LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ ORGANO UFFICIALE FEDERALBERGHI

turismo d'Italia

Scuola lavoro
OPPORTUNITÀ PER IL TURISMO

Hotel Design
IL POTERE DEL CONTRACT

Tecnologia
START-UP D'HOTEL

RESTAURI CONTEMPORANEI

Il nuovo rinascimento italiano
Le formule degli architetti
Quando la cultura diventa progetto

N. 38 APRILE 2018

Simmons. Nient'altro.
Perchè chi cerca la qualità
sa dove trovarla.
Dedicate la giusta
attenzione al valore del
riposo: un sonno di qualità
è un fattore determinante
per la salute ed assicura
un effetto benessere che
il Vostro ospite
sicuramente apprezzerà.
Simmons, produttore
internazionale di materassi,
sommier e accessori per il letto,
si distingue per la riconosciuta capacità
di soddisfare tutte le esigenze del dormire bene
con prodotti dall'elevata qualità e dall'ottimo comfort
in grado di assicurare ai Vostri ospiti un riposo impareggiabile.
Beautyrest Elite
CONSTELLATION
Simmons
SIMMONS
Simmons - Gruppo Industriale Formenti
Via Desio, 47/49 - 20813 Bovisio Masciago (MB)
Tel. 0362 6481 - Fax Uff. Vendite 0362 558333
www.simmons.it - hotel@simmons.it

Solo su Sky tutte le 21 gare di Formula 1® in diretta.

Porta nel tuo hotel la stagione più ricca di sempre.
Per la prima volta tutti i 21 Gran Premi di Formula 1®
in diretta, di cui 17 in diretta esclusiva.

Scopri la differenza tra vedere e vivere la Formula 1®.

02 49545102 | sky.it/hotel

sky SPORT

Il logo F1, F1, FORMULA 1, FIA FORMULA 1 WORLD CHAMPIONSHIP, GRAND PRIX ed i relativi marchi sono marchi di titolarità di Formula One Licensing BV, società del gruppo Formula One. Tutti i diritti riservati.

SIA
HOSPITALITY
DESIGN
SEE YOU THERE
10-11-12 October 2018
Fiera di Rimini
PLANITSPHERE
The Italian marketplace for travel & hospitality
TTG TRAVEL EXPERIENCE
SIA HOSPITALITY DESIGN
SUN BEACH&OUTDOOR STYLE
www.siaguest.it
organized by
ITALIAN EXHIBITION GROUP
Providing the future

SNACKS PER MINIBAR

Arachidi salate

cod: LO 011

Cocktail di frutta secca

cod: LO 014

Caramelle gommose

cod: LO 015

Anacardi salati

cod: LO 005

Mandorle e arachidi caramellate

cod: LO 032

Mandorle caramellate

cod: LO 004

Cocktail tropicale

cod: LO 049

Mandorle con bucce tostate

cod: LO 035

Arachidi con cioccolato

cod: LO 007

Cereali al cioccolato

cod: LO 012

Espositore in plexiglass per tre lattine

cod: AC001

Tappo in plastica con etichetta personalizzata

cod: AC002

cod: AC003

La grande varietà d'offerta unita all'alta qualità delle materie prime ed alla speciale preparazione dei prodotti, rendono questi snacks unici ed irresistibili. Confezioni sottovuoto in mini-lattine (gr. 30/70 peso netto) a lunga scadenza riponibili sia nei minibar, che a temperatura ambiente.

Nivami snaks
via del Lavoro 5/G - 22100 Como
tel. 031 21 9898 | sales@nivami.it | www.nivami.it

Chiavegato Contract
since 1959

Bovolone (VR) - Tel.: +39 045 710 24 61
info@chiavegato.com
www.chiavegato.com

LA RIVISTA DELL'OSPITALITÀ
turismo d'Italia

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

DIRETTORE RESPONSABILE
Paolo Audino

DIRETTORE EDITORIALE
Remo Vangelista

COORDINAMENTO FEDERALBERGHI
Alessandro Nucara

Pubblicazione editoriale a cura della redazione di TTG Italia - IEG

REDAZIONE
redazione@ttgitalia.com

COLLABORATORI
Silvana Piana, Amina D'Addario, Claudiana Di Cesare, Giacomo Pini, Rita Pucci

ART DIRECTION E GRAFICA
Laura Ferriccioli

CONTATTI COMMERCIALI
pubblicita@ttgitalia.com

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

UFFICIO ABBONAMENTI
abbonamenti@ttgitalia.com

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

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

Aprile 2018, Numero 38

In copertina:
una immagine della Torre di Maiano (foto: Jurgen Eheim), a Fiesole, restaurata e trasformata su progetto di Simone Micheli in suite deluxe, con l'intervento di aziende internazionali di contract. Arredi dalle forme fluide, luci e ombre che si fondono ed elementi viola creano uno spazio di arte e relax

BERNABÒ BOCCA
Presidente di Federalberghi

Editoriale

UN FUTURO IMPOSTATO SUL DIALOGO

I giochi sono fatti: dopo essersi lasciati alle spalle i travagli dell'ultima campagna elettorale, gli italiani stanno prendendo le misure con il nuovo scenario politico e istituzionale prodotto dal voto del 4 marzo. A voler essere realisti, possiamo affermare che il quadro uscito dalle urne risulta incerto. Sappiamo bene quanto invece il turismo abbia bisogno di certezze. Per quanto riguarda la nostra parte, non abbiamo mai smesso di dialogare con tutti. Il nostro ruolo all'interno del mondo associativo lo prevede, e il comparto merita che si operi per la condivisione e la coesione piuttosto che per alimentare divisioni.

Dunque continueremo come sempre a parlare con i nuovi interlocutori di questa XVIII Legislatura, ricordando loro l'importanza del turismo ed invitandoli al confronto sulla nostra piattaforma. È in questo documento, infatti, che sono raccolte le nostre riflessioni e le nostre proposte volte al supporto di politiche adeguate per il comparto. "Il turismo lavora per l'Italia" è il frutto di un'ampia consultazione che ha coinvolto tutte le componenti del sistema associativo, e si basa sul presupposto che l'economia turistica offre un contributo decisivo alla produzione della ricchezza italiana, allo sviluppo dell'occupazione e dunque al bene del Paese.

Dialogheremo e chiederemo ascolto, nel tentativo di mettere il turismo tra i punti centrali dell'agenda di governo, sottolineando ancora una volta l'esigenza di alleggerire la pressione fiscale per gli imprenditori del settore.

Nel corso di quest'ultimo anno molti obiettivi sono stati raggiunti. Non da ultimo il via libera da parte della Corte dei Conti al nuovo regolamento sui condhotel: il fatto di poter trasformare parte della superficie dell'hotel in abitazioni da destinare ai privati per uso residenziale rappresenta un grandissimo passo in avanti. Inoltre questo ci rende anche più competitivi a livello internazionale, dal momento che per i nostri competitor europei tale formula è già attiva da anni.

Guardando a un futuro più prossimo, vi è grande aspettativa per l'incontro di maggior richiamo per il mondo dell'ospitalità: la 68a Assemblea Annuale della Federalberghi, che quest'anno si terrà a Porto Cervo ai primi di maggio coinvolgendo una massiccia presenza di operatori del settore, esponenti del mondo imprenditoriale e rappresentanti della stampa.

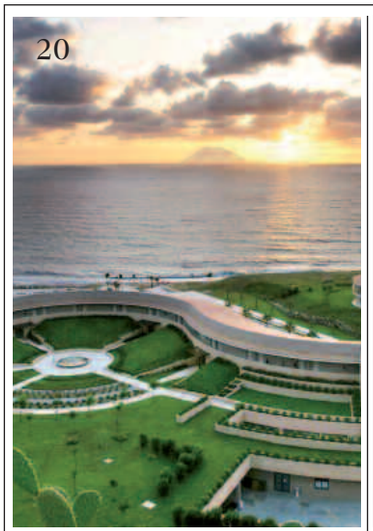
Dunque ci vedremo in Sardegna, certi che l'occasione di analisi e confronto ci aiuterà a mettere a fuoco le giuste strategie per il bene del turismo.

A++

CON PORTA IN VETRO
WITH GLASS DOOR

WWW.INDELB.COM

indelB



Sommario

TURISMO D'ITALIA

N. 38 - Aprile 2018

5 UN FUTURO IMPOSTATO SUL DIALOGO
di Bernabò Bocca

Overview

8 Expo Riva Hotel 2018
Prove tecniche di settore

12 Turismo Italia-Cina
Eagle fa volare il business

15 L'impegno di Milano
Manifesto per il futuro

17 Salone del Mobile
Nuove sfide per il design

Focus Federalberghi

19 *L'Albergo*, la graduatoria regionale per numero di letti ed esercizi
Terzo appuntamento con il manuale

24 Alternanza Scuola Lavoro: il punto di Federalberghi Garda Veneto

25 La reception per tutti
Guida per l'accessibilità in albergo

Hotel Design

27 Ecoluxury in hotel
Natura e design secondo Alberto Apostoli
di Amina D'Addario

29 Rinascimento italiano
I restauri contemporanei sul patrimonio
di Silvana Piana

39 Contemporaneo sensuale
Il restyling di Guido Ciompi

41 Il potere del contract: la svolta degli stili d'arredo

45 RASSEGNA Il comfort ibrido

Hospitality

53 Start-up per l'hôtellerie
Algoritmi e giovani imprese
di Claudiana Di Cesare

59 HOTEL HUB
Spazi comuni in hotel

63 Arabian luxury
Cresce l'appeal dell'Italia
di Silvana Piana

67 RASSEGNA
Fenomenale wedding industry

73 Asset hotel
Un sistema nazionale vincente
di Rita Pucci

75 Il food rompe gli schemi
Cambio epocale nella ristorazione

77 Professionisti del banqueting
Competenze ad hoc per il Mice

79 Eventi di valore
L'Osservatorio sui meeting

80 Lo stile del Marocco

REPORT EXPO RIVA HOTEL 2018

Prove tecniche di settore

Tecnologia, contract e food protagonisti alla manifestazione di Riva del Garda in un momento positivo per l'incoming turistico trentino

Il turismo del Trentino è in scalata e la filiera del ricettivo accende i motori. È a Expo Riva Hotel 2018, termometro di mercato del territorio, che si misura la nuova reattività del settore, la spiccata propensione a creare un'offerta innovativa e consona alla domanda dei viaggiatori contemporanei. La 42esima edizione della fiera b2b di Riva del Garda è la testimonianza di tutto questo, la rappresentazione di una piazza vitale e ricca di inventiva, tesa a cogliere le occasioni di business che il Trentino sta lanciando in uno dei migliori momenti della sua storia turistica.
I dati di chiusura della manifestazione patrocinata da Federalberghi evidenziano un incremento del 5 per cento di visitatori rispetto al 2017 e 522 aziende presenti su 4 aree espositive articolate in 8 padiglioni.
«C'è un grande ritorno di aziende importanti – sottolinea Carla Costa, responsabile area fiere di Riva del Garda Fierecongressi –. Constatiamo la volontà delle imprese di investire negli allestimenti, differenziandosi con stand di grande effetto, quali indicatori della ripresa economica».
Non è quindi casuale che, nell'ambito di Expo Riva Hotel, scatti l'annuncio ufficiale di un bando da 340mila euro della Camera di commercio di Trento, destinato a micro, piccole e medie imprese intenzionate a sostenere percorsi formativi finalizzati a interventi di digitalizzazione dei

Il settore Horeca cerca prodotti innovativi per rispondere al mercato con servizi diversi

processi aziendali e ammodernamento tecnologico. Un contributo pari a 1.500 euro, concesso per la partecipazione a percorsi di formazione, e che tra i principali ambiti tematici ammessi a contributo contempla la realtà aumentata, i sistemi di ecommerce e pagamento mobile.

Il tema della politica turistica diventa centrale anche per il nuovo presidente dell'Asat, Giovanni Battaiola, eletto contestualmente a Expo Riva Hotel dal Consiglio direttivo provinciale dell'Associazione albergatori e imprese turistiche della Provincia di Trento, come successore dello scomparso Luca Libardi. «Dobbiamo intercettare quei flussi in continua crescita sul mercato mondiale – sottolinea il neoeletto – attraverso una politica turistica forte, adeguamenti tecnologici e organizzativi e migliorando lo standard di servizi e strutture».

Intanto il turista del Lago di Garda non è più di massa, ma un conoscitore della destinazione che si documenta prima di partire, interessato a esperienze sul territorio e all'unicità di luoghi e alberghi. Lo rileva Giovanni Battista Dionisi, associate market manager Expedia Lodging Partner Services, spiegando che «sul Garda come altrove, il trend è lo stesso, con i Millennial che trainano il mercato dei viaggi e con i nuovi top spender». E per gestire il cambiamento Expedia vuole proporsi come sostegno, «mettendo a disposizione la forza del gruppo, dei brand e della tecnologia». Tecnologia in primo piano alla manifestazione di Riva del Garda anche con il robot-receptionist Paolo Pepper, posizionato ai tornelli per dare il benvenuto ai visitatori. E se da un lato l'informatica mostra le sue potenzialità al servizio dell'Horeca, dall'altro sono la qualità del servizio e la varietà dell'offerta a fare ancora la differenza. L'innovazione regna sovrana tra gli stand del contract e del wellness, dell'outdoor come del food. L'accelerata della ristorazione sta aprendo scenari diversi per un'hôtellerie alla costante ricerca di generatori di profitto e sempre più orientata a standard internazionali. **S.P.**

LE PULIZIE NEL TUO HOTEL? CHIAMA CLEAN SERVICE

Clean Service mette a disposizione degli hotel un team composto da capi area, governanti, cameriere ai piani, facchini e manutentori. Personale serio e affidabile che ogni giorno lavora con elevati standard di qualità, garantendo servizi personalizzati a costi altamente competitivi

Clean Service Srl è una società specializzata nell'eseguire servizi di pulizia e riassetto camere e nella manutenzione ordinaria e straordinaria nelle strutture alberghiere di tutte le dimensioni e categorie, effettuando una gestione seria e moderna del servizio su tutto il territorio nazionale.
Un'azienda con dipendenti altamente qualificati che svolgono con entusiasmo e professionalità ogni fase del loro lavoro, dalle pulizie perfette in ogni più piccolo dettaglio ai rapporti cortesi e cordiali con la clientela, per garantire sempre un'immagine positiva dell'hotel grazie a una pulizia accurata delle camere, dei bagni e delle zone comuni come hall, corridoi, scale ed esterni. Professionisti attenti ai particolari: perché non basta eliminare lo sporco in superficie, ma per rendere davvero pulito e igienizzato un ambiente serve l'intervento di professionisti in grado di eliminare anche batteri, acari, cimici, muffe e cattivi odori.
Il tutto utilizzando prodotti di qualità, rispettosi dell'ambiente, e attrezzature evolute, soprattutto per i grandi lavori.

CLEAN SERVICE: TUTTI I VANTAGGI

- ✔ **Preventivi gratuiti e immediati**
- ✔ **Qualità del servizio a prezzi competitivi**
- ✔ **Innovativi metodi di pulizia uniti ad attrezzature specifiche**
- ✔ **Alta qualità dei prodotti utilizzati**
- ✔ **Esperienza decennale che garantisce la riuscita di ogni intervento**
- ✔ **Capitolati personalizzati e scrupolosamente rispettati**
- ✔ **Attivi su tutto il territorio nazionale**
- ✔ **Certificazioni ISO 9001 e ISO 14001**

Clean Service Srl

Clean Service SRL è stata fondata nel 2005 da Gino Onori che, dopo una lunga carriera maturata nel settore, ha dato vita a una società che si distingue per massima serietà, professionalità e per un servizio attento alle specifiche esigenze degli hotel. Clean Service ha 180 dipendenti diretti formati e aggiornati, che operano con la massima professionalità in Italia, nel rispetto dei contratti e dei capitolati con ogni hotel. Una garanzia per gli albergatori.
www.pulizie.it

CHIAMA SUBITO CLEAN SERVICE

Preventivi immediati e gratuiti

Chiedi una dimostrazione di prova nel tuo hotel, è gratis!

Telefono 0765 389475
E-mail marketing@pulizie.it
www.pulizie.it

E anche qui Clean Service offre un servizio d'eccellenza. Ecco alcuni esempi:
- pulizia vetri da terra fino a 18mt. senza impalcature;
- disinfezione a ozono di ambienti e tessuti;
- levigatura marmi e lamatura parquet;
- disinfestazione contro Cimex (pulci da letto).

Clean Service garantisce sempre la massima qualità a costi assolutamente competitivi. L'albergatore così può dedicarsi con serenità ai suoi ospiti, sapendo di poter contare su un partner affidabile, in grado di garantire un servizio eccellente e costi certi.

PUBBLIREDAZIONALE

PROGETTO ESPANSIONE

Seh, l'avanzata dei brand

Otto new entry italiane per Seh, che nel 2018 incrementa il portfolio a 24 strutture. I nuovi ingressi sono per lo più nel brand Relais du Silence, ma si registra anche la prima affiliazione a Hotels & Chalets de Tradition, marchio entrato a far parte della famiglia Seh United Hoteliers a fine 2017. Si tratta del Notre Maison, a Cogne, in Valle d'Aosta: un ecohotel nel Parco del Gran Paradiso, con suite, minisuite, camere superior e un centro wellness con laghetto alpino.
Il marchio Qualys, invece, si espande con un'acquisizione a Chioggia, quella dell'Hotel Bristol. E arrivano dalle Cinque Terre, da Friuli, Piemonte, Toscana e Puglia le novità che consolidano Relais du Silence in Italia: l'hotel Al Terra di Mara, a Levanto; il Borgo Eibn, a Sauris; il Palazzo Lovera, a Cuneo; I Tre Poggi, a Canelli; la Tenuta Pianirossi, a Cinigiano; la Dimora del Duca, a Lecce. Il 2018 del gruppo alberghiero cooperativo multimarchio europeo è anche all'insegna degli investimenti in tecnologia e digitale. Seh adotta, infatti, Travelclick, per offrire agli associati un sistema mondiale tecnologico per gli alberghi, con multichannel connesso a 400 canali di vendita, diversi pms italiani e un booking per i siti dei singoli hotel.

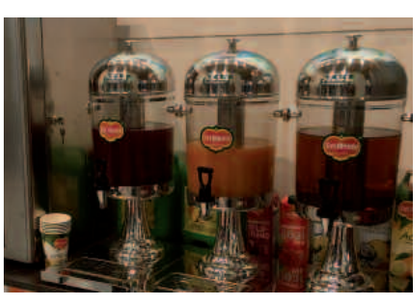
DIVERSIFICAZIONE

Fas mette la divisa agli staff d'albergo

Divise professionali per gli staff. È la novità di Fas Italia per ampliare la gamma di prodotti dedicati all'Horeca. L'azienda ha selezionato una serie di proposte per ogni diverso ruolo del personale e per varie tipologie di abbigliamento, giacche e camicie coordinabili con pantaloni e gonne, grembiuli, differenti anche nei colori. Le divise per la reception puntano alla resistenza dei tessuti, al design e alla praticità, «permettendo – sottolinea Fas – di costruire un'immagine vincente dell'hotel e a mantenerne alti livello e reputazione». Mirano a praticità e stile personalizzato le divise per il personale di sala, che deve presentarsi sempre in maniera impeccabile. Fas ha selezionato giacche, gilet e pantaloni che rispondano alle esigenze di ristoratori e addetti.

BUFFET BREAKFAST

Sirea debutta nell'hôtellerie



Sirea Hotellerie è la nuova divisione creata dall'azienda specializzata in prodotti da prima colazione in partnership con Del Monte, di cui è distributore esclusivo. «Abbiamo deciso di entrare direttamente nel mondo del breakfast in hotel con il nostro know-how e con i nostri prodotti – spiega Giovanni Bruno, direttore vendite Sirea –. Ci rivolgiamo al mondo dell'ospitalità dove si serva la prima colazione secondo un progetto di qualità». La proposta Hotellerie si concentra su breakfast, lunch/dinner, bar e courtesy. La gamma include caffè, tè, succhi di frutta, confetture, farciture, cereali, yogurt, biscotti, linee bio, sorbetti e creme fredde, ma anche macchine caffè e distributori di succhi, con il logo Del Monte ben visibile.

DUE EVENTI PER IL MERCATO
Nel 2018 sono in programma la Shanghai World Travel Fair e il nuovo Travel Trade Market a Chengdu

JOINT VENTURE PER IL TURISMO ITALIA-CINA

Eagle fa volare il business

Eagle è il nuovo soggetto di riferimento per gli operatori europei interessati a esplorare e cogliere le opportunità commerciali del mercato turistico cinese. La joint venture costituita da IEG-Italian Exhibition Group e Vnu Exhibitions Asia ha infatti siglato un accordo con Etoa-European tourism association per rafforzare la presenza internazionale delle rispettive piattaforme. Eagle è nata con l'obiettivo di rappresentare, per IEG, un hub per i mercati orientali nei settori wellness, green technology, ospitalità e turismo; allo stesso modo rappresenta, per Vnu Exhibitions Asia, un'ulteriore opportunità per consolidare la rete di relazioni commerciali con le imprese protagoniste del suo business in Oriente. «Uniamo le nostre forze a quelle dell'Etoa per costruire nuove piattaforme in grado di ridurre le distanze con i mercati di Cina ed Estremo Oriente e di offrire ai professionisti europei del turismo un accesso diretto alle attività commerciali in tali regioni», ha affermato Corrado Facco, direttore generale di Italian Exhibition Group e presidente di Eagle. «L'Etoa prende parte a progetti finanziati dall'Ue, volti a sostenere le imprese interessate a espandere le proprie attività nel mercato cinese – ha detto il ceo Tom Jenkins –. Questa collaborazione consentirà ai nostri membri di stringere solidi rapporti con il settore turistico cinese e di incrementare le attività commerciali in Cina ed Estremo Oriente». Con sede a Shanghai, Eagle è organizzatrice di due fiere del turismo in programma quest'anno in Cina. Dal 24 al 27 maggio 2018 la 15esima edizione della **Shanghai World Travel Fair**, alla quale sono attesi 500 espositori internazionali e 13mila buyer e visitatori provenienti dalla Cina orientale. **Swft** è un evento b2b e b2c, con focus sulla crescente domanda di turismo outbound cinese. Dal 5 al 7 settembre 2018, invece, toccherà al TTM-Travel Trade Market, in programma a Chengdu, nel Sichuan: evento b2b dedicato al turismo cinese inbound e outbound, che offre incontri con buyer altamente qualificati del settore turistico delle città di seconda e terza fascia ubicate nelle regioni centrali e occidentali della Cina.Va evidenziato, tra l'altro, che Eagle arriva alla sua piena fase operativa dopo aver sondato l'interesse del mercato nel corso del Chengdu Travel Trade Market Business Forum 2017, anteprima di TTM, con 1.000 business meeting e l'intervento di 60 buyer internazionali da oltre 17 Paesi e aziende del comparto turistico. «Con oltre 10 milioni di turisti cinesi che ogni anno visitano l'Europa – sottolinea David Zhong, presidente Vnu Exhibitions Asia e vicepresidente Eagle –, la nuova fiera di Chengdu potrà offrire ai membri dell'Etoa l'opportunità di rispondere alle richieste delle città della Cina centrale e occidentale, dove la domanda di servizi turistici cresce in maniera esponenziale».

space&interiors
17-21 Aprile 2018
The Mall - Porta Nuova, Milano

Happy Air

La soluzione rivoluzionaria al problema del ricambio di aria

Happy Air è l'aspiratore di elevata potenza e silenziosità che consente di eliminare i cattivi odori catturandoli direttamente dal sanitario e di aspirare la condensa presente in bagno attraverso una placca discreta e verniciabile.

Oli S.r.l.
Località Piani di Mura
25070 Casto (BS)
Italy

T (+39) 0365 890611
F (+39) 0365 879922
www.oli-world.com
info@olisrl.it

Inspired by water...

necci hotels

CONSULENZA MANAGERIALE ED IMPRENDITORIALE ALLE AZIENDE ALBERGHIERE

- Revenue & Profit Management
- Ristrutturazioni Aziendali
- Ristrutturazioni Debitorie

Guidata da Roberto Necci, la compagnia è attiva nella gestione degli hotel e degli asset immobiliari di proprietà, nonché nell'erogazione di servizi di direzione e consulenza a prestigiosi complessi alberghieri.
La compagnia e' in grado di valorizzare ed ottimizzare i rendimenti degli asset alberghieri e garantire un corretto ritorno dell'investimento

www.neccihotels.it **06 44 67 215**

SALONE DEL MOBILE.MILANO 2018

Manifesto per il futuro

Nasce il primo Manifesto del Salone del Mobile di Milano. Un impegno della manifestazione di rinnovarsi e migliorare, rafforzando il legame con la città e facendo leva su ben precisi punti di forza: Emozione, Impresa, Qualità, Progetto, Sistema, Giovani, Comunicazione, Cultura, Milano al Centro. Oltre 2mila le aziende presenti al Salone del Mobile 2018, il 30 per cento delle quali straniere, con proposte di arredo di ogni genere, dal classico al design, dall'interior all'outdoor.
«L'impegno del Manifesto è fare sempre meglio, ma è anche un invito a Milano a fare rete per moltiplicare la forza attrattiva del Salone – sottolinea il presidente Claudio Luti –, consolidando la città in quel place to be irrinunciabile per i grandi brand, i loro progetti, le loro risorse umane ed economiche».

1. **Qualità** - L'architetto Piero Lissoni riflette così su questo concetto: «Per avere un progetto di qualità serve un'alchimia complessa e servono persone che ci credano, come gli industriali, gli artigiani e chi si mette in gioco ogni giorno per produrre qualcosa, serve la capacità di prendersi dei rischi, serve una ricerca fatta di cuore, pancia ed emozione. Senza questa serie di elementi non si va da nessuna parte».

2. **Sistema** - «Tutti sono utili e tutti sono indispensabili – afferma l'architetto Fabio Novembre –. Milano è come un vestito creativo, comodo, elegante, che fa cambiare il punto di vista delle persone. Dobbiamo partire da uno sforzo individuale per farlo diventare gioia collettiva».

3. **Milano al centro** - È l'artefice del Bosco verticale, il progetto diventato format internazionale, a intervenire su questo punto del Manifesto. «La ricerca e l'innovazione del mondo dell'impresa – dice l'architetto Stefano Boeri –, il rischio creativo dei progettisti, il desiderio di inventare spazi nuovi: tutto questo ha creato il mito del design milanese e italiano, ed è ancora la chiave fondamentale per decifrare Milano».

4. **Progetto** - Il Salone del Mobile invita maestri, architetti e designer a creare, in un gioco di squadra, nuovi modelli di fare design e architettura, con un innovativo modo di pensare e fare progetto. «Un design che vada oltre le cose e che guardi alle persone – sottolinea il Manifesto –. Continuiamo a far crescere Milano con architetture avveniristiche, ma anche con riconversioni di architetture storiche».

5. **Giovani** - Al SaloneSatellite i giovani creativi presentano le proprie opere, i prototipi di quello che potrebbe essere la chiave d'accesso al design. Trovano le imprese per realizzare i loro progetti, ma sono anche le imprese che trovano nei giovani la linfa vitale per rinnovare il design dei propri prodotti.

L'IMPEGNO
In un documento ufficiale le nuove linee guida per consolidare il legame tra l'evento internazionale, la città, le imprese e i professionisti dell'architettura e del design. La 57a edizione del Salone del Mobile.Milano diventa così un nuovo punto di partenza

IHMA

INTERNATIONAL HOSPITALITY MANAGEMENT ACADEMY

La Business-School dell'Elite dell'Industria Alberghiera Italiana

IHMA

ihma.it

EVENTI E PROGETTI

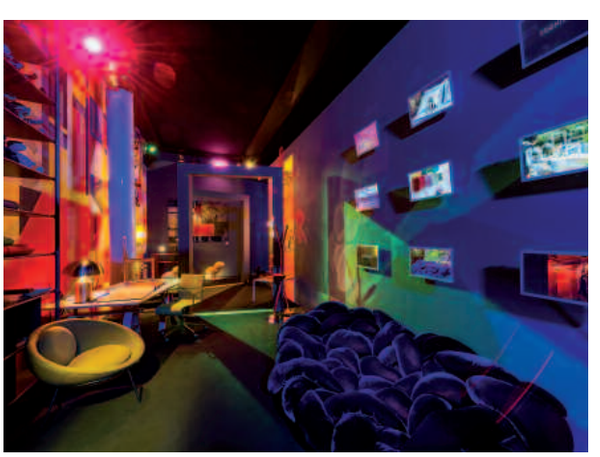
Al Salone del Mobile nuove sfide per il design

L'arredo protagonista indiscusso del Salone del Mobile.Milano 2018. Alla 57esima edizione dell'evento internazionale, a Rho Fiera dal 17 al 22 aprile, oltre 2mila espositori su un'area di 200mila metri quadrati, con progetti che intrecciano design, tecnologia, flessibilità e sostenibilità in prodotti e soluzioni contemporanee che guardano al futuro. Un'offerta che mette in evidenza la creatività e gli investimenti in ricerca delle imprese del settore.
Cinque le manifestazioni che si svolgono in contemporanea: il Salone internazionale del Mobile, il Salone internazionale del Complemento d'arredo, le biennali EuroCucina/Ftk e Salone internazionale del Bagno e il SaloneSatellite. I primi due propongono i prodotti di 1300 espositori dislocati su 148mila metri quadrati suddivisi in 3 tipologie stilistiche: Design, xLux e Classico. A EuroCucina/Ftk, invece, 158 espositori su circa 36mila metri quadrati di superficie. Il futuro del design vero e proprio, invece, si esprime al SaloneSatellite, 21esima edizione dell'appuntamento dedicato ai giovani talenti. Scoprire, seguire, valorizzare e offrire possibilità ai designer under 35 è l'obiettivo che si pone l'evento che si tiene in concomitanza con il Salone del Mobile.Milano. Provenienti da tutto il mondo, i giovani protagonisti del SaloneSatellite presentano lavori che indagano il rapporto tra heritage e contemporaneità, progetti in bilico tra nuove tecnologie e artigianato. Un percorso tra sperimentazione, memoria, slow design, natura e forza della materia, antropomorfismo, riciclo creativo, contaminazioni e digital effect. Quest'anno il tema è *Africa / America Latina: Rising Design - Design Emergente*. In questo modo il SaloneSatellite accende i riflettori su due vasti bacini di creatività, dando vita a un viaggio che vuole cambiare la percezione e la visione della progettazione. Ne sarà testimonianza una mostra curata, per l'America Latina, dai fratelli Campana, Humberto e Fernando, progettisti attivi nel recupero sociale degli emarginati, e, per l'Africa, dal designer franco-marocchino Hicham Lahlou, fondatore dell'Africa Design Award & Days, impegnato nella promozione delle nuove generazioni di creativi africani. Novità di questa edizione è l'adesione del SaloneSatellite all'Anno europeo del Patrimonio culturale 2018.

Living Nature

SOSTENIBILITÀ, LE 4 STAGIONI

Con la mostra-installazione *Living Nature. La Natura dell'Abitare*, allestita in Piazza Duomo, il Salone del Mobile punta alla progettualità sostenibile. Sviluppato con lo studio di design e innovazione Carlo Ratti Associati, il progetto occupa un ambiente di 500 metri quadrati, concepito con criteri di risparmio energetico e in cui sono racchiusi 4 microcosmi naturali e climatici che permettono alle 4 stagioni dell'anno di coesistere. I visitatori possono così immergersi nella natura e viverne i cambiamenti.



Oggetti dimenticati dagli ospiti?

Prova il servizio GRATUITO già utilizzato da migliaia di Hotel.

Nessun costo per le strutture ricettive.

COME FUNZIONA?

Inserisci i dati del Cliente

Il Cliente paga la spedizione

Veniamo in Hotel a ritirare il pacco

Consegniamo il pacco al Cliente

Iscriviti Gratuitamente su WWW.LHOST.IT

COME FUNZIONA?

Il servizio è davvero gratuito?
Sì, per essere iscritti non è richiesto nessun canone, e non esiste alcun costo per gli Hotel.

Chi paga le spedizioni?
Le spese di spedizione sono a carico del proprietario dell'oggetto dimenticato, che pagherà LHost in fase di approvazione della spedizione.

Come faccio a registrarmi?
Per iscriverti vai sul sito www.lhost.it e segui la procedura guidata (servono solo il nome del hotel, l'indirizzo per il ritiro dei pacchi e un contatto email). Al termine riceverai una mail di conferma dell'avvenuta iscrizione e potrete iniziare subito ad usare LHost.

Dove posso spedire gli oggetti dimenticati?
In tutto il mondo! Potrai restituire gli oggetti smarriti dai tuoi clienti ovunque nel mondo, saranno loro stessi a scegliere la destinazione.

LHOST

L'Albergo, la graduatoria regionale per numero di letti ed esercizi

Nel corso della 66a edizione del Sia Guest di Rimini è stato presentato dal presidente di Confcommercio, Carlo Sangalli, e dal presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, il nuovo volume della collana *Le Bussole* dal titolo *L'albergo*. Concepito come un vademecum del perfetto albergatore, il testo offre spunti e suggerimenti utili anche per coloro che hanno deciso di dedicarsi alla gestione di un hotel. Attraverso l'appuntamento che prende il via su queste pagine, si potranno conoscere man mano temi e contenuti di questo volume che rappresenta una vera e propria guida pratica per chi sceglie l'impresa dell'ospitalità. Il manuale *L'albergo* è anche online ed è consultabile e scaricabile gratuitamente dall'area riservata del sito Federalberghi, nella sezione *Le Guide degli Alberghi*

La maggior parte degli esercizi e dei letti continua a essere localizzata nelle regioni del Nord. Nello specifico, la regione in cui l'offerta ricettiva alberghiera (in termini di letti) è più elevata è l'Emilia Romagna, seguita da Trentino Alto Adige e Veneto. La graduatoria regionale si modifica se il numero di letti viene rapportato alla dimensione territoriale delle singole regioni (evidenziandone dunque la densità) e vede passare al primo posto il Trentino Alto Adige, seguito da Emilia Romagna e Liguria.

Negli ultimi 15 anni, però, le regioni meridionali hanno recuperato terreno, sia in termini di esercizi che di letti, con incrementi superiori al 50 per cento anche in regioni con offerta già numericamente importante come la Sicilia.

Le strutture alberghiere più grandi si concentrano nel Mezzogiorno; non a caso nelle zone dove un tempo le famiglie italiane trascorrevano lunghi periodi di vacanza balneare. Al Nord l'ospitalità turistica si caratterizza per la presenza di alberghi di dimensione più contenuta, soprattutto nelle località montane, dove sono prevalenti strutture a gestione familiare, con poche stanze.

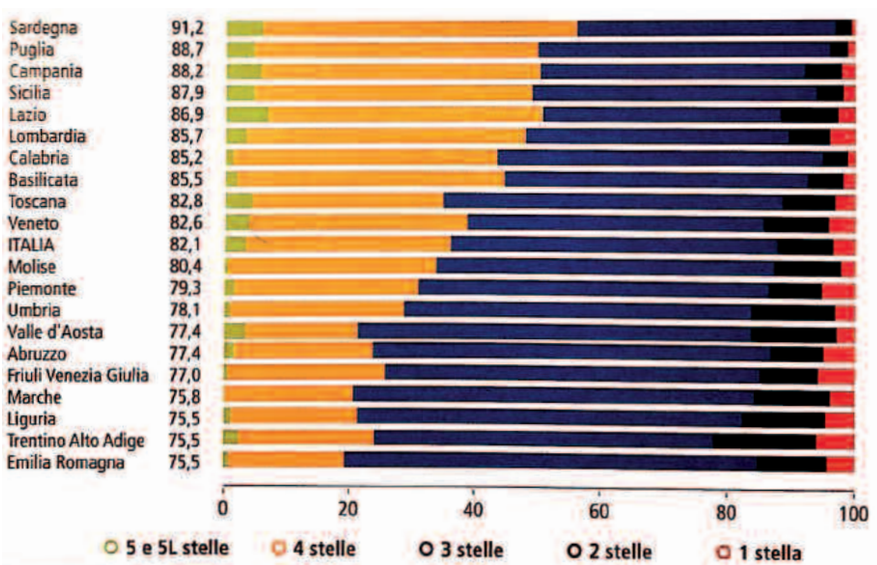
Attraverso un indice sintetico, che premia il numero di strutture con più stelle sul totale, è possibile osservare qualitativamente l'offerta alberghiera per regione. Tale indice ci mostra che l'offerta alberghiera di più elevata qualità si trova in Sardegna, Puglia, Campania, Sicilia e Lazio, dove riscontriamo una elevata presenza di strutture con quattro e cinque stelle e, al tempo stesso, una presenza ridotta di esercizi a una o due stelle.

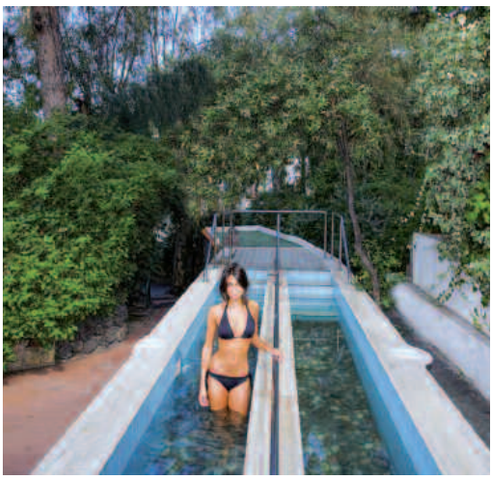
In generale, la relativa maggiore qualificazione delle strutture alberghiere operanti nell'Italia meridionale trova la sua giustificazione nello sviluppo più recente dell'offerta turistica di quest'area del Paese.

Purtroppo, in nessuno di questi casi, a tale ampia disponibilità corrisponde un adeguato impiego. Infatti, il Mezzogiorno si caratterizza per un basso grado di utilizzo delle strutture ricettive nel corso di quasi tutto l'anno, ad eccezione, appunto, della

Offerta alberghiera per regione e categoria

COMPOSIZIONE %, INDICE SINTETICO DI COMPOSIZIONE DELL'OFFERTA





stagione estiva. Il turismo italiano gode della presenza di differenti tipologie di destinazioni possibili, ma non tutte hanno avuto negli ultimi 15 anni la stessa stabilità.
Hanno subito gravi perdite in termini di esercizi alberghieri le località montane (-17 per cento), le località collinari e di vario interesse (-18 per cento), ma soprattutto le località termali (-31 per cento) e i capoluoghi di provincia privi di interessi culturali o storici rilevanti (-45 per cento di strutture, -24 per cento di posti letto, percentuali alte soprattutto visto il numero già modesto di partenza).
Crescono molto (+32 per cento) le strutture nelle città d'interesse storico e artistico. Questa tendenza è giustificata dalle abitudini del turismo estero, che concentra i suoi giorni in Italia visitando le città d'arte.
Hanno una buona crescita (+25 per cento) anche le strutture delle località lacuali, che hanno tratto giovamento dal rinnovato interesse per gli sport acquatici e un prezzo inferiore rispetto a quello di molte località marine.

Offerta alberghiera regionale

Località	Esercizi 15/00	Var. %	Letti 15/00	Var. % media letti	Dimensione 2015	Dimensione 2000	Densità (letti/km2)
Piemonte	1.492	1%	84.522	26%	56,7	45,0	3,3
Valle d'Aosta	452	-7%	22.851	-3%	50,0	47,5	6,9
Liguria	1.378	-23%	64.413	-17%	45,9	42,9	11,7
Lombardia	2.891	3%	188.872	29%	67,2	53,4	8,1
Trentino A.A.	5.580	-9%	242.640	2%	43,6	39,2	17,9
Veneto	3.028	-6%	214.137	15%	70,7	58,4	11,6
Friuli V. G.	728	3%	41.742	18%	57,7	50,2	5,3
Emilia R.	4.367	-14%	298.644	13%	68,3	52,3	13,3
Toscana	2.844	-2%	192.890	18%	68,0	56,6	8,4
Umbria	548	9%	29.232	18%	53,4	49,4	3,5
Marche	884	-18%	61.465	3%	68,7	54,6	6,5
Lazio	2.090	18%	166.913	28%	80,6	74,5	9,8
Abruzzo	810	5%	51.221	12%	63,9	60,3	4,8
Molise	105	3%	6.070	9%	57,3	53,9	1,4
Campania	1.718	23%	115.315	36%	70,1	63,0	8,9
Puglia	1.019	43%	97.433	74%	97,4	80,1	5,1
Basilicata	227	15%	23.202	91%	101,4	61,3	2,3
Calabria	810	17%	102.208	54%	126,2	96,1	6,8
Sicilia	1.307	51%	127.721	53%	91,5	90,1	4,7

Fonte: Datatour

Guida agli incentivi

Nuovo manuale con le linee guida per ottimizzare gli investimenti sulla riqualificazione delle strutture ricettive

DI ANTONIO GRIESI

Tutto quello che è necessario ed utile sapere in termini di nuove procedure, strumenti ed istituti volti ad utilizzare nel giusto modo gli incentivi per la riqualificazione degli alberghi: è questo il contenuto sostanziale del manuale "Incentivi per la riqualificazione delle strutture ricettive", realizzato dalla Federalberghi e giunto alla sua sesta edizione, con il quale si è voluto fornire un prezioso strumento di consultazione per gli addetti ai lavori proprio a fronte delle esigenze più specifiche del mondo della ricettività.

Sempre più spesso le imprese del turismo devono adeguare costantemente la propria offerta, per rispondere con efficacia alle sempre nuove richieste dei turisti, per cogliere tutte le opportunità connesse allo sviluppo dei mercati e per reagire tempestivamente ai mutamenti congiunturali.

In tale ambito sono fondamentali strumenti come l'agevolazione per il settore turistico "tax credit riqualificazione", prevista dal decreto legge n. 83 del 2014, altrimenti definito "cultura e turismo", modificata dalla legge di bilancio per l'anno 2017 e basato sullo strumento del credito d'imposta.

Allo stato attuale, in gioco vi è un mix di incentivi: i voucher per la digitalizzazione, il sisma bonus, il superammortamento, la Sabatini, le agevolazioni sul risparmio energetico, i contratti turistico-commerciali.

Volendo procedere con ordine, si può dire che le principali novità di bilancio per l'anno 2018 sono la proroga del superammortamento, rivisto però con aliquota ridotta al 130%, il rifinanziamento della Nuova Sabatini (330 milioni di euro nel periodo 2018-2023), la proroga al 31 dicembre 2018 - con qualche importante eccezione - delle detrazioni Irpef e Ires del 65% per gli interventi sul risparmio energetico. Alla digitalizzazione si è invece ispirata la misura agevolativa che prevede un contributo, tramite concessione di un "voucher", di importo non superiore a 10 mila euro, finalizzato all'adozione di interventi di digitalizzazione dei processi aziendali e di ammodernamento tecnologico. A fronte delle molte ed articolate misure atte a poter utilizzare gli incentivi per la riqualificazione degli hotel, la Federalberghi ha ritenuto opportuno ricapitolare i tratti essenziali dei diversi istituti, realizzando questa sesta edizione del manuale. Il testo è stato realizzato con l'obiettivo di fornire agli alberghi uno strumento di rapide e facile consultazione, utile per conoscere le opportunità disponibili per sostenere gli investimenti, fornendo le indicazioni operative per utilizzare al meglio le agevolazioni esistenti.

Gli uffici federali hanno infine organizzato un ciclo di seminari per la presentazione del manuale che sono stati programmati rispettivamente a Riccione, Genova, Rimini, Modena, Riva del Garda, Montecatini, Firenze, Salerno, Stresa ed Aosta. Gli incontri si valgono dell'intervento dell'avv. Antonio Griesi del servizio legale-tributario, che ha avuto un notevole riscontro in termini di partecipazione da parte degli operatori del settore.

Le agevolazioni in nove punti

1. **Credito di imposta per riqualificazione e accessibilità delle imprese alberghiere.**
2. **Sisma Bonus. Detrazioni da Irpef o Ires per incentivare gli interventi che realizzano una riduzione del rischio sismico.**
3. **Voucher per la digitalizzazione delle Pmi su interventi di ammodernamento tecnologico.**
4. **Superammortamento. Diminuzione della base imponibile su cui calcolare le imposte sui redditi.**
5. **Nuova Sabatini. Acquisto di beni strumentali nuovi mediante erogazione di contributi in conto interessi.**
6. **Agevolazione fiscale per il risparmio energetico. Detrazioni da Irpef o Ires per interventi su edifici esistenti.**
7. **Conto Termico 2.0. Interventi di piccole dimensioni per l'efficienza energetica e la produzione di energia termica da fonti rinnovabili.**
8. **Contratti di Sviluppo. Industriali, Tutela ambientale, Turistici e Commerciali.**
9. **Fondo di garanzia per le pmi. Finanziamenti senza costi di fidejussioni o polizze assicurative.**

I 90 anni di Chianciano

Celebrato l'anniversario dell'Associazione Albergatori Chianciano Terme, costituita nel 1928

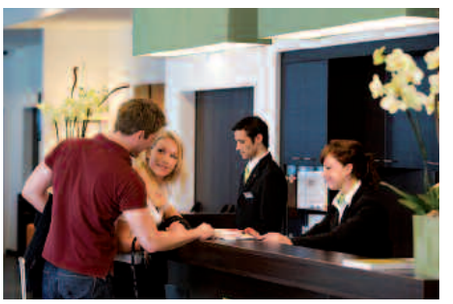
DI BARBARA BONURA

L'Associazione Albergatori Chianciano Terme ha compiuto novant'anni. Una storia iniziata nel 1928 con l'atto costitutivo dell'Associazione che, con i suoi 29 soci fondatori, si dotò per la prima volta di una rappresentanza della categoria, destinata a condurre nel tempo un'operazione decisamente innovativa. Ora come allora proseguono l'impegno, l'adesione e le battaglie quotidiane di tutti gli associati per tutelare e valorizzare gli interessi economici e sociali degli imprenditori turistici, nell'intento di affermare l'economia del comparto e la promozione dell'offerta ricettiva del territorio che vanta eccellenze artistiche, culturali, storiche ed enogastronomiche tali da poter competere con il meglio del panorama internazionale.

Il novantesimo anniversario dell'Associazione Albergatori Chianciano Terme ha così rappresentato un momento solenne per tutta la comunità locale ed ha avuto la meritata celebrazione con vari eventi associativi e con una cena di gala aperta a tutti i federati. A fare gli onori di casa, il giovane presidente, Daniele Barbetti (nella foto), alla presenza di molti rappresentanti delle associazioni territoriali e del direttore generale di Federalberghi, Alessandro Nucara. Il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, ha voluto celebrare l'importante evento elogiando l'impegno e le capacità dell'Associazione: «La sfida vera, oggi, è far sì che luoghi come Chianciano tornino ad essere considerati quali località di vacanza e non soltanto stazioni di cura – ha detto Bocca nel suo messaggio di auguri. Le eccellenze che ruotano attorno al vostro territorio sono tali e tante da poter competere con il meglio del panorama internazionale. Molti passi importanti sono già stati fatti, e di essi voi siete stati i protagonisti».

90 anni
ASSOCIAZIONE ALBERGATORI DI CHIANCIANO TERME FEDERALBERGHI

I Millennial Usa scelgono l'hotel



I Millennial Usa, ovvero gli avveniristici figli del Terzo millennio, preferiscono gli hotel agli appartamenti su Airbnb. Così dice una ricerca di Resonance Consultancy, la compagnia di consulenza internazionale operante nel settore del turismo, dello sviluppo economico, delle strategie aziendali e della creatività incentrata sulla creazione di destinazioni in tutto il mondo. La ricerca è stata condotta intervistando 1.600 viaggiatori statunitensi di età tra i 20 e i 36 anni, e cioè esattamente il target principale di Airbnb.

Lo studio, di recente elaborazione, afferma che i Millennial preferiscono soggiornare in un hotel piuttosto che in un appartamento disponibile su Airbnb, anche se il numero di proprietà su questo portale è in costante crescita in tutte le città Usa. Gli appartamenti si posizionano infatti all'ultimo posto tra le preferenze nella scelta di una sistemazione per soggiornare, mentre nelle prime posizioni si attestano gli alberghi full-service, i luxury hotel e i resort all-inclusive. «Quindi, nonostante l'apparente crisi che pare colpire gli hotel – evidenzia Resonance Consultancy – il report mostra come le sistemazioni tradizionali si stiano evolvendo più velocemente che mai per prepararsi a un futuro basato sull'individuo e sulla sharing economy. Anzi, emerge con forza come hotel e resort vecchi e nuovi stiano attuando innovazioni di ogni genere, dai programmi fedeltà sempre più generosi che alimentano i social media all'uso delle lobby come saloni pubblici. Per non parlare poi dei robot». Per visionare la ricerca completa: **https://digitalmarketing-turistico.us6.list-manage.com/track/click?u=017124be336bc6d0d4abe0a52&id=4200ea4bd2&e=7730d66e73**

Per te. Per tutti.

La presenza presso la propria attività commerciale di un apparecchio televisivo e/o radiofonico comporta il pagamento del **canone speciale**.

Per abbonarsi è opportuno rivolgersi alla sede Rai competente per territorio oppure collegarsi al sito internet **www.canone.rai.it**

Opportunità nel turismo

Il tema "Alternanza Scuola Lavoro" al centro dell'incontro nella sede Federalberghi Garda Veneto

Folta partecipazione di albergatori e rappresentanti delle scuole alberghiere e istituti tecnici di Verona e provincia all'incontro su Alternanza Scuola Lavoro, svoltosi a Garda nella sede Federalberghi Garda Veneto. La tavola rotonda, promossa da Cosp Verona in collaborazione con Federalberghi Garda Veneto e l'Ente Bilaterale del Turismo Gardesano e legata al progetto Fse Regione Veneto «Via!», è iniziata con il saluto di Marco Lucchini, presidente di Federalberghi Garda Veneto e dell'Ente Bilaterale Turismo Gardesano, e di Lisa Conforto, direttrice Cosp Verona (Comitato per l'orientamento scolastico e professionale). Durante il convegno si sono approfonditi gli aspetti utili a favorire il dialogo e la partecipazione nella progettazione dell'alternanza tra scuole e imprese in campo turistico. Un settore portante dell'economia gardesana che dà lavoro a più di 55mila persone. Lucchini ha sottolineato l'importanza di avvicinare i ragazzi alle aziende del territorio. «L'alternanza scuola lavoro è un progetto che abbiamo sempre sostenuto, è importante per superare la distanza tra la formazione e il mondo del lavoro, e permetterà di far entrare gli studenti nel vivo delle dinamiche d'impresa e nella specifica realtà lavorativa territoriale. Grazie a un progetto didattico integrato e fortemente caratterizzato nell'area del Garda, potremo assumere nelle nostre aziende giovani più sicuri di se stessi, delle loro competenze e delle loro aspettative, e il loro inserimento sarà più facile». Lisa Conforto ha chiarito che l'obiettivo dei Learning Tour per docenti è aprire un dialogo con il mondo imprenditoriale, cercando di agevolare lo scambio di esperienze tra scuola e mondo del lavoro e promuovendo azioni di valorizzazione del territorio. Tra gli interventi del convegno, la testimonianza degli operatori turistici Marco Casarola e Franco Todesco, che, in base alle loro esperienze dirette, hanno indicato i punti di forza e di debolezza dell'alternanza scuola lavoro, analizzati dal punto di vista di studenti e aziende.Al convegno, moderato da Andrea Serra del servizio sindacale Federalberghi, sono intervenuti anche Anna Maria Zilli, Presidente Re.Na.I.A., Pietro Scola, dirigente della Camera di Commercio di Verona, Enrica Scopel, direttrice dell'Istituto Tecnico Superiore per il Turismo-Veneto e Carla Galdino, della Direzione generale del Ministero dell'Istruzione (Miur).

La chiusura dei lavori è stata affidata ad Alessandro Massimo Nucara, direttore generale di Federalberghi Italia. «Ho letto un articolo dove si diceva che a fronte di una percentuale di disoccupazione giovanile del 32,75% ci sono parecchie imprese in diversi settori che hanno difficoltà a trovare personale qualificato – ha esordito –, e tra questi settori c'è quello turistico. Ogni anno escono dagli Istituti alberghieri circa 40mila diplomati, ma questo numero non basta a un settore che coinvolge circa un milione di lavoratori l'anno. Quando sento i ragazzi affermare che il pezzo di carta non serve – ha aggiunto Nucara – dico loro che oggi un pezzo di carta non basta, perché sono fondamentali esperienza e specializzazione. L'alternanza scuola lavoro deve essere coerente alla linea formativa e funzionale alle esigenze delle imprese. Alla scuola dico: aiutiamo i ragazzi a impegnarsi al massimo nel percorso scolastico. E alle imprese dico: siate più sensibili a insegnare le strategie lavorative, e non considerate lo stage una perdita di tempo. Solo così si potrà creare un meccanismo capace di dare concreti benefici nell'arco di un paio d'anni».

I contributi alle imprese

Per l'alternanza scuola lavoro sono stati fatti altri passi avanti. La legge di bilancio 2018 ha confermato gli incentivi per le assunzioni di studenti che hanno effettuato percorsi di alternanza scuola lavoro. Si tratta di uno sgravio triennale per nuove assunzioni con contratto di lavoro a tempo indeterminato a tutele crescenti effettuate a partire dall'1 gennaio 2018. Il beneficio consiste in un esonero totale dal versamento dei complessivi contributi previdenziali (a esclusione dei premi e contributi dovuti all'Inail, nel limite massimo di 3.000 euro su base annua) per i datori di lavoro privati che assumono, entro 6 mesi dall'acquisizione del titolo di studio, studenti che hanno svolto nella medesima impresa attività di alternanza scuola lavoro pari almeno al 30% delle ore di alternanza. Inoltre le Camere di commercio, in attuazione del progetto "Orientamento al lavoro e alle professioni" approvato dal Ministro dello sviluppo economico, promuovono bandi per l'erogazione di contributi/voucher alle imprese che ospitano studenti nell'ambito dei percorsi Asl previsti dalla legge n.107/2015. La finalità dei contributi è favorire una formula di progettazione comune tra scuole e imprese per aumentare la qualità dei percorsi. Ammontare dei contributi/voucher, modalità di richiesta, documentazione: https://goo.gl/vpCpT9. ANDREA SERRA

La reception per tutti

Una guida studiata per offrire una vera accessibilità in albergo

DI BARBARA BONURA

Come si può facilitare la fruizione di una struttura volendo rispondere ai bisogni del maggior numero di ospiti? Quali sono le cose più utili e di sicura necessità per i viaggiatori con disabilità e/o con bisogni specifici? Su che cosa è bene puntare per rendere l'ospitalità davvero accessibile a tutti? Sono questi i punti centrali che hanno stimolato la realizzazione del manuale *La reception per tutti*, testo inserito nelle *Guide degli alberghi* della Federalberghi e scritto da Roberto Vitali e Silvia Bonoli, rispettivamente presidente e direttore/project manager di Village for All, la rete che da dieci anni concentra la sua attività sul tema del turismo accessibile.

L'approccio di Vitali riguardo il comparto è molto concreto: a fronte di 127 milioni di persone con esigenze speciali interessate a fare turismo, non è scontato che si trovi l'offerta adeguata a determinati bisogni.

Il manuale, realizzato in forma di e-book, tiene conto del fatto che il solo rispetto delle leggi in termini di abbattimento delle barriere architettoniche non basta a rendere una struttura ospitale e accessibile e a garantire le esigenze di accessibilità, salute e sicurezza per tutti. Cosa invece da considerarsi doverosa ma anche utile, poiché porta diretti vantaggi a chi gode del servizio e a chi lo sta fornendo.

Il testo ha una indubbia utilità per gli imprenditori del settore che, attraverso le indicazioni degli esperti di turismo accessibile, vengono messi in grado di comunicare nel giusto modo di fronte a specifiche esigenze.

La reception è indiscutibilmente il primo luogo di contatto per gli ospiti: se è vero che il buongiorno si vede dal mattino, è da qui che la struttura con tutto il suo staff potrà trasmettere in prima battuta il senso di ospitalità e funzionalità che viene offerto, con l'aspirazione e la volontà di rispondere ai bisogni del maggior numero di ospiti.

Seguendo l'ebook, si potranno apprendere, punto per punto, le informazioni più utili allo scopo: dal parcheggio ai percorsi di collegamento, all'entrata dell'hotel, ogni aspetto viene spiegato nel dettaglio, specificando la miglior soluzione che l'imprenditore del settore potrà adottare, con la consapevolezza di avere come guida un marchio, V4A, che fa da garanzia alle informazioni sulla accessibilità.

A PORTO CERVO L'ASSEMBLEA 2018

Dopo l'appuntamento dello scorso anno svoltosi nella cittadina ligure di Rapallo, questa volta è la Sardegna a ospitare, dal 4 al 6 maggio, la 68esima Assemblea nazionale della Federalberghi.

L'evento annuale del mondo dell'ospitalità, che raduna attorno a sé una folta presenza di albergatori, operatori del settore e personalità del mondo delle istituzioni e dell'impresa, avrà luogo al Conference Centre Porto Cervo, in Costa Smeralda.

Il programma degli appuntamenti prevede, nel pomeriggio del 4 maggio, l'assemblea dei delegati.

La mattinata di sabato 5 maggio sarà dedicata al convegno pubblico: sul palco il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, insieme a esponenti del mondo istituzionale, imprenditoriale e dei media. In questo contesto, adottando la formula della tavola rotonda, un dibattito sui temi di maggior interesse per la categoria. Nel pomeriggio, l'Assemblea Generale Cnga.

Il programma completo è consultabile sul sito Federalberghi:
www.federalberghi.it

Federalberghi Extra: le nomine

L'Assemblea di Federalberghi Extra, il sindacato italiano delle attività ricettive extralberghiere, ha eletto gli organi sociali per il biennio 2018–2019. Alla presidenza Marco Coppola (Roma), affiancato dai vicepresidenti Maurizio Papa (Venezia) e Federico Traldi (Lazio). Il consiglio direttivo è composto da Daniele Barbetti (Chianciano Terme), Giancarlo Barocci (Cesenatico), Carmelo Beninati (Isole Eolie), Daniela Dall'Occhio (Como), Silvia Ferrero (Cuneo), Giovanni Ficarra (Taormina), Nicolò Farruggio (Palermo), Ermando Mennella (Ischia), Pietro Monti (Sorrento), Graziella Nalin (Riviera Jonica della provincia di Messina), Frederick Venturi (Varese). «Il nostro sindacato – ha dichiarato Coppola – è aperto a tutte le attività ricettive extralberghiere (ostelli, , residence ecc.), in forma singola e associata, che si riconoscano nel codice etico della Federazione e che si impegnino a mantenere un comportamento rispettoso delle leggi e dei contratti, a tutela dei consumatori, dei lavoratori, delle imprese concorrenti e di tutta la collettività».

PEDERSOLI®
www.pedersoli.com
Attrazione
Profonda
P&C
PEDERSOLI
InPiuma

Ecoluxury in hotel

Le risorse naturali come mezzi primari per l'interior design.
Alberto Apostoli firma progetti che comunicano con il paesaggio e dove il lusso è quella componente che offre benessere agli ospiti

DI AMINA D'ADDARIO

Gli alberghi sono strutture complesse, in cui si fondono architetture di grande impatto ed ecosostenibilità ambientale. Design e utilizzo di risorse naturali in sintonia con la visione del paesaggio. Luoghi in cui il lusso tradizionalmente concepito lascia spazio ad altri comfort più sofisticati che contribuiscono al benessere di chi li abita. Una sfida non facile che ha scelto di raccogliere Alberto Apostoli, architetto, designer e trend setter nell'ambito wellness, fermamente convinto che gli alberghi debbano essere «ecosostenibili, non solo per l'impatto che hanno sull'ambiente, ma anche per la possibilità di comunicare il tema e diffonderne la cultura». La sua azienda, lo Studio Apostoli, firma da anni progetti nell'ambito dell'hôtellerie dal fascino spiccato, che hanno saputo guadagnarsi la ribalta internazionale. Uno dei più recenti porta il nome di Hotel Vision, struttura quasi interamente in legno di grande appeal emozionale, che sta prendendo forma a Peschiera del Garda. Ma in cantiere anche un albergo a Bucarest, in Romania, dall'architettura multimediale le cui facciate, anticipa Apostoli, "permettono all'edificio di cambiare mood secondo specifiche esigenze di marketing".

Progettare il restyling di una struttura esistente… Da che cosa si lascia ispirare un architetto?
«Vorrei rispondere che a guidare la mano dell'architetto sono sempre estro ed emozioni, anche se, in realtà, il nostro lavoro è vincolato, salvo rari casi, ai budget di spesa e ai tempi di costruzione indicati dalla committenza, oltre che alle normative vigenti. In ogni caso, i principali criteri per non fallire nell'operazione sono la stesura di un reale studio di fattibilità e cercare di dare un motivo di unicità».

Come conciliare il passato con le nuove regole dell'interior design? Si cerca ancora il lusso tradizionale?
«Il lusso è sempre apprezzato, anche se si tratta di un concetto che oggi viene in-

terpretato in maniera molto diversa. L'opulenza dei materiali e delle finiture ha lasciato il posto alla ricerca del miglior comfort abitativo. Un vero hotel lussuoso è quello che garantisce la tranquillità e il benessere dei suoi ospiti. Mi riferisco ad aspetti acustici, di aerazione e illuminazione. Inoltre, sempre più clienti individuano la sostenibilità come forma di lusso e prediligono quegli hotel dove maggiore è il rispetto per l'ambiente».

Uno dei suoi ultimi progetti è l'Hotel Vision…
«Si tratta di una struttura moderna e contemporanea che comunica con il lago e il suo paesaggio, quasi interamente realizzata in legno. Questo materiale, infatti, consente una grande libertà di progettazione, oltre a distinguersi per le qualità termiche, antisismiche, ecosostenibili e per la drastica riduzione dei tempi di cantiere. I lavori, infatti, da poco iniziati, termineranno entro la fine dell'anno».

È davvero così importante essere green?
«La sostenibilità di qualsiasi edificio dipende prima di tutto dalla sensibilità di chi lo abita. Certamente, se andiamo ad analizzare la quantità di energia richiesta dagli impianti di un albergo, soprattutto in aree specifiche come le spa, sempre più presenti anche negli hotel di categoria inferiore, è evidente come il problema sia risolvibile soltanto attraverso investimenti in termini tecnologici».

Il nostro tessuto ricettivo è pronto ad adottare canoni innovativi in tema di ecosostenibilità?
«La rete alberghiera italiana è composta principalmente da piccoli hotel a conduzione familiare che, per quanto attenti all'ottimizzazione dei consumi, non hanno spesso i mezzi economici per affrontare specifici interventi di rinnovo impiantistico. Non manca però la sensibilità sul tema».

Ci sono errori di valutazione che l'imprenditore è portato a fare?
«Un errore che riscontro spesso è quello di clienti che desiderano rinnovare il loro hotel copiando l'idea di un'altra struttura, magari visitata durante un viaggio di piacere. Ogni hotel ha invece la sua propria storia da raccontare e deve essere pensato per il contesto in cui è inserito».

Rinascimento italiano

Il patrimonio storico, artistico e culturale recuperato nel suo valore e trasformato dagli architetti in nuove mete per turisti contemporanei in cerca di meraviglie nel Paese primo al mondo per siti Unesco

Un soffio di vita che fa rinascere luoghi, edifici, borghi abbandonati nella loro storia. Un patrimonio enorme, incalcolabile che sta rinascendo con la creatività di architetti e designer, con il sostegno di fondazioni e imprese, con l'ingegno e la professionalità di manager illuminati.
La storia torna alla ribalta sotto nuove forme per offrire infiniti spunti al turismo assetato di conoscenza e cultura, pronto a sperimentare esperienze diverse, a vedere la bellezza di un'Italia non più nascosta. Il grande flusso della rinascita si propaga sull'ospitalità, facendola crescere e cambiare pelle, rinfrescandola e donandole un inedito appeal. Lo stesso successo della trasmissione televisiva di Alberto Angela *Meraviglie. La Penisola dei tesori*, che ha condotto in 12 dei 53 siti italiani iscritti nella lista del Patrimonio mondiale dell'Unesco, ha fatto emergere con chiarezza quale sia il livello d'interesse da parte del pubblico verso le opere architettoniche, urbanistiche e monumentali del passato e verso la loro rinascita grazie ai restauri.

La bella addormentata Part II

Dopo essersi risvegliata dal suo lungo sonno ed aver sposato il principe, la Bella Addormentata, annoiata dalla vita di corte, decise di intraprendere una nuova attività e di aprire un B&B. La sua più grande preoccupazione però era la gestione sicura delle carte di credito date a garanzia delle prenotazioni, per addebiti ricorrenti e no-show. Si rivolse così ad una delle fate madrine che le consigliò di scegliere un programma gestionale dotato del modulo 3D Secure, una soluzione integrata per la gestione automatica delle carte di credito. Scelse Welcome, il software Passepartout per strutture ricettive, e da quel momento dormì per sempre sonni tranquilli.

Welcome, non è una favola ma realtà!

WELCOME
SOFTWARE GESTIONALE PER HOTEL

Numero Verde
800 - 41 42 43
WWW.PASSEPARTOUT.NET

PASSEPARTOUT
Software e servizi gestionali

Foto: Nico Colucci

PALERMO 2018 L'EVENTO DELL'ANNO

Progetti strutturali e un piano integrato. Palermo Capitale Italiana della Cultura 2018 investe sul territorio guardando al futuro: alcune iniziative avviate quest'anno dovranno infatti essere completate entro il 2020, in modo da mettere a sistema un piano integrato della cultura e dei suoi spazi. Un elenco lungo 27 progetti, tra i quali il recupero di Palazzo Butera, acquistato dai collezionisti d'arte Massimo e Francesca Valsecchi, per rilanciarlo con un restauro curato dall'architetto Giovanni Cappelletti. E poi il Palermo Centro Congressi, l'Acquario di Palermo e Genii locus, spazio da individuare dedicato al *Genio di Palermo*, tutti con call di realizzazione rivolta a investitori privati. Dall'apertura dell'Al Medina Al Aziz, che ruota attorno all'antico Palazzo della Zisa, patrimonio Unesco con altri otto monumenti del sito seriale arabo-normanno, al No Mafia Memorial, dall'Agorà interreligiosa alla nuova Sinagoga.

A Palazzo sant'Elia, intanto, è stato installato *Love difference*, maxitavolo specchiante a forma di bacino del Mediterraneo creato da Michelangelo Pistoletto; rimarrà dodici mesi nel Salone delle danze, cuore tecnico e organizzativo di Palermo Capitale.

MATERA 2019 OFFICINA CREATIVA

Come un viaggio tra i misteri, come una caccia al tesoro. Un altro patrimonio Unesco di fama planetaria si schiude, cede alle lusinghe di farsi rimodellare per un grande evento. La città dei Sassi è in piena svolta per Matera Capitale Europea della Cultura 2019, nomina vinta con la candidatura Open Future, che trasforma la città lucana in laboratorio per la comunità creativa europea. «Un progetto iniziato otto anni fa – racconta Paolo Verri, direttore generale della Fondazione Matera-Basilicata 2019 –. Un progetto di lunga durata è importante, perché non deve essere istantaneo. Occorreva posizionare la città nella giusta maniera. Questo è un luogo dove, essendoci spazi piccoli, fare progetti di cocreazione era facile e anche un po' naturale. Uno dei grandi temi di Matera sarà come nutrirsi di tutto questo patrimonio materiale, ma anche immateriale». Ottima premessa alla nascita della Open Design School, iniziativa laboratorio in cui opereranno professionisti selezionati con bando pubblico: un terzo locali, un terzo italiani e un terzo stranieri, per creare una fruttuosa contaminazione.

Uno dei compiti principali, in questa fase, è la mappatura della città e dei dintorni. Il team del workshop *I luoghi di Matera 2019* è composto da Annegret Boenemann, social designer; Silvia Canfora, architetto, Pierangelo Laterza, fotografo, Rossella Nicoletti, architetto urbanista, Francesca Raimondi, architetto, Gustavo Velho, visual designer. Ha censito 215 punti, raccogliendo informazioni su infrastrutture, impianti, capacità, accessibilità, servizi, presenza di punti panoramici o scavati, con un'attenzione particolare al contesto circostante e alle possibili suggestioni artistiche.

«Negli ultimi anni sempre più turisti hanno affollato il centro della città, mentre attorno era vuoto – puntualizza Rita Orlando, architetto responsabile gestione monitoraggio e follow-up della Fondazione Matera-Basilicata 2019 –. Serviva una leggibilità, una rilettura della città per arrivare a individuare un sistema di orientamento. Siamo partiti dai luoghi già esistenti, allargandoci e non focalizzandoci solo sui

Foto: Jürgen Eheim

Sassi. Spostiamo il baricentro della città. Accendere i riflettori su altre zone innescherà inoltre un processo di potenziamento del ricettivo alberghiero».

SASSI LUXURY IL WELLNESS NELLA GROTTA

Il fascino nascosto dei Sassi scatena fantasie progettuali per l'hotellerie contemporanea. È il caso del nuovo Aquatio Cave Luxury Hotel & Spa. Progetto generale ed esecutivo del recupero architettonico e distributivo del borgo: Cosimo Dell'Acqua. Interior design e progetto illuminotecnico: Simone Micheli. Il 5 stelle è ubicato su un costone del rione Sasso Caveoso di Matera, con 35 camere e suite, spa con piscina ricavata nella roccia, ristorante con corte esterna e sala meeting. Le 35 stanze sono state progettate e arredate ricalcando strutturalmente le antiche grotte scavate nel tufo, ma arricchite da tecnologie e arredi moderni e funzionali. «Un'atmosfera in cui emozione e benessere si fondono avvolgendo l'ospite che entra», illustra l'architetto Dell'Acqua, mentre per l'architetto Micheli «Aquatio è uno spazio che oltrepassa la tradizionale concezione di tempo, dando vita a un unicum inscindibile di passato, presente e futuro».

DOPPIA NEW ENTRY PER IL FAI

Venezia e Lecce. Casa Bortoli e Abbazia di Cerrate. Sono la nuova accoppiata di beni culturali riportati in vita e valore dal Fai. «Casa tua sul Canal Grande»: è il concetto adottato nel riaprire l'appartamento che occupa tutto il piano nobile di Palazzo Contarini Fasan (del 1474), lasciato in eredità al Fondo Ambiente dall'imprenditore Sergio Bortoli, a gennaio scorso, con l'espressa volontà di lasciare ai visitatori la libertà di restare nella casa museo per un tempo più lungo rispetto a quello della classica visita. «Non è ancora stato fatto un restauro dell'appartamento – spiega Paola Candiani, architetto, responsabile gestione beni culturali del Fai –. Dovremmo iniziare a settembre, ma serviranno soltanto pochi interventi di adeguamento».
Decisamente più massiccio, invece, il progetto che restituisce il complesso dell'Abbazia di Cerrate, nel Salento, riaperto il 7 aprile dal Fai. Un tempo monastero di rito greco–ortodosso, poi centro di produzione agricola, è una testimonianza del romanico pugliese, con una doppia anima di luogo di culto e masseria storica. Con origini che affondano tra l'11esimo e il 12esimo secolo, il complesso è rimasto in abbandono sino al 1965, anno di un primo restauro, quindi, nel 2012, l'avvio del nuovo intervento di recupero. «I restauri sono stati impegnativi sulla parte strutturale della chiesa e sui tetti – illustra Candiani –. Abbiamo creato anche una nuova illuminazione, più soft e diffusa, mentre all'interno dell'Abbazia sono stati restaurati gli affreschi risalenti al Duecento e al Quattrocento. Il primo piano della Casa del Massaro, invece, viene adibito a foresteria, quindi a disposizione del pubblico che visita il complesso».

TESORI PER TURISTI

Di cultura si vive e si cresce. Per Marco Di Luccio, responsabile gestione e sviluppo beni del Fondo Ambiente Italiano, il bilancio economico è una voce importante: «Chiudiamo il 2017 con 170mila iscrizioni, e questo ci dà più sicurezza economica. Così come i biglietti d'entrata: lo scorso anno i visitatori sono stati 375mila, in aumento del 30 per cento. All'interno

dei beni Fai si possono organizzare eventi, quindi li affittiamo per presentazioni di aziende o per wedding, e questi sono altri importanti introiti». Restauro, manutenzione e gestione sono le prime voci di investimento, con circa il 70 per cento dei fondi reinvestiti nelle attività di valorizzazione a scopo turistico. «Restauriamo i beni per riportarli allo stato originario, ma soprattutto perché diventino visibili dai turisti – evidenzia Di Luccio –. Agiamo sui territori entrando in sintonia su ogni piano, e ogni volta che partiamo con un restauro facciamo in modo che sia un fulcro di sistema. Lo valorizziamo anche sotto il profilo economico, perché nasca un ricettivo attorno al bene restaurato, e ne nasce un'attività di marketing e comunicazione declinata per target (famiglie, bici, trekking ecc.)». Intanto il Piano decennale *Nuovi beni*, che porta al 2023, è tutto all'insegna dei restauri.

IL CONTEMPORANEO DI CARLO SCARPA

Design, legno, marmo e vetro di Murano. Passato e contemporaneità. Sono gli elementi dei restauri firmati Carlo Scarpa, storico architetto e designer veneziano che ha trasformato angoli reconditi della sua città in opere artistiche di pregio, che si svelano al turista lungo itinerari culturali inediti. Dall'Aula Baratto a Ca' Foscari allo Iuav ai Tolentini, dal portale di San Sebastiano alla Querini Stampalia, dal monumento alla Partigiana al Negozio Olivetti. Quest'ultimo, restaurato di recente sotto la direzione dell'architetto Gretchen Alexander Gussalli Beretta, costituisce uno dei progetti più complicati ma efficaci di Scarpa, che ha saputo unire la contemporaneità al passato. Spazio a due piani in Piazza San Marco, sotto i portici delle Procuratie Vecchie, dopo aver perso per anni la sua funzione originale, nel 2011 il Negozio Olivetti è stato riaperto dal Fai, con colori e arredi originali e la collezione di macchine per scrivere.
L'allestimento del negozio era stato commissionato a Scarpa da Adriano Olivetti per progettarlo come punto esposizione di prestigio e di lancio dei nuovi articoli da ufficio, attirando non solo clienti ma anche artisti e intellettuali.

PALAZZO PUCCI LOCATION EVENTI

È una nuova location eventi nel centro di Firenze. Dopo cinque anni di restauri ha riaperto Palazzo Pucci, con il recupero completo dei suoi saloni cinquecenteschi affrescati: il Salone di Apollo e la Sala di

Paride, situati al piano nobile, a cui si accede dallo scalone monumentale dell'atrio. I nuovi lavori arrivano a distanza di molti anni dagli interventi realizzati sull'intero complesso tra il 1961 e il 1965, curati dall'architetto Piero Sanpaolesi.
Il cortile centrale, invece, era stato restaurato nel 1980. Il Salone di Apollo è l'ambiente principale con capienze sino a 200 persone, e l'altezza dell'ambiente consente videoproiezioni con schermi alti 7 metri; la Sala di Paride, invece, può ospitare 90 persone ed è utilizzabile autonomamente.

TORRE DI MAIANO, LA SUITE DELUXE

Simone Micheli firma gli interni della Torre del Laghetto delle Colonne, a Fiesole, conosciuta come Torre di Maiano. L'iniziativa prende vita a qualche anno di distanza da *Big dream in a little tower*, progetto etico che si proponeva di ripristinare l'uso di questo luogo in suite di lusso, spazio di arte e relax.
Grazie all'intervento di aziende di rilevanza internazionale, che avevano già contribuito a dare forma all'idea iniziale, la Torre verrà riportata a nuova vita, trasformandosi in una suite deluxe in cui luci e ombre si fonderanno per creare zone nuove e dinamiche, nello spazio. Le pareti, calde e con i segni del tempo, saranno impreziosite dagli arredi che l'architetto realizza ad hoc. Una scalinata antica, a chiocciola, condurrà al primo piano, dove un'area living permetterà di rilassarsi e ritrovare l'armonia. Le superfici si rifletteranno negli specchi deformando lo spazio, mentre il balcone affacciato sul laghetto offrirà al visitatore una particolare visuale del panorama esterno. Al secondo piano l'ambiente sarà essenziale, grazie alla bianca suite con bagno dalle rigorose geometrie, ai frammenti in specchio sulle pareti, agli arredi dalle forme fluide e dalla luce che, entrando dall'esterno, riempirà i vuoti generando superfici. Il viola delle sedute darà energia e vitalità. Inoltre, bagno turco multifunzionale e area dedicata alla tisane. Infine, una scala dal tratto contemporaneo condurrà verso l'esterno aprendosi su uno spazio-solarium.

Foto: Jürgen Eheim

CASTELLI VENDESI: I TOP SIX

Castelli da trasformare in strutture alberghiere o wedding location. Ecco i top six d'Italia, in vendita sul portale entietribunali.it. I primi due sono in Toscana. Vicino a San Gimignano un castello medioevale del 13esimo secolo, alto cinque piani, con torre di avvistamento, piscine, case coloniche, parco, vigneto e oliveto, acquistabile a 18 milioni di euro. Meno cara, ovvero 11 milioni e mezzo, la residenza storica sulla collina di Firenze, costruita nel 946 d.C. come presidio militare, che fu teatro di conflitti tra Guelfi e Ghibellini.
In Emilia Romagna, invece, è in vendita il Castello Piacenza, quotato 10 milioni di euro: risale al X secolo e comprende sale ricevimenti, 14 camere con bagno, ristorante con tre cucine e parco secolare. Risale al 1593 e tra i suoi ospiti illustri annovera Alessandro Volta un castello di 6.500 metri quadrati con giardino nei pressi di Milano: prezzo di vendita, speci-

fica Enti e Tribunali, circa 10 milioni.
Nel Lazio è a Collalto Sabino uno dei "magnifici sei": una costruzione medievale composta da un palazzo e una fortezza con torri di avvistamento, 11 camere, saloni e area benessere. Nella stessa regione anche il Castello Guglielmi, con sei torri merlate, in vendita a 4 milioni e mezzo: costruito nel 19esimo secolo riconvertendo un antico convento sull'Isola Maggiore del Lago Trasimeno, si estende su 5600 mq e ha terrazza panoramica e ponte levatoio.

LA VILLA DI MICHELANGELO

Nel Chianti c'è la villa di Michelangelo Buonarroti che attende di essere acquistata. L'ha messa in vendita a 7 milioni e mezzo di euro la Handsome Properties. Dispone di 10 posti letto e 7 sale da bagno. Nel 1549 Michelangelo ne acquistò la proprietà, che rimase nella famiglia Buonarroti sino al 1867.
L'attuale proprietario ha restaurato la villa, stilando un accurato resoconto storico e conservando le copie dei documenti originali della proprietà. SILVANA PIANA

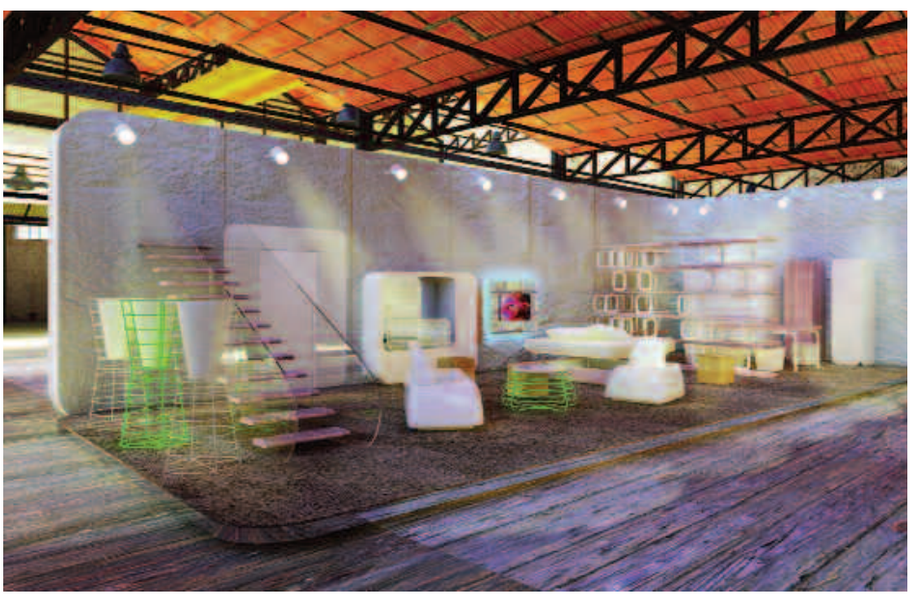
CALL INTERNAZIONALE PER VILLA ADRIANA

L'Accademia Adrianea di Architettura e Archeologia, in collaborazione con l'Istituto di Cultura di Villa Adriana e Villa d'Este del Mibact, lancia una call internazionale di progettazione per la Grande Villa Adriana, sul tema della riqualificazione paesaggistica, architettonica e museografica del territorio compreso nella Unesco Buffer Zone di Villa Adriana, tra il sito archeologico e il fiume Aniene. Al centro del progetto, la riqualificazione e la valorizzazione turistica legate alla riconnessione tra i siti di Villa Adriana e Villa d'Este, al Giardino segreto di Adriano e all'Antiquarium del Canopo. L'obiettivo e riconvertire all'originario carattere naturalistico in stretta relazione con la dotazione di strutture ricettive, commerciali e di servizio al contesto sociale e a quello turistico.

Hotel regeneration

Contemporanei e proiettati nel futuro, gli alberghi rinascono sotto nuove forme. Il design delle ristrutturazioni rivoluziona il concetto dell'accoglienza per creare vere opere d'arte

Il design come rigeneratore di strutture alberghiere. L'industria dell'ospitalità chiama a raccolta architetti, progettisti, interior designer e specialisti del contract per creare format e concetti innovativi. Unicità e personalizzazione come elementi dalle forti potenzialità nel mondo dell'hotellerie e del turismo esperienziale sono due costanti. «Il tailor made nell'interior design è un concetto che sta condizionando sempre più le aziende – afferma Francesco Scullica, docente Poli.Design-Politecnico di Milano –. C'è un fenomeno sempre più marcato di 'customizzazione' estrema dell'arredo, ma anche di ricerca forte e progressiva di icone del design».
L'hotel regeneration è un tema cruciale per le compagnie alberghiere. «La nostra è una storia lunga settant'anni, che significa rigenerazione continua delle strutture – interviene Sara Digiesi, chief marketing officer di Best Western Italia –. Sino a cinque anni fa mancava lo strumento del design, mentre ora ogni singola ristrutturazione viene sottoposta proprio al suo esame. Questi interventi portano inoltre vantaggi anche sul piano dei ricavi».
«Credo sia importante creare strutture rigenerate che si avvicinino alle opere d'arte – sostiene l'architetto Simone Micheli –. In un albergo non ci devono essere soltanto i servizi, ma un insieme di elementi che, assieme, costituiscano una vera opera d'arte. Inoltre, una rigenerazione deve spesso coinvolgere anche il territorio su cui sorge la struttura, affinché i benefici siano amplificati». Il tutto tradotto nell'happening espositivo Hotel Regeneration, mostra-evento su 4mila metri quadrati al Lambrate Design District, progettata per il FuoriSalone 2018 da Simone Micheli in collaborazione con Tourism Investment, Pkf hotelexperts & AboutHotel. Racconta il processo di riqualificazione della struttura alberghiera contemporanea e la sua esistenza futura valorizzandone la sperimentazione tramite diversi spaccati di ambienti dedicati all'accoglienza, interpretati come opere d'arte da esperire, spazi tridimensionali da vivere, creati facendo trasparire i trend attuali e prossimi dell'ospitalità internazionale: hall, enoteca-bookshop, regeneration bar, suite, locker room, living apartment, tutto per favorire libertà di movimento ed espressione. **S.P.**



FAS•ITALIA

I nostri punti di forza

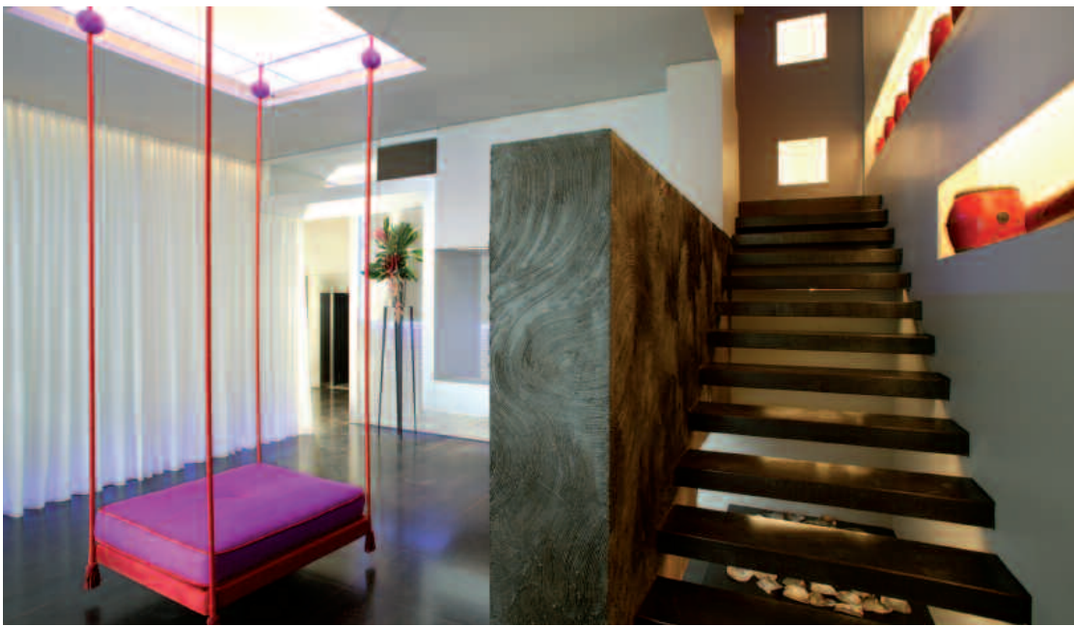
- ✔ **Ampia gamma di prodotti**
  Proposti con competenza, esperienza e serietà.
- ✔ **Prezzi competitivi**
  Articoli professionali con il miglior rapporto qualità/prezzo.
- ✔ **Offerte chiare e concrete**
  I nostri preventivi non lasciano dubbi!
- ✔ **Soluzioni**
  Conosciamo i problemi per questo offriamo soluzioni.

Tel. 055 470536
Fax 055 474345

Sede e showroom
Via G. La Farina 28/28/30R
50132 Firenze

www.fas-italia.it
info@fas-italia.it

spedizioni in tutta
ITALIA



Contemporaneo sensuale

Il concept di Guido Ciompi punta ai colori e alla materia per sedurre l'ospite, per indurlo a toccare oggetti e arredi. Ma anche un modo di progettare che parte dal luogo e che sfocia nel restyling ad hoc

Colori e materia. Calore e fisicità. Guido Ciompi plasma le sue creazioni con la passione dell'artista che vuole suscitare nello spettatore sensazioni uniche e stupefacenti. Perché i suoi restyling vogliono essere unici e irripetibili per ogni singola struttura, immersa nel suo habitat sino a formare un amalgama dal dosaggio perfetto. «Materiali e colori in ogni ambiente sono imprescindibili per creare un ambiente esclusivo e bello. La casa deve essere soft, mentre l'albergo deve essere colorato e sensuale, deve far venire voglia di toccare gli oggetti e gli arredi», confida l'architetto, che nel suo carnet di restauri vanta pezzi pregiati come il Centurion di Venezia, o The Gray di Milano, o Il Borro di Arezzo, commissionato da Ferragamo. Da quali elementi si parte in un restyling? «Il mio non è un mero progetto estetico… Il punto di partenza va considerato solo sul contesto e rispetto alle problematiche che possono nascere – spiega il titolare dello studio Guido Ciompi & Partners di Firenze –. Una volta analizzato questo aspetto e la committenza ha dato il suo benestare, si inizia il progetto».

Quanto valore e quale incidenza ha il territorio dove sorge la struttura?
«Venezia, ad esempio, è un contesto delicatissimo, perché davanti c'è San Marco e perché ci sono tante altre cose. E non dimentichiamo come sia complicato trasportare i materiali nella città lagunare».

Come si riprogetta un hotel?
«Quando si progetta occorre far finta di essere il cliente. È lui che deve essere al centro di tutto. Quando mi immedesimo nel cliente, devo sentirmi amato, coccolato. Ed è anche lo staff a fare la differenza».

Qual è il suo concetto di lusso contemporaneo?
«Il vero lusso è quello del tempo, quello dell'umanità. L'ospite è come un "bambino cresciuto" e bisogna dedicargli spazio e tempo. Chi entra in albergo vuole trovare almeno gli stessi standard di casa propria e, possibilmente, qualcosa di più, anche un po' azzardato. Contemporaneo, per me,

non è freddo o cristallo o linee dure. Contemporaneo è sensualità».

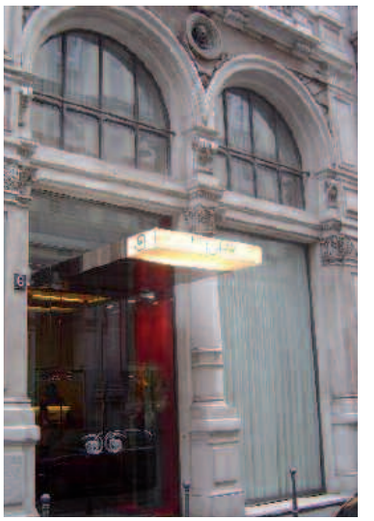
Quale ruolo ha un architetto nella riuscita di un restyling sul piano dell'ospitalità?
«Il successo di un hotel è diviso in tre parti: 30 per cento all'architetto, 30 per cento a chi gestisce e un altro 30 per cento alla clientela».

Qual è il progetto alberghiero che ha percepito come nuova sfida?
«The Gray è stato il primo albergo contemporaneo di Milano. Una sfida affascinante, perché ci si è trovati a interpretare un diverso e innovativo concetto di lusso da applicare a ogni spazio, a ogni elemento d'arredo, dalla tinta dei cuscini a quella dei divani o delle tende. Bisognava offrire anche sensazioni di relax, come a compensare la frenesia dell'esterno, aggiungendo oggetti e complementi d'arredo adatti».

Italia ed estero… dove si lavora meglio, dove c'è maggiore libertà?
«Devo ammettere che per alcuni aspetti si lavora meglio in altri Paesi. A Seoul, ad esempio, dove ho progettato il design dell'hotel The Plaza, in 5 mesi hanno tirato su un palazzo di 24 piani con 400 camere e 6 ristoranti».

Come giudica l'attuale panorama alberghiero italiano?
«È migliorato. È più vicino ai canoni di albergo che stanno andando nella direzione dell'accoglienza intesa nella sua migliore accezione». **S.P.**

PROGETTI AL TOP



THE GRAY
Milano
Data restyling: 2003
Cliente: Sina Hotels
Il progetto: boutique hotel nel cuore della città, caratterizzato da un nuovo modo di vivere il tempo libero, con raffinatezza di soluzioni e dettagli innovativi che trasformano il visitatore nel vero padrone di casa.

CENTURION
Venezia
Data restyling: 2009
Cliente: Sina Hotels
Il progetto: in un edificio storico affacciato sul Canal Grande sono stati rielaborati i simboli della "Venezia dorata" in 50 suite e camere che esprimono il lusso contemporaneo.

IL BORRO
Arezzo
Data restyling: 2008
Cliente: Ferragamo
Progetto: hotel relais immerso nella campagna toscana, con reception, ristorante, lounge, spa e piscina con vista sulla valle.

Saeco

Saeco reinventa un classico della propria gamma.

Da sempre Idea è una macchina professionale riconosciuta per la propria affidabilità e capacità di lavoro. Da oggi ha un nuovo vestito, dal design più moderno e dall'evoluta praticità.

I nuovi fianchi slim opzionali, disponibili in vari colori, permettono di arredare i propri spazi con uno stile personale e mai scontato. L'intuitiva interfaccia consente di creare un'incredibile varietà di ricette. Con un solo tocco.

Il modello Cappuccino, con cappuccinatore professionale integrato auto-igienizzato, consente di erogare simultaneamente caffè, latte, acqua calda e vapore.

Idea Restyle è senza dubbio la migliore scelta per chi desideri una macchina altamente professionale senza rinunciare ad un'estetica accattivante.

www.saecoprofessional.it/idearestyle

IDEARESTYLE

RESTYLE YOUR SPACE.
More beautiful than ever.

Il potere del contract

Gli alberghi abbandonano stili e formule ormai fuori moda per puntare su innovativi spazi social e polifunzionali, arredati e illuminati secondo i canoni contemporanei dell'arredo e dell'illuminazione

DI AMINA D'ADDARIO

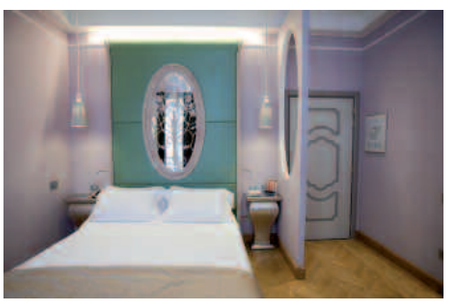
Riposare in hotel non basta più. Da semplici luoghi dove alloggiare durante la vacanza o la trasferta di lavoro, gli alberghi stanno diventando destinazioni che vivono di luce propria. Veri e propri hub aperti sulle città, dove trovano spazio anche attività legate all'intrattenimento, agli affari o al benessere. Realtà polifunzionali scaturite per lo più dalla necessità di trovare nuove opportunità di business laddove non si era mai pensato di trovarne, pronte a cambiare anima a seconda dell'orario in cui vengono vissute. Così il ristorante, un tempo destinato ad accogliere solo la clientela interna e spesso asset poco sfruttato, viene ora considerato una risorsa da valorizzare che, nei casi più virtuosi, diventa indirizzo mondano di riferimento anche per il pubblico esterno. Stesso discorso per la spa, elemento non più appannaggio esclusivo delle strutture di alta gamma, ma ingrediente imprescindibile anche di alberghi meno blasonati. Tanto che ormai non esiste progetto nel mondo dell'hospitality che non preveda la creazione di un'area dedicata al wellness, anche piccola.

LA SVOLTA VERSO NUOVI MODELLI

Veri e propri cambiamenti culturali che le aziende del contract hanno assecondato da tempo, consapevoli che il settore alberghiero ha bisogno di abbandonare stilemi fuori moda e di ripensare i propri spazi nell'ottica di una maggiore semplificazione e multifunzionalità. «Le trasformazioni più rilevanti – spiega Matteo Bonfante, general manager della Bonfante – hanno sicuramente coinvolto gli spazi comuni: hall e lounge non sono più solo i front office dove accogliere il cliente, ma ambienti che oggi devono avere un'identità chiara, in grado di rispecchiare l'idea di marketing dell'imprenditore, e tenere conto di nuovi aspetti pratici e funzionali».

LE ATTIVITÀ SI MOLTIPLICANO

Se le attività che è possibile praticare in hotel si sono infatti dilatate a dismisura, ecco



che la parola d'ordine di ogni progetto di restyling è diventata flessibilità. «L'esigenza più ricorrente – sottolinea Bonfante – è quella di utilizzare gli spazi per il maggior tempo possibile. Ad esempio la sala per la colazione della mattina è spesso anche quella che il pomeriggio diventa un'area per l'aperitivo o il ristorante per la cena. Per questo si cerca di mettere a punto soluzioni che consentano di far sparire gli allestimenti del breakfast in maniera veloce e, magari soltanto abbassando l'intensità delle luci, di cambiare il mood dell'intera sala».

Nuove esigenze che stanno portando gli alberghi a sfruttare gli spazi a disposizione in maniera sempre più trasversale. «Tutti gli ambienti – raccomanda Bonfante – devono essere multifunzionali, social. I tavoli sono spesso in condivisione, e non è un problema se in una stessa stanza troviamo chi fa colazione e chi, a poca distanza, legge un libro, magari seduto su una panca in una zona relax più intima e dal rivestimento insonorizzato».

LA NUOVA GEOGRAFIA DELLA STANZA

Un nuovo modello di ospitalità che ha trasformato profondamente anche l'organizzazione formale delle singole camere, anche questa sempre più orientata verso la semplificazione. «Sino a qualche anno fa – osserva Lisa Brighenti, ufficio commerciale Brighenti Galdino – si tendeva a riempire le camere con molti mobili ed elementi precostituiti. Oggi, invece, il concetto di camera standard non esiste più. Piuttosto si cerca di creare quell'effetto wow senza caricare troppo l'ambiente, con forme più pulite e leggere, arredi meno impegnativi e funzionali». Così, mentre alcuni ingredienti un tempo considerati intramontabili sono quasi del tutto usciti di scena, altri guadagnano la pole position. «La carta da parati – evidenzia – è un elemento quasi del tutto scomparso, così come gli armadi di grandi dimensioni, sostituiti da guardaroba a giorno o ripiani per appoggiare la valigia».

IL BAGNO PROTAGONISTA

Trasformazioni radicali hanno poi investito la zona bagno, sempre più sotto l'attenzione degli studi di progettazione. Se fino a qualche anno fa la tendenza era quella di realizzare bagni ridotti, se non angusti, «adesso l'albergatore è disposto a rinunciare anche a qualche camera – sostiene Brighenti – pur di avere stanze da bagno più ampie e articolate, suddivise in ambienti diversi grazie all'utilizzo di vetrate trasparenti o, nei casi di strutture a 4 o 5 stelle, con la vasca direttamente in camera che diventa nuovo centro focale». Nuova è anche l'importanza che viene assegnata all'elemento luce, spesso utilizzato per valorizzare singoli punti della stanza o, in sostituzione delle lampade da appoggio, per alleggerire lo spazio e tenere sgombri ripiani e comodini. «Si gioca molto di più con l'illuminazione – sottolinea Barbara Benini, titolare Chiavegato Contract –, soprattutto quella a led, con cui si possono ottenere effetti morbidi e regolazioni d'intensità ideali per atmosfere diverse e far risaltare un singolo elemento».

ALCAMORETTI ROOMCOLLECTION

Customer service 0524 530139 alcamorettimilano@alcamoretti.it

Dal 1950 regaliamo al tuo cliente
un sonno di qualità.
Follow us
#ParmaRetiHotellerie
www.parmareti.it
PARMA RETI
Ph. Sabrina Paci - Grafica Maria Grazia Palazzo
Parma Reti Spa, via Pascoli 49, 47853 Cerasolo Ausa, Rimini - T +39 0541 756444 - F +39 0541 759898 - commerciale@parmareti.it

Comfort ibrido

Le camere d'albergo si trasformano per creare ambienti dove l'ospite ha tutto a portata di mano

Stanze e spazi comuni sempre più ibridi, sempre più consoni alle tendenze e abitudini dei viaggiatori contemporanei, che in hotel cercano bellezza, funzionalità e comodità sia quando si spostano per lavoro che quando sono in vacanza, o quando sono in versione bleisure. La camera d'albergo ideale deve rispondere a tutto questo. Ad esempio, anche al fatto che il tavolino o la scrivania non vengano quasi più utilizzati: la tendenza è di usare il letto come superficie universale, che deve quindi essere spazioso, comodo, ergonomico e attorniato da una buona illuminazione variabile d'intensità.
In camera può esserci anche uno spazio per una miniarea fitness e il bagno può ospitare una doccia extralarge con sauna. Interior designer e architetti hanno già scatenato la fantasia, suggerendo alle aziende del contract i canoni per una produzione di arredi e componenti adatti a creare ambienti di tendenza funzionali e sicuri. Le imprese del settore si sono attivate per rispondere alle nuove esigenze di albergatori e loro ospiti, proponendo soluzioni e format elaborati con professionisti del design per ripensare l'ospitalità sfruttando ogni spazio per dare il massimo comfort.

CLAY ANCHE IN VERSIONE MINI
Disegnato da Marc Krusin per Desalto, Clay è un tavolo-scultura dal disegno essenziale e dalle proporzioni armoniose. È progettato come incontro di due volumi che raggiungono l'equilibrio dell'uno sull'altro.

LA NUOVA FOX
Nuova versione per Fox di Pedrali, la poltroncina disegnata da Patrick Norguet, con rivestimento in cuoio. Un'architettura definita da un mix di materiali e di contrasti di linee geometriche.

FLUTTUA: IL LETTO CHE DÀ FORMA AI SOGNI
Fluttua è il letto sospeso di Lago che sfida la forza di gravità, dando l'emozione di dormire galleggiando nell'aria. Un unico sostegno centrale, regolabile in altezza, attaccato a parete tramite un fissaggio. Il pianale in Hpl è impercettibile alla vista. Nessun ingombro esterno al materasso, nessun rigido ostacolo.

Segue a pag. 46 ➤

The color project. **SCANDOLA MOBILI** lancia quattro nuove finiture: l'Avena, il Carbone, l'Orzo e il Tortora. Sono realizzate con vernici all'acqua totalmente atossiche e lasciano trasparire la bellezza del legno, le venature e i nodi. Nella realizzazione degli arredi per le strutture ricettive l'azienda è attenta all'aspetto ecologico e al rispetto della natura. Utilizza solo legno massello di abete proveniente da zone a rimboschimento controllato.

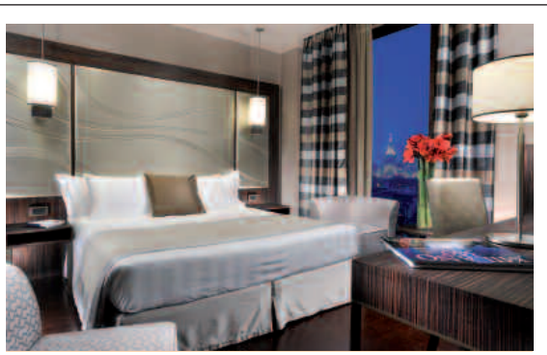
Lusso contemporaneo per la linea di prodotti Unica dedicati all'hôtellerie di alta gamma. Punta di diamante della **CANTONI** sono le specchiere illuminate. Cantoni ha brevettato I-light, sistema di illuminazione integrato nello specchio che ricrea la resa cromatica e l'incidenza della luce solare, e Spring -fit, sistema di sostituzione veloce dell'immagine per pannelli e cornici retroilluminate, premendo con la mano.

La flessibilità come elemento primario nella collezione **FAS ITALIA** di arredamento e accessori per le camere d'albergo. L'azienda propone i divani-letto e i letti a scomparsa, che occupano il minimo spazio e sono veloci da mettere in funzione. Si può rendere una stanza flessibile trasformando, ad esempio, un matrimoniale in una camera con 2 letti aggiuntivi, senza sottrarre spazio. I mobili letto salvaspazio sono forniti da Fas con e senza materasso ignifugo classe 1IM.

INDEL B conquista il settore dell'ospitalità con il Flyingbar, studiato per spazi ridotti. Il sottile minibar da parete, progettato con l'architetto Massimo Mussapi, libera gli spazi e l'arredamento della camera d'albergo grazie a un particolare sistema di fissaggio a muro. Sospeso e con porta in vetro, favorisce l'accessibilità per l'ospite anche in caso di disabilità. Concilia la tecnologia Smart di Indel B con il sistema refrigerante a risparmio energetico.

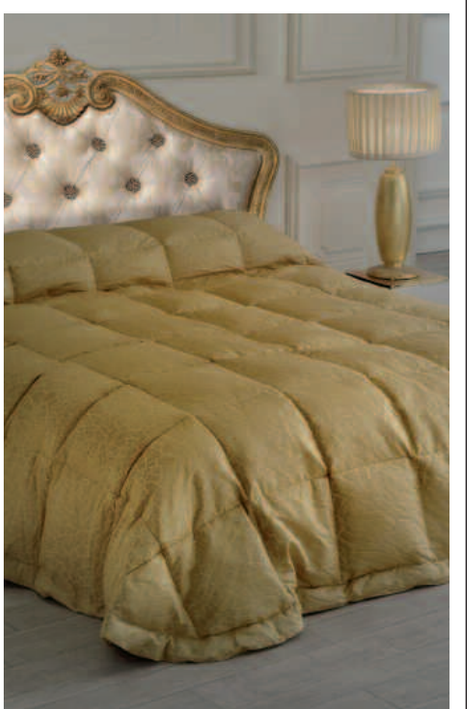
MAGNIFLEX punta sul contract entrando in hotel esclusivi, forte della nuova collezione contract Linea Regale. Una collezione di 44 materassi pensata e realizzata per le strutture d'alta gamma, che possono avvalersi di un brand made in Italy. «Il contract rappresenta un'opportunità per la nostra azienda, per comunicare e offrire ai potenziali committenti i valori del savoir vivre italiani – commenta Marco Magni, owner Magniflex –, oltre a essere un importante canale per sviluppare il nostro business in Italia e a livello internazionale».

Letto matrimoniale sommier con testata Minerva, divano letto a castello Alex modello Paolina, pouf trasformabile in letto. È il format dell'arredamento della camera d'hotel curato dalla visual Milena Ghirardelli, proposto da **PARMA RETI**. Costruiti su reti a doghe ortopediche, con telaio in legno rivestito, i letti imbottiti sommier sono personalizzabili negli elementi e nei rivestimenti. Le testate sono disponibili in cinque modelli: Minerva, Giunone, Diana, Tiranti e Capitonné.



Letti vestiti con lenzuola in fibre naturali, traspiranti e termoregolanti, trattate con detergenti a base di sapone naturale in impianti di lavaggio eco-friendly. È quello che **PEDERSOLI**, sensibile alle tematiche ambientali, offre agli hotel per il comfort dei loro ospiti. Lenzuola in puro lino, in LinoVivo, o in puro cotone prodotti dall'azienda. I materiali naturali, igienizzati, rendono il comfort ancora più piacevole.

Le trapunte per la mezza stagione sono una soluzione ideale per gli ambienti freschi anche d'estate, per temperature intorno ai 24° e per ambienti con aria condizionata. **CINELLI** le propone in lino stropicciato, in tinta unita o in diversi colori, e anche in cotone con fantasie originali; ma c'è anche la possibilità di realizzare le trapunte mezza stagione su misura con tessuti scelti ad hoc. L'imbottitura è 95 per cento piumino d'oca, che, come dice l'azienda, insieme alla piuma d'oca, sono alleati affidabili per il mondo del contract.



Gli arredi **MOBILSPAZIO** Contract si adattano a vari tipi di ambientazione alberghiera. Le tonalità proposte possono ricreare ambientazioni classiche o moderne. Gli articoli hanno superficie antigraffio, spessore 38 mm e materiali a bassa emissione di formaldeide secondo le normative europee. La produzione, totalmente made in Italy, è esposta nel nuovo showroom della sede di Ancona, dove architetti e operatori possono visitare le ambientazioni per hotel, arredati con articoli dalle linee adatte a ogni ambiente e situazione, dalla montagna al mare.

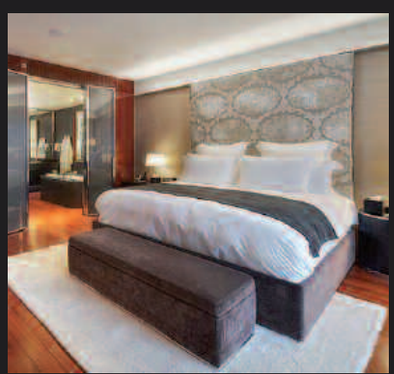
Segue a pag. 48 ➤

Arredi contract d'alta gamma. **BG BRIGHENTI** produce mobili d'arte su progetto o da proprie collezioni per hotel di lusso in Italia e all'estero, lavorando in sintonia con progettisti, designer, architetti e professionisti del settore. Arredamento classico, moderno e contemporaneo.

La novità 2018 che **ALBED** lancia sul mercato è la versione freestanding della cabina armadio Solo, con una nuova finitura champagne e illuminazione integrata nel montante verticale. Solo è una cabina armadio versatile che può assecondare l'architettura di una stanza o dividerla, grazie alla modularità degli elementi e agli accessori (cassettiere, mensole, portascarpe, portacamicie, mobili a giorno). È disponibile anche a parete, a soffitto e in nicchia.

VOCAZIONE CONTRACT

Il legame di LEMA con il mondo del progetto si esprime nella divisione Contract, che crea soluzioni su misura per l'hospitality e il multiapartment, interpretando esigenze estetiche e funzionali. I nuovi prodotti vanno ad arricchire il catalogo coprendo tutte le tipologie: imbottiti, sedute, tavoli, complementi d'arredo. Concept progettuale che coniugare contemporaneità al contesto, schemi cromatici e texture che abbracciano gli ambienti e le aree funzionali delle hall. Tanto colore, usato in tonalità e sfumature che vestono le superfici; grafica e geometrie optical. La zona notte di Lema è invece inteso e arredato come uno spazio intimo e raccolto. La collezione di letti viene arricchita ogni anno privilegiando forme e materiali che scaldano l'ambiente e favoriscono un senso di benessere.



Shanghai, Caramello, Damier, Brown, Cedro... Sono soltanto alcuni degli affascinanti nomi che **POLLINI MOBILI** ha dato ai 15 modelli di camere d'hotel del suo nuovo catalogo 2018 Contract Collection. L'azienda punta molto sui materiali, sulla funzionalità dei mobili e sulla versatilità di stoffe e imbottiture, collaborando anche con case specializzate.

Lusso discreto e atmosfera ovattata per un hotel simbolo tra quelli curati da **ROVERSI**. Tutto è all'insegna del naturale e dei toni soft. Suite con divani, letti, testate, tavolini e scrittoi secondo un progetto estetico dalle linee sobrie e disegno art decò; piani a grande spessore, elementi in pelle e piedi di alluminio. Nelle camere le testate dei letti racchiudono, in un elemento realizzato a pannelli orizzontali lastronati in ciliegio naturale e inserti in tessuto imbottito, sia l'illuminazione con applique in vetro opalino che il supporto cuscini.

Anche l'isolamento acustico contribuisce al comfort di un albergo. Le soluzioni in lana di roccia **ROKFON MONO ACOUSTIC** servono proprio a questo. Il controsoffitto monolitico è studiato in sintonia con il design degli hotel, contribuendo ad assorbire rumori ed echi. Nella reception il sistema assicura fino a αw 1.00, classe A, ed è in tonalità soft. La superficie liscia e continua di Rockfon Mono Acoustic può anche essere curvata e in versione bianca per offrire una forte diffusione della luce.

La camera da letto di **HOTELIER GALLIZIOLI** è un luogo intimo della vacanza per gli ospiti dell'hotel e che va resa accogliente scegliendo la giusta biancheria e il giusto arredamento. Le lenzuola per alberghi prodotte da questa azienda sono proposte in cotone, spugna e jersey. Oltre alle classiche lenzuola bianche, anche lenzuola colorate.

FlyingBed è la base letto innovativa proposta con il marchio **PERDORMIRE HOTEL**. Nato dalla collaborazione tra l'architetto Massimo Mussapi e il Materassificio Montalese, il concept è proposto in diverse colorazioni e modelli. FlyingBed è un sistema coordinato, che comprende base letto, testiera, SofaBed e accessori, in diverse misure, finiture e colori.

Segue a pag. 50 ➤

Design Statilio Ubiali per il letto Zefiro di **ROZZONI MOBILI**. Il nome ricorda un vento leggero che attraversa spazio e tempo. La testiera imbottita, completa di giroletto, è impreziosita da una sottile cornice in ebano che riporta a segni ancestrali tra classicità e levità orientali. Una morbida imbottitura con trapuntatura centrale si accompagna al giroletto privo di spigoli. Le dimensioni di Zefiro sono 219 x 209 x 130.

Con la tendenza a usare il letto della camere d'hotel anche come superficie di lavoro oltre che di riposo, le testiere assumono una nuova funzione e maggiore importanza. **SIMMONS** propone una gamma di testiere imbottite che si adattano a specifiche esigenze estetiche e caratterizzazione dell'ambiente. Il rivestimento fisso delle testiere è disponibile in tre versioni: vellutino velcrabile, trapuntato con tessuto jacquard ecrù e ecopelle.

I 60 MARCHI DI TITIBI CONTRACT

Samsung Hospitality Tv e Climatizzazione, Grandi impianti Aligroup, Stylarte Arredi, Indel B, SanLorenzo hotel materassi. Sono alcuni dei sessanta marchi rappresentati da Titibi Contract, che ha toccato la quota di quattrocento strutture ricettive fornite. Obiettivo della centrale acquisti di forniture alberghiere è rispondere alle diverse esigenze degli alberghi di qualunque dimensione e numero di stanze, garantendo nel contempo, agli albergatori, consulenze professionali per l'individuazione del prodotti idonei alle necessità reali. «Ci proponiamo come interlocutore unico che segue e fornisce i prodotti per arredare e anche allestire tecnologicamente le camere d'albergo – racconta il general manager Giovanni Monza –, con la comodità di avere un unico interlocutore che segue e fornisce, e che opera con velocità e precisione».

Specializzato nella produzione di mobili per alberghi e progetti per l'hospitality, **CHIAVEGATO** aggiorna costantemente lo showroom con una gamma di collezioni per camere su misura e personalizzate. L'azienda punta su questo connubio per realizzare arredi che lascino libertà di accostamenti a colori, stoffe e complementi.

Cultura artigiana, innovazione e relazione con le tendenze del mondo design. **BONFANTE** segue questa linea per sviluppare una gamma di soluzioni e offrire assistenza nella realizzazione di progetti su misura per gli hotel.

Relais du Silence I Tre Poggi, Canelli

Qualys-Hotel Bristol, Chioggia

FARE RETE PER FAR CRESCERE IL BUSINESS. PROCEDE L'ESPANSIONE DEL GRUPPO SEH

Nel 2018 nuove affiliazioni anche sul territorio italiano

Primo gruppo alberghiero cooperativo multimarchio in Europa, Seh United Hoteliers – Société Européenne d'Hôtellerie – dispone di 600 strutture distribuite in 12 paesi europei. Forte di un knowhow di 50 anni di esperienza, SEH ospita oltre 4 milioni di clienti ogni anno, vanta oltre 20.000 camere e un fatturato globale annuo di oltre 115 milioni di Euro. La filosofia di SEH si basa sul sistema cooperativo: una rete appartenente ai suoi membri, tutti imprenditori, dove lo spirito si fonda sulla solidarietà, la trasparenza e la fiducia. La tecnologia e il digitale sono ad oggi gli assi portanti del gruppo: nel 2018 verrà adottato il sistema Travelclick, per offrire agli associati un sistema leader mondiale nella tecnologia per gli alberghi, con channel multicanale connesso a oltre 400 canali di vendita, diversi PMS italiani e un motore di prenotazione per il sito dell'hotel. Seh possiede inoltre due siti web, un'App, un sistema di conoscenza della clientela e di invio di questionari di soddisfazione per aiutare gli hotel del gruppo a migliorare la propria reputazione on-line. Un sistema fedeltà con oltre 180.000 clienti fidelizzati, che apporta al gruppo oltre 30 milioni di fatturato annuo. Oltre a tutto ciò, Seh realizza 2 guide cartacee, ciascuna con una tiratura di 250.000 copie e una commercializzazione internazionale sui segmenti individuale e gruppi. Scopo dell'associazione è far crescere il business dei propri affiliati. Per questo il guadagno viene investito in servizi e azioni di visibilità dei marchi e delle strutture, con l'obiettivo di favorire il più possibile le prenotazioni dirette e la disintermediazione. Dal 2017 Hotels & Chalets de Tradition è uno dei marchi Seh. Il brand raggruppa hotel montani di charme situati in Francia, Svizzera e Italia. In Italia Seh è presente con 24 strutture, di cui 8 dal 2018:

- Relais du Silence Al Terra di Mara a Levanto, Cinque Terre.
- Relais du Silence Borgo Eibn a Sauris, Friuli.
- Relais du Silence Palazzo Lovera a Cuneo.
- Relais du Silence I Tre Poggi a Canelli, Piemonte.
- Relais du Silence Tenuta Pianirossi a Cinigiano, Toscana.
- Relais du Silence Dimora del Duca a Lecce.
- Qualys Hotel Bristol a Chioggia.
- Hotels & Chalets de Tradition Notre Maison a Cogne, Val d'Aosta.

Il gruppo detiene un portafoglio di 5 marchi complementari: Relais du Silence (strutture di carattere da 3 a 5*), Hotels & Chalets de Tradition (hotel e chalets di montagna), QUALYS-HOTEL (hotel di alta gamma con una forte personalità di 3 e 4*), INTER-HOTEL (alberghi 2 e 3*) e P'TIT DEJ-HOTEL hotel economici (1 o 2*). **www.seh-hotels.com**

Relais du Silence Tenuta Pianirossi, Cinigiano

Enrico Ieri
Country Manager
Mobile:
+ 33 (0)6 14 81 67 11
e.ieri@seh-hotels.com

PUBBLIREDAZIONALE

Efficienza e comfort nelle Dolomiti

Il nuovo centro termale QC Terme Dolomiti a Pozza di Fassa (Trento) sfrutta la preziosa acqua sulfurea della sorgente di Aloch per offrire un'esperienza termale davvero unica.

A livello impiantistico, i certificati bianchi (TEE) ottenuti scegliendo una caldaia a pellet ad elevato rendimento hanno consentito di ridurre i tempi di ritorno economico dell'investimento per la realizzazione della centrale termica, dove è installato anche un cogeneratore per produrre al tempo stesso energia elettrica e termica per le esigenze della struttura.
Anche grazie all'uso della biomassa per il riscaldamento, il centro QC Terme Dolomiti è in fase di certificazione ambientale LEED.

Partner
KlimaHaus
CasaClima®

Presso il QC Terme Dolomiti sono installati una caldaia Vitoflex da 700 kW alimentata a pellet, un cogeneratore Vitobloc 200 da 70 kW/el e 115 kW/th, una caldaia a gas Vitoplex 200 da 700 kW di supporto

VIESMANN

Viessmann Srl - www.viessmann.it - info@viessmann.it

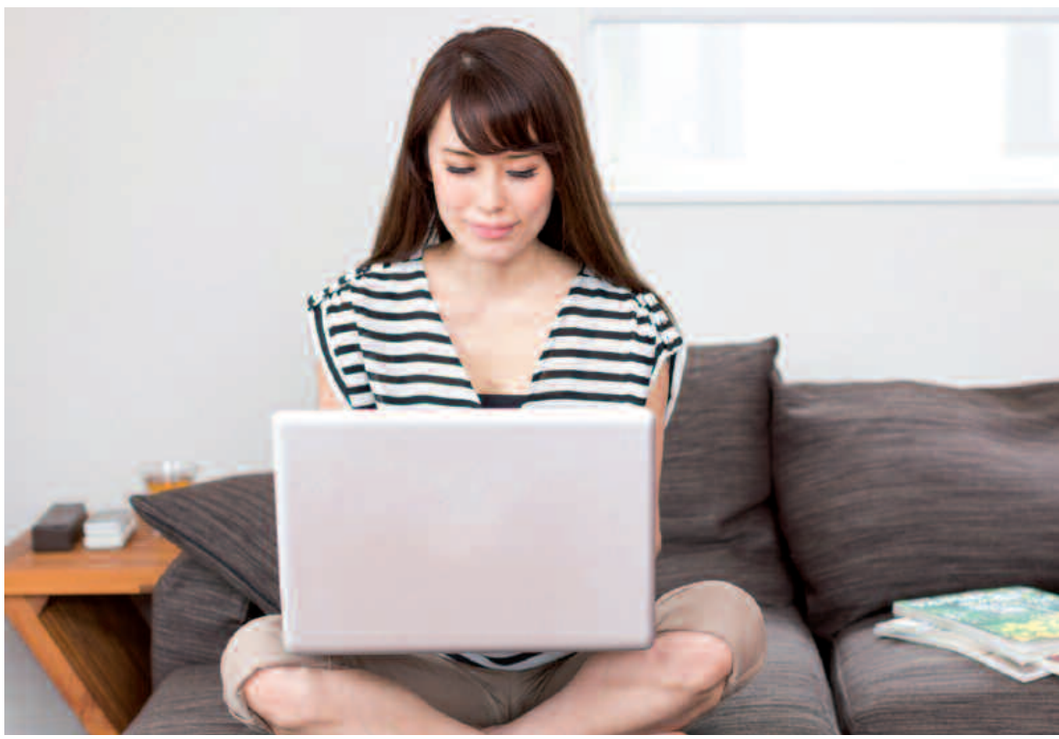
Startup per l'hôtellerie La sfida degli algoritmi

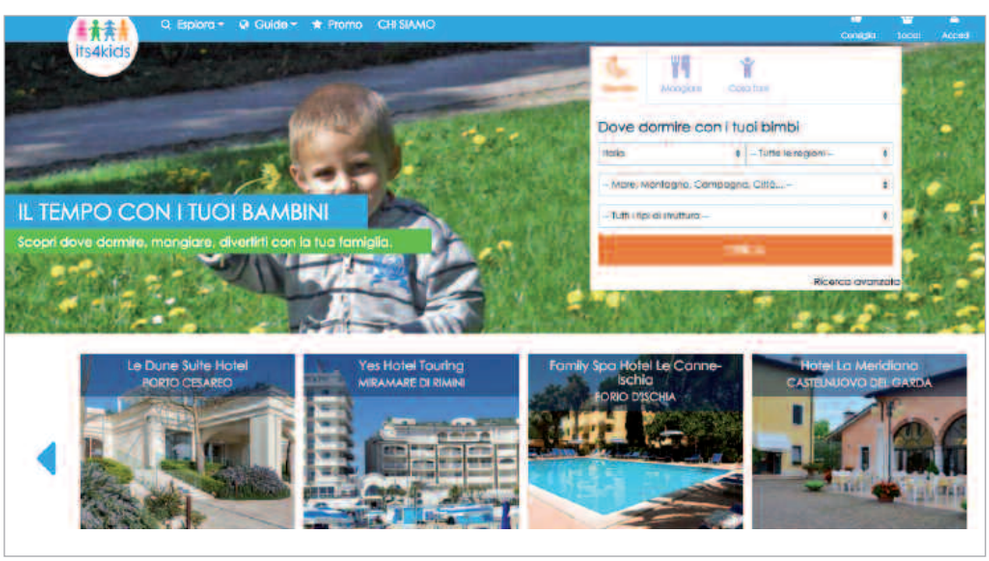
Soluzioni ad hoc per ogni nicchia o segmento alberghiero. L'offerta sempre più varia e differenziata delle giovani imprese protagoniste della rivoluzione digitale

DI CLAUDIANA DI CESARE

Il mondo dell'hôtellerie è in continuo fermento, e negli ultimi anni ha vissuto piccole e grandi rivoluzioni: la digital trasformation, l'arrivo degli automatismi e dell'intelligenza robotica, il crescente dinamismo delle politiche dei prezzi, il dominio delle esperienze. Gestire con successo la multicanalità e cavalcare i nuovi trend del turismo rappresenta la grande sfida per gli albergatori.

Al loro fianco c'è un'armata sempre più folta e agguerrita di giovani startupper che, algoritmi e software alla mano, propongono soluzioni innovative per interpretare e gestire con efficacia il presente, disegnando le strategie di sviluppo per il prossimo futuro. Le proposte fornite dalle startup del turismo spaziano dalla conquista dell'attenzione dell'utente sul web, in fase esplorativa e "ispirazionale", alla gestione automatizzata del booking, ma si spostano facilmente dal virtuale al reale, dal software all'hardware, attraverso la materializzazione di smartphone a disposizione degli ospiti in camera o serrature intelligenti che dialogano con il cellulare rendendo di fatto desuete le dinamiche di check-in e consegna delle chiavi.





IL CHECKIN ONLINE ACCORCIA I TEMPI

«Nel 70 per cento dei casi i clienti prenotano il proprio soggiorno in hotel su internet – racconta Fulvio Bruno, senior managing partner di **TocToc**, la startup che promette agli hotel di migliorare l'e-

Grosfillex

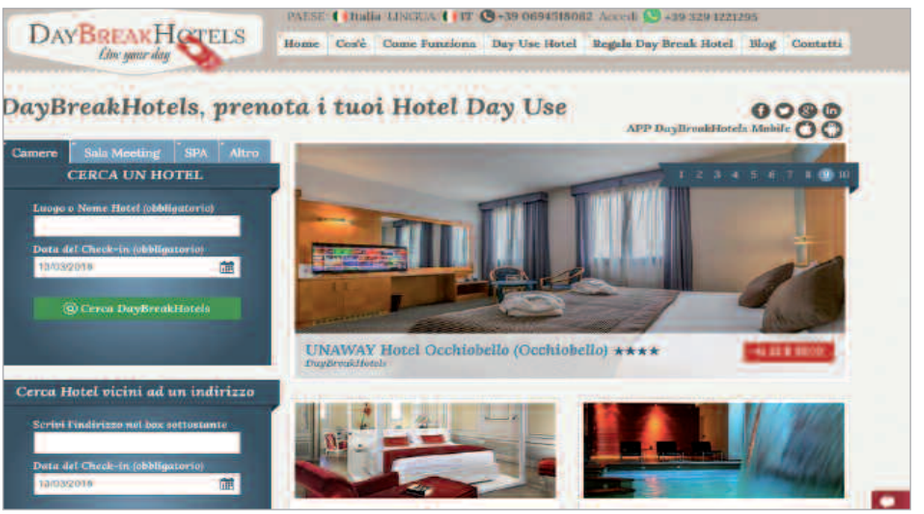
Arredi indoor & outdoor professionali per alberghi, ristoranti, piscina & spiaggia. Design, Sicurezza e Garanzie del Made in Europe al servizio dei nostri clienti Ho.Re.Ca. da 60 anni.

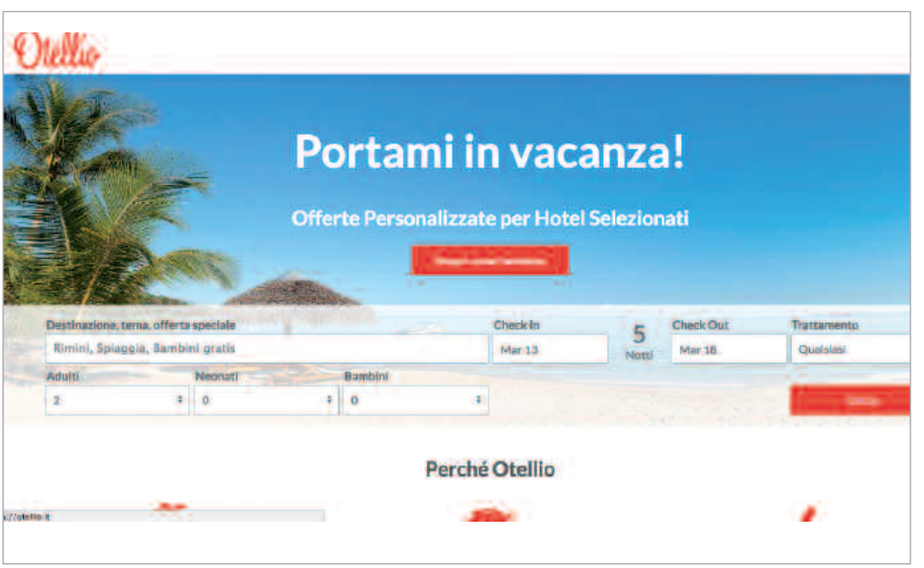
Tel: 0321 53 93 11 - italia@grosfillex.com – www.grosfillexcontract.com

sperienza del cliente e aumentare le vendite –. Noi permettiamo il videoriconoscimento online, che certifica l'identità del cliente e la proprietà della carta di credito inserita».
L'applicazione di TocToc rende, così, le fasi di check-in molto più veloci. Inoltre, propone agli hotel innovativi strumenti di messaggistica per la gestione della relazione digitale con gli utenti. A velocizzare i tempi di invio dei preventivi e automatizzare l'inoltro di offerte personalizzate pensa, invece, **Hotel.cc**, una piattaforma web-based che aiuta l'albergatore a gestire tutte le fasi di contatto con il cliente, dalla richiesta di preventivo al check-out. «Tra le tante opzioni – spiega il direttore Filippo Bonucci –, c'è la possibilità di creare dei minisiti per ogni preventivo, con offerte ad alto tasso di conversione».
E per chi non ha un sito web oppure non è soddisfatto del proprio? È **Majeeko** a correre in soccorso degli albergatori che non hanno un'efficace vetrina digitale. «Basta un clic per creare un sito – spiega Fabio Tonutti, cmo e co-founder della startup – che sarà sempre aggiornato perché sincronizzato con i contenuti della pagina Facebook».

UN PORTALE PER OGNI TARGET

Ogni struttura potrà "specificare tariffe e tipologia di soggiorno – continua Tonutti –, creando la propria offerta, accedere a un sistema di gestione delle prenotazioni e, in aggiunta, usufruire di un servizio di booking diretto". **Otellio** è la startup che si contrappone al dominio delle ota internazionali con un portale di prenotazione dedicato alle vacanze e, in particolare, alle famiglie. "Si distingue dagli altri motori di ricerca – precisa Marco Casadei, cto – perché permette all'albergatore di personalizzare la propria offerta con opzioni complesse, come scontistiche per bambini o giorni gratuiti per soggiorni lunghi".
Non sono previsti abbonamenti, ma una commissione del 5 per cento sulle prenotazioni effettuate. «Un'altra differenza rispetto alle ota riguarda l'algoritmo di calcolo del prezzo – continua Casadei –, che permette all'utente di consultare e confrontare più preventivi, creati in tempo reale». Questa è l'epoca dei "nuovi turismi", della differenziazione dell'offerta per intercettare i vari mercati di nicchia. Non sorprende, quindi, che molte startup si siano concentrate, fin da subito, su segmenti di pubblico ben precisi. **Daybreakhotels**, ad esempio, è il portale dedicato alla prenotazione di un'ampia gamma di servizi di hotellerie per uso diurno, «pensati per i day-breaker – racconta il ceo Simon Botto –, per chi viaggia per affari ma non vuole rinunciare al relax: non solo camere in day use, ma anche spa, ristoranti, sale meeting e accessi alla piscina».
Un'altra startup che ha creato nuove soluzioni per una nicchia di mercato ben





precisa è **Sharewood**, il primo portale che mette in connessione chi offre noleggio di attrezzatura sportiva con i turisti. «Le strutture alberghiere – spiega il ceo Piercarlo Mansueto – hanno la possibilità di offrire un servizio aggiuntivo di valore ai propri ospiti, integrare un widget sul proprio sito web per permettere la prenotazione diretta dell'attrezzatura sportiva e accedere a una fee garantita sul transato».
Sul target famiglia si focalizzano gli impegni di **Its4kids**, la startup per le strutture children-friendly. «È un portale web che conta oltre 1400 visitatori giornalieri – racconta la founder Maria Vitali –, alla ricerca di proposte di viaggio e di soggiorno per la famiglia». I vantaggi offerti agli hotel sono un'ampia visibilità, attraverso canali web, social e newsletter, e la presenza di un target selezionato che permette di non disperdere le risorse. «Le strutture vengono contattate direttamente – precisa Vitali –, senza alcuna commissione da pagare». È al mondo dog-friendly che si rivolge, invece, **TripDoggy**, il marketplace che sviluppa e promuove esperienze turistiche di viaggio con il cane.
«Aggreghiamo la proposta delle strutture dog-friendly su tutto il territorio italiano – racconta il founder Domenico Sarleti – e offriamo agli hotel visibilità e contatto diretto con gli utenti, a fronte di una commissione sulle prenotazioni effettuate». Si sfidano sul campo della flessibilità del pricing, **My Take It** e **BidToTrip**. Perché devono essere i clienti ad adeguarsi all'offerta dell'hotel e non viceversa? È partito da questa domanda

HIGHLIGHTS

SCRIGNO: IL PMS AL SERVIZIO DEL REVENUE MANAGER

La suite gestionale **SCRIGNO** di GP Dati è concepita nell'ottica di fornire al Revenue Manager tutti gli strumenti per gestire l'hotel nel modo più efficiente, applicando le politiche di vendita più adatte a massimizzare occupazione e ricavi offrendo ad ogni cliente il prodotto giusto al momento giusto e al prezzo giusto.
Il **Revenue Management** è un'attività costante e ciclica che coinvolge tutti i reparti di un albergo: passa dall'analisi dei dati alla gestione tariffaria, dalla distribuzione al marketing, e richiede il supporto di strumenti validi per raccogliere i dati e renderli utili, in grado di supportare le decisioni e creare strategie di vendita efficaci. Con i moduli **Business Intelligence, Scrigno DataWarehouse, CRM** e **Channel Manager** integrato a 2 vie, Scrigno è l'indispensabile supporto per analizzare e gestire in modo razionale le principali leve del revenue: occupazione e tariffe, gestire la vendita su tutti i canali e attuare campagne marketing mirate.

GP dati
hospitality applications
ZUCCHETTI GROUP

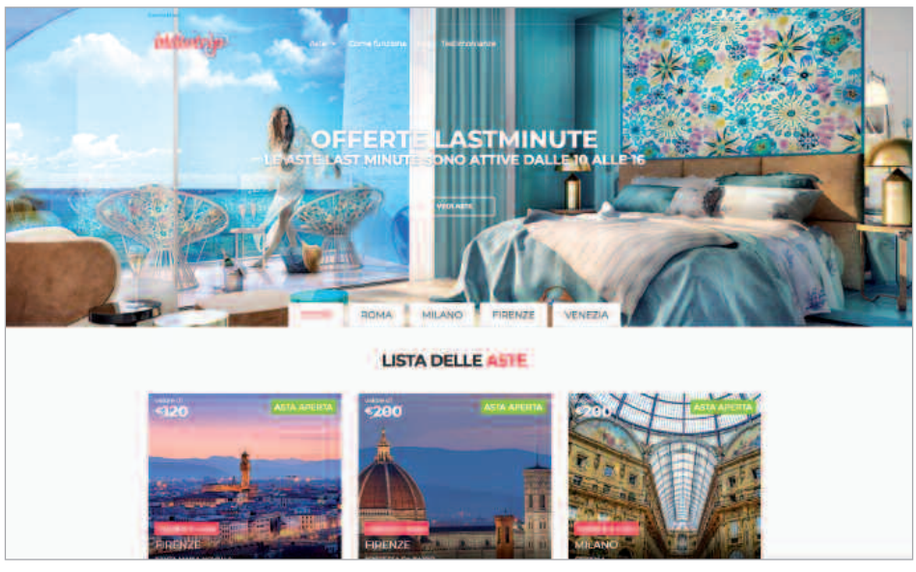
www.gpdati.com
info@gpdati.com
Tel. 0415330160

PUBBLIREDAZIONALE

Tiziano Schiappa, a.d. e founder di My Take It, la startup di prenotazioni turistiche che cambia le regole del gioco tra domanda e offerta.
Il portale, operativo da aprile, «permetterà al viaggiatore di proporre il prezzo del soggiorno – continua Schiappa –, avendo pieno controllo del suo budget ma senza possibilità di cancellazioni, mentre gli hotel fisseranno un prezzo minimo di prenotazione e pagheranno solo commissioni del 10 per cento sul transato». Più complesso il funzionamento di BidToTrip, che si propone di migliorare la revenue degli hotel di lusso attraverso un sistema di aste online, sul modello di ebay.

LE APP DA USARE NELLE CAMERE

«Non c'è una base d'asta – spiega la cofounder Sara Brunelli –, ma un piccolo costo di ingresso, di solito di 5 euro". La startup copre il costo della stanza grazie alle fee di ingresso dei partecipanti. «Non c'è alcuna spesa per l'albergatore, ma una duplice opportunità – sottolinea Brunelli –: massimizzare la revenue e migliorare la visibilità».
Oltre alla gestione delle prenotazioni e delle relazioni tra hotel e clienti nelle fasi precedenti al soggiorno, le startup fanno capolino anche all'interno delle strutture, per aiutarle a soddisfare gli ospiti, fidelizzarli e raccogliere informazioni utili per azioni di remarketing. È il caso di **Spotty Wifi**, che fornisce la connessione ai clienti dell'hotel e, contemporaneamente, permette agli albergatori di acquisire preziose informazioni per scopi commerciali, oppure di **Ôtello**, il nuovo prodotto della startup Sofia, che automatizza le fasi di check-in e check-out grazie a serrature intelligenti, che dialogano con gli smartphone.
Due startup, queste ultime, che si rivolgono a una nicchia di mercato completamente opposta rispetto a quella interessata al digital detox. Ai turisti digitali, contenti di esserlo, si indirizza anche la proposta di **Manet**, la startup che permette agli hotel di sostituire i telefoni fissi delle camere con smartphone personalizzati, con cui i clienti possono «prenotare i servizi dell'albergo – spiega l'a.d. Antonio Calia –, accedere a internet, alle chiamate e a una serie di applicazioni come mappe, guide turistiche, prenotazione di esperienze e tour».



Bandi e incentivi per il digitale

Nuovi finanziamenti a sostegno dell'evoluzione nelle aziende turistiche

Hardware, telelavoro, e-commerce, banda larga: la digitalizzazione delle imprese turistiche è in evoluzione. Per supportare le imprese nel processo e aiutare la flessibilità del lavoro, il Ministero dello Sviluppo economico ha finanziato una misura agevolativa che consiste nella concessione di un voucher fino a 10mila euro. L'importo può coprire il 50 per cento del totale delle spese ammissibili. L'iniziativa ha ricevuto l'interesse di 91.500 imprese, che accederanno ai finanziamenti. Il Ministero sta verificando la possibilità di integrare la copertura finanziaria dell'intervento, in quanto il riparto delle risorse ad oggi disponibili condurrebbe all'assegnazione di un'agevolazione sensibilmente inferiore a quella richiesta da ciascuna impresa. La Camera di commercio della Provincia di Trento ha intanto messo sul tavolo 340mila euro per finanziare percorsi formativi o servizi di consulenza. Le domande potranno essere presentate sino al 15 maggio, per accedere a un contributo di massimo 1.500 euro, spendibili per la partecipazione a percorsi di formazione o per l'acquisizione di servizi di consulenza. Oltre agli incentivi per la digitalizzazione, il Governo ha pensato anche a un Bonus fiscale per la pubblicità. A partire da quest'anno, le imprese di qualsiasi natura giuridica, ma anche i professionisti e i lavoratori autonomi, possono beneficiare di un credito di imposta dal 75 al 90 per cento per gli investimenti pubblicitari. Sono inclusi i crediti applicati agli investimenti su quotidiani, periodici, ma anche su emittenti televisive e radiofoniche o testate online. Il Bonus interesserà le campagne pubblicitarie che supereranno i costi degli investimenti pubblicitari allocati l'anno precedente, di almeno l'1 per cento. **C.D.C.**

HIGHLIGHTS

PEDERSOLI: LA TECNOLOGIA AL SERVIZIO DELLA QUALITÀ E DELLA TRACCIABILITÀ

Tag e chip speciali per gestire in modo efficace e sicuro la biancheria in locazione, con un occhio di riguardo per il benessere dell'ospite e per l'ambiente

Nei suoi cinquant'anni di attività, Pedersoli ha guardato al futuro senza mai trascurare il valore della tradizione. A partire dai tessuti da lui prodotti esclusivamente in fibra naturale – dal puro "LinoVivo" al puro cotone – igienicamente sicuri, garantiti e trattati con professionalità, fino all'impiego delle più attuali soluzioni tecnologiche in grado di garantire la rintracciabilità della biancheria ceduta in locazione. Fin dal 1964, quando ha visto la luce a seguito della felice intuizione di Martino Pedersoli che ne è tuttora il presidente, l'azienda si è strutturata per controllare l'intero processo produttivo. «La nostra attenzione – spiega – non si concentra solo sulla qualità della materia prima ma anche sull'igiene dei processi di lavanderia, sullo stoccaggio e sulla gestione del prodotto pulito. È nata così – continua Pedersoli – la strategia industriale che ancora oggi contraddistingue il nostro brand e grazie alla quale possiamo continuare a garantire "lenzuola della nonna" in lino a costi di produzione assai più contenuti». Sensibile alle tematiche ambientali, PEDERSOLI consente letti vestiti con lenzuola in fibre naturali, traspiranti e termoregolanti, trattate con detergenti a base di sapone naturale in impianti di

lavaggio efficaci e amici dell'ambiente, che permettono fino al 35% di risparmio energetico e la riduzione fino al 40% dell'acqua di processo. L'uso di contenitori per la consegna della biancheria protetti da superfici igienizzabili, sanificate a ogni utilizzo e realizzate con basso impiego di materiali plastici, solleva l'albergo dallo smaltimento degli inquinanti.
http://www.pedersoli.com

PUBBLIREDAZIONALE

Spazi comuni in hotel

Idee consapevoli per sfruttarli al meglio generando ricavi extra.
Diventa necessario investire su hall e lounge come aree social dove gli ospiti lavorano, si incontrano e condividono esperienze

Chi vorrà rimanere sul mercato dovrà reinvertarsi. Nell'ottica di distinguere la propria struttura occorre fornire una hotel experience non solo adeguata alle aspettative, ma a un livello superiore. O meglio, superlativo. Questo perché ormai abbiamo compreso fin troppo bene tre regole fondamentali del mercato turistico attuale:
La prima è che **ci sono più competitor che clienti**. Poi: è impossibile conquistare l'attenzione dei clienti e quote di mercato senza **distinguersi dai concorrenti**. E, infine, la chiave per la fedeltà del cliente passa sia dal suo **cervello** che dal suo **cuore**.
Ma come, un piccolo hotel o un hotel di catena può provare a distinguersi dalla massa? Oltre alle modalità di cui abbiamo parlato in articoli precedenti di questa rubrica, possiamo focalizzarci sulle aree comuni. Infatti, le entrate extra si hanno quando la struttura produce ricavi da servizi o prodotti aggiuntivi che nascono da un grande lavoro mentale. Dovete pensare all'hotel non soltanto come un insieme di camere da vendere, ma come un mix di servizi esclusivi che possono essere una fonte inaspettata di revenue. In quale modo, offrendo cosa? Di certo non quelle commodities "da catalogo" che ormai il cliente medio si aspetta e dà per scontato. D'altronde, i competitor sanno già che le opportunità di business per le strutture ricettive non si limitano alla vendita delle camere, che stanno diventando sempre più piccole e minimali per lasciare spazio a momenti sociali nella hall e negli altri spazi comuni. Sono le nuove e contrastanti tendenze alberghiere: se per decenni le zone pubbliche non sono state disegnate per l'aggregazione, da tempo siamo invece entrati nell'era dello sharing, non tanto economico quanto di esperienze. Certo, lobby importanti e spazi di lavoro condivisi hanno un costo opportunità, che è rappresentato dalle dimensioni delle camere per gli ospiti. Quasi prendendo esempio dagli ostelli, alcuni hotel stanno infatti restringendo la metratura media delle stanze da letto per riservare tale opzione alle aree comuni. Camere più piccole rispetto a suite articolate significano anche più unità abitative indipendenti, mentre uno spazio privato limitato dirotta un maggiore traffico di ospiti, quindi anche di portafogli, fuori dal proprio alloggio in cerca di cibo, bevande o compagnia. E così anche i clienti stessi si stanno abituando a un nuovo modo di vivere maggiormente tutto ciò che esula dalla propria stanza. D'ora in poi, piuttosto che ordinare

***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.**

qualcosa da mangiare in camera dovranno indossare gli abiti e rendersi presentabili per recarsi in reception. Qui incontreranno altri ospiti che, sprofondati in comode poltrone, staranno sorseggiando cappuccini mentre battono i polpastrelli sui loro tablet. Oppure dovranno optare per l'abbigliamento adeguato a un cocktail bar, dove il mixologist di casa starà servendo la sua più recente creazione. Mise che si rivelerà necessaria in particolare per la lounge, che dopo il tramonto si trasformerà in un ristorante con show-cooking. Ma potrebbe capitare anche l'occasione di un pasto di gruppo in prossimità di un distributore automatico, nei corridoi che portano agli spazi di co-working. I viaggiatori d'affari hanno un debole per queste cose. Arrivano per svolgere le loro riunioni e sono alla continua ricerca di strutture ricettive in cui incontrarsi, che offrano spazi attrezzati per svolgere le attività ma anche per vivere al meglio la trasferta.

RIATTREZZARE IL FOOD & BEVERAGE

È poi risaputo che numerosi viaggiatori d'affari apprezzano il buon vino e il buon cibo: perché quindi non allestire in hotel una piccola cantina, un angolo, in cui raccogliere e mettere in vendita una selezione di vini locali e birre artigianali? Dopo una riunione probabilmente questi ospiti apprezzeranno una degustazione di vini accompagnati da una selezione di prodotti tipici. Pensateci. Ma torniamo al nostro focus, gli spazi comuni. Facciamo qualche esempio. Ian Schrager, cofondatore dello Studio 54 e creatore del concept dei boutique hotel (il format Public va alla grande), è uno dei molti albergatori che sono riusciti a capitalizzare sul comfort della generazione millennial con spazi open-space in grado di intersecare un ambiente casalingo con uno lavorativo. Ma qui emerge un dato interessante: secondo un'indagine Hilton, parte proprio dagli ospiti la richiesta di maggiori spazi di socialità. Un fenomeno, o meglio un modo di essere, definibile come socially alone: la maggior parte delle persone vive infatti una vita spropositatamente digitale e quindi necessita

Case History MOXY TRA RELAX E SOCIALIZZAZIONE

La camera di un Moxy Hotel, il sub-brand del gruppo Marriott International dedicato alle nuove generazioni, misura poco più di 17 metri quadrati, mentre quella di una struttura a marchio esclusivamente Marriott si aggira sui 33 metri quadrati.
Noah Silvermann, chief development officer del gruppo, ritiene che le hall degli alberghi siano state per lungo tempo dei semplici luoghi di passaggio, vere e proprie strade deserte lastricate di marmo, ma che attualmente siano, al contrario, intensamente trafficate e frequentate.
"Moxy è stato ideato per rispondere alle esigenze in continuo cambiamento della nuova generazione di viaggiatori, ed è proprio questa esperienza personalizzata che lo rende tanto interessante", ha dichiarato invece John License, vice president Premium e Select brands di Marriott International Europa.
"Moxy Hotels permette agli ospiti di non prendersi troppo sul serio, offrendo loro esperienze personalizzate in spazi ben progettati, dotati della tecnologia più recente e provvisti di aree dove combinare lavoro e divertimento, a prezzi convenienti - ha poi aggiunto -. Questi sono gli ingredienti che hanno contribuito al successo del brand in Europa e non solo". Il brand è stato infatti concepito dopo un'attenta ricerca di mercato, raggiungendo un buon risultato: una collezione di hotel che offre l'atmosfera di casa con design contemporaneo e momenti social oriented.
In particolare, il design degli interni si caratterizza per l'utilizzo di materiali naturali e colori neutri che possano trasmettere agli ospiti

di essere reintrodotta al pubblico. In questa forbice pericolosa è significativo il caso dell'hotel Sir Adam di Amsterdam, collocato in una torre, le cui camere misurano meno di 15 metri quadrati, ma nella lobby sono state posizionate altalene colorate, un bar 24h e sedute ad anfiteatro. Tale zona è chiamata all'italiana Piazza ed è pensata per aiutare i viaggiatori a sbarazzarsi della coperta di Linus rappresentata dai loro smartphone e dai dispositivi elettronici. Un concetto che richiama il "terzo spazio" di Sherry Turkle, docente di studi sociali al Mit-Massachusetts Institute of Technology: un luogo simile a casa ma che non è casa, a cui non si appartiene ma che si vuole vivere in modo casalingo.

RIVOLUZIONARE CON IL DESIGN

Giganti dell'ospitalità stanno mettendo in secondo piano il servizio in camera e le amenities in favore di lobby ariose e luminose, con vista panoramica e comode sedute di design, nell'intento di attrarre clientela giovane e social. Negli hotel di città gli spazi più ambiti sono i tetti degli edifici stessi, dehor con cuscinoni bianchi e vista a 360°, corredati da banconi bar e angoli per barbecue e aperitivi all'aria aperta. Senza dimenticare che tra le offerte food & beverage all'esterno della camera rientrano anche le vending machine, rigorosamente con snack bio e prodotti vegan, bibite detox e caffè brandizzato. Altre strutture stanno rivoluzionando le proprie camere, svuotandole e lasciando l'essenziale: uno spazio per i bagagli, per dormire e poco altro. Ridurne la grandezza offre nuove opportunità per ottimizzare gli spazi e incoraggia gli ospiti all'esplorazione rimanendo quanto più possibile fuori dalla stanza.
In conclusione, oltre a ridurre i deficit in termini di qualità dei servizi, per competere in maniera vincente gli hotel devono ridurre il gap in termini esperienziali e di vivibilità degli spazi comuni. Se siete pronti a liberare il giusto spirito creativo, potete generare ricavi di lunga durata in tanti modi interessanti. Cosa aspettate? Siate creativi e stupite i vostri ospiti.

sensazioni rilassanti e rigeneranti. Gli spazi pubblici sono stati progettati come luoghi di relax e di socializzazione, da vivere in ogni momento della giornata. Al mattino gli ospiti possono scegliere tra i prodotti salutari proposti durante la prima colazione continentale, mentre di sera hanno l'opportunità di immergersi in un'atmosfera stile lounge bar, sorseggiando un bicchiere di vino o una birra locale. Nella lobby sono a disposizione postazioni pc e un punto ristoro sempre aperto. Inoltre, conformemente all'impegno del gruppo sul tema della sostenibilità, ogni Moxy aderisce agli standard Leed (Leadership in Energy and Enviromental Design) Gold Certification di Us Building Council. In Italia il marchio ha scelto gli aeroporti per tenere fede al proprio format. Dopo il collaudo del Moxy Malpensa, quest'anno sarà la volta di Milano Linate e del Marco Polo di Venezia.

UN UNICO SOFTWARE PER LA GESTIONE COMPLETA DI ALBERGHI E GRUPPI DI HOTEL

In una sola dashboard c'è tutto quello che serve ad un albergatore per gestire la sua azienda: dalla vendita online con Booking Engine e Channel Manager, alle attività di marketing, fino alla gestione completa delle operazioni che riguardano le prenotazioni e la cura del cliente

Ericsoft, lavorando da più di vent'anni a fianco dei professionisti dell'ospitalità, concepisce il gestionale come il cuore pulsante di ogni hotel, da cui si diramano tutte le attività essenziali per un suo corretto funzionamento. Il punto di forza dell'azienda nata nel 1995, è quello di offrire ai suoi clienti **un unico software** che contiene tutti gli strumenti di cui hanno bisogno per semplificare il lavoro quotidiano con una **gestione efficiente e controllata**. L'integrazione completa tra PMS, Booking Engine, Channel Manager, CRM, Sito Web e Revenue Management System, insieme all'**ampia gamma di moduli aggiuntivi** che rendono il gestionale compatibile con provider esterni, rappresenta un pacchetto completo e allo stesso tempo **modulabile e flessibile** a seconda delle necessità delle diverse tipologie di strutture, da quelle indipendenti alle catene. Con un unico software è infatti **possibile gestire in modo centralizzato più strutture**, garantendo una supervisione globale senza rinunciare alle esigenze specifiche di ognuna, e tutti i vari reparti annessi: ristoranti, centri benessere, attività congressuali e la gestione dei servizi extra offerti agli ospiti.

COSA SIGNIFICA GESTIRE QUESTE ATTIVITÀ CON UN UNICO STRUMENTO?

Significa che **tutti i dati sono all'interno di un singolo database**, da cui si ottengono report con informazioni importanti per gestire il proprio hotel come una vera e propria azienda, coprendo i costi e massimizzando i ricavi. E significa **ridurre al minimo il lavoro manuale degli operatori** grazie all'automatizzazione dei processi: dalla **sincronizzazione in tempo reale di prezzi e disponibilità** su tutti i canali di vendita online, all'**invio automatico di preventivi e comunicazioni agli ospiti**, fino all'**inserimento automatico dei dati** di ogni prenotazione sul gestionale. Tutto ciò non sarebbe possibile utilizzando software provenienti da provider diversi. Automatizzare le attività e ridurre le tempistiche del lavoro di back office, permette allo staff di dedicarsi a ciò che conta di più: il **servizio al cliente** e tutte le **attività commerciali** per ottenerne di nuovi e fidelizzare quelli esistenti.

Più di 5000 clienti hanno scelto Ericsoft per gestire alberghi, gruppi di hotel e ristoranti: passione, ricerca continua ed esperienza sono alla base della filosofia della software house italiana, la cui politica interna è quella di selezionare ogni membro del team in base alle sue competenze informatiche e ad una comprovata esperienza nel settore turistico, per garantire la massima comprensione e fornire risposte concrete alle sfide che gli albergatori affrontano ogni giorno.

ericsoft

info@ericsoft.com
www.ericsoft.com
0541 604894

PUBBLIREDAZIONALE

Arabian luxury

L'appeal dell'Italia cresce tra gli high spender del Golfo, ma occorre conoscere desideri e regole dell'ospitalità per accogliere senza errori una clientela uplevel e fedele alle usanze

Il vero asset di pregio sono le famiglie. È a queste che il settore dell'ospitalità deve guardare con attenzione e grande preparazione quando l'obiettivo sono i mercati arabi. Mercati ormai comunemente associati all'alta capacità di spesa, alla propensione per il lusso, nella moda come nell'hotellerie, e che stanno alimentando l'incoming uplevel italiano quasi alla pari con i turisti cinesi, pur se con differenti esigenze di viaggio e richieste di servizi.

«Le famiglie arabe sono sempre allargate, quindi è alta la domanda di camere e suite per sistemare anche il personale al seguito», rileva Maura Di Mauro, intercultural trainer, coach and consultant, membro del consiglio direttivo Aif Lombardia e Sietar Italia, vera esperta in materia. Secondo i dati della sua ricerca «Il luxury hotel punta ai turisti arabi», le famiglie con bambini costituiscono sono al primo posto con il 30 per cento sul totale, seguiti dai viaggiatori d'affari con il 25 e dagli studenti/Millennial con il 22 per cento.

Luxury hotel, spa&golf resort e, più in generale, strutture d'alta gamma sono un'autentica passione, e lo loro disponibilità di spesa è tale che possono chiedere qualunque cosa: sono disposti a pagare qualsiasi cifra extra per escursioni insolite e tailor made, itinerari glamour, pacchetti termali e medico-sanitari di alto livello, anche se al primo posto resta la shopping experience. «Lo shopping è l'attività principale dei turisti provenienti dagli stati del Golfo – sottolinea Di Mauro –. Non badano a spese quando vanno all'estero, specialmente in Italia, e acquistano soprattutto cosmetici, abbigliamento intimo, tessuti, calzature, gioielli». Non a caso, Milano rappresenta la prima meta, in quanto simbolo della finanza e della moda, seguita da Venezia, Roma e Firenze.

A un albergo, però, non basta offrire lusso, deve dare ben di più, deve conoscere a fondo le regole dell'ospitalità araba, che ha un suo codice. «L'albergo deve essere in grado di modulare il concetto di ospitalità e food&beverage in funzione della clientela araba – puntualizza Di Mauro – . La disposizione delle stanze deve essere sullo stesso piano, meglio se comunicanti. Il servizio in camera deve essere un mix di islamicità e multiculturalità. Anche gli orari dei pasti hanno una convenzione: il pranzo alle 14 e la cena dopo le 22, in sale di ristorazione dedicate. L'uso dell'inglese e dell'arabo, staff bilingue e siti web tradotti potrebbero fare la differenza».

MUSLIM TRAVEL: IL FENOMENO MILLENNIAL

«I trentenni musulmani potrebbero diventare il futuro più grande mercato di consumer per i viaggi». Fazal Bahardeen, ceo di Crescent Rating Singapore e HalalTrip, annuncia uno dei fenomeni più eclatanti

dell'industria del turismo internazionale. Ed è l'*Itb World Travel Trends Report 2017/18* a far emergere le tendenze che guideranno il settore nelle sue scelte strategiche, con i viaggi muslim tra i capitoli fondamentali. Il 60 per cento degli 1,8 miliardi di musulmani nel mondo, di età inferiore ai 30 anni, costituisce un segmento della popolazione tra i più significativi sia come propensione a viaggiare, sia in termini di elevata capacità di spesa, secondo lo studio presentato durante l'Itb di Berlino. Se nel 2016 il 36 per cento dei viaggiatori muslim era costituito da millennial, questa percentuale è già destinata a crescere in maniera progressiva e esponenziale. E l'ipotesi dell'esperto è che la crescita di questo settore potrebbe addirittura contribuire a riequilibrare i flussi turistici globali. «Entro il 2026 ci si aspetta che il mercato generale del turismo musulmano cresca sino a raggiungere una spesa complessiva di 300 miliardi di dollari, con i millennial che spenderanno oltre un terzo di questa cifra – afferma Bahardeen –. Una generazione che condividerà molte caratteristiche comuni ad altri giovani, che quindi vorrà vivere esperienze di viaggio autentiche, scoprire destinazioni nuove e provare cucine locali, sfruttando trasporti e sistemazioni accessibili e facendo ampio uso della tecnologia e dei social media.

L'incoming in Italia dai Paesi arabi

Marocco	420.650
Egitto	112.765
Tunisia	94.064
Algeria	20.437
Iraq	3.540
Israele	2.105
Libia	2.028

Fonte: Istat 2017

Fermo restando le esigenze imposte dalla loro religione, e che dovranno essere incluse nell'offerta turistica».

FOCUS SUGLI EMIRATI

Due terzi della popolazione viaggia almeno una volta l'anno, è una clientela di lusso, con un livello culturale medio-alto e una crescente propensione a viaggiare. Gli Emirati Arabi Uniti si confermano il più importante outbound travel market in termini di valore, con un ammontare approssimativo di 17.740 milioni di dollari e, in termini di volume, secondo soltanto all'Arabia Saudita. È quanto rileva il World Tourism Organization Report, secondo le cui stime i turisti emiratini spendono in media 22mila dollari l'anno pro capite soltanto per viaggi e sistemazioni alberghiere. Un quadro interessante, un'opportunità di business da catturare. L'Enit - Antenna Dubai ha analizzato nei dettagli il mercato per trarne dati fondamentali alla crescita del turismo incoming italiano originato dagli Emirati. Dal focus emerge che circa un terzo dei viaggi è effettuato da coppie con figli, mentre la tipologia di viaggio o vacanza spazia da tour e visite delle capitali e delle città più importanti alla partecipazione di eventi privati come lune di miele

CINQUE COSE DA SAPERE

L'ospitalità araba segue un suo codice ben preciso e rigoroso, per il quale occorre una formazione ad hoc nel caso in cui una struttura alberghiera italiana mirare a questo genere di clientela. Ecco alcuni suggerimenti dell'esperta Maura Di Mauro.

1. **Servizio in camera:** un mix complesso di islamicità e multiculturalità. Canali satellitari, latte e datteri nel frigobar,

tappetino per la preghiera, lavabo per le abluzioni.

2. **Disposizione delle camere:** sullo stesso piano, meglio se comunicanti.
3. **Servizio di ristorazione halal.** Carne macellata secondo la tradizione, menu senza suino, tavole rotonde senza posate e con un unico piatto centrale.
4. **Il rito del tè.** Occasione di convivialità e accoglienza. Condividere una tazza di tè con gli ospiti al loro arrivo in hotel.
5. **Mini-moschea.** Dedicare uno spazio della struttura alla preghiera collettiva.

I turisti arabi:

30% Famiglie con bambini

25% Business traveller

22% Studenti e millennial

18% Senior 18%

5% Single 5%

e soggiorni di cura e benessere. «I turisti arabi tendono a fare delle scelte conservative e preferiscono scegliere sapendo quello che troveranno – precisa Enit elencando i fattori più rilevanti –: immagine del Paese, sicurezza, strutture di accoglienza e dimensione delle camere d'albergo, affinità culturali, alimentazione in linea con i principi islamici, possibilità di fare shopping, presenza di cliniche e istituti di cura e benessere della persona, condizioni climatiche adatte e intrattenimento per i bambini». L'Italia come destinazione proposta dagli operatori turistici emiratini si conferma destinazione leisure in costante crescita, grazie anche a Expo 2015. Particolarmente in voga resta Milano, meta ambita per lo shopping, e resta invariato il grande interesse per la Sardegna, il Lago di Como e il Lago di Garda. «Per quanto riguarda i soggiorni, la scelta ricade sugli hotel 4 e 5 stelle caratterizzati da un alto livello dei servizi – illustra il focus Enit –, e, soprattutto per quanto riguarda le famiglie emiratine, è frequente la scelta di grandi suite capaci di accogliere anche il personale di servizio a carico. Altre mete di grande attrazione sono gli alberghi di lusso su campi da golf e con spa attrezzate per la cura della bellezza, per le quali gli emiratini spendono circa 4 miliardi di dollari l'anno». **S.P.**

HIGHLIGHTS

PARMA RETI: DAL 1950 REGALIAMO AL TUO CLIENTE UN SONNO DI QUALITÀ

Dedizione, impegno, cura del cliente, miglioramento continuo del prodotto.
Sono i valori che da ormai quasi settant'anni contraddistinguono il marchio Parma Reti, oggi tra i primi produttori italiani di reti da letto, con un fatturato che supera i 4 milioni di euro e un'attività ormai estesa all'**intero universo del sonno**, inclusi materassi, cuscini, letti, divani e sistemi letto trasformabili.
Realizzati con un'**attenzione artigianale** perfettamente integrata con le più moderne **tecnologie** produttive, i prodotti Parma Reti garantiscono **praticità, durata** nel tempo e **funzionalità**. Una cura speciale viene in particolare dedicata alla scelta delle materie prime e all'utilizzo di materiali ecologici, certificati e provenienti da fornitori italiani. Elementi che sono garanzia di qualità elevata, riscontrabili anche nelle **reti a doghe**, frutto di un processo di lavorazione che unisce manualità e macchinari di ultima generazione (come le isole robotiche e i forni di verniciatura) per un prodotto artigianale dal costo contenuto.
Le doghe sono in **legno di betulla**, elastico, flessibile e allo stesso tempo duraturo. Il **telaio** in metallo oppure in legno garantisce la qualità del riposo grazie al corretto bilanciamento della struttura esterna con i traversi centrali.
Gli ordini vengono evasi mediamente in 10 giorni lavorativi e un servizio telefonico interno consente il contatto diretto e personalizzato con la clientela.
www.parmareti.it

PUBBLIREDAZIONALE

Fenomenale wedding industry

Un affare colossale che coinvolge aziende di ogni settore merceologico. Attorno ai matrimoni, una miriade di società specializzate in cerimonie a tema e banchetti imperiali all'insegna del glamour

Le nozze in Italia sono diventate un business milionario e interessano sempre più un mercato, quello dei vip, disposto a spendere cifre da capogiro permettendo alle destinazioni interessate di scalare le graduatorie delle mete uplevel e di alimentare un nuovo giro d'affari dai fatturati stellari.
Secondo la ricerca Destinaton Wedding in Italy, curata dal Centro studi turistici di Firenze, le location preferite sarebbero i luxury hotel, scelti dal 42 per cento delle coppie, anche se stanno emergendo richieste per location storico-culturali, quali borghi, castelli e ville del Cinquecento e Seicento. Starebbe, inoltre, cambiando la stagionalità dei matrimoni, con il classico periodo giugno-settembre che slitta verso i mesi di spalla, in particolare quelli invernali. Intanto i pronostici per il 2018 indicano un anno promettente per il segmento dei wedding planner che, oltre ai matrimoni, stanno ricevendo anche richieste per organizzare feste di separazione…

BUSINESS PER TUTTI

A trarre vantaggio dal business c'è un'intera filiera, anzi una vera e propria wedding industry. Per una sola cerimonia si possono contare sino a 25-30 fornitori, dall'autonoleggio al noleggio barche o yacht, dall'affitto delle tecnostrutture all'intrattenimento musicale, dal wedding

planner al cake designer, sino ad arrivare all'agenzia di viaggi dove gli sposi aprono la loro lista di nozze. Da una rilevazione della Camera di Commercio di Milano (elaborata per Il Sole 24 Ore), tra 2016 e il 2017 le imprese attive nei settori correlati ai matrimoni sono aumentate del 3,4 per cento, arrivando alla quota di 56.692 attività. L'incremento maggiore si è verificato tra le aziende organizzatrici di eventi e cerimonie, anche se sono le imprese sartoriali a detenere ancora il primato.

FANTASIA AL POTERE

Scenografie da fare invidia ai teatri, mise en place da reggia, hotel di lusso con parchi e piscine. Ma anche tanto, tanto colore ovunque, come a sottolineare una gioia da condividere con gli ospiti. Bicchieri e tovagliati, sedie rivestite e lampade dai vetri colorati, fiori, nastri e palloncini si amalgamo sul banchetto outdoor, dando vita a un sicuro "effetto wow". Più tendente al bianco e all'oro, invece, l'allestimento all'interno dei saloni d'hotel, per rispettare ed esaltare l'eleganza o la sontuosità degli ambienti.

L'allestimento del wedding day presuppone anche un tema. Il sito matrimonio.com ha stilato, per il 2018, un elenco di ben 50 diversi temi, i primi 5 dei quali sono Colori, Stagioni, Disney, Videogame e Fiori. Tra i più curiosi e insoliti: Stile nordico, Steampunk, Boho Chic, Zen, Nerd o Bohémien.

Il trend dei matrimoni sfarzosi ha generato non solamente il boom dei wedding planner, ma il proliferare di nuove imprese e società specializzate in servizi integrati, operanti anche in modalità ecommerce. Come Martha's Cottage, ad esempio. Una realtà del wedding, con tanto di shop online costantemente aggiornato con accessori per matrimoni di ogni tipo, e, soprattutto, un'offerta di servizi che spazia dal catalogo delle cerimonie a tema a quello dei prodotti (riso, sparacoriandoli, ventagli, cestini),

PLANitSPHERE

The Italian marketplace for travel & hospitality

TTG TRAVEL EXPERIENCE

SIA HOSPITALITY DESIGN

SUN BEACH&OUTDOOR STYLE

SEE YOU THERE

10-11-12 Ottobre 2018

Fiera di Rimini

Organized by

ITALIAN EXHIBITION GROUP

Providing the future

dalle bomboniere alle giarrettiere, dalle lanterne volanti ai cake topper. E poi allestimenti o addii al nubilato.
Più "tradizionali", invece, è una realtà come la Next Allestimenti che si propone al settore dei matrimoni con servizi chiavi in mano, attraverso un processo di accompagnamento costante che libera gli sposi dallo stress dell'organizzazione del matrimonio. Effettua consulenze, sopralluoghi e assistenza, realizza progettazioni e allestimenti.
Kairos Events & Weddings planning è una società "dal cuore italiano e dallo stile newyorkese", secondo la definizione della fondatrice (e affermata wedding planner) Silvia Amoruso, che nel suo staff multitasking annovera una collaboratrice su New York , dove va a caccia di novità e segreti delle cerimonie americane più cool.
Si chiama Ws, e sta per Wedding Solution. È una factory con allestimenti, falegnameria, sartoria e lavanderia. Ha creato il Wedding Lab, showroom di 900 metri quadrati di esposizione dove guardare e toccare con mano i materiali per gli allestimenti, ma anche disporre di uno spazio con aree dedicate per settore, dove ispirarsi e creare, sperimentare accostamenti, valutare abbinamenti, cercare idee per l'allestimento o la mise en place. Nel Lab sono esposti divani, arredi, complementi, tavoli da confettata, linee di tessuti, tovagliati, cuscini, sottopiatti, posate, bicchieri, sedie, tavoli, addobbi floreali.

DESTINATION WEDDING

In Italia l'attività legata al destination wedding rappresenta una grossa fetta di lavoro e di business per gli specialisti dell'organizzazione di matrimoni chiavi in mano. A trarne benefici è il turismo incoming. Nella maggior parte dei casi sono infatti gli stranieri che scelgono Roma, o altre città d'arte, perché sognano di celebrare cerimonie in luoghi dallo spiccato appeal storico, artistico e culturale. Un fascino che attrae anche le

coppie di italiani che vivono all'estero e che desiderano tornare in patria per sposarsi. Non solo città, ma intere regioni sono entrate nell'orbita del destination wedding. Si chiama Italy Inspires A Sicilian Romance l'iniziativa lanciata per incentivare azioni commerciali tra le aziende del territorio e gli operatori internazionali del segmento matrimoni, con focus sui mercati Usa, Gran Bretagna, India, Emirati e Libano.
A organizzarla, Italy Inspires in partnership con Sicilia Convention bureau, che sta promuovendo l'isola non soltanto come meta Mice, ma anche come destinazione wedding. «La Sicilia è un competitor per destinazioni italiane del wedding internazionale, come Toscana, Lazio e Campania, e guadagnerà nuove posizioni nel ranking nazionale – afferma Daniela Marino, direttore operativo del Sicilia Cb –. Sono tante le mete sul territorio ambite dalle coppie straniere, con Ragusa e Noto tra le punte di diamante dell'offerta siciliana».
Italy Inspires si concentra dunque sulla Sicilia. Il brand creato dall'imprenditrice Andrea Naar Alba ha scelto la Val di Noto e il Sud-Est dell'isola per dare vita a Italy Inspires A Sicilian Romance, l'evento b2b sul mondo del luxury wedding che, dal 15 al 20 ottobre, inviterà 60 professionisti top destination wedding internazionali a momenti di networking, incontri di business to business e conoscenza in due location siracusane. La mission del progetto non è soltanto sviluppare azioni commerciali tra gli operatori internazionali e le aziende del territorio, ma anche valorizzare le eccellenze e i beni culturali siciliani. «Italy Inspires – ha spiegato Andrea Naar Alba – è una società che fornisce consulenze alle agenzie estere aiutando i wedding planner a organizzare matrimoni milionari e promuovendo aree del nostro Paese meno congestionate, come, ad esempio, la Toscana o la Costiera Amalfitana». Per la Sicilia l'intento è creare una rete di professionisti che facciano sistema, dando vita a una vera e propria community. L'obiettivo della società è offrire una consulenza di qualità a livello locale, facendo da intermediari tra i professionisti esteri e l'offerta territoriale.

LOCATION LUXURY

Città d'arte, hotel di lusso. L'abbina-

LA CELEBRITÀ

«L'arte di creare bellezza». Enzo Miccio, star nazionale, riassume in queste parole il risultato di progetti lunghi e articolati del wedding planning. Poetico ma anche pragmatico, ha dato vita a un autentico impero del matrimonio tailor made puntando sugli elementi di un perfetto wedding day, scoprendo e facendo scoprire angoli di un'Italia meno conosciuta ma dai panorami suggestivi dove confezionare eventi dal mix di cultura, tradizioni e sapori.
La sua vocazione per la professionalità e il rigore lo hanno portato a fare grandi passi nell'imprenditoria. La società che porta il suo nome ha, infatti, due sedi in Italia: Milano e Napoli. Ha creato anche un'academy di wedding and events, che organizza sei diversi corsi: Personal wedding coach, Bridal trends, Wedding experience, Wedding personal coach, Manager per l'organizzazione di eventi, Elementi di scenografia floreale.

mento è quasi d'obbligo quando si organizza un ricevimento di matrimonio di classe. A Venezia saloni affacciati sul Canal Grande, a Roma terrazze panoramiche, a Firenze antiche sale intrise di storia. Le wedding location alberghiere hanno molto di straordinario da offrire, e non soltanto l'incanto degli ambienti e del contesto, ma anche l'impeccabilità dello staff e dei servizi, del banqueting e della mise en place. Location che accolgono le coppie e i loro ospiti in atmosfere suggestive che spesso si prolungano sino al giorno successivo: sono sempre più frequenti le formule proposte e scelte per includere anche la notte in famosi hotel di lusso o in dimore storiche di campagna, anche se a spopolare sono le masserie della Puglia. Molto ricercate anche le più esclusive location sul mare.

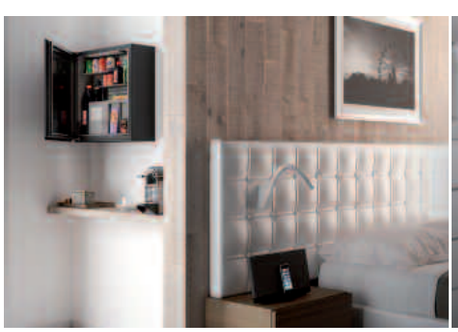
MATRIMONIO ALL'HERMITAGE CON VISTA MARE

Scambiarsi le fedi nuziali in una piccola chiesa immersa nel giardino mediterraneo. Festeggiare con gli ospiti a bordo piscina sorseggiando champagne e gustando delizie di terra e di mare preparate dagli chef dell'hotel con i prodotti del territorio. Trascorrere la notte in una delle suite affacciate sul mare e svegliarsi la mattina ammirando la baia. Sono le promesse dell'Hotel Hermitage per celebrare un matrimonio all'Isola d'Elba. Il 5 stelle di Portoferraio, sull'ultimo tratto della spiaggia della Biodola, è specializzato nel segmento nozze. Dispone addirittura di un team di wedding planner che affiancano le coppie nell'organizzazione dell'intera cerimonia, per seguire con professionalità ogni passaggio e la cura

dei dettagli, per fare in modo che tutto superi le aspettative degli sposi e degli ospiti. È stato ideato un vero e proprio pacchetto ad hoc per i matrimoni, che fa leva sulla varietà di servizi di cui è dotato il resort: chiesina della Madonna dell'Uva nel giardino mediterraneo per celebrazioni religiose; prato all'inglese per symbolic blessing; arrivo in hotel via mare; spazi a bordo piscina per party privati; ristoranti per rinfreschi, pranzi e cene di gala; menu e torte personalizzate preparate in loco dagli chef dell'Hermitage; assistenza addobbi floreali per tavoli e ambienti; scelta mise en place; Accompagnamento musicale; videomaker e fotografi; centro benessere per preparazione della sposa; acconciatura e trucco personalizzati; personalizzazione di ogni dettaglio; taglio della torta in spiaggia. Un matrimonio val bene una suite… Quelle dell'Hotel Hermitage sono ampie 45 metri quadrati, hanno salotto privato, due sale da bagno in marmo e ceramica di Vietri, vasca idromassaggio e terrazza vista mare, con chaise longue, tavolo e poltroncine.

HIGHLIGHTS

L'INNOVAZIONE DEL MINIBAR È TARGATA INDEL B

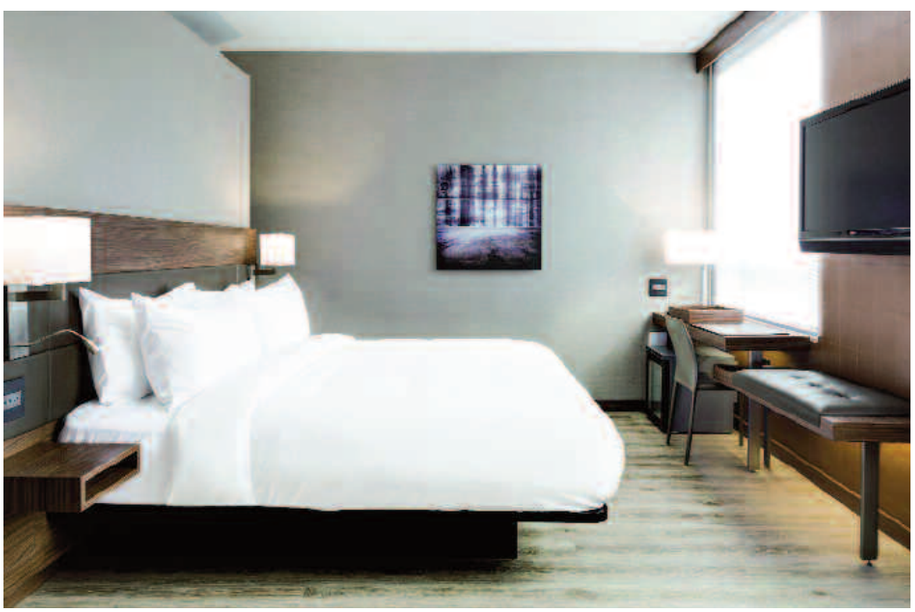


Specializzata nello sviluppo di nuovi concept per il minibar, Indel B è un'azienda che orienta la propria innovazione al risparmio energetico e all'ecosostenibilità.
Uno dei suoi prodotti di punta è il **Flyingbar**, il minibar a compressore sospeso **più sottile al mondo**. Il design innovativo lo rende un elegante complemento d'arredo per la camera d'hotel ma anche uno strumento che attraverso l'impiego della consolidata **tecnologia Smart** di Indel B, riesce a sfruttare il sistema refrigerante a risparmio energetico in spazi estremamente ridotti. Sospeso e con porta in vetro, il Flyingbar permette così un'installazione più libera e funzionale, favorendo una maggiore accessibilità e fruibilità delle superfici della camera.
A questo si affianca il minibar a cassetto, il **KD50 Drawer**, anch'esso collocabile in spazi contenuti o insoliti, per soluzioni di arredo alternative e personalizzate.
Sul mercato italiano **Indel B** è ormai un riferimento storico nel settore delle tecnologie destinate alla camera d'hotel. Entrata in Borsa lo scorso maggio, è la prima azienda nazionale del comparto per volume di fatturato, orgogliosa di vantare partnership con alcuni tra i più prestigiosi gruppi alberghieri quali Hilton, Fairmont, Hyatt, Four Season, NH, Accor, Armani Hotels, Una Hotels & Resorts e Ata Hotels. **www.indelb.it**

PUBBLIREDAZIONALE

Asset hotel

Settore alberghiero vero cardine dell'economia turistica nazionale. Tassi di occupazione e offerta uplevel in crescita, un sistema vincente nel Rapporto Cnr-Iriss



DI RITA PUCCI

È il motore economico dell'Italia, ormai questo pare assodato. La travel industry, che nei dati evidenziati dal XXI Rapporto Cnr-Iriss sul turismo italiano si mostra in piena salute, riporta un valore aggiunto nel 2016 pari a 103,6 miliardi di euro e si piazza ben al di sopra di altre categorie merceologiche di rilievo, come l'agricolo-alimentare e quella del fashion. Il valore aggiunto dell'economia del turismo ricopre infatti uno share del 6,9 per cento di tutto quello prodotto in Italia e il comparto dà lavoro al 13,2 per cento degli occupati nel Paese. Particolarmente vivace, in questo scenario, il settore alberghiero. È quanto emerge dallo studio curato da Emilio Becheri (sin dalla sua prima edizione), Roberto Micera (Iriss-Cnr) e Alfonso Morvillo (Cnr) e a cui hanno contribuito diversi esperti del comparto, tra cui Emilio Valdameri, head of hospitality di World Capital, che si è focalizzato sull'evoluzione del sistema ricettivo.

«Nel 2017, rispetto all'anno precedente – rileva Valdameri –, l'indice di occupazione letti in Italia ha registrato un aumento del 2,3 per cento, confermando la crescita già iniziata nel 2014, dopo che dal 2001 si era ridotto del 10 per cento». Con questa tendenza all'aumento, nel 2020 «il sistema ricettivo tornerà ai livelli del 2001, anno record del turismo italiano in assoluto». Da quella data al 2017 i migliori tassi di occupazione sono stati in hotel a 4 e 5 stelle e nelle Rta (residenze turistico-alberghiere). «A riscontrare il maggior aumento dei prezzi sono state le strutture di lusso, che, pur avendo sofferto come occupazione media, hanno retto meglio sul fronte dei ricavi», sottolinea Valdameri.

OBIETTIVO QUALITÀ

Tra gli altri parametri esaminati dallo studio, lo stato di salute delle strutture: da diverse stagioni è in atto un innalzamento qualitativo dell'offerta alberghiera, con un forte aumento degli esercizi a 3, 4, e 5 stelle. «Negli ultimi 15 anni il mix del sistema nazionale è migliorato – sottolinea Valdameri –: i posti letto negli alberghi di categoria superiore hanno raggiunto quota 450mila, +112 per cento, mentre quelli di bassa categoria sono scesi di 240mila unità, pari a -94 per cento. Il saldo è in crescita di oltre 200mila posti letto».

Presenze in Italia (2016)

203 milioni di italiani

199 milioni di stranieri

402 milioni in totale

Il food rompe gli schemi

È il momento dei grandi chef e delle creazioni gourmet,
e il design diventa protagonista delle tavole dei ristoranti.
Un cambiamento che richiede anche locali sempre più esclusivi

L'enogastronomia? Un patrimonio culturale in crescita e trasformazione. Anzi, un fenomeno contemporaneo. Il "food" è di moda e segue le mode, fa tendenza e segue le tendenze. Per questo ha bisogno di stile, di personalità. Nell'epoca degli chef stellati nessuno rimane insensibile al fascino della ristorazione creativa, curata nei dettagli… e il design entra in scena con fantasia rivoluzionaria e capacità interpretativa.
Food non significa solo cibo, significa anche progettazione di piatti, bicchieri, posate, di mise en place mai casuali. Le aziende specializzate in porcellane da tavola o posaterie hanno colto il messaggio, affidando a mani esperte le nuove linee di prodotti per l'horeca. Ai tradizionali piatti dipinti di un tempo gli chef ora preferiscono quelli di design, incolori e dalle linee geometriche, per far risaltare le artistiche creazioni gourmet.

Ceramiche indistruttibili, stoneware e ardesia approdano sulle tavole dei ristoranti conferendo un aspetto contemporaneo e coerente con le specialità servite. La produzione contempla ormai anche il tailor made, come nel caso del nuovo Ristorante Cracco dove i piatti sono stati realizzati ad hoc dalla Richard Ginori ispirandosi a creazioni di Gio Ponti.

OLTRE IL RISTORANTE

Food experience e progettazione dell'accoglienza, cookery experience, laboratori del gusto, cantine d'autore. Un cocktail ben dosato, da offrire al viaggiatore in cerca di esperienze autentiche. Anche questa è strategia di integra-

zione tra enogastronomia, storia, cultura e turismo. Ma anche questa è materia per architetti e interior designer.
Il Quadri, storico gran caffè e ristorante di Piazza San Marco, ha scelto il genio di Philippe Starck per il restauro. «Per rispetto, amore e intelligenza non volevamo cambiare una concentrazione così potente di mistero, bellezza, stranezza e poesia – racconta Starck –. Abbiamo semplicemente cercato le sue meraviglie e abbiamo scoperto una meraviglia». All'interno del ristorante al primo piano, la sua influenza è evidente nell'arredamento e nel recupero di dettagli architettonici originali. I rivestimenti sono della Tessitura Bevilacqua, storica fabbrica di stoffe veneziane, che il genio francese ha trasformato per aggiungere umorismo e giochi mentali. Le facce raffigurate sono quelle dei fratelli Alajmo, proprietari del locale veneziano del 18esimo secolo; le carrozze e le gondole lasciano il posto a satelliti e astronauti. Il maxilampadario in vetro di Murano degli anni Trenta è stato restaurato e appeso accanto a un nuovo lampadario delle stesse dimensioni e dello stesso stile ma con surreali dettagli di vetro a gocce, creato da Aristide Najean.

CRACCO IN GALLERIA

È firmata Studio Peregalli la nuova location di Carlo Cracco a Milano. Un progetto che va al di là del mero ristorante. Un progetto articolato e artistico, che si esprime su mille metri quadrati dei cinque livelli dell'edificio che ospitava l'ex spazio Mercedes in Galleria Vittorio Emanuele. Al piano terra un bar caffetteria bistrot, al primo piano il ristorante gourmet, mentre il secondo piano ospita un salone eventi; nel seminterrato la cantina enoteca e all'ultimo livello un laboratorio di pasticceria.
Gli elementi artistici, evidenti soprattutto nelle sale del ristorante e della caffetteria, sono il risultato di un'importante opera di recupero di stucchi, affreschi e decori dell'Ottocento realizzata dallo studio.

DESIGNER DA TAVOLA

Formare professionisti del food design. È l'obiettivo del master lanciato dalla Spd–Scuola Politecnica di Design (della Iulm). Il programma unisce il focus sul settore dell'alimentazione alle metodologie del progetto, creando designer del settore alimentare capaci di trattare il cibo dal punto di vista estetico, comunicativo e rappresentativo, ma che conoscano attrezzature e utensili per la preparazione e la fruizione del cibo.

Federalberghi offre ai propri soci

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

www.confturismo.it

www.confcommercio.it

www.hotrec.org

www.ebnt.it

www.federalberghi.it

www.hotelmag.it

www.turismoditalia.it

www.italyhotels.it

www.hotelstars.eu

www.buonivacanze.it

www.10q.it

www.siaguest.it

www.federalberghi.it

www.conventionbureau.com

www.icctalia.org

www.adapt.it

www.fondoforte.it

www.cfmt.it

www.fondir.it

www.unibocconi.it/met

www.consorzioconoe.it

www.federalberghi.it

www.fondofast.it

www.quas.it

www.fasdac.it

www.fondofonte.it

www.fondomarionegri.it

www.fondomariopastore.it

www.scfitalia.it

www.siae.it

www.zurich.it

www.unilever.it

www.reshbd.com

www.nuovoimaie.it

www.assobiomedica.it

www.unicredit.it

www.mcwatt.it

www.unogas.it

www.interflora.it

www.verticalbooking.com

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

Professionisti del banqueting

Competenze per ogni tipo di evento sono indispensabili in una struttura con sale meeting. Scende in campo il manager specializzato

Macchine complesse, da mettere a punto in ogni dettaglio e da far funzionare con precisione ed efficienza. Anche e soprattutto nella parte di food & beverage. Eventi e congressi non si possono improvvisare: richiedono professionalità. Tra le figure chiave di questo articolato settore c'è il banqueting manager, professionista per antonomasia.

Il responsabile del banqueting è uno dei ruoli di più alto profilo in un hotel, anche perché le strutture per conferenze e banchetti rappresentano una grossa fonte di entrate. In questo ruolo da senior c'è un coinvolgimento a tutti i livelli, dal processo decisionale al marketing e alla vendita degli spazi per i banchetti. E questo sia per quanto riguarda i partecipanti, sia il food, motivo per cui tra i requisiti del banqueting manger c'è anche la capacità di interloquire con una grande varietà di persone: dagli organizzatori di eventi professionali interessati a visionare le sale per conferenze, ricevimenti e mostre ad altri clienti del grande pubblico, che, per esempio, vogliono organizzare un ricevimento di matrimonio.

Il compito del banqueting manager, come spiegano gli esperti, è quello di garantire che il team soddisfi i requisiti di ciascun cliente, indifferentemente dalla festa di anniversario per 50 persone al wedding glamour per 120, o una cena aziendale di alto profilo per 600 delegati e oltre. Tutti eventi che, tra l'altro, in un hotel dotato di più sale e saloni potrebbero avvenire lo stesso giorno.

ALTA FORMAZIONE

Un percorso formativo per ricoprire il ruolo di international food & beverages manager è il contenuto del master di alta preparazione professionale organizzato

dalla Ihma – International Hospitality Management Academy. Ha una durata di 24 giornate full time in un mese ed è seguito da un tirocinio di sei mesi in Italia o all'estero in aziende del settore. La partecipazione al percorso formativo comprende l'accesso al Career Services, che prevede il supporto attivo del partecipante da parte dell'Accademia sino al suo inserimento lavorativo in azienda, con un vero contratto di lavoro. **S.P.**

ROSSO PASSIONE, NASCE ROSSOEVOLUTION

Debutta Rossoevolution ereditando le attività Mice e healthcare di Alessandro Rosso Group. La nuova società ha sede a Milano ed è guidata da Daniele Rosso, Rosalba Barro e Loredana Vavassori. «Rosso Evolution. Moved by passion» è il payoff che accompagna il nome della società e che vuole confermare una tradizione nella storia del Mice italiano, con l'obiettivo di un'evoluzione continua nel rimanere sul mercato come punto di riferimento. «Abbiamo scelto questo payoff per testimoniare la nostra passione per questo lavoro – ha spiegato Daniele Rosso, presidente di Rossoevolution srl–. C'è un'energia che ci spinge ad un continuo rinnovamento e che rafforza il lavoro di tutti i componenti del nostro team». L'operazione, in realtà, è un passaggio generazionale. Alessandro Rosso Group continuerà il suo percorso concentrandosi sulle attività di Dmc, allestimenti, expo, hôtellerie, ristorazione ed Ecm (Educazione continua in medicina), mentre Daniele Rosso, classe 1977, insieme a Barro e Vavassori, porteranno avanti e gestiranno l'intero business del meeting & incentive e dell'healthcare, contando su un collaudato team di 60 professionisti del settore. Un passaggio di consegne che guarda al futuro e che può contare sull'esperienza e sul know-how delle due manager che hanno contribuito in maniera sostanziale alla nascita e alla crescita di Alessandro Rosso Group. «Evolution – spiega una nota del Gruppo – è soprattutto una visione del futuro che sa cogliere, con anticipo, i trend di settore trasformandoli in opportunità».

ITALIAN EXHIBITION GROUP

Providing the future

APRILE
NOVEMBRE
2018
CALENDARIO

Legenda: ● FIERA DI VICENZA ● FIERA DI RIMINI

● 28 - 30 APRILE
MIF - MUSIC INSIDE FESTIVAL
www.musicinsidefestival.it

05-08 MAGGIO
ORO AREZZO
Mostra internazionale di Oreficeria, Gioielleria, Argenteria e Pietre preziose.
Arezzo - Quartiere Fieristico.
www.oroarezzo.it

● 06-08 MAGGIO
MIR - MUSIC INSIDE RIMINI
Innovation Technology Light & Sound.
www.musicinsiderimini.it

● 09-11 MAGGIO
MACFRUT
Fruit & Veg Professional Show.
www.macfrut.it

● 17-19 MAGGIO
EXPODENTAL MEETING
Share the Future.
www.expodental.it

24-27 MAGGIO
SHANGAI WORLD TRAVEL FAIR
The largest platform for outbound tourism in East China.
www.worldtravelfair.com.cn

● 31 MAGGIO - 03 GIUGNO
RIMINIWELLNESS
Fitness, benessere e sport on stage.
www.riminiwellness.com

FOODWELL EXPO
Alimentazione e benessere per chi è in movimento.
www.riminiwellness.com/foodwell

01-04 GIUGNO
VICENZAORO@JCK
Italian Passion. Made with Love.
Las Vegas.
www.vicenzaoro.com

● 22 GIUGNO - 01 LUGLIO
GINNASTICA IN FESTA
www.riminiginnasticainfesta.it

● 05-15 LUGLIO
SPORTDANCE
Campionati Italiani Danza Sportiva.
www.riminisportdance.it

10-12 LUGLIO
ORIGIN PASSION AND BELIEFS
La Moda incontra i maestri della Manifattura italiana.
Milano - Quartiere Fieristico.
www.originfair.com

27-31 LUGLIO
T - GOLD INTERNATIONAL
The international Show for machinery and the most innovative technologies applied to jewellery and precious metal processing.
Mumbai.
www.vicenzaoro.com

● 19-25 AGOSTO
MEETING PER L'AMICIZIA FRA I POPOLI
"Le forze che muovono la storia sono le stesse che rendono l'uomo felice".
www.meetingrimini.org

14-16 SETTEMBRE
TTM - TRAVEL TRADE MARKET
Chengdu.

15-17 SETTEMBRE
HIERÓS
Il primo Salone di Arte Sacra aperto al pubblico.
Napoli - Stazione Marittima.
www.vicenza.expohieros.it

● 22-26 SETTEMBRE
VICENZAORO SEPTEMBER
Mostra Internazionale di Oreficeria, Gioielleria, Argenteria e Pietre Preziose.
www.vicenzaoro.com

● 24-28 SETTEMBRE
TECNARGILLA
The future of Ceramics.
www.tecnargilla.it

● 10-12 OTTOBRE
PLANITSPHERE
The Italian Marketplace for Travel & Hospitality.
www.planitsphere.it

TTG Travel Experience
Fiera Internazionale B2B del Turismo.
www.ttgincontri.it

SIA Hospitality Design
Salone Internazionale dell'Accoglienza.
www.siaguest.it

SUN Beach & Outdoor Style
Salone Internazionale dell'Esterno. Progettazione, Arredamento, Accessori.
www.sungiosun.it

16-18 OTTOBRE
ENADA ROMA
Mostra Internazionale degli Apparecchi da Intrattenimento e da Gioco.
Roma - Quartiere Fieristico.
www.enada.it

● 18-21 OTTOBRE
ABILMENTE AUTUNNO
La Festa della Creatività.
www.abilmente.org

T.B.D. OTTOBRE
GOLD ITALY - AREZZO
International Fair exclusively dedicated to Made in Italy Jewellery.
Arezzo - Quartiere Fieristico.
www.gold-italy.it

● 24-26 OTTOBRE
IBE – INTERNATIONAL BUS EXPO
www.internationalbusexpo.it

● 27-28 OTTOBRE
CHILDREN AND FAMILY
Fiera del bambino e della famiglia.
www.childrenandfamily.it

● 27-28 OTTOBRE
MOVE!
Wellness, Fitness & More.
www.movevicenza.it

02-04 NOVEMBRE
ABILMENTE ROMA
La Festa della Creatività.
Roma - Quartiere Fieristico.
www.abilmente.org

● 06-09 NOVEMBRE
ECOMONDO
Fiera Internazionale del Recupero di Materia ed Energia e dello Sviluppo Sostenibile.
www.ecomondo.com

Global Water Expo
Salone dedicato al trattamento e riuso delle acque.

Inertech
Salone sul riciclaggio nel mondo delle costruzioni.

Città Sostenibile
La città delle reti intelligenti.
www.cittasostenibile.net

Per date sempre aggiornate:
iegexpo.it/le-manifestazioni

ITALIAN EXHIBITION GROUP SpA
Via Emilia 155 - 47921 - Rimini (Italy) - iegexpo.it

Eventi di valore

La meeting industry italiana cresce trainando l'economia nazionale. Imprese alberghiere sempre più protagoniste del settore, come confermano i dati dell'Osservatorio Federcongressi&eventi

TREND IN CRESCITA Il sentiment del settore meeting ed eventi continua a essere positivo. Le previsioni di chiusura dei bilanci 2017 indicano un fatturato complessivo stabile o in aumento, con alberghi congressuali e centri congressi in testa

Un comparto produttivo dal peso specifico rilevante per l'economia italiana. La meeting industry è un formidabile generatore di business per le filiere dell'ospitalità e del ricettivo. È un motore che muove realtà imprenditoriali di ogni genere e che in Italia vale miliardi di euro. Un settore in cui gli hotel sono una forza propulsiva. Lo confermano i dati dell'Oice–Osservatorio italiano dei congressi e degli eventi 2016, promosso da Federcongressi&eventi e realizzato dall'Alta Scuola di Economia e Relazioni internazionali dell'Università Cattolica di Milano. Secondo la ricerca, in Italia sono stati realizzati complessivamente 386.897 eventi, per un totale di 28 milioni 173.514 partecipanti per 42 milioni 706.559 presenze, con una crescita rispettivamente dell'8,4 e del 21,5 per cento rispetto all'anno precedente. «L'Osservatorio indica come il nostro sia un settore di grande importanza per lo sviluppo economico del Paese – sottolinea Alessandra Albarelli, presidente di Federcongressi&eventi –. Il valore non è pero solo economico, ma anche sociale e culturale. È nei congressi e negli eventi che le persone si incontrano per fare innovazione, per aumentare le proprie competenze professionali e per affrontare temi di portata universale, quali l'ambiente o la cooperazione».

HOTEL IN PRIMA LINEA

Dati positivi che si accompagnano al progressivo aumento, negli ultimi tre anni, sia della dimensione media degli eventi, sia della loro durata media. In particolare, gli eventi della durata superiore a un giorno hanno rappresentato circa l'11,5 per cento del totale delle presenze nelle strutture alberghiere italiane. Il mercato dei congressi e degli eventi si differenzia, inoltre, in base alla tipologia di sede in cui vengono ospitati. Gli alberghi congressuali, che rappresentano il 68,1 per cento di tutte le sedi analizzate dall'Oice, concentrano il 79,6 per cento degli eventi. Con riferimento alla provenienza geografica dei partecipanti, invece, totalizzano il 18,6 per cento dei partecipanti nei meeting internazionali, mentre rispetto alla categoria di clienti raggiungono il 65,1 per cento di partecipanti negli eventi promossi da aziende.

Secondo l'ultimo Osservatorio, aziende e enti/istituzioni sono stati i promotori più attivi. Al primo posto le aziende, le cui convention, o i cui lanci di prodotto e meeting rappresentano oltre la metà degli eventi organizzati, totalizzando il 48,9 per cento dei partecipanti totali e il 48 per cento delle presenze. Arrivano intanto segnali positivi di crescita dal mercato sia domestico che internazionale. Gli eventi nazionali hanno aumentato il loro peso, in un anno, dal 30,1 al 34,7 per cento, ma è cresciuta anche la quantità di eventi internazionali, passati dal 9,1 al 9,9 per cento. Specializzazione e dimensione sono i fattori di successo. Non è un caso che il 79,6 per cento degli eventi si sia svolto in alberghi congressuali, mentre i centri congressi hanno aumentato il peso percentuale in termini di partecipanti. Le dimore storiche, invece, sono state utilizzate per ospitare il 2,7 per cento dei meeting e sono la tipologia di sede che ha visto diminuire di più il numero di eventi.

Il sentiment del settore meeting ed eventi, sempre stando all'Osservatorio Federcongressi&eventi, continua a essere positivo. Le previsioni di chiusura dei bilanci 2017 indicano un fatturato complessivo stabile o in incremento, con gli alberghi congressuali e i centri congressi a guidare la crescita.

Lo stile del Marocco

Da Rabat a Ouarzazate, l'hôtellerie progettata da Claire Patteet celebra regalità e privacy

Una firma storica e importante nell'hôtellerie marocchina: Claire Patteet. Sono suoi La Tour Hassan di Rabat e Le Berbère Palace di Ouarzazate, due simboli della più squisita ospitalità marocchina, dove l'architettura unisce tradizione, modernità e stile Ksour. La Tour Hassan Palace è un landmark della capitale: sta a Rabat come il Mamounia sta a Marrakech o il Jamai a Fés. Inaugurato nel 1910, è rapidamente diventato un luogo di incontro e passaggio, un'oasi rifugio per vip e star internazionali attratte dalla tranquillità della struttura e dalla discrezione dello staff, oltre che, ovviamente, dal lusso.
La mano di Patteet ha progettato esterno e interni, realizzando un palazzo maestoso, dove la reception è dominata da uno scalone monumentale che conduce ai quattro piani sui quali sono dislocate 142 camere e 26 suite affacciate sui giardini. Gli spazi comuni contemplano sei ristoranti, ma anche saloni eventi, hammam e centro wellness con piscina. Gli arredi abbinano elementi classici, come i divani, le poltrone, i tavolini della lounge e il lungo bancone della reception, all'ambientazione tipica e ricca resa dalle pareti a motivi bianchi e oro e dai lucidi pavimenti in marmo. I complementi d'arredo sono espressione di un elegante artigianato locale, mentre l'illuminazione della hall si ispira sì alle lampade marocchine nella forma e nel gioco di luci, ma la fattura e i materiali sembrano dare un tono di contemporaneità più europea.

«Benvenuti al Berbère Palace, benvenuti in un sogno in cui il tempo sembra sospeso». Siamo a Ouarzazate, la «porta del deserto». Le montagne dell'Atlante sono lo sfondo di una delle città più famose del cinema internazionale: negli studi dell'Atlas Film Corporation sono stati prodotti celebri film, uno su tutti Lawrence d'Arabia. È una struttura relativamente recente, dall'impianto architettonico maestoso. Circondato da fiori e vicoli profumati di gelsomini e rose, l'hotel è un emblema della tradizione locale: i muri esterni sono realizzati con un'architettura che evoca le Kasbah della regione. Al suo interno, invece, soprattutto nella grande hall, la parola cinema è parte integrante dell'arredamento, con la presenza del trono del faraone utilizzato per il film *I dieci comandamenti*. Decorazioni, complementi d'arredo, stile del servizio ricalcano la tradizione berbera. Il Berbère Palace ospita 249 camere e suite di alta gamma situate nei bungalow disseminati nei grandi giardini dell'hotel dove si estende la piscina dal fondo a mosaici. Stile locale ma comfort contemporaneo per tutte le tipologie di stanze, impreziosite da lampade originali, specchi autentici, tavolini di artigianato e tessuti broccati per letti, poltroncine e cuscini. **S.P.**

TRADIZIONE
Lo spazio dedicato a spa & hammam è in rigoroso stile marocchino

ENJOY FRESHNESS

IL CAFFÈ IN GRANI E IL LATTE FRESCO INCONTRANO DESIGN E TECNOLOGIA

Grazie alle superautomatiche Necta è possibile ottenere espressi, cappuccini e macchiati nella migliore tradizione italiana, utilizzando ingredienti eccellenti come il **caffè in grani** e il **latte fresco**. KORO PRIME, KORINTO PRIME e KARISMA sono attrezzature dallo stile elegante e dalle dimensioni compatte, versatili e flessibili, nate per offrire infinite soluzioni nel mondo dell'hotellerie e della caffetteria.

KORO PRIME

KORINTO PRIME

KARISMA

NECTA

ericsoft®

Tante funzionalità, un'unica interfaccia.

Dal 1995 software per i professionisti dell'ospitalità

Tel. 0541 604894 | info@ericsoft.com | www.ericsoft.com