

Turystyka biznesowa

HOTEL OSSA CONGRESS & SPA

Dodatek specjalny



Spotkania biznesowe, konferencje, szkolenia...

W latach 70. i 80. XX wieku turystyka biznesowa w Polsce nie istniała. Ta branża była jak yeti – wszyscy o niej słyszeli, ale nikt nie widział. Dopiero lata 90. uzmysłowiły polskiemu hotelarzom, że opierając się jedynie na kliencie, który pojawia się z walizką i prosi o pokój, przetrwać na konkurencyjnym rynku się nie da.

Jeszcze 20 lat temu tylko w niektórych nowo powstających hotelach przewidziano sale konferencyjne. W już istniejących właściciele nerwowo przerabiali wolne powierzchnie. Wraz z wolnym rynkiem i pojawieniem się w Polsce zagranicznych firm oraz towarzyszących im zwyczajów biznesowych zaistniała potrzeba zapewnienia wsparcia przy organizacji spotkań biznesowych, konferencji, szkoleń i firmowych uroczystości.

W Polsce co roku powstaje blisko setka nowych obiektów hotelowych. Żaden nie pozwoli sobie na brak zaplecza konferencyjnego. W każdym nowo wybudowanym biurowcu znajdziemy przynajmniej kilka nowoczesnych sal. Specjalnie na potrzeby biznesu konferencyjnego powstają nowoczesne centra. Na największe sympozja i kongresy zawsze znajdzie się miejsce w potężnych halach targowych i wystawienniczych. Na udostępnianiu ogromnych, często reprezentacyjnych sal zarabiają uczelnie i teatry. W ściślejszej czołówce w turystyce biznesowej są jednak hotele, dla których obsługa firm jest lwią częścią zysków.

Turystyka biznesowa ma także ogromne znaczenie ekonomiczne, ponieważ w bardzo dużym stopniu stymuluje rozwój nie tylko miast, ale i całych regionów. Dość powiedzieć, że według danych Instytutu Turystyki w 2008 roku – jednym

z najlepszych dla branży turystycznej – jedną trzecią wszystkich pobytów turystycznych stanowiły konferencje, kongresy i firmowe spotkania integracyjne. Na imprezy o takim charakterze polskie firmy wydały ponad 10 miliardów złotych.

– Rzeczywiście, rok 2008 był rewelacyjny – potwierdza Małgorzata Chechlińska, prezes grupy TRIP, właścicielka hoteli w Zakopanem i centralnej Polsce. – Obecna sytuacja nie jest zła, jednak daleka do tej sprzed dwóch lat. Kryzys gospodarczy zrobił swoje i odcisnął się mocno na turystyce, szczególnie wrażliwej na światowe wydarzenia. Widzimy już pewne oznaki ożywienia i sądzę, że początek przyszłego roku pozwoli nam cieszyć się podobnie jak dwa lata temu. Branża jest rozwojowa, a profesjonalne firmy potrafią sobie radzić w trudniejszej koniunkturze – podkreśla pani prezes.



GRUPA TRIP
HOTELE KONGRESY PODRÓŻE



MATERIAŁY PRASOWE

Nie jesteśmy gorsi od reszty świata

ROZMOWA | Małgorzata Chechlińska i Grzegorz Krzanik, zarząd Grupy TRIP



MATERIAŁY PRASOWE

Czy od czasu, kiedy w Polsce rozkwitł rynek kongresów i konferencji, nauczyliśmy się organizować takie imprezy na wysokim poziomie?

MAŁGORZATA CHECHLIŃSKA: Uważam, że nie słusznie istnieje przekonanie, że polski rynek odstaje od europejskiego, że jesteśmy gorsi, nie potrafimy organizować kongresów i wielkich wydarzeń kulturalnych, a także konferencji naukowych. Nasze obserwacje są zupełnie inne. Poziom naszych usług europejski, a często nawet go przewyższa. Polakom brakuje jednak odpowiednio dużej hali, w której mogłyby się odbywać kongresy na 10 - 15 tysięcy osób. Zupełnie niedaleko, w Wiedniu, taki obiekt istnieje. Po prostu zbudowano go ze specjalnych kontenerów i - proszę mi wierzyć - normalnie funkcjonuje, choć daleko mu do najwyższych standardów. Mają tam potężne sale konferencyjne, czyste toalety, a lunch podaje się bardzo skromnie. Okazuje się jednak, że to wystarczy. Wystawne przyjęcia towarzyszące imprezom organizuje się gdzieś w plenerze i taki system świetnie się sprawdza. W Polsce takiego miejsca nie ma i być może jest to główny powód, dla którego nie odbywają się u nas największe imprezy o europejskim czy nawet światowym znaczeniu. To znacząca bariera. Szkoda, ponieważ polski rynek pod względem organizacyjnym doskonale dałby sobie radę. Jesteśmy świetnie przygotowani do organizacji wielkich imprez, tylko nie ma gdzie ich robić.

Kiedyś hotel był miejscem, w którym pojawiał się turysta z walizką. Wiele się zmieniło.

GRZEGORZ KRZANIK: Branża organizacji konferencji i kongresów jest stosunkowo młoda. Pamiętam, gdy zaczęliśmy pracę 20 lat temu i budowaliśmy nasz pierwszy pensjonat Czarny Potok, w ogóle nie przewidzieliśmy w nim sal konferencyjnych. Wtedy był czas klienta indywidualnego, ewentualnie zorganizowanych grup turystycznych. Stawialiśmy więc na jak największą liczbę pokoi. Sale konferencyjne nie były potrzebne. Kiedy w 1995 roku projektowałem hotel Litwor, na początku również nie przewidziałem w nim takich pomieszczeń. Pod koniec lat 90. nagle się okazało, że ta bran-

ża idzie w kierunku, który dziś nazywamy turystyką biznesową.

Jak rynek sygnalizował, że zamierza się zmienić?

G. K.: Coraz mniej było indywidualnych klientów i grup turystycznych, a częściej pojawiali się klienci korporacyjni, czyli firmy zainteresowane spotkaniami integracyjnymi dla pracowników, szkoleniami. W tamtym czasie, gdy pojawiała się 100-osobowa grupa, łapaliśmy się za głowę, jak sobie z nią poradzić. A grupy ciągle rosły. Dziś, po latach doświadczeń, 100 osób to ledwie garstka. Kiedy w 2000 roku w Belvedere zaczęliśmy budować salę na 350 miejsc, zastanawialiśmy się, czy kiedykolwiek odbędzie się tam impreza, która ją wypełni. Gdy kończyliśmy jej budowę w 2003 roku, wiadomo już było, że jest za mała. Koledzy z branży podpowiadali, że najlepsza byłaby taka na 500 osób. Dziś wiemy, bo pokazały nam to potrzeby rynku, że najlepsza byłaby sala na 2000 miejsc. To dowodzi, w jakim pędzie rozwinęła się ta branża. I jeszcze się nie zatrzymała.

M. Ch.: W tamtym czasie nawet gdy ludzie przyjeżdżali na imprezy integracyjne, posiadanie dużych sal nie było niezbędne. Te potrzeby wyegzekwował rynek. Na początku, gdy zaczęła się ona uwidaczniać, hotele próbowały wybrnąć z kłopotu, adaptując restauracje na potrzeby konferencyjne. Szybko się okazało, że to nie wystarczy. Żadne szkolenie nie odbędzie się dziś w sali restauracyjnej. To kwestia wyposażenia. Nastąpił ogromny skok jakościowy. Także ilościowy. Gdy na początku 2000 roku robiliśmy w Teatrze Wielkim w Warszawie kongres na 5 tysięcy osób, co było ogromnie trudne, sądziliśmy, że większego nie da się zrobić. Szybko się przekonaaliśmy, że 5 tysięcy uczestników to impreza duża, ale daleko jej do tych największych. Nauczyliśmy się organizować tego rodzaju spotkania, ponieważ zmian, jakie przyszedł wraz z pojawieniem się zachodnich firm, zwyczajnie wymogły na nas tego typu umiejętności. Polskie przedsiębiorstwa szybko zaczęły naśladować zachodnie firmy, które chciały integrować pracowników,

szkolić ich czy organizować firmowe przyjęcia świąteczne. Większość tych zwyczajów przyjęła się w polskich przedsiębiorstwach.

Najnowszy obiekt grupy TRIP to odpowiedź na potrzeby najbardziej wymagającego klienta biznesowego?

G. K.: Hotel Ossa został tak zaprojektowany, żeby można było skorzystać z oferty szerszej niż standardowa. To nie tylko sala na 2000 miejsc. W nowoczesnym centrum hotelowo-kongresowym musi być również część wystawiennicza i sala bankietowa, która zmieści dodatkowo 1000 czy więcej osób.

Hotelu Ossa nie da się zaskoczyć rozmiarem organizowanego w nim wydarzenia?

M. Ch.: Na szczęście nie. Mamy 29 stałych sal i gabinetów konferencyjnych. Inne pomieszczenia możemy dostosować, gdy zajdzie taka potrzeba, więc sal będzie 40. Niedawno pojawiła się firma farmaceutyczna, która potrzebowała 63 pomieszczeń. Musieliśmy przerobić 20 apartamentów na sale konferencyjne. Spotkanie rozpoczęło się na wspólnej sali, jednak później zajęcia musiały być prowadzone w podgrupach.

Co sprawia największe trudności w tej branży?

M. Ch.: Turystyka jest bardzo podatna na wahanie wywołane wydarzeniami na świecie. Gdy toczyła się wojna w Jugosławii, amerykańskie i kanadyjskie biura podróży anulowały wycieczki do Polski, bo tam ludziom się wydawało, że to za blisko wojny. To pokazało również, jakie jest wyobrażenie Amerykanów o Europie. Gdy w latach 90. XX wieku był zamach w Moskwie, sytuacja była identyczna. Turystyka wypoczynkowa i biznesowa są bardzo czułe na falowania koniunkturalne w gospodarce. Kryzys gospodarczy na świecie znacznie ograniczył wydatki w tej sferze.

Ale już chyba wszystko wraca do normy?

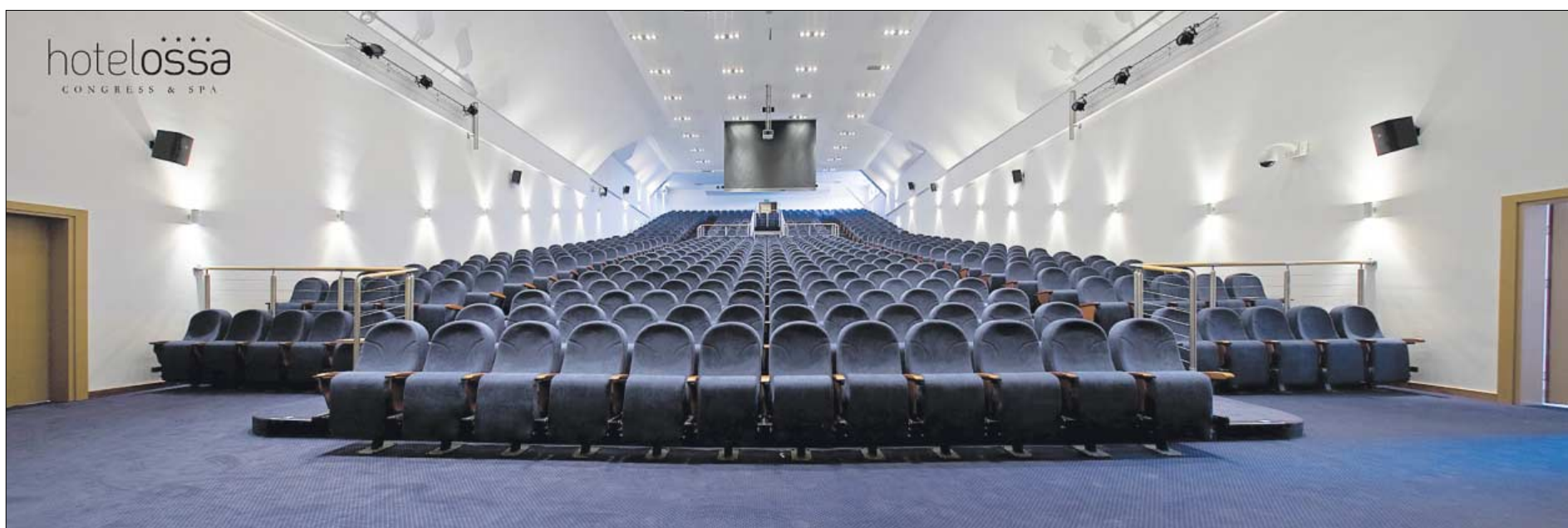
G. K.: Jeszcze nie. Są wprawdzie sygnały pewnego ożywienia, ale o powrocie do normalności jeszcze nie czas mówić. Nie

narzekamy na brak klientów w hotelu Ossa, który ma doskonałą lokalizację w centralnej Polsce. Klient jest, ale nie taki sam jak kiedyś. Widać wyraźnie, że nie jest skłonny wydać takich pieniędzy, jakie wydawał przed kryzysem. Budżety firm są o wiele mniejsze, niż były. Pobytu trzydniowe odeszły w, mamy nadzieję chwilowe, zapomnienie. Dwudniowe zdarzają się rzadko, a w ich miejsce pojawiły się takie, które trwają ok. półtora dnia. Prawie dwa dni konferencji i jeden nocleg to dziś norma. Kondycja przedsiębiorstw zaczęła się poprawiać, jednak jeszcze nie na tyle, by chciały wydawać pieniądze na integrację, szkolenia czy uroczystości firmowe bez oglądania się na koszty. Teraz firmy wzmacniają się po chudych latach. Jesteśmy optymistami i sądzimy, że z końcem tego roku, najpóźniej na początku przyszłego, odczuwalna będzie poprawa w turystyce biznesowej.

I na tym koniec, gdy chodzi o trudności?

M. Ch.: Inne trudności, które nam dokuczają, dotyczą właściwie wszystkich, którzy zajmują się biznesem. Przeszkodą jest niestabilność przepisów. Nie wiemy, jaki będziemy płacić podatek za rok, więc planowanie jest trudne. Inwestycja w hotele czy sale widowiskowe nie jest taką, która zwraca się w ciągu trzech lat. Trzeba się dobrze starać, aby zwróciła się w ciągu dziesięciu. Nie istnieją jednak żadne zwolnienia z tytułu inwestycji, i to jest problem nie tylko branży turystycznej. Dobrze, że Polska przystąpiła do Unii Europejskiej, bo kraj i przedsiębiorcy zaczęli być postrzegani jako stabilni partnerzy. Dla nas wejście do UE okazało się bardzo korzystne, ponieważ uzyskaliśmy dotację na budowę Ossy. Procedura jest wprawdzie drogą przez mękę, ale w rezultacie okazała się warta zachodu. Dzięki pieniądзом z Unii mogliśmy bowiem inwestować w nowoczesne technologie i niekonwencjonalne, odnawialne źródła energii, co przy braku wsparcia finansowego mogłoby być mało opłacalne.

—rozmawiał Krzysztof Gniewkowski



MATERIAŁY PRASOWE



MATERIAŁY PRASOWE

Poznaj smak Ossy

Hotel Ossa oddalony jest o 60 km od Warszawy i Łodzi. Leży w otulinie Puszczy Pilickiej, z dala od zgiełku miasta. Bujna przyroda, piękne krajobrazy i krystalicznie czyste powietrze sprawiają, że panuje tu cudowny klimat – w takich warunkach każdy czuje się wyjątkowo

Na gości czeka ponad 500 klimatyzowanych pokoi i apartamentów z malowniczymi widokami na okoliczne lasy. Rozmach, z jakim wzniesiono hotel, robi wrażenie, przy czym zarówno w samym hotelu, jak i w bezpośredniej jego okolicy panuje spokój i przyjazna, sielska atmosfera mazowieckiej wsi.

Obiekt jest nowoczesnym centrum kongresowo-rekre-

acyjnym. Zarówno w fazie projektowania, jak i realizacji oraz rozbudowy szczególny nacisk położony został na to, aby dostępna tutaj oferta była możliwie kompleksowa.

Hotel Ossa zdumiewa bogactwem oferty rekreacyjnej. Na potrzeby gości powstały tu: stawy z piaszczystą plażą, boiska sportowe, korty tenisowe. Również wewnątrz hotelu nie sposób się nudzić, do czynnego wypoczynku zachęcają: basen

i zjeżdżalnia wodna, jacuzzi, sauny, tory do kregli, miejsca do gry w snooker, bilard i squasha.

Z uwagi na unikalne położenie hotel Ossa jest wyśmienitą bazą dla wycieczek pieszych i rowerowych (wypożyczalnia rowerów znajduje się na miejscu). Hotelowych spacerowiczów można spotkać w okolicznych lasach i na polach.

Ossa to także centrum spa. Wszystkie (16) kompletnie wy-

posażone gabinety oferują pełen zakres usług opartych na najlepszych kosmetykach.

Hotel wyróżnia się ponadto unikalną, niezwykle bogatą i różnorodną ofertą gastronomiczną. Gospodarze polecają eleganckie i wykwintne restauracje hotelowe oraz staropolską kuchnię w Karczmie Ulańskiej, której menu oparte jest na ekologicznych produktach z okolicznych gospodarstw, stawów i sadów.



MATERIAŁY PRASOWE



MATERIAŁY PRASOWE



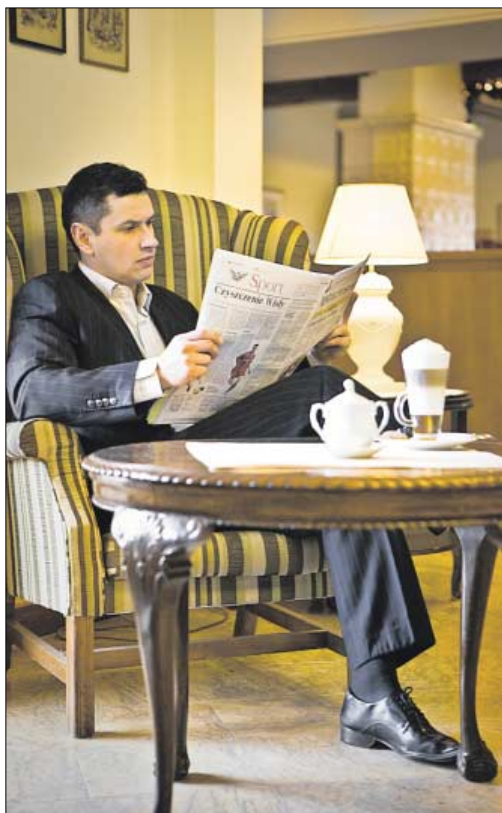
MATERIAŁY PRASOWE

Hotel Ossa – miejsce dla biznesu

Firmy korzystają w Ossie z przestronnych i funkcjonalnych sal przystosowanych do organizowania konferencji, kongresów, szkoleń, sympozjów i wystaw. Łączna powierzchnia konferencyjna dochodzi do 3500 metrów kwadratowych.

Do dyspozycji gości biznesu są: wielofunkcyjna sala Audytorium Maksimum dla 1600 osób z możliwością podziału, sala amfiteatralna dla 600 osób oraz sala kongresowa dla 700 osób.

Dodatkowo w hotelu znajduje się osiemnaście mniejszych sal. Wszystkie wyposażone są w najnowszy sprzęt audiowizualny. Stały dostęp do Internetu oraz najnowszej generacji system nagłaśniający sprawiają, że nasze sale spełniają wszelkie wymagania związane z nowoczesną, profesjonalną organizacją tego rodzaju imprez.



MATERIAŁY PRASOWE

Recepta na udaną imprezę biznesową

– „**Szycie imprez na miarę**” nie jest tylko marketingowym hasłem – mówi Małgorzata Chechlińska, prezes grupy TRIP. – **Sprostanie wyzwaniom, które stawiają przed nami nasi klienci, nie jest sprawą prostą i wymaga ogromnego doświadczenia. My zdobywaliśmy je przez 20 lat obecności na rynku. Przystępując do współpracy z firmą zlecającą nam zorganizowanie imprezy, musimy dobrze się zapoznać ze specyfiką jej działalności oraz odpowiednio sklasyfikować potrzeby związane z wydarzeniem. Wymiana informacji między nami a klientem jest bardzo istotna. Tylko rzetelne przygotowania są gwarancją sukcesu.**

Oto kilka punktów, które należy przeanalizować przed rozpoczęciem przygotowań do wyjazdu integracyjnego, podróży służbowej czy jubileuszu firmy. Tak właśnie robią to w grupie TRIP – zarówno w biurze w Warszawie, jak i w Zakopanem, gdzie działają agencje organizacji imprez firmowych.

➤ **„Najnowsze trendy”**
Śledzenie zmian, nowości, nowych trendów mody pozwoli, aby „kreacja”

zawsze znalazła miejsce na światowych wybiegach.

➤ **„Wybór kreacji”**
Pierwszy kontakt – rozmowa, w czasie której uzyskuje się maksymalną ilość informacji na temat firmy, dla której ma być przygotowana impreza – rodzaj jej działalności, wiek uczestników, liczba mężczyzn oraz kobiet, informacja, jakie atrakcje były realizowane w czasie wcześniejszych wyjazdów, miejsce przeprowadzenia imprezy itp.

➤ **„Czas na projekt”**
Przygotowanie oferty wielu atrakcji do wyboru dobranych na podstawie wcześniejszej rozmowy.

➤ **„Branie miary”**
Ponowny kontakt z organizatorem, w czasie którego następuje wybór konkretnych elementów wydarzenia z przestanej wcześniej oferty.

➤ **„Pierwsza przymiarka”**
Podsumowanie dotychczasowych rozmów, aranżacja spotkania w miejscu realizacji imprezy i zaprezentowanie szczegółów.

➤ **„Akceptacja zaproponowanej kreacji”**
Potwierdzenie imprezy, stworzenie końcowego programu.

➤ **„Zapięcie kreacji na ostatni guzik”**
Przyjęcie ewentualnych korekt i uwag, zlecenie do realizacji.

➤ **„Nadszedł czas na pokaz”**
– realizacja imprezy pod czujnym okiem „projektanta”
Koordynacja imprezy, elastyczna i ciągła opieka fachowca (niejednokrotnie już w czasie pokazu projektant zmuszony jest dokonać pewnych poprawek, coś zszyć, coś zmniejszyć, skrócić czy wydłużyć). W branży turystycznej działa się podobnie, reagując na potrzeby chwili, na czynniki, które wymuszają zmiany.

➤ **„Ocena krytyka”**
Opinia organizatora, prezesa firmy i samych uczestników są drogowskazem, koncepcją na kolejną „kreację”, która powinna być jeszcze piękniejsza, jeszcze bardziej dopasowana i wyjątkowa. Po prostu powinna leżeć jak ulał.



20 lat minęło...

Od powstania 1 lutego 1990 roku Biura Podróży TRIP, które zajmowało się turystyką przyjazdową do Polski i propagowało odpoczynek w kraju, minęło już ponad 20 lat

Na początku zatrudnialiśmy trzy osoby, a teraz grupa TRIP to prawie 700 pracowników.

Historia grupy TRIP to ustawiczny rozwój. Po 20 latach TRIP ma się czym pochwalić – hotele: Litwor ***** (rok budowy: 1999, rok moderniza-

cji: 2008), Belvedere **** (rok budowy: 2002) i Czarny Potok *** (rok budowy: 1995) wyznaczają standardy usług turystycznych pod Tatrami. Warto zaznaczyć, że grupa TRIP to nie tylko hotele. W ciągu minionych 20 lat ugruntowaliśmy swoją pozycję na rynku jako

certyfikowany organizator spotkań biznesowych. Biuro w Warszawie wyspecjalizowało się w organizacji i obsłudze kongresów, konferencji i eventów nie tylko w Polsce, ale i na świecie. O wysokiej jakości oferowanych usług świadczą liczne nagrody i certyfikaty

otrzymane od polskich i międzynarodowych instytucji.

Przełomowy był rok 2007. Wtedy to wyszliśmy z naszymi inwestycjami poza Zakopane i wybudowaliśmy w centrum Polski (między Łodzią a Warszawą) czterogwiazdkowy, kongresowy hotel Ossa, który

szybko trzeba było powiększyć. Od października 2009 roku mamy tam ponad 500 klimatyzowanych pokoi, 29 sal konferencyjnych, w tym salę Auditorium Maximum dla 2000 osób.

Grupa TRIP jest także licencjonowanym biurem tury-

stycznym mogącym się pochwalić bogatą i atrakcyjną ofertą wyjazdów integracyjnych czy biznesowych w kraju i za granicą.

Przed nami ciągle nowe wyzwania, nowe plany... Ciekawe, co przyniesie następne 20-lecie...



MATERIAŁY PRASOWE



MATERIAŁY PRASOWE

Górski hotel Czarny Potok

Kameralny trzygwiazdkowy hotel Czarny Potok jest znakomicie zlokalizowany - kilka minut do ulicy Krupówki, kilka minut do Tatrzańskiego Parku Narodowego, W 44 pokojach

nocleg znajdzie 85 osób. Architektura i wystrojem wewnątrz nawiązuje do stylu regionalnego. Hotel jest idealnym miejscem narodził się wypoczniki biznesowe spotkania. Czarny Potok dysponuje nowoczesnie wyposażonym zapleczem konferencyjnym, centrum wodno-termalnym

z basenem, jacuzzi oraz saunami: fińską i turecką. Miejsce to stanowi znakomitą bazę wypadową dla pieszych i rowerowych wycieczek w Tatrzy i na Podhalę. Hotelowa kuchnia słynie z dań przyrządzanych według domowych receptur, które są w stanie zaspokoić gusty wszystkich gości.

Pięciogwiazdkowy obiekt na Krupówkach

Hotel Litwor położony jest w samym centrum Zakopanego, przy ul. Krupówki. Łączy on w sobie elegancję, nowoczesność i luksus.

Znana na całym świecie polska gościnność stanowi motto przewodnie pracowników hotelu. Litwor to idealne miejsce na wypocznik oraz spotkania biznesowe. Od początku funkcjonowania jego gastronomia cieszy się zasłużoną sławą. Dumą hotelu jest restauracja Koneser działająca pod hasłem „Kuchnia malowana smakiem” - oferuje dania kuchni polskiej i europejskiej. Wielu gości powraca tutaj uwiedzionych niezapomnianym smakiem potraw wyznaczonych przez szefa kuchni. Dość wspomnieć pysznie przyrządzoną kaczkę oraz zupę chrzanową.

Do doskonałą formą relaksu jest wizyta w hotelowym centrum fitness i wodno-termalnym. Przy hotelu funkcjonuje Instytut Kosmetyczny La Belle. Litwor jest przygotowany do organizacji konferencji, szkoleń, narad, a także kameralnych spotkań biznesowych. Dysponujemy klimatyzowanymi salami konferencyjnymi, które są wyposażone w najnowocześniejszy sprzęt techniczny oraz audiowizualny.



MATERIAŁY PRASOWE