

Una sfida da 30 milioni per il gruppo IHC con Chia Laguna Sardinia

In Sardegna

Davide Madeddu

Una nuova stagione turistica è partita con una sfida: consolidare il mercato nazionale e rafforzare quelli esteri. Forte di una ristrutturazione che vale 30 milioni e una campagna di assunzioni che, complessivamente, mette assieme 200 persone, il gruppo Italian Hospitality Collection si appresta ad affrontare la prova sarda. Con il Chia Laguna Resort, nella costa sud occidentale della Sardegna, che ha debuttato lo scorso aprile sotto l'egida di Hilton. Il tutto in uno scenario in cui i colori della natura si sposano con gli interventi architettonici che prendono a piene mani dallo scenario naturale.

Dopo il Baia di Chia Resort Sardinia Curio Collection by Hilton, inaugurato la scorsa stagione, ora apre, nel segno del lusso, il nuovo Conrad Chia Laguna Sardinia segnando il debutto di Conrad Hotels & Resorts in Italia. Nuovo corso per la struttura che, grazie a un investimento di 30 milioni e un progetto di ristrutturazione firmato dallo Studio Marco Piva di Milano gioca la carta dell'ospitalità di alto livello unita all'ambiente circostante, caratterizzato da mare cristallino e macchia mediterranea incontaminata. Nello specifico si tratta di 107 camere e suite in cui si valorizza «il design contemporaneo ed elegante di ispirazione internazionale del brand Conrad e l'ospitalità italiana di Italian Hospitality Collection».

«Il nuovo Conrad Chia Laguna Sardinia sarà il primo hotel del brand di lusso Conrad Hotels & Resorts in Italia e offrirà un'esperienza di soggiorno esclusiva e di altissimo livello, in una location unica, ricca di storia e cultura e immersa nella natura straordinaria della Sardegna del Sud – dice Marcello Cicalò, diret-

tore operativo di Italian Hospitality Collection –. La collaborazione con Hilton darà un fortissimo slancio e una grande visibilità internazionale al resort e alla destinazione Sardegna, rappresentando un'importante opportunità di rilancio del comparto turistico per l'intera Isola». Per il management la prospettiva è positiva e in crescita. «Con i dati disponibili ad oggi vediamo già un significativo aumento dei mercati internazionali – aggiunge Cicalò –. La collaborazione con Hilton fornirà una grande

visibilità alla fedele base di clienti del gruppo in tutto il mondo, come anche al consolidato mercato italiano, per il quale la destinazione e il Chia Laguna Resort sono già un hotspot estremamente desiderabile».

Il Conrad Chia Laguna Sardinia è l'ultimo tassello di un progetto più ampio di riqualificazione che ha interessato tutto il Chia Laguna Resort, portato avanti attraverso il fondo Star gestito da Castello Sgr, con un investimento in termini economici di 30 milioni in due anni. Quanto alla stagione turistica che sta per iniziare, a manifestare ottimismo è anche Marco Pedna, general manager del Chia Laguna Resort: «Il trend delle prenotazioni per il Chia Laguna Resort è positivo e viaggia a circa il doppio della velocità se confrontato con lo scorso anno. In particolare il Conrad Chia Laguna Sardinia viaggia al triplo della velocità dello scorso anno, avendo per il 2022 previsto l'apertura

Italian Hospitality Collection punta a rafforzare la domanda internazionale

ad aprile. L'Italia sarà sempre il nostro primo mercato sull'intera stagione, ma l'aumento della domanda internazionale, grazie alla partnership con Hilton, inizia già a farsi vedere, in prevalenza

da UK, Germania e Stati Uniti».

Quanto alla crisi in Ucraina: «Stiamo seguendo con attenzione e grande preoccupazione la crisi in Ucraina, in attesa degli sviluppi sullo scenario mondiale – aggiunge Cicalò –. Affettivamente e professionalmente siamo molto legati sia alla Russia che all'Ucraina, paesi in cui ci siamo recati più volte nel corso degli anni, sviluppando significative e durature collaborazioni. Al momento, data la situazione, abbiamo sospeso tutti i viaggi in questi due Paesi e le attività di rappresentanza. Certamente ci aspettiamo una ripercussione negativa sui viaggi da Ucraina e Russia. L'impatto della crisi ricadrà probabilmente anche sul mercato americano. Continuiamo dunque a lavorare sul mercato domestico (storicamente nostro mercato) e a guardare ai paesi europei da sempre interessati alla destinazione Sardegna: Gran Bretagna, Germania, Austria, Svizzera, Nord-Europa, paesi che stanno già dando in questo inizio 2022 buoni segnali di ripresa».

© RIPRODUZIONE RISERVATA





Il rilancio. Il gruppo Italian Hospitality Collection ha lanciato un ampio progetto di riqualificazione di cui il Conrad Chia Laguna Sardinia è solo l'ultimo tassello