**Spotkania na miarę czasów**

**\_\_\_**

**Hotele kojarzą się przede wszystkim z miejscem indywidualnego odpoczynku, jednak z biznesowego punktu widzenia hotelowa oferta jest dużo bardziej obszerna. Organizatorzy konferencji oraz ich uczestnicy mogą wziąć duży oddech po niedawnej duchocie ograniczeń.** **Coraz większym zainteresowaniem cieszą się też oferty cateringowe, a także organizacja wydarzeń firmowych, warsztatów, czy szkoleń właśnie w hotelach. Jednak w takich przypadkach to konsumenci i ich potrzeby dyktują trendy. Jak więc im sprostać?**

 **Odpowiedzialnie i niebanalnie**

Oferta hotelarska, by pozostać atrakcyjną, musi nieustanie dostosowywać się do potrzeb odbiorców.
Te mogą być oczywiste – jak odpowiednia przestrzeń konferencyjna, komfortowe pokoje hotelowe,
czy jakościowa oferta gastronomiczna. Z drugiej strony mierzymy się z niestandardowymi oczekiwaniami klientów, które wymagają od hoteli świeżego spojrzenia i wyjścia poza stare, sprawdzone rozwiązania. **Wśród przodujących trendów można wymieniać konferencje hybrydowe,** czyli takie, które łączą obecność odbiorców offline i online, dzięki którym zwiększa się zasięg wydarzenia. Takie spotkania wymagają dużej elastyczności oraz solidnego zaplecza technicznego.

Na nowo wzrasta zainteresowanie imprezami integracyjnymi i teambuildingowymi, które nie tylko pozwalają firmom i ich partnerom spotkać się i budować relacje w przyjaznej przestrzeni, ale także zapoznają z ofertą hotelową duże grupy odbiorców. Coraz większym zainteresowaniem cieszą się konferencje połączone z warsztatami tematycznymi, takimi, jak warsztaty kulinarne, lunche–launche, czyli spotkania wprowadzające na rynek produkty, czy te podróżnicze, połączone np. ze zorganizowaną grą miejską. Wielogodzinna konferencja, nawet w najbardziej merytorycznej wersji staje się wielokroć bardziej atrakcyjna dla uczestników, gdy w jej programie znajduje się **przemyślana
i zaskakująca wisienka na torcie.** Dodatkowe atrakcje można zaplanować, oddając ich organizację profesjonalistom – korzystając ze wsparcia obsługi hotelu, która najlepiej zna jego infrastrukturę i może wskazać dopasowane do potrzeb eventu rozwiązania. Bardzo ważnym aspektem jest to, że **organizatorzy konferencji, czy spotkań coraz częściej starają się minimalizować wpływ wydarzenia na środowisko naturalne**, choćby poprzez redukcję zużycia plastiku, czy stawiając
na cateringi oparte na lokalnych produktach.

- *Obserwujemy także inne trendy, choćby te związane z wejściem na rynek nowych pokoleń, jak
np. wymogi w zakresie CSR oraz eventy proekologiczne czy prospołeczne - budujące świadomość odbiorców, jednocześnie z konkretnymi oczekiwaniami względem całego łańcucha dostawców* – **komentuje Karol Pigulak, Sales Manager Leonardo Hotels Poland.**

Wszystko to brzmi jak rzucona przed próg hoteli rękawica, którą obiekty grupy Leonardo Hotels bez wahania podnoszą, otwierając się na nowe, wyśrubowane wymagania klientów biznesowych. Ma być lokalnie i eko, a jednocześnie elegancko i z charakterem? Hotel, który ma know-how, nie tylko wie, jak zorganizować wydarzenia od strony logistycznej na najwyższym poziomie, ale także potrafi dopasować je do oczekiwań konkretnej grupy odbiorów.

**Będąc na językach**

Poczęstunek jest bardzo ważnym elementem spotkania biznesowego. Restauracje hotelowe mają odpowiednie doświadczenie w przygotowywaniu różnego rodzaju potraw dla dużej liczby osób. Istotne jest, aby oferty były na bieżąco aktualizowane, dopasowywane do oczekiwań klientów i sezonu. W przypadku NYX Hotel Warsaw i Leonardo Royal Warsaw dzieje się to sezonowo.

- *Współczesny gość jest bardzo wymagający. Zna różne kuchnie, ma swoje oczekiwania, lubi element zaskoczenia. Dbam o to, by dobra jakość produktów zachęcała do odwiedzenia naszej restauracji lub skorzystania z oferty bankietowej hotelu. Nasi goście zwracają uwagę na to, jakich produktów używamy w kuchni, dlatego w naszym menu na stałe zagościły jaja z wolnego wybiegu, miód od pszczelarzy, wędliny rzemieślnicze, ale też bardziej wyszukane dania, jak tatar ze strusia –* komentuje **Jolanta Piotrowska, Executive Chef w NYX Hotel Warsaw.**

W dzisiejszych czasach w jedzeniu nie chodzi tylko o to, aby się najeść, ale o to, aby doświadczyć.
A doświadczamy wszystkimi zmysłami. Pyszne potrawy o nieziemskim zapachu i ciekawej teksturze
to jedno, ale odpowiednia prezentacja czy inspirujące otoczenie są równie ważnymi, inspirującymi gości aspektami.
*- Odpowiednia prezentacja wizualna produktów i dań, a także wykorzystanie różnych technologii ich przygotowania oraz zastosowanie wyjątkowych połączeń smakowych jest równie ważne przy budowaniu właściwej oferty. Dziś oczekiwania gości dotyczą doboru produktów i ich prezentacji w potrawach. Ważne jest, aby menu uwzględniało produkty ekologiczne. Przy ich wyborze, skupiam się na pochodzeniu, możliwościach łączenia z innymi produktami, regionalności oraz na aktualnych trendach kulinarnych –* podkreśla. **Mariusz Szymczyk, Executive Chef w Leonardo Royal Warsaw,**

**Przestrzeń uniwersalna w niejednej odsłonie**

**Chociaż wiele spotkań organizuje się w obiektach „blisko natury”, to jednak organizatorzy konferencji najczęściej stawiają na te umiejscowione w sercach dużych miast.** Dlaczego? Łatwo dotrzeć do nich z różnych zakątków świata, a po mieście poruszać się już z wykorzystaniem transportu publicznego, na który stawia coraz większe grono osób świadomych społecznie. Ponadto ważne jest, aby takie miejsca były możliwie jak najbardziej inkluzywne, czyli np. dostępne dla osób
z niepełnosprawnościami. Infrastruktura nowoczesnych hoteli zapewnia to w standardzie. Na deser – po zakończonej konferencji, czy biznesowym meetingu – uczestnicy mogą cieszyć się urokami miast,
w których organizowane są wydarzenia, co samo w sobie również stanowi zachętę do udziału w nich.

**Przy wyborze miejsca na konferencje czy spotkanie biznesowe warto wziąć także pod uwagę charakter danego miejsca.** Na przykład w przypadku grupy Leonardo Hotels w Polsce, warszawskie hotele mają charakter wielkomiejski i europejski zaś krakowskie Leonardo Boutique City Center i Leonardo Boutique Old Town są znacznie bardziej przytulne. Te pierwsze idealnie sprawdzą się w przypadku klasycznych spotkań biznesowych, czy prezentacji produktowych, a te drugie przy kameralnych imprezach teambuildingowych, spotkaniach w boardroomach lub np. śniadaniach prasowych.

Social media obfitują w publikacje, które cechuje wysoka estetyka i atrakcyjność wydarzeń z życia użytkowników. Spotkania i konferencje zostaną uwiecznione w pamięci uczestników, ale często też w zapisach medialnych – zwłaszcza właśnie w social mediach. Dlatego warto postawić na doświadczenie obiektów o wysokim standardzie i zadbać o ten najbardziej naturalny i autentyczny rodzaj promocji.

Chcesz poznać najnowszą ofertę cateringową i konferencyjną hoteli grupy Leonardo Hotels?

Zapraszamy do kontaktu:
**E-Mail:** events.warsaw@leonrado-hotels.com

**\* \* \***

LEONARDO HOTELS CENTRAL EUROPE, z siedzibą w Berlinie, odpowiada za portfolio hoteli w Niemczech, Austrii, Szwajcarii, Polsce, Czechach, na Węgrzech, w Rumunii, Hiszpanii i we Włoszech. Sieć działa w 9 krajach i 45 destynacjach, a jej portfolio oferuje 106 hoteli z ponad 17 000 pokojami. Jej marki to Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels i Leonardo Limited Edition. Znane są z dogodnych lokalizacji, wysokich standardów obsługi, a także nowoczesnego wystroju wnętrz z regionalnym charakterem.

Leonardo Hotels Central Europe jest częścią Fattal Hotel Group, która została założona w 1998 roku przez Davida Fattala. Aktualnie w Europie i Izraelu działa ponad 255 hoteli grupy z ponad 47 000 pokojami w 117 lokalizacjach i 20 krajach. Portfolio marek obejmuje Leonardo Hotels, Leonardo Royal Hotels, Leonardo Boutique Hotels, NYX Hotels by Leonardo Hotels, Leonardo Limited Edition, Jurys Inn, Herods, U Hotels, 7 Minds, Rooms by Fattal, Fattal Terminal, Master Collection i Switch up. Izraelska grupa hotelowa jest notowana na Giełdzie Papierów Wartościowych w Tel Awiwie (TASE). [www.leonardo-hotels.com](http://www.leonardo-hotels.com)