

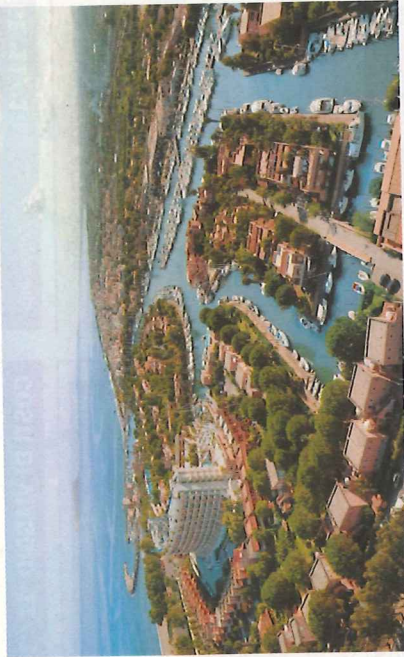
Blu Hotels, priorità agli adv

Nuove iniziative trade per la compagnia in piena fase di espansione

“Lavoriamo per un rapporto sempre più personalizzato con le agenzie viaggi”. Nicola Risatti, presidente di Blu Hotels, enfatizza l'azione trade della compagnia alberghiera, che sta organizzando educational rivolti agli adv per informarli e formarli sui prodotti nuovi e consolidati. Il prossimo educational si svolgerà sul Lago di Garda e coinvolgerà anche Gardaland in qualità di partner.

Blu Hotels ha in vista nuove acquisizioni. “Stiamo cercando strutture in località di mare, e guardiamo a Sardegna e Sicilia”, spiega Risatti. In Sardegna, durante l'inverno, completeremo i lavori di ristrutturazione sul nostro storico Hotel Laconia Village, iniziati lo scorso anno e che decreteranno definitivamente il passaggio alle 4 stelle.

Inizierà anche la ristrutturazione dell'Hotel Village Paradise a Mandatoriccio Mare, in Calabria:



I DATI

La società alberghiera ha archiviato il 2010 con indicatori positivi per quanto riguarda il fatturato

Fatt. '10	50,4 mln
Var. '10/'09	+27%
Fatt. '11/'10*	+5%
Sardegna '11/'10	+10%
Hotel mare	12

*Stima

Fonte: Blu Hotels

“Siamo certi che, soprattutto con il rinnovamento delle camere nella zona mare - aggiunge il presidente di Blu Hotels -, dalla prossima stagione la struttura riconfermerà i riscontri che otteniamo dalla clientela fidelizzata”. La stagione estiva della compagnia si sta concludendo positivamente:

Il trend estivo

1 La Sardegna cresce con i tedeschi

In termini di fatturato la Sardegna è cresciuta, per la compagnia alberghiera, del 10 per cento in estate rispetto all'alta stagione 2010. Buon riscontro soprattutto da parte della clientela tedesca.

2 Offerta Mice in Sicilia

Trend positivo per il Mice, soprattutto con il Blu Hotel Portorosa. “Valore aggiunto delle strutture con centro congressi è la location paesaggistica” dice Risatti.

New entry Gli obiettivi Accor guardano a Mercure

Non si arresta la marcia di Mercure sul territorio italiano. Il brand del marchio Accor conferma, infatti, la pipeline prevista per il 2012, che comprende cinque nuove aperture nei principali capoluoghi della Penisola.

“L'obiettivo per il 2013 - spiega Luigi Lima, direttore operativo Ibis e Mercure Italia - è di arrivare a una rete di 35 strutture a brand nel Paese”. Intanto, entro la fine dell'anno saranno operativi due nuovi hotel: uno a Milano e uno a Torre del Greco, in provincia di Napoli. Progetti inalterati, dunque, anche per venire incontro a una domanda che non sembra essere stata intaccata dalle difficoltà economiche.

“Complessivamente - spiega Lima -, i risultati dei nostri alberghi sono in linea con i valori del mercato, anche perché il buon bilanciamento tra clientela leisure e business ci ha aiutato a parare i colpi della crisi.

Nei Mercure italiani lo share leisure è del 44 per cento, e le piazze che hanno avuto i maggiori incrementi sono Venezia, Catania, Bologna, Milano e Genova”. A livello



Una struttura Mercure, brand del Gruppo Accor di fascia media

internazionale le aperture previste sono numerose: a Lione, Stoccarda, Londra, in Russia e in Spagna. New entry anche sul lungo raggio: a Dubai, Giacarta, Manaus e Gladstone. S. G.