Warszawa, 29 września 2023 r.

**Sonda hotelarska: Co czeka branżę w ostatnim kwartale 2023 roku?**

**Przedstawiciele branży hotelarskiej zaliczają sezon wakacyjny do udanych, choć zauważalna jest tendencja coraz krótszych pobytów rezerwowanych na tzw. ostatnią chwilę. Eksperci patrzą z optymizmem na nadchodzący okres jesienno-zimowy, który dla wielu obiektów oznacza start sezonu konferencyjnego, a także okołoświątecznych pobytów prywatnych oraz firmowych. Wśród udogodnień najbardziej cenionych przez klientów biznesowych wymieniane jest przede wszystkim nowoczesne zaplecze konferencyjno-eventowe oraz bogata oferta restauracyjna. Klienci prywatni cenią sobie strefę wellness, udogodnienia dla rodzin, a także dodatkowe atrakcje organizowane przez obiekty hotelowe.**

O sezonie wakacyjnym, a także nadchodzących miesiącach jesienno-zimowych mówią przedstawiciele hoteli z różnych stron Polski, o różnych profilach działalności. Eksperci wskazują też najważniejsze wyzwania, z jakimi mierzy się obecnie branża, a także aktualne trendy i preferencje klientów dotyczące pobytu w obiektach hotelowych.

**Jak przedstawiciele hoteli oceniają wakacyjny sezon?**

***Jerzy Sobczak, General Manager, Hotel Czarny Potok Resort SPA & Conference***

Początek sezonu wakacyjnego był bardzo trudny. Skróciło się do minimum okno rezerwacyjne. Dużą niewiadomą była też reakcja naszych Gości na wzrost cen, który z racji sytuacji gospodarczej, był w naszym przypadku koniecznością. Od początku lipca sytuacja zaczęła się jednak klarować - odnotowaliśmy duże wzrosty i liczne rezerwacje "wpadające" na ostatnią chwilę, czemu sprzyjała ładna pogoda. Ostatecznie był to sezon rekordowy pod względem przychodów i obłożenia.

***Marzena Bednarczyk, Dyrektor Hotelu Dana w Szczecinie***

Sezon wakacyjny zaliczamy do udanych. Hotel odnotował wzrost obłożenia w stosunku do lat poprzednich. Weekendy wakacyjne cieszyły się dużym zainteresowaniem - Gości przyciągały m.in. oferta city break oraz letnie atrakcje proponowane przez miasto. Hotel odwiedziła duża grupa turystów z Polski, ale również z Niemiec i Skandynawii. Popularnością cieszyła się ponadto hotelowa restauracja w której odnotowaliśmy wzrost sprzedaży dań.

***Remigiusz Krawczyk, Dyrektor Varsovia Apartamenty***

Sezon wakacyjny zazwyczaj nie jest najlepszym okresem dla obiektów zlokalizowanych w dużych miastach nastawionych na Gościa biznesowego, pod kątem obłożenia i uzyskiwanej ceny średniej całości najmu. Liczba Gości odwiedzających Warszawę turystycznie stopniowo się zwiększa, ale w dalszym stopniu nie bez znaczenia dla popytu pozostaje sytuacja związana z działaniami wojennymi tuż przy naszych granicach. Dodatkowo można zauważyć mniejszą liczbę Gości podróżujących do Warszawy całymi rodzinami ze względu na zakończenie wsparcia w postaci Bonu Turystycznego. Odnotowujemy również krótsze okresy pobytów, co z pewnością jest powiązane z wysoką inflacją i zmniejszonymi osobistymi budżetami na cele noclegowe.

***Katarzyna Szajnwald, Dyrektor Hotelu 500 Premium Zegrze***

Sezon wakacyjny był dla nas udany. Oczywiście, w przypadku hotelu biznesowego położonego nad wodą duży wpływ na rezerwacje ma pogoda, która dopisała w letnich miesiącach. Zaobserwowaliśmy też, w przeciwieństwie do lat ubiegłych, większy ruch konferencyjny w pierwszej połowie wakacji, czyli w lipcu. Zawsze to sierpień był miesiącem, w którym firmy wracały po urlopach do biznesowych spotkań. Poza tym dopisali także Goście indywidualni, głównie z Warszawy i okolic, dla których wypad nad Zegrze, na tzw. „Małe Mazury” nie wiąże się z daleką trasą i wielkimi kosztami.

***Anna Operacz, Dyrektor Hotelu 500 w Tarnowie Podgórnym***

Sezon wakacyjny wyszedł naprawdę dobrze. W hotelu gościliśmy w tym czasie 4 ekipy kolarzy Tour de Pologne, sporą grupę dzieci na obozie tanecznym, uczestników Polskiej Organizacji Darta czy Polski Związek Piłki Siatkowej. Mimo sezonu letniego odbyło się także sporo szkoleń.

***Karol Sapiejewski, Dyrektor Hotelu 500 w Strykowie***

Ostatni sezon był inny niż wszystkie, głównie z uwagi na to, że w naszym hotelu trwa remont generalny, mamy więc ograniczoną pulę pokoi. Z jednej strony możemy pochwalić się dużym obłożeniem, ale na okrojonej ofercie. W sezonie wakacyjnym funkcjonujemy zazwyczaj, z racji położenia blisko przecinających się autostrad, jako hotel tranzytowy. Wiele osób traktowało więc nasz hotel czy restaurację jako miejsce do odpoczynku podczas długiej podróży.

**Jakie udogodnienia w hotelach cieszą się w ostatnim czasie największą popularnością? Na co zwracają szczególną uwagę klienci biznesowi oraz indywidualni?**

***Jerzy Sobczak, General Manager, Hotel Czarny Potok Resort SPA & Conference***

Największą popularnością w okresie letnim cieszy się basen zewnętrzny, a wieczorami chata góralska z muzyką i możliwością tańczenia. Nasi Goście cenią też możliwość zagospodarowania czasu dla najmłodszych, łącznie z możliwością pozostawienia pociech na kilka godzin w Kids Club.

***Marzena Bednarczyk, Dyrektor Hotelu Dana w Szczecinie***

W naszym przypadku największe zainteresowanie budzi niezmiennie strefa wellness, w tym przede wszystkim strefa basenowa (basen, sauny, jacuzzi), a także piękny taras widokowy zlokalizowany na 27 piętrze budynku Hanza Tower. Klienci zwracają uwagę na klimatyzowane pokoje oraz ofertę restauracyjną uwzględniającą menu sezonowe. W cenie są także dodatkowe atrakcje organizowane przy wsparciu hotelu, jak zwiedzanie miasta czy rejsy statkiem.

***Remigiusz Krawczyk, Dyrektor Varsovia Apartamenty***

Jeśli chodzi o rynek warszawski kluczowe znaczenie ma strategiczna lokalizacja, w tym bardzo dobra komunikacja z centrum, z dworcem czy z lotniskiem. Zarówno klienci biznesowi, jak i prywatni zwracają dużą uwagę na ofertę restauracyjną uwzględniającą menu śniadaniowe oraz lunchowe, a Ci pierwsi dodatkowo na kompleksowe i nowoczesne zaplecze konferencyjne. Cenione są również dostępne w naszych pokojach aneksy kuchenne, które przekładają się na duży komfort pobytu w naszym obiekcie.

***Katarzyna Szajnwald, Dyrektor Hotelu 500 Premium Zegrze***

Klienci biznesowi zwracają uwagę przede wszystkim na zaplecze konferencyjne i obsługę techniczną, która umożliwia zorganizowanie wydarzenia na wysokim poziomie, także zdalnie. Poza tym, jak zawsze, im więcej dostępnych atrakcji dla różnorodnych gości, tym lepiej. Klienci dbają też o jakość świadczonych usług na każdym polu: od konferencyjnych po gastronomiczne, ale to było i będzie zawsze bardzo ważnym elementem oferty.

***Anna Operacz, Dyrektor Hotelu 500 w Tarnowie Podgórnym***

Klienci zwracają uwagę na usługi dodatkowe, dlatego w ostatnim czasie zbudowaliśmy dla nich strefę chillout przy naszym stawie, boisko do siatkówki i badmintona. Do hotelu został dokupiony drugi zestaw piłkarzyków. Klient biznesowy przyjeżdża i korzysta głównie z noclegu i gastronomii, ceni sobie także komfort pobytu. Szczególnie dużym zainteresowaniem cieszą się wśród tej grupy pokoje z klimatyzacją. Klient indywidualny oczekuje natomiast usług dodatkowych, aby zapełnić sobie czas wolny. Nieopodal hotelu znajdują się Termy Tarnowskie, z których nasi goście często korzystają.

**Z jakimi wyzwaniami mierzy się obecnie branża hotelarska? Co wg Państwa przyniesie ostatni kwartał 2023 roku?**

***Jerzy Sobczak, General Manager, Hotel Czarny Potok Resort SPA & Conference***

Mierzymy się obecnie przede wszystkim z wyzwaniami wynikającymi z niestabilnej sytuacji gospodarczej. Mowa tu o wielowymiarowych wzrostach prowadzenia działalności: rosnących kosztach zakupu towarów, prądu czy gazu. Sporym problemem jest także pozyskanie nowych, wykwalifikowanych pracowników przy jednoczesnej rosnącej presji finansowej ze strony zaplecza kadrowego. Mimo wspomnianych trudności liczymy, że ostatni kwartał będzie, podobnie jak sezon wakacyjny, bardzo mocny.

***Marzena Bednarczyk, Dyrektor Hotelu Dana w Szczecinie***

Przed nami intensywny sezon jesienny. Przygotowujemy się do organizacji spotkań biznesowych: szkoleń, wydarzeń branżowych czy konferencji. Grudzień będzie także okresem firmowych kolacji wigilijnych, a także pobytów sylwestrowo-noworocznych. Jednym z wyzwań będzie na pewno uelastycznienie oferty pod kątem okna rezerwacyjnego. Widzimy w ostatnich miesiącach, że firmy mają tendencję do rezerwacji wydarzeń i pobytów na tzw. ostatnią chwilę.

***Remigiusz Krawczyk, Dyrektor Varsovia Apartamenty***

W sezonie jesiennym chcemy “nadrobić” wakacyjne miesiące, ale mamy w tym kontekście pomyślne perspektywy. Ostatni kwartał oznacza zwykle aktywność ze strony klienta konferencyjnego, biznesowego. To czas, gdy gościmy u nas grupy firmowe i klientów decydujących się na dłuższe, biznesowe pobyty. Staramy się optymalizować obłożenie i dbać także o zyski z najmu krótkoterminowego. Nadchodzące miesiące będą więc oznaczać dywersyfikację komunikacji do różnych grup klientów.

**Katarzyna Szajnwald, Dyrektor Hotelu 500 Premium Zegrze**

Podobnie jak cała branża mierzymy się z astronomicznie wręcz rosnącymi kosztami i, co za tym idzie, z optymalizacją budżetu, która w jak najmniejszym stopniu przełoży się na kolejne podniesienie cen. Ostatni kwartał to czas mocno konferencyjny. Przed nami święta i koniec roku – liczymy, że mimo inflacji i wciąż rosnących wydatków Goście dopiszą w tym okresie.

***Anna Operacz, Dyrektor Hotelu 500 w Tarnowie Podgórnym***

Mam nadzieję, że jesień będzie tak samo dobra, jak poprzednie miesiące. Liczymy na realizację wielu szkoleń i konferencji, a w grudniu na organizację kolacji wigilijnych i pobyt grup sylwestrowo-noworocznych. Jeśli chodzi o rynkowe obserwacje, zauważyliśmy, że dużo firm rezerwuje obecnie terminy na ostatnią chwilę.

***Karol Sapiejewski, Dyrektor Hotelu 500 w Strykowie***

Największe wyzwania wiążą się z aktualną sytuacją gospodarczą. W branży hotelarskiej, zwłaszcza w hotelach o profilu biznesowym, widoczne są oszczędności ze stron klienta biznesowego. Obserwujemy np. coraz krótsze wyjazdy biznesowe grup zorganizowanych. Kiedyś standardem były 2-3 dni pobytu, obecnie to raczej 1-2 dni. Firmy organizują coraz mniej wyjazdowych, nieformalnych integracji. Przeważają krótkie, jednodniowe szkolenia, spotkania o charakterze czysto merytorycznym. W naszym przypadku sezon jesienny będzie wciąż naznaczony generalnym remontem, jaki odbywa się w naszym hotelu. Skupiamy się na generowaniu obłożenia na funkcjonującym terenie hotelu i przygotowujemy się do tzw. sezonu konferencyjnego.

**J.W. Construction** to jeden z największych i najbardziej znanych polskich deweloperów mieszkaniowych z 30-letnim doświadczeniem na rynku nieruchomości. Firma może pochwalić się liczbą ponad 34 tysięcy sprzedanych mieszkań oraz ponad 600 domów w Warszawie, Katowicach, Łodzi, Gdyni, Krakowie, Poznaniu i Szczecinie, a także poza krajem. W portfolio JWC znajdują się także nieruchomości aparthotelowo-komercyjne, jak Wola Invest czy Jerozolimskie Invest w Warszawie oraz obiekty hotelowe: kompleks Czarny Potok Resort&Spa w Krynicy Zdroju, Hotel Dana w Szczecinie czy sieć Hoteli 500 nad Zegrzem, w Tarnowie Podgórnym oraz w Strykowie. J.W. Construction ma także w swojej grupie kapitałowej własną spółkę wykonawczą oraz fabrykę w Tłuszczu. Więcej informacji na temat firmy oraz aktualnie realizowanych inwestycji można znaleźć na stronie [www.jwc.pl](http://www.jwc.pl).