Un 2014 a segno più per Accor Italia. Che cresce con nuove strutture

Dispensa ottimismo **Renzo Iorio, amministratore delegato di Accor Italia**, intervenuto alla presentazione del nuovo Ibis Milano Fiera di Lainate (vedi Articolo di WBM): "Nel primo quadrimestre del 2014 abbiamo messo a segno un fatturato a più 7% anno su anno a parità di strutture - afferma Iorio -. Grazie soprattutto al leisure, molti individuali, e agli stranieri. Mentre gli arrivi business faticano ancora un po'". E Iorio ha a sua disposizione un "osservatorio" privilegiato sull'hotellerie italiano, ovvero i 72 alberghi sparsi per la penisola con brand che vanno dal lusso di **Sofitel** al value-for-price della famiglia **Ibis**: "Nel 2014 apriremo due **Mercure**; a Genova San Biagio e a Firenze. E, speriamo a fine anno, anche un nuovo **MGallery** dietro la Stazione centrale a Milano - spiega Iorio -. A marchio Ibis quest'anno apriremo una struttura a Gerusalemme Est, mentre nel 2015 sarà al volta di due a Gerusalemme Ovest, uno a Kalamata, in Grecia, e uno a Brescia".

Proprio il marchio Ibis, che vale oltre il 50% di tutte le entrate del gruppo, ha appena terminato il rebranding di quasi tutte le sue strutture e, con l'**Ibis Fiera Milano**, ha lanciato il nuovo concept del brand, presentato a Berlino in occasione dell'inaugurazione del 1000° Ibis nel mondo. "Purtroppo non possiamo importare la **versione Budget degli Ibis** per un regolamento antiquato e protezionista che non permette lo sbarco di questo brand low cost in Italia che tanto successo sta avendo all'estero. Solo per una misura minima delle camere" commenta con una punta di dispiacere l'ad di Accor Italia ch, ironicamente, aggiunge come "per le compagnie low cost non esiste nessuan limitazione. Bene ha fatto Lupi ha paventare delle trattative pubbliche per le sovvenzioni dei voli dai vari scali italiani. Perché, ricordo, che pagano tutti i cittadini quando uno scalo dà 25 a posto vuoto per pieno a una qualsiasi low cost".

Infine un progetto sulla distribuzione e sul miglioramento del servizio in hotel: "abbiamo appena lanciato un progetto test in Italia per la **digitalizzazione completa dell'arrivo dell'ospite** nelle strutture; in due Mercure e due Novotel stiamo testando un sistema che permetta un check-in programmato senza perdite di tempo per chi prenota sulla nostra piattaforma ed è nostro cliente abituale. In questo modo vogliamo crescere sempre di più nelle prenotazioni dirette sui nostri sistemi, cosa che tra l'altro già succede, per trovare un mix migliore con le prenotazioni dalle olta, che tanto hanno fatto e fanno per molti alberghi ma a scapito dei margini e della loro autonomia, e con quelle

che provengono dal mondo trade" conclude Iorio.