



Parlano di noi su:

# Italia Più



Rivista di pubblicazione: Italia Più

---



Dicembre 2021

---



Visita il sito della rivista

# Ospitalità italiana, il lusso dell'accoglienza

## Hospite: al centro dell'azienda, le persone e le relazioni

In un momento storico in cui le abitudini della società sono state fortemente condizionate e le relazioni modificate a scapito del contatto umano, anche il settore turistico ha subito un contraccolpo che ha destabilizzato l'organizzazione delle strutture e per questo è necessario rivedere i modelli di accoglienza. Hospite, progetto di formazione e coaching ideato da Nicola Bolzan, Michele Prete e Stefano Prete, nasceva ancor prima della pandemia con l'obiettivo di valorizzare la tradizione dell'ospitalità italiana e oggi si pone più che mai come interlocutore a supporto delle aziende del settore alberghiero, affiancando le strutture nel miglioramento delle tre aree principali: comunicazione, gestione del personale e vendita. "Il nostro compito - racconta Stefano Prete - è quello di rilevare le criticità all'interno della struttura e lavorare insieme all'azienda per risolverle. Il Mystery Guest, professionista che opera in incognito, relaziona l'esperienza da ospite; tale esperienza, sarà determinata dalla qualità delle interazioni che riesce ad avere con le persone impiegate all'interno della struttura e la 'fotografia' scattata sarà funzionale nel dare una panoramica delle aree di forza e di quelle che hanno necessità di miglioramento all'interno dell'azienda".

"L'attività svolta dal Mystery Guest - prosegue Michele Prete - è comunque solo il punto di partenza. Da qui, Hospite progetta i percorsi di cambiamento e forma i professionisti. Le modalità variano dalla formazione in aula a quella sul campo fino all'attività "one to one" di coaching strategico o legato alla definizione di un obiettivo, in cui si supportano i manager o si formano nuove figure da inserire all'interno della struttura. Infine, c'è l'Academy digitale che propone un insieme di corsi volti allo sviluppo di competenze tecniche specifiche, tutti in lingua inglese". "Per l'ospitalità del futuro e soprattutto per chi si vuole differenziare e distinguere in modo coerente - conclude Nicola Bolzan - sarà fondamentale mettere al centro le persone, perché il lusso del presente e del futuro è il contatto umano".

Parlano di noi su:

# Italia Più

ART EDU DESIGN | MAGAZYN RODZICA

INDOKS 237647

INDOKS 237647

INDOKS 237647

INDOKS 237647

INDOKS 237647



Rivista di pubblicazione: Italia Più

---



Marzo 2022

---



Visita il sito della rivista

# I professionisti dell'esperienza

## Hospite: strategie e nuove figure professionali nel mondo dell'hospitality

Che sia per vacanza o per lavoro, il soggiorno in un hotel di lusso dev'essere un'esperienza unica e Hospite, The Italian Hospitality Academy, è la realtà che aiuta a creare le condizioni ideali per raggiungere questo importante obiettivo. "A parità di struttura fisica dell'hotel - racconta Michele Prete, fondatore di Hospite - le statistiche ci dicono che a creare il ricordo è l'esperienza. Da questa consapevolezza nascono le figure del "professionista della guest experience" e il "mystery guest" che, grazie alle loro competenze, aiutano a progettare il soggiorno ideale". Ma, nello specifico, come funzionano queste nuove professioni? "La progettazione della guest experience parte dalla visione e dagli obiettivi di ogni singola struttura - spiega Stefano Prete - il professionista individua il target e mappa l'itinerario che l'ospite andrà a compiere, dalla prenotazione al termine del soggiorno. Ogni punto verrà sviluppato in standard di servizio e di comportamento, affinché in ogni fase vengano offerte le necessarie attenzioni". Il "mystery guest" è la figura che supporta il "professionista della guest experience" osservando in modo oggettivo le dinamiche interne alla struttura e fornendo poi una reportistica. In seguito all'analisi mystery, si procede con la progettazione dell'esperienza. "In questo processo - sottolinea Nicola Bolzan - è importante ricordare concetti quali: l'attenzione al dettaglio, in quanto il professionista deve saper cogliere quello che gli altri non notano o danno per scontato; la coerenza, l'esperienza dev'essere congrua dall'inizio alla fine; la completezza, perché quell'esperienza dovrà essere unica e indimenticabile in tutte le sue fasi". "Gli ultimi due anni hanno lasciato un messaggio importante al nostro paese - conclude Michele Prete - ed è fondamentale ridare valore alle bellezze ereditate dal passato per saper fare accoglienza in un presente completamente nuovo. Le nuove figure professionali, aiutando la valorizzazione dei mestieri che gravitano nel mondo dell'hospitality, saranno fondamentali per il rinascimento del nostro turismo".



Parlano di noi su:

# Italia Più



Rivista di pubblicazione: Italia Più

---



Giugno 2022

---



Visita il sito della rivista

# Il lato oscuro dell'ospitalità: è tempo di azione e responsabilità

**Hospite lancia lo speech-tour per riflettere insieme sulla  
necessità di cambiare i modelli di gestione del personale**

Come emerge dalle previsioni fornite da Unioncamere e Anpal, i dati più recenti testimoniano per il Bel Paese una perdita del personale connesso al settore hospitality di oltre il 60% rispetto all'anno precedente, con una previsione di ulteriore peggioramento nel 2023. I due anni di stop e riprese a singhiozzo causati dalla pandemia, unitamente a determinate politiche di sostegno sociale, hanno però soltanto accelerato la crisi di un segmento imprenditoriale che da decenni necessita una profonda ristrutturazione. "Per troppo tempo buona parte dell'imprenditoria di settore ha fatto il buono e cattivo tempo con i propri ospiti e personale - spiega Michele Prete, co-fondatore di Hospite insieme a Stefano Prete e Nicola Bolzan - Oggi questo sistema non è più accettabile, a meno che gli stessi titolari di ristoranti e strutture alberghiere non intendano servire gli avventori al tavolo o al check-in". "È proprio per mostrare il "lato oscuro dell'ospitalità", che - sottolinea Prete - la nostra Academy inaugurerà in autunno uno speech-tour intenzionato a toccare quante più possibili città in tutta Italia". "Il lato oscuro dell'ospitalità" fornirà, dati alla mano, una visione realistica della preoccupante situazione attuale, spiegando attraverso esempi concreti le storture cronicizzate negli anni e proponendo una vision innovativa che, rispetto al passato, risulta un vero e proprio cambio di paradigma. Gli appuntamenti sono rivolti non solo a chi operi a livello gestionale e manageriale nell'ambito del turismo, ma anche a chi lo vive in qualità di lavoratore o facente parte di associazioni di settore. L'obiettivo di Hospite con questo tour è mettere insieme tutti i player per aprire una tavola rotonda di confronto su un tema tanto urgente per un Paese come il nostro, in cui il turismo risulta ancora una delle risorse più importanti dell'economia nazionale.



“La proiezione futura non è delle più rosee - conclude Prete - se aspettiamo che ci pensino le istituzioni persistiamo in un errore fatale. Il primo step da compiere riguarda le aziende, chiamate a rivedere radicalmente i propri sistemi interni di gestione del personale. Oggi viviamo infatti una situazione paradossale: il lusso turistico è ripreso ma il personale ha disertato. C'è molto lavoro da fare, a partire da un cambiamento sostanziale della nostra mentalità”.

A black and white photograph of a stack of books, viewed from a slightly elevated angle. The pages are thick and layered, creating a sense of depth and texture. The lighting is soft, highlighting the edges of the pages. At the top and bottom center of the image, there are white circular cutouts, suggesting the book is part of a binder or folder.

Parlano di noi su:

# Italia Più



Rivista di pubblicazione: Italia Più

---



Ottobre 2022

---



Visita il sito della rivista

# Accoglienza e ospitalità: rendiamo attrattivo il settore

## Lo speech-tour di Hospite offre soluzioni concrete per migliorare l'approccio verso il personale

La tappa preliminare dello speech-tour organizzato da Hospite e svoltasi lo scorso giugno a Venezia davanti a 30 albergatori conferma i dati elaborati da Unioncamere e Anpal: in Italia attualmente si riscontra una perdita del personale connesso al settore hospitality di circa il 60% rispetto al 2021. "Durante questo incontro la situazione si è dipanata attraverso tre dinamiche - spiega Stefano Prete, cofondatore insieme a Michele Prete e Nicola Bolzan di Hospite - The Italian Hospitality Academy - La prima è appunto la mancanza di personale di sala e di ricevimento; la seconda riguarda la conseguente pressione riversata sul personale esistente, che è chiamato a sopperire una carenza strutturale con turni molto stressanti; terzo punto è la mancanza di una visione di insieme a livello manageriale, con soluzioni pensate per il breve periodo atte a tamponare il problema e raramente a risolverlo. Con il nostro tour intendiamo sensibilizzare il territorio italiano affinché si ristabilisca una situazione di equilibrio e proficua collaborazione tra i player coinvolti - strutture, professionisti e potenziali candidati. Perché ciò avvenga è necessario un cambio di paradigma rispetto a un sistema in crisi già da molti anni, un cambiamento fondato sul ripensamento dei sistemi gestionali, spaziando dalla contrattualistica e arrivando a ripristinare l'attrattività del settore verso le generazioni più giovani, convinte che il lavoro in sala o in altri dipartimenti in hotel sia per nulla o poco gratificante". L'attività di sensibilizzazione promossa da Hospite si rivolge al management, ai professionisti impiegati nel mondo dell'ospitalità e al mondo scolastico: se 30 anni fa era in dubbio il prestigio di studiare in una scuola alberghiera oggi questa viene considerata l'opzione estrema in mancanza di migliori possibilità. La prima parte del tour - che partirà a settembre toccando Veneto, Lombardia, Lazio e Liguria - prevederà per ogni tappa le presenze di testimonial locali, la cui conoscenza del



territorio sarà indispensabile a raccontare, oltre alle criticità, il lato brillante di uno splendido mestiere che, se inquadrato nella maniera corretta, può conferire molte soddisfazioni.

“Saremo il megafono di un messaggio positivo che richiede però coraggio per essere attuato - conclude Prete - ripensando le modalità di inquadramento e di gestione del personale con nuove modalità atte a conciliare armoniosamente la dimensione lavoro-vita privata”. Sul sito tutti gli aggiornamenti sulle location e le date delle prossime tappe dello speech-tour.

Parlano di noi su:

# Italia Più



Rivista di pubblicazione: Italia Più

---



Dicembre 2022

---



Visita il sito della rivista

# Dare valore all'ospitalità per rilanciare il settore

**LOSTpitality, lo speech-tour di Hospite, mira a dare un nuovo impulso al settore dell'ospitalità: il tutto coinvolgendo i giovani**

Ritrovare l'autenticità dell'ospitalità. Questo è uno dei pilastri di LOSTpitality, tour itinerante organizzato da Hospite, articolato in una serie di tappe presso strutture ricettive di livello del Bel Paese, per dare voce ai professionisti dell'ospitalità allo scopo di confrontarsi e sviluppare nuove strategie. Partito con le prime due tappe, tenutesi a Venezia presso l'Hotel Monaco & Grand Canal e poi a Rapallo all'Hotel Excelsior, durante lo speech-tour è stata realizzata una fotografia della situazione attuale del settore. Dagli incontri è emerso come siano venuti a mancare circa 200 mila lavoratori a tempo indeterminato e 100 mila stagionali: il 96% degli alberghi ha un numero di collaboratori inferiore rispetto all'effettiva necessità. Emergono poi dati esplicativi relativi al biennio di pandemia. "A seguito del lockdown - racconta Alberto Tita, consulente e formatore di Hospite - molti lavoratori hanno abbandonato il settore come specificano dati e statistiche di fine 2021 e inizio 2022: nel 56% dei casi tra le ragioni principali è stata indicata la bassa retribuzione, la mancanza di benefit nel 39% e l'inflessibilità degli orari nel 34%. Il 45% dei dipendenti è rimasto, ma ha dichiarato di essere insoddisfatto del lavoro. Il nostro obiettivo è quello di focalizzarci in prima battuta su una fase numerica. Nei nostri speech abbiamo condiviso questi dati per poi sentire la voce degli operatori del settore e portarli a un vivo e concreto dibattito, coinvolgendo anche le generazioni più giovani al fine di far emergere le loro aspettative e necessità". Durante gli incontri è stato messo in evidenza quanto sia necessario rivedere l'approccio all'interno delle realtà dell'ospitalità per mantenere un perfetto equilibrio tra azienda, staff e giovani nei confronti dei quali risulta sempre più necessario trasmettere i valori aziendali allo scopo di farli sentire coinvolti e motivati. "Nel mio percorso personale - prosegue Tita - sono passato dalla gavetta come cameriere a direttore in strutture di livello sia in Italia sia all'estero. Consiglio ai giovani di fare esperienze simili, viaggiando per aprire la loro mente. Il tutto mettendo sempre l'ospite al centro dell'attenzione. Nel corso della mia lunga esperienza nel settore ho appreso come soddisfare ogni esigenza del cliente: oggi mi sento in dovere di trasferire il mio know-how".

Parlano di noi su:

# Più benessere e salute



Rivista di pubblicazione: Più benessere e salute

---



Maggio 2022

---



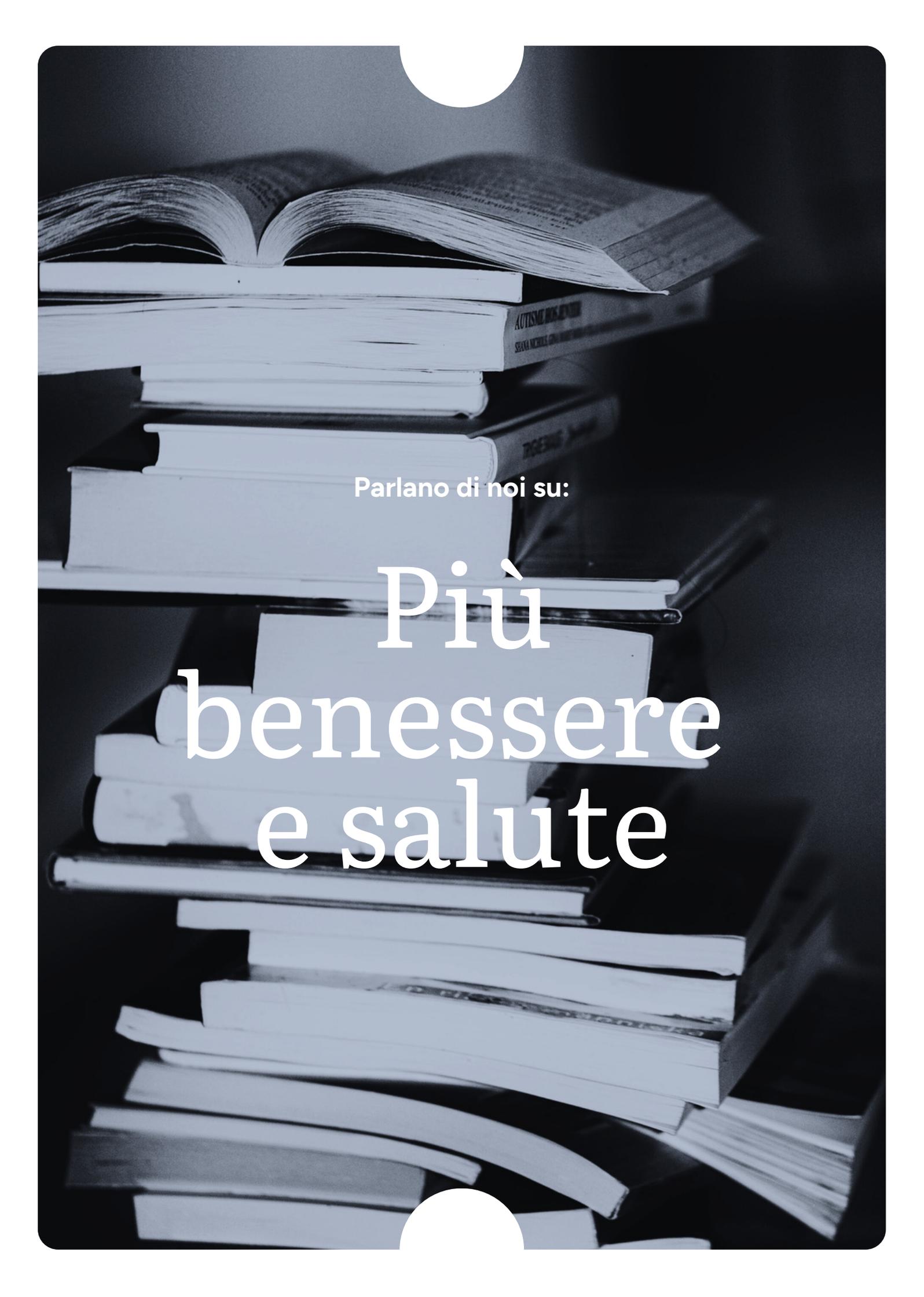
Visita il sito della rivista

# Il segreto della buona ospitalità

**Il benessere dello staff è alla base di una piacevole esperienza di soggiorno per l'ospite ed è importante anche per il futuro di ogni azienda turistica: la missione di Hospite, The Italian Hospitality Academy**

Un ambiente di lavoro sereno è importante per tutti: in primis per lo staff, che è più soddisfatto e motivato, ma anche per l'azienda, che può contare nel tempo su un personale solido e competente, e per gli ospiti, che si trovano così a vivere un'esperienza davvero piacevole. "In ogni settore, ma ancor più nel turismo, l'attenzione ai lavoratori, dal punto di vista non solo strettamente professionale, ma anche personale, va messa al centro. Come? Prendendosi cura di loro e dedicando del tempo di qualità ad ascoltarli, conoscerli e valorizzare i loro talenti". Nicola Bolzan è il co-fondatore, insieme a Michele e Stefano Prete, di Hospite - The Italian Hospitality Academy, società di formazione e consulenza per il settore dell'ospitalità, che ha sede a Treviso e vanta oltre vent'anni di esperienza operativa e manageriale. Un punto di riferimento quotidiano per numerose strutture alberghiere italiane, che vogliono migliorare la propria guest e staff experience.

"Il benessere dei collaboratori - sottolinea Bolzan - richiede consapevolezza e metodo: è un percorso che va costruito nel tempo, non improvvisato con azioni e comportamenti occasionali. Si basa su tre pilastri. Prima di tutto, un attento ascolto per capire talenti e bisogni delle persone che fanno parte dello staff". Dopo aver raccolto informazioni e desideri di ognuno, inizia la seconda fase, quella della crescita professionale, ma anche personale, sia in gruppo che singolarmente: "In questa fase Hospite supporta le aziende attraverso attività di formazione in aula oppure on the job e coaching one-to-one. Durante questi momenti formativi, viene data molta importanza alle competenze trasversali, come la gestione emotiva, la leadership, il problem solving e tutte quelle competenze che arricchiscono la persona a livello personale e professionale". La terza fase, infine, è quella dei feedback verso i collaboratori: "Da un lato il buon leader deve saper premiare e gratificare i comportamenti virtuosi, dall'altro deve riuscire a trasformare le azioni non virtuose in occasioni di dialogo e confronto con il personale, per creare nel tempo una sempre maggiore sintonia tra lo staff e l'azienda. Perché fare benessere - conclude Bolzan - è davvero un'arte".



Parlano di noi su:

# Più benessere e salute



Rivista di pubblicazione: Più benessere e salute

---



Novembre 2022

---



Visita il sito della rivista

# Essere “al servizio di” la professione che ci rende umani

## Hospite conferma: lavorare nell’hospitality significa anche un’indiretta ed efficace formazione sulla leadership

Prosegue con successo lo speech-tour nazionale di Hospite - The Italian Hospitality Academy, una serie di incontri per aprire una tavola rotonda di confronto fra tutti i player di settore al fine di proporre soluzioni concrete per il presente e futuro dell’ospitalità italiana. “Raramente viene evidenziato il fatto che l’ospitalità intesa come professione aiuti a sviluppare la propria capacità di leadership - evidenzia Michele Prete, cofondatore di Hospite Srl insieme con Stefano Prete e Nicola Bolzan - A ben guardare si tratta di una professione che, in aggiunta, sviluppa una serie di competenze trasversali utili in ogni altro ambito lavorativo. Si va dalla comunicazione alla capacità di ascolto di ospiti e collaboratori, dall’affinamento dell’intelligenza emotiva (indispensabile per comprendere i propri sentimenti ed emozioni ed entrare in empatia con le altre persone) al problem solving, dalla gestione dello stress fino alla vendita. Ognuna di queste competenze concorre a una crescita dell’individuo che non riguarda solo la sfera professionale, ma anche quella personale”. “Ai più giovani - sottolinea Prete - va spiegato con chiarezza: l’ospitalità è come un corso di leadership dove si viene pagati per partecipare. Ma c’è di più. Si tratta di uno dei mestieri più gettonati per il futuro. Nonostante le crescenti ricerche che evidenziano come le nuove tecnologie e i processi di digitalizzazione aziendali renderanno sempre meno necessaria la presenza umana, il ruolo della persona resta e resterà fortunatamente il punto cardine dell’hospitality e, anzi, a emergere saranno proprio quei professionisti in grado di abbinare competenza a umanità, quelli cioè capaci di entrare in risonanza con l’ospite e il cliente conquistandone la fiducia e la stima”. Dall’unione misurata di autorevolezza e comunicazione efficace scaturisce così la leadership, peculiarità oggi assai carente perfino in alcune realtà di prestigio. “Attualmente sono richieste figure leader di settore che sappiano rispondere in maniera celere ai cambiamenti che il mondo ci impone - conclude Prete -



Le attitudini sopra elencate non sono però un dono innato: esse vanno imparate e affinate di giorno in giorno attraverso l'esperienza diretta non solo per affrontare l'attuale crisi di settore, ma anche per operare scelte atte a migliorare l'ambiente di lavoro per tutto il personale presente e futuro"

Parlano di noi su:

A stack of four books is shown on a white shelf. The top book is 'The Harvard Business Review' by Larry Green, published by McGraw-Hill. The second book is 'The Harvard Business Review' by Larry Green, published by McGraw-Hill. The third book is 'The Harvard Business Review' by Larry Green, published by McGraw-Hill. The bottom book is 'The Harvard Business Review' by Larry Green, published by McGraw-Hill. The background below the shelf is a wood-grain texture.

# Harvard Business Review Italia



Rivista di pubblicazione: Harvard Business Review  
Italia - Rapporto Formazione

---



Luglio / Agosto 2023

---



Visita il sito della rivista

# Verso un nuovo mondo del turismo: quale il ruolo della formazione manageriale?

Due dati di partenza, contrastanti tra loro, ci fanno riflettere sull'importanza strategica di questa domanda:

- la grande ripresa dei flussi previsti per il 2023 (Istat): i numeri del bimestre gennaio-febbraio indicano infatti un +45,5% delle presenze complessive rispetto allo stesso periodo dell'anno 2022. La conferma di questa tendenza nel corso dell'anno significherebbe il superamento dei livelli pre-pandemici;
- la previsione del fabbisogno di professionisti del settore: stimato per il 2023 in 280mila lavoratori in più rispetto al 2022 (Centro Studi Confcommercio), è stato calcolato (Unioncamere-Anpal) che, di tale cifra, il 40% sarà molto difficile da reperire. A questo si aggiunge la previsione di esodo da pensionamento degli occupati dei settori commercio e turismo per i prossimi 5 anni, calcolato in 484.500 unità ([www.cgiamestre.com](http://www.cgiamestre.com)).

Un bivio allarmante per alcuni aspetti, inevitabile sotto altri, e da prendere seriamente in considerazione nel presente. Quale ruolo ha giocato e può svolgere la formazione manageriale in questo scenario? Le riflessioni che condivido sono due: concausa da una parte, possibile soluzione dall'altra. Nella prima sfumatura, la combinazione tra limitata quantità e scarsa qualità della formazione manageriale esistente ha svolto un ruolo attivo nel creare ambienti di lavoro e culture aziendali che risultano oggi essere poco attrattivi. Uniti a questo, il focus sugli aspetti tecnici, l'organizzazione del lavoro a picchi molto alti (ad esempio, le stagionalità) e la pressione sul risultato immediato previsto dal servizio hanno portato nel tempo a prediligere modelli di management militareschi e, spesso, tossici. Inoltre, queste abitudini hanno promosso nel tempo l'acquisizione delle posizioni manageriali più per anzianità di ruolo che per competenze effettive. Il risultato? Prodotti e servizi di livello mediamente alto, con picchi straordinari, contrapposti ad ambienti di lavoro dai quali fuggire a gambe levate. È proprio dal concetto di ambiente che è necessario partire per ripensare la formazione manageriale nel mondo del turismo: essa non può più essere concentrata solo su aspetti tecnici, economici e finanziari, ma deve mettere come priorità l'eccellenza dei rapporti umani,



focalizzando l'investimento formativo sulle soft skill. Educare in modo costante ai processi di team building, alla gestione dei conflitti, all'intelligenza emotiva, alle capacità di dare feedback costruttivi e di conseguenza, a una leadership consapevole, sono asset strategici che garantiscono numerosi benefici. Non parlo solo dei classici programmi d'aula; parlo di percorsi strutturati da modalità eterogenee, che prevedano affiancamenti on the job, supporti di coaching e mentoring e la possibilità di ricevere feedback specifici, costanti e tempestivi. Questo al fine di rendere il mondo dell'ospitalità e dell'accoglienza fonte di esperienze uniche e trasformative non solo per gli ospiti, ma anche per i propri collaboratori, tramandando le tradizioni dell'ospitalità italiana e valorizzando questo settore come l'opportunità unica di crescita e sviluppo professionale che è.



Parlano di noi su:

# Il Velo Di Maya Magazine



Rivista di pubblicazione: Il Velo Di Maya

---



23 Maggio 2023

---



Visita il sito della rivista

# Formazione e consulenza per professionisti dell'hotellerie

In provincia di Treviso dal 2020 opera Hospite, società che promuove corsi per affiancare manager, direttori d'hotel e professionisti del settore al fine di migliorarne il profilo imprenditoriale. Il calendario delle iniziative

Hospite Srl, azienda di formazione e consulenza per il mondo dell'ospitalità e dell'accoglienza di lusso, nasce nel 2020 in provincia di Treviso, fondata da Nicola Bolzan, Michele Prete e Stefano Prete. Insieme, i tre imprenditori hanno dato vita a questa realtà che mira al miglioramento della Guest e Customer Experience affiancando manager, direttori e professionisti del mondo dell'hotellerie e dell'accoglienza. "Abbiamo creato Hospite alle porte di uno dei cambiamenti più radicali per il mondo dell'ospitalità", afferma Bolzan, "Il biennio 2020-2021 è stato sfidante e allo stesso tempo ricco di cambiamenti stimolanti".

"Ora il mondo dell'ospitalità è profondamente mutato e si trova a interfacciarsi con dinamiche che prima erano meno evidenti: ospiti molto più attenti alla qualità esperienziale del proprio soggiorno, collaboratori con obiettivi lavorativi e di carriera sempre più chiari e stimolanti e un grande desiderio da parte di tutti gli operatori di mettersi in gioco per aumentare le proprie competenze, sia tecniche che trasversali".

Qual è il vostro approccio e com'è strutturata Hospite?

Il nostro approccio è pratico, personalizzato e umano verso ogni professionista e realtà aziendale con cui entriamo in contatto.



Per quanto riguarda la struttura aziendale, da un lato supportiamo imprenditori, direttori e manager in modo preciso e dinamico nello sviluppo di Guest e Customer experience efficaci, memorabili e uniche fornendo percorsi di affiancamento e formazione personalizzata e dall'altro ci rivolgiamo a tutti i singoli professionisti del settore con la nostra Academy, che comprende un percorso di specializzazione manageriale e i corsi in aula aperti al pubblico.

Quali sono i prossimi eventi e appuntamenti in agenda?

L'estate e l'autunno saranno stagioni molto ricche da ogni punto di vista. Nel dettaglio, stiamo organizzando giornate di Open Day per l'Academy al fine di fornire ai partecipanti le informazioni sui corsi in aula (corso per Mystery Guest, Luxury Experience Design, Luxury in People Management, F&B Management e Hospitality Cost Control) e far vivere fin da subito l'esperienza formativa in modo pratico e coinvolgente.

I prossimi appuntamenti saranno a Milano il 27 giugno, a Roma il 4 luglio e a Venezia il 19 settembre. Continua inoltre "Guest Experience on Tour", l'evento itinerante in tutta Italia nato con l'obiettivo di creare sinergie con i professionisti del settore del lusso e dell'ospitalità aprendo un dibattito aperto sui temi trattati nel libro "Professionista della Guest Experience", scritto a quattro mani con Alberto Tita ed edito da Dario Flaccovio Editore.

Le prossime mete del tour sono Venezia il 19 giugno, Alassio il 26 giugno e Roma il 17 luglio. Per ulteriori informazioni: inviare una mail a [info@hospite.it](mailto:info@hospite.it) e visitare il nostro sito [www.hospite.it](http://www.hospite.it)



Parlano di noi su:

# Web in testa



Rivista di pubblicazione: Web in testa - Dario Flaccovio Editore

---



07 Luglio 2023

---



Visita il sito della rivista

# Guest Experience: strategie e metodi per conquistare gli ospiti e i clienti del futuro

Perché parlare di guest experience? E di strategia, metodo e futuro dell'ospitalità? Per rispondere a questa domanda partiamo da una riflessione di Luca Desiata, autore di "Scacchi e strategie aziendali", pubblicato nel 2012. Egli scrive "La strategia è una qualsiasi forma del pensiero che ha per obiettivo la modifica della realtà".

Una frase forte e significativa: ogni strategia sana a livello aziendale, anche nel mondo dell'accoglienza e dell'ospitalità, nasce per cambiare la realtà presente per apportare evoluzioni durature e proficue nel futuro.

Con questa premessa il libro "Professionista della Guest Experience" avanza nel mondo dell'ospitalità per offrire un solido metodo e gli strumenti per sviluppare esperienze uniche, efficaci ed emozionanti per ogni ospite e cliente nel mondo del lusso e dell'ospitalità per una guest experience memorabile.

## LE STRATEGIE PER ATTIRARE I CLIENTI

A livello strategico, gli autori mirano a condividere alcuni messaggi fondamentali per tutti coloro che desiderano investire energie, passione e tempo nella guest e customer experience della propria realtà lavorativa. Vediamone di seguito alcuni:

1) La strada da seguire è ciclica: il processo strategico e di sviluppo di un'esperienza non è lineare con un inizio e una fine, bensì ciclico. Infatti, alla progettazione ed erogazione dell'esperienza segue sempre un'analisi meticolosa, una riprogettazione, una successiva erogazione e così via. Questo perché il miglioramento continuo è una delle chiavi per esperienze di successo;



- 2) Il valore della struttura deve essere condiviso da tutti, in ogni momento: definire mission, vision e valori è il punto di partenza, non la fine. Quei valori aziendali che conosci a memoria costituiscono un sistema ricco e complesso che viaggia lungo tutta l'esperienza degli ospiti e clienti e ha l'obiettivo di veicolare e condividere la storia e l'immagine del brand della struttura in ogni istante;
- 3) La misurazione e l'analisi sono fondamentali: progettare ed erogare l'esperienza sono due fasi a cui si tende a dare la massima priorità. Allo stesso tempo, a queste due deve sempre seguire una profonda analisi e misurazione della soddisfazione dei propri ospiti e clienti per comprendere quali aspetti dell'esperienza vanno bene e quali invece vanno migliorati e rivisti;
- 4) Il futuro necessita di un cambio culturale e di solide employee experience: il passato ha insegnato tanto, è il momento di utilizzare tutto ciò che abbiamo appreso per evolvere e dare spazio a una nuova cultura del lavoro e dell'esperienza di ogni operatore e professionista nel mondo dell'ospitalità, dando voce a bisogni, aspettative e necessità.

Tutti questi aspetti e riflessioni vanno calati nei contesti di ogni azienda e struttura alberghiera in modo personalizzato perché ogni singola realtà è un mondo a sé, fatto di persone legate dalla passione e dall'amore per questo settore e unite dallo stesso obiettivo: far sentire bene i propri ospiti e clienti.

Ti auguriamo buona lettura!



Parlano di noi su:

# Harvard Business Review Italia



Rivista di pubblicazione: Harwars Business Review -  
Mondo formazione

---



Giugno 2023

---



Visita il sito della rivista

# Il ruolo strategico delle soft skills nella formazione manageriale del settore turistico

Che ci sia da intervenire nella formazione manageriale del mondo del turismo, è oggi cosa chiara.

Di fronte a un'impennata di richieste (442 milioni i pernottamenti previsti in Italia per il 2023, con una spesa prevista di 89 miliardi), si contrappone la sempre minore capacità di questo settore di rivolgersi al mercato del lavoro con attrattività. Nel primo periodo del 2023 (febbraio-aprile), su un fabbisogno di circa 210 mila addetti, si è evidenziata una mancanza di 50 mila lavoratori, con un 34% delle attività che ha denunciato difficoltà nel trovare personale.

Qualcosa non funziona, ed è tempo d'intervenire in modo deciso; perché?

Di seguito condivido tre ragionamenti:

1) meno persone vengono attratte da questo settore più chi ci rimane è sottoposto a crescente stress. Ciò crea, nella migliore delle ipotesi, una permanenza forzata sul proprio posto di lavoro e una probabile impennata dei casi di burnout. Nella peggiore, l'esodo dei professionisti che ci lavorano. Danni incalcolabili poiché non solo inficiano la capacità delle strutture di offrire servizi ed esperienze di qualità, ma significano anche la perdita di quel know how che ha caratterizzato l'ospitalità italiana come punto di riferimento nel mondo;

2) meno persone vengono ora attratte da questo settore più il business sarà propenso a polarizzare il suo modello. Questo significa che, a medio-lungo periodo, dovremo immaginare un mercato turistico sempre più diviso tra super lusso e ospitalità semi automatizzata;



3) inutile soffermarsi sulle conseguenze che questi possibili scenari rappresenterebbero. In Italia sta già crescendo il peso dei big brand internazionali, con gli alberghi di catena che crescono del 3.3% anno su anno, acquisendo, nel 2023, il 5.5% del mercato. Il 71,7% di questa fetta è rappresentata dai segmenti upscale e upper upscale e questo di per sé è un bene per il sistema turistico Italia.

Quando può diventare una minaccia?

Essendo gli hotel di catena maggiormente strutturati nelle modalità di recruiting, engagement e retention del personale, questo sbilanciamento può rappresentare una minaccia nel momento in cui tutta la fetta delle strutture non di catena, ovvero il 94,5% del mercato nazionale, fallisca nell'allinearsi ai loro modelli. Ciò significherebbe, cosa che sta già accadendo, un mondo del turismo attrattivo solo per il settore upscale. E il restante 94,5%?

Per anni, parte di questo 94,5% è stata gestita in modo molto "artigianale", raggiungendo comunque risultati più che apprezzabili. Nel mondo odierno, dove il nostro Paese non può più nascondersi dietro il fatto di possedere una percentuale molto consistente del patrimonio artistico e culturale del pianeta per giustificare gestioni approssimate, l'investimento nella formazione manageriale è la priorità strategica per garantire la competitività dei servizi turistici italiani nel mondo.

A che cosa serve la formazione manageriale quando è solamente concentrata su budget, strategie di marketing e sul contenere costi, in primis quelli del personale?

Serve di sicuro, ma poco a lavorare sull'attrattività. Questo perché una delle ragioni principali per le quali le persone lasciano le aziende (50% secondo una ricerca di Gallup) è la qualità del rapporto umano con il proprio manager. Significa che la leadership, la capacità di gestire i conflitti, il saper guidare un gruppo attraverso un processo di team building, senza parlare della comunicazione e del creare un ambiente di lavoro che sia "psychologically safe", rappresentano una ragione su due per le quali i collaboratori scelgono un'altra azienda o, come nel nostro caso, un altro settore.

Invito ad alcune riflessioni finali in questo senso:

- è logico pensare che l'investimento strategico nella formazione nel settore turismo debba riposizionarsi non più come voce di costo, ma come centro generatore di ricavo?
- riusciamo a immaginare un Paese dove lavorare nel mondo del turismo rappresenti un motivo d'orgoglio, e non una scelta di ripiego?
- è possibile ragionare su modelli e ambienti di lavoro che non siano più legati ai principi militareschi della "vecchia scuola", che tanto bene ha fatto e che tanto poco è divenuta attrattiva, soprattutto nei confronti dei giovani?

Io sono convinto di sì e, forse, per iniziare, basta semplicemente fare qualcosa di diverso da quello che si è sempre fatto fino ad ora: mettere strategicamente al centro l'essere umano, in un business che fa della qualità del rapporto umano la sua colonna portante.

The background is a grayscale photograph of a desk. It features several sheets of paper, some overlapping. One paper has the text 'I. RAJASTHAN' and 'IV. LEE' visible. A white pen lies diagonally across the papers. The overall scene is dimly lit, creating a professional and focused atmosphere.

Parlano di noi su:

# Lavoro Turismo



Rivista di pubblicazione: Lavoro e turismo

---



Agosto 2023

---



Visita il sito della rivista

# Tre consigli per sviluppare i talenti nel mondo dell'ospitalità ed evitare di perderli

Il mondo dell'ospitalità sta attraversando un periodo ricco di cambiamenti e sfide importanti. Una di queste è rappresentata sicuramente dall'alto tasso di turnover e dalla difficoltà nel trovare le risorse umane desiderose di lavorare in questo settore.

Le motivazioni sono molteplici, vediamo alcune:

- Alcuni professionisti durante il periodo della pandemia hanno trovato impiego in altri settori e ora, soddisfatti della nuova posizione lavorativa, decidono di non rientrare nel mondo dell'accoglienza e dell'ospitalità.
- Altri professionisti si sono resi conto dell'importanza del proprio tempo libero e non sono più disposti a sacrificare parte dei propri weekend e festività per il lavoro.
- Altri ancora hanno deciso di rimanere nel settore, ma alle proprie condizioni: una paga più alta, maggiore flessibilità dei turni di lavoro e maggiori benefit. Quest'ultimo gruppo di professionisti è spesso spinto da una forte passione per il proprio lavoro ed è desideroso di crescere professionalmente e personalmente.

Cosa fare quindi per sviluppare i talenti in struttura, attrarne di nuovi evitando di perderli e recuperare quelli che hanno lasciato il settore? Ecco tre consigli:

1) Creare piani di carriera. Quello che stiamo notando è un crescente interesse e orientamento da parte delle nuove generazioni verso le aziende e strutture alberghiere che offrono un vero e proprio piano di sviluppo di carriera. Creare dei piani di sviluppo professionale rafforza il legame tra la struttura alberghiera e il/la professionista, garantendo un migliore livello di employee engagement e la nascita di un legame più forte tra le parti.



2) Garantire flessibilità. Se osserviamo ciò che sta avvenendo all'estero, ci possiamo accorgere che il concetto di flessibilità lavorativa è ampiamente sviluppato negli altri Paesi europei. Questo concetto si traduce in turni di lavoro meno lunghi, turni nel weekend a rotazione più efficace e strutturata in base alle esigenze dei singoli collaboratori

3) Fornire un valore aggiunto. Nei panni di un/a Direttore/Direttrice e di un/a HR Manager, è fondamentale saper rispondere alla domanda che ora i giovani e i professionisti del settore rivolgono in modo implicito ai datori di lavoro: "Perché dovrei lavorare presso la tua struttura?". Rispondere "Questo è il lavoro più bello del mondo, che ti regalerà grandi soddisfazioni" non è più sufficiente. È necessario creare un valore aggiunto, un elemento distintivo rispetto ai competitor. Alcuni esempi sono rappresentati dalla possibilità di fare formazione in modo continuativo, maggiore soddisfazione economica, possibilità di usufruire dei servizi della struttura, programmi di accudimento per i figli dei collaboratori, scontistiche e molto altro.

Questi tre consigli, se applicati in modo efficace e coerente con i valori e l'etica della struttura, si convertono in risultati tangibili. Per raggiungere tali risultati è necessario un cambiamento forte di mentalità e di approccio nei confronti di tutti i professionisti che ne fanno parte. È terminata l'epoca dell'eccessivo sacrificio lavorativo, in cui i bisogni delle persone ricoprivano una posizione secondaria e gli obiettivi delle aziende venivano perseguiti con un approccio quasi masochista. È arrivato il tempo di porre di nuovo al centro il valore umano, per creare nuove prospettive per questo settore e per chi ne fa parte. È arrivato il momento di scrollarci di dosso i vecchi modelli di gestione per un futuro che mette in equilibrio la persona e il lavoro.

Parlano di noi su:

# Italia Più



CELEBRITY

ing. But it was a discount store where everything was about to go off! And there was this store in town called Hudson Salvage - it's still there - where they get stuff damaged by tornadoes and hurricanes. Mum would take us there and then the library. She had no money but she made everything special for us." Her eyes water when she mentions her mum, who she says is currently living in the old "car port" of her grandparents' home to help care for them. I ask if the abuse was confined to emotional and physical abuse. She says it was, although she was sexually abused by a school sports coach when she was eight. "I told my mum, but it wasn't in a 'telling on him' kind of way. My mum says 'that I said it nonchalantly. But she pulled me from the team. I have definitely lived with my head in the clouds. I'm a grown adult."

"I was tired of hurting... I didn't want to be here"

# Italia Più

Parlano di noi su:

...once she was 22. Then a rape happened. The unrapeable Holliday's she was documenting, but she says it happened to me once. She was with me a further two times with the person. "I didn't realise it was [at the time]. Why I started talking to people that I didn't want to have sex. He forced himself on me. The first time I let him do it, but I would told I had no choice. And that's when I didn't realise it was rape. The second time I was in his living room and he started making moves on me. I didn't want it to happen and said no again, but it happened again," she tells me. Consequently, she has unwittingly become a vocal lead on the MeToo movement. "An old friend of mine, who I used to casually date, messaged me a few >

A stack of books is shown in a monochromatic blue-grey tone. The books are stacked horizontally, with their pages creating a rhythmic pattern of light and dark lines. In the background, a camera lens is visible, slightly out of focus, adding a sense of depth and visual interest. The overall composition is clean and modern.

Parlano di noi su:

# Italia Più

Parlano di noi su:

# Italia Più

A stack of 'Unconditional Magazine' is shown in the foreground, with a laptop in the background. The magazine covers are white with black text and a stylized logo. The laptop is silver and partially open. The background is a light blue gradient with two white circular shapes at the top and bottom center.

Parlano di noi su:

# Italia Più

Unconditional Magazine  
22\$

Autumn Winter 2017

Unconditional

A Magazine For Women By Women

Parlano di noi su:

# Italia Più

Через какие-то было ясно все в Но он долго все то предмет было крытые было са- робыностей, но бы- дадо уснуть.

Однако что же бессоннице? ве- принять морфия, взгляну на Веро усеся в них, вы- ты заработался, люблю тебя. — фия в достаточ- духа; на этот ра- уж одолевает д- свою силою при- ческому взгляду кофе, против ко- пияюки, а трех г- срапнением.

На другой де- сибаритски с сп- позднего обеда Лопухов.

— Не во-вра- пухов — тутливый шутишь, потрелось езво. Хотелось Лопухов говорил ужели догадала ко, — продолжал в глаза.

«Да, он говор- Слушай,

спросу друга, чтобы вылезать на него мать, вылезать Тонка, доурачиваю поутру в прохладной ванне, убранный виле шпатель.

— Нет, не вылезай.

— Как ты вылезай, что в твоем расстройстве не- дельна лаборатория. Пожалею, конечно, вылезай на- лонка, мой жена человекоты — фибриле, промыва- стью гашеной поташеной вещества нуно во время отарки. Ты сползай.

— Конечно. Только сколько сползай в сполз- оспаса. Угалие мой жена, вы до этого вылезай вы- нелка, к тому влетает жена, это ясно. Но только ясно вы- дала.

— Ты так дурачка? И я тоже так же. Давно, вы- разговор дачка. До свиданья, Александр Иванович, а прощай тебе бываю у нас часто, поговорим. Да вы- дала.

Таня Кириллова, все время краснела в разговор- стирательке за Лопухова, вскричала вскричала — Ты, кажется, хочешь, Дмитрий, что в так в кон- ся с мамкой, что у тебя мамка мамка.

— Все же я не могу этого. Но ты должен быть у ма- Чью тут особенное? Вых, вы же с тобой вылезай. Ты особенного в моей просьбе?

— Я не могу. Ты вылезай дело безразлично, по- этому галасе.

— Я не понимаю, о каком деле ты говоришь, и расска- тебе сказать, что это разговор мне вылезет во времени, вы- тебе не вылезай за две минуты.

— Я требую объяснения, Дмитрий.

— Никаким. Ничего нет, я объясню тебе, что в шны- мать ничего. Вылез тебе говорит, таня.

— Нет, я не могу так спустить тебя. — Кириллова взяла за руку Лопухова, вылезшего утешить. — Сказка. Ты вылезай говорить, вы не было тут. Ты требовал от меня бы- ты вылезай.

— Какое право вылезать ты. — Кириллова толкала еще сильнее вылезавшая, чем прежде. — Какое право ты вылезай.

Я такой обиды и- аешь почесте раздумья. И от тебя. Но о чем и- только.

— Много сделал в этом- деле хлопотать об этом. И мой друг, из этого- промываешь себя, вылезай по чувству- вы натурны, вылезай- вылезай, можно этим- вылезай, Кириллова! вылезай тебе, мой вылезай, может

— Ты вылезай в этом- вылезай вылезай вы- вылезай, что этот- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы-

— Ты вылезай в этом- вылезай вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы-

— Ты вылезай в этом- вылезай вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы-

— Ты вылезай в этом- вылезай вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы- вылезай, вылезай вы-

Parlano di noi su:

# Italia Più



Parlano di noi su:

# Italia Più

A photograph of three books standing upright on a dark wooden surface. The books are of varying heights and are positioned in a row. The background is a solid, light blue-grey color. The image is framed by a white border with rounded corners, and there are two white circular shapes, one at the top and one at the bottom, partially overlapping the border.

Parlano di noi su:

# Italia Più



Parlano di noi su:

# Italia Più