

Blu Hotels

Guarda a uno scenario sempre più ampio e internazionale il Gruppo delle vacanze, leader in Italia, che festeggia 25 anni di attività



Sant'Elmo Beach Hotel

Non solo il target delle famiglie con bambini. Blu Hotels mira ad allargare e diversificare il proprio orizzonte. «Venticinque anni», commenta Nicola Risatti, Presidente del gruppo, «costituiscono un bel traguardo che è stato raggiunto puntando su correttezza e professionalità, nonché al mantenimento di ogni struttura come fosse nostra. E noi sappiamo cosa vuole dire».

Nicola Risatti rappresenta, infatti, la terza generazione di una famiglia di albergatori nota a Limone del Garda. Era il 1993 quando assieme al cugino Fabrizio Piantoni, oggi Vice Presidente e consigliere delegato, si sono lanciati nell'avventura di prendere in affitto un hotel e nel tempo hanno costruito un gruppo che oggi è protagonista nel mondo delle vacanze italiane con 33 strutture tra alberghi, villaggi e resort in diverse regioni con una disponibilità di 3.563 camere per soggiorni al lago, al mare, in montagna.

Nicola Risatti, Presidente Blu Hotels



Lusso e business

Se all'inizio Blu Hotels si è concentrata sulla fascia di mercato delle famiglie con figli, alle quali rivolgere i migliori servizi con un ottimo rapporto qualità-prezzo, ha poi cominciato a rivolgersi ad altri target, quali giovani, coppie, gruppi, Mice. «La società», afferma Nicola Risatti, «ha raggiunto un fatturato di 62,4 MI € a fine 2017, rispetto ai 59,8 MI € del 2016 (+4,76%), registrando 1,1 milioni di pernottamenti e si è allargata ai segmenti luxury e business con la gestione di due ho-

tel cinque stelle, Palazzo Arzaga e Giardino di Costanza Resort, e di due hotel business, Blu Hotel Brixia e Savona 18 Suites». «Quest'ultimo», continua, «ha rappresentato un importante debutto sulla piazza milanese e ci ha aperto nuovi orizzonti di sviluppo».

Fidelizzare, parola d'ordine

Archiviata positivamente la stagione invernale, il gruppo guarda a quella estiva. Saranno terminati importanti interventi per il rinnovo del Park Hotel Casimiro sul

Perle a cinque stelle

Palazzo Arzaga Hotel Spa & Golf Resort a Calvagese della Riviera (BS) e Giardino di Costanza Resort a Mazara del Vallo (TP) si distinguono per peculiarità davvero uniche. Palazzo Arzaga, antica dimora a pochi minuti dal lago di Garda, è immersa in una tenuta di 144 ettari con ben due campi da golf disegnati da Jack Nicklaus II e Gay Players. Sono in previsione importanti lavori di restyling e ampliamento della parte ristorativa e spazi eventi. Giardino di Costanza Resort, circondato da una rigogliosa vegetazione, dalla ricchezza del territorio e vicino alle spiagge, vanta un centro Spa di oltre 2.100 mq, dove si effettuano trattamenti speciali con i prodotti "naturali" del luogo: sale marino, terra vulcanica dell'Etna, succo d'uva e agrumi di Sicilia.

Amati dagli stranieri

L'internazionalizzazione è uno dei punti di forza di Blu Hotels. La clientela straniera è cresciuta negli anni proporzionalmente all'aumento delle camere disponibili e rappresenta circa la metà delle presenze. La parte del leone è svolta dai tedeschi. «La nostra provenienza dal mondo dell'hôtellerie del lago di Garda», spiega il presidente Risatti, «ci ha permesso di sviluppare rapporti sia con clienti diretti, sia con gruppi e tour operator e di lavorare molto in bassa stagione, allungando il periodo di apertura degli hotel in Sardegna, sul Garda e in montagna». Dopo la Germania con oltre il 46% delle presenze straniere totali, segue il Belgio con l'11%, Paesi Bassi, Regno Unito, Francia, Austria e Polonia con il 5% circa.

lago di Garda e del Club Hotel Laconia in Sardegna. «Possiamo già contare», dichiara Nicola Risatti, «su più del 50% di prenotazioni grazie alla nostra politica commerciale che premia chi prenota prima». Oltre alla rete di venditori e ai tour operator, la società ha sempre curato con attenzione il canale delle agenzie di viaggio con il programma *Be a best partner*. «Sette, otto anni fa», aggiunge, «siamo stati i primi a lanciare il programma di fidelizzazione Blu Tribe, che permette ai clienti di accumulare punti a ogni prenotazione e di avere attenzioni particolari durante il soggiorno».



Per eventi di successo

In crescita è il settore Mice con la possibilità di scegliere fra 12 strutture. Quelle più richieste sono Palazzo Arzaga Hotel Spa & Golf Resort sul lago di Garda e Giardino di Costanza Resort in Sicilia, ma anche Sant'Elmo Beach Hotel, a sud della Sardegna, è ricercato per incentivi di natura balneare. In inverno attirano gli hotel a Ponte di Legno, in Val Senales e a Folgaria. Il gruppo offre il supporto dalla sede centrale e in loco per dare un servizio personalizzato e completo delle attività da affiancare ai momenti di lavoro. «Il know how leisure di Blu Hotels», conclude Nicola Risatti, «è un valore aggiunto e garanzia di un'offerta ricca di possibilità per il tempo libero e per l'organizzazione di team building e happening creati ad hoc. Inoltre, quasi tutte le nostre strutture vantano centri Spa di ultima concezione».

Federica Serva

Giardino di Costanza



Palazzo Arzaga

Blu Hotels

The Group of hotels, leader in Italy, aims to an always bigger and to an always more international audience celebrating its 25 years of operation



Sopra (above) e sotto (below), Palazzo Arzaga

Not only for families with children. Blu Hotels aims to enlarge and diversify its targets. «Twenty-five years», Nicola Risatti, President of the Group, comments, «are quite an achievement. It has been reached working with integrity and professionalism, but also taking care of the maintenance of each facility as if it was ours. And we know what this means».

As a matter of fact, Nicola Risatti is a third-generation hotelier from a famous family in Limone of Garda. In 1993 his cousin Fabrizio Piantoni, today Vice President and managing director, and he start-



ed their adventure renting a hotel. Little by little they built a group that is the star of the holiday industry with 33 facilities, among which there are hotels, villages and resorts in several regions of Italy with 3.563 rooms available for a vacation by the lake, by the sea, or by the mountain.

Luxury and business

At the beginning, Blu Hotels focused on the market offered by families with children, to whom it presented the best services with a very good quality-price ratio. Then, it began to target other customers, such as young people, couples, groups, and Mice segment. «Our company», Nicola Risatti states, «reached a turnover of 62,4 Ml € at the end of 2017, compared to 59,8 Ml € of 2016 (+4,76%), with 1,1 million overnight stays. The company wants to target the luxury and the business segment with the new acquisition of two five-stars hotels, Palazzo Arzaga and Giardino di Costanza Resort, and of two business hotels, Blu Hotel Brixia and Savona 18 Suites.»

«The last one», the CEO continues, «represents an important debut for the company in Milan and it opened new chances for development».



Five-stars jewels

Palazzo Arzaga Hotel Spa & Golf Resort in Calvagese della Riviera (BS) and Giardino di Costanza Resort in Mazara del Vallo (TP) are really unique. Palazzo Arzaga, an old mansion at a few minutes from lake Garda, is surrounded by a 144 hectares big estate with two golf courts designed by Jack Nicklaus II and Gay Players. Important works of restyling and extension of the restaurant areas and of the events areas will start soon. The Giardino di Costanza Resort is surrounded by a luxuriant greenery, by a rich territory and near the beaches and it boasts a Spa centre bigger than 2.100 sqm, where the customer may try special treatments with local "natural" products: Marine salt, Etna volcanic dirt, grape juice and Sicilian citrus fruits.

Loyalize, the watchword

Positively archived the winter season, the group now looks at the summer. Important works of restoring of Park Hotel Casimiro on the lake of Garda and of Club Hotel Laconia in Sardinia will be ended. Nicola Risatti declares «we can already count on more than 50% of bookings thanks to our trade policy that awards who books first». In addition, the company always takes care of the channel of the travel agencies



with the program *Be a best partner*. «Seven, eight years ago», he adds « we were first company to launch the loyalization program Blu Tribe, that allows the customers to gain points for each booking and to have special treatments during the stay».

Due immagini del Giardino di Costanza.
Above and below
Giardino di Costanza

For successful events

The Mice segment is growing with the chance to choose among 12 facilities. The most wanted are Palazzo Arzaga Hotel Spa & Golf Resort on the Lake Garda and Giardino di Costanza Resort in Sicily, but even Sant'Elmo Beach Hotel, in South Sardinia, is usually chosen for incentives on the beach. In winter the most luring hotels are the ones in Ponte di Legno, in Val Senales and in Folgaria. The group offers the help from the headquarters and on site to give a customized service, completed with activities that go side by side with work. «The leisure know-how of Blu Hotels», Nicola Risatti concludes, «is an added value and it warrants an offer rich in ideas for free time and for the set-up of customized team buildings and happenings. Moreover, almost all our facilities have state of the art Spa centers».

Federica Serva

Loved by foreigners

Internationalization is one of the strengths of Blu Hotels. The foreign customers increased as the years went by in accordance to the increase of the available rooms. Nowadays they book almost half of the rooms. First there are Germans. «We come from the lake Garda hotellerie», as explained by the president Risatti, «and this is how we developed relationships either with direct customers, either with group and tour operators. That's also the reason why we work a lot in the low season, prolonging the hotels opening period in Sardinia, by the lake Garda and on the mountains». After Germany with almost the 46% of the total foreign bookings, there is Belgium with the 11%, Netherlands, UK, France, Austria and Poland with almost 5%.