technologii, zaopatrzenia, produktów lub usług dla sektora HoReCa.

– Forum Profit Hotel to jedyna w Polsce i najbardziej efektywna platforma dyskusji o tym, co aktualne w branży. Także wymiany doświadczeń wśród właścicieli niezależnych i zarządców sieci, ekspertów oraz dostawców. Mają niebywałą i realną szansę na pozyskanie tzw. kontraktów roku. Dzięki siedemnaścieletniej tradycji udało nam się stworzyć, i co roku organizować, najwyżej oceniane, oczekiwane wydarzenie branży w tym kraju – mówi Rafał Madyński, prezes zarządu BROG B2B.

SPONSOR STRATEGICZNY

winterhalter®

GLÓWNI PARTNERZY BRANŻOWI

Hilton



ACCOR

VacationClub®

PARTNER BRANŻOWY



Ania Narel, współwłaścicielka Hotel Traugutta3, Hotel Podlasie Białystok

Forum Profit Hotel® to najważniejsze wydarzenie, które odbywa się każdego roku dla hotelarzy i dla hotelarek. Jestem tutaj już po raz piąty i bardzo dziękuję za zaproszenie oraz możliwość udziału w panelu. To cały dzień przepiękny przede wszystkim panelami, gdzie możemy posłuchać ekspertów i fachowców z rynku hotelarskiego, ale też możliwość wymiany doświadczeń w kulisach.



business speed dating



Program XVII Forum Rynku Hotelarskiego PROFIT HOTEL® 2023 obejmował:

KONFERENCJĘ z całodziennymi dyskusjami panelowymi przy udziale najwybitniejszych praktyków i ekspertów w Polsce;

VIP ROOM – ekskluzywny wywiad w formie otwartej i szczerzej rozmowy, w naszym nowym bloku specjalnym. Z Władysławem Grochowskim, prezesem zarządu

Arche rozmawiała Karolina Stępiak – redaktor naczelna Świata Hotelu.

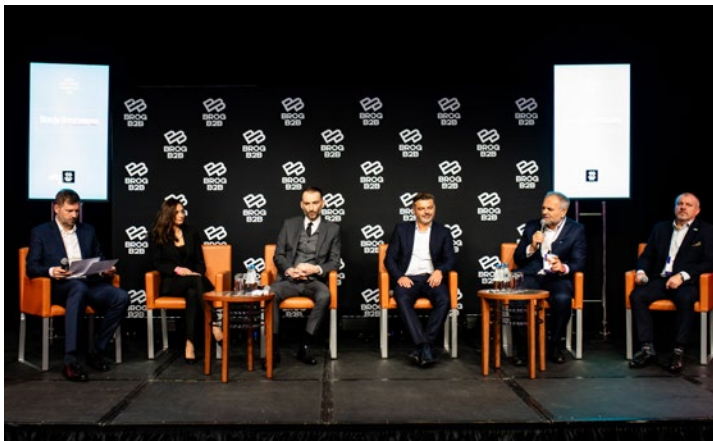
BUSINESS SPEED DATING – indywidualne, spotkania kilkudziesięciu kupców z sieci hotelarskich oraz dużych obiektów niezależnych z dostawcami HoReCa;

SEKCJĘ WYSTAWIENNICZĄ – zlokalizowaną w foyer, przeznaczoną dla dostawców, którzy już na miejscu chcą efektywnie

Krystyna Wróblewska

CEO VacationClub.pl

Forum Profit Hotel® to co roku świetna okazja do spotkania całej branży hotelarskiej, wysłuchania opinii, ciekawych dyskusji. Podczas tegorocznej edycji dla mnie to możliwość porozmawiania z kobietami z branży hospitality, m.in. o ich sile oraz możliwościach w naszym biznesie.



zaprezentować swoją ofertę, podczas indywidualnych spotkań z: hotelarzami niezależnymi, inwestorami, prezesami spółek hotelarskich oraz kupcami.

UROCZYSTĄ KOLACJĘ z Galą **PROFIT HOTEL AWARDS® 2023** oraz **SUPPLIER OF THE YEAR 2023**.

Organizatorem jest BROG B2B – media efektywnej komunikacji – wydawca i właściciel czasopism: Świat Hotelu,

Nowości Gastronomiczne, Sweets & Coffee, Stacja Benzynowa & Convenience Store; portali: www.horecanet.pl, www.petro-net.pl, oraz organizator Forum Rynku Hotelarskiego Profit Hotel, Forum Rynku Gastronomicznego Food Business Forum, Forum Rynku Kawiarni, Cukierni, Lodziarni, Piekarni Sweets & Coffee, a także Forum Rynku Stacji Paliw PetroTrend.





Wiktor Wróbel prezes zarządu spółka Nosalowy Dwór



Polecam uczestnictwo w Forum Profit Hotel®. Rokrocznie jesteśmy tutaj z naszym zespołem z hoteli Nosalowy przede wszystkim, aby nawiązać ciekawe kontakty z nowymi dostawcami, ale też spotkać się z istniejącymi, którzy obsługują nas od lat. Równolegle, jest to świetne miejsce na kuluarowe rozmowy ze specjalistami, właścicielami, prezesami, dyrektorami zarządzającymi z branży hotelarskiej. Uważamy, że właśnie ta styczność nieformalna, zakulisowa jest bardzo istotna, żeby wspólnie prowadzić dobrą politykę, jako polscy hotelarze i rozwijać branżę i polski rynek.



Finaliści i zwycięzcy Profit Hotel

Awards 2023

**OBIĘKT NOCLEGOWY
NIESKATEGORYZOWANY**

Finaliści:

Arche Cukrownia Żnin, Wioska Wakacyjna, Radawa, Arche Dwór Uphagena Gdańsk

ZWYCIĘZCA

ARCHE DWÓR UPHAGENA
GDAŃSK

**HOTEL 1-2 GWIAZDKI
FINALISTA I ZWYCIĘZCA**

HOTEL WENUS, KAZIMIERZ
DOLNY

**HOTEL / OBIĘKT DLA RODZIN
Z DZIEĆMI**

Finaliści:

Hotel Bacówka Radawa & SPA, Radawa, Seaside Park Hotel, Kołobrzeg, Hotel Aquarion Family & Friends, Zakopane, Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury

ZWYCIĘZCA

HOTEL AQUARION FAMILY &
FRIENDS, ZAKOPANE

**HOTEL WYPOCZYNKOWY /
OŚRODEK WYPOCZYNKOWY /
PENSJONAT**

Finaliści:

Hotel Bacówka Radawa & SPA, Radawa, Tremonti Hotel Karpacz, Hotel Mikołajki, Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury

ZWYCIĘZCA

TREMONTI HOTEL KARPACZ

**HOTEL / OBIĘKT REKREACYJNY
– SPORT & FUN**

Finaliści:

Lake Hill Resort & SPA, Sosnówka, Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury, Wioska Wakacyjna, Radawa, Hotel Aquarion Family & Friends, Zakopane, Tremonti Hotel Karpacz

ZWYCIĘZCY

HOTEL AQUARION FAMILY &
FRIENDS, ZAKOPANE
LAKE HILL RESORT & SPA,
SOSNÓWKA

INNOWACYJNY HOTEL / OBIĘKT

Finaliści:

Moxy Warsaw Praga, Mercure
Kraków Fabryczna City, New

W KONKURSIE ORGANIZOWANYM PRZEZ NASZE REDAKCJE ŚWIATA HOTELI ORAZ NEWSOWEGO PORTALU HORECANET.PL, JUŻ PO RAZ JEDENASTY, JURY ZŁOŻONE Z PRELEGENTÓW, PANELISTÓW I MODERATORÓW XVII FORUM PROFIT HOTEL® 2023 WYŁONIŁO FINALISTÓW I ZWYCIĘZCÓW W 15 KATEGORIACH. UROCZYSTA GALA Z KOLACJĄ, PODCZAS KTÓREJ WRĘCZONO NAGRODY, ODBYŁA SIĘ W PONIEDZIAŁEK 11 GRUDNIA W HILTON WARSAW CITY. WYDARZENIE TRADYCYJNIE TOWARZYSZYŁO NAJWIĘKSZEMU I NAJWAŻNIEJSZEMU W POLSCE SPOTKANIU HOTELARZY, INWESTORÓW, KUPCÓW ORAZ DOSTAWCÓW HORECA.



foto: Radek Zawadzki

LAUREACI PROFIT AWARDS

Port, Kraków, Stay Inn by Frost,
Warszawa

ZWYCIĘZCA

NEW PORT, KRAKÓW

**NOWATORSKA STRATEGIA
MARKETINGOWA**

Finaliści:

The Westin Warsaw, Mercure
Kraków Stare Miasto, Grupa
Arche

ZWYCIĘZCA

GRUPA ARCHE

HOTEL 3 GWIAZDKI

Finaliści:

Hampton by Hilton Gdańsk Old
Town, Arche Hotel Lublin, Ibis
Styles Bolesławiec, Stay Inn
Gdańsk, Moxy Warsaw Praga

ZWYCIĘZCA

MOXY WARSAW PRAGA

**HOTEL / OBIĘKT HISTORYCZNY,
ZABYTKOWY**

Finaliści:

Verte, Warsaw, Autograph
Collection, H15 hotel Francuski,
Kraków, Arche Dwór Uphagena
Gdańsk, The Crown Kraków
Handwritten Collection

ZWYCIĘZCA

VERTE, WARSAW, AUTOGRAPH
COLLECTION

HOTEL / OBIĘKT SPA

Finaliści:

Lake Hill Resort & SPA,
Sosnówka, Nosalowy Park Hotel
& SPA, Zakopane, Aries Hotel &



PROFIT HOTEL® AWARDS 2023

SPA Wisła, Aries Hotel & SPA Zakopane

ZWYCIĘZCA

NOSALOWY PARK HOTEL & SPA, ZAKOPANE

NAJLEPSZY WYSTRÓJ / DESIGN

Finaliści:

Garamond, A Tribute Portfolio Hotel, Kraków, Nosalowy Park Hotel & SPA, Zakopane, Verte, Warsaw, Autograph Collection, Renaissance Warsaw Airport Hotel, The Crown Kraków Handwritten Collection

ZWYCIĘZCY

GARAMOND, A TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL, KRAKÓW, VERTE, WARSAW, AUTOGRAPH COLLECTION, THE CROWN

KRAKÓW HANDWRITTEN COLLECTION

HOTEL / OBIEKT BUTIKOWY

Finaliści:

Hotel Bellotto, Warszawa, Hotel Traugutta3, Białystok, Weranda Home, Skoki, The Crown Kraków Handwritten Collection, Aries Hotel & SPA Zakopane, Queen Boutique Hotel, Kraków, Wyndham Grand Kraków Old Town, Arche Dwór Uphagena Gdańsk

ZWYCIĘZCY

HOTEL BELLOTTO, WARSZAWA, THE CROWN KRAKÓW HANDWRITTEN COLLECTION, QUEEN BOUTIQUE HOTEL, KRAKÓW

HOTEL / OBIEKT BIZNESOWY, KONFERENCYJNY

Finaliści:

Hilton Warsaw City, Arche Cukrownia Żnin, Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury, Intercontinental Warszawa

ZWYCIĘZCA

RADISSON BLU RESORT & CONFERENCE CENTER, OSTRÓDA MAZURY

NOWY HOTEL / OBIEKT

Finaliści:

Garamond, A Tribute Portfolio Hotel, Kraków, Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury, Verte, Warsaw, Autograph Collection, The Crown

Kraków Handwritten Collection, Hyatt Place Kraków

ZWYCIĘZCA

VERTE, WARSAW, AUTOGRAPH COLLECTION

HOTEL 4-5 GWIAZDEK

Finaliści:

Nosalowy Park Hotel & SPA, Zakopane, H15 Boutique Hotel, Warszawa, Garamond, A Tribute Portfolio Hotel, Kraków, The Crown Kraków Handwritten Collection

ZWYCIĘZCA

GARAMOND, A TRIBUTE PORTFOLIO HOTEL, KRAKÓW



SUPPLIER OF THE YEAR FORUM PROFIT HOTEL® 2023 ROZSTRZYGNIĘTY!

OD LEWEJ: ZBIGNIEW PĄK (BROG B2B), MATEUSZ CHRZANOWSKI (TCHIBO COFFEE SERVICE),
MICHAŁ CEGLARZ (MONINI POLSKA), ALEKSANDRA SKUBISZ (PALLAVI GROUP),
WALDEMAR TKACZYK (ADA COSMETICS)

Podczas uroczystej kolacji z Galą towarzyszącą XVII Forum Rynku Hotelarskiego Profit Hotel® 2023, po raz szósty wyłoniono zwycięzców konkursu dla najlepszych dostawców. Jurorami, co roku, jest grupa kilkudziesięciu kupców bezpośrednio odpowiedzialnych za zaopatrzenie i wyposażenie w poszczególnych sieciach i grupach hotelowych.

Równorzędnymi laureatami zostały firmy: Tchibo Coffee Service Polska – dostawca kompleksowych, profesjonalnych rozwiązań kawowych dla biznesu; Monini – producent włoskiej oliwy z oliwek extra vergine; Pallavi Group – polski producent herbat dla hoteli i restauracji (Veerte Premium i Pallavi) oraz Ada Cosmetics International – jeden z wiodących europejskich producentów kosmetyków hotelowych, przyborów toaletowych dla hoteli, udogodnień dla gości oraz dozowników.

W konkursie Supplier of the Year Forum Profit Hotel® 2023 brały udział firmy – dostawcy produktów, urządzeń, sprzętu, technologii, a także usług dla sektora HoReCa, które zgłosiły i opłaciły swój udział w XVII Forum Profit Hotel® jako Wystawca albo wykupiły Kartę Wstępu – Business i prezentowały swoją ofertę podczas spotkań Business Speed Dating organizowanych w ramach wydarzenia. Czterech, równorzędnych zwycięzców konkursu wybrało jury złożone z „kupców” uczestniczących w tegorocznej edycji Business Speed Dating.



fot. Radek Zawadzki

Veertea Premium i Pallavi

Herbaty Veertea Premium są idealnym rozwiązaniem dla HoReCa. Stawia przede wszystkim na jakość, smak, prestiż oraz szybki i profesjonalny serwis. Pallavi to luksusowa herbata stworzona specjalnie dla najlepszych restauracji, jako odpowiedź na wyszukane gusta ich gości. Wielką miłość do herbaty, tego co piękne i wyjątkowe, połączyliśmy z pasją tworzenia wyjątkowych kompozycji, elegancją podania oraz rytuału zaparowania – tak powstał napój doceniany przez koneserów i miłośników herbaty. Wyselekcjonowane liście herbaty zamknięte zostały w wygodnym filtrze zapewniającym powtarzalność oraz idealną porcję naparu. Jest to idealna porcja na dzbanek, aby chwile spędzone przy herbatce trwały dłużej. Dzięki pięknej oprawie herbata cieszy nie tylko podniebienie, ale także pozwala spełnić oczekiwania tych, którzy doceniają piękno. Przeznaczona jest dla restauracji i miejsc, gdzie najważniejsza jest jakość, smak i zadowolenie gości.

Tchibo Coffee Service

Powstało z myślą o tworzeniu miłych, aromatycznych momentów przy filiżance kawy w biurach i gastronomii. Doświadczenie picia kawy staje się naprawdę doskonałe dzięki wsparciu specjalistów. Firma oferuje profesjonalne, zaawansowane technologicznie ekspresy do kawy, które odpowiadają oczekiwaniom klientów z różnych branż. Nie poprzestaje na produktach i kawie najwyższej jakości, zaprojektowali także usługi, które dają ich klientom wygodę i pewność działania.

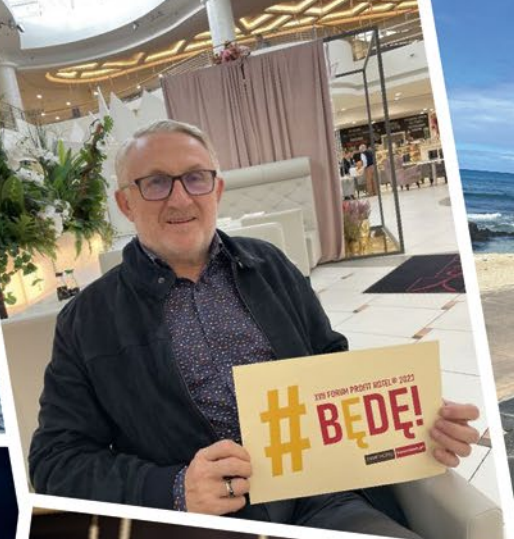
MONINI

Monini to firma, której początki sięgają 1920 roku, kiedy to Zefferino Monini rozpoczął działalność gospodarczą w branży spożywczej. W 2008 roku powstała Monini Polska, filia z siedzibą w Poznaniu. Monini w swoim portfolio posiada m.in.: Oliwy Extra Vergine, Oliwy Extra Vergine Smakowe, sosy pesto, oleje, octy winne czerwone, białe, jabłkowe, czy glassy. Jak informuje producent tajemnica jakości oliw extra vergine tkwi właśnie w ich smaku i aromacie. Dlatego też, dla potwierdzenia wyniku testów laboratoryjnych, Zefferino

Monini i jego zaufani współpracownicy dokonują każdego dnia degustacji, dzięki której identyfikują i wybierają wyłącznie te oliwy, które mogą gwarantować dobry, świeży, rozpoznawalny smak i aromat. Podstawowe cechy działalności Grupy Monini to odpowiedzialność, rzetelność i profesjonalizm, do których dochodzi się poprzez stosowanie i przestrzeganie rygorystycznych zasad. W działalności gospodarczej etyka jest wartością fundamentalną, co marka pokazuje przyjmując Kodeks Etyczny jako instrument etyki biznesu, którego celem jest propagowanie wartości i norm postępowania leżących u podstaw jej działalności.

ADA Cosmetics

Firma ADA Cosmetics, założona w 1979 roku, produkuje wysokiej klasy kosmetyki hotelowe dostosowane do potrzeb branży hotelarskiej. W portfolio znajduje się ponad 20 marek: od lifestyle'owych po luksusowe, od mainstreamowych po ekskluzywne, w tym certyfikowane kosmetyki naturalne oraz znane międzynarodowe marki designerskie. ADA jest również wynalazcą i liderem rynku w dziedzinie systemów dozujących. Firma z certyfikatem Cradle-to-Cradle jest ukierunkowana na przyjazny dla środowiska, zrównoważony sposób prowadzenia działalności.





XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

AC HOTELS
MARRIOTT
THE BRIDGE SUITES
GARAMOND
1891 | Garni Hotel

AC HOTELS
MARRIOTT
PORTFEL
INWESTYCYJ
APARTAMENTY & HOTEL

ibis
LIT'S

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

XVII FORUM PROFIT HOTEL @ 2023
#BEDE!

PROWADZIMY ZAAWANSOWANE ROZMOWY W POLSCE

RUSLAN HUSRY



W Polsce jesteśmy obecni z marką Vienna House by Wyndham, ale widzimy miejsce również dla innych konceptów oraz naszych marek, takich jak R.evo – mówi w rozmowie z nami Ruslan Husry, CEO oraz właściciel HR Group, jednej z wiodących multibrandowych sieci hotelowych w Europie Centralnej.

ROZMAWIAŁA
KAROLINA STĘPNIAK

HR Group rozwija się bardzo intensywnie i planuje dalszy rozwój m.in. poprzez nabywanie pojedynczych hoteli i całych portfeli. W jaki sposób te działania odnoszą się do polskiego rynku? Czy prowadzone są już jakieś rozmowy w naszym kraju?

W ostatnich latach HR Group odnotowała znaczny wzrost i nadal dążymy do realizacji naszego średnioterminowego celu, jakim jest osiągnięcie pozycji lidera wśród multibrandowych operatorów hotelarskich w Europie. Nasze plany obejmują oczywiście również ekspansję w Polsce. Mogę potwierdzić, że

prowadzimy rozmowy, z których część jest już na całkiem zaawansowanym etapie. O szczegółach będziemy jednak mówić dopiero wtedy, gdy „atrament wyschnie”.

W jaki sposób planujecie rozwój HR Group na najbliższy czas w Europie, w tym w Polsce?

Planujemy rozwijać się poprzez zawieranie większej liczby umów najmu lub zarządzania z istniejącymi obiektami i przez

poszukiwanie możliwości nabycia całych grup. Ponadto jesteśmy również zainteresowani udziałem w nowych projektach i dokonywaniem własnych inwestycji w nieruchomości hotelowe, które są zgodne z naszym portfelem. W krajach, do których wchodzimy po raz pierwszy, preferujemy transakcje platformowe i portfelowe, ale Polska do takich krajów nie należy.

Nasza spółka od ponad 15 lat z powodzeniem nabywa i prowadzi hotele i resorty wypoczynkowe. Aktualnie w naszym portfolio znajduje się ponad 175 różnych obiektów od ekonomicznych do luksusowych.

Który segment hotelowy jest obecnie najczęściej wybierany przez gości? Który ma największy potencjał w Polsce?

Odpowiedź na to pytanie jest skomplikowana. Każda destynacja ma swoje naturalne uwarunkowania i specyfikę turystyczno-biznesową, a co za tym idzie – różne zapotrzebowanie na ofertę hotelową. Dlatego nie da się jednoznacznie odpowiedzieć na to pytanie, gdyż w każdym miejscu inny segment będzie lepiej funkcjonował.

Z pewnością jedną z najciekawszych innowacji na rynku hotelarskim jest koncepcja Hotel-Living, która płynnie łączy świat usług hotelarskich z aspiracjami nowoczesnego stylu życia. Wiele aspektów, które zajmują nas w branży hotelarskiej, jest tutaj sprytnie połączonych i zintegrowanych – myślę tu m.in. o inteligentnej cyfryzacji, specjalizacji pracowników na najbardziej istotnych zadaniach w naszym sektorze poprzez wyeliminowanie powtarzalnych prac administracyjnych i efektywne zarządzanie zasobami. Myślę, że ta koncepcja będzie się rozwijać w kolejnych latach i zacznie również być coraz istotniejsza w Polsce.

Które marki z portfolio HR Group będą w naszym kraju najszerzej rozwijane i dlaczego?

HR Group jest siecią multibrandową, skupiającą w swoim portfolio hotele 25 marek. Współpracujemy z uznanymi grupami hotelowymi, takimi jak Accor, Wyndham Hotel Group, Dorint Hotels & Resorts, Hyatt, Hilton, Marriott, Radisson, IHG i Deutsche Hospitality. Mamy fantastycznych partnerów franczyzowych i zawsze angażujemy się w rozmowy z partnerami, których uważamy za idealnie dopasowanych do danej lokalizacji.



GARO®

GARO LS-4

stacja do ładowania
idealna dla Twojego biznesu



Skandynawski styl

Nowoczesna i ekologiczna
wizytówka Twojego hotelu

ACTION Business Center E-Mobility

Kompleksowa obsługa montażu stacji ładowania w całej Polsce i Europie.

Zapraszamy do kontaktu: ev@action.pl

Dowiedz się więcej: ev.action.pl



ACTION®

**BUSINESS
CENTER
E-MOBILITY**

REKLAMA



W Polsce jesteśmy obecni z marką Vienna House by Wyndham, ale widzimy miejsce na również dla innych konceptów oraz naszych marek, takich jak R.evo. To koncept hotelowo-mieszkalniowy, który z powodzeniem wystartował w Monachium.

Które lokalizacje w Polsce są obserwowane przez Grupę? Gdzie mogą pojawić się kolejne hotele?

HR Group jest otwarta na różnorodne współpracy. Od ponad 15 lat z powodzeniem nabywamy i prowadzimy hotele miejskie oraz resorty wypoczynkowe. Myśląc o rozwoju w Polsce przyglądamy się wielu lokalizacjom, koncentrując się na strategicznych obszarach miejskich, ale również na Wybrzeżu i destynacjach turystycznych.

Co jest obecnie największym wyzwaniem w naszym kraju dla branży hotelarskiej?

Trwale piętno na funkcjonowaniu branży hotelarskiej odciska postcovidowa sytuacja na rynku pracy, inflacja dotykająca każdej sfery życia oraz niestabilność światowej polityki. Wszystkie te czynniki trzeba brać pod uwagę przy planowaniu przyszłych działań, jednak jestem optymistą. Według mnie firmy, które będą wykorzystywać nowoczesne technologie i osiągnięcia cyfryzacji oraz dbać o pracowników i dobre warunki pracy będą uzyskiwać przewagę konkurencyjną. Kluczowe będzie też właściwe podejście do zasobów oraz wykorzystanie synergii sieci. Takie spółki mają dużą szansę na sukces w tym zmieniającym się krajobrazie.

Dziękuję za rozmowę.

O HR Group

HR Group jest jedną z wiodących multibrandowych spółek hotelarskich w Europie Środkowej. Firma z siedzibą w Berlinie od ponad piętnastu lat z powodzeniem nabywa i prowadzi hotele i resorty wypoczynkowe. HR Group współpracuje z uznanymi grupami hotelowymi, takimi jak Accor, Wyndham Hotel Group, Dorint Hotels & Resorts, Hyatt, Hilton, Marriott, Radisson, IHG i Deutsche Hospitality. Działa również jako niezawodny partner dla inwestorów instytucjonalnych, takich jak Pandox AB, DEKA, DWS, Union Investment i innych. HR Group jest obecna na różnych rynkach i w ostatnich latach osiągnęła ponadprzeciętne wyniki sprzedaży. Szeroka wiedza o rynku i dogłębna znajomość nieruchomości, jak również profesjonalne struktury zarządzania stanowią podstawę sukcesu. HR Group poszukuje hoteli miejskich i biznesowych w miastach międzynarodowych i krajowych, a także kurortów w ważnych miejscowościach wypoczynkowych.

HR Group poszukuje hoteli miejskich i biznesowych w miastach o krajowym i międzynarodowym znaczeniu, a także obiektów turystycznych w głównych destynacjach wypoczynkowych.

W Polsce HR Group posiada sześć obiektów marki Vienna House by Wyndham w Krakowie, Katowicach, Warszawie, Łodzi i Międzyzdrojach.

nowości GASTRONOMICZNE



NAJ
BARDZIEJ
MERYTORYCZNE
NOWOCZESNE
NIEZALEŻNE
SZEROKO
ZASIĘGOWE

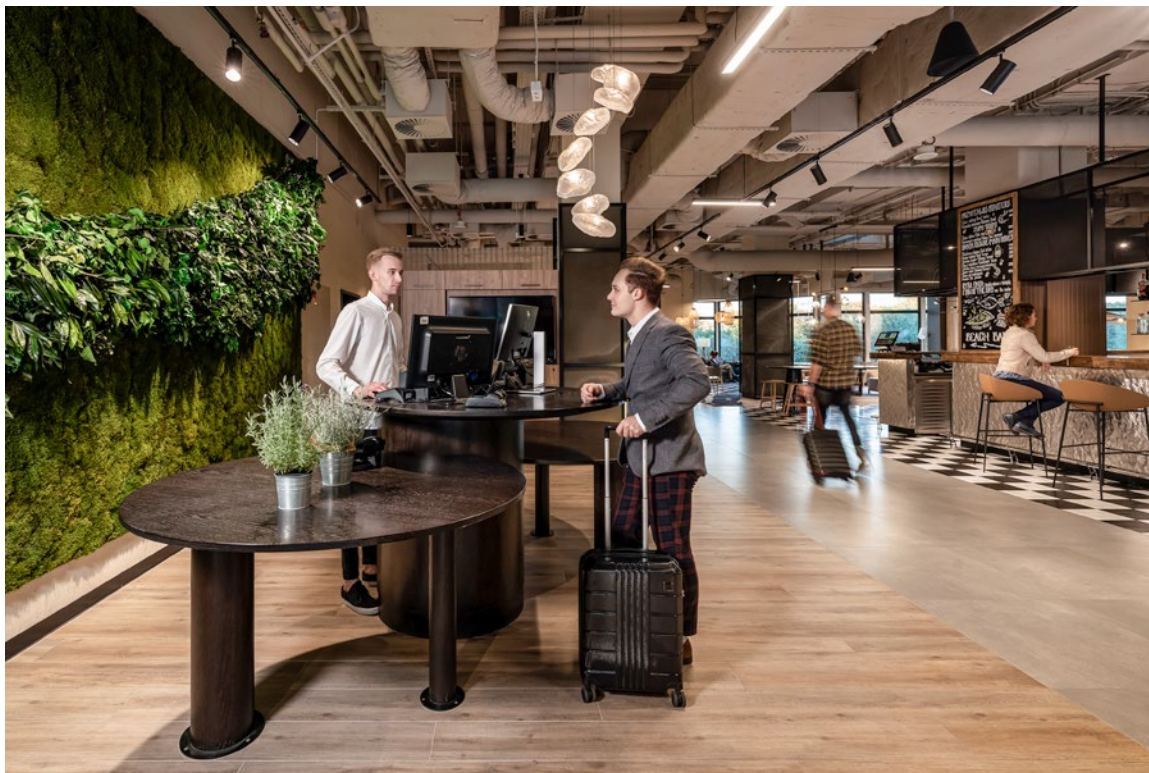
czasopismo restauratorów

ZAWSZE I DLA WSZYSTKICH BEZPŁATNY DOSTĘP DO PEŁNEGO WYDANIA WWW.HORECANET.PL

Wydawca BROG B2B – media efektywnej komunikacji, tel. 664 463 083, biuro@brogb2b.pl

NOVOTEL

nowy design i możliwości



Novotel posiada ponad 570 lokalizacji w ponad 80 krajach. W Polsce działa obecnie 13 obiektów pod szyldem Novotel. Flagowymi są Novotel Warszawa Centrum, Novotel Gdańsk Marina i Novotel Katowice. Pomimo ugruntowanej pozycji na rynku hotelarskim, marka cały czas rozwija swoje portfolio, umacniając pozycję w segmencie midscale, z ofertą conceptów lifestylowych, jak Novotel Suites, Novotel Living i Novotel Residences.

Kluczowa filozofia Novotel – Your Time, Your way – skupia się na balansie między życiem prywatnym a zawodowym. Poprzez swoje działania, podejmowane współpracy oraz udoskonalanie i profilowanie oferty, marka podkreśla, że hotele do niej należące są idealnym miejscem zarówno dla gości leisure, w tym szczególnie dla rodzin

z dziećmi oraz biznesowych i klientów MICE.

Dla rodzin z dziećmi

Hotele Novotel są idealnym wyborem na rodzinne wyjazdy, oferując strefy dla najmłodszych gości oraz specjalną propozycję cenową. Zaangażowanie marki w rozwój oferty dla rodzin odzwierciedla się w dużym zainteresowaniu tej grupy gości – rocznie

średnio ponad 2 miliony dzieci odwiedza hotele Novotel!

W hotelach marki Novotel rodziny i dzieci są zawsze witane z otwartymi rękami. Już od progu czekają na nie drobne upominki. Maksymalnie dwoje dzieci w wieku poniżej 16 lat otrzymuje bezpłatne zakwaterowanie w pokoju z rodzicami wraz ze śniadaniem. Goście mogą też zdecydować się na rezerwację

drugiego „dodatkowego pokoju rodzinnego” z 50 proc. zniżką. Rodziny wyjeżdżające w niedzielę mogą liczyć na bezstresowy ostatni dzień pobytu dzięki opcji późnego wymeldowania do godziny 17:00 (w zależności od dostępności), która daje im jeszcze więcej czasu na rozrywkę w lobby i strefach zabaw zaprojektowanych dla wszystkich grup wiekowych.

Od kilku lat marka Novotel współpracuje także z Disney i Pixar. Dzięki temu oferuje różnego rodzaju aktywności i specjalne niespodzianki dla dzieci w hotelach z okazji premier wybranych najnowszych produkcji animowanych.

Dla biznesu

Jak wynika z najnowszego raportu Accor – aż 78% respondentów stwierdziło, że wydatki ich firm lub klientów wzrosły od 2022 roku, z czego 36% ankietowanych przyznaje się do wzrostu o ponad 25%. W 2024 oczekuje się kontynuacji tego trendu – 80% pytanym ekspertów spodziewa się zwiększenia wydatków, z czego 30% twierdzi, że wzrosną one o ponad 25%. Odpowiadając na te trendy, hotele marki Novotel nieustannie udoskonalają swoją ofertę MICE, kładąc duży nacisk na udostępnienie uczestnikom eventów i gościom biznesowym przestrzeni idealnie zaprojektowanych do wydarzeń oraz pracy.

Novotel, podkreślając wagę work-life balance, dba także, aby wnętrza hotelowe, wyposażenie i aranżacja jeszcze bardziej sprzyjały maksymalnemu wypoczynkowi i relaksacji gości podróżujących służbowo oraz uczestników

wydarzeń organizowanych w obiektach marki.

Dodatkowo, w celu jeszcze większej promocji trendów wellness i wellbeing Novotel wzbogacił doświadczenia gości o nowe rozwiązania oparte na współpracy z Calm, aplikacją do snu, medytacji i relaksu. Wśród nich znalazł się pełny dostęp do specjalnej wersji aplikacji Novotel x Calm Mini z ekskluzywnymi medytacjami, muzyką do snu i Sleep Stories™ oraz udogodnienia w hotelach.

Dla ciała i ducha

Marka Novotel rozwija się w oparciu o cztery nowoczesne koncepcje designu stworzone

z myślą o potrzebach gości i maksymalizacji wypoczynku. Zostały one opracowane przez wybitnych, międzynarodowych projektantów – RF Studio, Sundukovy Sisters, Metro oraz Hypothesis.

Koncepcje dotyczą zmian w każdej przestrzeni hotelu:

LOBBY jako centrum towarzyskie, tętniące życiem i nastawione na relaks; otwarte dla wszystkich: zarówno gości, jak i mieszkańców; elastyczne, wielofunkcyjne oraz zapraszające z zewnątrz do środka; podzielone na cztery strefy: Welcome Area, Living Area, Family Zone i Food Bar.

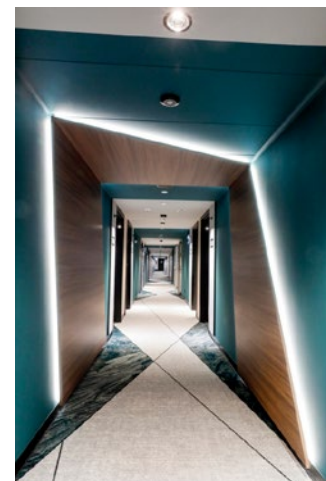
POKÓJ – przestronny, modułowy, nowoczesny, oferujący maksymalny wypoczynek,

wygodę i relaks dopasowane do potrzeb każdego gościa

F&B – śniadania oparte na czterech różnych stacjach, concept Slow FoodBar, czyli filozofia jedzenia przez cały dzień, tworzenie przestrzeni do wspólnego ucztowania oraz spędzania czasu przy posiłku.

WELLNESS – udostępnianie gościom stref do aktywności fizycznej, poprawy kondycji oraz wypoczynku i relaksu.

Marka Novotel stawia także na integrację gości i klientów eventowych, aktywację oraz rozwój pasji i hobby, organizuje różnego rodzaju akcje, spotkania oraz warsztaty, wspierające m.in. ekologię i zrównoważony rozwój.





PLATINUM ADULTS

*idealne
uzupełnienie
oferty*

Z początkiem listopada otwarto Platinum Adults, obiekt dedykowany dla gości dorosłych 12+, który jest wyodrębnioną, kameralną częścią obiektu Platinum Mountain Hotel & SPA w Szklarskiej Porębie. O genezie konceptu, ofercie i planach opowiedział w rozmowie z nami Karol Brzeškiewicz, dyrektor generalny Platinum Mountain Hotel & SPA.

ROZMAWIAŁA
KAROLINA STĘPNIAK

Skąd pomysł na rozwój Platinum Mountain Hotel & SPA właśnie w tym kierunku? Czy było to działanie wymuszone przez gości? Czy takie były ich oczekiwania?

Tworząc od lat #PlatynoweChwile dla naszych gości, dokładamy starań, aby Platinum Mountain Hotel & SPA był wyjątkowo rodzinnym miejscem, pełnym ciekawych atrakcji dla rodzin i dzieci, z bogatym programem aktywności, animacji, muzycznych wieczorów i smacznej kuchni. Pragniemy w dalszym ciągu rozwijać naszą ideę, tym razem jednak, zwracając się i wychodząc naprzeciw oczekiwaniom dorosłych gości, dla których wypoczynek oznacza pewną oazę zadbania o swoje potrzeby w kameralnej atmosferze. Tym samym, pragniemy stworzyć ekskluzywny #PlatynoweChwile i holistyczną ofertę wypoczynku dla gości dorosłych oparte o uczucie wewnętrznego wyciszenia, relaksu i odprężenia. Stało się to punktem wyjścia do stworzenia konceptu Platinum Adults.

Działający od 2019 roku, Platinum Mountain Hotel & SPA, rozpoznawalny jest przede wszystkim jako rodzinny resort w Karkonoszach, który oferuje swoim gościom bogatą, rodzinną infrastrukturę z kompleksem basenów i saun, SPA brandowanym marką Dr Irena Eris Beauty Partner, siłownią, trzema restauracjami a la carte i lobby barem. Uzupełnieniem oferty, są atrakcje dedykowane dla najmłodszych, czyli: MINI Club, Game Room, program tygodniowych animacji dla dzieci z zespołem animatorów, a także basen zewnętrzny z placem zabaw oraz sezonowo funkcjonująca wypożyczalnia rowerów i nart na terenie hotelu. Platinum Mountain Hotel & SPA dba o ciekawy program aktywności rodzinnych, w tym zajęcia fitness, rodzinne wycieczki z przewodnikiem i wieczory z oprawą muzyczną na żywo w lobby barze.

Szczególnie w okresie wakacji czy ferii zimowych, kiedy naszym głównym profilem gości są rodziny z dziećmi, nasz hotel tętni życiem i – co nie da się ukryć – obecnością dzieci w każdym miejscu w naszym hotelu. Obok rodzin, nie zapominamy jednak, że odwiedzają nas również goście dorośli, którzy cenią sobie nie tylko jakość naszych usług, ale wybierają nasz hotel ze względu na komfortowy wypoczynek w otoczeniu przyrody, kuchnię restauracji a la carte i szeroką ofertę SPA, a także lokalizację, która sprzyja zaplanowaniu aktywnego odpoczynku czy to latem na szlakach górskich czy zimą, gdzie kompleks nartostad jest na wyciągnięcie ręki od hotelu.

Stworzenie pewnego rodzaju oazy spokoju i ciszy dla naszych dorosłych gości, z dala od hałasu, było możliwe ze końcem października, kiedy włączyliśmy obiekt Bossa Nova – pod marką Platinum Adults – w strukturę hotelu Platinum Mountain Hotel & SPA. Platinum Adults to wyjątkowy obiekt o butikowym charakterze, z kameralną przestrzenią i portfolio 55 komfortowych apartamentów, przytulną atmosferą i oryginalną kuchnią restauracji Greckie Talerze. To czyni go unikatowym miejscem, które oferuje wysoki komfort wypoczynku, najwyższej jakości obsługę i indywidualne podejście do każdego gościa. Platinum Adults jako obiekt „adult only” stał się idealnym uzupełnieniem naszej holistycznej oferty wypoczynku w Szklarskiej Porębie.

Z jakimi reakcjami spotkali się Państwo po otwarciu tej przestrzeni?

Platinum Adults to pierwszy obiekt 12+ w Szklarskiej Porębie. Hotele tylko dla dorosłych nie są już w Polsce nowością, a świadomość trendu i zainteresowanie tego typu ofertą rośnie z roku na rok. Tworząc markę Platinum Adults otwieramy się na inne potrzeby naszych gości, które są dla nas tak samo ważne, jak tych wypoczywających z dziećmi. W naszej ofercie kładziemy nacisk na komfortowy wypoczynek, za którym stoi: dyskretna i pomocna obsługa, indywidualne podejście do każdego gościa, a także oferta pobytu skrojona na miarę, według oczekiwań gości.

Jak może Pan podsumować pierwsze tygodnie działalności Platinum Adults? Czy zainteresowanie gości jest na oczekiwanym poziomie?

Pierwsze tygodnie funkcjonowania Platinum Adults pokazały, że projekt spotkał się z pozytywnym odbiorem gości, którzy do tej pory znali Platinum Mountain Hotel & SPA tylko jako rodzinny resort z bogatym programem atrakcji dla dzieci. Z jednej strony goście doceniają możliwość pobytu w komfortowej ciszy, którą oferują apartamenty w Platinum Adults. Z drugiej strony, mogą w pełni korzystać z bogatej infrastruktury Platinum Mountain Hotel & SPA, jak siłowni, zabiegów pielęgnacyjnych w SPA Dr Irena Eris Beauty Partner czy wellness ze strefą saun i godzinami tylko dla dorosłych po 20:00 na basenie, kiedy nastrojowa muzyka i uspakajające światła tworzą wyjątkową atmosferę relaksu.

Cieszą nas pozytywne opinie gości Platinum Adults. Na podsumowanie działalności obiektu potrzebujemy jeszcze trochę czasu, aby móc wyciągnąć adekwatne wnioski. Od października, mamy za sobą ogrom pracy związanej z rebrandingiem obiektu, dostosowaniem go do standardów Platinum Mountain Hotel & SPA, przygotowania oferty pobytów dla gości 12+, otwarciem restauracji Greckie Talerze oraz podjęciem działań marketingowych i PR. Zdaje sobie oczywiście sprawę, że jeszcze wiele pracy przed nami. Najbliższy czas chcemy poświęcić przede wszystkim na dopracowanie koncepcji pod kątem indywidualnej obsługi każdego gościa, jak i udoskonalaniu produktu Platinum Adults w kontekście szytego na miarę, dostosowanego do oczekiwań doświadczenia pobytu. Pomaga nam w tym przede wszystkim rozmowa z gośćmi. Zbieramy ich opinie nt. pobytu, które analizujemy i wyciągamy ważne dla nas sugestie. To właśnie opinie naszych gości pozwalają nam inicjować zmiany i opracować plan przyszłych działań.

Jakie czynniki są wg Pana najistotniejsze w kontekście takiej przestrzeni i stworzenia idealnych warunków wypoczynku dla gości 12+?

Podstawą koncepcji obiektów dla dorosłych, w mojej ocenie, jest przede wszystkim indywidualne podejście do każdego gościa. Kontakt z gościem na każdym etapie od momentu rezerwacji,

w trakcie pobytu, w chwili wymeldowania oraz po wyjeździe jest kluczowym aspektem Platinum Adults. Intensywnie pracujemy nad takim dopracowaniem koncepcji obiektu, aby każdy z naszych gości czuł się „zaopiekowany” już na etapie złożenia rezerwacji. Kameralność i intymna atmosfera Platinum Adults, który oferuje zaledwie 55 apartamentów łącznie, sprzyja nawiązaniu personalnych relacji z każdym gościem, co jest naszym priorytetem. Chcielibyśmy budować swoją rozpoznawalność i markę Platinum Adults przede wszystkim na wysokiej jakości obsłudze gościa i indywidualnym podejściem do każdego z nich.

Drugim ważnym aspektem obiektu dla dorosłych 12+ jest produkt, czyli oferta pobytu dostosowana do oczekiwań gości. Mówiąc o produkcie mam tu na myśli sam obiekt, wyposażenie pokoi, jak i ofertę pobytu i atrakcje, które możemy zaproponować gościom 12+ wypoczywającym w Platinum Adults.

Za pomocą jakich kanałów i narzędzi prowadzicie Państwo działania marketingowe związane z tą częścią?

Marka Platinum Adults wymagała stworzenia planu działań marketingowych od podstaw. Rozpoczęliśmy od procesu rebrandingu hotelu Bossa Nova na Platinum Adults, w tym stworzenie całej identyfikacji wizualnej, połączenie stron www i silników rezerwacji obu obiektów. Kolejnym krokiem było stworzenie oferty pakietów pobytowych dla gości 12+. Uruchomienie kanałów social media było kluczowe w promocji Platinum Adults. Rozpoczęliśmy także współpracę z influencerami i bloggerami podróżniczymi, których feedback na temat pobytu jest dla nas istotny na etapie dalszej pracy nad koncepcją Platinum Adults.

Jak prezentuje się oferta Platinum Adults?

Zależy nam, aby oferta Platinum Adults kojarzyła się przede wszystkim z komfortowym wypoczynkiem w pięknym miejscu, w którym można czerpać z czysty i spokoju otaczającej natury. Takie możliwości oferuje Platinum Adults. Goście mają do wyboru pobyt w apartamentach Comfort lub Classic, zlokalizowanych w budynku z restauracją Greckie Talerze i restauracją śniadaniową lub w bardziej przestronnych apartamentach z prywatną sauną suchą na wyłączny użytek gości. Oferta pakietów zawiera takie elementy jak zabiegi pielęgnacyjne SPA, czy romantyczną kolację we dwoje. Aktywny wypoczynek jest także elementem naszej oferty, kiedy w sezonie zimowym polecamy gościom nasz pakiet z bardzo popularnymi w tym regionie narzami biegowymi.

Jakie są plany związane z rozwojem tej części? Z jakich jeszcze usług będą mogli skorzystać goście Platinum Adults w najbliższej przyszłości?

Na początku grudnia otworzyliśmy grecką restaurację, pod marką Greckie Talerze w obiekcie Platinum Adults, oferując tym samym już trzecią restaurację a la carte, obok włoskiej kuchni restauracji Piatti oraz regionalnego menu w restauracji Regionalne Talerze. W kolejnych miesiącach przymierzamy się do uruchomienia strefy SPA w części Platinum Adults z sauną i gabinetami zabiegowymi. W planach jest również modernizacja sali konferencyjnej w nowoczesną przestrzeń eventową w Platinum Adults, która pozwoli nam na budowanie relacji z gośćmi biznesowymi.

Dziękuję za rozmowę. Do zobaczenia w Platinum Adults.



Halo



Halo! Odpocznij!

Sprawdź nową, polską sieć hoteli i obiektów.

Docień połączenie tradycji, codzienności i lokalności, które wspólnie tworzą idealną przestrzeń do wypoczynku. Rozgość się i czerp radość z przebywania w przyjaznym otoczeniu. Z rodziną, przyjaciółmi, partnerami w biznesie.

spokojnie

wygodnie

inspirująco

halohotele.pl

GRUPA POLSKI HOLDING HOTELOWY

MINIONY ROK OCZAMI HOTELARZY

Właśnie zegnamy 2023 rok. Jak podsumowują go hotelarze? Które wyzwania okazały się największymi, które trendy widać w codziennej działalności oraz czy udało się osiągnąć planowane wyniki?

Przełomowy rok dla naszych zespołów

PAWEŁ LEWTAK, PREZES ZARZĄDU HOTELE WARSZAWSKIE SYRENA;
DYREKTOR GENERALNY HOTEL POLONIA PALACE;
WICEPREZYDENT EUROPEAN HOTEL MANAGEMENT ASSOCIATION – EHMA



SYRENA
Hotels

Rynek warszawski

Rok 2023 dla rynku hotelowego w Warszawie był okresem stabilizacji, mimo towarzyszących hotelarzom wyzwań. Hotele w stolicy Polski nawet poprawiły

skutkami wojny w Ukrainie.

Może cieszyć, że baza hotelowa w Warszawie charakteryzuje się doskonałym stosunkiem jakości do ceny. Oznacza to jednak, że na tle europejskiej konkurencji, rynek

poziom obłożenia z poprzedniego roku, co świadczy o rosnącej atrakcyjności Warszawy jako idealnego miejsca dla turystów i osób podróżujących służbowo. Ten pozytywny trend jest widoczny pomimo zwiększenia podaży dostępnych pokoi hotelowych oraz dwucyfrowych wzrostów średnich cen.

Niestety, hotele nadal zmagają się ze skokowo rosnącymi kosztami, trudnościami z pozyskiwaniem pracowników oraz

warszawski nie wykorzystuje pełni swojego potencjału i istnieje możliwość dalszego poprawiania rentowności poprzez podnoszenie cen. Prawdopodobnie, będzie to główne zadanie, które stoi przed hotelarzami w roku 2024.

110-lecie Hotelu Polonia Palace

W 2023 roku Hotel Polonia Palace obchodził swoje 110-lecie. Obchody tego jubileuszu stanowiły wspaniałą okazję do zaprezentowania różnorodnych inicjatyw skierowanych do gości hotelowych oraz mieszkańców Warszawy. Był to także wyjątkowy czas dla pracowników hotelu, którzy mogli być świadkami tej pięknej chwili w historii polskiego hotelarstwa.

Podczas 2023 roku zorganizowaliśmy konkurs na opracowanie nowej koncepcji wnętrz pokoi Hotelu Polonia Palace. Było to bardzo inspirujące doświadczenie, dlatego że projektanci zmierzali się z bardzo delikatną materią. Po wielu miesiącach dyskusji udało nam się wypracować koncepcję, która idealnie równoważy współczesne trendy w designie i elegancję

historycznych wnętrz. Będzie to początek zmian, które obejmą swoim zakresem restaurację, lobby bar i pozostałe wnętrza.

Hotele Warszawskie „SYRENA”

Dla Hotelu Warszawskich „SYRENA” był to udany rok pod względem wyników, dzięki czemu możliwa była spłata wszystkich zobowiązań z czasów pandemii. Równocześnie w minionym roku kontynuowaliśmy szeroko zakrojone prace renowacyjne i modernizacyjne w Hotelach Metropol i MDM, które w ostatnich latach przeszły istną metamorfozę. Udało nam się zoptymalizować wszystkie przestrzenie w hotelach HW „SYRENA” pod kątem najmu, który znacząco wpłynął na rentowność i atrakcyjność naszych hoteli. Był to także przełomowy rok dla naszych zespołów, dlatego że jesteśmy u progu wprowadzania wielu innowacji, które usprawnią sposób, w jaki będziemy pracować w przyszłości. W połowie 2024 roku Hotel MDM wzbogaci się o nową recepcję, restaurację śniadaniową, lobby bar i lounge.

Doskonały czas dla Grupy Arche

WŁADYSŁAW GROCHOWSKI
PREZES ZARZĄDU ARCHE

Kolejny obiekt wzbogacił nasze portfolio, otworzyliśmy kawiarnię w centrum Warszawy, zakupiliśmy wiele ciekawych nieruchomości, pobiliśmy rekordy przychodów i zysków, a także otrzymaliśmy wiele prestiżowych nagród.

Arche Fabryka Samolotów w Mielnie powitała pierwszych gości w sierpniu. Pierwszy etap zakładał uruchomienie 115 apartamentów nad samym Morzem Bałtyckim. Niebawem oddamy do użytku leżący tuż obok obiektu historyczny Hangar i tym samym zaprosimy naszych Gości do organizacji największych na Pomorzu eventów i konferencji. Udało nam się także otworzyć kolejny oddział Fundacji Leny Grochowskiej, tym razem nieopodal Pałacu Kultury i Nauki w Warszawie. Od Jesieni na Al. Jerozolimskich 42 funkcjonuje kolejna już Kawiarnia „ToMy”, w której można zakupić ceramikę, pieczywo, ciasta, a także wziąć udział w warsztatach artystycznych. 2023 rok był dla nas udany także pod kątem zakupów. Udało nam się sfinalizować umowę na warszawski Fort Szczęśliwice, gdzie na przestrzeni kilku lat powstanie największy na Mazowszu kompleks hotelowo – kongresowy. Wygraliśmy także przetarg na zakup Starej Olejarni w Szczecinie, która po rewitalizacji będzie równie imponującym obiektem co wielokrotnie nagrodzona Cukrownia w Żninie. Nie udałoby się nam dalej inwestować gdyby nie rekordowe wyniki i to zarówno przychodów jak i zysków w całej Grupie. Ponad 320 milionów przychodu wygenerowały hotele w 2023 roku, a sprzedaż inwestycyjna zasilila nasz budżet o kolejne 300. Ten wynik to aż 155 proc. względem

roku 2019 i 25 proc. więcej niż w roku 2022. Bardzo się cieszę, że znacząca grupa Klientów wybiera Hotele Arche do organizacji prywatnych wyjazdów, a także dużych konferencji i eventów. Stale rośnie nam także liczba chętnych do inwestowania w zabytki, którzy decydują się na Arche z uwagi na bezpieczeństwo współpracy i wysokie miesięczne wypłaty zysków.

Za sukcesem Grupy stoi cały sztab ludzi, którzy każdego dnia realizują założenia Firmy. Dzięki zaangażowaniu, rok 2023 przejdzie do historii jako ten, podczas którego zdobyliśmy rekordową liczbę nagród. Mnie najbardziej ucieszyły te, które podkreślają nasze zaangażowanie społeczne. Warto tu wspomnieć o Liderze ESG przyznanym przez Rzeczpospolitą, Best Managed Companies przyznany po raz drugi przez Deloitte. Prawdziwym zaskoczeniem okazała się być końcówka roku, kiedy to ONZ przyznało mojej małżonce Lenie oraz mnie Nagrodę Nansena, będącą najwyższym odznaczeniem Instytucji dla osób niespotykane zaangażowanych w sprawy uchodźców na całym świecie. Podczas odbioru nagrody w Genewie podkreśliłem, że jest ona dowodem uznania dla wszystkich Polaków, którzy angażują się w pomoc Ukrainie.

Sukcesy roku 2023 jeszcze bardziej mobilizują nas do dalszego rozwoju w 2024. W planie mamy dwa otwarcia obiektów historycznych oraz największej w naszym portfolio przestrzeni konferencyjnej. Pierwszych gości w połowie roku powita Arche Sanatorium Nałęczów. To niedoszłe Sanatorium Milicyjne z ponad 600 miejscami noclegowymi stanie się największym obiektem hotelowym w województwie



ARCHE
GRUPA

lubelskim. Z uwagi na zdrowotny charakter miasta, a także strategiczne położenie w bliskiej odległości od Parku Zdrojowego. W obiekcie nie zabraknie rozbudowanej strefy spa i medical, a także sal konferencyjnych. Wiosną 2024 roku planujemy zaprosić pierwszych organizatorów eventów do największej w naszym portfolio przestrzeni kulturalno-rozrywkowej, Hangaru dawnej Bazy Lotnictwa Luftwaffe w Mielnie. Ponad 3500 metrów kwadratowych nad samym Morzem Bałtyckim, w połączeniu z naszym doświadczeniem dadzą gwarancję organizacji

najlepszych wydarzeń w tej części Polski. Jesienią pierwszych gości powita także Klasztor Wrocław, który oferować będzie eleganckie pokoje z widokiem na historyczny park. Obiekt położony będzie w dzielnicy Karłowice, popularnej willowej części Wrocławia.

2024 rok to także prace wykonawcze i przygotowawcze kolejnych planowanych inwestycji. Na stołach kreślarskich są już Królewska Papiernia w Konstancinie – Jeziornej, Arche Sanatorium Metalowiec w Muszynie, Młyn Szancera w Tarnowie, Elektrociepłownia Szombierki w Bytomiu czy Arche Hotel Kraków.

Zwiększyliśmy przychody

LESZEK MIĘCZKOWSKI
PREZES ZARZĄDU GRUPA DOBRY HOTEL

2023 rok był dla Grupy Dobry Hotel niezwykle dynamiczny – głównie ze względu na nowe inwestycje i przejęcia. W naszym portfolio pojawiło się pięć nowych obiektów: Hyatt Place Kraków****, Haffner Sopot****, Centrum Eventowe Butelkownia, apartamenty N33 oraz nowy Unicus Palace****, zlokalizowany w dawnym Pałacu Tarnowskich przy ulicy Sławkowskiej w Krakowie. Z kolei dotychczasowy Unicus Palace rozpoczął działalność pod marką Wyndham Grand Krakow Old Town, a warszawski H15 Boutique dołączył do Design Hotels – należącej do Marriott International. W tym roku podpisaliśmy umowę afiliacyjną definiującą na nowo ramy naszej współpracy.

Sukces odniosła też restauracja Artesse, zlokalizowana w hotelu H15 Luxury Palace w Krakowie. Otrzymała rekomendację Michelin 2023. Doceniona została kuchnia, która w sposób nieszablony, nowoczesny i elegancki odzwierciedla tradycje kulinarne dawnej Polski oraz wypełnione sztuką, historią i oryginalnym designem miejsce.

Cieszę się, że udało nam się sprawnie zrealizować nasze założenia oraz sfinalizować kilka przejęć, a tym samym zwiększyć pozycję Grupy Dobry Hotel na rynku. Mamy już 21 obiektów, w planach wciąż są nowe inwestycje i przejęcia – tym samym realizujemy nasze długofalowe cele i strategię. W roku 2023 zwiększyliśmy nasze przychody w stosunku do roku poprzedniego o ponad 30 proc., przekraczając po raz pierwszy wartość 200 000 000 zł, w przyszłym roku spodziewamy się wzrostu na podobnym poziomie.

Naszą Grupę wyróżnia różnorodność. To ona pozwala nam



odpowiadać na potrzeby Gości, o różnych upodobaniach, coraz bardziej wymagających i świadomych swoich oczekiwań. W naszym portfolio są hotele miejskie z szerokim zapleczem konferencyjnym, kameralne, luksusowe hotele butikowe, obiekty resortowe z rozbudowaną strefą wellness. Wszystkie znajdują się w wyjątkowo atrakcyjnych lokalizacjach – centrach największych miast oraz popularnych miejscowościach wypoczynkowych o unikatowych walorach przyrodniczych. Możliwości, które dajemy wpisują się w wymagania Gości i rynku.

W turystyce i hotelarstwie dość mocno widoczny jest trend podróży dla doświadczeń. Dlatego też rozwijamy miejsca, które są czymś więcej niż hotelem. Inwestujemy w dawne pałace, w naszych hotelach obecna jest sztuka, w aranżacji wnętrza łączymy historię z nowoczesnością. Dbamy



o każdy detal, by dać naszym Gościom poczucie przebywania w wyjątkowej, a zarazem niezwykle komfortowej przestrzeni.

Wciąż popularne są tzw. city breaki – tu rezerwacje dokonywane są zwykle w ostatniej chwili, tuż przed wyjazdem oraz podróże z rodziną. Coraz więcej osób ceni sobie wartościowy czas spędzany z bliskimi i stawia na wspólne wspomnienia związane z przebywaniem razem – choćby w trakcie weekendu czy krótkiego urlopu.

Rok 2024 będzie dla nas równie wymagający jak poprzedni, przede wszystkim z uwagi na ciągle rosnące koszty prowadzenia działalności, z którym to problemem muszą się mierzyć wszyscy przedsiębiorcy. Uważam, że

jesteśmy w o tyle lepszej sytuacji, że osiągnęliśmy pewien poziom skali, która pozwala znacząco racjonalizować bieżącą działalność, co przekłada się na realizowane wskaźniki, które, tu się pochwalę bardzo odbiegają od wyników, osiągniętych przez firmy, które są określane mianem naszej konkurencji!

Okoliczności rynkowe i silna konkurencja na rynku wciąż stawiają wiele zadań i nie pozwalają na zwolnienie tempa. Wierzę jednak, że będzie to rok bardziej stabilny – choćby pod względem sytuacji geopolitycznej w naszej części Europy, co przełoży się na pobyty Gości ze świata oraz że nastąpi znaczący spadek inflacji, co także poprawi funkcjonowanie całej branży.

Rok 2023 przyniósł względną stabilizację

WIKTOR WRÓBEL
PREZES ZARZĄDU SPÓŁKI NOSALOWY DWÓR
ZARZĄDZAJĄCEJ HOTELAMI I APARTAMENTAMI POD MARKĄ „NOSALOWY”

Mijający rok okazał się pod wieloma względami zdecydowanie trudniejszy niż rok 2022, choć na pewno nie nastąpiło zwiastowane przez niektórych mocne spowolnienie na rynku hotelarskim związane chociażby z wyczerpaniem się popytu po post-pandemicznym „odbcie”.

Głównym wyzwaniem dla branży pozostawał niewątpliwie wzrost kosztów, który miał miejsce już we wcześniejszych latach, i który dla większości podmiotów na rynku hotelarskim postępował dalej skokowo w 2023 roku. Wymagało to ogromnej dyscypliny i skupienia nad tym, by odpowiednio pilnować warunków handlowych i cały czas szukać alternatywnych ofert i nowych dostawców. Niestety nawet największe i najbardziej profesjonalnie zarządzane podmioty musiały negatywnie odczuć wzrost cen, a zarazem większe wyzwanie w osiągnięciu odpowiedniej rentowności. Pozostawało to istotne także dlatego, że nawet mimo dobrych wyników roku 2022 wielu operatorów dalej odczuwało w bilansach straty poniesione w okresie pandemii COVID-19.

W dalszym ciągu problemem pozostawała także trudność w pozyskaniu pracowników – nawet nie tyle w ogóle, co przede wszystkim konkretnie osób o odpowiednim poziomie motywacji i chęci pozostania na dłużej w zawodzie. Tu znów nieco łatwiej z wyzwaniem tym poradzili sobie operatorzy działający na rynku od dłuższego czasu, mający grono zaufanych pracowników, którzy mogą liczyć na stałe wynagrodzenie, odpowiednią jakość pracy i chociażby szkolenia.

Po mocno sinusoidalnych latach 2021 i 2022 (kiedy popyt wzrastał lub malał w związku z czynnikami zewnętrznymi, takimi jak odgórne obostrzenia, obawy gości co do ryzyka zakażenia wirusem COVID-19 oraz sytuacja związana z wojną w Ukrainie) rok 2023 przyniósł względną stabilizację. Jednocześnie dało się zauważyć większą wrażliwość na ceny wśród gości indywidualnych spowodowaną ogólnie wysoką inflacją i jej przełożeniem na portfele gości. Zauważalne było także większe wyzwanie po stronie hotelarzy w „cross” czy „up-selling’u”, zarówno podczas rezerwacji, jak i w trakcie pobytu w hotelu. W segmencie MICE znaczący gracz, do których zaliczam zresztą Hotele Nosalowy, dalej mogli liczyć na zapytania i duże realizacje, a przede wszystkim na współpracę z przyzwyczajonymi do wysokiego standardu obsługi klientami korporacyjnymi czy agencjami eventowymi. Mimo to dało się zauważyć w tym segmencie skrócenie okienka rezerwacji oraz większą nieprzewidywalność np. jeśli chodzi o terminy organizacji wydarzeń MICE-owych.

Wreszcie, rok 2023 przyniósł otwarcie kolejnych obiektów w wielu lokalizacjach, zarówno miejskich, jak i resortowych. Dodatkowa konkurencja związana ze zwiększoną w ten sposób podażą może stanowić wyzwanie w przyszłym roku. Jednocześnie widać było, że inwestorzy nie odwrócili się od rynku hotelarskiego, szukając dalej różnych sposobów na finansowanie projektów (w dalszym ciągu było to m.in. finansowanie w systemie condo). W drugiej połowie roku mieliśmy również pierwsze pozytywne sygnały ze strony




NOSALOWY
HOTELE

banków, które po okresie (przesadnej w moim odczuciu) awersji do branży zaczęły ponownie rozważać finansowanie projektów hotelarskich. I słusznie zresztą

– doświadczenia pandemii i kolejnych lat pokazały, że nie ma wielu wyzwań, z którymi nie mogliby sobie poradzić polscy hotelarze.

POLSKIE HOTELE NIEZALEŻNE PODSUMOWUJĄ 2023 R.

na rzecz swoich członków i szeroko rozumianej branży



To był dla polskich hoteli wyjątkowo dobry rok. Zawierzyło nam kolejnych naście hoteli, które w tym roku dołączyły do Grupy, a nam, z jeszcze większą motywacją, udało się zrealizować wszystkie przyjęte na 2023 r. plany.

ELŻBIETA LENDO
PREZES POLSKICH HOTELI NIEZALEŻNYCH



POLSKIE HOTELE NIEZALEŻNE

Ogromną satysfakcję sprawiło nam również coraz większe grono znakomitych hotelarzy z całej Polski, którzy uczestniczyli w naszych ogólnopolskich wydarzeniach branżowych jak Bal Hotelarza, Konferencja Kobieta Hotelarza, Camp Hotelarzy, Regaty Hotelarzy, Kulinaryny Rajd Mistrzów i Młodych Mistrzów, czy też Konferencja Miasto Przestrzeń dla Biznesu-Synergia dla odbudowy Ukrainy, współorganizowana z Polsko – Ukraińską Izbą Gospodarczą. Nasi Członkowie oraz zaproszeni Goście mogli wziąć udział w kilkunastu prelekcjach/wykładach edukacyjnych oraz wydarzeniach towarzyszących. Po raz kolejny wzięliśmy też udział w wyjeździe studyjnym, tym razem na Sycylię, gdzie mogliśmy czerpać z wiedzy i doświadczenia włoskich hotelarzy, a także przedstawiciele organizacji branżowych o podobnym do naszego profilu działalności. W minionym roku mocno postawiliśmy na bezwzględną konieczność poszerzania wiedzy z zakresu hotelarstwa i gastronomii mając świadomość braku wykwalifikowanej kadry. Za priorytetową uznaliśmy konieczność wsparcia szczególnie młodych hotelarzy. Staramy się im tak pomóc, aby rozwijali swój zawodowy kunszt w sposób ukierunkowany, przemyślany, według najlepszych wzorców. W tym zakresie pojęliśmy współpracę choćby z warszawską Szkołą Główną Handlową przy organizacji Olimpiady Umiejętności Hotelarskich oraz z Uniwersytetem Lwowskim w zakresie wymiany wiedzy czy programów staży studenckich w PHN. Promujemy

również młode talenty w naszym autorskim programie „Młody Hotelarz”, a wierząc w głęboki sens edukacji, zorganizowaliśmy kolejną edycję kulinarnego konkursu dla młodzieży szkolnej, która już dziś podąża za hotelarską drogą.

Ponadto we Wrocławiu, zainicjowaliśmy współpracę również z Wrocławską Akademią Biznesu, aby wspierać się w licznych, wspólnych projektach.

Powróciliśmy też do naszych tradycji – do corocznej Wigilii Hotelarzy. 14 grudnia br. mieliśmy ogromną przyjemność przedświątecznego spotkania z Hotelarzami oraz Partnerami Polskich Hoteli Niezależnych w Hotelu Hoston City we Wrocławiu. To była niebywała radość, że mogliśmy być w tym szczególnym dla nas dniu razem, w naszej hotelarskiej rodzinie, a magia zbliżających się Świąt Bożego Narodzenia uczyniła ten wieczór wyjątkowym spotkaniem nas wszystkich przy wspólnym, wigilijnym stole.

Nasze Hotele wyróżnia, ale także łączy, szczególny szacunek do polskich tradycji. Nie mogło więc zabraknąć w naszym kalendarzu czasu, aby zatrzymać się przez chwilę i aby złożyć sobie świąteczne życzenia. Było wyjątkowo uroczyście, a mnie w sposób szczególny ujął powrót do zwyczaju prezentacji stołów wigilijnych naszych hoteli, a tym samym możliwości skosztowania przez naszych Gości regionalnych, świątecznych specjałów. W tym roku mieliśmy okazję delektowania się smakami Podlasia, Warmii i Mazur, czy też pienińskich Górali. To, co trwale mnie wzrusza to nasze zażyłe, przyjazne relacje, a to co wyjątkowo

napawa mnie dumą i radością, to że nasza Rodzina stale się powiększa.

Mijający rok to również dobre informacje dla naszych Członków, gdyż stale poszerza się grono lojalnych Gości naszej Grupy wyrażane w kolejnych uczestnikach naszego programu lojalnościowego Prestige Club czy nowych beneficjentach voucherów do Polskich Hoteli Niezależnych. Cieszymy się, że jesteśmy wsparciem w wyborze partnerów handlowych dla naszych hoteli, na bieżąco możemy wymieniać się doświadczeniami w zakresie współpracy z dostawcami towarów i usług, aby móc zawierać jak najlepsze kontrakty i negocjować jak najlepsze warunki dla naszych hoteli.

Ścieżka do miejsca, w którym dzisiaj jesteśmy, to wspólne podjęcie ogromnego, zdeterminowanego i silnego działania. Jesteśmy dumni z coraz szerszego zakresu współpracy z naszymi Partnerami z branży oraz naszego otoczenia biznesowego zarówno z Polski, jak i Europy. Nie ukrywam, że nasz potencjał jest coraz większy i zapewniam, że odpowiednio to wykorzystamy.

Koniec roku to czas planów i życzeń na przyszłość. Przede wszystkim, mając świadomość siły naszej synergii, a także jej przełożenia na wszystkie nasze inicjatywy, w kolejnym roku znowu zamierzamy powtórzyć dokonanie mijającego, a więc po raz kolejny podwoić liczbę naszych Członków. Także i w tym miejscu serdecznie zapraszam wszystkie hotele niezależne do naszej Grupy, do współpracy z Nami.

A co będzie się jeszcze u nas działo? Rzecz jasna, mamy nad czym pracować. Zdradzić mogę, że rozpoczynamy realizację projektu optymalizacji funkcjonalności i rozwoju naszego programu lojalnościowego Prestige Club. Jesteśmy gotowi na dużą inwestycję w nową technologię, umożliwiającą większą skuteczność sprzedażową i promocję naszych

usług. A moim, nie ukrywam, konikiem na 2024 r., będzie praca nad strategicznymi założeniami komunikacji marki Polskie Hotele Niezależne za granicą, zakończoną kampanią promocyjną. Mamy w tym zakresie dużo do zrobienia, ale i do zaoferowania naszym Gościom.

Dziś mogę pozwolić sobie również na to, aby wspomnieć, że praca z grupą fantastycznych hotelarzy, pozwala mówić o skuteczniejszych możliwościach realizacji najbardziej ambitnych celów, ze świadomym wykorzystaniem potencjału osób, które patrzą w przyszłość i nigdy nie zamykają się na rozwój. Wspólne doświadczenia, umiejętności, kompetencje, zasoby, w końcu siła Grupy jest naszą konkretną wartością. Dziękuję za Wasze inspiracje, z których czerpię siły.

Życzę, abyśmy razem, przekraczali niemożliwe granice, niestrudzenie budowali lepszą jakość polskiego hotelarstwa i dumnie promowali jego niewątpliwe walory. Dzięki sile naszej Grupy i pasji, która nas łączy, jesteśmy gotowi, by w 2024 r. dalej wzajemnie inspirować się do nowych wyzwań, i aby znowu iść do przodu. Po swoje. Dla nas.

Życzę wszystkim Czytelnikom, naszemu Partnerowi – Redakcji Świata Hoteli, wszystkim naszym Członkom i wszystkim Hotelarzom, abyśmy również 2024 r. mogli podsumować samymi sukcesami, abyśmy mieli poczucie dobrze wykorzystanego czasu dla całej naszej branży.

I jak zwykle na koniec:

„Nie ma co siedzieć i się zamarzwiać. Co ma być to będzie, a jak będzie, to jakoś sobie z tym damy radę”

J.K. Rowling

Do zobaczenia z Wami w dobrym zdrowiu w 2024 roku. Mam nadzieję, że będziecie również na wszystkich naszych wydarzeniach branżowych. Zapraszam i wszystkiego dobrego.

SHERATON

TO LUDZIE I KLIMAT



Magdalena Salwin, Account Director w Sheraton Grand Warsaw w 2022 pojawiła się w gronie 5 proc. najlepszych sprzedawców w firmie Marriott International w regionie EMEA, zdobywając odznaczenie Top Performer. Znalazła się też w wśród „Ludzi Sheratona” – grupie złożonej z wyjątkowych reprezentantów hoteli Sheraton w Polsce, których historie opisujemy.

ROZMAWIAŁA
KAROLINA STĘPNIAK

Kiedy zaczęłaś pracę w warszawskim Sheratonie? Czym się zajmujesz?

W październiku 2006 roku.

Pracuję w dziale sprzedaży proaktywnej i opiekuję się klientami korporacyjnymi i rządowymi. Moja praca daje mi dużą elastyczność, decyzyjność, pozwala budować długofalowe relacje z klientami. Z niektórymi z nich znamy się już od wielu lat, co zacieśnia nasze więzi i sprawia, że nie jesteśmy dla siebie wyłącznie partnerami biznesowymi, ale także dobrymi znajomymi. W mojej pracy odpowiadam głównie za sprzedaż noclegów hotelowych dla gości korporacyjnych i rządowych, ale nie tylko. Dbam o to, aby ich pobyty w hotelu przebiegały jak najlepiej. Staram się być jak najlepszym ambasadorem marki Sheraton, promując wszystkie produkty oferowane przez nasz hotel – od ofert gastronomicznych, konferencyjnych po np. oferty członkostw w naszym klubie Sheraton Fitness.

Plac Trzech Krzyży i warszawski Sheraton zawsze były, są i będą prestiżowym miejscem. Natomiast przez te blisko 20 lat – jak z Twojego punktu widzenia zmienił się hotel i jak zmieniła się Twoja praca?

Hotel to dynamiczny twór. Mam tu na myśli wszelkie renowacje na przestrzeni tych lat – pokoi, części wspólnych, restauracji. Kiedyś na przykład nie było tak dobrze wyposażonych apartamentów mieszkalnych, teraz są. Nasi właściciele bacznie śledzą i słuchają potrzeb rynkowych. Poza tym rośnie konkurencja. Sheraton był jednym z pierwszych pięciogwiazdkowych hoteli w Warszawie w latach 90, teraz hoteli o podobnym standardzie mamy w stolicy zdecydowanie więcej.

Nasza sheratonowa historia buduje ten prestiż wspomniany w pytaniu i sprawia, że hotel jest rozpoznawalnym miejscem na mapie Warszawy. Poza gośćmi korzystającymi z pokoi, przychodzą do nas mieszkańcy stolicy na choćby legendarne niedzielne brunchy czy politycy w przerwach obrad w parlamencie na kawę czy lunch. Idziemy także z duchem czasu w kwestii dizajnu, na przykład w naszej azjatyckiej restauracji, dawniej nazywającej się The Oriental, można było kiedyś znaleźć stylowe azjatyckie rzeźby oraz obrazy prezentujące azjatyckie krajobrazy. Dziś inA-zia to minimalistyczne wnętrza urządzone ze smakiem. Dawniej w naszym lobby dominowały marmury, ciężkie stylowe meble a na środku wisił kryształowy żyrandol. Obecnie jest zdecydowanie bardziej nowocześnie, a jednocześnie nasz styl nadal odpowiada pozycjonowaniu hotelu.

Jeśli chodzi o pracę, to w 2006 roku w dziale sprzedaży zaczęłam jako zupełny „świeżak”. Zanim przyszedłam do Sheratona, miałam doświadczenie w pracy w hotelu, ale w recepcji. Przez te wszystkie lata uczyłam się sprzedaży krok po kroku, zdobyłam duże doświadczenie, nabrałam pewności siebie a największą satysfakcję czerpię z faktu, że moi klienci cenią sobie współpracę z mną. To jest dla mnie najistotniejsze.

Z tego co mówisz można wnioskować, że bardzo cenisz swoją pracę...

Zdecydowanie cieszę się, że nie siedzę cały czas przy biurku, że wychodzę na spotkania do klientów, albo zapraszam ich do przytulnych przestrzeni naszego hotelu. No i ta wyjątkowa atmosfera – osoby, które znam, a które odeszły z hotelarstwa, mówią zawsze, że Sheraton to super ludzie, gościnność, która w nas jest, otwartość na innych i nieschodzące z buzi uśmiechy. I mam tu na myśli nie tylko to, co widzi gość czy klient, ale też klimat, który panuje w tak zwanym back of the house.

Największe wyzwania to...?

Trudność przewidzenia, jak biznesowo będzie wyglądał kolejny rok. W przypadku klientów korporacyjnych jest troszeczkę łatwiej, natomiast w przypadku klienta rządowego ciężko to ocenić. Bardzo dużo zależy od sytuacji geopolitycznej a ta jak wiemy ostatnimi czasy jest bardzo dynamiczna. To wszystko ma przełożenie na planowanie delegacji, organizację konferencji między innymi przez poszczególne instytucje państwowe. Zapytania wpływają nieraz na ostatnią chwilę, co wymaga dużej responsywności, nie da się też wszystkiego przewidzieć czy do końca zaplanować tak, jakbyśmy tego chcieli. To wyzwania, które zmuszają nas do wychodzenia ze strefy komfortu.

No i trzeba jeszcze raz wspomnieć o konkurencji. Jest coraz więcej hoteli pięciogwiazdkowych i czterogwiazdkowe. Mają

coraz wyższy standard oferowanych usług. Zmiany, które nastąpiły wraz z pandemią Covid, skutkują tym, że niektórzy klienci dotychczas hoteli pięciogwiazdkowych teraz decydują się na cztery gwiazdki

Jak myślisz, dlaczego właśnie Ty zostałeś wybrana do grona Ludzi Sheratona?

Myślę, że chodzi o moje doświadczenie, oddanie pracy, to, że po wielu latach nadal bardzo lubię to, co robię. Moja praca daje mi satysfakcję i możliwe, że moje otoczenie to widzi, pozytywnie to odbiera i się tym inspiruje. Zostałam też w tym roku tak zwanym BASE coachem. Wprowadzam nowych pracowników Sheraton Grand Warsaw w świat naszego brandu poprzez szkolenia i staram się zarazić ich kulturą marki Sheraton i firmy Marriott International. Mówię im, jak chcemy być postrzegani i co sobą reprezentujemy.

A co poza pracą? Co naprawdę daje Ci dystans w życiu i pozwala osiągnąć balans?

Drużyna ważna sfera mojego życia to rodzina. Mam wspierającego męża i dwójkę kochanych dzieci w wieku 6 i 10 lat. Uwielbiam sport (narty zjazdowe, rower i trekking), spokój osiągam, oddając się czytaniu książek. W weekend dużo spacerujemy i zawsze wyszukujemy aktywności pod nasze dzieciaki; wolny czas w ogóle jest uwarunkowany dziećmi (śmiech). Lubimy obejrzeć wspólnie dobry film. A poza pracą i rodziną, kiedy mam czas tylko dla siebie, to stawiam na dobre jedzenie w świetnej restauracji, spotkanie z przyjaciółką, koncert, weekendowy wypad do innego miasta. Marzy mi się Rzym. Kto wie – może w 2024 uda się to marzenie spełnić.

Bardzo dziękuję za rozmowę.

Cykl

Ludzie Sheratona



LENA I WŁADYSŁAW GROCHOWSCY UHONOROWANI PRZEZ ONZ!



Prestiżowa Nagroda Nansena, przyznawana przez Wysokiego Komisarza Narodów Zjednoczonych ds. Uchodźców, po raz pierwszy trafia do Polski. Wyróżnienie otrzymało małżeństwo Leny i Władysława Grochowskich oraz prowadzona przez nich Fundacja Leny Grochowskiej za swój wysiłek w udzielanie schronienia i wspieranie uchodźców w Polsce oraz starania, aby zapewnić im zatrudnienie i bezpieczną przystań wtedy, gdy tego najbardziej potrzebują.

Co roku UNHCR przyznaje Nagrodę Nansena osobom, grupom i organizacjom, które wykraczają poza swoje sfery działań w zakresie ochrony uchodźców, wysiedleńców i bezpieczeństwa. Czasami jest przyznawana znanym osobistościom, ale przede wszystkim uznaje wysiłki zwykłych ludzi, którzy w trudnych chwilach stają w obronie praw najsłabszych. 28 listopada ogłoszono tegorocznych laureatów.

Po raz pierwszy od ustanowienia nagrody w 1954 r. tegorocznym regionalnym zwycięzcą dla

Europy została Polska. Fundację Leny Grochowskiej, prowadzoną przez polskiego filantropa i biznesmena Władysława Grochowskiego i jego żonę Lenę Grochowską, nagrodzono za swoje działania na rzecz uchodźców z Ukrainy, prowadzone od eskalacji wojny 24 lutego 2022 roku.

Nagrodę Nansena odbieramy jako podziękowanie dla tego, co robi nasza fundacja i inne organizacje pozarządowe w Polsce – mówi Lena Grochowska, prezes fundacji. – Przyjmujemy tysiące uchodźców, oferujemy im dach nad głową, pomagamy

w znalezieniu pracy, edukacji, rozwoju zainteresowań, udzielamy pomocy medycznej i wspieramy ich adaptację w Polsce. To także wskazówka na przyszłość, jak takie działania są potrzebne, bo problemu uchodźczego nie rozwiąże się przez stawianie murów na granicy.

Fundacja Leny Grochowskiej włączyła się w działania pomocowe od pierwszych dni eskalacji wojny. Początkowo schronienie udzielano w 17 hotelach sieci Arche na terenie całego kraju. Jednak szybko okazało się, że interwencyjne wsparcie nie będzie

wystarczające. Już na początku marca fundacja otworzyła pierwszy Dom Uchodźcy, z myślą o zapewnieniu długoterminowego pobytu dla jak największej liczby potrzebujących. Dzisiaj w ramach Fundacji Leny Grochowskiej funkcjonuje 5 Domów: w Siedlcach, Ożarówie Mazowieckim, Konstancinie-Jeziornie, Lublinie oraz Łodzi.

Domy Uchodźcy powstały m.in. w dawnych biurach i akademikach, które fundacja specjalnie zaadaptowała na potrzeby przyszłych mieszkańców. W budynkach zorganizowano

blisko 1300 miejsc noclegowych. Pomoc znalazły osoby uciekające przed wojną, głównie kobiety, dzieci i osoby z niepełnosprawnościami. W ten sposób fundacja zapewniła dotychczas 584 579 noclegów dla 14 463 osób[1].

Komentując wyróżnienie Władysława Grochowski zauważa, że to więcej niż tylko nagroda dla prowadzonej przez niego fundacji: Nagroda Nansena, przyznana przez Wysokiego Komisarza ONZ ds. uchodźców Fundacji Leny Grochowskiej, to przede wszystkim nagroda przyznana Polkom i Polakom za zaangażowanie w pomoc uchodźcom z Ukrainy po wybuchu wojny 24 lutego 2022 roku. Jestem dumny, że w tych trudnych momentach historii potrafiliśmy zachować się przyzwoicie jako naród, przyjmując miliony ukraińskich kobiet i ich dzieci, osób starszych i z niepełnosprawnościami do naszych domów.

Nagroda Nansena

Nagrodę nazwano na cześć Fridtjofa Nansena, norweskiego naukowca, polarnika, dyplomaty i pierwszego Wysokiego Komisarza Ligi Narodów ds. Uchodźców oraz laureata Pokojowej Nagrody Nobla w 1922 roku. Nagroda Nansena jest przyznawana dorocznie osobom lub organizacjom w uznaniu ich pełnych oddania i nadzwyczajnych zasług na rzecz uchodźców i jest najbardziej prestiżową nagrodą przyznawaną przez UNHCR. Nominować osobę lub organizację do Nagrody Nansena może każdy, ale zwycięzcę wybiera specjalny komitet.

Dotychczas otrzymało ją 60 osób, grup i organizacji, a pierwszą laureatką była Eleanor Roosevelt. Wśród dotychczasowych laureatów byli również Edward Kennedy, Angela Merkel, Luciano Pavarotti, Azizbek Ashurov czy siostra Angélique Namaika. Przyznawane są jednemu zwycięzcy regionalnemu na kontynent i jednemu zwycięzcy globalnemu. Oznacza to, że praca Fundacji

Leny Grochowskiej została wybrana spośród wielu innych europejskich kandydatów, którzy wykazali się ogromnym zaangażowaniem w pomoc uchodźcom po masowej inwazji na Ukrainę.

Jak mówi Kevin J. Allen, przedstawiciel UNHCR w Polsce: Wzorowa praca Państwa

Grochowskich pokazuje nie tylko głębokie zaangażowanie w wartości humanitarne, które mają ogromny wpływ na życie uchodźców i Polaków w potrzebie. Pokazuje również kluczową rolę, jaką sektor prywatny może i musi odgrywać w reagowaniu na kryzysy uchodźcze na wielu poziomach,

inspirując społeczność biznesową i wiele innych podmiotów do podejmowania zdecydowanych działań.

Uroczyste wręczenie nagrody odbyło się podczas ceremonii 13 grudnia 2023 r. w Genewie.

REKLAMA

ADA
COSMETICS



ZAPEWNIASZ
CZYSTOŚĆ

POMOZEMY WAM W
ZRÓWNOWAZONYM
ROZWOJU

DZIEKI SYSTEMOWI DOZOWNIKÓW Z
AMIAST MAŁYCH BUTELEK



Stosowanie zamkniętych systemów dozowników firmy ADA Cosmetics - jako alternatywa dla małych butelek plastikowych, pomaga nie tylko w zrównoważonym rozwoju, ale jest również ekonomiczne.

- Mniej odpadów plastikowych i płynnych
- Większa wydajność, niższe koszty
- Optymalna możliwość recyklingu: ten sam materiał na zakrętkę i butelkę

To dobry wybór dla Ciebie i Twoich gości - a jeszcze lepszy dla środowiska:
+48 618 157 039
info@ada-cosmetics.com
www.ada-cosmetics.com

«putting beauty into travel»
surprising, sustainable & safe

5. URODZINY ARCHE HOTEL KRAKOWSKA

20 listopada we wnętrzach Arche Hotel Krakowska w Warszawie odbył się urodzinowy event obiektu. Hotel świętował swoje pięciolecie. Wśród zaproszonych gości znaleźli się inwestorzy Grupy Arche, klienci oraz partnerzy wszystkich organizowanych wewnętrznie przez obiekt – eventów.

Uroczystość jubileuszową poprowadziła polska dziennikarka i prezenterka telewizyjna – Agnieszka Hyży. Na zaproszonych gości czekała cała masa atrakcji. Przyjęcie rozpoczęło się słowem wstępu skierowanym do wszystkich zgromadzonych przez dyrektor generalną Arche Hotel Krakowska i Arche Hotel Geologiczna – Małgorzatę Gipsiak. Kolejnym punktem programu był niezwykle panel dyskusyjny – rozmowa na temat społecznej odpowiedzialności biznesu, którą rozwija i praktykuje Grupa Arche w wielu wymiarach. W rozmowie udział wzięli prezes Grupy Arche – Władysław Grochowski oraz Dyrektor Arche Hotel Krakowska – Małgorzata Gipsiak. Przewodniczką dyskusji była wieloletnia ekspertka ds. komunikacji i doradczyni zarządów ds. prowadzenia biznesu odpowiedzialnego społecznie Agnieszka Kępińska – Sadowska.

W rozmowie poruszone zostały zaledwie trzy kluczowe tematy dotyczące działalności Grupy Arche, takie jak: pomoc uchodźcom z Ukrainy, Arche Pracownia Rewitalizacji jako

miejsce drugiej szansy, gdzie zatrudnieni więźniowie odnawiają stare meble oraz projekt „Kwiat dojrzałości” – autorskie dzieło Arche Hotel Krakowska, który swoje żniwo zebrał w sierpniu br. Zebrań na uroczystości goście mieli możliwość zobaczenia w zaprezentowanych materiałach wideo jak wiele działań odpowiedzialnych społecznie podejmowanych jest stale i cyklicznie przez Grupę Arche oraz indywidualnie przez Arche Hotel Krakowska w Warszawie.

– Jestem ogromnie dumna ze wszystkich działań, które tak prężnie rozwijają się w Arche Hotel Krakowska. Realizujemy

najróżniejsze projekty od tych typowo pro-zdrowotnych, aż po te skierowane do najmłodszych. Cyklicznie wspieramy oddział onkologii dziecięcej mieszczący się w Dziecięcym Szpitalu Klinicznym im. Józefa Polikarpa Brudzińskiego w Warszawie przekazując podopiecznym różnego rodzaju prezenty i upominki. W kwietniu, miesiącu świadomości autyzmu, zorganizowaliśmy event dla najmłodszych. Obiekt odwiedziły maluchy z dwóch placówek przedszkolnych w tym jednej, kształcącej dzieci wymagające szczególnej opieki edukacyjnej. Lista naszych działań jest długa i co najpiękniejsze stale się

rozrasta, bo pomysłów nam nie brakuje – podsumowuje Małgorzata Gipsiak, dyrektor generalna Arche Hotel Krakowska oraz Arche Hotel Geologiczna w Warszawie.

Po części oficjalnej wydarzenia, do świata magii, czarów i iluzji przeniósł wszystkich gości – uczestnik trzeciej edycji programu „Mam talent” – Maciej Kozłowski – Artysta, Iluzjonista, Komediant, Showman! Niespodzianką wieczoru był Koncert Zespołu Kombi Łosowski oraz ogromny tort przygotowany pod czujnym okiem szefa kuchni – Piotra Gipsiaka, szefa cukierni – Piotra Bielskiego oraz wspaniałych cukierników.

– To był wspaniały wieczór pełen najróżniejszych emocji. Było wiele wzruszeń, bo było także wiele wspomnień. Pięć lat to tak dużo, a jednocześnie tak niewiele, jednak to piękny czas, który pozwolił nam nawiązać wiele relacji biznesowych, otworzył nas także na wiele różnych możliwości. Dziękuję za wspólnie spędzony czas naszym gościom, którzy wzięli udział w wydarzeniu – dodaje Małgorzata Gipsiak.



INTERCONTINENTAL WARSZAWA ŚWIĘTOWAŁ 20-LECIE

Przez dwie dekady Hotel InterContinental Warszawa stał się nie tylko symbolem stolicy, lecz także integralną częścią jej historii. W piątek, 24 listopada, odbyła się Gala Jubileuszowa. Poprowadzili ją Monika Mikulska-Guźniczak, dyrektor PR-u i Marketingu oraz Hubert Urbański. Wydarzenie zainaugurowała dyrektor generalna Britta Kutz. Swoje inspirujące przemówienie rozpoczęła i zakończyła w języku polskim, który nie jest jej językiem ojczystym. W ten sposób wyraziła swoje uznanie dla rodzinnego miasta hotelu i podziękowała pracownikom za ich oddanie i lojalność wobec InterContinental Warszawa.

G ości witano wyjątkowym koktajlem „Syrenka”, stworzonym z okazji dwudziestolecia InterContinental Warszawa. Inspirowany legendą o Syrence Warszawskiej, ten niezwykły koktajl łączy smaki przeszłości i teraźniejszości, oddając hołd dziedzictwu Warszawy i dwóm dekadom hotelu InterContinental.

Hotel słynie ze znakomitej kuchni, a uczestnicy gali mieli okazję delektować się potrawami autorstwa Karola Okrasy i kucharzy z Restauracji Platter a także Restauracji DownTown, kuchni bankietowej i +OneBar. Podczas kolacji serwowano m.in. Ostrygi Fine de Claire Dawid Herve No. 2, Arancini grzybowe z pudrem borowikowym, sarnę z jeżynami oraz jesiotra z suszonymi pomidorami i grzybami. Nad całością czuwał szef kuchni hotelu InterContinental – Grzegorz Krupa.

Wieczór zwieńczono urodzinowym tortem w rytmie „Happy Birthday” w wykonaniu Dominiki Gawędy, podczas którego wzniesiono toast za kolejne udane lata Hotelu InterContinental Warsaw. Całą atmosferę uświetnił koncert gwiazdy wieczoru, zespołu Blue Caffè.





33 POLSKICH HOTELI W PRZEWODNIKU MICHELIN

Na liście 5000 hoteli i obiektów noclegowych z całego świata wyróżnionych na liście Przewodnika MICHELIN znalazło się 30 polskich hoteli. 13 z Krakowa, 12 z Warszawy, 4 z Poznania oraz po jednym z Gdańska, Łodzi, Wrocławia i Warmii. Wśród rekomendowanych obiektów jest aż siedem marki PURO.

Lista polskich hoteli w Przewodniku Michelin:

- Mercure Kraków Fabryczna City
- Hotel Ester Kraków
- Hotel Indigo Kraków
- Warszauer Hotel Kraków
- Bachleda Luxury Hotel Kraków – MGallery
- Sheraton Grand Kraków
- Queen Boutique Hotel, Kraków
- Hotel Stary
- Hotel Copernicus
- Bonerowski Palace
- Hotel Pod Różą
- PURO Kraków Stare Miasto
- PURO Kraków Kazimierz
- Radisson Collection Hotel, Warsaw
- InterContinental Warszawa
- Sofitel Warsaw Victoria
- The Westin Warsaw
- PURO Warszawa Centrum
- Mamaison Hotel Le Regina Warsaw
- Hotel Bristol, A Luxury Collection Hotel, Warsaw
- Nobu Hotel Warsaw
- H15 Boutique Hotel, Warsaw
- Indigo Warsaw Nowy Świat
- Raffles Europejski Warsaw
- Hotel Warszawa
- Hotel Liberte 33 Poznań
- PURO Poznań Stare Miasto
- City Solei Poznań
- Illon Boutique Poznań
- PURO Gdańsk Stare Miasto
- PURO Łódź Centrum
- PURO Wrocław Stare Miasto
- Galery69 Dorotowo / koło Olsztyna

Klucz Michelin

Na potrzeby listy hoteli i obiektów stworzono specjalne wyróżnienie – Klucz MICHELIN – przyznawane miejscom oferującym najbardziej wyjątkowe doświadczenia. Pierwsze obiekty zostaną uhonorowane już w 2024 roku.

Podobnie jak w przypadku restauracji, w Przewodniku MICHELIN znajdują się niezależne rekomendacje wyjątkowych hoteli, które niejednokrotnie mogą same w sobie stanowić cel podróży. Po czterech latach pracy inspektorów Przewodnika MICHELIN powstała nowa selekcja ponad 5000 obiektów znajdujących się w 120 krajach.

W branży pełnej niesprawdzonych rekomendacji Przewodnik MICHELIN oferuje podróżnym listę starannie wybranych hoteli, aby zapewnić jak najlepsze doświadczenia podczas wyjazdu. W odpowiedzi na obecne tendencje do standaryzacji miejsc noclegowych pod względem designu czy wystroju wnętrza, Przewodnik MICHELIN rekomenduje podróżnym hotele, które wyróżniają się w każdym aspekcie: architekturą, profesjonalnym zespołem i wyjątkowym charakterem.

Kryteria przyznawania

Kluczy

Nowa selekcja Przewodnika MICHELIN obejmuje ponad 5000 hoteli w 120 krajach, różniących się cenami i stylem. Wybór miejsc, które znalazły się w zestawieniu,

opiera się na pięciu kluczowych kryteriach:

1. Lokalizacja, która sama w sobie stanowi atrakcję turystyczną;
2. Doskonały wystrój wnętrz i projekt architektoniczny;
3. Niepowtarzalna atmosfera i charakter miejsca;
4. Najwyższa jakość obsługi gości i ich komfort podczas pobytu;
5. Spójność między poziomem doświadczenia a zapłaconą ceną.

Lista wyselekcjonowanych hoteli powstała niezależnie od wszystkich dotychczasowych wyróżnień czy zestawień i jest adresowana do osób, które już ufają rekomendacjom Przewodnika MICHELIN oraz do wszystkich tych, którzy szukają sprawdzonych porad opartych o rzetelne informacje.

Cele

Takie podejście do oceny hoteli przez inspektorów Przewodnika MICHELIN ma trzy główne cele:

- Ułatwienie podróżnym odwierającą rekomendowane restauracje, aby ich kulinarne doświadczenie rozpoczęło się lub zakończyło niezapomnianym pobytom w hotelu.
- Wskazanie gościom miejsc z wyjątkowym charakterem, oferujących znacznie więcej niż tylko nocleg.
- Umożliwienie podróżnym wyboru i rezerwacji hoteli oraz dzielenia się swoimi

doświadczeniami z pobytu na jednej niezależnej platformie, dostępnej także jako aplikacja na telefon.

Korzystanie z wersji online Przewodnika MICHELIN oraz mobilnej aplikacji jest proste i intuicyjne – od planowania podróży po rezerwację hotelu. W sekcji „Magazyn” użytkownicy mogą znaleźć inspirację przed kolejnymi wyjazdami, odszukać wymarzone miejsce na nocleg przy użyciu narzędzia filtrującego, zarezerwować pokoje, dokonać płatności online oraz podzielić się swoimi doświadczeniami lub opinią – w jednym miejscu, za pomocą zaledwie kilku kliknięć.

Platforma jest pozbawiona reklam, a użytkownicy mogą korzystać z obsługi klienta dostępnej przez 24 godziny na dobę, siedem dni w tygodniu oraz z pomocy zespołu ekspertów, którzy służą spersonalizowanymi wskazówkami, tak by każda podróż była niezapomniana.

– Klucz MICHELIN będzie jasnym i rzetelnym znakiem jakości dla podróżnych. Podobnie jak Gwiazdka MICHELIN wyróżnia restauracje osiągające mistrzostwo sztuki gastronomicznej, tak Klucz MICHELIN trafi do najbardziej wyjątkowych hoteli na całym świecie. To także uznanie pracy zespołów profesjonalistów, którzy oddają się swojej pasji z entuzjazmem – wyjaśnia Gwendal Poulennec, dyrektor Międzynarodowy Przewodników MICHELIN.

Rekrutacja pracowników dla branży HoReCa



W ostatnich latach branża HoReCa zmagają się z poważnym wyzwaniem jakim jest cały proces rekrutacji pracowników do poszczególnych działów. Ten globalny problem dotyka zarówno małe, rodzinne biznesy, jak i duże sieci hotelowe oraz restauracje. W obliczu rosnących oczekiwań zarówno klientów jak i pracowników przy dynamicznie zmieniającym się rynku, znalezienie odpowiednich pracowników staje się kluczowe dla sukcesu w tej branży.

MARCIN SAWINIEC
PREZES ZARZĄDU TOPPING WORK EUROPE



Jednym z rozwiązań, które zyskują na popularności, jest współpraca z profesjonalnymi agencjami pracy, takimi jak Topping Work. Agencja ta specjalizuje się w rekrutacji pracowników dla sektora HoReCa, dostarczając swoim klientom nie tylko doświadczonych pracowników, ale także oferując kompleksowe wsparcie w procesie selekcji i adaptacji nowych pracowników.

Korzyści jakie płyną ze współpracy z taką firmą to m. in. znaczne obniżenie kosztów obsługi pracowników (działania kadrowo – płacowe), brak urlopów wypoczynkowych czy zwolnień lekarskich – wszystkie wymienione

procesy agencja przejmuje na siebie. Współpraca taka, to doskonała alternatywa dla żmudnego procesu rekrutacji wykonywanego siłami wewnętrznymi obiektu.

Natomiast dodatkową zaletą współpracy z Topping Work jako zewnętrznego działu HR jest dostęp do szerokiej bazy kandydatów z branży HoReCa ze wschodu, m.in.: Ukrainy, Białorusi, Gruzji, Azerbejdżanu, Wietnamu jak i kolejnych nowych kierunków. Agencja w sposób ciągły prowadzi proces rekrutacji. Dodatkowo w ramach współpracy zapewnia sprawdzenie kompetencji oraz doświadczenia zawodowego odpowiednich pracowników.

Topping Work proponuje leasing pracowniczy, co może być atrakcyjną opcją dla tych pracodawców, którzy potrzebują elastyczności w zarządzaniu zasobami ludzkimi. Dzięki temu rozwiązaniu, firmy mogą szybko reagować na zmieniające się potrzeby rynku, zachowując przy tym kontrolę nad kosztami związanymi z zatrudnieniem.

Topping Work oferuje również doradztwo w zakresie prawa pracy oraz wsparcie w procesie adaptacji nowych pracowników, co jest szczególnie ważne w branży charakteryzującej się wysokim poziomem rotacji personelu. Dzięki temu pracodawcy

mogą uniknąć wielu pułapek związanych z zatrudnieniem nowych osób, a także zwiększyć szanse na długoterminowe utrzymanie wartościowych pracowników.

Podsumowując, współpraca z Topping Work jest doskonałym rozwiązaniem dla branży HoReCa, która zmagają się z problemem znalezienia i utrzymania wykwalifikowanej kadry. Agencja ta oferuje nie tylko dostęp do szerokiej bazy kandydatów, ale także profesjonalne wsparcie na każdym etapie procesu rekrutacyjnego, co jest nieocenioną wartością w dynamicznie zmieniającym się świecie hotelarstwa i gastronomii.

POTRZEBY ZESPOŁU NA PIERWSZYM MIEJSCU

czyli zarządzanie Hands on



Przywództwo hands on polega na przyjęciu koncepcji służenia innym i rozwijaniu odwagi, by zarządzać inaczej. Jest to koncepcja, która promuje postawę współpracy i wspiera kolektywizm w dążeniu do wspólnego celu. Podobnie jak relacyjny i partycypacyjny styl przywództwa, opiera się na zasadach włączania, wzmacniania pozycji, celowości i etycznych zachowań.

ANETA YKEMA

ZAŁOŻYCIELKA I DYREKTOR ZARZĄDZAJĄCA HOTELIART

Założeniem przywództwa hands on jest stawianie potrzeb zespołu na pierwszym miejscu. Liderzy ufają, że kiedy członkowie ich zespołu czują się spełnieni osobiście i zawodowo, zapewniają wyższą

jakość pracy i są bardziej wydajni. Zadowolenie pracowników i współpraca to główne rezultaty oraz wartości przywództwa hands on.

Przywództwo hands on jest istotne dla biznesu, ponieważ

tworzy środowisko pracy, w którym pracownicy na wszystkich poziomach organizacji czują się szanowani, słyszani i doceniani. Tego typu podejście tworzy pozytywną kulturę korporacyjną opartą na wartościach, ideach

i etyce oraz prowadzi do wysokiego morale wśród członków zespołu. Organizacje, które decydują się na filozofię przywództwa hands on, charakteryzują się zazwyczaj silniejszą pozytywną kulturą pracy, wysokim

Cykl

Nowe hotelarstwo

zaangażowaniem i utrzymaniem pracowników.

Jednak ten styl wymaga długoterminowego zaangażowania i ma potencjał, aby inspirować wysoką odpowiedzialność i lojalność pracowników. Lider musi jednak nadal wykazywać cechy przywódcze. Ostatecznie styl przywództwa hands on nie pozwala na dużą kontrolę nad pracownikami, dlatego menedżerowie muszą mieć pewność, co do umiejętności zarówno członków swojego zespołu, jak i siebie.

Główne wartości przywództwa hands on

- Umiejętność słuchania. Zapewnienie wszystkim członkom zespołu możliwości wypowiedzenia się i zwrócenie szczególnej uwagi na to, co się mówi (i to, co potencjalnie może nie zostać powiedziane).
- Bycie empatycznym. Dbanie o zespół na poziomie osobistym. Poczucie szczęścia i spełnienia w życiu osobistym przyczynia się do sukcesu w sferze zawodowej. Jeśli to możliwe, należy pomagać w sprawach osobistych.
- Rozwiązywanie problemów. Naprawianie poprzednich problemów przed przejściem do nowych projektów lub wyzwań.
- Samoświadomość siebie i swojego zespołu. Umiejętność akceptowania swoich słabości i rozwijania się. Świadomość mocnych i słabych stron swojego zespołu oraz swoich.

- Inspiracja. Liderzy wykorzystują perswazję i przewodzenie poprzez przykład – a nie swój autorytet – aby zachęcić ludzi do podjęcia działania.
- Przewidywanie. Uczenie się na błędach i sukcesach z przeszłości oraz wykorzystywanie tej wiedzy do opracowywania bieżących działań.

Liderzy zarządzający poprzez hands on pomagają swoim podwładnym w pełni wykorzystać ich potencjał, co dodaje im znaczenia i pokazuje, że mogą coś zmienić. Tacy liderzy wzmacniają także umiejętności swoich podwładnych i aktywnie angażują ich w procesy decyzyjne. Wzmacnia to ich poczucie kompetencji i autonomii.



Skuteczni liderzy budują zaufanie, szacunek i dobrą wolę, będąc jednocześnie autentycznymi, współczującymi i przejrzystymi.

Niektóre zasady przywództwa hands on skupiają się na rozwijaniu relacji z zespołem i modelowaniu ich. W myśl koncepcji hands on, lider istnieje, aby służyć zespołowi. Wiele osób myśli, że taki lider robi wszystko dla wszystkich, ale w rzeczywistości rozwija on relacje ze swoim zespołem, aby osiągnąć wspiane wyniki. Kiedy liderzy zmieniają swoje nastawienie i kierują się przede wszystkim współpracą odnoszą korzyści tak samo jak członkowie zespołu, ponieważ oni się rozwijają, a jednocześnie rośnie zaangażowanie całego zespołu.

W hotelarstwie, podobnie jak w innych branżach, skuteczni liderzy „znają” siebie; tj. rozumieją swój wpływ i sposób, w jaki są postrzegani. Pozostają pokorni. Wykazują pewną pokorę i odwagę, by przyznać, że oni też mogą czegoś nie wiedzieć, mogą się pomylić czy popełnić błąd.

Skuteczni liderzy budują zaufanie, szacunek i dobrą wolę, będąc jednocześnie autentycznymi, współczującymi i przejrzystymi. Przyjmują także strategię przywództwa polegającą na wykorzystaniu potencjału pracowników i inwestują w realne możliwości

rozwoju. Liderzy ci rozumieją, że takie podejście jest warunkiem wstępnym zbudowania kultury opartej na wartościach.

Przywództwo ma wizję, kierunek z celami, zadaniami i planami. Zwykle jest to trudne do wykonania samodzielnie, ale gdy masz zespół ludzi pracujących z Tobą, jest to zwykle łatwiejsze. Pomagasz swojemu zespołowi zwyciężać w tych zadaniach, celach i projektach, co z kolei wspiera plan, który masz przed sobą.

Pracujesz dla swojego zespołu i jesteś tylko tak dobry jak Twój zespół.



O AUTORZE

Hotelarz z pasją i ponad 15-letnim międzynarodowym doświadczeniem zawodowym zdobytym w prestiżowych sieciach hotelowych, takich jak: Best Western, Orbis, Small Luxury Hotels, Accor Hotels, Lindner Hotels AG, InterContinental® Hotels Group w Stanach Zjednoczonych, Niemczech, Austrii i Polsce. Ekspertka w dziedzinie sprzedaży, zarządzania kluczowym klientem oraz MICE.

Zarządzała wiodącymi klientami korporacyjnymi oraz rządowymi (Ambasady, Delegacja Unii Europejskiej przy ONZ, OSCE – Organizacja Bezpieczeństwa i Współpracy w Europie) w Wiedniu reprezentując sieć hotelową IHG z ramienia hotelu InterContinental® Vienna. Kierowała zespołem sprzedaży eventowo – konferencyjnej pierwszego hotelu stadionowego w Niemczech – Lindner BayArena w Leverkusen, gdzie zajmowała się profesjonalną organizacją spotkań biznesowych, meczów Bundesliga i Champions League. Wydelegowana do Task Force, brała udział we wprowadzaniu standardów hotelowych oraz wdrażaniu systemu operacyjnego Opera w różnych hotelach sieci Lindner. Jako dyrektor działu MICE w hotelu Novotel Neuss am Rosengarten w Niemczech, wraz z zespołem, dowodziła organizacji eventów do 7500 osób. Będąc regionalnym koordynatorem marketingu w sieci hotelowej Orbis w Poznaniu, sprawowała pieczę nad 4 markami hoteli Orbis dbając o zachowanie standardów Corporate Identity oraz marki, znając jednocześnie doskonale polski rynek hotelarski. Absolwentka studiów magisterskich na wydziale hotelarstwa, na Akademii Wychowania Fizycznego w Poznaniu oraz MBA ze specjalizacjami Hotel & Tourism Development oraz Real Estate Development wiedeńskiego uniwersytetu MODUL.

KIM JESTEŚ, *menadżerze SPA?*



Jest niczym prawdziwe narzędzie multifunkcyjne. Menadżer SPA to klucz do sukcesu, dlatego określenie zadań i rekrutacja na to kluczowe stanowisko wymagają najwyższej staranności. W poniższym tekście kilka pomocnych wskazówek jak znaleźć perłę.

ANETA MULLER
WŁAŚCICIELKA SPA CONSULTING

Cykl

Zawody w SPA

Dlaczego trudno znaleźć dobrego menadżera SPA?

Dzieje się tak przede wszystkim ze względu na bardzo zróżnicowane, a nawet sprzeczne kompetencje, których wymaga to stanowisko. Menadżer SPA musi czuć się swobodnie zarówno w świecie zarządzania, jak i estetyki, a także być zaznajomiony ze światem luksusu.

SPA to bardzo specyficzny mikrokosmos. Ogólnie rzecz biorąc, w restauracji zespół nie ma stałego, bezpośredniego kontaktu z klientami, w hotelu personel sprzątający musi być tak dyskretny, jak to tylko możliwe. W SPA personel jest w bezpośrednim i, stricte sensu, fizycznym kontakcie z klientami. SPA to świat spokoju, relaksu i dobrego samopoczucia a jednocześnie miejsce techniczne, o zaawansowanej technologii, gdzie funkcjonowanie zespołu musi być idealnie dopracowane, gdyż wszelkie zgrzyty są bezpośrednio odczuwalne przez klienta ze wszystkimi negatywnymi, natychmiastowymi i trudnymi do nadrobienia konsekwencjami.

Zatem główne cechy menadżera to, moim zdaniem, bycie doskonałym komunikującym,

zarówno na zewnątrz, jak i wewnątrz, posiadanie umiejętności zachowania Zen (przynajmniej na pozór), we wszystkich okolicznościach wykazywanie się szczerą pasją w tematyce zdrowia i dobrego samopoczucia i wreszcie, a może przede wszystkim, posiadanie dogłębnej wiedzy na temat praktyk dobrego samopoczucia i trendów rynkowych w tej dziedzinie, a także niezbędnego przywództwa i know-how w zarządzaniu zespołem.

Przywódca zainspirowany i inspirujący

Rola lidera wykracza daleko poza zwykłe zarządzanie personelem. Jest dyrygentem, który harmonizuje zróżnicowany zespół terapeutów, specjalistów od urody i pracowników recepcji, których często rekrutuje.

Wiedza o tym, jak tworzyć i podtrzymywać pozytywną i motywującą kulturę zespołu jest niezbędna. Menadżer musi być mentorem, prowadzącym swój zespół w kierunku doskonałości, jednocześnie dbając o środowisko, w którym wszyscy będą czuli się docenieni i zaangażowani.

Katarzyna Piwowarska, menadżer Herbal SPA w Herbarium Hotel & SPA wskazuje: Największe wyzwanie to utrzymać zdrowe relacje w zespole SPA. Różne osobowości i charaktery, każdy ma prywatne trudności co może wpływać na codzienne funkcjonowanie i odbić się na relacjach. Najważniejsze to zapobiegać i łagodzić problemy w zarodku. Reszta jest kwestią organizacji pracy a system jest poukładany.

Osobiście uważam, że zarządzanie oparte na współpracy

REKLAMA




Topping Work

Twój zewnętrzny dział rekrutacji HoReCa!



Rekrutacja
i leasing



Doradztwo
i formalności



Szkolenia
i kursy

SKONTAKTUJ SIĘ
Z NAMI JUŻ DZIŚ!



TOPPING-WORK.EU



BIURO@TOPPING-WORK.PL

(horyzontalne i interdyscyplinarne) najlepiej nadaje się do świata spa, ze względu na aktywne zaangażowanie pracowników w opracowywanie strategii oraz dobre relacje międzyludzkie.

Skuteczne przywództwo wymaga również przejrzystej komunikacji oczekiwań, proaktywnego rozwiązywania konfliktów i promowania rozwoju zawodowego. Ostatecznym celem jest stworzenie zespołu dostosowanego do wspólnej wizji, zmotywowanego do świadczenia usług najwyższej jakości.

Jakość obsługi klienta: Sztuka satysfakcji

Sercem usług SPA jest doświadczenie klienta, a menadżer SPA jest jego strażnikiem. Musi wdrożyć rygorystyczne standardy jakości i stale szkolić personel, aby zapewnić, że każdy klient będzie się czuł mile widziany, szanowany i otoczony opieką od początku do końca swojego doświadczenia w SPA.

Co więcej, oprócz nienaganej jakości zabiegów i obsługi, dzisiejsza klientela oczekuje, że zabiegi będą spersonalizowane pod kątem indywidualnych potrzeb jako efekt aktywnego słuchania i szybkiego rozwiązywania wszelkich problemów, które mogą się pojawić. Z tych powodów empatia, szybkość reakcji i skuteczność są cechami poszukiwanymi u menadżerów SPA. Kierownik musi również być na bieżąco z trendami SPA i wellness oraz dbać o to, by jego zespół był także wyedukowany. Dogłębne zrozumienie zmieniających się oczekiwań klientów umożliwia SPA przekroczenie własnych celów oraz wyprzedzenie konkurencji.

Świadomość tej roli menadżera podkreśla Marta Smirnow, menadżer Art SPA w Zamku Topacz: Cała praca w SPA jest wyzwaniem. Najważniejsze jednak to zapewnić założony standard obsługi mimo rotacji personelu. Wymaga to szczegółowego opracowania procedur i bardzo

dobrego przeszkolenia, co jest czasochłonne.

Dla nas priorytetem jest samopoczucie gości. Największą przyjemnością to informacja zwrotna od nich, zadowolenie z pobytu w SPA, z zabiegów.



Rola lidera wykracza daleko poza zwykłe zarządzanie personelem. Jest dyrygentem, który harmonizuje zróżnicowany zespół terapeutów, specjalistów od urody i pracowników recepcji.

Kreatywność i innowacyjność: broń, która robi różnicę

Aby wyróżnić się na wysoce konkurencyjnym rynku, menadżerowie SPA muszą być innowacyjni i wiedzieć, jak stworzyć silny wizerunek swojego obiektu. Może to obejmować na przykład opracowywanie nowych zabiegów, wprowadzanie innowacyjnych programów lojalnościowych lub tworzenie specjalnych wydarzeń w celu budowania lojalności klientów. Zdolność do przewidywania trendów rynkowych i kreatywnego włączania ich do oferty SPA ma kluczowe znaczenie dla pozostania w czołówce.

Innowacyjność nie ogranicza się do oferowanych usług. Menadżer może również tworzyć partnerstwa z innymi lokalnymi firmami, organizować warsztaty lub specjalne wydarzenia i korzystać z mediów społecznościowych, aby stworzyć dynamiczną

obecność w internecie. Dobry menadżer powinien zatem być dobrze obeznany w technikach marketingowych.

Zarządzanie operacyjne: delikatna równowaga

Zarządzanie operacyjne SPA to złożony balet, w którym menadżer żongluje codziennym grafikiem, magazynem, relacjami z dostawcami i nadzorem nad protokołami zabiegowymi, a wszystko to zgodnie ze standardami higieny i bezpieczeństwa. Skuteczna koordynacja codziennych zadań ma kluczowe znaczenie dla zapewnienia płynnej i bezproblemowej obsługi oraz pożądanego odczucia klienta. Inwestowanie w nowoczesne systemy zarządzania może ułatwić to zadanie. Narzędzia technologiczne mogą zoptymalizować procesy, zminimalizować czas oczekiwania i poprawić ogólną produktywność, więc menadżer musi opanować te narzędzia. Delikatna równowaga między wydajnością operacyjną a wyjątkową obsługą klienta jest niezbędna do ustanowienia, a następnie utrzymania reputacji SPA na rynku.

Ekonomia i zarządzanie finansami

W świecie wellness równowaga między jakością usług a rentownością finansową jest delikatna. Menadżer SPA jest odpowiedzialny za budżetowanie, ustalanie cen i maksymalizację przychodów. Oznacza to również ścisłe monitorowanie kosztów operacyjnych.

Niezmiernie ważne jest więc dokładne zrozumienie wskaźników finansowych, takich jak chociażby zwrot z inwestycji w nowe urządzenia. Menadżerowie muszą podejmować świadome decyzje, aby zapewnić zrównoważony rozwój ekonomiczny SPA bez uszczerbku dla standardów jakości, powinni więc mieć dobrą znajomość technik zarządzania i sprzedaży specyficznych dla tego sektora.

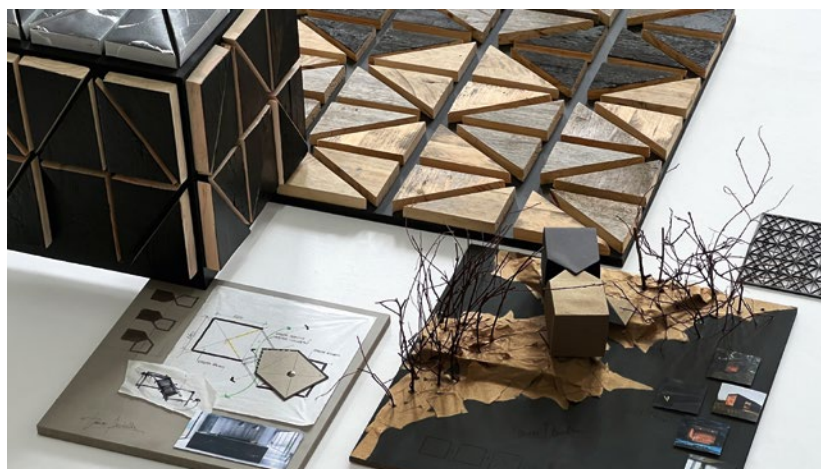
Żelazna dłoń w aksamitnej rękawiczce, równie rygorystyczna, co ława w kontakcie – tego właśnie oczekuje się od dobrego menadżera SPA. Specjalista w świecie luksusowych zabiegów kosmetycznych, zarządzania sprzedażą i zasobami ludzkimi jest siłą napędową i ambasadorem twojego SPA, zarówno wewnątrz, jak i na zewnątrz.



O AUTORZE

Od ponad 15 lat związana z branżą hoteli spa jako menadżer i niezależny konsultant. Opracowuje koncepcje spa, przeprowadza audyty i rekomenduje działania naprawcze, szkoli personel z jakości obsługi gościa i sprzedaży. Autorka wielokrotnie nagradzanych koncepcji spa m.in. Pałac Mierzęcin Wellness & Wine Resort, Herbarium Hotel & Spa, Zamek Topacz Resort & Art Spa.

ENSO Projekt – Relaks na pełnych obrotach



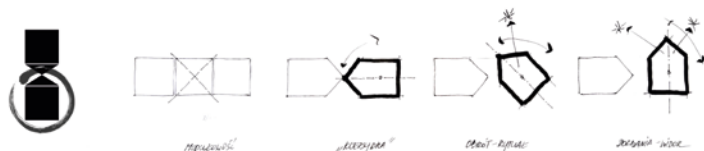
„ENSO” – okrąg napisany jednym pociągnięciem pędzla w kaligrafii Zen, symbolizuje spokój i dynamikę, prostotę i głębię, pustkę i pełnię.

Medytacja to niezaprzeczalnie jedna z coraz popularniejszych form relaksu i regeneracji. Dla większości kojarzy się ona ze statyczną, spokojną formą kontemplacji. Myśląc o medytacji często zapominamy jednak o ruchu. Występuje on zarówno na praktykach jogi czy też podczas zajęć tai-chi lub kaligrafii Zen. Ruch stanowi także integralną część rytuałów saunowych. Jego obecność odgrywa kluczową rolę w trakcie kontroli oddechu oraz podczas obracania wachlarzem przez saunamistrza.

ENSO Projekt to niezwykle koncept integracji ruchu w architekturze saun. Inspirowani ruchem pędzla w kaligrafii Zen, twórcy projektu wykorzystali innowacyjne podejście do stworzenia obrotowych modułów architektonicznych. Pozwoliło im to na wzbogacenie seansów saunowych o unikatowe doznania wzrokowe. W obecnej fazie projekt podzielono na dwa oddzielne rozwiązania:

Klepsydra

W oparciu o czas, niezwykle ważny aspekt rytuałów saunowych, stworzono koncept dwóch modułów łączących się na kształt klepsydry. Obiekt podzielony został na statyczną przestrzeń wypoczynku oraz obrotową strefę saun. W wyniku medytacyjnego, rytmicznego obrotu twórcy oferują, znajdującym się wewnątrz uczestnikom seansu, zmianę scenarii otoczenia.

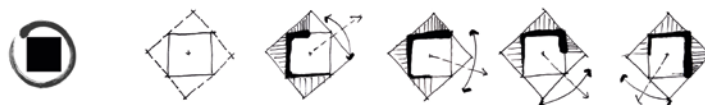


Kostka

Minimalizm form – bogactwo doznań.

Jak wskazuje motyw przewodni drugiej koncepcji, architektura saun przybiera tu najprostszą z form, czyli kostkę. Sam kształt nie powinien jednak was zmylić. Przy pomocy innowacyjnych rozwiązań inżynierskich, ta statyczna bryła wyposażona została w ruchomą, refleksyjną elewację. Podczas trwania seansu saunowego jej elementy

stale zmieniają pozycję pozwalając na nieprzerwany dopływ światła słonecznego jednocześnie zapewniając różnorodne widoki.



W ramach projektu uwzględniono również zastosowanie wyjątkowych, naturalnych materiałów zestawianych w różnorodne, geometryczne desenie. To wszystko odbywa się przy „akompaniamencie” niesamowitej, innowacyjnej technologii.

Należy wspomnieć, iż obie wymienione wyżej koncepcje przewidują wykorzystanie nowatorskich technik odzyskiwania energii. Wśród proponowanych rozwiązań możemy znaleźć specjalną powłokę, która po nałożeniu na elewację pozwala na zbieranie energii słonecznej niezbędnej do działania modułów.

ENSO Projekt to wynik współpracy brytyjskiej marki Baker Street Boys, tworzącej wyjątkową sztukę użytkową dla min. rodziny królewskiej Dubaju czy też zdobywcy Oscara Dustina Lance Black, oraz polskiego przedsiębiorcy Radosława Koziola, właściciela AS Global, specjalizującego się w tworzeniu wysokiej jakości obiektów spa takich jak Lava e Sal Ostróda czy też Lake Hill Resort & Spa. Autorem wstępnej koncepcji architektonicznej i pomysłodawcą projektu jest Tomasz Danielec, współzałożyciel Londyńskiej marki, wielokrotnie nagradzany architekt mający udział przy projektach min. The Park House London lub Zespołu Szkół nr 106 w Warszawie.

Jak widzimy połączenie międzynarodowego doświadczenia w świecie designu oraz zaplecza inżynierskiego stanowi fundament całej koncepcji. Wykorzystując minimalizm i artyzm Baker Street Boys, a także ogromne know-how przekazane przez Radosława Koziola i jego AS Global otrzymujemy gwarancję unikatowego, ekscytującego projektu, który z pewnością warto śledzić. Jeżeli interesują Cię dalsze losy ENSO Projekt lub chciałbyś stać się jego częścią zachęcamy do odwiedzenia strony ensoprojekt.com

ZABYTKOWA NIERUCHOMOŚĆ

zakup i adaptacja na hotel



W dobie masowej zabudowy o podobnej formie i specyfice, zakup nieruchomości zabytkowej o unikalnym wyglądzie, a często również wyjątkowym położeniu oraz niepowtarzalnym klimacie, może stanowić ciekawą alternatywę dla inwestorów z branży hotelarskiej, szukających nieszablonowych rozwiązań. Co jednak idzie za atypowością – cały proces inwestycyjny zakupu oraz adaptacji tego rodzaju nieruchomości może nastęrczać problemów i stanowić pewną barierę decyzyjną. Warto więc przyrzeć się bliżej tej tematyce, aby mieć świadomość z czym taki zakup w rzeczywistości się wiąże.

MALWINA KOŁODZIEJ

RADCA PRAWNY KANCELARIA PRAWNA INLEGIS KOŁODZIEJ NOGALA

Zabytkowa nieruchomość – czyli jaka?

Zacznijmy od określenia, czym w ogóle nieruchomość zabytkowa jest. Pojęcie zabytku jest bowiem prawnie uregulowane i znajduje się w Ustawie z dnia 23 lipca 2003 r. o ochronie

zabytków i opiece nad zabytkami (dalej „Ustawa”). Zgodnie z jej zapisami nieruchomości zabytkowe to nieruchomości, ich części lub zespoły, będące dziełem człowieka lub związane z jego działalnością i stanowiące obiekty minionej epoki bądź zdarzenia,

których zachowanie leży w interesie społecznym ze względu na posiadaną wartość historyczną, artystyczną lub naukową. Co istotne Ustawa w art. 7 wyróżnia także różne formy ochrony zabytków, takie jak:

- wpis do rejestru zabytków;

- wpis na Listę Skarbów Dziedzictwa;
- uznanie za pomnik historii;
- utworzenie parku kulturowego;
- ustalenie ochrony w miejscowym planie zagospodarowania przestrzennego albo w decyzji o ustaleniu lokalizacji

Cykl

ABC prawa

inwestycji celu publicznego, decyzji o warunkach zabudowy, decyzji o zezwoleniu na realizację inwestycji drogowej, decyzji o ustaleniu lokalizacji linii kolejowej lub decyzji o zezwoleniu na realizację inwestycji w zakresie lotniska użytku publicznego.

Nabycie nieruchomości zabytkowej

Jak w każdym przypadku zakupu nieruchomości, cały proces należy rozpocząć od dokładnego zbadania stanu prawnego nieruchomości, czyli przeprowadzenia tzw. due diligence nieruchomości. Co ciekawe, nie zawsze w potocznym rozumieniu stara nieruchomość będzie zabytkiem. W pierwszej kolejności zweryfikowania wymaga okoliczność, czy faktycznie mamy do czynienia z zabytkiem oraz jakim rodzajem ochrony jest on objęty. Będzie to miało bowiem wpływ na dalsze formalności związane z zakupem, późniejszą adaptacją, aż po obowiązki dotyczące samego utrzymania i konserwacji budynku. Warto również sprawdzić, czy ochroną objęty jest cały budynek czy np. tylko jego część. Stosowne informacje można znaleźć w treści decyzji o wpisie zabytku do rejestru lub innych decyzjach konserwatorskich, o ile takie były wydane. Jeśli natomiast nieruchomość objęta jest ochroną związaną z miejscowym planem zagospodarowania przestrzennego, należy dokonać analizy jego

zapisów. Z punktu widzenia samej czynności nabycia nieruchomości zabytkowej nie można pominąć także uregulowania art. 109 ustawy z dnia 21 sierpnia 1997 r. o gospodarce nieruchomościami, zgodnie z którym gminie przysługuje prawo pierwokupu w przypadku sprzedaży nieruchomości wpisanej do rejestru zabytków lub prawa użytkowania wieczystego takiej nieruchomości. Istnieje jednak zastrzeżenie, że prawo pierwokupu musi zostać ujawnione w Księdze wieczystej. Jeśli więc audyt prawny nieruchomości doprowadzi do stwierdzenia, że takie prawo gminie przysługuje, strony w pierwszej kolejności będą musiały zawrzeć umowę przedwstępną pod warunkiem nieskorzystania z ww. prawa przez gminę – co zapewne wpłynie na czas trwania całego procesu.

Adaptacja na cele działalności hotelarskiej

Gdy stan prawny nieruchomości zostanie ustalony, należałoby przejść do zbadania, czy po zakupie danej nieruchomości możliwe do zrealizowania będą przyjęte przez nas założenia biznesowe. Przy planowaniu adaptacji nieruchomości zabytkowej pod działalność hotelarską należy ustalić – w najszerszym możliwym zakresie – jaki jest stan techniczny nieruchomości, czy są, a jeśli tak, jakie zalecenia konserwatorskie, jaki był dotychczasowy sposób użytkowania nieruchomości oraz konieczny z punktu widzenia planowanej inwestycji zakres potencjalnych zmian i możliwość ich wdrożenia. Ustawa nakazuje bowiem właścicielowi zabytkowej nieruchomości uzyskanie pozwolenia od Wojewódzkiego Konserwatora Zabytków nie tylko na prace konserwatorskie, ale i na prowadzenie wszelkich robót budowlanych. W rozumieniu przepisów dotyczy to więc wszelkiej rozbudowy, przebudowy, nadbudowy oraz prac mających na celu odnowę istniejących już

elementów, uzupełnienie ich, lub zmianę rozkładu wnętrza. Ponadto artykuł 29 ust. 7 Ustawy z dnia 7 lipca 1994 r. Prawo Budowlane wprowadza jednoznaczną zasadę, że w przypadku obiektów zabytkowych – czyli w rozumieniu ww. ustawy obiektów budowlanych, wpisanych indywidualnie do rejestru zabytków – wykonywanie robót budowlanych wymaga uzyskania pozwolenia na budowę, natomiast w przypadku obiektów zabytkowych, zlokalizowanych na obszarze wpisanym do rejestru zabytków, wymagane jest dokonanie zgłoszenia zamiaru wykonania określonych robót z jednoczesnym złożeniem ostatecznej decyzji wydanej przez organ ochrony zabytków. Również dokonywanie podziału zabytku nieruchomego wpisanego do rejestru, czy też zmiana jej przeznaczenia lub sposobu korzystania wymaga zgodnie z Ustawą pozwolenia wojewódzkiego konserwatora zabytków (art. 36 ust. 1 pkt 8,9). Potencjalne problemy wymagają wcześniejszego

zidentyfikowania, by uniknąć sytuacji, gdy po zakupie nieruchomości okaże się, że zmiana sposobu użytkowania obiektu nie jest możliwa.

Podsumowanie

Zakup nieruchomości zabytkowej może być ciekawym doświadczeniem dla inwestora. Otwiera przed nim szereg możliwości biznesowych, ale jednocześnie pociąga za sobą lawinę wydatków. Dlatego też tak istotne jest, aby przed zakupem dokonać dokładnej analizy wszystkich okoliczności, które potencjalnie mogą mieć wpływ na planowaną inwestycję. W tym celu warto skorzystać z pomocy doświadczonych specjalistów – architektów, konserwatorów zabytków, konstruktorów oraz prawników specjalizujących się w tematyce nieruchomości zabytkowych. Trzeba również liczyć się z tym, że w trakcie realizacji zamierzenia pojawią się nieprzewidziane okoliczności, na które łatwiej będzie zareagować posiadając specjalistyczną pomoc.



O AUTORZE

Jest członkinią Okręgowej Izby Radców Prawnych we Wrocławiu. Absolwentka prawa na wydziale Prawa Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego; na tej samej uczelni ukończyła studia podyplomowe: Prawo Handlowe i Gospodarcze. Ukończyła również kurs pośrednika w obrocie nieruchomościami.

Z INLEGIS związana jest od 2019 r. Od grudnia 2022 r. jest współnikiem Kancelarii. Specjalizuje się w prawie nieruchomości. Lubi realizować projekty dotyczące obrotu nieruchomościami. Wspiera klientów w obsłudze prawnej transakcji nieruchomościowych, przeprowadza audyty prawne nieruchomości, bierze udział w negocjowaniu, zawieraniu i wykonywaniu umów.

Sport & fun

czyli dobre przykłady z życia

Za każdym razem przyjeżdżając do hotelu, w którym wiemy, że powinna być strefa fitness jednym z pierwszych pytań na recepcji jest „Gdzie jest siłownia?”. Owszem można powiedzieć, że to „skrzywienie zawodowe” jednak my wolimy: styl życia i nawyk.

AGNIESZKA KOBUS-ZAWOJSKA

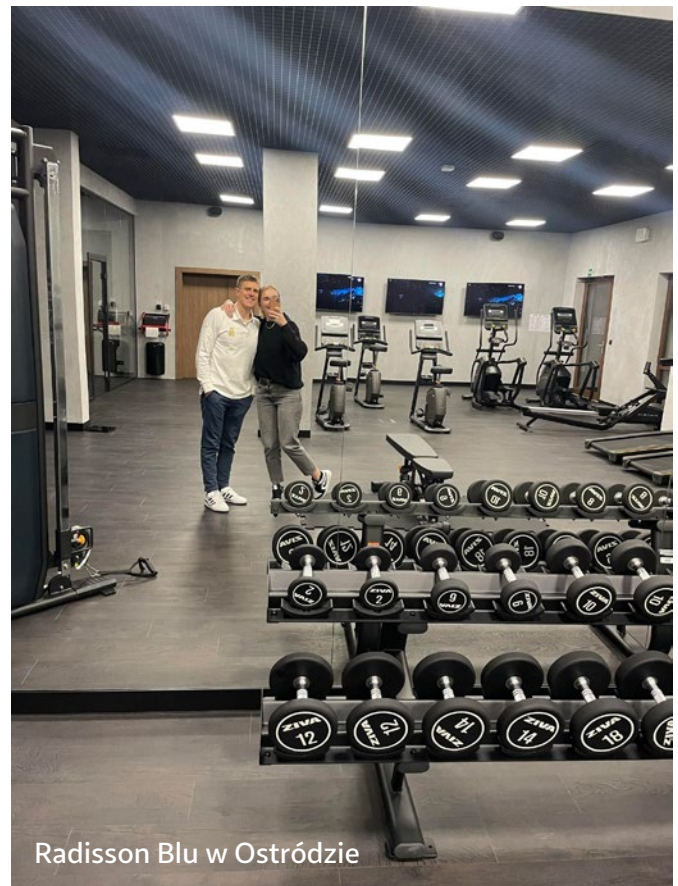
Nawet, jak nie trenujemy to aktywnie spędzamy czas. Odpoczynek dla nas to nie zawsze leżenie przy basenie – choć to też jest ważne. Widzimy, że coraz więcej ludzi ma świadomość odnośnie pozytywnego wpływu aktywności fizycznej na nasze zdrowie (fizyczne i psychiczne) i korzysta z różnych form aktywności oferowanych przez hotele. Poniżej przedstawimy trzy różne strefy fitness z 2023 roku, które pozytywnie nas zaskoczyły pod względem możliwości treningowych i aktywnego wypoczynku.

Meta Hotel & SPA

Będąc w Szczyrku szukaliśmy dobrze wyposażonej siłowni dla zawodnika przygotowującego się do Mistrzostw Świata i basenu dla przyszłej mamy. W pierwszej kolejności na myśl przychodzi Centralny Ośrodek Sportu w Szczyrku, który ma pełną

infrastrukturę sportową, lecz jest przeznaczona głównie dla grup sportowych. Osoby, które nie są zorganizowaną grupą sportową lub kadrą narodową (reprezentacja zawsze ma pierwszeństwo) z wcześniejszą rezerwacją, mogą mieć trudności, aby skorzystać z wspomnianej infrastruktury. Dlatego zdecydowaliśmy się odwiedzić Meta Hotel & SPA, który okazał się wyborem idealnym. Pięknie zaprojektowany basen, w którym można zarówno się zrelaksować, jak i popływać. Bicz wodne, jacuzzi, dużo miejsca na relaks z widokiem na góry. W tym samym kompleksie piętro wyżej jest przepięknie stworzona grotta solna oraz strefa saun. Idealne miejsce, gdzie można pogodzić relaks ze spokojną aktywnością fizyczną.

Strefa fitness jest wyposażona tak, aby każdy fitnessowy freak mógł zrealizować dobry trening. Duża przestrzeń, bogato



Radisson Blu w Ostródzie

wyposażona w różne sprzęty, wolne ciężary, to wszystko daje możliwość treningu osobom na różnym poziomie zaawansowania oraz z różnymi potrzebami. Strefa cardio oferuje kilka rodzajów maszyn, w tym ergometr wioślarski, który jak zawsze polecamy.

Radisson Blu Resort & Conference Center, Ostróda Mazury

Ten hotel od samego wejścia zrobił na nas dobre wrażenie. Szybka

droga z Warszawy, piękny widok na jezioro i zjeżdżalnie na basenie, które widoczne już z zewnątrz zachęcają, aby z nich skorzystać! Strefa basenów była dla nas bardzo pozytywnym zaskoczeniem. Mogliśmy połączyć przyjemne z pożytecznym i znów poczuć w sobie dziecko. Na tej strefie można było odpocząć, rekreacyjnie popływać i świetnie spędzić czas bawiąc się w najlepsze. Można uznać, że to taki trening, którego nie czujemy, a kalorie same się spalają!

Cykl

Strefa fitness i siłownia

Strefa fitness w Ostródzie to również miejsce, gdzie każdy może znaleźć coś dla siebie. Myślę, że to jedna z lepszych hotelowych stref fitness w jakich mieliśmy przyjemność zrobić trening.

Duża sala fitness z lustrami, dzięki którym możemy kontrolować swój ruch i ciało podczas ćwiczeń, a przy okazji zrobić instagramowe selfie. Zaopatrzona w wiele sprzętu: piłki fitball i lekarskie, maty oraz małe hantle. Myślę, że to idealna przestrzeń dla kobiet.

Druga sala to maszyny cardio. Duży wybór w tym ergometr wioślarski, z czego jak zawsze byliśmy zadowoleni! Dla miłośników treningu siłowego hantle o różnych ciężarach oraz wielofunkcyjna brama do ćwiczeń, dzięki której możemy zrobić wiele ćwiczeń

w różnej konfiguracji wykorzystując jedną maszynę. Byliśmy w Radisson Blu Ostróda dwa dni i udało nam się zrealizować dwie jednostki treningowe: trening tlenowy cardio na maszynach oraz siłowy z wykorzystaniem różnych możliwości.

Te wszystkie aspekty powodują, że na pewno wrócimy do tego hotelu. To idealny obiekt zarówno dla tych, którzy po prostu chcą się poruszać lub tak jak my nie rezygnować z treningów podczas wyjazdu.

Pałac i Folwark Łochów

Chciałabym na koniec dać za przykład hotel Pałac i Folwark Łochów należący do Grupy Arche.

Te miejsce zachwycało mnie od razu klimatem i bogatą ofertą aktywnego spędzania czasu.

Spacer to coś co lubimy, a folwark jest idealnym miejscem, aby „nabić” pokazną liczbę kroków. Ścieżki wokół rzeki Liwiec lub zwiedzanie zagrody i obserwacja zwierząt to idealny teren na spacer czy poranny jogging czyli aktywny wypoczynek, którego coraz więcej osób jest zwolennikami.

Na olbrzymim hotelowym terenie można spróbować lub kontynuować uprawianie sportów takich jak: tenis, koszykówka czy piłka nożna. A może by tak zaprosić hotelowego sąsiada i poprzez sport zbudować nowe relacje? Zewnętrzne boiska to idealne miejsce do spalenia spożytych kalorii w restauracji Paśnik w formie zdrowej, sportowej rywalizacji.

W okresie wiosennym i letnim można skorzystać ze spływów kajakowych rzeką i to nie ukrywam jest punkt na mojej bucket list na kolejny rok! Kto woli sport na lądzie może wypożyczyć rowery i wyruszyć w trasę po okolicznych lasach.

Oczywiście w hotelu jest strefa basenowa co prawda nie za duża, ale wystarczająca do błęgiego relaksu z widokiem na naturę.

Dla większych sportowców jest strefa fitness o nazwie „Kuznia mocy”. Znajdziemy tam pięć urządzeń cardio: bieżnię, rowerkę i orbitrek. Wielofunkcyjna

maszyna, na której zrobimy ćwiczenia na nogi, klatkę piersiową, plecy i brzuch. Są też ciężarki i hantle, które każdy może dostosować do swoich możliwości oraz drabinki z materacami, które są niezwykle pomocne przy ćwiczeniach rozciągających. Tak naprawdę pomimo, że nie znajdziemy tu wyszukanych urządzeń treningowych taki zestaw jest wystarczający dla każdego kto chce się poruszać i zrealizować trening.

W każdej branży bez względu na działanie najważniejsi są ludzie. My najbardziej doceniamy to kiedy tak jak w Folwarku możemy na siłowni skorzystać z miejsca i zrealizować trening na swoim ergometrze wioślarskim, który jest często naszym „przyjacielem” w podróży. Warto przede wszystkim być elastycznym na potrzeby klienta.

Na koniec, mała rada: warto zainwestować w dystrybutor z wodą. To prosty, ale jakże ułatwiający życie gości przedmiot.

Akademia Wioślarska Zawojskich oferuje możliwość przygotowania, własnych dedykowanych programów treningowych dla gości hotelowych, które będą jednocześnie poszerzeniem oferty hotelu. Rozwiązaniem są przygotowane treningi video wgrane w telewizor w pokoju.



Pałac i Folwark Łochów

O AUTORCE

Wicemistrzyni olimpijska Tokio 2020 oraz brązowa medalistka Igrzysk Olimpijskich Rio 2016, mistrzyni świata i Europy, multimedialistka mistrzostw Polski. Zawodniczka AZS AWF Warszawa i członkini wioślarskiej kadry narodowej. We wrześniu 2019 roku zajmowała drugie miejsce w rankingu kobiecego wioślarstwa Międzynarodowej Federacji Wioślarskiej.

NOWOCZESNE ROZWIĄZANIA dlaczego warto inwestować?

W dzisiejszych czasach, by zapewnić gościom atrakcyjny pobyt w hotelu, branża hotelarska musi szukać innowacyjnych rozwiązań. A takimi są z pewnością stacje do ładowania aut elektrycznych. Nowoczesne, atrakcyjne wizualnie, a przy tym ograniczają emisję CO2 i w ten sposób spełniają oczekiwania świadomych ekologicznie podróżnych.

PAULINA KUDŁACIK, BUSINESS DEVELOPMENT MANAGER ACTION

Poza tym, inwestycja w ekologię to także strategiczna decyzja biznesowa hotelu. Zwiększa ona jego atrakcyjność, nadaje marce odpowiedzialny charakter. W krótkiej perspektywie chodzi nie tylko o ekologię, ale także o zapewnienie codziennego bezpieczeństwa gościom hotelowym. Trzeba pamiętać, że ładowanie poprzez taką stację gwarantuje pełne bezpieczeństwo zarówno dla pojazdów, jak i samego obiektu. Eliminuje ryzyko przeciążenia, co jest kluczowe dla utrzymania stabilności sieci energetycznej. Natomiast w dłuższej perspektywie, infrastruktura do ładowania aut elektrycznych, zapewnia hotelowi przewagę konkurencyjną związaną z wejściem w segment rynku, który dynamicznie się rozwija. Z oficjalnych danych Licznika Elektromobilności prowadzonego przez Polskie Stowarzyszenie Paliw Alternatywnych i Polski Związek Przemysłu Motoryzacyjnego wynika, że pod koniec października 2023 r. w Polsce było zarejestrowanych łącznie 52 327 samochodów osobowych i użytkowych całkowicie elektrycznych. To oznacza, że przez dziesięć miesięcy b.r. ich liczba zwiększyła się o 18 912 sztuk, czyli aż o 55%.

Ale względy prestiżu hotelu i jego ekologicznego podejścia do działalności, które doceniają klienci to nie koniec listy argumentów za posiadaniem stacji ładowania aut elektrycznych w swoim obiekcie. Warto zauważyć, że największe portale służące do rezerwacji zakwaterowania online wprowadzają do wyszukiwarek opcję sortowania ofert hoteli według kryterium, którym są właśnie stacje ładowania pojazdów. To oznacza, że poprzez zainstalowanie stacji ładowania, dany hotel staje się bardziej widoczny dla klientów.

Kolejnym powodem będą względy legislacyjne. Z uwagi na liczne zmiany w prawie, które są kluczowe, by sprostać założeniom pakietu inicjatyw politycznych UE zwanych Zielonym Ładem, jako kraj członkowski jesteśmy zobligowani do redukcji emisji CO2. Aby temu sprostać, nowelizacja przepisów w związku ze stacjami ładowania samochodów elektrycznych w 2025 roku wprowadza obowiązek instalowania ładowarek do pojazdów na parkingach wybranych budynków niemieszkalnych. Dotyczy on nieruchomości o liczbie miejsc postojowych powyżej 20, które nie należą do małych lub średnich przedsiębiorstw, a więc i sieci hotelowych.

Dodatkowo, wiele mówi się o planowanych zmianach w zakresie poruszania się aut po zatłoczonych, dużych miastach i kurortach wczasowych. Ma to już nawet swoje określenie. Chodzi o Strefy Czystego Transportu, po których będzie można poruszać się wyłącznie samochodami spełniającymi określone normy, w tym elektrykami. Od przyszłego roku pierwsze miasta w Polsce mają rozpocząć wdrażanie takich stref.

Wygra więc ten hotel, który już dziś zacznie wdrażać ekologiczne rozwiązania transportowe, by pokazać swoim klientom, że idzie z duchem czasu i zrównoważonego rozwoju, chcąc zapewnić swoim gościom nie tylko komfort, ale i poczucie, że mają do czynienia z siecią hoteli, która realnie dba o ekologię. Dlatego rekomendujemy, by rozwijać swoją ofertę nie tylko o ładowarki elektryczne dla samochodów, ale również inwestować w elektryczne rowery, hulajnogi czy inne środki transportu, które mogą być dostępne



dla gości. To dodatkowa opcja dla podróżnych, którzy chcą zwiedzić okolicę w bardziej ekologiczny sposób.

Jako ACTION S.A., a dokładnie dział Action Business Center mamy dla swoich partnerów biznesowych specjalną ofertę dla branży hotelowej. Zapraszamy więc wszystkich do współpracy z nami, by już dziś zainwestować w przyszłość, która przyniesie korzyści zarówno dla środowiska, jak i dla sukcesu biznesowego hotelu. Wyprzedź konkurencję, stając się hotelem oferującym ekskluzywne rozwiązania elektromobilności, a my zadamy o kompleksowe wsparcie na każdym etapie Twojego elektromobilnego projektu w hotelu - polecam.

IONICKISS™



Śnieżno biały uśmiech,
w każdym miejscu



ionickiss.pl



ŚNIADANIA

*klasyczny
bufet,
a może
element
guest
experience?*

Doświadczenia gości podczas pobytu to jeden z ważnych aspektów decydujących o tym, czy powróci on do nas następnym razem. Guest experience to wrażenia, emocje i oczekiwania jakie towarzyszą podczas całego pobytu. Jak zaskoczyć gości w czasie śniadań?

AGNIESZKA DĄBROWSKA
PREZES ZARZĄDU
PORTFEL INWESTYCYJNY
APARTAMENTY I HOTELE

Warto zwrócić tu uwagę, że każdy rodzaj obiektu np. hotel city, resort, obiekt konferencyjny czy butikowy, przekazuje inne doznania gościom, które są bardziej lub mniej spersonalizowane. Wszystko zależy od obiektu, jaki chcemy wprowadzić na rynek i od tego kim jest nasz gość docelowy. W przypadku resortu rodzinnego, robienie śniadań w formie serwowanych dań, całkowicie się nie sprawdzi, gdyż nasi mali goście VIP, oczekują dużego wyboru, łakoci i przede wszystkim tego, czego w domu nie ma na co dzień. Uwielbiają gofry czy naleśniki. Natomiast, gdy planujemy otworzyć obiekt, w pięknym miejscu w Polsce, z unikalnym widokiem, z nastawieniem na wymagającą grupę docelową +35, wtedy możemy rozwinąć wodze fantazji i w inny

sposób zadbać o podniebienia naszych gości. Nie chcemy tu wskazywać, że śniadanie bufetowe lub serwowane jest lepsze czy gorsze, bardziej chodzi o zwrócenie uwagi, że jest ono ważnym elementem pobytu przypisanym do konkretnego charakteru obiektu.

Czy śniadanie może być doznaniem i elementem storytelling'u?

Zawsze byłam tego pewna, że tworząc historię hotelu, tworzymy też wyjątkowe wspomnienia z pobytu w nim. Zapach przy wejściu, miła uśmiechnięta obsługa, klimatyczny pokój, z dopieszczonymi szczegółami, dobra kuchnia i śniadanie, które jest ważnym elementem na rozpoczęcia dnia. Mamy różne rodzaje śniadań, zawsze dopasowywane do lokalizacji, charakteru obiektu,

jego wielkości oraz profilu gościa. W Garamond, a Tribute Portfolio sieci Marriott w Krakowie stworzyliśmy piękny storytelling, który nas zainspirował do wykreowania innych śniadań niż wszystkie dostępne na rynku lokalnym. Nasze poszukiwania inspiracji zaczęliśmy od starych fotografii, archiwów w lokalnych bibliotekach i wspomnienia naszych dziadków. Nasza historia sięga lat 1938 roku, kiedy pierwszymi dwoma właścicielami naszej kamienicy byli: hrabia Adam Potocki – spadkobierca kolekcji sztuki, oraz magnat prasowy Marian Dąbrowski – właściciel najpopularniejszego międzywojennego dziennika, Ilustrowanego Kurjera Codziennego. Wnętrza w stylu art déco, nawiązujące do okresu międzywojennego, a to tylko cząstka opowieści, którą prezentujemy. Taka historia w tle zobowiązała

nas do tego, aby w restauracji hotelowej wykreować śniadania na miarę tamtego okresu. Już samo to miejsce przypomina wyglądem Paryż w latach 20-tych, dlatego zainspirowani, stworzyliśmy koncept śniadań serwowanych, lecz nie zapominając o potrzebie wyboru w asortymencie przez naszych gości. Pozwalamy im zbliżyć się do historii budowanej wokół opartej na przedwojennych faktach w anturazie zebranych artefaktów.

Naszą przygodę ze śniadaniem zaczynamy od wejścia do restauracji

W oddali słychać już muzykę jazzową/bluesową, a ciepłe wnętrza zachęcają do celebracji śniadania. Śniadanie rozpoczyna się od lampki prosecco i podanej etażerki. To dawny lekki, otwarty mebel, składający się z kilku półek, przez lata

REKLAMA





jej forma i wykorzystanie ewaluowało. W okresie międzywojennym zagościła na stołach jako potocznie zwana „patera”. To trzypoziomowa ekspozycja śniadaniowa składająca się z wyselekcjonowanych wędlin, serów, warzyw, przekąsek słodkich oraz wytrawnych, do tego pieczywo wraz z dodatkami. Napoje kawa, herbata, soki wyciskane również są podawane i serwowane bezpośrednio gościom, nie ma w tym zakresie samoobsługi i stojących na froncie restauracji ekspresów. Na każdym stole dla naszych gości, przygotowane jest menu dań ciepłych serwowanych przez szefa śniadań m.in.: jajka po benedyktyńsku, gofry z łososem czy tradycyjna jajecznica po krakowsku. Dopełnieniem całego śniadania jest mały bufet przekąskowy, i nie jest to klasyczny bufet z wyborem wędlin, serów, pasztetów, ciast itd. To plejada małych finger foodów, wybór wyselekcjonowanych małych przekąsek,

które są na jeden kęs. Każdy z tych elementów etażerka, dania ciepłe, finger foody oraz personal serwis, sprawia, że śniadanie jest dodatkowym elementem tworzącym guest experience. Górują lokalni dostawcy, oczywiście nie da się mieć 100 proc. produktów od lokalnych małych dostawców, jednak przy odrobienie chęci produkty z pobliskiego placu/targowiska również świetnie uzupełniają menu.

Dostosowanie do gościa i poszerzenie oferty

Cały koncept brzmi zachęcająco, ale wiąże się to też niestety z paroma minusami. Personal ma więcej pracy ze względu na spersonalizowany serwis, szef śniadań codziennie na świeżo przygotowuje bufet składający się z finger food, a czas temu poświęcony jest zawsze dłuższy niż standardowemu bufetowi. Istnieje spore ryzyko zmarnowania asortymentu z pater i bufetu,

niezdatne do dalszego wykorzystania, co sprawia, że food cost śniadaniowy jest niestety wyższy.

Należy też zwrócić uwagę, że nie wszyscy goście lubią taką formę śniadań, dlatego dobór rodzaju posiłku do charakteru obiektu i grupy docelowej jest tu bardzo ważny. Szef kuchni Paweł Pamuła dba o każdy detal śniadania, aby asortyment był codziennie świeży, potrawy powtarzalne, a etażerki wyjątkowe i sprawiające efekt wow. Jednak to już do nas hotelarzy należy decyzja, jaka forma śniadania będzie najlepsza dla naszego gościa, niezależnie jednak od wszystkich opinii zawsze jest to ważny element pobytu, nie bez względu na formułę. Przełamywanie stereotypów jest bardzo ważne chcąc wyróżnić się wśród konkurencji i zbudować grono lojalnych klientów. Przed nami z pewnością jeszcze wiele modyfikacji naszego konceptu, słuchamy opinii gości, wprowadzamy zmiany sezonowe, ale z pewnością kolejnym krokiem będzie wprowadzenie serów niszowych od polskiego dostawcy, którego niedawno udało nam się poznać na jednym z wine tastingów organizowanych przez Wine service. Pozostaje mi tylko zaprosić do naszego świata i życzyć smacznego.



O AUTORZE

Związana z branżą hotelową od 2000 roku. Obecnie zarządzająca Grupą Hotelową PI Apartamenty&Hotele z siedzibą w Krakowie, która prowadzi działalność operacyjną i budowlaną w sektorze HORECA. Firma założona została w Krakowie, a tworzą ją Hotelarze z pasją i wieloletnim doświadczeniem w hotelach sieciowych oraz prywatnych. Obecnie Grupa Hotelowa PI Apartamenty&Hotele działa w sześciu obszarach: doradztwo dla branży hotelowej, fit-out wykańczanie obiektów noclegowych pod klucz, pre-opening obiektów noclegowych (hotele/aparthotele/apartamenty), zarządzanie obiektami prywatnymi i sieciowymi, administrowanie budynkami, restrukturyzacja istniejących inwestycji).

Sezonowe propozycje oraz różnorodność smaków

MAREK ŁYSZCZAK
BRAND AMBASSADOR MONIN I VITAMIX

Na podstawie badań, zleconych w pięciu największych sieciach hoteli w Polsce stwierdzono, iż niemal 87 proc. odwiedzających gości, decyduje się na wybór oferty noclegowej wraz z śniadaniem – to dla nas jasny sygnał, iż pierwszy posiłek dnia jest jednocześnie tym, do którego przywiązujemy największą uwagę. Nic więc dziwnego, iż wraz z rozwojem całej kategorii śniadań, zauważalne zmiany dotyczą również napojów.

Aktualne trendy oraz nowości w kategorii napojów podawanych podczas śniadań hotelowych obejmują przede wszystkim sezonowe propozycje oraz różnorodność smaków – goście coraz częściej oczekują zdrowych smoothie z dodatkiem puree owocowego, jak chociażby Monin Mango Puree oraz napojów niskosłodzonych, takich jak herbaty

mrożone na bazie koncentratów Monin Peach Tea lub Lemon Tea. Co więcej, cała kategoria produktów Pure by Monin w sześciu różnych wersjach smakowych, już teraz świetnie sprawdza się w wielu miejscach, z których korzystają osoby o zupełnie zróżnicowanych preferencjach żywieniowych – brak dodatku klasycznego cukru, za wyjątkiem naturalnej fruktozy powoduje, iż kategoria napojów nisko lub zupełnie bezcukrowych potrafi być tak samo zdrowa, jak i ciekawa.

Ponadto, z uwagi na panującą zimą, rośnie ochota na różnego rodzaju napoje rozgrzewające – zimowa herbata z syropem Monin Red Spiced Berries lub Winter Spice czy kawa latte z syropem Monin Gingerbread. To tylko niektóre propozycje, które podczas trwającego sezonu badają o nasze dobre samopoczucie w chłodniejsze dni.



REKLAMA

Organizator:



27. edycja

16-lecie

12-14 marca 2024

**Międzynarodowe Targi Rozwiązań
dla Branży HoReCa**



Wystawcy 2024:



www.eurogastro.com.pl

Późne śniadania w nowej odsłonie w InterContinental Warszawa

Hotel InterContinental Warszawa ogłosił wprowadzenie nowej oferty kulinarnej, adresowanej do miłośników dłuższych weekendowych poranków – „Morning After Breakfast”.



Ta propozycja jest stworzona z myślą o tych, którzy cenią dłuższy sen w weekendy, nie rezygnując przy tym z obfitych, smakowitych śniadań w luksusowej oprawie.

Późne śniadania w InterContinental Warszawa to prawdziwa uczta, prezentująca szeroki wachlarz różnorodnych potraw i smaków. Oferta obejmuje m.in.:

wyśmienite, lokalne sery i wędliny od renomowanych dostawców, wykwintne dania z jajek w różnych wariacjach, chrupiące Rosti ziemniaczane, bufet sałatkowy, domowy hummus, amerykańskie naleśniki oraz tradycyjne polskie przysmaki.

W ramach „Morning After Breakfast” przygotowano również stacje gotowania na żywo, gdzie

serwowane są między innymi wysmienite dania, takie jak Beef Wellington – soczysta wołowina otulona w kruchym cieście francuskim, podana ze smakowitymi dodatkami. Dostępna jest również wersja wegańska z burakiem Bio.

W menu nie brakuje słodkości. Wyrafinowane desery nie tylko kuszą podniebienie, ale również

zachwycają niezrównanym połączeniem smaków.

Późne śniadanie „Morning After Breakfast” jest serwowane w weekendy (soboty i niedziele) w godzinach od 11:15 do 14:00 w Restauracji DownTown, zlokalizowanej na 1. piętrze hotelu InterContinental Warszawa.

OFERTA DLA HOTELI

Premium

Galvanina Polska z przyjemnością przedstawia ekskluzywną ofertę dostosowaną do hoteli premium, prezentującą to, co najlepsze we włoskiej tradycji i innowacji w napojach. Skupiamy się na trzech różnych liniach, które ucieleśniają istotę bogatego dziedzictwa kulinarnego i kulturowego Włoch, a jednocześnie zaspokajają rosnące zapotrzebowanie na ekologiczne, wysokiej jakości napoje.

1. Woda Galvanina Century: Smak Apeninów

Nasza woda Galvanina Century pochodzi ze spokojnych wzgórz Rimini, położonych między majestatycznymi Apeninami i tętniącym życiem Morzem Adriatyckim. Ta naturalna woda mineralna to nie tylko orzeźwiający napój, ale także historia włoskiego dziedzictwa i naturalnej czystości. Woda pochodzi z nietkniętego źródła, które jest naturalnie filtrowane przez starożytne formacje skalne, nasycając ją unikalnym profilem mineralnym, który jest zarówno zdrowy, jak i aromatyczny.

Kluczowe cechy:

Pochodzenie: Rimini, Włochy – między Apeninami a Morzem Adriatyckim.

Naturalna filtracja: Wzbogacona minerałami naturalnie filtrowanymi przez starożytne formacje skalne.

Profil smakowy: Gładki i zrównoważony, z subtelnym mineralnym smakiem, który uzupełnia wykwentne posiłki.

Opakowanie: Elegancko zaprojektowane butelki, które

odzwierciedlają charakter produktu premium, idealne do ekskluzywnych hoteli.

2. Linia Mocktail: Organiczny bezalkoholowy Spritz

Nawiązując do włoskiej tradycji aperitivo, naszym najnowszym dodatkiem jest linia Mocktail, obejmująca organiczny, bezalkoholowy Spritz. Ten innowacyjny napój oferuje odmianę konwencjonalnego włoskiego aperitivo, zaspokajając rosnące grono konsumentów dbających o zdrowie, którzy preferują opcje bezalkoholowe bez uszczerbku dla smaku.

Kluczowe cechy:

Organiczne składniki: Wykonany z naturalnych składników, zapewniający wysokiej jakości doznania bez poczucia winy spowodowanego spożyciem alkoholu.

Bezalkoholowy: Idealny dla gości preferujących napoje bezalkoholowe. Wymieszaj z prosecco, aby zaoferować lekki napój ABV.

Italian Tradition: Inspirowany klasycznym włoskim Spritzem, oferujący autentyczny smak Włoch.

Wszechstronność: Idealny jako samodzielny drink lub baza do kreatywnych przepisów na mocktaila.

3. Linia Mixology: Podnoszenie jakości koktajli

Nasza linia Mixology to hołd złożony sztuce przygotowywania koktajli, obejmujący szereg aromatyzowanych toników, coli z imbirem, piwa imbirowego i różowego grejpfruta. Produkty te zostały starannie opracowane, aby wzbogacić i uzupełnić każde menu koktajlowe, zapewniając wyraźnie organiczny i włoski akcent popularnym drinkom, takim jak Negroni, Gin and Tonic, Paloma oraz koktajle na bazie whisky.

Kluczowe cechy:

Różnorodność smaków: Obejmuje toniki smakowe, colę z imbirem, piwo imbirowe i różowy grejpfrut.

Jakość Bio: Wszystkie składniki są organiczne, co zapewnia najwyższej jakości, naturalny smak.

Włoskie rzemiosło: Każdy produkt jest wytwarzany we Włoszech, co gwarantuje autentyczny profil smakowy.

Wzbogacenie koktajlu: Specjalnie zaprojektowany, aby podnieść klasyczne koktajle z unikalnym, organicznym akcentem.

Podsumowując, oferta dla hoteli premium polega na dostarczaniu napojów i zapewnianiu wrażeń głęboko zakorzenionych we włoskiej tradycji, organicznej czystości i innowacyjnym smaku. Robimy to za pomocą pięknej, wyrafinowanej wytłaczanej butelki, celebrującej stuletnie dziedzictwo naszej firmy.

Od naturalnych źródeł Rimini po tętniące życiem godziny aperitivo na włoskich placach, nasze produkty to podróż przez bogate smaki i kulinarną doskonałość Włoch. Zapraszamy do podniesienia jakości napojów w hotelu dzięki wyrafinowanej i autentycznej włoskiej ofercie Galvanina.

ELEGANCKA STACJA ŁADOWANIA OD GARO

Stacja GARO LS-4 wykonana jest głównie z aluminium, dzięki czemu jest stylowa, elegancka, ponadczasowa i łatwa w montażu. Idealnie sprawdzi się w hotelach, czy restauracjach, które stawiają na nowoczesny styl i ekologię. Goście z pewnością docenią nie tylko minimalistyczny design stacji GARO LS-4, ale także to, co oferuje. A czeka na nich przyjazny interfejs oraz dwa podświetlone i odporne na pogodę gniazda do ładowania. Stacja GARO LS-4 posiada możliwość podłączenia systemu rozliczeń. To już czwarta generacja produktu, jest więc dopracowana w każdym calu. Dodatkowo, producent zapewnia pełny serwis i wsparcie techniczne.



CZYŚCIMY PEŁNĄ PARĄ

Wysokociśnieniowa myjka parowa Gioel Professional to wielofunkcyjne urządzenie przeznaczone do profesjonalnego czyszczenia różnego rodzaju powierzchni. Do działania wykorzystuje moc pary wodnej o temperaturze 175° C oraz ciśnienie 7 barów, dzięki czemu sprawnie usuwa brud oraz skutecznie dezynfekuje, a to wszystko bez użycia środków chemicznych. Mnogość wyposażenia systemu Gioel Professional umożliwia efektywne sprzątanie pokoi hotelowych, łazienek, holi, basenów, gabinetów SPA, zaplecza kuchennego czy dużych szklanych powierzchni.



NAJPIĘKNIEJSZA FORMA POWITANIA



Strefa wejściowa jest wizytówką budynku. Szczególnie w hotelach czy budynkach użyteczności publicznej liczy się efekt pierwszego wrażenia. Drzwi karuzelowe GEZE Revo.PRIME dają architektom możliwość bezproblemowego połączenia wysokich wymagań w zakresie wzornictwa, technologii, energooszczędności i komfortu przechodzenia.

Revo.PRIME to: bardzo niska wysokość dachu wynosząca zaledwie 75 mm, wąskie profile

o wysokości 60 mm dla większej przejrzystości, zaawansowany układ napędowy zapewniający wydajną ale też energooszczędną pracę oraz wygodny dostęp do budynku, zmniejszony pobór mocy oszczędza zużycie energii przez drzwi obrotowe o 30%.

WYDAJNY I EKOLOGICZNY



DAIKIN

LMS – Monoblock R290 z technologią inwerterową to ultranowoczesne rozwiązanie chłodzące oferujące wyjątkową wydajność, efektywność energetyczną i pozytywny wpływ na środowisko. Zostało zaprojektowane, aby zapewnić doskonałą wydajność chłodzenia, umożliwiając optymalną kontrolę temperatury w chłodniach. Moduł Bluetooth oraz Wi-Fi umożliwiają łatwy, sprawny oraz zdalny dostęp do parametrów jego pracy! Jest dostępny „od ręki”, więc BE GREEN TOGETHER!

NIRE – DZIAŁANIE I ZALETY. DYSTRYBUTOREM: ASENSO



Sercem mechanizmu grzewczego NIRE jest mata FIR z konglomeratem węglowym ze srebrem. Z chwilą podłączenia fotela do prądu, folia zaczyna emitować daleką podczerwień, która przenika na cztery centymetry w głąb ciała.

Ciepło rozszerza naczynia krwionośne i poprawia krążenie, przez co przyspiesza metabolizm, wzmacnia przemianę materii i wymianę substancji odżywczych. Powoduje to regenerację organizmu oraz pozwala wprowadzić ciało w stan głębokiego relaksu. A to dopiero początek pozytywnego wpływu NIRE na Twoje ciało.

Każda krzywizna fotela została zaprojektowana z myślą o niesieniu ulgi zmęczonym stawom i mięśniom, zarówno w przypadku intensywnego treningu, jak i siedzącego trybu życia. Ergonomiczny kształt fotela utrzymuje ciało w pozycji zerowej grawitacji, określonej przez specjalistów NASA. Zapewnia optymalne i najbardziej korzystne ułożenie całego ciała. Gwarantuje najlepszy sen i relaks. Odciąża kręgosłup, rozluźnia mięśnie, otwiera drogi oddechowe i odciąża serce. Możliwość kołysania się w fotelu pozwala na pobudzenie mięśni głębokich oraz automasaż

NOWA LINIA KAW JULIUS MEINL THE ORIGINALS BIO FAIRTRADE

Zainspirowane kultowymi miejscami w Wiedniu, gdzie spotyka się natura i kultura, podwójnie certyfikowane kawy The Originals Bio Fairtrade są uprawiane metodami ekologicznymi, etycznie pozyskiwane i palone z wykorzystaniem ponad 160 letniej tradycji i doświadczenia.

KAWY LEPSZE POD KAŻDYM WZGLĘDEM.



KARMELOWA NOWOŚĆ OD MONIN

Bogata, słodka i maślana konsystencja karmelu to główne cechy, jakimi wyróżnia się sos MONIN Caramel. Zapewni przepyszny smak twoim ulubionym gorącym lub zimnym napojom kawowym, ale nie tylko. Sos MONIN Caramel to także pyszny dodatek do deserów, napojów kawowych czy lodów.



WINTERHALTER PARTNEREM STRATEGICZNYM EUROGASTRO 2024!



Firma Winterhalter Polska, czołowy producent technologii zmywania dla branży HoReCa, został oficjalnym Partnerem Strategicznym nadchodzących Międzynarodowych Targów Gastronomicznych – EuroGastro 2024. To wyjątkowe wydarzenie, które odbędzie się w dniach 26–28 marca 2024 w Ptak Warsaw EXPO, już teraz wzbudza ogromne emocje w świecie kulinarnej pasji.

EuroGastro to prawdziwa uczta dla wszystkich, którzy kochają sztukę kulinarnej kreacji. Bogaty program skupia się na wspieraniu rozwoju branży poprzez prezentację najnowszych trendów, innowacji i technologii. W roku 2023 Targi zgromadziły aż 15 464 odwiedzających z 22 krajów Europy, potwierdzając swoją rolę w budowaniu silnej wspólnoty kulinarnej.

Bieżąca współpraca pomiędzy Ptak Warsaw EXPO oraz Winterhalter Polska stanowi kluczowy krok w kierunku wzbogacenia tej wyjątkowej inicjatywy. Winterhalter, będący uznawanym liderem w dziedzinie technologii zmywania dla gastronomii, wnosi do wydarzenia swoje eksperckie podejście, innowacyjne rozwiązania oraz wieloletnie doświadczenie poparte niekwestionowanymi sukcesami na polskim rynku.

**ACTION, Dział E-Mobility**

ul. Dawidowska 10
05-500 Piaseczno
tel. 602-499-340
664-720-132
ev@action.pl
ev.action.pl

ACTION Business Center E-Mobility świadczy kompleksową obsługę montażu stacji ładowania w całej Polsce i Europie. Towarzyszy swoim partnerom biznesowym od momentu planowania, poprzez projekt, budowę przyłącza, montaż i zarządzanie stacją. W naszej pracy staramy się wypracować z dostawcami najlepszą ofertę skrojoną do potrzeb danego projektu, dlatego gramy z topowymi producentami rynku e-mobility. Wejdz z nami do świata elektromobilności i zaoferuj swoim gościom nowoczesne, ekologiczne doświadczenia luksusu.

**ADA Cosmetics International**

Headquarters:
Rastatter-Str-2A / 77694 Kehl / Germany
tel. 602-326-867
waldemar.tkaczyk@ada-international.com
www.ada-cosmetics.com

Firma ADA Cosmetics, założona w 1979 roku, produkuje wysokiej klasy kosmetyki hotelowe dostosowane do potrzeb branży hotelarskiej. W portfolio znajduje się ponad 20 marek: od lifestylowych po luksusowe, od mainstreamowych po ekskluzywne, w tym certyfikowane kosmetyki naturalne oraz znane międzynarodowe marki designerskie. ADA jest również wynalazcą i liderem rynku w dziedzinie systemów dozujących. Firma z certyfikatem Cradle-to-Cradle jest ukierunkowana na przyjazny dla środowiska, zrównoważony sposób prowadzenia działalności.

**Asenso**

Aleje Jerozolimskie 94
00-807 Warszawa
www.asglobal.pro
info@asenso.spa
tel. 788-939-318
rkoziol@asenso.spa

Od ponad dwudziestu lat jestem związany z branżą basenową oraz SPA & Wellness. Zaangażowanie oraz zdobyte doświadczenie pozwoliły na realizację ponad 100 projektów dla 70 Inwestorów. Dziś mogę realizować nowe projekty dzięki zespołowi specjalistów i wykonawców, którym przez lata udało się zgromadzić wokół mnie.

**Daikin Airconditioning Poland**

ul. Krakowiaków 36
02-255 Warszawa
tel. (22) 319-90-00
marketing@daikin.pl
www.daikin.pl

Daikin Airconditioning Poland Sp. z o.o oferuje efektywne energetycznie i zaawansowane technologicznie rozwiązania do ogrzewania, klimatyzacji, chłodzenia zarówno w obiektach komercyjnych, przemysłowych jak i w budownictwie indywidualnym. Posiada szereg biur regionalnych w całej Polsce oraz oferuje swoje produkty i usługi poprzez sieć autoryzowanych Partnerów w całym kraju.

**Domowe Sanatorium Zimnoch**

ul. Białostocka 50
16-010 Wasilków
tel. 780-069-956
kontakt@gioelpolska.pl
www.gioelpolska.pl

Domowe Sanatorium powstało z pasji do zdrowego stylu życia i miłości do nowych technologii. Od 2006 roku dostarczamy klientom najwyższej jakości produkty marek: Kuvings, Lotus Grill, Blendtec. Naszą misją jest promowanie innowacyjnych, przydatnych i najlepszych rozwiązań, które sprawiają, że nasi klienci żyją zdrowiej i lepiej. Ostatnio wprowadziliśmy nowe brandy: Gioel Professional, Tenderflame oraz FinaMill.

**GEZE Polska**

ul. Marywilska 24
03-228 Warszawa
tel. (22) 440-44-40
fax (22) 440-44-00
geze.pl@geze.com
www.geze.pl

Funkcjonuje na polskim rynku od 1997 r. Jesteśmy jednym z uznanych na całym świecie producentów systemów okuć do drzwi i okien oraz technologii bezpieczeństwa. Oferujemy szeroką gamę produktów, jak drzwi automatyczne, samozamykacze, technika drzwiowa i okienna, urządzenia do odprowadzania dymu i ciepła (RWA), systemy bezpieczeństwa i zarządzania budynkiem. GEZE to innowacyjne rozwiązania budowlane, najwyższa jakość i całościowe wsparcie projektowe. Towarzyszymy naszym klientom w całym cyklu życia budynku – począwszy od jego koncepcji i projektu, poprzez budowę, aż po codzienne użytkowanie. Oferujemy nie tylko najlepsze produkty i rozwiązania, ale również pełne wsparcie projektowe oraz modelowanie BIM, a także profesjonalne usługi montażowe i serwisowe.



**MEDIA
MANAGEMENT
EUROPE**

Media Management Europe
ul. Gołębia 1 A
05-825 Grodzisk Mazowiecki
tel. (22) 734-48-90
info@mm-eu.tv
www.mm-eu.tv

Media Management Europe (MME) powstała w 2004 roku w oparciu o 10-letnie doświadczenie w doradztwie, sprzedaży, instalacji i zarządzaniu usługami telefonicznymi, TV satelitarnej oraz IT dla klientów komercyjnych i mieszkaniowych. Nadrzędnym celem przyświecającym utworzeniu MME było propagowanie wiedzy na temat legalnej reemisji w kontekście obowiązującego prawa i ochrona nadawców. MME koncentruje się na jednym obszarze wiedzy – udzielaniu prawa do reemisji ponad 100 kanałów telewizyjnych w imieniu kilkunastu nadawców, zarówno lokalnych, jak i międzynarodowych. Wieloletnie doświadczenie, doskonała znajomość aspektów prawnych oraz branży HoReCa i CATV czynią z MME profesjonalnego doradcę pod silną i dobrze rozpoznawalną marką.



**POLSKI
HOLDING
HOTELOWY**

Polski Holding Hotelowy
ul. Komitetu Obrony Robotników 39G
02-148 Warszawa
tel. (22) 264-64-64
fax (22) 650-08-73
biuro@phh.pl
www.phh.pl

Polski Holding Hotelowy to spółka w 100 proc. z kapitałem państwowym, której celem jest nowoczesne zarządzanie obiektami świadczącymi usługi hotelarskie należącymi do Skarbu Państwa. Współpracuje – jako franczyzobiorca – z czołowymi światowymi sieciami hotelowymi, takimi jak Marriott International, Hilton International, Best Western Hotels&Resorts, InterContinental Hotels Group i Louvre Hotels Group. W Grupie PHH, która jest jednym z największych graczy na rynku hotelowym w Polsce, znajduje się łącznie 10 spółek, 54 hotele i obiekty z blisko 6 tysiącami pokoi.



SCM
ul.al. Jana Pawła II 11
00-828 Warszawa
tel. (22) 586-54-00
fax (22) 586-54-01
biuro@scmpoland.pl
www.scmpoland.pl

Firma SCM działa od września 2005 roku, a od lipca 2012 jest Wyłącznym Dystrybutorem Produktów Monin na Polskę. Główne obszary działalności firmy to: Rozwój i kreowanie nowych rozwiązań w kategorii produktów i napojów dla kanału HoReCa oraz doradztwo w zakresie ich przetwarzania; Zakupy i sprzedaż surowców rolnych oraz produktów gastronomicznych; Efektywne zarządzanie łańcuchem dostaw obejmującego produkty, opakowania i dystrybucję. Marka Monin jest obecnie uznawana za numer jeden na świecie na rynku syropów klasy Premium, puree owocowych oraz sosów deserowych. To zasługa ponad 105-letniego doświadczenia oraz bogatej oferty – ponad 250 smaków sprzedawanych w 150 krajach na świecie. Do produkcji wyrobów Monin wybierane są wyłącznie wyselekcjonowane i najlepsze owoce, kwiaty, przyprawy oraz orzechy. To sprawia, że powstają zawsze produkty wyjątkowej jakości o niepowtarzalnym smaku, kolorze i zapachu. Monin – naturalnie inspirujący. Rozwój Marki Monin w Polsce oraz szkolenia w zakresie kreacji i nowych rozwiązań w kategorii napojów, deserów oraz potraw blendowanych to obszar działania naszych Brand Ambasadorów. Jesteśmy obecni w ciągu roku na 60 targach, eventach, konkursach i indywidualnych warsztatach. Kreujemy rozwiązania i sprzedajemy koncepty. Jesteśmy ekspertami w kategorii „beverage & food solution”. Od kwietnia 2016 r. SCM jest także wyłącznym importerskim dystrybutorem profesjonalnych urządzeń do miksowania i mieszania napojów oraz potraw – marki Vitamix.



Topping Work
Agencja Pośrednictwa Pracy

Topping Work Europe.
Łużycka 25A
59-900 Zgorzelec
tel. (75) 640-81-05
biuro@topping-work.eu
www.topping-work.eu/

Jako Agencja Pracy Tymczasowej oraz Pośrednictwa Pracy Topping Work specjalizujemy się w rekrutacji & leasingu pracowników z Ukrainy, Białorusi, Mołdawii, Armenii oraz Azji. Realizujemy projekty dla polskich przedsiębiorstw głównie z branż HoReCa oraz logistyki. Działamy w modelu leasingu pracownika przy jednoczesnym podnoszeniu kwalifikacji zawodowych co pozwala naszym klientom zoptymalizować koszty zatrudnienia.



Winterhalter Gastronom Polska
ul. Krajobrazowa 2
05-074 Wieloglas Duchnowski
tel. (22) 773-25-52
biuro@winterhalter.com.pl
www.winterhalter.pl

Winterhalter jest ekspertem w dziedzinie przemysłowych systemów zmywania. Już od ponad 20 lat działalności na polskim rynku firma buduje pozycję lidera, oferując najwyższej jakości zmywarki przemysłowe, chemię oraz systemy uzdatniania wody dla każdego rodzaju biznesu gastronomicznego. Produkty firmy Winterhalter wyróżniają się innowacyjnością, wydajnością, łatwością użycia i perfekcyjnymi efektami zmywania zapewnianymi od dziesiątków lat w profesjonalnych kuchniach na całym świecie.

Inżynieria projektowania, wykonawstwa i wyposażenia hotelowych stref SPA



ASENSO Sp. z o.o.

Aleje Jerozolimskie 94

00-807 Warszawa

+48 788 939 318

info@asenso.spa

ASENSO

asglobal.pro