

\$WIAT HOTELOWY

WYPOSAŻENIE

ZARZĄDZANIE

PAŹDZIERNIK-LISTOPAD 2019
ISSN 1642-6460

horecanet.pl

EKOLOGICZNE
rozwiązania
dlaczego warto

MŁODZI
JACY SĄ?

MARTA KUSTOSZ

ARTUR KOZIEJA
PREZES ZARZĄDU EUROPLAN
WŁAŚCICIEL HOTELI LAKE HILL RESORT & SPA
METROPOLO KRAKOW BY GOLDEN TULIP

HOLIDAY
Park & Resort
*niepowtarzalny
koncept*

ZACHOWAĆ WIĘŻ Z HOTELARSTWEM

*Nie daję
odpowiedzi,
pozwalam
na ich
poszukiwanie*

MARCIN SZYMFEL

Luksus
w każdym
wymiarze

DOMINIKA WASZKIEWICZ-KĘPA
KRZYSZTOF SOWA
BACHLEDA LUXURY HOTEL
KRAKÓW MGALLERY



ZACHOWAĆ WIĘŻ Z HOTELARSTWEM

Fot. Karolina Józwiak

ARTUR
KOZIEJA

ROZMAWIAŁA
KAROLINA STĘPNIAK

Wywodzi się z rodziny hotelarskiej, choć sam nie od razu zaangażował się w tę branżę. Sporą część życia zawodowego poświęcił bankowości inwestycyjnej. Jak mówi, doświadczenie to było niezwykle pomocne przy wsparciu rodzinnych projektów, a także realizowanych później, własnych inwestycji. Z pewnością kluczowe będzie także przy aktualnie planowanych. Artur Kozieja, prezes zarządu Europlan, właściciel Lake Hill Resort & SPA, Metropolo Kraków by Golden Tulip, przygotowujący Radisson Blu Mazury w Ostródzie i nowy hotel w Warszawie, opowiedział nam o rozwoju swojej kariery, założeniach przy prowadzeniu projektów, perspektywach, a także o tym, ile może być spontaniczności w podejmowaniu decyzji oraz gdzie najchętniej wypoczywa.

Czuje się Pan finansistą, inwestorem czy hotelarzem?

Chyba jest we mnie po trosze każdego. Zaraz po studiach zająłem się bankowością inwestycyjną. Przez ponad 20 lat byłem bankierem inwestycyjnym w Londynie. Praca polegała na zdobywaniu kapitału dla różnego rodzaju spółek i przedsiębiorstw, w postaci wejścia na giełdę, emisji obligacji czy fuzji – to była moja główna działalność. Jednak przez wiele lat, krążyły wokół mnie również hotele, głównie dlatego, że wywodzę się z rodziny hotelarskiej.

Pana rodzice otworzyli pierwszy hotel, gdy był Pan nastolatkiem, czyli siłą rzeczy był Pan włączony w tę branżę...

Dokładnie. Zawsze trudno było odseparować życie prywatne od zawodowego. Hotelarstwo funkcjonowało w naszym domu na co dzień. Wszyscy tym żyliśmy, interesowaliśmy się. Tę więź z hotelarstwem w sobie zachowałem. Pierwszy hotel rodziców – Chata za wsią k. Karpacza – do tej pory jest naszym wspólnym domem, do którego cały czas podchodzę z sentymentem.

W pewnym momencie mojego życia, gdy już mogłem sobie na to pozwolić, zacząłem inwestować w hotelarstwo. Na początku jako partner finansowy rodziców. Później, pracując już w bankowości, stałem się pasywnym inwestorem, przy kolejnych ich przedsięwzięciach hotelowych. Byłem, można powiedzieć, dyrektorem finansowym na odległość. Łączyłem swoje doświadczenia z biznesami rodzinnymi. Wspomagałem procesy pozyskiwania finansowania bankowego, byłem zaangażowany w transakcje i procesy tych inwestycji.

Kiedy poczułem, że ten sektor na tyle się rozwija, że mogę w nim zaistnieć już trochę na innym poziomie, zdecydowałem się na odejście z bankowości i zajęcie się projektami samodzielnymi.

Czy zawsze wiedział Pan, że hotelarstwo prędzej czy później stanie się Pana stałym zajęciem?

Chyba z tyłu głowy zawsze to miałem. Już wtedy, gdy angażowałem się w biznes rodzinny jako inwestor w projektach realizowanych przez moich rodziców, czyli Hotel Karczowiska k. Lubina i Hotel Cieplice.

W tym momencie nadal tworzymy firmę rodzinną, moi rodzice nadal są zaangażowani w działalność hotelarską. Jednym z hoteli zarządza moja siostra. Ja idąc dalej, mając doświadczenia związane z bankowością w zakresie możliwości pozyskiwania środków, zdecydowałem się też na nowe projekty. Na nieco większą skalę i realizowane już nie tylko w naszych rodzinnych, dolnośląskich stronach, ale również w innych lokalizacjach.

Dlaczego wybierając drogę zawodową od razu szerzej nie zaangażował się Pan w biznes rodzinny, a wybrał uczelnię w Stanach i pracę w Londynie? Czy była potrzebna praktyka w bankowości, żeby teraz móc spełniać się w hotelarstwie?

Myślę, że na taki rozwój mojej kariery wpłynęło kilka czynników. Po studiach w Stanach, trafiłem do bankowości inwestycyjnej. Mocno się zaangażowałem w tę pracę. Byłem częścią bardzo profesjonalnej organizacji, zdobywałem specjalistyczną wiedzę. To było dla mnie bardzo ekscytujące. Poza tym przechodziłem przez wszystkie szczeble – od zwykłego pracownika po dyrektora zarządzającego i szefa w Europie Środkowo-Wschodniej. Te lata doświadczeń na pewno nauczyły mnie wiele na temat prowadzenia biznesu, ale także w zakresie realizacji projektów, ich finansowania. Były niezwykle pomocne przy inwestycjach, które mam już za sobą i zapewne pomogą także przy realizacjach, które jeszcze planuję.

Myślę, że musiałem też dojrzeć do samodzielnego działania. Na pewnym etapie kariery korporacyjnej nadchodzi czas na myślenie o zmianie, szukanie nowej drogi. W moim przypadku pojawiła się chęć realizacji własnych projektów. Wiązało się to z olbrzymią wiedzą, którą posiadałem, a także sporymi zasobami finansowymi zdobytymi dzięki pracy w londyńskim biurze.

Moja decyzja o zmianie kierunku działania, zbiegła się z interesującym trendem rozwoju polskiego hotelarstwa. Do tego dochodziła profesjonalizacja sektora pod kątem współpracy z międzynarodowymi sieciami. Rosło zainteresowanie inwestorów finansowych współpracą w zakresie projektów z tej branży, a także zaciekawienie inwestorów instytucjonalnych już zrealizowanymi obiektami.

Szczególnie ta ostatnia kwestia była dla mnie bardzo istotna, ponieważ wiele z projektów przygotowuję z myślą o ich sprzedaży



LAKE HILL RESORT & SPA

w przyszłości. Traktuję siebie jako inwestora, który doprowadza projekt do statusu zarządzania przez międzynarodową sieć, aby na końcu sprzedać go inwestorowi instytucjonalnemu.

Taki model zakłada Pan przy zrealizowanych i kolejnych inwestycjach? Czy rynek temu sprzyja?

Zdecydowanie. W tej chwili koncentruję się na tym, aby oddawać zarządzanie sieciom, które mocno upatrują swojego miejsca w Polsce. Obserwujemy obecnie znaczący wzrost zainteresowania naszym rynkiem przez większość z nich. A także otwarcie na nowe miasta i wprowadzenie kolejnych marek. To jest bardzo interesujące zjawisko, które chcę wykorzystać, dając tym sieciom gotowy produkt do zarządzania.

W tej chwili cała strategia mojego działania opiera się o przygotowanie projektu nieruchomościowego w koordynacji z wybranym operatorem międzynarodowym i uruchomienie go jak najszybciej. Nie bez kozery to mówię, ponieważ chciałabym te projekty przeprowadzać w możliwie jak najkrótszym czasie, stąd też bardzo często zainteresowanie istniejącymi lub niedokończonymi obiektami.

Jak budynek Gromady w Krakowie, czy Condohotels Group w Ostródzie...

Dokładnie. Pierwszym projektem zgodnym z modelem, o którym wspominałem, jest hotel Metropolo zrealizowany w kupionym od Gromady istniejącym już budynku. Cały proces – od zakupu do otwarcia – trwał niecały rok. Mogliśmy naprawdę bardzo sprawnie poprowadzić wszystkie działania, aby uruchomić ten obiekt. Kolejnym takim projektem jest ten w Ostródzie. Kupiłem, niedokończony z racji problemów poprzedniego właściciela, obiekt i w tym przypadku również w szybkim procesie kilkunastu miesięcy chcemy go uruchomić. Z Radissonem jako operatorem.

Czy zakłada Pan w przyszłości budowanie także obiektów od podstaw, jak Lake Hill?

Tak, oczywiście. Rozważamy takie projekty i nad kilkoma takimi już pracujemy, natomiast gros naszej energii poświęcone jest takim, przy których czas realizacji liczy się w miesiącach, a nie w latach.

Krakowski hotel działa pod marką sieci Louvre Hotels Group, przy inwestycji w Ostródzie postawił Pan na Radisson. Jak to jest, czy ma Pan wybrane już kolejne sieci i brandy, z którymi chce Pan współpracować, czy dopiero do danego projektu dobierany jest odpowiedni partner?

Zdecydowanie to drugie. Gdy pojawi się nieruchomość na sprzedaż, to zanim zdecyduję się na jej kupno i realizację tam projektu, analizuję z dyrektorami ds. rozwoju różnych sieci, możliwości inwestycyjne w tym miejscu. Polega to na znalezieniu najlepszej formuły, wysłuchania jakie pomysły na dane miejsce mają sieci, co proponują – jaki brand, liczbę gwiazdek, target gości itd. I trochę na zasadzie przetestowania i rozpoznania rynku, zaczynam skupiać się na współpracy z jedną z sieci oraz dążyć do realizacji projektu wraz z nią.

Oczywiście jest też tak, że sieci same się do mnie zgłaszają. Są w kontakcie z właścicielami nieruchomości, którą można dostosować właśnie do ich wymogów. W takim przypadku, gdy zdecyduję się na tę nieruchomość, jestem zobowiązany nawiązać współpracę z siecią, która była niejako aranżerem tej sytuacji.

Przeważnie jednak, tak jak wspominałem, staram się znaleźć najkorzystniejsze rozwiązanie dla danej lokalizacji i najlepszy pomysł, jaki z daną siecią jesteśmy w stanie wypracować.

Otwierając Metropolo w Krakowie, wprowadził Pan na polski rynek nową markę, czyli z założenia była to ryzykowna decyzja. Jak przebiegały pierwsze miesiące funkcjonowania obiektu?

Jestem zachwycony działalnością tego hotelu, po pierwszym, jeszcze niepełnym, roku. Wyniki operacyjne, które już zarządzający osiągnął, przekroczyły wszelkie oczekiwania i prognozy.

Prowadząc rozmowy z Louvre Hotels Group, analizując różne brandy przy tej inwestycji, świeżość, jaka stała za nową marką, zdecydowanie przekonała nas do wybrania właśnie Metropolo. Marki, która odpowiada na potrzeby turystów międzynarodowych, odwiedzających Kraków. Szczególnie Azjatów, w tym Chińczyków, którzy obecnie są narodem wydającym najwięcej na turystykę.

Ważnym elementem było także to, że Jin Jiang, właściciel Louvre Hotels Group, zakładał wprowadzenie marki Metropolo do Europy. Nasz hotel jest pierwszym z planowanej ekspansji marki w tej części świata. Jin Jiangowi zależało na pokazaniu Europejczykom marki Metropolo, tak, aby znali ją podróżując do Chin. Z drugiej strony myślał o Chińczykach, którzy odwiedzając Europę, czuli się dobrze w hotelach tożsamych z ich krajowym rynkiem.

Jednak potężna siła turystów chińskich nie była jedynym argumentem przy podejmowaniu decyzji. Louvre Hotels Group jest bardzo dynamiczną organizacją. Intensywność działań nasiliła się szczególnie po akwizycji Jin Jianga. Apetyty w zakresie rozwoju sieci w Europie są bardzo duże. Dodatkowo jest to także sieć z bardzo ustabilizowaną pozycją w Polsce. W ciągu 20 lat działalności w naszym kraju, stworzono struktury, które mocno wspierają inwestora na każdym etapie projektu.

W naszym krakowskim hotelu, połączenie chińskiego klimatu z europejskim, dało wyraz w nazwie – Metropolo by Golden Tulip, a także w designie, który jest nowoczesny, ale z elementami orientu, przejawiając się w różnych aranżacjach. Projekt wnętrz wykonany przez firmę Tremend uzyskał już dwie, międzynarodowe nagrody – International European Property Awards oraz Silver A' Design Award and Competition.

Wspomniał Pan, że wyniki przerosły oczekiwania. Jak zatem prezentuje się obłożenie? Do jakich gości głównie docieracie?

Bardzo szybko zdobyliśmy zainteresowanie gości. Osiągnięte do połowy roku obłożenie stale przekracza 80 proc. Swoją ofertę kierujemy do dwóch grup. Turystów, do których możemy dobrać szczególnie dzięki międzynarodowym kontaktom Louvre Hotels Group z szeroką gamą turoperatorów, a także do organizatorów eventów czy imprez korporacyjnych. Poprzedni właściciel stworzył bowiem bardzo duże, zajmujące 5 tys. mkw., centrum konferencyjne. Możemy pochwalić się wieloma umowami na przyszły rok i najbliższe lata.

Wracając do przeszłości, pierwszą inwestycją był hotel Lake Hill. Jak w ogóle trafił Pan na teren w Sosnowcu? Szukał Pan nieruchomości pod hotel, czy ta działka „znalazła” Pana?

Geneza projektu Lake Hill jest nieco inna, niż ta standardowa działalność, którą Pani przedstawiłem. Jest to specjalny projekt związany z moimi rodzinnymi stronami, Karkonoszami. Tam się wychowałem. Szkołę podstawową skończyłem w Karpaczu, liceum w Jeleniej Górze. W tym rejonie powstał też pierwszy hotel rodziców, tak więc jest to bliskie mi miejsce.

Patrząc na intensywny rozwój rynku turystycznego i działalność naszych obiektów, które odczuły znaczny wzrost zainteresowania regionem Karkonoszy, pomyślałem, że warto pokusić się o większy obiekt resortowy. I rzeczywiście przez rok-dwa

szukałem nieruchomości, która z jednej strony dawałaby możliwość szybkiej realizacji, czyli posiadałaby uzgodnienia planistyczne, a z drugiej – mieściłaby się w interesującej lokalizacji. Działkę, na której obecnie stoi Lake Hill, znalazłem przez przypadek. Pewnego razu przejeżdżając obok, zobaczyłem tabliczkę „na sprzedaż”. Właściciel, który posiadał ją przez ostatnie 10 lat, podjął taką decyzję, po wprowadzeniu planu zagospodarowania, obligującego do wybudowania hotelu, a nie domków jednorodzinnych, które planował. Natomiast dla mnie ta nieruchomość zawsze była wyjątkowa. Znajduje się w najpiękniejszym widokowo miejscu w Karkonoszach. Takim, w którym zawsze zatrzymywało się mnóstwo osób, żeby podziwiać krajobraz. Sprzężenie gór i Zalewu Sosnowka jest wyjątkowe, a odbijająca się w tafli wody panorama Karkonoszy to magiczny widok.



Pierwszy hotel rodziców – Chata za wsią k. Karpacza – do tej pory jest naszym wspólnym domem, do którego cały czas podchodzę z sentymentem.

Czyli rozumiem, że decyzja o zakupie była natychmiastowa...

Rzeczywiście nie czekałem długo. W ciągu dwóch godzin zadzwoniłem do właściciela, a po tygodniu mieliśmy już podpisaną umowę. Po prostu wiedziałem, że ta nieruchomość spełnia wszystkie warunki wyjątkowej lokalizacji. Poza tym miała już wszelką dokumentację związaną z zagospodarowaniem, co ułatwiało procedurę inwestycji i umożliwiło realizację jej w niedługim czasie, a na tym mi zależało.

Dlaczego zdecydował się Pan na samodzielne zarządzanie obiektem? Czy pierwotnie takie było założenie?

Przyznam, że na początku myślałem o rozpoczęciu współpracy z siecią i nawet prowadziłem rozmowy z jedną z nich. Jednak później doszliśmy do wniosku, że zarządzając już obiektami w tym regionie będzie nam łatwiej z Lake Hill. Poza tym od początku był to szczególnie dla nas projekt. Tak też go traktowaliśmy w momencie przygotowania konceptu, aranżacji, wyposażenia, które miało być na najwyższym, światowym poziomie. Naszym zamiarem było stworzenie w Karkonoszach niepowtarzalnego miejsca i tę wyjątkowość chcieliśmy zachować. Przyłączenie do sieci mogłoby to zachwiać.

Podjąłby Pan jeszcze raz taką decyzję?

Tak. Z perspektywy czasu wiem, że była ona dobra. Lake Hill działa już blisko dziewięć miesięcy i patrząc na opinie gości oraz rynku, widzimy, że to co chcieliśmy osiągnąć, nam się udało. Jako nasze główne zalety wymieniane są: wyjątkowa lokalizacja, dbałość o szczegóły i design.

Jakie wyzwania, związane stricte z branżą hotelarską, mógłby Pan wymienić jako najtrudniejsze?

Na pewno takim problemem operacyjnym, z którym się borykamy, podobnie jak cała branża, jest brak odpowiedniego personelu. W ostatnich dwóch latach jest to rzeczywiście bardzo uciążliwe. Jednak w tej kwestii polegamy na sprawności operatora, któremu powierzam ten zakres działania. Na pewno w tej kwestii hotelom sieciowym, które mają możliwość korzystania z szerokiej bazy kadrowej, jest dużo łatwiej, niż obiektom niezależnym.

Natomiast wyzwaniem z punktu widzenia inwestorskiego, jest na pewno wciąż przekonanie sektora bankowego do tego, że hotelarstwo jest atrakcyjnym i względnie bezpiecznym sektorem.

Nadal jest to problematyczne?

Niestety tak. To pokłosie czasów, w których hotelami zajmowali się wszyscy możliwi inwestorzy. Posiadając nadwyżki finansowe, starali się uzupełnić korową działalność firmy poprzez budowę hoteli. W związku z tym powstawały obiekty nie do końca przemyślane, zarządzane przez osoby niekompetentne, niezwiązane z tym sektorem. W wielu przypadkach skończyło się to bolesnym upadkiem, nie tylko dla właścicieli, ale również dla banków, które to finansowały. Także widzimy niestety skutki działania takiego modelu w przeszłości, w dzisiejszym nastawieniu banków. Myślę jednak, że to podejście może się zmienić pod wpływem profesjonalizacji sektora i tego, że dziś większość dużych inwestycji realizowanych jest przy udziale międzynarodowych sieci.

Czyli szansą na pokonanie tego wyzwania jest usieciowanie rynku. W Polsce hotele pod międzynarodową marką nadal stanowią ok.

15 proc. Czy branża będzie się rozwijać w kierunku wzrostu tej liczby?

Myślę, że tak. Widać, że coraz więcej inwestorów decyduje się na współpracę z siecią. Wynika to chociażby z tego, że pozyskanie finansowania staje się łatwiejsze, a jest to bardzo istotny czynnik, ponieważ trzeba przyznać, że mało kto może pozwolić sobie na budowę za tzw. gotówkę. Dodatkowo rośnie paleta nowych marek do wyboru – tych, które są już na rynku, a także tych, których wprowadzenie jest w planach danej sieci.

Które z segmentów najbardziej rosną w dzisiejszych czasach?

Wydaje mi się, że w tej chwili, mamy potężną możliwość rozwoju profesjonalnych, dużych hoteli w destynacjach turystycznych. To trend, który zaczęliśmy obserwować dopiero od kilkunastu miesięcy. Jednym z jego prekursorów jest Radisson. Większość projektów, ostatnio ogłoszonych przez tę sieć, znajduje się w re-sortowych lokalizacjach. Nasz hotel w Ostródzie również wpisuje się w tę tendencję. Będzie pierwszym obiektem sieciowym, na taką skalę, w tym regionie.

Widzimy także, że nasz przyszły gość, czyli głównie polski turysta, odkrywający kraj na nowo, poszukuje takich miejsc. Zauważalne jest bowiem, że teraz Polacy, już nieco nasyceni podróżami zagranicznymi, dążą do odnajdywania w naszym kraju pięknych miejsc do wypoczynku i zwiedzania. Jeśli zaoferujemy im komfortowe, na światowym poziomie obiekty, to zostaną w Polsce. Oprócz tego mamy też pozytywne skutki rewolucji komunikacyjnej, dokonanej poprzez budowę dróg i autostrad, która skróciła dystans dojazdu do kurortów.

Który kraj, pod kątem rozwoju rynku hotelowego, według Pana można by porównać do Polski?



METROPOLO KRAKÓW BY GOLDEN TULIP



Fot. Karolina Łóźniak, dzięki uprzejmości Starbucks Polska

ARTUR KOZIEJA I KAROLINA STĘPNIAK

To dosyć trudne pytanie. Europa Zachodnia jest już bardzo ustabilizowanym rynkiem, a więc trzeba by upatrywać takich trendów w tych wschodzących, w których następuje profesjonalizacja usług hotelowych. Wydaje mi się, że podobny trend następuje w krajach dawnej Jugosławii, gdzie aktualnie budowanych jest szereg nowych, również sieciowych, hoteli. Zainteresowanie inwestorów zagranicznych jest także porównywane z tym dotyczącym naszego rynku.

Jakimi projektami obecnie się Pan zajmuje? Jakie pomysły są w głowie, jakie już na papierze?

W tym momencie pracujemy nad projektem w Warszawie. Posiadamy 50-pokojowy obiekt, który będziemy modernizować i rozbudować o 105 pokoi. Być może w technologii modułowej, aby otworzyć go bardzo szybko i przekazać w zarządzanie jednej z sieci.

Na pewno kolejne obiekty będę rozwijać w dwóch sektorach, w których jestem obecny. Po pierwsze, hoteli miejskich z międzynarodowymi sieciami. W tym kontekście spoglądamy na duże miasta, rozmawiając z sieciami na temat ich potrzeb. Obserwujemy bardzo dokładnie, to co się dzieje we Wrocławiu i Katowicach. W tych lokalizacjach bardzo poważnie analizujemy kolejne inwestycje.

Oczywiście będziemy chcieli rozwijać się także w miejscowościach resortowych. Mamy w tej chwili w analizie kilka projektów, w różnych miejscowościach wczasowych. Omawiamy z operatorami międzynarodowymi możliwość funkcjonowania w tych miejscach obiektów pod ich brandami.

A czy jest jeszcze lokalizacja w Polsce, bliska Panu sercu, w której w przyszłości chciałby Pan posiadać hotel, własny, taki jak Lake Hill?
Na razie skupiam się na współpracy z sieciami. Myślę, że w tym momencie jest to dla mnie najlepsza droga, ponieważ mogę zająć

się działalnością, na której znam się najlepiej – pozyskaniem projektu, procesem deweloperskim, zdobyciem finansowania. W tej chwili analiza danego, lokalnego rynku pod kątem potrzeb, jest dla mnie istotniejsza niż koncentracja na konkretnej lokalizacji.

Czy w Pana biznesie w ogóle jest miejsce na spontaniczność, czy tylko decyzja poprzedzona głęboką analizą wchodzi w grę?

Nieruchomości hotelowe opierają się na lokalizacji, którą należy niejako osobiście ocenić. Bardzo często początkiem jakiegoś projektu jest pojawienie się danego miejsca. Czasami nawet niespodziewanie, tak jak w przypadku Lake Hill, gdzie działka nad zbiornikiem wodnym pojawiła się nieoczekiwanie i wymagała szybkiej reakcji. Jestem otwarty na takie sytuacje, niemniej jednak – i to chyba wynika z mojego doświadczenia w bankowości inwestycyjnej – przed podjęciem ostatecznej decyzji staram się zbadać rynek.

Gdzie obecnie najchętniej Pan odpoczywa?

Zdecydowanie teraz takim moim ulubionym miejscem jest Lake Hill. Mimo tego, że jest częścią biznesu i czasem pobyt połączony się z obowiązkami. Bardzo często tam przebywam i zawsze ogromnie cieszę się na wyjazd do tego hotelu. Być może wynika to z wyjątkowości tego miejsca i regionu, który wiąże się z moim dzieciństwem. Karkonosze wypełniają moje wszelkie potrzeby spędzania wolnego czasu. Zawsze będę wracać do nich z sentymentem.

Bardzo dziękuję za spotkanie i rozmowę. Z niecierpliwością czekam na Pana kolejne projekty. Do zobaczenia na XIV Forum Profit Hotel 2019.