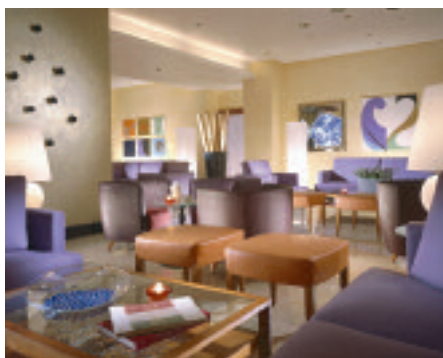


Hotel Capo d'Africa

Un'ospitalità su misura, moderna e di alto livello, con un'alta qualità dei servizi e una filosofia marketing "one to one"



Ecco una location di quelle da non perdere, un raffinato ed accogliente boutique hotel per godere delle ricchezze della Città Eterna, ad un passo dal cuore della Roma Imperiale, tra la Domus Aurea, il Foro Romano e il Colosseo, e con una magnifica vista dal Roof Garden. Qui il bar "La Terrazza" accoglie coloro che vogliono rilassarsi gustando un drink o una prelibatezza in una magica atmosfera. Ma l'Hotel Capo d'Africa – oltre alla godibilità di tutti i suoi spazi (dal Centrum Bar all'accogliente salotto) e alle 65 camere disposte su tre piani, immerse in calde tonalità ocra, sabbia e zafferano – ha senz'altro un valore aggiunto, una sensibilità *mice* e *leisure* che lo rende meta appetibilissima per un turismo trasversale e internazionale. A questa si aggiunge una gestione moderna delle risorse su cui, visti i risultati, il management dell'Hotel continua a inve-



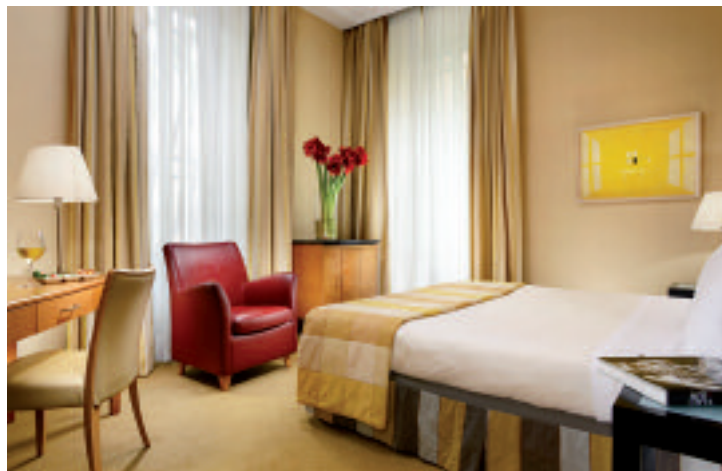
stire, in linea con i trend più attuali e apprezzati del mercato odierno.

Il neo direttore, **Alessandra Laterza**, già Director of Sales & Marketing dell'albergo e del Visconti Palace Hotel di Roma, ci spiega quali sono i principali obiettivi del Gruppo: «Crediamo molto nella comunicazione come strumento primario per dare voce a tutte le nostre iniziative ed intendiamo puntare su canali innovativi, soprattutto sui social network. Il nostro obiettivo è quello di fornire un'ospitalità su misura, addirittura anticipando i desideri dei clienti, reinventandoci ogni giorno e lavorando sulla qualità dei servizi e non solo sulle caratteristiche strutturali, pur eseguendo costantemente lavori migliorativi della struttura».

La reputazione dell'albergo è estremamente importante per strutture come le nostre che puntano sul rapporto diretto con il cliente», continua Laterza, «il turista di oggi, *business* o *leisure*, si è evoluto, è sempre più esperto nell'utilizzo del web e si affida sempre più ai commenti delle esperienze condivise in rete dalla gente comune: ospiti dell'hotel e clientela esterna. Pertanto, se si investe sulla soddisfazione del cliente e sull'offerta di servizi innovativi, internet può essere un prezioso alleato per distinguersi dalla

Inverno "Jazz&Blues" al Capo d'Africa

Un ritmo caldo e vivace, avvolgente ed emozionante è il sottofondo del flauto traverso del Maestro Rosario Fugà, capace di offrire agli ospiti interpretazioni uniche live di brani jazz&blues. Due gli appuntamenti settimanali: il martedì e il venerdì, dalle 19.00 alle 23.00.



concorrenza e aumentare il fatturato annuale. Ad esempio, grazie ai giudizi positivi dei nostri ospiti raccolti da Trust You, il Capo d'Africa ha ricevuto, lo scorso 28 ottobre, da RES Hospitality Business Developers un gradito riconoscimento per la sua ristorazione, relativo alla rassegna gastronomica estiva "SpaghetTiamo": un gustoso show cooking sulla terrazza panoramica che ha incontrato un grande successo, sia da parte degli ospiti dell'hotel che della clientela esterna».

Della necessità di un turismo moderno e di qualità ne è convinta anche l'Amministratore Delegato del Gruppo, **Marina Toti**, che spiega: «In questo settore non c'è più spazio per l'improvvisazione. Da quando abbiamo aperto il primo albergo nel 1974, ossia il Visconti Palace Hotel, abbiamo sempre investito in collaboratori altamente professionali e consulenti di livello. Ho puntato su Alessandra perché energica, vivace ed entusiasta. Condividiamo gli stessi obiettivi rivolti a personalizzare ed ottimizzare l'albergo, che deve essere assolutamente *guest oriented* e dare agli ospiti una calda sensazione di casa».

Una linea di gestione determinata, con alle spalle un grande lavoro di squadra, che guarda già al 2014. «Da una ricerca di

geomarketing, abbiamo rilevato che sul web sono nati nuovi competitor, di categoria differente ossia affittacamere o B&B di lusso, che tentano però di aggredire la nostra fetta di mercato proponendo tariffe estremamente più basse se confrontate alle nostre, avendo meno costi rispetto ad una struttura alberghiera. «Ecco perché vogliamo continuare a distinguerci», continua Laterza, «ampliando la gamma dei nostri servizi a 360°, in particolare quelli relativi al food&beverage. Punteremo a un "effetto wow", per stupire l'ospite e farlo sentire importante. Per esempio, durante la prima colazione offriamo prodotti fatti in casa come torte rustiche, crostate di frutta e ciambellone. Da metà dicembre, tutte le sere, sempre sulla Roof Terrace, ma al chiuso naturalmente, proporremo una piccola carta completa dall'antipasto al dolce, realizzata con prodotti di alta qualità e con la sapienza e fantasia del nostro giovane e dinamico Chef, Davide Lombardi». **C.C.**



Da sin. Alessandra Laterza e Marina Toti

HOTEL CAPO D'AFRICA

Via Capo d'Africa 54 - 00184 Roma

Tel. 06772801 - fax 0677280801

www.hotelcapodafrika.com

info@hotelcapodafrika.com - mice@hotelcapodafrika.com