



Il simbolico "passaggio della chiave"

“AL CAPPELLO ROSSO” DI BOLOGNA NELLA FAMIGLIA PHI HOTELS

L'antico e prestigioso albergo con vista sulle Due Torri diventa PHI Hotels Bologna e sarà un concentrato di tradizione e contemporaneità: ospitale e sicuro

Dall'inizio di giugno, l'ex hotel Al Cappello Rosso di via de' Fusari 9, nel pieno centro storico di Bologna (a solo un centinaio di metri da Piazza Maggiore), è entrato a far parte della grande e prestigiosa famiglia di Phi Hotels. "Arte di Vivere" ha incontrato Donato Sambuco, Vice President Phi Hotels Development, per approfondire questa importante acquisizione.

Dott. Sambuco, cosa rappresenta innanzitutto l'ingresso de "Al Cappello Rosso" di Bologna all'interno del vostro Gruppo? Una tappa o un traguardo?

Per il progetto PHI Hotels l'operazione su Bologna rappresenta una tappa importante ma, al tempo stesso, soltanto un passaggio. La nostra intenzione è di crescere nelle maggiori province italiane e di rappresentare, in tutta la sua complessità, l'ospitalità d'eccellenza che ci contraddistingue in tutto il mondo. Non è un caso se per Bologna città abbiamo puntato proprio su Al Cappello Rosso per il nostro progetto: perché è un esempio di ospitalità perfettamente integrata nel contesto urbano del capoluogo emiliano. Tornando alla domanda e agli obiettivi che ci poniamo come Gruppo, intendiamo avvicinarci, a breve medio termine, alla gestione diretta di una ventina di strutture esclusive, come quella che abbiamo appena acquisito e che diventa così "PHI Hotel Bologna".

Questo passaggio delle chiavi dalla vecchia alla nuova proprietà, al di là del valore simbolico, che significato ha dal punto di vista etico?

Ha usato la parola giusta: etica. Quando un bambino viene dato in affidamento a terzi è un passaggio molto delicato, perché si presta molta attenzione sulla scelta di chi sarà l'affidatario che dovrà accudirlo, e si fa anche molta attenzione alla logica che accompagna questa sensibilità. Sensibilità che vuol dire un'emozione, legata al concetto di ospitalità, all'amore che si ha per questa professione, perché poi l'ospitalità è un'attitudine, che si può migliorare nel tempo, ma bisogna in qualche modo sentirselo dentro.



Donato Sambuco con l'editore di Arte di Vivere

Il momento della consegna delle chiavi, quindi, non ha significato solo la formalità del passaggio di proprietà in sé, ma è stato anche la consegna di alcuni principi e valori che hanno permesso a questo albergo di essere, da 600 anni un elemento rappresentativo della città e probabilmente anche della storia dell'ospitalità. Il nostro auspicio è di continuare a portare avanti nel migliore dei modi la gloriosa storia di questa struttura.

Sembra quasi che voi abbiate una sfera di cristallo e prevediate il futuro perché, come Gruppo, vi presentate come una catena di hotel pensati soprattutto per chi fa business e, in



Nella foto interno di uno degli appartamenti del PHI Hotel Bologna

effetti, a detta di diversi operatori economici, l'Emilia Romagna sta diventando una realtà trainante in questo ambito. Da cosa deriva questa capacità di sapere guardare avanti?

Noi cerchiamo di osservare attentamente la quotidianità. Oggi riteniamo che l'Emilia, nella sua complessità, possa ben rappresentare l'ospitalità italiana; questo ci ha indotto a ricercare interlocutori di valore, perché la cosa importante non è solo trovare una valida struttura, ma anche conoscere le persone e i protagonisti che hanno permesso a un hotel di mantenere la migliore immagine sul mercato. Abbiamo anticipato quello che sta per succedere nel mondo business? Forse sì, oggi più che mai il concetto di ospitalità

prenderà una forma diversa sia in termini di business sia in termini di leisure.

Nella vostra comunicazione scrivete che i PHI Hotels hanno introdotto nuove misure nelle procedure di ospitalità. Cosa significa?

Ci siamo resi conto che, in virtù degli effetti dell'emergenza Covid, dovevamo modificare il modo in cui avremmo fatto ospitalità. All'interno dell'azienda abbiamo quindi creato un comitato di lavoro costituito da una componente medico-sanitaria, una componente di sicurezza, una componente operativa e di comunicazione, al fine di tutelare, "in primis", tutti i nostri collaboratori e, naturalmente, tutti gli ospiti dei nostri hotel. Ci siamo impegnati a ridurre al minimo i tempi



di attesa nel ricevimento e, contestualmente, a modificare i tempi di permanenza all'interno di aree comuni.

Sostanzialmente, quindi, abbiamo dovuto rivedere buona parte delle nostre modalità di servizio trasformandole in qualcosa di nuovo, che mantiene il meglio dell'ospitalità mediterranea arricchita da modalità fino a ieri più tipiche del Nord Europa. I nuovi protocolli sono stati formalizzati e sono presenti all'interno di tutte le strutture attraverso una segnaletica e una parte documentale che l'ospite ha la possibilità di visionare. Sono inoltre presenti in tutti i nostri canali web, dal sito internet ai social. In ultima analisi è stato un passaggio importante, non solo di comunicazione ma anche di sostanza e di servizio.

Mi piacerebbe farle commentare un'espressione che avete utilizzato spesso: "Albergare con gioia".

Questo è un concetto che sta alla base della filosofia della nostra azienda e delle persone che la rappresentano. Rendersi al servizio degli altri, del resto, richiede un fondamento importante. Servire gli altri è una sensibilità, è un'attitudine che bisogna avere al proprio interno, è difficile che si possa trasmettere. Si possono infatti insegnare le procedure, le metodologie, gli standard, ma l'attitudine a servire gli altri è difficile acquisirla. Cerchiamo di sceglierci come persone sensibili a fare ospitalità e a gioire di questo, poi a gioire del fatto che l'ospite, quando ci lascia, torni a casa e rappresenti il piacere di aver vissuto gradevoli momenti assieme a noi.



Il gruppo operativo del nuovo PHI Hotel Bologna

Phi Hotels è un brand di Xenia diventata Società Benefit

Xenia S.p.A. che detiene il Gruppo Phi Hotel è recentemente diventata società benefit. Le società benefit qualificano aziende che danno alla propria strategia nuovo imprinting nell'oggetto sociale. Nell'esercizio dell'attività economica, oltre allo scopo di dividerne gli utili, l'azienda ha una o più finalità di beneficio comune e opera in modo responsabile, sostenibile e trasparente nei confronti di persone, comunità, territori, ambiente, beni, attività culturali, sociali, enti, associazioni e altri portatori di interesse.

"Questa trasformazione – spiega la dott.ssa Antonella Pompilio, Vice President Marketing e R&D del Gruppo – non è altro che la conferma di quello che siamo e di quello che il nostro dna manifesta e ha manifestato fino a oggi. Abbiamo coniato per l'occasione un nuovo payoff, che è "fare bene, facendo del bene". Noi sappiamo che non si può fare del bene se non lo si fa con gioia e gratitudine per le opportunità che si presentano. Per cui, ora, è stato formalizzato anche l'impegno etico che mettiamo nel fare bene le cose che sappiamo fare. Anche per il futuro – conclude la Dott.ssa Pompilio – intendiamo sviluppare il concetto di ospitalità in maniera ancora più ampia, generando ricchezza e benessere con una particolare attenzione agli ambienti sociali ed economici in cui operiamo".