



Top
50
hoteluri
de business

— Ediția a VIII-a —

un produs marca Trends ^{HRB}





La Lorraine
Baking passion

DONUT
worry be
happy



PASIUNE ȘI DIVERSITATE ÎN ARTĂ BRUTĂRIEI

În industria HoReCa, flexibilitatea și varietatea ofertei sunt esențiale pentru a răspunde așteptărilor unui public tot mai divers. De la produse inspirate din tradiția brutăriei artisanale până la soluții adaptate ritmului din bucătăriile profesionale, gama potrivită poate face diferența în construirea unei oferte competitive.

La Lorraine îmbină expertiza în brutărie cu inovația pentru a dezvolta un portofoliu amplu de produse, conceput special pentru profesioniștii din HoReCa. De la pâine și produse de patiserie până la specialități create pentru concepte moderne de servire, fiecare produs reflectă standardele de calitate ale brutăriei europene.

Prin această diversitate, La Lorraine oferă partenerilor săi soluții versatile, capabile să răspundă diferitelor tipuri de meniuri, momente de consum și concepte gastronomice, contribuind astfel la crearea unor experiențe culinare consistente și memorabile.

Întreg portofoliul La Lorraine este disponibil la partenerul tău, Macromex Horeca și doar la un click distanță pe Bocado.ro



Top 50 hoteluri de business



EDITORIAL

Editor in chief:
Carmen Filote
carmen.ionescu@trade.media

Production Manager:
Marian Cilibeanu

PUBLICITATE

Group Sales Director:
Ruxandra Petrea
ruxandra.petrea@trade.media
Advertising Sales Director:
Cristina Guță
cristina.guta@trade.media
Media Sales Manager:
Nicoleta Cojocaru
nicoleta.cojocaru@trade.media

MARKETING & EVENTS

Alexandru Năstase:
alexandru.nastase@trade.media
Alexandru Vasile:
alexandru.vasile@trade.media

DIFUZARE

Manager Distribuție:
Simona Ardeleanu
simona.ardeleanu@trade.media

MANAGEMENT

Publishing Director: Raluca Cănescu
raluca.canescu@trade.media
General Manager: Nicoleta Mărășescu
nicoleta.marasescu@trade.media

TRADE MEDIA SOLUTIONS

Str. Intrarea Ion Luca Caragiale, nr. 2,
sector 2, București, 020048

COPYRIGHT & DISTRIBUȚIE

Nicio parte a materialului prezent nu poate fi reprodusă sau transmisă în orice formă sau pe orice dispozitiv electronic sau mecanic, inclusiv fotografiere, înregistrare, informație înmagazinată sau prin sistemul de redare, fără acordul scris al editorului.

TIPAR Sothis

PROIECT SUSȚINUT DE



Cuprins

06

Interviuri

Călin Ile - Trebuie creată urgent o entitate menită să promoveze eficient destinația România
Sevda Cadîr - Nu este suficient să urmărim trendurile, trebuie să le putem susține
Mircea Drăghici - România are, în continuare, un potențial uriaș pentru brandurile hoteliere internaționale
Christine Schillings - Dezvoltarea vine din strategii pe termen lung, profesionalism și experiențe memorabile
Cristi Moga - Hoteluri de un miliard de euro, tranzacționate în CEE în 2025. Cum stă România?
Lucian Boronea - Industria are nevoie de stabilitate, predictibilitate și coerență legislativă
Andreea Niculae - Când AI nu mai este doar un proiect, ci infrastructura de funcționare a companiei
Sebastian Mîndroi - Piața hotelieră se dezvoltă printr-un mix de reconversii și proiecte de la zero
Florin Țancu - Există oportunități clare în digitalizare, sustenabilitate și turism specializat

27

Top 35

Cele mai bune 35 hoteluri de business - Oraș

63

Top 15

Cele mai bune 15 hoteluri de business - Stațiune

79

Topuri regionale

Transilvania, Banat-Crișana, Moldova, Dobrogea, Muntenia-Oltenia și București-Ilfov

83

Hoteluri noi

Hoteluri deschise în perioada noiembrie 2023-decembrie 2024

90

Metodologie

Cum au fost evaluate hotelurile

Ingredientele performanței în HoReCa*

- ◆ Soluții adaptate businessului tău
- ◆ Suport pentru optimizarea meniurilor
- ◆ Control mai bun al costurilor per preparate
- ◆ Stabilitate în livrări, indiferent de volum

 **MACROMEX**
HORECA
Aprovizionează-te cu performanță.

*Contactează-ne și obține o demonstrație live la tine în bucătărie:
horeca@macromex.com | horeca.macromex.ro/contact

bocado

Marketplace-ul dedicat HoReCa & Retail

- Peste 3500 de produse dedicate bucătăriilor profesionale
- Stocuri și prețuri actualizate în timp real
- Comenzi rapide și centralizate pentru Macromex și alți 60 de furnizori HoReCa

Simplifică aprovizionarea restaurantului tău, cu Bocado!



bocado.ro





TREBUIE CREATĂ URGENT O ENTITATE MENITĂ SĂ PROMOVEZE EFICIENT DESTINAȚIA ROMÂNIA

Piața locală se află încă într-o perioadă efervescentă din punctul de vedere al investițiilor, oferind numeroase oportunități atât în orașele mari, cât și în stațiuni sau orașe mai mici. Potrivit lui Călin Ile, Senior Partner Horwath HTL România, Managing Partner Premier Hospitality & Președinte de Onoare FIHR, România are în continuare nevoie de investiții noi, iar cele mai mari oportunități le oferă hotelurile afiliate lanțurilor internaționale, cu o concentrare pe segmentele luxury și economic. Însă, pe lângă stimularea investițiilor importante, pentru dezvoltarea industriei ospitalității și turismului, rămâne imperativă elaborarea unei strategii de țară, inclusiv crearea unui OMD național și a unui cadru egal și eficient de funcționare pentru toți operatorii.

Carmen Filote

Cum apreciezi evoluția pieței hoteliere în 2025 comparativ cu 2024, care sunt primele estimări?

Anul 2025 a fost un an care, conform rapoartelor oficiale, a înregistrat o scădere a turismului – în număr de înnoptări sau ocupare –, de circa 2-3%. Însă, printr-o creștere a tarifului mediu înregistrat la nivel național, pe care o estimez la circa 5%, ne așteptăm ca veniturile să fie ușor în creștere față de cele înregistrate în 2024. Operatorii din turism au fost însă sub presiune mare, din cauza creșterii costurilor venite ca rezultat al inflației mari, iar acest fapt a determinat o scădere la nivel de profitabilitate pentru majoritatea, deși la nivel de venituri s-au înregistrat ușoare creșteri.

Care ar fi provocările majore ce au influențat industria în 2025 și care dintre acestea se vor menține?

La nivel global, cea mai mare provocare este adusă de turbulențele politice și riscurile geostrategice pe care le traversează în prezent omenirea. Războaie în mai multe zone, reaşezarea alianțelor mondiale, lipsa încrederii pe un orizont de timp mai mare și alte aspecte macro, care vin cu multe întrebări și puține răspunsuri. La nivel național, suntem afectați puternic de faptul că România nu are o strategie de abordare a acestui sector, acționăm în continuare după ureche și nu după planuri, suntem fără viziune pe termen mediu și lung. La nivel de operatori, mă voi opri la două provocări pe care le consider majore: diminuarea cererii domestice, ca rezultat al scăderii puterii de cumpărare, dar și ca un efect al diminuării încrederii consumatorului român de servicii turistice în ceea ce oferă astăzi operatorii din țară, și pierderea competitivității operatorului român de astfel de servicii, ca urmare a presiunii mari puse pe costuri, în special costurile cu utilitățile, care sunt duble față de cele din Europa de Vest.

Cum se prefigurează 2026? Ce factori ar putea susține dezvoltarea industriei, având în vedere contextul actual?

Aș spune că anul 2026 va fi unul cam în aceleași coordonate ca și 2025. Prioritățile ar trebui să fie bine definite și aș începe cu elaborarea unei strategii de țară pentru perioada 2027-2032, în care să atingem măcar aceste trei puncte-cheie:

- Trebuie să creăm urgent o entitate menită să promoveze eficient destinația România, mai exact un OMD național, în parteneriat public privat;
- Trebuie să reglementăm de urgență sectorul, avem nevoie de legi clare, care să creeze un cadru egal și eficient de funcționare pentru toți operatorii;
- Trebuie să stimulăm investițiile importante în turism, atât ale operatorilor privați, cât și ale autorităților publice.

Cum a evoluat piața hotelieră, din punctul de vedere al investițiilor? Ce segmente au cel mai mare potențial?

Suntem încă într-o perioadă efervescentă din punctul de vedere al investițiilor în noi hoteluri, centre de agrement, parcuri de distracții, dar acest lucru nu poate dura foarte mult pentru că, pe de o parte, nu există niciun cadru prin care aceste investiții să fie stimulate, iar pe de altă parte, principiile economiei de piață arată că după un val de investiții urmează o perioadă în care trebuie să crească cererea, pentru a da valoare acestor noi unități apărute în piață.

Însă, acolo unde investițiile sunt făcute cu responsabilitate, și mai ales bazate pe studii bine documentate, rezultatele nu întârzie să apară. România are însă nevoie de investiții noi. Creșterea se manifestă mai mult la hotelurile afiliate lanțurilor internaționale, cu o concentrare pe segmentele luxury și economic.

Ce destinații mai au potențial major de valorificare?

Ce oportunități mai oferă Bucureștiul?

Zonele de creștere rămân cam aceleași, în special Bucureștiul și orașele principale, dar încet-încet apar investiții importante și în stațiunile turistice sau în orașe de nivel doi ca număr de locuitori și atractivitate turistică. Oportunități sunt aproape peste tot în țară, depinde însă foarte mult de cum este configurată investiția și mai

ales de cum se face operarea, managementul noii investiții.

Bucureștiul are potențial de creștere pe toate segmentele, deoarece de câțiva ani buni inventarul de camere se menține cam stabil, la același nivel de 11-12.000 de camere. Sunt câteva proiecte anunțate, care sunt binevenite pentru a crește atractivitatea orașului și din punctul de vedere al ofertei de cazare.

Dacă vorbim despre segmentul de business, cum apreciezi, per ansamblu, evoluția în 2025 și cum se prefigurează 2026?

Se observă revenirea la organizarea de evenimente cu prezență fizică, iar această tendință reprezintă, de fapt, lucrul bun care ar putea menține pe un ușor trend de creștere segmentul de business, pentru că altfel România nu are nicio viziune în a deveni un jucător important regional în turismul de MICE. Nu are Convention Bureau, nu are centre de evenimente moderne și adaptate tendințelor din ziua de azi și nu are anvergura de a organiza astfel de evenimente. Va trebui ca, prin intermediul celui OMD național, să creăm și o divizie de Convention Bureau România, pentru a ne putea ridica la nivelul potențialului pe care piața noastră îl oferă.

Cum a fost 2025 pentru Premier Hospitality, din punct de vedere realizări, dar și provocări?

Pentru noi anul 2025 a fost unul bun, cu multe realizări. Hotelurile în care suntem implicați au avut creșteri consistente de venituri – 30% la Ramada by Wyndham Sibiu, unde avem contract de lease și 18% la DoubleTree Oradea, unde avem contract de asset management, iar acum suntem în plin proces de pre-opening al noului proiect de la Sinaia Cota 1400. În plus, celelalte două hoteluri semnate ca operator sunt în stadiul de investiție, deschiderile fiind programate pentru 2028-2029.

În același timp, am concretizat prezența Premier Hospitality în cadrul firmei de consultanță Horwath HTL România, dar și în cadrul Horwath HTL DACH, printr-un schimb de acțiuni între cele două birouri, astfel încât azi suntem parteneri în ambele entități. Cred că cea mai mare provocare o reprezintă necesitatea găsirii unor surse de finanțare solide și eficiente, a unui partener financiar pe termen mediu care să ni se alăture pentru a scala mai repede, pentru a ne dezvolta mai susținut, în contextul în care planurile noastre și-au dovedit viabilitatea și piața și-a arătat deschiderea pentru acest gen de abordare.

Care sunt prioritățile și principalele direcții strategice pentru anul acesta?

Pe lângă realizarea bugetelor asumate pe fiecare din business unit-urile noastre, ne propunem ca, prin Horwath HTL România, să contribuim activ la setarea unor strategii de turism care să ajute destinațiile din România și să devenim acel hub de expertiză în care profesioniștii din turismul românesc își pot găsi date, informații, know-how care să-i susțină. La Premier Hospitality, vom realiza o poziționare de brand, prin care încercăm să definim mai clar rolul nostru de „Trusted Hotel Operator” pe piața românească și nu numai. Obiectivul este ca, pe lângă deschiderea prevăzută în iunie-iulie la Cota 1400 Sinaia, să mai semnăm unul, două contracte de operare în alte destinații din țară, hoteluri noi sau în renovare.

Cum arată planurile și obiectivele Horwath HTL România pentru primul an de funcționare?

Horwath HTL România are în plan să susțină cel puțin 10 investitori locali în planurile lor de dezvoltare a unui proiect hotelier, iar acest lucru înseamnă oferirea de servicii precum business plan, studii de fezabilitate, suport în afilieri, suport în operare, turn around plan, predeschideri. Ne vom implica și în găsirea unor surse de finanțare corecte pentru aceștia și, de asemenea, vom sprijini și proprietari care doresc să vândă sau să cumpere active hoteliere. Ne mai propunem să venim cu o nouă abordare a evaluării proprietăților hoteliere din țară, printr-o certificare internațională a valorii acestor active care să le faciliteze finanțări, vânzări sau parteneriate. ■



Oportunități sunt aproape peste tot în țară, depinde însă foarte mult de cum este configurată investiția și mai ales de cum se face operarea, managementul noii investiții.



NU ESTE SUFICIENT SĂ URMĂM TRENDURILE, TREBUIE SĂ LE PUTEM SUSȚINE

Complexitatea provocărilor din ultimii ani a determinat piața hotelieră locală să se redefinească și să se recalibreze constant, dar toate acestea nu i-au înfrânat dezvoltarea și evoluția către maturizare. Potrivit Sevdei Cadîr, Head of Feasibility and Valuations Win Advisors, piața a început să se diversifice vizibil, în țară făcându-și apariția tot mai multe proiecte premium, cu concepte și strategii comerciale adaptate cerințelor actuale, însă, din punctul său de vedere, viitorul nu se mai scrie doar în numărul de camere, ci în complexitatea ecosistemului de ospitalitate. În același timp, maturizarea va veni din sincronizare, iar pentru a reuși, industria hotelieră românească are nevoie de o colaborare strânsă între sectorul public și cel privat pentru a transforma „clădirile” în experiențe profitabile.

Carmen Filote



Cum ai caracteriza industria hotelieră locală la momentul actual? Cum apreciezi evoluția sa în ultimii ani?

Cu toții am crescut cu povestea lui Harap-Alb și cu drumul său plin de încercări, etape care îl obligă să își definească identitatea și să își asume un rol matur. Văd un parcurs similar și în evoluția pieței hoteliere din România. Maturitatea unei piețe nu vine doar din context macroeconomic favorabil sau din dinamica regională, ci și din capacitatea de a susține simultan performanța și diversitatea cererii. Piața noastră a trecut prin șocuri și recalibrări care i-au testat reziliența și structura, forțând-o să se redefină constant. În același timp, hotelăria evoluează dincolo de nivelul de bază al piramidei lui Maslow. Nu mai vorbim doar despre adăpost și funcționalitate, ci despre experiență, diferențiere și valoare adăugată. Consider că o piață matură este cea care poate susține aceste niveluri superioare în mod constant, nu doar punctual. Din perspectiva mea, partea cea mai interesantă în consultanță și fezabilitate este momentul în care transformăm aceste evoluții în cifre.

Cum arată primele estimări privind anul 2025? Încotro se îndreaptă cererea în România și ce ne spune structura sa despre maturitatea pieței?

Deși la nivel național încă nu a revenit la nivelul din 2019, cererea tot crește de la an la an. În 2025, cererea a crescut cu circa 4,4% față de 2024, creștere susținută în principal de vizitatorii internaționali, care reprezintă singurul segment revenit la nivelul din 2019, cu un surplus de 1,1%, conform datelor INS.

Potrivit European Travel Commission, sosirile în România s-au accelerat după sezonul de vară, iar interesul crescut poate reflecta o orientare mai puternică către „off-the-beaten-track destinations”. În plus, intrarea României în Spațiul Schengen, în ianuarie 2025, a facilitat mai mult mobilitatea turiștilor europeni, iar efectele s-au consolidat pe parcursul anului.

Totuși, avem un câștigător clar: Bucureștiul și-a refăcut integral cererea, revenind la nivelurile din 2019, chiar depășindu-le cu aproximativ 2,6%.

Faptul că volumul național nu a revenit complet la nivelul din 2019 este un semn de stagnare sau, dimpotrivă, de diversificare?

România atrage tot mai mulți operatori internaționali, nu doar pe cei consacrați, ci și branduri emergente, concentrate fie pe apartoteluri sau lifestyle, care își pregătesc intrarea sau extinderea pe piață. Diversificarea ofertei hoteliere reflectă cererea în creștere pentru concepte moderne, flexibile și adaptate noilor generații de călători. Pe partea de dezvoltatori, vedem o dinamică interesantă: pe lângă investitorii mari, care își continuă expansiunea, tot mai mulți jucători locali intră pe piața hotelieră, fie prin primele lor proiecte, fie prin extinderea activității existente. Două tendințe se conturează clar – creșterea numărului de resorturi și interesul pentru conversii din clădiri de birouri în hoteluri. Deși acest trend de conversie scade în vestul Europei, în România abia începe să prindă avânt, oferind oportunități interesante.

Ce tip de contracte preferă investitorii, s-a schimbat modul de abordare în ultimii doi ani? Ce tip de operare este optim pentru piața locală?

Ne raportăm frecvent la 2019 ca la un reper al normalității. A devenit anul de referință, standardul la care ne întorcem constant atunci când evaluăm performanța. Totuși, din perspectiva mea, normalitatea de astăzi nu mai este cea din 2019. Contextul economic s-a schimbat, profilul călătorului s-a transformat, iar structura cererii s-a recalibrat. Prin urmare, o comparație directă volum la volum nu surprinde întreaga realitate a pieței.

Călătorul de astăzi are așteptări diferite. Caută personalizare, locații mai puțin populare, experiențe autentice, calitate peste cantitate și produse sustenabile. Generațiile mai tinere prioritizează curiozitatea, conexiunea cu natura și destinații care sunt „emotionally compelling”, „culturally rooted” și „sensorially immersive”. În paralel, presiunea prețurilor și contextul economic regional cresc sensibilitatea față de buget. Toate aceste elemente conturează un

nou tip de clientelă și marchează începutul unui nou ciclu de piață. Privind datele din România prin această lentilă, observăm schimbări relevante la nivel de segmentare. Potrivit CoStar, în zona „economy” și „midscale”, cererea a avansat cu 4,6% în 2025 față de 2024. În segmentul „upper midscale”, însă, cererea a scăzut cu 0,8%, în contextul unei creșteri de ofertă de 1,6%. În schimb, segmentele superioare au înregistrat o dinamică mult mai puternică: „upper upscale” a crescut cererea cu 12,3% față de anul anterior, iar „luxury” a avansat cu 13,1%, depășind chiar nivelul din 2019 cu aproximativ 13%.

Dacă cererea pentru segmentul premium este în creștere, cum arată nivelul veniturilor? Se reflectă această aspirație?

Asta este întrebarea „roșie”. Oferta se diversifică vizibil, iar în ultimii ani am văzut tot mai multe proiecte cu concepte și strategii comerciale adaptate călătorului actual. Totuși, maturitatea unei piețe nu se măsoară doar prin existența produsului premium, ci prin capacitatea de a-l monetiza constant și corect.

La nivel național, segmentul premium („upscale to luxury”) este predominant concentrat în București, ceea ce este firesc. Capitala validează tendințele mai rapid și concentrează cererea internațională cu putere de cumpărare mai mare. Datele CoStar arată că Bucureștiul înregistrează un index de aproximativ 111 față de media națională și un RevPAR de circa 97 de euro. În același timp, România regională atinge doar aproximativ 59% din nivelul de RevPAR al Capitalei în 2025.

Diferența devine și mai relevantă atunci când analizăm diferența dintre segmente. În București, diferența medie în venitul pe cameră disponibilă între premium și midscale/budget este de aproximativ 45 de euro. Aceasta diferență arată o piață stratificată și fiecare nivel de produs reușește să capteze un nivel distinct de valoare. În schimb, în România regională, diferența între veniturile pe cameră disponibilă este de circa 20 de euro.

Această diferență reflectă o structură a cererii regionale mai omogenă și mai puțin fragmentată decât în Capitală. În timp ce Bucureștiul susține o stratificare între segmente, în afara Capitalei nivelurile de preț tind să converge, ceea ce limitează diferențierea financiară medie între produse. Aspirația pentru calitate există, însă adâncimea segmentării este încă în consolidare.

În aceste condiții, cum arată viitorul? Se diversifică piața și se face loc pentru noile tendințe?

La nivel național se observă o tendință clară de diversificare, în special în zona premium. În București, creșterea stocului de camere este așteptată să accelereze după 2026, cu aproximativ 2.000 de camere noi estimate până în 2030. Noile dezvoltări sunt concentrate în segmentele superioare, confirmate de anunțuri precum Radisson RED, Mondrian, Hyatt Place sau conversii luxury ale unor clădiri istorice. Viitorul pieței nu se mai scrie doar în numărul de camere, ci în complexitatea ecosistemului de ospitalitate. Această direcție confirmă încrederea dezvoltatorilor în capacitatea Capitalei de a absorbi produs diferențiat.

Totuși, diversificarea nu înseamnă doar mai multe hoteluri sau branduri noi. Pentru a atrage și susține segmente diferite de clienți, este nevoie de un sistem complet care funcționează coerent.

Un hotel premium poate ridica standardul de cazare, dar valoarea reală este generată atunci când accesibilitatea, atracțiile locale, oferta de activități și infrastructura urbană evoluează în același ritm. Clientul modern nu evaluează doar camera, ci întreagă experiență a destinației. Atunci când aceste elemente sunt alinate, diferențierea financiară devine sustenabilă, iar cererea premium se consolidează în mod natural. În acest sens, viitorul nu ține doar de pipeline, ci de capacitatea destinațiilor, în special în afara Capitalei, de a construi un ecosistem coerent, capabil să susțină repetitiv segmente mai sofisticate de cerere.

Maturitatea nu va veni din volum, ci din sincronizare. Dacă Harap-Alb a avut nevoie de Gerilă și Setilă pentru a reuși, hotelăria românească are nevoie de o colaborare strânsă între sectorul public și cel privat pentru a transforma o clădire în experiențe profitabile. ■

“Viitorul pieței nu se mai scrie doar în numărul de camere, ci în complexitatea ecosistemului de ospitalitate. Maturitatea nu va veni din volum, ci din sincronizare.”

Notă: Datele prezentate în material provin din baza CoStar, Alexander Robinson, Director – STR; Interpretările și concluziile aparțin exclusiv interviuatei.

WELLNESS LUXURY LIVING



PREZENTAREA COLECȚIEI SANDSTONE

O expresie a rafinamentului contemporan, unde eleganța discretă se împletește cu inovația de ultimă generație. Inspirată de estetica atemporală a designului italian, colecția Sand Stone redefinește subtilul lux și trasează noi repere pentru cele mai exclusiviste spații de wellness.

Șoseaua București-Ploiești 172-176
Sună +40755092230
Sau technogym.com



Descoperă
Sand Stone



TECHNOGYM®



ROMÂNIA ARE, ÎN CONTINUARE, UN POTENȚIAL URIAȘ PENTRU BRANDURILE HOTELIERE INTERNAȚIONALE



După un an marcat de impredictibilitate și multe schimbări la nivel legislativ și fiscal, de la creșterea costurilor la utilități, creșterea cotei de TVA la 11% sau noi restricții aplicate la utilizarea voucherelor de vacanță și până la majorarea taxei turistice în mai multe destinații, noul an vine și cu semnale pozitive. În acest sens, Mircea Drăghici, CEO EST Hospitality & Vicepreședinte Asociația Incoming România, estimează o scădere a inflației și o îmbunătățire a ratelor dobânzilor de împrumut pentru creditele de dezvoltare la proiectele noi hoteliere, ceea ce va menține piața pe un trend de creștere similar cu cel de anul trecut. În plus, există perspective pentru noi investiții, pentru concretizarea mai multor proiecte aflate în derulare, și pentru continuarea extinderii la nivel național a brandurilor internaționale.

Carmen Filote

Cum a evoluat industria ospitalității în 2025? Care sunt estimările, atât din punctul de vedere al rezultatelor, cât și al perspectivelor?

În ansamblu, 2025 a fost un an al provocărilor pentru întreaga industrie a ospitalității. Piața a fost afectată de o serie de măsuri, printre cele mai importante numărându-se unele restricții aplicate la utilizarea voucherelor de vacanță față de anul precedent, creșterea cotei de TVA din turism de la 9% la 11% începând de la 1 august 2025, creșterea salariului minim brut cu 9,4% față de nivelul din 2024, precum și creșterea costurilor la utilități cu un procent cuprins între 10 și 15% față de anul anterior. Toate aceste măsuri au pus o presiune suplimentară pe marjele de profit și fiecare operator a încercat să identifice soluții de eficientizare a cheltuielilor și de creștere a veniturilor, însă în ceea ce privește veniturile, estimările arată că anul trecut s-au înregistrat creșteri de 5-7% față de anul anterior, însă acestea au fost puternic erodate de rata inflației.

Cu ce perspective vine 2026, cum credeți că vor evolua industria ospitalității și turismul?

Aș spune că anul 2026 nu a debutat cu vești pozitive. În primul rând, a venit cu majorarea taxei turistice în mai multe destinații de vacanță și de business, precum București, Brașov, Sibiu etc. Toate aceste creșteri vor afecta direct turismul de incoming, deoarece pachetele având destinația România pentru anul 2026 au fost deja contractate încă din vara anului 2025. În ceea ce privește evoluția industriei în ansamblu, estimez că va înregistra o creștere similară cu cea din 2025, dacă nu mai apar alte creșteri de taxe pe parcursul acestui an.

Ce provocări majore vor resimți jucătorii din industrie anul acesta și cum ar putea fi gestionate?

Deși piața se află în continuare sub semnul numeroaselor provocări, există și multe semnale pozitive. Estimez o scădere a inflației în acest an și o îmbunătățire a ratelor dobânzilor de împrumut pentru creditele de dezvoltare la proiectele noi hoteliere. Lipsa de predictibilitate de anul trecut a afectat în mare măsură piața, atât la nivel de investiții noi, cât și la nivel de continuare a lucrărilor deja începute, multe proiecte hoteliere rămânând în așteptare până se definitivează politicile fiscale anunțate de Guvern pe parcursul anului 2025.

Ce oportunități mai oferă piața locală pentru investitori, atât din punctul de vedere al conceptelor ce ar putea fi dezvoltate, cât și al zonelor cu potențial?

România este încă departe de maturizare, există în continuare un potențial uriaș, în toate orașele regionale, pentru hotelurile de 3 și 4 stele afiliate la branduri hoteliere internaționale pe segmentul „midscale”. Deja multe astfel de proiecte se află în derulare, altele sunt deja anunțate și este posibil ca anul acesta să fie anunțate mai multe proiecte decât anul precedent. În ceea ce privește oportunitățile de dezvoltare în țară, consider că cel mai mare potențial îl oferă în prezent regiuni precum zona de vest a țării (Oradea, Timișoara), iar zona de centru (Brașov, Sibiu) și București-Ilfov vor continua să rămână poluri de atracție pentru investitori.

Pentru că ați menționat Bucureștiul, ce oportunități mai oferă, pentru ce tip de investiții?

Deși Bucureștiul este cel mai dezvoltat din punctul de vedere al ofertei hoteliere, orașul oferă în continuare oportunități, în special pe segmentul hotelurilor de mari dimensiuni și al hotelurilor de lux. Cererea rămâne foarte mare în Capitală, deoarece oferta hotelieră nouă din ultimii patru ani a fost reprezentată doar de proiecte hoteliere de tip boutique, cu 20-40 de camere. Consider că este foarte posibil ca anul acesta să vedem aici mai multe proiecte decât în ultimii cinci ani, dacă va exista o deblocare pe zona de PUZ-uri la nivelul Primăriei Capitalei.

Ce strategii ar putea menține interesul investitorilor, în special al lanțurilor internaționale, pentru piața locală?

Cred că dintre toate strategiile care ar putea fi implementate, cea mai importantă nu depinde nici de operatori, nici de investitori, ci de autorități. Pentru ca piața să-și continue dezvoltarea avem nevoie de predictibilitate fiscală și mai ales de comunicare, astfel încât propunerile pentru schimbările importante, care impactează domeniul, să ajungă din timp la toți jucătorii din industrie. Și aici avem ca exemplu precedentul cu creșterea taxei hoteliere, care a fost votată în decembrie 2025, dar a fost anunțată cu câteva zile înainte de intrarea în vigoare (1 ianuarie 2026), care a afectat major toate companiile ce activează în industria ospitalității și turism.

Din observațiile de până acum, cum arată cele mai noi tendințe din domeniul investițiilor hoteliere?

Din punctul meu de vedere, în ceea ce privește direcția strategică din domeniul investițiilor hoteliere, cea mai importantă tendință o reprezintă proiectele hoteliere tip boutique, cu 40-70 de camere, care încep să se afilieze la operatori hotelieri internaționali pentru a accesa beneficiile legate de distribuție și marketing. Tendința este deja prezentă pe piața locală de ceva timp și cred că va continua și în anii următori.

Cum a fost 2025 pentru EST Hospitality din punctul de vedere al proiectelor noi, dar și al provocărilor apărute?

2025 a fost un an foarte bun pentru noi, am înregistrat o dublare a cifrei de afaceri din anul precedent, am atins borna de 1.000 camere de hotel semnate cu un singur client (Forty Management AG) în trei țări (România, Ungaria și Spania), și am reușit să aducem un nou brand în România, este vorba de Radisson Individuals, o investiție de circa 10 milioane de euro, la Timișoara, deschiderea fiind planificată pentru luna aprilie a acestui an. De asemenea, avem mai multe proiecte de mare anvergură pe care le-am semnat tot anul trecut, însă având în vedere strategia de comunicare a clienților noștri, acestea vor fi anunțate pe parcursul acestui an.

Cum arată planurile EST Hospitality pe termen scurt și mediu? Ce proiecte majore sunt planificate?

Avem deja mai multe proiecte strategice planificate pentru următorii cinci ani, iar demersurile noastre vor fi comunicate etapizat, în funcție de etapele de dezvoltare. Ce pot să spun la acest moment este că avem și multe proiecte hoteliere în zona montană, iar despre acestea vom vorbi destul de mult în această perioadă. De asemenea, compania noastră derulează tot mai multe proiecte în afara țării, iar în perioada imediat următoare vom face mai multe anunțuri despre proiectele pe care le gestionăm în Italia, Spania, Ungaria și Albania.

Din postura de Vicepreședinte al Asociației Incoming România, cum a fost 2025? Cum a decurs activitatea asociației și care sunt provocările majore?

Anul 2025 a fost bun pentru agențiile de incoming, rezultatele sunt cele mai bune de după pandemie. Totuși, așa cum am menționat și mai devreme, taxele hoteliere anunțate la finalul anului trecut nu sunt de bun augur pentru pachetele deja existente în cataloagele partenerilor externi care vând destinația România. Cu siguranță, acestea vor afecta direct marjele de profit ale turoperatorilor care fac incoming. Pe lângă acestea, există și altfel de provocări cu care se confruntă agențiile de incoming, iar aici mă refer la provocări punctuale, precum cele care țin de programele de vizitare a muzeelor, (de exemplu, unele muzee au instituit zilele de luni și marți ca zile libere), problema parcarilor pentru autocare din București, întrucât în prezent lucrările de la planșeul din Piața Unirii afectează tururile cu autocarele, sau din Brașov, unde nu se poate parca sau staționa în zona centrului vechi etc. Cumulat, toate acestea afectează, mai mult sau mai puțin, atât activitatea, cât și veniturile tuturor jucătorilor din industria ospitalității și turismului. ■

Există în continuare un potențial uriaș în toate orașele regionale pentru hotelurile de 3 și 4 stele afiliate la branduri hoteliere internaționale pe segmentul „midscale”.



Industria ospitalității din România se află într-un proces de normalizare, cu cerere sănătoasă și tot mai multe investiții orientate către reconversii și proiecte premium. În același timp, potențialul de dezvoltare vine din direcția segmentului balnear și spa & wellness, precum și din diversitatea conceptelor și oferirea de experiențe diferențiate. În timp ce turiștii caută transparență, autenticitate și opțiuni de wellbeing, operatorii se confruntă, în continuare, cu provocări legate de forța de muncă, creșterea costurilor și menținerea calității serviciilor. Pornind de la aceste considerente, enunțate de Christine Schillings, CEO winsed.swiss România, dezvoltarea pieței locale depinde de implementarea unor strategii diferențiate, trainingul angajaților și excelența operațională, precum și de adaptarea ofertei la nevoile pieței și la cerințele oaspeților.

Carmen Filote



**DEZVOLTAREA VINE DIN STRATEGII
PE TERMEN LUNG, PROFESIONALISM
ȘI EXPERIENȚE MEMORABILE**

Cum ați descrie evoluția industriei ospitalității în 2025 comparativ cu 2024? Cum evaluați perspectivele și oportunitățile pe termen scurt și mediu?

Din perspectiva noastră, lucrând cu proprietari, branduri și destinații, 2025 a fost un an de normalizare comparativ cu 2024. Cererea a rămas sănătoasă, însă oaspeții au devenit mai atenți la prețuri, iar tiparele de rezervări au fost mai inegale între destinații. Totodată, produsele premium s-au dovedit mai reziliente în perioade mai slabe. În ceea ce privește dezvoltarea, în piață a existat capital disponibil pentru investiții, dar a fost mai selectiv. Am observat că cel mai mare interes s-a manifestat pentru reconversii, renovări și re poziționări, în cazul cărora analiza financiară poate fi susținută de profitabilitate mai mare și perioade mai scurte de recuperare a investiției. Pe termen scurt și mediu, scenariul este de „creștere constantă și selectivă”, după cum reiese din previziunile STR/Tourism Economics publicate în februarie a.c. Din punctul nostru de vedere, potențialul cel mai mare îl au businessurile cu diferențiere clară - F&B orientat pe experiență, design distinctiv, cultură puternică a serviciilor, produsele care generează cerere pe tot parcursul anului - cum ar fi hoteluri focusate pe MICE, apart-hoteluri, resorturi de wellness, dar și proiectele care s-au re poziționat în piață, conduse de proprietari sau manageri care se concentrează pe creșterea calității și pe îmbunătățirea eficienței energetice și productivității.

Cum se va dezvolta industria ospitalității la nivel național, ce zone mai oferă oportunități dezvoltare?

Consider că, cel puțin deocamdată, cererea rămâne concentrată în câteva județe-cheie, iar București, Constanța și Brașov se vor afla în continuare în topul orașelor cu cei mai performanți indicatori în ceea ce privește sosirile și înnoptările turiștilor.

Considerați că Bucureștiul a ajuns la un grad de maturitate din punctul de vedere al ofertei hoteliere? Pentru ce tip de concepte mai există loc?

Bucureștiul s-a dezvoltat semnificativ, dar nu este încă complet acoperit, mai ales în ceea ce privește calitatea, diversitatea conceptelor și capacitățile moderne și de mari dimensiuni pentru segmentul MICE. Studiile de piață recente relevă rate ridicate de ocupare în segmentul de 4 și 5 stele la nivel central, ceea ce sugerează că orașul mai poate absorbi noi hoteluri bine poziționate. De altfel, până la acest moment pipeline-urile indică aproximativ 1.000 de camere noi în dezvoltare. Din punct de vedere concepte, din studiile noastre, cele mai atractive proiecte sunt cele midscale și upscale, cu facilități clar definite.

Cum apreciați segmentul balnear și spa & wellness, în ceea ce privește potențialul său de dezvoltare? Ce strategii ar trebui adoptate pentru dezvoltarea sa?

Segmentul balnear și spa & wellness este, din păcate, unul dintre cele mai puțin valorificate motoare de creștere ale României. La nivel global, wellness-ul a evoluat de la statutul de opțional la un motiv principal pentru călătorie, extinzându-se dincolo de spa-urile tradiționale, ajungând să integreze astăzi tot ceea ce înseamnă sănătate mintală, diagnostic și experiențe în natură. România are avantaje structurale, naturale - resurse termale/minerale și tradiție balneară, dar competitivitatea în acest sector depinde de modernizare, standarde constante și programe care să atenueze sezonabilitatea.

Pentru conceptele dezvoltate în acest segment, abordarea recomandată ar trebui să cuprindă următoarele etape:

- Alegerea unei poziționări clare (medical/balnear, lifestyle wellness, termal pentru familii sau luxury longevity) și proiectarea experienței oaspetelui în consecință.
- Profesionalizarea operațiunilor: instruirea terapeuților, protocoale de igienă, standarde de tratament.
- Crearea de pachete turistice care să cuprindă servicii de wellness,

cazare, masă și diverse experiențe, pentru a stimula cererea pe tot parcursul anului.

Au apărut schimbări majore în comportamentul turistic în ultima perioadă? Care sunt cerințele turiștilor de azi?

Da, comportamentul turiștilor s-a schimbat semnificativ în ultimii ani: rezervările nu se mai fac cu mult timp înainte, ci tot mai aproape de data sejurului, sensibilitatea la prețuri este mai mare, dar în același timp se observă o orientare tot mai puternică către experiențe autentice și locale. Sumarizând, în prezent, turiștii își doresc: simplitate și transparență (preț/valoare clară, politici flexibile, interacțiuni digitale, ușor de folosit); menținerea standardelor de calitate și servicii; oportunitatea de a descoperi experiențe locale; opțiuni de wellbeing - fitness, spa, mâncare sănătoasă, zone liniștite etc.; încredere și siguranță - servicii sigure, receptivitate etc.).

Care sunt principalele provocări și cum pot operatorii să le gestioneze pentru a menține calitatea serviciilor?

La momentul actual, cele mai mari provocări sunt reprezentate de inflație, care afectează negativ salariile și costurile la utilități, lipsa personalului, așteptările tot ridicate ale turiștilor, precum și schimbările rapide în tehnologie și distribuție. De asemenea, în condițiile în care România se confruntă și cu dificultăți fiscale și operaționale, controlul productivității și calității devine tot mai important pentru operatorii.

Industria ospitalității este o industrie a serviciilor, iar oamenii sunt esențiali pentru menținerea calității acestora. Astfel, în contextul deficitului și al costurilor crescute cu forța de muncă, procesele trebuie regândite pentru a deveni mai productive - ceea ce poate fi automatizat ar trebui automatizat, astfel încât angajații să se poată concentra pe interacțiunea directă cu oaspeții. De asemenea, este necesară implementarea unui sistem de calitate: proceduri operaționale clare (SOP), verificări zilnice de asigurare a calității (QA), coaching și mecanisme structurate de feedback din partea oaspeților (NPS/răspunsuri la recenziile online). Și, nu în ultimul rând, nu trebuie neglijată investiția în oameni - dezvoltarea leadershipului instruirea la locul de muncă și crearea unei culturi organizaționale care recompensează excelența în servicii.

Cum pot operatorii să atragă și să rețină angajați calificați?

În primul rând, hotelurile trebuie să se adapteze și la noua generație, ale cărei așteptări includ flexibilitate, implicare mai mare și echilibru între muncă și viața personală. Principalele soluții sunt: oferirea unui program de lucru flexibil; creionarea unei traiectorii clare de dezvoltare și instruire necesară; implicarea mai mare în activitățile hotelului; recunoașterea și aprecierea performanței.

Cum a fost 2025 pentru winsed.swiss România și care au fost realizările principale? Ce priorități aveți pentru 2026?

Pentru winsed.swiss România, 2025 a fost, în primul rând, un an dedicat dezvoltării și consolidării. Ne-am concentrat pe conectarea investitorilor, brandurilor și operatorilor, sprijinind, în același timp, proprietarii oferindu-le fundamentele necesare - la nivel de oameni și procese -, astfel încât să poată oferi servicii de calitate constantă într-un context al costurilor în creștere. De asemenea, am extins programele de formare și de calificare profesională, inclusiv prin inițiative de colaborare între mediul academic și industrie, menite să dezvolte competențe moderne de management și am oferit servicii de consultanță și suport operațional axate pe îmbunătățirea productivității, standardelor și dezvoltarea talentelor. Prioritățile noastre strategice rămân constante, și anume: crearea de concepte atractive pentru investiții, formarea și dezvoltarea talentelor și sprijinirea operatorilor prin excelență operațională măsurabilă. ■



Potențialul cel mai mare îl au businessurile cu diferențiere clară - experiență, design distinctiv, cultură puternică a serviciilor, precum și produsele care generează cerere pe tot parcursul anului.

De 15 ani, Komoder are grijă de oamenii care au grijă de România

România este o țară care merge înainte, uneori chiar în ciuda obstacolelor. Ne plângem de birocrație, instituții și sisteme care nu țin pasul cu nevoile oamenilor sau despre decizii care ne încetinesc progresul. Cu toate acestea, România merge înainte.

România funcționează datorită oamenilor care își fac treaba.

Vorbim despre antreprenori care pornesc afaceri, creează locuri de muncă și bunăstare în comunitate, ingineri care dirijează fabrici, medici care salvează vieți, profesori care ne educă copiii. Despre fermieri care pun hrană pe mesele noastre, pompieri care își pun viețile în pericol, programatori care construiesc infrastructura digitală a prezentului și a viitorului și milioane de alți oameni, cu sute de alte ocupații. Ei sunt motorul real al economiei și al societății. Însă, din păcate, oamenii care duc România înainte uită adesea să se oprească. Să respire. Să se relaxeze.

De 15 ani, Komoder le oferă această pauză.

Komoder aniversează anul acesta 15 ani de activitate în industria de wellbeing și în tot acest timp am avut un obiectiv clar: să aducem relaxarea cât mai aproape de oamenii care își fac treaba și care merită momente reale de recuperare și echilibru.

În timp, am învățat că relaxarea nu trebuie să fie un lux, ci o experiență accesibilă pentru cât mai mulți oameni. De aceea, am dezvoltat constant portofoliul nostru de fotolii, lansând modele noi, cu tehnologii din ce în ce mai avansate și cu prețuri variate, astfel încât fiecare categorie de utilizatori să poată găsi o soluție potrivită pentru nevoile sale.

Astăzi, compania noastră este prezentă cu showroom-uri în peste 10 țări europene, ducând experiența relaxării tot mai departe. În paralel, continuăm să investim în dezvoltare: un nou sediu este deja în construcție la Cluj, iar planul este ca la finalul anului 2026 să ne mutăm în acest spațiu modern, conceput pentru următoarea etapă din viața companiei.



Aniversarea noastră de 15 ani nu este doar un moment retrospectiv, ci mai ales unul de perspectivă.

Komoder aniversează 15 ani privind spre următorii 15, dar misiunea noastră rămâne aceeași: să continuăm să inovăm, lansând produse noi și să extindem accesul la relaxare pentru cât mai mulți oameni. Facem asta fiind convinși că societățile și economiile funcționale există doar datorită oamenilor care își fac meseria bine și care merită momente reale de refacere.

De 15 ani, avem grijă de cei care au grijă de România. Și suntem abia la început.





HOTELURI DE UN MILIARD DE EURO, TRANZACȚIONATE ÎN CEE ÎN 2025. CUM STĂ ROMÂNIA?



Volumul tranzacțiilor cu active hoteliere în Europa Centrală și de Est (CEE) s-a dublat în 2025, până la un nivel de 1,06 miliarde de euro, piața fiind impulsionată în special de două tranzacții iconice realizate de grupul PPF, și anume achiziția hotelurilor Hilton și Four Seasons din Praga. Cumulat, cele două tranzacții au reprezentat circa 40% din volumul tranzacționat în întreaga regiune, piața fiind activă în special prin dealuri mici și medii și o serie de tranzacții de portofolii care au atins și regiunea.

Cristi Moga – Head of Capital Markets Cushman & Wakefield Echinox

În România au fost consemnate cinci tranzacții hoteliere relevante, cu o valoare de peste 5 milioane de euro fiecare, reprezentând o valoare cumulată de aproape 60 de milioane de euro, segmentul hotelier având o pondere de 11% din piața locală a investițiilor imobiliare comerciale. Cele mai reprezentative tranzacții au fost vânzarea Hotelului Hilton Garden Inn din imediata vecinătate a Aeroportului Internațional Henri Coandă, respectiv a Hotelului Zenith Conference & Spa din Mamaia. La nivelul CEE, România a reprezentat doar 5,5% din volumul total al investițiilor hoteliere. Distribuția investițiilor hoteliere în regiune evidențiază diferențe majore între piețe. Cu tranzacții de aproape 700 de milioane de euro, Cehia a dominat clar regiunea, având o cotă de circa 65% din volumul total. În Ungaria au fost tranzacționate unități hoteliere cu o valoare

cumulată de peste 160 milioane de euro, reprezentând 15% din total, iar Polonia a înregistrat investiții hoteliere de aproape 90 de milioane de euro (8,3%). România s-a poziționat pe locul al patrulea, înaintea Serbiei (cu tranzacții de 45 milioane euro) și Bulgariei (16 milioane de euro), în timp ce Slovacia nu a raportat tranzacții hoteliere relevante în 2025. Atât în România, cât și la nivel regional, investițiile hoteliere din 2025 s-au concentrat pe segmentele „upscale” și „upper upscale”, dar și pe active cu potențial de renovare și re poziționare, creștere a performanței operaționale și aliniere la standarde internaționale de brand, reflectând o strategie de tip „value add”. Această tendință este vizibilă și în piețele dominante din CEE, unde capitalul s-a orientat către hoteluri urbane și unități bine poziționate în destinații turistice consacrate, în detrimentul produselor secundare.

Turii străini compensează apetența românilor pentru vacanțe externe

Piața hotelieră din România se află într-o fază avansată de recuperare postpandemie, susținută de creșterea constantă a turismului intern și de revenirea treptată a cererii internaționale. Cu toate acestea, anul 2025 a marcat o scădere ușoară (de 2,4%) a numărului total al turiștilor cazați în structurile de primire, la aproape 14 milioane, față de anul record 2024. Scăderea a fost determinată de reducerea numărului de turiști români, în timp ce numărul străinilor care au vizitat România în 2025 a crescut cu 8,5% față de 2024. Românii reprezintă în continuare peste 80% din totalul turiștilor, în timp ce străinii au o pondere de aproape 19%.

Cele mai recente date ale Băncii Naționale a României arată că românii au cheltuit în 2025 peste 10 miliarde de euro pe vacanțe în străinătate, un nou nivel-record, ceea ce arată că apetitul pentru călătorii a rămas la un nivel ridicat, dar a migrat ușor spre destinații externe.

Revenind la piața domestică, peste 60% dintre turiști au ales hotelurile ca unitate de cazare, iar Bucureștiul rămâne principala piață hotelieră a țării, concentrând cererea de business, evenimente și turism urban. În 2025, cererea în Capitală a crescut cu aproximativ 3% față de 2024.

Ofertă fragmentată și subreprezentată de branduri

România rămâne una dintre piețele hoteliere cel mai puțin „instituționalizate” din regiune. La nivel național, există aproximativ 1.800 de hoteluri, cu un stoc total de peste 107.000 de camere, însă doar circa 30% sunt clasificate în segmentul 4 și 5 stele.

Cel mai relevant indicator pentru investitori este gradul foarte redus de afiliere la lanțuri internaționale: sub 5% din hotelurile din România sunt operate sub branduri hoteliere internaționale, cel mai scăzut nivel din CEE.

Această caracteristică indică o piață dominată de hoteluri independente, adesea cu performanțe volatile, dar cu un potențial ridicat pentru rebranding, conversii și reparații. În plus, perspectivele de dezvoltare indică un pipeline consistent, în special în București, astfel că până în 2027 ar urma să fie livrate aproximativ 1.000 de camere noi în Capitală, majoritatea afiliate unor lanțuri internaționale și poziționate în segmentele „upscale” și de lux.

În condițiile în care ponderea hotelurilor afiliate lanțurilor internaționale este pe un trend puternic ascendent, cel puțin la nivelul Bucureștiului, există premise pentru creșterea activității tranzacționale. Stabilizarea contextului macroeconomic și diversificarea ofertei hoteliere vor contribui la reducerea treptată a decalajului față de piețe precum Cehia, Ungaria sau Polonia. Diferența dintre România și piețele hoteliere mature din Europa Centrală și de Est nu este una de interes investițional, ci de stadiu de dezvoltare. În timp ce Ungaria sau Cehia beneficiază de o ofertă mai extinsă de hoteluri instituționale, unele dintre acestea fiind operate sub umbrela comună a unui portofoliu, România rămâne o piață fragmentată, dominată de jucători locali. Volumul tranzacționat pe piața hotelieră locală a fost modest în ultimii ani, caracterizați de diverse elemente de instabilitate care au determinat și un grad mai ridicat de prudență din partea investitorilor. Pe termen mediu, pe măsură ce performanța operațională a hotelurilor se consolidează, iar proiectele noi vor genera o serie de produse mai bine aliniată cerințelor investitorilor instituționali, România are potențialul de a-și majora ponderea în investițiile hoteliere din CEE. Din acest punct de vedere, acest decalaj poate fi privit ca o oportunitate, nu ca o limitare. ■

VOLUMUL INVESTIȚIILOR HOTELIERE ÎN CEE

| Țară | Volum investiții hoteliere 2025 (mil. €) | Pondere în total CEE | Evoluție 2025/2024 |
|------------------|--|----------------------|--------------------|
| Cehia | 691 | 65,2% | 453% |
| Ungaria | 161 | 15,2% | 223% |
| Polonia | 89 | 8,3% | -48,6% |
| România | 59 | 5,5% | 28,7% |
| Serbia | 45 | 4,2% | 78,7% |
| Bulgaria | 16 | 1,5% | -74,1% |
| TOTAL CEE | 1.060 | 100% | 121,7% |

Sursa: Cushman & Wakefield Echinox – analiza pieței investițiilor hoteliere CEE, 2025 (date agregate)

CELE MAI IMPORTANTE DESCHIDERI HOTELIERE DIN BUC.

| Hotel | Camere | An deschidere | Dezvoltator |
|--|--------|---------------|-----------------------|
| Corinthia Grand Hotel du Boulevard | 30 | 2025 | Niro Group |
| Mercure Bucharest Cantemir | 40 | 2026 | Star Priority Holding |
| Novotel Living Bucharest Băneasa | 150 | 2027 | Erbașu Group |
| Hilton Garden Inn Militari | 125 | 2026 | Envogue Residence |
| Swissôtel Bucharest | 200 | 2026/2027 | Niro Group |
| Mondrian Bucharest Hotel | 103 | 2027 | One United |
| Promenada Mall Hotel | 200 | 2027 | NEPI Rockcastle |
| The Julius Bucharest | 158 | 2027 | Julius Meinl |
| Hyatt Place & Hyatt House | 270 | 2028 | Nusco Group |
| The Hoxton – One Downtown Hotel and Apartments | 130 | 2028 | One United |
| Radisson Red by Hagag | 104 | 2027 / 2028 | Hagag Europe |

TRANZACȚII CU PROPRIETĂȚI HOTELIERE DIN CEE 2025 (SELECȚIE)

| Proprietate | Piața | Camere | Cumpărător | Vânzător |
|-------------------------------------|--------------------|--------|------------------------------------|--------------------------------|
| Hilton Praga | Cehia, Praga | 791 | PPF Real Estate | IBRC |
| B&B Portolio | Polonia | 553 | Remake Asset Management | Covivio |
| Noli Studios Portfolio | Polonia, Gdańsk | 423 | NREP Przystań, | Nowa City camp |
| Budapest Marriott Hotel | Ungaria, Budapesta | 364 | BDPST Group | CPI |
| Zenith Conference&SPA | România, Mamaia | 295 | Steaua de Mare Group | RC2 – Antares |
| Mama Shelter Prague | Cehia | 238 | Ares Management | Fidera Vecta Ltd |
| Penta Hotel Prague | Cehia | 227 | Jan Hotels | Aroundtown |
| Vaci 81 | Ungaria | 220 | Forestay Properties | Generali Real Estate |
| Hilton Garden Inn Bucharest Airport | România, Otopeni | 218 | Yellow Tree Holdings | Apex Alliance Hotel Management |
| Four Seasons Hotel Praga | Cehia | 157 | PPF Real Estate; Noble Hospitality | Northwood Investors |



Pentru Accent Travel & Events, 2025 a fost un an de creștere echilibrată și de consolidare strategică, susținute de optimizare operațională și de proiecte cu valoare adăugată mai mare. Potrivit lui Lucian Boronea, CEO Accent Travel & Events și Vicepreședinte ANAT, compania a avut o evoluție pozitivă datorată creșterii volumelor în zona de business travel și MICE, ambele înregistrând performanțe foarte bune. Având în vedere contextul actual, strategia pe anul în curs vizează o creștere controlată, bazată pe eficiență și tehnologie, la pachet cu continuarea investițiilor în digitalizare, procese standardizate și, nu în ultimul rând, în pregătirea echipei.

Carmen Filote



INDUSTRIA ARE NEVOIE DE STABILITATE, PREDICTIBILITATE ȘI COERENȚĂ LEGISLATIVĂ

Per ansamblu, cum a evoluat piața locală de turism în 2025, comparativ cu anul anterior?

Din punctul meu de vedere, 2025 a fost anul în care piața s-a așezat, dar nu fără emoții. După perioada de recuperare accelerată, era firesc să intrăm într-o etapă de maturizare. În același timp însă, contextul intern nu a fost unul simplu, creând un climat de prudență, atât în rândul consumatorilor, cât și al companiilor. Un element interesant în 2025 a fost interesul investitorilor străini pentru piața românească. În ciuda incertitudinilor economice, România este privită ca o oportunitate reală în regiune. Au intrat jucători noi, s-au consolidat branduri internaționale, iar competiția a crescut. Iar această competiție, chiar și într-un context economic mai tensionat, este un semn de maturitate.

Cum a fost 2025 pentru Accent Travel & Events, față de 2024?

Pentru noi, 2025 a fost un an de creștere echilibrată și de consolidare strategică. Nu a fost o creștere spectaculoasă, bazată pe volum, ci una sănătoasă, susținută de optimizare operațională și de proiecte cu valoare adăugată mai mare.

Față de 2024, am înregistrat o evoluție pozitivă, printr-o creștere a volumelor în zona de business travel și MICE, segmentul corporat rămânând pilonul central al companiei. Faptul că suntem partener Amex GBT Egencia ne oferă acces la infrastructură globală, conținut competitiv și instrumente tehnologice avansate. Divizia de Business Travel a performat constant, în special pe zona companiilor cu operațiuni regionale. Am observat o creștere a cererii pentru soluții integrate – rezervare, raportare, control al politicilor interne și consultanță de optimizare a costurilor. Investițiile în tehnologie și automatizare, parte din direcția noastră strategică, au susținut această evoluție.

Segmentul MICE a avut un an foarte bun. Evenimentele corporat au revenit la o dimensiune mai ambițioasă, iar companiile au investit în conferințe, lansări și programe de incentive, cu accent pe experiențe relevante și bine organizate.

În paralel, zona de beneficii pentru angajați și travel gift card a generat interes crescut din partea companiilor, care caută soluții alternative de motivare și retenție. Este un segment care completează natural portofoliul nostru și are potențial real de dezvoltare.

Cum a arătat 2025 pe segmentul de business travel și MICE?

Business travel-ul a revenit la un nivel de stabilitate operațională, dar într-un cadru mult mai exigent. Segmentul MICE a performat peste așteptări. Conferințele, întâlnirile regionale și evenimentele de training au redevenit instrumente strategice de coeziune organizațională. Nu se mai organizează doar întâlniri formale, ci experiențe bine construite, care să creeze impact real. Iar aici diferența o fac execuția, atenția la detalii, controlul asupra costurilor și capacitatea de personalizare. Pentru 2026, estimăm o creștere moderată, dar constantă, în special în zona de evenimente regionale și incentive-uri orientate către experiențe autentice.

Care sunt cele mai importante tendințe din turismul de business?

Turismul de business s-a schimbat structural, nu doar conjunctural. Companiile nu mai privesc călătoriile ca pe o rutină operațională, ci ca pe o investiție care trebuie justificată clar. O tendință vizibilă la nivel global este ceea ce se numește „Purpose-Driven Travel” – călătoria cu scop clar și impact măsurabil. Nu mai vorbim despre întâlniri organizate din inerție, ci despre deplasări care susțin dezvoltarea de business, retenția talentelor sau consolidarea culturii organizaționale. În paralel, crește conceptul de „Managed Flexibility”. Companiile își doresc control bugetar strict, dar fără rigiditate excesivă. Politicile de travel sunt mai bine definite, însă includ opțiuni flexibile, adaptate la nevoile reale ale reprezentanților companiilor. Un alt aspect important este siguranța și gestionarea riscului. Într-un context geopolitic volatil, companiile solicită informații actualizate, asistență 24/7 și soluții rapide în caz de schimbări neprevăzute.

Există schimbări majore în comportamentul turistic?

Da, schimbările sunt reale și vizibile, vorbim deja despre o transformare de mentalitate. În primul rând, clientul este mult mai informat și mult mai atent la detalii, iar toleranța pentru erori sau improvizate a scăzut considerabil. Pe lângă experiențe, flexibilitate și personalizare, se caută siguranță, claritate contractuală și reacție rapidă în situații neprevăzute. O tendință tot mai vizibilă este ceea ce aș numi „Travel with Accountability”. Atât în leisure, cât și în business, clientul vrea să știe ce primește, cât plătește și ce valoare reală obține. De asemenea, criteriile de sustenabilitate încep să influențeze deciziile, în special în zona corporat. Nu este încă factorul principal, dar devine parte din procesul de selecție. Clientul de astăzi este mai matur, mai atent la raportul valoare-cost și mai puțin dispus să accepte compromisuri. Pentru agenții și operatori, acest lucru înseamnă un nivel mai ridicat de profesionalism și o adaptare continuă. Cine înțelege aceste schimbări și le integrează rapid în modelul de business va rămâne relevant pe termen lung.

Care sunt prioritățile companiei pentru acest an?

Ce obiective v-ați setat?

Pentru acest an, prioritatea noastră este o creștere controlată, bazată pe eficiență și tehnologie. Personal, cred într-o dezvoltare sustenabilă, bazată pe disciplină financiară și pe parteneriate solide. Vom continua investițiile în digitalizare și integrarea completă a fluxurilor de business travel, astfel încât clienții corporat să aibă vizibilitate în timp real asupra costurilor și o administrare simplificată a politicilor de călătorie. Într-un mediu economic volatil, controlul datelor și optimizarea bugetelor sunt esențiale, iar noi vrem să rămânem un partener strategic, nu doar un furnizor de servicii.

Intern, investim în pregătirea echipei și în procese standardizate, în adoptarea tehnologiei AI în procesele repetitive. Vrem o structură robustă, capabilă să performeze constant, indiferent de context.

Care sunt nevoile principale ale industriei în acest moment?

Industria are nevoie în primul rând de stabilitate, predictibilitate fiscală și coerență legislativă. Modificările repetate de TVA și schimbările în regimul voucherelor de vacanță afectează planificarea pe termen mediu și lung. Turismul funcționează pe contracte și rezervări făcute cu luni înainte, astfel că instabilitatea fiscală creează riscuri majore, cu consecințe directe asupra companiilor dar și asupra turiștilor.

Combaterea concurenței nelocale este un alt subiect care afectează din ce în ce mai mult activitatea operatorilor din turism, în special în contextul creșterii taxelor, fapt care face tot mai seducătoare eludarea lor. De exemplu, platformele internaționale și cei care oferă cazare pe termen scurt operează în zone gri sau beneficiază de avantaje competitive prin lipsa unor obligații echivalente cu cele ale agențiilor românești.

O nevoie specifică și stringentă este reforma mecanismelor de garantare. Noi solicităm acest lucru de mai mulți ani, pentru că am înțeles, după pandemie, că sistemul actual este gândit pentru situații de liniște și echilibru și cedează în fața unei crize majore. Acesta trebuie adaptat astfel încât să protejeze eficiența consumatorului, fără a genera sarcini și costuri disproporționate pentru agenții, care sunt singurele obligate să furnizeze aceste garanții.

Ne dorim, de asemenea, profesionalizarea politicilor publice în turism, care să fie bazate pe date și pe consultare reală cu sectorul privat, dar și susținerea turismului intern și inbound prin alocarea de bugete multianuale de promovare și implementarea unor strategii eficiente care să atragă mai mulți turiști în România. Într-un context economic complicat, România trebuie să își consolideze poziția pe piața internă și regională și să-și atingă potențialul de 10% din PIB și 10 milioane de turiști străini în următorii 10 ani. ■



Politicile de travel sunt mai bine definite, însă includ opțiuni flexibile, adaptate la nevoile reale ale reprezentanților companiilor.



Într-o industrie, cum este cea de hotelărie, în care presiunea pe costuri, lipsa de personal și volatilitatea cererii pun la încercare operațiunile de zi cu zi, diferența dintre „a testa AI” și „a opera cu AI” devine decisivă. Potrivit concluziilor celui mai recent studiu KPMG, „Global Tech 2026”, provocarea majoră nu este reprezentată de invazia de noi și noi soluții AI, ci tocmai de nevoia de disciplină în implementarea lor.

Andreea Niculae, Partener, Consultantă în tehnologie și strategie digitală



CÂND AI NU MAI ESTE DOAR UN PROIECT, CI INFRASTRUCTURA DE FUNCȚIONARE A COMPANIEI

Cei peste 2.500 de lideri în tehnologie chestionați, din 27 de țări, arată că firmele trec treptat de la experimente izolate la inteligență operațională integrată — un proces cu progrese inegale și cu diferențe tot mai mari între pionieri și restul organizațiilor. Iar aceste cinci concluzii extrase din studiul „Global Tech 2026” sunt evidențiate drept o strategie clară de management pentru următorii doi ani.

1. De la entuziasm la valoare reală: când implementarea dă tonul.

Companiile trec ușor-ușor de perioada în care doar testau AI direct la esență: ce instrument AI aduce valoare reală și poate fi aplicat constant de întreaga organizație? Nu mai este suficient ca un proiect AI să dea bine într-o demonstrație, contează dacă poate livra rezultate măsurabile, repetabile și scalabile. Majoritatea companiilor, 74%, spun că proiectele lor AI aduc valoare, dar doar 24% reușesc să obțină o rentabilitate consistentă din utilizarea lor multiplă. Ceea ce înseamnă că multe organizații se pot lăuda cu unul-două exemple reușite, fie o creștere mică de productivitate, fie un chatbot util, însă nu dispun de mecanismele necesare pentru a transforma aceste rezultate punctuale într-o sursă stabilă și repetabilă de valoare. Succesul există, dar nu este multiplicabil. Companiile performante din raport fac, însă, ceva diferit: tratează livrarea de valoare ca pe o capacitate operațională, nu ca pe o serie de experimente norocoase. Pentru ele, aplicarea AI nu este un exercițiu izolat, ci un proces repetabil, standardizat. Rezultatul se vede în cifre: obțin o rentabilitate de 4,5 ori mai mare la investițiile în tehnologie digitală, față de doar două ori mai mare în cazul companiilor obișnuite. În plus, se confruntă mult mai puțin cu fragmentarea internă: doar 2% dintre companiile de top spun că au prea multe proiecte AI care nu comunică între ele, comparativ cu 34% dintre ceilalți.

2. Organizația condusă de agenți AI: lucrul cu „colégi digitali” devine o abilitate-cheie.

Companiile intră într-o nouă etapă, în care trebuie să învețe să lucreze și cu „colégi digitali” — sisteme de AI capabile să planifice, să acționeze și să coordoneze activități în locul lor. Dacă anii 2024–2025 au fost despre asistenți de tip copilot, 2026 se conturează ca anul agenților AI, programe care nu doar sugerează, ci execută acțiuni reale în procese și aplicații.

Sondajul arată că fenomenul este deja în plină desfășurare: 88% dintre executivi spun că investesc în integrarea agenților AI în sisteme, iar 92% cred că gestionarea acestor agenți va deveni o competență esențială în următorii cinci ani. Nu vorbim doar despre o schimbare de tehnologie, ci despre o schimbare de model operațional. În momentul în care AI poate acționa efectiv, nu doar sugera, liderii trebuie să stabilească foarte clar unde începe și unde se termină responsabilitatea unui agent, cine îi supraveghează deciziile, cum se verifică rezultatele și cum evoluează rolurile oamenilor din echipă.

Raportul subliniază și un lucru important: oamenii vor continua să existe. Organizațiile se așteaptă ca o parte consistentă a forței de muncă din tehnologie să rămână umană și după 2027. Companiile performante sunt chiar mai prudente decât restul: ele estimează că vor păstra aproximativ jumătate din personalul permanent, față de 42% în cazul celorlalte organizații.

3. Cum scalezi corect: fundația contează mai mult decât viteza, iar datoria tehnologică este prețul plătit.

Multe organizații vor să avanseze rapid, dar, de multe ori, încearcă să accelereze pe un drum neumblat. Trei lucruri ies în evidență. Mai bine de jumătate dintre companii recunosc că datoria tehnologică — repararea sau înlocuirea tehnologiei vechi (cloud, sisteme moderne), înainte de a lansa proiecte noi este costisitoare și le încetinește noile inițiative. Apoi, aproape 70% spun că, în încercarea de a se mișca repede și de a reduce costurile, ajung să facă compromisuri exact în punctele esențiale: securitate, scalabilitate și standardizarea datelor. În plus, jumătate dintre respondenți cred că vor ajunge la un nivel tehnologic avansat până la finalul lui 2026, însă doar o mică parte — 11% — se consideră deja acolo.

Potrivit raportului, extinderea soluțiilor nu este doar o cursă de implementare, ci un program de consolidare a fundației tehnologice. Agenda pentru 2026 subliniază nevoia de a întări bazele de date, de a moderniza infrastructura tehnică și de a renunța la sistemele vechi.

4. Încrederea este noua monedă: rolul mecanismelor de control intern în accelerarea transformării.

Studiul arată că diferențele de rentabilitate între organizații au legătură directă cu disciplina și cu modul în care sunt guvernate proiectele din tehnologie. În același timp, este clar că firmele nu pot avansa singure: 90% dintre organizații spun că vor să își extindă și să își întărească ecosistemele tehnologice și parteneriatele pentru a avea acces la expertiza necesară. Dar aceste parteneriate ridică problema încrederii. Directorii pun pe primele locuri, la capitolul bariere, preocupările legate de securitate, protecția datelor și protejarea proprietății intelectuale. Cu cât colaborarea tehnologică este mai profundă, cu atât este mai mare și riscul.

Raportul nu recomandă încetinirea parteneriatelor, ci proiectarea sistemelor astfel încât încrederea să fie un element de bază. Agenda propusă presupune adoptarea unei gândiri „AI-first”, adică construirea aplicațiilor și proceselor cu transparență, responsabilitate și controale clare. Ideea este ca un AI responsabil să devină un avantaj competitiv, nu doar un exercițiu de conformare.

5. Decizii bazate pe date, nu pe instinct: blocajul real este în previziuni, nu în rapoarte.

Multe organizații știu să producă rapoarte și vizualizări atractive ale datelor, însă mult mai puține reușesc să țină cârma dreaptă atunci când apar schimbări bruște. Problema nu este lipsa rapoartelor, ci faptul că previziunile sunt slabe: 67% dintre liderii de tehnologie spun că previziunile slabe le îngreunează reacția la șocurile din piață și la schimbările rapide din tehnologie, iar 56% recunosc că planurile devin depășite chiar înainte să fie puse în aplicare. Când ritmul tehnologic depășește ciclurile de planificare, câștigă organizațiile care își evaluează constant maturitatea, se compară realist cu ce fac alții și își urmăresc performanța astfel încât aceste informații să influențeze direct deciziile de investiții.

În organizațiile unde există prea multe inițiative de AI care nu comunică între ele, apare o nevoie mai puternică de prioritizare a investițiilor coordonată unitar, de regulă sub conducerea IT.

Concluzia esențială: nu tehnologia face diferența, ci modul în care o folosești

Mesajul cel mai util este și cel mai puțin spectaculos: diferențierea nu mai vine din a deține tehnologie, ci din modul în care o integrezi, cum pui ordine în procese și ce rezultate măsurabile produci. Adoptarea AI crește rapid, dar în care doar puține organizații reușesc să obțină rentabilitate reală din mai multe inițiative simultan. Agenții AI devin ceva obișnuit, iar gestionarea lor devine o abilitate standard pentru lideri. Extinderea soluțiilor depinde de bazele solide: date curate, o arhitectură tehnică modernă, standarde clare și reducerea datoriei tehnologice. Încrederea proiectată din start în sisteme este cea care permite trecerea de la pilot la utilizare la nivelul întregii organizații. Iar capacitatea de a face previziuni bune și de a adapta planificarea în timp real decide cine reacționează primul și cine rămâne să explice ce nu a mers.

Organizațiile performante nu câștigă pe baza cine știe căror instrumente secrete. Câștigă pentru că au mecanisme care se repetă și funcționează: mai puține inițiative izolate, reguli interne mai clare, o comunicare mai bună a valorii și mai puține frâne cauzate de tehnologia veche.

În epoca inteligenței, avantajul competitiv nu este „să posezi AI”. Este să știi cum să conduci o organizație în care AI este integrată în fluxurile de lucru gestionată cu reguli clare care nu încetinesc procesele și suficient de încredere încât să poată fi scalată. ■



Diferențierea nu mai vine din a deține tehnologie, ci din modul în care o integrezi, cum pui ordine în procese și ce rezultate măsurabile produci.



Industria hotelieră traversează o perioadă de transformări și oportunități, în care experiențele memorabile, personalizarea și designul inovativ devin elemente esențiale pentru diferențiere. Potrivit lui Sebastian Mîndroiu, Founder & Managing Partner PickTwo, proiectele hoteliere de succes combină conceptul coerent și facilitățile moderne cu integrarea soluțiilor digitale și personalizarea experienței pentru oaspeți. Ca tendințe majore, investitorii caută proiecte cu potențial pe termen lung, iar zonele urbane și orașele mari prezintă oportunități mai sigure de dezvoltare.

Carmen Filote

**PIAȚA HOTELIERĂ SE DEZVOLTĂ
PRINTR-UN MIX DE RECONVERSII
ȘI PROIECTE DE LA ZERO**

Care sunt, din punctul tău de vedere, cele mai importante tendințe care marchează industria hotelieră? Au apărut schimbări?

La nivel global, cele mai importante tendințe ce domină în prezent industria ospitalității sunt, în mare parte, similare cu cele din anii trecuți: focus pe oferirea de experiențe memorabile, încercarea de a livra concepte care nu seamănă cu „day to day life” și hiper-personalizare. Însă, desigur, toate acestea sunt elemente diferențiator care se regăsesc pe piețele mature, în timp ce, în România, cred că suntem la stadiul în care un design bun și un F&B outlet încă pot face diferența.

Având în vedere evoluția din ultimii ani a industriei, detaliază cinci cerințe pe care un proiect hotelier ar trebui să le îndeplinească pentru a se diferenția în piață.

În primul rând, un proiect HoReCa, indiferent că vorbim de unități de cazare, restaurante sau cafenele, trebuie să aibă un concept unitar – de la sigla de pe fațadă până la cele mai mici detalii, inclusiv pahare, veselă, tacâmuri etc. Apoi, din punctul meu de vedere, proiectul nu ar trebui să se limiteze la standard – de exemplu, brandurile hoteliere dau parametrii pentru dimensiuni „minime” de camere și acum toată lumea proiectează așa. Consider că nu este absolut necesar ca această normă să fie adoptată în întregime. În ceea ce privește oferirea unei experiențe deosebite, se pot oferi mici atenții care pot deveni element de diferențiere. De exemplu, dacă un oaspete stă mai mult de două zile, se pot oferi mici atenții în cameră, precum câteva fructe de sezon, o prăjitură, o cafea bună, o selecție de ceaiuri, flori proaspete, un mesaj personalizat, o sticlă mică de vin etc. Și, ca să dau și un exemplu din experiența proprie, la ultima mea ședere la Ritz-Carlton, au observat că aveam o carte pe noptieră și mi-au lăsat un semn de carte cu inițialele RC. Cred că, pe lângă costuri nesemnificative, aceste mici atenții creează impresie pozitivă. Pe partea de Food & Beverages – restaurant/cafenea/all day brunch, consider că în fiecare hotel ar trebui să existe un concept de restaurant adaptat la piața din care vin clienții. De exemplu, în Sinaia ar trebui să existe un restaurant cel puțin de nivelul celor din București, dar cu două, trei accente locale. Iar faptul că hotelul trebuie să dispună de facilități spa, wellness și sală de sport este deja obligatoriu.

Cum apreciezi implementarea soluțiilor digitale în industria hotelieră? Care sunt cele mai importante beneficii pe care le pot aduce operatorilor din industrie?

În orașele mari, digitalizarea este deja foarte prezentă, iar proprietarii și managerii încearcă să identifice tot mai multe soluții pentru rezervări și review-uri, implicându-se inclusiv în comunicarea cu clienții pe platformele de social media etc. Însă, dacă vorbim de unitățile de cazare independente, la momentul actual, există în piață o mare nevoie de implementarea unor programe de loializare și experiențe personalizate. Dacă un oaspete a fost la tine deja și știi ce i-a plăcut, poți să folosești aceste informații ca pe un imens avantaj și să-i lași impresia că-ți amintești cu adevărat de el.

Cum a evoluat cererea din partea investitorilor din industria hotelieră? Ce tip de proiecte s-au remarcat în ultimul timp?

Ne aflăm într-o perioadă în care dezvoltarea pieței hoteliere se realizează printr-un mix de reconversii și proiecte de la zero. În general, pentru investitori era mai ușor să se orienteze către o reconversie, dar începem să vedem tot mai mulți investitori care sunt dispuși să înceapă un proiect mare de la fundație. Cred că pentru concept este mai bine, chiar dacă toată lumea are mai mult de muncă și lucrările vor dura mai mult.

Dacă vorbim de hotelurile de 4 și 5 stele, ce lipsește momentan de pe piața locală?

Cred că se leagă cumva de ceea ce am menționat la cerințele de bifat pentru diferențierea în piață – încă nu avem un concept care să integreze în întregime și coerent toate acele elemente, de la design

„wow”, restaurant cu mâncare adaptată la piața din care vin clienții, dar cu un touch local și inovativ, experiențe personalizate, reducerea punctelor de fricțiune dintre client și brand, mini-momente personalizate, precum și adaptare la stilul de viață al clientului prin zone de sport, spa & wellness.

Ce tip de concept de cazare consideri că ar putea avea potențial major de dezvoltare pe piața locală? Ce zone din țară ar putea avea potențial?

Cred că, din păcate, există limitări de infrastructură care blochează în acest moment industria hotelieră din România. De ce ai vrea să investești 10-15 milioane de euro să faci un hotel la munte, în condițiile în care oaspeții tăi au de parcurs DN1 în modul pe care-l știm cu toții și eventual vor ajunge nervoși la tine? Drept urmare, din punctul meu de vedere, până nu se va rezolva această problemă de infrastructură, cred că zona montană din apropierea Bucureștiului reprezintă o investiție riscantă. De asemenea, la noi, sezonul estival este foarte scurt, iar acest lucru crește gradul de risc pentru businessurile din ospitalitate și afectează negativ dezvoltarea pe Litoral. Realitatea este că sunt 10-12 weekenduri aglomerate la mare, iar dacă plouă în 25% din ele, sezonul este deja compromis. În concluzie, pariul meu sigur pentru dezvoltarea de noi proiecte hoteliere ar fi zona urbană și orașe mari din țară.

Și punctual, de ce tip de proiect ar mai avea nevoie Bucureștiul?

În București încă lipsește un hotel de lifestyle, ceea mi se pare incredibil. Mă uit la branduri ca Mama Shelter, 25 Hours, The Hoxton etc. Este cea mai trendy categorie de hoteluri din Europa în ultimii 15 ani, dar la noi încă nu a ajuns niciun astfel de concept. Am aflat că se va deschide un The Hoxton în curând (dezvoltat de One United Properties – n. red.), dar de alte astfel de proiecte nu am auzit încă.

Dacă ar fi să oferi un sfat antreprenorilor din industria ospitalității, de ce ar trebui să țină seama atunci când se decid să investească într-o unitate de cazare?

Cred că mulți investitori din industria ospitalității, în special din sectorul hotelier, privesc mai rar proiectele dintr-o perspectivă pe termen lung. Există adesea așteptarea ca investiția inițială să fie limitată, dar rezultatul să fie un hotel impresionant, care să atingă un grad de ocupare de 70% încă din prima zi de operare, chiar și în absența unor eforturi consistente de pre-opening marketing sau a unor programe de discount și loyalty. În același timp, se dorește ca hotelul să devină rapid profitabil, însă nu în întotdeauna este pe deplin valorificată importanța activului imobiliar în sine și faptul că valoarea acestuia poate crește semnificativ atunci când este asociat cu un brand puternic și bine poziționat pe piață.

Cum a fost 2025 pentru PickTwo, v-ați atins obiectivele? Cum s-a dezvoltat portofoliul?

În prezent, portofoliul nostru este foarte bine dezvoltat pe cele două noi direcții de business pe care le avem: implementarea proiectelor și proiectare pentru investiții internaționale. În ceea ce privește implementarea, aș menționa recenta finalizare a restaurantului Chili's din centrul comercial Băneasa Shopping City, primul restaurant din Europa al unui brand sub care funcționează circa 1.600 de restaurante în întreaga lume, pentru care am realizat proiectarea și execuția. În ceea ce privește proiectele internaționale, pe lângă resorturile din Zanzibar am început, mai nou, câteva astfel de proiecte în Bali, iar acest lucru de dă o nouă perspectivă asupra pieței internaționale.

Cum arată planurile și obiectivele voastre pentru acest an?

Anul acesta, ne concentrăm pe direcțiile strategice menționate mai sus, abordând proiectele prin modelul design & build, astfel încât să adăugăm valoare semnificativă atât în faza de proiectare, cât și în faza de selecție a produselor și implementare finală. Totodată, vizăm atragerea unui proiect internațional major, cel puțin. ■



Pariul meu sigur pentru dezvoltarea de noi proiecte hoteliere ar fi zona urbană și orașe mari din țară.



EXISTĂ OPORTUNITĂȚI CLARE ÎN DIGITALIZARE, SUSTENABILITATE ȘI TURISM SPECIALIZAT



Piața locală continuă să se dezvolte, însă, potrivit lui Florin Țâncu, Director General Weco Travel, mai are nevoie de hoteluri de business mid-scale și upper mid-scale, dar și de spații flexibile pentru evenimente și tehnologii moderne pentru conferințe. În ceea ce privește perspectivele pentru 2026, va fi un an al optimizării, iar provocările vor fi legate de costuri, resurse umane și adaptarea rapidă la schimbări globale.

Carmen Filote

Cum a evoluat piața locală în 2025? Cum arată estimările privind cererea pe segmentele turism extern versus local, precum și pe leisure versus business? 2025 confirmă maturizarea pieței locale de travel, într-un context mai predictibil decât anii anteriori. Vedem o creștere constantă a turismului extern, susținută de reluarea proiectelor internaționale și de nevoia companiilor de mobilitate rapidă. Turismul intern rămâne relevant, dar mai ales pentru evenimente punctuale și călătorii de tip short break. În ceea ce privește leisure versus business, leisure-ul își păstrează dinamica bună, însă business travel-ul a revenit ferm, cu un accent mai mare pe eficiență, control al costurilor și soluții integrate.

Cum a evoluat businessul Weco Travel în 2025, față de anul anterior? Pentru Weco Travel, a fost un an de consolidare și creștere sănătoasă față de 2024. Am reușit să ne extindem portofoliul de clienți corporate, să creștem gradul de retenție și să dezvoltăm servicii cu valoare adăugată. Segmentele cu performanță foarte bună au fost business travel, MICE și consultanța în travel management, unde clienții caută parteneri, nu simpli furnizori.

Pe segmentul de business travel și MICE, cum a arătat 2025 per ansamblu, dar și în businessul Weco Travel? Per ansamblu, 2025 a fost un an stabil pentru business travel și MICE, cu volume în creștere și cereri mai bine structurate. Evenimentele sunt mai puține ca număr, dar mai bine gândite, cu obiective clare și bugete atent gestionate. Pentru Weco Travel, acest segment a crescut prin proiecte complexe, regionale și internaționale. Perspectivele sunt pozitive, cu accent pe evenimente hibride, sustenabile și experiențiale.

Care sunt tendințele în turismul de business? Ce-și doresc companiile? Principalele tendințe sunt digitalizarea, personalizarea și sustenabilitatea. Companiile își doresc, în primul rând, transparență și control al costurilor; procese simple, digitalizate, precum și suport consultativ și reacție rapidă. Drept urmare, o agenție specializată trebuie să ofere expertiză, tehnologie și flexibilitate, nu doar rezervări.

Dacă vorbim de destinații, există schimbări semnificative față de anii trecuți? Destinațiile consacrate au rămas dominante, însă observăm interes crescut

pentru destinații alternative, mai puțin aglomerate, atât extern (Europa Centrală, Balcani, nordul Europei), cât și intern. În România, orașele secundare cu infrastructură bună pot deveni poli importanți pentru evenimente de business, dacă investițiile continuă.

Ce lipsește încă de pe piața locală, atât la nivelul ofertei de cazare și dotări pentru evenimente de business, cât și la nivel de facilități? Din punctul meu de vedere, piața locală mai are nevoie de hoteluri de business mid-scale și upper mid-scale, dar și de spații flexibile pentru evenimente și tehnologii moderne pentru conferințe. În ziua de azi, clienții cer experiență completă, nu doar cazare – de la conectivitate, la servicii personalizate, iar cuvântul de ordine este experiența.

Cum s-a dezvoltat relația agenții – hoteluri? Relația a evoluat pozitiv, dar există loc de îmbunătățire prin parteneriate reale, comunicare transparentă și flexibilitate comercială. O abordare win-win presupune planificare pe termen lung și înțelegerea nevoilor ambelor părți.

Care ar fi nevoile principale ale industriei turismului și ospitalității? Industria are nevoie de stabilitate legislativă, investiții în infrastructură și susținerea forței de muncă. Inițiativele de tip parteneriate public-private, educație și promovare coerentă sunt esențiale, iar organizații precum Skål pot juca un rol important în dialogul dintre mediul privat și autorități.

Care ar fi oportunitățile de dezvoltare ale mediului de business în turism? Cum se prefigurează 2026? Există oportunități clare în digitalizare, sustenabilitate și turism specializat. 2026 se anunță un an al optimizării, iar provocările vor fi legate de costuri, resurse umane și adaptarea rapidă la schimbări globale.

Cum arată planurile și strategia Weco Travel pentru 2026? Care sunt prioritățile? Pentru anul acesta, prioritățile Weco Travel sunt consolidarea poziției pe segmentul corporate, continuarea investițiilor în tehnologie și resursa umană și dezvoltarea serviciilor consultative. Ne propunem să fim un partener strategic de travel, nu doar o agenție. ■



Top
35
hoteluri
de business

de
Dras,

28 *Top 1-10*

38 *Top 11-35*

JW MARRIOTT BUCHAREST GRAND HOTEL

jurii

95
puncte

evaluare

93,50
puncte

evoluție
cifra afaceri

85
puncte

cifra
afaceri/
cameră

98
puncte

cifra
afaceri/
angajați

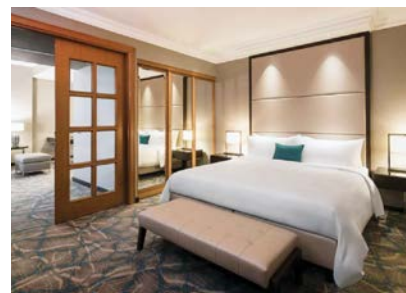
94
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

99
puncte

rating

92
puncte



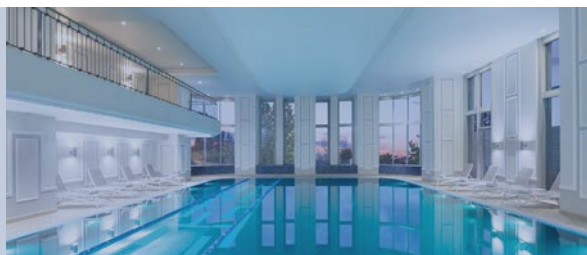
naugurat în toamna anului 2000 sub numele de Marriott Bucharest Grand Hotel, în urma unei investiții de 180 de milioane de euro, hotelul din imediata vecinătate a Palatului Parlamentului a devenit, patru ani mai târziu, JW Marriott Bucharest Grand Hotel, fiind primul din Europa sub acest brand. Amplasat în zona centrală a orașului, hotelul poate fi considerat un „oraș în oraș”, ținând cont de suprafața de peste 80.000 de metri pătrați, dar și de serviciile și facilitățile pe care le oferă, inclusiv o galerie comercială de 5.000 metri pătrați. Hotelul are 13 nivele și pe parcursul timpului a beneficiat de o serie de investiții suplimentare în renovare și modernizare. În anul 2010 au fost renovate sala de evenimente Grand Ballroom și cafeneaua Vienna Lounge, în urma unei investiții de 1,2 milioane de euro. Un an mai târziu, au fost renovate, de asemenea, sala de evenimente Constanța și sălile de conferințe cu 1,1 milioane de euro. În 2014 au fost modernizate zona de recepție și barul de la parter, Pavilion Lounge, cu alte 1,5 milioane de euro, iar în 2016 a venit rândul camerelor executive aflate la etajele șapte și opt. Proiectul de renovare a tuturor camerelor a continuat în 2017 și 2019, când a fost finalizat, investiția totală ridicându-se la 8 milioane de euro. În cadrul hotelului sunt disponibile 402 camere și apartamente, împărțite în mai multe categorii: 244 camere deluxe, 45 de camere grand superior, 32 de camere executive, 58 grand executive, opt camere funcționale pentru persoane cu dizabilități, 23 de apartamente, din care două apartamente prezidențiale. Tehnologiile folosite pentru echiparea camerelor urmează două principii: eco-friendly și user-friendly. Pentru prânz sau cină, oaspeții au posibilitatea de a alege din șase restaurante și

cafenele: restaurantul JW Steakhouse, situat la primul etaj, a fost inaugurat în 2011, restaurantul Cucina este specializat în bucătăria italiană, în timp ce Champions - The American Sports Bar & Restaurant vine cu un meniu specific tex-mex. Pavilion Lounge și Vienna Lounge sunt locurile unde se poate bea un cocktail sau o băutură pe bază de cafea, iar vara este deschisă și terasa The Garden. Pe partea de dotări business, hotelul pune la dispoziția clienților 12 săli de conferințe. Cele două săli mari de evenimente, Grand Ballroom și Constanța, pot primi 800, respectiv 420 de invitați, în timp ce sălile Cluj și Sibiu au o capacitate de zece persoane fiecare, Ploiești - 40 de persoane, Iași - 12, Oradea - 60, Craiova și Brașov - câte 70 de locuri, iar sălile Brăila și Galați - fiecare câte 80 de locuri. Complexul oferă oaspeților acces gratuit la centrul de fitness din cadrul clădirii, World Class Health Academy, precum și posibilitatea de a opta pentru un tratament spa, saună sau diverse tipuri de masaj.

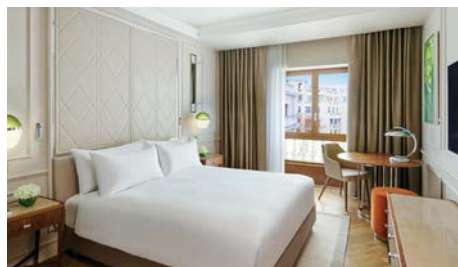
În 2024, hotelul a deschis un nou restaurant, OLEA, bazat pe conceptul Middleterranean Cuisine, în urma unei investiții de 1,4 milioane de euro. În același timp, hotelul a derulat o investiție de circa 4 milioane de euro în renovarea și modernizarea unei suprafețe de 4.600 metri pătrați, ce acoperă atât zonele pentru conferințe și evenimente, cât și spațiile adiacente de lobby, lounge și galeria comercială The Grand Avenue. Proiectul se finalizează în toamna lui 2025. În 2024, cifra de afaceri a depășit 190 milioane lei, în timp ce profitul net a ajuns la 26,6 milioane lei. ■

INFO

| | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Calea 13 Septembrie nr. 90, București |
| Spații de cazare | 402 |
| Săli de evenimente | 12 |
| Capacitate evenimente | 1.650 |
| Cifra de afaceri 2024 | 191,2 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 370 |

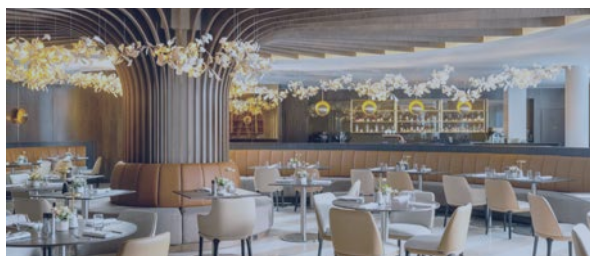


INTERCONTINENTAL ATHÉNÉE PALACE BUCHAREST



InterContinental Athénée Palace Bucharest, hotel aflat în portofoliul companiei autohtone Ana Hotels, a fost inaugurat sub brandul InterContinental în ianuarie 2023, în urma unui amplu proces de modernizare și rebranding ce a presupus o investiție de peste 40 milioane euro. Hotelul funcționează într-o clădire emblematică din București, care a fost construită în perioada 1912–1914, pe locul ocupat în secolul al XIX-lea de Hanul Gherasi, după planul arhitectului francez Théophile Bradeau. În 1937, hotelul a trecut printr-o schimbare majoră, arhitectul Duiliu Marcu alegând un aspect mai simplist, Art Déco. Clădirea a fost renovată după cel de-Al Doilea Război Mondial, iar în 1965 s-a construit o aripă nouă. În 1993, după ce a fost afectată în timpul Revoluției din 1989, a avut loc o nouă renovare, iar investiții majore au fost realizate în 2005 de către Ana Hotels. Înainte de a deveni InterContinental, hotelul a fost afiliat, din 1996 până în ianuarie 2023, lanțului Hilton. Proiectul de modernizare care a vizat trecerea la brandul InterContinental a fost demarat în 2020 și s-a desfășurat în două etape: prima fază a renovării s-a finalizat în vara anului 2021 și a vizat renovarea celor 132 de camere ale Aripii Noi, iar cea de-a doua fază a reabilitării a avut ca obiectiv fațada hotelului și cele 151 de camere din Aripa Istorică construită în 1914. Lucrările la spațiile publice au fost finalizate până la sfârșitul lui 2022 (recepția hotelului, Lobby, Café Athénée, Club Lounge, sălile de conferințe). De asemenea, proiectul a vizat minimizarea pierderilor termice, prin reproiectarea completă a sistemelor de alimentare cu apă, a celor de climatizare și a întregii tâmplării exterioare și interioare. Odată cu alinierea la standardele noului brand, s-au realizat investiții și în noi sisteme de

operare, training etc. Au fost introduse mai multe servicii noi, precum programul de fidelitate IHG One Rewards, Programul InterContinental Ambassador, InterContinental Club Room. În 2023 s-au finalizat și ultimele două faze ale procesului de modernizare și upgrade: sălile de conferințe de la etajul 1, restaurantul, terasa, English Bar, Café Athénée, precum și centrul spa. În prezent, hotelul are în total 283 de camere și apartamente, dintre care se remarcă apartamentele Royal Suite Regina Maria și Palace Suite Regele Ferdinand. Proiectat în stil Art Nouveau, spațiul de evenimente are o suprafață de aproape 1.900 metri pătrați, incluzând două mari săli de bal și săli modulare, care oferă numeroase opțiuni pentru organizarea de evenimente corporate și private. În septembrie 2024, Ana Hotels a inaugurat Café Athénée, într-un nou spațiu de la parterul hotelului, după o renovare complexă și o investiție de un milion euro. Lucrările de modernizare a spațiilor iconice din cadrul hotelului, emblematicul The English Bar și noul restaurant Spa-ul și Back Lobby-ul se finalizează în 2025. ■



| | |
|-----------------------|------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Episcopiei nr. 1-3, București |
| Spații de cazare | 272 |
| Săli de evenimente | 8 |
| Capacitate evenimente | 820 |
| Cifra de afaceri 2024 | 221,9 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 532* |

*Cifrele reprezintă datele oficiale raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Ana Hotels

jurii
97
puncte

evaluare
90,40
puncte

evoluție
cifră afaceri
84
puncte

cifră
afaceri/
cameră
93
puncte

cifră
afaceri/
angajați
89
puncte

capacitate
săli evenimente
87
puncte

rating
97
puncte

INFO

COURTYARD BY MARRIOTT BUCHAREST FLOREASCA

jurii

68
puncte

evaluare

86,80
puncte

evoluție
cifră afaceri

92
puncte

cifră
afaceri/
cameră

74
puncte

cifră
afaceri/
angajați

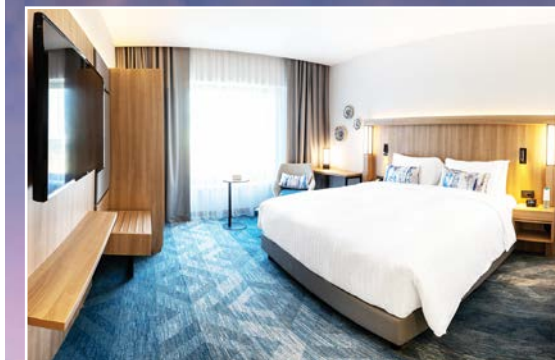
100
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

78
puncte

rating

92
puncte



Primul hotel Courtyard (brand aflat în portofoliul Marriott) din România a fost deschis în octombrie 2019 de către Apex Alliance Hotel Management în București. Situat într-o zonă de business a Capitalei – pe B-dul Dimitrie Pompeiu, nr. 2A, Courtyard Bucharest Floreasca a necesitat o investiție de aproape 22,5 milioane de euro. Courtyard Bucharest Floreasca, a cărui construcție a durat circa trei ani, are 4 stele și pune la dispoziția oaspeților 259 de camere, dispuse pe 13 etaje. Camerele sunt dotate cu birouri, sisteme de iluminat suplimentare și scaune ergonomice, ceea ce le transformă într-un spațiu de lucru ideal. Hotelul dispune, de asemenea, de un centru de conferințe de peste 500 de metri pătrați ce cuprinde șapte săli de conferințe, ce pot găzdui în total 538 de persoane. Cea mai mare dintre săli poate primi aproximativ 170 de oaspeți, iar centrul de Meetings & Events poate găzdui peste 440 de participanți în același timp. Restaurantul Solt Dining din cadrul hotelului face parte din categoria premium casual, oferind un meniu bazat pe ingrediente locale premium și inspirat de conceptul noii bucătării nordice. Cu o capacitate de 84 de persoane, restaurantul oferă servicii complete - mic-dejun, prânz și cină - într-o manieră flexibilă, adaptată nevoilor clientului modern, care călătorește mult, atât în interes de afaceri, cât și personal. Hotelul mai pune la dispoziția clienților o sală de fitness, un magazin deschis 24/7 - The Market -, precum și parcare subterană.

În 2024, Courtyard Bucharest Floreasca a înregistrat o creștere de aproape 14% a cifrei de afaceri față de anul anterior, până la 45,7 milioane lei, și un profit net de circa 11,7 milioane lei. Courtyard este cel mai extins brand din categoria Classic Select a portofoliului Marriott. Primul Courtyard a fost deschis în 1983 în Atlanta, Statele Unite ale Americii. ■

INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bulevardul Dimitrie Pompeiu nr. 2A, București |
| Spații de cazare | 259 |
| Săli de evenimente | 7 |
| Capacitate evenimente | 500 |
| Cifră de afaceri 2024 | 45,7 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 56 |



EPOQUE HOTEL BUCHAREST - RELAIS & CHATEAUX



Unul dintre primele boutique hoteluri de pe piața locală, Epoque Hotel Bucharest - Relais & Chateaux s-a deschis în 2010, după o investiție de circa 8 milioane de euro. Situat în apropiere de Parcul Cișmigiu din centrul Bucureștiului, într-o clădire construită în stil clasic francez în ceea ce privește exteriorul, cu interioare ce dezvăluie o interpretare contemporană a stilului neoromânesc, tipic primei jumătăți a secolului XX, hotelul a devenit rapid un reper pe piața hotelieră, mai ales pentru turiștii străini. Cele 45 de spații de cazare ale Hotelului Epoque sunt spațioase, amenajate în culori neutre, cu elemente de design alese atent, fiecare cameră punând la dispoziția oaspeților un birou bine iluminat, o zonă de living confortabilă și două televizoare cu ecran plat. Oaspeții beneficiază de aer condiționat, parcare gratuită și WiFi gratuit în toate zonele, precum și acces gratuit la un centru spa cu saună finlandeză, saună umedă, cadă cu hidromasaj, piscină interioară și centru de fitness.

În 2013, proprietarii au investit circa 800.000 de euro în deschiderea propriului centru de evenimente premium, iar anul următor au alocat 50.000 euro în rebrandingul restaurantului și deschiderea L'Atelier. Barul Epoque oferă o gamă completă de băuturi, inclusiv o selecție de vinuri, whisky, brandy și lichioruri, băuturi răcoritoare, o selecție de ceaiuri și cafea ș.a.m.d.

Din 2018, hotelul este afiliat la rețeaua internațională Relais & Châteaux în 2018. În perioada 2019 - 2020 zonele publice au fost complet renovate, investiția fiind estimată la peste 70.000 de euro.

În 2024, s-a derulat o nouă investiție, de 350.000 de euro, în modernizarea spațiilor dedicate evenimentelor corporate și private. S-a renovat Epoque Events Gallery și s-a creat un nou spațiu de private dining - Epoque Tasting Room, un separeu independent care include o bucătărie deschisă complet echipată, un wine corner și un chef's table cu o capacitate de până la 16 persoane. ■



| | |
|-----------------------|------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Intrarea Aurora nr. 17C, București |
| Spații de cazare | 45 |
| Săli de evenimente | 3 |
| Capacitate evenimente | 290 |
| Cifra de afaceri 2024 | 16,2 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 35 |

jurii

65
puncte

evaluare

88,25
puncte

evoluție
cifră afaceri

87
puncte

cifră
afaceri/
cameră

97
puncte

cifră
afaceri/
angajați

91
puncte

capacitate
săli evenimente

69
puncte

rating

96
puncte

INFO

RADISSON BLU BUCHAREST

jury

58
puncte



evaluare

90,25
puncte



evoluție

cifra afaceri

97
puncte

cifra afaceri/camera

89
puncte

cifra afaceri/angajați

95
puncte

capacitate săli evenimente

97
puncte

rating

80
puncte



Situat în centrul Bucureștiului, pe Calea Victoriei, Radisson Blu Hotel Bucharest este unul dintre hotelurile emblematice ale Capitalei și, totodată, hotelul flagship din Europa de Sud-Est în cadrul Grupului Radisson. Deschis în toamna anului 2008, hotelul, de 5 stele, a fost inaugurat în urma unei investiții de 70 de milioane de euro, prin reamenajarea fostului hotel București. Inițial a fost afiliat brandului Radisson SAS, pentru ca ulterior, în 2010, să fie rebranduit în Radisson Blu. În prezent, hotelul oferă cel mai mare inventar al camerelor cu diferite categorii și servicii, o zonă comercială, o varietate de restaurante și baruri, un centru spa de lux și un centru de fitness.

Spațiile de reuniuni și evenimente recent renovate în urma unei investiții directe de 1,6 milioane de euro îmbină forma cu funcționalitatea, în timp ce elementele-cheie ale designului se bazează pe accentele subtile și elegante de culoare, dar și pe spațiile infuzate de lumină naturală.

Radisson Blu Hotel Bucharest oferă spații de întâlnire și evenimente pentru orice ocazie, cu o suprafață totală de peste 1.800 mp și o capacitate cumulată de peste 1.500 de persoane, formată din 11 săli de conferințe precum și o sală de bal spațioasă. Atlas Ballroom permite două compartimentări și are o capacitate de până la 650 persoane. Spațiile pentru evenimente și conferințe includ și Foyer-ul sălii de bal Atlas o zonă pentru recepții, Foyer-ul Seminar și o terasă spațioasă. Oaspeții hotelului pot utiliza gratuit facilitățile clubului de sănătate și fitness World Class, dotat cu tehnologie de fitness la standarde internaționale, o piscină interioară de 22 de metri deschisă pe toată perioada anului și o cadă cu hidromasaj. THALco SPA este un refugiu de relaxare și armonie, oferind o selecție de

tratamente, iar NAMI Beach Club propune o experiență de vară completă. Oferta F&B este variată și cuprinde restaurantele Dacia Felix, cu micul dejun tip bufet sau comandă à la carte, Ginger Sushi Bar & Lounge, cu specific asiatic, Maison des Arts, cu un meniu echilibrat între preparate tradiționale și moderne, Prime Steak & Seafood și Aristocool, zona de bar din lobby. În 2021, a fost demarată o investiție majoră, de circa 24 milioane de euro, în prima etapă fiind transformate zona lobby, recepția și zona de bar, precum și grădina interioară cu piscină, care au fost redeschise în vara aceluiași an. A doua etapă a proiectului este reprezentată de extinderea complexului prin adăugarea a 200 de camere noi. În toamna lui 2024, Radisson Blu Hotel Bucharest a finalizat și investiția de 1,6 milioane de euro în modernizarea și renovarea celor 12 spații de reuniuni și evenimente. ■

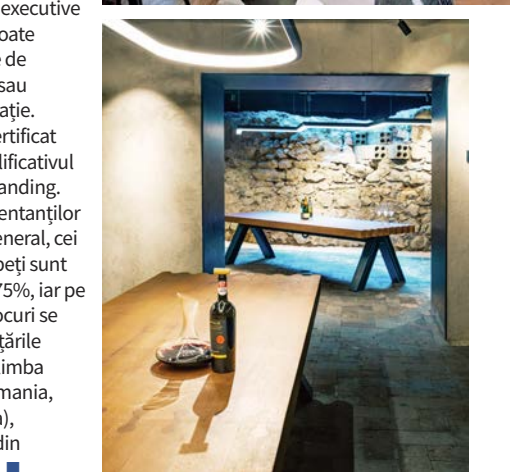
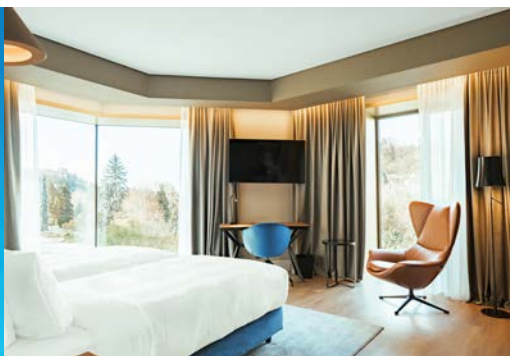
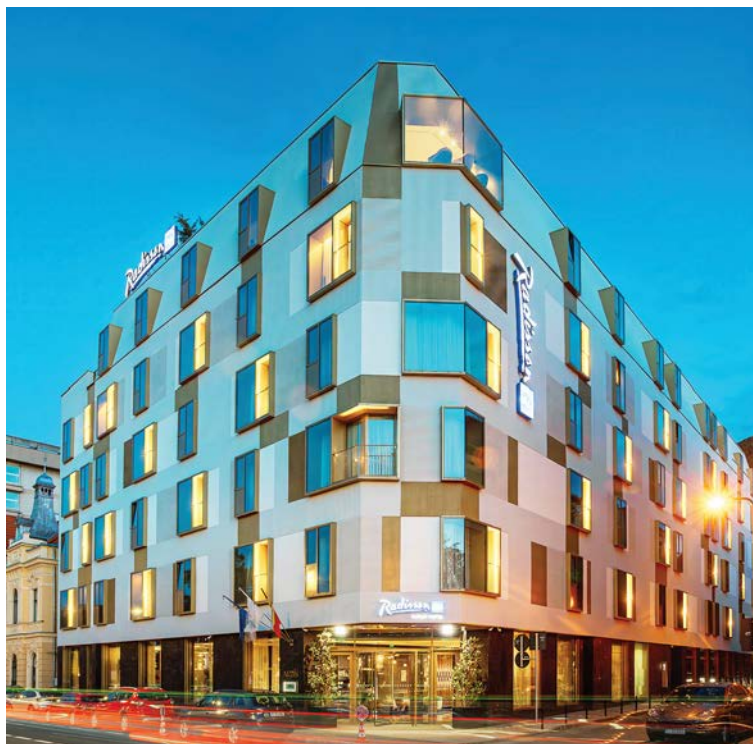
INFO

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Calea Victoriei nr. 63-81, București |
| Spații de cazare | 462 |
| Săli de evenimente | 12 |
| Capacitate evenimente | 1.570 |
| Cifra de afaceri 2024 | 172,4 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 274* |



*Cifrele reprezintă datele oficiale raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Nemo Investment Vehicle

RADISSON BLU AURUM BRAȘOV



Situat în centrul orașului Brașov și amplasat într-o clădire istorică reabilitată, Radisson Blu Aurum Brașov reprezintă o investiție de 16,3 milioane de euro a companiei locale RaRa Group. Este clasificat la 5 stele, iar designul său îmbină vechiul și noul într-o simbioză elegantă, păstrând câteva dintre trăsăturile clădirii originale, construită în 1930, dar și un fragment vechi de peste 400 de ani din zidul vechii cetăți a Brașovului, descoperit în timpul lucrărilor de execuție. Hotelul are 110 camere elegante, un restaurant cu specific eclectic asiatic, sală de degustare, executive lounge cu vedere panoramică, sală de evenimente, cu o capacitate de 170 de persoane și facilități de wellness.

Pe lângă cazare, printre experiențele pe care turiștii le pot accesa la Radisson Blu Aurum Brașov se regăsesc degustările de vin și whiskey, în salonul de degustări Ordo di Artis și în Etheris, vizitarea zidului cetății Brașovului, pus în valoare în salonul de degustare amenajat la subsol, precum și relaxarea în zona de wellness și masaj. Sky barul Etheris, inaugurat în vara lui 2023, oferă o priveliște panoramică superbă asupra orașului și are o capacitate maximă de 150 de persoane. Oaspeții, atât turiști, cât și localnici, se pot bucura de o varietate de cocktailuri artisanale, vinuri și beri, precum și de o selecție de preparate din bucătăria internațională. Sky barul dispune și de o piscină panoramică și de o zonă de relaxare elegantă și confortabilă.

Pentru mediul de afaceri, hotelul oferă sala de conferințe și executive lounge, care poate găzdui ședințe de management sau întâlniri de creație. Hotelul este certificat BREEAM cu calificativul maxim - Outstanding. Potrivit reprezentanților hotelului, în general, cei mai mulți oaspeți sunt români, circa 75%, iar pe următoarele locuri se află turiști din țările vorbitoare de limba germană (Germania, Austria, Elveția), precum și cei din zona Benelux. ■

jurii

54
puncte

evaluare

86,55
puncte

evoluție
cifră afaceri

98
puncte

cifră
afaceri/
cameră

85
puncte

cifră
afaceri/
angajați

87
puncte

capacitate
săli evenimente

67
puncte

rating

94
puncte



Clasificare

★★★★★

Adresă

Bulevardul Eroilor nr. 23,
Brașov

Spații de cazare

110

Săli de evenimente

1

Capacitate evenimente

200

Cifră de afaceri 2024

25 milioane lei

Nr. angajați 2024

60

INFO



jurii

50
puncte

evaluare

89,45
puncte

evoluție
cifra afaceri

90
puncte

cifra
afaceri/
camera

88
puncte

cifra
afaceri/
angajați

93
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

92
puncte

rating

86
puncte



Caro Hotel este o afacere de familie, un acoperiș sub care se ascund mai multe funcționalități, una dintre ele fiind unitatea de cazare cu cele 190 de camere de oaspeți, dintre care 85 renovate în 2018. Clasificat la 4 stele, Caro Hotel oferă 190 camere business, din care 104 camere business standard și 86 de camere premium smart business. Hotelul Caro este înconjurat de o vegetație luxuriantă, ceea ce îi oferă un caracter special. Are o arhitectură în stil german și unități de cazare confortabile și spațioase. Toate camerele au balcon și includ birou, TV prin cablu, aer condiționat, baie privată cu uscător de păr. Camerele Premium sunt dotate cu tehnologii precum smart light control, mirror TV sau motion sensor. Complexul cuprinde două restaurante, mai multe baruri și o terasă. Un alt element este centrul de sănătate, care include piscina, saună și sală de fitness la care clienții Caro Hotel au acces prin interior. La toate se adaugă partea de birouri și de rezidențial. Businessul este întins pe cinci hectare și se află la intersecția străzii Barbu Văcărescu cu Șoseaua Fabrica de Glucoză, tangențial zonelor de birouri, având pe cea de-a treia latură Lacul Tei. Oaspeții hotelului Caro se pot relaxa și pe spațiul verde, în hamacurile oferite de proprietate. De asemenea, aceștia pot închiria coșuri de picnic și pot petrece momente plăcute în aer liber sau pot închiria binocluri pentru observarea păsărilor de pe Lacul Tei. Zona de F&B cuprinde restaurantul La Vitrine, care servește preparate mediteraneene, având priveliștea și terasa către grădină, și restaurantul Clasic, ce își poate delecta oaspeții cu preparate tradiționale. Aceștia li se adaugă două terase deschise în sezonul cald, care deservesc toate tipurile de evenimente corporative, business și sociale. Seara, oaspeții sunt așteptați să descopere vinul preferat în wine barul 1.000 de Chipuri. Printre alte facilități se numără o zonă de conferințe de peste 1.000 mp, cu o sală ballroom de 700 de locuri și nouă săli de conferințe de dimensiuni diferite, centrul de afaceri fiind complet

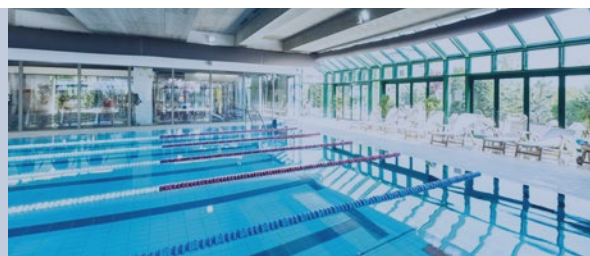


echipat, cu acces la internet de mare viteză, asistență audio și video, lumină naturală și acces la grădină pentru activități în aer liber, teambuilding și evenimente.

La clubul de sănătate al hotelului Caro oaspeții se pot relaxa la sauna umedă și uscată și au la dispoziție facilități de plajă în aer liber. O piscină WorldClass, un centru de fitness și diferite activități sportive sunt disponibile gratuit pentru toate camerele. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★ ★ ★ ★ |
| Adresă | Str. Barbu Văcărescu nr. 164A, București |
| Spații de cazare | 190 |
| Săli de evenimente | 7 |
| Capacitate evenimente | 1.150 |
| Cifra de afaceri 2024 | 45,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 91 |



CROWNE PLAZA BUCHAREST



8



jurii

52
puncte

evaluare

86,45
puncte

evoluție
cifra afaceri

84
puncte

cifra
afaceri/
camara

91
puncte

cifra
afaceri/
angajati

85
puncte

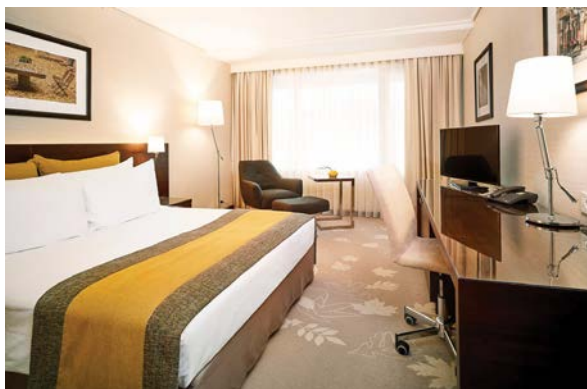
capacitate
sali evenimente

96
puncte

rating

78
puncte

Clasificat la 4 stele, Crowne Plaza Bucharest a fost dezvoltat pe fundamentul fostului Hotel Flora, cumpărat de Ana Hotels în 1996 și afiliat internațional brandului Crowne Plaza încă din 1998. De-a lungul anilor, în acesta au fost investite zeci de milioane de euro, iar cele mai importante proiecte au vizat renovarea completă a camerelor (2015), extinderea Crown Ballroom, cea mai mare sala de evenimente din hotel (2017), și renovarea centrului Ana Wellness & Spa (2018). Hotelul oferă 165 de camere și suite, toate fiind izolate fonic și dotate cu aer condiționat și TV LED full HD. Pentru prânz sau cină, oaspeții pot lua masa la Brasserie sau la Pine Restaurant & Terrace, amenajată în grădina de 4.000 metri pătrați a hotelului, iar pentru întâlniri informale sau de business, locul potrivit este Crowne Café. Centrul de conferințe al hotelului este alcătuit din 12 săli moderne, cu dotări tehnice de ultimă generație, care pot găzdui o paletă diversificată de evenimente, de la evenimente corporative, congrese, conferințe până la evenimente de gală sau private. Sala de bal somptuoasă, pentru evenimente corporative sau personale, poate găzdui până la 800 de invitați. Săliile beneficiază de lumină naturală, sunt prevăzute cu foaiere generoase și majoritatea au acces la terase și la grădina cu pini. Grădina, cu o suprafață de circa 7.000 mp, se poate împărți în cinci zone distincte, care pot găzdui simultan evenimente mai mici: Grădina Magnolia, Grădina Cireșilor, Grădina Pinilor, Grădina Castanilor și Grădina Brazilor. Pine Garden Cafe, terasa inaugurată în 2020, pune la dispoziție trei terase (din care două acoperite) pentru organizarea de conferințe de presă, întâlniri de afaceri etc. Centrul Ana Wellness&Spa, modernizat în 2018, în urma unui proiect realizat într-un interval de șase luni ce a implicat un buget de peste două milioane de euro, se întinde pe trei nivele



(parter, mezanin și etaj) și are aproape 1.000 de metri pătrați finisați cu piatră naturală, ceramică, piele, cupru, lemn și sticlă. Are, de asemenea, o piscină interioară, un dojo – studio unde se practică yoga/pilates/dansuri -, un jacuzzi exterior, sală de fitness, săli de tratamente, zonă de saune, hammam și masaje umede, paturi de apă, precum și o capsulă de terapie prin imersiune completă în apă sărată. Printre alte facilități se numără servicii de concierge, parcare și o recepție cu program nonstop. Hotelul dispune și de o parcare privată cu două stații de încărcare pentru mașinile electrice. În 2023, proprietarii au anunțat realizarea unui prim pas în direcția asigurării unei surse de energie verde, în urma finalizării proiectului de instalare a unui set de panouri fotovoltaice care generează 300 kWh instalați. ■



| | |
|-----------------------|----------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bd. Poligrafiei nr. 1, București |
| Spații de cazare | 165 |
| Săli de evenimente | 12 |
| Capacitate evenimente | 1.500 |
| Cifra de afaceri 2024 | 221,9 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 532* |

INFO

*Cifrele reprezintă datele oficiale raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Ana Hotels

KRONWELL HOTEL BRAȘOV

jurii

46
puncte

evaluare

89,50
puncte

evoluție
cifră afaceri

72
puncte

cifră
afaceri/
cameră

99
puncte

cifră
afaceri/
angajați

73
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

98
puncte

rating

99
puncte



Deschis la începutul anului 2013 în urma unei investiții de aproximativ 14 milioane de euro, Kronwell Hotel și-a păstrat de-a lungul timpului conceptul ce îmbină oferta corporate cu cea de leisure. Apărut din dorința de a oferi un suflu nou pieței locale, hotelul a beneficiat de mai multe etape de dezvoltare, ce au adus un plus în pachetul de servicii: de la extinderea centrului de conferințe și echipamentele high-tech cu care este dotat, terasa Couchette Marina, până la extinderea Belaqva Spa & Wellness, cu o suprafață de 2.000 de metri pătrați, prin inaugurarea piscinei și zonei de masaj Beauty Elements.

Cele 81 de camere ale hotelului îmbină designul, tehnologia și confortul într-un spațiu generos, având izolare fonică, aer condiționat, smart TV interactiv (Pay TV), internet de mare viteză, media hub, seif, minibar, cosmetice și accesorii premium, servicii de curățătorie și călătorie.

Pe partea de Food & Beverages, oaspeții au la dispoziție Restaurant Adagio și Restaurant Couchette Traveller's Bistro (care îmbină ambientul creionat de către arhitectul care a semnat conceptul Kronwell Brașov Hotel cu obiecte specifice celebrului Orient Express), Cabinet C-BAR, situat la primul etaj, precum și patiseria franțuzească Madame Prallini - Couture Patisserie Boutique. Hotelul pune la dispoziție și un spațiu dedicat copiilor, Happy Shark, unde se pot organiza și aniversări, ateliere creative și alte activități cu suport educațional.

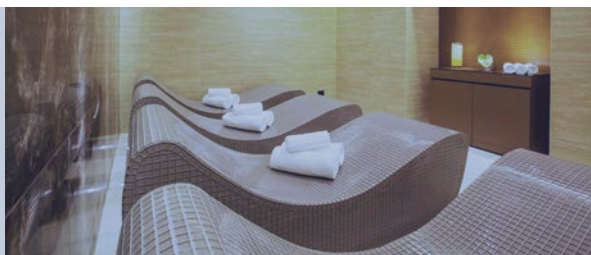
Elementul forte destinat să atragă clienții segmentului MICE este reprezentat de centrul de conferințe amplasat pe două nivele, dotat cu echipamente avansate și opțiuni variate de personalizare a sistemelor de sunet, proiecție și iluminat. Acesta se întinde pe o suprafață de peste 1.500 de metri pătrați, este modular și poate fi folosit pentru congrese, conferințe, sesiuni de training sau ca spațiu expozițional. Sala principală are o suprafață de 800 de metri pătrați și o capacitate de 550 de persoane. Centrul permite configurații special adaptate pentru a răspunde tuturor cerințelor

și poate găzdui în total până la 1.600 de oaspeți. Pentru clienții locali de business, hotelul pune la dispoziție lounge-ul de la parterul hotelului, aflat în prelungirea lobbyului, perfect pentru întâlniri de afaceri sau business lunch-uri. Potrivit datelor raportate la Ministerul de Finanțe, în 2024, hotelul a înregistrat o cifră de afaceri de aproximativ 39,8 milioane lei și un profit de 1,4 milioane lei. ■

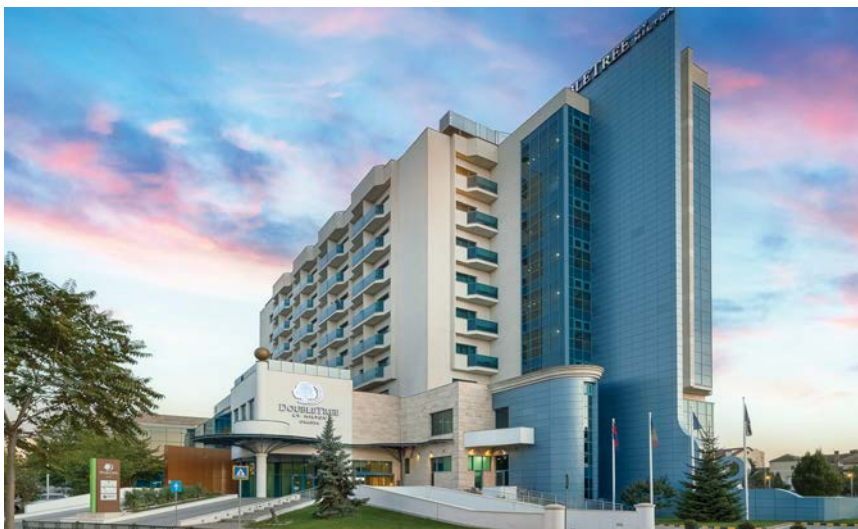


INFO

| | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bulevardul Gării nr. 7A, Brașov |
| Spații de cazare | 81 |
| Săli de evenimente | 10 |
| Capacitate evenimente | 1.600 |
| Cifră de afaceri 2024 | 39,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 162 |



DOUBLETREE BY HILTON ORADEA



jurii

44
puncte

evaluare

86,45
puncte

evoluție
cifra afaceri

100
puncte

cifra
afaceri/
camara

92
puncte

cifra
afaceri/
angajati

92
puncte

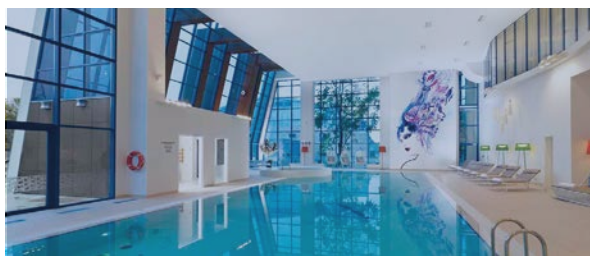
capacitate
sali evenimente

75
puncte

rating

77
puncte

Clădirea actualului hotel DoubleTree by Hilton Oradea a fost finalizată în anul 2012, în urma unei investiții de 21 de milioane de euro, proiectul aparținând în totalitate companiei SIF Banat Crișana, prin reprezentantul său local, SIF Hoteluri. În 2022, hotelul a fost achiziționat de compania orădeană Elias Power, parte a Sapient Group, deținut de omul de afaceri Alexandru Pop. În mai 2023, hotelul a intrat într-un proces de tranziție de la un contract de management la unul de franciză, care s-a desfășurat pe parcursul a nouă luni, fiind finalizat la finalul lunii ianuarie 2024. Hotelul este situat pe malul Crișului Repede, în zona verde a orașului, lângă un parc de mari dimensiuni și la cinci minute de mers cu mașina de centru. Suprafața construită a acestuia este de 12.660 de metri pătrați, desfășurată pe mai multe niveluri, având și mai multe spații pentru parcare (supraterană și subterană). Hotelul are 147 de camere, un lobby modern și spațios, un restaurant mediteraneean, Laurus, și o cafenea, Café Cris Lounge & Bar, oferind o varietate largă de servicii, adaptate atât clienților de business, cât și celor de leisure. Designul modern al restaurantului permite organizarea unor dineuri mari, dar și a unor întâlniri private. Pentru întâlniri de afaceri, conferințe și evenimente, hotelul DoubleTree by Hilton Oradea dispune de cinci săli și un ballroom, ce pot acomoda de la 10 până la 250 de oaspeți, toate dotate cu tehnologie de ultimă generație și beneficiind de lumină naturală. De asemenea, printre facilități se numără și zona de wellness Tilia, care cuprinde camere de tratament private și paturi de relaxare în interior și în aer liber. În 2024, a înregistrat o cifră de afaceri de 37,6 milioane lei, în creștere cu peste 43% față de anul anterior, și un profit de aproape 10 milioane lei. ■



| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Aleea Ștrandului nr. 9, Oradea |
| Spații de cazare | 147 |
| Săli de evenimente | 6 |
| Capacitate evenimente | 500 |
| Cifra de afaceri 2024 | 37,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 74 |

INFO

QOSMO HOTEL

jurii

31
puncte

evaluare

91,35
puncte

evoluție

cifra afaceri

91
puncte

cifra afaceri/camera

95
puncte

cifra afaceri/angajați

88
puncte

capacitate săli evenimente

81
puncte

rating

99
puncte



Qosmo Hotel, o investiție de circa 16 milioane de euro a Ceetrus România, care a dezvoltat în Brașov proiectul Cartier Coresi, a fost inaugurat în 2021, ca o completare a funcționalităților deja dezvoltate de companie (retail, rezidențial și office). Clasificat la patru stele, hotelul, al cărui management este asigurat de partenerul local Kronwell, ocupă o suprafață de peste 12.000 mp și are nouă etaje cu 133 de camere (128 Design Standard și

Concept Superioare, 4 Signature Junior Suites și Qosmo Suite). Meniul restaurantului Monark, cu o capacitate de 170 de locuri și o terasă de 100 metri pătrați, reprezintă experiențe culinare de inspirație mediteraneeană și internațională. Oaspeții, localnicii sau turiștii, care doresc să se relaxeze cu un cocktail deosebit au la dispoziție și un Cocktail Bar Studio - Agho Cocktail Studio, cu o capacitate de 60 locuri, un concept a cărui poveste continuă să se dezvolte. De asemenea, este disponibil și un cazinou.

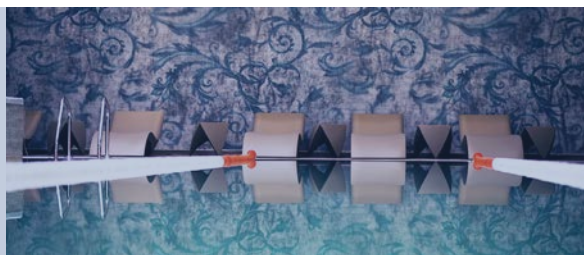
Pentru evenimentele de business și cele private, hotelul dispune de un spațiu de aproximativ 1.000 metri pătrați cu două săli modulare de conferințe având o capacitate maximă de 600 de locuri. Împreună cu Kronwell Brașov Hotel, oferta pentru segmentul MICE reprezintă o capacitate totală de peste 2.000 de locuri în 20 de săli modulare, personalizabile în funcție de cerințe și tipul

evenimentului, de la congrese naționale și internaționale, expoziții, conferințe până la traininguri și evenimente interne. Toate sălile sunt dotate cu tehnologie modernă, de ultimă generație, potrivită pentru orice tip de eveniment. Atât pentru turiștii de business, cât și pentru cei de leisure, Qosmo Hotel pune la dispoziție, contra cost, serviciul de transport Kronway Transfer, prin intermediul căruia oaspeții pot fi preluați sau pot ajunge la toate atracțiile turistice locale, de exemplu, la Sighișoara sau Castelul Bran, sau către și dinspre aeroporturile din București sau Sibiu. Potrivit datelor de la Ministerul Finanțelor, în 2024 Qosmo Hotel a înregistrat o creștere de aproape 14% a cifrei de afaceri față de anul anterior, ajungând la 35,3 milioane lei, și un profit de aproape 2 milioane lei. ■



INFO

| | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Zaharia Stancu nr. 4, Brașov |
| Spații de cazare | 133 |
| Săli de evenimente | 2 |
| Capacitate evenimente | 600 |
| Cifra de afaceri 2024 | 35,3 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 84 |



THE MARMOROSCH BUCHAREST, AUTOGRAPH COLLECTION



evaluare

86,15
puncte

evoluție
cifra afaceri

86
puncte

cifra
afaceri/
camara

91
puncte

cifra
afaceri/
angajati

96
puncte

capacitate
sali eveni-
mente

68
puncte

rating

91
puncte

The Marmorosch Bucharest, Autograph Collection, o investiție de 42 de milioane euro a grupului lituanian Apex Alliance Hotel Management, a fost inaugurat în vara lui 2021. Hotelul, fostul Palat al Băncii Marmorosch din Centrul Vechi al Capitalei, cu o istorie de peste o sută de ani, care a trecut printr-un amplu proiect de consolidare și restaurare ce a durat circa trei ani, este primul din România afiliat brandului Autograph Collection by Marriott.

Lucrările pentru consolidarea și restaurarea palatului, decorat în stil neoromânesc, au durat trei ani și au fost conduse de către biroul de arhitectură Cumulus. Clădirea are statutul de monument istoric, iar lucrările de restaurare au fost realizate cu ajutorul meșterilor locali, care au readus la viață designul interbelic din La Belle Époque.

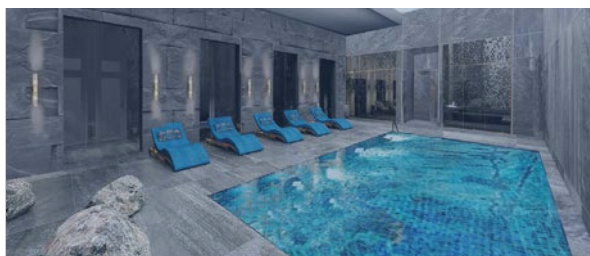
Patrimoniul arhitectural Art Déco și Art Nouveau include lucrări arhitecturale și de artă, picturi murale restaurate, mobilier specific pentru activitatea băncii și multe alte referințe bancare care se regăsesc la orice pas în Marmorosch Bucharest, Autograph Collection. Astfel, s-au păstrat seiful fostei bănci, care a fost transformat în barul Vault, scara monumentală de marmură, precum și picturile murale ale Ceciliei Cuțescu-Stork, care au fost restaurate.

Marmorosch Bucharest, Autograph Collection are un total de 217 camere clasificate în funcție de standardele Silver și Gold, la care se adaugă apartamentele Heritage și Platinum, și spectaculosul apartament Marmorosch Palace. Pentru relaxare, oaspeții pot experimenta tratamentele Balance SPA, în timp ce pentru

cocktail-uri barul Vault este situat chiar în seiful autentic al băncii. Pentru bucătăria rafinată, restaurantul Blank și Blank Bar & Lounge au fost inspirate de persoana lui Mauriciu Blank, unul dintre fondatorii Marmorosch Blank Bank.

Mobilierul sau arhitectura rafinată au fost păstrate și restaurate din vechea clădire istorică, pentru a introduce oaspeții în atmosfera Belle Époque, iar aceste elemente se observă inclusiv în cele patru săli de evenimente. Sala de bal Vienna este iluminată generos de un plafon de sticlă maiestuos, în stil Art Déco, iar spațiul de circa 150 metri pătrați ce poate primi aproximativ 80 de invitați este perfect pentru evenimente corporative, evenimente personale exclusive sau pentru petreceri private. Din holul mare, scările impunătoare de marmură conduc către sala de conferințe New York, cu o suprafață de 134 metri pătrați, ferestre cu arcade și o capacitate de 70 de persoane. Pentru ședințe, întruniri restrânse de business sau traininguri, hotelul pune la dispoziție două săli de consiliu, Paris și Istanbul, ce pot găzdui între opt și 12 persoane. În 2023, hotelul a deschis și terasa The Reserve, un concept venit în completarea experienței F&B, reprezentând cadrul perfect pentru relaxare, networking sau întâlniri de afaceri.

Grupul lituanian Apex Alliance Hotel Management operează șase hoteluri în București, cu o capacitate totală de peste 1.000 de camere – Hilton Garden Inn Bucharest Old Town, Hilton Garden Inn Bucharest Airport, Courtyard Bucharest Floreasca, Moxy Bucharest Old Town, The Marmorosch Bucharest și Europa Royale. Până în 2023, a investit circa 120 de milioane euro în România. ■



| | |
|-----------------------|-------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Doamnei nr. 2, București |
| Spații de cazare | 217 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 230 |
| Cifra de afaceri 2024 | 81,1 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 122 |

INFO

PULLMAN BUCHAREST WORLD TRADE CENTER

evaluare
85,90
puncte

evoluție
cifră afaceri
94
puncte

cifră
afaceri/
cameră
86
puncte

cifră
afaceri/
angajați
83
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
96
puncte

rating
73
puncte



Situat lângă Piața Presei Libere, în apropierea centrului de expoziții Romexpo, Pullman Bucharest World Trade Center se află la doar cinci minute de mers cu mașina de centrul Bucureștiului, respectiv circa 15 minute de Aeroportul Internațional Henri Coandă. Hotelul, aflat în portofoliul grupului francez Accor, oferă 205 camere superioare și apartamente cu priveliști frumoase asupra Parcului Regele Mihai I al României, a Lacului Herăstrău și asupra orașului, fiind dotate cu aer condiționat, seif pentru laptop, minibar, facilități de ceai/cafea și TV LCD, iar toate băile sunt dotate cu căzi și duș. În ceea ce privește oferta de mic-dejun, prânz și cină, oaspeții pot alege între restaurantele Barbizon Steak House, un steakhouse cu preparate din carne și fructe de mare și o gamă de circa 50 de vinuri diferite, și La Galette | Sweet and Meet, care are și o terasă în aer liber. Restaurantul La Galette | Sweet and Meet se redeschide la începutul lui 2025, marcând demararea unui amplu proiect de renovare care include și modernizarea spațiilor destinate

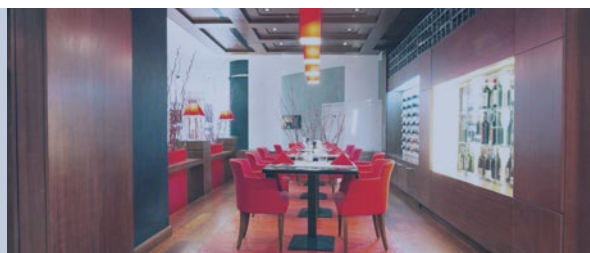
evenimentelor și întâlnirilor. Restaurantul, al cărui design a fost realizat în colaborare cu studioul Cumulus, are la bază principiile patiseriei franceze fine, și se adresează deopotrivă segmentelor corporate și lifestyle. Totodată, hotelul pune la dispoziție barul L'Arpege, precum și Paris Bucharest Brasserie, unde se servește bufetul de mic-dejun.

Zona de wellness pune la dispoziția clienților saună și hammam, precum și o sală de fitness echipată modern. În ceea ce privește centrul de evenimente, hotelul dispune de 12 săli modulare pentru conferințe și evenimente business și private, cea mai mare putând primi până la 500 de persoane. Toate sălile sunt echipate cu tehnologie de ultimă generație și se oferă asistență dedicată 24/7.

Pe parcursul anului 2025, hotelul continuă programul de renovare, ce a debutat cu transformarea restaurantului La Galette, cu modernizarea spațiilor destinate evenimentelor și întâlnirilor, începând cu Sala Darclée. ■

INFO

| | |
|-----------------------|----------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Piața Montreal nr. 10, București |
| Spații de cazare | 205 |
| Săli de evenimente | 12 |
| Capacitate evenimente | 1.500 |
| Cifră de afaceri 2024 | 50 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 152 |

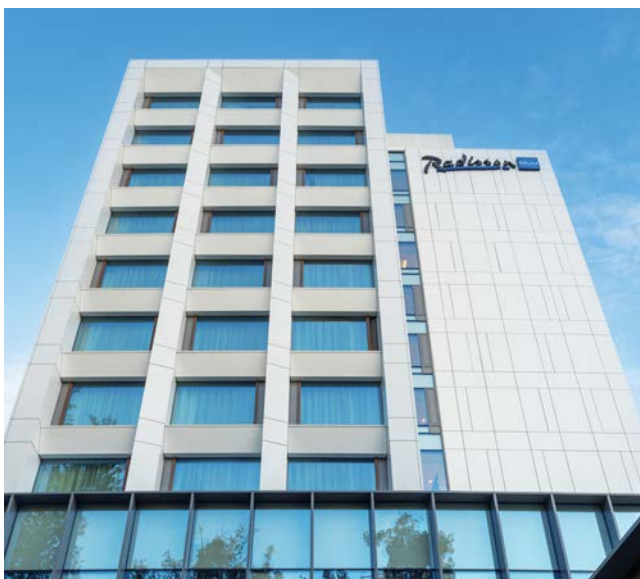


RADISSON BLU HOTEL CLUJ-NAPOCA

Hotelul Radisson Blu Cluj este rezultatul unui proces de renovare extins, care a durat doi ani și a vizat transformarea fostului hotel Hotel Sport într-o proprietate modernă, de lux. Investiția a fost realizată de compania locală Winners Park Invest și s-a concretizat în primul hotel de cinci stele sub acest brand din regiunea Transilvaniei.

Radisson Blu Hotel Cluj-Napoca are 149 de camere și apartamente, cărora li se adaugă două restaurante, sală de fitness, săli de evenimente și o sală de recepție de 350 mp care poate găzdui circa 350 de invitați. Hotelul dispune de un lobby bar care oferă o gamă variată de cocktailuri, cafea de specialitate, diverse gustări și se pretează pentru un business lunch rapid. Cele două restaurante sunt: The Park, care dispune și de terasă, are specific internațional și este deschis pentru micul dejun, prânz și cină, și Hikari, cu o vedere impresionantă către Parcul Central datorită ferestrelor înalte, are specific japonez, oferind un meniu bazat pe sushi, fructe de mare, precum și băuturi spirtoase japoneze și vin. Pentru întâlniri și evenimente, hotelul dispune de cinci săli dotate cu tehnologie de ultimă generație, cu o capacitate de la opt până la 25 de persoane. Tot pentru evenimente, dar de mari dimensiuni, hotelul a încheiat un parteneriat cu BTArena (cunoscută și sub numele de Sala Polivalentă) situată în apropiere, pentru a oferi spațiu extern pentru întâlniri și evenimente pentru până la 10.000 de persoane.

În 2024, Winners Park Invest, compania care a dezvoltat hotelul, a demarat construcția unei noi aripi, care include 20 de camere și apartamente, un spa, trei săli de conferințe și evenimente, un rooftop bar, precum și extinderea restaurantului japonez Hikari și un nou restaurant. În urma acestei investiții, estimată la 12,8 milioane euro și cu termen de finalizare la sfârșitul lui 2025, hotelul a ajunge la 169 de spații de cazare. ■



| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Aleea Stadionului nr. 1, Cluj-Napoca |
| Spații de cazare | 149 |
| Săli de evenimente | 6 |
| Capacitate evenimente | 460 |
| Cifră de afaceri 2024 | 38,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 126 |

evaluare
84,90
puncte

evoluție
cifră afaceri
68
puncte

cifră
afaceri/
cameră
94
puncte

cifră
afaceri/
angajați
86
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
73
puncte

rating
100
puncte

INFO

HILTON GARDEN INN BUCHAREST OLD TOWN

evaluare
84,80
puncte

evoluție
cifră afaceri

81
puncte

cifră
afaceri/
cameră

87
puncte

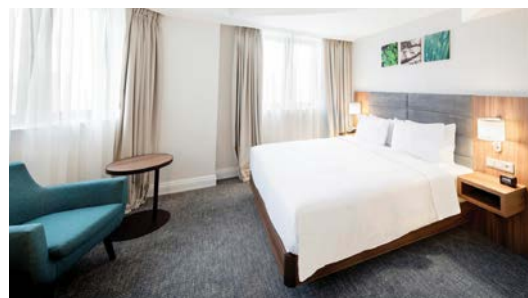
cifră
afaceri/
angajați

98
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

70
puncte

rating
90
puncte



Primul hotel Hilton Garden Inn de pe piața locală și-a deschis porțile la finalul lui 2017, după doi ani de renovări și o investiție de 22 de milioane de euro. Hotelul, administrat de compania Appex Alliance, este găzduit într-o clădire veche, care datează din 1886, cu o arhitectură remarcabilă, ce s-a păstrat intactă. Situat în inima Bucureștiului, în apropierea Centrului Vechi și a altor obiective turistice, Hilton Garden Inn Bucharest Old Town dispune de 201 camere, fiecare dintre ele fiind mobilate modern și dotate cu câte un birou, oferind un spațiu excelent de lucru pentru oaspeții care au venit în interes de serviciu. Pe partea de evenimente, hotelul dispune de 300 metri pătrați de spațiu adaptabil, ce poate găzdui evenimente și recepții corporate și private, cu o capacitate totală de 300 de persoane. Cele cinci săli de conferințe, numite după parcuri cunoscute din București - Herăstrău, Floreasca Nord și Sud și Cișmigiu Nord și Sud -, sunt dotate cu aparatură de ultimă generație, sisteme audio, Wi Fi, ecrane de proiecție. Sala de conferințe Cișmigiu are un tavan panoramic de sticlă, care permite pătrunderea luminii naturale. Oaspeții care ajung la Hilton Garden Inn Bucharest Old Town pot lua masa la restaurantul hotelului, Beef Room, care are un specific internațional și al cărui meniu se schimbă o dată la trei luni. Terasa

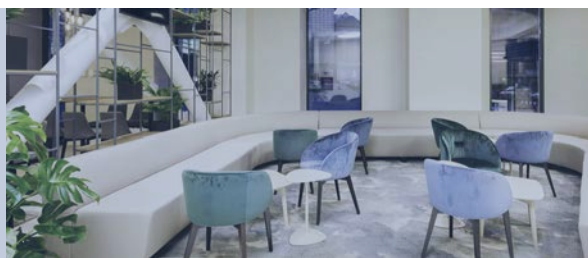


hotelului oferă o priveliște inedită și spectaculoasă asupra Centrului Vechi. În plus, magazinul hotelului este deschis nonstop și oferă o selecție completă de gustări sărate, dulciuri și băuturi răcoritoare. Printre facilitățile oferite se mai numără faptul că oaspeții au acces la spălătoria din incinta hotelului, iar cei care obișnuiesc să se mențină în formă pot merge la Centrul Fitness. Hilton Garden Inn Bucharest Old Town este destinația potrivită pentru turiștii care vor să exploreze Capitala, dar și pentru cei care călătoresc în interes de serviciu.

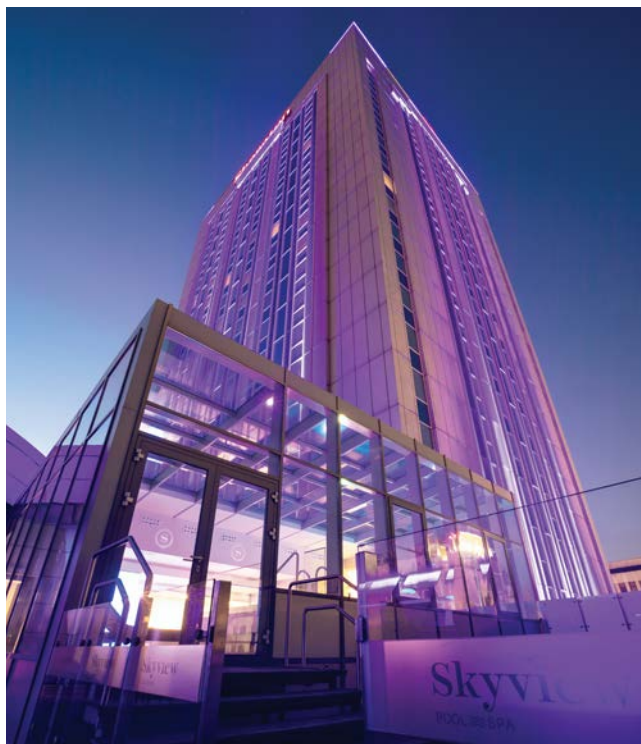
În 2024, hotelul a înregistrat o cifră de afaceri în creștere față de anul anterior, depășind 47 milioane lei, precum și o creștere a profitului net, până la 10,6 milioane lei. ■

INFO

| | |
|-----------------------|----------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Strada Doamnei nr. 12, București |
| Spații de cazare | 201 |
| Săli de evenimente | 3 |
| Capacitate evenimente | 300 |
| Cifră de afaceri 2024 | 47,1 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 68 |



SHERATON BUCHAREST HOTEL



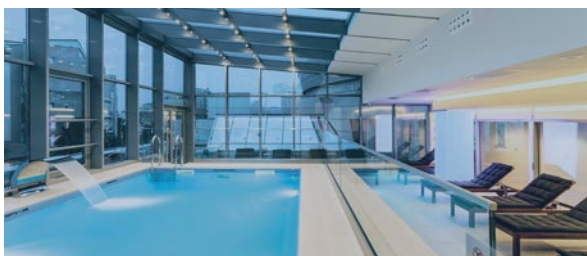
ofertă și facilități, cât și la nivel de servicii, ținând cont de cerințele actuale din piață. Astfel, în ultima perioadă, a renovat cea mai mare sală de evenimente, Platinum, a modernizat sauna uscată din cadrul spaului, și, nu în ultimul rând, hotelul s-a certificat Green Key, aliniindu-se tendinței de turism sustenabil. În 2024, Sheraton Bucharest Hotel a înregistrat o cifră de afaceri de aproape 59,4 milioane lei, în creștere cu peste 12% față de anul anterior, precum și o creștere substanțială a profitului net, până la 6,8 milioane lei. ■



Clasificat la 5 stele, primul hotel Sheraton (brand dezvoltat de compania Starwood Hotels & Resorts Worldwide, subsidiară Marriott International din 2015) din România s-a deschis în vara anului 2015, în locul fostului hotel Howard Johnson, după o investiție de șapte milioane de euro și lucrări care s-au întins pe parcursul unui an.

Confortul și echiparea completă a celor 270 de camere ale Sheraton Bucharest Hotel poartă semnătura agenției de design Areen Hospitality din Londra. În structura camerelor se regăsesc 17 club suite, 10 executive suite și un apartament prezidențial ce dispune de facilități suplimentare. Cu o suprafață totală de 1.200 mp, centrul de conferințe Sheraton București poate primi, simultan, până la 1.400 de participanți la diferite tipuri de evenimente și dispune de zece săli modulare și multifuncționale. Astfel, în cadrul celor două săli modulare Ballroom se pot găzdui până la 400 de persoane, iar în cele șapte săli de dimensiuni medii, din care două modulare, ce pot fi adaptate pentru orice tip de eveniment, pot fi găzduite până la 90 de persoane. De asemenea, există și o sală Boardroom ce poate găzdui zece participanți cu toate facilitățile necesare. Toate sălile de evenimente dispun de o zonă de lobby unde pot fi organizate pauze de cafea și cocktailuri fiecare fiind echipată cu afișaj digital, iluminat hi-tech, ecrane cu proiecție cu telecomandă și telefon.

Zona de restaurant include două restaurante-concept: Avalon, cu preparate culinare contemporane, și Benihana - Japanese Steakhouse & Sushi Bar, de asemenea, hotelul pune la dispoziție Centro Bar, un lounge bar confortabil, și Centro Cakes. Alte facilități includ piscina și centrul SPA Skyview, precum și o sală de fitness. Pachetele specifice Sheraton Hotels & Resorts se regăsesc și în serviciile hotelului din București. Din 2019, acesta a implementat și sistemul Mobile Key de acces în camerele de hotel, care face parte dintr-o aplicație mai complexă, Mobile App, lansată de Marriott International încă din anul 2014. Aplicația permite clienților nu numai să finalizeze formalitățile de cazare înainte de sosirea în hotel, dar și să-și aleagă în avans serviciile și facilitățile de care doresc să dispună, cum ar fi rezervările la restaurante. Sheraton București aduce constant îmbunătățiri atât la nivel de



evaluare
84,70
puncte

evoluție
cifră afaceri
89
puncte

cifră
afaceri/
cameră
84
puncte

cifră
afaceri/
angajați
82
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
94
puncte

rating
76
puncte

| | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Calea Dorobanților nr. 5-7, București |
| Spații de cazare | 270 |
| Săli de evenimente | 11 |
| Capacitate evenimente | 1.400 |
| Cifră de afaceri 2024 | 59,4 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 196 |

INFO

GRAND HOTEL BUCHAREST

evaluare
84,55
puncte

evoluție
cifră afaceri
99
puncte

cifră
afaceri/
cameră
70
puncte

cifră
afaceri/
angajați
87
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
96
puncte

rating
74
puncte



Grand Hotel Bucharest, fost InterContinental Bucharest până pe 1 ianuarie 2022, este primul hotel de 5 stele construit în România. Amplasat în Piața Universității, chiar lângă Teatrul Național și la câțiva pași de Centrul Vechi, clădirea oferă o vedere spectaculoasă asupra centrului Bucureștiului. Lucrările au început în anul 1967, având la bază planurile realizate de arhitecții Dinu Hariton, Gheorghe Nădrag, Ion Moscu și Romeo Balea. Se spune că ideea construcției vine de la începutul anilor 1960, când filantropul Cyrus Eaton Jr., șeful Cyrus Eaton Group, a ajuns în București și n-a avut unde să se cazeze. După ce Eaton, care a încheiat mai multe acorduri în țările socialiste, a reușit să convingă autoritățile, s-a concretizat cel de-al doilea hotel construit de lanțul hotelier InterContinental într-o țară comunistă, după Esplanada din Zagreb, aflat la acea vreme în Iugoslavia. Construcția a durat trei ani, urmând să fie deschis în primăvara anului 1971. Cu cele 22 de etaje și 86 de metri, hotelul avea o formă ce oferea oaspeților o panoramă unică și, pentru mult timp, a fost cea de-a doua cea mai înaltă clădire din București, după Casa Presei. Hotelul are 257 de spații de cazare, toate cu balcon cu vedere la oraș. Merită menționat faptul că la etajul al 19-lea se află apartamentul Imperial, devenit cunoscut în 1979, unde au fost filmate scene pentru pelicula *Nea Mărin Miliardar*. Apartamentul, cu o suprafață de 240 mp, dispune de două dormitoare și oferă o vedere frumoasă spre Piața Universității. De asemenea, piscina de la ultimul etaj este singurul bazin de înot din București construit la o altitudine de 90 de

metri. Oaspeții beneficiază de acces gratuit la Health Club 22nd Floor, care oferă o piscină interioară, două săli de fitness, două saune și o cadă cu hidromasaj. Partea de Food & Beverages este acoperită de cele trei restaurante și baruri – Corso Brasserie & Terasa, Club Lounge, Intermezzo Piano Bar și Sky Terrace Bar. În ceea ce privește posibilitatea organizării de evenimente, hotelul oferă oaspeților 12 săli de conferințe și bal, cu un spațiu total disponibil de 1.500 metri pătrați și o capacitate totală de până la 1.500 de persoane.

Odată cu încetarea contractului de management, semnat în 2006 de Compania Hotelieră InterContinental România SA și IHG Hotel & Resorts, hotelul a devenit, de pe 1 ianuarie 2022, Grand Hotel Bucharest. În 2021, a fost anunțat demararea unui amplu proiect de renovare și modernizare, bugetul alocat fiind estimat la circa 21 milioane de euro. Planul de renovare viza atât partea de cazare, cât și zonele publice – restaurante, bar, holuri, săli de conferințe, iar anul trecut compania a anunțat că lucrările sunt în plină desfășurare. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | B-dul. Nicolae Bălcescu nr. 4, București |
| Spații de cazare | 257 |
| Săli de evenimente | 12 |
| Capacitate evenimente | 1.500 |
| Cifră de afaceri 2024 | 39,2 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 89 |





WERK HOTEL & SPA



evaluare

83,75
puncte

evoluție
cifra afaceri

71
puncte

cifra
afaceri/
camera

100
puncte

cifra
afaceri/
angajați

74
puncte

capacitate
sali eveni-
mente

76
puncte

rating
93
puncte

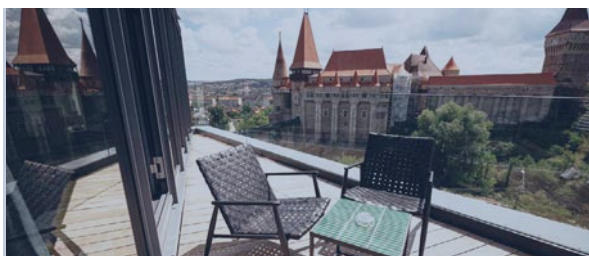
Werk Hotel & Spa, un proiect al investitorilor locali Carmen și Lucian Hărău, demarat în 2017, și-a început activitatea în 2021, în regim de rezervare privată, prin organizarea de evenimente, iar din luna august 2022 și-a deschis porțile pentru toate tipurile de turiști. Hotelul este localizat „în poarta” binecunoscutului Castel al Corvinilor; fiecare cameră are vedere către castel, iar întreaga echipare este făcută la standarde înalte, proprietatea beneficiind de toate facilitățile moderne. Rezultat al unei investiții de 6,5 milioane de euro, Werk Hotel & Spa este clasificat la patru stele și, pe lângă cazare și restaurant, oferă servicii de spa, săli de conferințe și saloane de evenimente, unde pot fi organizate evenimente atât corporative, cât și private. Sala de conferințe are o capacitate de 120 de locuri și este echipată cu tehnologie de ultimă generație (videoprojector, ecran,



flipchart, laptop, sisteme de sunet), precum și cu sisteme de atenuare și anulare a zgomotului. Sala de evenimente private are o capacitate de 400 persoane, cu următoarele facilități: mobilier, sonorizare A/C, terasă, bar mobil, zonă de candy bar, zonă socializare, grup sanitar separat.

Partea de consultanță a fost asigurată de compania Premier Hospitality, care a ajutat la deschiderea și poziționarea hotelului și a oferit servicii de asistență pentru predeschidere, dar și activități cu privire la pregătirea deschiderii: poziționare și segmentare, distribuția electronică și strategiile de preț, organigrama și pregătirea personalului, standard și proceduri de lucru, selecția și implementarea softurilor operaționale.

Werk Hotel & Spa targetează atât clienții business, cât și pe cei de leisure, hotelul fiind un punct de pornire spre atracțiile din jur: Castelul Corvinilor, Cetatea Deva, Rezervația de zimbri de la Hațeg, cetățile dacice sau Lacul Cinciș. ■



| | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Strada Voinei nr. 2A, Hunedoara |
| Spații de cazare | 30 |
| Săli de evenimente | 2 |
| Capacitate evenimente | 520 |
| Cifra de afaceri 2024 | 19,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 71 |

INFO

NOVOTEL BUCHAREST CITY CENTRE

evaluare
82,55
puncte

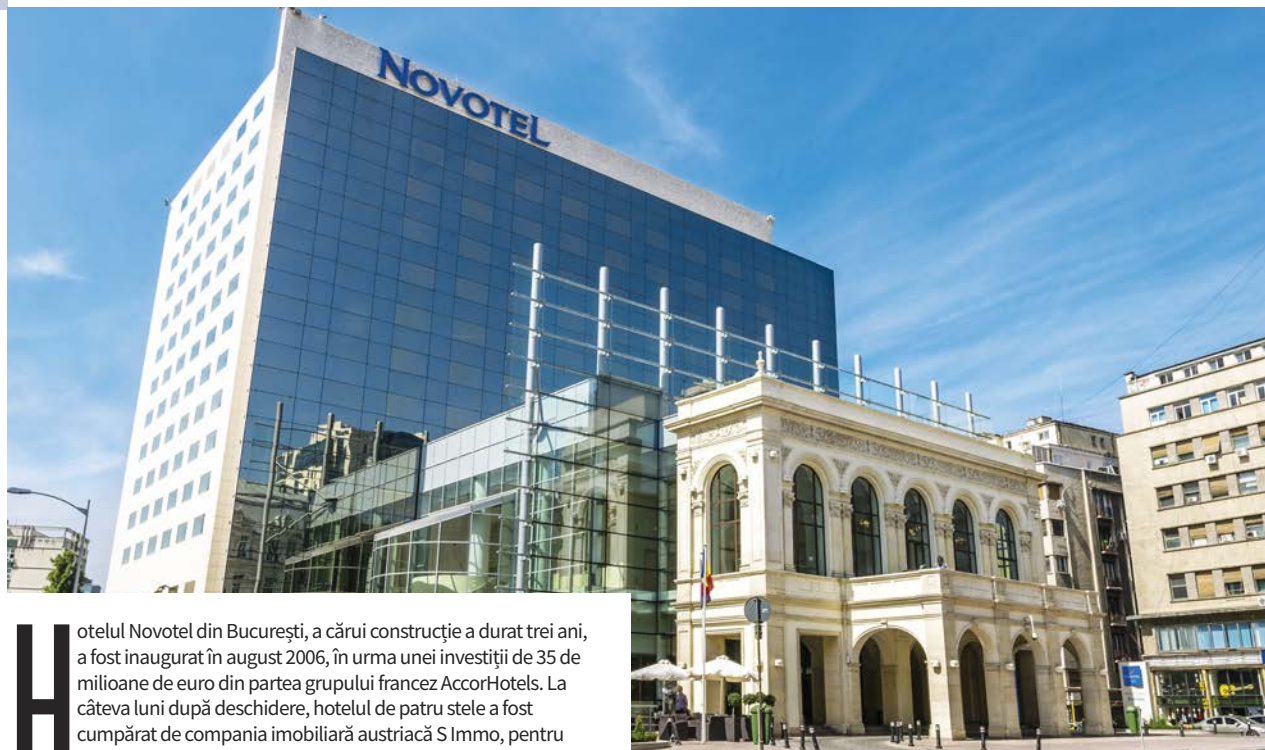
evoluție
cifra afaceri
88
puncte

cifra
afaceri/
camera
79
puncte

cifra
afaceri/
angajați
97
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
83
puncte

rating
72
puncte



Hotelul Novotel din București, a cărui construcție a durat trei ani, a fost inaugurat în august 2006, în urma unei investiții de 35 de milioane de euro din partea grupului francez AccorHotels. La câteva luni după deschidere, hotelul de patru stele a fost cumpărat de compania imobiliară austriacă S Immo, pentru suma de 30 milioane de euro. Managementul hotelului este însă asigurat de grupul hotelier polonez Orbis, partener strategic al AccorHotels în Europa de Est. Clădirea hotelului este una complexă, datorită istoricului spațiului pe care a fost ridicată, proprietarii asumându-și un mare risc, dar și o mare responsabilitate cu designul și arhitectura. Hotelul Novotel a fost construit pe terenul pe care a funcționat până în anul 1944 primul Teatru Național din București. Clădirea inițială, construită în stil baroc la mijlocul secolului al XIX-lea, a fost bombardată și distrusă în cea mai mare parte la sfârșitul celui de-Al Doilea Război Mondial. Terenul pe care a funcționat teatrul, care ocupă o suprafață de 1.500 de metri pătrați, a rămas viran până în 1990, iar în anul 2004 s-a început construcția actualului hotel. Arhitecții care au lucrat la proiect au vrut să păstreze în memoria noii clădiri istoria locului, prin urmare au reconstituit fațada vechiului teatru la intrarea în hotel, continuând cu o structură modernă, din sticlă, în partea din spate. Novotel Bucharest City Centre este situat în centrul Capitalei, pe Calea Victoriei, în proximitatea unor puncte turistice importante, cum ar fi Centrul Vechi sau zona Unirii, precum și în apropierea unui centru de afaceri. Clădirea are 12 etaje și 257 de camere, împărțite în camere superioare cu pat dublu, camere superioare cu două paturi, camere executive, apartamentul Junior, apartamentul Novation și apartamentul Prezidențial. În lobbyul hotelului este deschis wine barul Winestone Victoriei 37, care combină un meniu de inspirație regională, cu o selecție

creativă de vinuri românești și internaționale, într-un decor urban și sofisticat. Ținând cont de zona centrală în care se află poziționat hotelul, proprietarii acestuia au avut grijă să integreze în proiectul original de construcție un număr semnificativ de spații de întâlnire, pentru segmentul de business și cel de evenimente. Astfel, Novotel are nouă săli în care pot fi organizate conferințe sau întâlniri de afaceri. Sala Paris este modulară și poate găzdui până la 280 de persoane. Sala Lyon are o capacitate de 80 de locuri, sala Marseille are disponibile 70 de locuri, sala Bordeaux, 55, în timp ce sala Lille are 35 de locuri. Zona dedicată evenimentelor include și patru săli de ședință, cu următoarea capacitate: sălile Nice și Rennes, 12 locuri fiecare, sala Cannes, 13, și sala Calais, 10 locuri. La capitolul relaxare și wellness, hotelul Novotel este dotat cu o piscină interioară cu valuri artificiale, deschisă pe tot parcursul anului, baia turcească, sală de fitness și masaj. ■



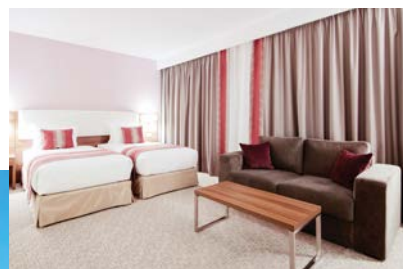
INFO

| | |
|-----------------------|------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Calea Victoriei nr. 37B, București |
| Spații de cazare | 258 |
| Săli de evenimente | 9 |
| Capacitate evenimente | 670 |
| Cifra de afaceri 2024 | 69,3 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 127* |



*Cifrele reprezintă datele financiare raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Essendi Romania (fosta Accor Hotels România), care operează hotelul

RAMADA PLAZA BY WYNDHAM CRAIOVA



Ramada Plaza Craiova este un hotel de 4 stele, full service, incluzând servicii de cazare, F&B, conferințe și evenimente, precum și un centru spa&wellness. Deschis pe finalul anului 2015 de către familia Berceanu, Ramada Plaza Craiova este un hotel elegant și modern, conceput astfel încât să pună în valoare personalitatea și atributele definitorii ale brandului Ramada. Localizat în centrul orașului Craiova, hotelul are acces către toate mijloacele de transport urbane, fiind în același timp aproape de toate atracțiile orașului. Gara este localizată la 2 km de hotel, Aeroportul Craiova la cinci km, iar Aeroportul Henri Coandă la

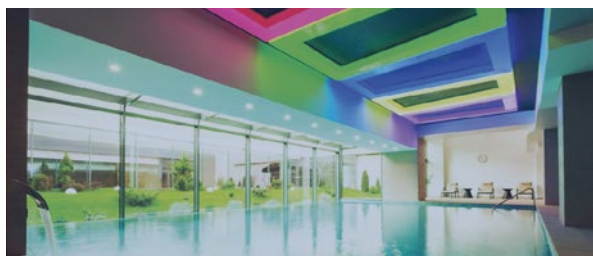
250 km. Ramada Plaza Craiova reprezintă o destinație de business și leisure completă, unind o suită excelentă de elemente necesare unor evenimente de succes. Locația este rezultatul unui proces complex de modernizare a fostului hotel Jiul, emblematic în ultimele decade. Acest proces de modernizare a avut loc între anii 2013 și finalul anului 2015, implicând o investiție de 14 milioane de euro. Cele 162 de camere și apartamente sunt împărțite în patru grade de confort: standard, superioare, executive



și suite. Toate au un design contemporan, sunt foarte spațioase și confortabile, utilizând cele mai bune materiale și produse. Oaspeții au acces gratuit la internet de mare viteză în toate zonele hotelului, servicii de spălătorie, spații ample de parcare, o grădină interioară, bar și restaurant, precum și centrul spa.

Ramada Plaza Craiova oferă de asemenea un ballroom și trei săli de conferință cu suprafețe de la 44 la 506 metri pătrați, dotate cu echipamente de videoproiecție, instalație de sonorizare și alte facilități ce asigură un nivel înalt oricărui gen de eveniment. În vecinătatea sălilor de conferință, un avantaj major este foaiorul foarte generos, cu vedere spre grădina interioară, unde se pot servi băuturi sau mese în format standing.

Pentru organizarea evenimentelor private, Hotelul Ramada Plaza Craiova pune la dispoziție Ballroom Constantin Brâncuși, cu o capacitate de 260 de locuri. De asemenea, restaurantul Ellipse are o capacitate de 130 de locuri și este ideal pentru a sărbători evenimente speciale. ■



evaluare
82,50
puncte

evoluție
cifră afaceri
96
puncte

cifră
afaceri/
cameră
77
puncte

cifră
afaceri/
angajați
76
puncte

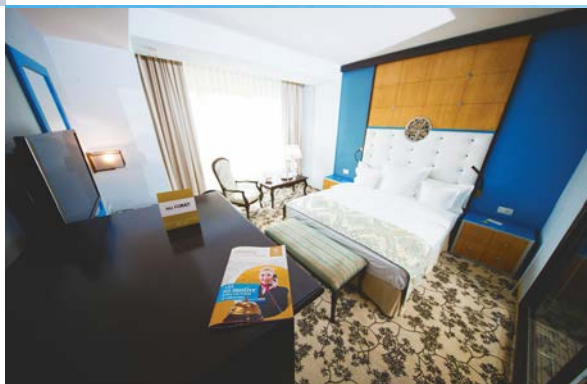
capacitate
săli eveni-
mente
75
puncte

rating
86
puncte

| | |
|-----------------------|--------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Calea București nr. 1, Craiova |
| Spații de cazare | 176 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 500 |
| Cifră de afaceri 2024 | 32,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 116 |

INFO

PLEIADA BOUTIQUE HOTEL



evaluare
cifră afaceri
81,90
puncte

evoluție
cifră afaceri
74
puncte

cifră
afaceri/
cameră
96
puncte

cifră
afaceri/
angajați
70
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
82
puncte

rating
84
puncte

Amplasat într-o zonă liniștită și retrasă a Iașiului, Pleiada Boutique Hotel este unicul hotel de cinci stele din regiunea Moldovei. Oaspeții pot rezerva camere și apartamente exclusive, „Inspired by nature”, ce redau atmosfera confortabilă, intimă și potrivită vizitelor de tip business, leisure sau family trip. Pleiada Boutique Hotel este singurul hotel ce are un Wall of Fame și câte o expoziție de artă în fiecare lună.

În cadrul Pleiada Boutique Hotel există patru săli pentru evenimente, gândite și proiectate într-o notă clasică și elegantă. Atlas Hall dispune de o capacitate între 100 și 220 de locuri și se distinge prin elemente exclusiviste. Această sală este deservită și de un salon adiacent, Atlas Private, un spațiu cu o suprafață totală de 67 mp, ce dispune de o capacitate între 15 și 40 de locuri. Sala este perfectă pentru meetinguri speciale, dezbateri private, întâlniri restrânse de business. Cea de-a treia sală, Concordia Events, propune mai multe variante de amenajare a mobilierului,

în funcție de tipul de eveniment. Are o suprafață de 264 mp și, în funcție de amenajare, dispune de o capacitate cuprinsă între 60 și 100 de locuri. Are de spațiu de primire și protocol, garderobă și dependințe și dublă cale de acces – din interiorul sau din exteriorul hotelului.

Cea de-a patra sală este Taas Events, considerată „bijuteria verde” a hotelului, pentru că beneficiază de elemente naturale, gândite pentru a reda aspectul de sală ce se confundă, în unele colțuri, cu natura. Poate găzdui maximum 50 de persoane și, dintre toate sălile, aceasta se remarcă prin atmosfera luminoasă și aerisită. Este potrivită pentru evenimente private sau de tip corporate, cu zeci de posibilități de amenajare. Toate sălile dispun de dotări complete din punct de vedere tehnic. Organizarea conferințelor și a întâlnirilor de business sau eambuilding este susținută și consiliată de echipa Pleiada Events până în cel mai mic detaliu. Potrivit datelor raportate la Ministerul Finanțelor, în 2024 hotelul a înregistrat o cifră de afaceri de 18,3 milioane lei. ■

INFO

| | |
|-----------------------|-------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Șoseaua Bucium nr. 18 B, Iași |
| Spații de cazare | 64 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 620 |
| Cifră de afaceri 2024 | 18,3 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 79 |



INTERNAȚIONAL IAȘI



În cadrul hotelului Internațional din Iași există două restaurante și un sky bar. Restaurantul Panoramic, recomandat în special pentru momentul mic-dejunului, oferă un meniu internațional adecvat atât pentru întâlniri de afaceri, cât și pentru socializare. Cel de-al doilea restaurant al hotelului, Tirol, propune rețete specifice austriece, la care se adaugă și o listă de vinuri, transformând atmosfera într-o experiență de tip gourmet. Sky Lounge Sofia este situat la etajul 11, ultimul al hotelului, având o capacitate de 70-130 de oaspeți și oferind o priveliște de ansamblu asupra orașului celor șapte coline. Pentru întâlnirile de afaceri sau coffee breakuri, hotelul pune la dispoziția oaspeților un Executive Lounge, iar pentru întâlnirile casual, un lobby bar. În mod exclusiv pentru oaspeții Internațional Iași, hotelul pune la dispoziția acestora un centru de wellness, situat la etajul doi al hotelului, care oferă acces la piscină, jacuzzi, saună uscată sau umedă, duș emoțional, cadă cu hidromasaj și sală de fitness. Pentru conferințe, workshopuri și evenimente private, administratorii hotelului au pregătit opt săli moderne de conferințe, cu o capacitate de 20 până la 500 de locuri. Magnum Ballroom este o sală destinată evenimentelor de tip petrecere de nuntă sau botez și poate găzdui între 150 și 270 de persoane. Hotelul din complexul Palas este deținut de lanțul de hoteluri Internațional, din care mai fac parte hotelurile cu același nume din Sinaia și București. ■

Hotelul de 4 stele Internațional Iași a fost deschis în septembrie 2013, după o perioadă de doi ani de construcție, și este situat în centrul orașului, în cadrul complexului urbanistic Palas Iași. Ansamblul a fost inaugurat în anul 2012, la momentul respectiv fiind cea mai mare investiție imobiliară din afara Bucureștiului, având o suprafață de 270.000 de metri pătrați. Construcția proiectului Palas Iași a costat 265 de milioane de euro, fiind alcătuit dintr-un centru comercial, un parc, hotelul de 4 stele, clădiri de birouri, parcare subterană, clădire cu locuințe și un teatru de vară. Poziția sa permite un acces facil spre cele mai importante puncte de atracție turistice din oraș (Palatul Culturii, Teatrul Național, Grădina Botanică, Parcul Copou), dar și spre gară (2,3 km), aeroport (7 km) sau restaurante. Proximitatea față de centrul lifestyle Palas oferă oaspeților hotelului posibilitatea de a se bucura de facilități precum cinema, teatru în aer liber sau patinoar, pe timp de iarnă, dar și de un peisaj urban amenajat pe locul fostelor grădini ale Curții Domnești din Iași. Pe lângă alei și vegetație, parcul mai are și un lac artificial, fântâni arteziene, cascade artificiale, elemente de vegetație amplasate în treptele scârilor, precum și un foișor.

evaluare

81,70
puncte

evoluție
cifră afaceri

80
puncte

cifră
afaceri/
cameră

78
puncte

cifră
afaceri/
angajați

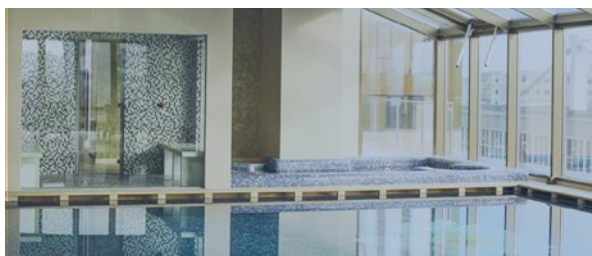
80
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

88
puncte

rating

82
puncte



| | |
|-----------------------|-------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Palat nr. 5A, Iași |
| Spații de cazare | 169 |
| Săli de evenimente | 8 |
| Capacitate evenimente | 880 |
| Cifră de afaceri 2024 | 33,6 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 82 |

INFO



GRAND HOTEL ITALIA

evaluare
81,30
puncte

evoluție
cifră afaceri
70
puncte

cifră
afaceri/
cameră
76
puncte

cifră
afaceri/
angajați
90
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
93
puncte

rating
80
puncte



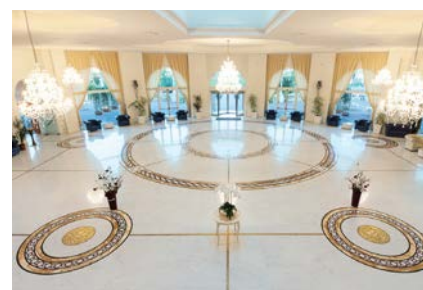
Grand Hotel Italia din Cluj este un hotel cu un design contemporan, realizat în stil arhitectonic italian. A fost deschis de omul de afaceri Antonio Batani și face parte, alături de alte nouă hoteluri, din grupul Batani Select Hotels, fiind singura unitate a grupului care funcționează în afara Italiei. Inaugurat în anul 2011, în urma unei investiții de peste 20 de milioane de euro, Grand Hotel Italia are nouă niveluri și este situat în cartierul rezidențial Bună Ziua al Clujului, oferind o vedere panoramică și de la înălțime asupra orașului. Unitatea are o suprafață de 30.000 de metri pătrați și este unul din cele patru hoteluri de 5 stele din orașul transilvănean. Oaspeții care se cazează aici au la dispoziție 187 de camere și apartamente. Toate sunt aranjate într-un mod clasic, decorate în stil italian, având podea din marmură, în timp ce băile sunt placate cu mozaic din sticlă.

Restaurantul hotelului, Firenze, este specializat în bucătăria italiană, cum sunt și celelalte restaurante din cadrul grupului hotelier. În același timp, lobby-barul este deschis în fiecare zi, pentru prânz, cină sau aperitiv, și oferă o priveliște către terasă și piscina în aer liber.

Grand Hotel Italia este o locație populară pentru evenimente private, de tip petreceri de nuntă, atât datorită poziționării, cât și suprafeței. Hotelul pune la dispoziția invitaților o echipă completă, inclusiv organizatori de nuntă profesioniști. Nici evenimentele de tip corporate nu sunt ignorate de managementul hotelului, aici fiind disponibile 11 săli de conferințe, care poartă numele unor compozitori și pictori celebri italieni, cu o capacitate totală de

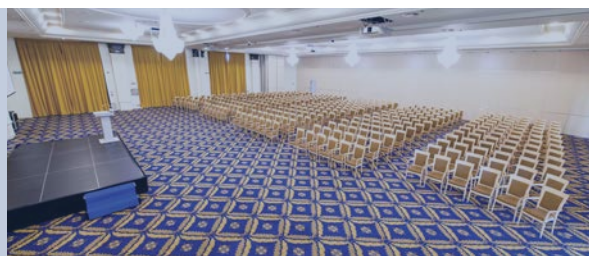


peste 1.200 de locuri. Spațiile pot fi amenajate în așa fel încât să poată găzdui evenimente de tip teambuilding, congrese și conferințe naționale. În primăvara lui 2024, hotelul a deschis centrul de wellness și spa Dolce Vita Spa, în urma unor lucrări care au durat circa un an și a unor investiții care s-au ridicat la circa 500.000 de euro. Planurile pe termen mediu vizează inaugurarea unei grădini luxuriante, cu acces direct din zona de piscină interioară a Dolce Vita. ■



INFO

| | |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Trifoiului nr. 2, Cluj-Napoca |
| Spații de cazare | 187 |
| Săli de evenimente | 11 |
| Capacitate evenimente | 1.250 |
| Cifră de afaceri 2024 | 34,4 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 78 |



RAMADA BY WYNDHAM ORADEA



Ramada by Wyndham Oradea este primul hotel de 4 stele din Oradea afiliat unui lanț internațional. Beneficiază de o amplasare foarte convenabilă, la cinci minute de centrul istoric, respectiv zece minute distanță de aeroport. Hotelul are 121 de camere într-un stil modern minimalist, dintre care 3 Suite de lux, 6 camere Executive, 3 camere Premium Spa, camere Business, camere Deluxe, camere cu facilități pentru persoane cu dizabilități și camere conectate. Toate camerele sunt echipate cu tehnologie și facilități premium. Oaspeții se pot bucura de o experiență gourmet în restaurantul Steak HUB, unul dintre puținele restaurante din Transilvania care maturează carnea de vită în casă. O altă noutate adusă de Ramada by Wyndham Oradea este Riserva Wine Spa, situat la ultimul etaj, primul spa bazat pe terapie cu vin din România. Spațiul interior urmează ritualul unei degustări de vin, începând cu lounge-ul Decantarium, cu o selecție rafinată de vinuri, continuând cu camerele de terapie Aroma, Body, Balance și încheind cu Premier Cru, rezervată tratamentelor faciale. Camera Magnum este destinată tratamentelor în tandem, iar terasa exterioară Riserva oferă o panoramă superbă a centrului istoric al orașului. În materie de business, Ramada by Wyndham Oradea redefineste conceptul de business hotel din zona de vest a României prin orientarea sa către client. Un etaj este destinat exclusiv pentru organizarea evenimentelor, sociale sau de business, punând la dispoziția oaspeților trei săli de conferințe cu lumină naturală: Piemonte, Bordeaux și Toscana, cu posibilitate de extindere în restaurantul Syrah, rezultând un spațiu cu o capacitate de până la 300 de persoane. Saloanele Piemonte și Bordeaux sunt potrivite pentru organizarea de seminare, traininguri, întâlniri de afaceri, întruniri sau conferințe de presă, precum și evenimente sociale private, iar cele două săli, Madera și Porto, sunt spații ideale pentru întâlniri sau ședințe de afaceri restrânse. Mobilierul profesional este modular, putând fi configurat în funcție de specificul evenimentului, iar dotările tehnice de ultimă oră garantează reușita evenimentului. ■



evaluare
80,35
puncte

evoluție
cifra afaceri
93
puncte

cifra
afaceri/
cameră
71
puncte

cifra
afaceri/
angajați
71
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
72
puncte

rating
90
puncte

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Calea Aradului nr. 9, Oradea, jud. Bihor |
| Spații de cazare | 121 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 418 |
| Cifra de afaceri 2024 | 18,7 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 85 |

INFO

PRIVO HOTEL

evaluare
80,30
puncte

evoluție
cifră afaceri
82
puncte

cifră
afaceri/
cameră
83
puncte

cifră
afaceri/
angajați
66
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
67
puncte

rating
96
puncte



Amplasat într-o zonă rezidențială retrasă și liniștită, aproape de centrul orașului Târgu Mureș, Hotelul Privo are ca nucleu Villa Csonka, construită de artistul fotograf Géza Csonka la începutul secolului XX, una dintre puținele clădiri Art Nouveau ale orașului. Un simbol al hotelului, Villa Csonka marchează dialogul dintre vechi și nou și reprezintă locul în jurul căruia a fost construit întregul concept hotelier Privo. Restaurată în perioada 2011-2013, vila este vizibilă din toate spațiile interioare ale hotelului. Vila și parcul, cu o suprafață de 3.500 mp, sunt monumente istorice, iar restaurarea lor a readus la viață o parte din atmosfera specifică a anilor 1900 în Târgu Mureș.

Clădirea nouă a hotelului se distinge printr-o abordare modernistă și un design simplu, aerisit, unde predominanța tonurilor neutre și a elementelor pline de culoare creează o atmosferă deosebită. Întregul hotel oferă 46 de camere și apartamente exclusiviste, un restaurant fine dining cu capacitate de 180 de locuri, trei săli de conferință, un spa și o cramă cu spațiu pentru tezurizarea vinului. Din cele 46 de spații de cazare, șase se află în Villa Csonka, trei camere matrimoniale și trei apartamente cu acces direct din recepția hotelului. Renovarea lor a ținut cont de detaliile originale, iar vederea spre parcul interior oferă o panoramă deosebită. Clădirea nouă dispune de 40 de camere și apartamente, dintre

care cinci camere exclusive și două apartamente sunt clasificate la 5 stele, celelalte camere fiind de 4 stele.

Camerele și apartamentele Hotelului Privo oferă peste o sută de locuri și un design aparte. Cromatica mobilierului contribuie la desenarea unei ambiante liniștite, cu accent pe confortul modern. În hotel se acordă o atenție specială spațiilor pentru dining.

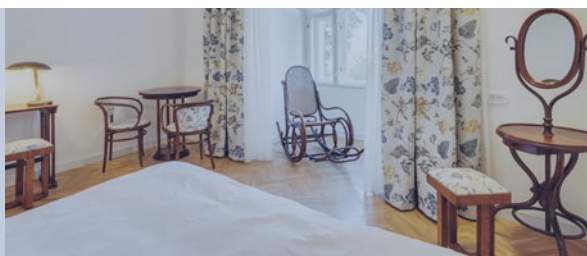
Restaurantul Privo cu servire à la carte are un meniu cu specific internațional, în restaurant putându-se organiza și evenimente corporate sau private pentru o capacitate de 160-180 de persoane. Enoteca Privo este compartimentată în zona de depozitare și tezurizare a vinurilor în regim de temperatură-umiditate-luminozitate controlate și zona de servire, cu o capacitate de 30 de persoane, unde se pot organiza prezentări de vinuri, degustări cu somelierul casei, evenimente private.

Nu în ultimul rând, trebuie menționate lobby barul, care găzduiește și micul-dejun, terasele deschise pentru sezonul de vară, precum și activitățile în aer liber pentru copii și familii în parcul hotelului.

Centrul de business este alcătuit din trei săli complet echipate cu tehnologii de ultimă generație. Spațiul a fost gândit în așa fel încât să poată găzdui diferite evenimente, permițând configurații specifice. Sala Connect este modulară și poate fi extinsă prin deschiderea peretelui amovibil, devenind astfel un spațiu multifuncțional, pentru evenimente de până la 200 de persoane. ■

INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Gheorghe Doja, nr. 27, Târgu Mureș |
| Spații de cazare | 46 |
| Săli conferință | 3 |
| Capacitate evenimente | 200 |
| Cifră de afaceri 2024 | 10,3 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 59 |



HILTON GARDEN INN BUCHAREST AIRPORT

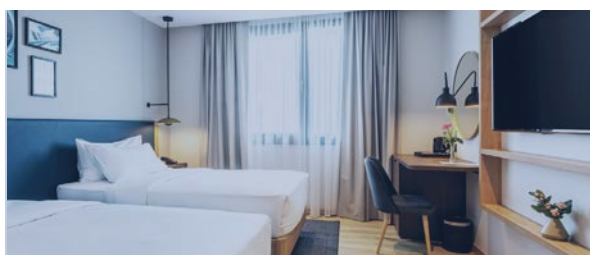
Hilton Garden Inn Bucharest Airport, o investiție de 19 milioane de euro a companiei lituaniene Apex Alliance Hotel Management, a fost deschis în luna august 2019 și a fost primul hotel din România amplasat chiar în incinta Aeroportului Internațional Henri Coandă. Mai exact, hotelul se află la o distanță de doar 150 de metri de terminalul Plecări al aeroportului.

Hotelul aparține segmentului „focussed hotels” al lanțului Hilton și are o capacitate de cazare de 218 camere, din categoria Superior, Standard, precum și camere destinate persoanelor cu dizabilități. În plus, camerele sunt dotate cu birouri, scaune ergonomice și Wi Fi pentru clienții din zona business. Specificul hotelului este de a primi solicitări de rezervări same day, gradul de ocupare fiind influențat în mod direct de dinamica zborurilor de pe Aeroportul Internațional Henri Coandă. Hilton Garden Inn Bucharest Airport face parte din Hilton Honors, un program ce răsplătește fidelitatea oaspeților care fac rezervări prin platformele Hilton, cu beneficii imediate și tarife minime garantate.

Hotelul are și cinci săli de conferințe cu o suprafață totală de 225 de metri pătrați, ce pot fi compartimentate în funcție de necesități, la care se adaugă o sală de sport, parcare subterană încălzită și securizată, un magazin deschis nonstop și restaurantul cu terasă



Wright Flyer, cu specific funky fusion și o capacitate de 126 de locuri, care oferă servicii complete – mic-dejun, prânz și cină, precum și room-service. Hotelul mai dispune de un serviciu self laundry, precum și de o parcare subterană, disponibilă contra cost. Printre planurile pe termen scurt ale hotelului se numără și un cu un proiect foarte ambițios și important: implementarea de panouri solare care să genereze minimum 30% din consumul de energie. În 2024, hotelul a înregistrat o cifră de afaceri de aproape 46,3 milioane lei și un profit net de 12,2 milioane lei. ■



| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bulevardul Aeroportului nr. 13, Otopeni |
| Spații de cazare | 218 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 225 |
| Cifră de afaceri 2024 | 46,2 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 63 |

evaluare
80,10
puncte

evoluție
cifră afaceri
79
puncte

cifră
afaceri/
cameră
81
puncte

cifră
afaceri/
angajați
99
puncte

capacitate
săli evenimente
65
puncte

rating
81
puncte

INFO

RAMADA BY WYNDHAM PITEȘTI

evaluare
78,55
puncte

evoluție
cifră afaceri
77
puncte

cifră
afaceri/
cameră
82
puncte

cifră
afaceri/
angajați
75
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
90
puncte

rating
70
puncte



Hotelul Ramada din Pitești a fost inaugurat în septembrie 2011, în urma unei investiții de peste 20 de milioane de euro, devenind astfel al optulea hotel al brandului-fanion al grupului Wyndham deschis în România. Hotelul, clasificat la 4 stele, are o suprafață de 20.000 metri pătrați, desfășurată pe opt etaje, și este situat atât în apropiere de centrul orașului, cât și de autostrada A1 București-Pitești. Cele 135 de camere sunt împărțite în mai multe categorii: junior suite, standard queen, standard twin, executive queen, executive twin, apartament și apartament prezidențial. Printre facilități se

numără și Centrul de fitness și relaxare, Wellness Jad Club, dotat cu echipamente de ultimă generație pentru a oferi o gamă variată de servicii: fitness, masaj, saună, jacuzzi etc.

Pentru întâlniri de afaceri, conferințe sau evenimente corporate, Ramada Pitești are în componență un centru compus din șapte săli, complet echipate, cu capacități cuprinse între 12 și 550 de persoane. Diamond Ballroom, cu o capacitate de 550 de persoane, Topaz (120 locuri), Opal (105 locuri), Onix (64 locuri), Ametist (44 locuri), Smarald (32 locuri) și Safir (30 locuri), precum și Ramada Events, ce poate pune la dispoziție până la 1.000 de locuri, aflată la patru minute de mers cu mașina de hotel. Hotelul are patru restaurante, atât pentru oaspeții cazați, cât și pentru evenimentele corporate și private: Restaurant Club Mon'Arch (capacitate de 100 de locuri), Restaurant Coral (capacitate de 130 persoane), Restaurant Diamond Ballroom (capacitate de circa 300 de persoane) și Restaurant Ramada Events (capacitate de 550 de locuri), la care se adaugă Barul Rubin și Cofetăria Twist, cu laborator propriu de preparare a deserturilor.

De asemenea, hotelul poate oferi servicii de catering pentru business lunch, coffee break, conferințe, traininguri, seminarii, workshopuri, lansări de produse, inaugurări, petreceri private, cocktailuri, recepții ș.a.m.d., cu participare de 500 până la 800 de invitați.

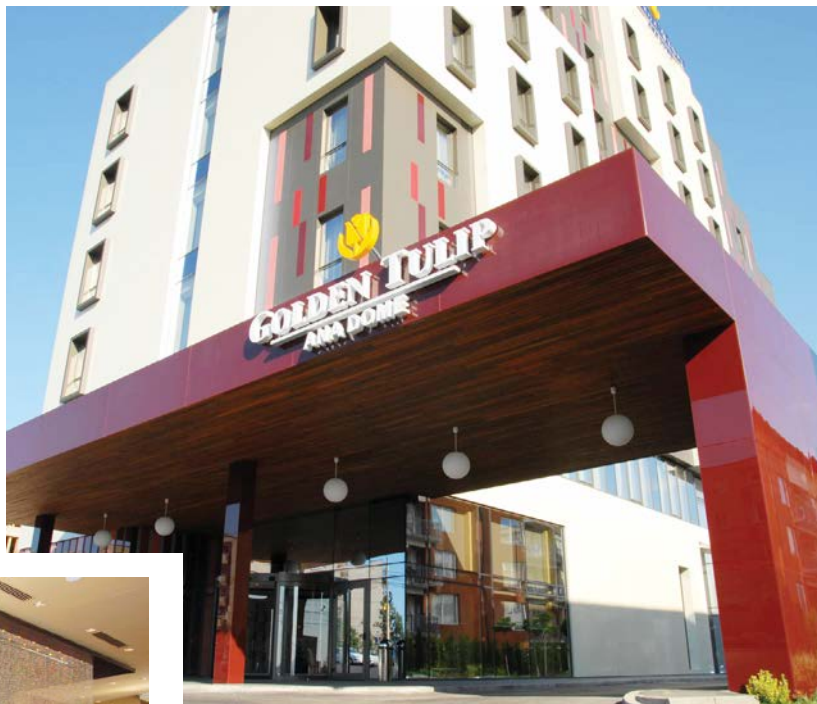
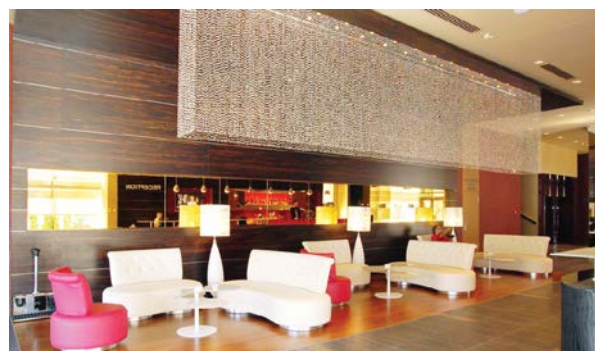
În 2024, hotelul a înregistrat o cifră de afaceri de aproape 29,3 milioane lei, în timp ce profitul net a ajuns la aproape 4 milioane lei. ■



INFO

| | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Calea București nr. 31, Pitești |
| Spații de cazare | 135 |
| Săli de evenimente | 7 |
| Capacitate evenimente | 945 |
| Cifră de afaceri 2024 | 29,3 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 102 |

GOLDEN TULIP ANA DOME



Hotelul de 4 stele Golden Tulip Ana Dome, situat în cartierul Zorilor din Cluj, a fost inaugurat în anul 2009, în urma unei investiții de 11 milioane de euro și a afilierii la brandul internațional Golden Tulip. Hotelul, a cărui construcție a început în 2006, nu este situat în zona zero a orașului, unde nu mai există spații disponibile pentru proiecte hoteliere mari. Cu toate acestea, amplasamentul și dotările Golden Tulip Ana Dome fac din hotel o locație potrivită atât pentru turiștii din segmentul recreațional, cât și pentru cei care vin în interes de serviciu.

Clădirea are o suprafață totală de 9.000 de metri pătrați și dispune de 109 camere, oferind acces rapid la unele dintre cele mai importante obiective turistice și comerciale din oraș, precum Grădina Botanică, Observatorul Astronomic sau Sigma Shopping Center. Decorate într-un stil modern și mizând pe

principiul confortului, hotelul are 47 de camere Standard Queen, 40 Standard Twin, 21 Executive și o cameră pentru persoane cu dizabilități. Camerele spațioase au fost proiectate și dotate cu o serie de facilități care să îndemne oaspeții să stea cât mai mult timp în unitatea de cazare. Restaurantul Novem, integrat hotelului, este decorat într-un stil modern, cu mese tete-à-tete, și are o capacitate de 80 de locuri. Oaspeții au la dispoziție și un lobby bar, unde pot degusta vinuri locale sau internaționale, cocktailuri, cafele sau ceaiuri aromatice. În cadrul hotelului pot fi organizate evenimente sau petreceri private. Sala Cupola Ballroom, inaugurată în 2010, are o capacitate de 230 de persoane. Sala are un design avangardist, cu pereți de sticlă neagră și trei cupole iluminate de candelabre. Centrul de conferințe din interiorul hotelului este format din patru săli modulare, care pot găzdui orice tip de eveniment, de la conferințe până la prezentări sau traininguri. Sala Cupola poate primi 350 de invitați, sala Colosseum are 70 de locuri, sala Dome are 90 de locuri, iar sala Forum poate primi 25 de persoane. Centrul wellness din cadrul hotelului a fost inaugurat în anul 2011 și oferă servicii de masaj, saună sau fitness. Golden Tulip Ana Dome este operat de compania Pritax Invest, care mai deține hotelurile Golden Tulip Ana Tower din Sibiu, Mercure Sibiu Airport și Courtyard by Marriott Cluj-Napoca Downtown, deschis în 2024. Brandul Golden Tulip face parte din portofoliul grupului internațional Louvre Hotels. ■



| | |
|------------------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Observatorului nr. 129, Cluj-Napoca |
| Spații de cazare | 109 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 535 |
| Cifră de afaceri 2024 | 18 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 60 |

evaluare

77,85
puncte

evoluție
cifră afaceri

73
puncte

cifră
afaceri/
cameră

72
puncte

cifră
afaceri/
angajați

78
puncte

capacitate
săli evenimente

77
puncte

rating

87
puncte

INFO

RAMADA HOTEL & SUITES BY WYNDHAM BUCHAREST NORTH

evaluare
77,05
puncte

evoluție
cifra afaceri
95
puncte

cifra
afaceri/
camera
67
puncte

cifra
afaceri/
angajați
68
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
86
puncte

rating
69
puncte



Complexul hotelier și de apartamente Ramada Hotel & Suites Bucharest North este situat în zona rezidențială de nord a orașului, în Cartierul Latin, foarte aproape de Parcul Herăstrău. Cotat la 4 stele, hotelul se află la o distanță de nouă kilometri de Aeroportul Henri Coandă și la 14 minute de mers cu mașina față de centrul orașului. Complexul hotelier este proprietatea omului de afaceri Virgil Călina și a soției sale, Meda de Silvania Călina, care dețin și distribuitorul de băuturi alcoolice și dulciuri De Silva Exclusiv. Investiția inițială în Ramada Hotel & Suites Bucharest North a fost de aproximativ 15 milioane de euro, hotelul fiind inaugurat în anul 2006. Ramada Hotel & Suites Bucharest North dispune de 242 de camere și apartamente. Hotelul dispune de 36 de camere standard, 127 deluxe și 24 business. Pentru oaspeții care intenționează să-și prelungească șederea, complexul pune la dispoziția lor și apartamente care pot fi închiriate pe termen mai lung. Restaurantul Allegro, situat la parterul hotelului, oferă un meniu inspirat din bucătăria internațională, cu puternice influențe



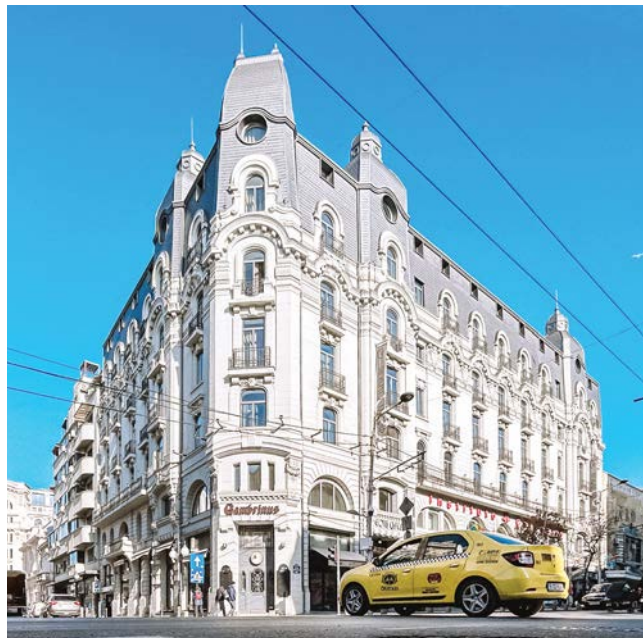
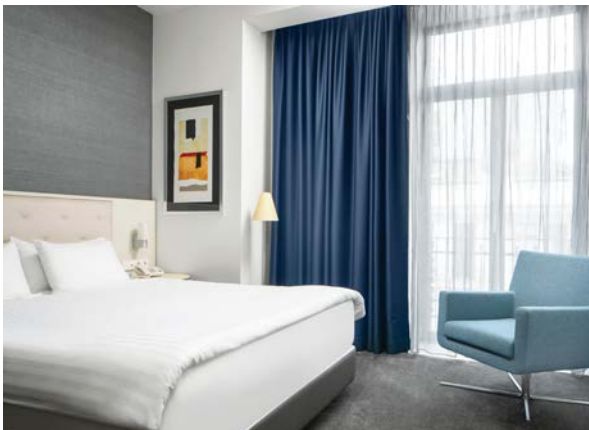
mediteraneene. De asemenea, în cadrul hotelului mai funcționează și The Orange Bar&Lounge și terasa The Orange Garden. Pentru orice tip de evenimente, private sau business, care pot avea de la zece până la peste 500 de invitați, complexul Ramada Hotel & Suites Bucharest North pune la dispoziție 14 săli de conferințe, unele dintre ele fiind modulare. Diamond Ballroom poate găzdui până la 500 de persoane, Crystal Ballroom are o capacitate de 320 de persoane, Amethyst Ballroom - de 260 de persoane, iar American Lounge - de 110 persoane. Celelalte săli (Opal, Coral Onyx, Topaz, Jade, Emerald, Agate, Sapphire și Quartz) pot găzdui între 14 și 55 de persoane. Sala de ședințe The Executive Boardroom, situată la ultimul etaj al hotelului, are 12 locuri. Clubul Go Fitness din cadrul hotelului pune la dispoziția oaspeților o sală de sport, saună uscată și umedă și piscină în aer liber. ■



INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Daniel Danielopolu nr. 44A, București |
| Spații de cazare | 242 |
| Săli de evenimente | 14 |
| Capacitate evenimente | 1.420 |
| Cifra de afaceri 2024 | 27,9 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 104 |





CIȘMIGIU HOTEL



30

evaluare

76,90
puncte

evoluție
cifra afaceri

69
puncte

cifra
afaceri/
camera

80
puncte

cifra
afaceri/
angajați

81
puncte

capacitate
sali eveni-
mente

71
puncte

rating

83
puncte

Aflat într-una dintre clădirile emblematice ale Bucureștiului, în apropierea parcului cu același nume, Hotelul Cișmigiu a fost inaugurat în 2012, exact când împlinea 100 de ani, în urma unei investiții de circa 15 milioane de euro, realizată de grupul spaniol Hercesa. După amplele lucrări de restaurare și renovare, hotelul încă păstrează multe dintre elementele de arhitectură originală de tip Art Nouveau, atât la exterior, cât și la interior, completate de un stil contemporan. Astfel, ușa originală de la intrare, cupola și fațadele în stil Art Nouveau încă mai pot fi admirate de oaspeți.

Hotelul dispune de 60 de apartamente amenajate modern, în tonuri naturale, calde, având suprafețe generoase, de până la 55 de metri pătrați. Apartamentele tip Deluxe și Executive au în componere, pe lângă dormitor și baie, un living cu bucătărie inclusă, precum și mobilier de birou astfel adaptate sejururilor pe termen lung.

Printre facilitățile oferite pentru evenimente se numără cinci săli de conferințe cu capacități cuprinse între 30 și 70 de persoane, ce poartă nume cunoscute în peisajul bucureștean – Lipsani, Blănari, Șelari, Zarafi și Gabroveni –, potrivite pentru conferințe, întâlniri de lucru sau discuții de afaceri, ședințe de lucru, traininguri sau workshopuri etc. De asemenea, hotelul dispune de sala amfiteatru a Institutului Cervantes, cu o capacitate de 120 de locuri, amplasată în aceeași clădire. Este singura clădire istorică din București cu parcare subterană.

În ceea ce privește oferta de F&B, oaspeții hotelului au la dispoziție restaurantul Cișmigiu Bistro la Etaj, operat de grupul Stadio, cu o terasă generoasă și priveliște panoramică și un meniu de tip à la carte, inspirat de bucătăria franceză și de cea românească.

Oferta se extinde în 2025, odată cu deschiderea unui nou restaurant DeSoi, în spațiul în care a funcționat faimoasa berărie Gambinus, un loc emblematic al Bucureștiului de altădată.

Hotelul reprezintă, de asemenea, un hub cultural, prin Librăria Humanitas și Institutul Cervantes. ■

Clasificare

★ ★ ★ ★

Adresă

Bd. Regina Elisabeta
nr. 38, București

Spații de cazare

60

Săli de evenimente

6

Capacitate evenimente

300

Cifra de afaceri 2024

12,5 milioane lei

Nr. angajați 2024

21

INFO

UNIREA HOTEL & SPA IAȘI

evaluare
76,85
puncte

evoluție
cifră afaceri
75
puncte

cifră
afaceri/
cameră
75
puncte

cifră
afaceri/
angajați
79
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
80
puncte

rating
76
puncte

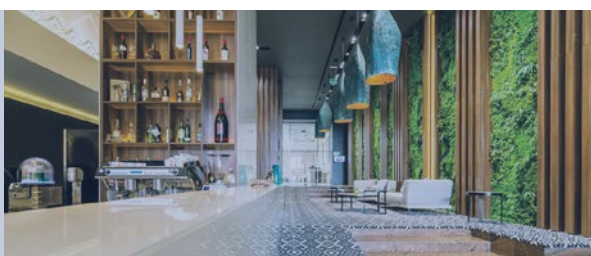


Hotelul Unirea din Iași este una dintre unitățile cu cea mai mare capacitate de cazare nu numai din oraș, dar și din regiunea Moldovei. Construit în anii '60 ai secolului trecut, hotelul a fost inaugurat în iulie 1969 și a primit numele „Unirea”, atât datorită poziționării sale centrale, cât și datorită faptului că a fost ridicat în proximitatea fostului han Petre Bacalu, cunoscut ulterior ca hotelul România, unde s-au adăpostit unioniștii din secolul al XIX-lea. Unirea Iași a fost cumpărat în anul 2002 de omul de afaceri Lucian Greu, care l-a renovat și modernizat în perioada 2004-2008. În anul 2013 unitatea de cazare a devenit hotel & spa, fiind cotate la 4 stele. Localizarea centrală permite oaspeților un acces facil la cele mai populare repere turistice din oraș: Palatul Culturii și ansamblul urbanistic Palas, Catedrala Mitropolitană sau Parcul Copou. Hotelul, situat în Piața Unirii din capitala Moldovei, are 186 de camere, împărțite în trei categorii: 108 camere business twin, 72 de camere business duble, ambele tipuri cu suprafețe de 22 de metri pătrați, și șase business suite, de 53 de metri pătrați. Pentru segmentul de evenimente, Unirea Hotel & Spa are un centru de conferințe format din cinci săli, unde pot fi organizate conferințe, ateliere, prezentări sau întâlniri de afaceri. Sala Cuza, situată la parterul hotelului, are o suprafață de 300 de metri pătrați și o

capacitate de 280 de locuri. Cu o suprafață de 100 de metri pătrați, sala Vega, situată la mezanin, are o capacitate de 110 locuri, cele două săli mai mici Orion și Clio oferă spațiu pentru 40, respectiv 30 de persoane, în timp ce Mezanin poate primi până la 100 de persoane. Pentru mesele de prânz sau pentru cină, hotelul Unirea își invită oaspeții la etajul 13, unde este situat restaurantul Panoramic. După cum sugerează și numele acestuia, clienții se pot bucura de la o înălțime de 55 de metri de întreaga panoramă a Iașului, în timp ce optează pentru unul dintre preparatele tradiționale românești sau internaționale pe care le oferă meniul. Al doilea restaurant al hotelului, Unirea, are o capacitate de 220 de locuri și este rezervat mic-dejunului și evenimentelor private. Tot la parter, este situat și CitiZen Bistro&Lounge Bar, ce propune o selecție inedită de vinuri și cocktailuri, care pot fi savurate atât în interior, cât și pe terasă. Centrul spa dispune de o piscină acoperită, jacuzzi, saună uscată, hammam, salină încălzită și sală de sport. Potrivit celor mai recente planuri anunțate, acestea vizează modernizarea integrală a hotelului, bugetul alocat ridicându-se la 5 milioane euro. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--------------------------|
| Clasificare | *** |
| Adresă | Piața Unirii nr. 5, Iași |
| Spații de cazare | 186 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 560 |
| Cifră de afaceri 2024 | 33,7 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 111 |



ARO PALACE BRAȘOV



Situat în inima orașului Brașov, în centrul istoric, Aro Palace a fost inaugurat în 1939, chiar înainte de izbucnirea celui de-Al Doilea Război Mondial. Denumirea sa este moștenită de societatea Asigurarea Românească, care a finanțat lucrările, iar clădirea a fost proiectată de arhitectul Horia Creangă, nepotul scriitorului Ion Creangă. În perioada 1950-1960, hotelul fost redenumit Carpați. În anii 1960, s-a decis extinderea hotelului, pentru a fi mărită capacitatea de cazare, astfel că lucrările la aripa nouă au început în 1963 și au fost finalizate doi ani mai târziu, fiind proiectată de arhitectul brașovean Iancu Rădăcină. În anul 2005, hotelul cu 195 de camere și apartamente a fost modernizat și ridicat la standardul de 5 stele, pe care îl menține și în prezent. Astăzi, hotelul împletește interbelicul cu facilitățile high-tech, astfel că este preferat ca destinație atât de nostalgici, cât și de către noua generație. De-a lungul celor peste 80 de ani de funcționare, Aro Palace a găzduit actori, cântăreți, membri ai unor delegații prezidențiale, ambasadori, personalități politice sau ale culturii europene etc. Hotelul are un restaurant în care, încă din 1939, o pleiadă de chefi și maeștri în arta culinară au alcătuit meniurile à la carte sau pentru evenimente, iar barul de noapte Aro Palace reprezintă o locație de referință atât pentru brașoveni, cât și pentru cei care au fost oaspeți de-a lungul timpului. Hotelul este dotat și cu un centru de agrement și sport wellness & spa ce pune la dispoziție următoarele facilități: hidroterapie, masaj, cardio-fitness, saună și piscină de dimensiuni semiolimpice, saună spinning și sală de fitness dotată cu aparatură modernă. Pentru evenimente private, hotelul pune la dispoziție Ballroom Aro Palace, cu o

suprafață totală de 649 mp și o capacitate de 250 de locuri la mese în sală și la balcon. În Centrul de conferințe Europa, alcătuit din trei săli modulare cu o capacitate totală de 450 de locuri, se pot organiza variate evenimente, de la conferințe, prezentări, workshopuri, simpozioane, seminare, până la programe de teambuilding, școlarizări, evenimente sociale sau recepții. Sala de Marmură, cu o suprafață de 62 mp, este potrivită pentru cursuri sau ședințe, putând primi până la 35 de persoane. Salonul Albastru, cu lobby, este o opțiune perfectă pentru evenimente și conferințe cu până la 120 de persoane, iar Salonul Alb, ce are o suprafață de 237 mp, poate găzdui între 50 și 80 de persoane, în funcție de set-up și de tipul evenimentului. În octombrie 2024, Aro Palace SA a anunțat semnarea acordului de franciză cu un afiliat al Hyatt, marcând astfel apariția Hyatt Regency Aro Palace Brașov. Renovarea hotelului Aro Palace este programată să fie inițiată la începutul anului 2026 și va include toate zonele clădirii. Pe durata procesului de renovare, hotelul va rămâne operațional, deschiderea oficială ca Hyatt Regency fiind estimată pentru 2027. ■

evaluare

75,10
puncte

evoluție
cifră afaceri

76
puncte

cifră
afaceri/
cameră

73
puncte

cifră
afaceri/
angajați

77
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

85
puncte

rating

67
puncte



| | |
|-----------------------|---------------------------------|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | B-dul Eroilor nr. 27-29, Brașov |
| Spații de cazare | 195 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 570 |
| Cifră de afaceri 2024 | 32,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 128 |

INFO

RAMADA PLAZA BY WYNDHAM BUCHAREST CONVENTION CENTER

evaluare

74,35
puncte

evoluție
cifră afaceri

78
puncte

cifră
afaceri/
cameră

68
puncte

cifră
afaceri/
angajați

69
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

84
puncte

rating

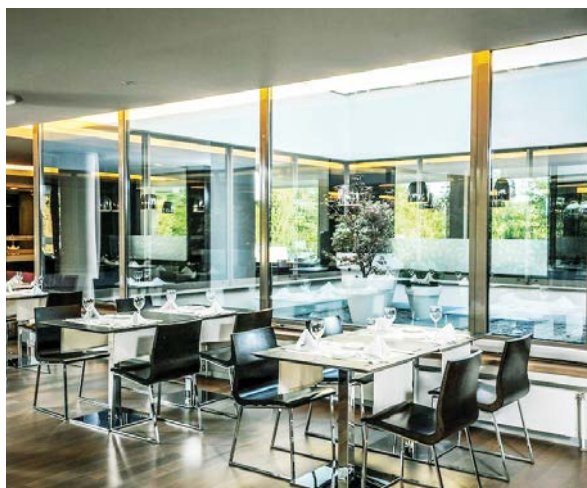
72
puncte



Situat în apropierea complexului Romexpo, hotelul Ramada Plaza Bucharest Convention Center compensează distanța la care se află de centrul orașului cu spațiile verzi care îl înconjoară, dar și cu proximitatea față de centrul de business din nordul orașului, Pipera. În 2006, compania Parc Hotels a demarat lucrările de reabilitare la fostul hotel Turist, construit în anul 1974. În urma unei investiții de 15 milioane de euro, hotelul a fost clasificat la 4 stele și a devenit Ramada Plaza Bucharest Convention Center.

Inaugurat în urmă cu zece ani, în martie 2008, hotelul are 300 de camere spațioase, cu un design contemporan, cu note nonconformiste, împărțite în mai multe categorii: standard, executive, junior (garsoniere), executive lounge și apartamente. Ramada Plaza Bucharest Convention Center împarte zona de restaurante, sălile de conferințe și centrul Vitality Wellness Club cu celălalt hotel al complexului, Ramada Parc, care este administrat tot de firma Parc Hotels.

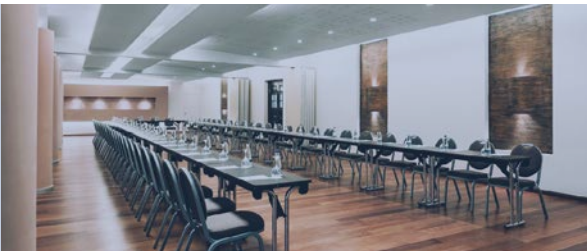
Astfel, hotelul oferă oaspeților săi mic-dejun în sistem bufet, în timp ce pentru prânz și cină aceștia au parte de un meniu cu preparate internaționale în cadrul restaurantului Red Pepper. Pentru momente de relaxare, la un pahar de vin, un cocktail sau o cafea, clienții Ramada Plaza au la dispoziție lobby barul Vanilla. Centrul de conferințe este format din 16 săli care pot găzdui, în total, până la 700 de invitați. În săli se pot susține atât conferințe, cât și traininguri sau întâlniri de afaceri în format mai restrâns.



Centrul spa din cadrul hotelului, Vitality Wellness Club, deschis în anul 2014 în urma unei investiții de cinci milioane de euro, are o suprafață totală de 3.500 metri pătrați și este dotat cu o piscină interioară semiolimpică, saună uscată, saună umedă, frigidarium, zonă de fitness, piscină exterioară, jacuzzi, șase terenuri de tenis și două de fotbal. Hotelul dispune, de asemenea, de salon de înfrumusețare și magazin de cadouri. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--------------------------------------|
| Clasificare | ★ ★ ★ ★ |
| Adresă | B-dul Poligrafiei nr. 3-5, București |
| Spații de cazare | 301 |
| Săli de evenimente | 9 |
| Capacitate evenimente | 550 |
| Cifră de afaceri 2024 | 35,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 141 |





GRAND HOTEL NAPOCA



Grand Hotel Napoca a fost construit în 1969, după un proiect care a primit un premiu al Uniunii Arhitecților, devenind o emblemă pentru orașul care-l găzduiește. Hotelul este o alegere perfectă atât pentru cei care călătoresc în interes de serviciu, cât și pentru cei cărora le place să descopere locuri și orașe. Este amplasat la două minute de centrul istoric al Clujului, la 250 de metri de Parcul Central și foarte aproape de Cluj Arena. Grand Hotel Napoca dispune de 157 de camere și apartamente, toate fiind echipate cu facilități moderne, precum acces cu cartelă magnetică, minibar, sistem de climatizare, Wi Fi, seif, televizor. Centrul de Conferințe și Afaceri din cadrul hotelului se recomandă ca fiind cel mare centru de conferințe din Transilvania, punând la dispoziție nouă săli modulare, care se pot mări în funcție de amploarea evenimentului, capacitatea totală fiind de aproape 4.000 de locuri. Cea mai mare este Grand Ballroom Europa, situată la mezanin, pe o suprafață totală de 1.210 mp, ideală pentru congrese sau recepții, putând găzdui până la 1.600 de persoane. Toate sălile sunt dotate cu sistem de traducere simultană, sonorizare ambientală, microfoane fixe, mobile și microfoane wireless de prezidiu, prezidiu modular, pupitrul orator, scenă mobilă, ecrane LCD și ecrane culisabile de proiecție. Spațiile sunt perfecte pentru conferințe, lansări de campanii și produse, conferințe de presă, întâlniri de afaceri, traininguri, seminarii și multe alte tipuri de evenimente. Lobbyul de 480 mp și foaiorul de 280 mp sunt spații potrivite pentru standurile expoziționale din cadrul conferințelor. Oaspeții au la dispoziție restaurantul Atrium, ce oferă un meniu internațional, însă cu influențe puternice din zona Transilvaniei, precum și Bla Bla Bla... Bar & Terrace, potrivită pentru o întâlnire scurtă de afaceri sau cu prietenii.

Grand Hotel Napoca este o destinație potrivită atât pentru oamenii de afaceri și companiile care vor să organizeze evenimente corporate, cât și pentru turiștii români și străini care vor să exploreze Clujul. ■



evaluare

73,75
puncte

evoluție
cifra afaceri

67
puncte

cifra
afaceri/
camera

69
puncte

cifra
afaceri/
angajați

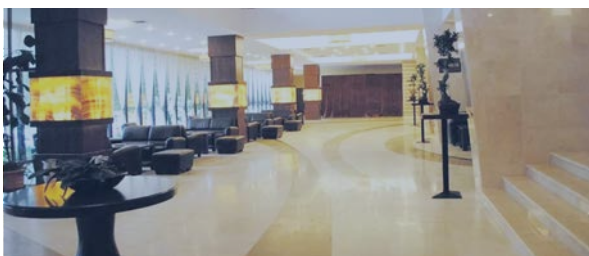
67
puncte

capacitate
sali eveni-
mente

100
puncte

rating

66
puncte



Clasificare

★★★★

Adresă

Strada Octavian Goga
nr.1, Cluj-Napoca

Spații de cazare

157

Săli de evenimente

14

Capacitate evenimente

4.000

Cifra de afaceri 2024

20,7 milioane lei

Nr. angajați 2024

89

INFO

PHOENICIA GRAND HOTEL

evaluare
71,60
puncte

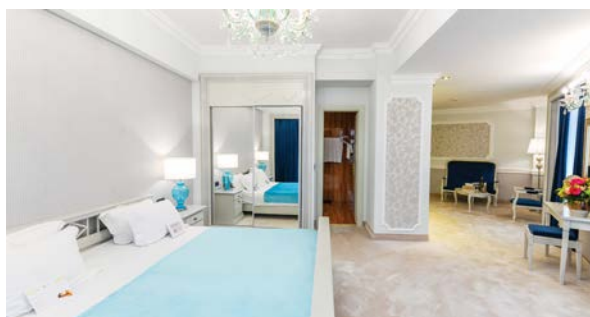
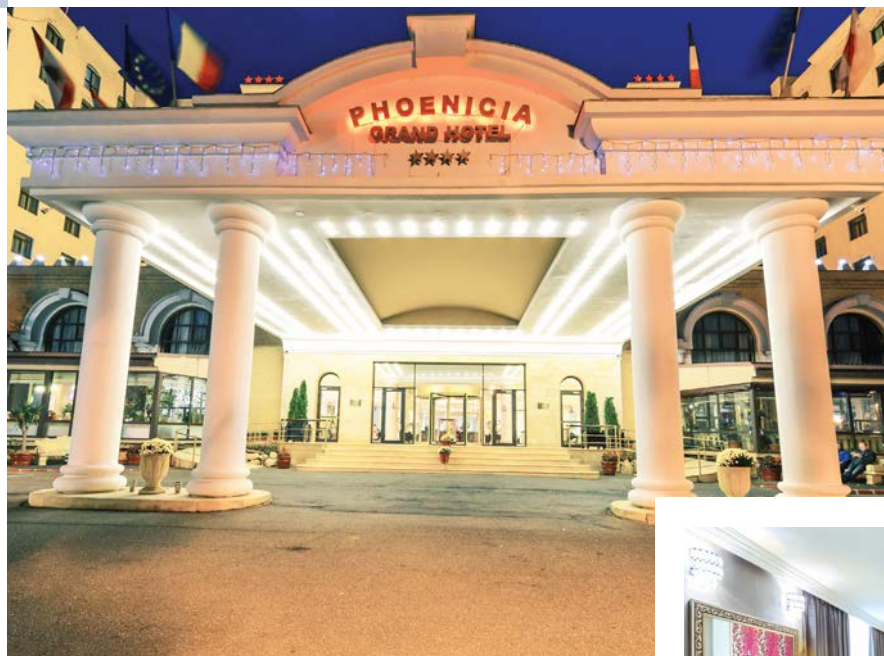
evoluție
cifră afaceri
65
puncte

cifră
afaceri/
cameră
65
puncte

cifră
afaceri/
angajați
72
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
89
puncte

rating
68
puncte



Phoenicia Grand Hotel face parte din grupul hotelier autohton Phoenicia Hotels, care deține în prezent mai multe unități de cazare în București și în stațiunile de pe Litoral. Phoenicia Hotels a debutat pe piața Capitalei în 2005, prin deschiderea unuia dintre cele mai mari hoteluri de patru stele din oraș: Phoenicia Grand Hotel. Hotelul este beneficiază de un amplasament ideal pentru mediul de afaceri, fiind situat în apropierea mai multor zone de interes major, cum ar fi Băneasa Business Center, Romexpo, Piața Victoriei, precum și de Aeroportul Internațional Henri Coandă. Hotelul pune la dispoziția oaspeților o multitudine de servicii de ospitalitate, dar se mulează și pe nevoile celor care caută un spațiu pentru organizarea conferințelor și evenimentelor corporate. La Phoenicia Grand Hotel, sălile de conferințe și saloanele de întâlniri au o capacitate totală de 930 de locuri și sunt situate la mezanin, a cărui suprafață este de aproximativ 1000 mp. Toate cele nouă săli sunt dotate cu aparatura necesară și performantă pentru orice tip de eveniment. Cea mai spațioasă sală, Kadisha, are aproximativ 300 de metri pătrați și dispune de 300 de locuri, iar cea mai mică sală, Theodosia, este destinată întâlnirilor de business mai restrânse, având o capacitate de 16 locuri. Hotelul are trei restaurante cu specific diferit - Zarada, Colosseum și Saidoun -, care pun la dispoziția clienților o varietate de gusturi și preparate, din diverse bucătării: internațională, românească, italienească și libaneză. Lobby Bar, al cărui design este inspirat din

pelicula *Nașul*, se află în lobbyul hotelului și dispune de o gamă variată de cocktailuri, băuturi alcoolice și non-alcoolice, precum și de cafea și diverse băuturi pe bază de cafea. De asemenea, hotelul are și o zonă exclusivistă, Platinum Lounge & Club. Oferta este completată de Centrul Spa, care include sală de fitness/aerobic, jacuzzi, saună etc. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Strada Căpitan Alexandru Șerbănescu nr. 87, Buc. |
| Spații de cazare | 348 |
| Săli de evenimente | 9 |
| Capacitate evenimente | 930 |
| Cifră de afaceri 2024 | 29,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 52 |





Top
15

hoteluri
de business

de
Stațiune

64 *Top 1-5*

69 *Top 6-15*





TELEFERIC GRAND HOTEL

jurii

45
puncte

evaluare

85,00
puncte

evoluție

cifra afaceri

79
puncte

cifra afaceri/camara

89
puncte

Cifra de afaceri/angajați

86
puncte

capacitate sali evenimente

80
puncte

rating

90
puncte

Teleferic Grand Hotel din Poiana Brașov a fost readus la viață în 2015, după ce locația a fost închisă mai bine de 20 de ani, în urma unor transformări radicale: renovări, consolidări, intervenții structurale, reconstrucții și recompartimentări ale camerelor. Hotelul are în prezent un total de 127 de camere și apartamente. Mobilierul elegant, decorațiunile și lambrul din lemn vechi de peste 80 de ani, folosit la placarea pereților, frumoasa praveștițe montană, împreună cu dotările moderne, oferă o experiență memorabilă în orice anotimp.

Cele două restaurante ale complexului, „4 Anotimpuri“ (180 de locuri) și „Coroana Gourmet“ (80 de locuri), au fost concepute pentru a putea satisface cerințele culinare ale oaspeților. Un alt serviciu pus la dispoziția clienților este centrul spa, cu piscină interioară, săli de tratament, saună umedă, uscată și infraroșu, jacuzzi exterior și sală de fitness. De asemenea, centrul de închirieri schiuri și școala de schi Teleferic,



garderoba de schiuri, locul de joacă pentru copii, „Casa UTU“ (o casă bistrițeană de la începutul secolului XX reconstruită în cadrul hotelului) destinată petrecerilor rustice sunt alte câteva dintre serviciile oferite oaspeților.

Pentru evenimente, fie că e vorba de ședințe sau conferințe de anvergură, întâlniri de business, evenimente private și corporative, sunt pregătite spații multifuncționale: trei săli de evenimente:

Poiana – 22 de locuri, Cetățuia – 33 de locuri și Postăvaru – 32 de locuri, precum și o sală pentru petreceri, Brașovia Ballroom, cu o capacitate de 250 de locuri. Toate sălile dispun de echipamente moderne audio-video, izolație fonică, internet de mare viteză și au fost proiectate pentru a întregi gama variată de facilități pe care hotelul le pune la dispoziție.

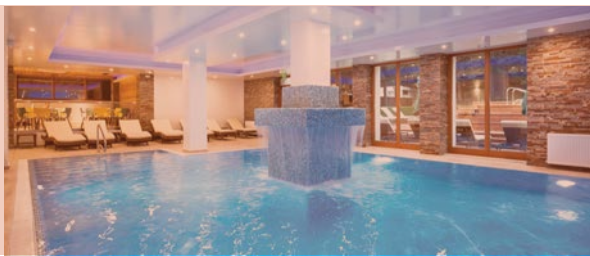
Clientela variază în funcție de sezon: iarna politica hotelului se concentrează pe clienți individuali, iar în sezonul de vară și în cele intermediare focusul este pe clienții de business.

Potrivit datelor raportate la Ministerul de Finanțe, hotelul a înregistrat în 2024 o cifră de afaceri de peste 43,9 milioane lei, în creștere față de anul anterior, și un profit de 11,2 milioane lei. ■



INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Poiana Soarelui nr. 243, Poiana Brașov, jud. Brașov |
| Spații de cazare | 127 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 455 |
| Cifra de afaceri 2024 | 43,9 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 123 |



ALPIN RESORT HOTEL



jury
37
puncte

evaluare
85,90
puncte

evoluție
cifră afaceri

84
puncte

cifră
afaceri/
cameră

88
puncte

Cifră de
afaceri/
angajați

90
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

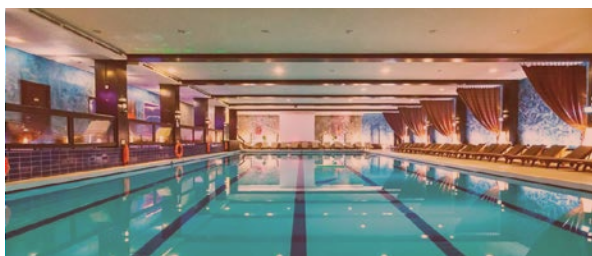
90
puncte

rating
80
puncte

Construit în stațiunea montană Poiana Brașov, complexul de 4 stele Alpin este compus din trei corpuri de cazare, alăturate și conectate între ele, care împreună pot găzdui peste 850 de oaspeți. Clădirea principală, hotelul Alpin, a fost inaugurată în anul 1976. Astăzi, are 140 de camere duble și patru apartamente, realizate în stiluri diferite de design. A doua clădire care compune complexul este aparthotelul, construită în perioada 2008-2010, în timp ce Alpin Casa a fost deschisă oaspeților în anul 2014, având 25 de camere și șapte apartamente. Complexul a fost proiectat și funcționează atât ca spațiu de leisure, cât și ca locație pentru teambuildinguri, conferințe sau întâlniri de tip corporat. Alpin Conference Center cuprinde mai multe spații ce pot fi amenajate în funcție de tipul evenimentului. Sala Carpați, cu o capacitate de 500 de persoane, este pretabilă pentru evenimente de amploare, iar Sala Poiana (Parter și Etaj), aflată la 10 minute distanță de cazare și cel mai mare spațiu al centrului, este potrivită pentru evenimente de mari dimensiuni, putând primi până la 800 de persoane. Sala Transilvania este potrivită pentru evenimente business de tip conferințe, oferind un format flexibil și ajustabil; Sala The Team oferă un spațiu multifuncțional, în timp ce Sala Sibiu face parte dintr-un grup de trei săli, alături de Sala Brașov și Sala Cluj, situate una sub alta pe trei etaje. Oaspeții au posibilitatea de a alege să ia masa într-unul din cele patru restaurante din cadrul hotelului. Deschis în anul 2010,

À Propos are un meniu gourmet cu preparate internaționale care pot fi consumate alături de vinurile recomandate de somelierul casei. Cu o capacitate de 200 de locuri, Tosca este decorat în stil clasic, combinând spațiile deschise cu separeuri intime. Preparatele cu specific românesc sunt servite în restaurantul Forest Lounge, construit în stil tradițional românesc, în timp ce Gatsby este situat în Casa Alpin și are un meniu specific italian. Pentru oaspeții care nu își petrec timpul liber pe părțile de schi din stațiune, Alpin Resort oferă posibilitatea petrecerii unor momente de relaxare la centrul Spa Vitarium. Facilitățile incluse aici sunt o piscină semiolimpică, sală de fitness și forță, saună și jacuzzi. Există de asemenea spații dedicate pentru wellness sau pentru programe de detoxifiere.

Alpin Resort Hotel a finalizat în vara anului 2023 noul spațiu de evenimente K2 Alpin, rezultat al transformării fostului Complex Favorit și al unei investiții de peste 5 milioane euro. Noul spațiu de evenimente cuprinde patru săli de conferințe (Sala Atlas, cu o capacitate de maximum 1.000 de persoane în aranjament teatru, Sala Altai - circa 195 persoane, Sala Ural - 145 de persoane, Sala Pamir - 50 de persoane) și șase spații expoziționale care însumează peste 2.000 mp, având o capacitate maximă de până la 2.000 de persoane. Din punct de vedere tehnic, K2 Alpin este dotat cu cele mai noi tehnologii și echipament complet pentru orice tip de eveniment. ■



| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Poiana Doamnei nr.9 Poiana Brașov, Brașov |
| Spații de cazare | 261 |
| Săli de evenimente | 6 |
| Capacitate evenimente | 2.200 |
| Cifră de afaceri 2024 | 73,7 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 172 |

INFO

COMPLEX ANA HOTELS POIANA BRAȘOV

jurii

38
puncte

evaluare

84,75
puncte

evoluție
cifra afaceri

82
puncte

cifra
afaceri/
cameră

87
puncte

Cifra de
afaceri/
angajați

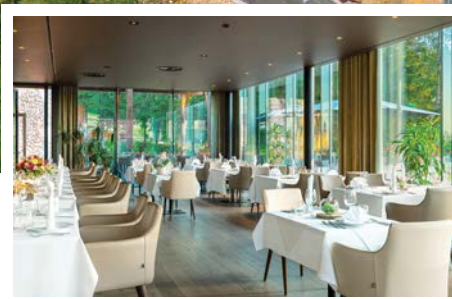
89
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

88
puncte

rating

80
puncte



Complexul Ana Hotels Poiana Brașov, parte a grupului Ana Hotels, deține două hoteluri de 4 stele - Ana Hotels Sport și Ana Hotels Bradul, cu un total de 171 de camere și apartamente - și un hotel de 3 stele, Ana Hotels Poiana, cu 53 de camere și apartamente. Ansamblul hotelier dispune și de un

restaurant cu un meniu internațional, dar și cu preparate specifice zonei Transilvaniei, Altitude, cu o capacitate de peste 200 de persoane, precum și de un bar în lobby și de un spațiu dedicat întâlnirilor de business sau private informale - Private Lounge. În ceea ce privește facilitățile oferite oaspeților, complexul beneficiază de un modern centru spa, Ana Spa Poiana Brașov. Realizat în urma unei investiții de 3,5 milioane de euro, centrul spa este construit pe o suprafață de 2.000 de metri pătrați și oferă diverse facilități precum: piscină, jacuzzi în aer liber și în interior, saună umedă și uscată, laconium, sală de fitness, opt camere de tratament pentru terapii de detoxifiere, wellness sau masaj.

Ana Hotels Poiana Brașov mai are și 11 săli de evenimente cu peste 1.000 de locuri, pentru întâlniri de business, conferințe, congrese, workshopuri, teambuildinguri sau evenimente private. Ana Ballroom, principalul spațiu destinat evenimentelor, renovat în anul 2011, are o suprafață de 450 de metri pătrați și poate găzdui până la 500 de invitați.

Grupul Ana Hotels, înființat de omul de afaceri George Copos în anul 1996, mai deține trei două hoteluri în București - InterContinental Athénée Palace Bucharest și Crowne Plaza Bucharest -, iar în Eforie Nord, operează hotelul Ana Hotels Europa. ■



INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Valea Dragă, Poiana Brașov, jud. Brașov |
| Spații de cazare | 171 |
| Săli de evenimente | 11 |
| Capacitate evenimente | 1.000 |
| Cifra de afaceri 2024 | 221,9 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 532* |



*Cifrele reprezintă datele oficiale raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Ana Hotels

ANA HOTELS EUROPA EFORIE NORD



jury

36
puncte

evaluare

85,20
puncte

evoluție
cifră afaceri

82
puncte

cifră
afaceri/
cameră

87
puncte

Cifră de
afaceri/
angajați

89
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

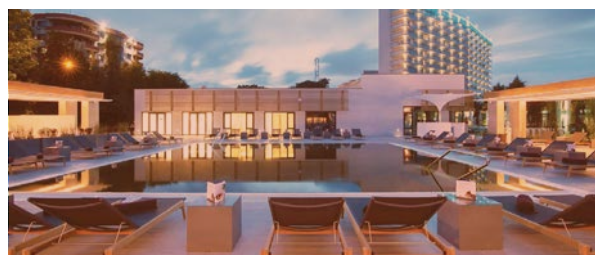
84
puncte

rating

85
puncte

Ana Hotels Europa Eforie Nord, parte a grupului autohton Ana Hotels din 2003, când a fost renovat și redecorat complet, este unul dintre hotelurile leisure și balneo de referință de pe litoralul românesc. Hotelul dispune de 221 de camere, toate cu vedere spre mare și spre grădina proprie, care se întinde pe aproximativ 30.000 de metri pătrați. Pe segmentul food & beverage, restaurantul hotelului, Blue Dolphin, are un meniu pe bază de preparate tradiționale românești, dar și internaționale, gătite cu ingrediente specifice zonei Mării Negre, iar împreună cu terasa adiacentă, aici pot fi găzduite până la 400 de persoane. De asemenea, hotelul mai dispune de un lobby bar, dar și de un pool bar. Pe lângă facilitățile de leisure, unitatea se adresează și turismului de business: centrul de conferințe este gândit pentru mai multe tipuri de evenimente, de la întâlniri de afaceri și traininguri până la congrese medicale, lansări de produse, teambuildinguri ș.a.m.d. Cu o suprafață de 900 de metri pătrați, centrul dispune de săli modulare cu lumină naturală, cu capacități totale de până la 500 de participanți, dotate cu echipamente adecvate fiecărui tip de eveniment. În 2020, compania a modernizat Ballroom Europa, adaptând spațiul noilor tendințe de design și echipamente tehnice. Totodată, a fost

inaugurată o nouă terasă, cu vedere spre grădină și piscină, ce deservește sălile mai mici ale hotelului. În ceea ce privește facilitățile de tratament, spa & wellness, în 2018 Ana Aslan Health Spa a fost extins cu o bază exterioară de tratament cu sare și nămol de Techirghiol, un concept unic pe litoralul românesc, dedicat exclusiv tratamentelor cu nămol din Lacul Techirghiol, investiția ridicându-se la 1,2 milioane de euro. Aflat la parterul hotelului, centrul oferă terapii de eliminare a stresului, tratamente balneare de vindecare și îmbină tehnici străvechi de relaxare cu proceduri de ultimă generație. De asemenea, oaspeții beneficiază și de tratamente tradiționale cu apă și nămol din Lacul Techirghiol. Facilitățile centrului mai includ o piscină încălzită cu apă sărată, un jacuzzi, o saună, o sală de fitness și 45 de camere pentru tratament. În octombrie 2023, hotelul a intrat într-un amplu proces de modernizare, investiția totală ajungând să depășească 14 milioane de euro. Proiectul, care a fost finalizat în aprilie 2024, a cuprins lucrări de eficientizare energetică a clădirii, atât la exterior prin termoizolare, refacerea tâmplăriei și a balcoanelor, modernizarea completă a instalațiilor clădirii, cât și prin refacerea designului camerelor și a unor funcționalități din renumitul SPA medical al hotelului. ■



| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★ ★ ★ ★ |
| Adresă | Str. Republicii nr. 13, Eforie Nord, jud. Constanța |
| Spații de cazare | 221 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 700 |
| Cifră de afaceri 2024 | 221,9 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 532* |

INFO

*Cifrele reprezintă datele oficiale raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Ana Hotels

ALMA HEALTH & SPA RETREAT

jury

34
puncte

evaluare

85,60
puncte

evoluție
cifra afaceri

90
puncte

cifra
afaceri/
cameră

76
puncte

Cifra de
afaceri/
angajați

82
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

88
puncte

rating

90
puncte



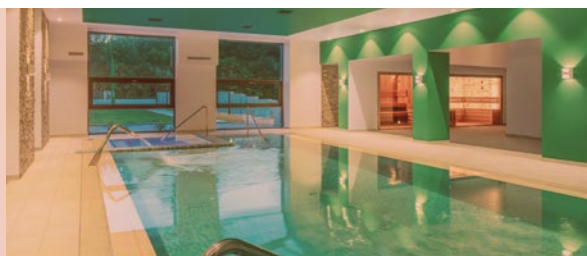
Alma Health & Spa Retreat a fost inaugurat în vara anului 2022, după lucrări care au durat trei ani și jumătate și în urma unei investiții totale de 20 de milioane de euro. Situat în stațiunea Lacu Sărat din județul Brăila, complexul oferă 185 de camere, un centru de evenimente și un centru de sănătate ultramodern, plajă privată și piscine. Întregul concept al resortului include mai multe puncte de interes, printre care hotelul în sine și spațiile de cazare, zona de tratamente și revigorare medicală, zona de conferințe și evenimente, cele șase restaurante și plaja cu ieșire spre Lacu Sărat. De asemenea, dispune și de trei baruri, dintre care două la plajă și unul în interiorul hotelului. Întins pe o suprafață de 2.500 de metri pătrați, Alma Health Center include o piscină interioară cu apă sărată captată din Lacu Sărat, 60 de cabinete individuale pentru terapii balneare cu nămol și apă sărată captată din Lacu Sărat, masaj, hidroterapii și electroterapii de înaltă performanță și săli de kinetoterapie, între care: 16 camere individuale pentru

băi cu nămol și apă sărată, masaj și împachetări cu nămol, băi de plante, duș Vichy, pat Dry Floating, hidrocromoterapie, duș subacval, kinetoterapie, hidrokinetoterapie în piscina cu apă sărată etc. Centrul de evenimente și conferințe este alcătuit din patru săli, Alma Grand Ballroom, Helise Ballroom, Panait Istrati și Ana Aslan, care pot primi în total până la 1.000 de persoane. Alma Grand Ballroom, cea mai mare sală, are o capacitate de 400 de invitați, atrium, scenă încorporată, schelă de lumini și videowall. Toate sălile dispun de tehnologie de ultimă generație și echipamente de calitate, astfel încât pot găzdui toate tipurile de evenimente private și corporate, evenimente culturale și expoziții. Alături de acestea, Restaurantul Allegria, Crama Kyralina și Restaurantul Ostia reprezintă opțiuni pentru organizarea de evenimente corporate, publice sau private. În 2024, resortul a înregistrat o creștere de aproape 34% a cifrei de afaceri față de anul anterior, de 18,8 milioane de lei, și un profit net de peste 1,7 milioane lei. ■



INFO

| | |
|-----------------------|-------------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Aleea Centrală nr. 5, Lacu Sărat |
| Spații de cazare | 185 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 1.000 |
| Cifra de afaceri 2024 | 18,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 71 |

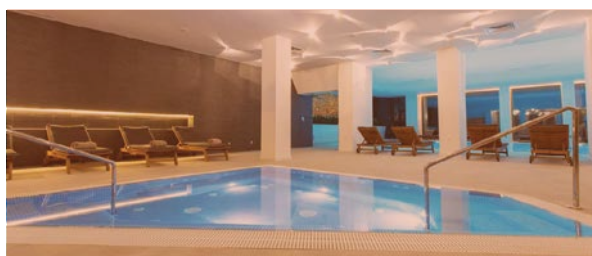
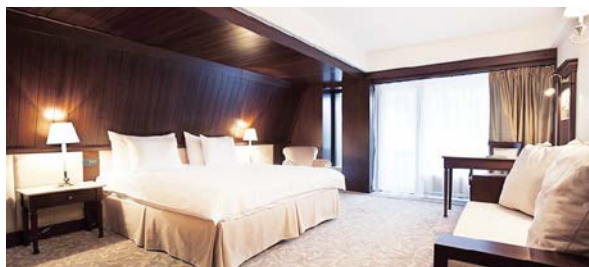


INTERNAȚIONAL SINAIA



Construit în anul 1983, Internațional Sinaia a fost gândit pentru găzduirea turiștilor veniți în stațiune pentru sporturile de iarnă. Din anul 2012 hotelul a fost afiliat grupului hotelier românesc Internațional Hotels, din care mai face parte și hotelul Internațional din Iași. Redeschis în 2011, în urma unui proces de reamenajare care s-a ridicat la șase milioane de euro, hotelul de 4 stele are 180 de camere, trei restaurante, un bar, o zonă de wellness și un centru de conferințe cu o suprafață de 1.400 de metri pătrați, cu nouă săli de conferințe și spațiu de expoziție. Dintre cele 180 de spații de cazare, 146 sunt camere duble standard, 5 sunt camere double deluxe, 14 sunt junior suite, 7 sunt executive junior suite, 6 one bedroom suite, o cameră single și o cameră pentru persoane cu dizabilități. Situat la primul etaj, restaurantul Tirol are specific austriac și o capacitate de 120 de locuri. Restaurantul Panoramic, cu bucătărie românească și internațională, poate primi până la 350 de oaspeți, iar Cucina Sofia, situat la parterul hotelului, are disponibile preparate cu specific italian, precum pizza sau paste. Barul de la Internațional Sinaia se numește Chocolate Bar și este situat la parterul hotelului. Centrul de conferințe, unde pot fi organizate evenimente corporate, traininguri sau prezentări de produse, numără nouă săli. Dintre acestea, sala Magnum, de 450 de persoane, și Auditorium, de 150 de locuri, sunt modulare, iar sala Forum poate primi 150-180 de persoane. Celelalte săli, Training I, Training II, Seminar, Observator, Belvedere și Colocvium, pot fi aranjate astfel încât să permită o capacitate cuprinsă între 30 și 70 de locuri. Zona de spa a fost renovată și modernizată în cursul anului 2016, în urma unei investiții

de 1,5 milioane de euro. La structura deja existentă la momentul respectiv s-au adăugat o saună umedă, un hammam cu o capacitate de zece persoane, o piscină cu o suprafață de 132 de metri pătrați, un jacuzzi și un spațiu pentru relaxare. Zona VIP dispune de trei cabinete private de masaj, unde oaspeții hotelului pot beneficia de masaje profesionale sau tratamente de reflexologie. În plus, zona VIP oferă un jacuzzi cu două paturi de hidromasaj, o saună uscată, o saună umedă și o salină artificială cu sare de Himalaya. În cadrul hotelului funcționează și un centru de entertainment, cu patru piste de bowling și două mese de biliard. Hotelul este situat pe Valea Prahovei, la numai 120 de kilometri distanță de București, la poalele masivului Bucegi, nu departe de atracțiile turistice din zonă, cum ar fi Mănăstirea Sinaia, Casino Sinaia, Castelul Peleş ș.a.m.d. În 2024, hotelul Internațional Sinaia a înregistrat o cifră de afaceri de 43,6 milioane lei și un profit de 16 milioane lei. ■



| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Avram Iancu nr. 1, Sinaia, jud. Prahova |
| Spații de cazare | 180 |
| Săli de evenimente | 9 |
| Capacitate evenimente | 1.000 |
| Cifră de afaceri 2024 | 43,6 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 114 |

INFO

jurii
20
puncte

evaluare
84,75
puncte

evoluție
cifră afaceri
78
puncte

cifră
afaceri/
cameră
83
puncte

Cifră de
afaceri/
angajați
88
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
88
puncte

rating
87
puncte

AURELIUS ÎMPĂRATUL ROMANILOR

evaluare
84,65
puncte

evoluție
cifră afaceri
81
puncte

cifră
afaceri/
cameră
86
puncte

cifră
afaceri/
angajați
83
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
89
puncte

rating
84
puncte



Hotelul Aurelius din Poiana Brașov, parte a lanțului hotelier Împăratul Romanilor alături de încă trei hoteluri, și-a deschis porțile în anul 2006, fiind, de atunci, destinația perfectă atât pentru sezonul de iarnă, cât și pentru cel estival. Hotelul este situat pe marginea Lacului Miorița, iar camerele au priveliște către masivul Postăvarul, cunoscut ca fiind una dintre cele mai frumoase zone de schi. Aurelius dispune, în total, de 88 de camere, din care șapte apartamente deluxe cu o suprafață de 200 mp și 18 apartamente premier de 160 mp. Toate spațiile de cazare sunt dotate cu aer condiționat, cablu TV, telefon și minibar. Pe lângă oferta destinată turiștilor de leisure, hotelul este potrivit și pentru organizarea de conferințe, meetinguri sau evenimente corporate. Astfel, pune la dispoziție patru săli de conferințe, toate dotate cu cele mai noi tehnologii:

ecrane, flipcharturi, internet wireless, echipamente de sonorizare, videoproiectoare, precum și asistență tehnică pe perioada evenimentului. Salonul Imperial poate să găzduiască până la 400 de persoane, sala de conferințe Aurelius are o capacitate de 300 de persoane, iar Salonul Belvedere și Salonul Albastru au fiecare o capacitate de câte 170 de persoane. În total, sălile de evenimente pot găzdui peste 1.000 de persoane. Un alt punct forte al hotelului este reprezentat de Centrul Spa, care pune la dispoziția clienților piscină, jacuzzi, o saună și o sală de sport. Restaurantul hotelului, numit Miorița, are un meniu variat, cu preparate din gastronomia românească, dar și din bucătăriile internaționale. Situat într-o zonă turistică, în mijlocul unui peisaj maiestuos, hotelul Aurelius Împăratul Romanilor este o oază de liniște și relaxare și în același timp cadrul perfect pentru evenimente reușite. ■

INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Poiana lui Neagoe nr. 25, Poiana Brașov |
| Spații de cazare | 88 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 1.000 |
| Cifră de afaceri 2024 | 27,3 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 86 |



BALVANYOS RESORT



Aflat la trei kilometri de stațiunea Băile Balvanyos, hotelul este singura unitate de cazare de mari dimensiuni din zonă. Preluat în 2007 de către Lorand și Zsuzsanna Szarvadi, acesta a fost redeschis în 2010, în urma unui proces de renovare și modernizare, ajungând la 102 camere, de la 72. Până în 2019, hotelul a atras în total investiții de peste 11 milioane de euro, iar proiectele de dezvoltare au continuat periodic. Construită în anul 1938, clădirea principală a Balvanyos Resort este una dintre puținele din România realizate în stilul arhitectural Bauhaus.

O investiție majoră a fost reprezentată de Grand Santerra Spa, deschis în martie 2016, în urma unei investiții de 3,5 milioane de euro, din care 1,5 milioane euro a reprezentat finanțare



nerambursabilă din fonduri europene. Centrul spa include șapte bazine, trei saune, baie de aburi, salină, sală de fitness, cinci camere de tratament pentru masaje și împachetări corporale și cabinet medical. Hotelul dispune de trei restaurante: Grand Hotel (restaurantul principal, capacitate până la 200 de persoane), Fork (restaurant de fine dining) și GastroLab (aflat într-o clădire separată, cu o bucătărie care pune accentul pe preparate transilvănene reinterpretate).

Aflat pe un domeniu cu o suprafață totală de 15 hectare, în mijlocul unei păduri superbe, complexul propune o ofertă de activități outdoor și indoor impresionantă, perfecte pentru petrecerea timpului liber, printre care se numără terenuri de sport multifuncționale, sală de fitness, perete de cățărări, pistă de alergare de 1,7 km în jurul hotelului, trasee de mountain bike cu diferite grade de dificultate. Totodată, are patru săli de conferințe care pot găzdui 400 de persoane, cea mai mare dintre ele având o capacitate de 300 de locuri.

În mai 2022 a fost realizată o extindere a capacității de cazare, hotelul ajungând la un total de 120 de camere, iar în iulie 2024 capacitatea Balvanyos Resort a crescut din nou odată cu deschiderea unui nou corp, sub numele de Peakture Hotel, care oferă 50 de camere, o zonă SPA, un restaurant, două zone de bar și două sali noi de conferință. În prezent, resortul cuprinde două clădiri mari – Grand Hotel, cu 102 camere și Peakture Hotel, cu 50 de camere, dar și câteva vile, ce cumulează circa 20 de camere. ■

evaluare

84,50
puncte

evoluție
cifră afaceri

89
puncte

cifră
afaceri/
cameră

90
puncte

cifră
afaceri/
angajați

84
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

83
puncte

rating

78
puncte

Clasificare

★★★★

Adresă

DN 11C km 23, Balvanyos,
Covasna

Spații de cazare

172

Săli de evenimente

5

Capacitate evenimente

500

Cifră de afaceri 2024

59,6 milioane lei

Nr. angajați 2024

230

INFO

SOVATA ENSANA HEALTH SPA HOTEL

evaluare

82,70
puncte

evoluție
cifră afaceri

87
puncte

cifră
afaceri/
cameră

82
puncte

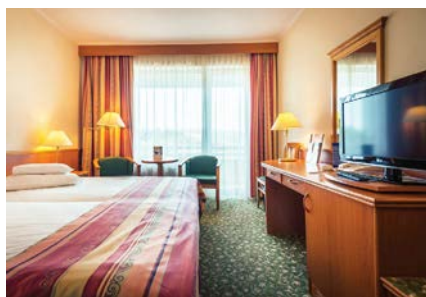
cifră
afaceri/
angajați

81
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

85
puncte

rating
79
puncte



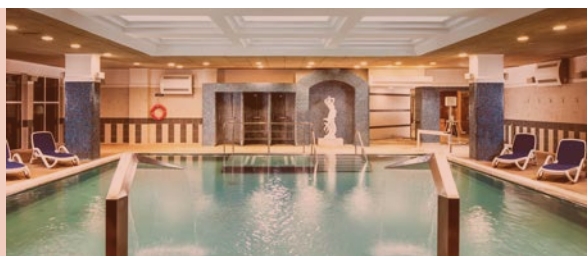
În perioada 2003-2011, Danubius Hotels Group (actualmente Ensana Hotels), unul dintre cei mai mari operatori specializați în servicii balneare din Europa Centrală, a investit aproximativ 15 milioane de euro în Danubius Health Spa Resort Sovata, transformându-l într-o locație de referință pe acest segment de piață. În urma unui proces de rebranding ce a început să fie implementat la nivelul grupului, din luna septembrie 2019, hotelul Danubius Health Spa Resort Sovata și-a schimbat denumirea în Sovata Ensana Health Spa Hotel. Unitatea dispune de 168 de camere cu balcon, baie, telefon, televizor cu programe prin satelit, minibar, seif și internet wireless. Sunt disponibile și camere cu aer condiționat, camere antialergice și camere speciale pentru cei cu handicap locomotor. Alte facilități includ spălătorie, magazin cu suveniruri și parcare contra unui cost suplimentar. Oaspeții pot beneficia de zona de spa, care oferă piscină cu apă dulce, piscină cu apă sărată, saună, baie de aburi, un bazin tip aventură, cameră de relaxare, sală de fitness și halate de baie gratuite. Piscina cu apă terapeutică este alimentată cu apa Lacului Ursu, situat la doar 200 de metri de hotel. Lacul Ursu, unic în Europa, este renumit pentru apa cu concentrație salină care are numeroase efecte terapeutice, fiind populară în rândul

persoanelor cu afecțiuni locomotorii, dermatologice sau ginecologice. Echipa de medici specialiști a hotelului se ocupă de cei care pot urma terapii tradiționale, în timp ce oaspeții ce-și doresc relaxare, se pot bucura de o zonă de wellness spațioasă și de tratamente cosmetice. Printre facilități se numără și o sală de sport, cu benzi de alergat, aparate cardio și de forță, consult fitness, program de antrenament personalizat și masaje de revigorare. Pe partea de F&B, hotelul dispune de restaurant, o terasă de vară, drink bar și cafe bar. Centrul de conferințe al hotelului face posibilă organizarea conferințelor, a trainingurilor, dar și a recepțiilor sau cinelor festive, având în componență opt săli destinate evenimentelor, cu o capacitate totală de 1.350 de locuri.

În 2020, grupul hotelier Ensana a alocat un buget de investiții de 9 milioane de euro în renovarea hotelului Sovata. Au fost reamenajate complet trei etaje, mai exact 84 de camere, iar în 2023 au fost reamenajate 56 de camere. Etapa următoare a proiectului a cuprins amenajarea recepției, sălilor de conferință, zonei de acces spa, lobby, bar etc. Planurile de viitor ale companiei care deține hotelul vizează o investiție de 40 de milioane euro în extinderea capacității de cazare cu încă 160 de camere noi, spa în aer liber și zonă de tratament, plus parcare subterană. ■

INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★ ★ ★ ★ |
| Adresă | Str. Trandafirilor nr. 111, Sovata, jud. Mureș |
| Spații de cazare | 168 |
| Săli de evenimente | 8 |
| Capacitate evenimente | 830 |
| Cifră de afaceri 2024 | 84,8 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 308* |



*Cifrele reprezintă datele financiare raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Balneoclimaterica

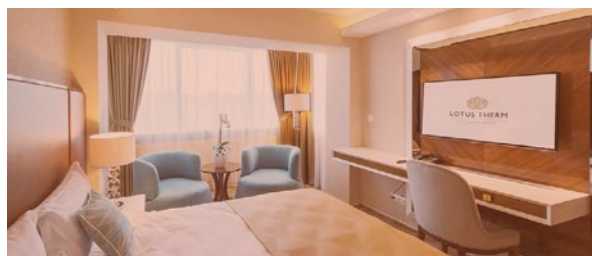
LOTUS THERM SPA & LUXURY RESORT



kinetoterapie, masaj, piscine interioare cu apă termală, cosmetică, saune și o fântână cu gheață. Complexul are trei săli de conferințe - Salonul Topaz dispune de 100 de locuri, Salonul Opal de 150 de locuri, iar Salonul Onix, de 200 de locuri, care se pot adapta oricărui tip de eveniment: conferințe, traininguri, cursuri, simpoziioane, seminare, teambuildinguri, evenimente exclusiviste private, ce pot găzdui în total circa 450 de persoane. Restaurantul din cadrul hotelului Lotus Therm, Salon Ambra, are o capacitate de 180 de persoane, având un meniu internațional, iar în vecinătatea recepției este amenajat barul de zi Crystal Café. Planurile de viitor vizează un amplu proces de reamenajare, cu accent pe modernizarea restaurantului, barului și a sălilor de conferință, redeschiderea fiind programată pentru prima parte a anului 2026. ■



Clasificat la 5 stele, Lotus Therm Spa & Luxury Resort se întinde pe o suprafață de 47.000 de metri pătrați și este amplasat în stațiunea Băile Felix de lângă Oradea. Hotelul a fost deschis în octombrie 2015, beneficiind de o investiție evaluată la circa 29,3 milioane de euro, din partea celor cinci acționari: compania Turism Felix și patru fonduri de investiții: SIF Transilvania, SIF Oltenia, SIF Muntenia și SIF Moldova. Lotus Therm este împărțit în patru zone mari: hotelul, baza de tratament, zona de agrement (Aquapark Felixarium) și parcare de 210 locuri. Hotelul are 180 de camere și apartamente, dintre care 79 single, 40 duble (trei din ele pot găzdui persoane cu dizabilități), 47 de apartamente standard și șase apartamente speciale. Complexul include un aquapark inedit, Felixarium, construit și proiectat la cele mai înalte standarde, cu 14 piscine interioare și exterioare cu recirculare și apă termală, jacuzzi, peșteri, cascade, două tobogane, zone de luat masa, teren de beach volley, centrul Gold Spa cu trei tipuri de saună și cameră de gheață. Centrul de tratament balnear și spa, Nelumbo Med-SPA dispune de cele mai variate servicii și terapii: hidroterapie, împachetări și băi cu nămol, împachetări cu parafină, electroterapie, hidrokinetoterapie,



| | |
|------------------------------|---|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Victoria nr. 20, Băile Felix, jud. Bihor |
| Spații de cazare | 180 |
| Săli de evenimente | 3 |
| Capacitate evenimente | 450 |
| Cifra de afaceri 2024 | 42,7 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 192 |

INFO

evaluare

81,35
puncte

evoluție
cifră afaceri

80
puncte

cifră
afaceri/
cameră

84
puncte

cifră
afaceri/
angajați

80
puncte

capacitate
săli evenimente

79
puncte

rating

83
puncte

BRĂDET ENSANA HEALTH SPA HOTEL

evaluare

81,20
puncte

evoluție
cifră afaceri

83
puncte

cifră
afaceri/
cameră

79
puncte

cifră
afaceri/
angajați

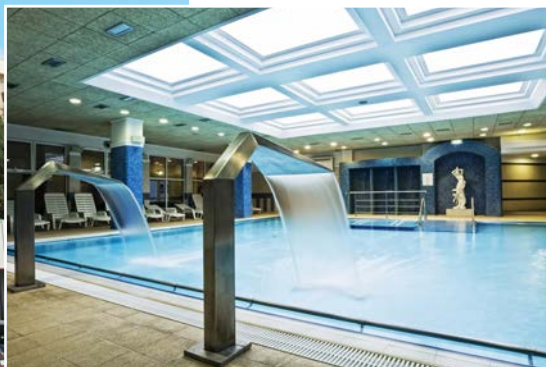
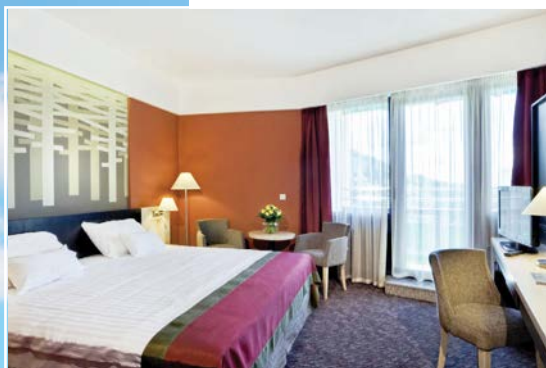
78
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

83
puncte

rating

82
puncte

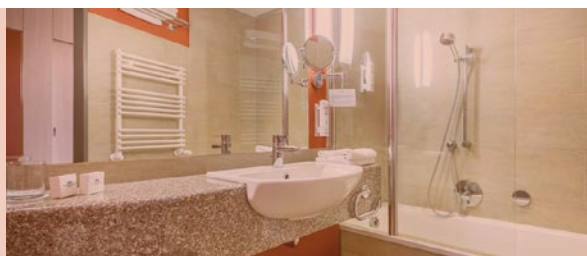


Hotelul Brădet Ensana Health Spa Hotel a fost redeschis în iunie 2014 sub numele de Danubius Health Spa Resort Brădet, după un amplu proces de renovare început în anul 2009, care a s-a ridicat la peste șapte milioane de euro. Cinci ani mai târziu, mai exact în septembrie 2019, hotelul și-a schimbat denumirea în Brădet Ensana Health Spa Hotel, în urma unui proces de rebranding ce a început să fie implementat la nivelul lanțului hotelier Ensana Hotels (fost Danubius Hotels Grup. Clasificat cu 4 stele, hotelul este legat prin pasarele și un tunel de celelalte două hoteluri ale grupului din Sovata, respectiv Sovata Ensana Health Spa Hotel și Ursina Ensana Health Spa Hotel (fost Hotel Făget). Datorită amplasării sale, la 200 de metri distanță de lacul Ursu, singurul lac heliotermic din Europa, oaspeții pot să beneficieze de proprietățile terapeutice ale apei și nămolului pentru cure balneare sau de recuperare. Hotelul are 93 de spații de cazare, dintre care 88 sunt camere deluxe sau deluxe plus (camererele cu vedere spre lac), la care se adaugă cinci apartamente, fiecare cu o suprafață de 44 metri pătrați. Magnolia, restaurantul din cadrul complexului, are 150 de locuri și un meniu alcătuit atât preparate specifice bucătăriei transilvănene, cât și

internaționale. Pentru momente de relaxare, pe timp de zi, este deschis cafe-barul Orhideea. Complexul Brădet are amenajată o sală de conferințe, denumită Margareta, cu o suprafață de 500 de metri pătrați, care poate să acomodeze până la 500 de persoane, atât în cadrul evenimentelor de tip business, cât și în cele de tip privat. Pe lângă serviciile de tratament bazate pe gradul ridicat de salinitate al apei lacului Ursu, Brădet Ensana Health Spa Hotel oferă un program inedit, intitulat antistres, o terapie integrată pentru minte și corp, care este acreditată de către Institutul Internațional de Prevenție de la Munchen. Centrul de wellness include piscină, jacuzzi, bazin pentru copii, kneipp (baie cu plante caldă și rece), saună finlandeză, cu aburi, infrasaună și aromasaună, sală de fitness și salon de cosmetică. Pentru persoanele alergice, la etajul trei al hotelului, este amenajată o cameră specială, cu funcționalități ce pot fi reglate în funcție de tipul de alergie de care suferă fiecare. Specializat în turismul de spa și wellness, grupul Ensana Hotels este unul dintre cele mai mari grupuri hoteliere din Ungaria, cu hoteluri deschise atât în țara de origine, cât și în Marea Britanie, Republica Cehă, Slovacia și România. ■

INFO

| | |
|-----------------------|-----------------------------------|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Vulturului nr. 68, Sovata |
| Spații de cazare | 93 |
| Săli de evenimente | 1 |
| Capacitate evenimente | 600 |
| Cifră de afaceri 2024 | 84,8 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 308* |

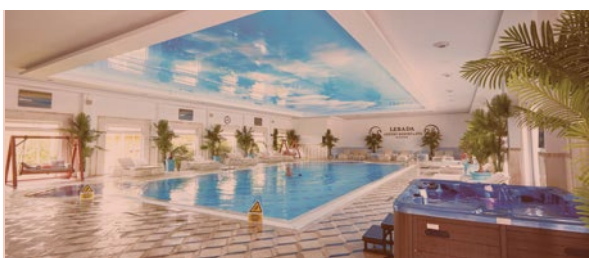


*Cifrele reprezintă datele financiare raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Balneoclimaterica

LEBĂDA LUXURY RESORT & SPA



Lebăda Luxury Resort & SPA, aflat pe o insulă privată în localitatea Crișan din Delta Dunării, a fost inaugurat în anul 2019, în urma unui amplu proces de renovare a vechiului complex Lebăda, de către oamenii de afaceri Constantin Căpățână și Iulian Robu, proprietarii complexului rezidențial Militari Residence din București. Complexul, care dispune de un teren de aproape patru hectare, a fost transformat într-un resort de 5 stele în urma unei investiții care a depășit suma de 20 de milioane de euro. Renovarea a durat un an, timp în care capacitatea de cazare a fost dublată și a fost construit centrul spa pe o suprafață de 1.000 de metri pătrați. În prezent, hotelul de lux oferă 187 de camere, apartamente și bungalowuri, cu suprafețe cuprinse între 18 și 36 metri pătrați, iar apartamentele pot ajunge și la 110 metri pătrați. Lebăda Luxury Resort & SPA este o locație atât pentru weekenduri și vacanțe relaxante în familie, cât și pentru întâlniri de business. Resortul dispune de spații flexibile pentru evenimente personalizate (private sau corporate), zone de joacă și relaxare, club pentru copii, grădini luxuriante, trei piscine exterioare și una interioară încălzită, un spa elegant și un centru de fitness de ultimă generație. În ceea ce privește sălile de evenimente, Lebăda Luxury Resort & SPA pune la dispoziția clienților două săli, New York și Singapore, cu o capacitate de 150, respectiv 50 de locuri. Sălile sunt complet echipate, cu facilități ultramoderne de cinci stele, pentru petreceri private, baluri, conferințe sau teambuildinguri. Pe segmentul culinar, resortul pune la dispoziția turiștilor patru restaurante cu specific tradițional sau internațional, într-un stil modern – Danube Pride, Cherhana Cămara Lipoveanului, El Fouad Lebanese Restaurant și Hakucho Japanese Restaurant. Zona de spa & wellness, Up The Riviera Spa, include o piscină interioară încălzită, hidromasaj, saună uscată și umedă cu acces gratuit, un centru de fitness și trei piscine exterioare, dintre care una pentru copii. ■



evaluare

81,00
puncte

evoluție
cifră afaceri

85
puncte

cifră
afaceri/
cameră

77
puncte

cifră
afaceri/
angajați

76
puncte

capacitate
săli evenimente

76
puncte

rating

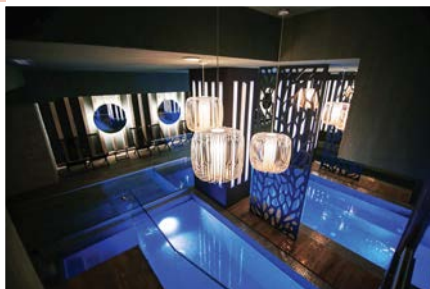
88
puncte

INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Mal Stâng nr. 63, Crișan, jud. Tulcea |
| Spații de cazare | 187 |
| Săli de evenimente | 2 |
| Capacitate evenimente | 200 |
| Cifră de afaceri 2024 | 20 milioane lei* |
| Nr. angajați 2024 | 288* |

*Cifrele reprezintă datele financiare raportate la Ministerul Finanțelor de către compania Club Militari Residence, care operează hotelul

BACOLUX AFRODITA RESORT & SPA



evaluare

79,70
puncte

evoluție
cifră afaceri

88
puncte

cifră
afaceri/
camera

78
puncte

cifră
afaceri/
angajați

79
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

77
puncte

rating

77
puncte

Aflat în centrul stațiunii Băile Herculane, încadrat de peisajul incredibil al munților Domogled, Afrodita Resort & Spa îmbină confortul cu beneficiile terapiilor balneare. Modernizarea hotelului a început în anul 2012 și a fost susținută de Grupul Bacolux, care mai deține hoteluri în Băile Herculane, Bușteni, Craiova și Eforie Nord.

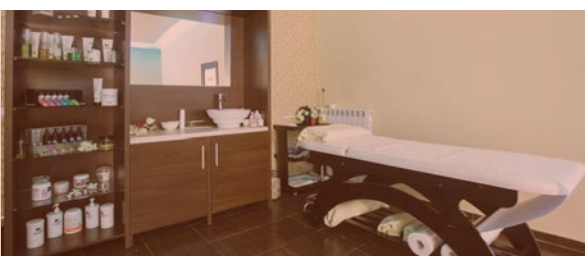
Dezvoltarea și îmbunătățirea serviciilor și facilităților oferite oaspeților rămân obiectivele principale ale întregului grup Bacolux Hotels. Resortul dispune de 220 de camere generoase distribuite pe zece etaje. În 2019, a fost inaugurat Herculum SPA, un concept creat prin folosirea resurselor naturale specifice zonei, ce au fost integrate în tratamentele spa. Centrul de relaxare se întinde pe aproape 2.500 de metri pătrați, iar procedurile se adresează în egală măsură atât omului activ, sănătos și prea ocupat, cât și acelora care au nevoie de tratament și ameliorare. Aria de piscine și saune, din interior, se întinde pe o suprafață de aproximativ 800 de metri pătrați și este destinată în principal detoxifierii organismului, dar și recreerii active. Herculum SPA propune și o saună neagră ce readuce în actualitate „smoke sauna”, dar pune în valoare și pinul negru, o particularitate a locului. Spa-ul dispune de o sursă proprie de apă termală minerală concentrată în sulf, cu pH optim pentru piele, oferind posibilitatea de terapii balneare pentru recuperare și prevenție.

În cadrul Afrodita Resort & Spa, preparatele locale și internaționale pot fi alese din meniurile a două restaurante: Restaurant Premier, cu o capacitate de 350 de locuri, și Restaurant Labirint (150 locuri), dar și la Grădina de Vară Belvedere (200 de locuri) ori în zona de Coffee & Lounge (50 de locuri). Afrodita Resort & Spa a dezvoltat și zona serviciilor corporate, de la conferințe, workshopuri, prezentări la seminare și simpozioane. Locația dispune și de sală de protocol. Spațiile de conferințe de la Afrodita Resort & Spa sunt potrivite pentru evenimente de la 20 la 200 de persoane. Echipa asigură asistență tehnică și internet Wi Fi. Bacolux Hotels România mai operează hotelurile Bacolux Diana Resort - Băile Herculane, Bacolux Craiovița Hotel & Events - Craiova, Pensiunea Bacolux - Bușteni și Bacolux Koralio - Eforie Nord și Bacolux Santis din Covasna. ■



INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Strada Complexelor nr. 2, Băile Herculane |
| Spații de cazare | 210 |
| Săli de evenimente | 2 |
| Capacitate evenimente | 270 |
| Cifră de afaceri 2024 | 27 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 117 |



COMPLEX PRESIDENT



Locul

14



evaluare

79,55
puncte

evoluție
cifra afaceri

76
puncte

cifra
afaceri/
camera

80
puncte

cifra
afaceri/
angajați

85
puncte

capacitate
săli eveni-
mente

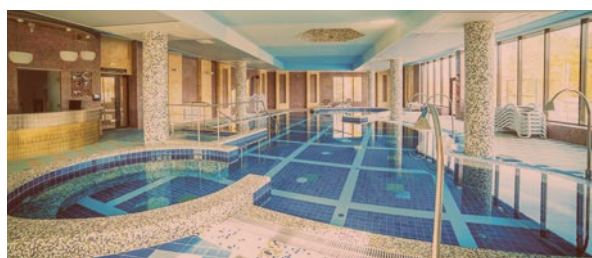
83
puncte

rating
76
puncte

Complexul President din stațiunea balneară Băile Felix este deținut de President Hotels & Resort, care mai are în portofoliu și hotelurile President Spa și Aqua President, toate acestea ocupând o suprafață generoasă, ce oferă numeroase facilități, inclusiv un modern Aqua Park. Cele patru hoteluri au o capacitate de cazare totală de circa 250 de camere și apartamente, centru de conferințe, sală de evenimente și două restaurante. Hotelul President, deschis în 2001 și modernizat și extins cu un corp nou în 2011, este dotat cu patru săli de conferință de diverse capacități, de la 20 până la 350 de persoane, de care pot beneficia și celelalte hoteluri din complex. Începând cu vara anului 2023, de la etajul 1 există o pasarelă care traversează drumul dintre Hotelul President și Aqua Parkul President, astfel că oaspeții pot ajunge dintr-o parte în alta a resortului fără a ieși afară. Hotelul President Spa, care dispune de 45 de camere și cinci apartamente, a fost inaugurat în iulie 2017. Construcția înglobează tehnologii inovative de încălzire și răcire a apei, folosindu-se energia generată de apa termală uzată,

multe dintre acestea fiind folosite, la momentul respectiv, pentru prima dată pe piața locală. Hotelul este dotat cu o piscină acoperită, una exterioară cu pool bar încorporat, zonă de plajă, precum și cu un centru spa modern, cu trei saune, un jacuzzi, zonă de relaxare și cabinete de masaj. Al doilea hotel, Aqua President, dispune de 24 de camere și patru apartamente, destinate în special familiilor.

Hotelul President Business, cel mai nou din complex, este lipit de corpurile Standard și Superior ale hotelului President Spa, are 62 de camere duble și opt apartamente, precum și un restaurant nou, cu o capacitate de 400 de locuri, amplasat la parter, care deservește ambele locații. La primul etaj al clădirii sunt amplasate cele patru săli de conferințe, două dintre acestea având o capacitate cuprinsă între 80 și 100 de locuri, o alta de până la 200 de locuri și ultima de 25 de locuri, rezervată diverselor meetinguri, prezentări de produs și altele. Toate sălile sunt dotate cu sonorizare, sistem de traducere simultană, videoprojector cu ecran de proiecție, flipchart etc. ■



| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Calea Beiușului nr. 68, Băile Felix, jud. Bihor |
| Spații de cazare | 174 |
| Săli de evenimente | 8 |
| Capacitate evenimente | 500 |
| Cifra de afaceri 2024 | 33,8 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 103 |

INFO

IAKI HOTEL

evaluare
79,25
puncte

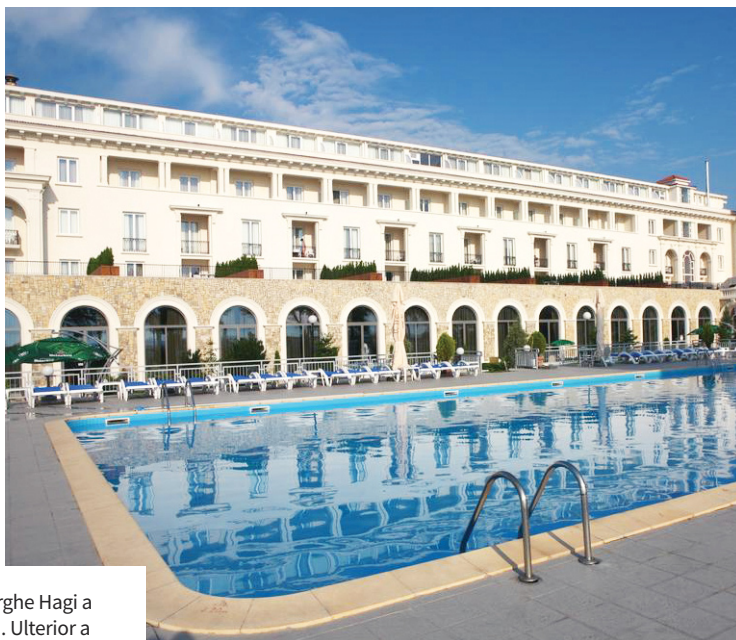
evoluție
cifră afaceri
77
puncte

cifră
afaceri/
cameră
81
puncte

cifră
afaceri/
angajați
77
puncte

capacitate
săli eveni-
mente
78
puncte

rating
82
puncte



Actualul hotel de la malul mării deținut de Gheorghe Hagi a fost inaugurat în anul 1959 sub numele de Yalta. Ulterior a primit numele de Hotel București, iar din anul 1999, când a fost cumpărat de fostul fotbalist, se numește Iaki. Situată la 20 de metri de plaja din Mamaia, Iaki este una dintre puținele unități de cazare de pe litoralul românesc deschise pe tot parcursul anului. Hotelul de 4 stele are 122 de camere, dintre care 62 duble, 20 duble superioare, două camere executive, 24 de apartamente standard, șase apartamente superioare, cinci executive și trei apartamente prezidențiale. Iaki este dotat și cu un centru de conferințe, Conference Center Iaki Hotel, cu patru săli de evenimente. Sala București are o capacitate de 50 de locuri, la fel ca și Sala Roma, în timp ce Sala Madrid poate găzdui 100 de persoane, iar Sala Viena, 200. Pentru evenimente ce depășesc 200 de invitați, sălile Viena, Madrid și Roma pot fi unite.

Hotelul Iaki are două restaurante și două baruri. Restaurantul Coriolis este deschis pe toată durata anului și are o capacitate de 120 de locuri. Meniul regăsit aici este unul à la carte, cu preparate tradiționale românești, dar și internaționale. Al doilea restaurant din cadrul hotelului, Ballroom, poate găzdui 250 de clienți și are priveliște către mare.

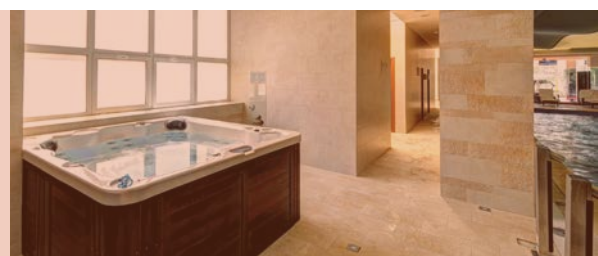
În plus, hotelul dispune și de sala de evenimente Casino Iaki, unde se pot organiza petreceri de nuntă, în timp ce pentru momente de relaxare sunt disponibile cele două baruri din incinta hotelului, Piano Bar, cu o capacitate de 60 de locuri, și Sunrise Bar, situat lângă piscina exterioară, care este deschis doar pe perioada estivală. Iaki Spa a fost inaugurat în 2002, având o suprafață de 1.600 de metri pătrați. Spațiul a fost renovat în 2012, în urma unei finanțări cu fonduri europene, oferind oaspeților facilități precum piscină cu apă



încălzită, saună umedă și uscată, duș emoțional sau cervical, jacuzzi și duș Vichy. Zona de spa mai dispune și de o sală de sport, Iaki Gym, și de o zonă de masaj și relaxare, Spa Senses. Investiția s-a ridicat la aproximativ 3,4 milioane de euro. ■

INFO

| | |
|-----------------------|-------------------|
| Clasificare | *** |
| Adresă | Mamaia, Constanța |
| Spații de cazare | 123 |
| Săli de evenimente | 4 |
| Capacitate evenimente | 400 |
| Cifră de afaceri 2024 | 26,5 milioane lei |
| Nr. angajați 2024 | 137 |



Top regional

50

hoteluri de business



80 Topuri
pe regiuni

Cele mai bune hoteluri din
fiecare zonă a țării



TRANSILVANIA

CONTINUĂ SĂ ATRAGĂ NOI BRANDURI ȘI CONCEPTE

Cu unele dintre cele mai atractive orașe, regiunea rămâne în continuare un pol de atracție pentru investitori, atât locali, cât și străini. Brașovul a bifat în 2024 deschiderea primului Swissôtel de pe piața locală și așteaptă mai multe branduri și concepte noi, precum Hyatt Regency Aro Palace Brașov, AC Hotels by Marriott, Radisson Blu Grand Mountain Resort sau Kempinski în Poiana Brașov, dar și Hilton Garden Inn sau DoubleTree by Hilton. Totodată, regiunea are deja un Courtyard by Marriott la Cluj-Napoca și sunt anunțate un resort, DoubleTree Maramureș Izvoare Resort, un Hampton by Hilton în stațiunea Beliş – Fântânele, precum și un Four Points by Sheraton la Cluj-Napoca și un Courtyard by Marriott la Sibiu.

1. Qosmo Hotel
2. Kronwell Hotel Brașov
3. Radisson Blu Aurum Brașov
4. Aurelius Împăratul Romanilor
5. Werk Hotel & Spa

DATE ESENȚIALE

| | |
|-----------------|---|
| Județe | Alba, Bistrița-Năsăud, Brașov, Cluj, Covasna, Harghita, Hunedoara, Mureș, Maramureș, Satu Mare, Sibiu |
| Hoteluri ★★★★★ | 141 |
| Hoteluri ★★★★★★ | 14 |



BANAT & CRIȘANA

BRANDURI NOI ȘI OPORTUNITĂȚI DE CREȘTERE

Dacă până acum Oradea era orașul-fanion al acestei regiuni, Timișoara pare că începe să recupereze rapid teren, unele dintre cele mai importante proiecte fiind anunțate aici. Oradea va avea un hotel sub brandul Mercure, programat pentru începutul lui 2026, în timp ce Timișoara are mai multe premiere: primul Curio Collection by Hilton (Tresor Le Palais) și primul Radisson Individuals (Galaxy Hotel) din România, dar și primele Courtyard by Marriott, Radisson Blu și Novotel din acest oraș. În Arad este așteptat primul Autograph Collection by Marriott - The River din regiune, a cărui deschidere este programată pe final de 2026, iar în Zalău a fost anunțat un hotel sub brandul Ramada by Wyndham.



1. Doubletree By Hilton Oradea
2. Ramada By Wyndham Oradea
3. Lotus Therm Spa & Luxury Resort
4. Complex President
5. Continental Forum Arad

DATE ESENȚIALE

| | |
|-----------------|--|
| Județe | Arad, Bihor, Caraș-Severin, Sălaj, Timiș |
| Hoteluri ★★★★★ | 49 |
| Hoteluri ★★★★★★ | 5 |

MOLDOVA

PIAȚĂ CU POTENȚIAL, INSUFICIENT EXPLOATATĂ

1. Pleiada Boutique
2. Unirea Hotel & Spa
3. International Iași
4. Reditu
5. Mercure Galați Centrum

Moldova continuă să fie regiunea cel mai puțin dezvoltată din întreaga țară din punctul de vedere al hotelurilor clasificate cu 4 sau 5 stele, fiind dominată de hoteluri mici, locale, și pensiuni. Regiunea are două hoteluri de 5 stele, unul situat în Iași, iar unul în Galați, în timp ce numărul hotelurilor de 4 stele este de 41, cele mai multe fiind în Suceava – 14, Bacău – 10 și Iași – 7. Interesul marilor lanțuri internaționale rămâne în continuare scăzut, după deschiderea primului Mercure din regiune – Mercure Galați Centrum, fiind anunțat doar încă un hotel nou, tot sub brandul Mercure, în Bacău, operat de dezvoltatorul local Arena City Center, însă începerea lucrărilor de construcție a fost amânată pentru anul 2027.



DATE ESENȚIALE

| | |
|-------------------|--|
| Județe | Bacău, Botoșani, Galați, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui, Vrancea |
| Hoteluri ★★ ★★ | 49 |
| Hoteluri ★★ ★★ ★★ | 2 |

DOBROGEA

BRANDURI NOI ȘI OFERTĂ ÎN DEZVOLTARE

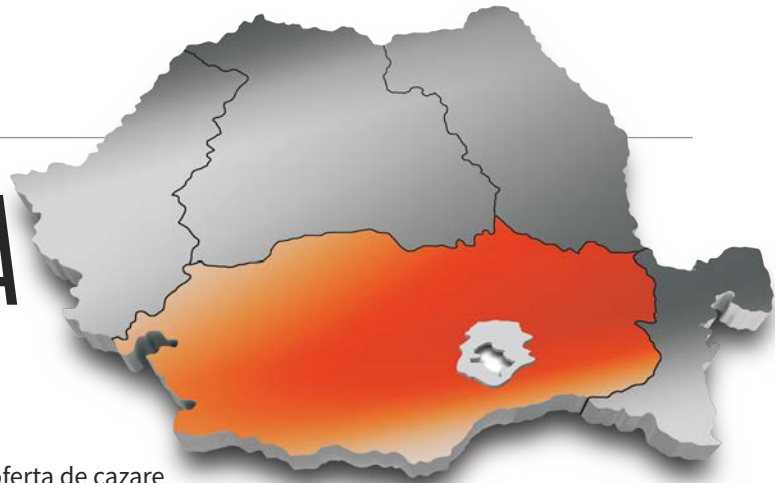
Zona continuă să se dezvolte, operatorii locali fiind tot mai interesați să ofere turiștilor unități de cazare moderne și confortabile, precum și servicii tot mai bune. Tendința de modernizare se observă deja de câțiva ani, unele dintre exemple fiind relativ recenta renovare a Hotelului Ana Hotels Europa, investiția ajungând la circa 14 milioane de euro, precum și rebrandingul Continental Forum Constanța. Însă, anul 2024 a adus în zona litoralului un brand internațional – Crowne Plaza Constanța – Mamaia Beach, iar Monarc Properties a anunțat un nou proiect, Radisson Blu Hotel & Residences Mamaia, care va avea 340 de camere, din care peste 100 de unități „branded residences”.



1. Ana Hotels Europa Eforie Nord
2. Lebăda Luxury Resort & Spa
3. Iaki Hotel
4. Continental Forum Constanța
5. Ramada By Wyndham Constanța

DATE ESENȚIALE

| | |
|-------------------|-------------------|
| Județe | Constanța, Tulcea |
| Hoteluri ★★ ★★ | 100 |
| Hoteluri ★★ ★★ ★★ | 9 |



MUNTENIA & OLTENIA

CRAIOVA ATRAGE INTERESUL BRANDURILOR INTERNAȚIONALE

Regiunea este dominată de lanțul Wyndham, și, dincolo de oferta de cazare din stațiuni, cel mai ofertant oraș începe să devină Craiova, impulsionat, cel mai probabil, de notorietatea câștigată datorită celebrului Târg de Crăciun. Dincolo de perioada Sărbătorilor, orașul a început să găzduiască tot mai multe evenimente de business locale, iar interesul brandurilor nu s-a lăsat așteptat – sunt deja anunțate două proiecte hoteliere importante: Hilton Garden Inn Craiova, care va avea 179 de camere și se va deschide în 2026, și un hotel sub brandul Mercure, ce va fi operat de compania locală MKS Prod.



1. Ramada Plaza By Wyndham Craiova
2. Alma Health & Spa Retreat
3. Internațional Sinaia
4. Ramada By Wyndham Pitești
5. Ramada By Wyndham Râmnicu Vâlcea

DATE ESENȚIALE

| | |
|-----------------|--|
| Județe | Argeș, Brăila, Buzău, Călărași, Dâmbovița, Dolj, Giurgiu, Gorj, Ialomița, Mehedinți, Olt, Prahova, Teleorman, Vâlcea |
| Hoteluri ★★★★★ | 78 |
| Hoteluri ★★★★★★ | 4 |

BUCUREȘTI & ILFOV

CAPITALA RĂMÂNE POLUL ATRACȚIEI

Bucureștiul oferă, în continuare, cele mai mari oportunități pe segmentul 4 și 5 stele, atât pentru branduri noi, cât și pentru noi investiții. S-au bifat două premiere – Corinthia Grand Hotel Boulevard și Handwritten Collection – Bucharest Unirii Square – și sunt așteptate cu nerăbdare multe altele, tot cunoscute branduri internaționale: Hyatt Place și Hyatt House – dezvoltat de Nusco, Mondrian – de One United Properties, The Crest Collection, Central District – Forty Management, Swissôtel – Niro, The Julius Bucharest (fostul Hotel Ambassador, achiziționat în 2024 de către Julius Meinl), Wyndham Garden Bucharest Airport sau Living Radisson RED Bucharest Old Town – primul hotel al grupului Hagag Development Europe. În același timp, au fost anunțate proiectele Hilton Garden Inn EnVogue și Wyndham Garden Bucharest Airport.

1. Radisson Blu Hotel Bucharest
2. Caro Hotel
3. Epoque Hotel Relais & Chateaux
4. Crowne Plaza Bucharest
5. Marmorosch Bucharest Autograph Collection

DATE ESENȚIALE*

| | |
|-----------------|-----------------------------|
| Județe | Municipiul București, Ilfov |
| Hoteluri ★★★★★ | 60 |
| Hoteluri ★★★★★★ | 11 |

*Date MEAT, februarie 2025





Top
50

hoteluri
de business

Noi

84

Selecție de

Hoteluri deschise în perioada
noiembrie 2023-decembrie 2024





COURTYARD BY MARRIOTT CLUJ-NAPOCA DOWNTOWN

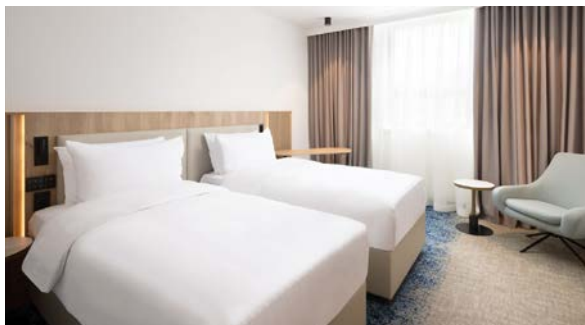
juriu

53
puncte

În vara lui 2024, grupul Marriott și-a adăugat pe hartă și Clujul, odată cu deschiderea Courtyard by Marriott Cluj-Napoca Downtown, primul hotel sub acest brand din afara Bucureștiului. Întinzându-se pe 10.500 mp pe patru etaje, cu două niveluri subterane de parcare, hotelul oferă 114 spații de cazare care combină designul elegant cu funcționalitatea.

Camerele sunt proiectate pentru a oferi o combinație armonioasă între confort și productivitate, pentru a satisface atât nevoile călătorilor de afaceri, cât și ale turiștilor de leisure, fiind dotate cu birou, aer condiționat, precum și cu alte facilități precum echipamente de preparare a ceaiului și a cafelei, masă de călcat etc. Restaurantul Piatto oferă un meniu cu specific italian, iar centrul de fitness, dotat cu echipamente moderne și accesibil la orar extins, completează facilitățile hotelului.

Hotelul dispune de cinci săli ce permit organizarea de diverse



tipuri de evenimente, de la despre întâlniri și conferințe de afaceri, până la nunți, botezuri sau petreceri private. Sălile sunt concepute pentru a crea un spațiu adaptat la orice dorință sau solicitare, iar echipa hotelului poate oferi variante pentru o gamă largă de necesități și cerințe.

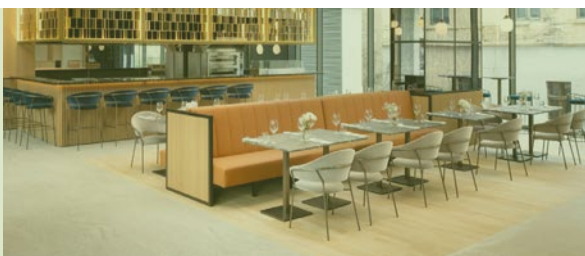
Supranumit cel mai central hotel din oraș, Courtyard by Marriott Cluj-Napoca Downtown oferă oaspeților acces rapid la cele mai importante atracții turistice, restaurante locale, centre culturale și alte puncte de interes. Ca brand, Courtyard mizează pe fidelizarea oaspeților de pretutindeni, indiferent de scopul călătoriei lor, oferindu-le diverse beneficii prin Marriott Bonvoy, programul global de loialitate al Marriott International.

Hotelul Courtyard by Marriott Cluj-Napoca Downtown este operat de compania locală Pritax Invest, care mai are în portofoliu hotelurile Mercure Airport Sibiu, Golden Tulip Ana Dome din Cluj, Golden Tulip Ana Tower Sibiu. ■



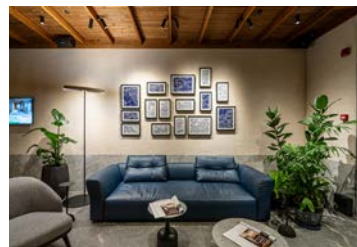
INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Avram Iancu nr. 23-25, Cluj-Napoca, jud. Cluj |
| Spații de cazare | 114 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 680 |



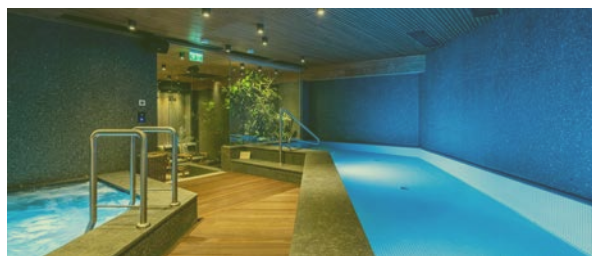
SWISSÔTEL POIANA BRAȘOV

jurii
47
puncte



Swissôtel Poiana Brașov, primul hotel de pe piața locală sub acest brand, a fost deschis în primă fază la începutul lui septembrie 2024, iar finalizarea celei de-a doua faze este programată pentru prima parte a anului viitor. Rezultat al unei investiții totale de circa 25 de milioane de euro, hotelul va avea în total 114 camere și apartamente, restaurant, facilități spa de ultimă generație, o piscină, jacuzzi interior și exterior, saună și o sală de fitness complet echipată, precum și un depozit pentru schiuri și o parcare subterană.

Swissôtel Poiana Brașov a fost conceput pentru a îmbina patrimoniul local și confortul contemporan, remarcându-se inclusiv prin blocurile masive de piatră naturală, lemnul fără îmbinări special tratat și tradiționala vopsea albastră din Vîscri. În prima fază, hotelul oferă 64 de camere și apartamente (din care 40 apartamente cu un dormitor și 8 apartamente cu două dormitoare), cu suprafețe cuprinse între 43 mp și 90 mp și balcoane generoase, iar o parte dintre apartamente au jacuzzi pe terasă. Pe partea de F&B, hotelul dispune de un restaurant, Artegianale, cu 100 de locuri în interior și 50 de locuri pe terasă în aer liber, pentru mic dejun, prânz și cină, dar și Lobby Bar, cu un meniu ce cuprinde băuturi fine artisanale. Pentru relaxare și revigorare, există la dispoziția oaspeților Puirovel Spa & Sport. Hotelul oferă un cadru exclusivist pentru întâlniri de top management, retreat-uri corporative și ședințe de consiliu în format restrâns, dispunând de un spațiu de evenimente de 60 de metri pătrați, cu lumină naturală, acces la terasă privată și configurare flexibilă. Proiectul se aliniază principiilor ESG și încorporează un angajament ferm față de sustenabilitate. Swissôtel Poiana Brașov reprezintă rezultatul parteneriatului între grupul francez Accor și dezvoltatorul imobiliar local Neagoe Basarab Residences. ■



INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★★★★★ |
| Adresă | Str. Drumul Sulinar nr. 9, Poiana Brașov, Jud. Brașov |
| Spații de cazare | 64 |
| Săli de evenimente | 1 |
| Capacitate evenimente | 50 |



Locul

3

MERCURE SIBIU ARSENAL

jury

34
puncte

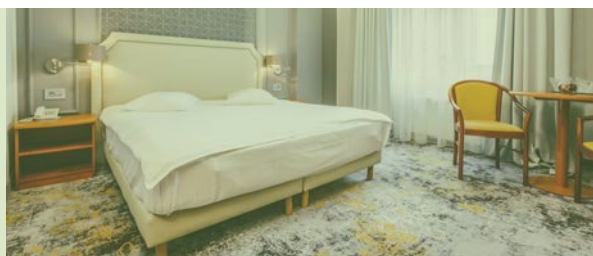


Mercure Sibiu Arsenal s-a deschis pe finalul anului 2023, în urma unui contract de management pe o perioadă de 10 ani cu investitorul local Compa S.A. Sibiu. Situat într-o clădire nou construită pe Bulevardul Victoriei, peste drum de Sub Arini, cel mai îndrăgit parc al Sibiului, oferă acces ușor la bogata istorie medievală și la diversele atracții arhitecturale ale orașului. Hotelul face parte dintr-o structură combo, ce cuprinde și vechea clădire administrativă a fabricii Arsenal, în care funcționează și ibis Styles Sibiu Parc Sub Arini, cu 72 de camere. Hotelul are 121 de spații de cazare, din care 81 de camere twin, 30 de camere de tip Superior, 2 camere pentru persoane cu dizabilități, 5 camere Privilege și 3 suite Privilege, potrivite pentru un sejur confortabil pentru oaspeții care călătoresc în scop de leisure sau de business.

Punctul central al designului hotelului este o expoziție remarcabilă de plăci de teracotă artisanale, fiecare dintre acestea fiind o capodoperă produsă și pictată de artizani pricepuți la renumita fabrică locală, cu o istorie de peste un secol. De asemenea, podelele sunt împodobite cu covoare decorative, țesute de artizani dintr-un oraș vecin. Mercure Sibiu Arsenal a fost proiectat pentru a deveni un nucleu vibrant pentru întâlniri sociale, precum și o destinație de business de referință. Cu o capacitate generoasă de a găzdui până la 200 de persoane în configurația de sală de bal și 250 de persoane în configurația de teatru, hotelul este locul ideal pentru petreceri private și evenimente corporative. Proprietatea include, de asemenea, patru săli de conferință și un foaier. Hotelul are și un restaurant, Winestone, care oferă un meniu internațional cu accente locale. ■

INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bulevardul Victoriei nr. 48, Sibiu, jud. Sibiu |
| Spații de cazare | 121 |
| Săli de evenimente | 5 |
| Capacitate evenimente | 250 |



CROWNE PLAZA

CONSTANȚA – MAMAIA BEACH

Crowne Plaza Constanța – Mamaia Beach, primul hotel sub acest brand de pe Litoral, s-a deschis oficial în vara lui 2024, în urma unei investiții de peste 18 milioane de euro. Hotelul este situat în Mamaia Nord, între plajă și lacul Siutghiol, de-a lungul Bulevardului Mamaia, și la o distanță de 26 de km de Aeroportul Kogălniceanu, 12 km față de Cazino Constanța și 8 km de Delfinariul Constanța.

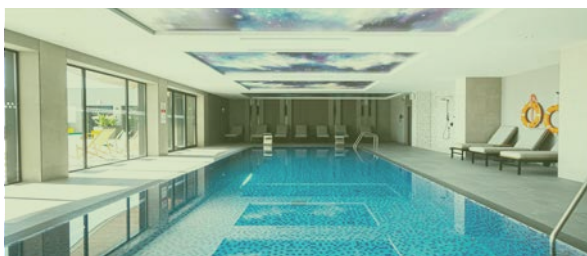
Hotelul are 96 camere – 59 de camere king standard, 11 camere duble twin standard, 24 camere duble king premium, două suite și două camere queen cu vedere mare (pentru persoane cu dizabilități), un centru spa, sală de fitness, plajă privată, cinci spații de întâlniri și o sală de bal, fiind deschis tot anul.

Pentru evenimente, hotelul oferă cinci spații de întâlniri și o sală de banchete, cu o suprafață totală de peste 945 de metri pătrați, din care sala de bal ocupă aproximativ 575 de metri pătrați, capacitatea totală fiind de circa 970 de persoane. Pachetele pentru fiecare eveniment sunt personalizate ca preț și facilități, fiind foarte flexibile, în funcție de cerințele specifice ale clienților cărora li se adresează.

Hotelul are un restaurant, Blue, cu preparate culinare internaționale, două baruri, unul pe terasă și unul în lobby, bar pe plajă, dar și sală fitness și centru spa, cu hammam și saună, piscină interioară încălzită și piscină exterioară, precum și servicii de masaj.

Unitatea pune accent în operare pe sustenabilitate și protejarea mediului înconjurător, recicland plasticul, cartonului și alte materiale, folosind obiecte realizate din materiale reciclabile și sisteme de iluminat eficiente energetic.

Crowne Plaza Constanța – Mamaia Beach este operat de compania locală RTH Premium Services, care mai deține și hotelurile Ramada Hotel & Suites by Wyndham Bucharest North și Holiday Inn Times, ambele din București. ■



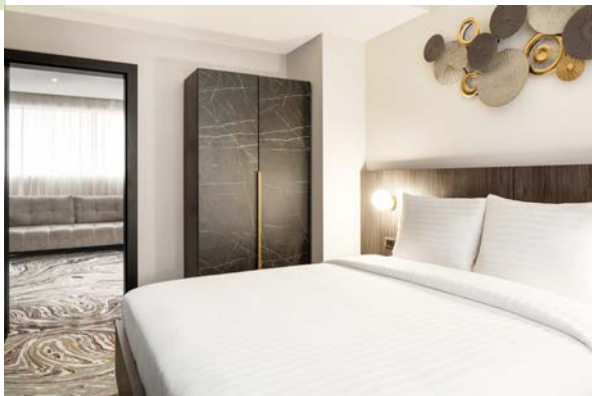
| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Bd. Mamaia nr. 568D, Constanța, jud. Constanța |
| Spații de cazare | 98 |
| Săli de evenimente | 6 |
| Capacitate evenimente | 970 |

INFO



RAMADA BY WYNDHAM BUCHAREST OTOPENI AIRPORT

juriu
24
puncte



Situat strategic la doar câteva minute de Aeroportul Internațional Henri Coandă, Ramada by Wyndham Bucharest Otopeni Airport, parte a lanțului Wyndham Hotels & Resorts, a fost inaugurat în vara anului 2024. Datorită amplasării, hotelul reprezintă o alegere potrivită atât pentru segmentul corporat de tranzit și pentru oaspeții care au zboruri foarte devreme sau foarte târziu, cât și pentru segmentul de leisure, datorită proximității față de Terme București și conexiunii directe cu Valea Prahovei, avantaje ce deschid o serie de oportunități pentru oaspeții care doresc să exploreze România dincolo de Capitală. Astfel, în cursul săptămânii, principalii oaspeți cazați reprezintă zona de business, fiind în special călători care vin pentru întâlniri, conferințe sau tranzit prin aeroport, iar începând cu ziua de vineri și până luni, situația se schimbă, majoritatea oaspeților fiind

turiști care vizitează Bucureștiul sau se relaxează în proximitatea Terme București ori Valea Prahovei.

Hotelul dispune de 116 camere spațioase, cu suprafețe începând de la 20 mp, echipate cu toate facilitățile moderne necesare pentru orice tip de sejur. Oaspeții au la dispoziție atât restaurantul Illumino, care oferă un meniu care combină preparate din bucătăria internațională cu specialități locale, cât și Espresso Euphoria Bar, cu o selecție variată de cocktailuri și vinuri. Pentru segmentul corporat, pune la dispoziție două săli de conferință moderne și versatile, cu o suprafață totală de 280 de metri pătrați, ce pot fi configurate în funcție de specificul evenimentului: conferințe, workshopuri, traininguri sau ședințe de board. De asemenea, Business Center-ul este dotat cu tehnologia necesară pentru a susține diverse activități profesionale. ■

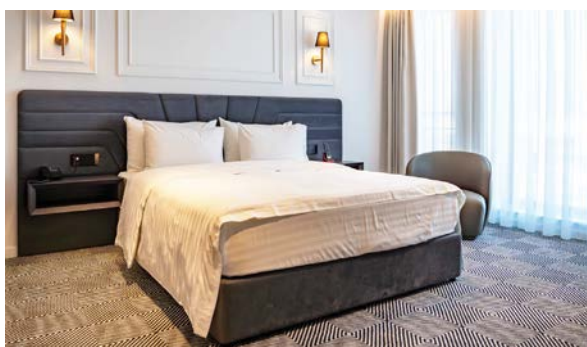


INFO

| | |
|-----------------------|---|
| Clasificare | ★★★★ |
| Adresă | Str. Zborului nr. 1 A, Otopeni, Jud. Ilfov |
| Spații de cazare | 116 |
| Săli de evenimente | 2 |
| Capacitate evenimente | 190 |

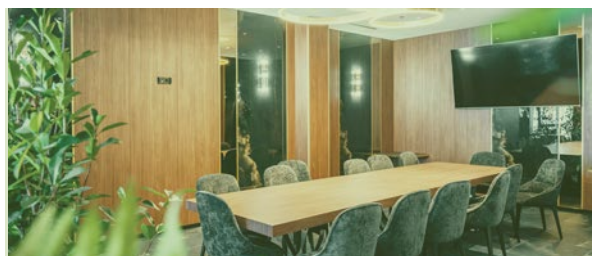


SKY AIRPORT CLUJ



Hotelul oferă 85 de camere amenajate și dotate modern, un restaurant, Sky, cu o capacitate de 120 de locuri, ce combină bucătăria urbană cu cea tradițională, precum și un bar, Skyline Lounge & Bar, potrivit pentru relaxare sau lucru și, în același timp, perfect pentru cei care doresc să aștepte zborul în liniște și confort. Lounge-ul dispune și de zone private pentru întâlniri discrete, precum și de un spațiu deschis pentru socializare. Pentru conferințe, întâlniri de afaceri, lansări de produse sau chiar teambuildinguri, hotelul dispune de Sky Business Hub, un spațiu elegant și modern, conceput pentru a răspunde nevoilor companiilor și profesioniștilor care caută un cadru profesional și confortabil. De asemenea, pentru segmentul corporate, Sky Business Hub poate fi transformat într-un spațiu perfect pentru activități de team building și sesiuni de lucru interactive. Pentru întâlnirile mai restrânse, hotelul oferă un separeu special, perfect pentru negocieri, întâlniri individuale sau discuții în grupuri mici. ■

Sky Airport Hotel, clasificat la 4 stele, s-a deschis în luna iulie 2024, în urma unei investiții de 8,6 milioane de euro, realizată de cunoscutul om de afaceri clujean Gheorghe Buzdugan, care activează în sectorul imobiliar. Aflat în imediata vecinătate a aeroportului Internațional Avram Iancu din Cluj-Napoca, hotelul se adresează atât turiștilor care călătoresc pentru afaceri, cât și celor care se află în vacanță, dar mai ales persoanelor aflate în tranzit. Potrivit proprietarului, proiectul a apărut ca urmare a dezvoltării zonei, dar mai ales ca o necesitate, în condițiile în care în toate orașele mari există astfel de locații, care funcționează atât în relație directă cu pasagerii aeroportului, cât și pentru alte categorii de turiști.



INFO

| | |
|-----------------------|--|
| Clasificare | ★ ★ ★ ★ |
| Adresă | Str. Traian Vuia nr. 214, Cluj-Napoca, Jud. Cluj |
| Spații de cazare | 84 |
| Săli de evenimente | 1 |
| Capacitate evenimente | 180 |



CUM AU FOST EVALUATE HOTELURILE



Selecția care a stat la baza realizării **Top 50 Hoteluri de Business din România** ia în calcul cele mai importante hoteluri, din punct de vedere business, relevanță și notorietate, cu cel puțin 25 de camere și facilități în zona de evenimente și conferințe, clasificate cu 4 și 5 stele, cuprinse în baza de date a Ministerului Economiei, Digitalizării, Antreprenoriatului și Turismului.

Lista preliminară cu cele 50 de hoteluri se realizează luând în calcul, în ordine descrescătoare, cifrele de afaceri aferente anului 2024, reprezentând cele mai recente date financiare raportate de companii, iar evaluarea s-a realizat pe baza unui mecanism transparent, bazat pe cinci indicatori, cantitativi și calitativi, care relevă performanțele financiare, puterea de adaptare, resursele umane și calitatea serviciilor, dotările pentru evenimente. Toți indicatorii au luat în calcul datele publice oficiale, valabile la 31 decembrie 2024, publicate de Ministerul Finanțelor sau furnizate de companii, precum și pe cele disponibile pe platformele online de rating. Hotelurile care nu au corespuns criteriilor stabilite, care nu au avut rezultatele financiare publicate sau nu au furnizat aceste date în urma solicitării, nu au fost incluse în selecție.

Criterii de evaluare

1. Evoluția cifrei de afaceri 2024 versus 2023

Acest criteriu reflectă performanțele de business înregistrate în 2024 – un punctaj mare primesc companiile cu o creștere substanțială a cifrei de afaceri față de 2023. Cifrele de afaceri luate în calcul au fost cele raportate de companii la Ministerul Finanțelor. În cazul grupurilor care administrează mai multe hoteluri pe aceeași firmă, au fost solicitate datele aferente fiecărui hotel, unele informații fiind utilizate în procesul de evaluare, dar rămânând confidențiale. În cazul în care nu s-a putut da curs acestei solicitări, s-au calculat indicatorii pentru fiecare dintre hotelurile eligibile, în funcție de numărul de camere ale acestuia raportat la numărul total de spații de cazare ale grupului. În cazul companiilor care desfășoară, pe lângă operarea hotelului, și alte activități în afara celor turistice, s-a renunțat la selecția hotelurilor respective dacă nu au fost furnizate datele financiare ale hotelului.

2. Cifra de afaceri 2024/numărul de camere

Criteriul se apropie de unul dintre indicatorii principali luați în calcul în industria hotelieră, respectiv RevPar. Indicatorul, ce reprezintă o corelație între cifra de afaceri și dimensiunea businessului, are la bază, pe de o parte, cifra de afaceri aferentă anului 2024, raportată de companie la Ministerul Finanțelor sau cifra de afaceri declarată de companie, iar de cealaltă parte, numărul de camere conform bazei de date a Ministerului Economiei, Antreprenoriatului, Digitalizării și Turismului.

3. Evaluarea din punct de vedere al capacităților și dotărilor pentru evenimente

Indicatorul reflectă facilitățile oferite de hotel pe partea de evenimente, calitatea serviciilor și adaptarea la noile tendințe din industrie, atât la nivel de dotări digitale și tehnologii, cât și din punct de vedere design și confort. S-a luat în considerare punctajul obținut în urma evaluării hotelurilor din punctul de vedere al capacităților sălilor destinate evenimentelor. Analiza s-a realizat în funcție de capacitățile maxime oferite de centrele de evenimente/sălile de conferințe disponibile în fiecare hotel selectat.

4. Cifra de afaceri 2024/număr de angajați 2024

Indicatorul a luat în calcul numărul mediu de angajați declarat de companii la finalul anului 2024, raportat la cifra de afaceri declarată la 31 decembrie 2024. Acest criteriu își propune să ofere o perspectivă asupra gradului de eficiență, dar și asupra calității serviciilor.

5. Ratingurile platformelor online de rating

Criteriul reflectă atât notorietatea brandului, cât și feedbackul turiștilor în ceea ce privește standardele și serviciile oferite. Evaluările independente de pe platformele online pot fi considerate componenta de vot popular a evaluării hotelurilor din **Top 50 Hoteluri de Business**. Au fost selectate ratingurile de pe TripAdvisor și Booking, considerate cele mai populare platforme online de evaluare, respectiv rezervare, a hotelurilor. Fiecare dintre cele cinci criterii are o pondere cuprinsă între 15% și 25% din evaluarea finală. Astfel, evoluția cifrei de afaceri, cifra de afaceri/numărul de camere și evaluarea din punctul de vedere al dotărilor centrelor de evenimente, fiecare cu o pondere de 20% din punctajul final, au rolul de a evalua hotelurile din punct de vedere al indicatorilor financiari, de performanță, al dotărilor și al serviciilor. Indicatorul care urmărește gradul de eficiență și calitatea serviciilor are o pondere de 15%, în timp ce ratingul platformelor online, cu o pondere de 25% în punctajul final, reprezintă evaluarea calitativă. Punctajul final se obține prin calcularea mediei punctajelor obținute la cele cinci criterii și a ponderii acestora în evaluarea finală. Pentru a asigura transparența și obiectivitatea clasamentului, toate cele 50 de hoteluri sunt punctate în funcție de aceste cinci criterii, validate în urma consultării cu un grup de lucru alcătuit din profesioniști de renume ce activează în industria ospitalității și domenii conexe. Cele 50 de hoteluri sunt clasificate în două mari categorii: Hoteluri de Business – Oraș și Hoteluri de Business – Stațiune, acestea fiind evaluate separat. Membrii grupului de lucru îndeplinesc și atribuții de juriu, votând primele 10 hoteluri de Hoteluri de Business – Oraș cu note de la 10 la 1, respectiv primele 5 Hoteluri de Business – Stațiune, cu note de la 5 la 1, din cele două clasamente rezultate în urma aplicării celor cinci criterii de mai sus. De asemenea, votul se aplică și pentru desemnarea hotelului câștigător la categoria Best New Hotel. Procedura de vot se realizează prin intermediul unei platforme dedicate, accesată prin link unic și date personale de autentificare. În urma voturilor se stabilește Top 3 Hoteluri de Business – Oraș, Top 3 Hoteluri de Business – Stațiune și Best New Hotel.

Membrii juriului

- **Călin Ile** - Senior Partner Horwath HTL România, Managing Partner Premier Hospitality & Președinte de Onoare FIHR
- **Mircea Drăghici** - CEO EST Hospitality & Vicepreședinte Asociația Incoming România
- **Sevda Cadir** - Head of Feasibility and Valuation Win Advisors
- **Lucian Boronea** - CEO Accent Travel & Events
- **Florin Țancu** - Director General Weco Travel
- **Sebastian Mîndroi** - Founder & Managing Partner PickTwo Studio
- **Cristi Moga** - Head of Capital Markets Cushman & Wakefield Echinox
- **Christine Schillings** - CEO winsed.swiss România
- **Andreea Niculae** - Partner, Technology Consulting KPMG în România
- **Carmen Ionescu** - Editor in chief Trends HRB

Pentru mai multă transparență, proiectul editorial **Top 50 Hoteluri de Business** include atât punctajul final al evaluării și punctajul obținut la fiecare dintre cele cinci criterii de către cele 50 de hoteluri, cât și punctajul obținut în urma procesului de vot. ■



Horeca Women

AWARDS GALA

SAVE THE DATE

29 SEPTEMBRIE 2026

Horeca Women, singurul eveniment dedicat leadershipului feminin din industria ospitalității, aduce în prim plan viziunile unice de business și premiază excelența, reziliența și puterea de adaptare.



Trends **HRB**

portalul oamenilor **creativi** din horeca

trendshrb.ro

