

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

# turismo

*d'Italia*

*Caro energia*

UN INVERNO DIFFICILE:  
RISCHI E STRATEGIE

*Conquiste*

ACCORDO PREZIOSO  
PER IL TERMAL

*Pagamenti*

LE NUOVE FORMULE  
SALVA-MERCATO

## DENTRO AL FUTURO DELL'HOSPITALITY

Dalle innovazioni tecnologiche ai concept contemporanei, dai seminari formativi ai dibattiti sulle tematiche attuali, SIA 2022 è il luogo d'incontro per gli albergatori



# ESPERIENZE 4.0



Kalea Plus, Krea Touch, La Solare, La Radiosa.



Scopri i benefici  
dell'era della  
digitalizzazione



Macchine da caffè superautomatiche di nuova generazione che presentano caratteristiche tecnologiche tali da soddisfare i requisiti obbligatori e ulteriori previsti dal Piano Nazionale Transizione 4.0.

Fino al 31 dicembre 2022, l'iniziativa prevede il riconoscimento di un credito d'imposta pari al 40% del costo dell'investimento sostenuto.

 **NECTA**

[necta.evocagroup.com](http://necta.evocagroup.com)  

**GAGGIA**  
MILANO

[WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM](http://WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM)   



L'arredatheta<sup>®</sup>  
arredipezhotel.com



**“DAL 1981 AL SERVIZIO DEL TUO HOTEL”**

WWW.LARREDATHETA.COM - Tel. 06.70.30.30.30 - info@larredatheta.com





## Sommario **TURISMO D'ITALIA**

N.65 - Ottobre 2022

**5** L'Editoriale  
**COSTRUIRE IL TURISMO**  
*di Bernabò Bocca*

**7** Il mondo degli alberghi  
a SIA Hospitality Design  
I progetti speciali

**13** Montagna d'inverno:  
una stagione al buio  
*di Alberto Caspani*

### **Federalberghi**

**17** Bollette monstre: un trend pericoloso

**22** L'agenda degli eventi Federalberghi  
a SIA-TTG 2022

**24** Offerte lavoro al tramonto  
*di Angelo Candido*

**28** Una sospirata conquista  
per il comparto termale

### **L'intervista**

**30** Intesa Sanpaolo sceglie:  
"Crediamo nel turismo"  
*di Cristina Peroglio*

### **Hospitality**

**32** **SPECIALE TECHNOLOGY**  
Formula 'Buy now pay later'  
*di Amina D'Addario*

**37** Le sfide Passepartout  
*di Gaia Guarino*

**39** **HOTEL HUB**  
Quando l'innovazione è servita nel piatto  
*di Giacomo Pini*

**41** Il momento dei congressi

**48** Enoturismo, il decalogo



# Fibra ottica ecosostenibile, la nuova mission di Huawei per l'Italia

Dalla sanità al turismo fino all'Istruzione: lo scenario sta evolvendo rapidamente e le soluzioni Fttx costituiscono anche il pilastro portante nella sfida dell'ecosostenibilità in chiave di abbattimento dei consumi



“Le reti in fibra ottica sono diventate un'esigenza fondamentale nel mondo di oggi. Gli abbonati richiedono una qualità superiore e migliori prestazioni di connessione. L'aumento dell'utilizzo di Internet e l'evoluzione dei modelli di utilizzo spingono gli Isp a migrare e fornire soluzioni full-fiber che faciliteranno il raggiungimento degli obiettivi della Commissione Europea (Gigabit Society) entro il 2025”. Alexandre Grandeaux, Cto Huawei Enterprise Italia, fa il punto sull'evoluzione dello scenario e sulle opportunità che si aprono con la crescente infrastrutturazione in fibra in particolare in modalità FttH (Fiber to the home). Sul cammino non mancheranno le difficoltà: alla crisi dei chipset nonché quella dell'approvvigionamento tecnologico che sta impattando sia sulla disponibilità di prodotti sia sui costi degli stessi, si aggiunge l'incertezza economica dovuta all'inflazione crescente e agli impatti dei conflitti. “La fornitura di apparecchiature in tempi brevi, soprattutto degli Optical Network Terminal (Ont) rappresenta una sfida”, aggiunge il manager.

## L'FttH chiave di volta nella sfida dell'ecosostenibilità

Sul fronte tecnico, rispetto alle precedenti tecnologie di connessione a banda fissa, come la xDSL, può trarre vantaggio dalla sua infrastruttura Odn (Optical Distributed Network) passiva, dalla ridotta latenza, dalla velocità di connessione simmetrica più elevata e pronta ad evoluzioni future, basata sulla fibra e sulla tecnologia Pon. Ma soprattutto – evidenzia Alexandre Grandeaux, di Huawei – “è una tecnologia sostenibile grazie alla sua scalabilità e alle aspettative di lunga durata”. Secondo l'FttH Council Europe le reti in fibra ottica sono le uniche in grado di far fronte alle future esigenze di velocità di trasmissione dei dati senza dover adattare o aggiornare l'infrastruttura passiva primaria. Inoltre, le reti in fibra ottica di alta qualità aumentano l'efficienza energetica dei trasferimenti e dell'archiviazione dei dati e riducono il consumo di energia.

## L'FttH in Italia

Stando ai dati dell'FttH Council Europe e partendo dal presupposto che l'Italia è uno dei Paesi storicamente basati sul rame e sul cavo, gli abbonati FttH passeranno da 3,5 milioni nel 2022 a 11,4 milioni nel 2027, con una crescita annua superiore al 70%. “È quindi una grande sfida per gli operatori e gli Isp collegare così tanti utenti con la fibra. È necessaria una soluzione ottimale che li aiuti a costruire la rete in tempi rapidi, con qualità standard e un funzionamento e una gestione semplici”, puntualizza Alexandre Grandeaux di Huawei.

## FttH quali vantaggi per le aziende?

La tecnologia Gpon basata su FttH può essere utilizzata anche in scenari business, come ad esempio nella modalità Fiber-To-The-Office (Ftto), beneficiando delle caratteristiche della fibra ottica e fornendo una larghezza di banda non limitata, un'evoluzione a lungo termine e una rete ecologica per gli utenti aziendali - meno spese di elettricità e manutenzione. “La diffusione della fibra permette alle aziende di crescere più velocemente e in modo più efficiente e ha un impatto indiscutibile sulla produttività e sulla trasformazione digitale. Le applicazioni in diversi settori, ad esempio sanità, istruzione e turismo, aprono una vasta gamma di nuove opportunità”, sottolinea ancora Alexandre Grandeaux, di Huawei.

## La sanità alla prova dei big data

Con un numero sempre maggiore di aree funzionali che probabilmente verranno utilizzate in futuro negli ospedali, l'espansione della rete è inevitabile. Terminali e dispositivi medici, ad esempio, dovranno essere aggiunti alle sale di consultazione e agli uffici. Il personale ospedaliero continua a desiderare - e ad avere bisogno - di reti veloci con bassa latenza per accedere in tempo reale alle informazioni sui trattamenti e alle immagini mediche ad alta definizione durante gli interventi chirurgici a distanza, ad esempio. In questo caso, le reti tradizionali fanno fatica.

## È tempo di smart hotel

Gli hotel del futuro si evolveranno in modalità “smart hotel”. Pertanto, l'innovazione tecnologica rimodellerà l'esperienza del cliente. Inoltre, gli hotel di fascia alta hanno requisiti elevati in termini di estetica e risparmio di spazio. Sono dunque necessari cablaggi semplici e soluzioni innovative.

## Sfide enormi per il mondo dell'istruzione

Le tradizionali soluzioni di rete dei campus per l'istruzione stanno affrontando sfide enormi: il numero, la stabilità e la gestione dei punti di controllo centrale intelligente, di trasmissione, di monitoraggio, di cablaggio e di altre informazioni sono aumentati. L'implementazione della fibra contribuirà alla digitalizzazione e a un'istruzione più interattiva.

## Le best practice targate Huawei, la fibra pilastro del new business

### Il progetto per Villaggio Orizzonte

Sono già numerosi gli “use case” che vedono Huawei protagonista. Fra le best practice va annoverata quella di Villaggio Orizzonte. Con il rapido sviluppo delle infrastrutture Ict, è diventato essenziale fornire una connessione Internet forte e sicura ai turisti. Su un'area di 18 ettari, che comprende il bellissimo Golfo di Baratti e le spiagge dorate di Perelli, Cala Violina e Torre Mozza, l'Orizzonte Village è una località turistica toscana che attira ogni anno un gran numero di visitatori. Infatti, durante l'alta stagione estiva, il villaggio ospita una media di 2000 turisti al giorno. Per soddisfare al meglio le richieste degli ospiti in termini di connettività e servizi innovativi è stato avviato un ampio e articolato progetto che vede in campo Huawei con la soluzione Ftto (fiber to the office) che distribuisce cavi in fibra ottica su tutta la rete del campus riducendo del 90% lo spazio necessario per i locali a bassissima tensione (Elv) nonché il consumo di energia del 60%. Questa innovazione tecnologica aiuta a raggiungere gli obiettivi della struttura in termini di ecosostenibilità.

**CLICCA QUI PER I DETTAGLI SUL PROGETTO** (<https://e.huawei.com/it/case-studies/enterprise-transmission-access/2022/campus-optix-italy-orizzonte-village>)

### La fibra superveloce a casa: fino al 30 settembre la Fast Track Promotion

La rete domestica è diventata un'esigenza fondamentale al giorno d'oggi. Gli abbonati richiedono prestazioni sempre più elevate e di qualità. Pertanto, gli Isp devono implementare rapidamente gli Ont (Optical Network Terminal). Huawei ha attivato una promozione – la Fast Track Promotion per Ont – che consente di ricevere i terminali entro 4 settimane. La promozione è valida fino al 30 settembre sui modelli: EG8010Hv6, EG8145V5, EG8145X6, EG8147X6.

**PER MAGGIORI INFORMAZIONI CLICCA QUI** <https://e.huawei.com/it/solutions/enterprise-transmission-access/promotion/ont>





SERENISSIMA  
I N F O R M A T I C A

planet

PMS e pagamenti  
integrati per **risparmiare  
tempo e guadagnare di  
più con le transazioni digitali**

● ●  
**TTG**  
TRAVEL  
EXPERIENCE

Ti aspettiamo al Padiglione A1, stand 081

Liberiamo il tuo potenziale.

Serenissima Informatica | [serinf.it](http://serinf.it)







Ottobre, Numero 65

*In copertina*  
Le piscine e i padiglioni  
della Fiera di Rimini,  
dove il mondo del turismo  
e dell'ospitalità alberghiera  
si incontra per confrontarsi  
e per trovare le ultime  
novità di prodotto

BERNABÒ BOCCA  
Presidente Federalberghi



## Editoriale

# COSTRUIRE IL TURISMO

Credo non ci siano dubbi sul fatto che le questioni che riguardano il Paese, mai come ora, siano le stesse questioni che riguardano il comparto del Turismo. A ridosso di una stagione estiva vincente nei numeri, l'impatto in fase di rientro è stato piuttosto traumatico. Da una parte gli italiani, che hanno viaggiato in serenità liberati finalmente dalle restrizioni ferree dovute alla pandemia, non hanno potuto in realtà godere appieno dei benefici della seppur breve vacanza in quanto "colpiti e affondati" dalla visione di bollette scandalosamente care. Dall'altra, noi imprenditori della ricettività abbiamo dovuto constatare con angoscia che non si poteva gioire abbastanza dei risultati ottenuti: le risorse prodotte da un'estate 2022 positiva a tutti gli effetti, non saranno infatti sufficienti in tempi di bilancio a sopperire ai vertiginosi aumenti dei consumi dovuti al rincaro dei prezzi dell'energia. Oggi si potrebbe dire che il dado è tratto. Dopo l'election day si possono in parte tirare le somme. L'Italia ha votato consegnando al Paese una maggioranza compatta. Al di là dell'orientamento politico che essa esprime, noi sentiamo di rappresentare solidità, la posta in gioco del nostro comparto è alta e merita di essere messa sul piatto della bilancia. Fa bene ricordarlo: stiamo parlando di 171 miliardi di valore aggiunto, pari all'11,8% del Pil, più di 1,5 milioni di occupati, circa 37 miliardi di euro di entrate valutarie, oltre 400 milioni di pernottamenti dei turisti. Su queste basi riteniamo di essere sufficientemente significativi per poter orientare le priorità del prossimo governo. A partire dall'urgenza del tema dell'energia, nella nostra piattaforma abbiamo indicato con chiarezza alcuni punti tra cui spiccano la diminuzione della pressione fiscale (in primis ridurre le tasse sugli immobili, che gravano sulle imprese anche quando sono chiuse o semivuote), il sostegno agli investimenti (con il potenziamento del credito di imposta per la riqualificazione delle strutture ricettive), lo sviluppo di nuovi servizi (riformando le regole anacronistiche che non consentono agli alberghi di ampliare l'offerta), il contrasto all'abusivismo dilagante (per garantire la sicurezza e tutelare turisti, cittadini, lavoratori, imprese ed erario), l'ammodernamento delle reti e delle infrastrutture (per far sì che tutto il nostro paese sia fruibile ed accessibile). Con il nuovo governo saremo come sempre estremamente collaborativi, auspicando che le nostre richieste non vengano disattese. Certo dovremo essere messi in grado di giocare al meglio la nostra partita, non per egoistico interesse ma per il bene del Paese. È qui ed ora che abbiamo di fronte sfide irripetibili: a cominciare dal Giubileo 2025, per continuare con l'evento Milano Cortina 2026, per proseguire con l'Expo 2030, per il quale custodiamo la speranza di vedere confermata a fine novembre la candidatura di Roma. Sono opportunità straordinarie e c'è un solo modo per coglierle appieno: trovarsi pronti. A Rimini non possiamo che sottolineare l'importanza di eventi che mettano al centro il comparto in modo così integrato, allargando il raggio di interesse dall'ambito istituzionale a quello del settore a 360 gradi: in termini di contenuti, innovazione, aggiornamento, contemporaneità. Qui avviene lo scambio proficuo tra coloro che nel comparto lavorano e che il comparto lo vivono. Allora parliamo da qui. E ricominciamo a costruire il futuro attraverso il turismo.



# UNBOUND

Senza vincoli



Quartiere  
Fieristico  
di Rimini

12 – 14  
Ottobre  
2022

organizzato da

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

**TTG**  
TRAVEL  
EXPERIENCE

**SIA**  
HOSPITALITY  
DESIGN

**SUN**  
BEACH&OUTDOOR  
STYLE

The Italian marketplace for travel & hospitality





# Il mondo degli alberghi a SIA Hospitality Design

Alla Fiera di Rimini la manifestazione dedicata ai professionisti del ricettivo

**U**n appuntamento b2b completo e integrato, che consente al visitatore di acquisire un nuovo bagaglio, ricco di conoscenze, contatti e aggiornamenti di mercato. Alla sua 71ma edizione, SIA Hospitality Design, il salone di IEG per il mondo dell'ospitalità alberghiera, patrocinato da Federalberghi, mette in scena l'innovazione, le tecnologie, il design per l'hotellerie, le tendenze dell'outdoor. È la storica e sempre più ampia vetrina

d'Italia per il comparto dell'ospitalità: dall'interior design all'oggettistica, dai servizi per hotel alle tecnologie audio e video, dai sistemi di self check-in alla gestione delle prenotazioni, dalle forniture e accessori ai prodotti cosmetici; dall'arredo outdoor fino alla progettazione. Richiama, nell'arco di tre giorni, general manager, proprietari di hotel e di strutture ricettive extralberghiere, progettisti e studi di architettura. L'esperienza fisica di incontro è potenziata da

business matching virtuali e convegni in streaming, per facilitare gli operatori nel creare e mantenere le connessioni necessarie per la crescita del business e della rete. Ma è anche una importante sede per la formazione, grazie al ricco programma di seminari professionali che si susseguono a ritmo continuo durante le giornate di fiera.

“Unbound” è il tema dell'edizione 2022 di SIA Hospitality Design, che si svolge in contemporanea con

Segue a pag. 8 ►





TTG Travel Experience e SUN Beach&Outdoor Style, i saloni del marketplace turistico di Italian Exhibition Group. Il messaggio è, dunque, “Senza vincoli”, per la costruzione di prodotti turistici ed elementi inediti, fuori dagli usuali schemi.

‘Fluide’, invece, sono la conoscenza e le competenze che il calendario degli eventi “Think Future” mette a disposizione degli imprenditori e dei professionisti delle filiere turistiche per stimolare la creatività: oltre 200 eventi, con 250 speaker, nelle sette Arene durante i tre giorni di manifestazione. SIA si esprime nella Design Arena, legata ai temi del design, del contract e dei servizi, che quest’anno pone un’attenzione particolare alla personalizzazione dei prodotti e servizi e all’evoluzione tecnologica. All’offerta espositiva si affiancano gli eventi della Main Arena, con l’intervento di ospiti istituzionali e dei principali interlocutori del settore. Di spicco, la presenza di Federalberghi, che patrocina la manifestazione e che, proprio durante la fiera, riunisce il suo consiglio direttivo.

### LA CARICA DEGLI ESPOSITORI

Forte la crescita degli espositori, tra importanti ritorni e novità assolute. Dorelan, bedding partner della manifestazione, insieme a PerDormire, Permaflex e Simmons, torna ad occupare l’area dedicata alle forniture, che ha già registrato livelli di adesione superiori a quelli dell’edizione 2019. Ritorni di primo piano anche sul fronte delle linee cortesia, con Ammon, Groupe Gm o Allegrini, che raddoppia gli spazi espositivi. Anche l’area tecnologia torna pienamente ai livelli del 2019, con aziende

mani di contractor che interpretano le nuove tendenze trasformandole in progetto. La seconda mostra, dedicata al wellness, offre un esempio di cosa significhi dedicare spazi al relax e al benessere individuale, seguendo i rituali contemporanei. Ad accogliere le nuove tecnologie e i servizi per le strutture alberghiere è la Mostra Hotel in Motion.

### OPEN AIR, LA NEW ENTRY

Novità dell’edizione 2022 è l’ingresso della filiera del turismo outdoor



del calibro di 5 Stelle, Stark, Vitrifrigo, Vda Group, Samsung, Lg e, tra le new entry, Häfele. Presenti anche Repower, con soluzioni tecnologiche per la ricarica di veicoli elettrici, e IndelB, cooling solutions partner. Molte le novità nell’area dedicata agli arredi indoor e ai materiali, che vede le proposte di Afa Adria Frigo e Dupont Corian, insieme a Caimi Brevetti, Pollini, Ponzi, Cafissi, Agorà e Atlas Concorde. La forte richiesta di servizi personalizzati traina l’area Bagno e Benessere che si arricchisce di nuove conferme, tra cui Stenal, del settore saune e bagni turchi. A completare l’offerta il segmento Camping & Glamping, con Bio Habitat, Yala Canvas Lodge, BB Concept, Pircher Oberland, ElleHouse, Pacchiani Holz.

### I PROGETTI SPECIALI

Anche quest’anno, il design dell’accoglienza si costruisce in fiera a Rimini, dove vengono proposte quattro mostre pensate per ispirare gli operatori. La Mostra Rooms ospita sei mock-up di camere d’albergo, affidate alle sapienti

in SIA Hospitality Design. Sempre più vicino, per standard abitativi, di forniture e spirito imprenditoriale, all’hotellerie, la filiera del camping trova una nuova collocazione nell’ambito del salone dedicato all’ospitalità, slegandosi dal mondo del turismo balneare. Questa indicazione di tendenza, che si lega all’accordo di collaborazione siglato tra IEG e Fanta, porta il mondo del turismo outdoor, del glamping e del camping, a diretto contatto con il settore dell’ospitalità alberghiera. Ne nasce, così, un’area espositiva completamente dedicata alla vacanza open air: due padiglioni posizionati all’interno di un percorso espositivo sinergico e senza vincoli, pensato per avvicinare le imprese del mondo camping sia alle logiche tipiche del mondo del turismo organizzato, sia al settore delle forniture, dell’interior design e dei servizi. Inoltre, nell’area Camping & Village viene allestita la Mostra Glamping, che racconta come si è evoluto lo stile di vacanza outdoor attraverso un servizio di qualità e materiali ricercati.

Something *magical* is here



L'attesa è finita.

Qualcosa di magico è successo nel mondo Saeco Professional.

La tradizionale qualità di Saeco si è sposata felicemente con l'esperienza di un grande player come Evoca per realizzare una macchina dalle alte prestazioni e di una qualità mai vista prima.

Due saperi in uno, una vision protesa al futuro della pausa caffè.

Una grande evoluzione. Non la solita macchina per caffè. È **Magic**, la nuova macchina per caffè Premium di Saeco. Una magia a portata di mano, la Tua.

Scopri di più sul sito Saeco Professional.



[www.saecoprofessional.com](http://www.saecoprofessional.com)

 **Saeco**

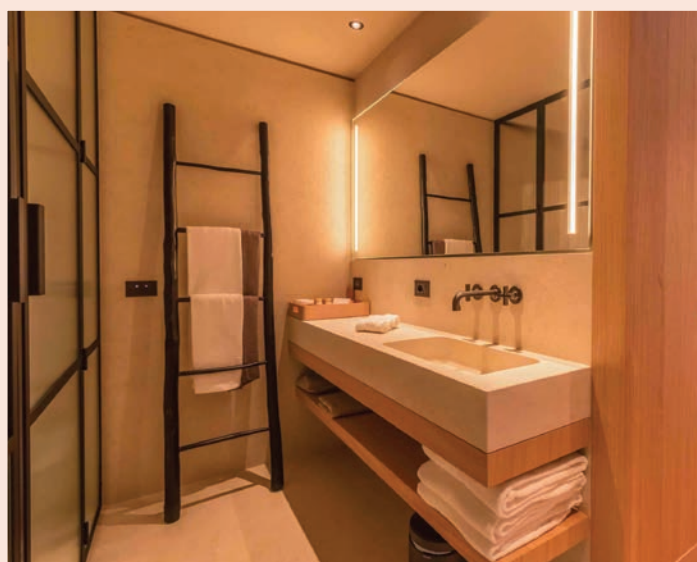




# Rooms, future concept

Un'area che raccoglie il meglio del design Made in Italy per l'hotellerie, il luogo dove si progettano e si discutono le soluzioni più indicate per accogliere l'ospite. È Rooms Hotel Design Lab, che racconta, attraverso la maestria di sei aziende contract, progetti ispirati dalla tematica "Unbound" nel mondo dell'ospitalità. Sei concept, sei mock up di camere d'albergo firmate da studi di architettura e progettazione e realizzate da aziende contract, capaci di personalizzare e modulare spazi in evoluzione

## PRESTIGE



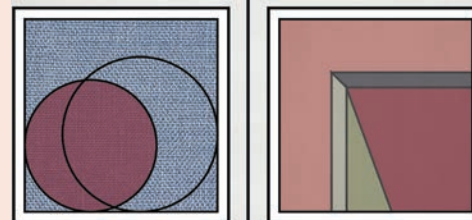
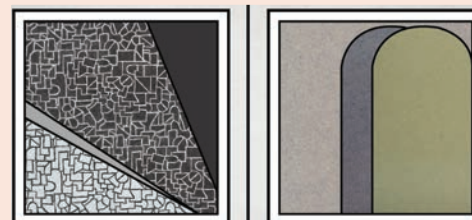
Un concept di camera d'albergo progettato da **HI contract**, interior contractor, in collaborazione con lo studio **Lombardini22**. Il mercato dell'hospitality lusso è in continua evoluzione, e il progetto rappresenta una risposta al trend del momento: il bleisure. Un nuovo modo di fruizione degli spazi in cui bisogni lavorativi e necessità personali trovano l'equivalente spazio. La creazione di un sistema modulare, multifunzionale e customizzabile è ideale per camere con clienti di alto standing, che hanno necessità fluide ed evolute. Il sistema permette di riqualificare l'esistente in modo semplice e ottimizzato, prospettandosi come soluzione ideale nei casi di soft refurbishment. Un prodotto ready to use, precabato, semplice da applicare, integrato con il sistema impiantistico dell'arredo, sostenibile sia nella progettazione che nella produzione.

## IN PROSPETTIVA

Il concept di camera d'albergo è progettato da **Bonfante**, interior contractor, in collaborazione con **Hub 48 Studio**. "Come dei moderni romantici che si contrapponevano alla razionalità illuminista, noi sognatori ci opponiamo alla cultura materiale e mediale che caratterizza lo scenario contemporaneo, in favore di un paesaggio onirico e sospeso, ma ricco di spessore. Abbiamo immaginato un allestimento caratterizzato da prospettive così esatte da sembrare irreali e geometrie scomposte dal sapore astratto. In un cortocircuito tra bidimensionale e tridimensionale lo spazio si fa fluido, attraverso l'uso geometrico del colore e la destrutturazione prospettica della forma. Inseguiamo poesia e bellezza 'in prospettiva' di un panorama alberghiero di ripresa vitalità".

## SWIMMER'S 208

Progettato da **Merli Arredamenti** in collaborazione con l'architetto **Marco Lucchi**, il concept proposto pone, come obiettivo, l'aggiornamento dell'accoglienza all'interno degli hotel. Non più luogo anonimo e standardizzato, ma un ambiente che ruoti attorno a un'opera d'arte e che dia vita a un'emozione in cui immergersi. La stanza d'hotel, ideata dal progettista con esperienza nell'ambito dell'intrattenimento notturno, diventa un luogo in cui tuffarsi, all'avanguardia e dotata di tutti i comfort necessari alla cura della persona. Il progetto viene realizzato da artigiani specializzati in grado di produrre diverse soluzioni su misura, adattandosi a tutte le necessità e utilizzando materiali all'avanguardia ecosostenibili.



## IN PROSPETTIVA

BONFANTE 48 Room

## HOME AWAY FROM HOME



È il concept ideato da **Alessia Galimberti Architetto** per **Incontra**. Un mix di nuovi stili nel settore hospitality: Massimo comfort; Design accogliente ed elegante; Materiali ecosostenibili; Green inside; Funzionalità. Il tutto ispirato alla natura. Una camera neutra, che, in base ai colori e agli accessori introdotti, si trasforma in: Business room; Camera per un hotel in città; Camera per un hotel al mare; Camera per un hotel in montagna. Una camera evergreen, che non teme il passare del tempo e che attraverso la scelta di materiali, tessuti e complementi arredo smart, durerà nel tempo senza subire le tendenze dell'architettura e del design.

## SWEET DREAMS

Progettato da **Pianca**, interior contractor, in collaborazione con il progettista **Simone Mazzetto**, il concept si basa su materiali chiaroscuri che si abbinano a un comfort visivo e sensoriale. Arredi dalle linee definite indagano la relazione tra forma, texture e colore, disegnando una stanza d'albergo dal taglio sofisticato e contemporaneo. Il concept parte da un bisogno e da una ricerca di equilibrio e armonia interiore, che possa riflettersi nei nuovi contesti dell'ospitalità sempre più fluidi e multifunzionali. Materiali caldi e naturali, come il legno e la pietra, regalano sensazioni di benessere date anche da una palette cromatica che va dalle tinte neutre alle tonalità più intense delle nuance dell'argilla e del fango.



## WHITE SOFT ROOM

Questo concept è stato pensato da **Divania/Horo** in collaborazione con **Castiglia Associati**. Che sia geometrica o fantasiosa, la forma è la protagonista del progetto. La parola d'ordine è 'morbidezza' declinata con le imbottiture e i rivestimenti nell'area del colore bianco. Il ritorno alle linee curve e alle forme rotonde è un riferimento dichiarato al design ricercato degli anni '50 e '60, che rientra prepotentemente nelle varie zone della casa e degli spazi contract, facendo dimenticare l'approccio rigido e industrial che ha caratterizzato lo stile degli ultimi anni. Espressione di una ritrovata esigenza di comfort, le forme curve e i tessuti morbidi, ma corposi e resistenti, si sposano in un abbinamento che regala personalità, eleganza ed espressività alla camera d'albergo.

Segue a pag. 12 ►



◀ Segue da pag. 11

# I progetti speciali

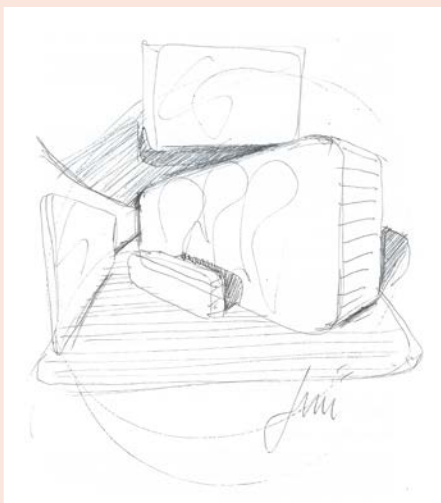
## RESILIENZA PROTAGONISTA DI HOTEL IN MOTION

'Fai la mossa giusta', spazio mostra di SIA Hospitality Design 2022, alla sua 11esima edizione, presenta "Hotel in Motion", un'area versatile che si proietta sulle esigenze del futuro del mondo della ricettività, dove il concetto di hotel è in continuo movimento, evolvendosi e trasformandosi secondo le esigenze sia di mercato che degli operatori.

Quest'anno la progettazione di Wellness 7.0 si muove in direzione del cambiamento: nasce così un progetto futuribile, che guarda alle nuove esigenze di benessere fisico, mentale e armonia con la natura. Leitmotiv e motore trainante di tutto è la resilienza: l'individuo che riesce a promuovere il cambiamento e stimolare l'evoluzione nonostante le avversità del presente.



## SPA THEATRE: DAL BUSINESS AL RELAX



Spa Theatre è uno spazio ibrido, contaminante e contaminato, ad alta definizione ma totalmente black and white; affinché il valore puro delle forme generi meraviglia; affinché ogni oggetto, come un'opera d'arte esclusiva determini la composizione delle aree. Solo un'immagine, al centro, prende colore: si tratta dell'essere umano che diventa il fulcro contenutistico e espressivo del luogo, la matrice da cui le superfici traggono sostentamento ed energia. Le funzioni si articolano e compenetrano in maniera sapiente, trasformando una spa lounge anche in uno spazio per l'incontro, il dibattito, lo scambio di pensieri. Perché non solo psicofisico ma anche mentale è il benessere che Spa Theatre desidera offrire ai suoi visitatori, combinando i momenti di relax, come sauna, bagno turco, vasche idromassaggio, con quelli da dedicare alle relazioni, alle corrispondenze intellettive, al business. Così non è sufficiente un luogo fisico determinato per racchiuderne il significato più profondo: Spa Theatre diventa happening esclusivo che prende vita grazie alla commistione di accadimenti unici, che non potevano essere altrove o altrimenti, e che accolgono l'ospite in una bolla sospesa, fuori dalle consuetudini, fuori dall'usuale. Fatta per suggestionare, per educare, per comprendere le articolate possibili dinamiche progettuali del presente futuro.

## THE NE[S]T: RIFUGIO NATURALE PER DIGITAL NOMAD

La mostra Glamping 'The Ne[s]t' racconta l'evoluzione della vacanza open air: architetture integrate nella natura e connesse a ecosistemi digitali. Le persone si sono evolute, hanno modificato i loro stili di vita, spesso attribuendo una durata temporale alla loro presenza fisica in un luogo: un nuovo nomadismo si è imposto a livello globale, fatto di persone 'nomadi digitali', che si spostano e, brevemente, si insediano per studiare, lavorare, fare vacanza. Questi utenti hanno bisogno di 'contenitori di attività' per soddisfare i loro nuovi comportamenti. Gli spazi in simbiosi con la natura diventano architetture intelligenti, spazi artificiali, trasformabili, modulari e modificabili nel tempo con l'evoluzione dei comportamenti, facili da installare e disinstallare, a impronta zero sul territorio. Le soluzioni fanno uso di materiali di derivazione naturale in grado di migliorare l'efficienza, e sono connesse a una rete intelligente integrata in ecosistemi digitali alimentati da fonti rinnovabili.







# Montagna d'inverno: una stagione al buio

I costi dell'energia rischiano di ripercuotersi in maniera troppo pesante sulla gestione delle strutture ricettive dell'arco alpino. I dubbi e i timori per la prossima stagione della neve preoccupano gli albergatori, alla ricerca di soluzioni comunque non facili da individuare

DI ALBERTO CASPANI

**S**tagione invernale da “equilibrati” per i rappresentanti delle principali strutture alberghiere di montagna. Dal Monte Bianco alle Dolomiti, l'industria turistica in quota è ben consapevole di essere fra i settori più energivori ed esposti alla crisi delle forniture, ma al tempo stesso di non avere tempo sufficiente per strategie di mitigazione.

“Non sono solo i costi di elettricità, gas e gasolio a rappresentare una spada di Damocle sui nostri bilanci – spiega **Filippo Gerard**, presidente di Federberghi Valle d'Aosta –, ma persino

pellet, cippato o legna contribuiscono ad aggravare l'aumento dei prezzi prodotto dall'inflazione, pari a circa il 10%. Siamo bersaglio di speculazioni di mercato che potrebbero essere contenute almeno per alcune tipologie commerciali, se non dipendessimo pure dall'importazione di beni ricavabili dal nostro territorio”.

A livello regionale sono stati, infatti, mossi i primi passi per una riorganizzazione della filiera del legno, con l'obiettivo di intensificare lo sfruttamento delle aree boschive abbandonate. Un ritorno “controllato” al riscaldamento a legna avrebbe, inoltre, il vantaggio di ridurre l'impatto inquinante del gasolio, la fonte energetica più diffusa per le

valli di difficile accesso. Il processo di riconversione non può però essere impostato dall'oggi al domani, tanto più che andrebbero riadattati gli impianti delle strutture.

## UN'ALTERNATIVA

Lo spettro di chiusure mirate nei periodi di bassa stagione, onde risparmiare sui consumi ed evitare aumenti tariffari generali, è invece una delle soluzioni di pronta applicazione per la maggior parte dei comprensori, proprio come l'organizzazione di corsi sul risparmio energetico destinati agli albergatori.

“Considerando il carattere maggiormente usurante della stagione invernale – sottolinea **Fabio Borio**, presidente Fe-

*Segue a pag. 14* ►



deralberghi Torino e Provincia – e con aumenti in bolletta in grado di spingersi oltre il 400%, le voci da tener sotto controllo aumentano sempre più: l'ampio ricorso al servizio lavanderia, che oggi andrebbe strutturato su piani di consumo variabili, la cucina calda dei ristoranti, senza trascurare gli inevitabili interventi di manutenzione causati dal freddo”.

Stante il ritmo odierno, risulta troppo rischioso basarsi su preventivi che necessitano di ritocchi in brevissimi intervalli: occorrerebbe personale specializzato nelle operazioni di contabilità d'emergenza.



### ENERGY SURCHARGE E FONTI RINNOVABILI

L'unica forte garanzia, per gli albergatori, è un massiccio intervento calmierante da parte dell'Unione europea: in caso contrario, altissimo resta il rischio di tornare a regimi di cassaintegrazione e chiusure, oltretutto con margini di resistenza limitati a qualche mese.

Con il blocco della scorsa stagione invernale, la pandemia ha lasciato un segno indelebile nell'economia montana: le flessioni del giro d'affa-

ri, da Ovest a Est dell'arco alpino, si attestano attorno al 17%. Neppure entusiasmo la possibilità di applicazione puntuale di una 'energy surcharge', dal momento che potrebbe rivelarsi un'arma a doppio taglio capace di affossare la domanda turistica, mentre l'adozione di nuovi impianti fotovoltaici necessita di piani strategici complessi per avere un impatto sensibile sui consumi. Analogo discorso vale per la realizzazione di impianti a biomassa o geotermici.

### NON SOLO SCI

Mentre gli interrogativi incalzano, comincia poi a farsi sempre più preoccupante la chiusura o l'interruzione di attività delle aziende di servizi complementari al prodotto montagna.

“Per quanto complessa – aggiunge **Giovanni Battaiola**, presidente di Asat/Federalberghi Trentino – la gestione tariffaria andrebbe oggi ripensata secondo parametri ad alta variabilità, dando modo di rispondere alla situazione quasi al momento. Oltre ad essere mal accolti, gli aumenti generalizzati potrebbero risultare poco funzionali all'effettiva attività dei complessi alberghieri e degli impianti. Che siano di risalita o di benessere, chiuderne una parte produrrebbe verosimilmente un 'raffreddamento' dei costi generali, ma non sappiamo se una scelta simile possa

Segue a pag. 16 ►



—  
CONTRACT COLLECTION



PRODUZIONE  
ARREDAMENTI  
PER HOTEL,  
RESIDENCE,  
STRUTTURE  
RICETTIVE




VIENI A TROVARCI AL

  
**SIA**  
HOSPITALITY  
DESIGN

71° SALONE INTERNAZIONALE  
DELL'ACCOGLIENZA  
PADIGLIONE **D3** STAND **007**  
**12-13-14** OTTOBRE 2022  
RIMINI FIERA, ITALIA

**POLLINI**  
CONTRACT DIVISION

Statale Via Emilia, 3862  
47020 - Budrio di Longiano (FC) - Italy  
Tel. +39 0547-58050 - [pollini@pollinimobili.it](mailto:pollini@pollinimobili.it)  
[www.pollinimobili.it](http://www.pollinimobili.it) -  Mobili Pollini





rendere ancora appetibile una vacanza in montagna. Né va trascurato l'eventuale ritorno di misure sanitarie che, al di là della gravità, incidono in negativo sui numeri delle prenotazioni”.

“Gli impianti di benessere sono un elemento distintivo della nostra offerta – rilancia **Manfred Pinzger**, presi-

## Dobbiamo aspettarci un aumento dei costi della montagna non inferiore al 25%

dente di Federalberghi Alto Adige – e rinunciare a essi è commercialmente impossibile: tutt'al più saranno resi disponibili in minor numero e a rotazione, ma la via maestra è potenziare ulteriormente il teleriscaldamento



per raggiungere piena sostenibilità e autonomia climatica, secondo i parametri virtuosi della certificazione Klimahaus Nature”.

“Fra rincari skipass e strutture – rileva, invece, **Walter De Cassan**, presidente di Federalberghi Belluno Dolomiti – dobbiamo aspettarci un aumento dei costi della montagna non inferiore al 25%. Aumento, però, non significa necessariamente numeri del-

la clientela al ribasso: la scorsa estate, ad esempio, il caro-prezzi ha avuto impatti trascurabili, perché la vacanza è ormai intesa come bene primario”.

### LE INCOGNITE

A preoccupare è anche il meteo: i costi di produzione artificiale della neve sarebbero insostenibili quest'anno e peserebbero ancor più sulla preparazione delle Olimpiadi di Cortina 2026, in ritardo per via della crisi. A non mancare, in Veneto, sono invece

ampie scorte di legno derivanti dagli abbattimenti della tempesta Vaia del 2018; peccato che molte strutture di montagna siano ormai dipendenti dai soli impianti a induzione. Ciascun albergo, in definitiva, dovrà valutare da sé i propri margini di manovra. “Possiamo provare a ridurre i servizi – ripetono gli albergatori di montagna –, ma se dovremo chiudere di nuovo, per molti sarà la fine”.

## NASCE 'K.EY', LA NUOVA MANIFESTAZIONE IEG

Italian Exhibition Group è pronta a cogliere le sfide della transizione energetica, lanciando la novità “Key Energy”, un evento autonomo che prevede un nuovo format, un nuovo posizionamento e la collocazione temporale in primavera, dal 22 al 24 marzo 2023, alla Fiera di Rimini.

“Key Energy ha raggiunto una maturità tale da essere pronta a camminare con le proprie gambe – ha affermato **Corrado Arturo Peraboni**, a.d. di IEG -. Dopo 15 edizioni assieme a Ecomondo, la manifestazione avrà uno spazio tutto suo. Il nostro obiettivo è dare alla nuova K.Ey un respiro sempre più internazionale, trasformandola nella community dedicata a rinnovabili e transizione energetica nell'area dei Paesi del Mediterraneo”.

La nuova manifestazione sarà una vetrina completa di tecnologia, soluzioni integrate e servizi in grado di guidare la transizione energetica verso un'economia carbon-neutral. La prima edizione di K.Ey prevede tre giornate di business e networking, con il coinvolgimento di un Comitato tecnico-scientifico. Durante la tre giorni si svolgeranno anche eventi, convegni, dibattiti e workshop volti ad approfondire gli aspetti legati al mondo delle rinnovabili e della transizione energetica a livello nazionale e internazionale, anche dal punto di vista normativo.

# Bollette monstre: un trend pericoloso

Un computo che tocca i 3,8 miliardi di euro per gli alberghi italiani. Livelli record e una tendenza al rialzo che non accenna ad arrestarsi, andando a pesare sui bilanci delle imprese. L'urgenza di una svolta verso le energie rinnovabili



“**L**e aziende, che con grande fatica stavano tentando di rimettersi in marcia dopo due anni devastanti, sono di nuovo in debito di ossigeno e non riescono a pagare le bollette. Sinora gli alberghi hanno resistito, ma guardiamo con preoccupazione a quel che potrà accadere nei prossimi mesi, con il prezzo dell'energia che continua a crescere e le condizioni generali del mercato a dir poco incerte, tra inflazione galoppante e avvisaglie di recessione”. È il grido d'allarme lanciato da Bernabò Bocca, presidente degli albergatori italiani, alla lettura dei risultati di un'indagine condotta dal centro studi di

## ALCUNI ESEMPI CONCRETI

### ENERGIA ELETTRICA

hotel business 60 camere	hotel leisure 60 camere	hotel leisure 30 camere
kwh annui 240.000	kwh annui 300.000	kwh annui 140.000
bolletta luglio 2022 euro 19.000	bolletta luglio 2022 euro 34.000	bolletta luglio 2022 euro 14.000
bolletta luglio 2021 euro 5.000	bolletta luglio 2021 euro 8.000	bolletta luglio 2021 euro 4.000

### GAS NATURALE

hotel termale 140 camere	hotel business 60 camere	hotel leisure 30 camere
mc annui 82.000	mc annui 14.000	mc annui 8.000
bolletta luglio 2022 euro 4.500	bolletta luglio 2022 euro 3.600	bolletta luglio 2022 euro 1.200
bolletta luglio 2021 euro 1.600	bolletta luglio 2021 euro 670	bolletta luglio 2021 euro 520

Fonte: elaborazioni centro studi Federalberghi





Federalberghi, che ha esaminato nel dettaglio le bollette emesse da 15 gestori, relative a un campione di oltre 2mila camere d'albergo, di tutte le regioni italiane.

La bolletta energetica degli hotel ha raggiunto il livello record di 3,8 miliardi di euro, con un costo medio di circa 120mila euro per ciascuna struttura (94mila per l'energia elettrica e 26mila per il gas), che aumenta con progressione geometrica. In media, il conto del mese di luglio 2022 è risultato più che triplicato rispetto a luglio 2021. Significa che oltre il 18% del volume d'affari del settore viene assorbito dal pagamento delle forniture di energia elettrica e di gas.

### CHIUSURA ANTICIPATA

Bocca sottolinea che per far quadrare i conti si dovrebbero aumentare in modo consistente i prezzi, ma molte aziende e intere località, non disponendo di spazi di

manovra, sono costrette a valutare alternative dolorose: "Chi va incontro alla bassa stagione, caratterizzata dal calo dei prezzi e del tasso di occupazione delle strutture, dovrà anticipare il momento della chiusura. E anche tra le aziende che solitamente rimangono aperte tutto l'anno, c'è chi sta considerando seriamente la possibilità di chiudere durante l'inverno, prima che l'accensione dei riscaldamenti faccia saltare del tutto i conti".

### GLI APPELLI

Secondo il presidente di Federalberghi, la prima urgenza è costituita dalla sterilizzazione degli aumenti, fissando un tetto al prezzo del gas e dell'energia elettrica e riconoscendo un credito di imposta che compensi gli aumenti record sin qui registrati. "È una misura – ha affermato – che serve a tutte le nostre imprese. È importante, inol-

tre, sancire il diritto alla rateizzazione delle bollette, che oggi viene accordata dai gestori in base a criteri discrezionali. Altrettanto importante è la possibilità di far accedere alla cassa integrazione i dipendenti delle aziende che sospenderanno l'attività, senza costi per i datori di lavoro e con un pacchetto di ore ad hoc".

Bocca ha concluso ricordando che "alle misure necessarie per fronteggiare l'emergenza si deve affiancare la promozione del ricorso alle energie rinnovabili, eliminando i vincoli all'installazione dei sistemi fotovoltaici nei centri storici e consentendo la realizzazione di comunità energetiche anche tra soggetti che non sono alimentati dalla stessa cabina di trasformazione".



## CREDITO D'IMPOSTA COSTI ENERGIA

Con il decreto "Aiuti ter" vengono prorogati e rafforzati per i mesi di ottobre e novembre 2022 i crediti d'imposta per l'acquisto di energia elettrica e gas.

Nel dettaglio:

- alle imprese non energivore, dotate di contatori di energia elettrica di potenza disponibile pari o superiore a 4,5 kW, è riconosciuto un credito d'imposta pari al 30% della spesa sostenuta per l'acquisto della componente energetica, effettivamente utilizzata nei mesi di ottobre e novembre 2022, comprovato mediante le relative fatture d'acquisto, qualora il prezzo della stessa, calcolato sulla base della media riferita al terzo trimestre 2022, al netto delle imposte e degli eventuali sussidi, abbia subito un incremento del costo per kWh superiore al 30% del corrispondente prezzo medio riferito al medesimo trimestre dell'anno 2019;
- alle imprese non gasivore è riconosciuto un credito di imposta pari al 40% della spesa sostenuta per l'acquisto del gas, consumato nei mesi di ottobre e novembre 2022, per usi energetici diversi dagli usi termoelettrici, qualora il prezzo di riferimento del gas naturale, calcolato come media, riferita al terzo trimestre 2022, dei prezzi di riferimento del Mercato Infragiornaliero (Mi-Gas) pubblicati dal Gestore dei mercati energetici (Gme), abbia subito un incremento superiore al 30% del corrispondente prezzo medio riferito al medesimo trimestre dell'anno 2019.

I suddetti crediti di imposta sono utilizzabili in compensazione tramite modello F24 entro il 31 marzo 2023 o possono essere ceduti, solo per intero, ad altri soggetti, compresi gli istituti di credito e gli altri intermediari finanziari, senza facoltà di successiva cessione, fatta salva la possibilità di due ulteriori cessioni solo se effettuate a favore di banche e intermediari finanziari, di società appartenenti a un gruppo bancario, oppure di imprese di assicurazione autorizzate ad operare in Italia (soggetti "vigilati"). In caso di cessione dei crediti d'imposta, le imprese beneficiarie devono richiedere il visto di conformità dei dati relativi alla documentazione che attesta la sussistenza dei presupposti che danno diritto ai crediti d'imposta. I cessionari utilizzano i crediti d'imposta con le stesse modalità con le quali sarebbero stati utilizzati dal soggetto cedente e comunque entro la medesima data del 31 marzo 2023.



Crea la migliore  
Bedding Experience  
per i tuoi ospiti.



Letto Tulipano in tessuto Tania 31. - Sala Luca Giordano - NH Collection Firenze Palazzo Gaddi - Ph. Francesca Anichini

perdormire

hotel sweet hotel

[www.perdormirehotel.com](http://www.perdormirehotel.com) - [info@perdormirehotel.com](mailto:info@perdormirehotel.com)



# Quel sta è arte

L'arte di prendersi cura del relax,  
del riposo, del confort dei vostri ospiti.  
Perché solo Pedersoli Milano è custode  
della biancheria per il lusso del buon vivere.



PEDERSOLI<sup>®</sup>  
MILANO





**PEDERSOLI**<sup>®</sup>  
MILANO



**C'È UN FILO  
CHE UNISCE L'HOTELLERIE  
AL NUOVO CONFORT.**

È il filo silenzioso, discreto e prezioso  
della biancheria Pedersoli Milano.

Un intreccio di eccellenze che ha dato vita  
al Good Linen Circle, il circolo virtuoso  
che nasce nell'Atelier P&C di Pedersoli Milano  
e si prende cura di ogni aspetto della tua biancheria:  
dalla consulenza tailor made alla selezione  
dei migliori filati, dal confezionamento personalizzato  
all'assistenza h24 per la manutenzione quotidiana dei capi.

Tutto questo è arte del buon vivere,  
tutto questo è solo Pedersoli Milano.

---

**Per maggiori informazioni e per contattarci visita**  
**[pedersoli.com](http://pedersoli.com)**



# L'agenda degli eventi a SIA-TTG 2022

La federazione fa sentire la sua presenza e la sua vicinanza agli albergatori italiani in occasione della manifestazione fieristica di Rimini. Ecco i principali appuntamenti in programma



**F**ederalberghi è presente all'edizione 2022 di SIA Hospitality Design - TTG Travel Experience, per tutta la durata della manifestazione, dal 12 al 14 ottobre a Fiera di Rimini, con uno stand ubicato nella posizione ormai tradizionale, all'ingresso Sud.

A cominciare dalla cerimonia di apertura, cui partecipa il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, molte sono le occasioni in cui le figure di riferimento della federazione sono al centro di iniziative importanti: il presidente di Federalberghi Terme, Emanuele Boaretto, è presente al convegno di Assopiscine, mentre il direttore generale, Alessandro Nucara, partecipa all'evento Nexi.

Nel corso della manifestazione si svolgono, inoltre, alcuni eventi promossi da componenti del sistema organizzativo di Federalberghi. Ne proponiamo un veloce riassunto:

- Il 13 ottobre, alle ore 10,30, il seminario organizzato da Federalberghi Extra dal tema: "L'evoluzione dell'influencer marketing nel mondo extra alberghiero". Chi sono i travel influencer? Qual è il loro ruolo? Qual è il miglior criterio per sceglierli? Si cerca, nel corso del seminario, di dare risposte a questi quesiti legati al mondo dell'extraalberghiero.
- Il 13 ottobre, alle ore 13,30, è la volta

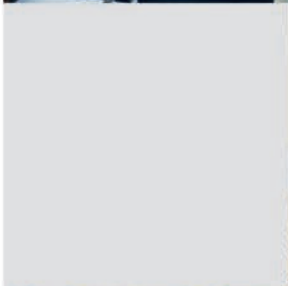
della presentazione del libro "21 Emozioni per dirlo". Dalla gioia alla curiosità, dalla solitudine alla libertà, si segue un affascinante viaggio in albergo in compagnia di scrittori e artisti. L'evento è curato dal Comitato Nazionale Giovani Albergatori.

- Nella giornata del 14 ottobre, alle ore 10,30, è di scena la Federalberghi Terme che presenta una ricerca-studio dell'Osservatorio sul Turismo della Salute, "Cultura ed attrattività delle terme tra gli italiani". A curare l'indagine su incarico della Federalberghi Terme, il sociologo e accademico italiano, prof. Renato Mennheimer.





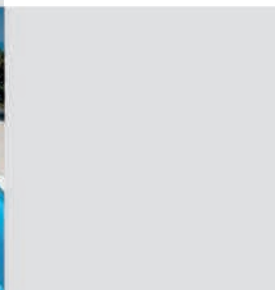
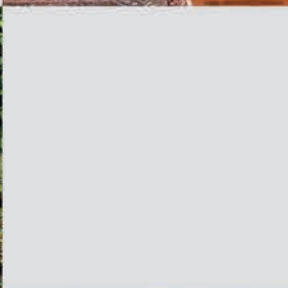
PHI HOTELS



## FEEL WELCOME

Phi Hotels raggruppa hotel unici in località di grande fascino e interesse, accomunati dalla qualità del servizio e dall'attenzione ai dettagli, dedicati a chi viaggia per piacere e per lavoro.

[www.phi-hotels.com](http://www.phi-hotels.com) | follow us  





# Offerte lavoro al tramonto

Diventa sempre più evidente il fenomeno che sta caratterizzando il settore del turismo negli ultimi anni

DI ANGELO GIUSEPPE CANDIDO

**I**l settore Turismo, nel quale sono tradizionalmente compresi alberghi, campeggi e altre strutture ricettive, pubblici esercizi (bar, ristoranti etc.), mense, stabilimenti balneari, agenzie di viaggi e tour operator, stabilimenti termali e parchi a tema, nel 2019, prima della pandemia, contava circa 1,3 milioni di lavoratori dipendenti a fronte di circa 200mila imprese con dipendenti in media d'anno. Nel 2020, anno di piena pandemia, l'occupazione nel settore è scesa sotto il milione di unità, circa 950mila dipendenti in media d'anno. Nel 2021, sebbene nei primi mesi dell'anno vi sia stata una forte circolazione del virus e siano stati presi provvedimenti di restrizione delle attività, l'occupazione nel settore ha recuperato, riportandosi sopra il milione di dipendenti, ancora lontana, tuttavia, dai valori precrisi.

I recenti dati diffusi dall'Inps – che riguardano l'intera economia e si fermano a maggio 2022 – evidenziano un recupero sensibile dei valori dell'occupazione, conseguente al rimbalzo del prodotto interno lordo di questi mesi. C'è quindi una robusta domanda di lavoro a fronte della quale si registra un rallentamento dell'offerta di lavoro, segnatamente nel turismo. Questo fenomeno ha costituito oggetto di un serrato dibattito a cui vogliamo portare un contributo basato sulle evidenze del settore.

Occorre innanzitutto rilevare che il problema dell'offerta di lavoro, nell'ospitalità e nella ristorazione, caratterizza in diversa misura da qualche lustro tutte le economie turistiche del continente europeo e le principali economie turistiche del mondo. Tuttavia, è con l'avvento della pandemia che la carenza di personale, ovvero la dinamica declinante dell'offerta di lavoro nel settore turismo è diventata estremamente visibile, fino a diventare argomento di comune conversazione. Non è probabilmente possibile individuare una gerarchia delle



cause del fenomeno, ma si può tentare di elencare quelle di maggiore impatto, cercando di portare argomenti a favore della scelta operata.

## LE IPOTESI

Tra le cause strutturali del declino dell'offerta di lavoro nel settore va annoverata quella demografica. L'innalzamento dell'età media della nostra società riduce uno dei tradizionali bacini di approvvigionamento della manodopera del settore turismo: i giovani. In secondo luogo, c'è una diversa valutazione delle caratteristiche proprie del lavoro nel turismo: stagionalità, flessibilità oraria, possibilità di carriera. Se fino a qualche anno fa quest'ultimo aspetto, l'acquisizione di una professionalità o la possibilità di cogliere un'opportunità di lavoro per chi

era stato espulso da un altro settore rappresentavano valide motivazioni per intraprendere una carriera nel turismo, oggi prevale una valutazione più propensa a valutare nella flessibilità e nella stagionalità dell'attività elementi che influiscono negativamente sulla

scelta. In particolare, la stagionalità, che fornisce ai lavoratori la possibilità di lavorare solo in alcuni periodi dell'anno per svolgere in altri periodi attività diverse o di cura rappresenta nell'odierna valutazione un elemento di forte penalizzazione.

Questo punto di vista, a mio avviso non condivisibile, vanta autorevoli sostenitori, tanto che nella Relazione del Gruppo di lavoro sugli interventi e misure di contrasto alla povertà lavorativa in Italia del ministero del Lavoro il dato relativo al "rischio di basse retribuzioni per macro-settore" è stimato per il settore turismo nel 64,5% rispetto alle retribuzioni annuali. Il perché tale rischio sussista, la Relazione lo spiega mettendo in rapporto il rischio di bassa retribuzione con i mesi lavorati. Si osserva cioè: per chi lavora solo alcuni mesi durante l'anno, c'è il rischio che la retribuzione possa essere al di sotto della media delle retribuzioni annuali. È senz'altro il caso dei lavoratori stagionali, che lavorano per definizione in alcuni mesi dell'anno. E tuttavia la stagionalità, soprattutto nel turismo, è un dato di fatto sul quale né lavoratori né imprese possono fare granché.

## CONTRATTI STAGIONALI

Una soluzione alla limitatezza degli impieghi stagionali è tradizionalmente data dalla possibilità di una "doppia stagione", estiva e invernale, come spesso avviene ad esempio nelle aree montane. La possibilità di un ulteriore contratto stagionale riguarda ovviamente anche coloro che, avendo lavorato durante la stagione estiva in una località marina, decidano di lavorare durante la stagione invernale in montagna o comunque in una località di-

**PRIMA DELLA PANDEMIA  
1,3 MILIONI DI LAVORATORI  
DIPENDENTI PER  
200MILA IMPRESE**





versa da quella nella quale hanno prestato servizio in precedenza.

In tal modo la limitazione legata alla stagionalità climatica viene così superata. Come potrebbe essere superata qualora al lavoratore che non desidera spostarsi dal suo luogo di residenza venga proposto un impiego stagionale in un settore diverso, anticiclico rispetto alla stagionalità turistica, nei periodi di bassa stagione. In quest'ultima circostanza verrebbe preservata la possibilità di ancorare la professionalità al territorio, evitando di impoverire la comunità di riferimento attraverso "migrazioni" ripetute ancorché temporanee. La realizzazione di queste possibilità richiede tuttavia un mercato del lavoro dinamico in cui l'incontro tra domanda e offerta di lavoro, a opera di soggetti pubblici e/o privati, avvenga in maniera efficiente.

#### CAUSA-EFFETTO

Venendo a cause meno remote, il prolungato ridimensionamento delle attività

turistiche legato all'emergenza pandemica e alle misure di prevenzione della diffusione del virus Sars-CoV-2 ha fortemente penalizzato le professionalità del settore. I rapporti di lavoro stagionali e quelli a tempo determinato hanno subito uno stop importante, senza giovare, se non in misura limitata, di interventi di sostegno al reddito.

L'evidenza del settore ci dice che interruzioni dell'attività prolungate spingono la manodopera meno qualificata a rivolgersi ad altri settori in cerca di lavoro.

Nello stesso periodo in cui l'attività turistica era limitata, abbiamo assistito a un boom della logistica e dell'edilizia, settori dove tradizionalmente vi è spazio anche per soggetti privi di una specifica qualificazione.

Il prolungato ridimensionamento delle attività turistiche ha inoltre trasmesso una immagine di precarietà dell'occupazione che ha spinto i lavoratori e gli aspiranti tali a rivolgersi verso altre attività.

Non è infine da sottovalutare l'aspetto psicologico di chiusura che ha caratterizzato i primi mesi della pandemia, che ha spinto alcuni a ridimensionare le proprie aspettative e scelte di vita, propendendo per una occupazione meno "dinamica" ed "esposta" al contatto con gli altri rispetto al turismo.

#### SOLUZIONI

Analizziamo ora i possibili strumenti con i quali affrontare il problema del declino dell'offerta di lavoro nel settore turismo.

- Un maggiore raccordo con il sistema dell'istruzione, sia secondaria (istituti professionali alberghieri e tecnici per

il turismo), sia post-secondaria (Ifts) che terziaria (universitaria e Its). In questi ultimi casi i numeri sono ancora bassi ma è molto alta la risposta in termini di collocamento dei diplomati.

- Un'opera capillare di conoscenza del settore e di orientamento, in grado di far apprezzare le caratteristiche che rendono il lavoro nel turismo attrattivo (socialità, autoimprenditorialità e possibilità di ascensore sociale).
- Una maggiore efficacia delle misure di politica attiva del lavoro, anche attraverso il coinvolgimento delle parti sociali e del sistema della bilateralità.
- L'intensificazione dell'opera di conoscenza e promozione di tutti gli strumenti del welfare contrattuale presenti nella contrattazione collettiva, che permettono la crescita professionale e il miglioramento delle condizioni economiche degli addetti.

Senza eludere gli aspetti legati direttamente alla retribuzione, occorre evidenziare che la ripresa economica del settore, appena avviata dopo il biennio horribile legato al Covid-19 viene oggi minacciata dallo shock legato ai costi dell'energia fuori controllo. E se si vuole che i salari tornino a crescere in modo da rappresentare non solo un adeguato compenso ma anche un fattore di attrattività del settore, occorre intervenire del pari sul costo del lavoro riducendo il cosiddetto cuneo fiscale, che rappresenta una forma di grave penalizzazione per le imprese italiane nel quadro già problematico del turismo europeo.

# Il valore della formazione

L'importanza delle competenze a fronte di un quadro critico in termini di personale qualificato

**D**urante l'estate alberghi e ristoranti hanno denunciato difficoltà a causa della carenza di personale qualificato. Molti imprenditori raccontano di aver dovuto rinunciare a mettere in vendita una parte delle camere o ridurre il numero dei coperti. Il direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucara, affronta questo tema di grande attualità, su cui si sofferma dettagliatamente in un'intervista a Turismo d'Italia, dando così seguito al

servizio curato da Angelo Candido, pubblicato nelle pagine precedenti.

#### Perché alberghi e ristoranti stentano a trovare collaboratori?

È uno dei grandi problemi con cui si stanno confrontando le imprese, non solo in Italia e non solo nel turismo. Ad esempio, la grande distribuzione organizzata denuncia difficoltà analoghe, per non parlare della sanità. Aggiungo che non si tratta di

una novità in senso assoluto, anche se la pandemia ha accelerato una tendenza che veniva da lontano. Ricordo che più di vent'anni fa, insieme a Hotrec, la confederazione europea delle imprese alberghiere e della ristorazione, presentammo i risultati di un'indagine sulle prospettive a medio termine del settore, e, già allora, emergeva che, secondo gli imprenditori, da lì a cinque anni il problema principale sarebbe stata la difficoltà di reperire personale qualificato.

Segue a pag. 26 ►

◀ Segue da Pag. 25 - Il valore della formazione

### Quali sono le ragioni di questo fenomeno?

È un fenomeno complesso. Partirei dall'invecchiamento. Nel 2001 il 16% della popolazione europea aveva 65 anni e più. Nel 2020 siamo saliti al 21%. In parallelo, è diminuita la quota di coloro che hanno meno di 20 anni. Ma il risultato non è a somma zero. Il nostro sistema di sicurezza sociale scricchiola sempre più sotto il peso dell'inverno demografico. E i settori come il turismo, che si rivolgono a una forza lavoro sostanzialmente giovane, fanno fatica a trovare le nuove leve. Mentre si riduce l'offerta di lavoro, cresce la domanda. Di per sé sarebbe una buona notizia: significa che il mercato tira. Cresce il numero di turisti nelle strutture ricettive, la spesa dei turisti stranieri in Italia, il fatturato nel settore. Quindi, servono più lavoratori. Purtroppo, crescono anche le strutture abusive, che si sono diffuse a macchia d'olio negli ultimi anni, e spesso offrono posizioni di lavoro irregolari. In Italia ci sono 30mila alberghi ufficiali, che danno lavoro a più di 150mila persone. E poi sui portali troviamo 400mila strutture di altro genere, in cui all'Inps risultano solo 8mila occupati. È evidente che alla fine i conti non tornano. Molto importante è anche il cambiamento degli stili di vita. Il lavoro nel turismo è impegnativo: si lavora il sabato e la domenica, di notte, durante le festività. Si lavora quando gli altri si riposano o si divertono, il che porta molti giovani a prendere altre strade. O, talvolta, nessuna. Con il paradosso dato dalla coesistenza di tanti posti di lavoro vacanti e tanti disoccupati. È un dato di fatto di cui dobbiamo essere consapevoli. Anche la stagionalità, che fornisce ai lavoratori la possibilità di lavorare solo in alcuni periodi dell'anno, costituisce un deterrente.

### E il ruolo dell'istruzione?

Non va trascurata la scarsa considerazione sociale che il Paese rivolge ai percorsi di istruzione tecnica e professionale dedicati al settore. Non hai voglia di studiare? Allora vai all'alberghiero. Sono tanti i genitori che si rivolgono così ai propri figli, e gli insegnanti delle scuole medie che lo dicono agli studenti. In Italia ci sono oltre 400 istituti superiori che si occupano di turismo. Il che significa che ogni anno abbiamo circa 40mila nuovi diplomati, sui quali lo Stato ha investito. Ma



Alessandro Nucara

spesso si tratta di giovani che sin dall'inizio del percorso scolastico avevano altri programmi. È uno spreco assurdo, sul quale occorre intervenire.

### Pesa anche il reddito di cittadinanza?

È probabile che il reddito di cittadinanza sia stato uno dei fattori che hanno impresso un'accelerazione. Non mi riferisco all'obiettivo generale dell'istituto, che è condivisibile, ma a quelle storture che non incentivano l'efficienza e la trasparenza del mercato del lavoro. Per dirla in termini più espliciti, se c'è qualcuno che mi paga per restare a casa, è più probabile che diminuisca la mia propensione a cercare un lavoro (o a cercare un lavoro regolare).

Inoltre, le famiglie sentono il peso dell'inflazione che è tornata a picchiar duro, a partire da bollette e carburante. E lo stesso peso grava sulle imprese. L'andamento positivo dell'ultima stagione estiva ha dato una boccata d'aria, ma le nubi che si addensano all'orizzonte ci preoccupano. Le parti sociali hanno avviato le trattative per il rinnovo del Contratto collettivo nazionale di lavoro del turismo. Ci attendiamo che anche le istituzioni facciano la loro parte, con un intervento sul cuneo fiscale, per liberare risorse da destinare alle retribuzioni e aumentare l'efficacia delle soluzioni che il negoziato potrà individuare.

### Cos'altro possono fare le parti sociali?

Federalberghi e Faita, insieme a Filcams, Fisascat e Uiltucs, stanno lavorando alla revisione del sistema di classificazione del personale. Significa individuare

nuove figure, aggiornare la descrizione delle competenze per le figure esistenti e prefigurare dei percorsi di carriera. Vogliamo offrire a chi entra nel settore una panoramica chiara delle prospettive di crescita professionale. Interverremo anche sulla denominazione delle figure, utilizzando un linguaggio più accessibile ai giovani. In parallelo, l'Enbt sta implementando e rafforzando il sistema di certificazione delle competenze: è uno strumento che consente alle persone di proporsi al meglio sul mercato del lavoro, e aiuta le aziende a selezionare i collaboratori. Ma la partita più importante si gioca sul terreno della formazione continua, per consentire la manutenzione quotidiana delle competenze esistenti e l'adattamento all'evoluzione del mercato. In questo scenario un ruolo decisivo è svolto dall'interazione tra il ruolo delle parti sociali e quello del fondo For.Te. e del Fondo nuove competenze.

### Un'ultima domanda: cosa chiedete alle istituzioni?

Anche in questo caso, la risposta deve essere articolata. Non torno sul cuneo fiscale e sull'indennità di disoccupazione, di cui ho già parlato. Nel nostro settore lavorano circa un milione e trecentomila persone, in gran parte occupati con contratti a tempo parziale o a tempo determinato. Si tratta di un grande contributo all'economia, che spesso viene sottovalutato o sminuito. Quando un albergo assume due lavoratori stagionali, io vedo due posti di lavoro in più. Ritengo che lo Stato dovrebbe incentivare quelle assunzioni, o quanto meno trattarle al pari di tutte le altre. Invece non di rado vengono considerate un problema. Mi sono sempre domandato perché l'Inps abbia un osservatorio sul precariato e non abbia un osservatorio sul lavoro nero. Chiediamo di allargare le maglie dell'immigrazione regolare. Per consentire l'ingresso in Italia di persone interessate a svolgere quei lavori che gli italiani non vogliono più fare. Chiediamo regole semplici da capire e da applicare, con meno burocrazia. Ultimo, ma non meno importante, chiediamo di dare più spazio alla contrattazione collettiva, per consentire alle parti sociali di definire regole adatte alle esigenze e alle caratteristiche dei settori, dei territori, delle imprese e dei lavoratori.

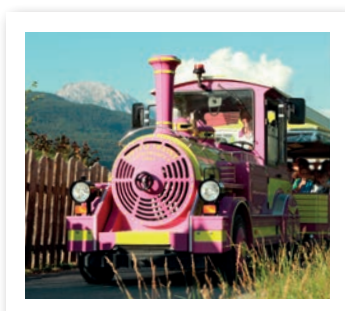


# MOBILITÀ SOSTENIBILE PER IL TURISMO

Una storia Italiana dal 1962



Tanti modelli per soddisfare ogni esigenza



Via Borgo Pieve, 115 - 31033  
Castelfranco Veneto (TV)

+39 0423 723020

info@dottotrains.com



# Una sospirata conquista per il comparto termale

Rinnovato da Federalberghi Terme l'accordo nazionale per l'erogazione delle prestazioni. Sbloccato l'aggiornamento delle tariffe. Nei prossimi mesi i tavoli tecnici



“**R**ingraziamo le Regioni per l'attenzione dimostrata nei confronti delle imprese termali e per aver saputo cogliere il valore aggiunto costituito dal pluralismo della rappresentanza”. Così Emanuele Boaretto, presidente di Federalberghi Terme, ha salutato con favore la definizione dell'Accordo nazionale per l'erogazione delle prestazioni termali per il triennio 2022-2024, sottoscritto insieme a Massimiliano Fedriga, presidente della Conferenza delle Regioni e delle Province autonome, Raffaele Donini, coordinatore della Commissione Salute della Conferenza.

“Il rinnovo dell'Accordo giunge in un contesto di difficoltà economica senza precedenti, non soltanto per le aziende termali, ma per tutta l'economia che gravita intorno ai territori termali – ha aggiunto Boaretto –. Esprimiamo, quindi, apprezzamento per l'individuazione di una soluzione equilibrata, che consente un aggiornamento delle tariffe, sostanzialmente ferme al 31 dicembre 2015, e pone le premesse per la valorizzazione di tutte le potenzialità e opportunità che il sistema termale italiano può mettere a disposizione nel campo della medicina preventiva, di cura e di riabilitazione”.

Una soluzione che pone le premesse per la **valorizzazione delle potenzialità e opportunità** del sistema termale italiano

## CONTRIBUTO FATTIVO ALLA CRESCITA

Federalberghi Terme ha collaborato con spirito di servizio alla definizione dell'intesa formulando un articolato pacchetto di proposte. “L'obiettivo – ha precisato il presidente degli imprenditori termali e del benessere – è di contribuire allo sviluppo dei servizi termali e dell'economia termale, nell'interesse dei cittadini, delle imprese, e delle comunità locali”.

La collaborazione continuerà nei prossimi mesi, con l'attivazione di tavoli tecnici sui criteri di autorizzazione e accreditamento delle strutture, sui requisiti igienico-sanitari delle piscine termali e sulla figura professionale dell'operatore termale.





## Oggetti dimenticati dagli ospiti?

Prova LHost, il servizio GRATUITO già utilizzato da migliaia di Hotel.

Nessun costo per le strutture ricettive.

Risparmi tempo e fai subito felice il tuo ospite.

### COME FUNZIONA?



Il Cliente richiede un oggetto dimenticato



Organizziamo la spedizione



Il Cliente paga



Ritiriamo il pacco e lo consegniamo

### Iscriviti Gratuitamente su [WWW.LHOST.IT](http://WWW.LHOST.IT)

### DOMANDE FREQUENTI

#### Il servizio è davvero gratuito?

Sì, per essere iscritti non è richiesto nessun canone, e non esiste alcun costo per gli Hotel, le spedizioni sono a carico del proprietario dell'oggetto.

#### Quanto costano le spedizioni?

Muovendo migliaia di pacchi al mese offriamo tariffe imbattibili! Spedire un pacco piccolo in Italia costerà ai tuoi ospiti circa 13 euro, in Europa 20 euro, negli Usa 30 euro.

#### Come faccio a registrarmi?

Per iscriverti vai sul sito [www.lhost.it](http://www.lhost.it) e segui la procedura guidata. Servono solo il nome del hotel, l'indirizzo per il ritiro dei pacchi e un contatto email.

#### Dove posso spedire gli oggetti dimenticati?

Ovunque! Potrai restituire gli oggetti smarriti dai tuoi clienti in tutto il mondo, saranno loro stessi a scegliere la destinazione.



# Intesa Sanpaolo sceglie: “Crediamo nel turismo”

Oltre 3 miliardi per il settore. Dalle linee di finanziamento specifiche per la riqualificazione strutturale ed energetica alle nuove iniziative dedicate a calmierare il caro bollette

DI CRISTINA PEROGLIO

**S**uperato lo stop della pandemia, è ora il turno delle bollette monstre ad affliggere le imprese del turismo. Un problema che sicuramente riguarda tutto il mondo produttivo, ma che su un sistema come quello turistico, in faticosa uscita da un momento drammatico come quello vissuto negli ultimi due anni, rischia di far collassare un cospicuo numero di imprese. Per affrontare questa situazione, l'occhio si rivolge alle banche.

“Riteniamo doveroso sostenere con nuove misure anche straordinarie le esigenze di liquidità dei nostri clienti per fronteggiare l'improvvisa compressione dei margini operativi e allo stesso tempo continuare a stimolare nuovi investimenti, anche grazie alle garanzie pubbliche previste dallo Stato” dice Anna Roscio, executive director sales & marketing Imprese Intesa Sanpaolo, a margine di un panel dedicato al Tu-



Anna Roscio

rismo sostenibile nell'ambito di Futura Expo 2022, tenutosi a Brescia dal 2 al 4 ottobre con la partecipazione del Gruppo Intesa Sanpaolo.

## I RINCARI ENERGETICI

Il gruppo bancario, che nel febbraio 2022 ha siglato un accordo con Federalberghi, ha già messo complessivamente in campo 12 miliardi per fronteggiare la crisi dell'energia: in queste settimane, ha avviato un nuovo plafond da 2 miliardi di euro in aggiunta ai 10 miliardi annunciati a giugno per favorire investimenti in energie rinnovabili e permettere alle aziende di affrontare i rincari energetici.

Nell'ambito del plafond di 2 miliardi, il Gruppo ha previsto specifiche linee di intervento a favore delle imprese: finanziamenti a condizioni agevolate con il supporto delle garanzie del Fondo Centrale e di Sace come previsto dal Decreto Aiuti e destinati alla copertura dei costi incrementali, consentendo di far fronte al pagamento delle bollette con dilazione dei pagamenti fino a 36 mesi, con un anno di pre-ammortamento. Su richiesta, inoltre, sarà possibile attivare la sospensione delle rate dei finanziamenti in essere (quota capitale) per un periodo fino a 24 mesi.

L'iniziativa si affianca alla misura straordinaria da 10 miliardi annunciata a giugno sempre relativa ai fabbisogni di energia delle imprese, che si pone un obiettivo sfidante: favorire l'indipendenza energetica diversificando le fonti con particolare attenzione al fotovoltaico. In questa operazione Intesa Sanpaolo è affiancata da Sace.

“La complessità dello scenario attuale ha evidenziato i rischi della dipendenza dalle fonti di energia tradizionale e la necessità di una diversificazione – dice ancora Roscio –. Abbiamo messo a punto quindi un'azione concreta per accelerare la transizione del nostro tessuto produttivo e, grazie all'intervento di Sace, intendiamo fornire alle nostre

**“In questo delicato momento per il Paese l'urgenza sulla necessità di trovare soluzioni per il pagamento dei costi energetici ci sprona a dare il nostro contributo, affinché il Paese, le famiglie, le imprese, possano contare sulla disponibilità a mettere a fattore comune soluzioni concrete, risorse funzionali a superare il difficile contesto internazionale”. Lo afferma Carlo Messina, consigliere delegato e ceo di Intesa Sanpaolo. “Anche in questo frangente – aggiunge – Intesa Sanpaolo è pronta a fare la sua parte, convinta dell'efficacia della collaborazione tra pubblico e privato per far uscire il nostro Paese più forte da questa crisi”.**







imprese clienti gli strumenti più innovativi per offrire loro dei benefici economici diretti facendo leva su autoproduzione e autoconsumo di energia”.

### SUPPORTO AL TURISMO

Tali iniziative non sono riservate alle sole imprese del turismo, ma sono accessibili anche a loro. Sul turismo nello specifico, Intesa Sanpaolo ha stanziato 3,2 miliardi: di cui 2 già erogati nel corso della crisi sanitaria.

Alla fine del 2021 il Gruppo Intesa Sanpaolo ha rinnovato il proprio supporto al rilancio del settore turistico con un intervento da un miliardo per favorire gli investimenti lungo la direzione del turismo sostenibile e affiancare le aziende del comparto nel cogliere le opportunità del cambiamento.

“Il turismo è stato inevitabilmente uno dei settori più esposti alla pandemia – osserva Anna Roscio –. Sin da subito abbiamo offerto il nostro soste-

gno mettendo a disposizione 2 miliardi di euro per far fronte alle immediate esigenze di liquidità delle imprese oltre ad aver introdotto una sospensione specifica per il settore sui finanziamenti in essere fino a 24 mesi dell’intera quota capitale. Oggi è tra i principali driver che guideranno la ripresa del Paese ed è per questo che abbiamo ideato, nell’ambito del Programma Motore Italia lanciato a marzo 2020, nuove soluzioni di finanziamento per favorire le pmi che intendono mitigare il proprio impatto ambientale attraverso investimenti volti alla riqualificazione e al miglioramento della classificazione alberghiera”.

### SOSTENIBILITÀ E CIRCOLARITÀ

All’inizio di quest’anno, Intesa Sanpaolo ha lavorato in accordo con le principali associazioni di categoria del comparto per una serie di misure che guardano alla riqualificazione delle strutture ricettive, prevedendo un ulteriore intervento di ampliamento del plafond a 1,2 miliardi con soluzioni di finanziamento per la riqualificazione delle strutture e un meccanismo di premialità in termini di riduzione del tasso applicato. Stesso discorso per quanto riguarda la riqualificazione energetica. Con l’innalzamento del plafond effettuato a inizio di quest’anno, inoltre, si è aperto uno spiraglio per un’iniezione di liquidità per le imprese.

“Il nostro obiettivo – conclude Roscio –, comune alle linee guida del Pnrr, è favorire la sostenibilità e la circolarità che questa industria ha già insite, per agevolare una nuova proposta di ospitalità più efficiente per i bilanci delle imprese e di maggiore salvaguardia per l’ambiente che ci circonda”.

---

**Intendiamo  
fornire alle  
imprese strumenti  
innovativi per  
offrire loro benefici  
economici diretti**



# Formula 'Buy now pay later'

I pagamenti dilazionati stanno diventando strumenti sempre più apprezzati dagli operatori alberghieri e dai clienti. Le ultime novità di Nexi e Scalapay, per conquistare il mercato



DI AMINA D'ADDARIO

**C**arte di credito, transazioni tramite link e bancomat virtuali. I pagamenti cashless sono uno strumento essenziale nella gestione delle pre-

notazioni alberghiere. Un mondo in continua evoluzione dove ha cominciato a brillare una nuova stella: il 'Buy now pay later', uno strumento sempre più diffuso che sta cambiando il modo in cui le persone fanno acquisti online, ma anche le modalità

di vendita delle aziende. La formula consente di rateizzare gli importi al momento dell'acquisto sul web, di solito senza interessi. L'innovazione è che mentre in passato questo modo di finanziare gli acquisti era relegato a spese medio-alte come la scelta

*Segue a pag. 34* ►





# PROGETTO DI DIGITALIZZAZIONE BEST WESTERN HOTEL BLUMAREA

Il **Best Western Hotel Blumarea**, situato vicino Castelsardo a soli 100 metri da un mare premiata bandiera blu, ha scelto di migliorare i propri servizi grazie ad un importante intervento di trasformazione digitale, affidandosi ad **Aetherna come Partner Tecnologico**. Il progetto ha previsto il rinnovamento di tutta l'infrastruttura di rete attraverso la soluzione **TP-Link Omada SDN**, che ha dotato l'hotel delle tecnologie di connettività più evolute a supporto di Ospiti e Staff, innalzando gli standard di qualità.



Ristrutturato nel 2021, **la proprietà ha voluto puntare sulla tecnologia** scegliendo prodotti di ultima generazione, dalle Hospitality TV agli apparecchi WiFi, fino al centralino cloud. Le intenzioni sono quelle di digitalizzare sempre più profondamente le camere, introducendo la domotica e migliorando l'efficienza della struttura, per beneficiare di un importante **risparmio energetico**.

«Abbiamo conosciuto Aetherna come partner certificato sulla piattaforma Si-Supply di Best Western Italia. Ci siamo lasciati guidare fin dalla progettazione nella scelta dei prodotti e delle tecnologie da applicare» **Paola Sini, proprietaria della struttura**.

Priorità assoluta è stato garantire un servizio Wi-Fi eccellente agli ospiti in



ogni spazio della struttura, attraverso le **soluzioni Wi-Fi 6 di ultima generazione** della serie **TP-Link Omada**. Questo ha portato grandi benefici anche allo staff della struttura, consentendo di ottimizzare l'operatività del personale che, grazie ad una copertura completa e performante, può oggi comunicare utilizzando la messaggistica istantanea e intervenire tempestivamente in caso di richieste dei clienti.

«La serie Omada di TP-Link ha permesso di rispondere con successo alle diverse esigenze di rete della struttura: sia nelle aree comuni, dove abbiamo adottato dispositivi ad alta densità per supportare numerosi dispositivi wireless connessi contemporaneamente, sia nelle camere, dove abbiamo installato access point Wall per connettere ad internet le Smart TV, erogando un servizio Wi-Fi dual radio interno» **Ugo Cinti - Project Manager Aetherna**

**La connessione Wi-Fi oggi è recensisita dagli Ospiti con voto 10 su 10** e rappresenta un asset competitivo nella strategia di posizionamento della struttura, anche per poter massimizzare la vendita di servizi ancillari non solo agli ospiti, ma anche a chi non soggiorna in hotel. Infatti, insieme ad una colazione

brunch di alto livello, il servizio Wi-Fi soddisfa tutte le esigenze di **utenti business e leisure** che possono usufruire della zona bar e piscina per lavorare da remoto o rilassarsi.

Ad oggi tutte le camere sono dotate di Hospitality TV Samsung che permettono di veicolare messaggi di benvenuto e comunicazioni mirate agli ospiti dell'hotel. In più, grazie al servizio di marketing automatizzato, la struttura è in grado di promuovere i molteplici servizi ancillari, come attività sportive ed escursioni. In questo modo è possibile fidelizzare il Cliente, inviando comunicazioni mirate anche una volta lasciato l'Hotel.

«I collaboratori di Aetherna hanno dimostrato flessibilità e velocità nel gestire la complessità del nostro cantiere in fase di ristrutturazione. Questa proficua collaborazione ci sprona a mantenere alto l'interesse verso la digitalizzazione dei servizi presenti in struttura, affinché ci si possa dedicare interamente all'ospite offrendo un soggiorno personalizzato e rendendo l'hotel un punto di riferimento sul territorio in cui tornare.» conclude Paola Sini, proprietaria della struttura.

**TP-Link sarà presente all'evento SIA HOSPITALITY: Padiglione D1, Stand 019.**



◀ Segue da pag. 32

di un'automobile o una casa, oggi il Bnpl è utilizzato anche per beni di importo contenuto come soggiorni o vacanze. Anche in Italia il mercato del "compra ora e paga dopo" è in forte espansione. I risultati di un recente studio condotto da Trc Market Research rivela che il 63% degli utenti abbandonerebbe il carrello d'acquisto se non fosse presente l'opzione del Bnpl. Ma i vantaggi non si limitano ai consumatori. Le strutture ricettive raggiungono una potenziale clientela sempre più ampia e desiderosa di pagare a rate, preferibilmente online, e possono incrementare le vendite delle camere di categoria superiore o di servizi accessori visto che gli ospiti sono incentivati a spendere di più.

Negli ultimi anni, proprio per rispondere a questi nuovi bisogni del mercato, sono cresciute le società e le startup che offrono servizi di questo tipo.

### 'INCASSO SENZA PENSIERI'



Punta a rendere i pagamenti da remoto più flessibili e più sicuri e a ridurre l'impatto delle dispute Nexi. L'azienda ha creato, a questo scopo, "Incasso senza pensieri", servizio sviluppato per suddividere in più tranche l'importo da pagare, sino a 12, in coerenza con le politiche commerciali della struttura.

"Lo abbiamo messo a punto – sottolinea Dirk Pinamonti, head of e-commerce di Nexi – ascoltando le problematiche segnalate dagli stessi addetti ai lavori, che, durante la pandemia, hanno visto crescere le dispute e i malintesi con i clienti". Un vero tallone d'Achille nella gestione alberghiera:

"A differenza dei negozi fisici, dove la transazione è contestuale all'acquisto, gli hotel hanno necessità di ottenere garanzie forti su prenotazioni anticipate rispetto al soggiorno. E l'utilizzo delle carte di credito o di strumenti alternativi di pagamento digitale non è mai al riparo da insidie e dispute, che, soprattutto con la pandemia, sono esplose". Di qui la necessità di trovare formule che riducessero al minimo questi imprevisti. "Con 'Incasso senza pensieri' andiamo a blindare la prenotazione inserendo in automatico termini e condizioni che non danno adito ad ambiguità. In altri termini, facciamo in modo che gli albergatori possano seguire scrupolosamente le regole delle carte dei circuiti internazionali, tutelandosi così anche da raggiri o condotte fraudolente". Il risultato? "Sui 1.500 alberghi che hanno sottoscritto questa formula – aggiunge Pinamonti –, nessuno, nell'ultimo anno, ha perso una disputa".

### IMPORTO IMMEDIATO

Tra i principali operatori del settore c'è **Scalapay** che, come racconta Matteo Cicalé, partnership director travel della piattaforma, "permette al consumatore di pagare in tre o quattro mensilità, senza interessi e busta paga a garanzia". Ma quali sono i benefici per il ricettivo? "Prima di tutto l'albergatore riesce ad aumentare le vendite della tariffa dove margina maggiormente, migliorando il flusso di cassa, poiché percepisce subito l'intero importo della prenotazione, avendo anche la sicurezza finanziaria contro eventuali no-show o penali. Inoltre, può rimborsare parzialmente o totalmente con Scalapay, in caso sia previsto dalle politiche di cancellazione". Un tema, questo, particolarmente delicato, poiché è proprio la cancellazione gratuita a togliere all'albergatore la liquidità immediata e a esporlo ai rischi.

"L'innovazione – spiega ancora Cicalé – è soprattutto per questa tariffa, che tipicamente ha le condizioni più amate dai clienti, ma che porta criticità all'albergatore, oltre che la riduzione del flusso di cassa e difficoltà nell'addebito delle penali. Inoltre, permette all'albergatore di gestire il sotto-data senza rischi, offrendo una dilazione conveniente per il cliente, che finisce di pagare dopo il soggiorno".





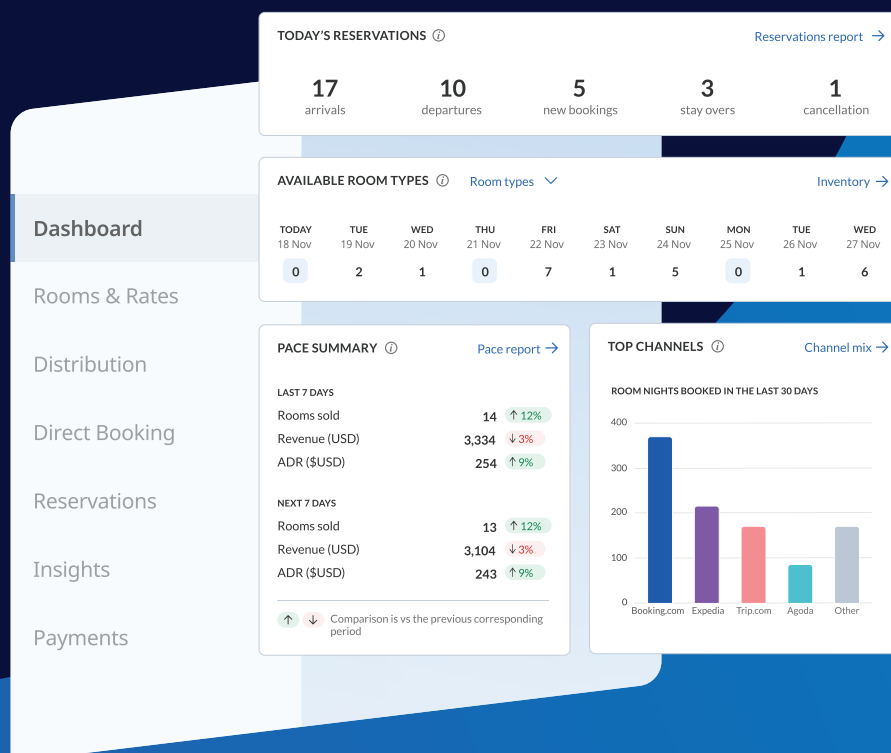


# La piattaforma leader per il settore alberghiero.

Tutto ciò che serve per gestire con successo un'attività ricettiva.

## La Piattaforma

- Channel Manager per Hotel
- Booking Engine per Hotel
- Siti Web per Hotel
- Metasearch per Hotel
- Sistema di Distribuzione Globale (GDS)
- Elaborazione pagamenti
- Property Management System (PMS)
- Business Intelligence per Hotel
- Multi-property



Booth n.15  
Hall A1



SiteMinder offre il più ampio ecosistema di partner



# Le novità dal mercato

## Tp-Link, connettività wireless



Per le attività operanti nel settore dell'hospitality una connettività wireless e cablata performante è imprescindibile sia dal punto di vista dell'operatività amministrativa e organizzativa, sia come servizio rivolto agli ospiti. La soluzione messa a punto da Tp-Link è Omda Sdn, che integra Access Point, Switch Ethernet o Fibra e Gateway in una rete gestita tramite piattaforma centralizzata con accesso in

Cloud. Un pacchetto di servizi in grado garantire un management efficace e flessibile per performance di livello enterprise, ideale per quelle strutture che necessitano di una rete stabile e performante a copertura capillare all'interno dell'hotel. Grazie al software controller si può inoltre configurare e monitorare proattivamente il corretto funzionamento della rete da remoto, abbattendo i costi di intervento tecnico in loco da parte degli amministratori di rete.

## SiteMinder, soluzione per i piccoli hotel



La nuova piattaforma di Site-Minder riunisce la suite completa dei prodotti commerciali dell'azienda

grazie a un ecosistema di canali di prenotazione, sistemi di gestione delle strutture, applicazioni e consulenti alberghieri. Uno strumento dedicato alle strutture ricettive di più piccole dimensioni che oggi possono sfruttare un piano di abbonamento ad hoc più vantaggioso e flessibile. L'obiettivo è quello di facilitare la vendita, supportare l'albergatore nelle strategie di business e gestire l'attività in maniera integrata. "L'omni-fying hotel technology della piattaforma - spiega Sankar Narayan, ceo e amministratore delegato di SiteMinder - si pone l'obiettivo di democratizzare l'ecosistema tecnologico degli alberghi e renderlo più universale mettendo gli hotel al centro. Non stiamo parlando di mettere insieme prodotti diversi, qui si tratta di permettere al settore di accedere ai benefici che derivano dall'unione di piattaforme".

## HIGHLIGHTS

# PHI HOTELS: PROGETTI DI CRESCITA PERSONALIZZATI A MISURA DEL TUO HOTEL

**P**hi Hotels, brand italiano dell'hôtellerie, raccoglie hotel unici con vocazione bleisure, accomunati dallo stesso stile di ospitalità che l'azienda rappresenta e cura da oltre 30 anni di storia professionale nella Travel Industry. L'esperienza maturata nelle attività alberghiere e turistiche, anche in contesti complessi che hanno spesso richiesto interventi di ristrutturazione organizzativa, commerciale e finanziaria, consente di proporre il brand a tutti gli albergatori interessati a cedere l'attività, a riposizionarsi sul mercato, a esternalizzare la gestione o all'affiliazione a un gruppo.



PHI HOTELS

Phi Hotels individua le migliori strategie di intervento nell'interesse dell'impresa alberghiera secondo una valutazione strategica dello status aziendale e un piano operativo per affrontare i nuovi scenari di mercato.

Come brand di Xenia S.p.A. SB, che ha scelto di diventare Società Benefit, ponendosi -oltre al profitto- finalità di beneficio comune, Phi Hotels lavora

per diffondere un esempio più evoluto di fare impresa attraverso la realizzazione concreta del beneficio comune secondo la propria vocazione, dando continuità all'accoglienza oltre la propria azienda.

Phi Hotels brand di Xenia S.p.A. SB  
Via Falzarego 1,  
20021 Baranzate Milano  
Sede legale: Via A. Gramsci 79, 66016  
Guardiagrele (CH)  
T. +39 02 89030  
info@phi-hotels.com  
www.phi-hotels.eu



# Le sfide Passepartout

Hotellerie e turismo in primo piano nello sviluppo di nuovi prodotti. Alla convention annuale della software house le novità del brand Welcome, dal channel manager all'interfaccia web e app del Pms

DI GAIA GUARINO

**P**assepartout affronta le sfide del futuro e lo fa guardando avanti con ottimismo. I risultati del 2021 confermano il trend positivo, che negli ultimi 12 mesi non ha rallentato la corsa. Con un incremento di fatturato del 5,19% al 31 dicembre e un +9,87% al 30 giugno 2022, l'azienda tecnologica orienta le vele verso un continuo desiderio di innovazione. Uno spirito che emerge anche osservando le novità introdotte per il software Welcome, uno strumento che sempre più si modella per andare incontro alle esigenze dell'hotellerie.

“Abbiamo effettuato una rivisitazione completa del channel manager con un nuovo sistema di gestione dei portali – spiega Rudy Ricci, direttore r&s area Horeca retail di Passepartout, in occa-



no organizzare il soggiorno e usufruire dei vantaggi di una reception digitalizzata. Non solo self check-in e self check-out, ma anche extra con addebito o pagamento elettronico, room service, menu del giorno, sondaggi e recensioni.

Infine, tra le news inserite per semplificare il lavoro all'interno degli alberghi, Passepartout propone un assistente virtuale tramite chatbot integrato con l'intelligenza artificiale, congiuntamente a un tool di analisi dati per elaborare statistiche utili a un miglior controllo di gestione.

Il comparto hospitality, parallelamente alla ripresa del turismo, sta vivendo un momento di rinascita, con cifre incoraggianti. “L'aumento del 182% delle prenotazioni alberghiere



tramite il channel manager di Welcome (via Ota) rispetto al 2021 nel periodo gennaio-agosto, certifica l'ottima stagione – osserva Ricci –. Quelle passate dal nostro booking engine hanno registrato invece un aumento del 161%, +252% se guardiamo al Crm, con meno cancellazioni rispetto alle Ota”.

Questi dati derivano da un'annata in cui, non essendoci state chiusure vincolanti, le strutture hanno potuto predisporre la stagione con maggiore anticipo rispetto alla parentesi della pandemia. Gli hotel hanno aperto prima ‘fisicamente’ e con maggiore disponibilità per la vendita online, e sebbene sia stato un anno comunque faticoso, era indispensabile sfruttare le opportunità generate, tramite tutti i canali disponibili”.

**Un tool di analisi dati per elaborare statistiche utili al controllo di gestione**



sione della Convention ‘Meep2022’ –. Presentiamo, inoltre, una nuova interfaccia web del Pms completamente ridisegnata per una user experience di ultima generazione e alte performance in-cloud, nonché una nuova app Pms per l'utilizzo in mobilità”.

Nell'ottica di implementare il processo di digitalizzazione del settore alberghiero, Welcome si arricchisce con l'app MySelf per il Digital Concierge grazie alla quale gli ospiti, direttamente attraverso il proprio dispositivo, posso-



# Operazione recupero

Lhost si conferma realtà specializzata per la riconsegna di oggetti lasciati in hotel

**B**agagli e oggetti dimenticati sono una consuetudine negli hotel. Il difficile è restituirli all'ospite quando ormai ha fatto il check-out e, soprattutto, se è ripartito per destinazioni lontane. Arriva da Lhost by Parcel-Value una soluzione per facilitare sia all'albergo che al cliente l'operazione di restituzione. Una soluzione a costo zero, che evita le problematiche della spedizione dei lost & found.

Quando il personale della struttura trova un oggetto o un bagaglio dimenticati, viene avviato il procedimento sul sito Lhost, che, a sua volta, invia una mail al cliente dell'hotel segnalando il ritrovamento dell'oggetto e fornendo le istruzioni per scegliere metodo e luogo per ricevere il pacco

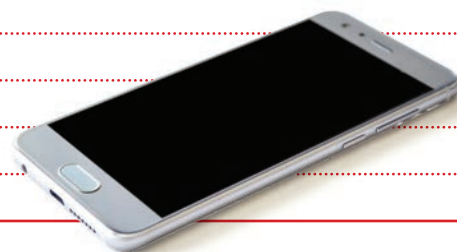
con quanto aveva dimenticato. Le spese sono a carico del proprietario dell'oggetto in questione, che paga Lhost in fase di approvazione della spedizione; successivamente il corriere passa a ritirare la merce e provvede a consegnarla.

Decisamente varia la gamma degli oggetti restituiti, dai più comuni a quelli più strani. Cuffie e acces-

sori per i cellulari, abbigliamento e valigie sono i casi più frequenti, ma tra le restituzioni più apprezzate ci sono anche i pupazzi dei bambini. Non mancano telefoni, tablet e laptop. Qualche volta capitano oggetti lasciati nelle casseforti delle camere, e in quel caso vengono usati servizi specializzati in consegna e trasporto valori.

## LA TOP 5 DELLE COSE PIÙ DIMENTICATE

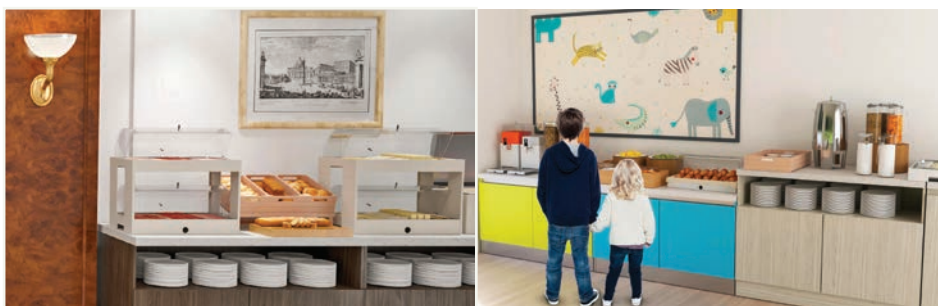
- 1 Caricatore del cellulare
- 2 Documenti di identità
- 3 Cuffie/Airpod
- 4 Abbigliamento
- 5 Telefoni e tablet



### HIGHLIGHTS

## PIACEVOLE ED EFFICIENTE. FAS ITALIA FIRMA L'ARREDO COLAZIONE IN HOTEL

**L**e soluzioni per il buffet verticale, ideali per sfruttare al meglio lo spazio alle pareti, gli angoli **colazione per i bambini**, colorati e a loro misura, e poi le innovative combinazioni per valorizzare i prodotti a km zero sono solo le più recenti novità dell'offerta **Fas Italia**, azienda specializzata nelle proposte d'arredo e attrezzature per la sala colazione. L'ampio catalogo permette di creare infinite combinazioni, progettabili insieme alla struttura in base alle esigenze legate ad ogni specifica tipologia di colazione, alle dimensioni della sala e allo spazio che si desidera lasciare agli arredi.



**Soluzioni modulari** e su misura che Fas Italia può progettare mettendosi a disposizione dell'hotel, suggerendo la più efficace combinazione superficie-prodotto-prezzo.

In linea con le nuove sensibilità degli ospiti orientate al green e alla sostenibilità, la proposta Fas Italia unisce inoltre in molti suoi prodotti

la praticità dell'acciaio al calore del legno, in una perfetta fusione tra design e materiali.

Nel catalogo Fas Italia anche tavoli, sedie, banconi, insieme ad articoli per l'esposizione di cibi e bevande.

Informazioni:  
[www.salacolazione.it](http://www.salacolazione.it)

# Quando l'innovazione è servita nel piatto

Ristorazione in hotel, da costo a opportunità: lo sviluppo del comparto F&B per accrescere le entrate. Il cibo diventa uno strumento di comunicazione e fonte di esperienze



**C**on la nuova stagione turistica alle porte viene quasi spontaneo guardarsi alle spalle per fare un bilancio di ciò che è stato per provare a capire cosa ci si può aspettare dal futuro. I dati dell'estate 2022 a livello di flussi turistici non parlano di una situazione completamente negativa, ma ancora non siamo tornati ai livelli pre-pandemia; l'incertezza è tanta, tra contingenze che stringono la morsa sulle attività e che pongono l'accento sulla capacità gestionale degli imprenditori per far fronte alle difficoltà, tra rincari, problemi legati all'approvvigionamento, risorse umane e sentiment generale. Tuttavia, non tutto è perduto.

C'è chi si impegna a guardare il bicchiere mezzo pieno e prova a cogliere un'opportunità nelle criticità, cercando una roccia a cui appigliarsi in un fiume in

piena. E così, i professionisti della filiera turistica si muovono, si pongono delle domande e vanno alla ricerca di risposte, partecipano ad appuntamenti fieristici importanti, come TTG Travel Experience, SIA Hospitality Design e SUN Beach&Outdoor Style. Si formano e, curiosi e combattivi, si mettono in discussione per trovare una via d'uscita alternativa, che non spazzi via in una manciata di secondi tutto ciò che è stato costruito in anni di sacrifici e duro lavoro.

## IL FOOD COME VEICOLO SOCIALE

Facciamo una panoramica. L'ultimo biennio ha provocato grandi scossoni a livello socio-economico in tutto il mondo, lasciando dietro di sé una serie di cambiamenti radicali. Le persone hanno dovuto adattarsi a quella che è stata definita dai più come una "nuova

normalità", mutando il loro modo di vivere la routine; sono diventati sempre più digital, hanno invertito la classifica delle loro priorità. E così hanno cambiato il loro modo di viaggiare e le loro aspettative rispetto alle esperienze di viaggio. Il che diventa il propulsore per un'innovazione necessaria, che rivoluzioni i connotati del turismo moderno. Il turismo del futuro è un turismo, infatti, che vuole liberarsi da restrizioni e da stereotipi ormai superati, volgendosi verso ciò che è inatteso, nuovo, inno-



**Hotel Hub** è la rubrica di **Turismo d'Italia** che tratta di "marketing e dintorni", a cura di **GIACOMO PINI**, oltre vent'anni d'esperienza di marketing del turismo e della ristorazione. Consulente di strutture ricettive, catene alberghiere e holding internazionali, ha fondato **GP Studios** ([www.gpstudios.it](http://www.gpstudios.it), [info@gpstudios.it](mailto:info@gpstudios.it)) e insieme al suo staff cura start up, marketing strategico, formazione del personale e attività di lancio e posizionamento commerciale. È anche formatore per aziende, università e istituti professionali di alta formazione, nonché autore di *Il nuovo marketing del prodotto turistico* (Franco Angeli), *Il Marketing del Bed & Breakfast* (Agra Edizioni), *Il servizio d'eccellenza per gli operatori del fuori casa* (Seac Editore) e di audiovisivi per la formazione a distanza.

Segue a pag. 40 ►



◀ Segue da pag. 39

vativo; verso un qualcosa che affascini, che emozioni, che sia capace di nutrire l'anima e creare ricordi.

In questo contesto, la ristorazione in hotel si candida come una grande opportunità di business e crescita che gli albergatori italiani possono cogliere, trasformandola dall'essere il costo extra di un servizio aggiuntivo poco apprezzato in quanto poco identitario a un asso nella manica in grado di attirare nuovi clienti, anche tra chi non pernotta in struttura. Il cibo, d'altronde, è uno dei grandi pilastri del Made in Italy, la cucina italiana è famosa in tutto il mondo e ogni regione del Belpaese cela un piccolo tesoretto di prodotti tipici e locali di qualità in grado di attirare l'interesse anche dei viaggiatori che arrivano da più lontano.

Il cibo è quindi territorio, ma è anche esperienza e comunicazione. Sui social, in televisione e in streaming cattura e racconta storie che parlano una lingua comune: la passione per la tradizione e la capacità di trasformare quello che dovrebbe essere un semplice gesto, quello del mangiare, che risponde al bisogno primario di nutrimento, in un'amplificazione esponenziale dei sensi e in un'occasione di convivio che unisce e crea un legame tra le persone. Insomma, parliamo di una poesia che in tanti sanno leggere, ma che in pochi, purtroppo, sanno davvero interpretare a dovere.



### UNA SOMMA DI VISIONE E STRATEGIA

Lo sviluppo del comparto F&B in un hotel, se pensato con il fine di diversificare le entrate e generare extra-revenue, deve fondare le basi su un pensiero strategico ed essere il risultato dell'applicazione di strumenti adeguati alla costruzione di un modello di business vincente. Per questo è fondamentale, per chi vuole davvero innovarsi e trovare nella ristorazione in hotel la soluzione che serve per sopravvivere a questo periodo storico e fare scorta di ossigeno per un futuro solido e sostenibile, partire dalla pianificazione di obiettivi e attività per ottenere risultati concreti.

“Quale formula propongo alla mia clientela? Posso ancora sostenere i costi e la struttura necessaria per il servizio di pensione completa? Cosa succederebbe se decidessi di aprirmi alla clientela esterna, quindi puntando ai turisti di passaggio o ancora a chi abita e respira il mio stesso territorio da vicino ogni giorno? Meglio buffet o à la carte?”. Queste domande dovrebbero stare alla base di qualsiasi implementazione del servizio di ristorazione in una struttura ricettiva. Le risposte non sono immediate: occorre analizzare le performance studiando nel dettaglio il numero e poi essere capaci di guardarsi intorno, di vedere quello che succede là fuori, cosa funziona nel mondo per portarne un pezzo a casa.

## “HOSPITALITY FOOD INNOVATOR”: ANTEPRIMA A SIA 2022

In occasione di SIA Hospitality Design 2022 parte in anteprima il progetto “Hospitality Food Innovator”, che mette al centro del pensiero strategico degli albergatori la ristorazione in hotel come opportunità di business e crescita. L'iniziativa, realizzata con il coinvolgimento di Federalberghi nel comitato tecnico scientifico, si sviluppa attraverso un percorso di formazione modulare, interazione e confronto con relatori esperti del settore e ospiti di rilievo. L'evento formativo prevede quattro moduli, e partecipando a tutti e superando il test finale, gli iscritti ottengono il titolo di Hospitality Food Innovator, ricevendo un attestato personalizzato. Durante le sessioni di full immersion si toccano argomenti di interesse per il settore Horeca, con focus su: prima colazione; organizzazione operativa; comunicazione strategic & gourmand; food costing.

Tanti sono gli albergatori che stanno aprendo le loro valutazioni alla ristorazione in hotel: tra questi, chi mixa nelle giuste proporzioni coraggio, spirito imprenditoriale, concretezza e visione sanno ottenere ottimi risultati. Dal nostro osservatorio, parliamo di strutture che hanno rivoluzionato la formula passando da pensione completa a mezza pensione con la creazione di un format di ristorazione parallelo per dilatare temporalmente il servizio e sfruttare tutti i momenti e le occasioni di consumo, col fine ultimo di attirare una platea più estesa di clienti. C'è chi, invece, ha deciso di focalizzarsi unicamente sul breakfast, proponendo una formula mista tra servizio al tavolo e buffet per generare vendite in upselling con una carta dedicata alle sfiziose del territorio rivisitate in chiave gourmet per elevarne il percepito, già solitamente estremamente alto soprattutto per chi arriva dall'estero. Oppure, chi ancora ha ottenuto tutti i benefici della stagionalizzazione, aprendosi alla clientela esterna e quindi agli abitanti della zona o ai turisti sporadici che si stabilizzano in appartamenti e seconde case, quindi fuori dall'hotel, ma che non sanno rinunciare alle prelibatezze create da chi trasmette l'anima del territorio attraverso i propri piatti.



# Il momento dei congressi

Arrivano, per il comparto, le opportunità di una ripartenza a lungo attesa. Dopo gli stop&go del 2021 il mondo meeting ed eventi ha le carte in regola per essere protagonista. I dati Oice e le previsioni

La meeting industry è pronta a ripartire. Dopo il lungo stop forzato dovuto alla pandemia il settore del turismo congressuale vuole recuperare rapidamente il terreno perduto, anche se i dati del 2021 hanno già riportato fiducia. Lo testimoniano le cifre e percentuali dell'Oice-Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi, promosso da Federcongressi&eventi e realizzato dall'Alta scuola di economia e relazioni internazionali dell'Università Cattolica, anche alla luce del fatto che, lo scorso anno, le normative hanno reso possibile la realizzazione dei meeting

in presenza soltanto dal primo luglio e con capienza ridotta sino al 2 dicembre. Lo studio indica che, in Italia, nel 2021 sono stati complessivamente realizzati 86.438 eventi in presenza o in formato ibrido, registrando un aumento del 23,7% rispetto al 2020; i partecipanti in presenza sono stati circa 4,5 milioni, pari al +14,7%, e le presenze 6,7 milioni, vale a dire il 16,3% in più rispetto all'anno precedente. E ora il trend è orientato all'incremento.

Stando ai risultati dell'Oice, nel 2021 il 65,2% dei congressi e degli eventi si è svolto al Nord, il 21,8% al Centro, il

9,4% al Sud e il 3,6% nelle Isole.

Per quanto riguarda, invece, le sedi, gli alberghi congressuali sono stati la tipologia più utilizzata, concentrando il 72,8% degli eventi totali. I centri congressuali e le sedi fieristico congressuali hanno ospitato il 4,4% degli eventi, mentre le dimore storiche non alberghiere il 3,6%. Inoltre, il 67% delle sedi ha ripreso l'attività registrando un aumento del fatturato rispetto al 2020, e, per il 48,9% di queste, l'aumento è stato pari al 50% circa.

Le normative in essere nel 2021, con particolare riferimento al distan-

## FONDI PER IL RILANCIO

**Il decreto Fondo Unico Turismo prevede lo stanziamento di circa un milione di euro per aumentare la competitività dell'Italia nel settore Mice. Il fondo sarà dedicato per finanziare, entro il 2024, il progetto presentato da Convention Bureau Italia, il cui obiettivo è rilanciare l'Italia sul mercato dei congressi e degli eventi, incrementando il numero dei congressi internazionali organizzati nel nostro Paese, con il conseguente aumento degli arrivi di congressisti e dell'indotto economico generato. Business intelligence, business development e sostenibilità sono le 3 principali aree di intervento che saranno sviluppate con attività realizzate da Cb Italia in collaborazione con Federcongressi&eventi. "Riceviamo questa attestazione di fiducia - ha affermato Carlotta Ferrari, presidente di Convention Bureau Italia -, che di fatto sancisce il riconoscimento della qualità dei progetti a cui abbiamo lavorato in questi anni, oltre che del valore strategico dell'intero settore. Le attività di business development previste nel progetto, che realizzeremo in collaborazione con Federcongressi&eventi, rappresenteranno un salto di qualità decisivo per tutta la meeting industry italiana".**



◀ Segue da pag. 41

ziamento, hanno delineato una differente modalità di utilizzo delle sedi a favore di quelle di grandi dimensioni. Le sedi con una capacità complessiva di oltre 2.500 posti hanno infatti aumentato del 73,2% gli eventi ospitati. Le regole sugli spostamenti tra stati e regioni hanno poi fatto sì che la maggior parte degli eventi abbia avuto una dimensione locale, cioè con partecipanti provenienti prevalentemente della stessa regione della sede ospitante. Infatti, nel 2021 per il 71,8% delle sedi almeno la metà degli eventi ospitati ha avuto un ambito di riferimento locale. Gli eventi nazionali hanno coinvolto il 42,4% delle sedi, mentre



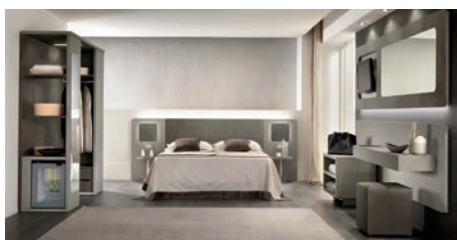
## Le imprese della filiera stanno rispondendo a una domanda superiore alle aspettative

gli internazionali sono stati ospitati dal 38,3% delle sedi. Inoltre, per affrontare le restrizioni dovute alla pandemia la maggioranza delle strutture che hanno ospitato almeno un evento è stata sede di eventi ibridi, che sono stati circa 17.900.

La fase di ripresa in atto è confermata dal sentiment espresso dalle sedi al momento della rilevazione dei dati per l'Oice: infatti, quasi il 40% stimava di ritornare ai livelli pre-Covid di eventi ospitati in presenza già nel 2022 e il 37,2% nel 2023.

### HIGHLIGHTS

## POLLINI CONTRACT COLLECTION: 60 ANNI FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE



**D**al 1960 Pollini Contract realizza soluzioni ad hoc per l'arredo alberghiero e turistico utilizzando materiali ad alta garanzia di qualità per un **prodotto 100% Made in Italy**.

Arredi di **design** e materiali di **qualità**, linee d'arredo contemporanee per la migliore *hôtellerie*: è questo il tratto distintivo di ogni progetto firmato Pollini, azienda specializzata nella produzione di arredi pratici, funzionali e accoglienti

per piccole strutture come alberghi, agriturismi e b&b, o per ambienti più ampi come grandi hotel, villaggi, residence, foresterie e studentati.

Un design elegante ma anche e soprattutto una elevatissima qualità di materiali, come il tamburato di abete, che offrono garanzia di **durata nel tempo** - per spazi dove è fondamentale avere soluzioni resistenti e di facile gestione - oltre che un **ottimo rapporto qualità-prezzo**.

Pollini si caratterizza inoltre per l'attenzione ai dettagli, l'alta qualità e l'originalità delle finiture dei mobili dallo **stile italiano**, capace di soddisfare qualsiasi esigenza d'arredo, sia in caso di rinnovo che di nuova costruzione della struttura ricettiva.

In aggiunta, per andare incontro alle molteplici esigenze del ricettivo, Pollini ha affiancato alla tradizionale produzione di camere, reception e spazi comuni, innovativi prodotti funzionali come le cucine monoblocco salvaspazio, ideali per residence e studentati.

Sul fronte customer care, l'azienda è **leader nella fornitura di servizi personalizzati**, che vanno dalla progettazione degli arredi al sopralluogo, fino alla consegna e al montaggio con proprio personale specializzato. [www.pollinimobili.it](http://www.pollinimobili.it)

**POLLINI**  
CONTRACT DIVISION  
[www.pollinimobili.it](http://www.pollinimobili.it) [pollini@pollinimobili.it](mailto:pollini@pollinimobili.it)

“Di fronte alle opportunità di sviluppo che il mercato sta mostrando – ha affermato Roberto Nelli, responsabile scientifico dell’Osservatorio, docente di Economia e tecnica della comunicazione aziendale Università Cattolica – le sedi italiane appaiono pronte a rispondere mettendo in atto strategie incentrate sulla trasformazione digitale e sul rinnovamento delle proprie caratteristiche strutturali secondo la prospettiva della sostenibilità, con l’obiettivo di offrire esperienze di qualità, coniugando ambiente fisico, realtà virtuale e cultura”.



## Banqueting: la risalita

Un settore che prima della pandemia contava circa 1.500 aziende e un fatturato complessivo di oltre 200 milioni di euro, e che si sta rialzando, con grande impegno, dall’arresto del business nel 2020 e nel 2021 dovuto allo stop forzato di eventi, congressi, ricevimenti. Le imprese di banqueting e catering sono il cardine del successo di ogni genere di meeting, di qualsiasi dimensione e carattere. E come ha sottolineato Paolo Capurro, presidente dell’Anbc, nel cor-

so dell’assemblea annuale dell’associazione aderente a Fipe-Conffcommercio, sono stati 18 i mesi di chiusura forzata per queste realtà, che hanno perso il 90% del fatturato nel 2020 e il 55% l’anno successivo, lavorando a singhiozzo anche in periodi normalmente cruciali per l’attività. “Il ruolo delle 1.500 imprese – ha rimarcato – non è legato soltanto al valore economico, per un totale di 2,5 miliardi di fatturato e 6 miliardi di indot-

to, bensì al valore sociale che ogni giorno svolgono nell’accoglienza. Rappresentano, infatti, ristorazione, logistica e organizzazione”. E se a segnare il passo è stato il giro d’affari, nulla ha fermato l’entusiasmo di ideare nuove formule, innovative proposte e servizi sempre più completi e differenziati per rispondere al settore Mice, che ha ormai avviato la ripartenza, così come al wedding. L’offerta banqueting e catering trova spazio in tutta Italia, e su queste pagine proponiamo una breve panoramica.

**Deluxe Dreaming** – È una realtà della produzione industriale, che ha brevettato la Origami J, una consolle in metallo, progettata secondo l’antica arte giapponese di piegare la carta per dare vita a oggetti. Le ruote sono state aggiunte per aiutare l’utilizzatore negli spostamenti. Un articolo di autentico arredo nell’allestimento di eventi outdoor, progettato con telaio in alluminio per renderla leggera e resistente agli agenti atmosferici.



**Sono stati 18 i mesi di chiusura forzata per le realtà del settore, con forti perdite di fatturato**

Segue a pag. 45 ►



# Coprirsi bene da tutti i rischi!



## FAST

FONDO ASSISTENZA  
SANITARIA TURISMO

ALLA TUA ASSISTENZA SANITARIA CI PENSIAMO NOI

**Assistenza sanitaria per i dipendenti da aziende alberghiere, campeggi, residence, villaggi turistici, ostelli, colonie, porti turistici e strutture ricettive complementari.**

### **PRESTAZIONI RIMBORSATE DIRETTAMENTE DA FAST**

- Ticket sanitari
- Pacchetto maternità

Consulta il sito [www.fondofast.it](http://www.fondofast.it)  
e [prestazioni@fondofast.it](mailto:prestazioni@fondofast.it)

### **PRESTAZIONI RIMBORSATE ATTRAVERSO UNISALUTE**

- Odontoiatria implantologia  
ricovero per intervento chirurgico
- Visite specialistiche
- Diagnostica e terapia
- Pacchetti di prevenzione

**CONSULENZA DIPENDENTI ISCRITTI AL NUMERO VERDE 800.016.639**

Via Toscana, 1 - 00187 Roma - Tel. 06 42034670 - Fax 06 42034675  
[www.fondofast.it](http://www.fondofast.it) - [info@fondofast.it](mailto:info@fondofast.it)

**FEDERALBERGHI**  
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo



◀ Segue da pag. 43

**FlyFood** – Nata nelle Langhe, opera nella ristorazione per il mondo aziendale. Il ‘Concept Catering’ nasce dall’amore per i prodotti della terra e dalla convinzione che il cibo possa essere, oltre che nutrimento per il corpo, anche esperienza emotiva per la mente. La proposta è, così, di soluzioni non-convenzionali: una food experience che parte dal cibo per comunicare con gli ospiti attraverso i sensi. E il servizio diventa occasione per raccontare storie di cibo, di popoli, culture e tradizioni. Ogni anno viene creato il Flyfood Topic, raccontato ai clienti, attraverso lo storytelling e allestimenti appositamente studiati, affinché possano proporlo all’interno del loro evento.

**Bidendum** – Il ‘matrimonio ‘green’ è la nuova proposta per un evento personalizzato, che rispecchi i principi degli sposi e all’insegna della sostenibilità. Società benefit di catering circolare, ha l’obiettivo di provocare il minor impatto ambientale possibile nell’organizzazione degli eventi. Una visione ecologica e una filosofia

plant based. Inoltre, per rendere partecipi gli sposi nel percorso sostenibile, viene donato un albero alla coppia: per ogni matrimonio viene piantato un ulivo in un’azienda agricola di giovani imprenditori, per contribuire alla loro evoluzione e dare la possibilità agli sposi di partecipare, nel corso degli anni, alla raccolta delle olive.

**Da Vittorio** – Un pret-à-porter gastronomico itinerante, che si è distinto, sin dall’inizio dell’attività, per la capacità di preparazione ‘dal vivo’. Grazie a una struttura di cucina appositamente studiata, infatti, i piatti sono cucinati direttamente in loco: un servizio catering gourmet e stellato, adatto per valorizzare al meglio eventi di lusso. Un approccio tecnico che permette di realizzare menù come al ristorante. Il catering per cerimonie ed eventi, con ambientazioni e mise-en-place di alto livello, vuole rendere indimenticabili feste e matrimoni.

**La Dogaressa** – Matrimoni, buffet & cocktail, cene di gala, wine tasting, cooking class, noleggio allestimenti.



**Aesperta** – Una tradizione familiare nel catering che si ripropone e si rinnova, con l’obiettivo di interpretare la cucina italiana moderna per farne il fulcro di ogni evento, privato o aziendale. Il tutto in un percorso sempre diverso, da ideare e costruire in tutti i suoi aspetti con empatia. Un team fidelizzato di professionisti nell’ambito della ristorazione e della logistica, arricchito, per le proposte culinarie, dalla collaborazione di chef qualificati. Obiettivi: pensare agli allestimenti più adatti a valorizzare il mood, proporre i cibi e le bevande in linea con i gusti, consigliare soluzioni per l’intrattenimento degli ospiti.

**Top Banqueting** – A volte la storia di un territorio non si esprime solo nei suoi palazzi, ma anche nei luoghi di lavoro che hanno segnato la vita di un popolo. Impianti industriali del secolo scorso, come filande, fornaci, complessi agricoli o vecchie serre possono diventare location per un evento dal tono contemporaneo e originale. Agli elementi architettonici del fascino industriale bastano pochi e semplici addobbi per creare una location da cerimonia: con qualche arredo vintage si realizza un evento in stile industrial-chic.



sostenibile, che si traducono in un codice di confatta ‘plastic free’ e ‘zero waste’: gli allestimenti prevedono, infatti, supporti in ceramica e legno, decori con vegetali di stagione e una collaborazione con fornitori selezionati in base alla vicinanza alla location del matrimonio. Lo stesso vale per i menù: materie prime secondo i canoni di stagionalità e km0; fornitori che condividono i principi etici; ricette con il minor scarto possibile e menù

Tutto nella cornice di Venezia e dei suoi antichi palazzi. Location che si prestano, forse più che in ogni altra al mondo, all’allestimento notturno di tavole dal fascino e dalla suggestione senza tempo, con il risultato di sale scenografiche. I menù sono preparati a seconda della stagionalità, con prodotti a km0, con tovagliati, posaterie e cristallerie in simbiosi con il gusto del cliente, ma comunque all’insegna del recupero della tradizione.



## Federalberghi offre ai propri soci

una tutela a 360° che comprende rappresentanza istituzionale, relazioni sindacali, consulenza, informazione, opportunità di business, convenzioni per ottenere sconti e agevolazioni, finanziamenti per la formazione, studi e ricerche, sicurezza sul lavoro, assistenza sanitaria, previdenza complementare ... e tanto altro.



[www.ebnt.it](http://www.ebnt.it)



[www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)



[www.hotelmag.it](http://www.hotelmag.it)



[www.confiturismo.it](http://www.confiturismo.it)



[www.confcommercio.it](http://www.confcommercio.it)



[www.hotrec.org](http://www.hotrec.org)



[www.10q.it](http://www.10q.it)



[www.siaexpo.it](http://www.siaexpo.it)



[www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)



[www.conventionbureau.com](http://www.conventionbureau.com)



[www.icctalia.org](http://www.icctalia.org)



[www.conorzioconoe.it](http://www.conorzioconoe.it)



[www.cfmt.it](http://www.cfmt.it)



[www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)



[www.fondir.it](http://www.fondir.it)



[www.fondamaronegri.it](http://www.fondamaronegri.it)



[www.fondofonte.it](http://www.fondofonte.it)



[www.fasdac.it](http://www.fasdac.it)



[www.fondamariopastore.it](http://www.fondamariopastore.it)



[www.fondofast.it](http://www.fondofast.it)



[www.fondoforte.it](http://www.fondoforte.it)



[www.quas.it](http://www.quas.it)



[www.adapt.it](http://www.adapt.it)



[www.unibocconi.it/met](http://www.unibocconi.it/met)



[www.siae.it](http://www.siae.it)



[www.zurich.it](http://www.zurich.it)



[www.scfitalia.it](http://www.scfitalia.it)



[www.unogas.it](http://www.unogas.it)



[www.unilever.it](http://www.unilever.it)



[www.daikin.it](http://www.daikin.it)



[www.nuovoimaie.it](http://www.nuovoimaie.it)



[www.grohe.it](http://www.grohe.it)



[www.mowatt.it](http://www.mowatt.it)



[www.hoistgroup.com](http://www.hoistgroup.com)



[www.assobiomedica.it](http://www.assobiomedica.it)



[www.resbd.com](http://www.resbd.com)



[www.unicredit.it](http://www.unicredit.it)



[www.verticalbooking.com](http://www.verticalbooking.com)



[www.fulcri.it](http://www.fulcri.it)



[www.tinaba.it](http://www.tinaba.it)



[www.alipay.it](http://www.alipay.it)

## Vuoi saperne di più sul sistema Federalberghi?

Rivolgiti con fiducia ad una delle 145 associazioni territoriali e regionali degli albergatori aderenti a Federalberghi.

I recapiti sono disponibili sul sito [www.federalberghi.it](http://www.federalberghi.it)



[www.quasarinstitute.it](http://www.quasarinstitute.it)



[www.sospediatra.org](http://www.sospediatra.org)



[www.mediahotelradio.com](http://www.mediahotelradio.com)

# Il riposo diventa ecologico

Nasce dalla ricerca e dal rispetto ambientale la nuova linea di materassi 'Natural Heritage' di Simmons

**L**eader della sostenibilità nel bedding system. Simmons entra nel futuro. Alza il livello degli investimenti per la ricerca e va oltre la sua stessa filosofia delle 3R (Reduce-Reuse-Recycle), reinterpretandola in chiave ancora più rigorosa. Nasce così la nuova linea 'Natural Heritage', prodotti che realmente rispondono alla necessità di una svolta ecologica.

“Siamo abituati a creare ‘il nuovo’ interpretando i bisogni del consumatore, anticipando i tempi rispetto ad altri attori. Questo fa parte del nostro Dna e ci conferisce una posizione di privilegio sul mercato – afferma Fabio Formenti, a.d. Gruppo Industriale Formenti, cui fa capo il brand Simmons –. È interessante notare che, anche nel nostro settore, si parla sempre più concretamente di ecologia, di ambiente. Si sta formando una vera e propria ‘onda verde’. Sempre più si va nella direzione della sostenibilità, ma noi ci siamo già arrivati”. Un traguardo certamente non facile da raggiungere... “Infatti, la difficoltà di avere prodotti ‘green’ nel settore alberghiero è che, anzitutto, devono essere resistenti al fuoco, e questo ci limitava nell’utilizzo di prodotti naturali”, come ammette lo stesso Formenti. “Ma la ricerca è andata avanti – evidenzia –, e abbiamo potuto identificare materiali che, opportunamente lavorati e combinati tra loro, mirano alla sostenibilità e, nel contempo, rispettano la normativa antincendio”.

Il rispetto dell’ambiente è articolato e complesso, e richiede non soltanto il coinvolgimento di esperti ma anche di concetti innovativi e rivoluzionari. L’idea più comune è che si debba fare in modo che, a fine vita, il materasso, possa essere smontati e riciclati. Tuttavia un materasso usato per 10-15 anni costituisce un se-



rio problema da affrontare, per esempio, da un punto di vista igienico. Inoltre, i materiali elastici e di imbottitura che lo costituiscono hanno subito un deterioramento meccanico tale da non renderli idonei ad alcuno scopo, quindi senza alcuna effettiva possibilità di riciclo.

**SI PARLA  
SEMPRE PIÙ  
CONCRETAMENTE  
DI ECOLOGIA,  
DI AMBIENTE**

È proprio qui che Simmons compie il sorpasso e dimostra la sua capacità di saper innovare. “Nella sostanziale impossibilità di metterlo in pratica alla fine – spiega Formenti –, il nostro rispetto ambientale prevede l’utilizzo, già all’origine, di materiali che siano frutto di recycling. In pratica, abbiamo capovolto il ciclo, abbiamo stravolto la produzione, ed utilizziamo sin da subito materiali riciclati. Ad esempio, il filo di acciaio delle molle proviene dal recupero di rottami di ferro. Per le imbottiture, invece, abbiamo ottenuto un ottimo materiale resistente al fuoco unendo poliesteri ottenuti da bottiglie di plastica riciclate ed un materiale tradizionale e naturale quale la lana vergine, per assorbire l’umidità corporea”.

Nell’ottica del ‘Reduce’ la nuova linea utilizza anche minori quantità di materie prime preziose, perché sono state riconsipite le modalità costruttive di ogni prodotto. Quello adottato per realizzare la nuova linea Natural Heritage è quindi un approccio a 360 gradi.

Un’azienda propositiva, dunque, che si impegna anche a diffondere una sempre più spiccata sensibilità ecologica nel settore hospitality, a cui è in grado di rispondere con una soluzione pronta all’uso.

E Simmons ritorna a **SIA Hospitality Design**, per presentare i nuovi materassi e accessori ‘Natural Heritage’, in maniera innovativa, con uno stand diverso rispetto alle precedenti edizioni della manifestazione a Rimini Fiera, e con un messaggio chiaro e dedicato: “Presentiamo quest’unica linea – spiega Fabio Formenti, a.d. Gruppo Industriale Formenti –, e non l’intera gamma di prodotti. Vogliamo essere precisi e molto mirati: un prodotto così innovativo merita tutta l’attenzione, e deve essere presentato con un allestimento speciale, che gli consenta di avere il corretto risalto e di essere messo in particolare evidenza”. **S.P.**



# Enoturismo, il decalogo

Il nuovo programma Enit presentato alla conferenza internazionale dell'Unwto dedicata al settore

Il comparto del turismo legato al vino cambia strategia. È quanto emerso dal sesto Forum Mondiale dell'Enoturismo, svoltosi ad Alba, promosso e organizzato dall'Unwto in collaborazione con ministero del Turismo, Enit e Regione Piemonte.

L'evento ha posto le basi delle nuove azioni di sviluppo e l'indirizzo del settore.

Al centro, tre parole chiave: innovazione, creatività, sostenibilità.

In Italia il vino si unisce alla storia, al design e alle arti, dando vita ad espressioni uniche. Nuovi prodotti turistici,

nuovi abbinamenti oggi sempre più apprezzati da un pubblico ampio, composto non solo da appassionati di vino.

Ed è anche su questi concetti che prende vita il nuovo programma di promozione lanciato dalla ceo di Enit, Roberta Garibaldi. Una sorta di decalogo per il settore.

## 1° IL VINO TRA CULTURA E TRADIZIONE

526 vini certificati, 6 beni materiali ed immateriali riconosciuti come patrimonio dell'umanità, 3 Città creative Unesco per l'enogastronomia e 2 Paesaggi Fao. Questi i primati che l'Italia vanta, a cui si aggiungono i Paesaggi rurali storici che da Nord a Sud caratterizzano l'Italia.

## 2° SOSTENIBILITÀ AMBIENTALE E SOCIALE

Attenzione all'ambiente e dimensione sociale sono valori imprescindibili e discriminanti nelle scelte per il consumatore e il turista. In particolare, 7 turisti italiani su 10 si dichiarano più propensi a visitare un'azienda di produzione, se anche questa ha in essere progetti di sostegno alla comunità locale.

## 3° VIVERE GLI SPAZI APERTI

Tour in bicicletta, e-bike, mountain bike, trekking del vino e del gusto, combinando modalità attive e slow. È questo il vero sapore del settore vinicolo ripartito a seguito della pandemia con l'obiettivo di riproporre, in maniera innovativa, il piacere della scoperta enogastronomica nel territorio.

## 4° NATURE BATHING

Benessere, corsi di yoga e pilates e lezioni di arte nei vigneti, così come immersioni nella natura, sono la cornice che arricchisce i trattamenti a base di vino delle cantine italiane. Il viaggio enoturistico si è trasformato in un'occasione per rigenerarsi.

## 5° URBANO E RURALE: GLI HUB ENOGASTRONOMICI

Il mondo rurale entra in città con le vigne urbane e i mercati che divengono un'autentica esperienza. I musei del gusto che diventano hub uniscono mondi geograficamente distanti, facilitando i turisti nella scoperta della cultura enologica e gastronomica.

## 6° ACCOGLIENZA IN CANTINA A 360°

L'enoturismo italiano si trasforma anche nelle sue modalità di accogliere il turista per un'esperienza a 360°. Le cantine si legano agli alberghi, offrono nuove proposte di pernottamento nei vigneti (wine glamping), e creano ristoranti gourmet al loro interno dove il vino si accompagna a piatti a base di prodotti locali.

## 7° IL NUOVO ENOTURISTA

Il viaggio enoturistico non è più solo appannaggio degli appassionati, ma affascina un pubblico ampio fatto di single, famiglie con bambini, donne e giovani. Le cantine italiane si stanno muovendo nella direzione di diversificare le proprie esperienze, hanno attivato crm e wine club per offrire proposte capaci di soddisfarli adottando un approccio data-driven.

## 8° LE NUOVE CONNESSIONI DEL VINO

Il modo rurale entra in città con le vigne urbane e i mercati che divengono un'autentica esperienza. I musei del gusto che diventano hub uniscono mondi geograficamente distanti, facilitando i turisti nella scoperta della cultura enologica e gastronomica con il 60% degli italiani che li ricerca nei propri viaggi.

## 9° L'EVOLUZIONE DEL MARKETING

Esperienze nel metaverso, nft, gaming e realtà aumentata sono le nuove sfide. Dalle neuroscienze al digitale, il marketing del turismo del vino si trasforma ponendo al centro le degustazioni digitali che sono apprezzate dai turisti sia nel pre- che nel post-experience.

## 10° LA PIANIFICAZIONE STRATEGICA

Preservare il patrimonio attraverso il turismo; Sviluppare l'offerta, innovandola e arricchendola; Fare rete per integrare prodotti e servizi turistici, connettere aree urbane e rurali; Comunicare e promuovere, accrescendo l'attrattività e l'accessibilità dell'offerta italiana nel mondo.

**Turismo d'Italia** è Organo Ufficiale di Federalberghi, l'associazione nazionale degli albergatori. È l'unica rivista specializzata che raggiunge in modo capillare tutte le strutture ricettive a 5, 4 e 3 stelle con una tiratura di 15mila copie e una readership online di oltre 75mila contatti.

Il magazine si presenta con una grafica innovativa e accattivante, studiata per dare ampio spazio a nuovi contenuti di attualità, agli approfondimenti e alle tendenze ed eccellenze dei settori Contract e Horeca: dai prodotti alla tecnologia, dalla progettazione ai servizi, dal food&beverage al design.

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

# turismo

*d'Italia*

## TIRATURA E DIFFUSIONE

**Turismo d'Italia** è un bimestrale distribuito in **15mila copie**. Ogni numero viene spedito a 6.000 hotel 4 e 5 stelle e a 9.000 3 stelle selezionati.

Inoltre, la versione **sfogliabile in pdf** viene ogni volta inviata a una mailing list di **oltre 75.000 nominativi** (alberghi, catene, società di servizi, progettisti, giornalisti, ecc.), raggiungendo così una diffusione davvero straordinaria per l'editoria specializzata.



La rivista è sfogliabile anche online all'indirizzo [www.turismoditalia.it](http://www.turismoditalia.it)





# Simmons. Nient'altro.

Perchè chi cerca la qualità  
sa dove trovarla.

Dedicate la giusta attenzione al valore del riposo: un sonno di qualità è un fattore determinante per la salute ed assicura un effetto benessere che il Vostro ospite sicuramente apprezzerà. Simmons, produttore internazionale di materassi, sommier e accessori per il letto, si distingue per la riconosciuta capacità di soddisfare tutte le esigenze del dormire bene con prodotti dall'elevata qualità e dall'ottimo comfort in grado di assicurare ai Vostri ospiti un riposo impareggiabile.



Simmons - Gruppo Industriale Formenti  
Via Desio, 47/49 - 20813 Bovisio Masciago (MB)  
Tel. 0362 6481 - Fax Uff. Vendite 0362 558333  
[www.simmons.it](http://www.simmons.it) - [hotel@simmons.it](mailto:hotel@simmons.it)



Made in Italy