

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo

d'Italia

Hotel Insights

GOOGLE E FEDERALBERGHI
INSIEME PER IL TURISMO

Pagamenti digitali

“INCASSI SENZA PENSIERI”
LA NUOVA FORMULA NEXI

Hotel Hub

RISTORAZIONE IN HOTEL
PLUSVALORE DA COLTIVARE



IN ATTESA DEL FUTURO

Ristrutturazioni e webinar formativi: gli albergatori si preparano a ripartire
Il turismo non si arrende, appello alle vaccinazioni prioritarie
Petizione Federalberghi al Governo per sollecitare misure urgenti



PEDERSOLI[®]
www.pedersoli.com

*Attrazione
Profonda*



LinoVivo



PEDERSOLI



InPiuma

MILANO • GENOVA • TORINO • VENEZIA • FIRENZE • ROMA • NAPOLI • COSTA SMERALDA • COSTA AZZURRA • GINEVRA • FRANCOFORTE • BERLINO

NEL NUMERO DI APRILE 2021

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ
turismo
d'Italia

Speciale

■ **GREEN ENERGY**

AZIENDE PER L'ENERGIA ELETTRICA E DI FONTI RINNOVABILI,
SOCIETÀ E ENTI CERTIFICATORI, AZIENDE DI LIGHTING DESIGN
E SISTEMI DI ILLUMINAZIONE PER INTERNI/ESTERNI.

Speciale

■ **FOOD & BEVERAGE**

AZIENDE PER LA PRODUZIONE DI MACCHINE DA CAFFÈ
E DISTRIBUTORI BEVANDE/ ALIMENTI, AZIENDE
PER LA PRODUZIONE DI ATTREZZATURE HO.RE.CA.

Per informazioni: pubblicita@ttgitalia.com

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

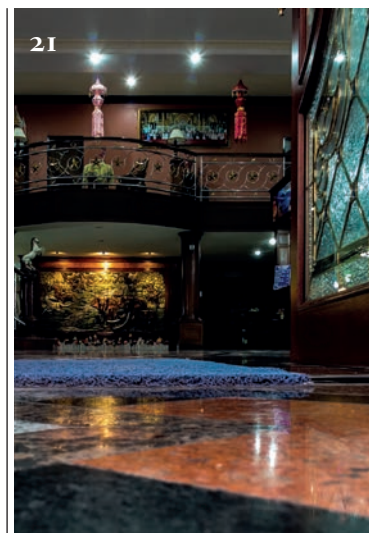




12



13



21



36



39



48

Sommario **TURISMO D'ITALIA**

N. 55 - Febbraio 2021

5 L'editoriale
DOPO L'ANNUS HORRIBILIS
IL DIRITTO ALLA RIPRESA
di Bernabò Bocca

Federalberghi

6 "Incasso senza pensieri"
Il nuovo servizio Nexi

8 "Il turismo riparta
dalle vaccinazioni"

9 Petizione al Governo
per salvare le imprese

12 Credito d'imposta: proroga
sui canoni di locazione

13 Aiuti di Stato alle imprese

16 Google e Federalberghi
insieme per il turismo

Hospitality

21 SPECIALE SANIFICAZIONI
L'ospitalità sicura

30 REAL ESTATE
Il report Gabetti e Patrigest

34 SPECIALE RISTRUTTURAZIONI
Seconda vita agli hotel

36 Mix restyling
Il nuovo Hotel Morfeo

39 HOTEL HUB
Ristorazione in hotel
di Giacomo Pini

42 FOCUS ASSICURAZIONI
Al riparo dai rischi
di Adriano Lovera

48 In hotel sotto casa
di Oriana Davini

ITALIA

TTG *Luxury*



IL MAGAZINE LUSO FIRMATO TTG ITALIA
vi dà appuntamento in primavera

Per informazioni: pubblicita@ttgitalia.com

È una pubblicazione

ITALIAN
EXHIBITION
GROUP
Pioneering the future

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Remo Vangelista

COORDINAMENTO
FEDERALBERGHI
Alessandro Nucara

Pubblicazione editoriale a cura della
redazione di TTG Italia - IEG

REDAZIONE
redazione@ttgitalia.com

COLLABORATORI
Silvana Piana, Barbara Bonura,
Oriana Davini, Stefania Galvan,
Gaia Guarino, Adriano Lovera,
Giacomo Pini

PROGETTO GRAFICO
Laura Ferriccioli

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
Stige Arti Grafiche
Via Pescarito 110 10099
San Mauro (TO)



Febbraio 2021, Numero 55

In copertina
Scorgere il domani, cercare una
visione rassicurante
per il turismo italiano. L'immagine
(Foto Unsplash - Il Vagabiondo)
mostra Venezia riflessa nel vetro,
come a simboleggiare l'obiettivo
che tutto il settore sta perseguendo

BERNABÒ BOCCA
Presidente Federalberghi



Editoriale

IL DIRITTO ALLA RIPRESA

Il Paese che abbiamo sotto gli occhi oggi è l'equivalente di un campo arato le cui piantagioni sono state spazzate via da una tempesta implacabile. Brandelli di prodotti giacciono ovunque e il raccolto sembra compromesso: è un'immagine forse visionaria, ma descrive in modo crudo il senso di devastazione che invade gli animi di chi ha dedicato una vita alla propria impresa, con amore e dedizione quasi filiale. Il covid ha messo ko l'intera filiera del comparto turistico, e, con esso, ha rincarato la dose anche una gestione assai carente dell'emergenza del settore da parte del precedente governo.

Perché il turismo, in questo *annus horribilis*, ha pagato in assoluto il prezzo più alto. Noi che operiamo in questo ambito viviamo di ciò che si realizza "qui ed ora", la nostra sopravvivenza è vincolata alla presenza fisica di visitatori nei nostri spazi destinati all'ospitalità, nulla di ciò che ha a che fare con il nostro lavoro può essere diversificato e/o rimodulato: non c'è per noi possibilità alcuna di delocalizzare né di "consegnare a domicilio" un'esperienza di viaggio e di soggiorno. Questo è un aspetto che a mio avviso è ancora necessario sottolineare: sembra così ovvio! Ma a giudicare da quanto poco risolutivi siano stati gli interventi dedicati alle nostre imprese, sembra essenziale tornare sul punto. Tuttavia, spesso i momenti di crisi generano cambiamenti virtuosi. È quello che speriamo dal momento in cui il presidente Mattarella ha individuato in Mario Draghi una nuova guida per il Paese.

Noi non siamo concentrati sulla squadra di Governo, ma sul potenziale che qualsiasi formazione dovrà finalmente consegnare al settore, per rimanere nella metafora calcistica.

Ancora una volta ci troviamo nella condizione di dover chiedere centralità per il nostro comparto, mai come ora provato dal calo drammatico di fatturato (-52,2% da gennaio a settembre 2020) e dalla diminuzione dei pernottamenti (-51,4% rispetto ai primi dieci mesi del 2019).

La nostra crisi è seria: basti ricordare che il 2020 si è chiuso con una perdita di 236 milioni di presenze; solo in dicembre sono andati persi 66mila posti di lavoro e ciò che abbiamo davanti è una stagione considerata persa. I numeri danno la dimensione chiara di ciò che sta accadendo al turismo, è evidente che il danno grava direttamente sull'economia del Paese.

Nonostante lo scenario devastante, non saremo noi ad arrenderci. Piuttosto, dopo tutto questo patire, è giusto pretendere il diritto alla ripresa. Indirizziamo il nostro appello al nuovo Governo affinché sia attuata urgentemente una revisione del modello di governance: chiediamo che il turismo sia inserito tra le materie attribuite alla competenza concorrente tra Stato e Regioni e di affidare la regia delle politiche nazionali a un Ministero con competenze specifiche e dotato di adeguate risorse. Abbiamo fiducia di essere ascoltati. Così riusciremo a non tradire il nostro storico e stoico ottimismo.

“Incasso senza pensieri”: il nuovo servizio Nexi

Messo a punto in collaborazione con Federalberghi un rivoluzionario sistema per semplificare le operazioni di pagamento

Nexi payment spa, azienda leader nel settore dei pagamenti digitali, ha sviluppato un nuovo servizio che garantisce una maggiore sicurezza degli incassi dei corrispettivi dovuti dai clienti delle strutture ricettive per le prenotazioni effettuate a distanza.

Il servizio, denominato “Incasso senza pensieri”, è stato sviluppato in collaborazione con Federalberghi, concentrando l’attenzione sulle principali problematiche segnalate dai soci e su quelle rilevate dal servizio dispute di Nexi.

Il servizio assicura l’identificazione online dei contraenti e mette in trasparenza le clausole contrattuali, in conformità con le regole previste dai circuiti di pagamento.

Il primo vantaggio è dunque quello di ridurre le dispute, prevenendo malintesi, errori e comportamenti opportunistici.

Inoltre, il sistema aiuta a gestire eventuali controversie in modo efficiente, ridu-

cendo la carta, i tempi di lavorazione e la burocrazia.

CARATTERISTICHE DEL SERVIZIO

Il servizio consente alla struttura ricettiva di impostare i termini e le condizioni delle prenotazioni (ad esempio: le politiche di cancellazione) per 3 tipologie di tariffe: prepagato non rimborsabile, prepagato rimborsabile e no show.

Il sistema consente, inoltre, l’autenticazione forte della clientela (cosiddetta Sca – strong customer authentication), in conformità alla nuova direttiva Psd2 sui servizi di pagamento digitali.

Il cliente, interagendo con il sistema, accetta esplicitamente i termini e le condizioni stabilite dalla struttura per la specifica offerta, conferma istantaneamente la prenotazione ed autorizza il pagamento. Per tal via, viene garantito l’incasso senza possibilità di disconoscere l’iden-

tità di chi ha effettuato la prenotazione o negare che siano state accettate le condizioni aziendali.

CIRCUITI E SISTEMI DI PAGAMENTO ACCETTATI

Vengono accettati pagamenti sui circuiti Visa, Visa Electron, V-Pay, Mastercard, Maestro, American Express, Diners, UnionPay, Jcb e i principali metodi di pagamento alternativi, tra cui Alipay, Amazon Pay, Apple Pay, Google Pay, PayPal e WeChat.

Il servizio consente ai possessori di carte Visa e MasterCard emesse in Paesi non appartenenti all’area Euro di fare acquisti nella propria valuta con un tasso di cambio garantito al momento del pagamento (cosiddetto DCC – Dynamic Currency Conversion).

INTEGRAZIONE CON IL BOOKING ENGINE DELLA STRUTTURA

Il servizio “Incasso senza pensieri” può essere integrato agevolmente con il sito internet della struttura ricettiva, realizzando una “pagina di cassa personalizzata” per gestire le prenotazioni ed incassare i pagamenti effettuati sul sito stesso. Per agevolare l’integrazione, Nexi rende disponibili le necessarie specifiche tecniche, che sono state già acquisite da alcuni tra i principali fornitori di gestionali alberghieri, tra cui GP dati, Bookingexpert, TeamSystem, Paspartout e Sysdat Turismo.

La lista dei partner è in continuo aggiornamento. Le istruzioni per gli sviluppatori sono disponibili all’indirizzo <https://ecommerce.nexi.it/sviluppatori>.

FAI CRESCERE LA TUA ATTIVITÀ CON XPAY HOTEL, GRAZIE A:

UN GATEWAY PER ACCETTARE PAGAMENTI DA TUTTO IL MONDO

Gestisci le transazioni sui principali circuiti internazionali e con metodi di pagamento alternativi.

LA MIGLIOR EXPERIENCE

Imposta differenti tipologie di tariffe per le prenotazioni dei tuoi ospiti:

- Prepagato non rimborsabile (deposito anticipato)
- Prepagato rimborsabile (deposito anticipato)
- Prenotazione garantita con “No Show”

LA GARANZIA D’INCASSO

Incasso Senza Pensieri ti garantisce un incasso anche in caso di contestazione o disconoscimento della transazione da parte del cliente, grazie alla preventiva accettazione di specifici Termini & Condizioni

LA GESTIONE DI PRENOTAZIONE VIA TELEFONO

Permette di gestire le prenotazioni e gli incassi a distanza grazie a Pay-by-Link Plus, già incluso nel gateway XPAY



nexti
XPay
Hotel

FEDERALBERGHI
Federazione delle Associazioni Italiane Albergo e Turismo

Accettare i pagamenti in modo digitale garantendo un incasso sicuro non è mai stato così facile!

SCEGLI XPAY HOTEL PER IL TUO E-COMMERCE A CONDIZIONI SPECIALI

SOLO PER TE UN VOUCHER PROMOZIONALE «NEXI4TOURISM»

Dettaglio Offerta Federalberghi NEXI4TOURISM

- Nessun costo di attivazione
- Canone mensile 7,00 €
- Servizio Protection Plus 7,50€ una tantum + 2,50€ al mese
- Costo per transazione pari a 0,10 €
- Commissione unica pari a 1,40% sul valore transato

<https://ecommerce.nexti.it/guida-primafase?p=2>

L'accordo prevede un'offerta "solo e-commerce" per gli alberghi senza nessun contratto acquiring con Nexi o Banche Partner.

PAY-BY-LINK PLUS

Il sistema consente inoltre alla struttura ricettiva di generare un link alla pagina di cassa, che può essere inviato al cliente mediante posta elettronica, whatsapp, sms o altri sistemi di messagistica. Il Pay-by-Link Plus risulta quindi particolarmente utile nel caso di prenotazioni effettuate telefonicamente o mediante posta elettronica, per sostituire la digitazione manuale del numero di carta di credito nella gestione delle prenotazioni a distanza. Può altresì essere utilizzato per confermare le prenotazioni avvenute sul sito della struttura ricettiva, nel caso in cui il booking engine non sia ancora direttamente collegato a un sistema di pagamento sicuro.

Il Pay-by-Link Plus può inoltre essere utilizzato per confermare le prenotazioni avvenute su siti di terze parti che non forniscano adeguate garanzie in merito alla sicurezza degli incassi o che propongano sistemi di pagamento particolarmente onerosi per la struttura ricettiva e/o che ne limitino l'autonomia commerciale, interponendosi nel rapporto tra il cliente e la struttura stessa.

GESTIONE DELLE DISPUTE

Grazie all'archiviazione digitale delle pagine di pagamento e dei consensi forniti dal titolare della carta al momento dell'accettazione della prenotazione, sarà possibile gestire eventuali dispute in maniera digitale tramite Nexi Business. In questo modo, la struttura viene sollevata dagli oneri burocratici connessi alla raccolta e alla trasmissione della documentazione cartacea e dal rischio di non riuscire a produrla entro i termini stringenti assegnati dai circuiti.

AGEVOLAZIONI PER I SOCI

L'accordo stipulato tra Federalberghi e Nexi payment spa consente alle aziende associate di beneficiare di condizioni agevolate.

Per i nuovi clienti Nexi, le condizioni economiche del servizio incasso senza pensieri sono:

- costo di attivazione euro 0 (gratuito);
- canone mensile di euro 7 per il gateway di pagamento XPay;
- canone mensile di euro 2,50 per il Programma Protection Plus (che garantisce la conformità alle regole dei circuiti per l'utilizzo della carta) e un costo una tantum di euro 7,50;
- costo a transazione di euro 0,10;

- commissione unica dell'1,4% (tasso applicato a tutte le tipologie di carta Visa e Mastercard, incluse quelle di tipo commercial e quelle emesse in paesi non appartenenti all'Area Economia Europea).

Nel caso in cui l'azienda sia già in possesso di un convenzionamento con Nexi o le banche partner, occorre rivolgersi alla propria Banca per scoprire l'offerta e-commerce.

COME ADERIRE

Per aderire al servizio è sufficiente iscriversi online, all'indirizzo <https://www.nexti.it/bp/nexti-federalberghi.html>, dove è anche possibile acquisire ulteriori informazioni.

Per usufruire delle condizioni riservate ai soci Federalberghi, occorre utilizzare il codice "NEXI4TOURISM".

VOUCHER

La locandina pubblicata in questa pagina illustra sinteticamente le condizioni riservate ai soci del sistema Federalberghi e contiene il codice promozionale "NEXI4TOURISM" da utilizzare per richiedere l'attivazione dell'offerta.

SEMINARI DI PRESENTAZIONE

Nexi payment spa e Federalberghi hanno organizzato un ciclo di webinar per presentare "Incasso senza pensieri".

Ai due primi appuntamenti (del 3 e del 4 febbraio) fanno seguito i seminari del 18 e del 19 febbraio.

Per partecipare, è necessario registrarsi online al seguente indirizzo <https://nextiwebinar.powerevent.it/incassosenzapensieri>, selezionando una delle date disponibili.

PSD2, LA NUOVA DIRETTIVA

Entrata in vigore il 1° gennaio 2021 per promuovere i pagamenti online, la Direttiva dei Sistemi di Pagamento - Psd2 (Direttiva Eu 2015/2366), introdotta dalla Commissione Ue, regola i servizi di pagamento e i gestori dei servizi di pagamento all'interno dell'Unione europea. In particolare l'obiettivo della Psd2, che ha abrogato la precedente Direttiva dei Sistemi di Pagamento (Psd - Direttiva Eu 2007/64/Ec), è quello di una maggiore integrazione in Europa dei sistemi di pagamento, in modo da abilitare nuovi servizi e aumentare la sicurezza e la protezione degli utenti. Anche le strutture ricettive devono adeguarsi a questa normativa: non potranno più, quindi, incassare pagamenti e fare preautorizzazioni con il Pan manuale senza il cliente in reception, ma dovranno adottare un meccanismo di 'autenticazione forte' e modificare alcune procedure su pagamenti con carta e prenotazioni online.

“Il turismo riparta dalle vaccinazioni”

Accordo tra aziende e sindacati per chiedere un accesso prioritario della categoria al piano vaccinale, con l'obiettivo di un più rapido reinserimento nel mondo del lavoro



Al fine di programmare il rilancio dell'attività turistica in condizioni di piena tutela della salute, il 26 gennaio 2020 Federalberghi e le altre organizzazioni datoriali e sindacali stipulanti Ccnl che trovano applicazione alle imprese del settore turismo hanno sottoscritto un accordo per richiedere alle autorità competenti l'accesso tempestivo al programma vaccinale anti Covid-19 per i lavoratori del settore turismo.

**UNO STRUMENTO
UTILE
A GARANTIRE
L'ESERCIZIO
IN PIENA
SICUREZZA**

ASSICURARE IL SERVIZIO ALLA CLIENTELA

L'accordo è stato accolto con soddisfazione dalle parti stipulanti, perché individua nella vaccinazione contro Sars-CoV-2/Covid-19 uno strumento utile a garantire l'esercizio in piena sicurezza dell'attività turistica sia con riferimento

agli addetti, sia riguardo alla generalità della popolazione.

In considerazione della necessità di riservare ai lavoratori del settore turismo particolare attenzione nell'attuazione del piano vaccinale, le parti richiedono alle autorità centrali e locali l'inserimento degli stessi tra le categorie prioritariamente destinatarie della vaccinazione, alla luce dell'esigenza di tutela delle attività che continuano ad assicurare il servizio nonostante l'esposizione al rischio.

AZIONI INFORMATIVE

Per garantire il successo della campagna vaccinale, le parti hanno infine concordato di attivarsi per promuovere, tra i lavoratori occupati, campagne di informazione e sensibilizzazione finalizzate alla vaccinazione contro Sars-CoV-2/Covid-19.

Senza turisti, a Roma chiudono gli hotel

È trascorso un anno da quando il Covid si affacciò a Roma, dall'albergo dove soggiornava la prima coppia di cinesi affetta da Coronavirus su territorio nazionale. Da allora, fatta eccezione per la stagione estiva che ha movimentato il turismo interno, portando ossigeno alle località di mare, montagna e ai piccoli paesi, gli hotel continuano a contare assenze e perdite economiche, soprattutto nelle grandi città, in primis nella Capitale. “A oggi quasi il 95% delle strutture sono chiuse – riferisce all'Ansa il presidente di Federalberghi Roma, Giuseppe Roscioli –. Ci risultano aperti circa 80 hotel sui 1.200 complessivi, il 25-30% dei quali non riaprirà più, poiché proveniva da situazioni già difficili. Molti hanno preferito non riaprire da marzo scorso. Siamo l'unico settore in cui tante realtà hanno fatturato zero. I gestori venderanno i locali o restituiranno le chiavi, se sono in affitto. Roma, come Milano, Torino, Bologna, Napoli, è stata la più colpita. Qui, un anno fa, furono ricoverati allo Spallanzani i due cinesi contagiati, poi ci fu il blocco dei voli da e per la Cina, e, da lì, è storia nota”. Nell'ultimo periodo, secondo l'associazione, in media le strutture attive hanno avuto il 10-20% delle stanze occupate concentrate nei giorni feriali: “Generalmente gli ospiti – prosegue – sono persone sole che viaggiano per motivi di lavoro o salute, e a queste si aggiungono coppie che vanno in albergo per concedersi un po' di evasione. E anche perché negli hotel sono attivi i ristoranti”. Intanto le previsioni per il 2021 non sono rosee: “Non credo che ne usciremo prima di fine anno – afferma Roscioli –. Intanto, una leva potrebbe essere il passaporto sanitario. Dovremmo consentire, mantenendo i dispositivi di protezione sanitaria e le distanze, alle persone vaccinate di potersi spostare in tutta Italia. Ma servirebbe anche un accordo internazionale per permettere, a chi si è immunizzato, di iniziare a muoversi liberamente tra gli stati”.

Petizione al Governo per salvare le imprese

Aiuti concreti e misure urgenti: l'appello unitario della Federazione in soccorso degli associati

L'assemblea generale di Federalberghi, riunita in seduta straordinaria, ha approvato una petizione rivolta all'ex presidente Conte e agli ex ministri Franceschini, Gualtieri, e Patuanelli, "per sollecitare il Governo italiano a intervenire con urgenza a tutela delle imprese e dei lavoratori del turismo prima che sia troppo tardi".

Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, dopo aver sottolineato l'importanza che il turismo riveste per l'economia italiana, ha elencato gli interventi principali richiesti dagli albergatori, evidenziando anche la necessità di far pressione sulla Commissione europea per chiedere l'aggiornamento delle disposizioni comunitarie che disciplinano gli aiuti di stato a sostegno dell'economia durante la pandemia, al fine di aumentare l'intensità degli aiuti alle imprese e di ampliare il periodo di applicabilità. "Il documento – ha aggiunto il presidente di Federalberghi – richiede anche incentivi per la riqualificazione delle strutture ricettive, che al termine della crisi dovranno confrontarsi con un'agguerrita concorrenza internazionale".

I primi firmatari della petizione sono stati lo stesso Bocca e i presidenti delle organizzazioni aderenti alla federazione presenti in assemblea, in rappresentanza di 27mila imprese turistico ricettive e termali.

Anche singoli imprenditori, lavoratori e cittadini possono aggiungere la propria firma, sottoscrivendo la petizione online al seguente indirizzo: <https://www.change.org/salviamo-le-imprese-e-i-lavoratori-del-turismo>.

LE RICHIESTE

Chiediamo che, al fine di aiutare le imprese del turismo a sopravvivere in attesa del ritorno alla normalità, salvaguardare i posti di lavoro ed evitare che l'Italia si ritrovi svantaggiata al termine della pandemia, vengano adottate le seguenti misure:

- liquidazione di **ristori efficaci e adeguati**, con erogazioni mensili che accompagnino le imprese turistico ricettive sino alla fine della crisi e un'erogazione iniziale che corregga le sperequazioni che si sono verificate a causa del meccanismo utilizzato nel 2020;
- **proroga sino al 31 dicembre 2022 dei termini di pagamento delle rate relative a prestiti, mutui e altri finanziamenti a rimborso rateale;**
- **elevazione sino a 20 anni della durata dei finanziamenti "garantiti" dallo Stato** ai sensi del decreto liquidità;
- **esonero dal pagamento della seconda rata Imu per l'anno 2021**, da riconoscersi anche nel caso in cui ci sia coincidenza sostanziale tra il soggetto passivo dell'imposta e il soggetto gestore dell'impresa;
- **proroga del credito d'imposta sui canoni di locazione sino al 31 dicembre 2021 ed elevazione della misura all'80%;**
- **cancellazione della Ta.Ri. e del canone Rai per gli anni 2020 e 2021 e, per il futuro, commisurazione della tariffa all'effettiva produzione dei rifiuti;**
- **proroga dell'esonero dal pagamento dei contributi per l'assunzione del**

personale stagionale, affinché possa essere applicata alle assunzioni che avverranno nel corso del 2021;

- **revisione delle modalità di esonero contributivo in favore delle imprese che richiamano in servizio i dipendenti** che si trovano in cassa integrazione, al fine di riconoscere il beneficio anche nel caso in cui il rientro in servizio riguardi solo una parte del personale;
- **rinvio sino a fine 2021 delle scadenze per il pagamento di imposte;**
- **introduzione di un credito d'imposta del 110% per la riqualificazione delle strutture turistico ricettive;**
- **riduzione al 5% dell'aliquota IVA sulle prestazioni alberghiere**, così come è stato fatto in altri Paesi europei;
- **proroga della cassa integrazione per gli assunti a tempo indeterminato;**
- **istituzione di misure di soccorso efficaci e rapide per i lavoratori stagionali del turismo**, che – a seguito della mancata ripresa della stagione invernale – si ritrovano privi di reddito, indennità di disoccupazione e copertura previdenziale e vengono per tal via costretti ad abbandonare il settore, che si ritroverà ancora più fragile nel momento della tanto attesa ripresa economica;
- **aggiornamento del Quadro temporaneo per le misure di aiuto di stato a sostegno dell'economia, al fine di elevare la misura degli aiuti che è possibile erogare a ciascuna impresa e di ampliare il periodo di applicabilità.**

Piano di ripresa e resilienza

Audizione alla Camera

Sintesi dell'intervento del direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucara

Ringraziamo il Presidente e gli onorevoli deputati, per averci offerto l'opportunità di rappresentare il parere di Federalberghi sulla proposta di Piano nazionale di ripresa e resilienza. Desideriamo anzitutto fornirvi una panoramica della situazione di difficoltà in cui versa il mercato turistico, situazione che non accenna a migliorare.

La crisi pandemica ha devastato l'intero settore, accanendosi in particolar modo sulle strutture turistico ricettive e termali, in tutte le destinazioni. Le rilevazioni ufficiali relative ai primi dieci mesi del 2020 certificano una diminuzione dei pernottamenti del 51,4% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, con la perdita di 207 milioni di presenze turistiche. Ancor più marcato è il calo della domanda straniera, che ha fatto registrare una riduzione del 68,9%. Un dato allarmante, considerato che il turismo internazionale contribuisce per il 50,5% del totale dei pernottamenti e che la spesa dei turisti stranieri contribuisce al saldo della bilancia commerciale con 44,3 miliardi di euro, pari al 41% delle esportazioni di servizi e a circa l'8% di quelle complessive. Parallelamente al calo delle presenze, si è registrato un calo del fatturato dei servizi di alloggio, che nel periodo gennaio-settembre 2020 è diminuito del 50,2%. Nei mesi successivi la situazione si è aggravata, anche a causa delle misure di contenimento che hanno annullato le festività natalizie e bloccato la partenza della stagione invernale.

Si può stimare che il 2020 si sia chiuso con una perdita di 236 milioni di presenze, con un calo di oltre il 54% rispetto all'anno precedente, con punte che in alcune località hanno superato l'80%.

Purtroppo, il 2021 si è aperto all'insegna di un ulteriore peggioramento, anche

a causa del perdurare del blocco dei flussi internazionali, del divieto di spostarsi da una regione all'altra e delle limitazioni alle attività ed ai servizi che caratterizzano i viaggi, per vacanza e per lavoro (comprensori sciistici ed impianti di risalita, terme e benessere, ristorazione, attività sportive amatoriali, musei, convegni, riunioni, fiere, eventi, spettacoli etc.).

Gli alberghi – pur potendo in teoria rimanere aperti – sono stati e sono ancora costretti alla chiusura perché vuoti.

Con un blocco pressoché totale in primavera e in autunno, una stagione estiva breve quanto onerosa a causa delle misure di sicurezza imposte nonché una stagione invernale ancora ferma, il turismo è senz'altro il settore economico che più soffre per gli effetti di questa pandemia e, all'interno del settore, le strutture turistico ricettive e termali sono quelle che stanno pagando il prezzo più alto.

I PUNTI OSCURI

Le nostre imprese confidavano e confidano che la difficile congiuntura che abbiamo descritto avrebbero indotto a moltiplicare le attenzioni nei confronti del settore. Pertanto, non nascondiamo la grande delusione che è venuta dalla lettura della proposta del Piano nazionale di ripresa e resilienza, che non confortano le nostre aspettative.

A scanso di equivoci, dirò subito che, ovviamente, non ci sfugge il rilievo di alcune misure che sono state adottate durante la pandemia. Né ci sfugge l'importanza che possono avere, per il Paese nel suo complesso e per il miglioramento della sua capacità ospitale, alcuni grandi interventi che il Piano persegue, quali, ad esempio, lo sviluppo delle grandi infrastrutture e delle reti, l'ammmodernamento del sistema sanitario nazionale

e il sostegno al sistema formativo. Ma, allo stesso tempo, dobbiamo dire che i provvedimenti adottati nei mesi scorsi, anche quando apprezzati, non sono purtroppo risultati sufficienti. E che gli obiettivi dell'innovazione, della digitalizzazione e della sostenibilità che l'Europa ci invita a perseguire meritano di essere valorizzati e sviluppati non solo a sostegno della pubblica amministrazione, ma anche all'interno delle imprese e delle imprese del turismo in particolare.

Per dirla con una battuta, nel Piano si parla tanto di impresa culturale, ma non si considera abbastanza la cultura d'impresa.

LE CIFRE

Il turismo è un motore indispensabile per l'intera economia italiana, che contribuisce in maniera significativa alla produzione di reddito e posti di lavoro. Le imprese turistiche generano ogni anno un valore aggiunto di 93 miliardi di euro, pari al 6% del Pil italiano. Importanti sono anche le ricadute positive sugli altri settori economici. La quota di Pil attivata direttamente e indirettamente dal comparto turistico è superiore al 13%, e al settore sono complessivamente riconducibili quasi 3,4 milioni di posti di lavoro, pari al 15% del totale. Alberghi e pubblici esercizi danno lavoro a più di 1,3 milioni di dipendenti, in prevalenza donne (52,6% sul totale) e giovani (il 60,1% ha meno di 40 anni), dimostrando con i fatti la capacità di alleviare le grandi sofferenze del mercato del lavoro italiano.

Nelle scorse settimane si è discusso molto del fatto che le risorse che il Piano dedica a cultura e turismo sono aumentate, da 3 a 8 miliardi di euro. A noi sembra che, al di là degli stanziamenti, che appaiono ancora insufficienti, continui a

mancare un cambio di passo, la capacità di guardare al cuore del problema.

I SETTORI DIMENTICATI

Il piano focalizza l'attenzione sui grandi attrattori culturali e sui borghi. I primi costituiscono un asset importante per il nostro sistema d'offerta turistica e i secondi potrebbero offrire un contributo allo sviluppo ed alla diversificazione dell'offerta. Ma non si possono dimenticare le altre componenti, che costituiscono una quota maggioritaria del mercato attuale. Potrei citare il turismo balneare, quello termale, la montagna, il congressuale, e tanti altri, che ha nostro avviso hanno la precedenza rispetto al turismo delle radici.

Se qualcuno ritiene che non sia opportuno investire su alcuni segmenti che talvolta vengono definiti "maturi" ha il dovere di dirlo chiaramente, e la responsabilità politica di indicare una prospettiva alle centinaia di migliaia di persone e di famiglie che da quei mercati traggono sostentamento.

Noi riteniamo che ci sia ancora spazio, per accompagnare e sostenere chi intende investire nello sviluppo, e che ci debba essere attenzione per aiutare chi non riesce a tenere il passo.

I CORRETTIVI

Ci auguriamo che il dibattito parlamentare conferisca concretezza al percorso di realizzazione del piano e consenta di affermare con chiarezza la possibilità di sostenere gli sforzi delle imprese, che al termine della pandemia saranno chiamate a confrontarsi con una concorrenza internazionale ancor più agguerrita.

Con questo auspicio, concludo il mio intervento indicando anche alcuni punti specifici del Piano che a nostro avviso reclamano un intervento correttivo:

- affermare che gli incentivi relativi alla messa in sicurezza e riqualificazione energetica degli edifici saranno applicabili anche agli edifici che ospitano strut-

ture turistico-ricettive; al riguardo, confidiamo che si dia seguito alle indicazioni della Commissione parlamentare di vigilanza sull'anagrafe tributaria che, nella sua relazione sulle misure fiscali per la riqualificazione energetica e sismica, ha espressamente suggerito l'estensione del superbonus del 110% agli immobili alberghieri;

- affermare che il potenziamento delle strutture ricettive si realizza anche mediante investimenti diretti sulle strutture stesse (e non solo sulle infrastrutture e sui servizi strategici) e che la necessità di riqualificare le strutture ricettive riguarda l'intero patrimonio ricettivo e non solo quello dei borghi, del turismo rurale etc.;
- chiarire quale sia il ruolo affidato ai fondi di investimento, individuando soluzioni che consentano ampie e trasparenti opportunità di accesso ai canali di finanziamento che saranno resi disponibili.

HIGHLIGHTS

UNA SANIFICAZIONE ECOLOGICA A 360° BY NATURALWASH



Lampada da terra uv con dosatore gel automatico



Pulizia biologica delle camere



Sanificazione controllata a 360°



Sanificazione ecologica a vapore

Nel dettaglio i nostri prodotti: **NaturalOzone Plus 120:** Per eseguire una pulizia biologica di camere di hotel o piccoli ambienti.

NaturalOzone Pro 350: Dispositivo medicale che garantisce una sanificazione controllata a 360° di ambienti fino a 700 mc. Kit Welcome: Eleganti kit progettati per aumentare il comfort della vostra clientela all'interno del vostro hotel.

NaturalUV: Prodotto di Design a marchio NaturalUV, completamente made in Italy con dosatura automatica di gel sanificante.

Magic Vapor Hotel: Potente ma compatto generatore di vapore ideale per una pulizia degli ambienti come sanitari, cappe, piastrelle, materassi e tessuti.

"Per una pace umanitaria serve un pianeta vivibile per tutti, crediamo e investiamo solo in pensieri eticamente sostenibili."

Fabio Zuanon



Credito d'imposta: proroga sui canoni di locazione

Rinviato al 30 aprile 2021 il termine per le imprese turistico ricettive e termali



La legge di bilancio per l'anno 2021 ha prorogato sino al 30 aprile 2021 il credito d'imposta per i canoni di locazione e di affitto d'azienda relativi alle imprese turistico ricettive e termali istituito dal decreto "rilancio" e poi prorogato dal decreto "agosto".

Federalberghi, nell'esprimere apprezzamento per la proroga del beneficio, ha rilevato che il credito in argomento viene di norma riconosciuto a condizione che nel mese di riferimento si realizzi una diminuzione di fatturato e dei corrispettivi di almeno il 50% rispetto allo stesso mese del periodo d'imposta precedente: "Tale previsione, originariamente diretta a rilevare il consistente calo di fatturato realizzato nel 2020 rispetto al 2019, comporterebbe effetti ben diversi, suscettibili di vanificare le finalità dell'istituto, se nel

2021 il credito d'imposta venisse riconosciuto solo a fronte di una diminuzione rispetto al 2020".

Le Commissioni X e XII della Camera dei deputati, accogliendo le istanze di Federalberghi, hanno approvato un emendamento al decreto-legge n.172 del 2020 (cosiddetto decreto "Natale"), ai sensi del quale, per il riconoscimento del credito d'imposta relativo ai mesi di gennaio, febbraio, marzo e aprile 2021 sarà assunta a riferimento la diminuzione di fatturato relativa allo stesso mese del 2019.

L'emendamento costituisce la riformulazione di una più ampia proposta formulata da Federalberghi in seguito alle sollecitazioni pervenute dalle organizzazioni aderenti. Il decreto-legge n. 172 è stato convertito dalla legge 29 gennaio 2021, n. 6 e quindi l'emendamento è definitivamente approvato.

MONETIZZARE: L'INIZIATIVA CON SARA ASSICURAZIONI

Federalberghi Roma e Sara Assicurazioni, con il contributo di PhinancePartners, hanno dato vita a un'iniziativa sul territorio nazionale finalizzata a consentire, agli hotel in locazione, lo smobilizzo dei crediti di imposta maturati a fronte dei canoni dovuti ai proprietari degli immobili da marzo a dicembre 2020. L'operazione è stata ideata e realizzata per permettere alle società che esercitano attività turistico ricettiva in immobili non di proprietà di trasformare i propri crediti d'imposta in liquidità immediata e garantire così la continuità aziendale, in questo momento difficilmente utilizzabili per la ridotta attività e la sostanziale mancanza di fatturato. "L'accordo con Sara Assicurazioni rappresenta un supporto concreto per il nostro settore - afferma Giuseppe Roscioli, presidente Federalberghi Roma -. L'immissione di circa 10 milioni di euro di liquidità immediata nel sistema alberghiero romano potrà garantire, alle centinaia di aziende che operano in regime di locazione, la maggior parte delle quali chiuse o in enorme difficoltà, le risorse necessarie per provare a sopravvivere a questa terribile crisi e procedere alla riapertura non appena le condizioni lo consentiranno". "Vogliamo essere al fianco degli imprenditori alberghieri in questi momenti - aggiunge Alberto Tosti, direttore generale Sara Assicurazioni -, a conferma del senso di responsabilità e del ruolo sociale delle compagnie di assicurazione".

Aiuti di Stato alle imprese

La Commissione Ue cambia il quadro temporaneo per le misure a sostegno dell'economia nell'emergenza Covid-19

Hotrec, la confederazione europea degli imprenditori alberghieri e della ristorazione, della quale Federalberghi è socio fondatore, ha comunicato che la Commissione europea ha inserito alcuni importanti cambiamenti al quadro temporaneo per le misure di aiuto di Stato a sostegno dell'economia nell'emergenza del Covid-19.

Il documento contiene alcuni aspetti di interesse per le imprese turistico ricettive:

- la possibilità di concedere aiuti alle imprese sino al 31 dicembre 2021 (in precedenza: 30 giugno);
- l'incremento a 1,8 milioni di euro dell'intensità degli aiuti che possono essere concessi alle imprese operanti nel settore del turismo sotto forma di sovvenzioni dirette, agevolazioni fiscali e di pagamento etc. (in precedenza: 800.000 a euro);
- l'incremento a 10 milioni di euro dell'intensità degli aiuti che possono

**AIUTI SOTTO
FORMA DI
SOVVENZIONI
DIRETTE,
AGEVOLAZIONI
FISCALI E DI
PAGAMENTO**

essere riconosciuti alle imprese colpite dalla pandemia (in precedenza: 3 milioni di euro), che abbiano subito una perdita di fatturato di almeno il 30% rispetto al corrispondente periodo del 2019, a parziale copertura dei costi fissi non coperti dai ricavi.

La Commissione Ue consentirà, inoltre, agli Stati membri, fino al 31 dicembre 2022, di convertire gli strumenti rimborsabili – ad esempio, garanzie, prestiti, anticipazioni rimborsabili – concessi nell'ambito del quadro temporaneo in altre forme di aiuto, come le sovvenzioni dirette, a condizione che siano soddisfatte le condizioni del Quadro Temporaneo stesso. “La decisione della Commissione accoglie le istanze formulate da Federalberghi – rileva il direttore generale, Alessandro Massimo Nucara – insieme alle altre organizzazioni europee degli albergatori che fanno parte di Hotrec, ribadite anche con la petizione approvata dall'Assemblea di Federalberghi il 26 gennaio, e realizza al-

cune condizioni necessarie per migliorare le misure di aiuto sin qui adottate a livello nazionale”.

“Poiché l'epidemia di coronavirus persiste più a lungo di quanto tutti immaginassimo, dobbiamo continuare ad assicurarci che gli Stati membri possano fornire alle imprese il supporto necessario per farcela – afferma Margrethe Vestager, executive vice-president della Commissione Ue, responsabile della politica sulla concorrenza –. Abbiamo anche aumentato i massimali di alcune misure stabilite nel quadro temporaneo”.





Ombre lunghe sul settore

Il turismo ricettivo archivia il 2020 con una perdita di 13,5 miliardi di fatturato, secondo le statistiche del Centro Studi Federalberghi. Bocca: “Spaventati e rassegnati”

È stato davvero l'annus horribilis. Lo conferma il Centro Studi di Federalberghi, che ha reso noti anche gli esiti della rilevazione sull'andamento del mercato turistico nello scorso mese di dicembre, certificando, così, per il 2020, una perdita di 236 milioni di presenze (-54,1% rispetto al 2019) e di 13,5 miliardi di euro (-55%) di fatturato del settore ricettivo. Altrettanto inquietanti sono i dati e le considerazioni diffusi da Banca d'Italia: “A ottobre le spese dei viaggiatori stranieri in Italia sono state pari a 1.193 milioni, inferiori del 70,4% rispetto allo stesso mese del 2019. L'improvvisa e drastica contrazione dei flussi turistici avrà significativi impatti sul Pil nazionale e conseguenze serie sulle imprese del settore e del suo indotto”.

“La gente è spaventata e gli imprenditori sono rassegnati – afferma Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi –: sono due cose davvero tremende, e il Governo deve invertire tutto questo velocemente. E abbiamo un'enorme preoccupazione anche sul 2021. La dura

verità è che oggi gli alberghi non sanno se e quando riaprire. Tutto il mondo sta chiudendo, è vero, ma la differenza è che dalle altre parti ti chiudono e ti danno i soldi, da noi ti chiudono e basta... Alla fine, continuiamo ad appesantire i conti pubblici di debito cattivo e quando finirà l'emergenza ci troveremo con un rapporto debito-Pil 160 e con la crescita zero. Siamo tutti certi che questa situazione finirà, ma il problema è quando. La situazione di oggi è peggio di quella di dicembre. Siamo appunto spaventati e rassegnati, abbiamo bisogno di qualche bella notizia, altrimenti c'è il rischio di non riaprire più”.

A ottobre le spese dei viaggiatori stranieri in Italia sono state inferiori del 70,4% rispetto al 2019

“L'IMPATTO DEL COVID SULL'OSPITALITÀ ITALIANA”

I dati della pubblicazione curata dal Centro Studi Federalberghi

Bilancio

Il 2020 era iniziato con un aumento delle presenze totali a gennaio rispetto a l'anno precedente (+4,4%).

A febbraio si è registrata una prima flessione (-7,1%) e a marzo si è avuto un vero e proprio tracollo (-88,7%).

Ad aprile e maggio il mercato si è completamente fermato (rispettivamente -97,8% e -94,8%).

A giugno la perdita degli italiani ha cominciato a rallentare (-67,2%), mentre la riapertura dei confini non ha portato stranieri (-93,2%).

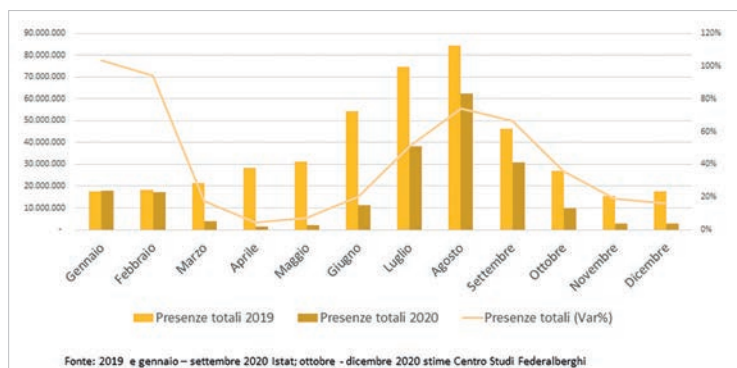
A luglio e agosto gli stranieri hanno continuato a essere sostanzialmente assenti (-76,4% e -60,4% rispettivamente).

A settembre, ottobre e novembre la situazione è andata via via aggravandosi. Solo a novembre la perdita totale è stata dell'80,9%.

A dicembre, a seguito delle misure restrittive messe in atto per il periodo natalizio, si è verificata un'ulteriore riduzione delle presenze.



Presenze totali

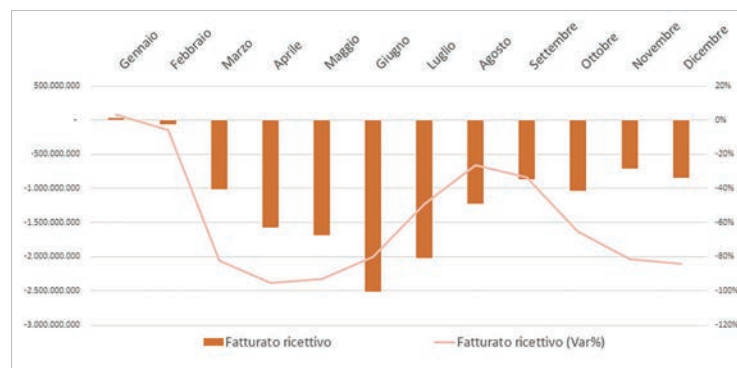


Presenze totali

In totale le presenze perse nel 2020 sono state 236 milioni (-54,1%): come se su un viaggio da 10 notti, se ne fossero cancellate più della metà.

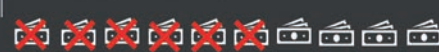


Riduzione fatturato

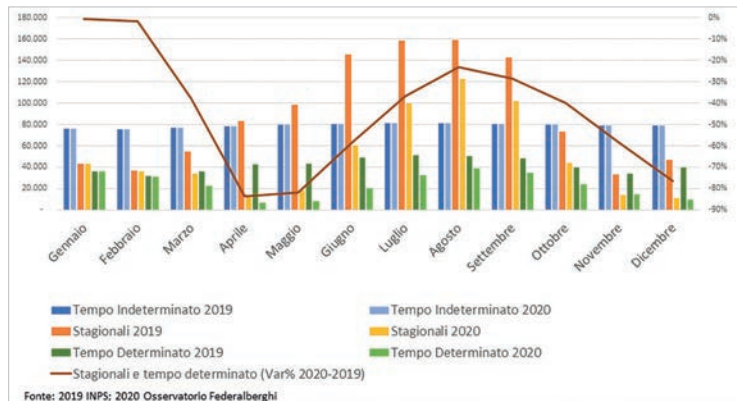


Riduzione fatturato

Nel 2020 il fatturato del comparto ricettivo ha subito una perdita di 13,5 miliardi di euro (-55%): come se 626 mila persone non avessero percepito lo stipendio per un anno.



Mercato del lavoro



Mercato del lavoro

A dicembre 2020 sono andati persi 66 mila posti di lavoro stagionali e temporanei di varia natura (-76,5%), come se si fosse dimezzato il numero degli addetti delle industrie tessili. Una volta terminata la cassa integrazione, dovranno attendersi conseguenze anche sui contratti a tempo indeterminato.

A dicembre 2020 sono andati persi 66mila posti di lavoro stagionali e temporanei

Quadro generale

Il report del Centro Studi Federalberghi "L'impatto del Covid-19 sull'ospitalità italiana - 11 gennaio 2021" evidenzia che:
 Nel 2020 sono venute meno 156 milioni di presenze straniere (-70,9%) e 80 milioni di presenze italiane (-37%);
 Le presenze totali sono state 236 milioni in meno (-54,1%);
 Il fatturato del comparto ricettivo ha subito una perdita di 13,5 miliardi di euro (-55%);
 Solo a dicembre 2020 sono andati persi 66mila posti di lavoro stagionali e temporanei di varia natura (-76,5%).

Google e Federalberghi insieme per il turismo

Operativa la nuova piattaforma Hotel Insights, con un'ampia offerta formativa

DI ANNA CHIARA OLINI

Già prima della pandemia eravamo consapevoli che l'innovazione e la digitalizzazione avrebbero avuto un ruolo sempre più importante nel nostro settore. Ora, i processi evolutivi sono stati fortemente accelerati e ci troviamo in breve tempo a dover far fronte a un nuovo approccio verso i viaggi. Ancora non sappiamo con certezza quando le persone saranno nuovamente libere di muoversi, ma prima o poi questo accadrà e dobbiamo farci trovare pronti. Per gli alberghi, non basterà adattare le proprie procedure alle nuove esigenze che si sono create (ad esempio maggiore attenzione agli aspetti sanitari e alla flessibilità della prenotazione). Bisognerà essere capaci di emergere in una competizione internazionale che mette a confronto ogni albergatore con tutti i possibili competitor, anche localizzati in Paesi diversi. Sarà assolutamente necessario capire chi sono gli ospiti potenziali e raggiungerli con strumenti mirati.

Per questo Federalberghi ha collaborato al complesso progetto che Google ha dedicato al turismo: una serie di strumenti che permettono agli albergatori di conoscere il proprio mercato potenziale e di capire come raggiungerlo.

Per quanto riguarda il primo punto Google ha creato Hotel Insights: una piattaforma che fornisce gratuitamente informazioni utili per intercettare la domanda turistica potenziale ed avere risorse for-

mative, fornite anche da Federalberghi. Hotel Insights dà ai proprietari alberghieri informazioni riguardo alle ricerche di potenziali turisti, da dove arrivano e come cambiano le loro ricerche nel tempo. Inoltre, fornisce consigli utili su come sfruttare al meglio queste informazioni, aiutando a sviluppare conoscenza e asset digitali a sostegno delle proprie attività. Hotel Insights è consultabile al sito <https://hotelinsights.withgoogle.com>.

Una volta capito chi è interessato alla propria destinazione, si può passare alla pianificazione della campagna di comunicazione. Non bastano creatività e belle parole, ma serve un vero e proprio arsenale di competenze. Proprio a questo scopo Federalberghi ha selezionato una serie di corsi disponibili gratuitamente su Google Digital Training. Abbiamo pensato a questa offerta formativa proprio in quest'ottica: dare ai nostri associati elementi pratici per sfruttare al meglio le potenzialità che il web mette a disposizione.

La fruizione dei corsi è gratuita e modellabile secondo le proprie esigenze: è possibile selezionare singoli moduli o seguire corsi completi. Gli argomenti variano da "Concetti di base del Marketing digitale" alla spiegazione di strumenti specifici

che Google fornisce per la promozione della propria struttura, fino alla misurazione dei risultati ottenuti.

Nel dettaglio i corsi proposti sono:

- Concetti di base del marketing digitale: per scoprire gli aspetti fondamentali del marketing digitale.

**BISOGNERÀ
ESSERE CAPACI
DI EMERGERE
IN UNA
COMPETIZIONE
INTERNAZIONALE**



- Avviare un'attività online: per stabilire una presenza digitale, utilizzare l'e-commerce, proteggere un'attività dagli hacker e farsi notare a livello locale.
- Farsi trovare online dai clienti: per scoprire alcuni dei modi in cui le attività possono entrare in contatto con più clienti online. Inoltre, il corso illustra come migliorare il rendimento associato ai motori di ricerca (SEO) e ad utilizzare la pubblicità online (SEM) per aumentare le vendite e la notorietà del brand.
- Promuovere un'attività con la pubblicità online: per creare una strategia pubblicitaria e di marketing efficace capendo in che modo il marketing via email, gli annunci video e quelli display possono aiutare a raggiungere ed attirare più clienti giusti.



- Espandere un'attività in altri paesi: per entrare in nuovi mercati e vendere ai clienti di tutto il mondo.
- Promuovere un'attività attraverso contenuti: per farsi notare ed entrare in contatto con più clienti online tramite strumenti come i social media, il marketing video e il content marketing.
- Comprendere le esigenze e i comportamenti online dei clienti: per misurare

facilmente il livello di efficacia della propria strategia di marketing online e migliorarne i risultati.

- Rendere più sicura un'attività online: per imparare le nozioni di base sulla sicurezza online al fine di proteggere dipendenti, azienda, utenti e clienti.
- Networking efficace: per creare la propria rete e il proprio brand personale, sia online sia nel mondo reale.
- Google Ads per la rete di ricerca: per far conoscere la propria azienda ai clienti giusti creando campagne personalizzate sulla rete di ricerca in Google Ads. Verranno illustrate le best practice relative a parole chiave, strategie di offerta e altro ancora, oltre a esplorare nuovi modi per aumentare il rendimento e raggiungere i propri obiettivi di marketing.
- Google Ads per la rete display: per creare awareness e promuovere il proprio brand tramite creazione, gestione e

ottimizzazione di campagne di annunci basate sulle immagini in grado di coinvolgere il proprio pubblico. Inoltre, verrà spiegato come aumentare la copertura delle campagne e monitorarne il rendimento grazie ai segmenti di pubblico della rete display di Google e alla pianificazione del rendimento.

- Misurazione in Google Ads: per sfruttare Google Analytics raccogliendo ed analizzando a fondo i dati più importanti per la propria azienda, trasformando nuove informazioni in azioni efficaci.

I corsi sono disponibili sul sito internet www.federalberghi.it seguendo il percorso: "Attività" -> "Federalberghi e Google per il turismo".

Infine, nella sezione "Federalberghi Tv" del sito internet www.federalberghi.it è disponibile la registrazione dell'evento "Google per il turismo italiano", tenutosi in occasione del lancio del progetto.

HIGHLIGHTS

L'ECCELLENZA DEL CAFFÈ IN UN TOCCO

“Le nostre nuove macchine superautomatiche garantiscono un'esperienza gustativa eccellente, grazie all'impiego di latte fresco e caffè in grani. Sono macchine che si avvalgono di tecnologie di ultima generazione e che rispondono alle esigenze degli ospiti delle strutture alberghiere sia durante il momento della prima colazione sia durante un coffee break rigenerante. Basta un tocco per provare il piacere di bere un espresso, un macchiato o un cappuccino serviti a regola d'arte”, spiega **Roberto Soldani**, Sales Manager del settore Horeca Superautomatiche, mercato Italia.

LA RADIOSA rappresenta a tutti gli effetti il gioiello tecnologico del mondo delle superautomatiche a marchio Gaggia Milano.

Si colloca perfettamente in ogni ambiente, dall'hôtellerie all'intero mondo del business e del 'fuori casa', permettendo di offrire ai clienti bevande a base di latte montato caldo e freddo dal gusto eccellente e dalla consistenza perfetta. Grazie alla tecnologia **EVO Milk** è possibile infatti preimpostare le dosi, la temperatura e la densità del latte, ottenendo una bevanda di elevata qualità.



Gaggia Milano è il brand simbolo del caffè espresso all'italiana nel mondo, che oggi racchiude in sé innovazione, design e funzionalità.

Dotata di un innovativo **touch screen HD da 10 pollici**, è possibile regolare anche il colore dei profili led, oltre ad offrire una serie di altre personalizzazioni che la rendono unica. Inoltre, la facilità d'uso, di pulizia e il mantenimento semplice della macchina rappresentano una vera gioia per gli operatori. La Radiosa risponde così alle esigenze di **efficienza e prestazione** senza tralasciare l'**estetica**, secondo le regole del vero stile italiano.

Per maggiori informazioni: www.gaggiaprofessional.com
EVOC SPA Via Roma 24 - 24030 Valbrembo (BG)
 Tel. +39 035 606111 www.evocagroup.com

Largo al cambiamento

Hospitality Digital Space 2021 fissa l'attenzione sul rinnovamento.

Federalberghi Trentino: "L'innovazione è nel nostro dna"



Il futuro dell'ospitalità passa dall'innovazione: è il tema di Hospitality Digital Space, in live streaming per l'edizione 2021. "La capacità di innovare costituisce uno dei fattori determinanti per il settore dell'ospitalità – ha affermato Alessandra Albarelli, direttrice generale Riva del Garda Fierecongressi –. Quello che stiamo vivendo ha reso più necessario il confronto e lo scambio di idee, e la manifestazione vuole essere anche un invito agli operatori del settore Horeca, in un momento tanto complesso, a ripensare con creatività e flessibilità gli spazi e i servizi delle strutture ricettive di domani". Tra i temi affrontati anche quello, di rilevanza etica, del food waste. Maria Chiara Gadda, promotrice della legge sullo spreco alimentare, ha evidenziato come l'economia circolare sia una leva di vantaggio competitivo per la sostenibilità economica, ambientale e sociale dei prodotti: "Obiettivo della legge è semplificare i processi normativi per ridurre gli sprechi nella filiera

agroalimentare, favorendo il recupero e la donazione dei prodotti in eccedenza". Un punto, quest'ultimo, su cui si stanno molto impegnando gli albergatori italiani.

Il Trentino sta intanto combattendo, come le altre aree montane, la sua personale battaglia contro la desertificazione turistica dovuta ai limiti e veti anticontagio. "Per la posizione e il contesto sociale ed economico in cui si inserisce – ha sottolineato Roberto Pellegrini, presidente Riva del Garda Fierecongressi –, l'evento rappresenta la nostra naturale vocazione per il turismo e l'accoglienza, al centro di due grandi distretti turistici, quelli del Garda e del Trentino, che attirano milioni di presenze ogni anno, ma in situazione di normale attività".

Un richiamo al tema portante è giunto dal presidente di Asat/Federalberghi Trentino: "L'innovazione è nel nostro dna – ha rimarcato Gianni Battaiola –. Sicuramente siamo più provati rispetto al primo lockdown,

ma le strutture stanno facendo di tutto per prepararsi alla ripartenza. Molti hanno anzi approfittato del momento di fermo per riorganizzare spazi e business model. Tanti di noi hanno fatto ampliamenti, ristrutturazioni, e tanti, per rassicurare gli ospiti, hanno anche ragionato sulla necessità, tutta nuova, di mostrare il dietro le quinte di tanti processi, nella preparazione del cibo così come nella gestione dei centri benessere". L'imperativo, secondo Battaiola, è "avere spazi intercambiabili e camaleontici, in grado di trasformarsi in base alle richieste degli ospiti, i quali avranno bisogno di lavorare anche in vacanza, vorranno utilizzare di più gli spazi all'aperto o avere la possibilità di fare colazione a orari più flessibili". Il comparto ha voglia di investire, e lo dimostra il fatto che lo scorso autunno, proprio per sostenere le ristrutturazioni ricettive, la Provincia di Trento ha lanciato un bando con buona dotazione finanziaria andata subito esaurita.

Il lusso prende quota

Cassiano Sabatini, responsabile Italia di Coldwell Banker Global Luxury, evidenzia la competitività dell'offerta di immobili di alta gamma nel nostro Paese



DI STEFANIA GALVAN

Non è solo una questione di immagine: se il sogno italiano continua a resistere alle avversità, è anche perché investire in immobili di superlusso nel nostro Paese conviene e, anzi, “rappresenta oggi un vero e proprio affare”. Le parole sono quelle di Cassiano Sabatini, responsabile Italia di Coldwell Banker Global Luxury, network immobiliare internazionale. “Nel segmento luxury – spiega – il nostro Paese ha un vantaggio competitivo rispetto agli altri Stati europei. Gli immobili di prestigio, infatti, qui costano meno rispetto, ad esempio, a quelli della Costa Azzurra. La discesa dei prezzi prosegue ormai dal 2011; ora siamo ai minimi storici e gli investitori acquistano da noi perché confidano in un forte rimbalzo che porterà a una rivalutazione dell’immobile in futuro”.



Nel segmento dell’extralusso, che include proprietà dai 10 milioni di euro in su, circa l’80% delle strutture viene acquistato da clienti internazionali, “primi fra tutti – sottolinea Sabatini – gli statunitensi del Nord-Est, i newyorchesi e i bostoniani, che continuano a credere nell’importanza del brand Italia”. Seguono i tedeschi, con un tasso di richieste di circa il 13%, e gli inglesi con il 12,4.

Le zone più ambite sono quelle che tradizionalmente vengono asso-

ciate all’idea di lusso: “Innanzitutto la Toscana, che, insieme alla Costiera Amalfitana, è la porta di accesso privilegiata dei turisti americani – precisa –. Seguono la Costa Smeralda, con le sue grandi ville, e gli immobili di pregio nelle zone più prestigiose di Roma, ma è molto gettonata anche la Liguria di Santa Margherita e Portofino”.

Tra gli oltre 200 annunci dedicati all’Italia sul sito di Coldwell Banker Global Luxury non mancano gli hotel in vendita, tra cui il più antico d’Italia: il Castello di Orvieto, nato dal recupero architettonico di un’abbazia del 1100, con 9 suite, 18 camere e una sala eventi, che si sviluppa per un totale di 3.500 mq immersi nel verde delle colline umbre. “Non è l’unico albergo del nostro portafoglio – tiene a evidenziare Sabatini –. Ne abbiamo in vendita anche diversi altri”.

Le notizie confortanti per l’Italia sono, però, due: oltre alla buona tenuta del mercato delle proprietà di superlusso, l’aumento – che lo stesso Sabatini definisce “sorprendente” – delle transazioni di livello medio per questo settore, ovvero quelle il cui valore oscilla tra uno e tre milioni e mezzo di euro. “Il 2020 – spiega – ha visto il ritorno di un altro segmento di clientela: quella italiana che ha di nuovo focalizzato lo sguardo sul territorio nazionale per gli investimenti dal milione di euro in su. Una nicchia di mercato che negli anni scorsi si era assopita e ora si è risvegliata proprio grazie al lockdown, che ha spinto i nostri connazionali a riscoprire le eccellenze del loro territorio”.

A livello generale le transazioni sopra il milione di euro sono state 28mila nel 2019, con un valore medio di 1,9 milioni di euro.

NEL NUMERO DI GIUGNO 2021

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ
turismo
d'Italia

Speciale

■ **FORNITURE ALBERGHIERE**

AZIENDE GENERALISTE DI RIVENDITA ATTREZZATURE,
ARREDI, COMPONENTI E PRODOTTI HO.RE.CA.

Speciale

■ **SISTEMI PER IL RIPOSO**

AZIENDE PER LA PRODUZIONE DI LETTI, MATERASSI
E ARTICOLI PER IL COMFORT IN CAMERA.

Speciale

■ **OUTDOOR**

AZIENDE SPECIALIZZATE IN ARREDI E ILLUMINAZIONI DA ESTERNO,
SCHERMATURE E VERANDE, PISCINE, GIOCHI E GONFIABILI PER FAMILY HOTEL.

Speciale

■ **REPORT ASSEMBLEA FEDERALBERGHI**

AZIENDE E SOCIETÀ PARTNER DI FEDERALBERGHI, CONVENZIONATE
O SPONSOR DELL'EVENTO NAZIONALE.

Per informazioni: pubblicita@tgitalia.com



L'ospitalità sicura

Inizia dall'igiene professionale, in questo lungo e difficile periodo segnato dalla pandemia, l'accoglienza che gli alberghi riservano ai clienti, dimostrando, ancora una volta, come l'hotellerie italiana sia scrupolosa e attenta alle regole della sicurezza sanitaria in ogni area della struttura. E in un mercato, a sua volta sempre più attento a rispondere alle esigenze degli albergatori, le aziende si specializzano e investono su una produzione innovativa, certificata, flessibile e ampia. Grazie a tecnologie avanzate e, soprattutto, ecosostenibili, i sistemi e i prodotti del made in Italy per la sanificazione aumentano e si diversificano. Dai macchinari per l'ozonizzazione ai dispositivi per gli ascensori, dalle app ai rivoluzionari tessuti anti-Covid, proponiamo una rassegna sulle novità dedicate agli hotel

Segue a pag. 24 ►

HIGHLIGHTS

STOP A VIRUS, GERMI E BATTERI. HOTEL AL SICURO CON LA SANIFICAZIONE A VAPORE POLTI SANI SYSTEM

Una nuvola di vapore avvolgente, secca e potente, per una sanificazione rapida e sicura. Nel rispetto della sostenibilità ambientale e degli ospiti.



Ideale su tessuti e superfici, inclusi gli oggetti a geometria complessa dove il vapore riesce comunque a penetrare con estrema facilità ed efficacia, **Polti Sani System** è testato per l'eliminazione fino al **99,999%* di virus - incluso coronavirus Sars-CoV2 - germi, batteri, funghi e spore** presenti negli ambienti dell'hotel o del ristorante.

Studi scientifici e/o test effettuati in laboratorio confermano che il vapore è un **potente alleato dell'igiene**, con il vantaggio di essere anche **naturale e sostenibile**. In questo particolare momento, gli apparecchi per uso professionale Polti Sani System sono in grado di dimostrare tutta la loro efficacia nell'adempimento dei protocolli di sanificazione.

Agendo rapidamente ed asciugando in breve tempo, il vapore - **brevettato**

per la **sanificazione fino a 180°C** - permette di intervenire nei diversi ambienti più volte al giorno, anche in presenza di persone e animali. Inoltre, non prevedendo il contatto diretto con le superfici trattate, l'erogazione previene ogni possibilità di **cross-infection**.

Sviluppato nel 2006 in collaborazione con la Facoltà di Medicina e di Chirurgia dell'Università degli Studi di Pavia e dedicato alla disinfezione degli ambienti medico-sanitari a rischio di contaminazione biologica, Polti Sani System è oggi prodotto in **quattro modelli** adattabili alle diverse necessità di alberghi, ristoranti, bar, centri benessere e di ogni altro ambiente commerciale preposto all'accoglienza del cliente.

Per superfici al di sotto dei 50mq:

POLTI SANI SYSTEM BUSINESS è un modello maneggevole e compatto, facilmente trasportabile e utilizzabile con grande comodità.

Per le superfici oltre i 50mq, con autonomia illimitata, sono consigliati i modelli:

POLTI SANI SYSTEM CHECK, 10 programmi preimpostati + 1 programma libero e possibilità di stampare il report per il controllo di tempi e frequenza delle operazioni. Struttura rinforzata di ruote e telaio e maniglione in acciaio per agevolare gli spostamenti. Ideale nelle situazioni in cui la molteplicità degli operatori e degli ambienti richiede un elevato controllo delle operazioni.

POLTI SANI SYSTEM PRO, adatto per ampi spazi e per operazioni frequenti ed intense. Moderno design della pistola per il massimo comfort, maniglione in acciaio e sistema rinforzato di trasporto di ruote e telaio per facilitarne il movimento.

POLTI SANI SYSTEM EXPRESS, la sua forma compatta lo rende ideale per ambienti di medie e piccole dimensioni (tra i 50 e i 100 mq) e se si ha la necessità di sanificare con sessioni di uso intense e frequenti.



Politi Sani System è utilizzabile nelle strutture ricettive ma anche in ristoranti, bar, negozi, centri benessere, uffici, palestre e scuole, sia su superfici rigide che su imbottiti, materassi e cuscini.

www.poltisanisystem.it

*Test e/o studi di laboratori terzi e indipendenti attestano che **Polti Sani System** uccide fino al 99,999% di virus - incluso coronavirus SARS CoV2 - germi, batteri, funghi e spore.

www.polti.it

MADE IN ITALY

99,999%*

180°C
MAX



POLTI
+ SANISYSTEM

**IL NOSTRO VAPORE
PROTEGGE IL TUO LAVORO**

I VANTAGGI DEL VAPORE DI POLTI SANI SYSTEM



Sanifica in pochi secondi le superfici e i tessuti
e **asciuga rapidamente**



Tecnologia Brevettata Superheated Chamber
vapore secco surriscaldato fino a 180°C



No cross-infection:
nessun contatto con le superfici trattate



Rispettoso dell'ambiente
e utilizzabile in presenza **di persone**



Scansiona il QR Code
per scoprire la **gamma completa**

*Test e/o studi di laboratori terzi e indipendenti attestano che **Politi Sani System** uccide fino al 99,999% di virus - incluso coronavirus SARS CoV2 - germi, batteri, funghi e spore.



POLTI[®]



POLTISANISYSTEM.IT

L'AZIONE TOTALE SECONDO NATURALWASH

I luoghi che offrono servizi di ristorazione e benessere, dagli hotel alle spa sino alle strutture d'impronta culinaria, impongono livelli di pulizia e sanificazione impeccabili, al fine di mantenere standard di comfort e igiene elevati in ambienti dove l'afflusso di persone è più intenso.

Per raggiungere questi obiettivi, bilanciando le esigenze di pulito con quelle legate al rispetto ambientale, NaturalWash ha deciso di sfruttare una sorgente ecologica alternativa, ma con un potere di igienizzazione straordinario: il vapore. Rilasciato a una temperatura di 130°, non lascia, infatti, tracce chimiche residue e soddisfa i canoni Haccp. In questo modo è possibile sanificare facilmente qualsiasi area o superficie, dai pavimenti alle moquette, dai tappeti alla tappezzeria, sino alla pulizia approfondita di tovaglie, poltrone, tende, divani, materassi, cuscini e coperte. Grazie alla potenza del vapore e di un motore aspirante, in grado di raccogliere anche le più piccole e difficili impurità, tutte le superfici, le zone d'angolo e le fessure meno raggiungibili, vengono sterilizzate e sanificate. Su alcuni macchinari, invece, è stato inserito un generatore di ozono, o ozonizzatore, vista la grande richiesta soprattutto per le aree pubbliche: questo trattamento è un sistema ecologico che permette di combattere ed eliminare spore, virus, fungine, muffe, germi, e parassiti che non sono visibili a occhio nudo. Tutti i prodotti NaturalWash sono certificati e rispettano le normative ambientali: i macchinari consentono di eseguire tutti i tipi di lavaggi esterni senza produrre acque reflue di scarico, e i detersivi sono totalmente biodegradabili. Infine, non manca il supporto

**Bilanciare
le esigenze di
pulito con quelle
ambientali**



della Academy NaturalWash, che contribuisce a una formazione corretta dei clienti per i lavaggi e l'applicazione dei prodotti. Sempre in termini di assistenza, è sempre attivo un servizio di pronto intervento.

CLEANAPP, UNA STARTUP PER L'HOUSEKEEPING

Nuovo tool di room management digitale per hotel e strutture ricettive, CleanApp è stato selezionato all'interno del programma 'Startup per Milano', progetto ideato dal Comune per individuare soluzioni innovative per la ripartenza da una crisi che ha devastato il settore alberghiero. Consente, tramite la business Intelligence, di avere un controllo certificato delle procedure igienico-sanitarie interne alle strutture ricettive, e di avere sempre a disposizione l'analisi dei dati rispetto alle proprie prestazioni interne, con l'obiettivo di monitorare nel dettaglio tutte le procedure relative alle camere: manutenzione, housekeeping, comunicazione fra i reparti, controllo forniture. Questi

aspetti vengono digitalizzati e ottimizzati, permettendo di avere uno strumento di data analysis in termini di costi risparmiati e tempistiche di lavoro. È possibile personalizzare le checklist di lavoro in base agli standard della struttura e registrare ogni intervento necessario per dimostrare che il team sta portando a termine le proprie mansioni. Sul piano della comunicazione, CleanApp, grazie a un sistema di messaggistica istantanea integrato, offre la possibilità di notificare necessità di intervento in tempo reale.

CLEAN SERVICE GUARDA ALL'AMBIENTE

Abilitata a effettuare sanificazioni e disinfestazioni come disposto dalla legge n.82 del 25/01/94, Clean Service le esegue attraverso appositi protocolli operativi: sono certificate e vengono effettuate con prodotti idonei in base alle normative vigenti, nel pieno rispetto dell'ambiente e della sicurezza degli operatori. Scegliere la sanificazione più adatta alla diversa tipologia di area da

trattare è fondamentale, per questo l'azienda propone interventi personalizzati sia per ambienti di grandi dimensioni che per superfici delicate, come quelle in marmo o pietra, o superfici in tessuto e complementi d'arredo (divani, imbottiti e cuscini). Gli interventi possono essere ripetuti con cadenza periodica, permettendo così che i vantaggi della sanificazione si conservino a lungo, beneficiando di speciali sconti. Tre i diversi servizi di sanificazione: a base di ipoclorito di sodio, per ambienti interni ed esterni; a base di perossido di idrogeno, sempre per ambienti interni ed esterni; e con macchinari professionali ad ozono, per ambienti interni. La sanificazione con ipoclorito di sodio è tra le diverse tecniche consigliate dall'Oms, poiché è un disinfettante efficace e consigliato per le superfici: con una grande carica antimicrobica, alla concentrazione finale dello 0,05% è capace di eliminare batteri e virus dagli ambienti. Ovviamente deve essere utilizzato da personale esperto, dotato con dei macchinari specifici.



SCHINDLER: IN ASCENSORE SENZA RISCHI

Schindler Hygienic è la gamma di soluzioni professionali per ascensori sempre sanificati e virus-free, che consente di sanificare le pulsantiere, le superfici e l'aria all'interno degli ascensori, per ridurre il rischio di diffusione di infezioni. Inoltre, grazie agli appositi Kit Informativi, sarà più semplice per gli ospiti rispettare le norme igieniche e la distanza di sicurezza in ascensore. Uv CleanLight Pro è una speciale lampada che sfrutta le proprietà germicide della luce Uv-C per distruggere virus e batteri presenti su pulsantiere e superfici interne degli ascensori, in particolare quelli ad alto traffico come quelli degli hotel. Uv CleanAir è, invece, il dispositivo che sanifica l'aria all'interno dell'ascensore combinando la tecnologia a raggi Uv-C con uno speciale filtro, ed è automatico: in diversi momenti della giornata esegue cicli di purificazione dell'aria, assicurando un'azione completa. Importante elemento è il Kit Informativo, composto di adesivi per il distanziamento sociale e pannelli informativi, che guidano gli utenti al corretto utilizzo degli ascensori, minimizzando i rischi di infezione. Il kit comprende un pannello informativo per un uso sicuro dell'ascensore e degli adesivi di posizionamento. La gamma di prodotti include anche la CleanCover, pellicola protettiva antibatterica come soluzione semplice ed efficace per proteggere gli utenti e le pulsantiere di piano e di cabina dell'ascensore. Le superfici più frequente-

mente a contatto con gli utenti, come le pulsantiere, possono, infatti, più facilmente diventare veicolo di microrganismi pericolosi per la salute, e questa speciale pellicola antibatterica riveste le pulsantiere di piano e di cabina, garantendo un elevato livello di igiene delle superfici ricoperte. Inoltre, tale rivestimento consente una più agevole pulizia delle pulsantiere con i comuni disinfettanti, proteggendo anche i componenti elettronici dell'impianto.

REAIR: UN SISTEMA INATTACCABILE

È composto da molecole fotosensibili che, colpite dalla luce (naturale o artificiale) e a contatto con l'umidità dell'aria, si attivano permettendo all'ossigeno di reagire con le sostanze con cui entra in contatto, accelerando la decomposizione delle sostanze organiche nocive presenti nell'ambiente e riducendo, nell'azione igienizzante, elevati livelli della carica batterica, con livelli di efficacia che perdurano nel tempo. Si tratta di REair, un sistema brevettato (riconosciuto con attestazioni e certificazioni), che è stato oggetto di attività di sperimentazione scientifica in laboratori pubblici e privati e dipartimenti di ricerca di università italiane, al fine di valutarne e attestarne, nei vari ambiti applicativi, l'efficacia e la durabilità dell'attività fotocatalitica, il grado di abbattimento degli inquinanti in ambiente outdoor nel tempo, il livello e l'efficacia dell'attività antibatterica di microrganismi e l'atossicità. Il prodotto assicura risultati: pareti pulite e inattaccabili da muffe e batteri, sanitari in condizioni igieniche perfette, vetri e specchi che non consentono la formazione di gocce d'acqua, stanze prive di odori sgradevoli e aria sempre perfettamente respirabile. Il trattamento fotocatalitico rende possibile la degradazione dei microrganismi nocivi e la notevole riduzione della carica batterica sulle superfici trattate, garantendo igiene e sicurezza dell'ambiente.

Segue a pag. 26 ►



LA CONSULENZA DI SONDERS

La formula 'Ospitalità sicura' di Sonders Hotels nasce da ricerche in cui sono coinvolte le sedi italiane ed estere della brand unit dedicata alla gestione alberghiera e al facility management del gruppo turistico Sonders&Beach. L'albergatore può scegliere secondo le proprie esigenze e possibilità: dalla sanificazione una tantum sino alla

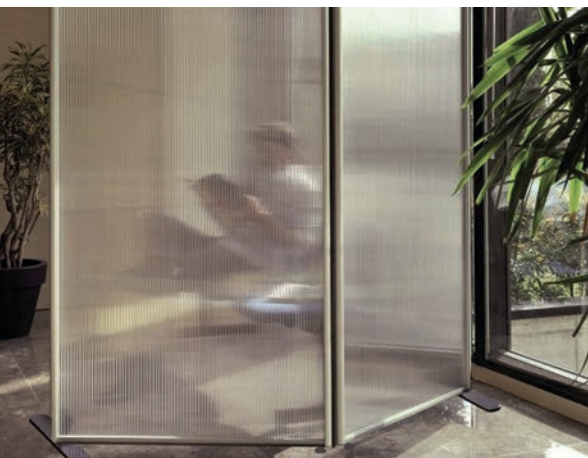
soluzione 'chiavi in mano', ovvero il programma di consulenza Hotel Re-Start. La società, inoltre, può affiancare gli albergatori nell'acquisto dei dispositivi di protezione individuale e presidi raccomandati dal Ministero della Salute, o ancora, formare il personale sia per l'housekeeping che per l'accoglienza nelle pratiche anti-contagio. Mission della società è, inoltre, porre attenzione alla sostenibilità, prevedendo l'impiego di attrezzature e macchinari che permettano di limitare l'uso di prodotti sintetici, sfruttando principi attivi naturali e riproducendo fenomeni chimici presenti in natura.

FAS, LINEA PRODOTTI ANTI-COVID

Fas propone un'ampia gamma di soluzioni per contrastare il rischio Covid-19 e per l'accoglienza sicura in hotel: oltre 140 proposte tra dispositivi di protezione idonei a proteggere la salute

dei clienti e dei dipendenti di albergo. Tra i prodotti igienizzanti e sanificanti utili a prevenire infezioni ci sono le colonnine con dispenser con gel disinfettante-igienizzante, da collocare in punti strategici, alla reception, all'uscita/entrata dei bagni comuni, nei corridoi, nelle sale meeting o in altre aree pubbliche. Inoltre, soluzioni breakfast room service, sistemi di purificazione aria e ambienti, nebulizzatori, generatori di ozono. Il catalogo anti Covid-19 di Fas Italia include anche barriere protettive, termoscanner, kit igienici, purificatori d'aria professionali, dispositivo per sanificazioni di ambienti con trattamento a base di perossido di

Barriere protettive, termoscanner, kit igienici, purificatori d'aria



HIGHLIGHTS

REair, IL TRATTAMENTO FOTOCATALITICO PER UNA SANIFICAZIONE D'AVANGUARDIA



Le conseguenze dell'emergenza sanitaria mondiale hanno portato ad un sensibile incremento della domanda di **sistemi di sanificazione** per l'hotel. Un quadro complesso e delicato in cui si inserisce l'innovativa start up, nata

dalla consolidata esperienza di professionisti e ricercatori guidati ad oggi dal professor A. Del Favero.

Per far fronte alle nuove esigenze degli albergatori, REair ha creato un **coating trasparente ecocompatibile privo di additivi chimici** per il trattamento di tutte le superfici indoor e outdoor. *"La nostra formula brevettata - spiega la dottoressa Raffaella Moro, CEO e founder - consiste in una soluzione fotocatalitica di ultima generazione: le sue molecole fotosensibili una volta colpite dalla luce - naturale o artificiale -,*

*a contatto con l'umidità dell'aria, accelerano la decomposizione delle sostanze organiche nocive nell'ambiente. Ciò - aggiunge - consente una continua attività igienizzante che può **durare anche dodici mesi** in funzione delle aree trattate".*

L'**efficacia REair** è **comprovata** da sperimentazioni scientifiche con le più prestigiose Università italiane. Inoltre, il test eseguito da EurofinsBiolab ha dimostrato **l'azione virucida di REair contro il Coronavirus** (virus SARS-related: SARS-Cov, SARS-Cov-2).

La migliore garanzia di qualità dei trattamenti è rappresentata dalle collaudate procedure di REair, **certificata ISO 9001**, che prevedono il **costante monitoraggio** della salubrità degli ambienti e della sicurezza delle superfici tramite l'installazione di sensori di alta precisione per il monitoraggio della qualità dell'aria, concessi in esclusiva a REair per l'Italia.

Numerosi i soggetti istituzionali che hanno scelto la tecnologia REair. Tra questi l'aeroporto Marco Polo di Venezia e il porto di Bari.

idrogeno. Inoltre, un contapersone automatico per controllare il flusso degli ospiti in alcune aree dell'albergo, quali come sala meeting, bar, sala colazione, ristorante o spa, dove è previsto un limite massimo di presenze all'interno dei locali in base ai mq; si può regolare l'accesso del cliente alla struttura in modalità wireless e senza personale aggiuntivo.

OLI, L'IGIENE IN SALA DA BAGNO

Proteggere qualsiasi ambiente dalla diffusione di batteri è importante, soprattutto nei bagni. All'interno della gamma di placche di comando, Oli propone il modello Ria, che risponde a questa esigenza. Si tratta di una placca la cui finitura finale è antibatterica, poiché il suo rivestimento inibisce la crescita di microrganismi come batteri, funghi o alghe. Il trattamento utilizzato rilascia ioni metallici sulla sua superficie e questi interferiscono con il metabolismo dei microrganismi, fermando la loro proliferazione. Tra le novità targate Oli anche la Visie-

ra Pro, ideata per garantire sicurezza igienica ma anche comfort: lo schermo facciale antiappannamento ha un design innovativo, con frontale in polipropilene e tre punti di articolazione e regolazione.

UN BEGHELLI ANCHE PER L'ARIA

Un dispositivo per sanificare costantemente l'aria negli ambienti, anche in presenza di persone, quindi ideale per gli hotel. Beghelli lancia SanificaAria 30, che utilizza la tecnologia brevettata uvOxy, la cui efficacia è testata sino al 99,9% su virus e batteri. Nessuna emissione di ozono e nessuna esposizione a sorgenti Uv-C. Un sistema di ventole canalizza l'aria all'interno del dispositivo, che, a contatto con la luce ultravioletta, ne esce sanificata. Questo sistema a emissione controllata abbate sino al 99,9% di virus e batteri e non ha controindicazioni, perché evita il contatto diretto con i raggi ultravioletti e impedisce la produzione di ozono. La cartuccia ha una durata di 12 mesi, e la sua sostitu-

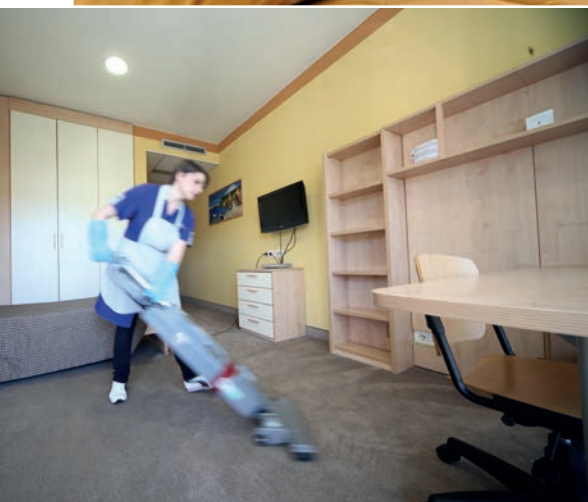
zione consente di mantenere nel tempo le prestazioni germicide. Grazie a un design moderno ed essenziale, SanificaAria si colloca bene esteticamente in qualunque ambiente.

POLTI, UN SISTEMA IN QUATTRO VERSIONI

Utilizzati in contesti medico-sanitari, gli apparecchi Polti Sani System si rivelano in tutta la loro efficacia per rispondere agli adempimenti normativi igienici richiesti per garantire un'igienizzazione ottimale. Molti sono i vantaggi del vapore erogato dalla gamma, primo fra tutti la rapidità: la nuvola avvolgente, secca e surriscaldata, agisce in pochi secondi ed è ideale per disinfezioni frequenti durante la giornata. Sicura anche in presenza di persone e animali, asciuga rapidamente per la massima praticità. L'erogazione non avviene a contatto con le superfici, prevenendo la cosiddetta cross-infection. Adatto a tutte le superfici, compresi tessuti e oggetti, il vapore arriva anche sui materiali a geometria complessa. La gamma è



Segue a pag. 28 ►



composta da 4 modelli, la scelta dei quali deve avvenire in base alla situazione da sanificare e ai risultati che si vogliono ottenere. Polti Sani System Pro, ad esempio, è adatto per ampi spazi e per operazioni frequenti

e intense: moderno il design della pistola, maniglione in acciaio e sistema rinforzato di trasporto di ruote e telaio per facilitarne il movimento. Gli altri modelli disponibili sono: Check, Express e Business.

LA MISSION DI TEMA&HYGEO

Il metodo integrato a marchio Hygeo, di cui Tema è licenziataria esclusiva, è un sistema di progettazione, programmazione, gestione ed erogazione dei servizi in ambito alberghiero, oltre che civile e industriale. L'azienda applica sistemi con standard internazionali. Tra i principali servizi, la sanificazione e la disinfezione degli ambienti di lavoro, la sanitizzazione ambientale con nebulizzatore Ultra Light Volume e l'igienizzazione delle celle frigorifere

delle cucine professionali. Negli impegni generali che Tema&Hygeo intendono garantire nel tempo, in primo piano c'è un costante investimento per migliorare la sostenibilità sociale e ambientale, insieme al mantenimento della soddisfazione del cliente attraverso la flessibilità e attenzione alle richieste e esigenze.

VIRKILL: ARRIVANO IN HOTEL LE DIVISE ANTI-COVID

Virkill è un nuovo tessuto che agisce attraverso nanoparticelle di rame per abbattere il Coronavirus. Brevettato da Italtex, è utilizzato in una serie di prodotti utili a chi lavora nel mondo dell'hotellerie, della ristorazione e del wellness. La collezione è composta da uniformi per lo staff, ma anche copri-



guanciali, topper letto e piumino copri-letto per le stanze d'albergo; ciabattine, kimono e accappatoio per i centri benessere. Alla base c'è il tessuto che, nascosto al suo interno, ha nanoparticelle di rame 'fuse' nel filo, caratteristica che distingue il tessuto da un semplice trattamento antivirale superficiale che si può deteriorare con i lavaggi. Elementi invisibili all'occhio umano, ma che hanno la capacità di uccidere il Covid-19 grazie a caratteristiche naturali che sono state testate in laboratori indipendenti italiani e inglesi. Per la realizzazione dei prodotti, Italtex si è affidata alla filiera del made in Italy, coinvolgendo nel progetto la Maurel, specialista nella creazione di uniformi per hotel di lusso, che ha confezionato divise per camerieri e personale di sala, giacca per lo chef, uniformi per bartender, kimono per il personale della spa, uniformi per addetti alla pulizia piani, coprilettino spa, teleria per ristorante e bar.

HIGHLIGHTS

HAPPY AIR PLUS, L'ELIMINA ODORI

La soluzione rivoluzionaria al problema del ricambio d'aria in tutte le tipologie di ambiente bagno, con o senza finestra.

Per risolvere il problema dei cattivi odori OLI propone **Happy Air Plus**, l'aspiratore per il bagno combinato alle performanti cassette wc **OLI74 Plus** ad alta efficienza idrica.

Happy Air Plus permette di rimuovere i cattivi odori prelevandoli direttamente dal vaso, prima che si diffondano nell'ambiente, espellendoli attraverso le tubazioni che collegano il tubo di cacciata della cassetta di risciacquamento e il corpo del sistema Happy Air Plus. Il Sistema è compatibile con tutti i wc standard e, grazie alla presenza di una valvola di non ritorno nella connessione di uscita, permette l'installazione di più Happy Air Plus nella **stessa rete di tubazioni di ventilazione** eliminando il rischio di rientro di odori nel bagno.

Happy Air Plus è **certificato IPX5**, caratteristica che lo rende idoneo anche per l'aspirazione - attraverso la placca frontale -, dei vapori generati dalle comuni docce o vasche da bagno.



Schema di funzionamento: il sistema Happy Air Plus estrae gli odori direttamente dal vaso oltre che dalla placca frontale

Inizialmente pensato per bagni ciechi, consente anche in quelli con finestra di evitarne l'apertura limitando gli sprechi di energia per il ricambio dell'aria.

Grazie a queste caratteristiche Happy Air Plus è la **soluzione ideale** per ogni tipo di bagno.

“La nuova soluzione di OLI è disponibile in due varianti: Happy Air con capacità d'aspirazione massima di 85 mc/h, attivazione con sensore o interruttore e Happy Air Plus con portata maggiorata dell'aria di 100 mc/h e la presenza di una luce LED a basso consumo (da 960 lumen) che può essere utilizzata in sostituzione della luce ambiente del bagno. Nella versione Plus, inoltre, troviamo integrati un temporizzatore per lo spegnimento automatico ed un umidostato. L'installazione del sistema è semplice e flessibile mentre il design della placca frontale permette un piacevole inserimento in ogni bagno ed un'elevata personalizzazione essendo quest'ultima verniciabile”.

Un asset per sempre

Il report Gabetti e Patrigest sugli investimenti nell'era della pandemia e le soluzioni trasformiste per dare un futuro all'ospitalità alberghiera



L'Ufficio Studi Gabetti e Patrigest, società di consulenza del Gruppo Gabetti specializzata in Valuation & Advisory per la gestione del patrimonio immobiliare, e partner di Federalberghi, ha elaborato uno studio che fa il punto su quanto accaduto nel mondo del real estate nei primi 9 mesi del 2020. Nel focus dedicato al settore alberghiero il report ne analizza impatti e trend futuri, alla luce di un inizio d'anno davvero brillante, con un aumento delle presenze straniere del 3,8% e italiane del 4,8% a gennaio rispetto al 2019, secondo i dati Federalberghi, poi spentosi progressivamente sotto gli effetti dell'emergenza sanitaria. Gli investimenti sono stati pari a circa 680 milioni di euro nei primi 9 mesi dell'anno – precisa il report –, e tra le transazioni principali registrate nei primi tre tri-

mestri del 2020 si rilevano hotel di fascia lusso.

L'eventuale perdurare dell'emergenza sanitaria e il conseguente ridotto numero di spostamenti per lavoro potrebbe causare una minore domanda verso i business hotel di grandi dimensioni, e, da parte degli investitori, questo trend potrebbe determinare un'aspettativa di maggiori rendimenti per queste asset class, a compensazione della maggiore rischiosità dettata dal momento. "In generale, gli investimenti non ripartiranno nell'immediato – ammonisce lo studio –, e, a parte alcune operazioni speculative e per tipologie meno resilienti, si assisterà a un decremento dei fatturati e dei conseguenti canoni soprattutto per la parte variabile, un aumento del costo dell'equity e una difficoltà di accesso al debito".

In sostanza, le strutture meno vulnerabili sono state quelle in mercati

suburbani e piccoli centri abitati in zone turistiche, in alcune regioni del Sud e in alcune località di montagna. Il blocco degli impianti sciistici e la limitazione degli spostamenti tra regioni sta avendo un impatto rilevante, "ma sul medio-lungo periodo – come prevede il report Gabetti/Patrigest – il settore dovrebbe lentamente riprendersi, con graduale risalita prima per le strutture ricettive locali e, solo a fine 2021, per le strutture business e leisure di caratura internazionale".

**Una minore
domanda nei
confronti dei
business hotel di
grandi dimensioni**



La nuova mission del settore alberghiero è di reinventarsi, cercando di individuare le soluzioni migliori per catturare l'attenzione del mercato al momento della ripresa. In futuro potrà, ad esempio, beneficiare della diffusione dello smart working, potrà puntare sulla riconversione di spazi e sulla contaminazione tra business e leisure, reinventando quindi l'offerta in chiave bleisure. Sono alcuni dei suggerimenti che Gabetti rivolge all'hotellerie e che sviluppa dettagliatamente nella pubblicazione *'L'Hospitality del futuro: flessibilità degli spazi, tecnologia e sostenibilità, le tendenze imprescindibili nell'era post Covid'*, realizzato dall'Ufficio Studi Gabetti in collaborazione con Federalberghi e con il patrocinio di Enit, Assoimmobiliare e Fondazione Università Cà Foscari.

PROTAGONISTA LA VERSATILITÀ

L'albergo del futuro – come spiega lo studio – dovrà tendere a essere uno spazio liquido e poliedrico, capace di

trasformarsi rinnovando contenuti e funzionalità per generare nuovo valore sociale ed economico. L'hotel non sarà più utilizzato soltanto per pernottare o per un meeting, ma anche come luogo in grado di offrire servizi innovativi e qualificati come:

- spazi e servizi per lo smart working;
- spazi sociali ideali per rilassarsi o incontrare altre persone;
- zone per il relax psico-fisico;
- spazi polifunzionali trasformabili per eventi;
- bar e ristoranti con un'offerta variegata h24;
- servizi per il tempo libero e per lo sport.

Una delle ipotesi di riutilizzo di parte degli spazi vuoti delle strutture alberghiere potrebbe essere proprio quella di una riconversione in spazi di co-working, soluzione che andrebbe a

soddisfare parzialmente una domanda in crescita già da prima della pandemia.

La sostenibilità dovrà essere sempre un punto fermo. “Le scelte progettuali e le pratiche gestionali – precisa il testo – devono rispondere sempre di più ai principi di tutela ambientale e devono andare oltre a una pura logica di costi e di business. Ragionare in maniera integrata su forma, dimensioni, attrezzatura ecologica e materiali dell'edificio è ormai indispensabile per raggiungere l'obiettivo di abbattere le emissioni di Co2 e avere una maggiore efficienza energetica”.

Per gli alberghi, in particolare, adottare criteri di sostenibilità ambientale può anche essere una strategia di marketing, vista la propensione dei viaggiatori a optare per le strutture che scelgono criteri sostenibili. “Essere ecosostenibili – sottolinea lo studio Gabetti – in futuro non sarà più un plus per l'albergo, bensì un must, senza compromessi, adottando materiali, impianti e processi innovativi. Adattare le strutture alberghiere alle nuove richieste della domanda significa anche avere un impatto positivo su molti degli aspetti di carattere economico-gestionale, sia per i gestori, sia per i proprietari”.

TAX CREDIT RIQUALIFICAZIONE PROROGATO AL 2021

Il credito di imposta per la riqualificazione e il miglioramento delle strutture ricettive turistico-alberghiere di cui all'articolo 10 del decreto-legge 31 maggio 2014 n. 83 è riconosciuto, nella misura del 65%, per i due periodi di imposta successivi a quello in corso alla data del 31 dicembre 2019. Sono comprese, tra i beneficiari del credito di imposta, oltre alle imprese alberghiere, anche le strutture che svolgono attività agrituristica, le strutture termali e le strutture ricettive all'aria aperta. A differenza di quanto previsto in passato, il credito d'imposta sarà erogato in unica soluzione, senza ripartizione in due o tre quote annuali. Per l'attuazione della disposizione è autorizzata la spesa di 180 milioni di euro per ciascuno degli anni 2020 e 2021. Si rammenta che in occasione dei cinque bandi che si sono svolti in passato (relativi agli investimenti effettuati negli anni 2014-2018) il volume delle richieste non ha mai raggiunto tale livello (il punto più alto si è toccato con il bando 2019, relativo agli investimenti del 2018, che registrò la presentazione di 2.537 istanze, per complessivi 147,8 milioni di euro). Nei cinque anni in cui l'istituto è stato attivo hanno beneficiato della misura 8.386 imprese, per complessivi 356,7 milioni di euro.

Hotel Mag.it è il magazine on line (ottimizzato per mobile) di *Turismo d'Italia*, organo ufficiale Federalberghi.

Un magazine ricco di news e approfondimenti di grande interesse e attualità per tutti gli operatori dell'hôtellerie, che con aggiornamenti giornalieri ha l'obiettivo di diventare a breve il primo portale dell'ospitalità, punto di incontro e community on line che coinvolgerà gli utenti su più livelli di interesse, abituandoli a una consultazione costante, con un elevato livello di fidelizzazione.

Home | Hotel Design | Tendenze | Prodotti | Protagonisti | Marketing & Management | Overview | Food & Beverage | Q

Hotel Mag

IL MAGAZINE ONLINE DI **turismo** d'Italia ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

HOTEL DESIGN



Roma: a un anno dal primo caso di Covid, alberghi chiusi o vuoti

È trascorso un anno esatto da quando il Covid irruppe a Roma, nell'albergo dove soggiornava la prima coppia di cinesi affetta da Coronavirus su territorio [...]

HIGHLIGHTS



Federalberghi presenta petizione al Governo per salvare imprese e lavoratori del turismo

L'assemblea generale di Federalberghi, riunita in seduta straordinaria, ha approvato una petizione rivolta al presidente Conte e ai ministri Franceschini, Gualtieri e Patuanelli "per sollecitare il Governo Italiano a intervenire con urgenza a tutela delle imprese e dei lavoratori del turismo prima che sia troppo [...]"

MARKETING & MANAGEMENT



Cbitalia, webinar con Value China per il Mice

Convention Bureau Italia ha stretto un accordo di collaborazione con Value Chi...



Nitto Atp Finals: a Torino tornano i grandi eventi

Con i primi due tornei Atp del nuovo anno ha preso il via "Race to Turin"....



Liguria: recruiting settore turistico alberghiero

La Regione Liguria ha aperto le iscrizioni per il nuovo appuntamento del Recru...

Le vacanze sportive di Finale Outdoor Region

Una vacanza all'insegna dello sport per rigenerarsi dopo i lunghi periodi di...

European Best Destination: tre italiane in gara

Roma, Firenze e Capri sono tra le 20 candidate al titolo di "European Best D..."

Musei: iniziata riapertura in regioni 'gialle'

Cominciano a riaprire, nei giorni feriali, i musei e i parchi archeologici del...

AZIENDE E PRODOTTI



The Place Firenze si affida a Blastness per il business digitale



La Cimbali lancia la nuova S15

FOCUS ON



Google lancia la piattaforma Hotel Insights

Google ha scelto l'Italia come primo Paese al mondo per il lancio locale di Hotel Insights, la nuova piattaforma progettata per aiutare il settore alberghiero a intercettare la domanda turistica potenziale e, in particolare, per accompagnarlo con un programma di formazione che mira a rafforzare [...]

TURISMO D'ITALIA



Sfoggia l'ultimo numero <<

NEWSLETTER

ISCRIVITI

OVERVIEW



POLTI
SANISYSTEM

MADE IN ITALY

CERCHI UNA SOLUZIONE PER SANIFICARE IL TUO HOTEL?

SCOPRI DI PIÙ

CONTENUTI

NEWS E ATTUALITÀ, EVENTI, FIERE, MERCATO, OSSERVATORIO FEDERALBERGHI, INDAGINI E RICERCHE, HOTEL DESIGN, CONTRACT: PRODOTTI E AZIENDE, INTERVISTE AI PROTAGONISTI DELL'INTERIOR DESIGN, TENDENZE, GESTIONE, MARKETING & MANAGEMENT, TECNOLOGIE E HOTEL 2.0, HOTEL BREAKFAST, FOOD & BEVERAGE, RISTORAZIONE

PERDORMIRE HOTEL: IL COMFORT PER IL NEW TOURIST

I comportamenti di consumo emergenti dettano le linee di una nuova ospitalità in cui la camera e il bedding assumono sempre maggiore importanza.



“Viviamo un tempo che richiede cambiamento. Un cambiamento che incontra le esigenze del new tourist, e cioè di un viaggiatore sempre più sensibile al tema della salute”. **Paolo Luchi**, Sales & Marketing Director di **PerDormire Hotel**, non ha dubbi sul fatto che oggi più che mai chiunque si trovi in viaggio, per lavoro o per puro piacere, abbia bisogno di un luogo confortevole in cui tornare per riposare, rilassarsi e ritrovare un po' di intimità. *“Questo posto - precisa - è l'hotel in cui si soggiorna, e non è un caso che **'Sentirsi in hotel come a casa'** sia il concetto su cui abbiamo fondato la nostra nuova campagna e il payoff **'Hotel Sweet Hotel'**”.*



Paolo Luchi, Head of Sales & Marketing Director PerDormire

Un messaggio chiaro e diretto, con cui PerDormire Hotel - la linea hôtellerie di eccellenza dello storico **Materassificio Montalese** cui fa capo il **brand PerDormire** -, intende rimarcare la propria consolidata capacità di progettare e realizzare prodotti capaci di incontrare le più attuali necessità del settore alberghiero, *“proponendo un sistema letto completo - spiega Luchi - declinabile in molteplici varianti di letti, materassi, divani letto, guanciali, topper e accessori”*.

IL SISTEMA LETTO COME BRAND REPUTATION

In un mercato in cui **social network e recensioni** possono incidere sensibilmente sulla reputazione dell'hotel, offrire agli ospiti la garanzia di un soggiorno rilassante e di un riposo sereno aiuta indubbiamente ad alimentare il passaparola positivo. Per il cliente business come per il cliente leisure, la camera deve oggi essere percepita come uno spazio di relax. Si stima infatti che in media si trascorrono circa 70 minuti al giorno distesi sul letto per leggere o guardare la tv, così come è provato che prima di dormire il 61 per cento degli italiani utilizza lo smartphone oppure il

tablet o il pc. *“Nuove abitudini - aggiunge Luchi - che ci portano a suggerire agli albergatori di ampliare ulteriormente la rosa dei servizi legati al bedding, inserendo pillow menù o topper aggiuntivi che garantiscono una qualità del riposo tailor made”*.

I NUOVI TREND

La costante attenzione ai **nuovi comportamenti di consumo**, fa di PerDormire Hotel un partner affidabile e aggiornato per l'albergatore, anche rispetto alle nuove richieste del cliente. *“La classificazione tra suite, junior suite, camera deluxe e standard implica la progettazione di ambienti e atmosfere differenti. Noi - dichiara ancora Luchi - siamo in grado di rispondere a questa necessità puntando sempre sul comfort, sulla qualità e naturalmente sul design, ma con un occhio costantemente puntato alle contingenze dei diversi momenti”*. Per questo da anni l'azienda collabora con architetti e designer specialisti del settore, quali ad esempio **Fabio Novembre** e **Massimo Mussapi**, le cui firme affiancano il brand PerDormire in progetti davvero unici e capaci di far vivere all'ospite esperienze e dimensioni dell'ospitalità innovative.



Seconda vita agli hotel

L'importanza di riqualificare le strutture per ripartire con le carte in regola. Dalla bioarchitettura alle soluzioni anti-Covid, panoramica sulle novità dalle aziende

Il distanziamento sociale resterà ancora per qualche tempo negli hotel. Per incoraggiare le persone a mantenere la distanza richiesta, **Forbo** propone soluzioni per ridisegnare gli spazi con una segnaletica permanente ed estetica, attenendosi rigorosamente alle direttive del governo e delle autorità locali. L'azienda ha sviluppato nuovi prodotti ad hoc per le esigenze dell'era pandemica, e propone, in particolare, pavimenti che contribuiscono a mantenere la distanza richiesta tra le persone. E pensando a soluzioni a lungo termine, la segnaletica per il distanziamento può essere integrata in fase di progettazione nei pavimenti di Marmoleum, Flotex o vinilici. Una segnaletica resistente, facile da pulire e con proprietà antibatteriche nel caso dei pavimenti Marmoleum. Quest'ultimo, inoltre, vanta un ciclo di raccolta materie prime/produzione/trasporto a impatto

Co2 neutro, unendo valori di sostenibilità ambientale a un design contemporaneo.

“Nature Hotel Concept” è il format progettato da **Rubner Objektbau** in collaborazione con The Nest e Studio Griffa, dedicato alla microricettività sostenibile. Si tratta di una famiglia di architetture biomimetiche per moduli esperienziali che consentano di vivere in simbiosi con la natura. La configurazione dei cluster è asimmetrica per garantire privacy. I moduli sono staccati dal suolo mediante telai metallici, contenenti il cablaggio di tutte le dorsali idroniche, anche al fine di evitare accumuli di neve e, giocando sui livelli, migliorare la composizione dei moduli aggregati, affinché non sussistano interferenze visive reciproche e vengano esaltate le visuali naturali migliori. Le superfici vetrate, anch'esse concepite per un'elevata performance termotecnica,

sono in parte apribili e in parte fisse, e prevedono sistemi mobili di oscuramento interno, per permettere all'ospite di regolare visuali, apporti di luce e privacy, in funzione delle proprie necessità. I moduli di Nature Hotel Concept prediligono l'uso di materiali vivi come legno e piante.

Il settore turistico ricettivo è, da sempre, uno dei core business della **Gpg Project Management**. Come general contractor segue tutte le fasi del progetto, dallo sviluppo alla progettazione, alla realizzazione, avvalendosi di un team di progettisti e tecnici, architetti d'interni, ingegneri, geometri, che curano tutti gli aspetti progettuali e la direzione tecnica di ristrutturazioni o nuove realizzazioni, selezionando materiali, tecnologie e impianti e coordinando le imprese, insieme a personale specializzato e certificato sia interno che esterno all'azienda. At-

traverso l'esperienza acquisita in scenari diversi e alle competenze trasversali delle business unit, l'azienda si propone come partner in tutte le fasi progettuali: studio di fattibilità, cost analysis, adempimenti burocratici e catastali, progettazione integrale, coordinamento e gestione dei cantieri, collaudi e consegna a conclusione lavori.

“La progettazione destinata all'hôtellerie è caratterizzata da un preciso impegno professionale: unire al meglio estetica e funzionalità, eleganza e praticità”. È la filosofia di **Mapei**, che ora dedica una nuova, specifica attenzione all'ospitalità alternativa. “Nello scenario dell'accoglienza turistica lo sviluppo di proposte alternative all'offerta alberghiera tradizionale, dal rustico evoluto alle location eco-friendly – spiega l'azienda –, ha determinato una crescente domanda di soluzioni tecnico-costruttive in grado di intervenire sugli elementi che determinano il comfort percepito. Spesso, infatti, questi edifici necessitano di interventi capaci di unire estetica e funzionalità, salvaguardare architetture di pregio già esistenti e allo stesso tempo risolvere problemi che potrebbero influire sulla qualità degli ambienti e quindi sul gradimento dell'offerta alberghiera”. Partendo da questi concetti, Mapei ha quindi pensato alle particolari esigenze di questo settore in crescita nell'ambito dell'hôtellerie, creando soluzioni destinate a intervenire in modo mirato in ragione della location, dello stile architettonico e delle condizioni di utilizzo dell'edificio e del singolo ambiente.

Bioedilizia in incremento, che alza il valore della struttura, abbinata a una regia unica. È la regola di **Stp**. “Gli albergatori chiedono che ci occupiamo noi di

tutto e nei tempi dovuti – puntualizza Alessandro Magnaguagno, marketing e brand reputation –. Apprezzano che ci sia sintonia tra i vari fornitori che lavorano sull'albergo”. Le strutture multipiano in legno sono fra le protagoniste di molte località turistiche trentine, e l'azienda sta realizzando e ampliando alcuni hotel in legno. Per le costruzioni utilizza pannelli multistrato di abete incollati tra loro con colle naturali e prive di formaldeide; le proprietà strutturali del pannello in Clt permettono la realizzazione di qualsiasi tipo di struttura in legno, compresi gli edifici multipiano e di grandi dimensioni.

Hotel e strutture ricettive alberghiere studiate e sviluppate per garantire ai clienti il miglior risultato a livello di costo-beneficio, oltre alla flessibilità degli spazi architettonici dell'opera. È la mission di **Abito Holz**, che realizza gli edifici prevalentemente con orditura portante in legno costituita da solai in x-lam e da elementi verticali misti con parete in legno e orditura lamellare a travi e pilastri.

Le impostazioni strutturali vengono ingegnerizzate a seguito dell'approfondimento e del coordinamento di tutte le tematiche tecniche sensibili per una struttura ricettiva alberghiera. Inoltre, il coordinamento progettuale consente di gestire in via anticipata le interferenze e tematiche derivanti dalla necessità di realizzare le opere in tempi brevi. Anche in corso d'opera l'azienda monitora costantemente il cantiere eseguendo prove con termocamera e di tenuta all'aria a diversi livelli di sviluppo della costruzione.

Anche in una ristrutturazione è importante trovare soluzioni per elevare il risparmio energetico e per realizzare

Risolvere problemi che potrebbero influire sul gradimento dell'offerta alberghiera

ambienti interni confortevoli e salutarissimi. **Rockfon** Blanka è un prodotto dalla superficie in bianco estremo, liscia e matt, capace di garantire una diffusione della luce naturale nell'ambiente superiore al 99%. I pannelli sono multidirezionali e consentono una messa in opera facile e veloce. Resistente alla polvere e alle manipolazioni, per una buona tenuta nel tempo dell'aspetto estetico, è comunque lavabile con un panno umido o un aspirapolvere. Ha inoltre una resistenza all'umidità relativa del 100%. Per un'estetica al top, è ottimale l'abbinamento del pannello Blanka alla struttura Chicago Metallic Matt White, bianca e opaca, minimal e senza tempo. Le soluzioni fonoassorbenti in lana di roccia contribuiscono, in ambito Horeca, alla creazione di ambienti confortevoli e in armonia con il progetto architettonico, utilizzando, ad esempio, Rockfon Mono Acoustic.

Otto imprese unite per offrire una risposta completa alle esigenze di riqualificazione delle strutture. Si tratta di **Rebuilding Network**, realtà che ha per obiettivo progettare per il benessere psicofisico delle persone e dare valore agli edifici. “Migliorare la qualità della vita negli ambienti chiusi, garantire un maggiore benessere e comfort termico, acustico, visivo, respiratorio sono gli strumenti che il settore edilizio ha a disposizione per evolversi nella direzione giusta – afferma il managing director Claudio Cont –. Per andare in questa direzione si può integrare la tecnologia, ad esempio, per edifici sempre più green. Ma questo non vale soltanto sul nuovo: è fondamentale riqualificare al meglio anche il costruito esistente.



Mix restyling

A Milano un intervento di ristrutturazione firmato WiP Architetti, che amalgama una scenografica luminosità sorrentina alla linearità del razionalismo lombardo.

Apre il nuovo Hotel Morfeo

Viale Certosa, Piazzale Accursio: uno degli snodi fondamentali di Milano, il paradigma di un rinnovato paesaggio urbano. Il nuovo Hotel Morfeo, la cui ristrutturazione è stata curata da WiP Architetti, è un landmark che rinnova l'immagine di quello che era l'ex Hotel Accademia anni '80. La società di professionisti della progettazione architettonica, urbanistica e ingegneristica ha creato il concept, progettato e diretto l'intera ristrutturazione dell'edificio.

La struttura, che si sviluppa su una superficie di circa 2.800 mq su 8 livel-

li, è dotata di 70 camere (14 per piano) oltre a 2 suite. Due piani di oltre 600 mq sono adibiti ad ospitare l'area reception, il ristorante, i servizi, le sale congressi e una palestra.

L'hotel vuole proporsi come luogo sicuro per la clientela business, ma con qualcosa in più: la coscienza che nulla sarà più come prima. Le nuove dimensioni dell'accoglienza impongono, infatti, un modello più arioso, per cui la camera d'albergo diventa un luogo personale, un luogo di affezione e di memorie speciali. Non è sufficiente che l'hotel sia collocato in una location strategica,



Credit render WiP Architetti



Credit render WiP Architetti



su un asse viario primario, condizione imprescindibile per una struttura ricettiva di primario livello; il ‘nuovo’ business traveller ha bisogno di sentirsi accolto, con un sorriso, nel relax di un momento unico. Ogni giorno e ogni notte sono importanti, e la camera d'albergo deve essere un luogo da ricordare e da ritrovare. Così l'Hotel Morfeo evoca luoghi di vacanza, riflette l'identità del Gruppo Bellevue, che ha strutture ricettive lungo la costiera di Sorrento: da lì trova ispirazione l'impronta scenografica degli spazi. L'immagine è calda, luminosa, ricolma di oggetti, dettagli, quadri, vasi, sculture; ogni particolare dell'arredo racconta una storia estratta dal magazzino delle

memorie. La matrice sorrentina racconta luce, profumo di mare e di agrumi, gioia e cultura dell'ospitalità: abitare tra sapori squisiti e calore umano, per cui l'albergo è preferito rispetto alla ‘distanza’ del design freddo e impersonale. Qui si incontra il senso della gioia rilassata del vivere mixato con il pragmatismo milanese, che cerca di razionalizzare e mettere ordine alla spontaneità.

“Questo è stato il lavoro ‘di fino’ di WiP Architetti – commenta Marco Splendore, responsabile Area Concept Design –: ritrovare il filo d'Arianna dell'ospitalità mescolando pulizia formale e sogno, spazio domestico e business, design contemporaneo ed eclet-

tismo scenografico. Quindi uno spazio meticciano, un luogo di incontro di culture. L'approccio di WiP è innanzitutto quello di mettersi in ascolto, capire il racconto dei clienti sorrentini e trasformarlo nella linearità essenziale del razionalismo lombardo”.

Qui è stata attivata una felice collaborazione e un nutrimento reciproco di sguardi; ad esempio, all'ingresso il classico bancone della reception diventa un tavolo, dove ci si conosce e ci si riconosce come viaggiatori, senza distanze, sosta per i viaggiatori che percorrono i luoghi delle città, per trovare un momento di quiete e cordialità; la testiera dei letti è sempre più importante e diventa una paratia monumentale. Meno frenesia e più gusto del vivere, abbinando eleganza, qualità ed efficienza. Il mestiere del progettista è stato nel cogliere i segni dei tempi e farli diventare una casa, una stanza, uno spazio; e qui, poter dormire e sognare sereni.

HIGHLIGHTS

MATERASSO DUBAI, LA TECNOLOGIA PER IL RIPOSO DELL'OSPITE

Otto volte più traspirante di un materasso tradizionale, **Dubai** è un modello realizzato da **PerDormire Hotel** con il supporto dell'evoluta tecnologia **Octaspring®**.

Già sperimentata con successo nel campo delle sedute d'arredo, nell'automotive e in aeronautica, nell'ambito del bedding questa tecnologia caratterizzata da **molle ottagonali in foam** di varia portanza, garantisce un perfetto scambio termico e un ideale supporto per la schiena.

Queste peculiarità fanno di Dubai un materasso capace di adattarsi perfettamente al peso degli ospiti, supportando correttamente colonna vertebrale, fianchi e spalle, alleviando i punti di pressione del corpo e migliorando così la qualità del sonno.

E non è tutto, perché con la tecnologia **Octaspring®** la filiera produttiva del materasso diventa **più green**. Ogni molla ottagonale permette di risparmiare il 50 per cento di materie prime, riducendo l'impatto ambientale produttivo, mentre il prodotto finito pesa dal 30 al 50 per cento in meno, con evidenti vantaggi per la filiera e per il cliente.

Tutto questo fa di **Octaspring®** una soluzione tecnologica pluri-premiata, con riconoscimenti di livello internazionale nel campo del **design** come nel campo della **tecnologia**, cui deve anche il prestigioso IF Technology Award.



Materasso Dubai



Hotel Mag

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo

d'Italia

LA NEWSLETTER DI TURISMO D'ITALIA

La Newsletter di Turismo
D'Italia viene inviata

mensilmente a una mailing list
altamente qualificata e profilata
di **75.000 nominativi/contatti**
che comprendono:

■ **TUTTI I 32.000 hotel italiani,**
direttori, responsabili acquisti
e proprietari
(65.000 NOMINATIVI)

■ **Operatori, enti, iscritti**
newsletter sito internet, fornitori
di prodotti/servizi, giornalisti
e consulenti che a vario titolo
operano nel settore
dell'hôtellerie

Aggiungi turismoditalia@tgitalia.com alla tua rubrica

[Versione web](#)

[Inoltra](#)

NEWSLETTER Hotel Mag - gennaio 2021

www.turismoditalia.it



NEWSLETTER
Hotel Mag
gennaio 2021

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo

d'Italia

Petizione Federalberghi al Governo per salvare imprese e lavoratori del turismo

L'assemblea generale di Federalberghi, riunita in seduta straordinaria, ha approvato una petizione rivolta al presidente Conte e ai ministri Franceschini, Gualtieri e Patuanelli "per sollecitare il Governo italiano a intervenire con urgenza a tutela delle imprese e dei lavoratori del turismo prima che sia troppo tardi". Questi, in sintesi, gli interventi principali richiesti dagli albergatori: riconoscimento di ristori efficaci, che ristabiliscano equità per l'anno 2020 e accompagnino le imprese anche nei mesi a venire; interventi sulla liquidità (proroga delle rate dei mutui e concessione di prestiti ventennali); esonero per il 2021 dal pagamento delle imposte (in primis, Imu, Tari e canone Rai); sostegno alle imprese in affitto per il pagamento del canone di locazione, riduzione dell'aliquota Iva al 5% in analogia con quanto avvenuto in altri Paesi europei; sgravi contributivi per le imprese che richiamano in servizio il personale; sostegno al reddito per i lavoratori che rimangono disoccupati o sospesi. Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, ha inoltre evidenziato "la necessità di far pressione sulla Commissione europea per chiedere l'aggiornamento delle disposizioni comunitarie che disciplinano gli aiuti di stato a sostegno dell'economia durante la pandemia (cosiddetto temporary framework), al fine di aumentare l'intensità degli aiuti che è possibile erogare a ciascuna impresa e di ampliare il periodo di applicabilità, che in assenza di una proroga si concluderà il 30 giugno prossimo". Il documento richiede anche incentivi per la riqualificazione delle strutture ricettive "che - ha aggiunto Bocca -, al termine della crisi, dovranno confrontarsi con un'agguerrita concorrenza internazionale". Primi firmatari della petizione, lo stesso Bocca e i presidenti delle organizzazioni aderenti alla federazione, in rappresentanza di 27 mila imprese turistico ricettive e termali.

Anche singoli imprenditori, lavoratori e cittadini possono aggiungere la propria firma, sottoscrivendo la petizione online, sulla piattaforma change.org, al seguente indirizzo: [CLICCA QUI](#)

Piano nazionale di ripresa e resilienza: Audizione Federalberghi alla Camera

"La crisi pandemica ha devastato l'intero settore, accanendosi in particolar modo sulle strutture turistico ricettive e termali in tutte le destinazioni". È quanto evidenziato dal direttore generale di Federalberghi, Alessandro Massimo Nucara, introducendo l'Audizione di Federalberghi alla Camera dei deputati Commissione X sulla proposta di Piano nazionale di ripresa e resilienza. Secondo le rilevazioni ufficiali, la stima di chiusura per il 2020 indica, infatti, una perdita di 236 milioni di presenze, con un calo di oltre il 54% rispetto all'anno precedente, con punte che in alcune località hanno superato l'80%. "Purtroppo, il 2021 si è aperto all'insegna di un ulteriore peggioramento - ha proseguito Nucara -. Gli alberghi, pur potendo in teoria rimanere aperti, sono stati e sono ancora costretti alla chiusura perché vuoti. Le nostre imprese confidavano e confidano che la difficile congiuntura avrebbe indotto a moltiplicare le attenzioni nei confronti del settore, e non nascondiamo la grande delusione che è venuta dalla lettura della proposta del Piano nazionale di ripresa e resilienza, che non conforta le nostre aspettative. I provvedimenti adottati nei mesi scorsi, anche quando apprezzati, non sono purtroppo risultati sufficienti. Non si possono dimenticare le componenti che costituiscono una quota maggioritaria del mercato attuale, quali il turismo balneare o termale, la montagna, il congressuale. Riteniamo che ci sia ancora spazio per accompagnare e sostenere chi intende investire nello sviluppo, e che ci debba essere attenzione per aiutare chi non riesce a tenere il passo". A conclusione del proprio intervento, il direttore di Federalberghi ha indicato alcuni punti specifici per interventi correttivi: "Affermare che gli incentivi relativi alla messa in sicurezza e alla riqualificazione energetica degli edifici saranno applicabili anche agli edifici che ospitano strutture turistico-ricettive e che il potenziamento delle strutture ricettive si realizza anche mediante investimenti diretti sulle strutture stesse; e chiarire quale sia il ruolo affidato ai fondi di investimento, individuando soluzioni che consentano ampie e trasparenti opportunità di accesso ai canali di finanziamento che saranno resi disponibili".

Ristorazione in hotel: quanto conviene?

Un settore tutto da scoprire e da far crescere, come plusvalore in termini di servizi. L'essenziale è che si trovi il giusto format

Negli ultimi anni il mondo del *food and beverage* ha trovato uno spazio sempre maggiore nel cuore degli Italiani. Dai consumatori agli imprenditori di successo, questo mondo passionale, emozionale e dal forte potenziale evocativo si è fatto largo imponendosi come un pilastro sempre più fondamentale per la cultura italiana moderna, partendo da una nuova consapevolezza rispetto alle tradizioni culinarie che ci contraddistinguono a livello mondiale e alla particolare attenzione verso temi come ecosostenibilità e provenienza delle materie prime. La ristorazione,

in particolare, ha visto un trend di forte crescita, candidandosi come fonte originaria di nuove opportunità, da poter essere colte anche dal mondo dell'accoglienza.

A oggi, invece, la percezione intorno a questo tema caldo sta cambiando, complice un mutamento delle esigenze del mercato e dei nuovi bisogni dei viaggiatori, ponendo la ristorazione alberghiera come sorgente pura di un servizio aggiuntivo capace di portare valore alla struttura stessa presa nel suo complesso e in particolare all'esperienza vissuta dagli ospiti. La doman-

da da porsi è: fare ristorazione in hotel conviene? Scopriamo insieme come lo sviluppo del giusto format per la propria struttura sia in grado di fornire agli albergatori moderni e alle loro strutture un nuovo posizionamento, nonché un vantaggio competitivo sul mercato per essere un passo più avanti rispetto alla concorrenza.



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

Segue a pag. 40 ►





VALUTAZIONE DEI MODELLI

Il periodo prolungato dello stato di emergenza e la conseguente situazione economico-sociale hanno contribuito a trasformare – forse per sempre? – le esigenze dei consumatori in una moltitudine di settori, tra cui ovviamente anche quello legato alla ristorazione e all'accoglienza. Per questo negli ultimi tempi diversi modelli sono stati introdotti negli hotel per garantire una generazione alternativa di revenue: basti pensare ai temporary restaurant, alle partnership tra strutture ricettive e locali di ristorazione in una prospettiva di economia circolare dando vita a un concetto che potremmo definire di “ristorazione diffusa”, la creazione di offerte studiate ad hoc per strizzare l'occhio al mondo del business e avvicinare un segmento di clienti con le particolari esigenze legate allo smart working. Una cosa accomuna tutte queste nuove proposte: un'attenzione alla riorganizzazione degli spazi. Il Covid-19, infatti, ci ha insegnato a rielaborare le

nostre strutture e a innovarci, a partire proprio dalla gestione degli ambienti. Il principio di fondo, che in realtà da sempre definisce l'ottimizzazione di tale gestione, è quello per cui “ogni metro quadrato che non vende costa”. Questo ci aiuta a capire quanto sia importante pensare ogni spazio affinché gli si possa far vivere una seconda vita nei vari momenti della giornata. La ristorazione entra in gioco, in questo senso, con diverse soluzioni, tutte volte a differenziare le fonti delle entrate dell'hotel. I modelli che sembrano funzionare di più, leggendo la performance di chi ha osato per primo e intuendo l'andamento delle tendenze per il prossimo futuro, sono quelli a natura ibrida, ovvero quelli che permettono alla struttura sia di fare upselling e cross-selling sulla clientela interna, sia di attrarre anche tutto un nuovo segmento costituito dalla clientela esterna. Facciamo un esempio sulla sala della colazione: avete mai pensato di attribuirle un'identità differenziante, facendola diventare parte

di un bistrot oppure prendendola anche alla clientela esterna come roastery? O ancora, pensate alla hall d'albergo: come vi sembra l'inserimento di corner dedicati al comparto food & beverage, gestiti internamente o subappaltati ad aziende terze? Nel primo caso, si potrebbe pensare di riproporre le centrifughe, le spremute e i succhi a base di frutta fresca preparati per la colazione in un packaging brandizzato con il nome dell'hotel, da vendere agli ospiti come bevanda salutare da portarsi dietro per il viaggio di ritorno o per affrontare gli impegni lavorativi della giornata, nel caso ci trovassimo davanti a una clientela business. Il risultato, in entrambi i casi, che si potrebbe avere dalla realizzazione di simili progetti è legato a un incremento di vendite e a una differenziazione delle loro fonti. Risultato che diventa reale se si è grado di cogliere l'opportunità contestualizzandola rispetto alla struttura e alla sua clientela target. Ed è qui che la ristorazione in hotel trova la sua ragion d'essere, lontano dalla definizione brutale che la accosta in maniera semplicistica a una mole ingente di costi e sperpero di risorse e investimenti, avvicinandola piuttosto sempre più alle nuove esigenze di mercato e ai nuovi modi di consumare cibo e bevande.

MASSIMIZZAZIONE DELL'INVESTIMENTO E RIDUZIONE DEL RISCHIO

Inserire la ristorazione all'interno di un modello di business votato all'accoglienza richiede certo un investimento iniziale e comporta nella sua gestione

L'ANALISI PUNTO PER PUNTO

Per massimizzare l'investimento e ridurre il rischio imprenditoriale legato all'inserimento di un servizio di ristorazione all'interno di una struttura ricettiva o a un suo potenziamento per generare un rinnovato appeal agli occhi del cliente occorre:

1 Analizzare lo storico: questo ci permetterà di individuare uno spazio per lo sviluppo di nuove opportunità e al contempo le ragioni per cui qualcosa in passato non ha funzionato secondo quanto previsto e atteso;

2 Analizzare la situazione attuale: adeguarsi alle tendenze costituisce sempre un'opportunità che vale la pena prendere in considerazione, ma per decidere se metterla in piano o meno occorre ragionare

sul lungo termine rispetto ai potenziali risvolti;

3 Fare proiezioni economiche: in questo modo si potranno mettere a fuoco obiettivi e risultati concretamente realizzabili per valutare la fattibilità economica e finanziaria del

quotidiana un rischio imprenditoriale che non deve essere sottovalutato. Questo perché i costi legati alla ristorazione e al reparto F&B in hotel hanno un livello di variabilità e volatilità quattro volte maggiore rispetto ai costi sostenuti per la vendita di una camera. In termini più concreti, mettete a confronto un lenzuolo con una cesta di pomodori: se non vendo una camera, il lenzuolo può essere riutilizzato anche il giorno dopo, ma, se non vendo la ristorazione, prima e poi quella cesta di pomodori andrà a male. Ecco perché, quindi, prima di imbastire qualsiasi tipo di azione, il consiglio numero uno è quello di assicurarsi di seguire tutti i passaggi richiesti per massimizzare il vostro investimento e ridurre al minimo il rischio. Primo tra tutti, lo studio dei numeri. L'analisi di fattibilità parte da tutte le variabili quantitative e qualitative in gioco col fine ultimo di valutare il potenziale economico e commerciale di una nuova attività. Essa andrà dunque a indagare tutte le dinamiche e le caratteristiche del mercato con una particolare attenzione rispetto al contesto geografico e socio-demografico in cui sorge la struttura ricettiva e alla destinazione in sé e per sé, valutandone i livelli di fama e notorietà nonché la sua capacità di generare interesse.

Poi, è necessario fare un lavoro certosino rispetto all'analisi della clientela e del loro processo d'acquisto: sarà sempre l'ospite, infatti, a darci il giusto parametro per capire se le nostre idee possano trovare una corrispondenza delle intenzioni dal progetto su carta al mondo reale. Valutate i gusti, le prefe-

RISTO BOOM. CREA IL SUCCESSO DEL TUO LOCALE

Il mondo della ristorazione è altamente dinamico tanto quanto veloci sono i cambiamenti socio-economici del contesto in cui si opera. Per questo non viene lasciato alcun spazio all'improvvisazione. Il nuovo manuale scritto da Giacomo Pini si presenta come uno strumento indispensabile, scritto con cuore e con metodo, per conoscere le linee guida strategiche e mettere in pratica le metodologie giuste per avviare un'attività di ristorazione vincente. Dallo studio di fattibilità economico-finanziaria all'analisi di mercato, dalla definizione degli aspetti operativi alla standardizzazione, dalla commercializzazione e dalla comunicazione online e offline all'organizzazione delle risorse umane. L'ideale per gli albergatori che vogliono avvalersi della ristorazione come elemento strategico per vincere sul mercato e per dare un valore aggiunto all'esperienza dei propri ospiti.

renze di consumo e le necessità della vostra clientela target ed evitate di introdurre soluzioni estremamente stravolgenti in un tempo troppo ristretto per non creare confusione rispetto alla vostra identità e per non aumentare eccessivamente il rischio imprenditoriale.

Infine, occorre stimare la quantità e la qualità delle risorse a disposizione – anche in termini di personale – e pensare se possa valere la pena, in termini di resa economica, dare vita a un format indipendente, con l'accortezza però che esso sia comunque in linea con la storia della struttura, la sua identità e i suoi valori. Piuttosto che affrettarvi e forzare la mano per creare qualcosa di nuovo da zero, chiedetevi se potete migliorare in qualche modo quello che già avete in casa. Penso, ad esempio, a un hotel che offre già un servizio di ristorazione con menu ingegnerizzato ma magari con un servizio al tavolo scadente o comunque non

all'altezza delle aspettative. Questo sì che potrebbe davvero fare la differenza.

DAL MODELLO ONLY-BREAKFAST AI PACCHETTI

La ristorazione in albergo può diventare un fattore determinante per generare valore, per differenziare le entrate ma soprattutto per fidelizzare il cliente. I concetti di pensione completa e mezza pensione sono oramai superati: per essere al passo con i tempi e massimizzare i propri investimenti sul comparto F&B il consiglio è quello di focalizzarsi sul breakfast – uno degli elementi più apprezzati dagli ospiti durante la loro esperienza di soggiorno – oppure di dare vita a soluzioni ibride, che vi aiutino ad avere un vantaggio competitivo e che permettano di sottolineare l'identità della vostra struttura.

nuovo modello, prevedendo diversi scenari di sviluppo e andamento, e inserendo tutte le possibili variabili;

4 Valutare la location e l'attrattività dell'offerta: ciò deve essere fatto innanzitutto per definire il proprio posizionamento sul mercato, poi per lavorare anche rispetto al lato

estetico, dall'impattamento delle portate all'allestimento di un buffet o food corner, alla *mise en place* sul tavolo;

5 Affidarsi alle buone pratiche della standardizzazione per creare procedure che siano in grado di abbassare il rischio imprenditoriale, con l'obiettivo di annullarlo quanto

più possibile, anche grazie all'utilizzo della tecnologia e a un controllo costante dei costi e delle rendite;

6 Preparare un piano di azione e di investimento per una comunicazione efficace della nuova proposta, sottolineandone il valore aggiunto per l'ospite e l'identità distintiva:

gli strumenti imprescindibili da mettere il campo per questo sono il piano di marketing e il piano di comunicazione, che ci aiutano a capire come e dove comunicare con il proprio target di clientela per vendere e aumentare il percepito, a cui verosimilmente seguirà un aumento dello scontrino medio e/o delle revenue in generale per la struttura.



Al riparo dai rischi

Il mondo delle compagnie assicurative guarda al settore alberghiero con particolare attenzione: nascono nuove polizze che tengono conto della crisi

Assistenza h24, copertura in caso di cancellazioni e, anche se si tratta di una protezione rara, possibile risarcimento in caso di stop forzato delle attività. La pandemia, che ha scosso il turismo nel suo complesso, ha riacceso i fari anche sulle coperture assicurative, da sempre fonte di gioie (poche) e dolori per gli albergatori.

Le normali coperture contro i danni, derivanti da incendio o tentativi di furto fanno ormai parte dell'offerta di tutte le compagnie. Quel che può guidare la scelta è la presenza di servizi aggiuntivi o la disponibilità a ragionare su clausole particolari. Le assicurazioni non sono state a guardare, e molte, negli ultimi mesi, hanno aggiornato i contratti o predisposto prodotti del tutto nuovi. Tra queste c'è Zurich, convenzionata con Federalberghi, che offre una polizza multirischi modulabile, con cui combinare diverse garanzie: incendio e danni alla proprietà, rottura lastre, furto, responsabilità civile, tutela lega-

le, servizio di assistenza a 360 gradi. Anche UnipolSai presenta un ombrello completo di garanzie, che comprende la protezione "digitale" contro la perdita di dati dovuti all'attacco di hacker. Generali, numero 2 del ramo danni, permette di combinare tra loro cinque diverse aree di protezione. E della partita sono anche Axa, Reale Mutua, Vittoria, Sara, Groupama, Italiana, solo per citarne alcune.

È di Ergo la polizza che si rivolge, invece, ai clienti degli alberghi. Si tratta dell'assicurazione annullamento "Stornohotel", che ha l'obiettivo di mettere al sicuro il soggiorno in hotel prima e durante il viaggio. La polizza copre le penali di annullamento della prenotazione alberghiera in caso di rinuncia al viaggio, garantendo un rimborso in caso di interruzione dopo la partenza.

Dedicata alle prenotazioni e soggiorni in strutture ricettive di natura alberghiera, l'assicurazione Stornohotel prevede il rimborso della caparra e/o delle penali dovute per l'annullamen-

to della prenotazione dovuto a motivi gravi e documentati, e il rimborso del pro-rata del soggiorno non usufruito in caso di interruzione del soggiorno.

ANNULLAMENTI E DUBBI

Lo scossone del Covid, però, ha fatto emergere maggiore incertezza per chi gestisce una struttura ricettiva. Ormai i viaggiatori pretendono di poter cancellare la prenotazione fin sotto data. Ma scattano i quesiti: Posso offrire questa possibilità, inserita nella prenotazione e coprire l'eventuale perdita con una polizza? E in caso di chiusura forzata, dovuta per esempio a pandemia, funziona l'indennizzo per il mancato introito? "Quest'ultimo caso è raro. Di solito la diaria per l'albergatore costretto alla chiusura è ammessa quando il danno è provocato direttamente da un incendio o da un altro evento inserito in polizza. Non certo per il Covid – spiega Paolo Golinucci, broker assicurativo che opera nella zona della Romagna –. Quanto all'annullamento, invece, molte compa-

gnie si sono adeguate. E in effetti, con un piccolo sovrapprezzo per il cliente, si può concedere la disdetta sino all'ultimo momento, per mezzo di un'assicurazione che tuteli l'incasso dell'hotel". Il consiglio più sensato per gli albergatori è di non fermarsi alle "multirischi" standard delle compagnie, ma provare in primo luogo a confrontare le offerte. Poi, chie-

dere alle compagnie, tramite il broker o l'agente di zona, se è possibile pattuire qualche garanzia aggiuntiva, al di là del set informativo standard. Ed eventualmente, assicurarsi con più compagnie, in modo da combinare più opzioni diverse e soddisfare al meglio le proprie esigenze. Di certo, in un momento come questo non è saggio tirare sul prezzo

e puntare alla polizza più economica, quanto piuttosto cercare la soluzione ideale. Su questo, al posto del fai da te, l'aiuto di un consulente permette meglio di fare la scelta giusta.

A. L.

FORMULA RELAX

Dalla partnership fra Zurich Italia e Federalberghi è nata Zurich Relax, soluzione assicurativa ideata per le attività alberghiere ed extra-alberghiere. Zurich Italia ha studiato una polizza multirischio che prevede sei diverse tipologie di copertura combinabili tra loro: incendio e danni alla proprietà, rottura lastre, furto, responsabilità civile, tutela legale, servizio di assistenza a 360 gradi, che include l'assistenza in caso di furto o rapina di bagagli dei clienti e il rimborso spese per i servizi turistici non usufruiti per infortunio o malattia. "In questo momento particolarmente critico - afferma Elena Rasa, chief underwriting officer Zurich Italia - vogliamo valorizzare le coperture esistenti e offrire estensioni di polizza gratuitamente. Mettiamo la nostra conoscenza dei rischi specifici del comparto alberghiero al servizio delle strutture ricettive, con una nuova copertura flessibile, che risponde alle esigenze degli operatori anche in termini di sostenibilità dei costi".



Storno *hotel*

*da sempre,
la chiave
per una
prenotazione serena
e per un
soggiorno
in tutta sicurezza*

ERGO

Assicurazione Viaggi

ERGO
Assicurazione Viaggi

**Covid19
INCLUSO!**



Chi s'è visto

L'identikit dei clienti durante la pandemia
da chi tasta il polso del mercato stando alla reception

DI GAIA GUARINO

Indovina chi viene... in hotel. Una vera sfida quella che sta affrontando il settore alberghiero in questi mesi. C'è chi chiude in attesa di tempi migliori e chi resiste, seppure con fatica. Come in una partita a bocce ferme, in un gioco che si chiama turismo, qualcosa si muove e rompe la staticità, mista a rassegnazione, del momento.

“Dopo l'estate il segmento leisure si è praticamente azzerato – spiega Ludmilla Kuzhel, capo ricevimento dell'Hotel Ibis Styles Palermo President –. Oggi lavoriamo con i viaggiatori business e, grazie alla posizione strategica vicina al porto, anche con chi opera nella cantieristica navale e con i medici volontari che supportano le Ong”. E la situazione non cambia se ci si sposta dall'altra parte del Paese, a Milano, nel cuore dell'economia

italiana. Anche qui i motivi del soggiorno sono spesso correlati a necessità lavorative. “Riceviamo le prenotazioni esclusivamente sotto data – precisa Filippo Masieri capo ricevimento del Nyx Milano –, e il dato più evidente è la completa mancanza di programmazione in un comparto in cui di solito è fondamentale”.

Sicuramente la flessibilità dei termini di prenotazione ha condotto a un aumento del last minute e dunque a una

diminuzione delle cancellazioni, fenomeno dominante tra marzo e giugno del 2020. Ma quali sono oggi le richieste della clientela che si appropria a un modo parzialmente nuovo di vivere l'esperienza in albergo? La sicurezza è al primo posto, una necessità che ha portato le strutture ad adeguarsi all'attuale 'new normal'. "Igienizzazione delle camere e degli spazi comuni come hall e sala colazione sono alcune delle informazioni che ci premuriamo di fornire", racconta Giovanni Altieri, front office manager del Savoia Hotel Regency di Bologna.

Misure che si accompagnano al rigore necessario per, come prosegue lo stesso Altieri, "fare rispettare le distanze e l'utilizzo della mascherina soprattutto nei frangenti di maggiore affluenza".

Altro elemento centrale riguarda la ristorazione. Tra chi indaga sulle norme anti-Covid poste in essere o sulla possibilità di consumare il pasto in camera senza supplemento, la soluzione più comune è rendere fruibile il ristorante ma con servizio al tavolo. Addio, almeno per adesso, al caro vecchio buffet. Lo conferma Vincenzo Manciameli, room

division manager del Turin Palace Hotel di Torino: "Il cliente vuole essere rassicurato sull'apertura del nostro Les Petites Madeleines sia a pranzo, sia a cena. In merito ai protocolli, non vengono invece sollevate questioni specifiche: gli habitués conoscono i nostri standard".

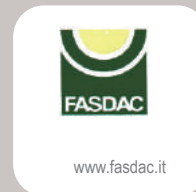
Se tracciassimo una linea di demarcazione immaginaria, questa andrebbe a creare una netta separazione tra il cosiddetto 'post-lockdown' e i mesi da ottobre a seguire. Alla riapertura, con il tepore del bel tempo, a Milano, Torino e Bologna non sono mancati alcuni arrivi dall'estero. "Svizzera, Francia e Germania i mercati principali", dice Masieri. Ma dall'autunno in poi, come emerge dalle parole di Altieri, "il 95% sono stati italiani". Guardando verso Sud, protagonista è il mercato domestico. "I nostri ospiti provengono prevalentemente dalla Campania, dal Lazio e dalla Lombardia", dichiara Fabrizia Basile, titolare dell'Albergo del Sole di Taranto. Così come in Sicilia, dove, per affari, arrivano persone da altre zone dell'isola o dal Centro-Nord della Penisola per seguire investimenti in loco, tra cui spiccano ora quelli di Fincantieri per Windstar Cruises. Breve la permanenza, uniforme sul territorio nazionale e stimata in un totale di 2-3 pernottamenti.

Tutto ciò però, è già il passato, ma fare qualche previsione non è impossibile. Cosa ci riserva il 2021? Il vaccino cambierà le carte in tavola? "È difficile delineare quello che accadrà – secondo Basile –. Purtroppo il settore turistico è stato uno dei più colpiti dalla pandemia, e quando rientrerà l'emergenza sanitaria la domanda inizierà ad attivarsi solo a patto che sussistano le condizioni di reddito per i cittadini e non si percepisca il rischio di contagio". La sensazione è quella di vivere dentro una bolla, in un continuo stand-by con il piede pronto a schiacciare l'acceleratore per ripartire a velocità. "Le aspettative sono buone – conclude Kuzhel –, e penso che ad aprile cominceremo a vedere i primi viaggiatori leisure, o almeno questo deduco monitorando le richieste di gruppi ed eventi". Parola d'ordine? Ottimismo.



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.



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



In hotel sotto casa

L'opportunità staycation: dai weekend ai wedding, le proposte per il turismo di prossimità



DI ORIANA DAVINI

Speciali pacchetti per l'utilizzo della spa, camere a disposizione per qualche ora durante il giorno, cene romantiche nei ristoranti e notti a prezzi speciali nelle suite. Con il turismo internazionale ancora fermo a causa dell'emergenza sanitaria, gli hotel italiani si reinventano per offrire i propri servizi non più a chi arriva da lontano, ma a chi vive poco distante o addirittura nello stesso comune. Si chiama "staycation" il nuovo trend emerso in tempo di pandemia soprattutto negli alberghi di fascia alta e che a sorpresa sta funzionando, regalando una nuova visione del concetto di ospitalità. Del resto, tra un Dpcm e l'altro, spostarsi, a

volte, è impossibile, così come concedersi il lusso di una cena al ristorante. E allora via libera all'idea di regalarsi un momento diverso dal solito per un'occasione speciale, sentendosi per una volta turisti casa propria e spezzando la monotonia dettata dalla contingenza difficile: il tutto con la certezza di protocolli sanitari adeguati e livelli di pulizia e igiene intensificati.

Le occasioni non mancano: c'è chi ha prenotato in hotel la notte di Capodanno, chi un pranzo di nozze solo per gli sposi e i testimoni, chi ha deciso di farsi un regalo di compleanno, laurea, anniversario. E gli alberghi rispondono trasformandosi per andare incontro alle nuove esigenze e creare un nuovo target di clientela.

Il Principi di Piemonte Una Esperienze di Torino ha lanciato due formule giornaliere dedicate a chi vuole godersi i servizi a cinque stelle dell'hotel, tra i quali la Alkemy Spa con piscina, bagno turco, sauna, docce emozionali e percorso Kneipp, l'utilizzo di camere in categoria Deluxe, Junior Suite o Suite, la possibilità di pranzare o cenare con un menu di due portate e, ancora, l'edicola digitale multilingue a disposizione, un omaggio di benvenuto e poi sconti sui servizi bar e ristorante.

Chi pensava quindi che gli unici ospiti degli hotel in questo momento fossero solo pochi business traveller costretti a spostarsi per lavoro deve ricredersi: la staycation richiama turisti leisure di ultra-prossimità.

Sinahotels, per esempio, nelle strutture di Perugia e Milano ha attivato l'offerta "Eat, enjoy and sleep", concepita per chi vuole cenare fuori casa sentendosi un po' in vacanza: il pacchetto include tre piatti a scelta nel Ristorante Collins' del Sina Brufani o al Ristorante Le Noir del Sina The Gray, il pernottamento in camera e la colazione il giorno dopo a tariffe speciali. Un viaggio a due passi da casa, ma che, dopo un anno difficile, può diventare un'esperienza indimenticabile.

PACCHETTI FEDERALBERGHI-FAVET

'Scegli Torino' è il nuovo pacchetto di offerte ricettive e culturali rivolto ai torinesi in primis e ai piemontesi. Un'idea nata dalla sinergia tra Federalberghi Torino, Favet Piemonte e Gia Piemonte in collaborazione con Ascom Torino, con l'obiettivo di rilanciare il settore partendo dal turismo di prossimità. Disponibile negli alberghi e nelle agenzie di viaggi, propone pernottamento (una o più notti) in hotel, con cena gourmet al ristorante dell'albergo o in camera e visita guidata in esclusiva; sono circa 800 le camere disponibili nelle strutture che hanno aderito. "L'iniziativa vuole dare un messaggio di ottimismo per il futuro - spiega Fabio Borio, presidente Federalberghi Torino -, anche in considerazione del fatto che la città si sta preparando all'appuntamento con le Atp Finals. Il 2021, almeno per la prima metà, sarà ancora segnato dalle disposizioni per il contenimento del contagio, ma noi vogliamo ripartire da subito e farlo rivolgendoci ai torinesi e piemontesi per invitarli a diventare turisti nel proprio territorio, in attesa di poter nuovamente accogliere turisti da fuori".

L'Italia è desta

Dalla cultura di Procida allo sport dell'Emilia Romagna e alla formazione della Toscana, il turismo del Paese vuole mantenersi vitale

Procida la Capitale italiana della cultura per il 2022. Un brillante risultato incassato grazie a queste motivazioni: “Il progetto culturale presenta elementi di attrattività e qualità di livello eccellente. Il contesto di sostegni locali e regionali pubblici e privati è ben strutturato, la dimensione patrimoniale e paesaggistica del luogo è straordinaria, la dimensione laboratoriale, che comprende aspetti sociali e di diffusione tecnologica, è dedicata alle isole tirreniche, ma è rilevante per tutte le realtà delle piccole isole mediterranee. Il progetto potrebbe determinare, grazie alla combinazione di questi fattori, una discontinuità nel territorio e rappresentare un modello per i processi sostenibili di sviluppo a base culturale delle realtà isolate e costiere del Paese”. Positivo il commento di Costanzo Iaccarino, presidente di Federalberghi **Campania**, che vede, nella proclamazione dell'isola del golfo di Napoli, “un motivo di soddisfazione per la regione, ma anche un'imprescindibile occasione di rilancio per l'intero movimento turistico campano messo a dura prova dalla crisi in atto. La vetrina internazionale offerta da Procida potrà rappresentare un volano per il rilancio del settore dell'accoglienza in Campania. Sarà pertanto indispensabile approntare un piano di promozione del territorio, che rafforzi l'appeal delle località turistiche regionali a cominciare proprio dalla Capitale italiana della cultura 2022: così il comparto alberghiero tornerà a svolgere il ruolo di locomotiva dell'economia campana”.

Si era presentata a TTG Travel Experience 2020 con “Lo Sport in Valigia”, il nuovo format che punta al tu-

rismo sportivo per valorizzare il territorio dagli Appennini alle spiagge, come vera e propria palestra a cielo aperto. La Regione Emilia-Romagna punta, dunque, al turismo sportivo per la promozione e scende in campo nel 2021 con quaranta grandi eventi nazionali e internazionali in tutte le discipline.

“Passa anche da qui la nostra voglia di non fermarci e di ricostruire – afferma Stefano Bonaccini, presidente della Regione **Emilia-Romagna** –. Abbiamo aperto una strada, visto che la decisione di puntare sullo sport come veicolo di valorizzazione dei nostri territori si sta rivelando sempre più efficace. Federazioni e organizzazioni nazionali e internazionali scelgono l'Emilia-Romagna, la nostra capacità ricettiva, i nostri impianti e la nostra organizzazione. E tutto questo è ancora più importante in un momento così difficile. Ma ricordo che per noi lo sport non è solo agonismo o strumento di attrattività: vogliamo infatti continuare a investire sulle attività di base e sull'impiantistica sportiva”. E il Gran Premio di Imola diventerà ‘Gp del Made in Italy e dell'Emilia-Romagna’.

Laboratori digitali per addetti e operatori turistici per prepararsi alla ripartenza. È il progetto di Agenzia **Toscana** Promozione Turistica, che ha avviato un nuovo ciclo di incontri formativi gratuiti ‘Digital Labs’, che si protrarrà sino a maggio. Si tratta di conferenze web, e attraverso questo strumento Toscana Promozione Turistica e Regione Toscana, in collaborazione con la associazioni di categoria, intendono offrire momenti di accompagnamento e approfondimento per accrescere il know-how dei vari addetti. Potenziare la formazione online è una delle vie preferenziali.

“Questa modalità di lavoro ci ha permesso di condividere step e approcci alla promozione turistica nella prima fase della pandemia e di costruire insieme, negli ultimi mesi, il piano operativo per il 2021 di Toscana Promozione – commenta Leonardo Marras, assessore al Turismo della Regione Toscana –. Adesso questa modalità diventa strumento di formazione e divulgazione per tutti gli operatori del settore”.



KALEA
RANGE



KALEA



KALEA
PLUS

LA DIFFERENZA VA OLTRE L'APPARENZA.

Progettate per offrire al cliente **bevande a base di caffè in grani e latte fresco**, Kalea garantisce prestazioni di qualità facendo della semplicità un valore aggiunto, mentre la versione Plus si veste di tecnologie ancora più professionali. Un mix di design e personalizzazione al servizio del gusto: **con la nuova gamma Kalea, il vero sapore del caffè e la cremosità del cappuccino sono a portata di mano.**

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