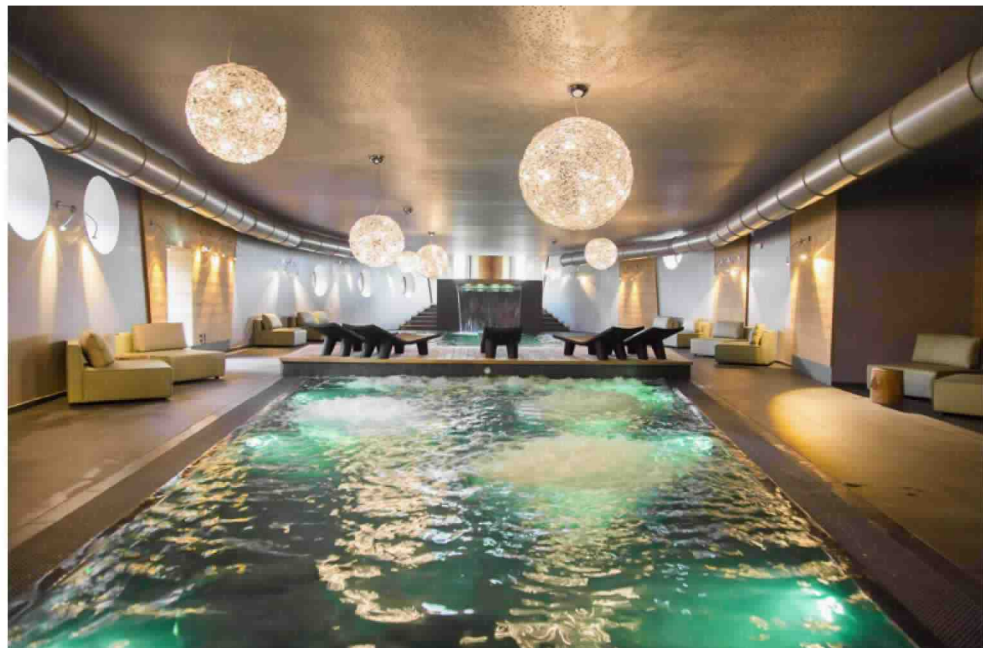




L'INTERVISTA

2



Sotto,  
Fabrizio Piantoni;  
a destra e nella prossima  
pagina,  
due immagini del Linta Hotel  
Wellness & SPA

## I progetti **Blu Hotels** per la prossima stagione

*“Continuiamo a valutare nuove opportunità, sia in termini di ristrutturazione sia di acquisizione”, spiega il vicepresidente Fabrizio Piantoni*

■ di MARIANGELA TRAFICANTE

**P**rosegono gli investimenti in casa **Blu Hotels**. Forte di una stagione estiva positiva, il gruppo punta ora i riflettori sulle destinazioni di montagna, ma anche sulle ristrutturazioni in portfolio e su nuove opportunità di sviluppo. E tutto questo si tradurrà anche in attenzione al personale, con oltre duecento posizioni aperte, i lavori della scuola di formazione e un focus: fare dei propri caposervizi una sorta di “ambassador” dell’azienda anche nei confronti del resto dello staff. Ne abbiamo parlato con **Fabrizio Piantoni**, vicepresidente e direttore risorse umane del gruppo.

**Domanda:** Qual è il bilancio che si può fare della stagione appena conclusasi e quali sono le previsioni per i prossimi mesi?

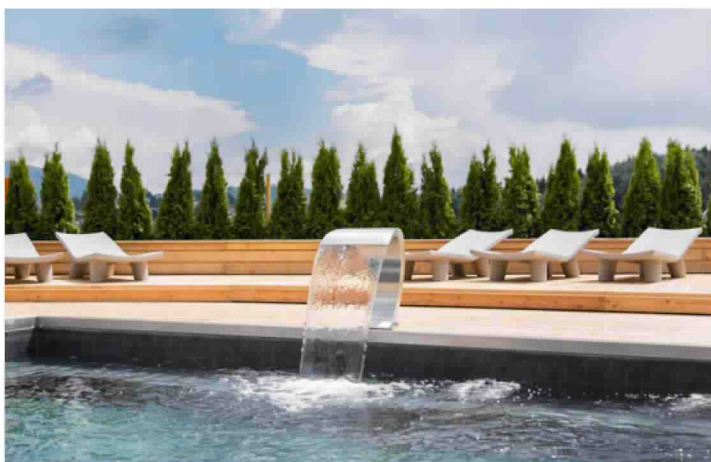
**Risposta:** “L’estate 2019 ha avuto un andamento molto positivo per tutto il Gruppo **Blu Hotels**, come hanno dimostrato i principali indicatori di performance ad agosto: infatti rispetto al 2018 il gruppo ha riscontrato un incremento dell’1,2% delle presenze complessive con un totale di 871.000 ospiti. È cresciuta la percentuale di occupazione delle camere, passando dal 72% dello scorso anno al 74% dell’anno in corso. Sono aumentati anche i ricavi per stanza disponibile (dato medio di 93,6 euro verso 88,85 euro registrato nello stesso periodo del precedente esercizio). Il fatturato ha raggiunto i 52,2 milioni di euro



Numero 18 - Giovedì 3 Ottobre 2019

## L'INTERVISTA

3



(oltre 2 milioni di euro in più rispetto allo scorso anno) e sicuramente le destinazioni mare sono quelle che hanno dato le maggiori soddisfazioni, dalla Puglia alla Sardegna, dove è stato inaugurato il Sandalia Boutique Hotel dopo un'importante opera di ristrutturazione. Sono state molto buone anche le performance in termine di presenze anche per le strutture sul Lago di Garda.

Rispetto alla concorrenza, il Gruppo **Blu Hotels** ha osservato un trend di ripresa degli altri Paesi del Mediterraneo e notato che soprattutto l'utenza estera tende a privilegiare l'Egitto per quanto riguarda le destinazioni mare. Per l'estate 2019 il gruppo non ha risentito di questo trend, ma è un fattore di cui terremo sicuramente conto per il 2020. Nel 2019 **Blu Hotels** ottenuto un risultato vincente grazie all'impegno concreto di continuare a offrire servizi di standard elevato a un prezzo competitivo. Impegno che è stato tradotto in una serie di ristrutturazioni per garantire un prodotto di qualità e la soddisfazione degli ospiti. Ricordiamo che sono stati investiti complessivamente oltre 10 milioni di euro in questa direzione".

**D.** Avete in programma nuovi progetti e investimenti per il prossimo futuro?

**R.** Questo impegno si ritrova anche nella costante ricerca di figure professionali qualificate per garantire all'ospite la massima attenzione dal punto di vista del servizio. Al momento ad esempio sono aperte 250 posizioni sia in vista della stagione invernale 2019 sia per la prossima estate 2020. Per il gruppo continuano ad avere un ruolo molto importante i tour operator, le agenzie di viaggio e i sistemi di prenotazione online, che realizzano il 60% delle vendite e spingono molto sul mercato straniero, mentre il restante 40% è gestito direttamente da **Blu Hotels** e si rivolge ad una clientela prevalentemente italiana.

In merito a progetti futuri, continuiamo a valutare nuove opportunità, sia in termini di ristrutturazione sia di acquisizione, privilegiando le località di mare. Per la stagione invernale il Gruppo punta sulle destinazioni di montagna, come il Linta Hotel Wellness & SPA di Asiago, completamente rinnovato e trasformato in un vero gioiello di benessere nell'Altopiano dei Sette Comuni grazie alla spa di oltre 2000 mq aperta anche al pubblico locale.

Sono inoltre in corso i lavori di ristrutturazione del complesso **Blu Hotels** Senales 4 stelle, che si rinnova per la stagione invernale 2019/2020 con una completa ristrutturazione delle 82 camere situate al Club Hotel Zirm. La riapertura è prevista già a dicembre. Ricordiamo che il complesso, situato nella piccola località sciistica di Maso Corto, a 2011 metri di altitudine nella meravigliosa cornice delle Alpi Altoatesine, unisce le due strutture Sport Hotel Cristal e Club Hotel Zirm. Le strutture, a 70 km da Bolzano e a soltanto 35 km dalla cittadina termale di Merano, rappresentano una delle destinazioni di punta per la stagione invernale del gruppo **Blu Hotels**".

**D.** Formazione, recruiting e gestione del personale: qual è il trend e quali le prossime sfide?

**R.** Già da un paio d'anni riscontriamo - e quest'anno in maniera particolare - una certa difficoltà a trovare personale soprattutto per le mansioni più faticose e per i ruoli di ristorazione, cucina, sala e bar. E questo nonostante la disponibilità di molti posti di lavoro e l'offerta di contratti stagionali si ma molto ampi, anche fino a otto o nove mesi, con l'opportunità concreta di avere il rinnovo per la stagione successiva.

È importante che chi intenda lavorare in questo settore debba essere portato e motivato.

Se prima il turnover era intorno al 30%, ora siamo arrivati quasi al 55-58%, mentre sarebbe fisiologico tornare intorno al 20-30%. Per ovviare a queste difficoltà ci stiamo spingendo anche verso i canali internazionali e soprattutto abbiamo un rapporto molto stretto con le scuole, puntiamo sui profili junior. È proprio da queste persone più giovani che riusciamo a scoprire i talenti e a farli crescere in azienda.

Inoltre, due anni fa abbiamo fondato la **Blu Hotels** Hospitality School, dove offriamo corsi e formazione sia ai candidati esterni che vogliono avvicinarsi al gruppo sia alle figure junior che entrano in azienda e che vengono selezionate a partecipare in base a una valutazione effettuata dai direttori. In genere sfruttiamo il mese di novembre, più "tranquillo" data l'apertura dei soli hotel business".

Il gruppo **Blu Hotels**

Attivo dal 1993, il gruppo **Blu Hotels** conta oltre 30 hotel e villaggi in Italia tra proposte di mare, lago e montagna: Nicola Risatti (presidente e amministratore delegato) e Fabrizio Pian-toni (consigliere delegato) rappresentano l'anima manageriale del gruppo, che ha le sue origini nella tradizione alberghiera del lago di Garda. Target principale del gruppo è la famiglia. Negli ultimi anni **Blu Hotels** ha scelto di ampliare la propria strategia di hospitality grazie alla diversificazione di spazi e servizi, puntando anche ad altri target di ospiti, provenienti sia dall'Italia, sia da un mercato più internazionale. Particolare attenzione ha rivestito la strategia di apertura verso il segmento luxury, prendendo in gestione alcune strutture quali il **Palazzo Arzaga** Hotel Spa & Golf Resort sul Lago di Garda e il **Giardino di Costanza** Resort a Mazara del Vallo. All'inizio del 2018, inoltre il gruppo ha aperto l'hotel di design Savona18Suites che rappresenta il debutto sulla piazza milanese nel segmento business/corporate.

## IL SONDAGGIO di JOB IN TOURISM

Di questi giorni l'ennesima notizia di un conto da più di 400 euro per due piatti di spaghetti e una bottiglia d'acqua ai due turisti giapponesi. Il tutto in un ristorante non di certo rinomato. È giunta l'ora di prendere provvedimenti?

- 1) Queste azioni causano un danno al turismo molto più serio di quanto si possa pensare. Bisognerebbe chiudere certe attività commerciali: 80%
- 2) Non si può proteggere i turisti da ogni sorta di pericolo, quando si viaggia ci vuole accortezza: 20%

Commento: Viaggiando, penso che ognuno abbia vissuto esperienze negative e, proprio per questo, bisognerebbe intervenire per evitare che i viaggiatori portino a casa ricordi così spiacevoli, per superare i quali non sono sufficienti belle foto patinate del nostro Paese.