



Estate 2007 SHARM / MARSA ALAM / ANTALYA / PALMA / IBIZA / FORMENTERA
ROMA Tel. 06.60507561 / MILANO Tel. 02.45071040 / NAPOLI Tel. 081.19301883
RICHIEDI I NOSTRI CATALOGHI www.baguntravel.it

Il gruppo inaugurerà per l'estate le strutture a Venezia e in Sicilia; fissato per il 2008 il debutto milanese



Palazzo
Barbarigo

■ **25 mln €**
Il fatturato dello
scorso anno

■ **3.000**
I posti letto

■ **250.000**
Le presenze annue

Tris di aperture da Nord a Sud per HotelPhilosophy

MILANO – (ma.c.) Da Venezia alla Sicilia, per debuttare poi a Milano. Tre location d'eccezione per le prossime aperture di HotelPhilosophy Spa, che si appresta a inaugurare la stagione estiva con le new entry di Palazzo Barbarigo a Venezia e del Falconara Charming Resort, entrambe programmate per giugno, in vista di un 2008 che sarà segnato dall'apertura milanese con il Maison Moschino. Quattordici le strutture operative del gruppo Mobygest, che nel 2005 hanno assunto il brand di HotelPhilosophy, con un contemporaneo e radicale «cambio della propria filosofia, mantenendo le gestioni alberghiere commercializzate da terzi di grande dimensione beach resort – spiega Alvin Grassi, desing director del gruppo – e indirizzando le linee, beach

retreat e charming house ad una filosofia appartenuta finora all'essenzialità della moda dell'arte e dell'interior design. Insomma, un cambiamento non sostanziale, ma rivoluzionario e innovativo per concezione, un nuovo glamour, insolito per il mondo del turismo».

Quest'anno è quello che decreta l'apertura al segmento di clientela business, proprio con il debutto veneziano, in

pieno centro città: Palazzo Barbarigo è stato ricavato da un palazzo del 1569 e conta sole 18 camere, direttamente sul Canal Grande: rappresenta la progettualità alberghiera più contemporanea; design, glamour e l'ineguagliabile location naturale, sono elementi che convivono perfettamente creando un assoluto equilibrio. L'anno prossimo vedrà invece aprire i battenti la struttura milanese, il «city hotel»

Stefano
UGOLINI:

“Dal fatturato di qualche migliaia di euro degli esordi siamo passati ai 25 milioni all'anno; su un totale di oltre 3 mila posti letto calcoliamo 250 mila presenze annue”



Il Falconara
Charming Resort

per eccellenza, in via Montegrappa: ricavata nella vecchia stazione Milano-Monza, è stata trasformata «sotto lo scudo delle Belle Arti, secondo lo spirito ludico della griffe Moschino – sottolinea Grassi –. Settanta le camere, per un'architettura d'interni innovativa, con grandi movimenti di volumi e spazi e un tocco poetico della storica griffe di Aeffe Spa».

Di assoluto effetto anche la location siciliana, in località Butera, in provincia di Caltanissetta: il Falconara Charming Resort nasce da un'antica torre di guardia, una vera e propria fortezza medievale

costruita su una roccia a strapiombo sul mare. La charming house delle scuderie conta 26 suite e, a completamento dell'offerta, una clubhouse affacciata sui giardini, dispone di altre 39 camere, dotate dei medesimi comfort.

Grandi progetti in cantiere sostenuti da risultati economici in progressione: «Dal fatturato di qualche migliaia di euro degli esordi siamo passati ai 25 milioni di euro all'anno – dichiara il presidente del gruppo Stefano Ugolini, – con proiezione di crescita per il futuro, quando cioè saranno a regime le nuove acquisizioni, di altri 8-10 milioni di euro. Su un totale di oltre 3mila posti letto (strutture stagionali) calcoliamo circa 250 mila presenze annue, che saliranno presto a quota 300 mila».

■ **+ 20%**

Stima incremento
tasso occupazione

■ **50%**

Share del segmento
congressuale

di MARIELLA CATTANEO

ACIREALE – Parola d'ordine esclusività. L'hotel Santa Tecla Palace di Acireale ha riaperto i battenti per la stagione estiva dopo un cambio di proprietà e una ristrutturazione di sei mesi: «Abbiamo riaperto il 5 aprile – spiega l'amministratore delegato Andrea Cavallaro – dopo aver completamente rinnovato le 209 camere, che sono state ridotte a 196 di cui 12 suite e di queste nove sono state create ex-novo; una seconda fase di ristrutturazione, in programma il prossimo inverno, prevede il completamento del nuovo centro congressi che potrà ospitare tra le 500 e le 800 persone, oltre ad un centro benessere. Il tutto sarà operativo per aprile 2008».

Il 4 stelle di Acireale ha completato la prima fase di rinnovo Santa Tecla Palace atto primo: «Parola d'ordine esclusività»

Andrea CAVALLARO:

“Per destagionalizzare puntiamo molto sulle soluzioni dedicate alla clientela Mice; ma non trascuriamo il leisure, con pacchetti ad hoc”

Con un obiettivo ben preciso, destagionalizzare: «Sicuramente dovremo allungare la stagionalità e arrivare ad un chiusura limitata ad un paio di mesi l'anno – prosegue Cavallaro – e per questo contiamo molto sul Mice, un segmento che arriverà a superare il 50%. Ciò non significa però trascurare la clientela

leisure: sono già pronti pacchetti ad hoc per escursioni in jeep sull'Etna, giornate in barca con il noleggio che spazia dal gommone di sette metri allo yacht da 20. Una serie di iniziative che possono poi essere combinate per la realizzazione di piccoli incentivi. Per un'offerta, insomma, moderna e dina-



mica». I nuovi servizi del Santa Tecla includono anche l'inaugurazione, a metà maggio, di un nuovo ristorante sul mare «La Rada» che conta circa 120 coperti



Hotel Santa
Tecla Palace

e aperto a tutti, non solo agli ospiti dell'hotel, con accesso anche direttamente dal molo; nuovi anche 4 ascensori, che sono stati aggiunti all'unico esistente, e la cucina realizzata secondo i più moderni standard. «Questo sarà per noi una sorta di «anno zero» – sottolinea Cavallaro –: il nostro obiettivo è quello di aumentare di almeno il 20% il tasso di occupazione, puntando sull'esclusività. E la nostra location può diventare un grande vantaggio: siamo a mezz'ora da Taormina, a venti minuti dall'aeroporto di Catania, nella terra dei Malavoglia, all'interno di una riserva naturale...Un plus da giocare nel migliore dei modi».

Intanto, per una distribuzione capillare, la struttura ha stretto accordi con t.o. italiani e internazionali «specie su mercati quali Giappone e Russia, oltre all'Europa» conclude l'a.d. Per le agenzie di viaggio è previsto il normale regime commissionale, con possibilità di over commission a raggiungimento di determinati obiettivi. L'hotel Santa Tecla è prenotabile anche dai principali portali di viaggio, da Expedia a lastminute.com. In fase di rinnovo, infine, anche il sito internet.

Partnership

La fidelizzazione Sol Meliá conquista le MilleMiglia Az

MILANO - Sol Meliá viaggia con Alitalia. La catena alberghiera spagnola ha siglato un accordo con la compagnia per l'ingresso nel Club MilleMiglia di Alitalia e l'ingresso di Az nel programma, MaS di Sol Meliá. L'accordo prevede l'ingresso di Sol Meliá nel Club MilleMiglia di Alitalia, così come quest'ultima entrerà nel programma di fidelizzazione MaS del gruppo. Tutti i membri del Club MilleMiglia possono così accumulare punti soggiornando presso le strutture Sol Meliá e tutti i titolari di Carta MaS (che siano anche soci del programma MilleMiglia) potranno convertire i propri punti MaS in miglia Alitalia. Tale accordo permette a Sol Meliá di ampliare le proprie aree di influenza nel mercato turistico e di potenziare la propria visibilità attraverso Alitalia e, dall'altra parte offre ad Az l'opportunità di legarsi a una catena alberghiera, con 350 hotel nel mondo. Il programma MaS conta oltre un milione di iscritti che possono usufruire di una serie di vantaggi esclusivi, tra cui flessibilità nella prenotazione delle destinazioni, agevolazioni al check-in, precedenza sulle offerte online. Con la nuova intesa i soci possono accumulare punti da convertire in miglia, secondo la proporzione: 1 punto MaS = 1 miglio Az.