

NOTIZIE DAL MONDO DEI VIAGGI E DELL'OSPITALITÀ

Nuove acquisizioni, giri di poltrona, offerte ed eventi



Il Principato di Monaco punta al MICE e lancia una nuova campagna

Ogni anno vengono organizzate oltre 500 manifestazioni nel Principato di Monaco. Tra i settori che maggiormente usufruiscono della professionalità monegasca si trovano quello delle tecnologie dell'informazione e della comunicazione, i laboratori farmaceutici e il settore medico, bancario, finanziario e assicurativo. Dati interessanti quelli della DTC: nel 2016 la quota di mercato è aumentata del 4% e il numero dei pernottamenti del 12,6%, risultati che, anche quest'anno, hanno fatto investire nel settore MICE, in particolare con una nuova campagna corporate.

Sandrine Camia, direttore del Monaco Convention Bureau, spiega le ragioni per le quali è stata intrapresa questa nuova campagna e quali sono gli obiettivi del 2017. «La campagna vuole ridurre il problema della percezione della nostra destinazione», dice Camia, «vogliamo superare gli stereotipi legati al Principato, senza però rovinare la sua immagine, ma semplicemente guardandolo da un altro punto di vista». Sono infatti i giochi di parole e l'umorismo che capovolgono i luoghi comuni della destinazione a caratterizzare l'intera campagna del 2017. Expertise, servizio, talen-

to, su misura, sono le keywords tradotte in immagini iconografiche e slogan accattivanti incentrati sulla nozione di accoglienza, creatività e professionalità. «Il Convention Bureau ripropone una campagna articolata sulla base della precedente», afferma Camia, «vogliamo distogliere l'attenzione dai nostri cliché – tornei di tennis, Formula 1 e celebrità – per poter insistere sui nostri asset, non sempre conosciuti, come le competenze e la professionalità degli esperti MICE, il valore che attribuiamo al denaro, il senso di responsabilità e il fatto di essere una destinazione rilevante per il mercato MICE in Europa».

Il successo della campagna del 2016 destinata ai decision-makers del MICE ha portato la DTC a investire 180.000 euro per il 2017, in cui sono compresi gli investimenti nel design e nella diffusione tramite media. «Il target di riferimento della campagna», spiega Camia, «sono gli organizzatori di congressi e convention, uffici aziendali e associazioni che si occupano del settore MICE. Continuiamo comunque a concentrarci sul settore medico, IT e finanziario, poiché rappresentano il 50% del settore MICE presente a Monaco». La situazione attuale è pertanto molto positiva e in crescita, ma si guarda già al futuro, «Il nostro obiettivo iniziale per il 2018

è quello di avere 200.000 presenze. Ad oggi abbiamo raggiunto le 160.000 presenze, e probabilmente ci vorrà più tempo per raggiungere il nostro obiettivo. Vogliamo anche guadagnarci il 30% del market share del turismo globale. Avevamo il 17% nel 2011 e raggiunto il 25% nel 2016». In un contesto mondiale fragile, il mercato del turismo d'affari monegasco regge molto bene. Il Principato continua ad andare per la maggiore tra i suoi clienti – il 41% dei pernottamenti complessivi è dato da clienti fidelizzati – e tra i principali attori del settore, merito dei suoi punti di forza, del suo dinamismo e della sua capacità di adeguarsi a un mercato in costante mutamento. www.monacoconventionbureau.com

Emozioni al centro per la promozione del cuore dell'Italia

Dopo il banco di prova del ponte del 2 giugno che ha visto in movimento quasi 8 milioni di italiani, Federalberghi sceglie il mondo del web per promuovere il turismo nel cuore dell'Italia e rammentare al Paese che la provincia di Rieti e le regioni Abruzzo, Marche ed Umbria sono pronte per accoglierli, con un'offerta caratterizzata da una straordinaria attrattività. «Emozioni al centro», la campagna promozionale che porta la firma di Federalberghi e che è stata realizzata con il supporto dell'agenzia creativa The Washing Machine, parte dal futuro: in un paese come l'Italia che rappresenta in sé il brand dell'ospitalità, vince ancora la bellezza di quei luoghi evocativi e ricchi di storia e di autenticità che rappresentano il valore aggiunto per la scelta di una destinazione. Lo spot racconta una storia semplice: chi visita un luogo e lo trova entusiasmante, ha voglia di parlarne con le persone più vicine a sé ed istintivamente sente il desiderio di coinvolgerle nella stessa esperienza. «È una campagna concepita sul principio della condivi-

sione», spiega il presidente di Federalberghi, Bernabò Bocca, «vi sono luoghi che conservano un eccezionale appeal e che meritano di essere scoperti. Ma possono risultare ancora più invitanti se condivisi dagli stessi visitatori. In qualche modo condividere ciò che è bello e fruibile è un atteggiamento che può diventare virale ed indirettamente può anche contribuire a farci intraprendere la strada dello sviluppo. Anche per quanto riguarda la ricettività – nel centro Italia ci sono strutture caratterizzate da grande operatività, capaci di soddisfare tutti i segmenti della domanda, italiana e straniera –. Nei mesi scorsi, Federalberghi ha sollecitato l'intervento delle istituzioni a sostegno del comparto, oggi vogliamo affiancare in modo fattivo gli imprenditori impegnati quotidianamente nella realizzazione di un'offerta competitiva, stimolando l'interesse turistico verso questi territori. Attraverso questo filmato abbiamo immaginato un racconto, capace di trasmettere i colori e la bellezza del centro Italia, condividendo a nostra volta l'entusiasmo che spendono ogni giorno i professionisti dell'ospitalità.

Confidiamo che lo spot funga da leva per dare impulso alla produttività di queste zone, proprio nel settore che costituisce la loro risorsa maggiore ovvero il turismo. La nostra è una proposta creativa che invita a condividere le emozioni suscitate dai luoghi e la via più efficace per proseguire in questa direzione è stata sperimentata attraverso "Emozioni al centro", lo spot che consegna ai diretti interessati il racconto della bellezza e la godibilità del cuore dell'Italia». Info: www.facebook.com/emozionalcentro/

Angelo Vignola al JW Marriott Venice Resort&Spa

Angelo Vignola è il nuovo Director Sales & Marketing del JW Marriott Venice Resort & Spa. Milanese, una



laurea in Business Administration alla Bocconi di Milano, Vignola vanta una importante esperienza internazionale nel mondo dell'hotellerie di alto livello. Prima di approdare al resort lagunare, il manager ha ricoperto il ruolo di International Sales Director per Eleganza Hotels & Resort, occupandosi dell'iconico Forte Village in Sardegna e di Castel Monastero in Toscana. Precedentemente è stato Director of International Sales per Atahotels e Director of Sales and Marketing dell'hotel Le Méridien Chia Laguna in Sardegna. Info: <http://www.jwvenice.com/it>

Una terrazza con vista mozzafiato per una prospettiva unica di Roma

Si chiama Sette Rooftop. Ed è uno dei roof top più emozionali di Roma, al settimo piano del Radisson Blu es. Hotel Roma. Alla luce del tramonto, questo tetto della Città Eterna si trasforma in un luogo dove abbandonare ritmi e scadenze, dove rilassarsi tra musica e buon gusto. Ideale per una cena romantica, un aperitivo con i colleghi o una festa tra amici, il Sette Rooftop è così gradito da essere entrato nella classifica dei luoghi top della movida romana. Si può scegliere tra il ristorante Sette e il bar Zest, mentre, all'esterno, fanno da cornice ad eventi esclusivi, una piscina di 20 metri e un solarium da 1000 metri quadrati. Da segnare in agenda: ogni mercoledì a partire dalle 19 si gusta un aperitivo con drink e food alla carta, e dj set dal vivo.

Il ristorante Sette, dal design minimalista e le pareti in vetro, è l'ambiente ideale per un'experience di gusto e di eleganza. Il menu è stagionale e riserva eccezionali specialità locali, rivisitate con estro dal pluripremiato chef Andrea Ribaldone la cui filosofia si compendia in tre parole: fresco, semplice e italiano. Ad affiancarlo, con altrettante deliziose proposte gourmet, è il resident chef Giuseppe Gaglione.



Nella stagione estiva il ristorante si trasferisce a bordo piscina e gli ospiti possono godersi la loro cena immersi in un'atmosfera straordinaria. Per un aperitivo o uno spuntino, accanto al ristorante, si trova il bar Zest che d'estate si sposta a bordo piscina, dove si trova anche un solarium da 1000 metri quadrati con vista mozzafiato.

Per la sua unicità, il Sette Rooftop del Radisson Blu es. Hotel è già un must per molti registi di Hollywood nonché set privilegiato per foto shooting. Una chicca per cinefili: su questa terrazza, Sodebergh ha girato una scena di Ocean's Twelve – film blockbuster con Brad Pitt, Vincent Cassel, Matt Damon e George Clooney – in cui Vincent Cassel si esercitava mirabilmente con la capoeira...

La Bagnaia Resort, magia tra le colline senesi

Un villaggio medievale trasformato in un magnifico e lussuoso hotel diffuso: tutto questo e molto di più è La Bagnaia Golf & Spa Resort Siena, affascinante struttura che è andata ad aggiungersi alle già tante proprietà di alto livello che compongono la Curio Collection by Hilton: collezione di esclusivi hotel e resort indipendenti, ognuno dei quali è apprezzato per la propria unicità. Il resort sorge in un suggestivo contesto medioevale a soli 12 chilometri dalla città di Siena, Pa-

trimonio dell'Umanità nonché una delle destinazioni turistiche più apprezzate d'Italia e meta d'élite per incentivi, meeting ed eventi esclusivi. Rinnovata e affascinante struttura, La Bagnaia Golf & Spa Resort si articola in diversi edifici e in due borghi principali, Borgo La Bagnaia e Borgo la Filetta, circondati dalle verdi e dolci colline toscane in 1,100 ettari, dove trovano spazio anche una straordinaria Spa wellness e un campo da golf a 18 buche. Si può scegliere tra 99 camere e 12 suite, ciascuna delle quali arredata con opere d'arte uniche.

Giampaolo Padula al timone del San Domenico Palace

Il Gruppo Statuto ha affidato a Giampaolo Padula la direzione del San Domenico Palace Hotel Taormina, iconico gioiello 5 stelle acquisito a ottobre 2016 e gestito direttamente.

Padula vanta una ricca esperienza nel campo dell'hôtellerie e numerose collaborazioni con collezioni internazionali come The Leading Hotels of the World e Relais & Chateaux Hotels & Resorts.

Nato a Roma, Padula si forma nella rinomata Ecole Hôtelière di Losanna, in Svizzera, da cui poi raggiunge l'Inghilterra per specializzarsi in Business Administration & International Hospitality Management. Giampaolo Padula accetta oggi la sfida offerta dal San Domenico Pa-



lace di Taormina dopo 2 anni alla direzione del Cristallo Hotel Spa & Golf di Cortina D'Ampezzo. In precedenza, è stato GM del Grand Hotel Parker's di Napoli, dell'Hotel d'Inghilterra di Roma e del Caesar Augustus Hotel di Anacapri. La grande conoscenza del settore dell'ospitalità sarà un valore aggiunto per il San Domenico Palace Hotel di Taormina, che si prepara ad affrontare una stagione ricca di importanti appuntamenti internazionali. «Sono onorato di poter entrare a far parte del team di questo hotel, che rappresenta non solo una delle grandi icone alberghiere, ma anche un capitolo della storia della Sicilia e del nostro paese», afferma Giampaolo Padula. San Domenico Palace Hotel è affiliato a The Leading Hotels of the World. www.san.domenico.palace.com.

I migliori alberghi di Zagabria

La città di Zagabria vanta un'offerta ricettiva e congressuale di livello che la rende una meta Mice appealing e competitiva. Diversi sono gli alberghi dove si possono organizzare meeting ma anche soggiorni business e leisure usufruendo di servizi top quality. Tra questi spiccano: l'Hotel DoubleTree Hilton Zagreb: per il secondo anno di seguito il DoubleTree by Hilton di Zagabria ha ricevuto il Loved by Guests Gold Award per aver ricevuto un punteggio eccezionale da parte dei suoi ospiti, dimostrando così una notevole dedizione verso il proprio lavoro e l'eccellenza del servizio offerto. **Esplanade Zagreb Hotel:** costruito nel 1925, l'hotel fu costruito per i passeggeri dell'Orient



Express che si fermavano a Zagabria durante il viaggio tra Parigi e Istanbul. L'hotel era il cuore della società di Zagabria ed ha ospitato importanti personalità come Josephine Baker, Charles Lindbergh e Orson Welles. **The Westin Zagreb Hotel:** per continuare ad offrire un'unica e sempre rinnovata esperienza ai propri ospiti, The Westin Zagreb è attualmente in ristrutturazione. Con un nuovo e moderno look, coniugato all'eleganza senza tempo del Westin, tutti i servizi dell'hotel saranno migliorati. Gli interni dell'hotel saranno allineati allo stile del Westin, tuttavia ispirati alla cultura e alla tradizione locale. **Sheraton Zagreb Hotel:** lo Sheraton di Zagabria, il primo 5 stelle appartenente a una catena nella Repubblica di Croazia, è stato da poco completamente rinnovato. Tutti gli spazi comuni, incluse le meeting room, i due bar e i due ristoranti, sono stati del tutto messi a nuovo. L'hotel, situato tra l'area culturale e quella business di Zagabria, è la scelta perfetta sia per chi viaggia per business sia per chi trascorre una vacanza.

Meeting and Incentive Zagabria è il centro politico, culturale e sportivo della Croazia, grande meta per il mercato MICE. La città vanta luoghi d'incontro eccezionali e anche spazi per eventi di ampia portata, come l'**Arena Zagreb** (<http://www.zagrebarena.hr/default.aspx?id=42>) che può offrire anche il catering per ogni evento: concerti, eventi sportivi e conferenze. Un altro luogo per meeting e riunioni è il **Museum of Contemporary Art** o in alternativa gli altri musei della città.

Saša Zor racconta la sua brillante carriera nel settore dell'ospitalità a Lubiana

«Nel momento in cui ho iniziato a lavorare nel settore dell'ospitalità ho capito che questo campo combaciava perfettamente con il mio DNA», dice la general manager Saša Zor. All'inizio era un lavoro

che facevo con grande passione e piacere, ma con il passare del tempo, essere una general manager dell'ospitalità è diventato parte della mia identità». Sono trascorsi 9 anni da quando Saša Zor ha iniziato a lavorare nel Sales Department dell'Hotel Lev Ljubljana, al tempo unico 5 stelle della capitale, dopo poco è arrivata la promozione come capo del reparto Sales and Marketing e dopo 4 anni, come direttore vendite per il comparto Mice dell'Hotel Lev, albergo appartenente alla più grande catena di hotel in Slovenia – Sava Hotels & Resorts, «un'esperienza formativa eccezionale», racconta Zor, «che mi ha consentito di allargare i miei orizzonti; ho imparato a pianificare in maniera più strategica e a delegare con fiducia. Con la mia squadra, abbiamo dimostrato che il turismo si basa esclusivamente sulle persone e che i servizi dell'ospitalità possono compensare certe debolezze infrastrutturali». A inizio di quest'anno, la svolta: «dopo 5 anni, ho deciso di lanciarmi in una nuova sfida, accettando di assumere il ruolo di direttore del dipartimento Sales and Marketing dell'**Intercontinental Hotel**, attualmente in costruzione a Lubiana. Si tratta di un brand che ho sempre ammirato come viaggiatrice, non solo per l'eleganza degli ambienti, ma anche e soprattutto per l'alto livello dei servizi personalizzati e offerti sempre col sorriso.

Credo sinceramente che Lubiana



sia una meta ideale per il turismo business di alto livello. e aprirvi oggi un rinnovato 5 stelle di un brand internazionale ritengo sia la mossa giusta per far sì che la nostra bellissima capitale si accrediti finalmente nel mondo del turismo di livello. Sebbene sia una rappresentante delle più giovani generazioni, mi sento in dovere di restituire qualcosa alla comunità dalla quale provengo. Sono stata cresciuta ed educata nel cuore di Lubiana, ragione per cui lavorare qui significa per me ritornare a casa.

Grande successo per la soirée anni '20 al San Rocco

Si è ispirata al grande Gatsby la sfavillante festa che l'Hotel San Rocco ha deciso di organizzare lo scorso mese per inaugurare la stagione estiva. Non poteva esserci una cornice più incantevole e romantica: il Lago d'Orta che, con i fuochi d'artificio, si è acceso di un'atmosfera notturna ancora più suggestiva. Perle, piume live music e abiti, tutto rigorosamente in stile anni Venti, hanno fatto da corollario alla serata danzante. Gli ospiti hanno ballato sulle note della musica swing con i "Vintage Swing Sextet" Orchestra composta da sei elementi che ha riproposto in chiave personalizzata celebri brani della tradizione dixieland, del soul e della bossanova. A intrattenere gli ospiti c'era anche Valeria Bonfanti, performer & ballerina di Charleston, semi-finalista a Italia's Got Talent. Al successo della serata hanno contribuito anche la cena di gala servita sulle terrazze a fior di lago e lo spettacolo piromusicale a cura di GFG PYRO, ormai famoso per i bellissimi e spettacoli fuochi di San Vito. Come simpatico souvenir della serata, è stato allestito infine un apposito Photo Booth corner, dove gli ospiti potevano "giocare" con travestimenti e accessori in stile Belle Epoque e farsi immortalare in una cartolina polaroid da conservare come ricordo.



Viniexport.com

Lanciato ad ottobre 2015, Viniexport (VX) è oggi uno dei principali distributori digitale di vino in Italia, con un portafoglio di 5.000 + etichette e 200.000.000 di bottiglie potenzialmente disponibili per la vendita. «in soli due anni la piattaforma è cresciuta moltissimo, solo nel 2016 abbiamo chiuso con oltre 1.000.000 bottiglie vendute e oltre due milioni di transato», ha dichiarato il CEO **Eugenio Picca**, «un trend davvero positivo, che ci fa ben sperare per il futuro. In un'ottica di continua crescita apriremo, entro i prossimi mesi, una sede in Spagna, una a Londra e una a Berlino». Il progetto è nato con l'obiettivo di innovare il settore del trading nazionale e internazionale del vino. Il fondatore e CEO Eugenio Picca, 33 anni, MBA IE Madrid, con esperienza nel trading di commodities, è socio di maggioranza di Tenuta Merolla, una cantina di medie dimensioni in provincia di Benevento. Nel 2015, dopo alcuni mesi di rifinitura del modello e validazione da parte del mercato, Viniexport.com diventata una Srl, grazie anche ad un investimento da parte del fondo di investimento FIRA Spa. Viniexport.com funziona come una borsa valori, in cui le singole denominazioni d'origine, che identificano una tipologia di vino, cioè la vera chiave di ricerca con cui i compratori mondiali ricercano il prodotto, vengono quotate e scambiate attraverso un meccanismo ad asta a negoziazio-

ne continua. Il vantaggio per i compratori di vino è legato alla possibilità di azzerare i costi di selezione di nuovi produttori e a quella di ottimizzare il proprio budget di spesa in funzione della qualità e del prezzo.

«Il meccanismo di accesso alla piattaforma – ci spiega Eugenio Picca – è molto semplice. I produttori (Seller) che intendono vendere vino sul sito si registrano e spediscono un campione a VX. Un team di Sommelier, in partnership con Fondazione Italiana Sommelier, classifica il vino in una fra cinque possibili fasce di qualità/prezzo riferite ai vini appartenenti alla medesima denominazione. Il cliente, che accetta all'iscrizione di certificare il suo prodotto, entra allora in un circuito di ricerca globale, un aiuto prezioso per tutti quei pregiati

produttori locali che hanno difficoltà ad accedere alle grandi piazze di acquisto». Altro vantaggio per i produttori di vino, è l'accesso ai grandi compratori nazionali ed internazionali, altrimenti arduo per tutte le PMI dedite alla produzione vinicola.

Zagabria, alla scoperta della capitale più recente d'Europa

Da quando la Croazia è entrata a far parte dell'Unione Europea, nel 2013, Zagabria è diventata la capitale più "giovane" d'Europa accreditandosi tra le mete più appealing per un turismo leisure e business anche di breve durata. Caratterizzata da uno stile di vita eclettico, dovuto all'incontro tra la cultura del centro Europa centrale e quella del Sud, Zagabria è oggi una felice combinazione di fascino Austro-Ungarica e Mediterraneo. Al turista offre architetture di pregio e tantissimi spazi verdi, oltre a musei, ristoranti, bar e hotel per tutte le tasche. Da visitare la verde piazza centrale disegnata a forma di ferro di cavallo dall'orticoltore Lenuzzi e il Maksimir, il più grande parco della città con giardini zoologici, tre laghi, padiglioni e sculture. Da non perdere il rito del caffè, da gustare nei caratteristici bar disseminati un po' ovunque e la cucina, con i



suoi tradizionali piatti come il koltovina (stufato di carne), gli strukli (gnocchetti stufati con la zucca, semi di papavero, mela o fiocchi di latte), il tipico strudel e i biscotti speziati. Tappa per i buongustai il Dolac Market, dove si possono acquistare souvenir enogastronomici doc. Vale la pena fare un giro anche tra le boutique artigianali, dedicate alla produzione di cravatte e cappelli. Da non perdere infine il viaggio più breve del mondo in funicolare, ben 64 secondi, che collega la città bassa con quella alta. Se la si prende verso mezzogiorno, si ha la possibilità di arrivare in cima alla collina in tempo per vedere il cannone di Zagabria sparare alle 12 dalla Lotrš ak Tower.

Heinz Beck all'Odyssey del Metropole Monte-Carlo Joinventure tra lo chef de La Pergola e Joël Robuchon

Heinz Beck, il celebrity chef, patron de La Pergola di Roma, si è lasciato coinvolgere in un nuovo appassionante progetto realizzato in collaborazione con Joël Robuchon e Christophe Cussac. Tutta l'estate, durante il dinner time, il ristorante Odyssey dell'Hotel Metropole Monte-Carlo proporrà piatti casual-gourmet che Beck ha studiato ad hoc puntando su: utilizzo di materie prime di alta qualità, eccellenza del gusto e grande attenzione a cotture e preparazioni. In menu, maccheroncini integrali al ferretto con gamberi rossi, risotto all'olio d'oliva e Grana Padano con scampi e verdure in pinzimonio, triglia croccante con erbe, lombo di agnello al finocchietto selvatico in crosta di cereali e perle di caprino. Il progetto di Beck prosegue e enfatizza la filosofia del ristorante "Odyssey" di Joël Robuchon in cui l'ambiente affascinante a bordo piscina, con un arredamento disegnato da Karl Lagerfeld, ha sempre proposto menu gourmet ispirati alla cucina mediterranea.

Costruito nel 1889 in stile Belle



Da sin., Christophe Cussac, Heinz Beck e Joël Robuchon

Epoque, l'Hotel Metropole Monte-Carlo è stato completamente rinnovato nel 2004 dal famoso designer francese Jacques Garcia che lo ha trasformato in un palazzo di 126 camere e suite con un fascino mediterraneo in linea con la sua epoca, unendo glamour, sofisticazione e sensorialità. Tre i ristoranti, gestiti da Joël Robuchon e Christophe Cussac, tutti offrono un'esperienza culinaria unica e variegata per i piaceri del palato. Con due stelle Michelin, il ristorante "Joël Robuchon Monte-Carlo" offre piatti raffinati con sapori mediterranei. "Yoshi", l'unico ristorante al mondo di Joël Robuchon dedicato alla cucina giapponese, ha una stella Michelin e offre cucina tradizionale in un ambiente dal gusto contemporaneo disegnato da Didier Gomez. Infine, il terzo ristorante

"Odyssey" di Joël Robuchon a bordo piscina, celebra prodotti freschi stagionali e una cucina leggera.

Palazzo Dama: la "Casa" dove charme e buona cucina si incontrano a Roma

Cinque stelle nel cuore della Capitale, curato nel design dall'architetto Antonio Girardi, Palazzo Dama, si trova all'interno della nobile dimora di proprietà della famiglia Malaspina. Qui la dinastia – alle cui nobildonne è ispirato il nome dell'hotel – visse per più di un secolo, accogliendo l'alta società internazionale e il bel mondo romano in un salotto vivacissimo. A pochi passi da Piazza del Popolo, Palazzo Dama coniuga l'agio di una residenza patrizia alla sorpresa di un design fortemente contemporaneo.



L'hotel, da gennaio, è guidato con mano sapiente da Jacopo Arosio, Area General Manager di Palazzo Dama, del D.O.M Hotel e del Rasputine. Milanese, 43 anni, Arosio vanta un curriculum di tutto rispetto in hotel di lusso, all'interno dei quali ha sempre ricoperto posizioni di grande responsabilità. Prima di approdare a Palazzo Dama, il manager è stato a Palazzo Montemartini, al Regina Hotel Baglioni, entrambi luxury hotel di Roma, al Clemente Palace Hotels & Resorts di Venezia, al Regency di Firenze e al Four Seasons di Milano e di Londra. Amante del bello e della vita all'aria aperta, Arosio nel tempo libero si dedica alle corse automobilistiche, ai viaggi e alla ricerca di oggetti d'antiquariato.

L'Architetto Girardi ha creato 29 tra camere e suite, disposte su tre piani, nelle quali dominano i toni del blu avion, verde salvia e tortora in contrasto con raffinati giochi di luce e complementi d'arredo in ottone. Di grande impatto la piscina immersa in un giardino privato di ulivi e limoni. Fiore all'occhiello dell'hotel è il ristorante Pacifico, il brand icona dello chef Jaime Pesaque, che ha scelto proprio Palazzo Dama per portare anche a Roma il suo sofisticato menu peruviano-nikkei. Una cucina unica, ricca di suggestioni e contaminazioni, cui si aggiunge una carta alternativa e disponibile 24 ore. La brigata è capitanata da Daniel Contreras, allievo di Pesaque. Il Pisco Bar, che ricalca lo stile eclettico dell'albergo, propone cocktail signature studiati dal bartender Giammarco Laghi da degustare in spazi unici, illuminati dagli chandelier originali dell'Hotel Plaza di New York e circondati da preziose opere d'arte in un'alcova di pura estetica. Info: reservation-roma@wearepacifico.it - www.palazzodama.com - www.domhotelroma.com

Walter Marcheselli, presidente di Best Western Italia fino al 2020

È Walter Marcheselli di Rovigo,



Ehma Italian Chapter al Capovaticano Resort Thalasso & Spa MGallery by Sofitel

“Professionalità e competenze consolidate ed attuali da condividere e da trasmettere alle nuove generazioni in maniera inedita”. Questo il leitmotiv della riunione #EHMAITALIANCHAPTER tenutasi in Calabria lo scorso maggio a Capovaticano Resort Thalasso & Spa MGallery by Sofitel, ospiti della socia Cinzia Montelli, GM dell’hotel. La positiva esperienza della prima sessione dell’innovativo progetto “Mentor Me”, istituito per dare supporto ai giovani professionisti dell’hôtellerie. Tra i temi trattati: il nuovo progetto sulla filosofia dell’accoglienza rivolto ai diplomandi degli Istituti Alberghieri; l’aggiornamento del premio Direttore Italiano dell’Anno; l’evoluzione della ristorazione d’albergo nell’esperienza di Fausto Arrighi, ex direttore della Guida Michelin, quest’ultimo ha parlato anche di come la storica Guida Michelin stia vivendo la transizione dal cartaceo al digitale, puntando sempre però sui suoi punti cardine: qualità dei prodotti, cotture, profumi, presentazione dei piatti e continuità.

La pasta, mito italiano, come l’ha definita Vincenzo Villani, tecnologo della De Cecco, nel suo intervento, è stata dichiarata nel 2010 “Intangibile Cultural Heritage of Humanity” dall’UNESCO incoronandola regina della dieta mediterranea. Protagonista assoluta della riunione è stata anche la cucina calabrese che ha avuto un ruolo da protagonista, sia nel ristorante Le Pietre Volte che nei due ristoranti del resort, il Mantineo e lo Stromboli Beach Bar. Di grande charme l’Apéro offerto da Marie Christine Born sull’esclusiva terrazza della sua dimora, l’incantevole Villa Paola a Tropea, che ha coniugato sapori calabresi rivisitati con presentazioni contemporanee. Un’emozionante escursione in gommone ha permesso di scoprire gli splendidi panorami ed il mare cristallino della Costa degli Dei. Grazie agli sponsor tradizionali di EHMA Italian-Chapter (Gruppo Pedersoli, La Bottega, Iniziative Venete, De Cecco, Amoretti Spa, SIA GUEST), la riunione è stata un vero successo. Alcune aziende locali hanno contribuito omaggiando i presenti con prodotti tipici: Acqua degli Dei, Lanificio Leo e Delizie Vaticane. www.ehma.com - www.ehma-italia.it

classe 1963, sposato, tre figlie, socio del Best Western Hotel Cristallo, il nuovo presidente di Best Western Italia fino al 2020. Marcheselli ha ringraziato il Presidente e CdA uscente. L’assemblea dei soci, riunita lo scorso mese all’Almar Jesolo Hotel & Spa, ha anche eletto i

10 rappresentanti del nuovo Consiglio di Amministrazione in carica fino al 2020, auspicando un rafforzamento ulteriore del Gruppo e una crescente partecipazione dei Soci, necessaria per affrontare in maniera unitaria i cambiamenti in atto nel mondo del turismo.

Inaugurata la Suite Superga 2750 di Allegroitalia Torino Golden Palace

Lo scorso maggio, a Torino, Allegroitalia Hotel & Condo, in collaborazione con BasicNet, ha organizzato una mega festa aperta a tutti per inaugurare la nuova suite "Superga 2750" dell'Allegroitalia Torino Golden Palace. Non una semplice camera ma un'esplosione di colori e giochi incentrati su un'icona del design italiano: la prima scarpa da tennis al mondo con suola in gomma naturale vulcanizzata, creata a Torino nel 1925. La Suite Superga 2750, infatti, è stata progettata con arredi esclusivi e pezzi unici per vivere un'esperienza la cui parola d'ordine è stata "stupore".

Porte aperte della hall fino a tarda notte in concomitanza con uno degli happening più importanti del capoluogo piemontese: il Salone Internazionale del Libro e la notte bianca con la Torino Jazz Night.

Una serata in cui non sono mancate le sorprese, rigorosamente incentrate sui brand value di Allegroitalia: allegria, arte, amore per i fashion brand. In primis la colonna sonora affidata al prestigioso "Red Pellini Quintet", che ha dato vita a un concerto che ha entusiasmato jazzofili e non solo. Mentre, a scatenare le danze, ci hanno pensato i Turincats con il loro swing. Durante la serata, agli ospiti è stata anche data la possibilità di acquistare, a un prezzo di favore, le mitiche sneaker e di assaporare un fantastico cocktail. «Dopo la Suite del Cioccolato e la Suite for Maserati», ha spiegato **Piergiorgio Mangialardi**, Presidente di Allegroitalia Hotel & Condo, «siamo orgogliosi di presentare la Suite Superga 2750: un sodalizio di design e arredi che afferma la nostra volontà di creare collaborazioni con aziende che rappresentano l'eccellenza italiana nel mondo. Sono sicuro che i nostri ospiti apprezzeranno l'allegria di questa nuova suite; una caratteristica per noi fondamentale, alla base

del nostro modello di ospitalità». Info: www.allegroitalia.it

Premio Cinque Stelle al Giornalismo 2017

Il Premio Cinque Stelle al Giornalismo 2017 è stato assegnato lo scorso 25 aprile, durante la serata di gala svoltasi nei saloni del Palace Hotel di Milano Marittima – cinque stelle del Gruppo Batani Select Hotels – condotta da Massimo Giletti e Vira Carbone e sponsorizzata dalla Maison di alta gioielleria Bartorelli che ha organizzato una sfilata

di preziosi e ha disegnato la spilla in oro bianco e diamanti consegnata ai premiati. Hanno ricevuto il Premio: Maurizio Molinari direttore de "La Stampa", Sandro Neri direttore del "Il Giorno", Francesco Giorgino, giornalista, conduttore Tg1 RAI, Myrta Merlino giornalista e conduttrice televisiva de La7, e Patricia Engelhorn giornalista tedesca freelance di varie testate. È stato inoltre assegnato, il Premio Speciale "Antonio Batani" in memoria del grande imprenditore recentemente scomparso ad Antonio Patuelli presidente ABI.

Magiche scenografie a Showlight 2017

Record di delegati internazionali al Palazzo dei Congressi di Firenze per il convegno mondiale dell'illuminazione spettacolare.

Oltre 400 delegati si sono riuniti all'Auditorium del Palazzo dei Congressi – dal 20 al 23 maggio scorsi – per l'evento Showlight 2017, l'appuntamento quadriennale più importante a livello internazionale dell'illuminazione scenografica che viene organizzato da oltre 30 anni e che per questa edizione ha scelto la città di Firenze e i locali di Firenze Fiera.

All'evento hanno partecipato i più importanti professionisti del settore provenienti da 25 paesi tra lighting designer, direttori di fotografia, artisti della luce, esperti di illuminazione scenografica oltre a 40 aziende e a giovani studenti. Di forte impatto scenico gli interventi relativi a show-lighting in teatro, nei grandi eventi, nel cinema, nei programmi televisivi fino alle installazioni scenografiche in architettura e nei parchi a tema.





Notte di Note Al Rome Cavalieri

Il resort capitolino in collaborazione con l'Accademia Filarmonica Romana lo scorso 21 giugno ha ospitato il concerto *Rio do Brasil*,



protagonista **Evandro dos Reis** (foto) – voce, chitarra e cavaquinho, strumento a corde usato in Brasile – che ha raccontato in compagnia del chitarrista Ewerton de Brito e del percussionista Nene Santos, la storia di un viaggio pieno di allegria e vitalità accompagnato dai ritmi e dalle sonorità del samba di Bahia, la bossa nova di Rio, il forró del nord-est e il bumba meu boi dell'Amazzonia. Il Rome Cavalieri, insieme alla buona musica, ha proposto agli ospiti un aperitivo pre o una cena post concerto, con menu a tema ideati ad hoc da Fabio Boschero chef de L'Uliveto.

Centro America investe nel Mice

La regione centroamericana rafforza il settore turistico legato al business, investendo oltre 328 milioni

di USD per migliorare e ampliare la ricettività e le infrastrutture. Recentemente anche le compagnie aeree hanno inaugurato alcuni interessanti voli per collegare l'Europa al Centroamerica.

In particolare il Costa Rica ha di recente iniziato la costruzione del Centro Nazionale di Congressi e Convegni. Il Presidente della Repubblica, Luis Guillermo Solís, con il Ministro del Turismo, Mauricio Ventura, assicura che con questa realizzazione il Paese sarà in grado di diversificare la propria offerta e predisporre nuovi prodotti turistici. Si stima un investimento di 35 milioni di USD e naturalmente sarà realizzato secondo criteri di sostenibilità ambientale.

Si chiama Golfito Marina Village & Resort, si trova nella zona sud della Costa Rica e prevede di attirare yacht e amanti del mare da tutto il mondo. Costato 50 milioni di USD, è stato inaugurato dal Presidente

della Repubblica, Luis Guillermo Solís.

La Autoridad de Turismo de Panamá (ATP) ha approvato un nuovo disegno per il Centro Convegni Amador, che sarà in grado di ospitare fino a 25.000 persone. Il nuovo design prevede un salone principale ideale per le fiere e le esibizioni e nuove e più ampi spazi. L'investimento stanziato è di 193 milioni di USD.

Anche il Guatemala realizzerà un nuovo Centro e Distretto Convegni nella capitale, in grado di ampliare notevolmente l'offerta del servizio congressuale che comprenderà anche un hotel, un centro commerciale, una galleria d'arte, museo e un mercato artigianale.

In Belize, Norwegian Edge, il programma di Norwegian Cruise Line per portare standard di servizio più alti in mare aperto, è impegnata con il lancio della nuova destinazione ecologica per crocieristi a Harvest Caye, a un paio di chilometri dalla costa meridionale del Paese. L'isola villaggio nel Mar dei Caraibi, dispone di un'ampia piscina, una laguna di acqua salata per sport acquatici, un ristorante sulla spiaggia, un porticciolo con area ristoro e bar, uno shopping village e anche la possibilità di un eccitante percorso sospeso attraverso l'isola, The Flighthouse. L'investimento è stato di 50 milioni di USD. Secondo il Ministro del Turismo e dell'Aviazione Civile del Belize, Manuel Heredia, l'investimento ha generato 500 impieghi diretti e oltre 1500 di posti di lavoro indiretti.

