

Chic & Basic exporta el seu model d'hotel urbà

OBERTURES. LA CADENA ES FIXA EN GRANS CIUTATS EUROPEES I ESPANYOLES PER CRÉIXER

■■■ DIVERSIFICACIÓ. L'EMPRESA ESTUDIA CREAR UNA LÍNIA DE MODA O MOBILIARI

PAULA MATEU
BARCELONA

Localització, dutxa, llit i diversió són els elements bàsics que expliquen el model d'establiment de la cadena Chic & Basic. Els seus fundadors, Albert Montesinos i Hugo Bertran, es van fixar en el que ells mateixos desitjaven trobar en un hotel: una estètica moderna, amb molt de disseny; una ubicació cèntrica en grans ciutats; disposició de serveis, però no l'obligació de pagar també els que són prescindibles. I tot això, a preus assequibles.

El 2004, un soci financer va veure-hi possibilitats d'èxit i es va afegir al projecte. I en poc més de tres anys han aconseguit consolidar-se i definir bé el seu model. Actualment, Chic & Basic té sis establiments de tipologia diferent, però amb les mateixes premisses: dos hotels de dues estrelles (al barri del Born, de Barcelona i a Amsterdam), dos hostals i dos edificis d'apartaments (a Madrid i Barcelona).

Ara toca ja expandir-se, segons Montesinos i Bertran. «Volem expandir-nos sota les premisses Chic & Basic», explica el primer. «Però, tot i que els hotels han de respirar la mateixa essència, no poden ser iguals, perquè es perd la frescor», hi afegeix. Un establiment hotelier de 98 habitacions a la zona de Colom de Barcelona i un altre de noranta habitacions a Lisboa seran els primers a afegir-se a la llista. Després esperen que vingui Praga, on també estan en negociacions per fer una compra, i «les joies europees, com París, Londres, Berlín, Hamburg o Anvers, i ciutats espanyoles que



MODERNITAT. El disseny és un dels valors afegits dels establiments Chic & Basic

també ens agraden com Sevilla o Granada», assegura Bertran. Chic & Basic busca establiments on invertir, com a màxim, 200.000 euros per habitació.

La intenció dels socis és portar a terme aquesta expansió de la mà d'inversors particulars que

LISBOA, PRAGA, LONDRES O PARÍS SÓN ENTRE LES PRIORITATS DE LA COMPANYIA

comprin els hotels. Tot i això, la companyia ha realitzat una ampliació que ha deixat el seu capital social al voltant dels cinc milions d'euros per afrontar les despeses que comportin el lloguer i la gestió dels establiments. A més, «si ens trobem amb una bona oportunitat per comprar directament, ho farem», afirma Bertran.

Montesinos i Bertran coincideixen que la crisi immobiliària pot representar una oportunitat perquè els preus del sòl s'han abaratit. «Però en el preu dels hotels ja en funcionament no es nota encara. I aquest és el producte que més ens interessa», hi afegeix Montesinos.

El públic de Chic & Basic és majoritàriament internacional. Per captar-ne també d'aquí, la cadena organitza esdeveniments com el *Changing Room*, en el qual l'hotel del Born es converteix en una botiga de dissenyadors emergents. A més de com a estratègia de màrqueting, els serveix per estar en contacte amb un sector en el qual estudien introduir-se. «La idea és llançar alguna línia de roba o de mobiliari extrapolant la filosofia dels nostres hotels», explica Bertran, que explica que això es faria mitjançant acords amb empreses d'aquests sectors. ■