

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo

d'Italia

Federalberghi

SPECIALE

72a ASSEMBLEA

Design

I NUOVI CONCEPT
DELL'ARREDO

Fiera Rimini

ANTEPRIMA SIA
EDIZIONE 2022



ENERGIA POSITIVA

Grande prova di carattere delle imprese: il rilancio diventa realtà
Dal 'green' al food&beverage è il momento degli investimenti

ESPERIENZE 4.0



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



Scopri i benefici
dell'era della
digitalizzazione



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

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

 **NECTA**

necta.evocagroup.com **f in**

GAGGIA
MILANO

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



"DAL 1981 AL SERVIZIO DEL TUO HOTEL"



L'arredatheta[®]
arredipezhotel.com

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

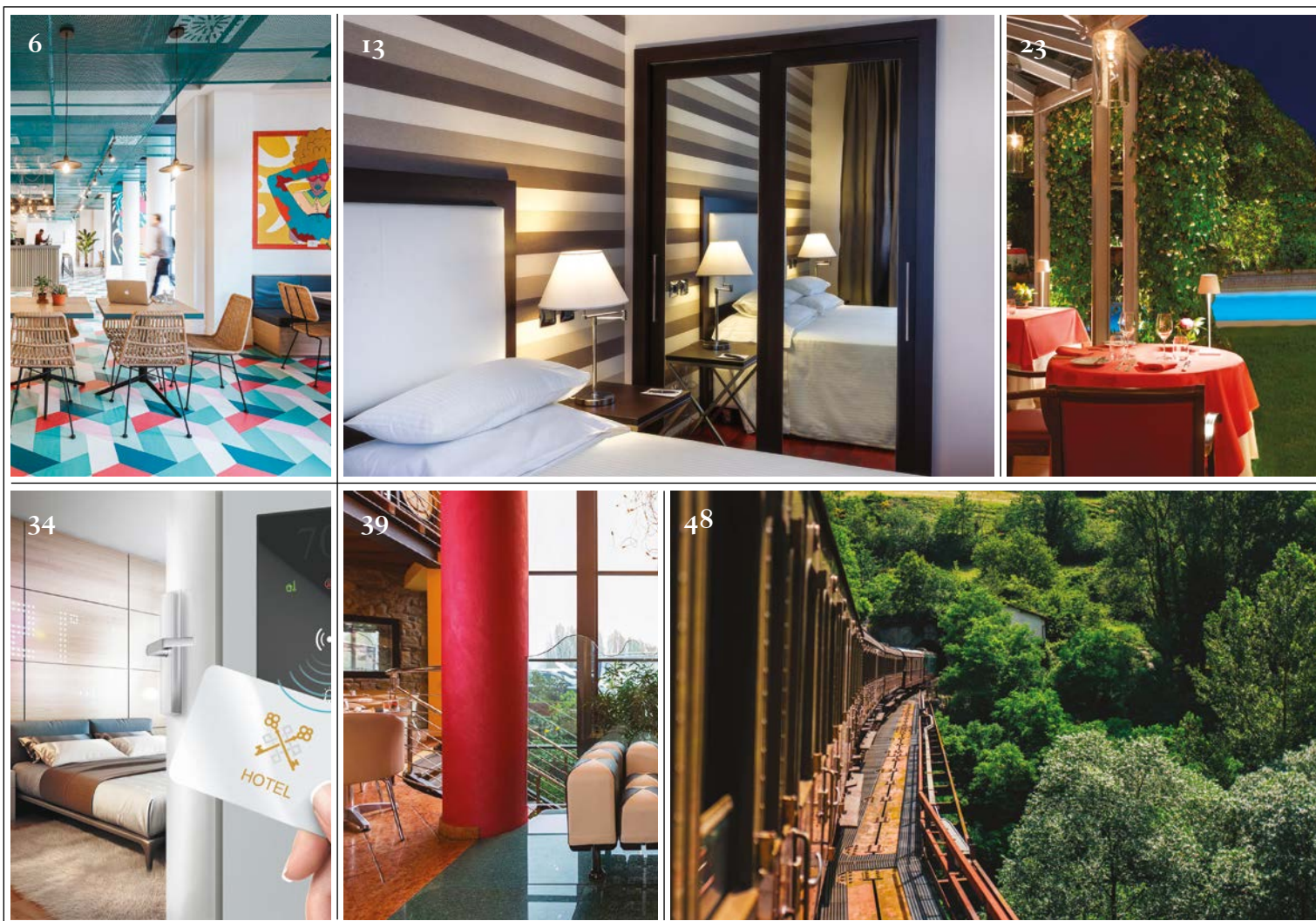
FAS•ITALIA

WWW.FORNITURE-ALBERGHIERE.BIZ



SOLUZIONI PER I VOSTRI OSPITI





Sommario TURISMO D'ITALIA

N.63/64 - Giugno/Agosto 2022

- 5** L'Editoriale
VACANZE A OSTACOLI
di Bernabò Bocca
- 6** Concept alberghieri:
la nuova generazione
di Amina D'Addario
- 9** SIA Hospitality Design:
focus sull'edizione 2022
- 13** **SPECIALE FORNITURE ALBERGHIERE**
Le imprese Horeca alla prova acquisti
- Federalberghi**
- 17** **SPECIALE 72A ASSEMBLEA**
Tutti gli eventi di Parma

- 23** Ristorazione in albergo:
un mondo che cambia
L'indagine Federalberghi
- 24** Hotel, emozioni senza tempo
Un nuovo libro per raccontarle
- 26** Abruzzo regione modello
nell'accoglienza profughi
- 27** Pasticceri professionali
alla conquista degli hotel
- Hospitality**
- 28** Efficienza energetica:
un traguardo possibile
di Alberto Caspani

- 30** **SPECIALE SISTEMI RIPOSO**
Un lusso da sogno
di Gaia Guarino
- 34** **SPECIALE DOMOTICA**
Design e tecnologia:
l'accoglienza 'intelligente'
- 39** Le nuove frontiere dell'interior design
- 43** **HOTEL HUB**
Turismo e Big Data:
come profilare i clienti
di Giacomo Pini
- 48** Sui binari della cultura
Il Treno di Dante
di Cristina Peroglio

UNBOUND

Senza vincoli



Quartiere
Fieristico
di Rimini

12 – 14
Ottobre
2022

organizzato da

**ITALIAN
EXHIBITION
GROUP**
Providing the future

TTG
TRAVEL
EXPERIENCE

SIA
HOSPITALITY
DESIGN

SUN
BEACH&OUTDOOR
STYLE

The Italian marketplace for travel & hospitality

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Remo Vangelista

COORDINAMENTO
FEDERALBERGHI
Alessandro Nucara

Publicazione editoriale a cura della
redazione di TTG Italia - IEG

REDAZIONE
redazione@ttgitalia.com

COLLABORATORI
Silvana Piana, Barbara Bonura,
Alberto Caspani, Amina D'Addario,
Gaia Guarino, Cristina Peroglio,
Giacomo Pini, Lino Vuotto

CONTATTI COMMERCIALI
pubblicita@ttgitalia.com

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

UFFICIO ABBONAMENTI
abbonamenti@ttgitalia.com

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

STAMPA
Rotopress International Srl
Loreto (AN)



Giugno/Agosto, Numero 63/64

In copertina
Un tuffo estivo, come a celebrare il ritorno a una stagione più vivida e ricca di movimento turistico dopo ripetuti periodi di grandi difficoltà per il mondo della ricettività alberghiera

BERNABÒ BOCCA
Presidente Federberghi



Editoriale

VACANZE A OSTACOLI

Come da tradizione per il nostro comparto, anche l'estate 2022 ha fatto il suo ingresso con tutte le difficoltà del caso. È vero... Questa nostra stagione felice potrebbe competere, in termini di risultati, con "l'annata" 2019. Abbiamo compreso come gli italiani, dopo essere stati chiusi dai lockdown e aver riassaporato il piacere di scoprire il proprio Paese in quei pochi varchi concessi dalla pandemia, oggi siano ancora orientati a fare vacanza in Italia, malgrado le restrizioni siano ridotte e si possa serenamente progettare un viaggio all'estero. Di questo ci siamo accorti già alla luce dei dati dei primi ponti estivi e sin dall'andamento del movimento turistico interno in occasione della Pasqua. Questa è cronaca...

Ma oggi la vacanza si presenta davvero come un percorso a ostacoli sia per chi lavora nel mondo dell'accoglienza, sia per chi vorrebbe essere spensierato, almeno durante le ferie.

Con la fine dello stato di emergenza, abbiamo tutti pensato di poterci ritrovare in una condizione simile a quella delle pre-pandemia. Ma non è esattamente così: oggi abbiamo un problema forte legato al fatto che i lavoratori del nostro comparto scarseggiano. Dal ministero del Turismo i dati non sono rassicuranti: si parla della mancanza all'appello di circa 300mila addetti, e per noi che lavoriamo in questo ambito è ed è stato difficile effettivamente trovare personale qualificato.

La nostra Federazione non ha mai smesso di cercare soluzioni a una difficoltà già in nuce in anni non sospetti: abbiamo infatti creato un collegamento forte tra le nostre imprese e la Rete degli Istituti tecnici superiori per il Turismo con un accordo quadro proprio per le assunzioni nel turismo e per l'inserimento dei giovani nel settore alberghiero. Ma a mio avviso serve anche una "moral suasion" istituzionale se così si può dire: bisogna far comprendere ai nostri giovani che, al di là di ciò che è più comodo, lavorare in questo comparto è edificante per sé e per il Paese, e che si può indirettamente diventare i primi testimonial dello straordinario e inimitabile "Prodotto Italia".

Altro ostacolo per tutti è il violento e generalizzato rincaro dei prezzi in questa estate 2022. Non era difficile immaginare questo bagno di sangue in termini di costi. Abbiamo alle spalle il buio della pandemia. Ci stavamo piano piano riprendendo, ma il conflitto in Ucraina ha provocato un altro dissesto di cui difficilmente potremo intuire ora l'intera entità. Tra aerei, traghetti e carburanti... chi più ne ha più ne metta: gli aumenti quest'anno la faranno da padrone.

Nonostante ciò, ci dice la Codacons che due italiani su tre sono comunque sicuri di partire: questo è il chiaro segno di quanto la vacanza sia considerata dai nostri concittadini un bene irrinunciabile.

Ancora una volta quindi ci metteremo al lavoro. Ci piace fare la parte di chi i problemi li risolve, non di chi li crea, malgrado le nostre enormi difficoltà.

Mai come quest'anno è bene augurare a se stessi e a tutti gli italiani una splendida vacanza. Dandoci appuntamento a Rimini in ottobre, per affrontare insieme e cercare di risolvere le criticità interne al nostro comparto.

Concept alberghieri: la nuova generazione

Smart e iperconnessi, equipaggiati per offrire la migliore customer experience, gli hotel si riprogettano. Dalla spa tecnologica al fitness-in-room, è il momento di conquistare nuovi target

DI AMINA D'ADDARIO

Check-in virtuali, chatbot, app per la ricezione alberghiera. Ma anche software per la prenotazione di esperienze personalizzate come transfer, cene o sessioni di palestra. La digitalizzazione ha davvero rivoluzionato tutti i momenti del soggiorno e della gestione alberghiera, aprendo nuovi orizzonti fino a qualche anno fa inimmaginabili. Si pensi ad esempio alle app che consentono all'ospite di effettuare il check-in online in autonomia, ma anche ai pagamenti contactless attraverso lo smartphone o agli infopoint digitali. Oppure, dal lato backoffice, all'utilizzo massivo di programmi per il revenue management governati dagli algoritmi. Un vero cambio di paradigma nel modo di gestire l'ospitalità in chiave fortemente innovativa, che si accompagna spesso al ripensamento degli spazi, reinterpretati in una logica di condivisione. Il tutto, per attrarre target spesso ancora assenti da molte realtà alberghiere italiane.

Un orientamento ormai diffuso a tutti i livelli secondo Marco Coppola, presidente Federalberghi Extra e co-fondatore di YellowSquare: "Tutti i grandi gruppi, ma anche molte aziende più piccole utilizzano chatbot e concierge app che accompagnano il cliente durante il soggiorno e lo invogliano a prenotare servizi accessori come spa e aree di coworking senza passare per la reception fisica". Applicazioni che migliorano la customer experience, ma non eliminano l'interazione umana, alla base del valore aggiunto di una struttura ricettiva. "Più che essere adottate per tagliare personale, le app consentono di esentare chi lavora alla reception dalle azioni più ripetitive, più simili a quelle di un impiegato amministrativo, e dedicare più tempo alla relazione con il cliente". Sempre più informatizzata è anche la definizione delle politiche commerciali, che non si fa più a tavolino, ma è all'insegna della dinamicità e dei big data. "Oggi – prosegue Coppola – non ci sono più i listini dei prezzi, tutti hanno programmi che vedono i clic fatti sul sito e, sulla base dell'andamento della domanda, suggeriscono la tariffa migliore da applicare in quel determinato momento. La pandemia ha dato l'opportunità a molti imprenditori di approfondire questi aspetti e oggi utilizzarli come leva forte per la ripartenza".

Ma se sul lato software l'evoluzione è stata lampante, cosa è successo sul lato hardware? L'opinione di Paolo Manca, vicepresidente Federalberghi, presidente di Federalberghi Sardegna e fondatore di Felix Hotels, è che la specializzazione su un target specifico di clientela sia ormai l'unica strada da seguire per uscire dalla crisi e catturare nuovi target. Tanto più ora che la proliferazione di case vacanze e appartamenti di privati ha portato a rivedere il modello di accoglienza tradizionale. "Per la parte intangibile è sicuramente apprezzato tutto ciò che facilita la prenotazione, l'ingresso automatico all'hotel e la programmazione dei servizi – osserva Manca –. Ma l'attenzione verso un segmento preciso è fondamentale: un hotel che va bene



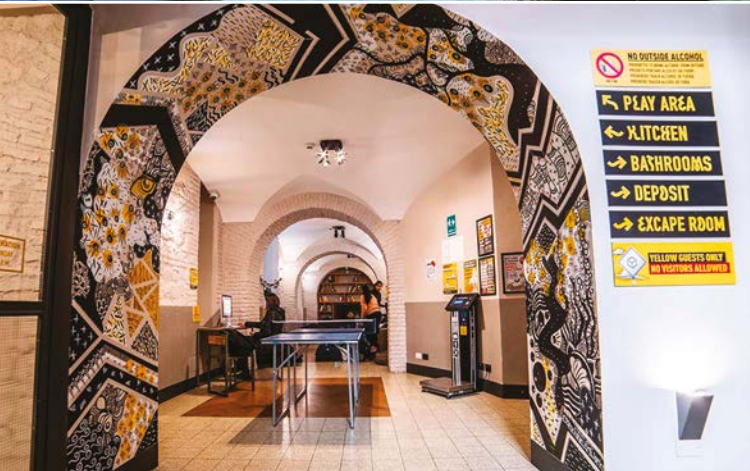


per tutti non è più attuale. Bisogna andare verso una segmentazione specifica e, in funzione del mercato dove mi voglio posizionare, fornire servizi ad hoc per quella determinata nicchia”.

Ma se alberghi senza differenziazione e categorizzati unicamente in base alle stelle hanno poche chance di affermarsi sul mercato, è la capacità di distinguersi a determinare il successo di una struttura: “Avere camere accoglienti è il punto di partenza. Poi – sostiene il vicepresidente Federalberghi – bisogna riuscire a offrire qualcosa di unico e non replicabile come, ad esempio, un’offerta ristorativa di livello, che può essere un american bar che fa cocktail, un locale interno punto di riferimento per i locali o un punto panoramico particolarmente suggestivo”. A questo vanno poi aggiunti “multifunzionalità e flessibilità degli spazi”, oggi asset irrinunciabili di una ricettività al passo con i tempi. “Non bisogna avere paura di rinunciare ai vecchi formalismi – aggiunge – e a un’organizzazione tradizionale degli ambienti. Un hotel deve oggi offrire servizi di spa o di temporary office. Anche le destinazioni prettamente leisure devono garantire uno spazio adeguato per lavorare e dispositivi di connessione superveloci”.

Segue a pag. 8 ►

Dall'intelligenza artificiale alla concierge digitale



Una virtual concierge per dialogare con il cliente, assecondarne i bisogni e rispondere in tempo reale a tutte le esigenze durante il suo soggiorno. È il panel di servizi forniti da *Hotelnerds by Easyconsulting*. “Abbiamo costruito un marketplace per i servizi di hotellerie – indica il ceo Fabrizio Zezza –, raggiungibile dall’ospite attraverso un Qr-Code o un link che vengono inviati dalla struttura ricettiva all’ospite che in questo modo può personalizzare il suo soggiorno, richiedendo i servizi che vuole trovare in hotel, dalla colazione in camera ai transfer per l’aeroporto, dal giro in città alla prenotazione di una sala riunioni, pagando direttamente con il proprio mobile, oppure saldando il conto al reception desk alla fine del soggiorno”.

Continua, intanto, a evolversi l’offerta di *Manet Mobile*, il concierge digitale che oggi è anche app che fornisce servizi e connettività agli ospiti. “In questo ultimo anno – racconta il founder, cio & marketing director, Andrea Proietti – abbiamo lavorato su una soluzione svincolata dall’hardware e abbiamo realizzato una app che dà accesso a tutte le funzioni di virtual concierge, ma allo stesso tempo assicura una connettività semplice e immediata agli ospiti che provengono dai Paesi extra-Schengen che hanno solitamente problemi di roaming. L’ospite può, in pratica, evitare di comparare una sim fisica e, tramite la tecnologia di quella virtuale, può usare il proprio smartphone per navigare sul web senza pensieri e fare chiamate illimitate”.

La tv in hotel non è un semplice device da utilizzare per inviare un messaggio di saluto o un video dell’hotel, ma uno strumento attivo, in grado di fornire ancillary e generare nuove forme di fatturato. Un approccio in cui crede *Interface Globe*, che però avverte come solo una tv studiata per hotel possa diventare un digital concierge. “Gli smart tv hotel – indica l’azienda – sono la migliore soluzione per le camere per accedere ai servizi web in quanto a norma con il Gdpr. Tutte le tv che forniamo sono specifiche per il settore, poiché azzerano le cronologie di navigazione del browser, ospitano sia l’immagine di benvenuto che il concierge digitale, ospitano solo app certificate, consentono di essere abbinata ad apposite Chromecast per la trasmissione di contenuti di app”.

Nel mondo dell’hotellerie si stanno aggiungendo nuovi fattori per migliorare la guest experience. Oltre a wellness, offerte gastronomiche, prezzi vantaggiosi, entra in gioco anche l’offerta videoludica della smart tv. “Sky – afferma Matteo Arpini, senior director della direzione business – è il servizio di intrattenimento esclusivo pensato per tutte le strutture ricettive che vogliono arricchire l’offerta televisiva dei canali in chiaro con contenuti esclusivi e premium di cinema, serie tv, sport e news. In più, facile accesso per gli albergatori all’applicazione web Sky business manager con gestione da reception per la scelta e la personalizzazione dei canali, opzione calcio live automatica o manuale”.

E per chi desidera offrire un’esperienza wellness personalizzata e digitalizzata? Anche in questo caso, spiegano da *Technogym*, esistono “tool progettati per aiutare gli ospiti a vivere in hotel differenti esperienze wellness, personalizzate a seconda delle preferenze di allenamento: dal rigenerarsi dopo un lungo viaggio al più dolce risveglio muscolare e, più in generale, a mantenersi in forma anche fuori casa. Grazie al Qr code è possibile accedere a un allenamento guidato da un nuovo servizio dedicato di virtual training direttamente sul telefono, oppure trasmetterlo, attraverso un sistema di screen mirroring, alla tv della stanza per un’esperienza coinvolgente”.

SIA Hospitality Design: focus edizione 2022

Sempre più ricca di contenuti, prodotti e imprese la manifestazione targata IEG per il mondo alberghiero, in programma dal 12 al 14 ottobre a Fiera Rimini in contemporanea con TTG Travel Experience e SUN Beach&Outdoor Style

Un occhio attento sulla formazione professionale, con numerosi appuntamenti dedicati, un parco espositori di primissimo livello con importanti conferme, grandi ritorni e new entry assolute. Sale l'attesa per la prossima edizione di SIA Hospitality Design e SUN Beach&Outdoor Style: dal 12 al 14 ottobre prossimi, in contemporanea a TTG Travel Experience, i saloni dedicati all'hotellerie, al turismo open air e balneare organizzati

da Italian Exhibition Group lanciano in Fiera a Rimini un calendario di seminari e talk per trasferire ai professionisti del turismo gli strumenti di conoscenza per competere sul mercato e diventare veri e propri hospitality innovator.

Dal rinnovo delle concessioni balneari alla sicurezza, dall'ecologia alla ristorazione, dall'innovazione all'accessibilità, verranno toccati i temi più caldi del settore con il supporto di media e partner di formazione accreditati.

LE NOVITÀ

Novità dell'edizione 2022 è l'ingresso della filiera del turismo outdoor in SIA Hospitality Design. Sempre più vicino, per standard abitativi, di forniture e spirito imprenditoriale, all'hotellerie, la filiera del camping trova una nuova collocazione nella 71ma edizione del salone, slegandosi dal mondo del turismo balneare.

Questa indicazione di tendenza, che si lega al recente accordo di collaborazio-

Segue a pag. 12 ►

Que sta è arte

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



PEDERSOLI[®]
MILANO



PEDERSOLI[®]
MILANO



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

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

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

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

**Per maggiori informazioni e per contattarci visita
pedersoli.com**



ne siglato da IEG e Faita, porta il mondo del camping, del glamping e del turismo outdoor a diretto contatto con il settore dell'ospitalità alberghiera, dai servizi per hotel alle tecnologie, dalle forniture agli arredi, sino alla progettazione degli spazi di contractor e designer.

GLI ESPOSITORI

Sul fronte degli espositori i mesi di avvicinamento all'evento stanno facendo riscontrare un innalzamento del livello di interesse da parte delle aziende un po' in tutte le aree previste. Ad esempio, nel segmento delle forniture si registra una netta crescita con il superamento dei livelli dell'edizione 2019. In questo campo Dorelan sarà il bedding partner della manifestazione, mentre ci sono le conferme, tra gli altri, di PerDormire e Permaflex, e l'importante ritorno di Simmons.

Ritorno di primo piano anche sul fronte delle linee cortesia: si tratta di Ammon, che va così a unirsi a nomi 'storici' di SIA, come Groupe Gm o Allegrini, che raddoppia gli spazi. Quello che sta emergendo anche analizzando il trend della domanda è che per gli espositori l'appuntamento di Rimini si sta rivelando sempre più unico e fondamentale, in quanto il target specifico è impossibile da ritrovare in altri eventi del comparto.

Tornando agli espositori anche l'area tecnologia è tornata pienamente ai livelli del 2019 con aziende del calibro di 5 Stelle, Stark, Vitrifrigo, Vda Group e, new entry assoluta, Häfele. E, per allargare il campo d'azione, saranno presenti anche Samsung e Lg, oltre a Repower sul fronte delle colonnine elettriche. Da citare ancora IndelB, cooling solutions partner. Ancora, molto richiesta l'area



arredi indoor e materiali, e anche in questo caso ci saranno molte novità tra cui Afa Adria Frigo e Dupont Corian, insieme a Caimi Brevetti, Pollini, Ponzi, Caffisi, Agorà e Atlas Concord.

LE ARENE

SIA torna con la Design Arena, legata ai temi del design, del contract e dei servizi, che quest'anno pone un'attenzione particolare alla personalizzazione dei prodotti e servizi e all'evoluzione tecnologica. All'offerta espositiva si affiancano gli eventi della Main Arena, con l'intervento di ospiti istituzionali e

dei principali interlocutori del settore. Tra questi, la presenza di Federalberghi, che proprio durante la fiera riunisce il consiglio direttivo.

Anche SUN avrà come linee guida l'anticipazione dei trend e l'innovazione. Giunta alla sua 40ma edizione, si conferma come manifestazione leader in Italia per il turismo balneare, indicando nell'area Beach Village le nuove tendenze per la vacanza in spiaggia e tutte le soluzioni innovative di prodotti e servizi, sia nell'Innovation Seastyle Area, sia con le start-up del settore balneare della Sun Next Seastyle Area, iniziativa creata in collaborazione con Cna Emilia-Romagna e il magazine Mondo Balneare.

SPAZIO AL DESIGN

Anche quest'anno, il design dell'accoglienza si costruisce in fiera a Rimini, in cui vengono proposte quattro mostre pensate per ispirare gli operatori. La Mostra Rooms ospiterà sei mock-up di camere d'albergo affidate alle sapienti mani di contractor che sapranno interpretare le nuove tendenze trasformandole in progetto. La seconda mostra, dedicata al Wellness, è firmata dall'architetto Simone Micheli e darà un esempio di cosa significhi oggi dedicare spazi al relax e al benessere individuale seguendo i rituali contemporanei. Ad accogliere le nuove tecnologie e i servizi per le strutture alberghiere sarà la Mostra Hotel in Motion, mentre nell'area Camping & Village sarà esposta la Mostra Glamping. L.V.



Le imprese Horeca alla prova acquisti



Anche gli alberghi possono accedere al contributo previsto dal Decreto Sostegni bis per il settore Horeca, oltre che per i settori wedding, intrattenimento e organizzazione cerimonie. La misura è volta a mitigare gli effetti della crisi economica derivante dall'emergenza epidemiologica da Covid-19, che ha duramente colpito le imprese operanti in questi segmenti di mercato, attraverso l'erogazione di un contributo a fondo perduto. Le risorse finanziarie disponibili complessivamente - come precisa il ministero dello Sviluppo economico - sono pari a 60 milioni di euro per l'anno 2021, di cui una quota pari a 10 milioni di euro destinata alle imprese operanti nell'Horeca. Le agevolazioni sono concesse a quelle che nell'anno 2020 abbiano subito una riduzione del fatturato non inferiore al 30% rispetto al fatturato del 2019, oppure che abbiano registrato, nel periodo d'imposta 2020, un peggioramento del risultato economico d'esercizio in misura pari o superiore al 30%. Inoltre, sono concesse alle imprese che, alla data di presentazione della domanda, risultino regolarmente costituite, iscritte e attive nel registro delle imprese e avere sede legale o operativa ubicata sul territorio nazionale.

MARR: PARTNERSHIP REGIONALI NEL FOOD

Una gamma di prodotti confezionati, che rappresentano tutte le specialità regionali, nazionali e internazionali e i marchi dei più quotati produttori di pasta, salumi, formaggi, conserve, alimenti surgelati, spezie e vini. “Una ricchezza di proposte – sottolinea Marr – che consente di predisporre sia menù in linea con le tradizioni locali, sia di spaziare sui prodotti tipici di altri Paesi, esaltando così creatività e professionalità e soddisfacendo le aspettative della clientela”. E in quest’ottica, l’azienda del foodservice punta a rafforzare e ampliare sempre più le partnership e i rapporti diretti con alcune realtà locali, con l’obiettivo di sostenere la filiera agroalimentare e valorizzare le specialità locali, secondo un preciso impegno per la sostenibilità. Di recente Marr ha collaborato al progetto ‘Prodotti Dop e Igp dell’Emilia Romagna. Nati qui, apprezzati in tutto il mondo’, che ha raggiunto 130mila tra turisti e consumatori finali, e che ha fatto seguito al lancio della linea di prodotti ‘Della Nostra Terra’.

L’ESTATE SENZA ZANZARE DI FAS

Fas Italia ha creato un nuovo sistema per le strutture ricettive, per un’estate all’aperto senza zanzare. Un prodotto pratico che permette di proteggere la clientela. Si tratta di semplici apparecchi dal design elegante: il loro funzionamento avviene tramite cartucce di gas butano che sciolgono le piastrine insetticida inserite all’interno, ma che allo stesso tempo non rovinano la qualità dell’aria. Il sistema antizanzare outdoor è efficace sino a 20 mq, nella massima sicurezza. Il dispositivo viene azionato 5-10 minuti prima di soggiornare all’esterno per consentire il raggiungimento della corretta temperatura di esercizio della piastrina. È utilizzabile ovunque, in piscina, dehor, giardino, terrazze. Le dimensioni sono di 8 cm x 16, nei colori bianco, blu navy, grafite e verde foresta. Le ricariche sono disponibili per 12, 48 o 120 ore.



EVOCA E LE SUPERAUTOMATICHE TARGATE GAGGIA MILANO

Gaggia Milano, brand del Gruppo Evoca, propone al settore alberghiero la sua gamma di macchine superautomatiche di nuova generazione, che hanno la loro massima espressione ne La Radiosa e La Solare, dotate delle caratteristiche tecnologiche tali da soddisfare i requisiti del Piano Nazionale Italiano Transizione 4.0. Queste macchine sono di utilizzo semplice e intuitivo, ma sono anche rapide nell’erogazione delle bevande. Frutto di una serie di soluzioni tecnologiche all’avanguardia, La Solare è stata progettata per offrire ai clienti bevande che uniscano il sapore del caffè in grani alla cremosità del latte fresco. E senza dimenticare delle esigenze delle singole location e del personale. Sempre nel rispetto della sua lunga tradizione, Gaggia Milano si è quindi posta come obiettivo la creazione di una linea di prodotti all’avanguardia, con tutte le tecnologie sviluppate dal marchio sono mirate a stabilire nuovi standard nel mercato dell’Horeca.



GESTOR, LA FORZA DELLA COLLABORAZIONE

Gruppo d’acquisto costituito da circa 400 soci, distribuiti nella provincia di Trento e nelle regioni Lombardia e Veneto, Gestor annovera anche numerose strutture della Valle d’Aosta grazie a una collaborazione con la Adava, e conta 170 fornitori, locali, nazionali e internazionali operanti nei settori food, non-food e servizi, riservando agli associati il miglior prezzo disponibile. Recentemente l’azienda ha avviato una collaborazione con Federalberghi Garda Veneto: “A fronte della ripresa in atto e delle sfide future – afferma il presidente Ivan De Beni –, è particolarmente sentita la necessità di far quadrare i conti offrendo un servizio valido ai turisti, e Gestor ci ha convinti della strada da percorrere nei confronti dei nostri associati”. Pianificare i propri acquisti con la garanzia della sicurezza finanziaria è uno dei principi cardine dell’attività imprenditoriale, e per questa ragione Gestor promuove il programma Master Rent della Grenke, azienda specializzata nello sviluppo di soluzioni commerciali e finanziarie per le pmi, che dispone un volume di investimenti aperto, per l’acquisto di beni strumentali, tecnologie e attrezzature aziendali.

Segue a pag. 16 ►

la Solare



L'ALBA DI UN GUSTO UNICO

Con La Solare, fai risplendere i momenti più importanti della tua giornata e assapora bevande che uniscono la freschezza del caffè in grani alla cremosità del latte fresco.

GAGGIA
MILANO



SEGUICI SU   

WWW.GAGGIAPROFESSIONAL.COM

STARK: FORNITURE A 360 GRADI

Stark ha creato una divisione ad hoc per le forniture per hotel, b&b, ristoranti e bar. L'ampia scelta di prodotti si abbina alla possibilità di personalizzarli, in un'ottica di comunicare e pubblicizzare efficacemente l'immagine della struttura e per fidelizzare gli ospiti. La vision dell'azienda è di crescere insieme ai propri partner commerciali, offrendo un valore aggiunto rappresentato dalla possibilità di fornire a 360° la camera d'albergo, per garantire comfort, sicurezza, tecnologia e una serie di complementi indispensabili per l'ospitalità: asciugacapelli, bollitori elettrici, vassoi accoglienza, asciugamani a lame o cono d'aria, reggivaligie, lucidascarpe elettrici, fasciatoi, grucce, postazioni da stiro, serrature elettroniche con tecnologia a trasponder. Inoltre, Stark affronta il tema dell'ecosostenibilità inserendo, nella propria gamma, i minibar con la nuova tecnologia di raffreddamento a pompa di calore, con elevata efficienza di raffreddamento, elevato risparmio energetico e assenza di rumore.



LA CREATIVITÀ PERSONALIZZATA DI NA MENÙ

“Non lo scegli, lo fai. Su misura per te”. È il claim di Na Menù, che progetta e realizza prodotti per ‘vestire’ il mondo dell’hotellerie e della ristorazione. Materiali, design, cuciture sartoriali, dettagli e personalizzazione sono i tratti caratteristici di questo brand della Senatore. Na Menù si configura come un laboratorio creativo che si avvale di maestranze esperte e macchinari di ultima generazione, che, con attenzione alla sostenibilità e all’ambiente, creammo una gamma di prodotti declinabili in tante versioni. La linea Hotel è dedicata ai Room directory, ai cartellini ‘Do not disturb’, ai cestini per camere e ai sottomano/porta foglietti, tutti disponibili in diversi formati, colori e materiali.



SI SUPPLY E BWH PARTNER PER L'OSSERVATORIO ACQUISTI

È nato un nuovo osservatorio acquisti Horeca, progetto di ricerca ideato e promosso da Si Supply e Best Western Italia, con il contributo scientifico e accademico di Università Bocconi. L'obiettivo è registrare le tendenze nel settore del procurement e individuare i trend di sviluppo, tramite la raccolta di dati ed elementi di benchmark. La ricerca prevede due fasi: prima un'indagine qualitativa e, a seguire, quella quantitativa. A cura dell'Istituto di Data Science e Analytics di Università Bocconi, con la collaborazione del Met-Master in Economia del turismo, indaga le scelte d'acquisto per tutte le aree di interesse, approfondisce il processo di transizione tecnologica e ambientale, comprende l'approccio di acquisto preferito e utilizzato e definisce criticità e impatto di ogni categoria di prodotto. La ricerca qualitativa vuole arricchire la conoscenza sulle motivazioni di comportamento più profonde dei target per indirizzare al meglio la fase quantitativa che consentirà poi la misurazione dei fenomeni di interesse.

I VETRI BRILLANTI SECONDO HOTELIFY

La detergenza è una delle colonne portanti nella gestione di hotel, b&b, ristoranti e, in generale, tutte le strutture ricettive. È importante saper ottimizzare le tempistiche di lavoro e scegliere il prodotto più adatto a ogni evenienza. Hotelify propone, in particolare, diverse linee per la detergenza dei vetri, che sono sempre le superfici più delicate da pulire e che spesso sono usati come riferimento per giudicare il grado di pulizia di un ambiente. La gamma disponibile comprende prodotti che sgrassano e detergono senza lasciare aloni, per superfici brillanti. Inoltre, in tema di risparmio e sostenibilità ambientale, vengono proposte soluzioni basate su sistemi di dosaggio che garantiscono totale assenza di sprechi, corretta concentrazione d'uso e performance di pulizia nel pieno rispetto dell'ambiente.



CATERLINE: UN'ACADEMY PER ASSISTERE I CLIENTI

Più di 10mila prodotti alimentari selezionati da uffici acquisti dedicati. È l'offerta che Caterline promuove per le forniture alberghiere: dalla prima colazione al pranzo, dall'aperitivo alla cena, ma anche per la conservazione del cibo, oltre ad attrezzature specifiche. L'azienda, con l'ausilio di tecnici specializzati, supporta il cliente, tramite la Caterline Academy o direttamente nella struttura alberghiera, al fine di ottimizzare la preparazione dei prodotti del catalogo.

Imprese forti e compatte

La dura sfida del rilancio

L'Assemblea generale Federalberghi, svoltasi a Parma, ha focalizzato i punti critici e le tematiche più urgenti per tracciare il percorso migliore verso un futuro di stabilità e risultati per il settore

“**S**iamo tornati insieme, felicemente in presenza. Rimetteremo a fuoco i nostri obiettivi dopo essere stati travolti da due anni di pandemia e poi trovandoci di fronte a nuove difficoltà. Ma è certo che per ricominciare a sentirci forti abbiamo bisogno di essere accompagnati ancora per un po' e supportati al massimo dai nostri governanti con ogni strumento utile”. Così Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi, ha aperto i lavori della 72a Assemblea generale della federazione, svoltasi il 13 e il 14 maggio negli spazi Ipogei dell'Auditorium Paganini di Parma, parlato a circa 300 albergatori italiani che si sono ritrovati all'appuntamento annuale.

“La nostra forza risiede nel radicamento sul territorio della nostra rappresentanza, nelle 128 associazioni aderenti, nelle unioni regionali, in un sistema che mette al primo posto l'interesse degli albergatori – ha quindi sottolineato evidenziando la compattezza del comparto –. Questo impegno ha fatto sì che la politica e l'amministrazione, il Governo, il Parlamento, le forze politiche e le amministrazioni locali riconoscano in Federalberghi un interlocutore autorevole con il quale discutere delle iniziative in favore del settore. Il nostro comparto è fertile, ma va coltivato costantemente. Non può essere considerato importante solo quando va bene, perché, per andare bene, devono esserci condizioni di stabilità garantite”.

RISORSE INDISPENSABILI

“Tutti siamo investiti dai pesanti rincari – ha sottolineato Bocca –. Le impennate del caro energia, dovute anche alle conseguenze del conflitto, hanno triplicato i costi. E nonostante le misure di contenimento già adottate dal Governo, molte imprese sono a rischio chiusura dovendo affrontare un aumento della bolletta ener-



Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi

getica per gas ed elettricità troppo oneroso. C'è da auspicare davvero che arrivino aiuti sempre più incisivi”.

Il rilancio del settore passa attraverso il nodo delle risorse, pubbliche e private. “Sotto il primo aspetto – ha spiegato il presidente di Federalberghi –, rileviamo che il totale delle risorse che il Pnrr investe sulle imprese del settore turismo è superiore al miliardo e mezzo di euro. Noi non ci stancheremo mai di ripetere che occorre fare di più”. Alle risorse pubbliche si sono aggiunte quelle provenienti da istituzioni private, come quelle attivabili con il sostegno del sistema bancario. “A febbraio – ha ricordato Bocca – Federalberghi

ha definito un accordo con Intesa Sanpaolo, che ha stanziato oltre un miliardo di euro. Risorse pubbliche e private devono, quindi, operare in sinergia per favorire la ricostruzione e la riconversione del nostro sistema di ospitalità verso standard ancora più innovativi, a ridotto impatto ambientale, in grado di aumentare il livello di servizio per la clientela e di competitività della nostra offerta”.

I NODI BUROCRATICI

E appare sempre più importante anche una semplificazione del quadro amministrativo e autorizzatorio. “Troppo spesso le nostre iniziative rimangono ostaggio di

Segue a pag. 18 ►

cavilli e carte bollate – ha accusato Bocca –. Nei mesi di emergenza si è visto che, quando c'è la volontà di semplificare, di sburocratizzare, di accelerare, è possibile rendere le cose più semplici, agevoli ed efficaci. Il rilancio del turismo italiano non può essere bloccato dalla burocrazia, dai formalismi, dai piccoli o grandi poteri di veto di questa o quell'altra amministrazione. Durante la pandemia molti ristoranti hanno beneficiato delle misure che agevolavano l'installazione di dehor all'aperto; non ho capito perché gli alberghi siano stati esclusi da questa opportunità, visto che anche noi siamo stati obbligati ad aumentare la distanza tra i tavoli e quindi a ridurre la capacità delle sale interne. Secondo me è stata un'ingiustizia. Ci sono alcune città completamente bloccate dalla burocrazia. Ci vorrebbe una legge nazionale”.

COMPETERE ALLA PARI

La ripresa che si delinea vedrà un aumento sostenuto della competizione tra destinazioni che non deve trovare impreparati. “Non dobbiamo fermarci a contemplare i risultati ottenuti – ha avvertito il presidente –, ma dobbiamo impegnarci per conservare quanto raggiunto e, se possibile, a migliorare. Migliorare

le condizioni nelle quali le nostre imprese lavorano e producono ricchezza per il territorio”.

UN DIALOGO APERTO

Federalberghi collabora con tutti e a tutti chiede di collaborare, incluse le istituzioni, nazionali e locali. “A loro chiediamo una cosa molto semplice – ha concluso il presidente Bocca –: che gli alberghi possano giocare la propria partita alla pari, bonificando il terreno di gioco da regole astruse, che scoraggiano gli investimenti e che ci impediscono di migliorare la qualità del servizio”.

LE RICHIESTE ALLA POLITICA

Dal palco dell'Assemblea 2022 il presidente di Federalberghi non ha perso l'occasione per lanciare un appello alla politica. “Questa legislatura si avvia alle battute finali – ha detto Bernabò Bocca –, e alle forze politiche chiediamo che lo sviluppo dell'economia del turismo venga posto al centro dei programmi. Non ci accontentiamo di dichiarazioni di principio, ma indichiamo i temi su cui lavorare: diminuzione della pressione fiscale, sostegno agli investimenti, sviluppo di nuovi servizi, contrasto all'abusivismo, ammodernamento delle infrastrutture”.

Il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia

La lotta all'abusivismo resta quindi uno dei temi più spinosi ad affliggere il comparto alberghiero, da tempo immemore, e il meeting nazionale degli albergatori ha ribadito l'urgenza di una soluzione. Un punto su cui si è soffermato il ministro del Turismo, Massimo Garavaglia, intervenuto all'Assemblea Federalberghi: “Era fermo da circa dieci anni il discorso della Banca dati delle strutture. Con gli assessori regionali abbiamo costituito un data



Il presidente della Regione Emilia-Romagna, Stefano Bonaccini

base e stiamo realizzando una piattaforma informatica. Questo consentirà di frenare l'abusivismo nelle locazioni”. Sul fronte incoming, invece, il Ministro ha sottolineato l'interesse dei turisti nel mondo di visitare l'Italia: “Dai primi dati notiamo che su aprile, maggio e giugno il tasso di riempimento delle strutture ricettive è di 10 punti superiore alla Spagna, nostro tradizionale competitor. Non si verificava da anni. C'è un rimbalzo, ma dobbiamo renderlo strutturale”. L'Italia dalle potenzialità ancora inesprese è quella fotografata da Stefano Bonaccini, presidente della Regione Emilia-Romagna: “Serve andare su nuovi mercati, come Emirati, Canada, Messico, India, che sono ancora 'bassi' rispetto ad altri”.



Turismo e chef: coppia che vince

L'enogastronomia simbolo del brand Italia e freccia all'arco degli albergatori

“S e c'è un settore di fronte al quale si richiede un aggiornamento continuo è quello del food and beverage, soprattutto nel campo della ricettività. Ed è ben augurante ragionare di questi temi nella capitale italiana dell'enogastronomia”. Il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, polarizza l'attenzione su un tema di punta dell'offerta turistica ricettiva nel corso dell'Assemblea generale della federazione svoltasi proprio nella 'capitale italiana del gusto', Parma. Il contesto è quello della tavola rotonda “Enogastronomia e Turismo testimonial del brand Italia - Dai territori ai prodotti una rete per raccontare l'eccellenza”, a cui hanno preso parte lo chef stellato Carlo Cracco, l'a.d. di Enit, Roberta Garibaldi, e lo stesso Bocca; a moderare, il giornalista de La7, Andrea Pancani. Quello della ristorazione in hotel rappresenta un valore aggiunto, potente in termini di comunicazione riguardo i territori e l'eccellenza dei prodotti, da offrire sulla tavola ai viaggiatori che scelgono di soggiornare in hotel.

Segue a pag. 20 ►



Un momento della tavola rotonda all'Assemblea di Parma: Carlo Cracco, Bernabò Bocca e Roberta Garibaldi

HIGHLIGHTS

PROTEL E PLANET: VIA LIBERA PER LA GESTIONE DEI PAGAMENTI IN HOTEL

“La gestione integrata dei pagamenti fra protel PMS e Planet è il punto di riferimento della digital transformation alberghiera” queste le parole di Alessandro Calligaris, Marketing Director di Serenissima Informatica. “Gli albergatori oggi, possono gestire con facilità, precisione e sicurezza i pagamenti elettronici”. “Non solo,” prosegue Calligaris “gli hotel possono generare ulteriori entrate grazie ai pagamenti in valuta estera effettuati dai clienti. I servizi integrati danno valore aggiunto e i tassi più bassi diventano un'opportunità unica da cogliere al volo”. Serenissima Informatica dal 2003



cura distribuzione e supporto in Italia e Spagna di protel, la soluzione gestionale internazionale scelta da oltre 14.000 strutture ricettive in tutto il mondo. Grazie alla collaborazione con Planet,

fornitore internazionale di soluzioni per l'elaborazione dei pagamenti globali, gli albergatori da oggi sono in grado di gestire i pagamenti elettronici in maniera veloce, conveniente e sicura.



Un momento della cena tipica al Ristorante Dodici Monaci

“La forza attrattiva del turismo enogastronomico è andata rafforzandosi – afferma Roberta Garibaldi –, soprattutto grazie all’immagine consolidata di eccellenze nell’arte culinaria e alla pluralità di risorse e attrazioni diffuse, sia nelle città principali che in quelle minori. Questa crescita di interesse dei viaggiatori italiani e stranieri genera nuove opportunità, anche per il settore alberghiero, favorisce lo sviluppo di circuiti virtuosi, creando anche nuove connessioni con i produttori, ristoratori e comunità locali”.

“Abbiamo chef in Italia che sono dei numeri uno – tiene a ricordare Bocca –. Con la loro cucina e la loro creatività sostengono indirettamente il turismo italiano e arrivano a fare destinazione. Strutturare al meglio tutto questo per il nostro turismo sarà come lavorare l’oro”. Un vero assist per lo chef stellato di fama internazionale: “Il brand Italia si esporta nel mondo anche grazie all’eccellenza dei prodotti che il nostro Paese possiede in misura direi infinita – evidenzia Carlo Cracco –. Ho sempre sostenuto che fare rete nel comparto dell’enogastronomia

C’è un’immagine consolidata di eccellenze nell’arte culinaria, e il crescente interesse dei viaggiatori genera nuove opportunità per il settore alberghiero

significa diventare più forti. Pensiamo a quanto hanno funzionato in questo senso i modelli europei. Facendo sistema e collegandosi ai vari organismi preposti si può strutturare un’attività come ‘ambasciatori del gusto’, rendendo la nostra qualità enogastronomica e il nostro sapere elementi sempre più forti di attrattività anche per il turismo straniero”. E di fronte al problema della reperibilità di personale e figure professionali nel settore f&b,



Roberta Garibaldi, a.d. Enit

Cracco conferma come negli ultimi tempi, soprattutto dopo la pandemia, si sia notata una carenza di forza lavoro, sia in sala che in cucina. “Forse si tratta anche di una disaffezione a questo lavoro – ipotizza –, a cui bisogna quindi rispondere mettendo al centro di tutto la formazione. È da qui che dobbiamo ripartire, investendo sulle scuole, sull’insegnamento e sulla preparazione professionale dei ragazzi, cercando di dare loro una possibilità di crescita e nuovi sbocchi professionali”.



Labirinto della Masone, location del gala dinner



Dentro al Labirinto



I tavoli sotto il porticato del Labirinto della Masone

Dinner experience tra arte e natura

Shooting fotografico sulla cena di gala al Labirinto della Masone di Franco Maria Ricci, organizzata da Federalberghi in occasione della 72a Assemblea generale. Un'immersione green, tra i 200mila alberi della tenuta



Il presidente Bocca saluta Carlo Cracco all'arrivo alla cena di gala



Tavolo del Presidente Bocca, con Luca Patanè, presidente Confturismo, e la moglie, Emio Incerti, presidente Federalberghi Parma, e la moglie, lo chef Carlo Cracco, Barbara Bonura, Cristiano Casa, assessore al Turismo di Parma



La torta con il logo della 72a Assemblea Generale Federalberghi



Bernabò Bocca con Emio Incerti, presidente Federalberghi Parma



POLLINI CONTRACT COLLECTION: 60 ANNI FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

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

Arredi di **design** e materiali di **qualità**, linee d'arredo contemporanee per la migliore *hôtellerie*: è questo il tratto distintivo di ogni progetto firmato Pollini, azienda specializzata nella produzione di arredi pratici, funzionali e accoglienti per piccole strutture come alberghi, agriturismi e b&b, o per ambienti più ampi come grandi hotel, villaggi, residence, foresterie e studentati. Un design elegante ma anche e so-

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

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

In aggiunta, per andare incontro alle molteplici esigenze del ricettivo, Pollini ha affiancato alla tradizionale pro-

duzione di camere, reception e spazi comuni, innovativi prodotti funzionali come le cucine monoblocco salvaspazio, ideali per residence e studentati.

Sul fronte customer care, l'azienda è **leader nella fornitura di servizi personalizzati**, che vanno dalla progettazione degli arredi al sopralluogo, fino alla consegna e al montaggio con proprio personale specializzato.

www.pollinimobili.it

POLLINI
CONTRACT DIVISION
www.pollinimobili.it pollini@pollinimobili.it

Ristorazione in albergo: un mondo che cambia

L'indagine condotta dalla federazione degli albergatori rivela che il food & beverage è sempre più al centro delle strategie e degli investimenti delle imprese del ricettivo

Viaggio intorno all'universo della ristorazione negli hotel, ovvero un mondo che cambia, si evolve e racconta le sue tendenze all'interno di un'impresa che non si ferma mai: l'albergo. Come il pianeta della ricettività va adeguandosi e rinnovandosi in tema di food & beverage? Quali sono i punti di forza delle imprese in questo ambito rispetto alle nuove esigenze del turista di oggi? È il fil rouge da cui ha preso corpo l'indagine *"Rapporto sulla ristorazione in albergo"* condotta da Federalberghi e basata su interviste mirate a imprenditori del settore, rilevando le principali caratteristiche dei servizi enogastronomici offerti dalle strutture turistico ricettive.

«È evidente che un'azienda alberghiera oggi si deve evolvere velocemente guardando alle esigenze mutate e mutevoli del turista del terzo millennio – afferma il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca –. La nostra indagine rivela che la gran parte degli intervistati intende potenziare e cambiare il servizio offerto tramite ristorante e/o bar. Le formule tecniche per procedere in questo senso sono svariate, l'importante è operare il cambiamento. Con quello che rappresenta il

nostro lavoro, noi ci sentiamo fabbricatori di futuro».

Ecco alcune delle principali evidenze che emergono dal *"Rapporto sulla ristorazione in albergo"*.

“IL PIACERE DELLA BUONA TAVOLA,” Da sempre, la buona tavola è uno dei tratti distintivi dell'ospitalità italiana, e infatti l'89% delle strutture ricettive italiane offre servizi ristorativi. Oltretutto, il 69%, li offre sia nella forma di bar che in quella di ristorante. È una caratteristica che attraversa orizzontalmente il sistema ricettivo, dalla piccola struttura al grande albergo, con un'offerta diversificata che comprende i ristoranti stellati e le eccellenze diffuse, il servizio tradizionale e le formule innovative.

“ARRIVA DA SUA MAESTÀ IL BREAKFAST,” L'offerta si è evoluta con il tempo: oggi è possibile fare una colazione leggera per poi affrontare al meglio la giornata di lavoro o fare una scorpacciata di energie in vista di una lunga giornata da turista. Più della metà degli alberghi offre la colazione continentale, mentre il 40% opta per una formula mista che comprenda sia la continentale che la colazione all'inglese o all'americana. Non mancano esempi in-

novativi, con colazioni focalizzate sul prodotto locale di punta o con l'inserimento di show-cooking.

“L'IMPRESA CHE NON SI FERMA MAI,” In albergo c'è chi arriva tardi e chi riparte presto, chi si ferma solo per la notte e chi trascorre buona parte della giornata, chi chiede tanti servizi, tra cui la ristorazione. Anni fa era stato il brunch a insinuarsi prepotentemente nella classica triade colazione-pranzo-cena. Oggi si sviluppano formule che rendono disponibile il servizio dalla mattina sino a sera tarda o addirittura 24 ore su 24. Le opzioni sono svariate: dal classico servizio in camera al kit per il fai da te e alla sempre più frequente offerta di spuntini disponibili per tutto il giorno.

“IL TERRITORIO AL PRIMO POSTO,” Il criterio principale per la scelta dei prodotti da mettere in tavola è la tipicità: gli albergatori dichiarano di utilizzare soprattutto prodotti locali. Al secondo posto viene l'attenzione per la sostenibilità, come testimonia la preferenza per l'offerta a km zero e l'attenzione per i prodotti plastic free. L'albergo diventa il luogo d'incontro tra il desiderio di esperienze espresso dal turista, che desidera sempre più immergersi nella destinazione, e l'offerta enogastronomica del territorio.

“INNOVAZIONE CONTINUA,” Quasi il 60% dei rispondenti intende potenziare o cambiare il servizio offerto tramite il ristorante e/o il bar. Nei commenti emerge che le modifiche vengono sempre fatte nell'ottica di cavalcare le nuove tendenze in voga tra i clienti. C'è chi intende inserire sempre di più prodotti locali, chi vuole offrire spuntini disponibili per tutto il giorno e chi vuole puntare su un menù di drink di valore.

Il testo integrale del "Rapporto sulla ristorazione in albergo" è disponibile sul sito federalberghi.it



Hotel, fascino senza tempo

Presentato a Procida, Capitale italiana della Cultura 2022, il nuovo volume "21 Emozioni per dirlo", scritto da Antonio Preiti e Benedetta Marino

Un viaggio intorno al pianeta albergo, scoprendo il valore che, nell'immaginario collettivo, si riconosce alle strutture dedicate all'accoglienza, spesso vissute e considerate come luoghi del cuore e raccontate anche da scrittori e registi di tutti i tempi. Nasce con questa ispirazione il libro "21 Emozioni per dirlo", realizzato da Antonio Preiti e Benedetta Marino, edito da Giunti e patrocinato dalla Federalberghi in collaborazione con Cfmt e Sociometrica. Un volume che rivela la magia degli alberghi grazie ai grandi della letteratura mondiale, e che per presentarlo è stata scelta l'isola di Procida, Capitale italiana della Cultura 2022.

Il testo, accompagnato dalla presentazione del presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, condensa le emozioni che vive chi decide di frequentare gli alberghi per viaggi e vacanze. Scavando tra centinaia di citazioni di opere letterarie e anche di autori contemporanei, viene via via definito un "catalogo" delle emozioni in hotel: dalla ricerca della vita perfetta alla libertà di essere se stessi; dalla performing art che suscita ogni soggiorno in albergo alla semplice gioia di vivere in posti meravigliosi.

"21 Emozioni per dirlo" è costruito alla maniera di un diario, e permette al lettore di scrivere le proprie emozioni riprese dalla propria personale frequentazione degli alberghi e di aggiungere emozioni supplementari a quelle suggerite dal libro.

"L'accoglienza è un valore assoluto che nasce con l'uomo, e l'albergo ancora oggi ne rappresenta la più riuscita evoluzione, è un patrimonio della nostra civiltà – ha sottolineato Bernabò Bocca –. Considerando le enormi difficoltà e gli imprevisti che si vivono in questo mestiere, oggi l'albergatore va visto quasi come una figura eroica: è un profes-



sionista che considera il riscontro del suo lavoro, ma che vuole anche che la favola continui per tutti coloro che sognano di viaggiare in un "altrove" di cui l'hotel è il luogo centrale. Non è un caso infatti, come si evince da questo testo, che generazioni di letterati, scrittori e cineasti abbiano preso come spunto per la loro narrazione proprio il luogo magico dell'hotel".

Nel volume le emozioni sono descritte con le parole dei numi della letteratura come Proust e come Joyce, di psicoanalisti come James Hillman, di fashion design e scrittori come Sonia Rykiel, e di altri ancora. Con le loro parole il significato del "pennottare in albergo" assume uno spes-

sore diverso. Nel libro si cerca di capire quali siano le ragioni per cui l'albergo ha natali così antichi e perché frequentare un hotel faccia bene all'anima.

"Abbiamo scoperto – hanno detto Antonio Preiti e Benedetta Marino – che l'albergo è un insieme di concetti, di idee, di emozioni che si nascondono o che appaiono evidenti in modo peculiare. L'esperienza in hotel ha a che fare con la libertà, perché l'albergo si sceglie e non fa parte della vita ordinaria; con la ricerca del sé, perché si sceglie un albergo secondo i nostri desideri; ma ha anche a che fare con la ritualità, perché il rito di evocare la perfezione crea il mito della vita ideale in albergo".

FEDERALBERGHI PATROCINA SIA HOSPITALITY DESIGN 2022

Anche quest'anno Federalberghi patrocinerà il Sia Hospitality Design, che si svolgerà presso la fiera di Rimini dal 12 al 14 ottobre.

La federazione sarà presente in fiera per tutta la durata della manifestazione, con uno stand ubicato all'ingresso Sud.

Nel pomeriggio di mercoledì 12 ottobre si svolgerà il Consiglio Direttivo Federalberghi.

La giornata di giovedì 13 ottobre si aprirà con un seminario sull'evoluzione del travel influencer nel settore turismo, organizzato da Federalberghi extra con la collaborazione di Teamwork.

La giornata proseguirà con il consiglio direttivo del Comitato Nazionale Giovani albergatori e, a seguire, un seminario organizzato dallo stesso Cnga con la propria Academy.



MOBILITÀ SOSTENIBILE PER IL TURISMO

Una storia Italiana dal 1962



Tanti modelli per soddisfare ogni esigenza



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

 +39 0423 723020

 info@dottotrains.com

Abruzzo regione modello nell'accoglienza profughi

Imprenditori della ricettività in prima linea per ospitare e supportare gli ucraini in fuga dal proprio Paese. L'impegno anche per garantire un futuro professionale



DI BARBARA BONURA

La drammatica situazione del conflitto in Ucraina ha messo in atto una fortissima catena di solidarietà in tutta Italia nell'intento di sostenere e dare ospitalità alle famiglie costrette ad abbandonare il proprio Paese e scegliere la fuga come via per la salvezza. A dire il vero l'Italia è un'eccezione in fatto di solidarietà: la stragrande maggioranza degli operatori del settore si è messa a disposizione per sostenere i profughi ucraini. Colpisce in questo contesto il primato dell'Abruzzo: non appena è stato pubblicato l'avviso per la manifestazione di interesse di disponibilità delle strutture ricettive per l'accoglienza della popolazione sfollata a seguito della crisi internazionale in Ucraina, si può dire che si sono aperte tutte le porte del territorio. Ad oggi, la tempestività degli abruzzesi nell'accoglienza ha dato un risultato sorprendente: l'Abruzzo infatti ha ospitato circa 8500 ucraini provenienti dall'Ucraina, segnando il record di prima regione in Italia per accoglienza dei profughi ucraini.

FORTI NELLE DIFFICOLTÀ

“L'Abruzzo turistico ha ribadito con l'accoglienza degli ucraini il valore sociale che ha maturato negli anni – spiega Giammarco Giovannelli, presidente di Federalberghi Abruzzo –. C'è stata una sequenza di eventi

drammatici che ci ha visti impegnati in prima linea: a partire dall'accoglienza degli aquilani nella tragica esperienza del terremoto del 2009, ancora con l'assistenza al terremoto nelle Marche del 2016 e poi lo scorso anno, con grande dedizione ci siamo battuti per ottenere la risoluzione di molte difficoltà in occasione dell'emergenza afghana, con un popolo in fuga dal proprio Paese”. Ciò che emerge è l'inclinazione a fronteggiare le difficoltà. In Abruzzo, quando si parla di ricettività, si parla insomma anche di accoglienza sociale.

“Ci siamo messi a disposizione come sappiamo fare noi – prosegue Giovannelli – scoprendo che siamo la prima regione italiana con 8500 alloggiati, principalmente negli alberghi ma anche in residence. Per questo ringrazio la fiducia che mi è stata concessa nell'organizzazione generale da parte di Assoturismo e Federturismo Abruzzo: è stato fondamentale fare squadra. L'inserimento di oggi è autentico. Non dobbiamo dimenticare che molti ucraini hanno scelto l'Abruzzo perché si sentono a casa. C'è una grande comu-

nità di Mariupol che si è trasferita in Abruzzo. Recentemente sono stato intervistato da una tv ucraina, e i cittadini di Mariupol ci ringraziavano per l'accoglienza e i buoni sentimenti che hanno vissuto qui”. Inoltre, molti dei ragazzi hanno cercato e poi sono anche riusciti a inserirsi per alcuni lavori stagionali, proprio in occasione dell'estate. “Parlano perfettamente l'inglese – osserva –, e questo consente loro di avere più possibilità per impieghi che necessitano di queste caratteristiche professionali”.

PROGETTO FORMAZIONE

Entra a gamba tesa il discorso della formazione... Chiediamo: Come vedete la prossima estate, i prossimi anni? Ci sarà davvero un innesto di nuove professionalità ucraine nel nostro scenario? “Noi parliamo di solidarietà in assoluto – dice il presidente di Federalberghi Abruzzo –. La speranza è che queste famiglie possano sognare di tornare a casa. Ma il tema riguarda anche la formazione e coloro che se ne occupano. Sarebbe necessario che nel frattempo si trovassero le condizioni per uscire dalla fase di “rifugiati” ed essere inseriti a 360 gradi nel tessuto professionale lavorativo e sociale abruzzese. Vorremmo che la loro “stanzialità” non fosse più solo di ospite in hotel, ma che diventasse piuttosto stanzialità di un popolo che anche qui o in altri posti d'Italia possa dare il suo contributo professionale”.

Le difficoltà del resto non sono poche: c'è un tema sanitario, di assistenza sociale alle madri che per la maggior parte sono arrivate da sole con i propri figli. Diventa impegnativo trovare le soluzioni per l'adeguamento sociale anche per i minori, per la scuola, i pediatri e tutto il resto. “Una cosa è certa – conclude Giovannelli –. Noi siamo per l'accoglienza e l'inclusione sociale, e non possiamo sentirci fuori legge mentre stiamo facendo del nostro meglio per integrare i profughi da noi ospitati. La formazione professionale è essenziale”.



Pasticceri professionali alla conquista degli hotel

Al First Dolce Roma la sfida tra giovani promesse per il premio “Emergente Pastry”

Quando l’alta pasticceria delizia occhio e palato dei visitatori diventando protagonista negli spazi di un hotel, si avvia un percorso virtuoso che senza dubbio può avere un grande appeal dal punto di vista turistico. Se poi sul tema si sfidano i migliori talenti del settore, allora il gioco è fatto. La pasticceria professionale nel ristorante e nell’albergo è in forte evoluzione, sino a diventare un valore aggiunto in uno spazio come l’hotel che, da azienda moderna, punta a offrire sempre più servizi e sempre più differenziati tra loro.

È senz’altro accattivante, dunque, l’idea di mettere in competizione i “big” della pasticceria attualmente in circolazione proprio in un ambiente destinato alla ricettività. È ciò che si è visto negli spazi del boutique hotel The First Dolce, nel cuore di Roma, dove si sono fronteggiati i migliori giovani pasticceri della ristorazione nell’ambito del premio “Emergente Pastry”, ideato da Witaly in collaborazione con Irca.

Dopo la prima edizione del 2019, attraversando gli “stop and go” dovuti al periodo pandemico, il premio è giunto alla seconda edizione, svoltasi nel 2021 all’Irca Academy di Gallarate, centro di formazione e aggiornamento che propone corsi ai professionisti del mondo della pasticceria. Ci piace sottolineare che a vincere in entrambi i casi sono state due giovani donne, Elisa Zanelli e Debora Vella.

Con quest’anno si è approdati all’approfondimento di Emergente Pastry Centrosud, che ha visto la competizione divisa in due step: la preparazione tecnica si è svolta durante la mattinata nella nuova Excellence Academy di Roma. Poi, nel primo pomeriggio, i concorrenti si sono trasferiti nella sede dell’Hotel First Dolce per presentare i loro elaborati alla giuria di noti Maestri pasticceri e giornalisti di settore.

La vittoria l’hanno conquistata, nell’ordine: Raffaele Angotti, che opera a Cava, Cuculera Nobile, in provincia di Catanzaro; Federico Marrone, da L’Aquila, e Giacomo Bresciani, da Lucca.

Le finalissime della kermesse “Emergente”, rivolta ai protagonisti della ristorazione e dell’ospitalità italiana, si sono poi svolte ad Alma, la più importante scuola di alta formazione dell’ospitalità in Italia. Nella scenografia della struttura di Colorno si sono sfidati i sei finalisti di ogni categoria, tre provenienti dalla sezione Nord e tre dalla selezione Centrosud, nell’ottica di una competizione assolutamente “politically correct”. Dunque la gara ha riguardato le sezioni Emergente Sala, Emergente Pizza ed Emergenza Chef.

Nella giornata finale, è stata la volta della sezione Emergente Chef, che ha espresso poi il talento della competizione: ci piace di nuovo sottolineare che a vincere è stata una donna, Sara Scarsella, patronne, assieme alla sorella, di una struttura di ristorazione ad Ariccia, poco distante dalla Capitale.

Non resta che attendere che il premio Emergente faccia scoprire all’Italia ancora nuovi numeri uno... **Ba. Bo.**

Negli alberghi l’alta pasticceria sta diventando un valore aggiunto



Sara Scarsella, vincitrice della sezione Emergente Chef, mentre riceve il riconoscimento ufficiale

Efficienza energetica: un traguardo possibile

Come si muove il settore della ricettività per migliorare i consumi e abbassare le spese



DI ALBERTO CASPANI

L’efficientamento energetico non è più un’opzione, ma una necessità inderogabile. Nonostante l’apprezzamento per i contributi straordinari stanziati dal Governo, sotto forma di crediti d’imposta per il contenimento dei costi di luce e gas (rinnovati anche con l’ultimo decreto-legge del 17 maggio scorso), il settore alberghiero ha bisogno di interventi sistemici. È la cruda conclusione cui è pervenuto l’Osservatorio Confcommercio Energia, che, in collaborazione con Nomisma Energia, ha tracciato un’analisi del trimestre gennaio-aprile 2022: “L’annullamento temporaneo degli oneri di sistema deciso dal Governo – riporta il documento d’analisi – e gli interventi provvisori sulla fiscalità energetica hanno consentito di alleggerire sensibilmente le bollette elettriche e del gas, ma nonostante ciò i costanti rincari della componente energia continuano a pesare notevolmente sui conti delle imprese”.

Tradotto in numeri, il prezzo delle offerte elettriche nel primo trimestre dell’anno è salito mediamente del 61%, mentre quello del gas del 21% (ma su base annua la variazione di entrambe le voci è addirittura tra il 110 e il 140%). Ancor più nel dettaglio, un albergo tipo dei 33mila mappati in Italia può spendere quest’anno sino a 137mila euro d’elettricità (+76% sul 2021) e 23mila euro di gas (+131%).

“Le misure messe in campo contro l’attuale crisi energetica sono tante – spiega Antonio Griesi, avvocato dell’ufficio tributario Federalberghi –, perché, oltre agli eco-bonus, al conto termico e alle detrazioni fiscali, i 150 milioni del Pnrr per il Turismo pongono al centro degli interventi proprio l’efficientamento energetico, con un vincolo del 50% per le quote di riqualificazione assegnate. Stiamo poi muovendoci per sottoscrivere nuove convenzioni con Enea, oltre a quella già in essere con Unoenergy, con l’obiettivo di incentivare soprattutto la buona pratica della diagnosi energetica: per quanto la maggior parte delle strutture italiane

guardi al fotovoltaico come risorsa per l’abbattimento dei costi, altre tecnologie possono adattarsi meglio a seconda dei casi, ma senza studi preliminari è impossibile individuare il percorso giusto”.

Unoenergy è da tempo partner di Federalberghi e partecipa periodicamente a incontri istituzionali organizzati su tutto il territorio nazionale. “In queste occasioni – illustra Lorenzo Migliorini, senior area sales manager Unoenergy – è prassi presentare soluzioni di efficientamento energetico e mobilità elettrica orientate specificatamente al settore alberghiero, dove vengono illustrati i possibili interventi unitamente agli ambiti normativi e fiscali, rimanendo a disposizione per analizzare le migliori opere di riqualificazione e ammodernamento per ogni singola richiesta”.

Come partner energetico della federazione degli albergatori, oltre alle soluzioni di efficientamento energetico e mobilità elettrica “proponiamo – aggiunge Migliorini – offerte esclusive per le forniture di gas naturale ed energia elet-



trica, sia per le strutture ricettive che per le utenze domestiche del personale che vi lavora all'interno".

La diagnosi energetica diviene perciò il primo passo da compiere in direzione di una reale sostenibilità ambientale, ma anche di una maggior tutela economica, permettendo di evidenziare le differenti necessità delle strutture alberghiere più piccole rispetto alle più grandi. Sebbene gli attuali fornitori energetici faticino ancora a comunicare i dati d'efficienza, è ormai acquisito che sono soprattutto i centri benessere integrati alla struttura alberghiera a incidere maggiormente sui costi energetici, a differenza della climatizzazione generale (controllabile in modo più agile).

"Il bando lanciato a giugno dalla giunta provinciale di Trento per gli investimenti in impianti fotovoltaici – osserva Giovanni Battaiola, presidente Asat-Federalberghi Trentino – è solo una delle tante tappe verso l'autonomia energetica che le strutture del nostro territorio hanno a disposizione. In Trentino non siamo abituati ad attendere l'insorgere di emergenze per perseguire gli obiettivi di sostenibilità, ma da tempo valutiamo e supportiamo varie forme di efficientamento, quali l'adozione di pompe di calore o l'alimentazione a cippato/pellet. Per le strutture ricettive in quota, ad esempio, il fotovoltaico non è funzionale, vista l'abbondanza di neve per lunghi periodi. Avremmo inoltre la possibilità di abbattere i costi sfruttando meglio l'idroelettrico, ma le politiche governative restano focalizzate sull'alimentazione a gas. Per il futuro servirà senza dubbio una riforma complessiva degli oneri di sistema".

L'Hotel del futuro

Dal Competence center all'Hotel del futuro. Ha ormai una forma concreta il progetto lanciato nel 2020 da Federalberghi Torino e Politecnico Torino per efficientare e riprogettare le strutture, con l'obiettivo di rivalutare gli immobili attraverso modelli costruttivi che coniugano risparmio di spesa e tempo con la sostenibilità. "Approfondiamo dei metodi – ha puntualizzato Fabio Borio, presidente di Federalberghi Torino –, basati sulla tecnica costruttiva a secco, che permetteranno di terminare una sostituzione edilizia magari in sei mesi anziché in tre anni, di rimodulare gli spazi interni in chiave di flessibilità e sfiorare l'impatto-zero come consumi energetici".

"È successo molto in questi due anni – ha sottolineato Luca Caneparo, docente Tecnologie dell'architettura al Politecnico di Torino, direttore Lab Laq-Tip –. La piattaforma 'Hotel del futuro' si è sviluppata. Gli obiettivi del progetto sono di sviluppare conoscenza, realizzare strutture alberghiere innovative, facilitando il passaggio all'economia circolare. Per alcuni hotel il costo dell'energia costituisce più del 50% dei costi operativi e di gestione, e quindi il traguardo è lo 'zero energy hotel', attraverso fonti rinnovabili e comunità energetiche".

Lo studio elaborato dal Politecnico di Torino in collaborazione con l'asso-

ciatione alberghiera territoriale si focalizza, inoltre, su nuove metodologie di costruzione, basate sull'utilizzo di sistemi in acciaio leggero e a secco, che,



tra i diversi vantaggi, annoverano un ottimale isolamento termico e acustico.

"Abbiamo configurato una piattaforma finanziaria 'Hotel del futuro' – ha aggiunto Caneparo –, che supporta progetti di ospitalità turistica con investimenti mirati a alberghi nuovi, ampliamenti, conversioni attività e ristrutturazioni. Non da ultimo, la Regione Piemonte sta studiando un finanziamento tramite Bandi Hotel del futuro, della durata di tre anni e destinati a piccole, medie e grandi imprese, dal triplice obiettivo: città e territori resilienti; green building; digitalizzazione".

S.P.

Risparmio energia. Salva l'ambiente.
Save energy. Save the environment.

Molti ospiti che hanno soggiornato prima di te in questa stanza hanno scelto di aiutare l'ambiente usando alcuni semplici accorgimenti per evitare lo spreco di energia elettrica. Unisciti a loro!
Many of the guests who stayed in this room before you chose to help the environment by taking a few simple steps to avoid wasting electricity. Follow their example!

Non accendere con l'aria condizionata, anche a tutela della tua salute.
Regola la temperatura della stanza in modo che sia di qualche grado superiore o inferiore rispetto a quella esterna.
Don't engage with the air conditioning; this will also safeguard your health. Adjust the temperature in your room so that it is only a few degrees above or below the temperature outside.
Chiudi le finestre quando l'aria condizionata è in funzione.
Close the windows when the air conditioning is on.

Scollega i dispositivi una volta terminata la ricarica. Non lasciare inseriti i caricatori nelle prese.
Disconnect your device once it has finished charging. Don't leave chargers plugged in.
Quando dalla stanza ricorda di disinnescare la chiave magnetica.
When you leave your room, remember to take out your key card.
Quando disponibile, utilizza la luce naturale.
Use natural light whenever possible.

In questo modo, contribuirai alla salvaguardia dell'ambiente con un uso responsabile di una delle risorse più preziose del nostro pianeta: l'energia. Grazie per la collaborazione!
In this way you will be helping to safeguard the environment thanks to responsible use of one of our planet's most valuable resources: energy. Thank you for collaborating!

I CARTELLI SALVASPRECO

Federalberghi ha realizzato nuovi cartelli, che gli alberghi associati possono utilizzare per invitare la propria clientela a salvaguardare l'ambiente e a risparmiare energia attraverso alcune semplici buone prassi. Il ministero del Turismo ha concesso il proprio patrocinio a questa iniziativa ideata per promuovere il risparmio energetico all'interno delle strutture turistico-ricettive. Il materiale è disponibile in due lingue (italiano e inglese) ed è realizzato in due versioni differenti, a seconda dei sistemi e programmi di risparmio energetico di cui sono dotate le camere. Il cartello esorta gli ospiti a seguire alcune raccomandazioni, tra cui: evitare un utilizzo eccessivo dell'aria condizionata e regolare la temperatura della stanza in modo razionale; scollegare i dispositivi quando siano ricaricati; sfruttare la luce naturale riducendo il consumo di luce elettrica.

Un lusso da sogno

DI GAIA GUARINO

In molte fiabe c'è sempre una principessa più o meno addormentata che, nel pieno del sonno, viene improvvisamente svegliata da un principe di passaggio. Chissà se dietro il classico lieto fine si celino invece lunghe storie di insonnia e letti scomodi, di fanciulle alla disperata ricerca del materasso perfetto sul quale concedersi lunghe dormite degne di una testa coronata. Se questo è il mondo della fantasia, nella realtà non è certo meno importante riposare adeguatamente per rigenerare il corpo e la mente. E questa regola vale tanto per la propria camera da letto quanto per quella momentanea in albergo. Oggi, infatti, gli hotel prestano grande attenzione alla qualità dei propri letti al fine di garantire agli ospiti il massimo comfort. Ci si basa in primis sulle richieste che arrivano per bocca dei viaggiatori, sono loro a dettare i nuovi trend e spingere la domanda.



“Per noi, il fattore umano della relazione di fiducia tra albergatore e ospite diviene l'elemento fondante su cui creare una consulenza tailor made – spiega Roberta Cinelli, hospitality & contract manager Italia di **Perdormire** –. L'albergatore è chiamato a superare l'ordinario concetto di pernottamento e creare una proposta a tutti gli effetti personalizzata, che gli consenta di far sentire l'ospite come a casa, in un contesto ideale e immaginifico. Noi sosteniamo questo percorso proponendo all'imprenditore le soluzioni più adatte in base alla location dell'hotel, alla tipologia di clientela e allo stile degli spazi, non dimenticando il giusto rapporto tra qualità, valore e risultato percepito”.

“Ci siamo accorti che il cliente che scorre un soggiorno in hotel ricorda in particolare tre dettagli – illustra Adriano Calabrese, amministratore di **Mta Group** –: come ha mangiato, quanto era disponibile e gentile il personale e come ha dormito. È facile rovinare completamente la permanenza in struttura, se ogni mattina l'ospite deve combattere contro i dolori causati da un materasso di pessima qualità o usurato dall'utilizzo prolungato”.



Le aziende del settore rispondono alla voce del mercato con prodotti in linea con le nascenti necessità. Simmons, per esempio, presenta materassi progettati sempre più in un'ottica di eco-design. La vision aziendale, infatti, mira a una produzione sostenibile. Tra le tendenze, il materasso No-flip, che si utilizza solo da un lato, e concepito in un'ottica 'reduce'. Con questa modalità vengono oggi prodotti ben 15 modelli su 20, ossia il 75% della gamma. Di questi il 25% prevede anche la combinazione con Pillow-top-Renew, il che equivale a dire 'Reduce+Reuse', ossia riduzione degli scarti e riutilizzo di prodotti. “I materassi con una parte imbottita rimovibile e sostituibile – puntualizza Andrea Campaner, direttore commerciale Italia **Simmons Hospitality** – sfruttano una minor quantità di materie prime preziose e possono essere facilmente rinnovati alla fine del loro ciclo di vita, prolungandone la durata complessiva. Simmons dispone, inoltre, di una fitta schiera di collaboratori, veri e propri consulenti presenti in ogni parte del territorio, per assistere la clientela in tutte le fasi della scelta della migliore soluzione letto”.



La migliore esperienza
di riposo in Hotel.



Da oggi puoi offrire ai tuoi ospiti il comfort e il design di
Perdormire Hotel.

Per farli sentire a casa, ovunque.

www.perdormirehotel.com - info@perdormirehotel.com

perdormire

hotel sweet hotel



Dorelan punta invece sulla molteplicità delle soluzioni che mette a disposizione per la customizzazione del sistema letto: sommier, materassi, topper e guanciali che possono essere combinati per rispondere a specifici bisogni. Una proposta di materassi con diverse fodere e imbottiture, con cinque diversi sistemi di comfort flip tra cui scegliere. “L’innovazione è uno dei tratti distintivi della nostra azienda – chiarisce infatti Emiliano Izzi, sales manager di **Dorelan Hotel** –: può essere relativa ai prodotti, ai processi, e spesso avviene in collaborazione con i nostri fornitori e con i nostri clienti”.

La filosofia del buon riposo si è fatta strada nella nostra cultura, il relax è diventato il nuovo lusso. Un relax che viaggia di pari passo con il concetto di turismo esperienziale, di digital detox e di green travelling, alla ricerca di una connessione con la natura e con l’autenticità dei luoghi.

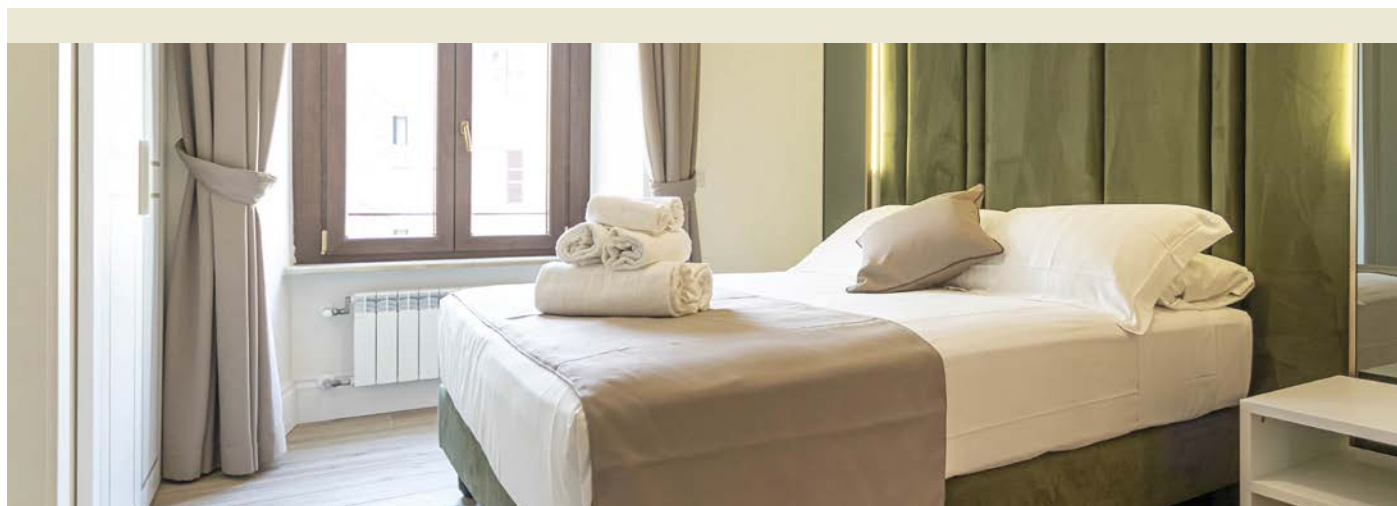
Mta Group crede nel suo materasso Rigenera, realizzato con cura e senza trascurare la componente eco-friendly, visto che per oltre l’80% si compone di materiale riciclato e riciclabile, mentre

Per dormire si concentra sulla bedding experience affinché sia memorabile. “Abbiamo ampliato le collezioni degli imbottiti, sia in termini di modelli sia di tessuti per mettere a disposizione dell’albergatore e dell’interior designer una rosa di possibilità pressoché infinita – racconta Cinelli –. Non solo tessuti tecnici, jacquard o velluti in molte varianti colore, ma anche testiere modulari per vestire ogni camera in maniera diversa”.

Non meno determinante è infine il rapporto di continua consulenza e assi-

stenza che i brand rivolgono agli albergatori. Dalla collaborazione in sinergia con l’hotel alla costante ricerca del benessere tagliato ‘su misura’, per passare poi a una serie di servizi come il supporto per la posa e il montaggio, lo smaltimento dei vecchi materassi, sino a vantaggiose modalità di finanziamento per agevolare gli acquisti.

Non più, insomma, la storia di un riposo ‘a catalogo’, ma di una coccola, un abbraccio con Morfeo per lasciarsi andare ai propri sogni.



L'ARREDATHETA, UNA GALASSIA DI ACCESSORI LETTO

Coperte ignifughe, coprimaterassi, pimini, zampe sommier, reti rinforzate. Sono soltanto alcuni dei prodotti per i sistemi letto che L'Arredatheta ha progettato per la ricettività alberghiera. Realizzate 100% made in Italy, le morbide coperte sono proposte in quattro differenti versioni e tessuti, ma in tante diverse tinte e personalizzabili a ricamo, con una composizione per il 60% lana e 40% modacrilico antipilling. Sono, invece, 11 le versioni che l'azienda è in grado di produrre per i sommier ignifughi, a zampa fissa o con rotelle, rivestiti in tessuto o ecopelle.

I CUSCINI SECONDO PARMA RETI HOTELLERIE

I cuscini ignifughi per hotel Parma Reti vantano tutte le certificazioni necessarie. Sono infatti omologati in classe 1IM, oltre a essere anti-acaro e anallergici. L'azienda ha selezionato le tecnologie e i materiali con il miglior rapporto qualità/prezzo per garantire all'albergatore risparmio e durata nel tempo e all'ospite della struttura il comfort desiderato, soprattutto in caso di soggiorni prolungati. I cuscini ignifughi hanno diverse fasce di prezzo per rispondere alle esigenze di strutture ricettive di diverse tipologie e classi e sono tutti realizzati con materie prime di qualità, certificate e non inquinanti. Inoltre, gli esperti sono a disposizione per aiutare a scegliere i cuscini più adatti alle esigenze.



NOLEGGIO E RINNOVO, LA FORMULA DI FLEXILAN

Una nuova proposta di fornitura per il settore degli hotel: è la Flexilan-Noleggio, che l'azienda produttrice di sistemi per il riposo dedica agli albergatori. Una formula consiste nell'offrire, alla struttura interessata, i prodotti senza l'obbligo di vendita-acquisto, ma in semplice locazione, permettendo così di offrire agli ospiti una qualità rinnovata e innovata nel tempo. Il servizio è completato da un'opportuna comunicazione di marketing sulle caratteristiche del prodotto, ad esempio con cartellini esplicativi da esporre sul comodino, in modo da accrescere l'informazione sul comfort della camera.



HIGHLIGHTS

PERDORMIRE HOTEL: IL SEGRETO È UNA BEDDING EXPERIENCE DA RICORDARE



La qualità del riposo è fra gli elementi che fanno di una vacanza un soggiorno memorabile. Un materasso di qualità, la cura e lo stile della camera da letto, e l'armonia di tutto l'insieme, creano quel valore di comfort percepito che in **Perdormire Hotel** si chiama **'Bedding Experience'**, ovvero la proposta di un sistema letto declinato in molte

varianti di stile e contenuti tecnici. NH Palazzo Gaddi a Firenze, o l'Hotel Italia Palace di Lignano Sabbiadoro, il Maranello Village di Maranello, oppure l'Hotel Favignana Resort di Favignana sono alcune delle strutture che hanno scelto soluzioni Perdormire Hotel per offrire ai loro ospiti un'esperienza di riposo da ricordare.

Materassi ad alto contenuto tecnologico, prodotti dall'azienda pistoiese con un know-how di oltre 50 anni, letti e dormeuse che incontrano ogni esigenza di interior design, anche 'custom made'. Come Boiserie, un unico modello con un alto contenuto di customizzazione, composto da una testata modulabile secondo 32 combinazioni cromatiche possibili: monocolori, bicolore, con lo stesso tessuto di rivestimento, o con colori e materiali assortiti per realizzare un letto personalizzato e in linea con il mood della camera. Boiserie è una soluzione non convenzionale per fare del letto un elemento d'arredo personale, discreto e funzionale.

Design e tecnologia: l'accoglienza 'intelligente'



Smart Access è un prodotto realizzato da Bticino ad hoc per il settore dell'hospitality. Si tratta di un sistema di controllo accessi di ultima generazione, gestibile con uno smartphone o un pc, sia localmente che da remoto, che permette l'accesso a strutture ricettive senza l'utilizzo di chiavi o badge. Un supporto studiato per gestire arrivi e partenze in qualsiasi momento della giornata, oltre che per evitare contatti non necessari. Attraverso l'app dedicata, oppure da pc/Mac, si può effettuare il check-in di un nuovo cliente, inserendo i dati anagrafici, il periodo di permanenza e la camera assegnata. Il sistema invia in modo automatico un'email all'ospite con la possibilità di scaricare l'app e ottenere il badge virtuale per l'accesso alla struttura nei giorni prenotati. È il web server che integra tutte le funzioni necessarie, e deve essere installato in un quadro elettrico e collegato a un alimentatore in dotazione. Tutte le operazioni sono tracciate e memorizzate, e questo permette di conoscere eventuali tentativi di utilizzo improprio dell'app su varchi non autorizzati o con badge scaduti. Il gestore, attivando il servizio notifiche, può monitorare anche da remoto quello che succede nella struttura ed eventualmente consultare il log degli accessi, ma sempre nel rispetto della privacy.

Segue a pag. 36 ►

CAPOVATICANO RESORT THALASSO SPA:



la trasformazione digitale è un successo grazie all'esperienza progettuale di Aetherna e all'innovativa tecnologia di TP-Link Omada.

“Se consideriamo i recenti cambiamenti sociali, ci rendiamo conto di come il vero lusso oggi sia dare la possibilità ai nostri Ospiti di poter scegliere il grado di intermediazione umana nell'utilizzare i nostri servizi.” **Iconio Bagnato - Direttore Operativo di Capovaticano Resort Thalasso SPA.**

Capovaticano Resort Thalasso SPA è una destinazione benessere situata a pochi minuti da Tropea, lungo la Costa degli Dei. Per la digitalizzazione dei suoi servizi, passo fondamentale nella strategia di posizionamento della struttura, si è affidato ad **Aetherna**, Partner Tecnologico specializzato nella fornitura di servizi digitali per il mondo hospitality. La tecnologia **TP-Link Omada SDN** ha permesso di realizzare un'infrastruttura di rete di alto livello, per soddisfare tutte le esigenze di digitalizzazione del Resort. Il progetto nella sua fase iniziale ha infatti previsto una consulenza approfondita, con lo scopo di cogliere le necessità della struttura, il tipo di esperienza desiderata per i propri ospiti, e individuare le migliori tecnologie disponibili coerentemente con la Brand Identity del Resort.

“Gli strumenti sviluppati con il supporto di Aetherna hanno radicalmente trasformato le più comuni tecnologie digitali, come la TV e il Wi-Fi, in fattori

di miglioramento dell'esperienza dei nostri Ospiti. Ciascuno di essi può, da oggi, informarsi, interagire, addirittura prenotare i diversi servizi dell'hotel, in maniera totalmente autonoma dal proprio smartphone. Questi stessi strumenti digitali ci permettono anche di comprendere il grado di soddisfazione del nostro Ospite e di intervenire tempestivamente se c'è bisogno. Questo per noi è un aspetto molto importante che ci permette di trasformare un Cliente insoddisfatto in un'Ospite felice e addirittura in un ambasciatore del nostro marchio all'esterno.” **Coro Ortiz de Artinano - Chief Strategy & Commercial Officer.**

Parte fondamentale della missione è stata **la progettazione dell'intera infrastruttura Wi-Fi**, a partire dalla realizzazione dei cablaggi in fibra, fino all'installazione degli apparati necessari.

L'obiettivo era coprire in maniera capillare l'intero Resort, **dedicando un access point per ogni singola camera** e raggiungendo ogni punto della struttura, dal ristorante, alla piscina, alla spiaggia, alla SPA.

Aetherna ha scelto TP-LINK come Partner del progetto, e in particolare la soluzione business wireless & networking **Omada SDN**, grazie al know-how e al supporto offerto dal team di TP-Link Italia nello sviluppo dell'infrastruttura e alla qualità ed affidabilità dei prodotti

dell'azienda, che includono soluzioni Wi-Fi 6 di ultima generazione.

Velocità e stabilità di connessione rendono il servizio Wi-Fi di Capovaticano Resort affidabile e adeguato anche alle nuove esigenze del mondo del lavoro da remoto, per garantire agli ospiti il miglior servizio possibile, sia in occasione di eventi aziendali e convention che durante la loro workation.

Il ruolo della tecnologia non è quello di sostituirsi allo staff alberghiero, ma di ottimizzare le attività dello stesso, automatizzando tutti quei processi che portano via tempo ed energie e che non aggiungono valore al lavoro quotidiano. In questo modo il personale può dedicarsi totalmente al benessere dell'Ospite e offrire realmente un soggiorno di lusso al massimo del comfort.



“Abbiamo capito come la trasformazione digitale fosse un punto fermo necessario per accrescere l'esperienza dell'Ospite in hotel, col corretto bilanciamento tra esperienza digitale e quello che è invece l'apporto umano del servizio che rimane fondamentale per noi.”

Luca Giuliano - CEO

MAGGIORI INFORMAZIONI:
www.tp-link.com/it
www.aetherna.com





STS HOTEL: CLIMATIZZAZIONE TEMPORIZZATA

Una funzionalità tipica di Sts Hotel è la gestione della climatizzazione. In un'ottica di risparmio energetico la regolazione della temperatura di camera e zone comuni di una struttura risulta strategica. L'ospite in camera può impostare la temperatura voluta tramite un set-point compreso tra i limiti previsti dal gestore; quando l'ospite lascia la camera il sistema si preoccupa di attivare le impostazioni di mantenimento. Il gestore, oltre a impostare set-point minimi e massimi utilizzabili dai clienti, e attivazioni temporizzate della climatizzazione, ha la possibilità di associare l'attivazione o la variazione dei set-point alle operazioni di check-in e check-out. Il termostato climatizzatore può avere estetica personalizzata e comandi semplificati per facilitare l'utilizzo all'ospite, o avere tutti i comandi tipici di un climatizzatore completo. La sonda che rileva la temperatura può essere a bordo del modulo o remotizzata in un punto più idoneo all'interno della camera. Inoltre, grazie alla gestione domotica Sts Hotel è possibile controllare il termostato di camera tramite webapp, da qualsiasi dispositivo mobile connesso alla wi-fi della struttura, impostando il set point e accendendo o spegnendo la climatizzazione.

HÄFELE: UN SISTEMA, TANTE POSSIBILITÀ

La gamma Häfele di soluzioni per il comparto hotellerie consente di realizzare design di volta in volta differenti e visivamente uniformi. Il claim 'One Room. One Face' rappresenta coerenza estetica di design e finiture, dalle soluzioni per porte agli accessori per camere da letto e zona bagno. La camera d'albergo viene presentata come un'unità stilistica a se stante, ben definita, sia dal punto di vista dell'atmosfera che sotto l'aspetto funzionale. La gamma Häfele per l'hotel è, inoltre, progettata per integrarsi in qualsiasi ambiente. Grazie a uno studio dei trend internazionali, l'azienda ha realizzato un assortimento di design con finiture moderne o tradizionali. La gamma di prodotti classici per hotel è disponibile in quattro finiture moderne standard: maniglie, pomoli, ganci appendiabiti, lampade Led, cestini, dosatori per sapone liquido, portasciugamani. 'One Look. All Areas', ovvero un design uniforme per tutte le stanze, ma nella varietà. La gamma Häfele presenta una gamma di soluzioni di ferramenta tecnica e di accessori d'arredo funzionali, che insieme contribuiscono a definire l'atmosfera complessiva di un ambiente.



TP-LINK: WIRELESS & NETWORKING

Per le attività operanti nel settore hospitality una connettività wireless e cablata performante e stabile è imprescindibile sia dal punto di vista dell'operatività amministrativa e organizzativa, sia come servizio rivolto agli ospiti della struttura. È il credo di Tp-Link, che sottolinea come la qualità della connessione internet si attesti tra le principali metriche di valutazione del soggiorno e come strumento per ridisegnare l'esperienza utente in chiave digital, favorendo anche il distanziamento e la sicurezza di clienti e staff. Omada Sdn è la soluzione software defined che offre soluzioni wireless e cablate ideali per strutture alberghiere e spazi pubblici: integra una gamma completa di dispositivi - access point, switch, gateway e hardware controller - in una soluzione scalabile con gestione centralizzata full-cloud e hybrid-cloud. Un team tecnico specializzato può guidare in ogni fase di progettazione dell'infrastruttura, dalla scelta dei dispositivi più adatti alle tue esigenze di rete, alla prima configurazione.

IL DESIGN COORDINATO DI DOMINA HOTEL

Forme e materiali differenti coordinati da un design moderno: Domina Hotel si propone per le scelte di stile. Dall'interruttore al lettore di stanza, dal termostato alla presa di corrente, ogni dispositivo è esteticamente connesso con quelli che lo circondano per dare all'albergo quell'atmosfera unica. Le placche Ave Touch sono una combinazione di classe e innovazione, eleganti soluzioni dotate di tecnologia 'a sfioramento' per modernizzare la struttura restituendo un contatto informale con i comandi, con la luce e l'hotel. Le dita possono toccare, sfiorare o scivolare su aree in cristallo e in alluminio disposte per ridefinire la relazione con la luce e con le funzioni domotiche. Le placche sono contraddistinte da un delicato led luminoso blu a basso consumo e da una lieve zigrinatura sulla superficie che segnalano al dito il punto da toccare, mentre un leggero 'tic' sonoro conferma all'utilizzatore ogni accensione o spegnimento dell'interruttore.



SMARTYKEE, LE CHIAVI SU WHATSAPP

Elimina le code alla reception, fa risparmiare sulla consegna chiavi e automatizza il controllo accessi. È Smartykee, il sistema che consente di inviare le chiavi a distanza tramite whatsapp, e-mail o sms. I destinatari ricevono un semplice link che permette loro di utilizzare la chiave smart con qualsiasi cellulare e senza scaricare app aggiuntive.



VDA, INTERACTIVE TV

PowerTv Onair, nell'ambito del sistema Interactive Tv della Vda, è la vetrina dell'hotel per promuovere i propri servizi attraverso il televisore in camera o sui dispositivi mobili degli ospiti, e informarli in tempo reale sulle attività in programma nell'hotel, per conoscere la città, i ristoranti consigliati, vedere film, ascoltare musica: tutto on demand e in tecnologia digitale. Il sistema di gestione è basato su una piattaforma Cloud che permette la centralizzazione degli aggiornamenti software e firmware del sistema stesso. Un server installato localmente garantisce la continuità del servizio anche in mancanza di connettività, così l'hotel è in grado di gestire direttamente le proprie informazioni, aggiornando autonomamente contenuti e immagini. E con le app disponibili su Apple e Google Store, alla piattaforma dei servizi e all'access point Wi-Fi integrato nel box di camera, gli ospiti possono proiettare a schermo foto, filmati e ascoltare le tracce audio dai loro dispositivi.

MICRODEVICE: IL FRIGOBAR ONLINE BREVETTATO

Frigobar Online è un brevetto Microdevice, costituito da una serie di ripiani ad alveoli "intelligenti" capaci di segnalare, visualizzare e contabilizzare alla reception tutti i movimenti delle bevande e snack, creando, quindi, uno storico dei consumi. La tecnologia di Frigobar Online è applicabile a tutti i modelli standard da 50-60 litri. Un intuitivo sistema di tabelle e icone simula in modo virtuale la disposizione delle bevande e snack all'interno dei ripiani, e, attraverso queste tabelle, è possibile programmare la posizione dei prodotti, assegnare un prezzo, registrare un prelievo e uno storico totale per poter gestire statistiche o rifornimenti suddivisi per prodotto, numero di stanza ecc. Quando il cliente preleva una bevanda, automaticamente il sensore comunica il movimento e lo registra, discriminando un semplice spostamento da un prelievo effettivo, tramite un algoritmo sul tempo. Lo scorrimento dei grafici consente, inoltre, al supervisore di contabilizzare i consumi e predisporre la lista delle scorte.



GFPLAB, TUTTO SOTTO CONTROLLO

Soluzioni di controllo accessi e automazione camera sono il core business di GfpLab. SenseDoor è la soluzione di automazione e controllo accessi per alberghi di dimensioni contenute; si installa anche sulla cornice della porta e ha una retroilluminazione Rgb personalizzabile, che indica lo stato della camera; non necessita di centraline nel quadro di camera ed è disponibile anche senza necessità di controllori o software. SenseDoor può comunicare con sensori e attuatori senza fili con tecnologia EnOcean, i cui dispositivi integrabili sono pulsanti (per pilotare punti luci, tapparelle ecc.), contatti magnetici (per rilevare l'apertura di porte e finestre) e termostati.

I TOUCH PANEL DI BLUMOTIX

I touch panel Theo di Blumotix permettono di controllare qualunque impianto Knx in modo semplice e intuitivo. L'utilizzo di un vetro capacitivo multifinger consente di trascinare e far scorrere i comandi per rendere più semplice e intuitivo l'uso del dispositivo. Il display Ips offre una definizione video di qualità Hd con un ampio angolo di visione verticale e orizzontale. I touch panel resistivi della linea Kairos consentono di visualizzare e modificare in modo semplice e intuitivo lo stato di ogni dispositivo Knx installato nell'impianto, permettendo il completo controllo dell'ambiente. L'aspetto dei singoli pannelli è completamente personalizzabile grazie alla possibilità di modificare le caratteristiche grafiche dell'interfaccia utente inserendo mappe, planimetrie, immagini e icone.



ITALIAN EXHIBITION GROUP

Providing the future

IEG - Italian Exhibition Group S.p.A.,
società con azioni quotate su Euronext Milan,
mercato regolamentato organizzato
e gestito da Borsa Italiana S.p.A.,
è da decenni a fianco di migliaia di imprese
che si affidano alla sua esperienza
di organizzatore fieristico e congressuale
per moltiplicare il business internazionale.
Un ruolo di responsabilità e impegno costante,
a fianco delle aziende per il loro successo.

RIMINI
VICENZA
MILANO
AREZZO
LAS VEGAS
NEW YORK
LEON
SAN PAOLO
DUBAI
MUMBAI
CHENGDU

ITALIAN EXHIBITION GROUP SPA
iegexpo.it

per date sempre
aggiornate



Le nuove frontiere dell'interior design



PEDRALI

Uno spazio dedicato all'ospitalità, caratterizzato da tonalità neutre e da una parete color blu notte. È l'ambientazione ideata dallo studio Calvi Brambilla per #PedraliNewHorizons al Salone del Mobile di Milano. Protagonista, la nuova poltrona Héra Lounge, di Patrick Jouin, che riprende la silhouette della poltrona disegnata nel 2019 e che concretizza il concetto di leggerezza unendolo al comfort e all'eleganza. Realizzata in frassino, ha uno schienale in legno massello curvato definito da una fascia dalla forma avvolgente e scultorea che termina con le gambe a sezione rettangolare con angoli raggianti. Il sedile imbottito in schiumato poliuretano, supportato da cinghie elastiche, ne massimizza l'accoglienza.

IX-CUBE

Stile, riprogettabilità e sostenibilità sintetizzati in un unico oggetto: IX-Cube è la nuova proposta di Erre Bibi, che ha curato l'ingegnerizzazione e il brevetto del prodotto. Le sedute modulari componibili costituiscono un arredo modulare e componibile di design ideale per arredare spazi collettivi di hotel, b&b, ristoranti e bar. Grazie alla sua versatilità, può essere combinato in diversi modi per creare composizioni di sedute, consentendo di arredare in maniera professionale lo spazio dedicato all'accoglienza dei clienti. La varietà di configurazioni delle sedute IX-Cube va dalle sedie con schienale ai divanetti con poggiatesta, dai divani angolari sino alle poltrone con pouf.



LEMA

Victor è lo scrittoio dall'anima retrò targato Lema. Con struttura in legno massello, reca l'impronta e lo stile di Roberto Lazzeroni, che propone una rilettura in chiave contemporanea di pezzi dal sapore antico, smorzati da un minimalismo moderno elegante e mai scontato. Lo scrittoio Victor si caratterizza per l'armonioso contrasto tra la struttura in legno massello, espressione di uno stile senza tempo, e il piano laccato opaco che ne interrompe la classicità. La struttura nasconde tre utili e funzionali cassetti a scomparsa.

Segue a pag. 40 ►

POLIFORM

Il piacere della convivialità prende vita nella proposta living Saint-Germain, un sistema di divani, disegnato da Jean-Marie Massaud, dalle forme sinuose e organiche. La sua indole informale è un invito alla socialità, all'incontro, e la sua modularità permette di giocare con combinazioni sempre differenti. Nella neutralità della palette cromatica, si respirano vibranti alchimie materiche. Le proposte 2022 di Poliform, presentate al Salone del Mobile, assecondano le nuove necessità abitative rispondendo al contempo ai trend stilistici contemporanei. E in un contesto dalla forte connotazione architettonica, diventa protagonista Brera, un sistema di divani dove l'eleganza si esprime attraverso un segno orizzontale, pulito e contemporaneo.



KE PROTEZIONI SOLARI

Sunlight è una nuova tipologia di serra dotata di tetto in vetro, studiata per ridisegnare gli spazi esterni in simbiosi con l'ambiente circostante, donando un nuovo senso di ampiezza e cambiando il concetto di comfort e luce naturale. Si armonizza in maniera razionale con l'architettura della struttura, grazie anche alla forma lineare a tetto piano che nasconde al suo interno le lastre di vetro inclinate, e ricreando uno spazio accogliente che offre uno sguardo alle forme del verde e a pieno contatto con la natura. È costituita da uno scheletro in alluminio dalle forme essenziali e pulite, con viteria non in vista. Modulabile in larghezza, è disponibile in forma autoportante o addossata, e si presta a essere inserita in spazi di forme diverse, coprendo metrature importanti, e con un impatto estetico minimale. Può essere integrata da un sistema di schermatura solare soprattutto a telo avvolgibile.

FLOU

Il lettino outdoor Gaudí, designed by Matteo Nunziati, riprende, nei materiali e nel segno, i tratti dell'omonima collezione di sedute da esterno combinando la naturalità del legno e il comfort della seduta. La classica forma e le classiche funzioni del lettino da spiaggia sono rivisitate in chiave raffinata: la struttura in legno di iroko definisce il profilo e la forma dei piedini anteriori; la seduta con materassino amovibile imbottito offre una comoda testata reclinabile; la parte posteriore è dotata di ruote. Il legno di iroko è offerto in tre varianti: naturale, tinto grigio o tinto caffè. La struttura è in acciaio inox verniciato con polveri epossidiche colore nero. Base con cinghie elastiche e schienale reclinabile. Materassino indeformabile a densità unica drenante con rivestimento sfoderabile nei tessuti Flou collezione outdoor o tessuti compatibili all'utilizzo outdoor coperto.



BRONZETTO

L'evoluzione della luce che suona. Ovvero Soundlight, nato da un'idea del giovane designer Niccolò Tardelli e dall'esigenza di realizzare una fonte unica di luce e suono in ambienti ridotti, con un design semplice ma sorprendente. È la nuova generazione di lampade che sono insieme fonte di luce e suono. Caratterizzate da una forma semisferica, di quasi un metro di diametro, sono realizzate in ottone e interamente rivestite in foglia oro, in stile artigianale fiorentino. L'aspetto vintage e industriale della linea Brass Brothers & Co. incontra le tecnologie di architettura del suono progettate da Volumio e Glauk. Grazie agli Exciters, utilizzati al posto dei classici altoparlanti, è la materia stessa che si trasforma in cassa di amplificazione: viene sollecitata, infatti, l'intera superficie dell'oggetto che emette le frequenze audio diventando cassa acustica con una resa sonora tridimensionale e omnidirezionale. Il sistema è inoltre predisposto per equalizzare il suono in base della risposta del materiale con cui è realizzata e in relazione alle frequenze che devono essere emesse. Il tutto supportato da un amplificatore digitale che garantisce minori consumi.

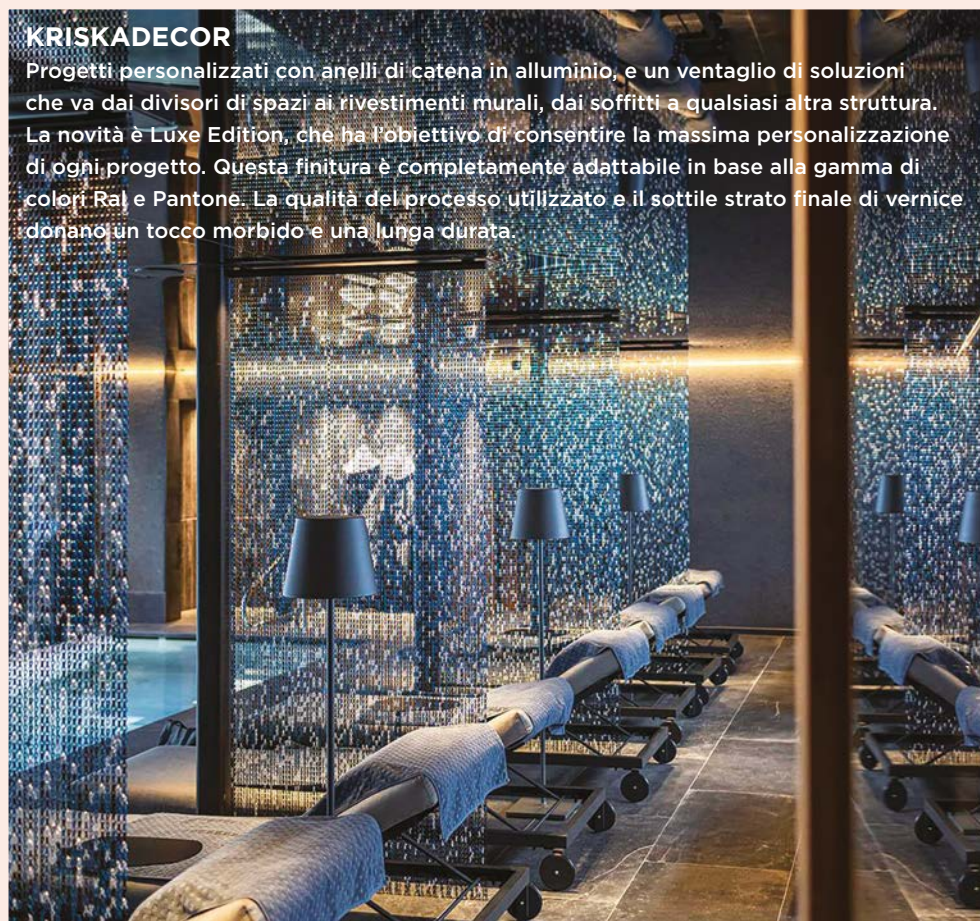


ANTONIO LUPI

Bemade_Contenitori, su design di Carlo Colombo, è una collezione nata da un progetto che si evolve e si amplia nel tempo. Le nuove colonne guardaroba portano in sé tutti i caratteri del progetto originario, aggiornandolo per dimensioni e proporzioni. Volumi netti che disegnano sulla parete architetture fatte di riflessi, luci e ombre. Disponibili in diverse larghezze, altezze e profondità, nella versione singola a un'anta oppure doppia con due ante, costituiscono una soluzione di valore estetico e di funzionalità grazie allo spazio disponibile e alla possibilità di integrare l'illuminazione a led in ogni ripiano. Le colonne guardaroba possono essere realizzate in diverse essenze legno, o nel campionario colori dei laccati antoniolupi. La finitura Skin cenere conferisce ai volumi un'immagine profonda. Diverse le proposte per i vetri: da quelli trasparenti in bronzo e fumé a quelli acidati, da quelli cannettati ai riflettenti.

KRISKADECOR

Progetti personalizzati con anelli di catena in alluminio, e un ventaglio di soluzioni che va dai divisori di spazi ai rivestimenti murali, dai soffitti a qualsiasi altra struttura. La novità è Luxe Edition, che ha l'obiettivo di consentire la massima personalizzazione di ogni progetto. Questa finitura è completamente adattabile in base alla gamma di colori Ral e Pantone. La qualità del processo utilizzato e il sottile strato finale di vernice donano un tocco morbido e una lunga durata.



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



Turismo e Big Data: come profilare i clienti

Guida all'utilizzo delle informazioni, per personalizzare l'offerta e fidelizzare gli ospiti

Ognuno di noi genera ogni giorno una moltitudine di dati, spesso anche senza accorgersene. La geolocalizzazione attiva sul cellulare, le foto che scattiamo durante una bella vacanza, le ricerche online per trovare il numero di un taxi o il negozio di alimentari più vicino. Tutte queste informazioni – e molte altre di più – messe insieme costituiscono i cosiddetti Big Data. Impossibili da contare uno per uno, molto potenti se analizzati con metodo per gestire in maniera più efficace la propria attività, soprattutto quando questa implica il contatto con le persone.

L'accelerata digitalizzazione, intesa come utilizzo più espanso e trasversale dei dispositivi elettronici, ha fatto sì che l'ago della bilancia dell'organizzazione e dell'acquisto di viaggi e pernottamenti si spostasse quasi completamente sull'online, permettendo così la nasci-

ta del rapporto tra struttura ricettiva e cliente in un mondo nuovo, meno “umano” forse, ma non per questo meno interattivo e meno efficace, soprattutto in termini di targetizzazione e personalizzazione, anche su larga scala.

THINK BIG, WIN BIG: DALLE TRE V ALLE TRE C

Il segreto è non tanto puntare a “grandi dati” ma a “dati grandi”. In generale, i Big Data sono definiti da tre variabili:

- Volume: nel senso di quantità di informazioni derivanti da fonti eterogenee, non per forza di qualità;
- Velocità: nel senso di capacità di evolversi e variare in maniera repentina, diventando rapidamente obsoleti;
- Varietà: nel senso di tipologie esistenti (dati strutturati, non strutturati, quantitativi, qualitativi, numeri, parole, immagini).

Solo se questi dati inizialmente grezzi vengono gestiti in maniera rigorosa allora è possibile tradurre, incanalare, analizzare ed epurare le informazioni per dare loro un significato strategico. Solo così i Big Data possono essere trasformati in dati statistici affidabili, tali da costituire le basi portanti per l'implementazione di mosse strategiche per la crescita del business.

In termini concreti, per fare questo switch occorrono:



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. 44 ►



- **Connessione:** i dati devono essere collegati e correlati tra di loro;
- **Controllo:** i dati devono essere monitorati e utilizzati in maniera strategica per migliorare le performance;
- **Crescita:** i dati devono risultare funzionali alla strategia e all'implementazione della visione aziendale.

basano su assunti generalizzati ma su statistiche oggettive, sulla base delle quali poter costruire prodotti e servizi tailor made, capaci di massimizzare la fidelizzazione della clientela. Ad esempio: dall'analisi dei tuoi dati risulta che le coppie sono quelle più difficili da far tornare in struttura?



PER IL TURISMO FUNZIONA?

Negli ultimi tempi, la parola chiave per il mondo del turismo e dell'accoglienza è diventata "personalizzazione". Della proposta, della tariffa, dell'esperienza in totale. In real time. Ecco perché i Big Data possono davvero diventare rilevanti per le imprese del settore che vogliono essere competitive sul mercato e mantenere intatta nel tempo una proposta attrattiva per la propria clientela target.

Grazie alla raccolta, all'omogeneizzazione, all'estrapolazione e all'interpretazione dei dati ricavati dai canali online – social network, piattaforme di aggregazione per prenotazioni o recensioni online, sito web, mobile app, Ota ecc. – e dai propri sistemi gestionali, è possibile arrivare alla costruzione delle buyer personas, ovvero "profili universali" di potenziali clienti interessati alla proposta. Ma non solo: si può arrivare addirittura a rendere unico il rapporto con ciascun ospite.

Tutto questo per dare vita a strumenti predittivi di qualità, che non si

Dai propri sistemi gestionali è possibile arrivare ai "profili universali"

Puoi decidere di focalizzarti su quel segmento perché ti rendi conto che tra quegli ospiti ci sono quelli più alto-spendenti, clusterizzare per età e proporre pacchetti ad hoc sulla base delle esigenze e degli interessi: potresti puntare sulla formula pernottamento e prima colazione per le coppie più giovani, con annesse escursioni e organizzazione di servizi extra tra cui noleggio bici, o ancora potresti proporre una mezza pensione per le coppie più adulte insieme a un pacchetto relax. Sempre, ovviamente, se questi, dalle informazioni che puoi ricavare dai tuoi sistemi, sembrano essere i reali interessi dei tuoi clienti. E non dovrai essere tu a immaginarlo navigando a vista: saranno i dati a parlare e a darti una soluzione con alta possibilità di riuscita.

CASI PRATICI

Per il turismo, massimizzare fatturato e profitti è fondamentale, soprattutto di fronte a un mercato incerto e fluttuante, e per fare questo bisogna essere in grado di vendere il prodotto giusto al cliente giusto – cioè quello in linea con il target –, al tempo giusto – quando lo cerca –, al prezzo giusto e mediante il canale giusto –secondo le sue abitudini. Per questo i Big Data sono fondamentali. I prezzi possono essere costruiti dall'analisi di alcuni indicatori rilevanti, come ad esempio i tassi di occupazione in concomitanza con particolari periodi dell'anno (stagioni, festività, eventi). Questo per massimizzare le revenue e al contempo la soddisfazione del cliente. Molte linee aeree utilizzano i Big Data proprio per questo, per migliorare le strategie di revenue management, così come anche le grandi Ota e le catene alberghiere.

Ma far crescere i numeri non è l'unico obiettivo. Ogni interazione con il cliente può essere migliorata se si è a conoscenza di cosa ha bisogno: più si è a conoscenza dei suoi desideri e delle sue esigenze, più è possibile a targetizzare gli sforzi di marketing. Di fatto, poi, maggiori match tra quello che offri e quello che il cliente vuole, maggiore la possibilità di conversione alla vendita, sia offline sia online.

Gli hotel del gruppo Hilton utilizzano una *balanced scorecard* finalizzata a individuare i fattori che guidano le performance organizzative, per individuare correlazioni tra le attività e i comportamenti dei loro clienti e il loro livello di soddisfazione.

Sta di fatto che, grazie a una costante analisi di dati, è possibile non solo aumentare i ricavi ma anche ottimizzare la gestione day-by-day. È quello che è successo negli hotel Ihg, dove sono state costruite e automatizzate e-mail dinamiche per la conferma delle prenotazioni e per l'invio delle offerte personalizzate, con un'ottima risposta da parte degli ospiti e una notevole riduzione del tempo (parliamo di un 81% in meno!) che il personale impiegava per preparare e inviare tali e-mail.

La Biennale d'arte si fa spazio in hotel

Al Sina Centurion Palace le opere di artisti internazionali che espongono alla 59a edizione dell'exhibition veneziana



Carla Carletto - Tony Cragg

All'appuntamento con la Biennale d'arte di Venezia non poteva mancare il Sina Centurion Palace, cinque stelle lusso con affaccio sul Canal Grande, già location prescelta dagli appassionati di design, arte moderna e contemporanea, per le opere distribuite negli spazi esterni e interni, immerse nella classicità del palazzo ottocentesco. Una collezione che ora, con la Biennale in corso, si arricchisce ulteriormente. Al Sina Centurion Palace, infatti, si possono ammirare sculture come "Margot", di Bruno Catalano, che evolve dall'argilla al bronzo e scolpisce personaggi sempre



Lobby

più grandi; "San Marco 2", del veneziano Ludovico De Luigi, noto per i suoi enormi cavalli di bronzo, ispirati alla famosa quadriglia della Basilica di San Marco; e anche dipinti di autori quali Alia Ali, Nadia Cascini, Gavin Rain. Tutte opere fornite da gallerie come Bugno Art Gallery, Galleria Ravagnan, 193 Gallery, che contribuiscono a impreziosire l'architettura dell'edificio, collocato nel sestiere di Dorsoduro, vicino alle Gallerie dell'Accademia e alla Collezione Guggenheim. Tra le altre opere esposte, le sculture di Andrea Roggi, "La Sorgente del nostro Amore" e "Le Radici", collocate nella corte interna assieme alla scultura "Hubert" di Catalano; l'opera del britannico Tony Cragg, "Runner", 'guarda' il Canal Grande. E ancora, i dipinti di Attasit Pokpong, "Imagination 2" e "My Lady 2".

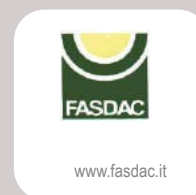
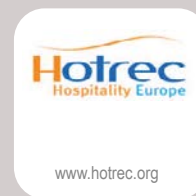


Alia Ali

Il Sina Centurion Palace, situato nell'opera ottocentesca anticamente conosciuta come Palazzo Genovese, nel 2019 ha celebrato il suo decimo anniversario dal restyling progettato dallo studio Guido Ciompi & Partners. Al suo interno si fondono stile classico e contemporaneo, con ambienti particolari, design esclusivo, materiali ricercati e colori suggestivi.

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



Il Cristallo alza la quota

Upgrading per un simbolo alberghiero di Cortina d'Ampezzo, che sarà ristrutturato per le Olimpiadi invernali 2026. Un progetto realizzato dagli architetti Herzog e deMeuron



È firmato dagli architetti Herzog e deMeuron il progetto di restyling che posizionerà lo storico Hotel Cristallo di Cortina d'Ampezzo ai più alti standard del lusso. La struttura sarà, infatti, sottoposta a una sostanziale ristrutturazione e a un nuovo ampliamento. I lavori avranno inizio nel secondo trimestre del 2023 per terminare, dopo un periodo di sospensione dell'operatività, nella prima metà del 2025. Per l'estate dello stesso anno è programmata la riapertura del resort, che recherà l'insegna Mandarin Oriental, pronto, quindi, per il grande appuntamento delle Olimpiadi invernali Milano-Cortina 2026.

A ristrutturazione completata, l'hotel potrà contare su un totale di 83 camere, gran parte delle quali dotate di terrazzo, tra cui ben 30 suite affacciate sulle Dolomiti. Sarà caratterizzato da una gamma diversificata di ristoranti e bar, da spazi flessibili e modulari per l'intrattenimento e per gli eventi, mentre un'ampia area verrà dedicata a termale e wellness, con una piscina che attraverserà la struttura dall'interno all'esterno. Il resort punterà anche al target famiglie, dotandosi di un kid's club attrezzato per varie fasce d'età.

Costruito nel 1901 in stile Art Nouveau, dopo i Giochi Olimpici di Cortina del 1956 l'hotel è entrato a pieno

titolo nell'epoca d'oro della destinazione sciistica delle Dolomiti, ospitando molte celebrità internazionali e facendo da sfondo a diversi film. Nel 2021 la proprietà è stata acquisita da fondi gestiti da Attestor Limited, proprietaria anche del Mandarin Oriental sul Lago di Como.

Attualmente il Cristallo, a Luxury Collection Resort & Spa dispone di 74 camere e suite; le due Presidential sono veri e propri appartamenti con spa private, sauna, bagno turco e servizio di maggiordomo personale. Inoltre, fitness, centro benessere, miniclub e quattro ristoranti per altrettante offerte gastronomiche.

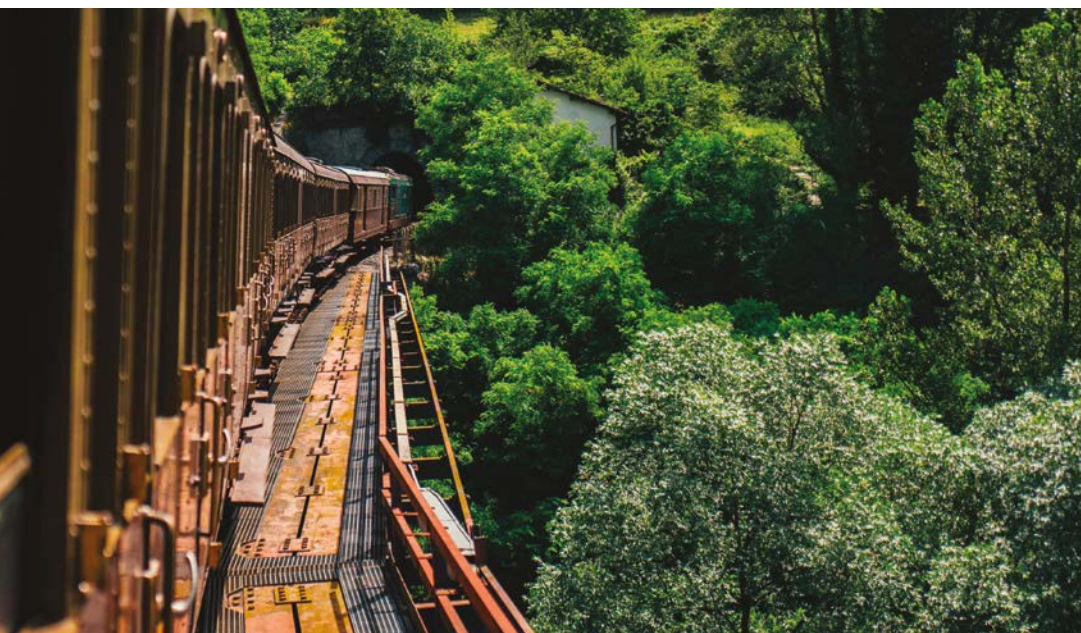
Sui binari della cultura

Riparte Il Treno di Dante, lungo un percorso che unisce città, storia e ospitalità nel cuore dell'Italia antica

DI CRISTINA PEROGLIO

Tante storie in un solo viaggio. È questo Il Treno di Dante, il viaggio tra Firenze e Ravenna realizzato dall'omonima società grazie alla collaborazione della Fondazione Fs. Un viaggio che unisce arte, cultura, materiale e non, enogastronomia e suggestioni della storia e della letteratura a ritmo slow sulle tracce del viaggio che ha portato il Sommo poeta dalla sua città

fermata di Borgo San Lorenzo. Il treno poi riparte verso Ronta, Scarperia e San Piero a Sieve – due paesi uniti da sempre e dominati dalla famiglia dei Medici – per continuare sulle colline di Vicchio che ha dato i natali a Giotto e Beato Angelico e dove, nascosto agli occhi ma non al cuore, sorge Barbiana, la casa dove Don Lorenzo Milani ha rivoluzionato la scuola e la democrazia italiana. Oltrepassato Crespino del Lamone – borgo noto per la qualità dell'acqua e le fontane – il treno prosegue



natale, in Toscana, fino alla città dei mosaici, dove ha avuto termine la sua vita. In mezzo, una teoria di colline più selvagge di quelle pettinate del Chianti, borghi e città ricchi di storia e di suggestioni culturali e enogastronomiche, l'incedere lento che sostiene la scoperta.

Il treno, un Centoposte perfettamente conservato in tutti i suoi ambienti, con tre classi e addirittura la carrozza postale, trasformata in un'area per il trasporto biciclette, parte da Firenze, la città dove Dante è nato nel 1265. Si prosegue verso Vaglia, il primo comune del Mugello, in provincia di Firenze, per poi raggiungere la prima

e sosta a Marradi, la cittadina appenninica dove nacque il poeta Dino Campana, per poi fare tappa a Brisighella, in provincia di Ravenna, uno dei borghi più belli d'Italia. La fermata successiva è Faenza, famosa in tutto il mondo per la ceramica artistica. Infine Ravenna, la città in cui il poeta completò la composizione del ciclo della Commedia e trascorse gli ultimi anni della sua vita fino alla morte nel 1321. Qui si erge la Tomba del poeta, dove ogni giorno dell'anno, all'imbrunire, come una sorta di rito, viene letto un canto della Divina Commedia e rintocca la campana che i comuni italiani hanno donato in memoria di Dante.



Il treno è attivo nei fine settimana fino al 1° novembre. Nelle giornate di domenica il Treno di Dante parte da Firenze alle ore 8.50 per giungere a Ravenna in mattinata dove rimarrà in sosta in stazione sino alla ripartenza, prevista per le ore 17.54. Quattro le fermate intermedie: Borgo San Lorenzo, Marradi, Brisighella e Faenza, tutti luoghi che hanno segnato la vita di Dante.

Nelle giornate di sabato, invece, si può scegliere la nuova formula "crociera". In questo caso vi sono tre soste tecniche e la sosta prolungata (1 ora e 30) a Brisighella o Faenza. Con la formula "crociera" i viaggiatori possono effettuare escursioni e degustazioni nelle due città.

Il servizio sul Treno di Dante è, inoltre, personalizzato: su ogni vettura è presente un'assistente di viaggio che si occupa di accompagnare i viaggiatori nella loro esperienza e narrare la storia dei luoghi toccati durante l'esilio dell'Alighieri, che più ne influenzarono l'esistenza e l'opera. Gli assistenti forniscono anche indicazioni su cosa visitare a ogni fermata del treno: musei, rocche, teatri e palazzi, cui i passeggeri potranno accedere gratuitamente esibendo all'ingresso il biglietto del Treno di Dante, anche in un giorno diverso da quello del viaggio.

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

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



ZENHAMMAM

EXENSAUNA

PADOVA HEADQUARTERS | ITALIA
MILANO ARCHITECT SHOWROOM | ITALIA
PARIGI | FRANCIA
BARCELONA | ESPAÑA
PORTO | PORTUGAL

 megius®


megius.com