

**INTERVISTA A**  
**VALERIANO ANTONIOLI**  
**LUNGARNO COLLECTION**



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

163712

CON UN FATTURATO 2022 A  
30 MILIONI DI EURO (+10%  
SUL 2019) E CON TANTI  
PROGETTI IN CANTIERE,  
LUNGARNO COLLECTION  
INAUGURA IL SUO FIORE  
ALL'OCCHIELLO, PORTRAIT  
MILANO, UN CONCETTO  
INNOVATIVO DI OSPITALITÀ.

## 'RITRATTO' DI MILANO

di Vanna Assumma

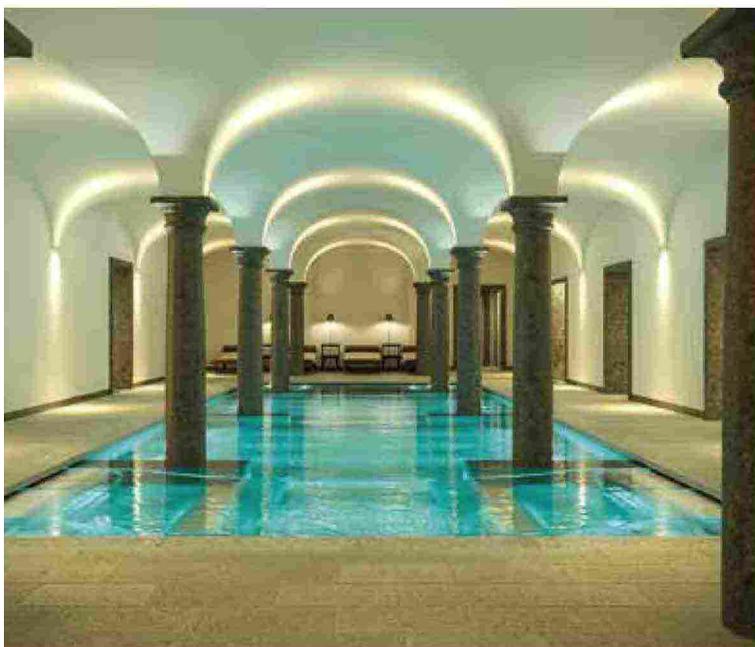
**E**ntrare in **Portrait Milano** è come varcare la soglia di qualcosa di speciale. C'è dentro tutto il *genius loci* dell'ex Seminario Arcivescovile, un luogo 'senza confini' che spinge lo sguardo verso le incredibili altezze dei soffitti e immerge la persona in un pezzo di storia di Milano. Proprio nel maestoso complesso del '500 tornato a nuova vita, Pambianco Hotellerie ha incontrato il CEO di **Lungarno Collection**, **Valeriano Antonioli**. Il suo entusiasmo ha ripercorso lo sviluppo di questo progetto che non è solo l'ennesimo hotel di lusso ma un'innovazione urbanistica, che ha portato alla creazione della prima piazza nel noto Quadrilatero milanese, e alla nascita di un nuovo percorso pedonale che collega corso Venezia a via Sant'Andrea. Un progetto inclusivo, come ama definirlo Antonioli, che comprende retail, moda, beauty, gioielli, f&zb, e anche eventi e progetti speciali per la cittadinanza. Un fiore all'occhiello per la compagnia di gestione alberghiera della famiglia **Ferragamo**, che conta sei alberghi in Italia e che stima di chiudere il 2022 a 30 milioni di euro, ovvero a +10% sul 2019.

### **Partiamo da Portrait Milano. È un nuovo concetto di ospitalità?**

I nostri standard sono diversi dagli altri gruppi del lusso. Abbiamo costruito un team 'front of the house' composto da una ventina di collaboratori che sono in contatto con i clienti, metà dei quali sono italiani e l'altra metà internazionali, provenienti dai principali Paesi di origine dei nostri ospiti. Investiamo molto sul personale, che deve seguire una Portrait Academy di tre anni di formazione, affinché sia

## INTERVISTA

molto qualificato e diventi un consulente per il cliente, quasi un gestore del suo tempo. Il nome Portrait nasce proprio da questa sfida: unire il 'ritratto' del cliente con il 'ritratto' della città. In questo, la competenza e il fattore umano fanno la differenza. Il team lavora sull'empowerment dei collaboratori, che vengono responsabilizzati e infatti abbiamo abbattuto le tradizionali gerarchie che di solito si trovano nelle strutture ricettive. Non a caso, sono tanti gli ospiti che, una volta tornati a casa, rimangono ancora in contatto con i nostri ragazzi.



Dall'alto, reception e piscina del nuovo Portrait Milano di Lungarno Collection

### Quali altre novità offre questo progetto?

Sarà un trampolino di lancio per giovani talenti. L'idea infatti è quella di portare innovazione. La parte ristorativa, ad esempio, non è stata affidata a uno chef stellato ma a un giovane talentuoso, Alberto Quadrio, 32 anni e un curriculum speso in diversi Paesi del mondo, nonché allievo di Alain Ducasse. L'ispirazione è sempre nel genius loci, così come l'ex Seminario Arcivescovile è stato un luogo di formazione e cultura, così vogliamo che giovani talenti abbiano la possibilità di esprimere se stessi. Un altro esempio è So-Le Studio, primo flagship del progetto nato dalla creatività di Maria Sole Ferragamo, 32 anni, figlia di Leonardo Ferragamo, che riporta alla luce la bellezza di materiali abbandonati, trasformandoli in gioielli. Anche Antonia, insegna di riferimento della moda, fa molta ricerca con brand innovativi e aprirà sotto il colonnato della piazza uno spazio di 750 metri quadrati. L'offerta dei brand partner include, tra gli altri, Beefbar e The Longevity Suite.

### In che senso si parla di inclusività?

Per dare un'idea, il nostro modello di riferimento è la settimana del design milanese e non quella della moda, che è spesso 'a porte chiuse'. Il nostro progetto è totalmente aperto alla cittadinanza, anzi vogliamo svincolare la piazza dall'albergo, affinché diventi un'area inglobata nella città. Chiaramente è sempre un'area privata ma che gode di una dimensione pubblica. I 2.800 metri quadrati di Piazza del Quadrilatero saranno il fulcro di eventi speciali e la parte f&b avrà una forte componente di sharing: ci immaginiamo momenti di convivialità, con tavolate per più persone e aperitivi da condividere. Il bar avrà quasi 20 metri di bancone, con tavolini nel porticato e una mixology basata sull'italianità. Il concept della ristorazione infatti sarà legato soprattutto alla cucina italiana.

### Quale Milano rispecchia il progetto Portrait?

Ritengo che Milano sia una città fantastica ma poco conosciuta nelle sue bellezze, soprattutto nel 'percepto' che si ha di essa. Con questo progetto noi vogliamo contribuire a far crescere l'attrattiva del capoluogo meneghino, che ha opere d'arte inestimabili e angoli di strade, cortili, palazzi, ancora da scoprire. Il 95% della nostra clientela negli alberghi a Roma e Firenze è leisure, cioè composto da persone che

INTERVISTA

viaggiano per vacanza. Sappiamo chiaramente che Milano ha un altro target, ma vogliamo contribuire a sviluppare il 'piacere di visitare' la città della Madonnina. Aggiungo che Milano è un trampolino di lancio per i grandi brand alberghieri, è un crocevia di moda, design, comunicazione, ristorazione, architettura, scuole, teatro e industria. È un competitive set, uno dei migliori nel mondo, e questo pensiamo che creerà molte opportunità per il nostro gruppo, ci metterà in una luce diversa.

**Ad esempio, quali opportunità?**

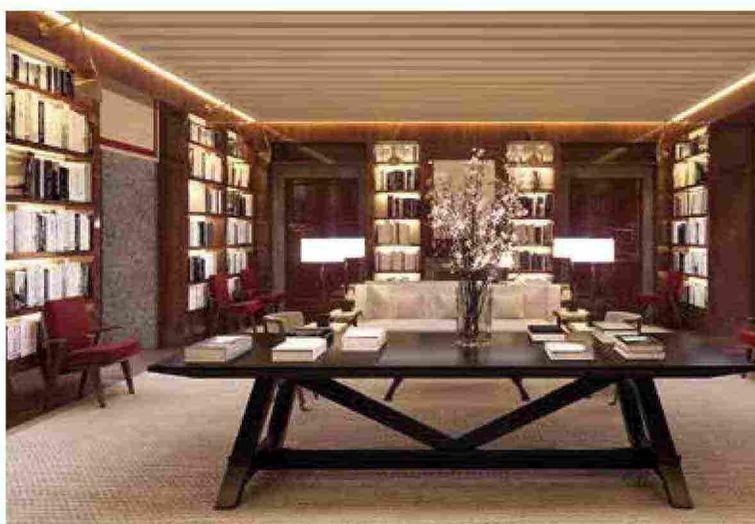
I progetti sono tanti per il brand Portrait Collection. Quello di Milano è il terzo hotel del marchio, dopo quelli di Roma e Firenze. Nei prossimi anni vorremmo aprire un Portrait a Venezia e uno ancora a Roma. Ma l'idea è di varcare le Alpi e portare il nostro concetto di ospitalità a Parigi, Zurigo, Londra e Madrid. Difficile dare date precise perché lo sviluppo è lento, in quanto Portrait richiede una ricerca accurata, location particolari, che io definisco 'da tacchi a spillo', cioè non tutti i luoghi sono idonei per essere vissuti da questo brand. Inoltre, a Firenze abbiamo altri alberghi, Hotel Lungarno, Continentale e Gallery Hotel Art, nonché quattro appartamenti di lusso. Abbiamo in progetto di ampliare il format Lungarno Apartments nel 2023, arrivando così a otto unità.

**Arriviamo ai numeri. Qual è la stima di fatturato 2022 di Lungarno Collection?**

Pensiamo di chiudere l'anno con ricavi a 30 milioni di euro, ovvero +10% rispetto al 2019. Siamo contenti anche perché va tenuto conto che quest'anno non è stato pieno, in quanto i nostri alberghi sono ripartiti ad aprile.

**Quali sono i prezzi e la profittabilità per camera?**

Portrait Milano conta 73 camere, di cui 24 suite. Facendo una media annuale, la tariffa si aggira su 1.000 euro, un po' più bassa dei prezzi dei 5 stelle che vengono mediamente applicati a Milano. I numeri per camera sono molto importanti: la profittabilità si aggira tra 70% e 80%, molto superiore a quella della ristorazione, che è attorno a 20 per cento. Ciò detto, l'f&cb è molto importante perché ci permette di creare opportunità ulteriori per vendere le camere. Noi vogliamo essere una destinazione, in grado di offrire esperienze turistiche, culturali, di ristorazione, di retail con uno sguardo inedito.



Altri interni di Portrait Milano: dall'alto, due immagini di camere e suite, e l'elegante biblioteca con boiserie in rattan

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

163712