

Elisabetta Fabri, da Firenze l'arte italiana dell'ospitalità

www.affaritaliani.it/costume/elisabetta-fabri-da-firenze-arte-italiana-ospitalita-427921.html

Elisabetta Fabri, Presidente e AD Starhotels

[Guarda la gallery](#)

'Figlia d'arte', in quanto amante di tutto ciò che è arte e figlia di Ferruccio Fabri, fondatore di Starhotels: questa è, in estrema sintesi, Elisabetta Fabri, alla guida di Starhotels, l'importante catena alberghiera italiana con circa 1000 dipendenti e ricavi da prestazioni alberghiere pari a 182,6 milioni di euro. Un business mondiale nato, a Firenze, dall'intuito del padre Ferruccio .

Il Gruppo Starhotels conta 4098 camere locate in 29 alberghi. Alcuni vere perle, testimonial del gusto italiano, come lo Splendid Venice a Venezia, il Rosa Grand a Milano, il triestino Excelsior Palace, The Michelangelo a Manhattan, il Castille a Parigi e i due 'gioielli' londinesi, The Pelham e The Gore. The Pelham a South Kensington e TheGore, building del settecento in puro stile vittoriano.

L'abbiamo incontrata a Milano, durante un evento benefico 'di alta cucina' promosso da Elisabetta Fabri e Oscar Farinetti a favore di Pangea, l'associazione che lotta contro la violenza sulle donne.

Firenze è il cuore del Gruppo. Quanto di questa città ha ispirato il 'fil rouge ' che lega i vostri alberghi nel mondo?

L'eleganza che contraddistingue la storia della mia città è stata ed è tuttora elemento di distinzione dei nostri alberghi. Ho viaggiato e vissuto in molte parti del mondo, tutto ciò mi ha arricchito ma non ho mai perso il mio essere profondamente italiana. Spero che questo si veda nei nostri hotel, anche in quelli all'estero.

Lei è un mix, non facilmente riscontrabile, di imprenditorialità, eleganza e soprattutto semplicità. Come trasferisce tutto ciò nella guida della sua impresa?

Cercando di essere coerente in tutto ciò che faccio e portando avanti un unico grande obiettivo: valorizzare l'identità italiana, creare punti di riferimento per il viaggiatore che vuole trovare il gusto e lo stile del made in Italy. Valorizzando e preservando nei nostri hotel il meglio della nostra italianità.

E il recente accordo con Oscar Farinetti per i vostri ristoranti cosa prevede?

Innanzitutto è un accordo che nasce dall'intesa con Farinetti imprenditore. Incontrato a New York 7 anni fa all'inaugurazione di Eataly, ho capito che avevamo in comune la passione per le eccellenze italiane. Il suo brand affianca i gestori della ristorazione curando la formazione del personale, la scelta dei profili più alti e la fornitura dei prodotti. Dalle colazioni brandizzate agli eventi dedicati, Eataly è al nostro fianco per garantire qualità e dare alla nostra ristorazione coerenza di identità.

Lei è Membro dell'Associazione Amici degli Uffizi, è in AIDDA (l'associazione delle donne imprenditrici e dirigenti) e in importanti CdA (quello di Poste Italiane e Toscana Aeroporti), impegni a tutto campo per una donna, anche mamma di due gemelli. Domanda scontata: come riesce a equilibrare il tutto?

Metto lo stesso impegno e passione sia nel lavoro che nella vita privata. E cerco sempre di definire subito le priorità cogliendo l'essenziale. Anche per i problemi più spinosi a volte la soluzione è quella più semplice.

Starhotels ha chiuso il 2015 con performance positive. Quali sono stati i punti salienti del vostro impegno?

Effettivamente il bilancio 2015 è altamente migliorativo, rispetto a tutti gli esercizi precedenti. Expo Milano ci ha aiutati a aumentare i ricavi a 182,6 milioni di euro, + 15,8 % rispetto all'anno precedente, l'utile netto è di 16,2

milioni di euro + 369,2% rispetto al 2014, l'Ebitda 47,6 milioni + 18,1% rispetto al 2014. Sono in fase avanzata le operazioni che porteranno la Starhotels Spa all'acquisizione di 4 immobili del gruppo Royal Demeure e ci stiamo preparando al lancio del nostro terzo hotel a Londra, il suggestivo The Franklin, hotel a 5 stelle nel cuore di Knightsbridge. Con questa nuova apertura rafforziamo il segmento lusso della nostra Collezione Starhotels e continuiamo a focalizzarci sulla valorizzazione del concetto di ospitalità italiana di eccellenza.

E da ultimo il sociale, il vostro impegno ad esempio con Pangea?

Bisogna agire nella società anche aiutando, dove possibile, le realtà più deboli ed esposte. Però preferisco 'agire' nel sociale piuttosto che 'parlarne'.

Grazie, Presidente. Questo approccio al business e questa filosofia di vita è qualcosa che non ha regole, qualcosa che non viene insegnato nelle università di marketing, non lo si acquisisce per magia ma nasce spontaneo solo se è parte del proprio DNA. E in lei, questo DNA c'è.