

La società in partnership con la compagnia aerea vuole sottoscrivere solo accordi di management

Radisson Sas ricomincia dall'arte

Al via nuove strategie di marketing ed espansione in Italia

DI FABIO DONFRANCESCO

Radisson Sas hotels & resort è l'artefice dell'operazione. La catena alberghiera internazionale, nata nel '94 dalla partnership tra la società di management alberghiero e la compagnia aerea svedese, sta perfezionando la sua strategia di espansione e di rilancio soprattutto in Italia, dove conta ora solo due strutture. La campagna promozionale e commerciale in Italia è partita con una mostra di sculture dell'artista svedese Carl Gustaf Elberg all'interno dell'albergo milanese situato alle spalle di corso Sempione. Ma questa è soltanto una prima mossa sullo scacchiere italiano, dove la catena ha subito la perdita della gestione degli hotel ritoccati nelle mani della Bonaparte hotels. E la stessa Graziella Piva, responsabile commerciale in Italia e del nuovo internazionalista di Radisson Sas hotels & resort, a illustrare le prossime linee guida del marchio svedese: «Le due direttrici fondamentali che guideranno nei prossimi anni la nostra strategia sono la forte presenza sul mercato italiano e su un maggiore tendenza a sottoscrivere contratti di management».

«L'obiettivo è quello di acquisire la gestione di due o tre strutture a capo della struttura operativa e commerciale a Milano. Attualmente abbiamo 197 hotel operativi e 27 in apertura con il brand Radisson Sas, spiega Piva, «con l'obiettivo di raggiungere nel corso di altre 75 acquisizioni entro il 2002. Siamo molto interessati a destinazioni a partire dalle maggiori città d'arte in Italia, a cominciare da Roma e Firenze, dove stiamo in trattativa con vari operatori alberghieri. Per il momento, comunque, non abbiamo preso decisioni in merito. Stiamo ancora valutando con grande attenzione le diverse opportunità».

«Nel mercato internazionale, invece», aggiunge la manager, «insieme al brand Radisson, sono nati operatori autonomi negli Stati Uniti e nei paesi confinanti rimasti in stretta sintonia con noi, raggiungendo quote 725 alberghi di lusso in 45 paesi. Se in Europa, la componente delle strutture in management è largamente maggioritaria, intorno all'80%, negli Usa tende all'anno al 60%. Questo in virtù di una politica commerciale a suo tempo stabilita. Oggi, sottolinea Piva, «cerchiamo di concludere in linea di massima accordi più di management, in questi di contratti di management in modo più immediato ed efficace alle richieste di una clientela sempre più alla ricerca di qualcosa di particolare e allo stesso tempo di elevati standard di qualità. L'esperienza personale dell'artista Elberg, attualmente in corso al Radisson Sas Scandinavia a Milano, si inquadra in questa spinta logica

di marketing. Lo scultore svedese, nato a Stoccolma nel 1930, espone 30 opere in bronzo, patinate in diversi colori e montate su di una base leggera di diabase nera proveniente dal sud della Svezia. Le mostre resterà aperta sino al prossimo settembre».

«Una di là delle nuove strategie commerciali, il bilancio 2000 della catena dimostra il suo status di salute. Nel corso dell'ultimo anno si sono aggiunti 21 nuovi alberghi in management; si è registrato l'acquisizione del gruppo Malmsjöen con i suoi sette alberghi, la tariffa media delle camere è salita del 19%, il profitto operativo lordo ha raggiunto un +24%, mentre il ritorno sul capitale impiegato è salito al 16,9%. Infine il valore debito ha toccato

quota 47.842. La media delle camere a disposizione in ogni singolo albergo è di 225 stanze, in un range da 40 a 700 camere. Insomma, i dati economici confermano un trend



A sinistra il Radisson Sas Scandinavia di Milano e, in basso, il Resort Lake Garda



di sei anni consecutivi di crescita del giro di affari e del ritorno degli investimenti.

«I progetti di espansione programmati stanno andando avanti secondo la tendenza prevista», conferma Piva, «ma il motto non solo Scandinavia. In particolare nei paesi dell'Est, come Estonia (Tallin), Lituania (Vilna), Polonia (Varsavia), Russia (Mosca, San Pietroburgo) e la Slovacchia (Bratislava)».

È prevista per il 2003 poi la riapertura dell'Hotel di Berlino, completamente rifatto con le sue 425 stanze, secondo un progetto architettonico molto originale. Per quanto concerne i servizi al cliente, «siamo in attesa di assumere il manager», abbiamo realizzato due criteri base dell'ospitalità Radisson Sas, Yes, I can e 100% guest satisfaction guarantee, ossia dimostrando la nostra filosofia management school, per l'aggiornamento continuo del personale. Infine, siamo particolarmente sensibili al rispetto dell'ambiente: oltre il 34 per cento dell'energia necessaria

La società Hotel Invest Italia acquisisce la proprietà anche della struttura di Napoli con 50 miliardi

L'Holiday inn St. Peters di Roma cambia look e diventa Crowne Plaza

DI FILIPPO CALERI

Proclamazione in vista per l'Holiday inn Rome St. Peters. Il rinnovo delle camere e degli ambienti comuni in via di ultimazione, e il conseguente aumento degli standard di lusso e comfort offerti, permetterà all'albergo romano di cambiare il suo marchio di riconoscimento sul mercato. Così il nome Holiday inn lascerà il posto al più prestigioso Crowne Plaza. Il gradito superiore offerto da un livello di servizio offerto dal gruppo alberghiero Base hotel & resort proprietario di strutture di

questo riconoscimento al servizio che viene in grado di offrire alla nostra clientela», ha aggiunto De Martino sull'investimento complessivo. I lavori che sono stati messi in cantiere per rendere possibile il salto di qualità richiesto dal nuovo brand hanno interessato sia gli servizi delle camere che i servizi, e le parti comuni. Ma entro l'anno si prevede anche un riallestimento delle parti comuni del

perché stiamo del- la struttura. Ed è in fase di ultimazione il day spa, una struttura di 800 mq con piscina riscaldata

«L'acquisizione dell'intera proprietà da parte della società privata permetterà l'attuazione di più decisi e mirati interventi di ammodernamento e aggiornamento tecnologico», ha detto Roberto Billi, amministratore delegato della Hotel Invest Italia, «e verrebbe la struttura sia di recente costruzione, le dimensioni e l'altissima occupazione registrata negli ultimi mesi sarà arricchita con i servizi offerti per mantenere e migliorare gli alti standard esistenti», ha aggiunto Billi. Da segnalare, infine, che un altro tassello del piano di sviluppo e di riposizionamento sul mercato delle strutture alberghiere gestite dalla Hii è quello relativo al ritorno del Crowne Plaza Minerva al nome originario che l'antica sede romana della famiglia nobilitata di Fiesanera aveva nel '900, quando si trasferì in albergo Grand hotel della Minerva.

Per il futuro la holding prevede anche nuove acquisizioni da effettuare al recente acquisto dell'Aurelia antica suites & apartments. Un complesso di unità abitative dotate di tutte le comodità che, in una zona adiacente al St. Peter's, offre una soluzione alternativa al meglio conosciuto albergo per periodi di permanenza più lunghi. (riproduzione riservata)



Vittorio De Martino, direttore dell'Holiday inn St. Peter's di Roma