



Il vero problema?
In Italia mancano
bravi manager
nel settore degli
alberghi leisure



«Senza fondi di investimento non si va da nessuna parte, non si può agire solo sui costi per crescere». Graziano Debellini, presidente di Th Resorts, ha le idee chiare sui "limiti" dell'industria turistica italiana, in un momento in cui annuncia con orgoglio un accordo: quello con il fondo Antirion per i prossimi 20 anni per ristrutturare e gestire il Planibel & Residence di La Thuile. «È un settore dove possiamo avere 1 milione di posti in più», afferma. E aggiunge: «Servono strumenti più ampi per uscire da uno stato di fragilità». Ma oltre alla montagna, nel futuro di Th Resorts potrebbe esserci il mare Italia. E Debellini non nega l'interesse verso alcune strutture di Valtur, il t.o. di Andrea Bonomi.

Perché è così difficile avere aziende in crescita?

«Non è una semplice questione di liquidità. Serve soprattutto professionalità, la stessa che ci siamo guadagnati noi in anni e anni di lavoro, e che ci ha reso appetibili

Th Resorts, le mire di Debellini su Valtur

INTERVISTA Dal restyling del Planibel di La Thuile al potenziamento dell'offerta mare con alcune strutture del t.o. di Bonomi

GIORGIO MAGGI

per un investitore come Cassa Depositi e Prestiti».

Cosa manca, quindi?

«È un problema di manager, basti vedere quanto è difficile trovare un ceo capace in ambito alberghiero-leisure nel panorama italiano».

Tornando a Th Resorts. Quali sono i prodotti su cui puntate per raggiungere i 100 milioni di fatturato a cui puntate?

«Siamo nati con la montagna, quindi è logico che continuiamo a guardare con interesse a nuove strutture, anche in Valle d'Aosta. Proprio il turismo invernale sulle Alpi è un segmento che è tornato a crescere, complice anche la sicurezza che dà la neve programmata. Lo si vede da quanto la montagna è presente negli spot, per non parlare delle aziende di abbigliamento orientate ai tessuti tecnici. E proprio con qualcuna di queste metteremo in piedi operazioni di comarketing».

A proposito di montagna, come diventerà il nuovo Planibel di La Thuile?

«Vogliamo trasformarlo in un vero bleisure-family hotel, ma capace anche di competere sul mercato Mice, con tanti servizi per differenziare l'offerta e la presenza di una forte componente straniera. Un po' quello che vorremmo riuscire a fare in ottica incoming anche altrove, sfruttando tutto quello che può offrire l'Italia».

Su quali mercati?

«Nord Europa in particolare, ma guarderemo anche più lontano».

E la Cina, non temete chi ha già incominciato a muoversi in questo senso?

«Di cinesi ce n'è per tutti, mi verrebbe da dire».

Ci sono progetti anche per il mare Italia?

«Certo, oltre a Lido di Venezia e Celle Ligure, siamo interessati ad alcune delle strutture di Valtur che si renderanno disponibili dopo il concordato».

A quali modelli guardate per riposizionare il vostro prodotto?

«In Italia non ne vedo molti, anche se studiamo tutti i concorrenti. Club Med, comunque, rimane sempre un modello a cui tendere, anche se rappresenta una fascia molto alta di clientela».

Cosa pensa delle recenti vicissitudini di Valtur?

«Credo che siano stati commessi degli errori nella scelta del management (è notizia recente l'arrivo di Gabriele Del Torchio, come advisor accanto all'ad Elena David, ndr). Tutti molto capaci, ma non nel tipo di prodotto alberghiero-leisure caratteristico di Valtur. È un peccato, perché servirebbero quattro o cinque concorrenti forti in Italia per dare vita a un vero consolidamento del mercato».