

Gruppo SEH Hotels

L'associazione di albergatori indipendenti nata in Francia punta a ingrandire il numero di soci in Italia, grazie ai servizi tecnologici e commerciali d'alta qualità che offre

◆ Dante Daverio



I contemporanei spazi comuni (sopra) e una suite (sotto) del Relais du Silence Vinilia Wine Resort di Manduria, nei pressi di Taranto in Puglia

«Un'associazione tra albergatori che lavora al completo servizio dei propri soci». Presenta così l'identità e la mission del Gruppo SEH (Société Européenne d'Hôtellerie) il Country Manager Italia, **Enrico Ieri**. Perché un albergatore italiano dovrebbe aderire? «Per tanti motivi tutti validi», risponde il manager, «in primo luogo, SEH offre ai propri associati una gamma di servizi estremamente completa: da attività promozionali fatte ad hoc, online e offline, a strumenti per la commercializzazione; da supporto tecnologico di ultima generazione (oltre a due siti web infatti c'è anche un App) a operazioni di marketing strategico; da un pro-

gramma fedeltà di grande appeal alla formazione del personale. Tutte "soluzioni", queste, che aiutano direttamente gli albergatori nell'ottimizzazione e nel miglioramento dell'azienda e della redditività, consentendo loro di proporre servizi di qualità alla loro clientela».

Una valida alternativa al franchising delle catene integrate

Nata in Francia nel 1967, SEH si è subito presentata al mercato come una vera e propria associazione di categoria: fin dal primo momento, i suoi membri, tutti albergatori indipendenti, si sono uniti per fare sistema e migliorare il proprio modello di business. Attività che non ha tardato a dare i suoi frutti, crescendo man mano. Oggi SEH opera su scala europea e internazionale, portando un sistema imprenditoriale di successo, basato sulla potenza del sistema associativo e sulla ricchezza di un know-how sviluppato e perpetuato da strutture completamente diverse le une dalle altre. Senza contare che, attraverso la semplice ma efficace differenziazione dei quattro marchi aderenti e la rete europea così costruita, SEH è in grado di offrire a tutti i clienti un'offerta vasta e completa di strutture, che vanno dal segmento "economy" alla categoria 5 stelle e possono pertanto rispondere a qualunque aspettativa. Un valore aggiunto che dà visibilità e valore a tutti gli albergatori indipendenti appartenenti all'associazione, i quali, grazie proprio al dinamismo multimarca, oltre che alla messa in comune dei mezzi, all'assistenza commerciale e allo spirito "cooperativo" dei membri, possono oggi trovare in SEH una valida alternativa di fronte alle soluzioni in franchising delle catene integrate.

Al servizio dell'hotellerie

Oggi sono 543 gli hotel presenti in 11 Paesi in Europa (tra i quali Francia, Italia, Spagna, Svizzera, Germania, Portogallo, Austria e Ungheria), più uno in Canada, che propongono un totale di oltre 20mila camere, suddivisi in quattro marchi alber-





ghieri che corrispondono a classificazioni diverse e che sono complementari in termini di collocazione e di prodotto. Il primo brand è "P'tit Dej-Hotel" (www.ptitdej-hotel.com) e racchiude 40 hotel indipendenti a 1 e 2 stelle che si caratterizzano come hotel comodi e di qualità a prezzi contenuti. Quindi c'è "Inter-Hotel" (<http://it.inter-hotel.com/>), brand che racchiude ben 300 hotel indipendenti a 2 e 3 stelle che hanno anche una forte vocazione business. Con il marchio "Qualys-Hotel" (<http://it.qualys-hotel.com/>) sono raggruppati, invece, 35 hotel indipendenti a 3 e 4 stelle che garantiscono prestazioni di fascia alta anche per soggiorni di gruppo. Infine ecco il brand probabilmente più noto che è "Relais du Silence" (<http://it.relais-dusilence.com/>) e che comprende una selezione di hotel a 3, 4 e 5 stelle destinati di norma a un pubblico di nicchia, in cerca di una cornice eccezionale e di prestazioni di fascia alta. «La prerogativa più interessante», insiste Enrico Ieri, «che SEH fornisce ai suoi associati è quella di garantire loro massima libertà nella gestione dell'hotel, affiancando ad essa un'attività commerciale di ampia rilevanza che una struttura, da sola, non potrebbe avere. Penso ad esempio alle due Guide che stampiamo ogni anno in 250mila copie ognuna, una specifica per il brand Relais du Silence e una multimarchio per tutti i 543 hotel, e che sono distribuite in tutto il mondo. Senza dimenticare i servizi tecnologici e digitali che comprendono la SEH Box (un sistema di booking multicanale composto da un channell manager e un booking online per il sito degli alberghi e connesso a tutti i canali di distribuzione proposti da SEH), due siti web, un'App e un sistema che aiuta a migliorare la propria reputazione on-line, attraverso l'invio di questionari di soddisfazione ai clienti. Poiché lo scopo dell'associazione è quello di far crescere il business dei soci, tutto quello che SEH guadagna viene investito in servizi e azioni di visibilità dei propri marchi e degli alberghi stessi, con l'obiet-



tivo di favorire il più possibile le prenotazioni dirette: Come ogni albergatore oggi sa bene, quello della disintermediazione è uno degli scogli maggiori da superare in questo settore. Per quello, dal 1° gennaio 2017, per rinforzare ulteriormente la vendita attraverso i canali diretti (i siti SEH e quelli degli hotel) e poter puntare a pieno su una strategia di disintermediazione, SEH ha deciso di sopprimere completamente le proprie commissioni. Senza sottovalutare poi la questione delle formule di ospitalità in sharing: abbiamo molto apprezzato la recente presa di posizione del Governo italiano; anche noi stiamo operando, a livello nazionale e internazionale, per combattere questo fenomeno di "concorrenza sleale».

Realtà relativamente nuova sul mercato italiano, SEH punta a espandersi oggi anche nel Belpaese. «I dati del 2016», conclude Ieri, «ci mostrano una tendenza positiva sia nel fatturato che nella progressione del numero di affiliati: abbiamo un grande progetto per lo sviluppo in Italia da portare avanti anche attraverso partnership con realtà alberghiere più strutturate, come abbiamo fatto di recente in Spagna con il gruppo Zenit Hotels». ■

A sin.: l'affascinante architettura del Vinilia Wine Resort, new entry per il brand Relais du Silence. Qui sopra: comfort e tranquillità nelle camere del Qualys-Hotel Royal di Torino. Sotto, tutte le stanze del Qualys-Hotel Nasco di Milano sono spaziose e accoglienti

