

LHM

LUXURY HOTEL MANAGER

FOUR SEASONS MILANO

**ANDREA
OBERTELLO**

LA NEO DIRETTRICE GENERALE
FRA TRADIZIONE
& NUOVA VISION

ECCO IL 2020
DI ALLEGROITALIA
HOTEL & CONDO

**PIERGIORGIO
MANGIALARDI**

NUOVE APERTURE E STRATEGIE PER IL GRUPPO ITALIANO
CHE LANCIA UN'OPPORTUNITÀ PER I DIRETTORI D'HOTEL



LHM LIMITED EDITION

Parlamo di hotel di lusso indipendenti: quali aspetti considerate per includerli nella vostra collezione?

Con 51 anni di esperienza e un ampio numero di hotel indipendenti, possiamo essere selettivi sulla scelta dei partner, optando per alberghi che condividono valori autentici, offrendo esperienze uniche ed elevati standard di qualità. Lo sforzo è sempre quello di proporre un portfolio di indirizzi, che siano castelli in Irlanda o resort alle Maldive o safari lodge in Africa, capace in ogni singolo caso di avere un carattere distintivo ed essere localmente rilevante.

Si avvicinano al nostro brand anche singoli proprietari e compagnie che gestiscono le proprietà e sono in cerca di partner che rispecchino standard di eccellenza: badiamo molto ai criteri per determinare quale delle cinque collezioni interpretano.

Quali saranno i prossimi hotel e resort italiani della collezione?

Al momento in Italia abbiamo 40 hotel, che includono alcuni come Grand Hotel Tremezzo sul lago di Como, il Metropole Hotel a Venezia e il Castelfalfi in Toscana. L'Italia è un mercato importante e come destinazione nota nel mondo, è fondamentale svilupparlo nella nostra strategia regionale. Quest'anno abbiamo accolto sette nuovi membri nel portfolio e ne includeremo altri: il River Hotel & Spa a Firenze, il Villa Marina Capri Hotel & Spa a Capri, l'Hotel Tyrol sulle Dolomiti, l'Hotel Montecatini Palace & SPA a Montecatini Terme, The Sense Experience Resort in Toscana, l'Excelsior Palace Palermo e l' H10 Palazzo Canova, a Venezia.

Anche se siamo già presenti in destinazioni primarie e secondarie, siamo costantemente alla ricerca di proprietà che completino il portfolio, incontrando la domanda di strutture uniche, dimore storiche, hotel



Tra i prossimi hotel di lusso che entreranno nella collezione nel 2020, **Villa Dagmar** (in alto a destra l'interno di una camera), **boutique hotel** nel cuore di Stoccolma che sarà inaugurato a primavera

A sinistra **PHILIPP WEGHMANN**, supervisiona la crescita e l'evoluzione dei Preferred Hotels & Resorts in oltre 25 Paesi dell'area europea



e boutique hotel. Finora il nostro obiettivo è stato avere per tutte e cinque le nostre collezioni una rappresentanza in ogni centro città di maggior interesse. Oggi diamo il benvenuto in particolare a proprietà che sorgono in aree come la costiera amalfitana, Toscana e Sicilia per dare maggior scelta ai nostri ospiti.

Quali mercati sono per voi in crescita e, in prospettiva, lo saranno nel 2020?

Stiamo continuando a far crescere un portfolio già importante che conta 215 strutture in Europa, attraverso l'arrivo di importanti realtà come L'Oscar in London, nel Regno Unito, The Lesante Luxury Hotel & SPA a Zante, in Grecia, Schlosshotel Patrick Hellman a Berlin, e il nuovo The First Roma Dolce che ha aperto nella Capitale quest'anno. Il nostro approccio è riempire quei gap nei mercati in cui non siamo presenti, questo vale soprattutto per il 2020. Pianifichiamo un focus maggiore quindi su destinazioni in

città come Budapest, Mosca, San Pietroburgo e anche Israele.

Lo stile del mercato americano chiede criteri differenti rispetto a quello europeo. Come mantenete coerenza nella scelta delle strutture delle vostre selezioni?

Come per altri brand, gli Stati Uniti restano una componente importante del mercato globale. Tuttavia, verso i nostri hotel in 85 Paesi continuano a crescere anche altri, come la Cina ad esempio. Siamo certi di mantenere un approccio globale quando selezioniamo i nuovi membri. Prendiamo in considerazione come aspetto fondamentale fra i requisiti che piacciono ai nostri luxury traveller l'attenzione all'architettura e al design dei nostri hotel, la cucina e gli spazi offerti in camera o tutti i plus per le suite. Un livello alto nel servizio delle nostre strutture è imperativo e la personalizzazione un fattore chiave nei viaggi d'alta gamma. Capiamo l'importanza di un soggiorno con esperienze cucite su misura degli ospiti per incontrare le diverse →

LHM LIMITED EDITION

esigenze e crediamo che i migliori hotel siano quelli che connettono l'ospite con la destinazione e la cultura locale, offrendo un'esperienza immersiva che va oltre il soggiorno in camera.

Come monitorate periodicamente gli standard nelle strutture del portfolio?

Regolarmente visitiamo gli hotel. Usiamo come unico strumento l'IQA, l'Integrated Quality Assurance. È un sistema che utilizza due parametri combinati, per standard di servizio e di prodotto: la valutazione di un professionista sul posto e la valutazione del social media in tempo reale fatta di customer feedback e performance analysis. Il risultato assicura che i membri rientrino nei nostri standard di eccellenza, fondamentali per ospiti che vogliono soggiorni memorabili.

Parliamo dei benefici per i membri dei Preferred Hotels & Resorts...

I nostri membri accedono a numerosi vantaggi seppur mantenendo la propria identità e indipendenza, rimuovendo quelle impostazioni che spesso ci sono nelle catene alberghiere. Questa è una delle ragioni per cui operatori e hotel indipendenti vogliono essere nostri partner. Noi capiamo perfettamente lo spazio chiesto da questi hotel e consideriamo il rapporto con gli hotelier un beneficio reciproco, permettendo loro di mantenere il controllo dell'hotel per offrire esperienze autentiche. Gli albergatori possono avvalersi di accordi contrattuali più brevi con il nostro brand e usufruire degli stessi servizi di brand più vincolanti e a costi inferiori. Molti dei nostri membri entrano in portfolio anche prima dell'apertura ufficiale, mentre altri si escludono da catene o si spostano perché riconoscono una sinergia col nostro brand. Riceviamo i nostri membri di numerosi benefit, includendoli nei support che dà il gruppo, come corporate e leisure sales da oltre 80 sales executives che sono nei 35 uffici dei mercati chiave. Offriamo soluzioni di marketing, supporto sul revenue management, connettività globale attraverso i nostri centri di prenotazione.

Quale progetto volete realizzare nel 2020?

Se da un lato continua ad appassionarci l'idea di lasciare un'impronta sempre più forte in Europa, dall'altro abbiamo intenzione di mantenere il più grande supporto possibile ai nostri membri. Quest'anno stiamo completando il rinnovo del 95% degli hotel nel portfolio europeo e vogliamo continuare a dare il maggior sostegno possibile su scala globale. Un altro aspetto chiave per noi è continuare la crescita e la diversificazione dell'affiliazione nel programma loyalty I Prefer Hotel Rewards. Al momento è il più grande programma d'affiliazione per hotel indipendenti al mondo. I Prefer è uno dei key revenue-generating benefits che offriamo agli hotel partners che permette loro di competere con le catene alberghiere, attirando i repeaters e incrementando le revenue tramite i punti aggiuntivi, l'elite status e speciali operazioni in atto su oltre 650 hotel aderenti a livello globale. ♦



Fra i prossimi che entreranno a far parte della collezione in Europa anche **The Sense Experience Resort** (in basso, un'area comune), la proprietà che sorge all'interno di un parco naturale della Maremma di quasi cinque mila ettari



Tra le più attese new opening del 2020, le due proprietà nella City: **The Londoner** (qui sotto, la facciata esterna) nel cuore di Leicester Square e **The Guardsman** (in alto, una delle suite) a St. James' Park