



Tecnologia in hotel. Nel 2020 come dieci anni fa

Un recente studio di settore, condotto da Peter O'Connor, IDEaS, Revinate and SiteMinder, rivela come l'evoluzione tecnologica nell'industria alberghiera sia rimasta, a livello di aspettative, quella di dieci anni fa, e questo nonostante la crescente domanda di digitalizzazione da parte dei viaggiatori. La ricerca è stata effettuata tra centinaia di proprietari d'hotel in tutto il mondo, e presentata durante l'ultimo World Travel Market (WTM) di Londra. «Scopo dell'indagine era capire le aspettative degli ospiti riguardo allo sviluppo tecnologico in hotel entro il 2020», spiega Peter O'Connor, professore dell'ESSEC Business School. «Secondo gli interpellati», fa sapere O'Connor, «il turista di oggi ha esigenze sofisticate, aspettative sempre maggiori e, in hotel, ricerca soprattutto esperienze uniche. Come "nativi digitali" gli ospiti del domani punteranno sempre più sui device mobi-

le, per poter ampliare l'experience anche nel periodo che precede e che segue quello del soggiorno in albergo, mentre i fattori chiave saranno sempre più differenziazione, flessibilità, valore e sicurezza». Fabian Specht, Direttore Generale EMEA dice: «I dati raccolti evidenziano come il cliente sia, non solo più esigente, ma anche più informato, in grado di accedere più facilmente alle informazioni e con una possibilità di scelta molto più ampia e destinata ad aumentare ulteriormente.

Alla domanda "di quale tipo di tecnologia non si potrà fare a meno nel 2020?" gli albergatori hanno risposto che saranno soprattutto le tecnologie già in uso oggi, come i revenue management systems, i customer relationship management systems, i property management systems, i channel managers e le marketing solutions.

Per Thomas Landen, EMEA marketing manager di Revinate, la risposta riflette «una certa tendenza

conservatrice nell'industria dell'ospitalità. Come se, a preoccupare gli albergatori, fossero ancora gli stessi problemi di dieci anni fa». Di diversa opinione sono però alcuni esperti provenienti soprattutto da mondo dell'hotellerie europea, in particolare dal Regno Unito, per i quali, la domanda del mercato si orienterà, nei prossimi anni, sui sistemi di intelligenza artificiale, i machine learning systems e i predictive analysis tools.

Per Dai Williams, amministratore delegato EMEA di SiteMinder, «è evidente che operiamo in un settore dove i sistemi sono obsoleti e spesso costosi. La diffidenza, da parte di molti albergatori nei confronti del cambiamento e dell'innovazione, è d'ostacolo allo sviluppo di tutto il settore, settore che obbligatoriamente deve tenere il passo con l'evoluzione del mercato. Per uscire dall'empasse, è necessaria una nuova generazione di hotel managers che oltre alle competenze possiede la mentalità giusta, a

sostegno di un processo di innovazione che già sta avvenendo in altri settori come quello dell'e-commerce e quello bancario.

Hotel Technology in 2020 As Ten Years Ago

While hoteliers anticipate highly-sophisticated and 'digital native' hotel guests in 2020, their plans for industry technology remain stuck in the early 2000s. This is the startling research finding from 'The Hotel Industry in 2020' carried out by Peter O'Connor, IDeaS Revenue Solutions, Revinate and SiteMinder. The study compiled survey results from hundreds of leading hoteliers around the world, and the results of a 'visioning' session with experienced hoteliers and consultants held during the last World Travel Market (WTM) London.

«The combined research explored anticipated hotel guests of 2020, as well as the technology needed to cater to their needs», says Peter O'Connor, professor at ESSEC Business School. «We wanted to hear directly from hoteliers about how the future traveller would look, and the measures needed to prepare for them».

According to Dr O'Connor, participants anticipate highly-sophisticated guests that seek unique experiences, have higher expectations and also expect recognition. As "digital natives", these guests will rely primarily on mobile devices to engage with hotels before, during and after their hotel stay. Key differentiators such as flexibility, value and control are predicted to play a larger role in the guests' buying decisions than human interaction.

Fabian Specht, managing director EMEA at IDeaS, says, «The collected data reveals predictions of a more demanding customer, with greater choices and access to information».

When asked which technology hotels could not be without in 2020, respondents named those already implemented in many hotels, in-

cluding revenue management systems, customer relationship management systems, property management systems, channel managers and e-marketing solutions.

Thomas Landen, EMEA marketing manager at Revinate, adds, «These results reflect the high degree of conservatism within the hotel industry, particularly when it comes to technology. It is as if the industry is still preoccupied with the same issues as ten years ago».

By contrast, expert panelists – largely operational managers and consultants from UK and European hotel properties and technology arenas – nominated middleware, artificial intelligence (AI) and machine learning systems, predictive analysis tools and management dashboards.

Dai Williams, managing director EMEA at SiteMinder, says, «It is clear we operate in an industry that continues to look to outdated and often-costly legacy systems for technological support. The resistance among hotels to change and innovation hurts the advancement of our industry, which, in itself, recognises the need to keep up with current and future consumers». To break the cycle, panelists advocate for the rise of a new breed of hotel management, one that includes applying a different set of skills and mindset capable of pushing technology forward – a process already successful within industries such as retail and banking.

Hotel in costruzione in Europa. A gennaio, in calo del 2,2% rispetto al 2016

Nel mese di gennaio, secondo il STR Report, l'Europa ha registrato 1.038 progetti alberghieri per un numero complessivo di 163,648 camere in costruzione. Cifra che indica una diminuzione del 2,2% delle camere sotto contratto rispetto a gennaio 2016. Lo studio evidenzia inoltre i seguenti cinque mercati

chiave, con più di 2.000 camere in costruzione: Londra, Inghilterra (6.203 camere in 34 progetti); Istanbul, Turchia (4.357 camere in 22 progetti); Mosca, Russia (3.460 camere in 15 progetti); Amsterdam, Paesi Bassi (2.808 camere in 13 progetti); Monaco di Baviera, Germania (2.524 camere in 11 progetti).

European Hotel Pipeline Under Contract For January 2017 Down 2.2% over 2016

STR's January 2017 Pipeline Report shows 163,648 rooms in 1,038 hotel projects Under Contract in Europe. The total represents a 2.2% decrease in rooms Under Contract compared with January 2016.

Five key markets reported more than 2,000 rooms In Construction: London, England (6,203 rooms in 34 projects); Istanbul, Turkey (4,357 rooms in 22 projects); Moscow, Russia (3,460 rooms in 15 projects); Amsterdam, The Netherlands (2,808 rooms in 13 projects); Munich, Germany (2,524 rooms in 11 projects).

Mercato alberghiero a Londra in crescita

I dati di STR relativi al primo mese dell'anno evidenziano una crescita del mercato nei vari settori: fornitura: +2,8%; domanda: +8,8%; occupazione: +5,8% al 70,5%; tariffa media giornaliera (ADR): +5,7% al GBP127.84; ricavi per camera disponibile (RevPAR): +11,8% a GBP90.08. nello specifico l'occupazione avrebbe raggiunto il valore più alto (70,5%) dal 2008, così come l'ADR segnerebbe la migliore performance dal 1994.

In particolare, Londra West End ha conseguito risultati molto positivi con il RevPAR cresciuto del 20,1% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Oltre all'aumento della domanda generato da una sterlina britannica più bassa, gli analisti STR fanno notare come il risultato



dipenda anche dal confronto con un anno, il 2016, debole e ancora in fase di assestamento dopo gli attacchi terroristici di Parigi.

L'occupazione cresce anche negli alberghi di Berlino. Nonostante gennaio sia storicamente il mese più "debole" per l'hotellerie berlinese, gli analisti di STR rilevano un aumento generale delle prestazioni nei vari ambiti: fornitura: +1,0%; domanda: +3,7%; occupazione: +2,6% al 58,8%; tariffa media giornaliera (ADR): -0,7% a EUR86.98; ricavi per camera disponibile (RevPAR): +1,9% a EUR 50.60

The markets of London and Berlin grow

STR's preliminary January 2017 data for London, England, indicates sharp performance increases. Based on daily data from January, London reported the following in year-over-year comparisons: Supply: +2.8%; Demand: +8.8%; Occupancy: +5.8% to 70.5%; Average daily rate (ADR): +5.7% to GBP127.84; Revenue per available room (RevPAR): +11.8% to GBP90.08.

London's hotel industry built on its momentum from the final months of 2016. The 70.5% absolute occupancy level would be the highest for a January in London since 2008, while ADR would be the highest for a January since 1994. At the submarket level, London's West End posted particularly high performance levels, with RevPAR up 20.1% year over year.

In addition to the demand boost generated by a lower British pound, STR analysts note that the market's performance increases are all in comparison with a slightly weak

January 2016, when the market was still struggling from the after-shocks of the terrorist attacks in Paris. Occupancy grows also in Berlin Hotels. STR analysts note that January is routinely the weakest performing month of the year for Berlin hotels. However, the market's occupancy levels grew as demand outpaced supply by a substantial margin.

Based on daily data from January, Berlin reported the following in year-over-year comparisons: supply: +1.0%; demand: +3.7%; Occupancy: +2.6% to 58.8%; average daily rate (ADR): -0.7% to EUR86.98; Revenue per available room (RevPAR): +1.9% to EUR 50.60.

Nicolas Sarkozy entra a far parte del board di Accorhotels

Nicolas Sarkozy presiederà il Comitato per le Strategie internazionali di Accorhotels la cui missione verrà ulteriormente dettagliata durante la prossima riunione del Consiglio di Amministrazione.

Il Comitato Strategico Internazionale è stato istituito dal Consiglio come parte della strategia di espansione del Gruppo, al fine di sviluppare il brand in tutto il mondo.

La nomina di Sarkozy, chiamato a sostituire Nadra Moussalem, rispecchia l'ambizione del gruppo di proseguire la strategia di promozione dei marchi Accorhotels e dell'ineguagliabile know-how francese nel settore del turismo.

Nicolas Sarkozy ha dichiarato: «Sono lieto di contribuire allo sviluppo internazionale di Accorhotels, una delle aziende francesi di punta. Il

successo del Gruppo, nonché la qualità della sua gestione fanno di Accorhotels una vetrina tra le più prestigiose del panorama economico d'Oltralpe».

Sébastien Bazin, presidente e CEO di Accorhotels ha aggiunto: «L'esperienza internazionale di Nicolas Sarkozy e la sua perfetta conoscenza delle problematiche geopolitiche sono enormi risorse per il Gruppo».

Nicolas Sarkozy joins AccorHotels Board

Nicolas Sarkozy will chair the International Strategy Committee whose missions will be further detailed by a forthcoming Board meeting.

As part of the acceleration of the expansion strategy of the Group and its portfolio of international brands, the Board of Directors has decided during its meeting today to set up an International Strategy Committee. This Committee will focus on the development of AccorHotels' network and brand portfolio throughout the world, as well as on the promotion of French tourism.

The appointment of Sarkozy replacing Nadra Moussalem, reflects the ambition of the Group to pursue the implementation of its strategy and to promote both AccorHotels brands worldwide and the unrivalled French know-how in tourism.

Nicolas Sarkozy declares: «I am glad to contribute to the development and the international reach of Accorhotels, one of France's flagship companies. The success of the Group as well as the quality of its management are outstanding assets, shaping AccorHotels into one of the leading showcases of the French economic landscape».

Sébastien Bazin, Chairman & CEO of AccorHotels adds: «The Board welcomes this new appointment. The international expertise of Nicolas Sarkozy and his perfect knowledge of geopolitical issues are tremendous assets for the Group».