



ELISABETTA FABRI
Starhotels, l'offensiva d'Europa
«La catena italiana a cinque stelle»

Elisabetta Fabri, lady a cinque stelle

«Starhotels è la grande catena italiana Poche donne alla guida di aziende»

Pino Di Blasio
 FIRENZE

ELISABETTA Fabri è la nuova stella del turismo italiano. Guida **Starhotels** con piglio deciso, è consigliere d'amministrazione di Poste Italiane e rientra tra le più potenti donne manager del Paese. Ha appena siglato due accordi cruciali per la crescita dei fatturati. Ecco i segreti della campagna d'Europa.

A Londra per il terzo acquisto di hotel di charme, il Franklyn. Il richiamo della City è irresistibile?

«Quello della Gran Bretagna per noi è un mercato molto importante. La nostra strategia di espansione all'estero è guidata dall'obiettivo di farsi conoscere tramite hotel nel cuore delle capitali dei nostri mercati di riferimento: dei *flagship hotels* che raccontano la nostra filosofia di ospitalità. Così nel 1992 abbiamo acquisito il The Michelangelo a New York. Nel 2005 il Castille di Parigi. Nel 2014 abbiamo acquisito The Gore e The Pelham, due boutique hotels nel quartiere di Kensington, ai quali in estate si aggiungerà il terzo boutique hotel: un'oasi esclusiva di 35 camere e suites affacciata sugli Egerton Gardens».

Dopo Farinetti e l'accordo con Eataly ora la campagna curata da Oliviero Toscani, Forget Home. Cosa è per lei il lusso?

«Viaggiare non è più considerato un lusso ma un bene di prima necessità. La nostra campagna vuole rafforzare questa percezione, lanciando un messaggio che prima di tutto è un invito al viaggio. Perché viaggiare significa uscire dai propri schemi, rompere le abitudini, fare nuove scoperte, rigenerarsi e

tornare a casa con nuovi occhi... Abbiamo deciso di comunicare in un modo nuovo, affidandoci alla creatività 'di rottura' di Oliviero Toscani. Dall'interesse che la campagna sta suscitando credo che ci siamo riusciti».

Come è finita con Farinetti?
 «Molto bene. Farinetti ed io siamo due imprenditori consapevoli del valore del made in Italy e dell'importanza di tenere alta la qualità dell'offerta quando si vuole esportare la nostra cultura. La partnership consiste nella consulenza e nel supporto da parte di Eataly nella selezione delle materie prime utilizzate e nella creazione di menu speciali nei nostri ristoranti. A breve allo **Starhotels Rosa Grand** di Milano partirà 'Eataly Cooking

Stars', un calendario di cene a cadenza mensile in cui si susseguiranno 5 chef stellati, selezionati da Eataly».

Pensa di quotarsi in Borsa?
 «Per noi Piazza Affari può attendere. **Starhotels** è cresciuta con le proprie forze, sentiamo il dovere di preservare quello che è stato fatto. Puntiamo a un'espansione cauta, attraverso l'acquisizione di strutture o la gestione di nuovi alberghi, con il costante obiettivo del miglioramento dei conti economici e del mantenimento delle nostre quote di mercato».

La sfida per il gruppo Starwood e, in Italia, quella per Unahotels alla quale ha partecipato anche la sua società, sono esempi di un mondo in fibrillazione...

«Il nostro è un mercato in grande fibrillazione ovunque. Sono in corso operazioni di forte consolidamento dei maggiori players inter-

nazionali del settore - vedi la lotta fra Marriott e la cinese Anbang per il colosso Starwood - e una costante ricerca di diversificazione del prodotto, stimolata anche dal successo di realtà come Airbnb. Per noi rimane un progetto affascinante quello di creare una grande

catena italiana, riconosciuta nel mondo come portabandiera del nostro talento e del nostro gusto. In questa direzione va il passaggio di testimone dalla catena Royal Demeure a **Starhotels**: l'accordo con Tda Capital Group prevede l'acquisizione e la gestione di alcuni fra i più prestigiosi alberghi d'Italia di proprietà della catena Royal Demeure, tra i quali l'Hotel Helvetia & Bristol di Firenze, il Continental di Siena e l'Hotel d'Inghilterra di Roma. Un'operazione che rafforza il nostro progetto imprenditoriale di management italiano».

Quali sono i numeri di Starhotels oggi?

«Starhotels oggi conta 24 hotel in Italia, 1 hotel cinque stelle a Parigi, 1 deluxe a New York e 3 boutique hotel a Londra. Con l'ingresso nel gruppo degli alberghi della catena Royal Demeure si aggiungeranno altri quattro prestigiosi alberghi 5 stelle. Il giro d'affari nel 2015 è stato di circa 200 milioni di euro. In particolare in Italia il fatturato è stato di circa 161 milioni di euro. L'occupazione media delle strutture italiane è stata del 76,5% e il ricavo medio per camera pari a 145,11 euro. Per il 2016 l'obiettivo sarà di mantenere i risultati ottenuti nel 2015».

Il turismo ai tempi dell'Isis non complica le cose?

«Attentati terroristici, guerre, crac bancari, mancata ripresa economi-

ca, non incoraggiano certo a viaggiare. Dobbiamo pensare però che ci sono grandi paesi che si stanno affacciando adesso al turismo e che stanno alimentando un trend di crescita dei viaggiatori globali. Secondo le previsioni del World Tourism Organization si parla per il 2020 di 1,3 miliardi di viaggiatori e di 1,8 miliardi alla fine del decennio successivo, +80% sul 2013».

Lei è anche nel consiglio di Poste Spa. Si sente un petalo del giglio magico?

«Essere membro del cda delle Poste è stato un forte impegno per me, dovendolo conciliare con il mio ruolo di presidente e ad di **Starhotels**. Sicuramente è stato anche un arricchimento dato dal poter conoscere da una visuale privilegiata un'organizzazione grande e complessa come quella di Poste Italiane, che è anche un asset strategico del nostro paese. Mi spiega cosa significa essere un 'petalo del giglio magico'? Se questo vuol suggerire che la mia candidatura in Poste Italiane è stata accettata in virtù di una presunta amicizia con il premier Renzi, le rispondo che ho avuto modo di conoscere e imparare ad apprezzare il premier in qualità di sindaco della mia città,

ma che non vanto alcun rapporto privilegiato con lui. Piuttosto credo che abbia influito positivamente sull'accettazione della mia candidatura il fatto che ancora troppe donne oggi sono presenti ai vertici di organizzazioni importanti. La legge 120 che ha istituito le quote rosa nei cda aziendali, se ha avuto il merito di portare la presenza delle donne nei board dal 2% del 2003 al 27,4% di oggi, ha contestualmente generato il problema di trovare candidate che avessero un profilo adeguato. Di questo piuttosto dovremmo parlare».

I NUMERI DI UN GRUPPO IN ASCESA

Un fatturato da 200 milioni

Con 24 hotel in Italia, 1 a New York, 1 a Parigi e 3 a Londra, il giro d'affari del gruppo **Starhotels** si è aggirato sui 200 milioni di euro, 161 milioni il fatturato in Italia. L'occupazione media delle strutture è stata pari al 76,5%.

Royal Demeure siglato l'accordo

Quattro nuovi alberghi, grazie all'intesa siglata con Royal Demeure, passeranno a **Starhotels**: l'Helvetia & Bristol di Firenze, il Continental di Siena, l'Hotel Inghilterra a Roma e il Villa Michelangelo di Vicenza.

CAMPAGNA DI OLIVIERO TOSCANI

Con la campagna pubblicitaria «Forget Home», la nuova sfida di

Starhotels

è invitare al viaggio anche ai tempi dell'Isis. «Non è più un lusso, ma una necessità - dice la presidente Fabri - perché significa tornare a casa con occhi nuovi»

LA BORSA PUÒ ANCORA ATTENDERE

Elisabetta Fabri non guarda a Piazza Affari. «Vogliamo un'espansione cauta. Non sono un petalo del giglio magico, nel cda di Poste per meriti».

Il presidente e ad di Starhotels racconta gli ultimi colpi del suo gruppo: dal terzo boutique hotel comprato a Londra, all'accordo per la catena Royal Demeure.

