



# Obiettivo: qualità

Hotel Volver festeggia i primi 10 anni di attività con un fatturato in crescita costante e si appresta ad aggredire la prossima decade con una grande spinta verso l'innovazione

✦ Cristina Chiarotti

È questo lo spirito che distingue il brand di un'azienda dinamica e altamente qualificata, una realtà imprenditoriale nel campo dell'hotellerie italiana che ha fatto diventare il marchio Hotel Volver un punto di riferimento nel settore dell'outsourcing, grazie ad un corpo manageriale che lo sta traghettando verso il futuro e verso nuove sfide. Momento importante di questa nuova fase anche il passaggio di testimone del Gruppo, da Pierantonio Pegoraro, fondatore dell'azienda, a Vincent Spaccapeli, direttore marketing e commerciale di Hotel Volver. Pegoraro resterà il riferimento per l'area restoring, mentre Spaccapeli avrà il compito di prendere

in mano il timone dell'azienda per sviluppare nuovi business e rendere sempre più innovativo e performante il servizio al cliente. «Abbiamo scelto di essere innovatori», racconta **Pierantonio Pegoraro**, «di puntare sullo sviluppo di nuovi business, con servizi e contenuti per un mercato che è tutt'altro che statico, ma che, anzi, continua ad evolversi e ad introdurre nuovi concetti, nuovi modi di operare. Per interpretare questa fluidità dell'industria internazionale abbiamo deciso di evolverci anche nelle nostre strategie di management, introducendo persone con una visione innovativa più ampia. Un management non legato ad un



singolo settore, ma aperto a tutte le opportunità, pronto a rispondere in maniera trasversale e dinamica, con una forte predisposizione umana».

### Outsourcing: risorse specializzate

Scelte che hanno premiato Hotel Volver con risultati importanti: una crescita del +8,6% nel 2017 e un aumento sia della qualità del servizio che del numero dei clienti.

«Nell'ultimo anno e mezzo stiamo vedendo crescere il progetto originario Hotel Volver», conferma **Vincent Spaccapeli**. «Lo scenario è favorevole e i trend turistici, insieme ai dati sull'occupazione e allo sviluppo del settore dell'accoglienza, ci danno grande spinta per accelerare verso i nostri prossimi obiettivi. La qualità resta sempre il nostro obiettivo primario, qualità dei servizi e qualità di relazione con i nostri clienti, e ci stiamo anche impegnando affinché il valore dell'out-

sourcing non sia più solo percepito in Italia come una strategia unicamente economica, ma sia principalmente una scelta qualitativa. Perché outsourcing significa, soprattutto, affidarsi a risorse specializzate nel servizio».

### Verso nuove sfide

Molte le iniziative messe in campo dal management per raggiungere nuovi obiettivi. Il calendario del 2018 di Hotel Volver è già molto ricco di appuntamenti, legati in particolare ai più avanzati concetti di CRS, con grande attenzione alle tematiche del momento.

In un mondo dove siamo tutti connessi, la *Corporate Social Responsibility* è infatti la chiave di ogni azienda che vuole crescere. La riqualificazione e la sostenibilità sono stati argomenti che hanno segnato il 2017 di Hotel Volver, «perché questa», continua Spaccapeli, «è una tematica che non riguarda solo l'ambiente, ma che toc-

**Sopra, Vincent Spaccapeli, direttore marketing e commerciale di Hotel Volver (a sinistra) e Pierantonio Pegoraro, fondatore dell'azienda. Pegoraro resterà il riferimento per l'area restoring, mentre Spaccapeli avrà il compito di individuare nuove strategie**



**Nel settore alberghiero Hotel Volver è stato uno dei principali brand a parlare di strategie diversificate, già con la formula di *Hotel Rewind*, un forum formativo itinerante dedicato alla riqualificazione alberghiera sostenibile**

ca anche l'economia e soprattutto il turismo. Il comparto alberghiero è una delle industrie che producono più impatto sul territorio. E, in questo, l'hotel ha un ruolo chiave. Riqualificare, di conseguenza, non è solo necessario, ma indispensabile. E mai come oggi la congiuntura economico-finanziaria è stata tanto favorevole, con gli interessi di business e quelli etici che si muovono entrambi nella medesima direzione. Opportunità da cogliere non solo perché corrette, ma anche perché concorrono all'incremento del business, distinguendo sempre di più l'hotel da altre realtà ricettive e intercettando un pubblico

sempre più attento alla sostenibilità del suo ospite».

### Forum formativi e workshop tematici

Nel settore alberghiero, Hotel Volver è stato uno dei principali brand a parlare di strategie diversificate, già con la formula di *Hotel Rewind*, un forum formativo itinerante dedicato alla riqualificazione alberghiera sostenibile, con un forte valore operativo, grazie a partner selezionati e da cui acquisire competenze specialistiche, come ad esempio Best Western, Samsung, Dorelan, Ammon, MK



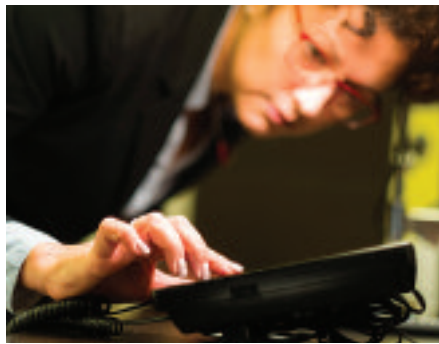
## PUNTI DI FORZA VOLVER

- Up-grade costante dei servizi, grazie a partnership mirate.
- Intercepire le esigenze del mercato e anticipare le richieste dei clienti grazie a collaborazioni con partner selezionati per creare valore aggiunto ai servizi
- Coltivare la qualità durante i Workshop-Volver.
- Creare incontri di networking dove incontrare manager dell'hotellerie per confrontarsi sui trend che cambiano e sulle esigenze dei clienti, oltre che per condividere la visione di alcuni servizi ed essere sempre più vicini alle reali esigenze dell'albergatore.

Group, Capac. Con quest'ultima in particolare, Hotel Volver ha creato una partnership per la formazione e la creazione dei primi corsi per housekeeping manager, cameriere e facchini, in istituti come il Politecnico del commercio e del Turismo, e con Capac e Innova Turismo è nato l'Ateneo Volver. Durante quest'anno, oltre alla seconda edizione del tour dedicato alla riqualificazione, è infatti in arrivo il nuovissimo forum *"Eatour - Switch on sustainable food"*, completamente incentrato sull'offerta e sulla formazione per gli albergatori e responsabili F&B. Il concept pensa il food sostenibile negli hotel quale driver fondamentale di qualità e business. Nell'ormai consueta formula itinerante che caratterizza molte iniziative di Hotel Volver, l'evento farà tappa a Torino, Milano, Venezia, Firenze, Roma, Salerno. Inoltre il brand porterà avanti un'iniziativa speciale, dedicata ai cosiddetti "eroi dell'accoglienza" (#eroedel-laccoglienza) in tema di sostenibilità: hotel, albergatori, architetti che si stanno distinguendo nel settore alberghiero per le loro scelte responsabili o di riqualificazione legate alla sostenibilità e all'impatto con l'ambiente.

## L'innovazione tecnologica per migliorare la qualità

Un servizio continuo di dedizione e affiancamento ad ogni tipo di accoglienza, quindi, contraddistingue il valore aggiunto di Hotel Volver, che continua a creare nuovi servizi dedicati alla riqualificazione. «Cerchiamo e applichiamo le migliori soluzioni tecnologiche presenti nel mercato per il servizio di housekeeping/resto-



**Hotel Volver applica le migliori soluzioni tecnologiche presenti sul mercato per il servizio di housekeeping/restoring con un up-grade costante, ottimizzando la gestione dei tempi e le fasi di controllo qualità del lavoro**

ring», conferma Vincent Spaccapeli, «per ottimizzare la gestione dei tempi e le fasi di controllo qualità del lavoro, implementando un CRM e un'applicazione per la gestione dei clienti che ci permetterà di gestire qualsiasi pratica da diversi device garantendo tempi di risposta sempre più rapidi. È proprio la qualità dei rapporti con il cliente il nostro bene più prezioso», conclude Spaccapeli, «ma, più in generale, dell'ibridazione fra strategie commerciali e marketing, per portare il concetto di "relazione" nel business e l'innovazione degli strumenti applicativi nelle regole di best practices commerciali».

Hotel Volver sta diventando anche una piattaforma di servizi specialistici e di cultura di settore, un piano diverso di una stessa anima innovativa che vive di servizi integrati scelti per far fronte ai cambiamenti in atto. La tecnologia è protagonista anche nel progetto "Hotel VR" che con Samsung, Capac e Hoxell, Hotel Volver svilupperà in ambito formativo ed esperienziale. La strategia e i risultati importanti raggiunti in questi dieci anni da Hotel Volver hanno anche un respiro di livello internazionale, che vede il continuo sviluppo delle sedi in Spagna e nelle Canarie, ponendo l'obiettivo di certo raggiungibile di un ulteriore ampliamento del mercato nei prossimi 5 anni. ■