AFFARI&FINANZA

Settimanale

Data 19-10-2009
Pagina 53
Foglio 1 / 3

www.ecostampa.it

L'IMPEGNO / Il processo di rinnovamento, che investe prodotti e infrastrutture, ha l'obiettivo di assecondare le richieste degli ospiti e al tempo stesso di ridurre i costi

Qualità e innovazione l'industria dell'ospitalità gioca le carte del rilancio

Tra le principali novità c'è la massima attenzione per l'ambiente e la natura: molte strutture possono vantare la certificazione Ecolabel, una vera garanzia per i clienti

LUIGI DELL'OLIO

Milano

Il calo delle presenze presso alberghi e strutture ricettive e la crisi dei consumi fuori casa colpiscono solo in parte il settore della ospitalità professionale. Questo grazie a un processo di innovazione che si è innescato nel settore già da diverso tempo e che sta portando a un completo rinnovamento sia dal punto di vista dei prodotti e degli accessori, sia sul fronte delle infrastrutture, con l'obiettivo di assecondare le nuove tendenze dei consumatori e al tempo stesso ridurre i costi. Due motivi che spiegano l'attenzione crescente verso il filone ambientalista.

Un esempio in tal senso arriva dall'affermazione del marchio europeo Ecolabel, che certifica l'adozione di servizi e accorgimenti per la salvaguardia e valorizzazione dell'ambiente ricettivo e della località circostante. Tutte le strutture aderenti offrono un prodotto certificato e qualitativo, sia dal punto di vista strutturale (ampiezza e qualità degli spazi e dell'ambiente), sia da quello "software", testando cioè la gentilezza e la professionalità dei collaboratori della struttura ricettiva. Il marchio europeo fornisce al turista garanzie riguardo a una serie di voci: il contenimento dell'inquinamento atmosferico, idrico e del suolo, attraverso l'utilizzo di prodotti più rispettosi dell'ambiente; la corretta gestione e differenziazione dei rifiuti; la riduzione degli sprechi energetici; la salvaguardia della biodiversità nelle aree poste sotto il controllo diretto della strutture ricettiva; un'alimentazione sana e corretta, che attinge almeno in parte alle produzioni biologiche regionali.

Cambiano le scelte per l'alimentazione che punta sulle produzioni bio regionali

«Per capire le dimensioni di questo fenomeno, basti pensare che nel Nord Europa ci sono *tour operator* che propongono solo destinazioni certificate Ecolabel», spiega Piergiorgio Mangialardi, fondatore e direttore di Turismo Re-Antoitalia, società di advisoring specializzata nel settore del real estate turistico-alberghiero. Al di là del ritorno positivo sul marchio, questo approccio può consentire di risparmiare, esigenza quanto mai avvertita dai gestori in un periodo di recessione. Eliminando gli sprechi, infatti, si crea efficienza nei consumi delle utenze.

Anche a prescindere da questo nuovo filone, il settore dell'ospitalità professionale sta mostrando una buona capacità di tenuta di fronte alla crisi economica: «La recessione sta cambiando le regole del mercato — osserva Mangialardi — facendo tramontare il concetto di standardizzazione che ha portato il nostro paese a una diffusione straordinaria degli hotel a quattro stelle». Un posizionamento che non ha più grandi spazi di domanda: «Negli ultimi mesi si è allargata la forbice tra quanti puntano a una sistemazione a basso costo e coloro che non vogliono rinunciare al lusso — prosegue l'analista — Pertanto, le strutture ricettive che si collocano nella fascia di mezzo hanno l'obbligo di cercare un nuovo posizionamento, verso il basso o verso l'altro». Questo si tramuta nella necessità di nuovi investimenti, tanto nelle strutture ricettive, quanto negli oggetti e negli accessori legati al mondo dell'ospitalità professionale.

Una conferma in tal senso arriva dagli operatori che saranno presenti a Host. «Ogni giorno in Italia vengono consumati circa 15 milioni di pasti in bar, ristoranti, fast food, hotel e mense — spiega Alberto Zanata, presidente di Electrolux professional ed executive vice-president di Ab Electrolux — Ogni anno vengono serviti cinque miliardi di pasti, utilizzando circa 6,5 milioni di apparecchiature professionali che impiegano un'energia pari al 54% dei consumi energetici delle famiglie italiane, e che, per caratteristiche e dimensioni, possono avere un impatto significativo sull'ambiente in termini di consumo energetico, emissioni nocive e sostanze pericolose». Da qui l'iniziativa Green Spirit, «che coinvolge tutte le fasi del ciclo di vita del prodotto, con il risparmio energetico e l'attenzione all'eco compatibilità in cima alle priorità».

L'attenzione all'ambiente si sposa, poi, con un rinnovamento dell'immagine dei prodotti e delle strutture. Un'esigenza per un settore che ha proprio nell'effetto novità un importante effetto di attrazione. «Puntiamo su una produzione di sedie e tavoli 100% Made in Italy garantita da severe certificazioni di sicurezza e qualità — dichiara Morena Piacentini, responsabile ufficio marketing di Pedrali — Questo ci consente di offrire un segno preciso al mercato».

«Investiamo sulla qualità dei prodotti e sul risparmio energetico — commenta Matteo Gialdini, marketing manager Angelo Po Group, azienda produttrice di attrezzature per la ristorazione esportate in tutto il mondo — La cucina sta cambiando radicalmente la sua collocazione: se fino a qualche anno fa era dietro le quinte, oggi spesso è a vista dei consumatori e questo obbliga i produttori a cambiare rotta». Nel corso di Host Angelo Po presenterà diverse novità, tra cui un forno misto per la cottura di alimenti in simultanea che è in grado di gestire contemporaneamente venti diversi processi di cottura. «Il risultato di quattro anni di lavoro e di quattro milioni di euro investiti in ricerca e sviluppo», spiega Gialdini.

L'innovazione è una strada obbligata anche per rilanciare i settori che più sono stati investiti dalla crisi dell'immobiliare: «Il *contract* sta soffrendo l'andamento del mercato, ma al tempo stesso è nel pieno del rinnovamento — osserva Ferdinando Pedrazzani, responsabile contract di Tisettanta, un nome storico nell'arredamento degli interni — Proporre idee e forme nuove è indispensabile per continuare a essere competitivi, in particolare nel campo dell'ospitalità professionale che si rivolge ai mercati esteri».

La ricerca di nuovi stili contagia i bar e anche le macchine da caffè

La ricerca di un nuovo stile all'insegna del design contagia

094822

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AFFARI&FINANZA

Settimanale

Data 19-10-2009
Pagina 53
Foglio 2 / 3

anche il settore bar e macchine caffè. «Nel corso della manifestazione presenteremo nuovi prodotti che coniugano praticità e funzionalità d'uso — spiega Luca Dussi, direttore marketing di Cimbali, azienda che produce macchine per il caffè espresso — Il 70% della nostra produzione finisce all'estero, per cui siamo impegnati continuamente dalla concorrenza internazionale». Gli operatori, in sostanza, affilano le armi con la speranza che la ripresa dell'economia non tardi ad arrivare.

I NUMERI
Ogni giorno in Italia vengono consumati circa 15 milioni di pasti in bar ristoranti, fast food, hotel e mense. A questo scopo in un anno sono utilizzati circa 6,5 milioni di apparecchiature professionali

UNO SPIRITO "VERDE"
Alberto Zanata, presidente di Electrolux professional

IL MERCATO È CAMBIATO
Piergiorgio Mangialardi, fondatore e direttore di Turismo Re Antoitalia

CUCINA IN VISTA
Matteo Gialdini Marketing manager Angelo Po Group

www.ecostampa.it

094822

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

AFFARI&FINANZA

Settimanale

Data 19-10-2009
Pagina 53
Foglio 3 / 3

www.ecostampa.it

L'APPUNTAMENTO

Parte Host, all'insegna dell'ottimismo

La fiera internazionale del settore è in programma nei padiglioni di Milano-Rho dal 23 al 27 ottobre

Milano

Innovazione nei prodotti, strategie aziendali eco-sostenibili e spiccata attenzione per il design. Saranno questi i temi portanti di Host, fiera internazionale dell'ospitalità professionale in programma alla Fiera di Milano-Rho da venerdì 23 a martedì 27 ottobre (apertura dalle 10 alle 19). Cinque giorni di esposizioni, convegni e incontri per fare il punto del mercato e individuare le strade per la ripresa. C'è moderato ottimismo su questo fronte, tanto che il 60% degli operatori presenti stima il ritorno al segno positivo già in quest'ultimo scorcio di 2009. Di ripresa si parlerà anche nel convegno iniziale (venerdì 23 ottobre alle ore 10.30 in Sala Martini) focalizzato sul tema "Industria e commercio: misure concrete per il rilancio, trend di sviluppo e opportunità di business per la filiera dell'ospitalità". Un mercato che ogni anno movimenta nel nostro paese 67,5 miliardi di euro, ai quali si aggiunge l'indotto.

Complessivamente la manifestazione si snoderà su una superficie di 91mila metri quadrati, suddivisi in tre sezioni: Ristorazione professionale e Mippp - Milano Pane Pasta Pizza (padiglioni 1-3, 5-7, 6-10), Bar-Macchine da caffè, gelateria e pasticceria e SIC - Salone Internazionale del Caffè (padiglione 10) e Hotel emotion-Salone dell'industria alberghiera (2-4). Nell'area dedicata a Ristorazione professionale e Mippp — Milano Pane Pasta Pizza saranno fantasia e qualità i tratti prevalenti, con sfide tra i migliori pizzaioli italiani. Nell'area Bar, Gelateria & Pasticceria e Sic i gelatieri si cimenteranno con aromi della tradizione locale. Al salone dell'industria alberghiera Hotel Emotion il focus degli eventi sarà su nuovi materiali e design.

Edi Sommariva (Fipe)

Con la tessera d'ingresso Host sarà possibile accedere anche a Franchising & Trade: Salone Internazionale del Franchising e del Commercio (in programma dal 23 al 26 ottobre al padiglione 16) e a Wellness Spa & Beauty Exhibition: Il Salone dell'Industria del Benessere (dal 23 al 27 ottobre, presso i padiglioni 2-4).

(l.d.o.)

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Rapporto/OSPITALITÀ E BENESSERE
Qualità e innovazione l'industria dell'ospitalità gioca le carte del rilancio
67,5
Parte Host, all'insegna dell'ottimismo

094822

Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.

turismo RE