



Grand Hotel Ritz

Grandi obiettivi per un 5 stelle lusso storico della Capitale, elegante e poliedrico, forte di un nuovo management che guarda lontano

In un periodo dinamico e competitivo come questo, in cui i grandi alberghi italiani hanno bisogno di grandi 'capitani' per non smarrire la strada, la famiglia Puccini - storica proprietà del Grand Hotel Ritz di piazza Euclide a Roma - ha fatto una scelta strategicamente decisiva: scegliere Gianluca Capone come General Manager delle sue due strutture, il Ritz appunto e il Regent, proprio a fianco. Senz'altro l'uomo giusto al posto giusto. General manager, marketing oriented e grande team builder leader, **Gianluca Capone** (foto) ha alle spalle un'esperienza ultraventennale nel settore alberghiero e imprenditoriale, doti che hanno reso molti grandi alberghi romani strutture di riferimento uniche dell'ospitalità capitolina.

Un nuovo salto di qualità

Ma quali saranno le strategie messe a punto per il Grand Hotel Ritz? «Questo è un albergo storico nel Quartiere Parioli», ci racconta Capone, «una location esclusiva, da sempre punto di riferimento di prestigio per grandi eventi e personalità

di rilievo. La famiglia Puccini, negli ultimi anni, ha sapientemente rinnovato gli ambienti del Ritz, creando camere davvero uniche, negli spazi e negli arredi, e anche l'Hotel Regent nel corso dei prossimi due anni subirà una completa e significativa ristrutturazione. Oggi è arrivato il momento di un nuovo salto di qualità, di un upgrade più dinamico e aggressivo nella fascia di riferimento del turismo business e di una nuova vitalità per quello leisure. La nuova filosofia commerciale seguirà idee ben precise: migliorare la struttura con operazioni di restyling o - in questo caso - di riallestimento, esaltando le caratteristiche di ogni ambiente; grande attenzione al servizio, con una cura dei particolari molto personalizzata; creazione di strategie commerciali studiate su misura per la struttura, allargando il bacino di utenza e rafforzandone la competitività con un'attenta politica di comarketing e un forte slancio all'attività Mice. In questo, sarà per me preziosa non solo la grande professionalità dello staff che ho trovato in hotel, ma anche l'apporto di fi-



gure chiave, come Letizia Palombini, la nostra Sales Manager, e Desirée Puccini, proprietaria e Mice Manager».

Ambienti raffinati e relax in armonia

Riservato, poliedrico ed elegante, il Grand Hotel Ritz offre 100 camere, 50 suite e 50 junior suite, di cui 4 Presidential su un unico piano dedicato, insieme ad un Centro Congressi di riferimento nella Capitale, con una capienza variabile dagli 8 ai 500 ospiti. «Il Ritz ha molteplici peculiarità di altissimo livello», continua Capone, «l'obiettivo condiviso con la mia squadra sarà il riposizionamento della struttura nel segmento internazionale 5 stelle lusso, anche attraverso la programmazione di eventi e happening, iniziative culturali e artistiche in modo da aprire l'hotel alla Capitale e sfruttare appieno tutti i suoi spazi».

Che cosa avete già messo in pratica qui al Ritz? «Abbiamo già implementato lo staff di professionisti, in un'ottica di ottimizzazione delle risorse, aumentandone il livello occupazionale, con particolare attenzione alla fase di accoglienza. Poi, abbiamo reso più protagonisti alcuni ambienti unici del Ritz, per esempio rivitalizzando il momento della colazione, che ora è possibile gustare nella splendida Sala Empire, un ambiente di forma circolare raffinato e luminoso. Mi ritengo un manager imprenditore, non posso fare a meno di immaginare continuamente soluzioni utili a migliorare le performance della struttura. Da sempre, sono convinto che vince solo la qualità e la grande professionalità soprattutto dello staff di riferimento, tutte caratteristiche imprescindibili per acquisire nuove fette di mercato con grandi risultati. Altro punto che verrà rinforzato è la proposta wellness che trova nella nostra "Es.sere Cipriani SPA", gestita direttamente dalla struttura, un'oasi di benessere dove la parola d'ordine è relax in armonia».

Mantenere la qualità promessa

Grandi obiettivi, dunque, per una struttura storica della Capitale, ma quali le sfide a lungo termine? «In un mondo di marketing globale», conclude Capone, «il turismo sta attraversando una trasformatio-



ne profonda, fortemente integrata con il web. Ecco perché, per mantenere la qualità che promettiamo, serve anche un'ottima visibilità on line, come sarebbe ideale per il Grand Hotel Ritz confluire in un grande brand di riferimento, magari con una importante Partnership in Franchising, per un ulteriore step di grande qualità. Vi terrò aggiornati!».

Cristina Chiarotti



Italiano, semplice, genuino

Ecco le tre parole d'ordine per la proposta gastronomica, grazie a scelte gourmet proposte da una ristorazione ricercata, ma attenta alla tradizione e alla qualità delle materie prime. Oltre al ristorante "Le Roof" del settimo piano, 400mq con una sala interna per ospitare fino a 80 coperti e 20 ospiti nella loggia esterna semicoperta, ideale per godersi il tramonto sulla Città Eterna, sarà possibile utilizzare anche la Sala dei Cavalieri, al piano terra, con un allestimento cocktail fino alle 70 persone. «Una gastronomia ricercata, ma fortemente italiana, sarà un altro asset che intendiamo rafforzare - conferma Capone - per dare chiara identità alla nostra proposta. "Mangiare bene" vuol dire benessere e in questo l'italian style è imbattibile».