

Iván Brión
Director Hard Rock Hotel Ibiza



Foto: Iván Brión. Director Hard Rock Hotel Ibiza

Palladium Hotel Group y Hard Rock International se unen para la creación del primer Hard Rock Hotel en Europa, ¿cómo surge la unión entre estas dos grandes compañías? ¿Por qué eligieron España?

Palladium Hotel Group es sinónimo de innovación hotelera, casos como el novedoso producto ocio/hotelero de Ushuaia Ibiza Beach Hotel hablan por sí solos. Hard Rock Hotel es una marca de hoteles muy joven pero con mucho espíritu y carisma que presenta un producto muy diferenciado que aún así mismo ocio y lujo casi a partes iguales. Palladium Hotel Group, en su proyecto de diferenciar sus productos del resto de marcas, ha apostado por traer la franquicia de hoteles estadounidense a España, cuna del ocio veraniego a nivel europeo y con un enorme crecimiento en los últimos años en los productos de lujo y súper lujo, sobre todo aquí en Ibiza. Este es el nicho en el que las dos marcas pensamos que deberíamos entrar, y así trabajar juntos para la creación de este concepto adaptado al público europeo: así nace Hard Rock Hotel Ibiza.

Como hemos comentado, la cadena Palladium Hotel Group y el Hard Rock International, conforman el

nuevo complejo hotelero; pero... ¿qué principales magnitudes y pesos específicos tiene cada una de ellas dentro del nuevo proyecto?

En Palladium Hotel Group llevamos la gestión integral del establecimiento, desde las ventas y el marketing al día a día del hotel, pasando por los RRHH y los temas financieros. Como todas las franquicias, Hard Rock exige unos estándares de servicio y de producto, de uso de la marca así como unos resultados. Realmente se trabaja muy bien conjuntamente con Hard Rock, es una marca muy abierta y que le gusta la innovación así como diferenciar sus productos, la relación es muy buena y cada uno asume su papel como franquiciador y franquiciado.

Después de abrir sus puertas el pasado mayo, ¿qué acogida está teniendo y qué previsiones tienen a corto y medio plazo del Hard Rock Hotel Ibiza?

Desde que empezamos con el proyecto sabíamos que iba a ser un éxito, algo que el turismo de Ibiza necesitaba, pero la verdad es que los números finales nos sorprendieron (positivamente) a todos. La acogida ha sido espectacular, el cliente adora el producto y toda

la oferta complementaria que hemos generado con él, los ratios de satisfacción de nuestros clientes son altísimos para un hotel que acaba de abrir, así como tampoco nos podemos quejar de los resultados financieros. Las previsiones para esta temporada son incluso mejores, ya que el producto está asentado, el cliente lo conoce y nosotros sabemos hasta dónde podemos llegar con él, las expectativas son muy grandes en todos los sentidos.

¿Con que principales magnitudes cuenta el hotel? (superficie, número de habitaciones, empleados, ocupación...)

Hard Rock Hotel Ibiza es un resort de playa, ubicado en la famosa Playa d'en Bossa de Ibiza, que se está convirtiendo en el punto de reunión y ocio de la jetset internacional. Cuenta con 493 habitaciones de las cuales casi el 50% son habitaciones de una categoría superior (Studio Suites y Suites).

Hemos apostado fuertemente por ofrecer una gastronomía de alto nivel. Contamos con 5 restaurantes, dos de ellos en colaboración con el reconocido



Foto: Palladium Hotel Group

chef Paco Roncero, que cuenta con dos estrellas Michelin. Sublimotion ya es mundialmente aclamado por ofrecer una aventura gastro-sensorial inigualable. No hay que olvidar el Rock Spa, el más grande de Ibiza con 2000 m² de superficie, repartida en 3 áreas, zona de agua interna, externa y zona de tratamientos y estética.

Otro punto a destacar es el área para convenciones, el Centro más grande dentro de los hoteles de la isla, con una sala con capacidad para 700 personas. En el hotel rondamos los 500 colaboradores y nuestras ocupaciones medias están por encima del 80% y durante los meses de temporada alta estamos prácticamente llenos.

¿Cuál es el perfil del huésped ideal hacia el que va enfocado el "Hard Rock Hotel Ibiza"? ¿por qué se ha buscado este perfil?

El perfil al que va enfocado el producto son personas jóvenes de espíritu que le gustan que les mimen y la calidad en el servicio. Está dirigido a todo tipo de público, desde familias hasta personas de avanzada edad, ya que el ocio, entretenimiento y el "vibe" del hotel son aptos para todos los públicos. Es gente muy viajada en su mayoría y que saben lo que quieren. No tienen problema en pagar un poco más si el servicio y el producto lo merece. Este perfil es que el que poco a poco se está introduciendo en Ibiza y es al que principalmente vamos dirigidos.

En lo referente a hotelería vacacional, y considerando la complicada coyuntura económica de la que salimos, ¿es este tipo de establecimientos tan exclusivos, como el Hard Rock Hotel Ibiza, la mejor apuesta hotelera?

Realmente no sé si es la mejor apuesta hotelera o no, lo que sí sabemos es que aquí en Ibiza, como en otros destinos, está funcionando bien. Hay otros lugares que no pueden asumir esta oferta de producto, pero Ibiza, y más en los últimos años con el vuelco



Foto: Palladium Hotel Group

al lujo que se está dando, es el marco ideal para este tipo de exclusividad y diferenciación. Creo que cada destino es un mundo y cambiar la tendencia no es cosa de dos días. Es un producto que llama la atención por su novedad y por su diferenciación a lo que está considerado con lujo tradicional, de ahí que llame la atención de la gente y que funcione tan bien en ciertos destinos como el nuestro.

Desde su apertura, ¿qué sensaciones transmite Hard Rock Hotel Ibiza a los usuarios que han pasado por el establecimiento? ¿Qué distingue este hotel de otras ofertas hoteleras vacacionales de la zona?

Las sensaciones son que siempre ocurre algo en el hotel, siempre hay música o actuaciones en el Resort, es la idea que planteamos desde el principio. Los clientes en Hard Rock Hotel Ibiza van a vivir experiencias y es lo que trabajamos diariamente para que ocurra y lo que la gente agradece. En lo que realmente somos diferentes es en manejar y unir esta oferta de ocio al servicio hotelero de lujo, siempre pasan cosas en el hotel, pero son elementos elegantes, que no chirrían y sobre todo que no desentonan con el concepto del hotel. Son las experiencias que generamos en el cliente lo que nos diferencia de otras ofertas vacacionales y que crean una lealtad hacia la marca.

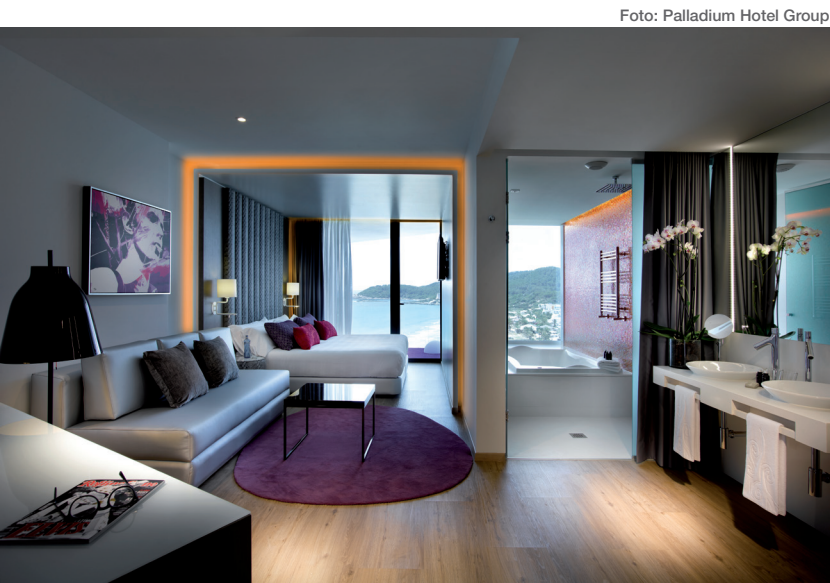


Foto: Palladium Hotel Group