

# A Venezia per fare network

Nuovo appuntamento di successo per formula "Eat2Meet" grazie alla quale l'hotellerie di alta gamma si confronta e fa rete sulle prospettive del settore **di Davide Deponti**

**M**etti una sera a Venezia, nella splendida cornice di Palazzo Venart, insieme ai rappresentanti dell'hotellerie di alta gamma, espressione dell'ospitalità che piace e che conquista anche il mondo Mice. Si è concluso con l'ennesimo successo l'evento di networking "Eat2Meet, novità e trend dell'ospitalità", organizzato da Communication Agency proprio davanti al Canal Grande grazie alla sponsorizzazione di partner di eccezione come Amonn Hotel, Iniziative Venete, Comte de Montaigne Champagne e Dorelan, oltre che alla squisita ospitalità di Angelo Rizzi, GM di Palazzo Venart. Come sempre, il focus di questi eventi è stato la qualità dell'offerta di servizi destinati all'hotellerie. Durante l'evento, Mario Mancini, presidente di Communication Agency, ci ha tenuto a sottolineare che: «oggi in albergo la qualità si declina in molteplici modi ma parte sempre da un unico presupposto, ovvero quello di rendere l'esperienza di tutti gli ospiti la migliore e la più personalizzata possibile. Personalmente ritengo importanti questi

momenti di incontro tra professionisti del settore, perché, oltre alla piacevolezza dell'aspetto conviviale, danno la possibilità di confrontarsi sui temi di maggiore attualità».

Pienamente d'accordo **Andrea Bonato**, Direttore Generale di **Amonn Hotel**, storica azienda specializzata in forniture alberghiere che, fin dal lontano 1802, è partner di fiducia dei più rinomati alberghi nella progettazione, produzione e distribuzione di articoli di cortesia, una vera e propria proposta pret à porter di prodotti cosmetici esclusivamente made in Italy e di soluzioni tailor made per bathroom, floor room, spa & wellness, outdoor, restaurant, arredi, kids, pets, merchandising, reception, minibar, signage, casseforti e altro ancora. «Grazie alla nostra lunga esperienza», ha spiegato il manager, «realizziamo progetti esclusivi di "Creating Personality" e soluzioni su misura per ogni esigenza stilistica e d'immagine. La divisione Amonn Hotel, da sempre, basa la propria filosofia sulla cura e attenzione dei dettagli. I nostri tratti distintivi sono proprio versatilità e crea-

Foto di gruppo per i partecipanti alla riuscita serata di Venezia a Palazzo Venart



tività, dalla produzione di articoli di cortesia personalizzati ad una gamma di articoli complementari per un servizio completo».

### Il primo biglietto da visita per l'ospite

Alla serata era presente anche **Roberto De Zorzi**, fondatore e Ceo di **Iniziativa Venete**, che ha commentato: «eventi del genere dimostrano come la domanda e l'offerta dell'outsourcing alberghiero sono oggi in sintonia sull'importanza centrale della qualità. L'offerta di servizi è il primo biglietto da visita nei confronti dell'ospite. 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 elemento discriminante imprescindibile. Ma non è facile selezionare personale adeguato. 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 – siamo in grado di rispondere all'esigenza attuale del mercato, mercato che tende a dare in appalto il 100% dei servizi di cleaning e facility e che pretende garanzie di massima affidabilità. Scegliendo come partner una realtà solida come la nostra, il management alberghiero può stare tranquillo su questo fronte e concentrarsi su altri ambiti strategici come gestione, marketing e revenue».

Ospite dell'evento era anche **Stéphane Revol**, Ceo di **Comte de Montaigne Champagne**, «la serata è stata per noi l'occasione di confrontarci in modo diretto con importanti esponenti dell'hotellerie



Andrea Bonato, Direttore Generale di Amonn Hotel (a sinistra) conversa con altri ospiti

rie di lusso – il nostro target – sui trend del settore. La qualità è una priorità per la nostra Maison, che si declina in passione per la terra, eco-sostenibilità e fedeltà ai valori tramandati di generazione in generazione. Il nostro è uno champagne che ha cuore, coltivato e prodotto con amore, che trasmette, emozione e joie de vivre. *Compte de Montaigne* è un prodotto ricercato per chi ama i sapori autentici».

Azienda che è sinonimo di riposo eccellente nei grand hotel, **Dorelan** sposa in pieno la filosofia dell'alta qualità: «la qualità è il concetto base che da sempre ispira e guida il nostro lavoro», ha detto **Emiliano Izzi**, Direttore Commerciale di **Dorelan**. «I prodotti Dorelan sono il giusto mix tra innovazione, tecnologia e alta manifattura italiana. Riteniamo che dalla qualità del prodotto dipenda l'affidabilità del marchio, ancor più quando si tratta di soluzioni specifiche per il settore alberghiero e, oggi, in un albergo d'alta gamma la qualità dell'esperienza è data prima di tutto dal valore del dormire bene».

Stephane Revol, Ceo di Comte De Montaigne Champagne, racconta agli ospiti i segreti del suo prodotto unico.

A sin., un momento conviviale tra Roberto De Zorzi, Ceo di Iniziativa Venete, e Angelo Rizzi, DG di Palazzo Venart

