



Prezydent Miasta Rybnika

44-200 Rybnik, ul. Bolesława Chrobrego 2
t +48 32 43 92 107, f +48 32 42 24 124
rybnik@um.rybnik.pl

Pan
Karol Szymura
Radny Miasta Rybnika

BR.0003.54.2019



2019-19359



Rybnik, dnia 18 lutego 2019 r.

Szanowny Panie,

w odpowiedzi na pismo z dnia 06.02.2019 r. w sprawie Hotelu Olimpia poniżej przesyłam odpowiedzi na zadane pytania.

1. Podstawowa działalność hotelu „Olimpia” opiera się o sprzedaż usług noclegowych, gastronomicznych i rekreacyjnych, w zakresie świadczonych usług obozów sportowych (głównie piłkarskich), organizacji pobytów zorganizowanych typu konferencje i szkolenia oraz świadczenia usług gastronomicznych typu wesela, komunie oraz imprezy okolicznościowe. Rentowność obiektu, mimo utrzymania zbliżonych wielkości sprzedaży systematycznie spada, co świadczy niestety o malejącym zapotrzebowaniu na świadczenie usług hotelarskich w mieście, a przynajmniej poza jego ścisłym centrum. Problemy dotyczące usytuowania hotelu poza centrum miasta utrudnieniami dojazdowymi, ograniczony zasięg telefonii komórkowej i internetowej, malejąca ilość lokalnych firm z zapotrzebowaniem na miejsca noclegowe dla swoich kontrahentów, ograniczenie środków przeznaczanych na organizację konferencji, pikników zakładowych oraz spotkań biznesowych, powodują stałe obniżenie rentowności obiektu. Średnioroczne obłożenie hotelu na przestrzeni lat utrzymuje się na porównywalnym poziomie, ale poszczególne miesiące, poza wzrostem w zakresie organizacji zgrupowań piłkarskich – do maksymalnie pięciu miesięcy w roku mają tendencję spadkową. Stały duży wpływ, znacząco decydujący o rentowności sprzedaży usług i ograniczający osiągnięcie satysfakcjonującego pułapu rentowności hotelu Olimpia ma wysokość zwiększających się corocznie kosztów stałych typu: wynagrodzenia, energia elektryczna, olej opałowy, ścieki, woda.

Mimo wzrostu corocznej wartości sprzedaży w zakresie usługi dotyczącej organizacji obozów sportowych, z przyczyn opisanych powyżej następował stały spadek w zakresie usług konferencyjnych oraz indywidualnego klienta korzystającego z usług noclegowych. Szansą na poprawę istniejącej sytuacji było poszukiwanie klienta o charakterze sportowym z okresami rezerwacyjnymi wykraczającymi poza miesiące obłożone przez drużyny piłkarskie. Nie jest to jednak łatwe zadanie, ponieważ niezależnie od skomplikowanych warunków panujących na rynku tego typu usług, głównym problemem staje się hala sportowa o zbyt małych wymiarach niepozwalających na właściwe przygotowanie poszczególnym dyscyplinom sportowym (niepełnowymiarowe boisko do piłki ręcznej, siatkówki, koszykówki, zbyt mała dla zapasów, boksu).

Ilość piłkarskich zgrupowań zimowych – Ośrodek Przygotowań Sportowych w Kamieniu jest jednym z wiodących ośrodków w Polsce pod względem ilości odwiedzin drużyn ekstraklasy,

I i II ligi.

Przychody z tego tytułu sukcesywnie rosły co przedstawia poniższa tabela:

2017	2016	2015	2014	2013	2012	2011	2010	2009	2008
1 224 488,50 zł	994 463,93 zł	952 630,70 zł	848 306,25 zł	636 398,90 zł	773 406,95 zł	465 114,10 zł	287 961,50 zł	366 358,75 zł	394 740,14 zł

- Grupy sportowe: wprowadzenie usług dla innych grup sportowych - na zgrupowaniu w Kamieniu przebywały reprezentacje szermierki Korei Południowej, Kirgistanu, Finlandii, Kanady, Australii, Kostaryki, Azerbejdżanu oraz Polski.
Organizacja zgrupowań siatkarskich dla drużyn z Rosji.
(niestety wielkość – niepełnowymiarowość hali sportowej wykluczała dalszą współpracę)
- Współpraca i promocja z lokalnymi klubami sportowymi min. ROW 1964 Rybnik, Polonia Rybnik, MOSiR poprzez współorganizację imprez sportowych, banery, ulotki reklamowe, materiały promocyjne, podlinkowanie stron internetowych itp.
- Promocja na portalach internetowych i pozycjonowanie:
Sprzedaż i pozycjonowanie z wykorzystaniem platform sprzedażowych i rezerwacyjnych typu: Booking.com, Start hotel, Trivago itp.

<ul style="list-style-type: none">• www.eholiday.pl• www.rezerwuje.pl• www.4hotele.pl• www.hotele-polskie.pl• www.yellowpages.pl• www.hotele-polski.pl• www.odkryjpolske.pl• www.slaskie.turegion.pl• www.hotele.garso.pl• www.hotele24.pl• www.noclegownia.pl• www.easygo.pl• www.telehotel.pl• www.urlopw Polsce.pl• www.hotelbroker.pl• www.gtlservice.com.pl• www.123noclegi.info• www.pf.pl• www.noclegiw.pl• www.restauracje.com.pl• www.polishtravel.com.pl	<ul style="list-style-type: none">• www.saladlaciebie.pl• www.hotelpl.com• www.noclegipolska.com• www.konferencje.com• www.turystyka.subregion.pl• www.enterhotel.pl• www.nawekend.pl• www.wesela.pl• www.noclegi-w-polsce.info• www.bankiety.pl• www.hotele.najlepsze.net• www.infonacja.pl• www.silesia-sot.pl• www.hotfrog.pl• www.hrs.com• www.hotele.pl• www.lokale-weselne.pl• www.travelpoland.com• www.urlop.com
--	--

Współpraca z firmą Interaktywni.pro poprzez:

- pozycjonowanie stron internetowych obiektów hotelarskich,
- optymalizację i aktualizację stron internetowych - dostosowanie do SEO,
- stworzenia mobilnych wersji stron internetowych - w rozumieniu stron responsywnych czyli takich dopasowujących się do urządzeń mobilnych,

E-mail marketing z wykorzystaniem narzędzi firmy SARE – kampania reklamowo informacyjna dot. oferty restauracji „Olimpia”

Mailing własny dotyczący oferty piknikowo – eventowej, konferencyjnej, organizacji wigilijek zakładowych itp.

- **Inne kanały promocji:**

- Spoty reklamowe w radiu 90 dotyczące organizacji zabaw sylwestrowych, wesel oraz organizacji dancingów na wolnym powietrzu w zależności od oferowanego produktu.
- Ulotki dotyczące organizacji wesel, imprez okolicznościowych, menu restauracji kolportaż przy współpracy z Poczta Polska, Energetykiem ROW Rybnik oraz własny.
- Emisja banerów reklamowo-informacyjnych na portalu www.rybnik-com.pl dot. zabaw sylwestrowych, karnawałowych, zmiany karty menu w Restauracji „Olimpia” oraz hotelowych propozycji walentynkowych itp.
- Współpraca w firmą OK System, zajmującą się sprzedażą usług sportowo-rekreacyjnych.
- kampanie reklamowe w telewizji TVT dot. zabaw karnawałowych, organizacji przyjęć okolicznościowych oraz hotelowych propozycji walentynkowych.
- Utworzenie w oparciu o współpracę z Laboratorium Inżynierii Dentystycznej „Stoma-Dental” oraz salonem kosmetycznym „Olimpia Day Spa”, nowego produktu obejmującego tzw. „turystykę stomatologiczną”.

- Działania na rzecz utrzymania wysokiego standardu Hotelu Olimpia: dokonywanie stałych inwestycji w obiekcie, związanych z poprawą jego standardu oraz doposażeniem zgodnie z obowiązującymi normami oraz trendami hotelarskimi: odbiorniki TV (na 32 cale LED), łóżka hotelowe w wszystkich pokojach hotelowych, wymiana pościeli i ręczników, obrusów, porcelany i zastawy stołowej, wymiana części sprzętu konferencyjnego, odmalowanie części hotelowej i restauracyjnej wraz z wszystkimi pokojami, zabudowa jednostki kogeneracyjnej do produkcji energii elektrycznej, zabudowy ekonomizera ograniczającego emisję spalin.

2. Spółka Hossa zarządzająca Hotelem Olimpia w ostatnich latach regularnie osiągała zyski w ramach prowadzonej działalności (za wyjątkiem 2018 roku z uwagi na wysokie nakłady inwestycyjne na hałdzie przy ul. Sportowej w Rybniku). Jednoosobowy Zarząd Spółki, którego Prezesem jest Pan Jarosław Sikora w ostatnich latach podejmował wiele wysiłków, aby poprawić rentowność samego Hotelu Olimpia (opisano w punkcie 1). Całokształt jego działań jako osoby odpowiedzialnej za Spółkę oceniam bardzo wysoko. Dodatkowo należy zwrócić uwagę na zakres działania Hossa. Sp. z o.o., który jest bardzo szeroki, w związku z tym wymaga dużej wiedzy i umiejętności zarządczych w wielu dziedzinach.

3. Negocjacje warunków dzierżawy będą należały do Spółki, co wynika z zakresu jej działania i podziału kompetencji.

4. Miasto Rybnik w 2016 roku zwróciło się do sieci dziesięciu hoteli (Qubus Hotel Management Sp.z o.o., Hotele De Silva Sp.z o.o., Orbis S.A., Hotele G.E.Polska Sp.z o.o., BW International Licensing S.A., PuroHotels Sp.z o.o., Ogólnokrajowa Spółdzielnia Turystyczna GROMADA, Grupa Hoteli WAM Sp.z o.o., SATORIA Group S.A., Hotele Diament S.A.) z propozycją realizacji inwestycji w naszym mieście. Żaden z wskazanych powyżej podmiotów nie odpowiedział pozytywnie na naszą ofertę.

Ponadto w latach 2011 – 2013 Miasto Rybnik próbowało sprzedać Hotel Arena i w związku z tym ogłoszono łącznie 6 przetargów, które zakończyły się wynikiem negatywnym, nie zgłosił się żaden potencjalny nabywca. W tym miejscu należy dodać, że Hotel Arena jest obiektem dochodowym, który przynosi zyski w przeciwieństwie do Hotelu Olimpia.

5. Stawka za wynajem obiektu będzie określona w wyniku negocjacji z dzierżawcą i będzie odpowiadała stawką rynkowym.
6. Aktualnie wpływy jakie ma Hotel Olimpia z tytułu podnajmu pomieszczeń (np. usługi kosmetyczne, Spa) i sprzedaży usług hotelarskich są deficytowe, czyli przynoszą Spółce stratę. Po wydzierżawieniu obiektu będzie on przynosił zysk.
7. Miasto Rybnik po podpisaniu umowy dzierżawy pozostaje w dalszym ciągu jedynym właścicielem obiektów stanowiących Hotel Olimpia.
8. Zadaniem Spółki będzie, aby w negocjowanych warunkach umowy znalazły się zapisy dotyczące utrzymania w stanie niepogorszonym obiektu dzierżawionego. Jednocześnie powinny znaleźć się zapisy, które zagwarantują Spółce prawo do półrocznych przeglądów okresowych budynku i rocznego raportu technicznego.
9. Wydzierżawiającym obiekt jest Spółka, której jedynym właścicielem jest Miasto Rybnik i to ona będzie pobierać czynsz dzierżawny. Spółka jest właścicielem całości wyposażenia obiektu i ponosić będzie dalsze koszty jego amortyzacji oraz pozostanie płatnikiem podatku od nieruchomości.
10. Dzierżawą Hotelu Olimpia zainteresowanych jest więcej podmiotów, nie tylko inwestor włoski (Vita Pacifica Sp. z o.o.).
11. Negocjacje w zakresie dzierżawy obiektu będzie prowadziła Hossa Spółka z o.o. W ramach tych negocjacji zapozna się z aktualną sytuacją finansową Inwestora.
12. Decyzja w tej sprawie będzie należała do dzierżawcy.
13. Kluczowym aspektem wydzierżawienia Hotelu Olimpia jest osiągnięcie rentowności tego obiektu oraz utrzymanie budynków w dobrym stanie technicznym. Zmiana sposobu wykorzystania Hotelu pozwoli na łatwiejszy dostęp do obiektów sportowych (boiska piłkarskie, sala gimnastyczna) dla społeczności lokalnej, ponieważ z obiektów tych w mniejszym stopniu będą korzystały grupy sportowe.
14. Miasto Rybnik oraz Hossa Sp. z o.o. nie prowadziły w tej sprawie konsultacji z mieszkańcami.
15. Potencjalny dzierżawca został poinformowany o planach dotyczących rewitalizacji ośrodka.
16. Umowa z dzierżawcą będzie dotyczyła wyłącznie budynku Hotelu Olimpia wraz z jego najbliższym otoczeniem oraz sposobu jego użytkowania. Pozostała część ośrodka i sposób jego zagospodarowania oraz użytkowania zależy od decyzji właściciela czyli Miasta Rybnik.

Z poważaniem

PREZYDENT MIASTA

Piotr Kuczeń