

*** I PROGETTI DEL QATAR IN COSTA SMERALDA: UN INVESTIMENTO DA 130 MILIONI DI EURO IN 5 ANNI**

IL VIA AL CALA DI VOLPE

Superhotel, spa e nuove suite Un mega-piano

Centotrenta milioni di euro in 5 anni per rifare il look alle prestigiose proprietà della Smeralda holding, la società che custodisce gli investimenti (superhotel, spa, ristoranti ecc.) del Qatar in Costa Smeralda. Le prime cinque suite del Cala di Volpe reinterpretate da Bruno Moinard, designer e scenografo francese, verranno mostrate in anteprima sabato. L'annuncio ieri a Milano dove è stato illustrato il piano industriale. Insieme ai numeri della stagione 2017. Che sono stati più che positivi: ricavi per 100,5 milioni di euro con un +15% sull'anno precedente.

Costa Smeralda da record ma punta a una rivoluzione

Ricavi per oltre 100 milioni nel 2017 e ora il mega-piano: nuove suite al Cala di Volpe Spa esclusiva al Romazzino. Rinnovati anche bar, beach club e ristoranti esclusivi



L'ad Ferraro:
«Negli ultimi 50 anni il turismo di élite è molto cambiato. Ora puntiamo ad allungare la stagione e diversificare la nostra clientela»



Per ora non ci sono progetti
per nuovi hotel. Si pensa a portare al top le 370 stanze a 5 stelle e diversificare gli alberghi per attirare diverse fette di mercato

di Serena Lullia

► INVIATA A MILANO

Il business smeraldo è una casaforte da oltre 100 milioni di euro. Il 2017 regala il sorriso più splendente degli ultimi anni alla Smeralda holding, la società italiana che custodisce le proprietà del Qatar a Porto Cervo. I numeri parlano chiaro. Una crescita continua nell'ultimo triennio. Lo scorso anno i ricavi hanno superato del 15 per cento quelli del 2016 toccando la cifra record di 100,5 milioni di euro. Una risposta indiretta a chi dava ormai per fuori moda la cinquantenne

signora del turismo. Sono proprio gli hotel il core business dell'impero qatarino in Costa Smeralda. Sul trend positivo di Smeralda holding ha influito il buon andamento generale del mercato turistico del lusso, ma anche l'aumento di cinque settimane dell'apertura degli alberghi. E il nuovo piano industriale firmato Qatar. Invece di rincorrere mattoni alberghieri impossibili sulle coste, destinati a sbriolarsi contro le leggi urbanistiche vigenti, i proprietari del paradiso delle stelle hanno deciso di dare nuova luce alle perle al-

berghiere esistenti. Con un piano di investimenti da 130 milioni di euro in cinque anni.

Costa Smeralda 2.0. La stagione 2018 parte con il debutto della Costa Smeralda 2.0 e un investimento da 15 milioni di euro. Le prime cinque suite del Cala di Volpe sono state reinterpretate in chiave moderna da Bruno Moinard, designer e scenografo francese. Verranno mostrate in anteprima questa domenica all'interno della tre giorni "The new Costa Smeralda experience". Moinard curerà il nuovo look anche del resto del Cala di

Volpe, operazione programmata per il 2019. I lavori partiranno a ottobre quando l'hotel simbolo della vacanza extra lusso a Porto Cervo chiuderà. Sempre nel fine settimana verrà tagliato il nastro dell'altro investimento qatario in terra Smeralda. La Spa del Romazzino, griffata MyBlend Clarins, l'ottava in tutto il mondo. Il prossimo anno toccherà al Pitrizza avere un tempio del relax. Debutteranno nell'estate 2019 con una nuova veste il bar Portico nella piazzetta, il bar dell'hotel Cervo, il ristorante il Pomodoro, la Captain's lounge nella Marina firmata da Piero Lissoni. Secondo step di un progetto di diversificazione dei ristoranti e dei bar cominciato già quest'anno. Con un lungo elenco di partnership internazionali. Il Nikki beach per la gestione del beach club a Cala Petra Ruja; Novikov restaurant; l'apertura del Nuna nel centro di Porto Cervo affidato allo chef peruviano Rafael Rodriguez; il pop-up del ristorante giapponese Matsuhisa di Nobu San all'interno dell'hotel Cala di Volpe.

Cambiare per restare al top. L'am-

ministratore delegato di Smeralda holding, Mario Ferraro, analizza l'offerta turistica della Costa Smeralda. «Negli ultimi 50 anni il turismo di élite è cambiato – afferma –. La nostra destinazione ha avuto una lenta evoluzione rispetto ai competitors. La Costa Smeralda è rimasta quella che era a differenza di Mikonos, Ibiza, la costa amalfitana, Capri, che si sono evoluti cercando una nuova dimensione. Probabilmente Porto Cervo negli ultimi dieci anni è stato meno competitivo perché non ha saputo aggiornarsi e modificare l'offerta. Che è invece una delle componenti chiave della strategia pensata insieme al nostro azionista Qatar investment Authority. Con un duplice obiettivo. Allungare la stagione, oggi ancora troppo corta rispetto alle altre destinazioni del Mediterraneo e diversificare la clientela. Al momento non abbiamo alcun progetto per realizzare nuovi hotel. Abbiamo 370 stanze e su quelle stiamo intervenendo per renderle di qualità elevatissima».

Alla conquista della Z. Nessuna intenzione di vestirsi da Mikonos

o Ibiza. Porto Cervo vuole rinnovare la sua clientela, svecchiarla, ma rimanendo fedele alla sua identità. Super lusso declinato in versione giovane. Beach club, serate con dj famosi, centri benessere, concerti, eventi. Oggi i Millennials rappresentano un terzo della clientela degli hotel del Qatar. I baby boomer, tra i 55 e i 70, il dieci per cento; la generazione X, tra i 40 e i 50 anni, un terzo. «Il nostro obiettivo con questi investimenti e la nuova filosofia di ospitalità è preparare il terreno anche per la generazione Zeta che comincia a diventare un potenziale consumatore di riferimento», aggiunge Ferraro.

Hotel e nuovi brand. Quando nel 2023 il piano di investimenti sarà completato, i brand che griffano oggi i quattro hotel di lusso sono destinati a cambiare. «Oggi – ha spiegato Ferraro – tre sono brandizzati Luxury collection e uno Sheraton. Riteniamo che diversificare l'offerta alberghiera sia importante. Oggi abbiamo tre hotel con lo stesso brand e servizi identici. Insieme a Marriott stiamo ragionando su quali nuovi puntare».



L'ad
di Smeralda
holding
Mario
Ferraro



Il rendering di una nuova suite dell'hotel Cala di Volpe, un simbolo della Costa Smeralda



Il rendering della Spa dell'hotel Romazzino