

Vince sempre la qualità

Privilegiare innovazione e servizi diversificati o puntare su strategie commerciali pianificate a tavolino? Nessun dubbio per il gm di Radisson Blu es. Hotel, Gianluca Capone, un vero manager imprenditore: «l'importante è investire su qualità e personale altamente qualificato»

➡ **Cristina Chiarotti**



General manager marketing oriented e grande team builder, Gianluca Capone (sopra) ha alle spalle un'esperienza ultraventennale nel settore alberghiero e imprenditoriale, doti che hanno reso il Radisson Blu es. Hotel del Gruppo JSH Hotels and Resort una struttura di riferimento unica dell'ospitalità capitolina.

Lo avevamo incontrato lo scorso anno, appena pochi mesi dopo la sua nomina a general manager del Radisson Blu es. Ho-

tel e a consigliere del gruppo JSH Hotel&Resort, una giovane società che in pochi anni ha dimostrato di essere in grado di ottimizzare la gestione di diverse tipologie di strutture alberghiere, facendone emergere e valorizzandone le potenzialità. E Capone aveva già le idee chiarissime, individuando tra i punti di forza della struttura romana gli ambienti moderni e luminosi e l'unicità dello splendido Top Roof con piscina e vista a 360° su Roma. Un impegno mantenuto con generosità e



forse inaspettatamente superato nei risultati, capace di rivitalizzare le grandi qualità dell'albergo con ottime aspettative per il prossimo anno.

«Abbiamo da poco terminato un'importante fase di ristrutturazione», conferma Capone, «con grandi investimenti di risorse per la riqualificazione sia dell'area esterna dell'hotel, come le zone d'accesso, che degli ambienti interni, a cui si è aggiunto un graduale ma rapido restyling delle camere, utile a convogliare la grande richiesta di turismo leisure e business che sta interessando l'hotel. Un passaggio fondamentale e prossimo step sarà non acquisire una stella in più, ma essere riconosciuti dalla nostra clientela come un vero 5 stelle!». Ma non è finita qui. L'idea di Capone, in linea con le aspettative del Gruppo, è rafforzare il posizionamento



della struttura e dei suoi punti di unicità, tra cui appunto il “Roof Top Garden”, 1250 mq con vista mozzafiato, piscina esterna panoramica, due ristoranti, un centro benessere e un'area fitness. A cornice, il ristorante “Sette”, una raffinata location al coperto che propone deliziose pietanze dal gusto tradizionale della cucina italiana, rivisitata in chiave moder-

Sopra, la Hall dell'Hotel. Progettato come il ponte di una nave, la struttura è davvero un incredibile esempio di originalità. Sotto, l'esterno illuminato dalle luci notturne multicolore



JSH Hotels & Resorts

Gruppo alberghiero di 14 strutture, è tra i più attivi nel panorama dell'hospitality a livello europeo e si contraddistingue per essere dinamico ed innovativo. I Resorts JSH sono confortevoli ed esclusivi come le località che li ospitano. Gli hotels sono unici e dislocati nelle principali città italiane e non solo. Chi sceglie JSH Hotels & Resorts ama il mare, il relax, il benessere, la natura e il golf ma anche il comfort, la facile accessibilità e la massima fruibilità dei servizi, fondamentali per soggiorni d'affari o eventi di successo. Strutture differenti e con location diverse, ma tutte con un unico punto in comune: il senso assoluto dell'ospitalità.

Sotto il Ristorante Sette, una raffinata location al coperto e, nel dettaglio, un particolare delle sale meeting

na. D'estate i pasti sono serviti in terrazza, a fianco della piscina, uno spazio che può accogliere fino a 170 ospiti seduti. «Uno dei nostri obiettivi per il prossimo anno sarà proprio completare questo spazio dell'Hotel ad alta fruibilità in ogni ora del giorno, la vera anima di questo urban resort. La piscina verrà ricoperta con una cupola di cristallo in modo da estenderne la vivibilità anche d'inverno, sia per l'area relax che per la parte ristorazione con serate gourmet a tema, ma anche piacevoli appuntamenti musicali magari arricchiti da aperitivi esclusivi».

In questa strategia di accoglienza dinamica e all'avanguardia, la struttura stessa del Radisson Blu es. Hotel è un valore aggiunto, un capolavoro moderno di cui si apprezzano gli spazi e la luce solo quando si è all'interno, in netto contrasto con la fibrillazione del centro di Roma che ci si lascia alle spalle. Progettato come il ponte di una nave, l'hotel è davvero un incredibile esempio di originalità, la cui forma stravagante è mitigata da uno stile sobrio e da un'eleganza minimalista. Una suggestione amplificata anche la sera grazie alle luci multicolore che illuminano gli esterni evocando atmosfere psichedeliche, capace di fare da cornice suggestiva ad ogni tipo di evento.



«Mi ritengo un manager imprenditore», continua Capone, «non posso fare a meno di immaginare continuamente soluzioni per migliorare la struttura. Gli spazi del Radisson Blu es. Hotel sono ideali per grandi numeri, ed è per questo che intendiamo puntare anche sul segmento meeting e congressuale, rivisitando gli ambienti. Stiamo inoltre pensando a nuove strategie di fidelizzazione per ogni tipo di clientela. Da sempre sono convinto che a vincere siano la qualità, la grande professionalità, e soprattutto la motivazione personale dello staff, tutte caratteristiche imprescindibili per acquisire nuove fette di mercato con grandi risultati. Nello scorso 2013 abbiamo più di una volta superato l'80% di occupazione. E questo grazie anche alle grandi energie che dedichiamo al team building come parte centrale del nostro programma di formazione, con appuntamenti ricorrenti supervisionati dal nostro guru Edoardo Cognato. Tutte le nostre attività sono inoltre





costantemente monitorate con tecniche di cluster analysis, per rendere omogenea la nostra offerta e dinamica la nostra capacità di servizio dedicato al cliente».

Un'idea di accoglienza che rispetta in pieno la linea del Gruppo. «La nostra passione per l'ospitalità», conferma **Andrea Cigarini**, presidente JSH Hotels&Resort, «è diventata il nostro lavoro. Ci piace fare in modo che la gente stia bene e quando ci riusciamo siamo soddisfatti. In più siamo fermamente convinti che il settore turismo possa costituire in Italia un'opportunità concreta di lavoro per tantissimi giovani, oltre che un'occasione di rilancio e di fiducia per l'intero Paese. Siamo continuamente alla ricerca di giovani preparati e pronti a intraprendere insieme a noi un percorso di crescita umana e professionale».

Certo, i grandi brand internazionali devono mantenere altissimi requisiti di qualità e offerta, ma spesso è anche importante individuare nuove strade. «In un momento di grande difficoltà economica e socia-



le è necessario reinventarsi», continua Cigarini, focalizzarsi su un obiettivo, crederci e formarsi per raggiungerlo. È per questo che tra le nostre attività diventano sempre più importanti i nostri corsi di formazione, come l'innovativa "Accademia del Breakfast" che sforna veri e propri artigiani della prima colazione. Sempre in un'ottica di innovazione, stiamo sviluppando il concetto di community, in modo che collaboratori, fornitori e clienti possano interagire e creare nuove sinergie con vantaggi reciproci». Un elemento importante, quello del lavoro di squadra, in cui crede molto anche Gianluca Capone. «Confrontarsi ogni giorno con uno staff altamente qualificato è il punto di orgoglio di ogni general manager, un desiderio pienamente appagato – per quanto mi riguarda – grazie alla collaborazione di Pippo Savarese, director of sales and marketing, Davide Spinoni, executive assistant manager, Michele di Cesare, revenue manager, Brino Mazzucchetti, f&b manager e Luisa Berio, pr & special events manager».

Al centro, il Top Roof con piscina e vista a 360° e sopra una delle suite, tutte arredate in maniera particolare

