

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo

d'Italia

InOut

**NASCE IL SALONE IEG
DEDICATO AL CONTRACT**

L'intervista

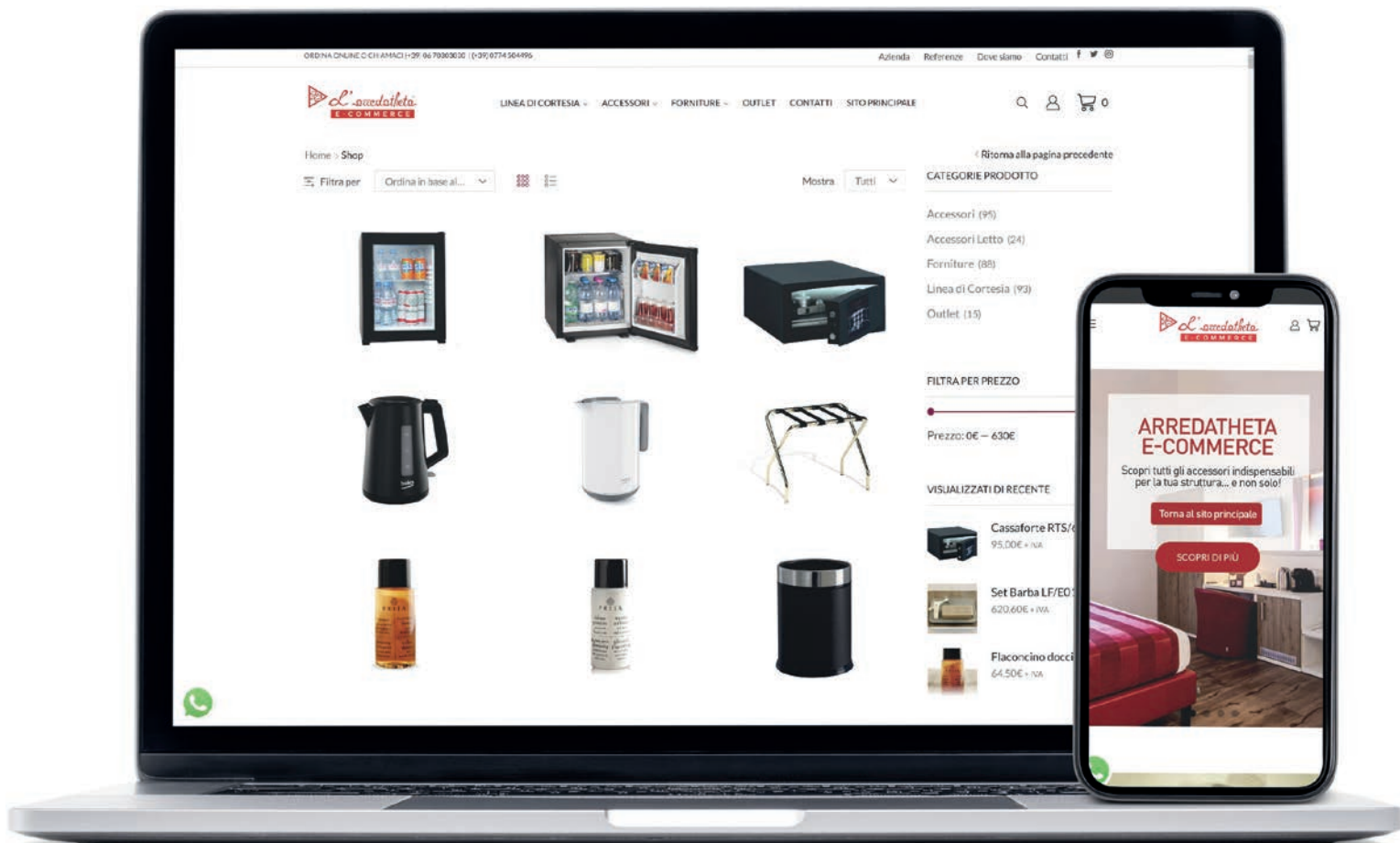
**IL MINISTRO SANTANCHÈ:
"UN LAVORO DI SQUADRA"**

Strumenti finanziari

**UN NUOVO ACCORDO
CON INTESA SANPAOLO**

IMPRESE AL CENTRO

Albergatori protagonisti delle sfide che il nuovo anno porta con sé
Coraggio, solidarietà e una diversa visione del futuro le 'armi' per il 2023



**PROVA IL NOSTRO SHOP
10% di sconto con il codice
TRYME**

Trova tutto quello di cui hai bisogno per il tuo hotel
nel nostro e-commerce con migliaia di prodotti in pronta consegna.

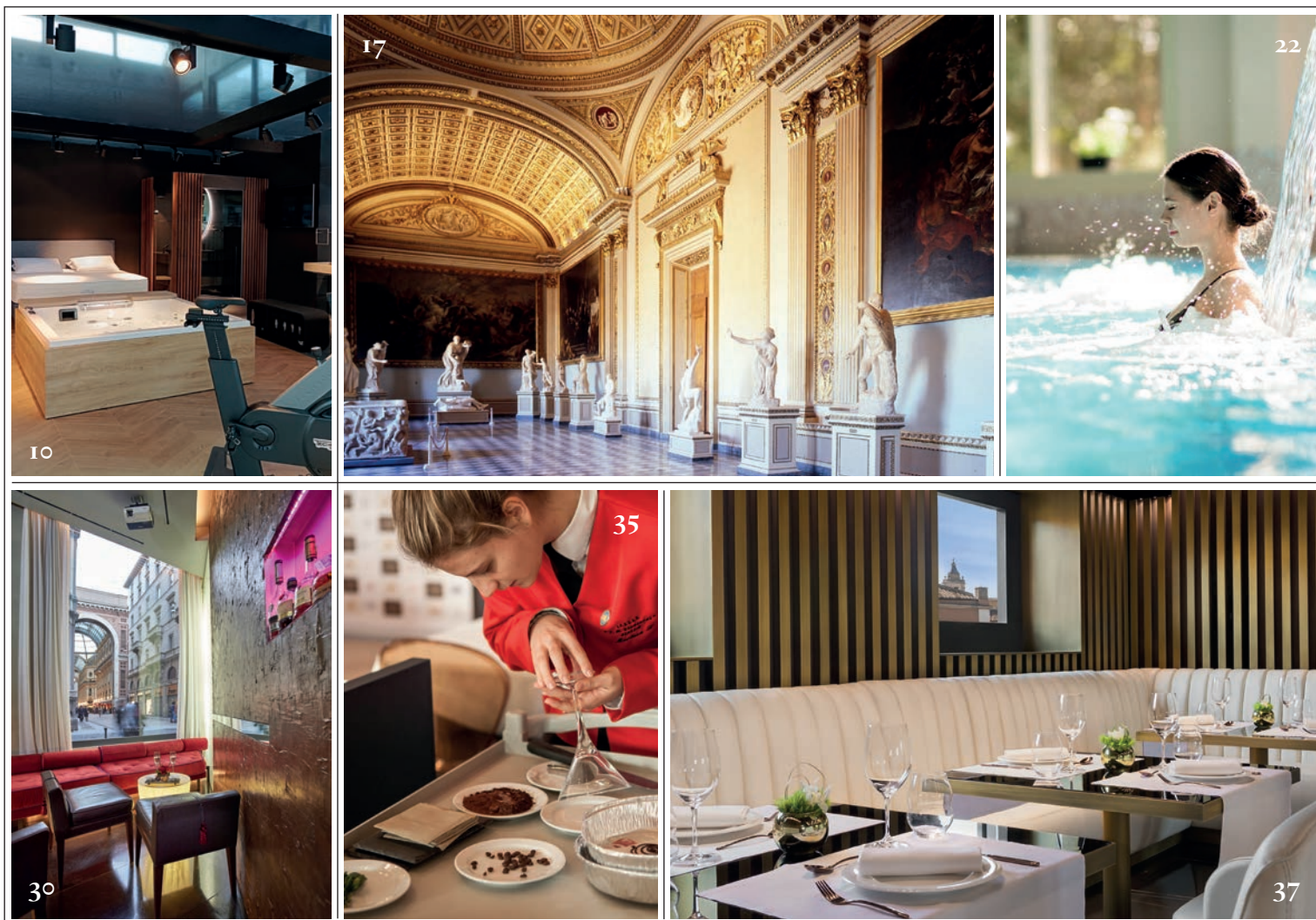
www.shoparredatheta.com

DAL PROGETTO
ALLA REALIZZAZIONE
CI PRENDIAMO CURA
DEL VOSTRO **HOTEL.**

ARREDI PER HOTEL DAL 1981

www.larredatheta.com
info@larredatheta.com
Tel. 06. 70.30.30.30

 *L'arredatheta*
arrediperhotel.com



Sommario **TURISMO D'ITALIA**

N. 66 - Dicembre 2022

5 L'Editoriale
VERSO IL NATALE: MISSIONE TURISMO
di Bernabò Bocca

6 InOut, salone del contract
Il nuovo format IEG per l'hospitality

10 Il design si fa spazio
di Amina D'Addario

14 "Il Turismo sia centrale
per il bene dell'Italia"
Intervista al Ministro Santanchè
di Barbara Bonura

Federalberghi

17 Il ponte 8 dicembre tra fiducia
e nuove tendenze

21 Nuovi strumenti targati Intesa Sanpaolo

22 Studio Federalberghi Terme:
come si evolve il prodotto

25 XV Convention Cnga
di Andrea Serra

26 "Metaverso. Noi e il web 3.0"

Hospitality

30 Il valore di una 'Week'
di Alberto Caspani

33 Affitti brevi, la stretta Ue

35 Patto per crescere talenti
nel mondo dell'ospitalità

37 **SPECIALE FOOD & MISE EN PLACE**

Strategici e gourmand

42 **SPECIALE BAGNI & AMENITIES**

Comfort zone

45 Rinascimento barocco
Il restyling del Bernini Bristol

47 **HOTEL HUB**

Tecnologie da scoprire
per un vero salto di qualità
di Giacomo Pini

ITALIA

TTG

Luxury



IL MAGAZINE LUSO FIRMATO TTG ITALIA
VI DÀ APPUNTAMENTO NEL 2023

PER INFORMAZIONI: PUBBLICITA@TTGITALIA.COM

È una pubblicazione
ITALIAN EXHIBITION GROUP

Your Wellness Moment

D O C C I A | S A U N A | H A M M A M



RASODOCCIA
DOCCIA A FILO PAVIMENTO

EXEN
SAUNA

ZEN
HAMMAM

 **megius**[®]

PADOVA HEADQUARTERS | ITALY
MILANO ARCHITECT SHOWROOM | ITALY
PARIGI | FRANCE
BARCELONA | ESPAÑA
PORTO | PORTUGAL

VISITA IL NOSTRO SHOWROOM@MILAN VIA SOLFERINO 36- ITALY



megius.com

EDITORE
Italian Exhibition Group S.p.A.
PRESIDENTE
Lorenzo Cagnoni

DIRETTORE RESPONSABILE
Remo Vangelista

COORDINAMENTO
FEDERALBERGHI
Alessandro Nucara

Publicazione editoriale a cura della
redazione di TTG Italia - IEG

REDAZIONE
redazione@ttgitalia.com

COLLABORATORI
Silvana Piana, Barbara Bonura,
Alberto Caspani, Amina D'Addario,
Stefania Galvan, Giacomo Pini

CONTATTI COMMERCIALI
pubblicita@ttgitalia.com

MATERIALI PUBBLICITARI
Catia Di Girolamo
materiali.online@ttgitalia.com
digirolamo@ttgitalia.com

UFFICIO ABBONAMENTI
abbonamenti@ttgitalia.com

Registrazione
presso il Tribunale di Milano
n. 693 del 8/11/1999
Pubblicità non eccedente del 45%

STAMPA
Rotopress International Srl
Loreto (AN)



Dicembre, Numero 66

In copertina

La hall del Bernini Bristol di Roma dopo il nuovo restyling che mette in luce un design ripensato, che abbina storia e contemporaneità. Un simbolo della tendenza sempre più viva e presente nell'ospitalità italiana, anche per merito dei programmi di riqualificazione

BERNABÒ BOCCA
Presidente Federalberghi



Editoriale

VERSO IL NATALE: MISSIONE TURISMO

Dopo un lungo percorso ad ostacoli che ha messo a dura prova le nostre aziende e anche il nostro proverbiale ottimismo, siamo approdati al Natale 2022. La stagione più alta per eccellenza, sicuramente per ciò che riguarda il turismo invernale. Sappiamo che la pandemia ha spezzato molte imprese, il conflitto in Ucraina ci ha privato della serenità che sembrava riconquistata e il caro energia è stato per noi un altro pugno nello stomaco. Insomma, l'attualità ci chiede ancora di tenere duro. Raggiungiamo questo Natale con un nuovo ministro che rappresenta un Governo che al momento sembra teso all'obiettivo di potenziare il nostro settore. È importante sottolineare che il ministro Santanchè ha scelto noi come prima associazione di categoria con cui fare un incontro istituzionale, e abbiamo toccato con mano il fatto che ha in dote un certo pragmatismo. Ci siamo infatti confrontati su diversi temi e, nell'ascoltare le nostre istanze, il ministro ha contestualmente immaginato e condiviso con noi alcune eventuali soluzioni ai tanti problemi che opprimono il nostro comparto. Primo tra tutti, l'insostenibile rialzo dei costi energetici. Noi staremo a guardare, certo. Ma sapere di avere un'interlocutrice che comprende la nostra lingua, bene questo è estremamente importante.

Nel frattempo abbiamo potuto constatare che il ponte dell'Immacolata, primo grande banco di prova per la stagione invernale, ha portato buoni risultati: se oltre 12 milioni di italiani hanno programmato di mettersi in viaggio per la festività dell'8 dicembre e hanno scelto come destinazione – nel 94% dei casi – il Belpaese, questo è un buon motivo per sentirsi rassicurati. Le città d'arte si sono riempite, c'è crescente interesse per il patrimonio artistico e naturalistico di casa nostra, viaggiare in Italia è di nuovo "cool".

Malgrado le festività natalizie non offrano congiunture particolarmente favorevoli nel calendario, pensiamo comunque che sì, possiamo farcela. Che sì, l'appeal dell'Italia non si appanna, anzi, sembra contagiare sempre più i nostri concittadini. Segno che il turismo pulsa e merita il massimo dell'attenzione, sia a livello di iniziative imprenditoriali, sia a livello istituzionale.

Che regalo vorremmo allora sotto l'albero, per far sì che questo trend non venga interrotto mai? In cima alla lista, la soluzione del problema del caro energia; poi veder risolta una volta per tutte la criticità del reclutamento del personale e, ultimo ma non da ultimo, sgravi fiscali per le nostre aziende e una politica di grandi eventi su tutto lo Stivale.

Con questo auspicio, non resta che augurare a tutti Buon Natale!



Un'immagine della platea durante la presentazione di InOut, svoltasi a Milano, allo Spazio Lineapelle

InOut, salone del contract

Nasce il nuovo format IEG per il mondo dell'hospitality, uno spazio ideato per raggruppare le proposte di SIA Hospitality Design, SUN Beach&Outdoor Style, Superfaces e Greenscape. Il debutto a Fiera di Rimini, in contemporanea con l'edizione 2023 di TTG Travel Experience

Dall'arredo della stanza d'hotel alla progettazione del verde, dalla scelta dei materiali per le superfici degli interni al design degli stabilimenti balneari. Nasce InOut I The Contract Community, il nuovo appuntamento di IEG dedicato al mondo contract e delle forniture, in programma a Fiera di Rimini dall'11 al 13 ottobre 2023, in contemporanea con TTG Travel Experience.

Il nuovo format si articola in quattro aree distinte: SIA Hospitality Design, SUN Beach&Outdoor Sty-

le, Superfaces e la novità Greenscape The Garden & Outdoor Contract Fair, dove troveranno spazio aziende e professionisti della progettazione e realizzazione di giardini, in grado di coinvolgere marchi di arredi, corredi e accessori per l'esterno, pavimentazioni e illuminazione.

“Negli anni - ha affermato il presidente di IEG, Lorenzo Cagnoni - Italian Exhibition Group ha saputo comporre l'intera filiera dell'industria turistica a Rimini affiancando il settore travel al SIA, storica manifestazione per le

attrezzature alberghiere, e al SUN, incentrato sull'outdoor. Oggi, abbiamo deciso di rafforzare ulteriormente questo appuntamento, riorganizzandolo, espandendolo e allargandolo al mondo del contract”.

“InOut The Contract Community è un format che - ha aggiunto Corrado Peraboni, ceo di IEG -, oltre al momento di incontro fra gli operatori professionali, propone una ricca offerta di prodotto. Grazie a un concept basato su cluster espositivi capaci di sviluppare le aree tematiche in modo



Da sinistra: Alessandro Nucara, direttore generale Federalberghi, Valeria Randazzo, exhibition manager Greenscape, Corrado Peraboni, ceo IEG, Maurizio Ori, architetto paesaggista Aiapp, Gloria Armiri, group exhibition manager Tourism & Hospitality Division IEG, Alberto Granzotto, presidente Faita, Lorenzo Cagnoni, presidente IEG, Patrizia Catalano, giornalista moderatrice della tavola rotonda, Marta Ballabio, exhibition manager IEG, e Armando Bruno, ceo Studio Marco Piva

esaustivo, articolato e integrato, InOut vuole posizionarsi come il place to be per l'intera filiera dell'ospitalità allargata che incontra la contract community in contemporanea al TTG Travel Experience".

"La forza attrattiva di TTG Travel Experience - ha sottolineato Gloria Armiri, group exhibition manager Tourism & Hospitality Division IEG - ha richiamato, negli anni, a Rimini, a ottobre, un elevato numero di strutture

ricettive, resort, attività extra-alberghiere e del turismo open air, dall'Italia e dal mondo, insieme ai maggiori key player delle industry di riferimento. La strategia vincente è stata affiancare all'incontro fra operatori professionali, un'offerta di prodotto, creando così il più grande marketplace per il mondo del turismo e dell'ospitalità. E oggi IEG, grazie a consolidati rapporti con gli stakeholder, decide di rafforzare questo appuntamento, lanciando InOut

| The Contract Community, il nuovo format di networking, business e formazione dedicato al mondo Contract e Forniture per l'ospitalità, in contemporanea con TTG".

Armonia di elementi

Un'immagine evocativa, che unisce in armonia gli elementi delle community del contract. È questo il visual del nuovo progetto InOut. A idearlo è la creative evolution company Creostudios, che spiega: "Che cosa accomuna gli espositori che compongono la Contract Community di InOut? L'abilità di trasformare i materiali in prodotti unici, di design, funzionali. Il visual è costruito con i materiali e le texture provenienti dalle aree tematiche della fiera, a formare una composizione che è una preziosa scultura, in cui gli elementi dialogano in equilibrio e perfetta armonia".



Il mondo hospitality davanti alla prova futuro

Focus sul comparto alberghiero. Scenari e opinioni dalla tavola rotonda organizzata per la presentazione di InOut | The Contract Community, il nuovo format di IEG che debutterà a Fiera di Rimini nel 2023

DI ISABELLA CATTONI

I nuovi scenari dell'hospitality hanno tenuto banco durante la tavola rotonda organizzata in occasione del lancio di InOut | The Contract Community, il nuovo format di IEG dedicato al contract e alle forniture per gli ambienti e le strutture ricettive. Un comparto che, secondo il direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucara, "ha messo a segno una buona estate, ma è ancora ben al di sotto dei livelli pre-pandemici". Un dato su tutti: la stima ormai consolidata sull'intero 2022 indica una flessione delle presenze nelle strutture italiane intorno al 7 per cento rispetto ai livelli pre-pandemia. "Un risultato già soddisfacente – ha commentato Nucara –, considerando che sino ad aprile non si è lavorato e che da

Proporre soluzioni a sostegno dell'innovazione

quel momento, fortunatamente, italiani e stranieri sono tornati in modo deciso a frequentare gli alberghi. Anche se ci vorrà almeno un decennio per onorare i debiti contratti in questi anni difficili". Tuttavia, il direttore generale di Federalberghi non ha dubbi: "Per traghettare oltre è necessario investire, e per poterlo fare è necessario il sostegno del Governo, specie in una realtà come quella italiana, ancora formata per lo più da imprese familiari". Da qui le richieste al ministro del Turismo, Daniela Santanchè, concentrate su lotta all'abusivismo, interventi sulla pressione fiscale, investimenti a sostegno del mercato del lavoro e utilizzo dei fondi del Pnrr per sostenere i progetti in via di sviluppo.

PRIORITÀ ASSOLUTE

Indispensabile, in questa fase, investire. E in questo senso, il connubio Federalberghi-IEG risulta ancora particolarmente importante per proporre soluzioni a sostegno dell'innovazione, come sottolineato ancora dal manager, della federazione degli albergatori italiani, che non ha perso l'occasione per segnalare le richieste al ministro del Turismo, Daniela Santanchè: "Abbiamo segnalato alcune priorità, tra cui la lotta all'abusivismo, il problema della pressione fiscale sulle imprese, la difficoltà connessa al reperimento di risorse umane da inserire nel settore".

Opinione condivisa anche dal presidente di Faifa FederCamping, Alberto Granzotto, per il quale la crescita è necessaria, soprattutto in questa fase: "La modalità turistica all'aria aperta è la seconda in Italia dopo gli alberghi. Le 2mila imprese del comparto, circa l'1% del totale delle imprese di ospitalità italiane, realizzano il 10% degli arrivi registrando circa il 20% delle presenze.

Si tratta di oltre 10 milioni di ospiti, oltre la metà dei quali provenienti dall'estero, per 73 milioni di presenze e un fatturato che supera i 5 miliardi di euro per anno. Questi numeri indicano che dobbiamo puntare a una crescita strutturale che porti l'offerta di posti letto oltre il milione 350mila unità attuali, con caratteristiche sostenibili".

Dal fronte architetti, Armando Bruno, ceo dello Studio Marco Piva, ha rilanciato "il ruolo centrale dell'albergo come luogo diurno e non notturno, che deve porre al centro l'accoglienza e l'ospitalità".

Temi cari anche agli altri relatori presenti: Maurizio Ori, architetto e paesaggista Aiapp, il cui focus è stato sull'importanza di "piani di sviluppo del territorio integrati, che diano spazio sia ai progetti sul paesaggio sia a nuove esperienze di ospitalità". Per Armando Bruno, ceo dello Studio Marco Piva, "il contributo dell'architettura alla creazione di un'offerta di qualità per il turista è nodo fondamentale dell'ospitalità".



Da sinistra: Maurizio Ori, architetto e paesaggista Aiapp, Alessandro Nucara, direttore generale Federalberghi, Alberto Granzotto, presidente Faifa, e Armando Bruno, ceo Studio Marco Piva



L'HOTEL MAGGIOR CONSIGLIO DI TREVISO PUNTA SULLA TECNOLOGIA CON AETHERNA E TP-LINK



«**Q**uando abbiamo deciso di investire in **dotazioni tecnologiche**, volevamo prima ancora che un fornitore, un **Partner che ci guidasse** tra le numerose scelte presenti sul mercato, per individuare le soluzioni digitali **ideali per la struttura** e per la nostra clientela» **Enrico Barcé** - proprietario della struttura.

Nel pieno **centro storico di Treviso** sorge l'**Hotel Maggior Consiglio**, collegato ai principali mezzi ferroviari e alla splendida città di Venezia.

SPA, ristorante e sale riunioni sono i principali servizi offerti dalla struttura, che insieme alla **posizione strategica**, si propone come punto di riferimento di un viaggiatore di tipo prevalentemente business.

Il proprietario dell'**Hotel Enrico Barcé** ha scelto **Aetherna**, Gold Partner TP-Link, per intraprendere il proprio percorso di **innovazione digitale**, ed offrire ai propri Ospiti la possibilità di interagire con la struttura e personalizzare il proprio soggiorno grazie alle **tecnologie integrate** ad uso intuitivo.

«L'esigenza dell'hotel era avere una **copertura Wi-Fi omogenea** in tutte le zone della struttura, dalle camere alle aree comuni. In particolare, nelle sale meeting la necessità era avere una **banda dedicata** con caratteristiche tecniche specifiche. La serie **Omada di TP-LINK** ha permesso all'hotel di dotarsi di un'**infrastruttura Wi-Fi** che soddisfa questi requisiti grazie agli **Access Point Wi-Fi 6 ad alta densità**, che permetto-

no di supportare numerosi dispositivi connessi contemporaneamente» **Luigi Cardillo** - Direttore Tecnico di Aetherna

Gli **Hospitality TV** consentono all'Ospite di scoprire i vari servizi proposti dalla struttura, come ad esempio il ristorante dell'albergo, che vanta di un angolo pizzeria con forno a legna, ottimizzandone la vendita, e **incrementando il revenue**.

L'esperienza **Wi-Fi** garantisce una connessione veloce e stabile indispensabile per la tipologia di Ospiti che soggiorna in struttura.

Oggi, infatti, la **connessione Wi-Fi 6** ad alte performance **raggiunge ogni camera** e area comune, grazie all'infrastruttura realizzata con gli apparati Wi-Fi di **TP-Link serie Omada**. Questo garantisce la possibilità di organizzare riunioni ed eventi aziendali nelle apposite sale, dotate di strumenti tecnologici di ultima generazione come la **lavagna digitale interattiva**.

L'esperienza di soggiorno si arricchisce con la bellissima **Area Benessere**, comprensiva di **SPA** e **palestra** al cui interno è possibile usufruire di diversi trattamenti, e con la possibilità di **noleggiare la bicicletta** per raggiungere i vicinissimi **campi da Padel** per un momento di **relax dopo lavoro**.

L'hotel Maggior Consiglio è la sintesi di come la **tecnologia integrata** ai servizi sia interni che esterni alla struttura **arricchisca l'esperienza di soggiorno** di chi viaggia per lavoro e consenta di creare un prodotto idoneo al mondo business, meeting e incentive.

Il design si fa spazio

I nuovi concept per rendere gli alberghi sempre più attraenti, microcosmi dove l'ospite abbia tutto a portata di mano e possa gustare appieno ogni ambiente, dentro e fuori dalla camera

DI AMINA D'ADDARIO

Tecnologiche, essenziali, sostenibili. Ma allo stesso tempo confortevoli, aperte a usi diversi e non convenzionali, in una parola ibride. Le camere sono il cuore pulsante di una struttura ricettiva. Sono il motivo per cui si privilegia un hotel in luogo di un altro. Sono lo spazio d'elezione dove il viaggiatore riposa, cura il corpo e lo spirito, lavora, mangia, si allena. Guai, quindi, ad adottare un design anonimo e non definito. L'imperativo, semmai, è offrire ai propri ospiti un'esperienza fuori dal comune, accoglierli in un ambiente unico e sofisticato, che vive in sinergia con le atmosfere del luogo.

Ma come rispondere a questi bisogni? E come sta cambiando l'approccio alla progettazione alberghiera? Ovviamente non esiste una risposta univoca. Come tutte le attività sartoriali, ogni architetto dà, a ogni progetto, un'impronta personale e per alcuni aspetti inedita.

Una cosa è certa: dopo la pandemia nulla è più come prima. Mai come oggi il tempo viaggia veloce. E mai come oggi tutti i player del settore si confrontano con modelli di accoglienza profondamente diversi rispetto al passato più recente. Vediamo alcuni.

Ambienti polifunzionali



Un cambio di passo repentino e veloce lo riconoscono tutti i protagonisti del design alberghiero. A cominciare da **Simone Micheli**, convinto che l'evoluzione che negli ultimi anni ha travolto il settore dell'accoglienza sia stata "sorprendente". Ma anche che a dominare tutti i nuovi progetti di ospitalità siano oggi fluidità e contaminazione.

Gli hotel, dice, "combinano sempre di più le loro funzioni e le loro capacità, trasformandosi in spazi ibridi e interattivi, abili nel rispondere in maniera personale e perfettamente soddisfacente alle mutate esigenze dell'uomo contemporaneo".

Fondamentale, poi, il ruolo dell'elemento tecnologico che, sostiene, "diviene l'indispensabile linfa vitale di ciascuno progetto che legghi vita quotidiana e lavoro. Non più una suddivisione in compartimenti stagni di spazi e funzionalità, ma luoghi cangianti e dinamici". Una tendenza non soltanto destinata a consolidarsi, ma ormai pronta a fare un salto ulteriore: "Credo che la suddivisione statica di spazi e funzioni - argomenta Micheli - sarà sostituita da approcci olistici e unitari, volti a liberare l'interiorità e la sensorialità dell'uomo e a garantire il suo benessere".

La spa in camera

Che la ricerca del benessere si intrecci sempre più con il mondo del ricettivo lo sostiene, del resto, anche l'architetto **Silvia Giannini**, che, con il team dello Studio Wellness 7.0, punta con convinzione sull'area benessere come punto nevralgico e sempre più connesso all'esperienza in hotel. Non più ambiente confinato nello spazio comune del centro benessere, ma "parte integrante" delle stanze e plus dalla dimensione sempre più intima, a portata di ogni ospite.

"Se fino a qualche anno fa la spa era vista come un'alternativa al benessere privato in camera - sostiene Giannini -, oggi queste due realtà sembrano rafforzarsi a vicenda, esprimendo il livello di qualità di una struttura ricettiva in termini di wellness".

È vero che la clientela continua ad amare l'esperienza di una doccia emozionale o di un trattamento di bellezza "come momento collettivo, da condividere in spazi comuni", ma, aggiunge Giannini, "apprezza anche la possibilità di una spa privata, di un'esperienza intima ed esclusiva". Risultato: la camera diventa un "microcosmo" nel quale ricercare, e trovare, il benessere e l'equilibrio psico-fisico. Un ecosistema dall'equilibrio perfetto, che accanto al letto o a una scrivania può accogliere, senza risultare decontestualizzato, un bagno di vapore, un angolo destinato all'allenamento o una vasca idromassaggio per due.

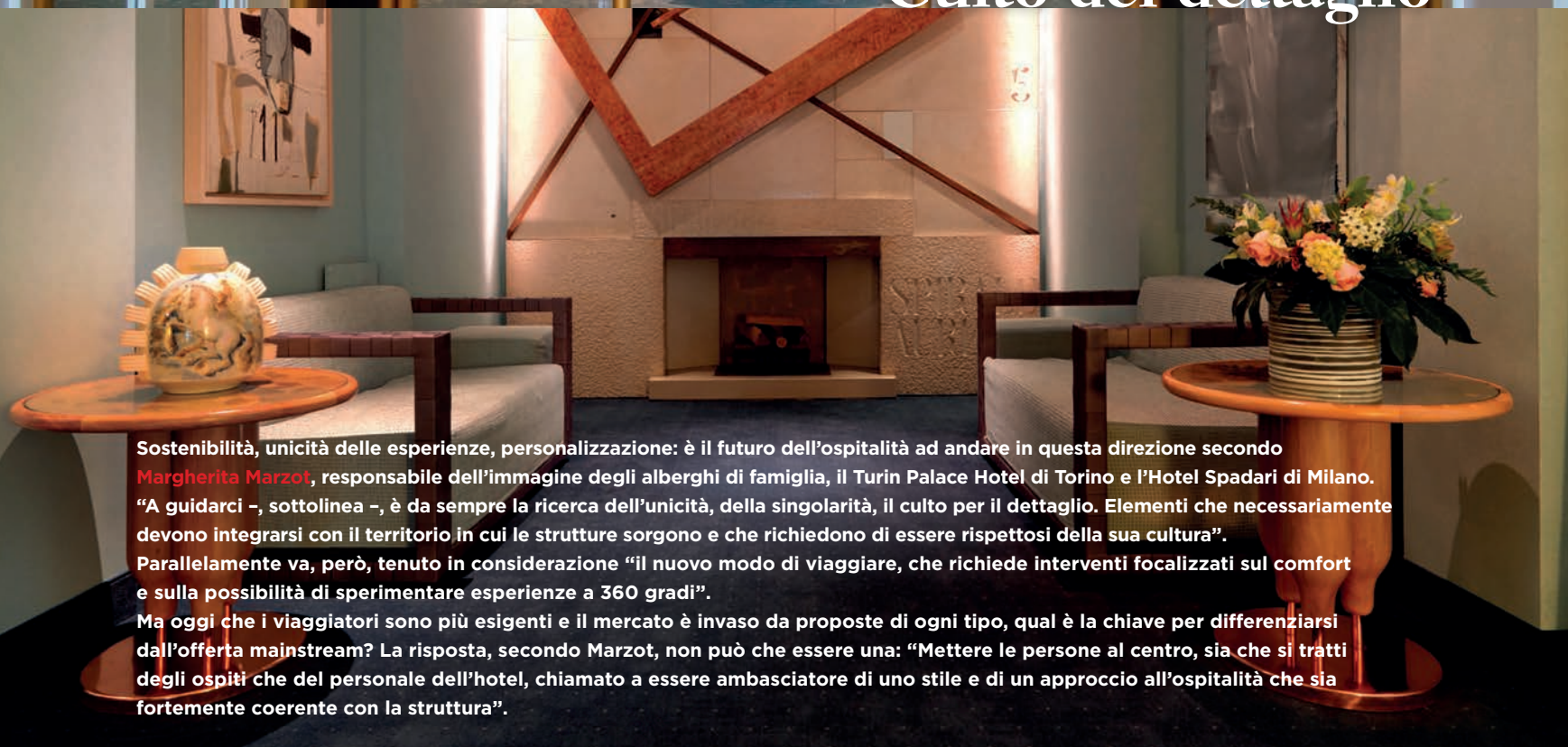


Prestige, il soft refurbishment

L'ingegno di Hi Contract e la creatività di Eclettico Design by Studio Lombardini22 si sono uniti in un progetto innovativo per camere d'albergo: la boiserie Prestige. Si tratta di un sistema di pannelli precablati, modulare, multifunzionale e customizzabile per tutti gli interventi di valorizzazione alberghiera. Pannelli di facile montaggio, ad alto potere fonoassorbente ed elevata tecnologia, che in tempi rapidi rendono più attuale e più performante l'ambiente in cui viene applicato. Il concept Prestige, presentato in anteprima a SIA 202 nell'area Rooms, è dedicato al mercato dell'hospitality lusso, rappresentando, in particolare, una risposta al segmento 'bleisure'. Il format, infatti, consente la fruizione di aree in cui bisogni lavorativi e necessità personali dell'ospite possano trovare equivalente spazio.



Culto del dettaglio



Sostenibilità, unicità delle esperienze, personalizzazione: è il futuro dell'ospitalità ad andare in questa direzione secondo **Margherita Marzot**, responsabile dell'immagine degli alberghi di famiglia, il Turin Palace Hotel di Torino e l'Hotel Spadari di Milano. "A guidarci -, sottolinea -, è da sempre la ricerca dell'unicità, della singolarità, il culto per il dettaglio. Elementi che necessariamente devono integrarsi con il territorio in cui le strutture sorgono e che richiedono di essere rispettosi della sua cultura". Parallelamente va, però, tenuto in considerazione "il nuovo modo di viaggiare, che richiede interventi focalizzati sul comfort e sulla possibilità di sperimentare esperienze a 360 gradi". Ma oggi che i viaggiatori sono più esigenti e il mercato è invaso da proposte di ogni tipo, qual è la chiave per differenziarsi dall'offerta mainstream? La risposta, secondo Marzot, non può che essere una: "Mettere le persone al centro, sia che si tratti degli ospiti che del personale dell'hotel, chiamato a essere ambasciatore di uno stile e di un approccio all'ospitalità che sia fortemente coerente con la struttura".



Foto d'arte: i muri interpretati da Alidem

Azienda innovativa nell'ambito dell'art decor, Alidem fornisce una vasta gamma di immagini e soggetti per decorare le pareti degli ambienti delle strutture ricettive, con opere fotografiche studiate ad hoc e realizzate su diverse tipologie di supporto. Il tutto per donare una nuova identità agli spazi, attraverso progetti e storytelling personalizzati. Lo studio utilizza un proprio laboratorio dedicato alla ricerca, alla progettazione creativa, alla post-produzione e alla realizzazione di prototipi, affidandosi poi a mastri stampatori e artigiani specializzati che si avvalgono di macchine di ultima generazione specifiche per i diversi tipi di prodotto. Non da ultimo, Alidem propone anche i vantaggi che la convenzione stipulata con Federalberghi offre alle imprese associate, tra cui uno sconto del 10% sull'acquisto di servizi e prodotti.

PERDORMIRE HOTEL, IL PARTNER IDEALE PER CREARE LA MIGLIOR BEDDING EXPERIENCE

L' Hospitality si confronta con le nuove sensibilità di un settore in evoluzione, di un viaggiatore sempre più dinamico e sempre meno vincolato a regole e condizioni; uno scenario che però mantiene nel desiderio di comfort un punto fisso. Dunque è d'obbligo focalizzarsi sulla camera da letto, primo biglietto da visita della struttura per offrire all'ospite la miglior esperienza di riposo.

Specialista del bedding, Perdormire Hotel si propone come partner dell'hospitality manager proponendo soluzioni che soddisfano le nuove istanze del settore alberghiero. Con l'innovativa offerta del suo sistema letto, infatti, il brand pistoiese promuove 'la migliore bedding experience', una proposta unica pensata attraverso uno studio ed una consulenza che Perdormire Hotel mette a disposizione del cliente. Ogni albergatore può definire il suo sistema letto integrato, rendendolo indimenticabile per stile e comfort. Perdormire Hotel supporta il cliente nella scelta della combinazione più adatta e personalizzabile, attraverso la scelta di materassi, sommier, testiere, divani letto e guanciali realizzati nel sito produttivo di Pistoia con una filiera 100% italiana, garantiti da uno storico know-how produttivo. Questo permette all'azienda di progettare soluzioni custom made, distinte e personalizzate secondo le individualità di ogni struttura ricettiva.

Oltre alla testata Boiserie, personalizzabile con 32 combinazioni di finitura e innumerevoli cromie, Perdormire Hotel presenta per il 2022 una nuova collezione, ispirata a una delle più iconiche mete turistiche internazionali, all'inse-



gna di un viaggiare moderno e sempre più fluido. *Le testate Piccadilly, Mayfair, Kensington e Chelsea, arricchiscono un catalogo dinamico e non convenzionale con modelli ad alto tasso di personalizzazione e versatilità per finiture e colori, ma definiti ognuno da una propria caratteristica distintiva.* **Piccadilly** è la nuova interpretazione dell'intramontabile lavorazione capitonné, ma dalle linee più attuali; **Kensington** ha uno stile riservato, e una ricercatezza quasi aristocratica della sottile bordatura perimetrale; **Chelsea**, dall'anima ultra-chic, ha uno stile sobrio, impreziosito da at-

tuali impunture verticali; **Mayfair** ha le linee prestigiose e classiche della morbida e tradizionale lavorazione capitonné, resa attuale dal tessuto minimal della finitura.

Insieme al letto, il materasso è co-protagonista della migliore bedding experience, una condizione non facile da offrire per il taglio personale di questa indispensabile funzione: in fatto di riposo ognuno ha le sue esigenze e preferenze quanto a morbidezza o rigidità del supporto. Una delle soluzioni per la versatilità del materasso proposte da Perdormire Hotel è la gamma di topper, l'elemento indipendente in grado di personalizzare il comfort percepito del letto, enfatizzando o smorzando morbidezze o rigidità intrinseche del supporto principale. Oltre ai modelli di topper in diverse altezze, consistenze e imbottiture, il brand propone il modello Ischia Pillowtop Visco Mind®, sistema integrato di topper più materasso, in grado di offrire in unica soluzione il comfort delle molle insacchettate a portanza differenziata e l'accoglienza unica del soffice strato di Visco Mind® extrafresh. Parte integrante del modello è, infatti, il topper realizzato con lo speciale materiale automodellante e al tempo stesso molto soffice al tempo stesso - il Visco Mind® extrafresh - realizzato con una formulazione al grafene favorisce la dispersione del calore e contrasta l'accumulo elettrostatico, mentre la particolare finitura a losanghe ne eleva il comfort. Nel materasso principale, il premium box conta per il modello matrimoniale 700 molle a portanza differenziata, insacchettate con un innovativo tessuto di contenimento, mentre per il materasso singolo sono 330.

“Il turismo sia centrale per il bene dell'Italia”

Il Ministro Santanchè traccia la propria visione di un comparto dalle enormi potenzialità ma spesso sottovalutato. Pragmatica, sensibile alle grandi questioni umane, è pronta per le sfide del settore

DI BARBARA BONURA

Ministro Santanchè, che effetto fa essere ministro nel primo governo italiano che abbia espresso un premier donna?

Un bellissimo effetto. È il segnale di un'Italia che sta cambiando e che dà messaggi di speranza alle nuove generazioni. Non solo per una questione di pari opportunità, ma anche di riconoscimento del merito. Il nostro Presidente, Giorgia Meloni, non rappresenta solo una conquista laddove nessuno era ancora riuscito prima, ma rappresenta il riconoscimento di un percorso che inizia fin da giovanissimi. Perché la politica, quella con la “P” maiuscola, non è qualcosa che si improvvisa, ma è qualcosa che parte dal basso, da anni e anni di sacrifici, anche famigliari, di studio, di notti in bianco, per raggiungere risultati importanti. La sua storia è la storia di una giovane donna, mamma, che a testa bassa, lavorando duramente, ha raggiunto un risultato importante. Il fatto che sia donna è un elemento in più, ma questa è una storia di merito e competenza al di là dell'essere uomo o donna.

Lei si trova a guidare un dicastero che rappresenta il comparto forse più fertile per la crescita economica del Paese. Eppure, non è sul turismo che si sono ancora giocate le grandi sfide. Qual è a Suo avviso la rotta da prendere per puntare subito a un vero potenziamento del settore?

Questo Governo ha molto a cuore il tema del turismo, è consapevole che questa nazione, con tutto quello che offre, potrebbe quasi vivere di solo turismo. È un esecutivo che lavorerà compatto, in squadra, per fare bene e per trasformare le parole in fatti. Sento dire



che il turismo potrebbe essere il petrolio del Paese, ma mai nessuno ha tramutato le parole in fatti. Noi lavoreremo verso questa direzione, con grande attenzione al comparto, giocando in squadra con gli altri Ministeri e Regioni, perché il nostro è un settore assolutamente trasversale.

Inoltre, in queste settimane, abbiamo varato un'importante e coraggiosa manovra di bilancio che mi rende orgogliosa e al tempo stesso ci carica di responsabilità. Una manovra da 35 miliardi di euro con importanti misure in materia di turismo, che tracciano un inizio pieno di entusiasmo dell'attività del mio Dicastero. Abbiamo destinato 200 milioni alla montagna e ai comprensori sciistici per far fronte all'abbassamento del livello dell'innevamento e alle esigenze di messa in sicurezza, riservando una piccola parte delle risorse a dei progetti innovativi di snow farming. Vi sono misure per rilanciare i piccoli Comuni a vocazione turistica quali nuove mete, per favorire il turismo sostenibile, con l'obiettivo di aiutare le grandi destinazioni culturali con progetti volti al decongestionamento dei centri storici, nonché progetti finaliz-

zati alla transizione ecologia delle strutture ricettive e dei collegamenti.

In manovra è stato anche istituito un fondo per accrescere il livello professionale nel settore turistico ed enogastronomico e preparare operatori di alta qualità. Questo perché, tra i miei principali obiettivi, vi è il riavvicinamento dei lavoratori al settore turistico, viste anche le pesanti perdite dell'estate passata: dobbiamo investire molto in formazione perché solo questa consente di far fronte al problema di carenza di personale nel settore, e una maggior correlazione con il sistema di istruzione primaria e secondaria favorirebbe una miglior risposta di collocamento dei diplomati.

Tra post-Covid, caro energia e conflitto in Ucraina le ripercussioni sul comparto sono state e sono tuttora molto pesanti. In particolare, il problema dei rincari sta mettendo in ginocchio molte aziende della filiera, in primis gli alberghi che sono strutture energivore. Come intervenire?

Siamo consapevoli delle difficoltà che si trova a vivere il settore che, nonostante ciò, ha garantito la tenuta del Pil. Questo a testimonianza di quanto sia importante per l'Italia. Sul tema del caro energia il governo è intervenuto tempestivamente. Nella legge di bilancio, su 35 miliardi complessivi, 21 sono destinati al caro energia. È evidente che ne beneficeranno anche le imprese che vivono di turismo. E ovviamente il Ministero si impegnerà a mettere in campo misure di sostegno per il settore, affinché, sui 21 miliardi previsti nella legge

Lavoreremo in squadra con altri Ministeri e Regioni, il nostro è un settore trasversale

di bilancio, il comparto del turismo possa ricevere tutte le risorse necessarie.

Il crollo di Casamicciola a Ischia ha inferto un altro duro colpo al territorio e al turismo in generale. Il dramma è soprattutto la perdita di vite umane. Ritiene possa essere utile un coordinamento strutturato per essere più efficaci e tempestivi nell'affrontare l'emergenza?

Absolutamente sì. Un coordinamento strutturato, un lavoro di squadra che metta



insieme diverse competenze è assolutamente fondamentale. L'Italia è una nazione bellissima, ma altrettanto fragile. Su queste fragilità dobbiamo lavorare, e farlo insieme, in modo coordinato e strutturato.

Lei ha un capo di gabinetto donna, la dottoressa Erika Guerri, e ha nominato amministratore di Enit Ivana Jelenic. È un segnale importante inserire ai vertici profili femminili. C'è una polemica in corso sul fatto che poche donne ricoprono ruoli apicali nel nostro Paese.

La polemica non ha alcun senso. Basti pensare che abbiamo, per la prima volta nella storia di questo Paese, il primo presidente del consiglio donna. Se non fosse un passo avanti questo, cosa potrebbe esserlo? Inoltre, la questione è sempre la stessa: dovresti ricoprire un incarico non in quanto donna ma perché lo meriti. L'essere donna è importante ma secondario. La squadra che ho composto al Ministero è fatta di donne, e di questo ne vado particolarmente fiera, donne capaci e competenti.

Nella giornata contro la violenza sulle donne, Lei ha lanciato una campagna importante ideata dal suo Dicastero. Ce ne spiega i dettagli?

Ritengo che il ruolo delle istituzioni, al di là della competenza specifica del settore di appartenenza, sia quello di "camminare insieme", compatti su determinate battaglie che sono di tutti. E quella contro la violenza sulle donne ne è appunto un esempio. Un'iniziativa diretta a mostrare il

volto solidale del comparto, che già in diverse occasioni ha avuto modo di aprire il proprio cuore, la propria "anima". Un'iniziativa che crea una mappatura di strutture alberghiere che mettono a disposizione di donne vittime di violenza (anche eventualmente con figli al seguito) una stanza di prima accoglienza per le primissime ore, per far sentire al sicuro e protetta la donna. Hanno già aderito migliaia di strutture, anche grazie alla risposta immediata di Federalberghi, Unipol Sai con la rete di alberghi Una Hotel, Federturismo, Cna Turismo, Assohotel, Confindustria alberghi, che ringrazio per il grande spirito di solidarietà dimostrato.

La festività natalizie sono solitamente indice di un grande movimento turistico. Che prospettiva avremo secondo Lei per questo Natale?

Ancora non abbiamo i dati, ma certamente sappiamo che dobbiamo affrontare un "inverno rigido" anche per far fronte al caro energia. Dagli ultimi dati emersi sulla propensione degli italiani alla vacanza natalizia, certamente la

motivazione economica è forte e, potenzialmente, avrà un impatto anche sulle vacanze di Natale 2022: a settembre gli italiani che ipotizzano di fare vacanze nel periodo natalizio sono il 17% (vs. il 21% del settembre 2021). Le previsioni ci dicono che non diminuiscono solo i numeri assoluti dei vacanzieri, ma anche le notti fuori casa: incrementano coloro che si concederanno di passare solo una festività fuori casa a scelta tra il Natale, il Capodanno, l'Epifania a scapito di chi, invece, allungava il periodo riuscendo a festeggiare almeno due ricorrenze lontano da casa. Accanto a questo, però, complice anche un'estate che è durata a lungo, abbiamo avuto dei dati sorprendenti sulla stagione autunnale, che ci fanno ben sperare per la tenuta del settore e anche per immaginare politiche sempre più rivolte alla destagionalizzazione del turismo. Si è infatti consolidato sempre di più l'interesse per l'Italia, che si posiziona al quarto posto nel mondo per i flussi da turismo internazionale, con entrate pari a 21,3 miliardi, in crescita del +22,7% sul 2022. E a novembre l'Italia ha registrato il più alto tasso di saturazione tra i principali competitor europei (37%). Sono dati importanti che danno anche segnali incoraggianti in vista dei prossimi mesi.

Qual è il Suo grande obiettivo come Ministro del Turismo?

L'obiettivo principale non potrà che essere uno: aver rimesso al centro della Nazione il turismo. Fare in modo che davvero sia la prima azienda del Paese. Per tornare alle parole con le quali abbiamo iniziato questa intervista: che non sia il "petrolio dell'Italia" solo a parole, ma nei fatti.

Che cosa augura agli italiani per questo 2023 in arrivo?

Auguro agli italiani di essere fieri e orgogliosi della propria Nazione. Di ricordarsi sempre, in qualsiasi settore, che noi siamo i migliori. Che viviamo in un Paese che davvero offre tutto, ma spesso siamo i primi a dimenticarlo. L'ingegno, la creatività, lo spirito di sacrificio sono innati nel popolo italiano. Grazie a queste doti gli italiani hanno saputo affrontare sfide importanti, superare periodi complessi. E continueremo a farlo giocando tutti insieme nella stessa squadra.

Primo incontro ufficiale con il ministro del Turismo

Daniela Santanchè ha presenziato alla giunta della Federazione. I ringraziamenti del presidente Bocca e gli appelli a favore della categoria per recuperare risorse utili a combattere le emergenze



Stretta di mano tra Bernabò Bocca e Daniela Santanchè

Il neoministro del Turismo, Daniela Santanchè, ha partecipato ai lavori della giunta della Federalberghi, nel corso della quale sono stati affrontati i temi di maggior rilievo per il settore.

Dopo essere stata ricevuta dal presidente della Federazione, Bernabò Bocca, il ministro ha portato un saluto incoraggiante alla categoria che, nel corso degli ultimi due anni, sta pagando forse il prezzo più alto riguardo alle conseguenze dovute alla pandemia, al conflitto in Ucraina e al rialzo vertiginoso dei costi energetici.

“Siamo grati al ministro per aver fatto proprio da noi il suo primo incontro ufficiale

con le associazioni di categoria – ha dichiarato Bocca –. Tra le mille criticità che abbiamo vissuto ultimamente e che stiamo ancora vivendo a tutti gli effetti, c’è da sottolineare che la presenza delle istituzioni dà grande forza a un comparto come il nostro, che lavora per l’Italia”.

SETTORE RIGENERATIVO

“Ringrazio di cuore il vostro presidente e tutti voi per avermi dato l’occasione di essere presente nell’associazione che racchiude al suo interno l’85% della categoria – ha dichiarato il ministro –. Ho una grande ambizione: che tutte le parole che ho sentito sin

da piccola riguardo il turismo diventino realtà: il settore rappresenta il petrolio dell’Italia? Deve diventarlo davvero. Considerata da sempre la prima azienda del Paese, deve necessariamente recepire davvero investimenti importanti. Quello del turismo è un settore produttivo rigenerativo – ha proseguito il ministro –. Dobbiamo essere fieri e capaci di difendere il nostro brand in tutto il mondo con la consapevolezza di essere i più forti. Il made in Italy oggi ci dà un vantaggio incredibile: da una nostra ricerca è emerso che le persone sono disposte a spendere un 20/25% in più per questo. Siamo un ministero virtuoso – ha aggiunto Santanchè –. Gli obiettivi sono stati centrati dal ministro che mi ha preceduto. Oggi siamo in grado di poter chiedere di più, e il mio impegno sarà proprio quello di riuscire a ottenere più fondi possibili per il comparto”.

L’incontro è stato anche occasione per far presente al ministro del Turismo le istanze Federalberghi. “Le questioni di maggior emergenza sono sotto gli occhi di tutti – ha ribadito il presidente Bocca –, ma parlarne assieme, in un contesto di totale collaborazione ed ascolto, non può che premiare l’obiettivo comune caro alla categoria quanto al ministro del Turismo: superare gli ostacoli intervenendo con azioni mirate, per arrivare pronti o sufficientemente in forze ed essere in più possibile competitivi a livello internazionale”.

Rete di accoglienza per donne vittime di violenza, iniziativa del MiTur

È nata, su iniziativa del ministero del Turismo, una rete nazionale di alberghi solidali per donne vittime di violenza. Un’iniziativa che coinvolge le associazioni di categoria, in primis Federalberghi. Le strutture che aderiscono all’iniziativa mettono a disposizione stanze per la prima accoglienza alle donne che abbiano subito maltrattamenti e ai loro figli. “Abbiamo dato vita alla rete ‘Qui non sei sola’ – ha spiegato il ministro del Turismo, Daniela Santanchè, in occasione della Giornata internazionale per combattere la violenza contro le donne –, per far fronte all’emergenza segnalata dai dati Istat di carenza di strutture in grado di ospitare donne, anche con figli, vittime di maltrattamenti. Sono già oltre mille le strutture che entrano a far parte della rete, poiché hanno accolto la nostra richiesta, e che ringrazio moltissimo per la tempestività della risposta e lo spirito di solidarietà dimostrato. Il nostro scopo è creare una mappa degli hotel che aderiscono all’iniziativa”.

Il ponte dell'8 dicembre tra fiducia e nuove tendenze

Con circa 12 milioni di italiani in viaggio e una spiccata propensione a scegliere località montane e d'arte, il periodo della festività dell'Immacolata conferma il momento positivo per il movimento turistico

Ricomincia a prenotare con largo anticipo, sceglie rigorosamente di viaggiare in Italia e nella maggioranza dei casi nella propria regione, è parsimonioso nello shopping e ha come priorità nella motivazione della propria vacanza il relax, la buona compagnia, le visite nei patrimoni naturali e paesaggistici e nelle città d'arte del Belpaese. Ecco la fotografia dell'italiano tipo hanno viaggiato per questo Ponte dell'8 dicembre: sono stati 12 milioni e 183mila i concittadini che si sono messi in movimento in queste festività, secondo l'indagine di Federalberghi, realizzata con il supporto tecnico dell'Istituto Acs Marketing Solutions ed effettuata tra il 23 ed il 28 novembre 2022 su un campione rappresentativo di oltre 3mila individui.

VERSO IL NATALE

“Grazie a un calendario favorevole, con la festività dell'8 dicembre che cade nella giornata di giovedì, molti italiani hanno potuto concedersi una meritata vacanza -



commenta Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi -. Ma il ponte dell'Immacolata è importante per tutta la comunità, perché genera un contributo importante per lo sviluppo del Pil e dell'occupazione. Non saremo altrettanto fortunati invece in occasione delle festività natalizie: sia il 25 dicembre che il 1° gennaio 2023 infatti, coincidono con la domenica. Da questo punto di vista, seppure soddisfatti della performance di questo ponte lungo, siamo prudenti nel cantar vittoria, in attesa di verificare che cosa accadrà in occasione del Natale”.

IL CONTESTO

Gli elementi di maggior effetto sottolineati da Bocca hanno a che fare con un nuovo atteggiamento dell'italiano che viaggia. Alla tendenza già consolidata di

Segue a pag. 20 ►

LinoVivo®

è solo Pedersoli Milano

LinoVivo®
PEDERSOLI

L'avvolgente rivoluzione del confort nell'hotellerie di lusso: una linea di biancheria in puro lino che esalta tutte le caratteristiche di questa nobile materia, unite alla maniacale cura del dettaglio nella selezione, nel confezionamento e nella manutenzione che ci contraddistinguono. Tutto questo è LinoVivo, la nuova frontiera del confort eco-luxury.

Per contatti e informazioni: info@pedersoli.com



PEDERSOLI
MILANO



PEDERSOLI[®]
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**

◀ Segue da pag. 17

restare nel proprio Paese si aggiunge la rinnovata curiosità di imparare a conoscere fino in fondo il proprio territorio: dai parchi ai borghi, alle tradizioni enogastronomiche, ogni cosa è importante per consolidare la propria conoscenza di luoghi che si sono avuti sempre a portata di mano, ma che, con l'esperienza della pandemia, sembrano diventati più interessanti.

“Si evidenzia inoltre un ritorno all'antico - aggiunge il presidente di Federalberghi - a giudicare dai dati, gli italiani hanno ricominciato a prenotare con un certo anticipo, strutturandosi in modo molto più solido prima di affrontare una vacanza e dimostrando maggiore determinazione nella realizzazione del viaggio. Certo, ancora una volta abbiamo dovuto guardare in faccia la realtà, e cioè che la stragrande maggioranza delle scelte sono state fortemente condizionate dal proseguire del conflitto in Ucraina e dai conseguenti e drammatici rincari energetici che stiamo tutti vivendo sulla nostra pelle. Si tratta di una criticità che grava enormemente sul sistema turistico ricettivo e richiede soluzioni tempestive per il bene di tutto il Paese”.

I RISULTATI DELL'INDAGINE

Quanti italiani in vacanza – Sono stati circa 12 milioni e 183mila gli italiani (tra maggiorenni e minorenni) che si sono messi in viaggio in occasione del ponte dell'Immacolata.

In Italia o all'estero? – Il 94,1% dei nostri viaggiatori (contro il 92,3% dello scorso anno) è rimasto nel Belpaese, mentre solo il 5,9% è andato all'estero (contro il 7,7% del 2021).



Inoltre, il 70,2% di chi è rimasto in Italia, si è mosso nella stessa regione di residenza.

Vacanze italiane – Chi è rimasto in Italia ha scelto in primis la montagna (28,5%) le località d'arte (27,8%), e le località di mare (13,1%). Seguono poi i laghi (5,3%) e le località termali (5%).

Vacanze all'estero – Per chi è andato all'estero, le mete più ambite sono state le grandi capitali europee (76,5%).

Le grandi preoccupazioni – L'81,3% degli intervistati dichiara che le proprie decisioni sono state influenzate dall'inflazione e dal caro bollette. Altrettanto rilevante (79,8% dei casi) il conflitto in Ucraina.

La motivazione – La ricerca del relax è il movente che spinge la maggior parte degli italiani (63,1%) a concedersi una vacanza in questo ponte. Al secondo posto in classifica (29,1%) è il desiderio di ricongiungersi con i propri familiari, seguito dalla voglia di divertimento (22,7%).

Dove alloggiare – La casa di parenti e amici (33,4%), insieme ad alberghi e vil-

laggi turistici (28,9%) è stato l'alloggio prescelto dalla maggior parte dei vacanzieri; a seguire e, ben distanziati, i bed & breakfast (14,4%), le case di proprietà (9,2%), gli agriturismi (3,6%) e il soggiorno in appartamenti in locazione breve (2,2%).

La durata del soggiorno – La durata media del soggiorno è stata di 3,5 notti trascorse fuori casa.

La spesa – La spesa media, comprensiva di trasporto, alloggio, cibo e divertimenti, si è attestata sui 435 euro a persona (407 euro per chi ha trascorso la vacanza in Italia e 785 per chi è andato all'estero). Come di consueto, la spesa dei turisti si è distribuita su tutte le componenti della filiera: il 29,6% del budget è stato destinato ai pasti, il 27,1% al pernottamento, il 22,3% ai viaggi e il 13,9% allo shopping.

Il giro d'affari – Il giro di affari complessivo si è attestato su circa 4,14 miliardi di euro. Si tratta di un ulteriore contributo del turismo allo sviluppo del Paese, dopo che l'Istat ne ha sottolineato il ruolo determinante per la crescita del Pil.

Ischia: la speranza è ripartire dal turismo

La tragedia di Ischia ha segnato a lutto il Paese proprio a ridosso della vacanze di Natale. La terribile frana che si è abbattuta sugli abitanti di Casamicciola ha mietuto 12 vittime, e sarà ancora a lungo motivo di disagio e criticità per gli isolani che, oltre ai piangere i propri cari, sanno di doversi impegnare per la ripresa.

Mentre il ministro del Turismo, Daniela Santanchè, si è spesa affinché non si desse seguito a polemiche sterili e inopportune, facendo appello alla necessità di una adeguata informazione su tutto l'accaduto, sono arrivati moltissimi segnali di grande solidarietà da parte di tutto il comparto.

Valutando l'entità dei danni, si è analizzata la situazione nel suo complesso: “Sono due su settanta gli impianti termali di Ischia danneggiati dalla frana che ha travolto case e persone a Casamicciola”, ha dichiarato il presidente di Federalberghi Terme, Emanuele Boaretto, che, nell'intento di portare una voce di speranza riguardo l'accaduto, ha prospettato un ipotetico scenario per il movimento turistico nell'isola. “Già dalla prossima Pasqua - ha detto il presidente di Federalberghi Terme -, anche grazie agli aiuti dello Stato, sarà tutto a posto e Ischia sarà perfettamente in grado di accogliere al meglio i turisti. Il dramma si è concentrato su una porzione ristretta del territorio, il resto dell'isola non è stato toccato. Noi manifestiamo solidarietà e vicinanza al popolo ischitano per la perdita di vite umane, con la speranza che la ripresa possa essere riconquistata da tutti e per tutti”.

Nuovi strumenti finanziari targati Intesa Sanpaolo

Nel maxipiano CresciBusiness, a sostegno delle imprese, anche i Suite Loan Turismo, ideati per incentivare la riqualificazione delle infrastrutture alberghiere. Accordo ad hoc della Federazione con il Gruppo bancario, a favore degli associati

Intesa Sanpaolo ha varato un piano da 5 miliardi di euro per iniziative volte a sostenere le imprese alberghiere, del commercio e dell'artigianato, che rappresentano la fascia dell'imprenditoria più numerosa e più esposta ai rincari dell'energia e delle materie prime e dagli effetti della crisi internazionale.

L'iniziativa, denominata 'CresciBusiness', è condivisa con Federalberghi, che ha firmato un protocollo d'intesa, con cui consolida e rinnova il precedente accordo.

Il piano del Gruppo bancario prevede interventi per la liquidità e finanziamenti garantiti, azzeramento per un anno delle commissioni sui micropagamenti tramite Pos, gratuità per un anno del canone dei Pos e delle carte di credito commercial, agevolazioni sui prodotti di copertura assicurativa e noleggio di beni strumentali per contenere i costi operativi.

CresciBusiness include soluzioni di finanziamento a breve e medio-lungo

termine a supporto della liquidità, della gestione dell'emergenza energetica e del pagamento delle bollette. Un sistema di credito a condizioni particolarmente agevolate, per favorire gli investimenti verso la trasformazione digitale e sostenibile.

Un'attenzione specifica viene riservata alle imprese del settore turistico-alberghiero con linee di finanziamento a condizioni agevolate, ovvero i Suite Loan Turismo, ideati per incentivare la riqualificazione delle infrastrutture alberghiere. Le strutture turistiche e alberghiere potranno, inoltre, noleggiare, anziché acquistare, beni strumentali, arredi e complementi.

“Il piano aggiunge un nuovo pilastro agli interventi che Intesa Sanpaolo ha attivato a sostegno dell'economia e della popolazione italiana – ha sottolineato Stefano Barrese, responsabile divisione Banca dei Territori Intesa Sanpaolo –: 35 miliardi complessivi in favore di famiglie, imprese, commercianti, albergatori ed artigiani. Le recenti confer-

me sulla tenuta del nostro sistema produttivo non nascondono le difficoltà di buona parte del tessuto socio-economico, e siamo consapevoli che, in questa situazione di incertezza, la fiducia e la coesione sociale siano essenziali per rispondere alla crisi e per garantire la crescita sostenibile che il Paese sta perseguendo. Proprio per fornire il massimo supporto alle piccole aziende nostre clienti abbiamo adottato misure immediate, come l'azzeramento, per un anno, delle commissioni sui micropagamenti elettronici fino a 15 euro. Mettiamo a disposizione una linea a breve termine, fino a 10mila euro sul transato Pos, a condizioni vantaggiose: parliamo dell'Euribor a un mese di 50 punti base. E questo assieme alle altre misure previste dal piano da 5 miliardi per le piccole imprese. Sono tutti elementi che dimostrano la volontà di venire incontro alle aziende, spingerle ad andare avanti con gli investimenti e cercare di ridurre il carico dei costi, in particolare sulla parte finanziaria”.



Webinar su prodotti e servizi bancari

Federalberghi ha organizzato un seminario online nel corso del quale saranno approfondite le condizioni economiche sui prodotti e i servizi bancari oggetto dell'accordo di collaborazione stipulato recentemente con Intesa Sanpaolo e inclusi nell'offerta commerciale riservata alle imprese associate.

Il seminario, rivolto ai direttori, ai segretari e ai consulenti finanziari delle organizzazioni aderenti, è stato programmato per il 14 dicembre, in videoconferenza, con inizio dei lavori alle ore 16:30 e conclusione entro le 18:30.

In considerazione dell'importanza della materia, la riunione sarà trasmessa anche "in chiaro" sul canale YouTube di Federalberghi, per consentirne la visione alle singole imprese.



Studio Federalberghi Terme: come sta cambiando il prodotto

Dalla ricerca sul settore termale italiano, condotta in collaborazione con Eumetra, emergono interessanti indicazioni sulle tendenze del turismo della salute. Il wellness inteso come offerta integrata a servizi e opportunità sul territorio

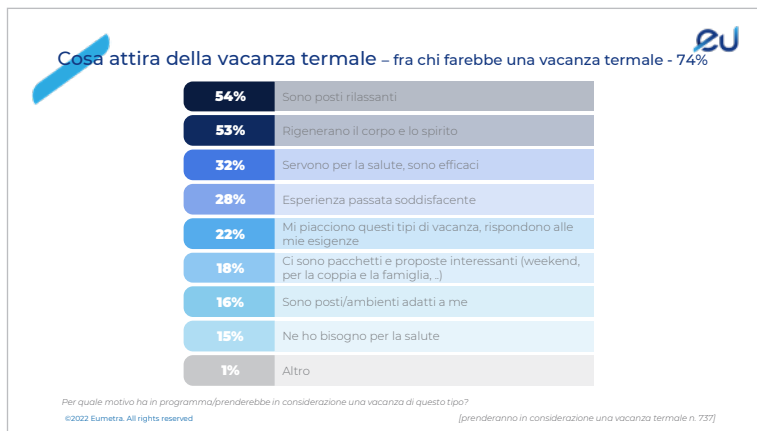
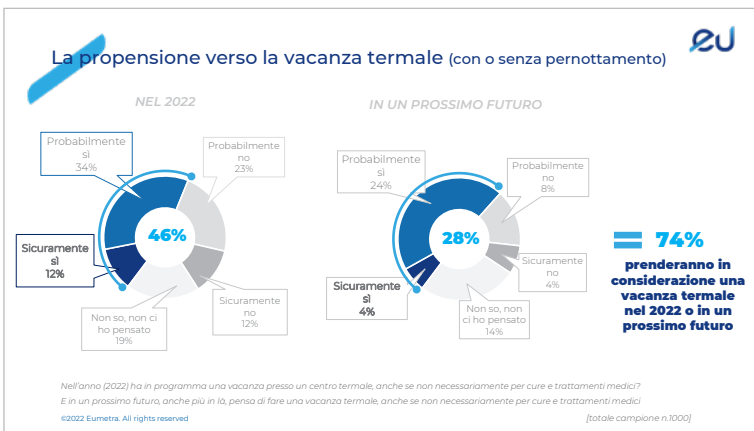
Che cosa chiedono gli italiani alle terme ed ai servizi termali? Quali sono gli aspetti più ricercati e quale sarà il futuro del mercato termale? Quanto evolverà da ora in poi il tema del benessere in rapporto ai territori in cui insistono complessi termali?

Da questi e da molti altri quesiti ha preso il via l'indagine, ideata e realizzata da Federalberghi Terme in collaborazione con Eumetra, e presentata in occasione di TTG-SIA 2022, a Fiera di Rimini.

La ricerca ha l'obiettivo di studiare tendenze e orientamenti della popolazione italiana verso il turismo della salute e, in particolare, verso i viaggi termali. Per realizzarla, le interviste sono state effettuate su un campione di 1000 individui rappresentativi della popolazione per area geografica, genere, età e titoli di studio.

“Dopo i due anni bui della pandemia e le dure restrizioni che hanno costretto gli italiani in gran parte a stravolgere la propria vita, oggi l'analisi sull'approccio

che i viaggiatori del nostro Paese possano avere in relazione alla fruizione delle terme acquisisce un maggior significato – ha commentato il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca –. La realizzazione dell'indagine ha prodotto risultati sorprendenti di cui sarà importantissimo fare tesoro. Stiamo parlando infatti di un settore che, con le opportunità di crescita che porta con sé, converrà potenziare al massimo per il bene del turismo in tutto il suo complesso”.



Un settore che, a quanto si evince dallo studio, è pronto a cambiare: attualmente la domanda del mercato non guarda più all'aspetto squisitamente medicale, ma anche al 'wellness', al tema del benessere in senso assoluto, che può costituire di per sé un'opportunità ulteriore di sviluppo.

CHE COSA SI CERCA DOPO LO SHOCK

“L’obiettivo principale della nostra ricerca – ha dichiarato il presidente di Federalberghi Terme, Emanuele Boaretto – è stato quello di comprendere che cosa sia cambiato nella percezione soggettiva della persona nei confronti della fruizione delle terme dopo lo shock provocato dalla pandemia, quali esigenze e quali aspettative siano ad oggi in testa alla classifica a differenza dei tempi precedenti. Noi partiamo dal presupposto che la pandemia ha sconvolto il mondo portando le attenzioni

della persona verso la natura piuttosto che verso una dimensione antropizzata, costruita dall’uomo. Abbiamo così scoperto che, in questa fase di risveglio post pandemico, c’è molta attenzione verso la salute del territorio in cui la gente si reca. Oggi non conta più soltanto la struttura termale in sé, ma anche la sua area di appartenenza. Si guarda al territorio nel suo complesso, che per chi lo frequenta deve essere sano, vivibile, il più possibile rispettato”.

DIMENSIONE BENESSERE

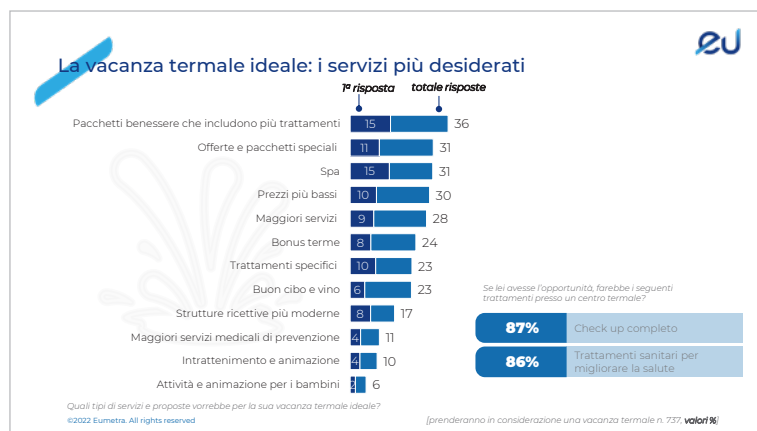
In sostanza, chi oggi cerca il benessere e le terme, vuole anche tutto il resto attorno a sé. L’indagine mette a fuoco questo importante elemento: la spa è il secondo ‘punto di approdo’ che si cerca laddove si considera l’eventualità di una vacanza dedicata alla propria salute.

“Dalla ricerca condotta su un campione di popolazione italiana – ha aggiunto

Renato Mannheimer, responsabile dello studio di Eumetra – emerge l’attrattività delle terme anche per un pubblico giovanile. Da questo comparto specifico ci si aspetta non solo cure, ma anche relax. Nel prossimo futuro si rileva che molti avranno intenzione di recarsi alle terme”.

UN’OFFERTA PIÙ COMPLETA

“Ogni dettaglio rilevato dallo studio è essenziale per muoversi nella direzione giusta – ha commentato ancora Boaretto –. Va da sé che le terme devono dotarsi e arricchirsi di quei servizi che fino ad ora non necessariamente avevano al proprio interno. Aggiungo un’altra tessera al mosaico che vorremmo comporre: consideriamo indispensabile per l’equilibrio di un territorio dove esiste una struttura termale, che le amministrazioni locali, in comunione con le terme, mettano a sistema una serie di attenzioni e di interventi che oggi sono giudicati fondamentali per i fruitori delle terme. Chi ha come obiettivo la vacanza medicale e/o di benessere, si aspetta di trovare circuiti enogastronomici autentici, strutture dedicate al relax, piste ciclabili e tanto altro. Quindi ora per noi il primo passo è portare i risultati di questa ricerca all’attenzione delle amministrazioni dei territori dove insistono le terme o i centri termali più complessi. C’è bisogno di una rivoluzione culturale e anche strutturale, perché le terme non hanno perso appeal, ma devono soltanto rinnovarsi, arricchirsi di servizi. È necessario fare sistema con gli organi territoriali preposti. E ancora, sarà essenziale investire sulla qualità dell’accoglienza: parcheggi, piste ciclabili, teatri, architettura del verde, ovvero tutto ciò che, della vacanza termale e non solo, farà un’esperienza unica”.



STATI GENERALI DEL TURISMO

Le priorità per il settore



Alessandro Nucara durante il suo discorso

“Il nuovo piano strategico del turismo dovrà sostenere la riqualificazione delle strutture, contrastare l’abusivismo e ridurre la pressione fiscale per le imprese del settore”. Lo ha sottolineato Alessandro Massimo Nucara, direttore generale di Federalberghi, in occasione degli Stati generali del turismo, svoltisi a Chianciano Terme.

Per la riqualificazione delle strutture, secondo Federalberghi, sarebbe necessario un bando aperto a sportello, senza

click day, che le imprese possano utilizzare per finanziare progetti di ristrutturazione anche dedicando in modo stabile una parte dei proventi dell’imposta di soggiorno. “Occorre sostenere il processo di riqualificazione del sistema di offerta turistica, premiando le imprese che intendono effettuare investimenti” ha sottolineato Nucara.

Il contrasto all’abusivismo dovrà invece passare “dalla lotta all’evasione fiscale, al lavoro nero e alla concorrenza sleale”.

Infine, tra le priorità individuate da Federalberghi, la diminuzione della pressione fiscale che grava sulle imprese turistiche, “affinché – ha affermato il direttore generale – l’imposizione assuma un peso equo e ragionevole attraverso l’abolizione definitiva dell’Irap e la commisurazione del peso dell’Imu e della Tari al numero dei giorni in cui la struttura ricettiva è aperta e al tasso di effettiva occupazione”.

85^A ASSEMBLEA

Hotrec: tre italiani ai vertici



Da sinistra, Andrea Chiriatti, Antonio Flamini e Alessandro Cavaliere

Nel corso dei lavori dell’85ma Assemblea Generale di Hotrec, tenutasi a Stoccolma, tre italiani sono stati eletti ai vertici della Confederazione Europea degli imprenditori del settore dell’ospitalità, in rappresentanza di Federalberghi e di Fipe.

Si tratta di: Alessandro Cavaliere, vicepresidente consiglio direttivo Federalberghi, che rappresenterà l’Italia in seno all’Executive Committee di Hotrec, organo di governo dell’associazione; Antonio Flamini, consigliere nazionale Fipe, che farà parte del Financial Committee; e Andrea Chiriatti, relazioni sindacali Fipe, che è stato eletto nel Sectoral Social Dialogue Committee.

Aderiscono a Hotrec 47 associazioni nazionali di 36 Paesi europei, in rappresentanza di oltre 2 milioni di imprese, con un fatturato complessivo di circa 607 miliardi di euro e 12 milioni di lavoratori.

CONSIGLIO DIRETTIVO

Sud Sardegna: i nuovi progetti

Si sono tenute le elezioni per il rinnovo degli organi direttivi di Federalberghi Sud Sardegna, al cui termine è stato il nuovo consiglio direttivo. Fausto Mura è presidente. I consiglieri eletti sono: Mauro Murgia, Alessandra Boi, Valeria Gallia, Domenico Bagalà, Giuliano Guida Bardi e Renato Serra.

“In questi ultimi due anni – afferma l’associazione territoriale –, sicuramente tra i più difficili da guidare, abbiamo portato Federalberghi Sud Sardegna a essere protagonista di tutti i dibattiti sul turismo sui media regionali. Abbiamo partecipato a tutti i tavoli decisionali più importanti, facendo sentire la voce degli albergatori del Sud Sardegna. Abbiamo chiuso due bilanci piccoli, ma positivi e abbiamo rinnovato l’intesa con Confcommercio Sud Sardegna. Abbiamo organizzato e stiamo organizzando convegni e incontri tematici. Il tutto senza gravare sulle quote versate dai soci, ma puntando soprattutto su accordi strategici”.

IMPRESE E AMBIENTE

Federalberghi Sud Sardegna si dice, inoltre, impegnata a portare avanti battaglie importanti che coinvolgono tutta la categoria e alleanze in sinergia con tutti gli altri territori protagonisti del turismo isolano. “Alla ricostituzione ci eravamo posti il termine di due anni per consolidare l’attività – prosegue il messaggio – ed essere interpreti di tutte le questioni turistiche della nostra isola. Ora, con il rinnovo dei canonici 5 anni come da statuto, si mettono le basi su come sarà Federalberghi nei prossimi anni per non rinunciare a quanto insieme abbiamo costruito; anzi, per volerlo migliorare. Soprattutto nei servizi, nel programmare il giusto equilibrio tra impresa e ambiente; una più equa tassazione; per una costante consultazione della categoria da parte di tutti gli enti pubblici e per una attivazione di una buona politica turistica”. Anche con poche risorse e pochi poteri, Federalberghi Sud Sardegna sosterrà le strutture del territorio che faticano a far quadrare i conti e aiuterà le imprese a far riprendere il lavoro.

XV Convention Cnga

In Israele il meeting annuale del Comitato Giovani Albergatori. Importanti incontri con l'ambasciatore italiano e con i rappresentanti delle Associazioni di categoria degli hotel



Il gruppo dei giovani albergatori. Al centro, il presidente Dinno De Risi

DI ANDREA SERRA

Si è svolto a Israele, dal 13 al 17 novembre 2022, il XV Meeting Internazionale del Comitato Nazionale Giovani Albergatori. In particolare, il viaggio ha interessato le città di Tel Aviv e di Gerusalemme, scelte quali mete turistiche importanti sia per l'incoming, considerando quanto gli israeliani amino il nostro Paese, ma anche perché questo interesse è ricambiato dagli italiani che sempre più visitano il Paese mediorientale, non solo per ragioni religiose.

Il programma, che ha visto impegnati oltre quaranta giovani albergatori provenienti da differenti regioni italiane, è stato ricco di incontri di lavoro.

Particolarmente significativi sono stati i due meeting istituzionali, il primo dei quali è stato con l'Ambasciatore italiano in Israele, Sergio Barbanti, che ha incontrato la delegazione degli albergatori italiani accompagnato da Ludovica Mancinelli, capo dell'ufficio Economico e Commerciale.

Dinno De Risi, presidente nazionale del Cnga, nell'inaugurare l'incontro, ha esposto le ragioni che hanno indotto il Comitato a scegliere Israele: "Prima di accogliere i turisti, e quegli israeliani nello specifico, oc-

corre conoscere la loro cultura, perché solo così potremo riceverli nel modo migliore".

"Invidio il lavoro che fate – ha esordito l'Ambasciatore –, perché una delle mie prime occupazioni è stata come receptionist in un albergo, e avrei tanto voluto continuare a lavorare nel settore turistico. Poi la vita mia ha portato verso altre strade: ora io viaggio per il mondo, e voi accogliete il mondo". Riprendendo quanto affermato dal presidente De Risi, l'ambasciatore ha poi messo in evidenza come il turismo sia un fattore di "cordialità tra i popoli", e ciò vale anche per il rapporto storicamente positivo tra Italia e Israele. "Le buone relazioni tra i due Paesi – ha proseguito – sono anche aiutate dal fatto che gli israeliani adorano l'Italia, sognano di avere una casa nel nostro Paese, per via delle sue bellezze e del clima".

Il gruppo dei giovani albergatori ha anche incontrato una folta delegazione dell'Associazione Israeliana Albergatori e una rappresentanza del Ministero del Turismo israeliano. L'incontro ha coinvolto, tra gli altri, Yael Danieli, general manager dell'Associazione, Romi Gorodisky, che dell'associazione è invece il direttore generale, e i Presidenti dell'Associazione Israeliana e di quella di Tel Aviv. Era an-

che presente Kalanit Goren Perry, direttrice dell'Ufficio Nazionale Israeliano del Turismo, che ha aperto l'incontro ringraziando i giovani di Federalberghi per aver scelto Israele quale meta del viaggio di lavoro, e ha proseguito illustrando le principali caratteristiche del turismo israeliano.

Per la delegazione del Cnga sono intervenuti il presidente Dinno De Risi e Michele Casadei, vicepresidente Cnga e delegato del progetto Meeting Europeo, il quale ha esposto le ragioni della scelta della meta, evidenziando come "ospitare i turisti stranieri nel miglior modo, significa avere l'accortezza di farli stare bene, rispettando anche le tradizioni di un popolo. Proprio per questo – ha aggiunto –, scegliamo di visitare un Paese di incoming per l'Italia, per fare una full immersion che ci faccia conoscere, ad esempio, i sapori di un luogo, pensiamo all'importanza del cibo kosher per gli israeliani, le abitudini e per conoscere anche le aspettative dei turisti israeliani una volta in Italia, per preparare la giusta accoglienza".

Anche per questi motivi, il gruppo ha visitato numerosi alberghi tra Tel Aviv e Gerusalemme, proprio per apprendere i servizi che la destinazione offre nel campo dell'accoglienza e in generale del turismo.

Dinno De Risi, a destra, stringe la mano all'ambasciatore italiano in Israele, Sergio Barbanti



VIAGGIO INTORNO AL METAVERSO

Nuovo pianeta turismo

Un universo virtuale che vive e convive con l'universo reale, offrendo mille possibilità di sviluppo, inedite esperienze emozionali, e molta creatività anche in ambito imprenditoriale. Il metaverso è oggi uno dei termini più ricorrenti nel mondo del web. Un autentico "pianeta" che inizialmente desta straordinario stupore, ma rivela poi in un secondo tempo l'enorme potenziale per il futuro e il successo di un'impresa. Questo soprattutto a chi si intende di futuro...



Electa (Collana Webcoach). Il nuovo volume è stato presentato a Udine in occasione della riunione dei direttori e dei segretari delle organizzazioni aderenti a Federalberghi.

L'autore del testo ha condotto un seminario sul tema, organizzato da Federalberghi in collaborazione con Cfmt,

nel corso del quale sono state illustrate le caratteristiche dello strumento e si è discusso delle opportunità che esso può offrire al settore turismo.

Il metaverso è, appunto, uno strumento che, a detta di Montagna, "rappresenta un nuovo mondo in cui digitale e reale si integrano, creando nuove esperienze, relazioni e attività". Una vera e propria rivoluzione, quindi, di fronte alla quale, in qualche modo, è necessario farsi trovare pronti, se non ci si vuole perdere il futuro.

MILLE POSSIBILITÀ DI SVILUPPO, INEDITE ESPERIENZE EMOZIONALI E MOLTA CREATIVITÀ

Un tema che si sta rivelando particolarmente interessante e accattivante nel settore del turismo. I tanti "perché" delle sue doti sono spiegati nel libro "Metaverso. Noi e il web 3.0", realizzato da Lorenzo Montagna, tra i massimi esperti italiani di realtà virtuale, e pubblicato da Mondadori



AGENZIA DELLE ENTRATE

Tax credit riqualficazione: il codice tributo

Il Ministero del Turismo ha pubblicato due provvedimenti che autorizzano 834 imprese alla fruizione del credito d'imposta per la riqualficazione delle strutture ricettive e degli stabilimenti termali, per complessivi euro 64.773.358,44.

Il credito può essere utilizzato esclusivamente in compensazione, utilizzando il codice tributo 6991, appositamente istituito dall'Agenzia delle Entrate.

Il Ministero sta conducendo progressivamente gli approfondimenti istruttori finalizzati ad autorizzare il credito d'imposta anche agli altri soggetti non compresi nelle prime due liste, che saranno oggetto di successivi decreti.

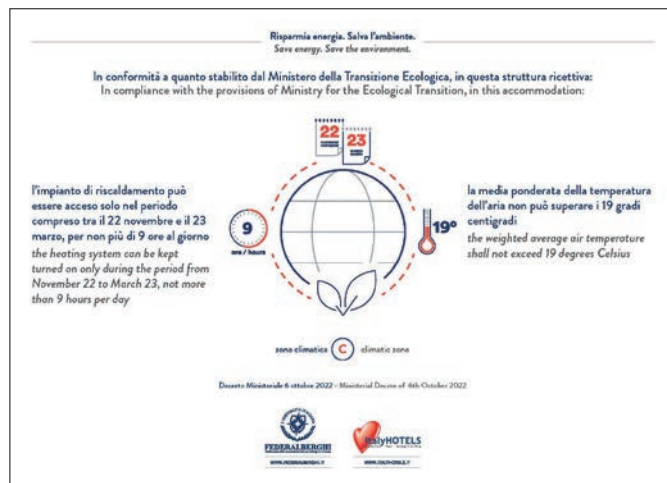
Si ricorda che sono state presentate 1.697 istanze, per complessivi euro 136.235.659,37.

DECRETO 'AIUTI QUATER'

Caro bollette: le misure

Il Consiglio dei Ministri ha varato il decreto legge, cosiddetto 'aiuti quater', recante "Misure urgenti di sostegno nel settore energetico e di finanza pubblica", che prevede una serie di aiuti per le imprese e le famiglie, in relazione agli aumenti di gas e elettricità. È prevista, in particolare, una proroga del credito d'imposta a favore delle imprese contro il caro bollette: con uno stanziamento di 3,4 miliardi di euro è stato pertanto prorogato sino al 31 dicembre 2022 il contributo straordinario, sotto forma di credito d'imposta, a favore delle imprese e delle attività come bar, ristoranti ed esercizi commerciali per l'acquisto di energia elettrica e gas naturale. Confermate, inoltre, le aliquote potenziate del credito di imposta pari al 30% per le imprese piccole che usano energia con potenza a partire dai 4,5 kw e al 40% per le imprese energivore e gasivore. Inoltre, tra le misure previste dal decreto particolarmente importanti sotto l'aspetto della gestione dei rapporti di lavoro, è contemplato l'aumento da 600 a 3mila euro della soglia di esenzione per i fringe benefit per i lavoratori dipendenti. Per quanto attiene il credito d'imposta per l'acquisto di registratori telematici, è prevista la concessione di un credito d'imposta agli esercenti per la trasmissione della fattura telematica all'Agenzia delle Entrate: il contributo è pari al 100% della spesa sostenuta, fino a 50 euro per ogni registratore telematico acquistato.

Federalberghi ha predisposto dei cartelli per comunicare alla clientela degli hotel ► le regole su orari e date di accensione degli impianti di riscaldamento. Contenenti un messaggio in italiano e in inglese, sono realizzati in sei versioni (una per ogni zona climatica) in formato A4 verticale e orizzontale. L'avviso "Risparmia energia. Salva l'ambiente", redatto in conformità a quanto stabilito dal ministero della Transizione ecologica, riporta le seguenti indicazioni: l'impianto di riscaldamento può essere acceso solo nel periodo compreso tra il 22 novembre e il 23 marzo, per non più di 9 ore al giorno; la media ponderata della temperatura dell'aria non può superare i 19 gradi centigradi.



Progetto Erasmus+ Divetour

Corsi online internazionali gratuiti per la formazione professionale sul turismo accessibile

Prende il via a gennaio il Massive Open Online Course (Mooc) del progetto 'Divetour - Competenze e strumenti digitali per il miglioramento della formazione professionale in materia di turismo e accessibilità', finanziato dal programma Erasmus+ dell'Unione europea e realizzato da un partenariato internazionale che comprende anche Hotrec.

“Nuove sfide per il settore turistico dopo il Covid-19” è un corso online completamente gratuito che offre l'opportunità di incrementare conoscenze e competenze sul 'turismo per tutti', come risposta alle sfide causate dalla pandemia e sul suo ruolo per uno sviluppo turistico equo e sostenibile. È aperto a coloro che hanno interesse per questi temi, in particolare a docenti e studenti della formazione professionale in ambito turistico, esperti di



turismo, manager e personale delle piccole e medie imprese del settore. I partecipanti avranno accesso a materiali didattici originali e alle ultime ricerche sul turismo

accessibile e potranno fare esperienze immersive, navigando all'interno di quattro video sui temi dell'accessibilità. Per tutta la durata del corso saranno supportati da esperti e avranno la possibilità di 'incontrarsi' sulla piattaforma online, grazie a forum e webinar dedicati, per scambiarsi opinioni, condividere esperienze, approfondire argomenti, suggerirne di nuovi, imparando reciprocamente in un ambiente aperto e collaborativo.

Realizzato in inglese, il Mooc si svolgerà nell'arco di 4 settimane, dal 16 gennaio al 10 febbraio 2023, senza vincoli di frequenza, lasciando la libertà di scegliere i tempi e le modalità di partecipazione che meglio rispondono alle esigenze di ciascuno.

Il percorso formativo prevede lo svolgimento di due moduli didattici.

Iscrizioni su divetour.eu/register.

HIGHLIGHTS

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

Phi 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 individua le migliori strategie di intervento nell'interesse dell'impresa alberghiera secondo una valutazione strategica dello status aziendale e un piano



PHI HOTELS

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

Vetrina di novità



Il tema del risparmio energetico come leitmotiv di SIA Hospitality Design 2022, in ogni area espositiva, in stretto accostamento al design contemporaneo. Un concept ben interpretato da IndelB con uno spazio allestito attorno alla novità Fridom: evoluzione del Flyingbar, anche questo innovativo minibar per camere d'hotel porta la firma dell'architetto Massimo Mussapi. "Un pezzo di arredo a tutti gli effetti – sottolinea Daniele Riccioni, marketing manager **IndelB** –, che incorpora la nostra tecnologia K EcoSmart, che consente un risparmio energetico del 77% del consumo totale. È in grado di andare in automatico in modalità risparmio, soprattutto nei periodi di bassa operatività della struttura, garantendo una riduzione dei costi energetici". Fridom (unione di 'fridge' e 'freedom') è capace di trasformarsi in oggetto di arredo che 'abbatte la gravità', che 'esce' dal classico nascondiglio sotto la scrivania per prendersi il proprio spazio come elemento di design. Il nuovo minibar è realizzato in 5 modelli: Horizon, sospeso, con struttura orizzontale; Ycon, sospeso, con struttura verticale; Flyingbar Evo, sospeso, di forma quadrata; Cube Freestanding, configurato da terra, con 4 gambe; Cube Countertop, posizionabile su superfici piane.

Schneider Electric, società che opera nella trasformazione digitale della gestione dell'energia e dell'automazione, punta sulle nuove soluzioni per gli 'hotel del futuro'. Come EcoStruxure, architettura e piattaforma abilitata per tecnologie IoT, pronta all'uso, aperta e interoperabile. Ha la finalità di migliorare la sicurezza, l'affidabilità, l'efficienza, la sostenibilità e la connettività nell'impresa, consentendo una trasformazione digitale che ottimizza costi e tempi di progettazione e manutenzione, oltre che una riduzione sino al 50% dell'impronta di carbonio. "C'è molto interesse da parte dei gestori di strutture ricettive per le nostre proposte –racconta il business development e marketing manager digital energy Europe operations, Andrea Natale –. Lavoriamo sia con committenti che gestiscono le strutture o ne sono proprietari, sia con il real estate, che vede nella struttura ricettiva un asset su cui investire in tecnologia, poiché l'opportunità di offrire una struttura con bassi consumi operativi consente di affittarla o venderla a prezzi più alti".

Debutto italiano, sulla scena del SIA, per l'azienda turca di contract Hi Mobilya. "Negli arredi l'Italia è un punto di riferimento per il mondo – evidenzia il business development manager, Alessandro Brecci –. L'azienda vuole conquistare spazi di mercato in Europa, 'utilizzando' l'Italia come porta d'accesso". Le sedie e poltrone sono un punto forte della produzione, con diverse novità di quest'anno, ma le forniture alberghiere per le stanze vanno dall'appoggiavaligie alla scrivania, dallo specchio al comodino, dal pannello tv all'armadio, il tutto declinato secondo sei differenti format di design.





legate a ogni specifica tipologia di colazione, alle dimensioni della sala e allo spazio che si desidera lasciare agli arredi. Soluzioni modulari e su misura e in linea con le nuove sensibilità degli ospiti orientate al green e alla sostenibilità.

Buffet verticale per sfruttare al meglio lo spazio alle pareti della sala breakfast, ma anche angoli colazione dedicati ai bambini, colorati e a loro misura, e innovative combinazioni per valorizzare i prodotti a km zero. Sono le più recenti novità targate **Fas Italia**, che consentono di creare infinite combinazioni, progettabili insieme alla struttura in base alle esigenze

I comfort acustico è un'esigenza di benessere che riguarda tutti gli ambienti. I divani della collezione Snowsound Sofas di **Caimi** permettono di correggere in maniera rapida, funzionale e sicura i problemi legati all'acustica. Snow King è un divano acustico con struttura in materiale ligneo, con copertura composta da imbottitura interna in tecnopolimero fonoassorbente, rivestito esternamente in tessuto Snowsound-Fiber Textiles 3 Melange o 6 Velvet. "Più che un divano abbiamo pensato a un personaggio silenzioso che occupa solennemente gli angoli e afferma una forte presenza scenica fornendo al contempo un contributo al benessere acustico della collettività", spiegano i designer Annalisa Dominoni e Benedetto Quaquaro. E non solamente divani, ma anche poltrone, pouf, tessuti, tendaggi e lampade.



Una produzione all'insegna dell'ecletticità, ispirata allo stile industrial, ma anche a quello etnico, in una fusione di design e materiali che regala carattere e unicità agli elementi di arredo. È il tratto distintivo di **Agorà**. La credenza Barcelò 3+3 è un riuscito mix di legno e ferro: gli inserti di metallo accompagnano le venature del legno, esaltandole; i piedi in ferro, leggermente obliqui, 'alleggeriscono' il mobile. Grande praticità per i tanti cassetti e ante.



arredi, ma anche dal 'dormire bene'. La nostra operazione, quindi, è saper stupire il cliente, che associa al viaggio una "gran bella dormita", quindi di conseguenza all'hotel, che, così, riesce a creare un valore positivo, proprio per il fatto che un albergo, di per sé, 'vende riposo' come attività primaria. Per rispondere a tutto questo Dorelan ha creato la Guest Room Collection e il Pillow Menu, vera e propria collezione di servizi e accessori esclusivi, kit di strumenti personalizzati, utili in ogni camera per comunicare agli ospiti la qualità dei prodotti selezionati dall'hotel per i momenti di relax. Non da ultima, gioca un ruolo importante la sostenibilità in casa Dorelan, che ha scelto di affidarsi alla collaborazione di enti e società specializzate in certificazioni. "La nostra filosofia aziendale è legata a un concetto di 'green' che sia inattaccabile e completo – precisa Izzi –. Facciamo sempre ricerca, non ci fermiamo mai. È il momento di passare a una progettazione che sia sempre più attenta a questi valori".

S.P.

Il valore di una 'Week'

Le 'settimane a tema' e i grandi eventi trainano il turismo nelle città e fanno crescere l'occupazione alberghiera. Design, moda e sport le carte vincenti, ma anche musica e cultura si confermano attrattori forti

DI ALBERTO CASPANI



In principio fu il Fuorisalone. Oggi il modello milanese, l'idea di estendere (o meglio snodare) un evento di richiamo internazionale come il Salone del Mobile per una settimana o oltre, facendo in modo che abbia una ricaduta economica sull'intero territorio e sul comparto ricettivo in particolare, ispira sempre più capoluoghi italiani. Riadattarne la formula, però, non è per nulla semplice.

“Nonostante il Fuorisalone vanti ormai quasi trent'anni di esperienze ed esperimenti amministrativi – osserva **Maurizio Naro**, presidente di Federalberghi Milano –, resta un fenomeno di imprenditoria diffusa basato soprattutto sulla capacità di intercettare le novità internazionali del momento. In questo, la città è favorita non solo dalla sua posizione geografica, ma anche da un'immagine che fa leva sul tessuto produttivo, più che sulla bellezza artistica e paesaggistica, liberandola dunque dall'eredità troppo ingombrante della storia. Dalla 'design week' alla 'fashion week', passando per rassegne musicali come MiTo, o l'opportunità di portare la 'montagna lombarda in città grazie alle prossime Olimpiadi invernali del 2026, l'indotto economico risulta sempre più decentrato”.

UN BUSINESS COMPLETO

Impossibile pensare a Roma, Venezia o Firenze senza la loro straordinaria eredità monumentale e urbanistica, prima motivazione al viaggio sia per il pubblico domestico, che straniero. Ogni tentativo di spostare l'attenzione dal piano estetico a quello fruitivo, deve allora trovare un compromesso con la compattezza di un'immagine che pare impermeabile al tempo. La 'decentralizzazione' economica di Milano diventa inoltre una delle principali ragioni del perché le 'special week' non offrano un modello facilmente misurabile.

bile e riproducibile: stando al rapporto “Design Economy 2022” elaborato da Fondazione Symbola, Deloitte Private e Poli.design, il valore aggiunto prodotto su Milano dal segmento è pari al 18%, riuscendo a convogliare su di sé l’attività di imprese che, in Italia, producono plusvalore per 2,5 miliardi di euro. Oltre alla spinta economica che investe gli aspetti stilistici (58%) e processuali (25%), l’indotto muove risorse verso la comunicazione (59%), il branding (46%), ricerca&sviluppo (44,3%) e il packaging (32,9%). In modo analogo, stando alle indagini di Fashion United sulla Settimana della moda di Milano, la città tende a ricavare direttamente un quarto del totale della ricchezza prodotta, riuscendo a coinvolgere nel business non meno del 64% degli alloggi e della ristorazione (dato Camera di Commercio di Milano Monza Brianza Lodi).

“In linea generale, un evento di richiamo è tale da portare a un tasso di occupazione camere vicino al 100% – evidenzia **Giuseppe Roscioli**, presidente Federalberghi Roma –, e può generare un aumento dei prezzi sino al

20%, come capitato, ad esempio, per l’ultima finale di Coppa Italia fra Juventus e Inter. È tuttavia difficile avere una stima puntuale, perché le manifestazioni spalmate su arco temporale più lungo permettono di non alterare la leva dei prezzi, proprio con l’obiettivo di favorire una permanenza maggiore. Continuano poi a mancare strumenti statistici adeguati per rilevare dettagliatamente la ricaduta”.

Un evento di richiamo porta un tasso di occupazione camere vicino al 100%

In quanto capitale, Roma tende ad attrarre più facilmente grandi eventi anziché sviluppare iniziative tematiche, spingendo gli albergatori a creare pacchetti ad hoc come in occasione della Ryder Cup 2023 di golf, o del Giubi-

leo 2025. Amministrazione comunale e mondo dell’ospitalità sono fra l’altro al lavoro per valorizzare location uniche quali le Terme di Caracalla o il Circo Massimo, particolarmente richiesto per i concerti, soprattutto in coincidenza di eventi sportivi di lunga ricaduta come la Formula-E.

PROGETTI FUTURI

“Nella nostra città non sono ancora programmate attività per settimane speciali – spiega **Salvatore Naldi**, presidente di Federalberghi Napoli –, ma è un’idea su cui stiamo lavorando per attirare in particolare il turismo leisure. Un contributo calendarizzato viene indubbiamente dai musei, fra cui il Mann e il Museo di Capodimonte, oppure da eventi stagionali come il Maggio dei Monumenti. Di grande interesse per il futuro è però l’area ancora poco utilizzata di Fuorigrotta, che, insieme a Bagnoli e Agnano, mette a disposizione terme, ex strutture Nato, ippodromo, parco giochi Edenlandia e Città della Scienza, le cui diverse vocazioni consentono di elaborare proposte più

Segue a pag. 32 ➤

La performance del tuo hotel è importante

Se sei un albergatore o gestisci una struttura ricettiva una consulenza alberghiera è ciò che fa al caso tuo.

Sicaniasc hospitality sviluppa progetti e strategie nell’ambito del revenue management per migliorare le prestazioni della tua struttura e massimizzarne la crescita. Lavoriamo sul prodotto alberghiero con l’obiettivo di ottimizzare le vendite e aumentare i ricavi di tutti i reparti, in tutti i periodi dell’anno.

Lo facciamo seguendo un metodo volto a correggere quello che non funziona attraverso l’analisi del prodotto, la strategia tariffaria e il posizionamento sul mercato.

L’obiettivo è chiaro: aumentare il fatturato, incrementare i guadagni per coprire in abbondanza i rincari e lavorare serenamente.

Muovi i tuoi passi con **Sicaniasc hospitality** per raggiungere obiettivi di crescita sempre più grandi.

www.sicaniascospitality.it - info@sicaniasc.it
tel. +39 095 494395 +39 334 9289647

Sicaniasc[®]
hospitality



strutturate rispetto a eventi eccezionali come il concerto dei Coldplay (il prossimo giugno allo stadio Maradona), o il ritorno della Nazionale di calcio, a marzo, dopo dieci anni”.

“Utilizzare gli eventi sportivi per costruire programmi di soggiorno più strutturati – riconosce **Fabio Borio**, presidente di Federalberghi Torino – è ciò che la nostra città ha imparato soprattutto dalle Olimpiadi invernali del 2006 e su cui intende tornare a lavorare grazie alle Nitto ATP Finals di tennis, estendendo il contratto di cinque anni per altri cinque, capitalizzando al contempo l’esposizione mediatica di occasioni quali l’Eurovision. Investire nella comunicazione legata a questi eventi è infatti il modo più rapido e semplice per far conoscere l’indotto economico locale”.

“Il raddoppio della nostra BeDesign Week attraverso il coinvolgimento della nautica – interviene **Gianluca Faziola**, presidente Federalberghi Genova – rappresenta forse il progetto ligure più vicino al modello milanese, ma la città punta a lavorare su un’offerta identitaria ancora più riconoscibile: oltre a espandere il programma culturale dei Rolli Days sia in primavera che in autunno (dedicato ai palazzi nobiliari del centro storico), è pronta a utilizzare leve

economiche come la tassa di soggiorno e la Genoa Visitcard per lanciare il nuovo Festival del Jeans a livello internazionale”.

“Anche la nostra città intende sviluppare un proprio modello di settimana speciale – concorda **Francesco Bechi**, presidente di Federalberghi Firenze – prendendo spunto dal richiamo mondiale di Pitti Moda per far riscoprire, ad esempio, l’eredità dell’artigianato artistico toscano mediante una manifestazione a tema, oppure creando ulteriori estensioni verso le attività del territorio, quando il festival ‘Fuori di Taste’ porta i visitatori dalla Fortezza Rotonda agli spazi degustativi degli alberghi. Purtroppo l’amministrazione comunale considera questi progetti non sempre prioritari, correndo alla lunga il rischio di una desertificazione del tessuto produttivo locale”.



Affitti brevi, la stretta Ue

L'Europa verso le nuove regole per promuovere la trasparenza nel settore delle locazioni

La Commissione europea ha adottato una proposta di regolamento per aumentare la trasparenza nel settore della locazione di alloggi a breve termine e aiutare le autorità pubbliche a garantire uno sviluppo equilibrato di tale attività nell'ambito della sostenibilità del settore turistico.

Le nuove norme, che andranno in vigore dal 2023, hanno l'obiettivo di migliorare la raccolta e la condivisione dei dati provenienti dai locatori e dalle piattaforme online, contribuendo a migliorare la trasparenza per quanto riguarda l'identificazione e l'attività dei locatori di alloggi a breve termine, nonché le norme che sono tenuti a rispettare, e facilitando anche la registrazione dei locatori stessi.

Ma non solo, perché le future regole affronteranno anche la frammentazione delle modalità secondo cui le piattaforme online condividono i dati, oltre a contribuire a prevenire la presenza, negli elenchi, di voci illegali.

Dopo l'adozione e l'entrata in vigore, gli Stati membri disporranno di un periodo di due anni per istituire i meccanismi necessari per lo scambio dati.

EFFICACIA DEL QUADRO UE

- Una volta introdotto dalle autorità nazionali, armonizzerà i requisiti in materia di registrazione per i locatori e le loro unità immobiliari locative a bre-

ve termine: i sistemi di registrazione dovranno essere interamente online e di facile utilizzo. È opportuno richiedere la comunicazione di una serie analoga di informazioni pertinenti sui locatori e sulle loro unità immobiliari, vale a dire 'chi', 'cosa' e 'dove'; nella fase finale della registrazione i locatori dovrebbero ricevere un numero di registrazione unico.

- Chiarirà le norme volte a garantire che i numeri di registrazione siano esposti e controllati: le piattaforme online dovranno rendere facile, per i locatori, l'esposizione dei numeri di registrazione sulle loro piattaforme. Dovranno inoltre verificare in modo casuale se i locatori registrano ed espongono i numeri corretti. Le autorità pubbliche potranno sospendere la validità dei numeri di registrazione e chiedere alle

piattaforme di depennare dagli elenchi i locatori non conformi.

- Razionalizzerà la condivisione dei dati tra le piattaforme online e le autorità pubbliche: le piattaforme online dovranno condividere con le autorità pubbliche i dati relativi al numero dei pernottamenti in locazione e dei locatori una volta al mese, in modo automatizzato. Sono previste possibilità di comunicazione dei dati meno onerose per le piattaforme piccole e le micropiattaforme. Le autorità pubbliche potranno ricevere tali dati attraverso i punti di ingresso digitali unici nazionali, favorendo così un'elaborazione mirata delle politiche.
- Riutilizzo dei dati in forma aggregata: i dati generati in base alla proposta, in forma aggregata, saranno



Banca dati: protocollo Ministero-Regioni

A seguito del parere favorevole del Garante per la protezione dei dati personali, le Regioni e Province autonome possono procedere alla stipula, con il ministero del Turismo, del protocollo d'intesa per la realizzazione e la gestione della banca dati delle strutture ricettive e degli immobili destinati alle locazioni brevi, previsto dal decreto MiTur del 29 settembre 2021. Il protocollo, prevedendo la cooperazione tra le amministrazioni coinvolte, disciplina il contenuto e le modalità di trasmissione dei dati, le modalità di aggiornamento della banca di dati e le modalità di generazione del codice identificativo o alfanumerico delle strutture ricettive e degli immobili destinati alle locazioni brevi, che andrà obbligatoriamente indicato in ogni comunicazione, offerta e promozione. Le Regioni e Province autonome che non sottoscrivono il protocollo di intesa, forniranno, direttamente al gestore della banca dati, i dati, nonché i relativi aggiornamenti, entro il 30 giugno e il 31 dicembre di ciascun anno.

utilizzati per le statistiche sul turismo prodotte da Eurostat e confluiranno nel futuro spazio europeo di dati per il turismo. Tali informazioni sosterranno lo sviluppo di servizi innovativi connessi al turismo.

- Istituzione di un quadro di attuazione: gli Stati membri monitoreranno l'attuazione di tale quadro di trasparenza e stabiliranno le sanzioni applicabili all'eventuale violazione degli obblighi del regolamento.

Prove tecniche di sinergia

Opportunità lavorative invernali sull'asse Piemonte-Sicilia: interscambio tra territori

La Sicilia atterra in Piemonte - Territori lontani mai così vicini: è l'iniziativa lanciata con l'obiettivo di promuovere i territori e i voli che collegano le due regioni e per proporre opportunità lavorative ai professionisti siciliani della filiera ricettiva. L'evento, realizzato con il supporto di Visit Piemonte, si è incentrato sul focus 'Le opportunità professionali e formative nelle imprese piemontesi', rivolto ai rappresentanti degli istituti superiori e di formazione siciliani a indirizzo turistico-alberghiero.

Realizzando indagini sul mercato del lavoro nel comparto turistico e basandosi anche sui collegamenti aerei diretti da e per il Piemonte, è nata infatti l'idea di imprimere un particolare significato ai voli Ryanair tra gli aeroporti piemontesi e quello di Palermo. Un 'caso pilota' che

mira all'interscambio, alla destagionalizzazione e alle sinergie fra territori.

"In Sicilia la stagione turistica balneare si chiude a ottobre per riaprire nel mese di aprile - ha osservato il presidente di Visit Piemonte, Giuseppe Carlevaris -. Molti professionisti possono quindi essere interessati a trovare opportunità di impiego stagionale in quel periodo. Da parte nostra, alla vigilia della stagione invernale, registriamo invece carenza di personale qualificato, e pertanto il livello professionale degli operatori siciliani è di nostro interesse. Per questo ci rivolgiamo



da un lato ai professionisti e dall'altro alle scuole per un discorso di prospettiva. Il nostro obiettivo è di 'istituzionalizzare' una prassi di collocamento lavorativo finora lasciata alle iniziative individuali e spontanee, con modalità che diano garanzie sia ai lavoratori che alle strutture alberghiere e di ristorazione".

L'iniziativa come innovativo esperimento, dunque, ma anche come 'mezzo di soccorso'. È il pensiero di Vittoria Poggio, assessora a Cultura, Turismo e Commercio della Regione Piemonte, che aggiunge: "Grazie alla forza attrattiva degli sport invernali e dell'enogastonomia in autunno e inverno, si assecondano le richieste delle imprese in questa fase storica complessa. Da un lato, una vicendevole promozione turistica, dall'altro la presentazione di opportunità lavorative nelle strutture della ricettività e della ristorazione piemontesi".

ENTRARE NEL TUO HOTEL PRIMA DI REALIZZARLO, QUESTO È LO SCOPO DEL NUOVO SERVIZIO THETAVERSE.



L'Arredatheta, nasce a Roma nel 1981 negli anni si è specializzata sempre di più nella progettazione e realizzazione di arredamenti per hotel, dando sempre più importanza anche agli strumenti di presentazione dei progetti, per far sì che la scelta in fase di realizzazione dell'hotel non sia mai una sorpresa. E' stato proprio in occasione dell'EquipHotel 2022 di Parigi che L'Arredatheta ha mostrato per la prima volta, con grande successo, questo nuovo servizio di presentazione dei progetti d'arredo, **ThetaVerse**.

Con questo servizio grazie, alla realtà aumentata, avrete la possibilità di entrare nel vostro hotel prima ancora di realizzarlo davvero, riducendo a zero il rischio di fare una scelta sbagliata e rendendo così il progetto perfetto in ogni suo dettaglio, molto più reale e facile da scegliere.



Via Victor Fleming, 8
Loc. Albuccione - Zona Industriale
00012 Guidonia Montecelio (Roma)
www.larredatheta.com
info@larredatheta.com
Tel. 06. 70.30.30.30



Patto per crescere talenti nel mondo dell'ospitalità

Intesa tra Federalberghi, Re.Na.I.A. e Rete Its Turismo per l'apprendimento duale, con la finalità di innescare un processo virtuoso di crescita professionale di giovani elementi da impiegare nel settore

Patto a tre per incentivare l'ingresso di giovani qualificati nel mondo dell'ospitalità, attraverso l'apprendistato duale. Federalberghi, in rappresentanza delle imprese turistico ricettive, Re.Na.I.A.-Rete nazionale degli istituti alberghieri per le scuole secondarie superiori, e Rete Its Turismo per gli istituti tecnologici superiori hanno sottoscritto un'intesa per condividere una strategia atta a promuovere orientamento, conoscenza e occupazione e ad accrescere il livello di professionalità del settore, oltre che a conservarne le caratteristiche di inclusività.

Una sorta di 'cassetta degli attrezzi' che, partendo da un protocollo tra datore di lavoro e istituzione formativa, attraverso l'individuazione di un contratto tipo di apprendistato di primo o terzo livello e concludendo con un modello di piano formativo individuale, mira a creare un quadro condiviso per l'utilizzo dell'apprendistato come possibile

strumento di integrazione tra la realtà dell'istruzione e il mondo del lavoro.

“La carenza di manodopera – sotto-linea Alessandro Nucara, direttore generale di Federalberghi – è solo la punta di un iceberg rappresentato dal rischio di un progressivo impoverimento professionale e dalla carenza di conoscenze, che può compromettere le prospettive di

sviluppo del settore. Per questo motivo ci siamo mossi con le reti degli istituti alberghieri e degli Its per innescare un processo virtuoso di crescita delle persone e del turismo in generale”.

Secondo Alessandro Mele, coordinatore della Rete Its Turismo, “innovazione tecnologica, trasferimento delle competenze e fabbisogno di manodope-



Professioni senza crisi

Camerieri, cuochi di alberghi e di ristoranti. Queste le professioni che hanno caratterizzato la domanda del comparto turistico durante i primi sei mesi del 2022. Lo rivela la ricerca dell'Università Roma Tre, “La domanda di lavoro nel settore turismo”, presentata in occasione del trentennale dell'Ente bilaterale turismo del Lazio.

Al primo posto, tra le figure più ricercate dalle aziende, vi sono i camerieri di ristorante, con circa 264mila lavoratori coinvolti da almeno un'attivazione nel primo semestre del 2022: il 41% in più rispetto al 2021 e il 6% in più rispetto al 2019. Al secondo posto i cuochi di alberghi e ristoranti con quasi 140mila unità - una quota rimasta sostanzialmente invariata rispetto al pre-pandemia -, seguiti dai baristi, professione che ha coinvolto quasi 118 mila lavoratori, ancora il 3% in meno rispetto al 2019.

Giuseppe Roscioli, vicepresidente Federalberghi e presidente di Federalberghi Roma, ha evidenziato come, in questi anni, il sistema ricettivo abbia perso tante professionalità: “È accaduto principalmente perché gli alberghi sono rimasti chiusi e le persone di sono ricollocate altrove. Ma anche perché il turismo è oggi meno attrattivo e, a parità di salario, si preferiscono altre soluzioni”.

A.D.A.

ra qualificata sono tre aspetti di grande importanza per il settore dell'ospitalità”. E un approccio che tenga assieme questi tre elementi “non può prescindere dal ruolo dell'istruzione professionale e tecnologica superiore, che rappresenta la novità nel panorama dell'istruzione, con risultati anche dal punto di vista del placement degli studenti”.

“Gli istituti per l'enogastronomia e l'ospitalità alberghiera rappresentano la continuità della grande tradizione formativa del settore – aggiunge Luigi Valentini, presidente Re.Na.I.A. –. Continuiamo a lavorare, insieme ai partner consolidati e ai nuovi, per promuovere la cultura dell'ospitalità coniugandola con il nostro impegno quotidiano per gli studenti e per il loro avvenire professionale”.

Due città per una Capitale

Bergamo e Brescia unite nel segno dell'alta cultura italiana, protagoniste per tutto il 2023

Bergamo e Brescia si avvicinano all'appuntamento con il 2023, quando insieme saranno "Capitale Italiana della Cultura", rilevando il testimone da Procida, che per dodici mesi ha tenuto il titolo 2022.

Una realtà, quella di BgBs2023 che si è composta progressivamente attraverso un processo di progettazione partecipata che ha coinvolto anche il mondo del turismo e della scuola, delle imprese, dell'enogastronomia e dell'artigianato.

Tema portante del progetto è "La città illuminata", intenzionalmente non plurale, a testimonianza della decisione che Bergamo e Brescia hanno preso nel progettare assieme questo anno speciale. Un tema che raccoglie diverse sfaccettature e allude a una Capitale 2023

Uno slancio per ripartire dopo le dolorose vicende della primavera del 2020

illuminata come città di ampie vedute, punto di riferimento, aperta alla luce della ragione, vivace e animata. Un'energia sottolineata anche dal logo, una lettera B, iniziale dei nomi delle due città, che diventa un '3', evocativo del 2023, anno delle celebrazioni e dello slancio che Bergamo e Brescia vogliono esprimere come ripartenza dopo la dolorosa vicenda Covid19, che nei due capoluoghi lombardi ha mietuto migliaia di vittime nella primavera 2020.

Il lavoro di produzione del Dossier ha portato all'identificazione di 4 aree tematiche per l'attivazione di iniziative ed eventi: 'La città dei tesori nascosti', 'La città natura', 'La città che inventa' e 'La cultura come cura'. Bergamo Brescia Capitale Italiana della Cultura 2023 vuole, infatti, essere una piattaforma di eventi e iniziative di grande attrattività per i turisti, capace di portare le due città in una posizione di riferimento sulla mappa della cultura europea. Vasto il programma degli appuntamenti e degli incontri artistico-culturali, con l'inaugurazione di mostre importanti già a partire da gennaio.



D O C C I A | S A U N A | H A M M A M



Strategici e gourmand

“**S**e di innovazione nell'ospitalità bisogna parlare, merita una menzione speciale l'impegno degli albergatori del nostro Paese che hanno scelto di investire sulle proprie competenze, sul proprio futuro e su quello della propria struttura ricettiva per innovare l'offerta con prodotti e servizi legati al food capaci di anticipare i trend, soddisfare le mutevoli esigenze dei consumatori e ridurre al minimo le fluttuazioni di mercato con impatto negativo sulle performance del business”. Parola di Giacomo Pini, ceo di GpStudios, ideatore di 'Hospitality Food Innovator', presentato in anteprima a SIA Hospitality Design 2022, a Fiera di Rimini. Un progetto che mette al centro del pensiero strategico degli albergatori la ristorazione in hotel come opportunità di business e crescita, e che agli oltre 150 partecipanti ha voluto e saputo aprire lo sguardo verso una visione pluridimensionale, capace di abbracciare le varie sfaccettature della gestione di un'impresa ricettiva e trasformare idee imprenditoriali in strategie vincenti mediante un controllo totale su dati e numeri. Alla prima edizione di Hospitality Food Innovator presenti i consulenti GpStudios che, insieme agli special guest il maestro pasticciere Gino

◀ Segue da pag. 37

Fabrizio, il critico enogastronomico Luigi Cremona, e lo Chef Paolo Teverini, hanno approfondito le ultime novità in fatto di breakfast, di gestione operativa, di comunicazione e di controllo di gestione. Il percorso è stato arricchito dal coinvolgimento di un comitato tecnico scientifico con membri di alto rilievo: Andrea Serra, funzionario del Servizio sindacale Federalberghi; Caterina Celenza, vicepresidente del Comitato nazionale Giovani albergatori di Federalberghi; Francesco Capozzi, direttore del Centro interdipartimentale di ricerca industriale su agroalimentare dell'Università di Bologna; Andrea Gianotti, coordinatore del Corso di laurea in Scienze e cultura della Gastronomia dell'Università di Bologna; Lorenza Vitali, giornalista e curatrice del premio Emergente Sala; Iginio Massari, maestro pasticcere e presidente Apei. E ora, facendo tesoro delle competenze acquisite e del titolo conseguito di Hospitality Food Innovator il settore turistico italiano si fregia di albergatori pronti a riscrivere la storia dell'ospitalità a partire dalla ristorazione in hotel.

BROGGI, LE BUGIE A TAVOLA

Broggi entra nel mondo dell'arredamento hospitality e Horeca con un nuovo progetto: Lighting Bugia. Una lampada che prende ispirazione dai vecchi portacandele del passato, dalla linea fortemente stilizzata e dal gusto retrò. L'anello per l'impugnatura sopra la base e il minuscolo paralume contenente i Led all'apice del sottile stelo, la rendono un oggetto di grande impatto estetico e unico nel suo genere. Un oggetto rinnovato da una chiara connotazione di modernità, che ben si adatta a qualsiasi ambiente e tavola. È impermeabile, ricaricabile, wireless e trasportabile. Disponibile nelle versioni bianco, cromata e corten.



LA TAVOLA ILLUSTRATA DI GAMBA 1918

Dalla scelta delle fibre pregiate alle classiche lavorazioni con orlo a giorno, fino ai nuovi orizzonti della stampa digitale, il tovagliato Gamba disegnato su misura è coerente e armonico con lo scenario in cui si colloca. Nasce così anche la linea 'Decotable', in cui tessuti pregiati e finiture accurate si fondono nelle creazioni per la tavola e il banqueting, con dall'innovativa praticità nel lavaggio e nella stiratura. Il cotone doppio ritorto, il lino o il misto lino, realizzati con filati made in Italy, prendono la forma di tovagliati di grande dimensione, di monoposto all'americana o di diverse nuove ispirazioni di carattere. E grazie alla flessibilità e alla qualità della stampa digitale, i nuovi disegni di stile di Gianluca Biscalchin si affacciano sulla tavola, portandovi un tocco di ironia. L'illustratore che ama la gastronomia, i viaggi e i libri segna il mondo visivo di Gamba con tratti gioiosi, delicati e densi di cultura.



LE TINTE DI TOGNANA PROFESSIONAL

Emerald, Blue & Brown, Factory, Stars&Stripes. Sono le nuove collezioni in porcellana create da Tognana Professional per il settore Horeca. Piatti piani, fondi e dessert, ma anche piatti per pizza, bowl e servizi da caffè e da tè, tutti caratterizzati da design e praticità. La linea Emerald comprende 15 diversi elementi per la tavola, in tinta smeraldo screziato, per far risaltare preparazioni dai colori accesi. La Blue & Brown è, invece, la linea dedicata a menu della cucina orientale. Tinte tenui e decori artistici contraddistinguono, invece, Factory, una gamma di 38 differenti piatti.



DOMA KALÈ VESTE LE SEDIE

I coprisedie Doma Kalè sono come abiti sartoriali cuciti su misura per sale banchetti, ricevimenti ed eventi. Una gamma vasta e flessibile di modelli, fantasmini personalizzati sulla sedia del cliente, per valorizzare forme e linee. I tessuti sono lavabili, irrestringibili o elasticizzati. I modelli corti o lunghi, trasparenti o compatti. I coprisedia più eleganti sono imbottiti, poiché modellano le forme. Tutti sono amovibili per il lavaggio, per rinnovare velocemente il look delle sedie.



IL TESSUTO NON TESSUTO DI DAMARILA

Qualità, sviluppo e personalizzazione sono i segreti di Damarila, azienda specializzata nella produzione di tovagliato monouso per il settore Horeca, che consente di caratterizzare la sala ristorante e valorizzare la mise en place con un tocco originale e ricercato. Possibilità di personalizzare il tovagliato con brand, design e colori esclusivi. I prodotti firmati Italian Creativity sono Airlaid e Bio Panda, 'tessuto non tessuto' particolarmente soffice e gradevole al tatto, dallo spessore consistente e di alta assorbenza e resistenza. Gli impianti di stampa utilizzati permettono di realizzare forme e decori sino a sei colori. Inoltre, i sistemi di converting garantiscono una alta igienicità del prodotto.



HAPPY MEPRÀ

Combinando l'esperienza maturata nel settore delle forniture alberghiere con il gusto per il design, Mepra ha sviluppato, accanto ai prodotti tradizionali, una serie di prodotti innovativi che seguono le tendenze nella ristorazione. L'azienda produce funzionali articoli che rispondono alle esigenze di chef e interior designer. Happy, tra le varie, è una collezione di posate da servizio e da tavola, dalle forme uniche e attraenti: un set di 11 pezzi per tutte le esigenze.



Packaging Horeca verso nuove regole

La Commissione Ue propone nuove regole in materia di imballaggi per far fronte al crescente volume di rifiuti e ridurre l'utilizzo di plastica e carta, nell'ottica del Green Deal europeo. Pertanto sarebbero vietate alcune forme di packaging, ad esempio quelli monouso per cibi e bevande consumati all'interno di ristoranti e bar, quelli monouso per frutta e verdura, ma anche flaconi in miniatura per shampoo, docciaschiuma e altri prodotti per gli hotel. Hotrec ha preso atto della proposta per la nuova normativa che, in sostanza, mirerebbe a eliminare la coesistenza dei packaging monouso e multiuso. L'associazione ombrello europea dei settori alberghiero e della ristorazione condivide l'intento di limitare i rifiuti di imballaggio, tuttavia respinge l'idea di vietare drasticamente i packaging monouso nel settore Horeca: "Per meglio rispondere alla natura eterogenea del nostro settore, alla stagionalità e alle specificità locali, la coesistenza dei due sistemi dovrebbe essere preservata". Un concetto su cui insiste Marie Audren, direttrice generale di Hotrec, che avverte: "Il passaggio al 'riutilizzo' e al 'refill' in ristoranti e hotel non dovrebbe essere affrettato, ma attentamente considerato e implementato per evitare di compromettere la sicurezza alimentare, la salute e l'igiene. Siamo pronti a collaborare con la Commissione europea, con il Parlamento e gli Stati membri per raggiungere obiettivi comuni verso una maggiore circolarità, ma sostenendo al contempo le imprese del settore alimentare e le realtà alberghiere".

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

Nuove sfide per la qualità

Uno studio World Capital Group, condiviso con TTG Italia, promuove il settore degli alberghi per la capacità di reagire e adattarsi ai cambiamenti del dopo pandemia

DI STEFANIA GALVAN

Niente è più come prima. Se la pandemia ha rappresentato una delle crisi peggiori per l'economia turistica italiana, ha segnato anche uno spartiacque tra un 'prima' e un 'dopo', imponendo agli imprenditori di tutti i campi, e di quello alberghiero in particolare, un cambio di passo repentino e veloce per allinearsi ai nuovi bisogni delle persone. Personalizzazione, esperienza, sostenibilità e soprattutto più servizi, e di maggiore qualità, le priorità della clientela, che ha ripreso a viaggiare ma con consapevolezza e sensibilità diverse rispetto al passato.

E gli hotel? Hanno saputo rispondere in modo adeguato alla sfida? A far luce sui mutamenti della ricettività post-pandemica è l'ultimo sondaggio realizzato dal Dipartimento di Ricerca di World Capital Group - 'Turismo in Italia: tendenze e andamento della stagione estiva 2022', che Wcg ha condiviso con TTG Italia. "Un quadro – spiega Cristina Gentile, responsabile del Dipartimento Hospitality di World Capital Group – che sorride agli hotel, evidenziandone l'efficacia della reazione".

MEGLIO CHE A CASA

Il punto di partenza è preciso e si definisce con un solo sostantivo: la qualità. "In due anni di lockdown – sottolinea Gentile – lo standard abitativo è cresciuto e ora la pretesa qualitativa è aumentata. Il cliente, quando arriva in albergo, non si accontenta di 'stare come a casa', ma pretende qualcosa di più".

Su questo punto gran parte degli attori della ricettività ha risposto in modo adeguato, introducendo nuovi servizi nelle strutture soprattutto sul fronte della digitalizzazione e delle aree fitness e relax. Tra i plus le cooking class, le esperienze interne all'hotel ma anche esterne, sul territorio, oltre a nuove opzioni di food & beverage.



“Tra i nuovi servizi – aggiunge la manager – anche le smart station, le nuove postazioni di lavoro all'interno degli hotel. E sono proprio le strutture più propriamente business ad aver intrapreso una strada nuova: quella del bleisure, che consente di ospitare, durante la settimana, business traveler che, nei weekend, si trasformano in ospiti leisure, magari facendosi raggiungere dalla famiglia”.

I mutamenti dell'ospitalità nascono, secondo la ricerca Wcg, anche da un'esigenza sentita dagli stessi albergatori, che sottolineano come il cambiamento dei servizi offerti sia stato deciso indipendentemente dalla variazione qualitativa o quantitativa della domanda. Ma per i nuovi viaggiatori del dopo pandemia un altro aspetto sta diventando cri-

terio di scelta: la sensibilità dell'hotel alla tutela ambientale. Un bisogno che gli imprenditori della ricettività hanno saputo intercettare.

FORMAZIONE INDISPENSABILE

Altro intervento non più prorogabile è quello relativo al fattore umano: “La scelta inevitabile per fidelizzare i collaboratori è quella delle academy interne di qualificazione o aggiornamento – sottolinea Gentile –. Anche in questo caso si sta già attrezzando, magari appoggiandosi a società esterne per riqualificare il proprio staff. Le difficoltà delle scorse stagioni sul fronte delle risorse umane hanno mandato un chiaro messaggio a tutto il comparto: al centro dell'hotel non va messo solo il cliente, ma anche il collaboratore”.

La sensibilità dell'hotel alla tutela ambientale è un bisogno che gli imprenditori della ricettività hanno saputo intercettare

Comfort zone



LE CABINE DOCCIA SECONDO MEGIUS

Megius amplia la gamma dei box doccia. Il mood stilistico dei nuovi prodotti richiama e riprende il profilo minimale della doccia Zen, esaltando il vetro attraverso giochi di trasparenze, che viene arricchito da mensole fisse portaoggetti, inserite direttamente sul vetro e disponibili in più dimensioni. Le pareti di rivestimento interne sono pannelli Layer multistrato in alluminio e laminato idrorepellente. La porta pivotante è contraddistinta dalla maniglia lineare a ponte da 580 mm che definisce inedita e verticalità del prodotto. I modelli si possono adattare a diversi ambienti: sono infatti disponibili soluzioni ad angolo, a parete o in nicchia con la presenza della porta battente centrale. E le soluzioni possono essere installate a pavimento, su piatto doccia Technart Megius o su qualsiasi altro piatto doccia. All'interno di Zen Idro / Hammam, la presenza della seduta integrata in legno Iroko consente un'esperienza di relax.

I RUBINETTI AUTOMATICI DI GROHE

Lavaggio igienico delle mani grazie a una fotocellula. Grohe propone i rubinetti controllati da un sensore a infrarossi, che registra quando le mani si avvicinano al rubinetto, attivando automaticamente il getto d'acqua. E quando non registra più alcun movimento, il getto d'acqua si ferma dopo un certo tempo. Inoltre, il flusso d'acqua nel rubinetto con sensore è ottimizzato in modo che l'acqua fredda e quella calda siano miscelate. Allo stesso tempo, sono mantenuti al minimo gli spazi di ristagno nel rubinetto, e questo riduce la proliferazione di agenti patogeni come la legionella. È inoltre possibile impostare la disinfezione termica e una modalità di pulizia che disattiva temporaneamente il sensore. In più, un rubinetto automatico porta con sé un ulteriore vantaggio: poiché ci sono meno contatti, deve essere pulito meno frequentemente.



ALBATROS E LA VERSATILITÀ

Modula F Combi è ampia, elegante, essenziale, contemporanea nelle linee e nelle funzioni evolute. Espressione di una nuova ricerca formale e progettata per la massima fruibilità, la vasca di Albatros è realizzata con materiali selezionati e progettata per essere installata a centro stanza, a parete, ad angolo, trasformando la stanza da bagno in un luogo accogliente di relax. Versatile per ogni installazione, è dotata di microgetti Airpool, di cesto estraibile, rubinetteria a colonna, comandi touch sulla vasca e telecomando per l'Airpool. Misura 202 x 84,4 x 50 cm; finitura solid surface 7 colori o Mdf mobile 5 colori.

GSI COLOR ELEMENTS

Comporre l'ambiente bagno significa tessere relazioni tra intimità, silenzio, valore interiore di un luogo, insieme a forme, materiali, luce e colori, e in infinite combinazioni. Per rendere uniche queste espressioni GSI ha inserito nella propria linea di prodotti i Color Elements. La collezione si sviluppa in una gamma di 8 differenti tinte opache compatibili per essere abbinare tra loro: Agave, Ardesia, Bianco, Bistro, Cenere, Creta, Ghiaccio e Tortora. Le nuove finiture matt accompagnano lavabi in appoggio e semi-incasso a vasi sospesi. Tendenze di stile contemporanee alle quali Gsi risponde aggiungendo igiene e funzionalità grazie alla smaltatura interna dei vasi con Extraglaze, lo smalto ceramico che rende le superfici più brillanti, resistenti e facilmente lavabili.





IL GOOD DESIGN FORMATO STELLA

La collezione Emisfero di Rubinetterie Stella, design 1965, è capace di armonizzare la sinuosità delle forme con la solidità delle impugnature ed è considerata, insieme a Italica, Roma ed Eccelsa, una delle più fortunate serie della produzione Stella, alfiere del made in Italy per la rubinetteria di lusso. Dinamica rivisitazione della maniglia a quattro punte, sinonimo di ergonomia, la serie Emisfero si adatta all'evoluzione delle idee d'arredo sia dal punto di visto stilistico che funzionale.

ALLEGRI PER IL PIANETA

DPlanet è la linea cosmetica creata da Allegrini completamente plastic free, che vive in armonia con l'ambiente. I suoi ingredienti la rendono infatti water e preservatives free. Un prodotto etico, vegano e testato sulla pelle, con oli e ingredienti vegetali avvolti in una carta riciclata e riciclabile: a contatto con l'acqua il cosmetico solido crea una leggera schiuma detergente, da spargere sulla pelle e sui capelli. Le formule eco-friendly sono racchiuse in packaging sostenibili e personalizzabili. La scelta è tra Note di testa (minerali marini e frutti d'acqua, Note di cuore (giglio e gelsomino) e Note di fondo (ambra grigia e fior di loto).



ALBOGROUP FOR KIDS

Beba Lena & Friends è la linea cosmetica e per l'igiene dedicata da Albogroup ai piccoli ospiti degli hotel. Alla naturalità e all'ecosostenibilità dei prodotti si accompagna una grafica colorata e divertente. I prodotti sono fabbricati con ingredienti di origine naturale selezionati e con una formula adatta per i capelli e le pelli più delicate. La linea cortesia 'for Kids' include: shampoo e bagnoschiuma con estratti di camomilla e avena; sapone dermatologicamente testato e, per offrire sicurezza, anche un gel igienizzante mani a base idroalcolica e uno spray detergente. Particolarmente accattivante la profumazione 'Latte E Vaniglia', dolce e delicata, con fior di latte, zucchero a velo, noce di cocco, eliotropico, pesca, bacche di vaniglia e fava tonka.



AMONN 3.0

Cosmetic 3.0 rappresenta la svolta epocale di Amonn per offrire agli albergatori dei prodotti in linea con la salvaguardia dell'ambiente e degli ecosistemi globali. Una linea cortesia ecofriendly e sostenibile, che non rinuncia all'igiene tipica del monouso. Prodotti ultradelicati, senza siliconi e parabeni, a ph neutro, altamente concentrati e solidi, per sciogliersi tra le mani trasformandosi in creme. La gamma comprende gel doccia, shampoo e balsamo, che diventano compatti e permettono di ridurre le emissioni dovute al trasporto, oltre a rendere obsoleti gli imballi di plastica.



CAPITOL, BELLEZZA NELLE PICCOLE COSE

Personalizzazione, attenzione per l'ambiente, progettazione condivisa. Capitol Milano aiuta l'hotel a farsi ricordare dagli ospiti. E per soddisfare le esigenze degli ospiti, sempre più attenti alla sostenibilità, l'azienda si è focalizzata sulla ricerca dei materiali più indicati per la produzione di accessori eco-friendly. Sono così nati gli spazzolini da denti in bambù, i pettini e i rasi in legno anziché in plastica, le bustine compostabili, le pantofole con soles in sughero e gli ombrelli in cotone waterproof anziché in nylon, tutti customizzabili. Anche per la consegna delle merci Capitol utilizza i cartoni per l'imballo, evitando l'impiego di sacchetti di plastica ai quali vengono preferiti i sacchetti di carta o in materiale compostabile.



TOP BRANDS MARIE DANIELLE

Top Brands è la sezione dedicata agli hotel più esigenti, quelli che ricercano collezioni esclusive. Marie Danielle ha selezionato aziende italiane e internazionali, tutti marchi riconosciuti sul mercato come brand name e con un posizionamento di nicchia. Questa collezione è caratterizzata da hotel amenities con una spiccata identità, da fragranze originali e texture particolarmente piacevoli. Tra le ultime novità, le linee cortesia firmate Gerard's: note di pepper e argan per shampoo, balsamo, shower gel, bagnodoccia, crema mani e corpo benessere, doccia-shampoo e sapone aromaterapici.

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
e 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 - info@fondofast.it

FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Alberghi e Turismo



Rinascimento barocco

Lo stile e l'arte della Roma del Seicento guidano il nuovo design dell'hotel Bernini Bristol



◀ ▲ credits: mazzolistudio

e negli spazi comuni. La maggior parte delle camere e suite è stata completamente rinnovata con un look creato per consentire agli ospiti una vera 'esperienza' di soggiorno: 9 le versioni delle Signature Suite, a cui si aggiungono la Suite Deluxe Trevi e la Presidential Suite Tritone, con terrazza affacciata su Roma.

“Al Bernini – illustra l'architetto Guido Ciompi in un'intervista Sinahotels – si dovrebbe ritrovare lo spirito della città, soprattutto della 'città barocca', la stessa che l'ospite ha visitato durante il giorno. E tutto questo reinterpretato in chiave contemporanea”. Il design trova ispirazione nel grande architetto-artista del Barocco romano, che dà il nome stesso all'hotel e autore delle due fontane della piazza antistante: Gian Lorenzo Bernini. “Roma, Barocco, Bernini li ritroviamo all'interno dell'albergo – sottolinea infatti Ciompi –. La sontuosità degli ambienti, il particolare utilizzo del marmo e della qualità delle opere d'arte ci hanno ispirato”.

Tradizione e contemporaneità si ritrovano anche nel ristorante 'Il Vizio', dove la proposta gastronomica italiana tradizionale si fonde con il moderno food giapponese, in un ambiente dal design completamente nuovo. Ed è proprio il 'nuovo' la leva dell'hotel. “Il mio desiderio – spiega il designer – è che il cliente, entrando al Bernini, possa rendersi conto che è la 'novità' l'elemento di spicco. Tutte le forme e gli oggetti che sono all'interno dell'hotel sono inediti, disegnati e realizzati esclusivamente e appositamente per questo hotel”.

L'offerta congressuale del Sina Bernini Bristol resta centrale per l'attività dell'hotel. Sette le sale polifunzionali in dotazione, con lo stesso stile di classica eleganza che permea tutta la struttura alberghiera e allestibili con tecnologia per meeting ed eventi 'ibridi': possono ospitare da 10 a 100 persone, mentre le sale Dafne, Apollo ed Enea, al piano nobile dell'hotel, consentono di organizzare ricevimenti e banchetti sino a 200 invitati.

Reca la firma di Guido Ciompi il progetto di restyling del Bernini Bristol di Roma, caratterizzato da un mix di elementi dell'estetica barocca e linee, forme e colori di gusto contemporaneo. L'hotel è totalmente rinnovato nello stile e nel concept, ed esalta l'impronta dal carattere forte che già contraddistingue altri progetti luxury dell'architetto, quali il Centurion Palace di Venezia e The Gray a Milano.

Un progetto nato per celebrare in chiave contemporanea il Barocco romano, presente in tutte le 166 camere

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



www.federalberghi.it



www.hotelmag.it



www.confiturismo.it



www.confcommercio.it



www.hotrec.org



www.10q.it



www.siaexpo.it



www.federalberghi.it



www.conventionbureau.com



www.icctalia.org



www.conorzioconoe.it



www.cfmt.it



www.federalberghi.it



www.fondir.it



www.fondamaronegri.it



www.fondofonte.it



www.fasdac.it



www.fondamariopastore.it



www.fondofast.it



www.fondoforte.it



www.quas.it



www.adapt.it



www.unibocconi.it/met



www.daikin.it



www.siae.it



www.zurich.it



www.scfitalia.it



www.unogas.it



www.unilever.it



www.daikin.it



www.nuovoimaie.it



www.grohe.it



www.mowatt.it



www.hoistgroup.com



www.assobiomedica.it



www.resbd.com



www.unicredit.it



www.verticalbooking.com



www.fulcri.it



www.tinaba.it



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



www.quasarinstitute.it



www.sospediatra.org



www.mediahotelradio.com



Qr code del menu in formato digitale o quello della carta per il servizio in camera, che riporta a un modulo di contatto tramite cui è possibile ordinare il proprio pasto.

Non parliamo di una realtà lontana, ma quanto mai prossima; anzi, reale a tutti gli effetti, in più di un hotel in tutto il mondo e, a scapito delle perplessità dei più, anche in Italia. Le strutture ricettive stanno diventando sempre più pioniere nell'utilizzo delle tecnologie più all'avanguardia, che diventano catalizzatori dell'esperienza vissuta dagli ospiti, fornendo alla stessa quel valore aggiunto capace di portare a un più elevato livello di soddisfazione. Soddisfazione che sembra essere direttamente correlata tanto alla piacevolezza di atmosfera e attività quanto alla semplicità e alla fluidità dei passaggi, e che passa dall'autonomia donata all'ospite nel trovare tutte

le informazioni necessarie nel modo più intuitivo possibile e dalla massima personalizzazione dei servizi offerti.

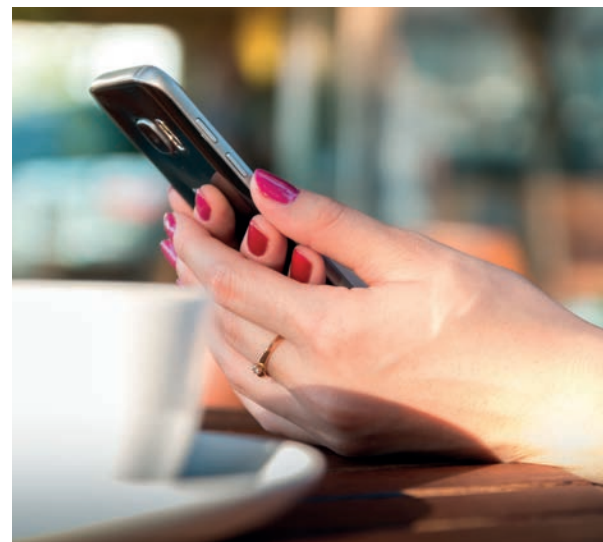
A SUPPORTO DEL DAY BY DAY

La tecnologia, però, non è solo un toccasana per migliorare l'esperienza degli ospiti. Essa permette anche di facilitare il lavoro day by day di chi nella struttura si dà da fare affinché tutto funzioni alla perfezione, portando così a una ottimizzazione dei tempi e a una massimizzazione dell'efficienza. Ad esempio, grazie alle app di prenotazione per i ristoranti in hotel, gli ospiti possono selezionare la fascia oraria di loro preferenza, avvisare il personale di eventuali preferenze, esigenze particolari o intolleranze alimentari; una volta al tavolo, gli ordini tramite tablet permettono alle comande di arrivare direttamente e

rapidamente in cucina e al personale responsabile di vedersi generati dettagliati report di fine giornata.

PAROLA D'ORDINE: ESCLUSIVITÀ

Esperienza, personalizzazione, esclusività, digitalizzazione. Le tecnologie legate agli Nft -Non Fungible Token, alla blockchain rispondono a questi quattro parametri, veicolando l'erogazione di servizi unici, anche nel mondo dell'ospitalità. Un modo innovativo per cancellare il confine tra mondo online e mondo offline e, al contempo, per raggiungere una fascia di clienti tendenzialmente con elevata capacità di spesa, predisposta a scoprire in anteprima e ad investire verso il futuro e il metaverso. Diverse sono le realtà che hanno iniziato a vendere i propri token: non solo le grandi catene straniere, come Marriott e Nh Hotels, ma anche quelle italiane. Ad esempio, la catena R Collection Hotels ha venduto il suo primo Nft per un soggiorno in una struttura sul Lago di Como, con suite, cena per due, accesso alla spa e massaggio.



Benvenuti nel metaverso

“Un piccolo passo per l'uomo, un grande balzo per l'umanità”. Con questa frase Neil Armstrong ha annunciato lo storico sbarco sulla Luna oltre cinquant'anni fa. E invece, cosa si è detto la prima volta che si è approdati sul metaverso? Durante l'evento Bto, lo scorso 29-30 novembre, il metaverso e il metaturismo sono stati temi centrali, ricorsi più volte nei vari speech e panel tenuti nel corso delle due giornate. Il ricco programma di incontri con professionisti del settore e figure istituzionali ha permesso di indagare a fondo quali prospettive potrebbero esserci per il metaverso e le applicazioni delle nuovissime tecnologie nel mondo del turismo e dell'ospitalità. I potenziali sviluppi sono diversi, dai tour virtuali agli eventi digitali, dalla gamification applicata ai programmi fedeltà alla democratizzazione della cultura e dell'esplorazione turistica. Oppure c'è chi ha creato un'intera struttura nel metaverso. È il caso di CitizenM e del suo hotel virtuale in cui sarà disponibile una collezione esclusiva di Nft, l'acquisto dei quali permetterà l'accesso a premi e riconoscimenti nel mondo reale. Una strategia interessante, non solo per prendersi la pole position tra i primi a sfruttare i benefici delle nuove tecnologie, ma anche perché i proventi derivanti dalle vendite dei token servono a finanziare il progetto di costruzione di una proprietà fisica nel mondo reale, personalizzata secondo le preferenze dei titolari dei suddetti token.

ESPERIENZE 4.0

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



FINO AL 30 GIUGNO 2023

il Piano Nazionale Transizione 4.0 prevede

il riconoscimento di un **credito d'imposta pari al 40%**
del costo dell'investimento sostenuto.

L'agevolazione è riconosciuta a condizione che entro la data del 31 dicembre 2022 il relativo ordine risulti accettato dal venditore e sia avvenuto il pagamento di acconti in misura almeno pari al 20% del costo di acquisizione.

 **NECTA**

necta.evocagroup.com **f in**

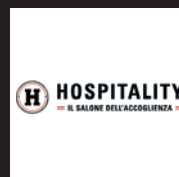
GAGGIA
MILANO

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM **f @ in**

Ci trovate a:

SIGEP
THE DOLCE WORLD EXPO

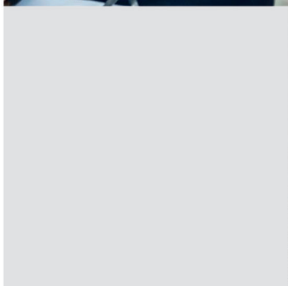
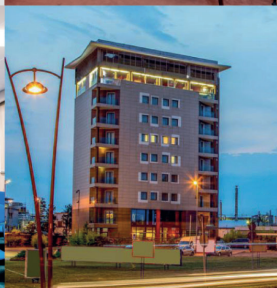
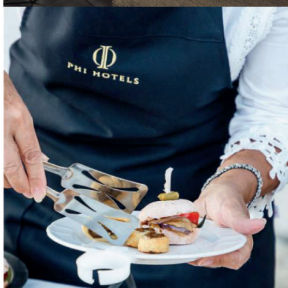
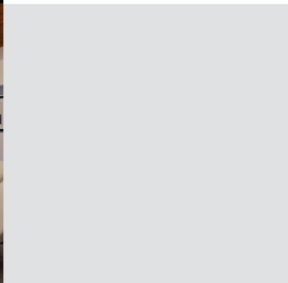
Fiera di Rimini
21-25 gennaio 2023
Pad. D1, stand 001



Riva del Garda
6-9 febbraio 2023
Pad. C1, stand B02

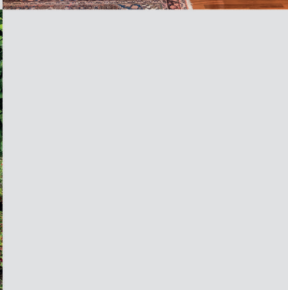
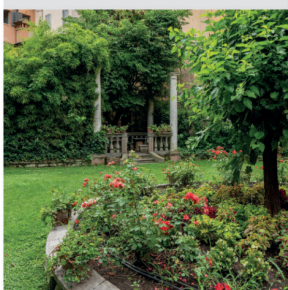


PHI HOTELS



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 | follow us  

