

# **TRADEMARK ITALIA**

**Progetto di consulenza  
dell'Associazione Albergatori di Rimini**

## **Report**

# **HOTEL SAN SALVADOR**

**3 stelle**

**Via Lucilio, 8 – Bellaria**

**49 camere - stagionale (annuale in previsione)**

Referenti: Federico Poggi – Stefano Poggi

## CONSIDERAZIONI GENERALI

L'albergo è di proprietà della famiglia Poggi dal 1968, gestito attivamente e professionalmente dai due fratelli Stefano e Federico, operanti con mansioni diverse con l'affettuoso coordinamento dal padre (acquisti). Il San Salvador ha beneficiato nel 1998 di imponenti lavori di ammodernamento che lo pongono in posizione molto superiore alla media dei 3 stelle riminesi.

Si tratta di un hotel (costruito nel 1968) che possiede numerosi requisiti da 4 stelle con declinazioni accattivanti, diversificate e junior suites creative.

Il San Salvador per l'offerta di alloggio sta nella rosa dei "primi" 3 stelle dell'area riminese.

La famiglia Poggi ha aderito a varie iniziative e club. L'adesione ai *Piccoli Alberghi di Qualità, Family & C, Turisminsieme* e *All Inclusive Hotels* facilita il raggiungimento dell'indice di occupazione necessario. L'albergo aderisce anche all'iniziativa di Legambiente per favorire la salvaguardia dell'ambiente ed evitare lo spreco di energia. Si tratta di un'adesione normalmente penalizzante dell'atmosfera delle camere e dei bagni perché impone l'uso di lampade a basso consumo e livelli bassi di illuminazione. In questo caso però non influisce negativamente sull'atmosfera: il rispetto dell'ambiente non si traduce in ricerca di convenienza e diminuzione del consumo energetico.

Il San Salvador partecipa anche alla combinazione volo+hotel dalla Germania che a giudizio dei gestori porterà un discreto numero di arrivi.

Le difficoltà così come le potenzialità strutturali dell'albergo sono evidenti. L'accessibilità è negativa per la clientela "chance" (di passaggio), per cui il San Salvador deve contare sul passaparola e sulla comunicazione. Nondimeno con qualche ritocco potrebbe alzare i livelli di occupazione e di fatturato.

Non manca il tocco femminile nelle camere, mentre sembra assente nelle zone comuni. Il livello di cortesia e la cordialità, al momento della visita, risultano su buoni livelli.

## **STELLE**

L'attuale classificazione è adeguata, ma alcune camere mettono in ombra i 4 stelle di Rimini e Bellaria. E' superiore ai parametri della maggior parte delle strutture alberghiere della riviera riminese. Lo si può collocare nella gamma dei migliori 3 stelle.

## **HALL E RECEPTION**

La prima impressione è positiva, gli spazi comuni sono più che sufficienti, la luminosità e l'illuminazione ottime, facile l'accesso anche con i bagagli grazie all'assenza di scalini. Il banco del ricevimento è in posizione favorevole con materiale informativo. Vasto il back office che rende funzionale il servizio.

Complessivamente, l'area di accoglienza è positiva ma la famiglia sottolinea la necessità di un riammodernamento della hall che a loro avviso non è in linea con il resto dell'albergo (freezer gelati, tavoli, sedie e divanetti).

## **BAR**

Facilmente individuabile nella hall, di fronte alla reception. Risulta invitante per la lettura e per consumare in tranquillità.

## **CORRIDOI E ATMOSFERA**

Le aree di passaggio sono caratterizzate da moquette. Le porte REI in essenza simil noce sono ancora molto attuali. Maniglie in ottone lucido e capitello di legno dorato. Una buona illuminazione valorizza i corridoi che risultano essere molto accoglienti e ben insonorizzati.

## **CAMERE**

Le camere, ristrutturate circa una decina di anni fa, sono "condizionate", ben arredate già nella tipologia base (Orchidea): testate nei letti, copriletti, quadri, armadi spaziosi. Il televisore è grande (21 pollici) ma in molte camere sospeso per motivi di spazio. I letti sono di giuste dimensioni, reti

a doghe, complessivamente comodi. E' possibile scegliere tra tre tipi di cuscini ma in nessuna camera ci sono quelli extra; in tutte c'è il copriletto coordinato con i tendaggi: anche in questo caso si è suggerita la preparazione del letto "in bianco" (3 lenzuoli o piumino tipo Hilton), pronto per l'arrivo del cliente. I comodini sono di giusta dimensione e quota rispetto al letto. L'illuminazione è positiva, ma andrebbero coordinate le accensioni dall'interruttore all'ingresso in modo da poter accendere tutte le luci (abatjour comprese) all'ingresso del cliente. Buona l'insonorizzazione. Le tipologie di camere sono 4: Orchidea, Tulipano, Ninfea e Ninfea Vip. Le VIP sono all'ultimo piano, arredate tutte in modo diverso: **camera in stile giapponese** con letto e arredamento che richiama l'oriente, copriletto coordinato con la tenda oscurante e le porte dell'armadio. Colori predominati il marrone scuro e il beige; **camera felliniana** la cui atmosfera ricorda il Gradisca di Marina centro con letto e arredamento sulle tonalità del giallo banana; **camera dell'amore** dove prevale il rosso, un grande cuore come testata del letto, moquette rossa, specchio sul soffitto abatjour a forma di cuore e copriletto leopardato; **camera** effetto mansarda, pavimento simil cotto, letto in ferro battuto e armadio invecchiato; infine la **camera** con un enorme velo bianco spiovente sul letto. Queste camere, come le Ninfea, hanno tutte il bagno molto ampio con vasca idromassaggio.

#### **BAGNI (biancheria e set di cortesia)**

I bagni hanno varie e buone dimensioni. In tutti c'è il box doccia con saliscendi chiusi da una tendina. Nelle camere Tulipano, Ninfea e Ninfea Vip i bagni sono più spaziosi con rivestimenti a più colori. I servizi igienici sono sospesi per scelta della famiglia Poggi che sostiene di aver ovviato alcuni problemi con quel tipo di servizi pur avendo speso di più. L'illuminazione è più che sufficiente. La biancheria è abbondante e di buona qualità (teli in spugna), non ci sono accappatoi né ciabattine.

Il courtesy service è spartano, confezionato nelle bustine e non in linea con il livello medio dei bagni. Si è consigliato di migliorarlo. L'asciugacapelli in molte camere è all'esterno del bagno.

### **BREAKFAST/RISTORANTE**

La sala ha una straordinaria illuminazione naturale ed un bell'arredamento. Molto spaziosa, tavoli distanziati e sedie moderne. Marmo sul pavimento e una capacità di un centinaio di posti. Le bevande calde come i succhi sono self service, ma in questo caso il servizio molto cordiale, attento e preciso.

La mise en place è classica. Il buffet è generoso sia a colazione che a pranzo; il proprietario precisa anche all'ingresso della sala che in cucina si usano solo prodotti freschi, nulla di già preparato, paste fresche e dolci fatti con uova, farina, zucchero, farine biologiche e grande cura per i piatti. La cucina e le preparazioni sono considerate punti di forza dell'hotel. Ai pasti l'acqua (alla spina) viene fatta trovare sul tavolo al cliente poco prima dell'apertura della sala ed essendo self service l'ospite si può servire da solo la seconda volta: anche il vino è alla spina e sempre gratuito a volontà. Tovaglia e tovagliolo sono monouso ma visto il livello dell'albergo e l'impronta di marketing si è consigliato di considerare il tovagliolo di stoffa. Nei prezzi, acqua e vino ai pasti sono compresi.

### **PERSONALE/DIVISE**

Il numero degli addetti è 12 (di cui 3 di famiglia): 4 in cucina, 3 in sala, 1 barista, 3 cameriere ai piani e 1 babysitter. Le divise del personale sono tradizionali. Al ricevimento i due fratelli indossano abbigliamento casual.

### **MANUTENZIONE GENERALE**

La manutenzione generale è buona. Il punto di forza sono le camere. L'albergo è curato nei dettagli, con spazi comuni generosi e luminosi. La pulizia è a ottimi livelli.

**QUESTI SONO SOLO ALCUNI DEI PASSAGGI DEL REPORT DI TRADEMARK ITALIA CHE NELLA VERSIONE INTEGRALE È MOLTO PIÙ COMPLESSO E DETTAGLIATO**