

## ARTICOLI - Gestione - Interviste

### Heike Hoerdemann, Director Hotel Development EMEA

Publicato il: 23/07/2009



Catene straniere in Italia. Ne parliamo con Heike Hoerdemann, Director Hotel Development EMEA della grande catena tedesca Worldhotels che conta ben 45 hotel affiliati in Italia.

#### **Vista la sua esperienza internazionale nella gestione dello start-up di grandi hotel, come vede l'attuale scenario italiano nel segmento di ospitalità upper scale?**

L'Italia offre una vasta gamma di alberghi "di lusso", ciascuno diverso dall'altro, pertanto unico. Per il cliente, però, non è facile individuare esattamente la classe di appartenenza dell'albergo, in quanto manca una identificazione che permette di classificarne il tipo e la classe. Per questo spesso il cliente preferisce essere rassicurato da un "brand internazionale" che garantisca uno standard di qualità e di accoglienza.

#### **In Italia mancano di fatto le grandi catene alberghiere internazionali. Dipende forse dalla rigidità dei rapporti tra proprietari e gestori degli hotel?**

Gli alberghi italiani ci tengono a mantenere la loro individualità: cosa che la maggioranza delle catene internazionali non consente di fare. In Italia, spesso i proprietari della struttura non sono albergatori e, per il gestore, diventa difficile negoziare prezzi di affitto con un partner non abituato alle dinamiche del settore turistico. In questi casi possono essere utili le affiliazioni ad aziende come WORLDHOTELS che, con lo slogan "unique hotels for unique people", sottolinea l'individualità del singolo albergo "member".

#### **In che modo worldhotels supporta la crescita delle strutture alberghiere?**

Worldhotels offre ai propri affiliati una professionale e vasta gamma di servizi-tecnologicamente avanzati a supporto dell'operatività in tre settori fondamentali: vendita, marketing e formazione. Il tutto, oltre alla prestigiosa visibilità di un brand riconosciuto e apprezzato a livello mondiale.

La nostra tecnologia, la Worldhotels Tecnologia Trust e Nexus (usata anche da altre catene) ci rende Market Leader. Trust non solo collega ai Gds, ma permette anche di cooperare con corporate accounts e apre anche il mondo del e-commerce attraverso una rete di partner Internet.

La nostra rete internazionale di Sales & Marketing, con 30 uffici nel mondo intero, permette agli albergatori di essere presenti nel mondo intero. Spesso gli alberghi italiani non sfruttano sufficientemente i mercati stranieri ed in questo caso i nostri 40 anni di esperienza nel mercato possono essere di grande supporto.

#### **I gestori alberghieri tedeschi, crede siano interessati a far crescere la loro presenza in Italia?**

L'Italia rappresenta un mercato di grande interesse per i gestori alberghieri tedeschi che finora hanno preferito investire in altri paesi come ad esempio la Spagna. Ma ora credo che le cose stiano cambiando. Restano le difficoltà di cross cultural communication tra il modello relazionale usati dagli Italiani e dai tedeschi. Tali incomprensioni hanno bisogno di "mediatori culturali" che conoscano il settore alberghiero e del real estate e possano operare cross border tra l'Italia e il resto del mondo.

*di Piergiorgio Mangialardi*