

# LEONARDO HOTELS W POLSCE

Spersonalizowany serwis, zaplecze techniczne na najwyższym poziomie oraz pełna opieka profesjonalistów, którzy bezbłędnie pomogą w organizacji spotkań. Oto wspólne cechy obiektów izraelskiej grupy Leonardo Hotels, która konsekwentnie zdobywa miejsce na polskim rynku MICE. NYX Hotel Warsaw, Leonardo Royal Warsaw, a także Leonardo Boutique Krakow Old Town oraz Leonardo Boutique Krakow City Center to obiekty, które łączy wysoki standard usług, bogata oferta dla gości biznesowych oraz prestiżowa lokalizacja w centrach Warszawy i Krakowa.



## NYX HOTEL WARSAW

sta na nowo. Centralna lokalizacja powoduje, że wszystko, co ważne dla gości biznesowych jest w NYX Hotel Warsaw w zasięgu ręki: centra biznesowe, kulturalne oraz oczywiście atrakcje turystyczne.

Hotel dysponuje 331 pokojami i apartamentami dla ponad 750 gości. W pełni wyposażona powierzchnia konferencyjna sprawia, że nawet najbardziej wymagający klienci biznesowi znajdą tam wszystko, czego potrzebują. Do ich dyspozycji hotel oddaje pięć sal konferencyjnych mieszczących do 400 osób, a także miejsca parkingowe na kilkaset samochodów. NYX Hotel Warsaw jest w pełni przygotowany na organizację wydarzeń o bardzo zróżnicowanej skali i charakterze. Liczba i wielkość pomieszczeń oraz możliwość ich aranżacji to jednak nie wszystko. Doświadczony zespół hotelowych ekspertów podpowie klientom najlepsze rozwiązania, a jednocześnie jest gotów sprostać nawet najbardziej nietypowym wyzwaniom.

Nie trzeba dodawać, że niezależnie od pomysłów i konfiguracji powierzchni konferencyjnych, zawsze można tam liczyć na dostęp do szerokopasmowego internetu, ekranów, projektorów oraz na pełną dyspozycyjność i wsparcie pracowników.

Specjaliści branży MICE doskonale wiedzą, że poza organizacją spotkań, warto zadbać o czas wolny ich uczestników. NYX Hotel Warsaw także w tym aspekcie wyraźnie wyróżnia się na tle konkurencji. W Clash Bar & Restaurant każdy może zrelaksować się w taki sposób, jaki lubi najbardziej – elegancie koktajle i rozmowy w kameralnej atmosferze to tamtejsza codzienność. Całości dopełnia strefa chillout ze stołem bilardowym i retro automatami do gier oraz studio fitness. Dużym atutem obiektu jest też zróżnicowana oferta muzyczna – muzyka na żywo i najlepsze DJ-skie sety, umilają gościom czas, zamieniając wieczorami hotel w tętniący życiem klub.

Śmiało można powiedzieć, że ten warszawski obiekt to perła w koronie Leonardo Hotels. Usytuowany w ścisłym centrum stolicy przykuwa wzrok już z daleka. Ale charakterystyczny nowoczesny design to jedynie zewnętrzna oprawa kryjącego się tam niepowtarzalnego klimatu. Przestrzeń hotelu ozdobiona są sztuką lokalnych artystów z obszaru graffiti oraz urban i street artu. Dzięki temu można się w nim poczuć, jak w galerii sztuki. W NYX Hotel Warsaw sztuką jest też tamtejsza kuchnia. Autorskie potrawy Jolanty Piotrowskiej i Pawła Patejuka z menu restauracji Clash, a także koktajle serwowane w barze na 19. piętrze, z którego jak na dłoni podziwiać można szklane biurowce Warszawy, sprawiają, że odkrywamy smak tego mia-



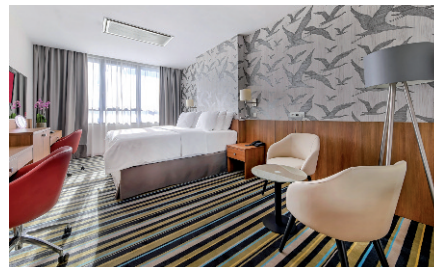
## LEONARDO ROYAL HOTEL WARSAW

Drugim miejscem w Warszawie, które z pewnością warto znać, jest Leonardo Royal Hotel Warsaw – hotel znajdujący się na górnych piętrach (od 18 do 27) jednego z najwyższych budynków w mieście.

Obiekt dysponuje 178 pokojami i bogato wyposażonymi apartamentami. Co ciekawe, posiada też wyjątkową kategorię pokoi Le-onettes – zaprojektowaną przez kobiety i specjalnie dla kobiet. Ich wnętrza i wyposażenie mają na celu zaspokojenie zmieniających się potrzeb podróżujących pań. W warszawskim Leonardo Royal Hotel goście biznesowi mają do dyspozycji sześć dużych, klimatyzo-



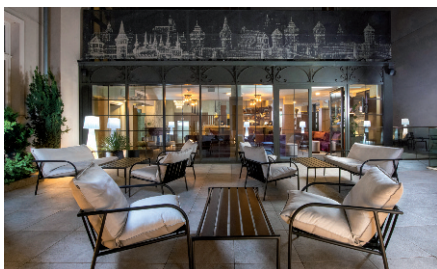
wanych sal konferencyjnych. Dzięki możliwości łączenia są one w stanie pomieścić do 380 osób. Jak we wszystkich obiektach sieci Leonardo Hotels klienci MICE mogą liczyć na spersonalizowany serwis, zaplecze techniczne na najwyższym poziomie oraz



stałą opiekę profesjonalistów, którzy pomogą w organizacji spotkań.

Leonardo Royal Hotel Warsaw to również smaczna kuchnia. Znajdująca się tam restauracja i bar serwują dania kuchni międzynarodowej oraz śniadania w formie bufetu.

## LEONARDO BOUTIQUE HOTEL KRAKOW OLD TOWN



Krakowski hotel izraelskiej grupy mieści się w zabytkowej kamienicy zlokalizowanej przy Plantach, dokładnie w środku obszaru znajdującego się pomiędzy Rynkiem Głównym, Zamkiem Królewskim na Wawelu a Kazimierzem – dawną dzielnicą żydowską.

Takie usytuowanie, podobnie jak w Warszawie, umożliwia szybki dostęp do najważniejszych atrakcji turystycznych oraz głównych arterii komunikacyjnych miasta. To sprawia, że wybór tego obiektu jest



świetnym rozwiązaniem zarówno dla turystów indywidualnych, jak i gości podróżujących w celach biznesowych. Niedaleko stamtąd również do największych centrów konferencyjno-kongresowych, na główny dworzec kolejowy czy lotnisko w podkrakowskich Balicach.

Hotel oferuje 95 komfortowo wyposażonych pokoi, w tym jedno i dwuosobowe, a także apartamenty biznesowe. Poza serwowaną dania kuchni polskiej oraz międzynaro-



dowej restauracją, w części konferencyjnej dostępne są trzy kameralne sale biznesowe. Każda z nich zaopatrzona jest w niezbędny w organizacji spotkań sprzęt audio. Najciekawszym elementem Leonardo Boutique Krakow Old Town jest klimatyczny lobby bar oraz patio. Dzięki temu, zarówno latem, jak i zimą goście mogą doświadczać uroków relaksu na świeżym powietrzu, w oryginalnie zaaranżowanej przestrzeni.

## LEONARDO BOUTIQUE HOTEL KRAKOW CITY CENTER

Najmłodsze dziecko grupy Leonardo Hotels w Polsce to butikowy obiekt o nazwie Leonardo Boutique Krakow City Center. To najnowszy hotel, otwarty w czwartym kwartale bieżącego roku.

W jego murach znajduje się 57 pokoi, które szczególnie docenią wymagający goście, ceniący sobie komfort. Obiekt znajduje się blisko zakola Wisły i Wawelu. Bardzo łatwo można dostać się stamtąd między

innymi do Centrum Kongresowego ICE Kraków, ważnych ośrodków biznesowych, na dworzec kolejowy oraz na lotnisko.

# SPROSTAMY wszystkim wyzwaniom

O współczesnym rynku hotelarskim i jego bolączkach, branży MICE, a także nowych trendach i wyzwaniach, rozmawiamy z Magdaleną Młynarczyk, dyrektorką sprzedaży Leonardo Hotels w Polsce.

**Niedawno objęła Pani funkcję dyrektorki sprzedaży w grupie Leonardo Hotels. Jakie stawia sobie Pani cele związane z nowym stanowiskiem oraz jakie wyzwania się z tym wiążą?**

Przede wszystkim moim celem jest wzmocnienie struktur działu sprzedaży i stworzenie jego mocnych fundamentów dla dalszego rozwoju sieci Leonardo Hotels w Polsce. Dla mnie wykładnią sukcesu zawsze są ludzie – to oni są prawdziwą siłą marki. Kolejnym wyzwaniem zdecydowanie jest odbudowa segmentu biznesowego oraz MICE. W tym kontekście cieszę się, że w ostatnim czasie, podróżując pomiędzy Warszawą i Krakowem, wreszcie zauważam wzrost liczby przyjazdów biznesowych w obydwu tych miastach. Oczywiście wielkim wyzwaniem jest też zapewnienie istniejącym obiektom stabilnego funkcjonowania w obliczu szeregu czynników związanych z trudną sytuacją międzynarodową. Mam na myśli konflikt zbrojny za wschodnią granicą Polski, rosnącą inflację oraz wzrost wszystkich kosztów – przede wszystkim cen energii i gazu. Dlatego myślę, że musimy przygotować polski rynek również na wzrost cen za pobytu w hotelach. W ostatnim czasie bardzo przyzwyczailiśmy klientów do niższych stawek i aktualnie często borykamy się z funkcjonowaniem na granicy ponoszonych kosztów. Wszystkie ostatnie podróże zagraniczne i obserwowane przy tej okazji trendy mocno utwierdzają mnie w przekonaniu, że odważnie musimy podejść do podwyżek zarówno za noclegi, jak i za usługi gastronomiczne.

**Jeżeli chodzi o Polskę, Leonardo Hotels posiada obiekty w Warszawie oraz w Krakowie. To dwa bardzo ważne, ale różniące się od siebie rynki. Jak, na podstawie swoich dotychczasowych doświadczeń, scharakteryzowałaby Pani ich potencjał?**

Kraków z punktu widzenia rynku hotelarskiego to jedna społeczność. Wszyscy się tam znamy i dzięki inicjatywie Krakow Network udaje nam się mówić jednym głosem, wspólnie walczyć o biznes dla miasta. Przykładem tego może być planowany na listopad tego roku kongres stowarzyszenia ICCA. Jeśli chodzi o Warszawę, to wierzę, że i tam uda mi się szybko wkraść w struktury hotelowej społeczności.

Wracając do potencjału obu miast, to w dalszym ciągu obserwujemy dynamiczne wielokierunkowe zmiany wywołane wspomnianymi już wcześniej czynnikami zewnętrznymi – wojną, pandemią i inflacją. Bez względu na lokalizację ma to ogromne przełożenie na zmiany w segmentacji biznesu – zarówno w Krakowie, jak i w Warszawie wszyscy zauważyliśmy szybszy powrót rezerwacji B2C. Co do wzrostu liczby rezerwacji biznesowych, w Warszawie jest on jednak zdecydowanie bardziej dynamiczny. Stolica zdecydowanie może poszczycić się większą liczbą odbywających się tam spotkań biznesowych, duży potencjał daje też segment rządowy. Jednocześnie, ze względu na o wiele większą konkurencję, oferta tamtejszych obiektów musi siłą rzeczy wyróżniać się jeszcze bardziej.

Kraków w tym kontekście okazał się jednym z najwolniej podnoszących się miast, a wynika to przede wszystkim z jego specyfiki i postrzegania go jako świetny kierunek na tzw. city break. Kraków ma jednak ogromne możliwości pod kątem organizacji kon-



gresów, targów i konferencji z całego świata. Myślę, że miasto ma szansę wykorzystać swój potencjał biznesowy.

**Dużo rozmawiamy o branży MICE. Jak istotną rolę we wszystkich prowadzonych przez Leonardo Hotels działaniach sprzedażowych odgrywa ten sektor?**

Jeśli chodzi o obiekty w Warszawie, to segment MICE odgrywa w ich przypadku wyjątkowo znaczącą rolę. Szczególnie biorąc pod uwagę, że ich łączna powierzchnia konferencyjna liczy prawie tysiąc mkw. Kilka miesięcy temu w NYX Hotel Warsaw została poza tym otwarta przepiękna przestrzeń baru na dachu, która w kolejnym sezonie zdecydowanie przyciągnie duże zainteresowanie, również pod kątem organizacji nietypowych eventów w niebanalnej atmosferze. Bardzo atrakcyjne pod kątem spersonalizowanej oferty i ciekawego miejsca do organizacji wydarzeń są też patia w obydwu hotelach Leonardo Boutique w Krakowie. Uważam, że jeszcze w tym roku zainteresowanie wzbudzą nasze oferty na organizację imprez świątecznych – zwłaszcza ze strony klientów korporacyjnych, którzy ze względu na ubiegłoroczne ograniczenia często przygotowywali je w warunkach hybrydowych. Inną kwestią jest ekologia i społeczna odpowiedzialność biznesu – teraz, kiedy świat tak gwałtownie się zmienia, hotelarstwo i branża MICE konsekwentnie muszą dokonać rewizji swojego modelu funkcjonowania. W kontekście katastrof ekologicznych i kryzysu energetycznego przemysł spotkań zdecydowanie więcej uwagi powinien poświęcić na rozwiązania eko. NYX Hotel Warsaw posiada oczywiście certyfikat Green Key, a pozostałe nasze hotele w Polsce już nad tym pracują.

**Jakie emocje towarzyszą Pani wraz ze zmianą pracy z dobrze rozpoznawalnej, dużej sieci hoteli na mniejszą firmę, która w Polsce działa dopiero kilka lat?**

Przede wszystkim trudno nie dostrzec ogromnego potencjału firmy Leonardo Hotels – jej mocno już ugruntowanej pozycji w Europie i w Izraelu, a także bardzo odważnych planów wzrostu w Polsce. Daje to duże możliwości współtworzenia jej struktur na lokalnym rynku, co jak sądzę, będzie dużym wyzwaniem, ale i da mi wiele satysfakcji. Hotelarstwo od zawsze było moją największą pasją i wiem, że Leonardo Hotels jeszcze bardziej pozwoli mi rozwinąć skrzydła. Wyzwań na najbliższy czas jest sporo – ale bez wątpienia jestem gotowa im sprostać.