

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

RELAZIONE SUI MOTIVI DI OPPORTUNITÀ ECONOMICI E SOCIALI CHE INDUCONO AD AVVIARE L'ITER AUTORIZZATIVO

Riferita al progetto di ampliamento dell'attività turistico-ricettiva e alberghiera denominata "Victoria Palace Hotel" a Gallipoli, da realizzarsi in variante puntuale allo strumento urbanistico.

1. PRESENTAZIONE DELL'AZIENDA

La struttura ricettiva, VICTORIA PALACE HOTEL - categoria 4 stelle - è situata in Gallipoli, alla via Petrarca n. 15 ed è operativa dal luglio dell'anno 2004. Appartiene alla società HOTEL VICTORIA S.r.l. e dispone ad oggi di 63 camere e 162 posti letto oltre a una sala ristorante, una sala congressi, una modernissima palestra, un innovativo centro benessere con piscina coperta e riscaldata ed una piscina esterna. Inoltre, sono presenti un *Lounge Bar* ed un garage privato a disposizione degli Ospiti della struttura alberghiera. Il complesso ricettivo è attivo tutto l'anno e da sempre rappresenta un importante punto di riferimento per il mercato nazionale ed internazionale.

L'Hotel è operativo dal luglio dell'anno 2004 e, nonostante il rilascio delle autorizzazioni amministrative pervenute a stagione turistica inoltrata, ha manifestato fin da subito grandissime potenzialità economiche: l'esercizio 2004 è stato chiuso con un fatturato di oltre € 490.000,00. Nel 2005 è stato registrato un fatturato di circa € 836.000,00 - confermando l'ottimo inserimento operativo.

Dall'esercizio 2006 la società è partecipata al 100% da Cesario Faiulo, fino ad allora imprenditore nel settore della ristorazione. Dallo stesso anno nuovi investimenti in politiche commerciali, nazionali e non, inseriscono la struttura in circuiti di prestigio, con

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

partecipazioni anche a fiere Internazionali e rapporti contrattualizzati con *tour operator* operanti su scala mondiale nel settore del turismo; in aggiunta a ciò si consideri l'avvenuto ampliamento dei servizi dedicati agli ospiti della struttura, con la combinazione del "pacchetto spiaggia" nel modernissimo stabilimento balneare "LIDO ZEN" la cui titolarità è riconducibile alla stessa struttura ricettiva.

Gli effetti di tale politica si manifestano palesemente nell'anno 2007 con un incremento di oltre il 16% dei ricavi che superano così il milione di euro. È un risultato la cui portata può essere meglio valutata se espressa in termini di "indice di performance" della struttura alberghiera: 68 posti letto hanno generato circa 15.000 presenze nell'anno con un tasso di occupazione annuo del 59,43% contro il dato medio provinciale del 28,33% (Dati APT – Lecce).

Anche gli esercizi successivi – 2008 e 2009 – ancorché segnati dalla crisi, esprimono la capacità di tenuta della politica di *incoming* della società, registrando un tasso di occupazione annuo di circa il 45%, ancora una volta abbondantemente sopra la media provinciale.

A prescindere dall'entità dei ricavi, tuttavia, l'aspetto che immediatamente emerge sin dal 2007 è l'impossibilità di dare piena efficacia alle strategie aziendali per la rigidità di alcuni fattori strutturali:

- > il numero di camere e di posti letto si satura rapidamente nella stagione estiva costringendo la società al più sgradito ruolo: il rifiuto degli ospiti comunque attratti dalle buone politiche commerciali;

- > anche i contratti di *allotment* (camere in conto vendita ai *tour operator*) necessitano di un adeguato contingente di camere da tenere a disposizione per essere praticati;

- > la destagionalizzazione degli arrivi e presenze, per quanto attuata, non può essere adeguatamente sostenuta per l'impossibilità di creare servizi interni che completino la formula del soggiorno durante i mesi di bassa stagione.

Il VICTORIA PALACE HOTEL diveniva, dunque, una struttura gradevole, ricercata ed apprezzata ma limitata da una esiguità dei posti letto, che ne mortificava le potenzialità.

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

Il management dell'HOTEL VICTORIA S.r.l. metteva, quindi, in atto a partire dall'anno 2011 una serie di investimenti volti a favorire l'ampliamento dei servizi agli ospiti con riferimento soprattutto alle aree comuni ed ai servizi idonei alla destagionalizzazione, tanto che oggi sia servizi che spazi comuni risultano sovradimensionati in rapporto al numero dei posti letto attuali.

Nello specifico gli investimenti effettuati riguardarono:

1. l'acquisizione in proprietà di un lotto di terreno contiguo all'Hotel;
2. Acquisizione di una porzione di fabbricato posto sul lato sud di confine dell'albergo;
3. Acquisizione di un lotto di terreno posto nelle vicinanze dell'Hotel Victoria Palace per il quale si è già ottenuta autorizzazione stagionale a parcheggio.

Gli investimenti di cui ai precedenti punti 1), 2) e 3) hanno consentito:

- a) di realizzare il collegamento funzionale al **piano interrato e piano terra** tra l'attuale struttura ricettiva ed il nuovo immobile allo scopo di creare un innovativo centro benessere con varie sale destinate ai trattamenti estetici, una piscina interna con talassoterapia, un bar-tisaneria oltre all'ampliamento della sala ristorante dimensionata per oltre 150 coperti e la creazione di una nuova cucina attrezzata che soddisfi le esigenze del nuovo ristorante. La congiunzione frontale del nuovo corpo di fabbrica con l'attuale patio del VICTORIA PALACE HOTEL ha creato un'unica ed ampia area interna che consente la piena fruizione degli spazi ma anche l'accessibilità a tutti i luoghi comuni funzionali: *hall, lounge bar, ristorante, centro benessere, piscine esterna ed interna, ecc.*

La porzione di immobile con tutte le sue specifiche destinazioni, è conforme allo strumento urbanistico del Comune di Gallipoli e dunque pienamente fruibile dalla società VICTORIA PALACE HOTEL.

- b) di creare le condizioni di offerta strutturale di ospitalità e servizi in grado di massimizzare la destagionalizzazione dell'attività.

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

2. IL PROGETTO

L'ampliamento del numero dei posti letto mediante la sopraelevazione in variante puntuale allo strumento urbanistico vigente, consentirebbe più efficaci strategie di destagionalizzazione per i seguenti motivi:

- Possibilità di **accogliere** clientela Business e gruppi MICE/LEISURE sia internazionali che nazionali di numero superiore alle 50 pax anche in **media ed alta stagione**, periodo in cui, allo stato attuale dei fatti, i viaggiatori FIT internazionali saturano i posti letto disponibili limitando fortemente l'accesso ai mercati di cui sopra;
- **Ottimizzazione dei costi** soprattutto in funzione dei ruoli professionali di maggiore rilevanza (Direttore, Direttore vendite, Chef, Maitre, Governante) con conseguente contenimento dei prezzi di vendita e **migliorata competitività** soprattutto con riferimento ai mercati emergenti che notoriamente hanno un costo del lavoro notevolmente più basso;
- **Incrementare la forza occupazionale annuale** della struttura del numero di **3/4 unità** e nel contempo offrire contratti più lunghi con maggiore stabilità alle figure stagionali in quanto la destagionalizzazione consentirebbe l'assunzione dei stessi già dal mese di marzo e fino ad ottobre;

3. OGGETTO ED OBIETTIVI DELL'INIZIATIVA

I vari ampliamenti dei servizi già realizzati dal VICTORIA PALACE HOTEL qualificano la struttura alberghiera come una struttura ricettiva in grado di esaltare l'offerta turistica in tutti i mesi dell'anno.

In realtà la politica di destagionalizzazione dell'attività è perseguita da tempo dal management aziendale e, pur con le attuali **carenze di posti letto**, l'albergo raccoglie ininterrottamente nell'anno presenze sia italiane che straniere.

Ad oggi la Hotel Victoria Srl fattura circa 1,4 milioni di Euro con un incremento annuo costante del +20% ed è una delle strutture più apprezzate dell'intera penisola salentina così

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

come testimoniato dalla ottima *reputation online* verificabile attraverso i più importanti network internazionali (Tripadvisor, Booking.com, Expedia, ecc.) nonché dal continuo incremento dei rapporti commerciali con i più importanti Tour Operator Mondiali (Alpitour, Francorosso, Eden Viaggi, ecc.) che a loro volta danno grande lustro alla città di Gallipoli promuovendo la cittadina attraverso le oltre 400.000 agenzie distribuite in tutto il mondo.

La potenzialità turistica della struttura, dunque, è strettamente legata al progetto di ampliamento sopra descritto che offre nuove opportunità commerciali aprendola a scenari di mercato prima non praticabili.

Sinergica rispetto alle strategie aziendali è la politica delle Istituzioni Locali volte ad utilizzare il patrimonio storico, culturale, archeologico, museale, naturalistico, e paesaggistico del territorio come attrattore della mobilità turistica, soprattutto internazionale, a favore proprio della destagionalizzazione dei flussi e la crescita socio-economica.

Il Salento, in particolare, vede una crescita omogenea su tutto il territorio dei flussi turistici dovuta, secondo una nota diffusa dall'APT di Lecce, "alla strutturazione di un'offerta che sta passo dopo passo mettendo a sistema, con importanti attività di coordinamento, territori, beni materiali ed immateriali, istituzioni, imprese, comunità locali". Secondo dati ancora provvisori diffusi dall'APT il Salento ha registrato da gennaio a dicembre 2015 oltre 4 milioni di presenze nelle sole strutture ricettive. Il periodo di maggior afflusso è stato ovviamente durante il periodo estivo - in particolar modo nel mese di agosto - che ha visto il tutto esaurito a Otranto, Lecce, Gallipoli, Porto Cesareo, Leuca, ma avanza anche il fenomeno della destagionalizzazione: a Capodanno l'incremento dei turisti è passato dal 2% del al 6%.

La politica di investimenti della società HOTEL VICTORIA S.r.l., dunque, mentre risponde alle proprie esigenze strutturali e di gestione, asseconda anche l'esaltante e variegata domanda di conoscenza del territorio che ormai dilaga su tutto il Salento.

I risultati attesi sono essenzialmente legati alla possibilità di incrementare le presenze non stagionalizzate grazie all'offerta integrata di "soggiorno + servizi" combinata al vivace richiamo del territorio e di Gallipoli in particolare.

Il VICTORIA PALACE HOTEL ha già espresso nei suoi dieci anni di attività tassi di occupazione alberghiera superiori alla media provinciale segnalando, così, già da tempo la propria vocazione alla accoglienza ultra stagionale.

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

Attualmente Gallipoli conta 43 strutture ricettive di cui:

- N. 1 cat. cinque stelle
- N. 5 cat. quattro stelle
- N. 9 cat. tre stelle
- N. 1 cat. una stelle
- N. 3 villaggi turistici
- N. 23 residence
- N. 1 agriturismo.

L'offerta ricettiva complessiva si attesta su circa 7.000 posti letto, di cui 1.300 circa negli alberghi.

Tra gli alberghi a 4 stelle, 3 sono localizzati nel contesto urbano e tra questi il VICTORIA PALACE HOTEL dispone del maggior numero di posti letto. Altri 2 sono situati lungo la costa, in zona extraurbana, e proprio grazie a ciò, senza le restrizioni degli standard urbanistici, raccolgono il 70% del totale (392) dei posti letto disponibili per tale categoria.

Quale che sia la classificazione, tutte le strutture ricettive presenti sul territorio di Gallipoli saturano la loro capacità nella stagione estiva.

L'offerta di posti letto in numero realmente utile alla destagionalizzazione è presente solo negli esercizi posti fuori città, con diverso grado di varietà e qualità, mentre è pressoché assente nelle più numerose strutture cittadine, a prescindere dalla classificazione (Informazioni su Puglia Turismo.it – Portale Regione delle APT di Puglia).

In tale scenario, l'investimento programmato dalla società HOTEL VICTORIA S.r.l. assume maggiore valenza ed esalta quelle potenzialità di accoglienza non stagionale che la struttura ha già da tempo storicizzato. Fattore non trascurabile è l'importanza della ricaduta positiva che ciò produrrebbe in termini sia commerciali che sociali per tutto il contesto produttivo, attualmente fortemente penalizzato nei periodi di bassa e media stagione a causa di una forte contrazione dei consumi da parte del bacino di utenza stanziale, con conseguenti e crescenti difficoltà per le micro imprese commerciali, che, come è noto, caratterizzano il tessuto economico di Gallipoli, nel mantenere un regime di apertura annuale, generando così, a causa dell'impossibilità di garantire stabilità lavorativa ai propri dipendenti da parte delle stesse, il fenomeno della migrazione stagionale dei lavoratori con incidenza particolarmente elevata tra gli operatori più professionalizzati.

Hotel Victoria s.r.l.



via F. Petrarca - Gallipoli

Tutto ciò premesso, si rende necessario l'ampliamento così come da progetto che si vuole proporre, per venire incontro alla domanda di mercato sempre crescente e che chiede parametri dimensionali in linea con il nostro progetto di ampliamento, nonché in termini economici per poter garantire la redditività necessaria alla struttura per poter continuare a erogare gli standard di servizi fino ad oggi espressi e necessari ad aggredire nuove fette di mercato finora non raggiungibili causa l'esiguo numero di posti letto disponibili.

Gallipoli, 05/01/2017

Hotel Victoria s.r.l.
Amministratore Unico Faiulo Cesario

Il tecnico incaricato
Ing. Marco Fumarola

