

Imprese


 Viaggi & divertimenti  
 Le ricette anti-recessione

La storia

## «Prezzi competitivi e i clienti tornano»

Blue Hotels: utile la riduzione dell'Iva



Nicola Risatti, presidente di Blue Hotels

Di fronte a una crisi senza precedenti nel turismo c'è chi ha saputo reagire mettendo in campo nuove idee. Il gruppo Blu Hotels di Salò è una catena di alberghi e villaggi che fa capo ad una storica famiglia legata al turismo del Lago di Garda, quella dei Risatti. «Grazie ad un +5,20% di presenze ed al lancio di nuovi hotel — afferma il presidente Nicola Risatti — abbiamo chiuso il 2009 in contro tendenza con un più 10%».

L'azienda, quarto gruppo a capitale italiano, oltre a controllare un tour operator gestisce 24 hotel, tutti 4 stelle, in Italia. Cosa consiglia ai piccoli imprenditori del turismo che fanno fatica a stare a galla? «L'opposto di quanto fatto fino ad oggi. Più che tenere i prezzi alti all'inizio della stagione abbassandoli

dopo, bisogna mantenere un prezzo competitivo sin da subito, senza svendite negli ultimi giorni. Va in pratica premiato chi prenota prima e non chi acquista all'ultimo minuto. Questo gioco al ribasso è stata la rovina del settore. Molti proprietari immobiliari hanno dovuto chiudere, e sul mercato si trovano ottime occasioni di investimento».

Il franchising aiuta a crescere? «Così come lo applicano le grandi catene internazionali no, perché se il

prodotto finisce in mano a terzi se ne perde il controllo con il risultato che il cliente non viene più seguito e diventa solo un numero».

Per fare il pieno, molti alberghi «svendono» le camere a prezzi ridotti di oltre il 10%. «E sbagliano. Si è passati dal far pagare oltre il dovuto a vere e proprie svendite. Noi la crisi l'abbiamo affrontata offrendo prodotti medio-alti ad un prezzo competitivo. Con pacchetti vantaggiosi.

Una famiglia può permettersi una settimana di vacanza in un villaggio all inclusive spendendo dai 600 euro in su con i bambini non paganti».

È proprio il rapporto fiduciario con la clientela il punto di forza del gruppo bresciano, con oltre 80 mila famiglie affezionate che ogni anno decidono di tornare. «Per loro ab-

biamo lanciato una tessera fedeltà a punti, da spendere negli hotel o per accedere al sito ed usufruire di promozioni».

E la riduzione dell'Iva sugli alberghi serve a dare una scossa al turismo in entrata? «Sarebbe un aiuto importante, ma è sempre e solo stata una promessa. In Spagna l'Iva è al 7%, in Italia al 10%, pochi punti di differenza che però ci penalizzano».

BARBARA MELLUCCI

© RIPRODUZIONE RISERVATA



L'identikit

**Blu Hotels**

Sede: Salò (Brescia)

Dipendenti: 300  
bassa stagione -  
1200 alta stagione

Fatturato 2009:  
49 milioni

Settore: Alberghiero

Prima