

Alberghi

Gli atout dell'albergo

● Il Savona 18 Suites è ricavato da una classica casa di ringhiera meneghina, con un investimento da parte della proprietà da 5,9 milioni di euro.

● La ristrutturazione è opera della Cibicworkshop - Aldo Cibic, che ha curato anche gli arredi, con numerosi e pregiati elementi di design.

● La struttura dispone di 43 camere suddivise in Home Suite, Suite Studio, Comfort Room, Queen Room e la Suite Savona View



Uno scorcio del Petit Café del Savona 18 Suites. A disposizione degli ospiti anche una sala meeting da 20-30 persone

BLU HOTELS A MILANO: obiettivo bt per il Savona 18 Suite

Debutto nel capoluogo lombardo per il gruppo che ha chiuso il suo «migliore anno di sempre»

testi di MARIELLA CATTANEO

MILANO – Blu Hotels conquista Milano e lo fa con una struttura che volutamente si stacca da quelle a vocazione tipicamente leisure che hanno finora connotato l'offerta del gruppo. A fine 2017, quello che il presidente Nicola Risatti ha definito come «il nostro migliore anno di sempre non solo per fatturato ma anche per i margini raggiunti», ha aperto i battenti il Savona 18 Suites, nell'omonima via del capoluogo lombardo, in una delle aree più creative e dinamiche della città, punto di riferimento per il design e la moda. La struttura è gestita da Blu Hotels grazie a «un affitto di azienda di 6 anni più 6» è stata oggetto di una profonda ristrutturazione (sotto la direzione di Cibicworkshop - Aldo Cibic) e punta dritto alla clientela corporate, senza chiaramente sdegnare quella leisure, concentrata nei fine settimana. «Da anni cravamo alla ricerca di una struttura a Milano, che fosse diversa e particolare e ci permettesse di arrivare in una piazza così importante

– ha dichiarato Risatti -. Dopo aver visitato questa proprietà il nostro interesse e il successivo coinvolgimento sono stati immediati. Ci siamo trovati a competere con le tante richieste arrivate sul tavolo della proprietà, ma l'affidabilità della nostra azienda è stata premiata. Abbiamo partecipato anche all'investimento per concludere la ristrutturazione, con circa un milione di euro, dopo che la famiglia proprietaria dell'immobile aveva già impiegato per il rinnovo 5,9 milioni di euro».

Dopo il Blu Hotels Brixia, primo business hotel del gruppo, «ceravamo per il passo successivo nel mercato corporate una piazza importante, da Milano a Venezia: l'obiettivo è quello di crescere ulteriormente in questa direzione, magari a Firenze oppure Torino, e aumentare la quota di business travel sul totale del nostro giro d'affari, che oggi copre chiaramente solo un 5%».

Le 43 camere sono suddivise in Home Suite (da 30 mq), Suite Studio (da 40 mq), Comfort Room (da 20 mq), Queen Room (da 30 mq)

«Crescita del 3-4% nel 2018, a parità di strutture»

Per il 2018, che vedrà Blu Hotels celebrare i primi 25 anni di attività, Nicola Risatti stima «una crescita nell'ordine del 3-4% a parità di strutture. Con un totale di 30 alberghi - afferma il presidente - ci confermiamo prima azienda italiana per numero di presenze nel segmento leisure». Intanto, la stagione invernale in cui il gruppo è operativo con otto strutture montane, «mostra una crescita del +10% di fatturato rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Gli alberghi registrano il tutto esaurito praticamente fino a Pasqua, complici chiaramente anche le condizioni meteo favorevoli». Particolarmente significativa in questo periodo la quota di clientela straniera (specie da Est Europa, Repubblica Ceca, Polonia, Croazia, che in questi mesi beneficiano di alcuni periodi di ferie».

60 mln €

Il fatturato relativo all'ultimo esercizio del gruppo

1,2 mln

Le presenze registrate nel 2017 nelle strutture del gruppo

oltre alla Suite Savona View (48 mq); si affacciano sulla corte privata, ideale anche per l'organizzazione di eventi; a disposizione degli ospiti anche una sala meeting (fino a 20-30 persone) e un elegante Petit Café (dove è possibile fare colazione, aperto anche a clienti esterni). Tratto distintivo della struttura sono sicuramente gli arredi, che portano la firma dello stesso Aldo Cibic. «L'intento era quello di realizzare più una casa accogliente che non il "solito" luxury hotel - ha spiegato Cibic -. Un luogo che esprimesse a suo modo un'eleganza gentile, un posto dove essere felici di stare». Un pensiero che ben si concilia con la filosofia di Blu Hotels: «Da 25 anni facciamo questo mestiere - ha ricordato Risatti -, la mia è la terza generazione a lavorare nel settore alberghiero. E quello che ci contraddistingue è che non deve mai mancare è sicuramente la passione per quello che facciamo. I nostri ospiti devono poter ripartire dopo un soggiorno nelle nostre strutture con un ricordo positivo». Il 2017 intanto si è concluso «come il nostro migliore anno di sempre, con oltre 60 milioni di euro di fatturato e un dato record di un milione 200 mila presenze nelle nostre strutture». E non solo, conclude il presidente, quello appena chiuso «è stato per il migliore anno anche a livello di margini ottenuti. Questo grazie al prezzo medio per camera che è cresciuto, spinto anche da una maggiore percentuale di clientela diretta».