

L'INTERVISTA FRANCO ROCCHI. Imprenditore, amministratore delegato del gruppo R Collection Hotels

«QUALITÀ E MARKETING COSÌ CRESCE IL TURISMO»

GIANFRANCO COLOMBO

In soli cento giorni il Gruppo R Collection Hotels ha rimesso a nuovo l'Hotel Villa Cipressi a Varenna.

È stata rinnovata l'intera struttura con il completo rifacimento degli interni e la risistemazione e valorizzazione del parco. In questo modo l'hotel ha acquisito le quattro stelle. A disposizione della clientela trenta stanze che il giorno dopo l'inaugurazione, avvenuta il 19 aprile, erano già tutte prenotate. Per Varenna un nuovo punto di riferimento per quel turismo di alto livello, soprattutto straniero, che considera il Lago di Como una meta di grande fascino. Ne parliamo, sulla magnifica terrazza di Villa Cipressi, con Franco Rocchi, amministratore delegato del Gruppo R Collection hotels.



Franco Rocchi nel parco di Villa Cipressi a Varenna

Per il restyling di questa villa avete investito 2 milioni di euro. Scomettere sul turismo su il lago, è economicamente vantaggioso?

Se abbiamo fatto un investimento del genere è perché i presupposti economici ci sono tutti. Alla sua domanda rispondo con un sì convinto. Investire su questo ramo del lago conviene. Il brand "Lago di Como" è molto considerato ed è per questo che noi ci siamo. Non dimentichiamo che Villa Cipressi è di proprietà del Comune di Varenna e della Provincia di Lecco. Noi ci siamo aggiudicati questa struttura per 15 anni e pagheremo un canone di locazione annuo di 250 mila euro. Sono cifre importanti ma siamo certi di avere investito a ragion veduta.

Quindi anche da noi si può puntare sul turismo di lusso?

Investire in hotel di lusso ha un suo perché in quanto offre una solida certezza al sistema economico del territorio, soprattutto in questo momento in cui l'Italia del turismo sta vivendo un periodo d'oro e dove le prospettive future hanno confermato una grande redditività per il comparto.

Come ho già accennato, il lago di Como ormai è una meta imprescindibile che, ogni anno, attira turisti da tutto il mondo. Noi, sulla scia di questa situazione favorevole, vogliamo promuovere un'evoluzione del modello d'impresa turistica puntando sull'eccellenza dei servizi e sulle strategie di vendita innovative per rendere sempre più accattivante il Paese, non solo il territorio.

A Varenna, voi siete anche proprietari dell'Hotel Royal Victoria, che è adiacente a Villa Cipressi. È un connubio che intendete valorizzare?

Il fatto che Villa Cipressi e l'Hotel Royal siano l'uno accanto all'altro per noi è un valore aggiunto. Le due strutture saranno presto collegate con un ponte estremamente suggestivo per renderle ancora più unite. I ristoranti funzionanti saranno quelli del Royal mentre a Villa Cipressi il servizio ristorazione sarà attivato per le cerimonie ed i banchetti.

Come è nata questa vostra passione imprenditoriale per l'hotellerie?

Ha cominciato mio padre quasi per caso. La nostra famiglia nasce imprenditorialmente nel settore tessile. Poi negli anni '80

La scheda

RCollection Gruppo leader con 11 alberghi

Oggi il Gruppo R Collection Hotels vanta nel portafoglio immobiliare undici strutture tra gestione diretta e indiretta, è leader nel mondo dell'hotellerie ed è in continua espansione. Sul lago di Como, oltre a Villa Cipressi, annovera il Grand Hotel Victoria di Menaggio, l'hotel Regina Olga di Cernobbio e l'Hotel Royal Victoria, sempre a Varenna. Il gruppo possiede e ha la gestione diretta dell'Hotel Mentana a Milano, dell'Hotel King a Varedo e del Grand Hotel Bristol a Rapallo. Altre strutture sono di proprietà ma gestite da altri: il Grand Hotel Bagni Nuovi e i Bagni Vecchi di Bormio, l'Hotel Palace e il Grand Hotel Barchetta in piazza Cavour a Como.

Villa Cipressi è un complesso di edifici e giardini ricchi di storia, fu di proprietà della nobile famiglia Serponti (1163), del Barone Isimbaldi (fine '700), della famiglia Andreossi, che ne curò in particolare il Parco, di Sir Astley e Sir Salton (primi '900) e per ultimo l'editore Accame. Nel 1980 viene acquistata mediante una pubblica volontaria sottoscrizione dai varenesi e amici di Varenna per essere destinata ad uso pubblico. Di proprietà di enti pubblici, principalmente del Comune di Varenna, ospita 30 camere, un ristorante e una sala eventi destinata sia a meeting che a cerimonie. Il magnifico giardino direttamente sul lago fa il resto.

avevamo un terreno nel Milanese ed abbiamo deciso di costruirci un hotel. Tutto è nato da lì. A Varenna ci siamo dalla fine degli anni '90.

Possiamo dire che la vostra è un'impresa familiare?

Certo. Ora sono entrati in azienda i miei figli per cui c'è una continuità anche per il futuro

Oggi il Gruppo R Collection Hotels cosa può vantare nel suo portafoglio immobiliare?

Abbiamo undici strutture tra gestione diretta e indiretta, e siamo leader nel mondo dell'hotellerie, in cui siamo in continua espansione. Sul lago di Como, oltre alla new entry Villa Cipressi, abbiamo il Grand Hotel Victoria di Menaggio, l'hotel Regina Olga di Cernobbio e il già citato Hotel Royal Victoria a Varenna, a questo vanno aggiunti altri immobili sia in provincia che in altre destinazioni turistiche.

La ristrutturazione di Villa Cipressi è durata solo cento giorni. In un Paese come il nostro, in cui certi lavori pubblici hanno tempi biblici, è una vera impresa. Come ci siete riusciti?

In effetti è stato un record ottenuto grazie ad un notevole lavoro di squadra. In questo senso devo ringraziare gli architetti Marco Rossi e Rocco Cardamone ma anche il Comune di Varenna e la Soprintendenza che hanno facilitato questa nostra "corsa". Non voglio poi dimenticare Severino Beri, già direttore del Royal ed ora anche di Villa Cipressi. È lui che dirige la macchina organizzativa delle due strutture.

Una particolare attenzione è stata dedicata anche al parco. Cosa avete fatto in particolare?

Non dobbiamo dimenticare che si tratta di un monumento artistico in un contesto unico. Lo spazio manterrà la conformazione attualmente esistente con accorgimenti volti al miglioramento degli spazi, con un miglioramento filologico che prevede la piantumazione di piante già esistenti e inserite in questo contesto naturale. Obiettivo finale quello di implementare le particolarità botaniche nelle porzioni di parco e in quelle aree libere e da riqualificare.

Il ponte in agriturismo Crescono le presenze

Coldiretti

Bene i turisti nelle aziende agricole Incremento del 20% rispetto a un anno fa

Sono circa 1,2 milione gli italiani e gli stranieri che si siederanno a tavola in un agriturismo durante il ponte del primo maggio, il 20% in più rispetto allo scorso anno. E quanto emerge da una stima della Coldiretti sull'ospitalità offerta dalle aziende di campagne in un periodo dell'anno dove a vincere è il turismo ecologico; un successo dovuto ai costi contenuti, all'elevato valore educativo e alla pluralità di mete disponibili senza dover percorrere grandi distanze. Un trend che ha riscontrato anche in provincia di Como con buone prenotazioni nonostante il tempo incerto.

Se le grigliate sono molto diffuse lungo tutta la Penisola, non mancano le portate tipiche dei diversi territori a partire dalle fave con il pecorino, due prodotti della tradizione agroalimentare nazionale irrinunciabili sulle tavole nel centro Italia dal Lazio al Molise, dalle Marche all'Abruzzo. La capacità di mantenere inalterate le tradizioni enogastronomiche è la ragione principale della scelta dei 23 mila agriturismi, insieme all'offerta di servizi innovativi per sportivi, nostalgici, curiosi, ambientalisti e camperisti. In molti casi si sono attrezzati con l'offerta di alloggio e di pasti completi, ma anche di colazioni al sacco o con la semplice messa a disposizione di spazi per picnic e camper per rispettare le esigenze di indipendenza di chi ama prepararsi da mangiare in autonomia ricorrendo eventualmente all'acquisto dei prodotti aziendali. Molto diffuso è il souvenir enogastronomico al quale non rinuncia il 40% dei vacanzieri al momento di tornare a casa.

LA STORIA FAVA BIBITE DI MARIANO

La seconda vita della spuma Solo ingredienti naturali

Si tratta di una vera e propria svolta nel caso di Fava Bibite, storica azienda marianese (fu fondata nel 1955). È stata decisa la fine della produzione per le tradizionali spume "a rendere". Da maggio sul mercato arriveranno le nuove versioni completamente naturali di questa bevanda tutta Brianzola che non solo è ricordo imprescindibile del gusto e dell'infanzia di molti, ma che ha riscosso successo in tutto il mondo, arrivando a conquistare anche i lontani mercati asiatici e nord americani.

Fava Bibite è pronta a rilanciare "Spuma alpina" un suo marchio storico chiamato a vestire la nuova linea che debutterà a "Cibus", salone internazionale dell'alimentazione in programma dal 7 al 10 maggio a Parma. A raccontare la scelta sono Giovanni e Davide Fava, seconda e terza generazione che hanno fatto di questa azienda familiare, una moderna realtà del beverage internazionale: «In questo momento, la classica consegna porta a porta delle bevande è in flessione, per questo abbiamo scelto di rivitalizzare il marchio proponendo 7 referenze con ingredienti completamente naturali, senza additivi e aromi artificiali. Il pro-

dotto, che viene confezionato rigorosamente in vetro, si colloca così in una fascia di mercato medio alto e in una fascia di richiesta ancora non satura». La linea è proposta con questi gusti: spuma nera, spuma bionda, gazzosa, cedrata, aranciata, ginger e chinotto. Contiene infusi ed estratti naturali, con succo di limoni italiani, anidride carbonica di origine naturale estratta dal sottosuolo della Toscana e solo aromi naturali. «Non ci saranno additivi coloranti, edulcoranti, conservanti, stabilizzanti, antiossidanti, acidificanti e aromi artificiali - dice con una punta di giusto orgoglio Davide Fava - l'idea di creare questi pro-



Davide e Giovanni Fava, terza e seconda generazione in azienda

dotti ci è venuta osservando le richieste del mercato americano particolarmente attento a formulazioni di alto profilo qualitativo e con ingredienti naturali, dove oltretutto apprezzano molto il packaging in vetro rispetto alle comuni bottiglie di plastica». Tante le produzioni conto terzi di Fava Bibite che lavora da decenni con i top player del beverage e che non rinuncia a proporre prodotti propri di altissima qualità, come

l'Imperdibile Drinks linea classica che quest'anno si arricchisce di due nuovi gusti ancora da svelare. L'azienda marianese due anni fa, inoltre, ha lanciato la linea di bevande biologiche "Sole Rosso". «Questa produzione ci sta dando molte soddisfazioni, specialmente il pubblico estero è pronto ad apprezzare il valore di queste bevande. In Italia, invece, rappresenta ancora una nicchia, anche se qualche buon riscontro inizia

ad esserci» dice Davide Fava. Fava Bibite copre una superficie coperta di 9 mila mq su una superficie totale di circa 20.000 mq e ubicata nel cuore del Parco delle Brughiera; utilizza 2 linee produttive, moderne e appena rinnovate, in grado di realizzare qualsiasi tipo di riempimento a caldo, a freddo, gassato e non, alcolico e non.

Le bottiglie, rigorosamente non in plastica, possono essere in vetro o in alluminio e già di per sé costituiscono un plus inimitabile, talune sembrano addirittura delle ampolle per preziose fragranze.

«Anche queste sono molto richieste dai mercati esteri e vengono usate per essere collocate in un segmento premium. Inoltre, tutte le fasi produttive sono costantemente monitorate da efficienti e moderni sistemi informatici che permettono le più avanzate gestioni di rintracciabilità» conclude Giovanni Fava.

Viviana Dalla Pria