



RYNEK HOTELI ORAZ CONDOHOTELI W POLSCE 2018



EMMERSON
EVALUATION

Spis treści

WSTĘP

strona 3

PODAŻ HOTELI
I MIEJSC
NOCLEGOWYCH

strona 4

ANALIZA
OBECNEJ PODAŻY
– WOJEWÓDZTWA

strona 5

ANALIZA OBECNEJ
PODAŻY
– AGLOMERACJE
I MIEJSCOWOŚCI
WYPOCZYNKOWE

strona 6

ANALIZA
PRZYSZŁEJ PODAŻY

strona 9

NOWE MARKI,
TRENDY
NA RYNKU

strona 13

POPYT
MIEJSC
NOCLEGOWYCH

strona 15

WSKAŹNIKI
ADR I REVPAR

strona 18

ANALIZA RYNKU
CONDOHOTELI
I OBIEKTÓW
Z APARTAMENTAMI
WYPOCZYNKOWYMI

strona 19

ANALIZA UMÓW
O ZARZĄDZANIE

strona 21

PODAŻ
CONDOHOTELI
I APARTAMENTÓW
WAKACYJNYCH

strona 23

PODSUMOWANIE

strona 27

SŁOWNIK

strona 28

Wstęp

Szanowni Państwo,
przed Wami druga edycja naszego raportu dotyczącego rynku hoteli oraz condohoteli w Polsce.

W naszym raporcie, podobnie jak rok temu, podjęliśmy próbę analizy sytuacji na rynku hotelowym w największych polskich miastach oraz najpopularniejszych destynacjach turystycznych. Analizie poddaliśmy obiekty skategoryzowane, a na podstawie informacji o planach dotyczących kategorii inwestycji ujęliśmy w niej także obiekty będące dopiero w przygotowaniu i jeszcze formalnie nieskategoryzowane.

Ostatni rok na polskim rynku hotelowym i turystycznym obfitował w otwarcia nowych hoteli, niekiedy długo wyczekiwanym, co przełożyło się w oczywisty sposób na wzrost podaży pokoi i miejsc noclegowych. W raporcie oprócz analizy podaży przedstawiamy także dane dotyczące popytu – m.in. średniorocznego przyrostu liczby turystów polskich i zagranicznych. Wskaźniki te pokazały, iż 2017 r. był kolejnym dobrym okresem dla branży turystycznej. Wyniki finansowe, które uzyskał segment hotelowy w Polsce – kluczowe wskaźniki rentowności wykorzystywane do mierzenia rentowności hoteli, tj. ADR (średnia dzienna cena) i RevPAR (średni przychód z jednego dostępnego pokoju), a także średnie obłożenie – w większości lokalizacji w poprzednim roku zanotowały subtelne wzrosty. W tegorocznym opracowaniu, znaczną jego część poświęcamy segmentowi condohoteli oraz apartamentów wypoczynkowych/na wynajem z uwagi na coraz większą skalę inwestycji tego typu. Brak oficjalnej definicji condohotelu skłonił nas do stworzenia i usystematyzowania jej według przyjętych przez nas kryteriów. W naszym opracowaniu dokonaliśmy także analizy podaży (istniejącej oraz przyszłej) condohoteli i obiektów z apartamentami wypoczynkowymi zarówno w najpopularniejszych miejscowościach turystycznych, jak i w najważniejszych aglomeracjach miejskich. Przyglądamy się także modelom funkcjonowania obiektów tego typu oraz przedstawiamy perspektywy dla rozwoju tego rynku.

Mamy nadzieję, iż niniejszy raport wzbogaci wiedzę jego czytelników na temat rynku hoteli i condohoteli w Polsce.

Życzymy Państwu miłej lektury. Gdyby mieli Państwo pytania lub byli zainteresowani uzyskaniem bardziej szczegółowej analizy lub opracowania o innym zakresie, zapraszamy do kontaktu.

Zarząd Emerson Evaluation

PODAŻ HOTELI I MIEJSC NOCLEGOWYCH

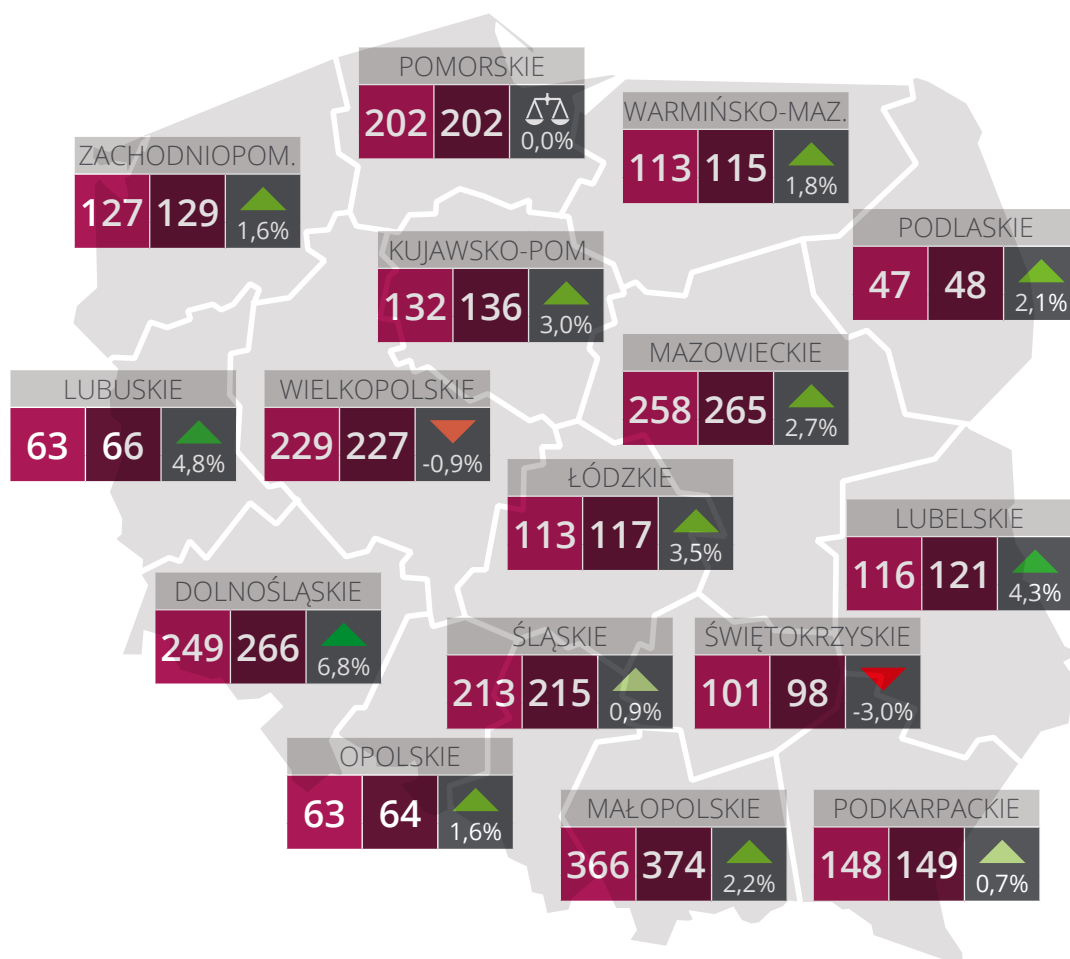
PODAŻ HOTELI
I MIEJSC
NOCLEGOWYCH
W 2017 ORAZ I POŁ.
2018 R. ORAZ ZMIANA
I POŁ. 2018/2017

2017 r.	
I poł. 2018 r.	

HOTELE

POLSKA		
2540	2592	▲ 2,0%

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS

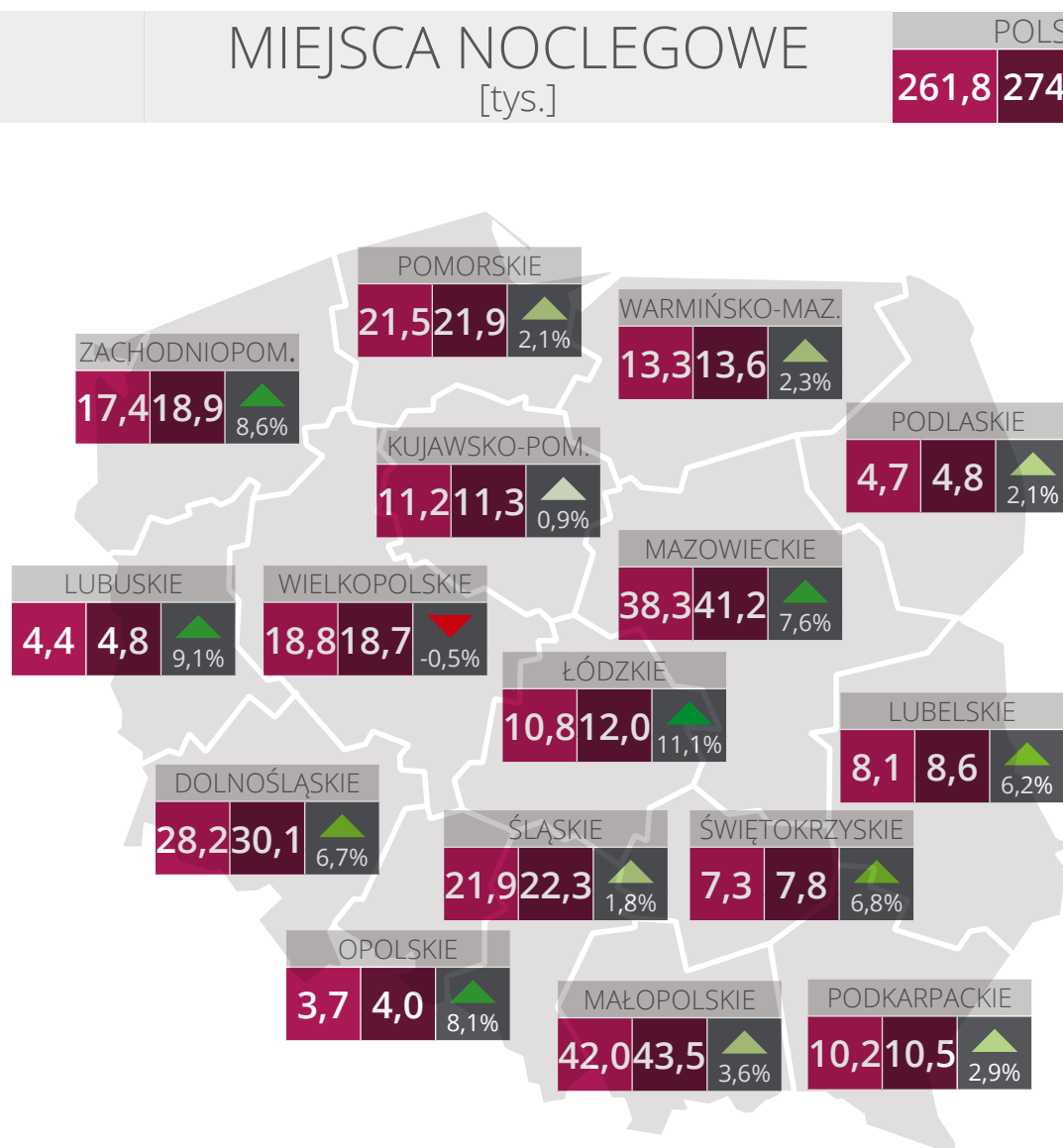


Analiza obecnej podaży – województwa

Według danych Głównego Urzędu Statystycznego w I połowie 2018 r. wzrost liczby obiektów hotelowych względem roku poprzedniego zanotowało 13 polskich województw. Tylko w województwie pomorskim nie odnotowano żadnych zmian w tym zakresie. Dwa województwa – wielkopolskie i świętokrzyskie zanotowały niewielki spadek liczby hoteli, odpowiednio o 0,9% i 3% względem roku 2017 r. Mimo iż w województwie świętokrzyskim w I połowie 2018 r. nastąpił spadek liczby hoteli w porównaniu do roku 2017 r., region ten zanotował wzrost liczby miejsc noclegowych, co wiązało się z rozbudową istniejących już obiektów o dodatkowe pokoje (m.in. rozbudowa 4★ hotelu Bińkowski w Kiel-

cach o nowe skrzydła). Największy wzrost pod względem liczby obiektów w I połowie 2018 r. zaobserwowano w województwie dolnośląskim (gdzie nowe obiekty powstające w tym regionie wygenerowały 6,8% wzrost podaży w porównaniu do 2017 r.) oraz województwie lubuskim i lubelskim – odpowiednio o 4,8% i 4,3%.

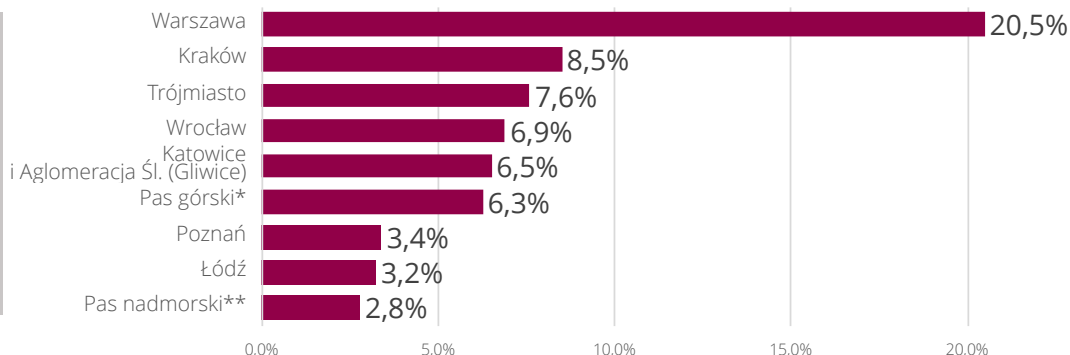
Z kolei największy przyrost pod względem liczby nowych miejsc noclegowych zanotowano w województwie łódzkim – 11,1% (ponad 1 tys. nowych miejsc noclegowych w porównaniu do 2017 r.), lubuskim (9,1%) i zachodniopomorskim (8,6%). Spadek liczby miejsc noclegowych zanotowało jedynie województwo wielkopolskie – o 0,5%, tj. o 100 miejsc noclegowych. Taka sytuacja może wiązać się z czasowym zamknięciem jednego z obiektów w celu przeprowadzenia jego remontu lub modernizacji.



ZMIANA LICZBY HOTELI IIIQ2018/2017 [%]

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)
**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)

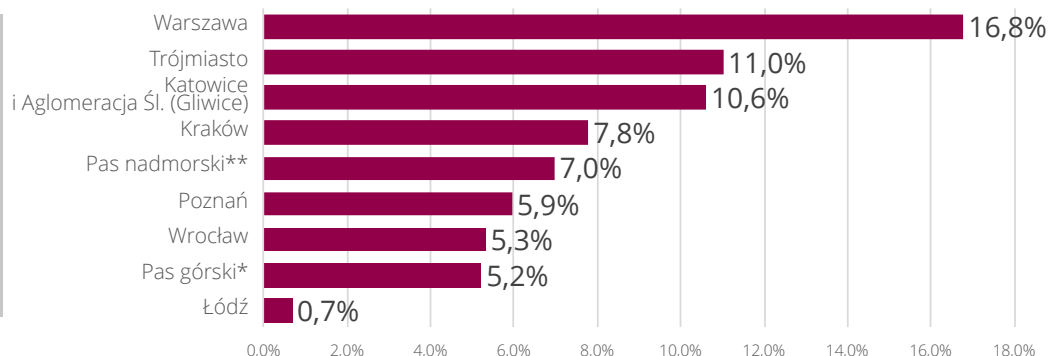
Źródło: Emmerson Evaluation



ZMIANA LICZBY POKOI HOTELOWYCH IIIQ2018/2017 [%]

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)
**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)

Źródło: Emmerson Evaluation



Analiza obecnej podaży – aglomeracje i miejscowości wypoczynkowe

Analizując sytuację podaży hoteli w stolicach województw oraz najbardziej popularnych destynacjach turystycznych na koniec III kw. 2018 r., największy wzrost ich liczby, bo aż o ponad 1/5, zaobserwowaliśmy w Warszawie (20,5%). Baza hotelowa znacznie powiększyła się także w Krakowie oraz Trójmieście – odpowiednio o 8,5% i 7,6%. W Trójmieście nowe obiekty pojawiły się głównie w Gdańsku. Wzrost o 6,9% nastąpił we Wrocławiu, a o 6,5% na Śląsku, tj. Katowicach i na terenie Gliwic. Niewiele mniejszy - 6,3% przyrost odnotowaliśmy zaś w rejonie pasa górskiego, tj. w Zakopanem, Karpaczu, Beskidach. Jedne z mniejszych wzrostów miały miejsce w Poznaniu, Łodzi oraz pasie nadmorskim – Kołobrzegu, Świnoujściu i na Półwyspie Helskim – odpowiednio 3,4%, 3,2% oraz 2,8%.

Na koniec III kw. 2018 r. największy przyrost liczby pokoi hotelowych względem roku poprzedniego można było zaobserwować w Warszawie, gdzie ich liczba zwiększyła się o 16,8%. Taki wynik jest rezultatem uruchomienia kilkunastu nowych hoteli, które dostarczyły łącznie ok. 2 tys. nowych pokoi. W stolicy uruchomiono m.in. 5★ hotel luksusowej sieci Raffles Hotel & Resort (dawny hotel Europejski) przy ul. Krakowskie Przedmieście oraz Marriott Renaissance Warsaw Airport Hotel w pobliżu

Lotniska im. Fryderyka Chopina. Ponad 10% przyrost bazy pokoi hotelowych względem roku 2017 nastąpił w Trójmieście oraz Katowicach i Gliwicach. Trójmiasto, a zwłaszcza Gdańsk, cieszyło się dużą aktywnością pod względem nowych inwestycji hotelowych. Otwarto tam m.in. dwa nowe 3★ hotele marki Hampton by Hilton (w Śródmieściu oraz dzielnicy Oliwa) oraz 4★ IBB Hotel Długi Targ. Na Śląsku przyrost bazy pokoi hotelowych był zasługą m.in. otwarcia dwóch dość dużych hoteli – 100-pokojowego Moxi przy Lotnisku Katowice-Pyrzowice oraz 168-pokojowego hotelu Park Inn by Radisson w Śródmieściu. Wzrost na poziomie 7,8% nastąpił w Krakowie. Zdecydowana większość nowo otwartych hoteli znajduje się na terenie Starego Miasta – korzystają z nich głównie podróżujący w celach turystycznych. 8% wzrost liczby pokoi względem roku poprzedniego zanotował nadmorski obszar kraju. Został on wygenerowany głównie przez uruchomienie 5★ hotelu Radisson Blu Resort w Świnoujściu. Wzrostem w granicach 5-6% może pochwalić się Poznań (5,9%), a także Wrocław (5,3%). Nowe hotele w tych miastach przyrastają w nieco wolniejszym tempie, niż ma to miejsce na przykład w przypadku Warszawy czy Gdańska, jednak można zauważyć, iż baza hotelowa z roku na rok zasilana jest przez nowe marki hotelowe, jak na przykład AC Hotel by Marriott uruchomiony we Wrocławiu. Zaplecze turystyczne sukcesywnie powiększa się także na południu kraju. W pasie górskim,

WYBRANE
OTWARCIA HOTELI
W OKRESIE
OD II POŁ. 2017 R.

Źródło: Emmerson Evaluation

w naszym raporcie reprezentowanym przez Zakopane, Karpacz oraz część rejonu Beskidów (Wisła, Szczyrk, Ustroń), zaobserwowaliśmy 5,2% wzrost liczby pokoi hotelowych, który został uzyskany m.in. przez otwarcie dwóch nowych 4★ obiektów – Hotel Aquarion oraz Hotel Paryski Art&Business. Na głównych rynkach najmniejszy przyrost liczby nowych pokoi zanotowaliśmy w Łodzi – poniżej 1% (dokładnie 0,7%). Wynikał on z uzyskania kategorii hotelu 3★ w przypadku jednego z łódzkich obiektów, który wcześniej nie podlegał kategoryzacji.

	DATA URUCHOMIENIA	HOTEL	DZIELNICA/OSIEDLE*	LICZBA POKOI	KATEGORIA
WARSZAWA	IH2018	Europejski (Raffles Hotels & Resorts)	Śródmieście	103	★★★★★
		Marriott Renaissance Warsaw Airport Hotel	Włochy	225	★★★★★
		Holiday Inn Warsaw City Center	Wola	256	★★★★
		Hampton by Hilton Warsaw Mokotów	Mokotów	163	★★★★
		ibis Styles City Center	Śródmieście	220	★★★★
		Platinum Hotel&Residence**	Wilanów	165	★★★★
	IIH2018	Krakowska Residence	Włochy	350	★★★★
KRAKÓW	IIH2017	INX Design Hotel	Stare Miasto	120	★★★★
		Corner Hotel		49	★★★★
	IH2018	Puro Kazimierz		228	★★★★
		Hotel 32 Kraków Old Town		32	★★★★
		B&B Kraków Centrum	Podgórze	130	★★
GDAŃSK	IIH2017	Hampton by Hilton Gdańsk Oliwa	Oliwa	101	★★★★
	IH2018	Hampton by Hilton Gdańsk Old Town	Śródmieście	154	★★★★
		IBB Hotel Długi Targ		90	★★★★
POZNAŃ	IIH2017	Hotel Altus	Stare Miasto	109	★★★★
	IIH2018	Focus Hotel Premium	Nowe Miasto	94	★★★★
WROCŁAW	IIH2017	AC Hotel by Marriott	Stare Miasto	91	★★★★
		Grand City Wrocław		85	★★★★
	IIH2018	Active Hotel	Psie Pole	69	★★★★
KATOWICE	IH2018	Park Inn by Radisson	Śródmieście	168	★★★★
	IIH2018	Moxy	MPL Katowice-Pyrzowice	100	★★★★
BIAŁYSTOK	IIH2018	Best Western Hotel Crystal	Centrum	89	★★★★
		Hotel butikowy	Wygoda*	23	★★★★
LUBLIN	IIH2017	Hampton by Hilton	Czechów	120	★★★★
OŚWIĘCIM	IH2018	Hampton by Hilton Oświęcim	Monowice*	120	★★★★
SZCZECIN	IH2018	Grand Park Hotel	Śródmieście	27	★★★★
SOPOT	IIH2017	Focus Hotel Premium	Centrum	70	★★★★
ŚWINOUJŚCIE	IIH2017	Radisson Blu Resort**	Dzielnica Nadmorska	340	★★★★★
ZAKOPANE	IIH2017	Hotel Aquarion	Centrum	136	★★★★
		Hotel Paryski Art&Business	Os. Pardałówka*	69	★★★★

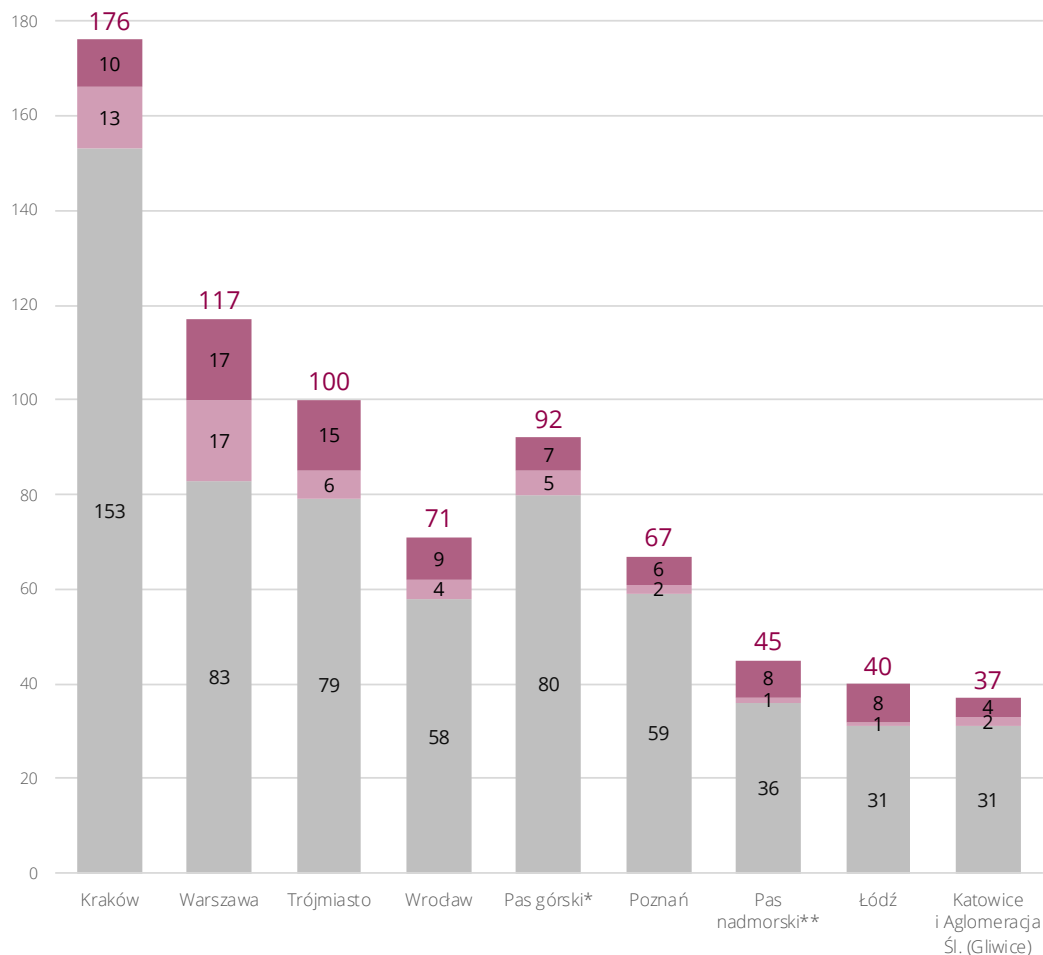
**hotel funkcjonujący w systemie condo

PODAŻ HOTELI W LATACH 2017-2018 WRAZ Z PROGNOZĄ DO 2020 R.

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)
**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)

Źródło: Emmerson Evaluation

podaż hoteli na koniec 2017 r.	
nowa podaż hoteli na koniec IIIQ2018 r.	
nowa (szacowana) podaż hoteli do końca 2020 r.	

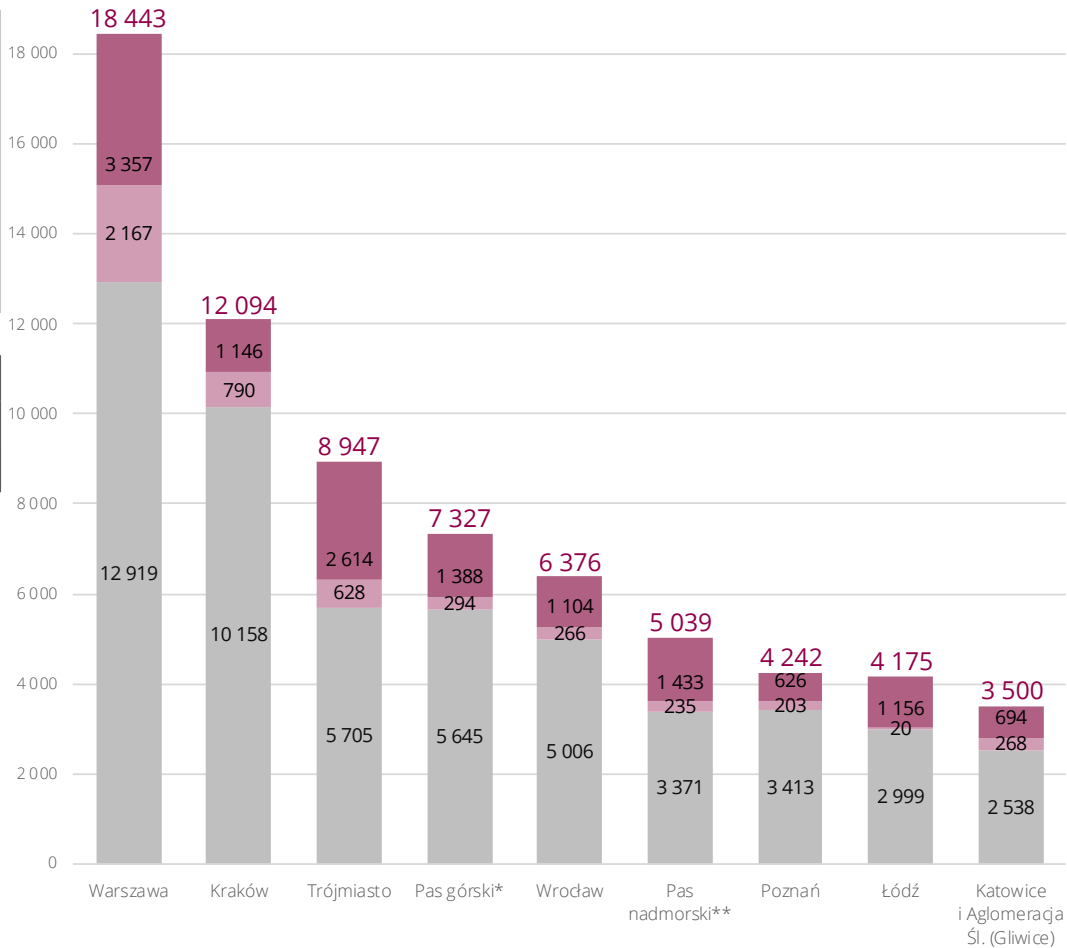


PODAŻ POKOI HOTELOWYCH W LATACH 2017-2018 WRAZ Z PROGNOZĄ DO 2020 R.

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)
**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)

Źródło: Emmerson Evaluation

podaż pokoi hotelowych na koniec 2017 r.	
nowa podaż pokoi hotelowych na koniec IIIQ2018 r.	
nowa (szacowana) podaż pokoi hotelowych do końca 2020 r.	

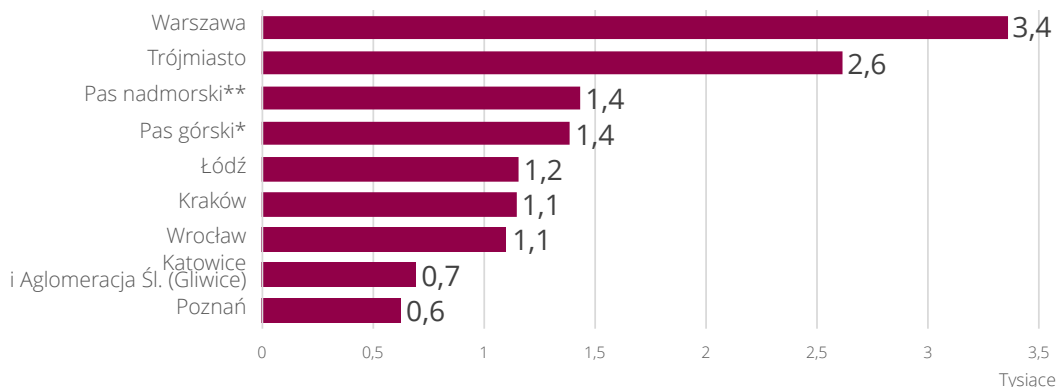


NOWA (SZACOWANA) PODAŻ POKOI HOTELOWYCH DO KOŃCA 2020 R.

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)

**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)

Źródło: Emmerson Evaluation



Analiza przyszłej podaży

Poddając analizie przyszłą podaż hoteli i pokoi hotelowych w perspektywie najbliższych dwóch lat, można zaobserwować znaczny przyrost bazy hotelowej w największych polskich aglomeracjach oraz popularnych miejscowościach wypoczynkowych.

Z naszych szacunków wynika, że do 2020 r. największego przyrostu liczby nowych pokoi hotelowych możemy spodziewać się w Trójmieście. Wzrośnie ona aż o ponad 40% w stosunku do obecnej podaży. Znaczna część nowych inwestycji powstaje na Wyspie Spichrzów, która w związku z trwającą rewitalizacją jest jednym z najintensywniej rozwijających się obszarów Gdańska. Powstają tam nie tylko klasyczne projekty hotelowe, ale także condohotelowe oraz obiekty z apartamentami wakacyjnymi. W najbliższych miesiącach planowane jest uruchomienie dwóch 4★ hoteli: Deo Plaza, który będzie zarządzany przez sieć Radisson Blu oraz hotelu Granaria Holiday Inn sieci InterContinental. W tej chwili hotele na Wyspie Spichrzów oferują ponad 1 tys. pokoi, co stanowi prawie 1/5 całkowitej bazy pokoi hotelowych w całym Trójmieście.

Do końca 2020 r. o prawie 40% zwiększy się także liczba pokoi hotelowych w Łodzi oraz w popularnych miejscowościach pasa nadmorskiego – Kołobrzegu, Świnoujściu i na Półwyspie Helskim. Większość przygotowywanych inwestycji w pasie nadmorskim to obiekty, które działać będą w formule condo. Stają się one coraz popularniejsze, ponieważ z punktu widzenia dewelopera takie przedsięwzięcia pozwalają na uzyskanie wyższej marży niż w przypadku tradycyjnych projektów deweloperskich. Inwestycje realizowane w Łodzi to częściej hotele indywidualne, niezrzeszone pod międzynarodową siecią hotelową lub działające w ramach lokalnych,

mniejszych sieci, jak np. sieć Boutique Hotel's posiadająca hotele głównie w Łodzi oraz na Śląsku. W związku z realizacją projektu Nowego Centrum Łodzi oraz wielu innych przedsięwzięć zarówno biurowych, jak i mieszkaniowych większość nowych hoteli pojawi się w dzielnicy Śródmieście.

Dużym wzrostem oferty pokoi hotelowych na koniec 2020 r. będzie mógł pochwalić się także Śląsk, w tym głównie Katowice i Gliwice, gdzie baza pokoi hotelowych wzrośnie o ok. 1/4 w porównaniu do obecnej podaży. Na Śląsku pojawią się projekty zarówno polskich sieci hotelowych – np. hotele biznesowe sieci Diament, a także międzynarodowych marek jak Kyriad (która wznawia swoją działalność na polskim rynku po zamknięciu hotelu w 2011 r. w Warszawie) i Première Classe (należącej do grupy Louvre Hotels będącej operatorem znanych już w Polsce sieci Golden Tulip czy Campanile).

O ponad 20% wzrośnie liczba pokoi hotelowych w rejonie pasa górskiego. Nowe inwestycje w Zakopanem, Karpaczu czy Wiśle to podobnie jak w przypadku pasa nadmorskiego w dużej mierze inwestycje condohotelowe w standardzie 5★, oferujące szeroki wachlarz usług. Takie obiekty zazwyczaj wyposażone są np. w gabinety odnowy biologicznej, SPA, zaplecze fitness, a także sale zabaw dla dzieci oraz wypożyczalnię sprzętu narciarskiego.

Warszawa, która w ubiegłym roku zanotowała najwyższy wzrost liczby hoteli i pokoi hotelowych, w rankingu dotyczącym przyrostu nowej podaży nie jest już w czołówce. Do końca 2020 r. w Warszawie nastąpi ok. 20% wzrost liczby pokoi hotelowych. Dzielnice, które najbardziej wzbogacą się o nowe hotele to Mokotów, Wola (ok. 1000 nowych pokoi w obu lokalizacjach) oraz Śródmieście (ponad 800 nowych pokoi). Kumulacja inwestycji w rejonach, które stanowią zagłębienia biurowe, wskazuje, iż oferta nowych obiektów skierowana będzie

głównie do klientów biznesowych i pracowników korporacji odwiedzających stolicę w celach służbowych. Nadpodaż powierzchni biurowych, która obserwowana jest od pewnego czasu w granicach mokotowskiego Służewca, powoduje, iż budynki, które pierwotnie miały funkcjonować jako biura, są przekształcane na hotele. Taka sytuacja miała miejsce np. w przypadku hotelu Vienna House przy ul. Postępu. Realizowane inwestycje to nie tylko nowe obiekty – część z nich polega na rozbudowie lub modernizacji istniejących już budynków. Jako przykład można wskazać rozbudowę hotelu Rialto przy ul. Koszykowej oraz modernizację dawnego budynku Prudential przy pl. Powstańców Warszawy.

We Wrocławiu podaż pokoi hotelowych na koniec 2020 r. zwiększy się również o ok. 20%. Inwestycje w województwie dolnośląskim będą skierowane do szerokiego grona gości hotelowych. Są to zarówno mniejsze, butikowe obiekty zlokalizowane na terenie wrocławskiego Starego Miasta lub jego okolicy (np. Altus Palace, Indygo), jak i duże obiekty dostosowane do klienta biznesowego (np. projekt sieci Q Hotel powstający w Bielanych Wrocławskich w pobliżu Specjalnej Strefy Ekonomicznej oraz

portu lotniczego Wrocław-Strachowice).

W Poznaniu liczba pokoi hotelowych wzrośnie co najmniej o 17% w porównaniu do obecnej podaży. Zidentyfikowane w raporcie inwestycje to projekty międzynarodowych sieci, m.in. Best Western, Marriott, Hilton. Pierwsza z nich wprowadza dwie jeszcze mało znane na polskim rynku hotelowym marki – Edison Park oraz Sure Hotel by Best Western. W ramach marki Edison Park od marca b.r. funkcjonuje hotel w miejscowości Przeźmierowo w woj. wielkopolskim, marka Sure Hotel zaś zadebiutuje w Polsce.

Baza pokoi hotelowych w Krakowie na koniec 2020 r. wzrośnie o ponad 10% w stosunku do dotychczasowej podaży. Inwestycje realizowane w tym mieście to często mniejsze, butikowe obiekty, oferujące do kilkudziesięciu pokoi, nierzadko w standardzie 5★. W stolicy Małopolski pojawią się też zupełnie nowe na polskim rynku marki hotelowe – np. Radisson Red lub Metropolo by Golden Tulip. Marki te są ukierunkowane głównie na klientów biznesowych z całego świata, dla których nazwy te są już rozpoznawalne, ale przyciągają także turystów z odległych części świata.



WYBRANE
PLANOWANE
I REALIZOWANE
INWESTYCJE
HOTELOWE
DO 2020 R.

Źródło: Emmerson Evaluation

Klasyfikacja według segmentów została wykonana jedynie dla obiektów będących w przygotowaniu, dla których uzyskaliśmy informację na temat operatora sieciowego.

	PLANOWANA DATA OTWARCIA	HOTEL	DZIELNICA/REJON	SEGMENT	KATEGORIA	PLANOWANA LICZBA POKOI
WARSZAWA	2018	ibis Styles Warszawa Centrum	Śródmieście	midscale	★★★	179
		Hotel Warszawa (Prudential)		n/a	★★★★★	100
	2018/2019	Four Points by Sheraton Warsaw	Mokotów	upscale	★★★★	192
		Moxy by Marriott Koneser	Praga Północ	midscale	★★★	141
	2019	The Bridge*	Śródmieście	n/a	★★★★★	80
		Staybridge Suites Warszawa Ursynów	Ursynów	upscale	★★★★	185
		Vienna House Mokotów Warsaw	Mokotów		★★★★	164
		Puro Warszawa Centrum	Śródmieście	lifestyle	★★★★	150
		ibis Styles Warszawa Expo	Wola	midscale	★★★	120
		Motel One	Śródmieście		b.d.	333
	2020	Żelazna 54	Wola	n/a	★★★★	200
		Holiday Inn Warsaw Mokotów	Mokotów	upscale	★★★★	230
		NYX (Varso)	Wola	lifestyle	★★★★	330
		Port Praski	Praga Północ	n/a	b.d.	118
		Crowne Plaza&Holiday Express Inn (The Warsaw HUB)	Wola	upscale/midscale	★★★★/★★★★	430
		Focus Hotel Premium	Mokotów	n/a	★★★★	238
		Holiday Inn Express Mokotów		midscale	★★★	167
KRAKÓW	2018	Hotel, ul. Lubicz	Śródmieście	n/a	★★★	61
	2019	Ferreus			★★★★★	71
		H15			★★★★★	69
		Radisson Red		upscale	★★★★/★★★★	230
		Metropolo by Golden Tulip	Podgórze		★★★★	220
	2020	Best Western Balice Airport	Balice	midscale	★★★	153
		Autograph Collection Hotels	Śródmieście	lifestyle	★★★★★	125
		Bachleda Luxury Hotel Kraków MGallery by Sofitel		n/a	★★★★★	64
		Osti Hotele		upscale	★★★★	60
		ibis Styles	Nowa Huta	midscale	★★★	93
GDAŃSK	2018/2019	Deo Gdańsk Old Town	Śródmieście	n/a	★★★★	349
		Granaria Holiday Inn City Center		upscale	★★★★	236
	2019	Hotel Zacisze	Niepołomnicka	n/a	b.d.	28
	2020	ibis Budget Gdańsk Stare Miasto	Śródmieście	economy	b.d.	120
		Hotel w zabytkowej kamienicy		n/a	★★★★★	70
		Diamant			★★★★/★★★★	156
		Dwór Uphagena (Hotel Arche)			★★★★/★★★★	241
		Hotel w zabytkowym spichlerzu	Na Stępce		★★★★	120
		Hotel nad Nową Motławą	Kamienna Grobla	n/a	b.d.	160
		Hotel, ul. Czarny Dwór	Czarny Dwór		b.d.	350
		Hotel w dawym budynku LOT	Wały Jagiellońskie		★★★★	150
POZNAŃ	2018/2019	Park Inn by Radisson	Stare Miasto	midscale	★★★★	166
	2019	Edison Park Best Western Premier Collection	Jeżyce	upscale	★★★★	63
		Hampton by Hilton	Stare Miasto	midscale	★★★	117
		Moxy by Marriott	Port Lotniczy Poznań-Lawica		★★★	120
	2019/2020	B&B	Stare Miasto	economy	★★/★★★★	120
		Sure Hotel by Best Western		midscale	★★★★/★★★★	40

	PLANOWANA DATA OTWARCIA	HOTEL	DZIELNICA/REJON	SEGMENT	KATEGORIA	PLANOWANA LICZBA POKOI
WROCŁAW	2019	MGallery by Sofitel (The Bridge)	Śródmieście	luxury	★★★★★	192
		Hotel, ul. Nankiera	Stare Miasto	n/a	★★★★	40
		Rodis Karkonoska	Krzyki		b.d.	90
	2020	Altus Palace	Stare Miasto	luxury	★★★★★	91
		Indigo	Krzyki		★★★★★	60
		Grand*	Śródmieście		★★★★	172
		Q Hotel	Bielany Wrocławskie		★★★★	209
		Arche Hotel	Fabryczna		★★★	120
		Hotel Krasińskiego	Stare Miasto		b.d.	130
ŁÓDŹ	2018	Hotel Legs	Śródmieście	n/a	★★★	68
	2018/2019	Boutique Hotel's			b.d.	119
	2019	Puro		lifestyle	★★★★	136
		Hampton by Hilton Łódź		midscale	★★★★	149
		Center Hotel		n/a	★★★★	240
		Art Hotels			b.d.	102
	2020	Likor			b.d.	176
		Nowe Centrum Łodzi - hotel			★★★	166
KATOWICE I AGLOMERACJA ŚL. (GLIWICE)	2019	Diament Plaza	Śródmieście	upscale	★★★★	150
		Alpha Hotel	Gliwice/Żerniki	midscale	★★★★	140
	2020	Louvre Hotels (Kyriad i Première Classe)	Brynów	upscale/midscale	★★★★/★★★★	204
		Puro	Śródmieście	lifestyle	★★★★	200
LUBLIN	2018	Arche	Śródmieście	n/a	★★★	130
BIAŁYSTOK	2018	Hotel Opera	Centrum	n/a	b.d.	30
	2019	City Inter Hotel	Os. Młodych		b.d.	104
	2020	Hotel Focus	Centrum		★★★★	120
SZCZECIN	2019	Courtyard by Marriott i Moxy	Śródmieście	upscale	★★★★/★★★★	248
	2020	Hot Spring Bay	Prawobrzeże	n/a	★★★★★	448
		ibis Styles	Śródmieście	midscale	★★★	150
RZESZÓW	2019	Holiday Inn Express Jasionka	Rzeszów-Jasionka	midscale	★★★	150
		ibis Hotels	Śródmieście	economy	★★/★★★★	105
SOPOT	2019	Radisson Blu	Karlikowo	upper upscale	★★★★	230
		Hotel Sopot	Dolny Sopot	n/a	★★★	124
GDYNIA	2019	Hotel w inwestycji Nowa Marina	Śródmieście	n/a	★★★★	200
		14 Avenue	Wzgórze Św. Maksymiliana		★★★	80
KOŁOBRZEG	2019	Seaside Park Hotel**	Dzielnica Uzdrowskowa	n/a	★★★★★	209
		Solny Resort**			★★★★	143
		H2O			★★★★	209
	2020	Hilton Garden Inn (Harmony Resort)		upscale	★★★★	128
ŚWINUJŚCIE	2018/2019	Hotel Henryk (Uzdrowisko Świnoujście)	Dzielnica Nadmorska	n/a	★★★	74
		Dobosz Hotel Blue			★★★★	305
		Platinum Resort			★★★★	237
	2019	Baltic Park Molo (etap III)**			★★★★★	128
ZAKOPANE	2018/2019	Radisson Blu Hotel & Residences	Antałówka	upper upscale	★★★★	158
	2019	Nosalowy Park Luxury Hotel & SPA**	Centrum	n/a	★★★★★	140
		Bachleda Club Residence**			★★★★★	129
	2020	Four Points by Sheraton		upscale	★★★★	97
KARPACZ	2018/2019	Green Mountain Conference & Spa**	Wilcza Poręba	n/a	★★★★★	245
	2019	Aparthotel Sowia Dolina			b.d.	78
WISŁA	2020	Cristal Mountain Resort**	Obłaziec	n/a	★★★★★	541

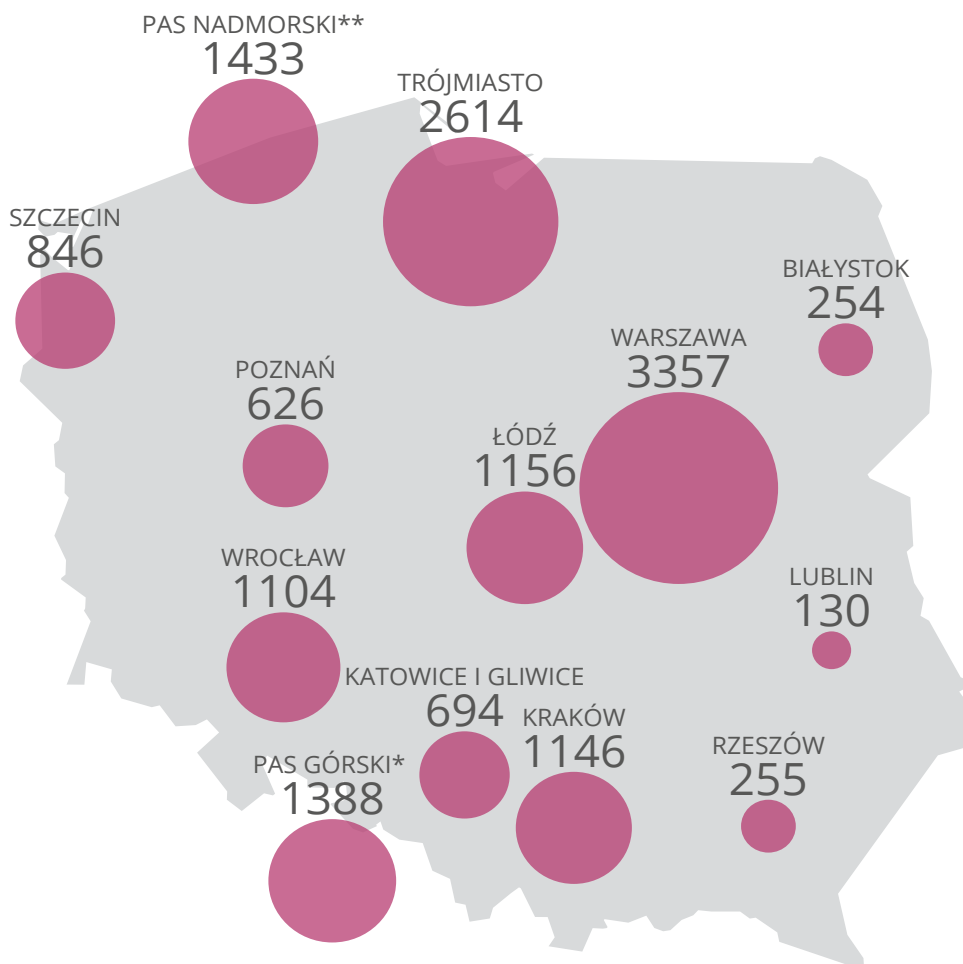
*rozbudowa

**hotel funkcjonujący w systemie condo

NOWA (SZACOWANA) PODAŻ POKOI HOTELOWYCH DO KOŃCA 2020 R.

Źródło: Emmerson Evaluation

*Zakopane, Karpacz, Beskidy (Wisła, Szczyrk, Ustroń)
**Kołobrzeg, Świnoujście, Płw. Helski (Chałupy, Jastarnia, Jurata)



Nowe marki, trendy na rynku

Analizując nowo powstałą oraz przyszłą podaż hoteli, zaobserwowaliśmy kilka trendów pojawiających się coraz częściej w polskich miastach. Jednym z nich jest tendencja lokalizowania nowych inwestycji hotelowych w pobliżu zagłębi biurowych. Szczególnie widoczna jest w stolicy, gdzie wiele nowych inwestycji realizowanych jest na terenie Służewca i okolicy Ronda Daszyńskiego, czyli największych skupisk powierzchni biurowych. Wielu pracowników z innych miast czy krajów odwiedzających Warszawę w celach służbowych ceni sobie komfort wynikający z bliskiego usytuowania miejsca pobytu i miejsca pracy. Powstają obiekty łączące w sobie obie te funkcje. W ten trend wpisuje się m.in. inwestycja biurowa Varso, gdzie planowany jest 4★ hotel NYX oraz kombinacja marek 3★ i 4★ Crowne Plaza&Holiday Express Inn w kompleksie biurowym The Warsaw Hub. Łączenie dwóch marek hotelowych w jednym obiekcie także zdaje się stawać nową tendencją na polskim

rynku hotelowym. Taki obiekt zazwyczaj może obsłużyć większą liczbę gości o zróżnicowanych potrzebach i oczekiwaniach, kierując ofertę do różnych grup docelowych – np. do osób z tzw. pokolenia „millenialsów” ceniących sobie połączenie komfortu i rozsądnej ceny oraz klientów mogących zaakceptować wyższą cenę w zamian za lepszy standard obsługi i wyposażenia pokoi. Przykłady takich obiektów to m.in. wspomniany już The Warsaw Hub powstający w warszawskim kompleksie biurowym, obiekt Crowne Plaza&Holiday Express Inn oraz planowany w Katowicach obiekt Kyriad i Première Classe – marek należących do sieci Louvre Hotels. W ostatnim roku w Polsce pojawiły się nowe marki międzynarodowych sieci hotelowych nieobecnych dotąd na naszym rodzimym rynku. Jest to m.in. AC Hotel by Marriott uruchomiony w 2017 r. we Wrocławiu oraz hotel Moxby Marriott w pobliżu portu lotniczego Katowice-Pyrzowice. W najbliższych latach pojawią się kolejne jeszcze mało znane w Polsce marki, jak np. należące do sieci Best Western – Edison Park oraz Sure Hotel.

Oba te obiekty będą działać w Poznaniu i zostaną uruchomione odpowiednio w 2019 r. i na przełomie 2019 i 2020 r. Na polskim rynku hotelowym niedługo zadebiutuje także marka Radisson Red, która w 2019 r. pojawi się w Krakowie. Lokalizacja obiektów na terenie naszego kraju dla wielu międzynarodowych marek jest częścią strategii ekspansji i poszerzania swojego portfolio. Poprzez taką strategię firmy chcą zwiększyć rozpoznawalność swoich marek na całym świecie.

Obok trendu wprowadzania nowych marek działających pod szyldami międzynarodowych sieci, nadal widoczny jest popyt ze strony turystów na obiekty butikowe, niezrzeszone w sieciach hotelowych, oferujące do kilkudziesięciu pokoi. Takie inwestycje pojawiły się głównie w Krakowie i Wrocławiu, gdzie turystyka wypoczynkowa jest dużo bardziej rozwinięta niż w przypadku stolicy. W Krakowie w ostatnim roku uruchomiono co najmniej 3 takie obiekty na terenie Starego Miasta – m.in. 5★ gwiazdkowy Unicus Palace zarządzany przez polską sieć Dobry Hotel, 3★ Corner Hotel oraz Hotel 32. We Wrocławiu takim obiektem jest m.in. Grand Hotel przy ul. Rzeźniczej.

Większość nowych hoteli będzie funkcjonowało w ramach marek pozycjonujących się jako segment upscale, czyli hoteli najczęściej 4★, niekiedy 5★, oferujących pełen zakres usług hotelowych jak restauracja, lobby hotelowe, bar, całodobowa recepcja, zaplecze konferencyjne. Sukcesywnie na polskim rynku pojawiają się też tzw. marki lifestyle. Najczęściej można je spotkać w Warszawie, Krakowie i Łodzi. Są to brandy oferujące wyposażenie i charakter obsługi hotelowej inspirowane obecnymi trendami jak np. nowe technologie, muzyka, sztuka, moda i kierujące swoją ofertę głównie do osób młodych. Nie można też zapomnieć o dość nowym, ale już wyraźnie przebijającym się na polskim rynku hotelowym segmencie condohoteli. Z punktu widzenia gościa są to obiekty funkcjonujące jak hotel, ale prawnie każdy z pojedynczych pokoi (apartamentów) hotelowych należy do inwestora indywidualnego. Takie obiekty zapoczątkowały swoją działalność głównie w rejonie pasa nadmorskiego oraz górskiego i tam obecnie funkcjonuje ich najwięcej. Jednak coraz silniej wchodzi także na rynek aglomeracji miejskich. Tematowi condohoteli został poświęcony osobny rozdział w naszym raporcie.



POPYT MIEJSC NOCLEGOWYCH

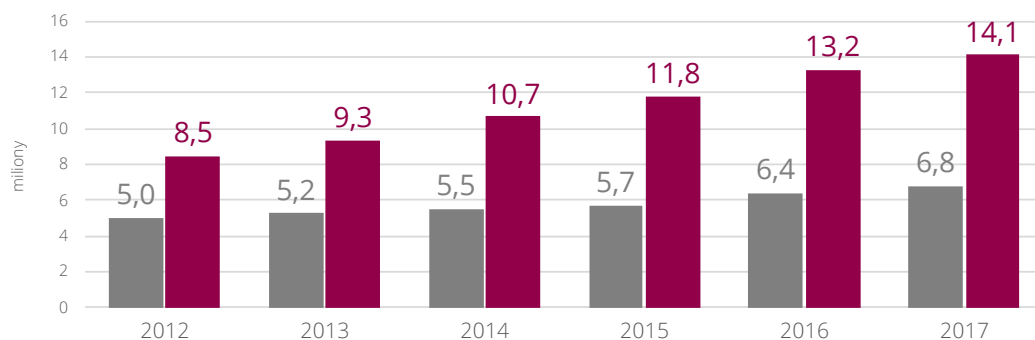
Według szacunków Głównego Urzędu Statystycznego w 2017 r. Polskę odwiedziło o ponad 1,3 mln więcej turystów niż w roku poprzednim (jest to wzrost o ok. 7%). Polaków spędzających wakacje w naszym kraju jest nadal o ponad połowę więcej niż turystów z zagranicy (ponad 14,1 mln turystów z Polski w porównaniu z 6,8 mln turystów z zagranicy). Analizując przyrost liczby polskich turystów, od 2012 r. rośnie ona znacznie szybciej niż liczba turystów z innych krajów, chociaż ta,

według wstępnych szacunków Departamentu Turystyki Ministerstwa Sportu i Turystyki, w I połowie 2018 r. wzrosła o ponad 6% w porównaniu z rokiem 2017. Wskaźnik CAGR, czyli skumulowany roczny wskaźnik wzrostu, dla turystów z Polski na przestrzeni ostatnich 6 lat wyniósł 10,72% wobec 6,44% dla turystów zagranicznych. Prawdopodobnie ze względu na spadek poczucia bezpieczeństwa w wielu niegdyś popularnych zagranicznych destynacjach turystycznych oraz

LICZBA POLSKICH I ZAGRANICZNYCH TURYSTÓW W LATACH 2012-2017

zagraniczni turyści
polscy turyści

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS

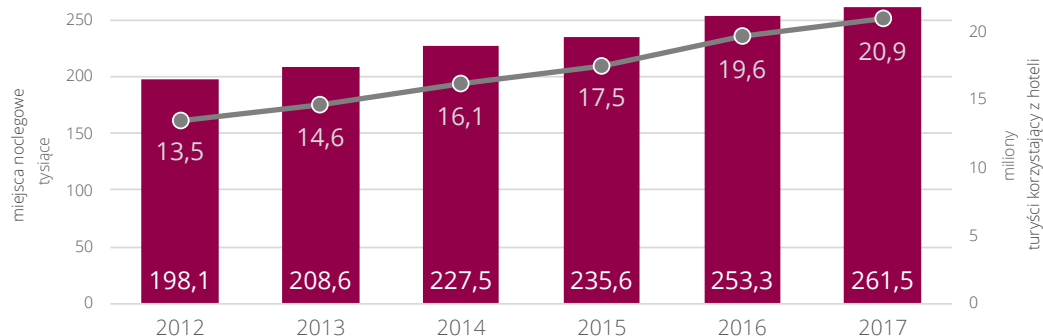


CAGR 2012-2017



LICZBA MIEJSC NOCLEGOWYCH ORAZ LICZBA TURYSTÓW KORZYSTAJĄCYCH Z HOTELI W LATACH 2012-2017

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS



liczba miejsc noclegowych w hotelach	
liczba turystów korzystających z hoteli (ogółem)	

dzięki poprawie polskiej bazy hotelowej, Polacy coraz częściej wybierają pobyt na terenie kraju niż wyjazd za granicę. Całkowita liczba turystów (polskich i zagranicznych) od 2012 r. średniorocznie przyrasta o 9,21%, zaś liczba miejsc noclegowych o 5,71%, czyli prawie o połowę wolniej. Taka sytuacja znajduje odzwierciedlenie we wzroście stopnia wykorzystania (obłożenia) pokoi i miejsc hotelowych. Na koniec 2017 r. średni stopień wykorzystania pokoi hotelowych był o 1,1 p.p. wyższy niż w 2016 r., osiągając w 2017 r. poziom niemal 52%. Najwyższe średnie obłożenie (64,7%) tradycyjnie wystąpiło w województwie mazowieckim. Generowane jest ono głównie przez hotele warszawskie. Kolejne miejsca zajęły województwa zachodniopomorskie (63,1%) oraz małopolskie (57,3%). W roku poprzednim (2016) „ranking” wyglądał podobnie – najwyższe, bo 62,6% średnie obłożenie wystąpiło w województwie mazowieckim, następnie 62,1% w województwie zachodniopomorskim i 57,1% w małopolskim. Porównując zmianę średniego obłożenia w 2017 r. w stosunku do 2016 r., odnotowaliśmy, że najwyższy jego wzrost nastąpił w województwie lubuskim (o 8,7%) oraz podlaskim (o 8,2%). Spadek obłożenia (-3,1%) dotknął województwo warmińsko-mazurskie. Twierdzimy jednak, że to wynik stabilizacji rynku – w roku 2016 r. województwo to było 3. pod względem wzrostu obłożenia pokoi hotelowych (wzrost wynosił 7,9%). Poza tym ujemne wskaźniki zmiany obłożenia pokoi hotelowych w 2017 r. względem 2016 r. zanotowały tylko województwa wielkopolskie i dolnośląskie (w obu przypadkach poniżej 1%), co w skali całego kraju można uznać za dobry wynik.

CAGR 2012-2017

miejsca noclegowe

5,71%



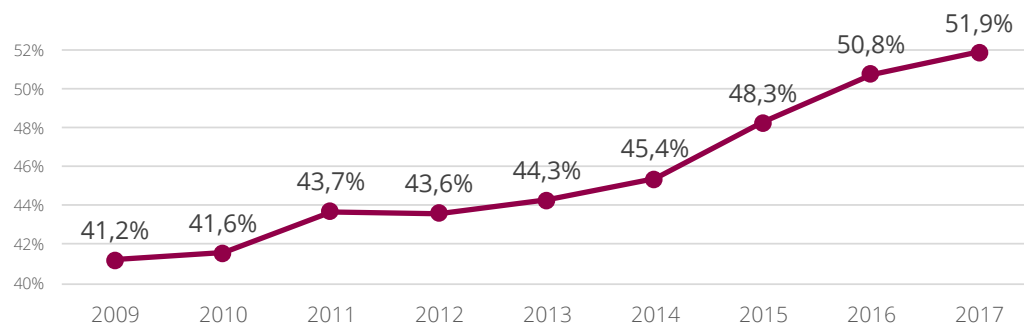
turyści korzystający z hoteli (ogółem)

9,21%



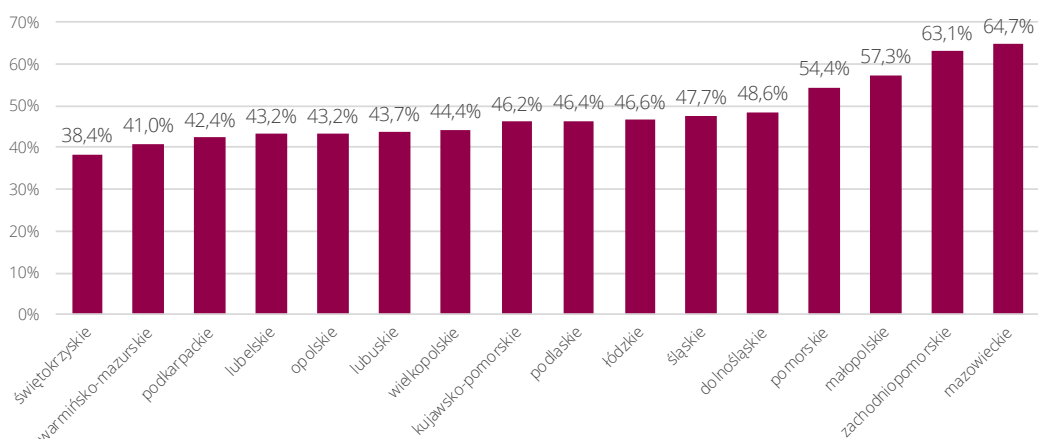
STOPIEŃ WYKORZYSTANIA POKOI HOTELOWYCH W LATACH 2009-2017 W POLSCE

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS



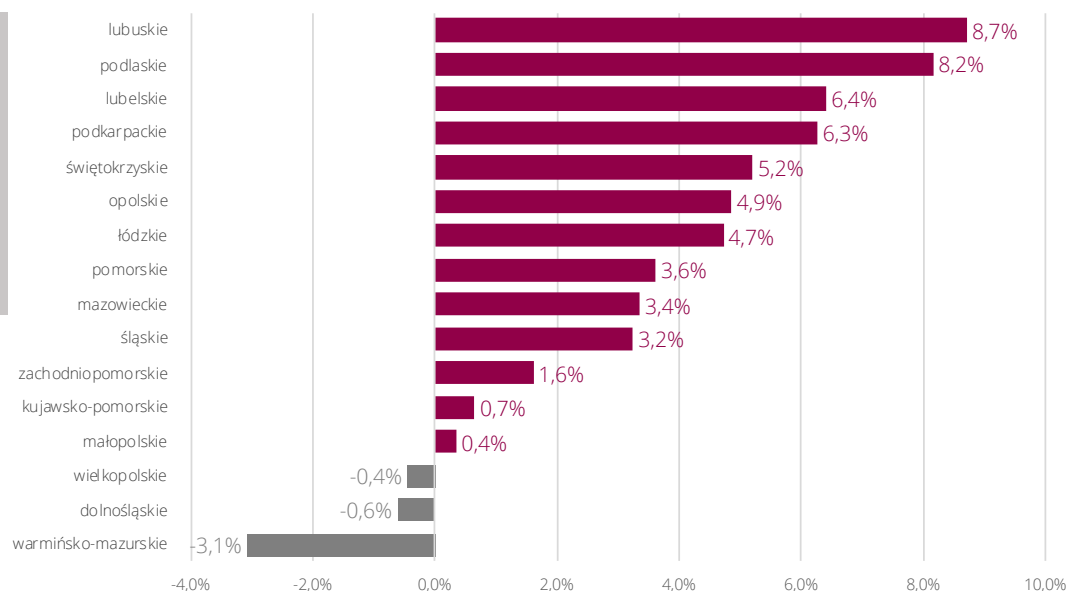
ŚREDNIE WYKORZYSTANIE POKOI HOTELOWYCH W WOJEWÓDZTWACH W 2017 ROKU

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS



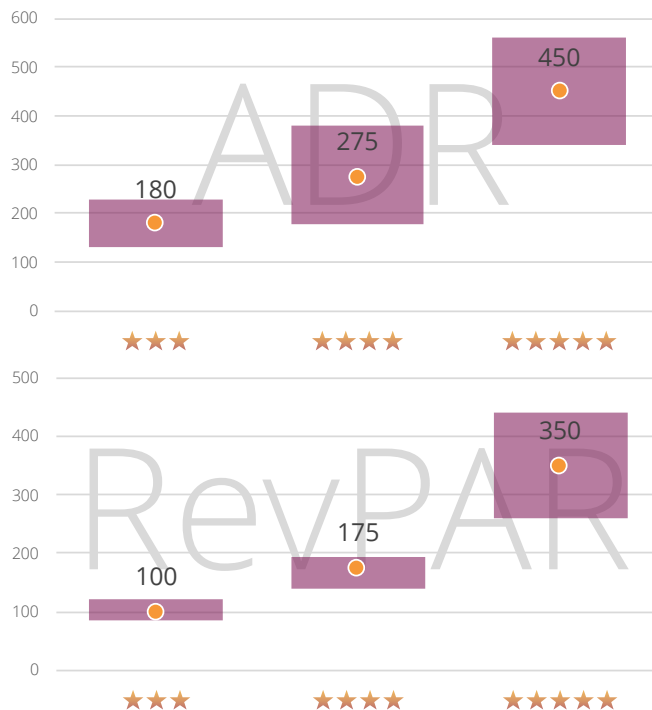
ZMIANA STOPNIA WYKORZYSTANIA POKOI HOTELOWYCH W WOJEWÓDZTWACH [2017/2016]

Źródło: Emmerson Evaluation
na podstawie danych GUS



WSKAŹNIKI
ADR I REVPAR
DLA HOTELI
KATEGORII
3, 4 I 5 GWIAZDEK
W POLSCE

zakres (min-max)	
średnia	



W CIĄGU OSTATNICH MIESIĘCY WSKAŹNIKI ADR I REVPAR
PRZYJMOWAŁY NASTĘPUJĄCE ZAKRESY WARTOŚCI DLA HOTELI:

ADR	★★★★	od 130 do 230 zł
	★★★★★	od 180 do 280 zł
	★★★★★★	od 340 do 560 zł
RevPAR	★★★★	od 85 do 120 zł
	★★★★★	od 140 do 195 zł
	★★★★★★	od 260 do 440 zł



ANALIZA RYNKU CONDOHOTELI I OBIEKTÓW Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI

W ostatnich latach, z uwagi na dobrą sytuację gospodarczą w Polsce, niskie stopy procentowe oraz oprocentowanie lokat, a także wzbogacanie się społeczeństwa, zauważalny jest wyraźny wzrost zainteresowania inwestowaniem w nieruchomości.

Popyt w dużej mierze zgłaszany jest przez osoby fizyczne, które z reguły (z uwagi na ograniczenia kapitałowe) decydują się na zakup jednego do kilku lokali. Z kolei dynamiczny rozwój turystyki spowodował, iż w lokalizacjach atrakcyjnych turystycznie lub biznesowo wyższe stopy zwrotu z zainwestowanego kapitału uzyskuje się z wynajmu krótkoterminowego (tzw. wynajmu na doby) niż z wynajmu lokalu mieszkalnego na długi termin jednemu najemcy. Wszystkie te czynniki miały wpływ na intensywny rozwój rynku tzw. condohoteli oraz apartamentów wypoczynkowych w Polsce. Bardzo duże znaczenie, zwłaszcza dla rozwoju rynku apartamentów wypoczynkowych, miał również wzrost atrakcyjności i popularności serwisów internetowych jak Booking.com czy AirBnB, dzięki którym oferta prywatnych inwestorów stała się konkurencyjna nawet wobec najlepszych pokoi hotelowych w danych lokalizacjach.

Szansę na udany biznes dostrzegli tutaj deweloperzy, którzy starając się maksymalizować zysk, zaczęli dostosowywać swój produkt do potrzeb klienta i tym samym tworzyć inwestycje oferujące apartamenty wypoczynkowe/wakacyjne prawnie stanowiące samodzielne lokale mieszkalne lub użytkowe. Jeśli tylko uwarunkowania planistyczne stwarzają taką możliwość, inwestycje te najczęściej realizowane są w formie budynków mieszkalnych wielorodzinnych, gdyż

sprzedaż lokali mieszkalnych opodatkowana jest niższą od sprzedaży lokali użytkowych stawką podatku VAT, tj. 8%. Inwestycje deweloperskie z lokalami niemieszkalnymi (użytkowymi) powstają tylko w lokalizacjach, gdzie brak jest możliwości realizacji inwestycji mieszkaniowej wielorodzinnej. Można spotkać się z sytuacją, gdzie część deweloperów stara się obejść ograniczenia planistyczne poprzez budowę różnego rodzaju budynków usługowych i wyodrębniania w nich samodzielnych lokali użytkowych. Są to budynki, dla których wydawano pozwolenia na budowę (lub decyzję o zmianie sposobu użytkowania), jak m.in. „budynki usługowe z apartamentami”, „budynki bosmanatu”, „budynki apartamentowe z lokalami rekreacji indywidualnej”.

Należy zauważyć, że rynek obiektów z apartamentami wypoczynkowymi jest bardzo zróżnicowany. Najbardziej okrojoną formą takiego obiektu jest budynek mieszkalny wielorodzinny, bez recepcji, rozbudowanych części wspólnych, nie oferujący żadnych usług dodatkowych, o różnorodnym standardzie wykończenia poszczególnych lokali, w którym obsługą najmu zajmuje się kilku operatorów, w tym właściciele. Właściciele poszczególnych lokali mają możliwość wyboru operatora zarządzającego wynajmem ich apartamentów, a część lokali może być wykorzystywana na własne cele mieszkaniowe. Tego typu inwestycje powstawały głównie w początkowej fazie rozwoju rynku apartamentów wakacyjnych, a ze względu na atrakcyjną lokalizację w popularnej destynacji turystycznej bardzo szybko znajdowały swoich nabywców. Wraz z rozwojem segmentu rynku nieruchomości wypo-

czynkowych, wzrostem konkurencji oraz oczekiwań ze strony nabywców, deweloperzy zaczęli tworzyć inwestycje mieszkaniowe wielorodzinne o podwyższonym lub wysokim standardzie wykończenia i wyposażenia, z bogatą ofertą usług dodatkowych. Często takie obiekty funkcjonują pod jedną nazwą marketingową i prowadzona jest dla nich indywidualna strona internetowa z możliwością rezerwacji poszczególnych apartamentów. W takich obiektach standard wykończenia i wyposażenia lokali również może być ujednolicony, co sprawia, że z punktu widzenia gości obiekt ten może nie różnić się od typowego hotelu. W przypadku takich obiektów operatorzy w sposób nieprawidłowy używają nazwy „aparthotel”, która w tym przypadku ma znaczenie jedynie marketingowe. Aparthotel jest to bowiem obiekt hotelowy, który nie jest przeznaczony do indywidualnej sprzedaży i nie posiada wyodrębnionych prawnie lokali. Jednakże zamiast typowych pokoi hotelowych oferuje apartamenty (pokoje dodatkowo wyposażone w aneksy kuchenne), przez co nazywany jest także hotelem apartamentowym.

Zapisy miejscowych planów zagospodarowania przestrzennego w atrakcyjnych lokalizacjach miejscowości turystycznych oraz aglomeracji miejskich bardzo często pozwalają jedynie na realizację inwestycji polegającej na budowie obiektu o funkcji usługowej – np. dla turystyki i rekreacji, czyli najczęściej hotelu lub pensjonatu. Z tego powodu wielu deweloperów, chcąc wykorzystać wysoki popyt ze strony inwestorów indywidualnych na nieruchomości w atrakcyjnych lokalizacjach, zaczęło tworzyć przedsięwzięcia typu condohotel. Z punktu widzenia gościa taki obiekt nie różni się od tradycyjnego hotelu, a deweloperowi umożliwia szybsze wyjście z inwestycji. W Polsce rynek condohoteli jest relatywnie młody i cały czas w fazie kształtowania się. Definicja dla tego typu obiektu nie jest prawnie uregulowana, przez co w wielu przypadkach obserwujemy jej nadużywanie. Bazując na doświadczeniach rynków zachodnich, danych źródłowych oraz wynikach przeprowadzonej przez nas analizy występującej na polskim rynku podaży, poniżej przedstawiamy naszą wersję definicji condohotelu wraz z kryteriami, jakie powinny zostać spełnione dla takiego obiektu.

KRYTERIUM	CONDOHOTEL
OGÓLNA CHARAKTERYSTYKA	Budynki hotelowe, w których wyodrębnione zostały prawnie samodzielne lokale niemieszkalne, przez co powstało condominium (wspólnota właścicieli). Poszczególne lokale sprzedawane są w ujednoliconym standardzie wykończenia i wyposażenia. Funkcjonalnie lokale najczęściej składają się z 1-2 pokoi hotelowych i łazienki. Występują również condohotele, w skład których wchodzi apartamenty składające się z 1-2 pokoi hotelowych, aneksu kuchennego i łazienki.
POZWOLENIE NA BUDOWĘ/ UŻYTKOWANIE	Obiekt, dla którego zostało wydane pozwolenie na budowę budynku zakwaterowania turystycznego i rekreacyjnego (kategoria XIV wg Prawa Budowlanego) – budynku hotelowego lub pensjonatowego, lub decyzja o zmianie sposobu użytkowania na obiekt hotelowy lub pensjonatowy.
PRAWNE	Poszczególne lokale są wyodrębnione prawnie jako lokale niemieszkalne.
OPERACYJNE	W ramach jednego obiektu lokale zarządzane są przez jednego (dominującego), dedykowanego danemu obiektowi operatora, który najczęściej wybrany jest już na etapie budowy obiektu. Co do zasady, nie ma możliwości wyboru operatora przez właścicieli poszczególnych lokali. Obiekt może działać w ramach sieci hotelowej.
FUNKCYJNALNE	Obiekt z punktu widzenia gościa funkcjonuje jak hotel. Oferuje szereg usług i udogodnień typowych dla hotelu jak np. recepcja, restauracja, concierge, SPA, zaplecze konferencyjne. Poszczególne lokale składają się zazwyczaj z 1-2 pokoi z łazienką. Niekiedy condohotele funkcjonują również jako obiekty, na które składają się apartamenty (tj. pokoje hotelowe z aneksem kuchennym) lub jako obiekty stanowiące kompleks pokoi hotelowych i apartamentów.
PODATKOWE	Na rynku pierwotnym lokale niemieszkalne sprzedawane są ze stawką podatku VAT 23% (lokalne użytkowe). Podatek od nieruchomości opłacany jest przez właścicieli poszczególnych lokali, ze stawką podatku dla gruntów i budynków związanych z prowadzeniem działalności gospodarczej. W przypadku lokali niemieszkalnych, z którymi związany jest udział w nieruchomości wspólnej, którą stanowi prawo użytkowania wieczystego gruntu, właściciel dodatkowo opłaca opłatę roczną z tytułu tego prawa, ze stawką procentową 3%. Opodatkowanie działalności prowadzonej w lokalu podatkiem VAT: co do zasady, operator prowadzący działalność hotelową opodatkowuje swoje przychody podatkiem VAT ze stawką 8%.
STANDARD WYKOŃCZENIA/ WYPOSAŻENIA	Lokale w condohotelach najczęściej sprzedawane są w standardzie wykończonym, ujednoliconym dla całego obiektu. Występują także w stanie niewykończonym, z koniecznością wykupu dodatkowego pakietu wyposażenia.
KATEGORYZACJA	Obiekt podlegający kategoryzacji lub nieskategoryzowany. Obiekt jest przystosowany do pełnienia funkcji hotelu, tj. spełnia wymagania co do wyposażenia hoteli wynikające z przepisów prawa.
PRZYKŁADY OBIEKTÓW	Cristal Mountain Resort w Wiśle, Blue Mountain Resort w Szklarskiej Porębie, Radisson Blu Resort w Świnoujściu, Hotel Number One w Gdańsku



Analiza umów o zarządzanie

W związku z dynamicznym rozwojem rynku condohoteli i apartamentów wypoczynkowych na rynku zaczęło pojawiać się coraz więcej firm oferujących profesjonalne i kompleksowe usługi zarządzania apartamentami przeznaczonymi na wynajem krótkoterminowy.

W przypadku obiektów z apartamentami wypoczynkowymi najczęściej w zakres usług operatorów wchodzi obsługa najmu poprzez portale internetowe i własną stronę internetową operatora (rzadziej obiektu), zapewnienie stałej i kompleksowej obsługi gości i nadzór techniczny nad apartamentami. Z właścicielem apartamentu podpisywana jest umowa najmu najczęściej na czas nieokreślony z 3-6 lub 12-miesięcznym okresem wypowiedzenia. Zgodnie z zapisami takiej umowy, koszty związane z bieżącą obsługą gości (w tym sprzątanie apartamentów, pranie ręczników i pościeli) ponosi firma zarządzająca, natomiast pozostałe koszty pozostają po stronie właściciela apartamentu. Właściciel apartamentu musi się liczyć także z okresowym kosztem odświeżenia apartamentu, a także (w dłuższej perspektywie) z wymianą wyposażenia. Najczęściej stosowanym modelem rozliczeniowym z firmą zarządzającą jest podział przychodów, gdzie prowizja firmy zarządzającej z reguły wynosi 25-30% przychodu netto (bez VAT, po odliczeniu prowizji pobieranych przez portale internetowe). W niektórych przypadkach, gdy operator jest dedykowanym i dominującym operatorem w danym

budynku, oferuje on czynsz gwarantowany przez kilka pierwszych lat funkcjonowania inwestycji (najczęściej 3 lata). Spotyka się również połączenie czynszu gwarantowanego z dodatkowym czynszem „od obrotu”, jednakże są to bardzo sporadyczne przypadki.

W przypadku condohoteli oferta obsługi wynajmu przez dedykowanego danemu obiektowi operatora z reguły przedstawiana jest już na etapie zakupu lokalu. Nową tendencją, w szczególności w atrakcyjniejszych inwestycjach, jest oferowanie długoletnich umów najmu (10-30 lat) z czynszem gwarantowanym na poziomie od 6 do nawet 8-8,5% ceny zakupu netto (w stanie deweloperskim lub wyposażonym). Umowy najmu zawierają także zapisy dotyczące kosztów bieżących remontów i napraw lokalu oraz jego wyposażenia, które, co do zasady, leżą po stronie operatora. Praktycznie wszystkie opłaty związane z obsługą lokalu, jego promocją i reklamą ponosi operator. Właściciel odpowiada finansowo za szkody wyrządzone w trakcie jego pobytu w lokalu lub pobytu osób z nim związanych, a także ponosi opłaty z tytułu ubezpieczenia apartamentu oraz podatku od nieruchomości. Najczęściej właściciel ma prawo skorzystać z lokalu na własne potrzeby jedynie przez ściśle określony w umowie okres w roku (tzw. pobyt właścicielski – zwykle z wyłączeniem okres świąt oraz wysokiego sezonu).

Poniższa tabela przedstawia szczegółową analizę rodzajów umów najczęściej spotykanych w obiektach typu condohotel lub apartament wypoczynkowy.

RODZAJ UMOWY NAJMU		UMOWA Z CZYNSEM GWARANTOWANYM	UMOWA Z CZYNSEM GWARANTOWANYM I CZYNSEM ZMIENNYM	UMOWA Z CZYNSEM ZMIENNYM
RODZAJ OBIEKTU		Umowa typowa dla condohoteli oraz obiektów z condo-apartamentami o podwyższonym standardzie z rozbudowaną strefą wspólną.	Typ umowy najrzadziej występujący, spotykany zarówno w przypadku condohoteli, jak i obiektów z condo-apartamentami.	Umowa typowa dla większości obiektów z condo-apartamentami. W przypadku najlepszych condohoteli brak możliwości zawarcia tego rodzaju umowy.
OKRES NAJMU		Czas oznaczony od 3 do 30 lat.	Czas oznaczony od 3 do 30 lat.	Czas nieokreślony, sporadycznie umowa zawierana na czas oznaczony.
OKRES NAJMU W POSZCZEGÓLNYCH REGIONACH	PAS GÓRSKI	3-15 lat	3-15 lat	nieokreślony
	PAS NADMORSKI	3-30 lat	3-30 lat	nieokreślony
	WARMIA I MAZURY	5-15 lat	5-15 lat	nieokreślony
	AGLOMERACJE	4-30 lat	4-30 lat	nieokreślony
GWARANTOWANA STOPA ZWROTU	PAS GÓRSKI	6-8%	6-8%	nd
	PAS NADMORSKI	5-8%	5-8%	nd
	WARMIA I MAZURY	6-8%	6-8%	nd
	AGLOMERACJE	6,5-8%	6,5-8%	nd
PODSTAWA USTALENIA CZYNSZU		Stały czynsz ustalany jako określony w umowie procent netto od ceny netto zakupu lokalu (najczęściej w stanie deweloperskim, bez wyposażenia) oraz ceny netto zakupu miejsca postojowego.	Spotykane są dwa warianty: 1. Czynsz gwarantowany przez pierwsze kilka lat umowy (najczęściej 3 lata), który następnie przechodzi w czynsz zmienny (np. ustalany jako procent – najczęściej 50-70% od przychodów netto z wynajmu apartamentu). 2. Czynsz gwarantowany przez cały okres umowy + dodatkowo czynsz zmienny (np. ustalany jako % od zysku netto z działalności obiektu, który dzielony jest pomiędzy inwestorów zgodnie z przyjętym kryterium, np. udziałem powierzchniowym).	Operator pobiera prowizję ustaloną jako określony procent (najczęściej 25-30%) od przychodów netto z najmu apartamentu.
POZOSTAŁE WARUNKI UMÓW NAJMU	OKRES PŁATNOŚCI CZYNSZU	kwartalny lub miesięczny	kwartalny lub miesięczny	miesięczny
	INDEKSACJA	Część umów najmu zawiera zapisy dot. indeksacji czynszu.	Część umów najmu zawiera zapisy dot. indeksacji czynszu.	Brak zapisów dot. indeksacji czynszu.
	POBYT WŁAŚCICIELSKI	Ściśle określona liczba dni w roku, najczęściej 14-21 dni, z wyłączeniem jasno wskazanych w umowie okresów.	Ściśle określona liczba dni w roku, najczęściej 14-21 dni, z wyłączeniem jasno wskazanych w umowie okresów.	Dowolna liczba dni w roku.
	KOSZTY POKRYWANE PRZEZ OPERATORA	Koszty obsługi najmu oraz koszty funkcjonowania całego obiektu, w tym koszty mediów oraz napraw bieżących lokalu.	Koszty obsługi najmu oraz koszty funkcjonowania całego obiektu, w tym koszty mediów oraz napraw bieżących lokalu.	Koszty obsługi najmu, w tym koszty sprzątnięcia lokalu.
	KOSZTY POKRYWANE PRZEZ WŁAŚCIELCIELA	Podatek od nieruchomości, opłata za użytkowanie wieczyste (jeśli dotyczy), ubezpieczenie lokalu. W części przypadków pobierana jest przez operatora stała opłata na cele okresowych remontów lokalu i wymiany wyposażenia.	Podatek od nieruchomości, opłata za użytkowanie wieczyste (jeśli dotyczy), ubezpieczenie lokalu. W części przypadków pobierana jest przez operatora stała opłata na cele okresowych remontów lokalu i wymiany wyposażenia.	Podatek od nieruchomości, opłata za użytkowanie wieczyste (jeśli dotyczy), ubezpieczenie lokalu, czynsz do wspólnoty, opłaty za media, koszty konserwacji oraz bieżących napraw i remontów lokalu.

PODAŻ ISTNIEJĄCA
I W PRZYGOTOWANIU
(W BUDOWIE/
PROJEKTOWANA)

Podaż condohoteli i apartamentów wakacyjnych

W naszym raporcie poddaliśmy analizie rynek condohoteli i obiektów z apartamentami wypoczynkowymi w najbardziej popularnych miejscowościach nadmorskich, górskich, na Warmii i Mazurach, a także w największych polskich aglomeracjach. Pod uwagę braliśmy

PAŚ GÓRSKI	ISTNIEJĄCE			W PRZYGOTOWANIU		
	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM
TATRY			30			13
ZAKOPANE	3	27	30	2	10	12
BIALKA TATRZAŃSKA	-	-	0	-	1	1
BESKIDY			22			11
WISŁA	-	8	8	1	2	3
USTROŃ	-	4	4	-	3	3
KRYNICA-ZDRÓJ	-	8	8	1	-	1
SZCZAWNICA	-	-	0	1	-	1
SZCZYRK	-	2	2	-	2	2
KOZUBNIK	-	-	0	-	1	1
SUDETY			38			11
KARPACZ	-	23	23	3	-	3
SZKLARSKA PORĘBA	-	10	10	-	1	1
ŚWIERADÓW ZDRÓJ	-	2	2	-	1	1
POLANICA ZDRÓJ	-	1	1	-	1	1
DUSZNIKI ZDRÓJ	-	-	0	1	-	1
PODGÓRZYN	1	-	1	2	-	2
SIENNA	-	1	1	-	2	2
OGÓŁEM	4	86	90	11	24	35
NOWA PODAŻ POKOI/APARTAMENTÓW DO 2020 R.			ok. 5000			

WARMIA I MAZURY	ISTNIEJĄCE			W PRZYGOTOWANIU		
	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM
GIŻYCKO	-	1	1	-	1	1
MIKOŁAJKI	2	1	3	-	2	2
OLSZTYN	1	-	1	1	-	1
IŁAWA	-	1	1	-	-	0
RUCIANE NIDA	-	-	0	-	1	1
PASYM	-	1	1	-	-	0
MIŁKI K. GIŻYCKA	-	1	1	-	1	1
OGÓŁEM	3	5	8	1	5	6
NOWA PODAŻ POKOI/APARTAMENTÓW DO 2020 R.			ok. 350			

jedynie obiekty, które realizowane były z przeznaczeniem na wynajem krótkoterminowy oraz posiadały indywidualną stronę internetową. Uwzględniliśmy zarówno obiekty istniejące, jak i znajdujące się w budowie.

Największą podażą obiektów typu condohotel oraz obiektów z apartamentami wypoczynkowymi charakteryzuje się nadmorski obszar naszego kraju.

W sumie funkcjonuje tam ponad 100 tego typu obiektów. Stanowi to ponad 46% wszystkich zidentyfikowanych przez nas obiektów w analizowanych rejonach. Oferta w pasie górskim stanowi 40%, w aglomeracjach ok. 10%, na Warmii i Mazurach zaś jedynie ok. 4%.

Dominująca liczba obiektów tego typu w pasie nadmorskim (prawie 75%) znajduje się w województwie

PAS NADMORSKI	ISTNIEJĄCE			W PRZYGOTOWANIU		
	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI WYPOCZYNKOWYMI	OGÓŁEM
POMORSKIE			27			6
WŁADYSŁAWOWO	1	13	14	1	1	2
JASTARNIA	2	3	5	-	-	0
KRYNICA MORSKA	2*	2	2	-	-	0
HEL	-	2	2	-	1	1
USTKA	-	2	2	-	2	2
STEGNA	-	2	2	-	-	0
ŁEBA	-	-	0	-	1	1
ZACHODNIOPOM.			77			44
KOŁOBRZEG	7	17	24	4	4	8
ŚWINOUJŚCIE	2	19	21	2	5	7
MIĘDZYDROJE	-	8	8	2	5	7
MIELNO	1	7	8	-	5	5
DZIWNÓW	-	7	7	1	7	8
REWAL	-	5	5	-	1	1
USTRONIE MORSKIE	-	2	2	-	3	3
TRZEBIATÓW	-	1	1	1	2	3
DARŁOWO	-	1	1	-	1	1
SARBINOWO	-	-	0	-	1	1
OGÓŁEM	13	91	104	11	39	50
NOWA PODAŻ POKOI/APARTAMENTÓW DO 2020 R.			ok. 7000			

AGLOMERACJE	ISTNIEJĄCE			W PRZYGOTOWANIU		
	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI NA WYNAJEM	OGÓŁEM	CONDOHOTELE	OBIEKTY Z APARTAMENTAMI NA WYNAJEM	OGÓŁEM
WARSZAWA	5	5	10	4	3	7
KRAKÓW	-	2	2	2	1	3
WROCŁAW	-	2	2	4	3	7
GDAŃSK	2	2	4	2	-	2
POZNAŃ	-	1	1	-	1	1
ŁÓDŹ	-	-	0	2	2	4
SZCZECIN	-	3	3	-	-	0
OGÓŁEM	7	15	22	14	10	24
NOWA PODAŻ POKOI/APARTAMENTÓW DO 2020 R.			ok. 3500			

zachodniopomorskim. Obiekty z apartamentami wypoczynkowymi występują tu także zdecydowanie częściej niż condohotele (te stanowią ok. 10% wszystkich obiektów w pasie nadmorskim). Jest to wynik opisywanej już przez nas sytuacji rozwoju tego rynku w Polsce – obiekty z apartamentami wypoczynkowymi pojawiły się zdecydowanie wcześniej, są też inwestycjami zwykle mniej kapitałochłonnymi niż condohotele.

Najbardziej popularnymi lokalizacjami dla obiektów z apartamentami wypoczynkowymi są: Świnoujście (znajduje się tam ponad 20% obiektów z apartamentami wypoczynkowymi), Kołobrzeg (prawie 19%), a także Władysławowo (ponad 14%). Kilka obiektów funkcjonuje także w Międzyzdrojach, Mielnie, Dziwnowie, Rewalu. Pojedyncze obiekty działają także w Jastarni, Krynicy Morskiej, Ustce, Stegnie, Ustroniu Morskim, Trzebiatowie, Darłowie i na Helu.

Najwięcej condohoteli znajduje się w Kołobrzegu. Stanowią one ponad 50% wszystkich zidentyfikowanych przez nas obiektów condohotelowych w pasie nadmorskim. Pojedyncze obiekty funkcjonują także w Świnoujściu, Władysławowie, Krynicy Morskiej, Jastarni i Mielnie.

Obecnie najwięcej obiektów przygotowywanych (w budowie lub planowanych) jest w miejscowościach województwa zachodniopomorskiego – Kołobrzegu, Dziwnowie, Świnoujściu i Międzyzdrojach. W sumie condohotele oraz obiekty z apartamentami wypoczynkowymi przygotowywane w województwie zachodniopomorskim stanowią niemal 90% wszystkich obiektów tego typu realizowanych w pasie nadmorskim. Do końca 2020 r. według naszych szacunków najwięcej condohoteli i obiektów z apartamentami wypoczynkowymi (ponad 30) nadal będzie funkcjonowało w Kołobrzegu. Na kolejnych miejscach znajdują się Świnoujście z 28 obiektami oraz Władysławowo (16), Międzyzdroje (15) i Dziwnów (15). W sumie do końca 2020 r. w całym pasie nadmorskim przybędzie ponad 7 tys. nowych pokoi i apartamentów w condohotelach i obiektach z apartamentami wypoczynkowymi.

Kolejnym obszarem z największą liczbą condohoteli oraz obiektów z apartamentami wypoczynkowymi jest pas górski. Najwięcej funkcjonujących obiektów zidentyfikowaliśmy w rejonie Sudetów (ponad 42%), następnie w rejonie Tatr (ok. 33%) oraz Beskidów (ok. 24%). Najpopularniejsze miejscowości dla lokalizowania obiektów z apartamentami wypoczynkowymi to: Zakopane (ok. 31% wszystkich obiektów z apartamentami

wypoczynkowymi w pasie górskim), Karpacz (ok. 27%) oraz Szklarska Poręba (ok. 12%). Obiekty z apartamentami wypoczynkowymi funkcjonujące w Wiśle i Krynicy-Zdroju stanowią po ok. 10% podaży w pasie górskim. Takie obiekty znajdują się również w Ustroniu, Szczyrku, Świeradowie-Zdroju, Polanicy-Zdroju oraz miejscowości Sienna k. Stronia Śląskiego.

Condohotele w obszarze pasa górskiego stanowią zdecydowaną mniejszość – jedynie ok. 4% wszystkich zidentyfikowanych przez nas obiektów. Obecnie funkcjonują w Zakopanem oraz w miejscowości Podgórzyn w rejonie Sudetów.

Nowe inwestycje do 2020 r. w największej liczbie pojawiają się w rejonie Tatr – w Zakopanem i Białce Tatrzańskiej. Będzie to prawie 40% inwestycji będących w przygotowaniu w pasie górskim. Budowane lub projektowane obiekty z planowaną datą oddania do użytkowania w 2020 r. w rejonie Sudetów oraz Beskidów wygenerują po ok. 30% nowej podaży. Łącznie pas górski do końca 2020 r. wzbogaci się o niemal 5 tys. nowych pokoi w obiektach condohotelowych i apartamentach wypoczynkowych.

W rejonie Warmii i Mazur podaż condohoteli i obiektów z apartamentami wypoczynkowymi jest zdecydowanie niższa niż w rejonie pasa nadmorskiego i górskiego. Obszar ten dopiero od jakiegoś czasu zyskuje na atrakcyjności w oczach deweloperów i indywidualnych inwestorów. Podobnie, jak w przypadku analizowanych wcześniej regionów, również tutaj dominują obiekty z apartamentami wypoczynkowymi. Stanowią ponad 60% podaży nieruchomości tego typu w rejonie Warmii i Mazur. Condohotele zidentyfikowaliśmy jedynie w Mikołajkach i Olsztynie. W przygotowaniu jest kilka nowych obiektów z apartamentami wypoczynkowymi w Mikołajkach, Giżycku i jego okolicach, Rucianem-Nidzie, a condohoteli w Olsztynie. W rejonie Warmii i Mazur szacujemy przyrost nowych pokoi i apartamentów na ponad 350 do 2020 r.

Rynki największych polskich aglomeracji również zostały poddane analizie pod kątem obiektów z apartamentami na wynajem oraz condohoteli. 70% podaży stanowią obiekty oferujące apartamenty na wynajem krótkoterminowy. Występują one głównie w: Warszawie (ok. 30% podaży obiektów z apartamentami na wynajem krótkoterminowy), Szczecinie (ok. 20%) oraz Krakowie, Wrocławiu i Gdańsku (po ok. 13% w każdym z tych miast). W przypadku condohoteli podaż rozłożyła się pomiędzy Warszawę (ok. 70%) oraz Gdańsk (ok. 30%).

Sytuacja dotycząca podaży będącej w przygotowaniu przedstawia się na korzyść condohoteli – do 2020 r. powstanie kilkanaście nowych obiektów. Będzie to niemal 60% wszystkich obiektów tego typu będących w budowie lub na etapie projektowania. Największej liczby condohoteli oraz apartamentów na wynajem krótkoterminowy spodziewamy się w Warszawie, Wrocławiu oraz Łodzi – będzie to ok. 75% podaży będącej obecnie w przygotowaniu. Do końca 2020 r. szacujemy przyrost nowych lokali w condohotelach i apartamentów wypoczynkowych na poziomie 3,5 tys.

Rynek condohoteli oraz obiektów z apartamentami wypoczynkowymi w Polsce jest wciąż relatywnie dość młody. Na Zachodzie pierwsze obiekty tego typu zaczęły pojawiać się kilkadziesiąt lat wcześniej (w połowie XX w., w Polsce zaś ok. 2008-2009 r.). W naszym kraju rynek ten zyskuje na popularności i cieszy się coraz większym zainteresowaniem ze strony deweloperów. Nawet inwestorzy działający dotychczas w obszarze rynku mieszkaniowego, chcąc wzbogacić i urozmaicić swoją ofertę, wprowadzają na rynek obiekty condohotelowe oraz obiekty z apartamentami wypoczynkowymi/na wynajem. Z punktu widzenia dewelopera takie przedsięwzięcie jest atrakcyjne, bo pozwala na uzyskanie znacznie wyższej marży niż w przypadku sprzedaży mieszkań. Ceny ofertowe lokali w takich inwestycjach są często wyższe, a w przypadku najbardziej luksusowych inwestycji mogą sięgać prawie 30 tys. zł netto/m kw. Nie jest więc zaskakujące, że mamy obecnie „wysyp” tego typu inwestycji na polskim rynku. Wraz ze wzrostem konkurencji deweloperzy i operatorzy starają się dostosowywać swoją ofertę do wymagań klientów. Obecnie oferowane są już produkty z gwarantowaną stopą zwrotu, gdzie inwestor dokonujący zakupu lokalu ma zapewniony w umowie zysk. Niekiedy jest on dość wysoki i sięga nawet 8-8,5%, co jest znacznie wyższym wynikiem niż ten, który można uzyskać w przypadku wynajmu lokalu mieszkalnego na dłuższy okres. Pomimo licznych zalet inwestowania kapitału w inwestycje condohotelowe czy apartamenty wypoczynkowe, istnieje wiele ryzyk, które należy uwzględnić. Biorąc pod uwagę fakt, iż zdecydowana większość takich obiektów zlokalizowana jest w miejscowościach wypoczynkowych, należy zwrócić uwagę na sezonowość i obłożenie obiektów w poszczególnych okresach roku. Sezon turystyczny w Polsce, chociaż w ostatnich latach wydłuża się, nadal trwa jedynie kilka miesięcy w roku. Zastanawiające jest

więc, jak długo operatorzy będą oferować tak wysokie stopy zwrotu z inwestycji w obliczu coraz większej podaży i rosnącej konkurencji. Przewidujemy, że w kolejnych latach rynek ten zacznie dojrzewać i z biegiem czasu nasyci się. Bardzo wysoka podaż oraz duża liczba firm deweloperskich i operatorskich spowoduje, iż nowe inwestycje będą pojawiać się wolniej i prawdopodobnie nie zaoferują już tak wysokich stóp zwrotu.

W naszej opinii zdecydowanie kluczowym elementem, poza lokalizacją obiektu, jest doświadczenie dewelopera w realizacji podobnych przedsięwzięć. Najlepsze obiekty muszą spełniać wymogi sieci hotelowych, oferować szeroki wachlarz usług dostępnych na miejscu. Korzystnie z naszego punktu widzenia można oceniać inwestycje, które będą mogły zagwarantować długoterminową umowę z operatorem – powszechnie rozpoznawalną siecią hotelową. To powinno zagwarantować zwrot z inwestycji w apartament wakacyjny również w dłuższym okresie, gdyż konieczność utrzymania standardów sieci hotelowej będzie pozytywnie wpływać na stan budynku i infrastruktury również za kilka, a nawet kilkanaście lat. W miarę rozwoju i dojrzewania rynku condohoteli oraz apartamentów wakacyjnych obiekty niespełniające powyższych kryteriów mogą stracić na atrakcyjności w konfrontacji z nowo powstającą konkurencją. Mniej doświadczeni w tym segmencie rynku deweloperzy, niedywersyfikujący i nieulepszający swojej oferty, mogą nie poradzić sobie z narastającą konkurencją oraz innymi czynnikami występującymi na rynku (np. rosnącymi kosztami materiałów budowlanych), które mogą wpłynąć na rentowność danej inwestycji.



PODSUMOWANIE

Na polskim rynku hotelowym na przestrzeni ostatnich kilku lat mogliśmy obserwować bardzo dobrą koniunkturę. Utrzymujące się zainteresowanie zarówno ze strony międzynarodowych sieci, jak i inwestorów indywidualnych wskazywało, iż inwestycje hotelowe realizowane w Polsce są wysoce opłacalne.

Rosnące z roku na rok statystyki dotyczące liczby turystów polskich i zagranicznych oraz obłożenia pokoi hotelowych potwierdzały, iż Polska była dobrym wyborem dla inwestorów. Nie bez powodu w naszym kraju pojawiło się lub wznowiło swoją działalność wiele znanych na całym świecie brandów hotelowych.

Jeżeli jednak przeanalizujemy średnie tempo przyrostu miejsc noclegowych w hotelach na koniec 2017 r. okazuje się, iż przyrost nowych inwestycji nieco spowolnił. Na koniec 2016 r. współczynnik CAGR wyniósł 6,34%, podczas gdy na koniec 2017 r. już tylko 5,71%. Pomimo że inwestycje w segmencie hotelowym wciąż przybywa, to są one efektem decyzji podjętych przez inwestorów rok czy 2 lata temu. Może być to sygnałem pierwszych symptomów kryzysu na polskim rynku hotelowym. Część bardziej doświadczonych deweloperów oraz sieci hotelowych z pewnością już teraz selekcjonuje lokalizacje pod nowe obiekty z większą rozważą niż kilka lat wcześniej. Wydaje się, że pomimo iż na rynku na razie nie widać oznak załamania, to koniunktura minęła już swój szczytowy punkt i wchodzimy w fazę spowolnienia rozwoju. Na chwilę obecną ryzykowne może być inwestowanie w lokalizacjach, które w ostatnim okre-

sie zaliczają najbardziej dynamiczny przyrost podaży. Rynek nie będąc w stanie wchłonąć tak wysokiej liczby obiektów, będzie stawał się coraz bardziej wymagający dla potencjalnych inwestorów. Można spodziewać się odwrócenia obserwowanych trendów wzrostowych, jeżeli chodzi o wykorzystanie miejsc noclegowych oraz wskaźniki RevPAR i ADR.

Warto zwrócić także uwagę na rynek condohoteli i apartamentów wypoczynkowych, który aktualnie jest w fazie szybkiego rozwoju. Inwestycje tego typu cały czas zyskują na popularności i coraz częściej są obiektem zainteresowania inwestorów indywidualnych, którzy zamiast na zakup kolejnego mieszkania na wynajem decydują się na zakup apartamentu wakacyjnego lub lokalu w condohotelu.

Często związane jest to nie tylko z zamiarem osiągania dochodu pasywnego z nieruchomości, ale również z prestiżem jaki daje posiadanie apartamentu w miejscowości wypoczynkowej.

Należy jednak podkreślić, że obserwowany boom w tym segmencie rynku przyciągnął do niego wielu deweloperów mieszkaniowych, którzy nie posiadają odpowiedniego doświadczenia w tworzeniu podobnych obiektów. Podaż znajdująca się aktualnie w realizacji, a co za tym idzie również konkurencja wśród deweloperów i firm zarządzających jest spora, dlatego przeciągają się oni w różnego rodzaju zachętach dla potencjalnych nabywców. Standardem staje się oferowanie w pakiecie z lokalem umowy zarządzania powołanym na potrzeby danego projektu. Jednak zdarza się, że zawierana jest z operatorem nieposiadającym odpowiedniego doświadczenia. Kontrowersje budzą modne w ostatnim czasie wieloletnie umowy najmu z czynszem gwarantowanym przez cały okres trwania umowy. Aktualnie oferowana jego wysokość znajduje potwierdzenie w wynikach osiąganych przez część funkcjonujących lokali w condohotelach czy apartamentów wypoczynkowych z czynszem zmiennym (stanowiącym udział w faktycznych wynikach). Jednak biorąc pod uwagę, że znajdujemy się obecnie w górnym przedziale cyklu koniunkturalnego (na co wskazują uwarunkowania rynku), utrzymanie tego poziomu w dłuższej perspektywie może okazać się niemożliwe. Gdy rynkowi przyjdzie się zmierzyć ze spowolnieniem, część operatorów może nie być w stanie wywiązać się ze swoich obietnic.

SŁOWNIK



ADR (average daily rate)

– wskaźnik określający średnią stawkę netto za pokój. Wyznaczany poprzez podzielenie przychodów netto ze sprzedaży pokoi przez ilość sprzedanych pokoi.

RevPAR (revenue per available room)

– wskaźnik określający średni przychód z jednego pokoju. Wyznaczany jako iloczyn średniego przychodu z jednego dostępnego pokoju i średniego obłożenia lub jako iloraz przychodów ze sprzedaży pokoi i liczby dostępnych pokoi w danym okresie.

CAGR

– skumulowany roczny wskaźnik wzrostu (ang. Compound Annual Growth Rate) – średni wskaźnik rocznego wzrostu w badanym okresie. Wskaźnik CAGR jest obliczany poprzez uwzględnienie wartości końcowej oraz początkowej danego zjawiska, a także różnicy lat pomiędzy rokiem końcowym i początkowym.

Stopień wykorzystania pokoi

– stosunek liczby wynajętych pokoi do nominalnej liczby pokoi (sumy pokoi przygotowanych dla turystów w każdym dniu działalności hotelu). Wyrażany jest w procentach. Zamiennie używa się pojęcia obłożenie pokoi hotelowych lub wskaźnik zajętości pokoi.

WARSZAWA

KONTAKT

Emmerson Evaluation Sp. z o.o.
Al. Jerozolimskie 56C
00-803 Warszawa
tel. 22 379 99 00
warszawa@emmerson-evaluation.pl
www.emmerson-evaluation.pl

WROCŁAW

ul. Nabycińska 19, lok. 102
53-677 Wrocław
tel. 71 780 01 41
wroclaw@emmerson-evaluation.pl

POZNAŃ

ul. Grottgera 6/1
60-757 Poznań
tel. 61 222 54 41
poznan@emmerson-evaluation.pl

TRÓJMIASTO

ul. Grunwaldzka 76/4
81-771 Sopot
tel. 58 341 99 45
trojmiasto@emmerson-evaluation.pl



EMMERSON
EVALUATION