



Hilton conquista Venezia con il Molino Stucky

Si apre il nuovo hotel congressuale del gruppo alberghiero che debutta in Laguna

di GABRIELE BRAMBILLA

TRECENTOTTANTA camere, di cui 50 suite e 2600 metri quadrati di sale congressi, il maggiore spazio per meeting nel centro storico veneziano, capace di ospitare oltre 1000 ospiti. E anche un centro benessere da 600 metri quadrati. Sono i numeri principali del Molino Stucky Hilton Venice, la nuova struttura alberghiera 5 stelle ri-

cavata dal celebre mulino dell'industriale veneziano Giovanni Stucky. L'albergo, di proprietà Caltagirone dal 1998, che poi lo diede in gestione a Hilton, aprirà i battenti il primo giugno, anche se l'inaugurazione ufficiale è per metà settembre, dopo la Mostra del cinema. Una struttura in mattoni rossi tipici dell'architettura industriale del 19esimo secolo, ubicata sull'isola della Giudecca.

"Ai nostri clienti - ha dichiarato Katharina Schlaipfer, director of

business development dello Stucky Hilton - mettiamo a disposizione il trasporto gratuito ogni mezz'ora che in 4 minuti raggiunge il vicino quartiere Zattere, con possibilità di proseguire per piazza San Marco". Ambiziosi gli obiettivi per una struttura su cui Caltagirone ha investito circa 250 milioni di euro: "Vogliamo essere il numero uno - ha dichiarato il direttore Paolo Biscioni (nella foto) -. L'intenzione è diventare, entro il 2009, l'Hilton in Europa con il migliore revPar". Quanto ai primi mesi, aggiunge Schlaipfer, "contiamo di arrivare a un'occupazione came-

re del 65-70 per cento. Le prenotazioni sono partite al meglio, in particolare sul fronte business: abbiamo già ricevuto una richiesta per il 2011 per un congresso medico. E da qui a dicembre ospiteremo 7-8 meeting. Il primo congresso si terrà invece il prossimo settembre". Molino Stucky è la prima struttura Hilton a sorgere nel Veneto, la 13esima in Italia. "Ci riteniamo competitivi soprattutto per il congressuale - conclude Schlaipfer -. Quando nelle città concorrenti è alta stagione, da noi è bassa. E questo può fare la differenza".

"Dall'apertura sino a dicembre ospiteremo 7-8 meeting"

LE DOTAZIONI TECNICHE

Ballroom	10.404 posti
Boardroom	1.290 posti
Tot. posti sale minori	2.714
Superficie Executive room	44-66 mq
Camere deluxe e executive	8 tipologie

Fonte: Hilton

Banche europee nel progetto Sicily House

Sale congressi previste nel piano di sviluppo del Kempinski Hotel Giardino di Costanza a Mazara del Vallo

Semaforo verde da un pool di banche europee al finanziamento del progetto firmato Sicily House a Mazara del Vallo.

Il piano di investimenti è di 16 milioni di euro, e la cordata di istituti è composta da Bnp Paribas-Bnl, Abn Amro-Antonveneta, Ubi-Centrobanca e Banca Intesa-SanPaolo.

Il solo Kempinski italiano

Sicily House è proprietaria del Kempinski Hotel Giardino di Costanza, nella zona di Trapani, al centro del piano messo a punto dalla società guidata da Giovanni Savalle. "Investiremo - annun-

cia lo stesso presidente - nella valorizzazione delle risorse ambientali e culturali del territorio. Ringraziamo le banche che hanno creduto in noi".

Il Kempinski, unico albergo della compagnia tedesca in Italia, è dotato di 91 camere immerse in un parco di oltre 100mila metri quadrati, con piscine e giochi d'acqua. Dispone di due penthouse suite da 130 metri quadri con piscina privata e terrazza panoramica. Comprende anche una spa di 2.100 mq.

Il progetto si sviluppa lungo quattro linee-guida ma "secondo un'unica strategia di promozione



del turismo d'eccellenza nella Sicilia occidentale". Da qui l'obiettivo di recuperare, in termini architettonici e di ammodernamento funzionale, la villa ottocentesca annessa all'hotel. In tal modo Villa Fontanasalsa, con le sue tre sale da 500,

250 e 160 posti, diventerà, entro la fine dell'anno, un centro congressi cinque stelle lusso. Nel patio sarà realizzata una "agorà" con pannelli maiolicati che si richiama alle cento chiese di Mazara. Sarà, inoltre, organizzata, sempre

Per HTMS vocazione da registri

Far prendere forma a nuovi progetti del ricettivo italiano e facilitare i contatti tra imprese e finanziatori tenendo fisso l'obiettivo sull'importanza strategica di rilanciare il nostro Paese nell'orbita dei grandi del turismo. Una mission che HTMS persegue come sua stessa vocazione, offrendone un esempio concreto con la messa in campo di Investment@Globe, giornata di incontro tra alberghi, finanza e società immobiliari organizzata nel quadro di Globe07, a Roma.

Un modello promosso a pieni voti; stanno arrivando richieste di replica sia per la parte convenzionistica che per il marketplace. Un'idea apprezzata per la modernità della formula oltre che per la capacità di mettere in diretto contatto le parti. "Spesso - rileva Gianni Martino, group coordinator HTMS International - il contatto e la comunicazione vengono meno. Facilitarli, quindi, è la giusta chiave di lettura". Su questo credo e con un bagaglio di esperienza nel mondo dell'hôtellerie, HTMS ha raggiunto ormai le dimensioni proprie di una multinazionale: gsa di alberghi indipendenti, catene e destinazioni, conta su 11 sedi nel mondo dopo l'apertura, a Shanghai, del suo ultimo ufficio. "La Cina è un mercato importante, sul quale offriamo servizi commerciali agli operatori che vogliono sviluppare business" commenta Martino. In Cina la società rappresenta Charming Hotels.

Segreto di HTMS è aver dato vita a un modello di business che infrange le barriere dell'outsourcing, consentendo ad alberghi e catene di affidare totalmente le loro funzioni di vendita e marketing all'esterno; di presentarsi agli intermediari per conto dei clienti agevolando il business tra le parti. E così che la società è cresciuta guadagnandosi la fiducia del mercato. (s. p.)

La società

Il Gruppo Sicily House è partecipato al 40 per cento da Abm Merchant del finanziere trentino Alberto Rigotti, mentre la quota restante è nelle mani delle famiglie mazaresi Savalle e Norrito.