

Il nuovo corso di Starhotels guarda all'up-level

Nel 2007 è previsto un investimento di 28 milioni di euro: in cantiere aperture e ristrutturazioni

di MASSIMILIANO SARTI

MILANO - Starhotels scommette sul futuro. E lo fa con convinzione investendo, per il 2007, 28 milioni di euro. Tre le novità principali fin qui annunciate: l'inaugurazione tra pochissimi giorni del Grand Milan a Saronno, un hotel da 200 camere, 48 appartamenti, una spa che occupa un intero piano e sale riunioni in grado di accogliere un totale di 600 delegati; la riapertura a luglio dello "Splendid Venice", struttura strategicamente situata nel cuore del capoluogo veneto, tra Rialto e piazza San Marco; il completamento, infine, dei lavori di ristrutturazione al Starhotel Rosa nel centro di Milano, che a fine anno aprirà una nuova ala di 83 camere prospiciente piazza Fontana.

Fatturato a più 6%

«Nostro obiettivo - spiega l'amministratore delegato Elisa-

betta Fabri - è il riposizionamento del brand ad un livello ancora più elevato di quello attuale, migliorando al contempo il servizio e l'immagine del gruppo. Una strategia di cui potremo beneficiare pienamente a partire dal 2008 quando saranno ultimati tutti i lavori di ampliamento e ristrutturazione in corso, ma che sta già dando risultati più che soddisfacenti: nel 2006 il nostro fatturato ha toccato i 135 milioni di euro, con un aumento del 6% rispetto all'anno precedente, mentre per il l'anno attualmente in corso contiamo di crescere ancora di circa 5 punti percentuali».

Intanto, anche il coefficiente medio di occupazione delle camere fa registrare buone prestazioni, come testimonia il dato degli alberghi italiani (70%) e quello addirittura del 94% dell'albergo situato a New York. Il 60% raggiunto dal Castille di Parigi è, invece, controbilanciato da un incremento del fatturato su base annua pari al 33%.

«Abbiamo anche intenzione di espanderci ulteriormente nei mercati statunitensi ed europei - prosegue Elisabetta Fabri -. Nostro obiettivo sono piazze strategiche come New York, Roma, Londra, Parigi e le principali città dei due continenti. Per questo motivo, pur continuando a prediligere gli

alberghi di proprietà, stiamo pensando di accettare anche contratti di gestione, sempre che gli hotel in questione rispettino naturalmente i nostri standard di qualità. Quest'anno, poi, abbiamo introdotto alcuni nuovi servizi per gli ospiti Starhotels, tra cui la garanzia della migliore tariffa disponibile: un'iniziativa che tiene conto delle nuove tendenze di un mercato in cui i viaggiatori sono molto informati sulle offerte in circolazione e tendono a prenotare sempre più a ridosso della data d'arrivo in albergo».

Restyling del sito web

Altra importante novità, infine, è l'inaugurazione del nuovo sito, online a partire dallo scorso 13 febbraio. «Un'opera di restyling - conclude il direttore marketing Loredana Vigna - resasi necessaria per adeguare l'immagine web al nuovo corso dettato dall'opera di riposizionamento in atto. Nel sito rinnovato abbiamo inserito un motore di ricerca dedicato agli

eventi, in modo da legare sempre più le nostre strutture al territorio. Con questa novità contiamo di

aumentare la percentuale di prenotazioni online dal 4% attuale a più del 5%».

Fabri:

“Nostro obiettivo è il riposizionamento del brand ad un livello ancora più elevato di quello attuale, migliorando immagine e servizi”

