



Come vincere la sfida della qualità

Se n'è discusso a Milano durante uno speciale evento focalizzato sul futuro dell'hotellerie e organizzato da Master Meeting con Iniziative Venete Group, Rubbermaid, Geminiano Cozzi 1765 e Obiz **di Dario Ducasse**

TOP QUALITY AL SERVIZIO DELL'OSPITALITÀ



Un momento della serata conviviale del Rosa Grand che ha avuto grande successo, anche grazie al lavoro dello staff di Valentina Boccia, Conference Manager dell'hotel, con Federica Chin e Erika Omenetto

È andato in scena al Rosa Grand Milano Starhotels Collezione l'evento EAT2MEET intitolato "Convivialità & Business la nuova sfida per il futuro", organizzato da Master Meeting insieme a Iniziative Venete Group, azienda specializzata nei rapporti di partnership con i maggiori gruppi privati, industriali e alberghieri, finalizzati alla gestione dei servizi di cleaning e di facility management. Una serata di successo sia grazie alla presenza di alcuni preziosi partner che l'hanno resa possibile, ovvero Rubbermaid Commercial Products by NewellBrands, Geminiano Cozzi 1765 e Obiz Azienda Agricola, sia per il fatto che sono intervenuti numerosi ospiti di prestigio. A fare gli onori di "casa" Emiliano Fucarino GM del Rosa Grand con Simone Piccini di Rubbermaid, Antonio Tognana di Geminiano Cozzi 1765 e Roberto De Zorzi, fondatore e Ceo di Iniziative Venete, promotore

di questo evento all'insegna del networking tra professionisti del settore. «Una grande serata tra amici e colleghi che dimostra, una volta di più, come la domanda e l'offerta dell'outsourcing alberghiero sono oggi in sintonia sulla centralità della qualità. Iniziativa Venete, già da tempo, è in prima fila in questa "battaglia": sappiamo bene che dare prestazioni impeccabili serve all'albergo come primo biglietto da visita nei confronti dell'ospite. Che oggi sa quello che cerca ed è attentissimo alle prestazioni "base", come pulizia e cortesia. Ecco perché la professionalità dei collaboratori in outsourcing è la marcia in più che permette a un albergo di essere leader sul mercato, in considerazione anche del fatto che la tendenza odierna è quella di dare in appalto il 100% dei servizi di cleaning e facility. Affidandosi a realtà solide come la nostra, si ha la certezza di avere e dare management alber-

ghiero di concentrare gli sforzi su altri ambiti, come gestione, marketing e revenue. Si aggiunga poi che un personale di alto livello è oggi purtroppo difficilissimo da trovare, mentre noi di Iniziative Venete, grazie alla nostra decennale esperienza e oggi anche grazie alla Academy – che abbiamo fondato proprio per formare solo addetti all'outsourcing in grado di dare servizi top – ci distinguiamo da sempre per essere fornitori di estrema qualità e fiducia. Non per nulla faremo presto un ulteriore passo avanti: lanceremo un format di franchising per la gestione di servizi alberghieri che sia riconoscibile per credibilità e affidabilità. Viste le innumerevoli richieste di collaborazione, alle quali a volte dobbiamo rinunciare per non abbassare gli standard qualitativi, daremo il nostro marchio in uso a partner selezionati, a fronte di una serie di obblighi di servizio, secondo un preciso disciplinare. Naturalmente questi partner dovranno attenersi anche alle regole in materia di contratti nazionali di lavoro, altra nostra grande battaglia, materia che spesso ha causato problemi anche agli albergatori, chiamati a rispondere in solido dei comportamenti poco seri delle aziende di servizi. La nostra azione sarà di controllo e verifica puntuale e continuativa della qualità del lavoro svolto, secondo la filosofia della "presenza costante" che ci ha reso un'azienda vincente».

L'esperienza dell'ospite al centro

E, a un personale di qualità, non bisogna dimenticare di affiancare strumenti unici in grado di fornire prestazioni altrettanto elevate. «Le nostre plastiche», spiega **Simone Piccini**, sales manager Rubbermaid, «servono per realizzare prodotti come carrelli, cestini e sacchi per la raccolta differenziata di ogni tipo, anche per la cucina ad esempio, di elevata qualità che poi sono utilizzati nei servizi di outsourcing alberghiero come quelli del cleaning e dell'housekeeping. E avere prodotti come i nostri di grande qualità e insieme di lunga durata è fondamentale per chi fa lavori in appalto per abbassare i suoi costi di produzione senza per questo far scemare il livello di qualità del servizio, anzi. La nostra responsabilità è quindi di fornire prodotti di facile utiliz-



Da destra, il presidente di Communication Agency Mario Mancini con Simone Piccini di Rubbermaid

zo, rispondenti ai criteri di legge ma anche dal design utile e insieme esteticamente valido». «La nostra principale forza», fa eco **Antonio Tognana** di Geminiano Cozzi 1765, «è quella di fornire prodotti eccellenti e allo stesso tempo integralmente tailor made: realizzati in toto sulle necessità del singolo cliente hotel che così, può distinguersi dai competitor mettendo a disposizione degli ospiti prodotti di qualità e soprattutto unici».

«Oggi la guest experience», aggiunge il direttore del Rosa Grand **Emiliano Fucarino**, «è davvero un valore fondamentale per il successo di un albergo. Non conta solo bellezza e formula di soggiorno, conta molto anche il trattamento che si riceve in hotel. Questo è l'elemento centrale del soggiorno, ancora più quando si tratta di un cinque stelle lusso, che rende indispensabile affidarsi, per l'outsourcing, a partner per i quali al primo posto c'è la professionalità delle risorse umane deputate al contatto con l'ospite».

Alla serata milanese, tra i tanti ospiti di prestigio anche **Roberta Guaineri**, Assessore al Turismo del Comune di Milano: «Uno dei principali motivi per i quali Milano e l'Italia tutta si sono garantite l'assegnazione delle Olimpiadi Invernali 2026 è che oggi siamo, come città in pri-



Roberto De Zorzi, Ceo di Iniziative Venete, con Stefania Alampì di Iniziative Venete. A destra, Enzo Petté, chef del Rosa Grand, con Antonio Tognana di Geminiano Cozzi 1765

Selfie di gruppo per Damiano De Crescenzo, Emiliano Fucarino, Fabio Leoni e Giulio Marcucci

mis, riconosciuti nel mondo quale destinazione di alto livello, molto ambita dal turismo internazionale, anche in un'occasione doppiamente gradita come quella dei Giochi. E una parte fondamentale per il successo del turismo l'hanno certamente avuta anche gli albergatori e gli imprenditori dell'ospitalità che, proprio grazie alla qualità dei servizi offerti, hanno permesso alla destinazione di trasformarsi in un vero "place to be", del presente e del futuro. E, lavorando tutti dalla stessa parte, sono certa che avremo risultati sempre migliori».



«Oggi dare qualità all'esperienza di soggiorno», ha concluso **Valeria Albertini**, GM del Grand Hotel Villa Torretta, «è davvero imprescindibile. E la qualità comincia dalle piccole cose: un sorriso caldo di benvenuto, una pulizia davvero perfetta, un letto comodo più di quello di casa. A questa base, poi, si aggiungono altri fattori, a seconda del proprio stile di accoglienza. L'importante è optare per un outsourcing di livello. Perché quello del personale è, oggi, un fattore determinante per una guest experience memorabile».

