



Hotel Volver

Per una concreta filosofia cleaning in outsourcing il Gruppo lancia nuove collaborazioni confermando attenzione al territorio e all'ambiente

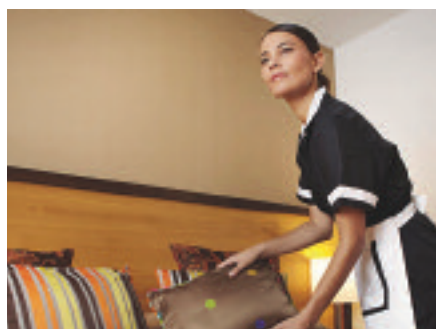


La mission di Hotel Volver è da sempre l'innovazione, caratteristica che ha contraddistinto il brand fin dalle sue origini, puntando sulla creazione di servizi mirati a migliorare le performance e su nuove collaborazioni con partner specializzati in outsourcing per rispondere alle esigenze di un mercato che richiede un livello qualitativo d'eccellenza. Qualità dell'offerta, qualità delle relazioni con i clienti e qualità complessiva sono i tre assets fondamentali per una proposta che non venga più percepita per il suo mero valore economico, pur elemento

importante, ma anche per gli alti standard che il processo di esternalizzazione può garantire. Perché outsourcing significa soprattutto affidarsi a risorse specializzate e formate in maniera adeguata, per dare un valore aggiunto, utile anche a implementare la brand reputation.

#backtotheorigins, con nuove collaborazioni e attenzione al territorio

Come l'hôtellerie vive sostanzialmente sull'imprescindibile triade "location, location, location", chi offre servizi in outsourcing dedicati alle attività di pulizia e sanificazione, non può che concentrarsi sul trinomio "qualità, qualità, qualità". Per questo il Gruppo ha deciso, nel 2019, di concentrarsi sul core business dell'azienda, una sorta di ritorno alle origini che ha contraddistinto la fine del 2019 e che sarà elemento imprescindibile per le future strategie aziendali. Altro must sarà una forte attenzione al territorio, attraverso la costruzione di una rete di vendita sempre più a tagliata sulle esigenze del cliente. D'altronde, ogni luogo è un mer-



cato con caratteristiche diverse che evolvono in maniera differente da città in città. Ecco perché l'interazione con il territorio e con i manager che gestiscono gli hotel nelle diverse località è fondamentale per intercettare e anticipare i bisogni dei clienti. Per questo partirà, da gennaio 2020, una serie di incontri proprio nelle zone dove Hotel Volver è presente con una sede di rappresentanza: Milano, Roma, Firenze, Vicenza. Occasioni di incontro molto preziose anche per i sales di Hotel Volver, che ha puntato per la propria rete vendita su figure professionali ibride, fra il commerciale e il marketing, in grado di agire su piani diversi e capaci di connessioni durature con i partner. Per Hotel Volver dare valore al capitale umano, alle soft skills personali di ogni membro del team, è uno dei capisaldi della filosofia dell'azienda.

L'anima green di Hotel Volver

L'altro aspetto importante che verrà privilegiato nelle future strategie di Hotel Volver è la sostenibilità ambientale. Un'anima green, quella di Hotel Volver, non solo ricordata nei colori del brand, ma integrata in tutti gli aspetti della vita aziendale, tra le prime in Italia ad incentivare un'etica ecosostenibile dei servizi, promuovendo iniziative per la riqualificazione alberghiera in chiave green, economia circolare e workshop dedicati a queste tematiche. Una filosofia che ormai appartiene al DNA dell'azienda che è stata protagonista dell'edizione 2019 di "Hospitality Day" e del recente TTG e che sta continuando il percorso green in tutti i campi, primo fra tutti la scelta di partner in sintonia, sia per i prodotti da utilizzare nelle pulizie sia per evitare il consumo eccessivo di carta. Grazie ad un accordo quadro con Werner & Mertz Professional, multinazionale della chimica e con la collaborazione del suo distributore Clean Service di Padova, il Gruppo Volver ha infatti attivato il processo di riqualificazione di uno dei segmenti nevralgici e delicati della propria filiera: la chimica. Dopo un lungo test, che sul Veneto ha prodotto ottimi risultati organizzativi e qualitativi, la partnership sarà estesa alle altre divisioni del gruppo Vol-



ver, apportando un panel di prodotti per il cleaning di ultima generazione che, oltre a vantare una certificazione di sostenibilità, sono il risultato di un processo produttivo virtuoso, reintroducendo le acque utilizzate epurate da elementi nocivi, consegnando i fanghi di risulta ad un'azienda vicina che produce bio-mattoni per l'edilizia, realizzando packaging in versione minimal e con plastica riciclata. Grazie a queste integrazioni, il Gruppo Volver sarà in grado di offrire la certificazione del risparmio di emissioni di CO₂ che l'hotel acquisisce grazie all'utilizzo di questa filiera virtuosa. Nel panorama complesso dell'operatività aziendale, dove chimica, gestione dei rifiuti, impianti, energia e manutenzione richiedono una trasformazione radicale, la partnership con il Gruppo Volver, rappresenterà, da oggi, un balzo in avanti nella strategia generale dell'hotel, con strumenti che offriranno un servizio qualitativamente evoluto verso una concreta filosofia cleaning in outsourcing. **C.C.**

VOLVER AMENITIES - Numbers, un nuovo approccio alla linea di cortesia

Numbers di Hotel Volver è una linea di cortesia ampia e completa, rinnovata con alcune integrazioni mirate che ne fanno un caso interessante di innovazione, soprattutto perché privilegia due target inediti. Non solo sono state apportate migliorie nel packaging – introducendo contenitori più funzionali – ma sono anche state aggiunte referenze specifiche dedicate ai bambini (shampoo e lozione arricchiti da estratti di malva e di riso), e alle signore (detergente, tonico e una linea di solari). Caratterizzata da un packaging minimale e da un design curato, Numbers offre un servizio amenities di qualità e di attenzione al benessere dell'ospite, insieme a una produzione rigorosamente made in Italy. Funzionale anche l'idea di fondo, che vede un numero come identificativo unico, una scelta che facilita lo stoccaggio e il riordino in magazzino.

TOP QUALITY TO SERVICE HOSPITALITY

Hotel Volver

For a concrete cleaning philosophy in outsourcing the Group launches new collaborations confirming its attention to the territory and the environment

The nature of Hotel Volver has always been dedicated to innovation, a characteristic that has distinguished the brand since its origins, focusing on the creation of services aimed at improving performance and new partnerships with partners specialized in outsourcing to meet the needs of a market that requires a level of quality excellence. Quality of the offer, quality of customer relations and overall quality are the three fundamental assets for a proposal that is no longer perceived for its mere economic value, although an important element, but also for the high standards that the process of outsourcing can ensure. Because outsourcing means above all relying on specialized and adequately trained resources, to give an added value that is also useful in implementing the brand reputation.

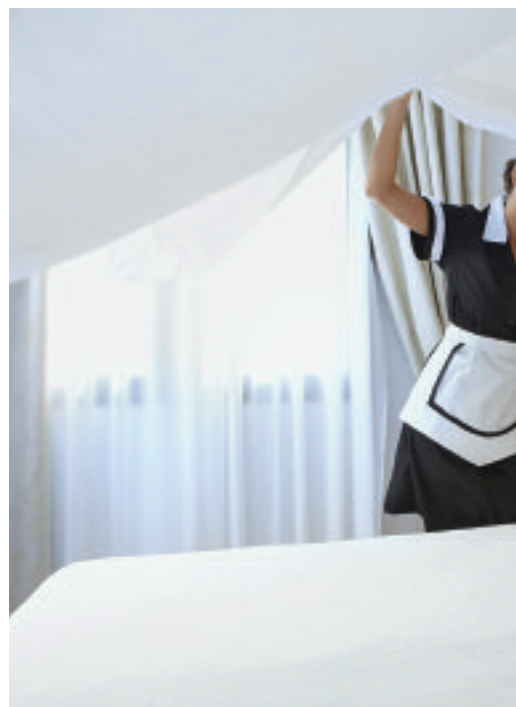
#backtotheorigins, with new collaborations and attention to the territory

As the hôtellerie lives substantially on the essential triad "location, location, location", those who offer outsourced services dedicated to cleaning and sanitation activities can only focus on the trinominal "quality, quality, quality". For this reason, in 2019 the Group decided to focus on the company's core business, a

sort of 'return to the origins' that marked the end of 2019 and which will be an essential element for future company strategies. Another must will be a strong focus on the territory, building a sales network increasingly tailored to customer needs. On the other hand, every place is a market with different characteristics that evolve differently from city to city. This is why the interaction with the territory and with the managers who manage the hotels in the different locations is fundamental to intercept and anticipate the needs of customers. For this reason, from January 2020 a series of meetings will start in the areas where Hotel Volver is present with a representative office: Milan, Rome, Florence, Vicenza. Very precious meeting opportunities also for the sales of Hotel Volver, which has focused for its sales network on hybrid professional figures, between sales and marketing, able to act on different levels and capable of lasting connections with partners. For Hotel Volver, giving value to the human capital and

VOLVER AMENITIES - Numbers, a new approach to the courtesy line

Numbers di Hotel Volver is a wide and complete courtesy line, renewed with some targeted additions that make it an interesting case of innovation, especially because it privileges two new targets. Not only have improvements been made to the packaging - introducing more functional containers - but specific references have also been added for children (shampoo and lotion enriched with mallow and rice extracts), and ladies (detergent, tonic and a sunscreen line). Characterized by minimal packaging and a careful design, Numbers offers a quality amenities service and attention to the well-being of the guest, along with a production strictly made in Italy. The basic idea is also functional, with a number as a unique identifier, a choice that facilitates storage and reordering in the warehouse.



personal soft skills of each member of the team is one of the cornerstones of the company's philosophy.

The green soul of Hotel Volver

The other important aspect that will be preferred in the future strategies of Hotel Volver is environmental sustainability. The green soul of Hotel Volver is not only remembered in the colours of the brand, but also integrated in all aspects of corporate life, one of the first in Italy to encourage an eco-sustainable ethics of services, promoting initiatives for hotel requalification in a green key, circular economy and workshops dedicated to these issues. A philosophy that now belongs to the DNA of the company and was the protagonist of the 2019 edition of "Hospitality Day" and the recent TTG and that is continuing to trace the path in all fields, first of all the choice of partners in tune, both for the products to be used in cleaning and to avoid excessive consumption of paper. Thanks to a framework agreement with Werner & Mertz Professional, a multinational chemical company, and with the collaboration of its distributor Clean Service in Padua, the Volver Group has in fact acti-



Da sinistra (left),
Matteo e Pierantonio
Pegoraro, proprietari
(owners) Hotel Volver

vated the process of upgrading one of the key and delicate segments of its supply chain: chemistry. After a long test, which has produced excellent organizational and qualitative results in the Veneto region, the partnership will be extended to the other divisions of the Volver group, bringing a panel of the latest generation of cleaning products which, in addition to boasting a sustainability certification, are the result of a virtuous production process, reintroducing the used water purified of harmful elements, delivering the waste sludge to a nearby company that produces bio-mattons for the building industry, making minimal version packaging and recycled plastic. Thanks to these integrations, the Volver Group will be able to offer certification of the savings in CO₂ emissions that the hotel acquires thanks to the use of this virtuous chain. In the complex panorama of the company's operations, where chemicals, waste management, plants, energy and maintenance require a radical transformation, the partnership with the Volver Group, will represent a leap forward in the hotel's general strategy, with tools that will offer a qualitatively advanced service towards a concrete cleaning philosophy in outsourcing. c.c.

