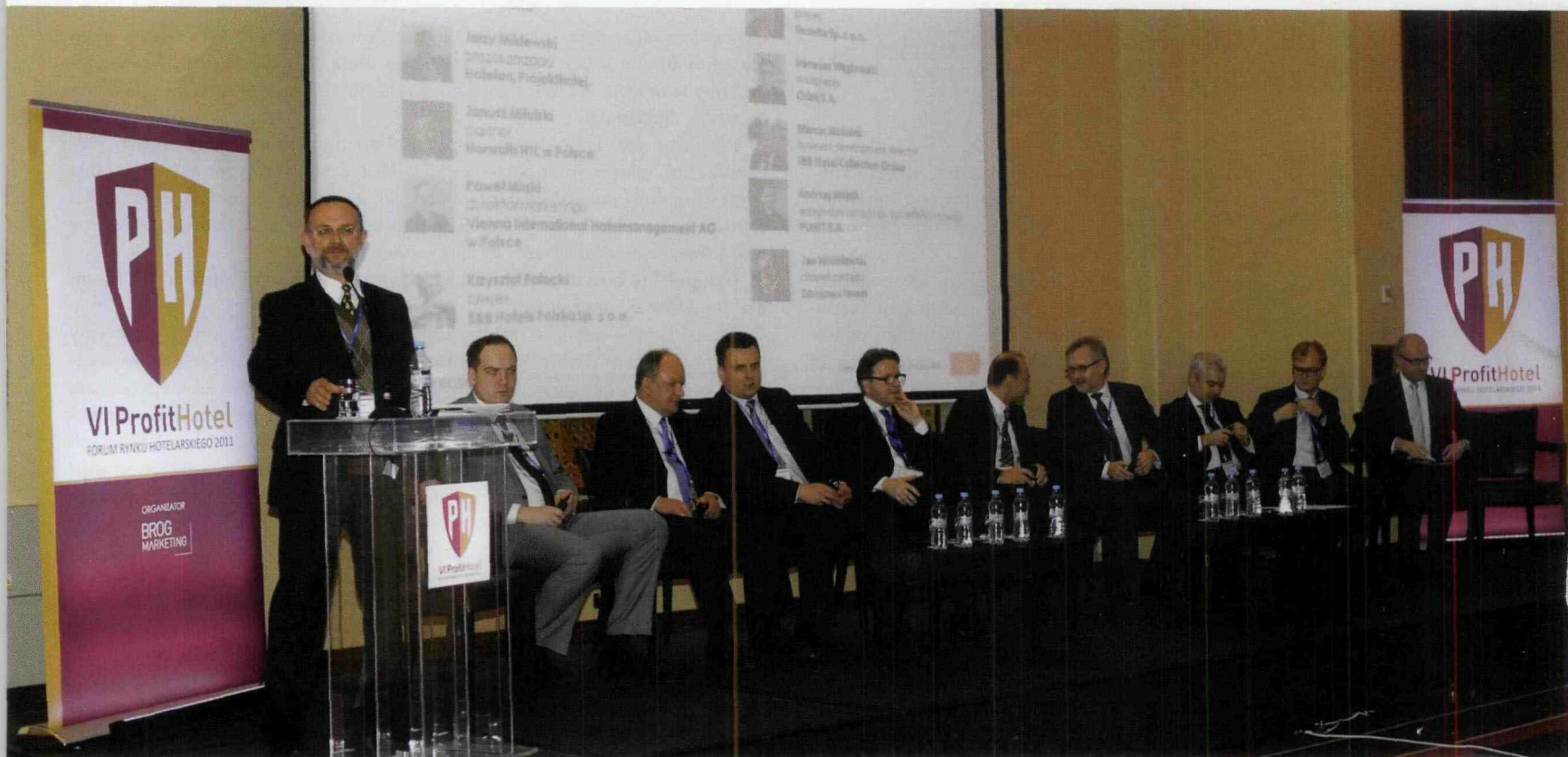


**PH VI ProfitHotel**  
FORUM RYNKU HOTELARSKIEGO 2011

## Sieci będą wypierać obiekty niezrzeszone



Fot. Karolina Józwiak

**P**odczas konferencji VI Profit Hotel hotelarze i eksperci rynku ocenili bieżącą sytuację i zwrócili uwagę na zauważalne tendencje: wzrost znaczenia hoteli sieciowych, które będą wypierały obiekty indywidualne, spodziewaną dekonjunkturę w II połowie 2012 r. i problemy z finansowaniem.

W dniu 12 grudnia ub. r. w warszawskim hotelu Hilton odbyła się VI edycja Profit Hotel. Konferencja zgromadziła ok. 100 osób, w tym inwestorów, osoby odpowiedzialne za rozwój sieci hotelarskich, ekspertów rynku i przedstawicieli firm świadczących usługi dla branży.

– W ciągu ostatnich 2–3 lat dał się zauważyć zastój w branży. Wszystko jednak wskazuje na to, że wkrótce będziemy świadkami wzrostu kosztu pracy. Jeśli w ciągu najbliższych 24 miesięcy nastąpi spodziewany przyrost obiektów, zabraknie również fachowców w branży, dlatego trzeba im będzie więcej zapłacić – prognozuje Janusz Mitulski, partner Horwath HTL.

Jan Wróblewski, członek zarządu Zdrojowa Invest, podczas swojej prezentacji

zwrócił uwagę na kierunki inwestycji na polskim rynku hotelarskim. – W najbliższych latach będziemy świadkami rozwoju turystyki wypoczynkowej, w tym projektów holiday villages. Aktualnie brak obiektów konferencyjnych na ponad tysiąc osób, zlokalizowanych w okolicach dużych miast. Szansę na rozwój zyskają również hotele designerskie – podkreślił Jan Wróblewski.

Podczas panelu dyskusyjnego na temat przyszłości rynku hotelarskiego Jerzy Miklewski, prezes firmy Hotelon, zaznaczył, że w Polsce istnieją dwa rynki: miastowy i pozamiastowy. – Obłożenie hoteli wynosi 41,7 proc., co nie jest wcale dobrym wskaźnikiem. W hotelarstwie zlokalizowanym w głębi kraju nie ma optymizmu, raczej walka o przetrwanie. Bardzo bliska przyszłość to zakładanie grup hoteli, co pozwoli na optymalizację kosztów – powiedział Jerzy Miklewski.

W najbliższym czasie spodziewana jest również ekspansja nowych sieci, które chcą wchodzić do Polski, widzą tutaj potencjał, zwłaszcza w aspekcie niedawnej sytuacji gospodarczej, w której polski rynek na tle europejskiego przedstawiał się

Fot. Karolina Józwiak



Spółka Piwowar, od lewej: Izabela Porębska, menedżer ds. usług oraz Danuta Chmielewska, kierownik pralni.

Lakma Strefa, od lewej: Maciej Przybyła, dyrektor ds. rozwoju, Michał Delijewski, Junior Brand Manager oraz Janusz Konopka, doradca techniczno-handlowy.

Firma Voigt, od lewej: Adam Góra, dyrektor operacyjny ds. rozwoju rynków i produktów, Jakub Klewaniec, menedżer sprzedaży horeca oraz Andrzej Zamirowski, dyrektor sprzedaży horeca.