

# Hnh Hospitality, ricavi oltre i 100 milioni «Ripartono anche i viaggi congressuali»

## Tassi di occupazione ai livelli 2019. Altri tre nuovi progetti nel Nord Italia

**VENEZIA** Hnh Hospitality ha il vento in poppa e conta di anticipare i risultati previsti nel piano industriale per il 2027 all'anno precedente. Ne ha parlato ieri l'amministratore delegato, Luca Boccato, presentando i numeri dell'anno fiscale 2023, chiuso il 31 ottobre, i quali evidenziano ricavi per 105,7 milioni, con un aumento del 47% sul precedente esercizio.

L'attesa per il 2024 è di registrare un ulteriore incremento del fatturato del 5% e di progredire, anche grazie ai contributi dei nuovi asset nel segmento dei resort di lusso, fino alla soglia dei 150 milioni posta come traguardo del piano industriale. La cui durata, è ricordato, coincide con il presumibile periodo di permanenza dei nuovi investitori subentrati al fondo francese Siparex che, nel 2017, rile-

vò il 37% del capitale. Si tratta del Fondo italiano di investimento (Cdp) e di Eulero Capital, che conserveranno la quota di minoranza; il resto rimarrà saldamente nelle mani della famiglia veneziana Boccato.

Dopo il rafforzamento, nel 2022, con l'apertura di Almar Giardino di Costanza, in Sicilia, il 2023 ha registrato l'ingresso nel portafoglio di Hnh Hospitality di Pullman Almar Timi Ama Resort & Spa di Villasimius in Sardegna, operazione che ha portato il segmento lusso a pesare nei dodici mesi appena conclusi il 31% dei ricavi, contro il 25% precedente. «Oltre a questo - aggiunge l'ad - stiamo sviluppando tre nuovi progetti in altrettante città del Nord Italia, una delle quali in Veneto, in alberghi nuovi realizzati seguendo anche le nostre indicazioni e



Alla guida L'ad di Hnh Hospitality, Luca Boccato

47

La percentuale di aumento dei ricavi nel corso del 2023 per Hnh Hospitality. Per il 2024 la crescita attesa è del 5%

in partnership con altre catene». Rispetto alla stagione da poco conclusa, aggiunge Boccato, «siamo a tassi di occupazione delle strutture vicini a quelli del 2019, dunque vicini al 73%. Il prezzo medio delle camere è cresciuto in modo più marcato, ma questo è legato prevalentemente al fatto che la nostra offerta si è elevata attraverso le acquisizioni nel segmento medio-

alto, dalle quattro stelle in su». In termini assoluti, si è passati dai 143 euro del 2022 ai 158,2 dello scorso anno, e, contestualmente, è cresciuta anche la marginalità, con un Ebitda passato da 10,2 (14,3% sul fatturato) a 16,2 milioni (15,3%).

Ma oltre ai flussi turistici propriamente intesi, ciò che si sta osservando, riferisce ancora il manager, «è un ritorno dei



viaggi congressuali. Chi si attendeva che, dopo le restrizioni del Covid, le aziende non sarebbero più ritornate a far muovere i propri delegati, sostituendogli incontri con le videoconferenze, si è sbagliato. La tecnologia in questo non ci ha messo fuori mercato: i meeting sono ripresi in modo consistente ovunque e, semmai, si nota un'ottimizzazione degli appuntamenti da parte delle imprese stesse. Non più tanti spostamenti brevi, cioè, ma meno e di maggiore durata».

Rimane la questione della forza lavoro, tallone d'Achille al centro, nei mesi scorsi, di vari allarmi degli operatori della ricettività alberghiera. «Nel picco della stagione estiva siamo arrivati a 950 addetti e adesso siamo ancora intorno ai 700. La difficoltà nell'intercettare addetti disponibili nei fine settimana c'è stata e noi siamo intervenuti per quanto possibile ad aumentare i salari di chi lavora per noi - chiude l'ad - attualmente superiori ai livelli previsti dal contratto di categoria».

**Gianni Favero**

© RIPRODUZIONE RISERVATA