



# Design e turismo binomio vincente

Grazie all'innovazione e al design, oggi l'albergo non solo risponde alle richieste di una domanda sempre più esigente ma diventa anche vetrina del gusto e della creatività made in Italy **di Tlco**



Il design italiano come chiave di sviluppo dell'hotellerie e del turismo più in generale. Di questo e non solo, si è parlato a Roma all'evento **Hotel Reloaded** organizzato quest'autunno da Associazione Italiana Confindustria Alberghi e FederlegnoArredo.

Sull'opportunità di una stretta sinergia tra filiera del turismo e dell'imprenditoria, facendo leva sulla "qualità" del Made in Italy e sulla "bellezza" del territorio italiano ha parlato il ministro delle Politiche Agricole, Forestali e del Turismo **Gian Marco Centinaio**, intervenuto all'evento insieme ad Emanuele Orsini, Presidente FederlegnoArredo, Giorgio Palmucci, presidente Associazione Italiana Confin-

Ministro Gian Marco Centinaio



dustria Alberghi, Domenico Sturabotti di Fondazione Symbola, Marco Piva dello Studio Marco Piva, Arnaldo Aiolfi di Club Med, Sofia Gioia Vedani di Planetaria Hotels. Il Ministro ha ribadito l'impegno del governo a sostegno del Tax Credit per la ristrutturazione e riqualificazione alberghiera, «purché di qualità» e ha ricordato che «dal 2014 ad oggi le domande di accesso al Tax Credit sono aumentate mediamente del 15% l'anno, per oltre 1,14 miliardi di euro di investimenti, di cui il 33,3% dedicato all'acquisto di arredi e complementi».

## Comfort abitativo, cura nel dettaglio e risparmio energetico: i driver dell'arredo nell'ospitalità

Dati che, come ha sottolineato **Giorgio Palmucci**, presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi, «dimostrano l'importanza di questo strumento come supporto e stimolo alla riqualificazione ed all'innovazione», quindi, «auspicio che sia potenziato per supportare le aziende alberghiere a fornire maggiori stimoli ed emozioni che arricchiscano e completino l'esperienza di viaggio. E il nostro design, fra le eccellenze del Made in Italy, gioca un ruolo importante».

E gli fa eco **Emanuele Orsini**: «Il Turismo, che rappresenta il 13% del Pil nazionale e la filiera del legno che vale 41,5 mld, sono una combinazione vincente per l'economia del Paese». Sono innumerevoli le aziende che operano nel settore del contract alberghiero, apprezzate per la capacità di unire esperienza, qualità manifatturiera e innovazione tecnologica. Comfort abitativo, massima cura nel dettaglio e attenzione al risparmio energetico sono i driver attraverso i quali il sistema dell'arredo italiano contribuisce al rinnovo dell'ospitalità. **Sofia Gioia Vedani** laureata in architettura ha raccontato con entusiasmo di come sia riuscita a far crescere la sua Planetaria Hotel, che oggi vanta dieci

alberghi, e dell'importanza che riveste il design nell'hospitality, «poiché riesce a trasmettere attraverso oggetti e arredi uno stile di vita, quello italiano, che nel mondo è molto apprezzato».

### Italia al top per immagine associata a qualità della vita

Il design, infatti, è anche lo strumento strategico attraverso cui i viaggiatori vengono accolti e messi in relazione con il contesto di un determinato territorio. Secondo una ricerca svolta da Ipsos per conto dell'Enit, «Il Belpaese è al top nelle classifiche mondiali per immagine associata a qualità della vita, creatività ed inventiva e, sempre secondo l'indagine, i prodotti italiani sarebbero ricercati principalmente per qualità, bellezza e creatività», ricorda **Sturabotti** di Fondazione Symbola precisando che, «nella classifica top ten delle attrazioni più visitate in Italia, se al primo posto vediamo il Colosseo al secondo ci sorprende vedere Serravalle Design Outlet, in Piemonte, e al terzo Castel Romano».

### Design, strumento di marketing territoriale

Segno evidente di come sono cambiati gli orientamenti del turista. Gli outlet village meta di shopping e divertimento, «negli ultimi 20 anni sono aumentati in maniera esponenziale e l'Italia che ne conta ventidue, superando complessivamente i 10mila mq, si aggiudica, anche per fatturato, il secondo posto in Europa». The Mall a Regello (FI) rappresenta l'evoluzione degli outlet village coniugando in sé il meglio del lusso e delle produ-



## Network del design italiano nel mondo

L'azienda Lago attiva una sinergia coi suoi clienti coinvolgendo in un network internazionale del design. Cocoon Maldives è il primo resort di design nel mezzo dell'Oceano Indiano. Marco Piva ha portato come esempio i numerosi lavori realizzati dal suo studio anche all'estero, capolavori che tengono alta la bandiera italiana nel mondo. Dell'importanza sinergica tra il settore del design e quello delle strutture ricettive **Arnaldo Aiolfi**, ad Italia e direttore progetti di sviluppo Club Med: «Chi soggiorna nei nostri alberghi è alla ricerca di esperienze in grado di riempire il bagaglio di ricordi che porterà con sé» ha detto soffermandosi sulla riqualificazione del Club Med Cefalù: «l'ex villaggio di capanne trasformato in un resort di lusso nel pieno rispetto dell'ambiente e del territorio, grazie ad un investimento di 75 milioni di euro». Per l'occasione Aiolfi ha poi annunciato il coinvolgimento nella riqualificazione dell'ex Ospedale a Mare sul Lido di Venezia: Cassa Depositi e Prestiti, proprietario l'ex Ospedale a Mare, ha proposto un progetto in cui noi riqualificheremo la struttura per creare un polo ricettivo di 350 camere per Club Med e 150 per Th Resort. Nuove aperture sono previste nelle Dolomiti, e nel Sud della Sardegna e ci sarebbe anche in progetto la riqualificazione dei Club Med di Cervinia e di Kamarina.



Arnaldo Aiolfi, ad Italia e direttore progetti di sviluppo Club Med. In basso, Sofia Gioia Vedani di Planetaria Hotels (in primo piano). Arnaldo Aiolfi, Italy CEO and project manager development of Club Med. Below, Sofia Gioia Vedani of Planetaria Hotels (in the foreground)

zioni Made in Italy in un paesaggio di eccellenza, presentandosi come meta turistica alternativa nell'offerta della Toscana tra i principali musei e itinerari. L'importanza del Design come strumento di marketing territoriale, e di storytelling di impresa e innovazione, è dimostrato anche dal successo del format Design Week che coinvolge sempre più numerose città da nord al centro al sud del Belpaese. Basti pensare che l'edizione di quest'anno della Milano Design Week ha portato 430 mila visitatori in città. Importante anche il ruolo svolto dai Musei del Made in Italy che mettono in rete la memoria delle competenze della creatività dell'ingegno delle aziende italiane, che sono ancora oggi matrice del miglior Made in Italy. C'è una rete che ne associa oltre settanta (tra musei e archivi d'impresa) sul territorio nazionale.

# The winning combination of design and tourism

Thanks to innovation and design, today, hotels don't respond only to a consumer demand but they also become a showcase for the taste and the creativity of made in Italy **by Tlco**



**T**he Italian design generally is key factor in the development of hotel industry and tourism. This and other subjects were discussed in Rome, at the event **Hotel Reloaded**, organised this fall by Associazione Italiana Confindustria Alberghi and FederlegnoArredo.

The minister of Agricultural, Forestry Policies and Tourism, **Gian Marco Centinaio**, spoke about the opportunity to enhance a close synergy between the supply chain of tourism and entrepreneurship, focusing on the "quality" of Made in Italy and on the "beauty" of the Italian territory. He attended the event with Emanuele Orsini, President of FederlegnoArredo, Giorgio Palmucci, president of Associazione Italiana Confindustria Alberghi, Domenico Sturabotti of Fondazione Symbola, Marco Piva of Studio Marco Piva, Arnaldo Aiolfi of Club Med, Sofia Gioia Vedani of Planetaria Hotels. The Minister reaffirmed government's commitment to support Tax Credit for the restructuring and the reclassification of the hotel industry, «as long as they are

Emanuele Orsini,  
Presidente  
FederlegnoArredo



good» and he reminded that «from 2014 to the present day the applications for access to Tax Credit have increased on the average by 15% year, for over € 1.14 billion of investments, whose the 33,3% has been dedicated to the purchase of furniture and interior accessories».

## Living comfort, attention to detail and energy saving: the driver of furnishing in hospitality

As highlighted by **Giorgio Palmucci**, president of Associazione Italiana Confindustria Alberghi, this information «shows the importance of this instrument as support and stimulus for requalification and innovation», thus, «I hope that it will be upgraded to support hotel companies in providing greater incentives and emotions that embellish and complete travel experience. And our design, one of the excellences of Made in Italy, plays an important role».

**Emanuele Orsini** agreed with him and said: «Tourism, representing the 13% of national GDP, and timber industry, €41.5 billion worth, are a winning combination for the Country's economy». The companies that work as hotels contractors are innumerable, they are appreciated for the ability to unite their experience with manufacturing quality and technological innovation. Living comfort, maximum attention to detail and attention to energy saving are driving the Italian renewal of hospitality by furnishing. **Sofia Gioia Vedani** graduated in architecture, talked with pleasure about the importance of design in hospitality and how she has succeeded in growing her Planetaria Hotel, that has today ten hotels, «because design is able to transmit by objects and furniture one lifestyle, the Italian lifestyle, which is much appreciated in world».

## Italy is on top for image associated with quality of life

Design, in fact, is also the strategic tool in which travellers were greeted and linked with the environment of a specific territory. According to a research carried out by Ipsos on behalf of Enit, «Country is at the top of the world rankings for im-



age associated with quality of life, creativity and inventiveness and, always according to the survey, Italian products would be researched mainly for quality, beauty and creativity», **Sturabotti** of Fondazione Symbola reminded specifying that, «in the top ten ranking of the most visited attractions in Italy, if at the first place we see the Colosseum at the second we're surprised to see Serravalle Design Outlet, in Piedmont, and at the third Castel Romano».

### Design, a territorial marketing tool

This is a clear sign of how the tourist guidelines changed. The outlet village is a destination for shopping and entertainment. «In the last 20 years they have increased exponentially in Italy, there are twenty two of them, covering more than 10 thousand square meters in total and they occupy the second place in Europe for their turnover». The Mall at Regello (FI) represents the evolution of outlet village, combining in itself the best of Made in Italy luxury and productions in an excellent landscape, presenting itself



## Network of Italian design in world

The Lago company actively co-operates with its customers, involving them in an international network of design. Cocoon Maldives is the first design resort in the middle of the Indian Ocean. Marco Piva has brought some samples of his many works carried abroad, masterpieces that hold high the Italian banner in the world. About the synergetic importance between the design industry and the one of the accommodation facilities, **Arnaldo Aiolfi**, Italy CEO and Club Med development projects manager, said: «Who stays in our hotels is looking for experiences that are able to fill the luggage with memories that he/she will take with him/her». Regarding the upgrading of Club Med Cefalù, Aiolfi added: «the ex village of cabins has been transformed into a luxury resort in full respect of environment and territory, thanks to an investment of €75 million». Then, he took the opportunity to announce his involvement in the upgrading of ex "Ospedale a Mare" on the Lido of Venice: «Cassa Depositi e Prestiti, owner of ex Ospedale a Mare, has proposed a project, in which we would improve the building turning it into a receptive centre of 350 rooms for Club Med and 150 rooms for Th Resort. New openings are planned in Dolomites, and in the South of Sardinia and there would be also in project the upgrading of the Club Med of Cervinia and of Kamarina».



In alto a sinistra (above on the left), Domenico Sturabotti, Fondazione Symbola. Qui a fianco (beside), Marco Piva, Studio Marco Piva. In basso (below), Giorgio Palmucci

as an alternative tourist destination in the Tuscan offer between the main museums and itineraries. The importance of Design as territorial marketing tool, and of storytelling of company and innovation, is also supported by the success of the Design Week, format which involves even more numerous cities from the North to the Central and the South of the Country. It's enough to think that this year the edition of the Milan Design Week has brought 430 thousand visitors to the city. It's also important the role played by the Museums of Made in Italy that put online the memory of the skills of the creativity of the genie of Italian enterprises, that still are the source of the best Made in Italy. There's a network that unites over seventy (between museums and company archives) of them on the national territory.