Pacha Group: da Ibiza il marchio del divertimento punta all'Italia

Pacha Group, la holding spagnola che possiede e gestisce il brand Pacha, uno dei marchi più celebri della vita notturna di **Ibiza** con la sua discoteca, entrato anche nel mercato degli hotel e dei ristoranti, ha chiuso il 2015 con un giro d'affari di 78 milioni di euro e utili per 11 milioni. Ovvio che, con simili numeri, il gruppo punta all'espansione: ad aggiungersi ai 16 locali nel mondo identificati dal famosissimo simbolo delle ciliegie potrebbe infatti aggiungersi anche qualche apertura in Italia. Lo scrive Il Sole 24 Ore, specificando che il gruppo "ha suscitato l'interesse del private equity Triatlantic Capital Partners, pronto, secondo indiscrezioni di mercato, a un'offerta di qualche centinaia di milioni di euro". Rumors non confermati né dalla società né dalla famiglia Urgell, azionista di riferimento. Secondo il quotidiano economico, Pacha Group vorrebbe aprire 85 nuovi locali (una decina di club, 25 alberghi e 50 ristoranti) entro il 2025. E il settore alberghiero è proprio uno di quelli strategici per lo sviluppo del marchio, che sarebbe in cerca di partnership con imprenditori locali che conoscono bene il mercato.
"L’Italia è uno dei principali Paesi in cui vogliamo esportare il nostro brand, ormai noto a livello globale, e vogliamo farlo in partnership con soci già presenti nel settore alberghiero" ha spiegato a Il Sole 24 Ore l’italiano **Marco Frisina**, responsabile dello sviluppo del business del gruppo spagnolo. Attivo con diversi marchi (oltre a Pacha, anche Destino, che coniuga lusso e natura, e Lío, più orientato al divertimento) Pacha Group si muoverà in maniera diversa sui vari mercati europei. Nel Regno Unito e Germania, bacini prioritari, ci si orienterà su strutture in città, mentre in Francia e Italia sono previsti anche resort sul mare.