

[La ce hoteluri stau strainii cand vin in Bucuresti \(GALERIE FOTO\)](#)

Data publicarii: 12 iulie 2010 | **Autor:** [Iuliana Roibu](#)



"Poate proprietarii de hoteluri mari nu au timp dimienata sa coboare la micul-dejun si sa interactioneze cu turistii, poate feedback-ul despre ce ar trebui imbunatatit in hotel ajunge mai greu dupa ce e filtrat de echipa de management, poate ca un hotel mic e mai vioi si mai flexibil la schimbari si idei noi", isi explica Munteanu evolutia hotelului sau. Andreea Sut, director de marketing in cadrul IBC Focus, companie care monitorizeaza santierele si dezvoltarea pietei de constructii din Romania, crede ca hotelurile de mici dimensiuni ofera intimitate, comoditatea unei sederi la pret redus si apropierea simtita fata de "gazde", fiind de asemenea si o solutie pentru team-buildinguri, prin posibilitatea inchirierii intregului hotel.

Iar faptul ca anul trecut s-au inaugurat mai multe hoteluri de mici dimensiuni a fost in specificul unui an de criza, inasa 2009 s-a mai caracterizat prin ceva, dupa cum arata datele din raportuldeinvestitii.ro, citat de Andreea Sut: investitiile mari, de peste 4 milioane lei, au coborat sub jumatate din intreaga piata, cea mai mare crestere inregistrand-o investitiile intre 1 si 4 milioane de lei. "Pana la urma, multi hotelieri si-au dat seama ca nu cantitatea este solutia si ca focalizarea pe client pentru a ii oferi o experienta deosebita poate fi cheia", spune Andreea Sut.

Focalizarea s-ar putea traduce si intr-un nou segment de piata, mult mai clar ca pana acum. Hotelurile boutique, considerate exceptii pe piata bucuresteană - fiind mai puțin de zece în 2007 - devin mult mai dese și nu mai pot fi neglijate. "Oamenii vor să scape din tumultul hotelurilor de sute de camere", spunea anul trecut consultantul hotelier Paul Marasoiu. Poate de aici vin notele mari pe care le dau turistii unor hoteluri care nu reprezintă o mare miză pentru investitori, ci poate doar încă o încercare. Sau, după cum spunea Calin Munteanu, "nu pot sta mai mult de cinci ani într-un proiect. Dacă nu merge, mă duc spre altceva".

Calin Munteanu a vrut încă de la început să clasifice hotelul la patru stele ("aveam două avantaje competitive pentru asta: construise camere mari și eram bine situați, în centru"), dar investiția care a fost necesară pentru finisaje și amenajare a depășit ceea ce credea el inițial despre un hotel de patru stele de 24 de camere: "A fost o investiție foarte mare pentru un hotel atât de mic", consideră Munteanu, care estimează costul de construcție și echipare a camerelor la aproximativ 150.000 de euro fiecare.

Statisticile ultimilor ani arată că o cameră de hotel de două stele costă aproximativ 30.000 de euro, una de trei stele 60.000 de euro, una de patru stele ajunge sau depășește ușor 100.000 de euro, iar una de cinci stele trece de cele mai multe ori 150.000 de euro.

Ce-a fost atât de scump la Christina nici proprietarul nu mai știe prea bine: ca mobilierul din restaurant și din camere a fost realizat pe o comandă specială de Dupont, ca paturile sunt electrice și saltelele au costat peste o mie de euro bucătă sau ca a montat panouri solare și centrala aferentă care îi asigură peste jumătate din necesarul de apă caldă din hotel? Una peste alta, hotelul a costat cam 3,5 milioane de euro, iar Munteanu spune că mai are de plătit peste un milion la bănci.

Bancile sunt și motivul pentru care Calin Munteanu nu se gândește deocamdată la extindere - ar vrea întâi să treacă 2-3 ani pentru a termina de plătit ratele, iar apoi s-ar putea gândi la al doilea hotel Christina. Deocamdată, modelul merge: "Profitabilitatea e bună, iar costurile sunt jumătate din încasări - fără a socoti ratele la bancă", spune Munteanu, care practică la Christina un tarif mediu de 78 de euro pe noapte.

Despre ratele de ocupare, Munteanu estimează că, din 3 noiembrie 2009, când a deschis hotelul, a avut în fiecare noapte cel puțin 20 de camere ocupate (din 24), inclusiv în weekend - în general, hotelierii din București vorbesc despre grade diferite de ocupare în timpul săptămânii și în weekend, la sfârșit de săptămână cifrele mergând spre jumătate. Dincolo de faptul că are hotelul plin în weekend, Munteanu e foarte încântat de faptul că "95% dintre turiștii care se cazează aici sunt străini, dar nu străini cu afaceri, ci tineri cu rucsacul în spate, care vin să descopere România".

Faptul că Munteanu se gândește la profit net pentru 2010 poate părea ciudat, însă și cifrele anilor trecuți arată că hotelurile mici au trecut mult mai bine și peste alte perioade mai dificile. Hotelurile mari din București au încheiat 2009 și chiar 2008 cu pierderi: JW Marriott, Athenee Palace Hilton sau Howard Johnson Grand Plaza au avut pierderi nete la sfârșitul lui 2008, an considerat încă destul de bun față de 2009. Tot în 2008 însă, încheiau anul pe plus Carol Parc

Hotel sau Casa Capsa - cele doua hoteluri de cinci stele avand in comun numarul redus de camere, sub 30.

"Poate proprietarii de hoteluri mari nu au timp dimienata sa coboare la micul-dejun si sa interactioneze cu turistii, poate feedback-ul despre ce ar trebui imbunatatit in hotel ajunge mai greu dupa ce e filtrat de echipa de management, poate ca un hotel mic e mai vioi si mai flexibil la schimbari si idei noi", isi explica Munteanu evolutia hotelului sau. Andreea Sut, director de marketing in cadrul IBC Focus, companie care monitorizeaza santierele si dezvoltarea pietei de constructii din Romania, crede ca hotelurile de mici dimensiuni ofera intimitate, comoditatea unei sederi la pret redus si apropierea simtita fata de "gazde", fiind de asemenea si o solutie pentru team-buildinguri, prin posibilitatea inchirierii intregului hotel.

Iar faptul ca anul trecut s-au inaugurat mai multe hoteluri de mici dimensiuni a fost in specificul unui an de criza, insa 2009 s-a mai caracterizat prin ceva, dupa cum arata datele din raportuldeinvestitii.ro, citat de Andreea Sut: investitiile mari, de peste 4 milioane lei, au coborat sub jumatate din intreaga piata, cea mai mare crestere inregistrand-o investitiile intre 1 si 4 milioane de lei. "Pana la urma, multi hotelieri si-au dat seama ca nu cantitatea este solutia si ca focalizarea pe client pentru a ii oferi o experienta deosebita poate fi cheia", spune Andreea Sut.

Focalizarea s-ar putea traduce si intr-un nou segment de piata, mult mai clar ca pana acum. Hotelurile boutique, considerate exceptii pe piata bucuresteana - fiind mai putin de zece in 2007 - devin mult mai dese si nu mai pot fi neglijate. "Oamenii vor sa scape din tumultul hotelurilor de sute de camere", spunea anul trecut consultantul hotelier Paul Marasoiu. Poate de aici vin notele mari pe care le dau turistii unor hoteluri care nu reprezenta o mare miza pentru investitori, ci poate doar inca o incercare. Sau, dupa cum spunea Calin Munteanu, "nu pot sta mai mult de cinci ani intr-un proiect. Daca nu merge, ma duc spre altceva".

Paginile articolului:

- [<](#)
- [1](#)
- [2](#)
- [3](#)

Tag-uri: [turism](#), [hoteluri](#), [Rin Grand](#), [Ibis](#), [Hemingway Residence](#), [Starlight Suiten](#), [Michelangelo](#), [Marshal Hotel](#), [Christina Hotel](#), [Radisson](#)

Vizualizari:

7036