



Chateau d'Ax: missione hotel

Lo storico brand italiano di arredi punta forte sul settore del contract alberghiero. Vediamo come...

Nucleo familiare, dedizione al lavoro, rigore esecutivo, collaborazioni educate, artigianalità, sensibilità alla qualità, umiltà nel servizio, prodotti che sorprendono, riscuotono consenso, camminano sulle strade del mondo. Questi i valori di impresa che una storica azienda italiana del mobile come Chateau d'Ax sviluppa da ben settanta anni. Un periodo lunghissimo durante il quale, tappa dopo tappa, aggiungendo prodotti e servizi, è riuscita a costruire con credibilità e forza il senso della marca. Tanto che oggi Chateau d'Ax è un brand della modernità abitativa declinabile nelle più attuali dimensioni del gusto personale, dal design al romantico al nuovo lusso, e offre, dopo decenni di esperienza e di ricerca, una lunghissima linea di prodotti, tutti di altissima qualità, ma sempre a portata di chi ama il Made in Italy. Ora però è giunto il tempo di vincere una nuova sfida, quella legata allo sviluppo e alla crescita nel settore del contract alberghiero. Come si imposta allora questo percorso diverso dai canoni classici del business per l'arredamento convenzionale? Lo abbiamo chiesto ad **Alessandro Colombo**, General Manager

di Chateau d'Ax e convinto fautore di questo ingresso sempre più profondo dell'azienda nel mondo dell'hotellerie. «È una scommessa – ci racconta il manager –, quando lavorando su alcune commesse abbiamo avuto delle interessanti opportunità di business per andare finalmente a impattare in modo concreto sul canale del contract alberghiero. Fortunatamente, grazie alle nostre qualità industriali e alla nostra riconosciuta bravura nello stabilire sempre ottimi rapporti tra qualità e prezzo dei prodotti realizzati, anche in questo settore siamo in grado di essere competitivi senza rinunciare alla qualità. È mia convinzione anche che stiamo parlando di un canale che per la nostra azienda nel prossimo futuro potrà essere sempre più importante. Si tratta infatti di un ambito di business in grande crescita non solo in Italia, dove il mondo turistico e alberghiero negli ultimi anni sta vivendo un crescente sviluppo che non accenna a rallentamenti, ma anche in diversi mercati stranieri sui quali puntiamo in parallelo. Ovviamente ci interessano collaborazioni ampie, focalizzate certo più su strutture alberghiere del segmento a quattro e a cinque stelle, at-



traverso le quali siamo in grado di proporre sia progetti con una produzione di arredi standardizzata che con la realizzazione di pezzi su misura. Ad esempio di recente abbiamo partecipato alla realizzazione di nuovi alberghi di lusso in Medio Oriente e in Kazakhstan, ma anche di studentati universitari in Italia. La nostra forza oggi è allora proprio quella di poter dare al committente un progetto a 360 gradi e chiavi in mano che contiene tutto – dagli imbottiti alla domotica e al



singolo pezzo su misura – e che si delinea con un prezzo flessibile e adatto a ogni esigenza. Tanto è vero che, senza fare nomi, le posso dire che già in questi giorni ci sono in ballo interessanti progetti di sviluppo con un importante gruppo alberghiero per una commessa in Italia. Opportunità che sarà importante anche per farci meglio conoscere proprio sul mercato della Penisola come realtà in grado di proporsi al top appunto nel canale del contract alberghiero. È vero che siamo Chateau d'Ax e che continueremo a esserlo anche secondo i nostri canali tradizionali di vendita al pubblico residenziale, ma da oggi vogliamo iniziare a essere proprio una realtà forte e innovativa per il mondo dell'hotellerie».

Lavorare su progetti unici

Azienda in piena salute e in crescita sul mercato, Chateau d'Ax ha chiuso il suo



2017 con un fatturato di 145 milioni di euro e per, il 2018, prevede un risultato in linea in Europa e una crescita tra il 5 e il 10% nei Paesi extra EU. I suoi primi mercati oggi sono America e Asia, mentre l'Italia rappresenta il 20% del giro d'affari globale. E per quest'anno sono previste anche nuove aperture in Africa subsahariana, Turchia, in Cina, a Hong Kong e a Singapore. «L'obiettivo del nostro brand nel mondo contract», aggiunge lo stesso Alessandro Colombo, «è quello di arrivare a raggiungere, con una scadenza a medio termine, una quota compresa tra il 15 e il 20% del fatturato intero dell'azienda. Un progetto insomma molto importante e che nasce sulla spinta della serietà e della qualità percepita in relazione al nostro marchio sul mercato italiano e internazionale. Abbiamo le "spalle coperte" in questo senso e quindi pensiamo di poter mostrare anche al mondo del contract alberghiero che i nostri sono prodotti di valore che danno valore. Poi, certo, come manager devo dire che mi piacerebbe davvero lavorare su progetti anche alberghieri unici, come potrebbe essere magari quello di un eco-resort nel quale mettere a frutto tutta la nostra esperienza con una ricerca dedicata e legata alle caratteristiche del contesto e della location, in modo da dar vita a un layout coerente. Il mondo del turismo è un bel mondo nel quale lavorare perché in qualche modo si regalano sogni alle persone: e supportare progetti speciali e unici in quest'ambito potrebbe essere per noi un ottimo modo per crescere ancora. Fino magari ad arrivare un giorno a realizzare un hotel Chateau d'Ax nel quale utilizzando il nostro brand come passe partout si riuscissero alla fine a valorizzare la meta di vacanza e il marchio insieme».

La famiglia Colombo.
Da sin. Antonio, Valter,
Roberto (in piedi)
e Alessandro