

Si festeggia una buona estate in Blu Hotels

Prudente e solida, cresce la catena che fa capo alla famiglia gardesana Riseti. Novità e iniziative tecnologiche per velocizzare i servizi. Alta la soddisfazione delle agenzie

Non è andata male, nonostante tutti i timori tipici degli albergatori di questi tempi. In casa Blu Hotels i consuntivi sono sereni, l'estate ha retto bene con un fatturato cresciuto del 6% e aumenti del 10% in Sicilia (dove la più recente acquisizione è stato l'Hilton Portorosa - oggi Blu Hotels Portorosa, ben noto al settore) e Sardegna (dove si trovano i 4 villaggi nella costa nord, che hanno beneficiato di proposte con prezzi vantaggiosi, traghetto incluso). Certo i soddisfacenti risultati non dipendono dagli italiani, calati in generale ovunque, ma da un buon rilancio dalla Germania e da Paesi scandinavi e nordici, clientela straniera che da sempre contraddistingue circa la metà degli ospiti dei Blu Hotels durante l'estate. «Abbiamo lavorato alla promozione dei nostri hotel in vari modi, anche partecipando a una televendita di una emittente tedesca satellitare specializzata e davvero abbiamo avuto ottimi riscontri», spiega Nicoletta Ferraina alla direzione marketing del Gruppo che si compone attualmente di 25 fra hotel, villaggi e club-hotel.

«Il denominatore comune è la buona posizione nelle località di vacanza, cosa che non stride con la vocazione anche business di 14 delle nostre

strutture - spiega - in quanto la tendenza sempre più accentuata è quella di lavorare su meeting e convention che siano anche in luoghi piacevoli, dove poter offrire alcuni diversi per allievare l'impegno dei partecipanti. Nel caso dell'Hotel Portorosa ex struttura Hilton, è plateale: c'è una sala congressi che può ospitare fino a 1.000 persone, affacciata sul mare. Questa acquisizione ci ha convinti a rilanciare sul tavolo del congressuale e mice, aprendo anche una divisione eventi, seguita da Manuela Mirauda.» In gran parte le strutture sono dei 4 stelle, alcune più semplici altre curate e molto eleganti, caratterizzate da una gestione diretta che garantisce un imprinting efficiente e di buona qualità nei servizi, con personale specializzato e multilingue e in genere un ottimo rapporto qualità/prezzo.

«Sappiamo - conclude - di poter contare su un rapporto forte e di soddisfazione con numerose agenzie di viaggio, ma crediamo di avere spazi di crescita e di coinvolgimento di potenziali nuovi partner. Per questo organizziamo degli educati con formula accompagnatore, per mostrare i vantaggi del nostro marchio, avere un rapporto diretto e proporci per essere un solido partner. m.d.

BLU HOTELS è una solida società costituita nel 1993 con capitale di 3 milioni di euro, ad unico azionista, la famiglia Riseti, albergatori del Garda da due generazioni. Tre fratelli e il padre si occupano direttamente sia delle proprietà sia delle gestioni dirette della catena che cresce con prudenza e consolida, preferendo lavorare su miglioramenti strutturali e tecnologici piuttosto che aumentare i numeri. Villaggi, hotel e Club Hotel si trovano sul Garda ovviamente, in Sardegna, Sicilia, Puglia, Calabria, Umbria, Abruzzo, Lazio, Veneto e Trentino Alto Adige con sconfinamento in Austria. Sono perfino 4 stelle, con l'eccezione del Blu Hotels Portorosa, e di tre alberghi più semplici in Lazio e Sardegna.



Blu Hotels a Gardaland

Durante il più recente educational a fine ottobre sul Lago di Garda, nel Blu Hotel Casimiro Village, Nicoletta Ferraina, responsabile marketing (nel centro in foto), con Manuela Mirauda, responsabile eventi e Domenico Mariani responsabile commerciale, hanno presentato la società, il prodotto, le novità e i pacchetti per i ponti di novembre, (ancora a Gardaland) e dicembre (in Val Senales). Una bella giornata ha accompagnato gli 80 agenti convenuti, sparsi per il parco dei divertimenti, fra le attrazioni.