

NOTIZIE DAL MONDO DEI VIAGGI E DELL'OSPITALITÀ

In questo spazio editoriale dedicato all'emergenza Covid-19, Master Meeting si fa portavoce degli operatori del sistema ricettivo italiano, pubblicando i loro messaggi, istanze, iniziative e appelli volti alla tutela e alla ripartenza del settore.



Il "Grazie di Cuore" di Best Western all'Ospedale Papa Giovanni di Bergamo

Con l'iniziativa "#graziedicuore" la Catena Best Western ha deciso di ringraziare e mandare un pensiero positivo a medici e infermieri dell'Ospedale Papa Giovanni di Bergamo che da mesi svolgono un lavoro enorme in condizioni critiche in una delle zone più severamente colpite dall'epidemia in Italia, offrendo a tutto il personale sanitario 3000 soggiorni in tutti i 180 hotel



del Gruppo presenti in 120 destinazioni italiane. Sarà possibile prenotare i soggiorni a partire dalla fine dell'emergenza, quando sarà possibile tornare a viaggiare, fino al 31 dicembre 2021.

L'operazione è stata realizzata in partnership con Cesvi, Onlus che opera a supporto dell'ospedale fin dall'inizio dell'emergenza e che già nel mese di aprile ha garantito 700 mila dispositivi di sicurezza, 500 respiratori e attrezzature mediche urgenti per sostenere gli operatori sanitari e le persone in cura nella struttura sanitaria, oltre a supportare gli anziani soli attraverso servizi socioassistenziali a domicilio.

«Noi albergatori Best Western, da nord a sud, vogliamo regalare un pensiero per il domani e offrire quello che sappiamo fare meglio: la nostra ospitalità», ha dichiarato Walter Marcheselli, Presidente di Best Western Italia. «Il nostro settore è stato molto colpito da molte chiusure: riaprire i nostri alberghi ripartendo con questi specialissimi ospiti è per noi motivo di gioia e orgoglio». Marcheselli continua così: «L'altissimo esempio di abnegazione e sacrificio di medici, infermieri e di tutto il personale sanitario ispira tutti noi, ci rende immensamente riconoscenti e fieri. Il nostro è un piccolo gesto, ma vuole esprimere un'immensa stima verso chi è in prima linea». Si può sostenere la campagna di Cesvi a questo link: <https://www.cesvi.org/andratutto-bene/>

Blastness insieme agli albergatori per contrastare l'impatto negativo del Coronavirus sul turismo

«Operiamo da sempre non come fornitori, ma come partner del business degli hotel che lavorano con noi», dice Andrea Delfini, Founder & CEO Blastness Srl. «Tengo personalmente a dirvi che, ancor di più in momenti difficili come questo, vi siamo concretamente vicini e mettiamo a disposizione tutte le nostre risorse e tutte le nostre capacità



per minimizzare i danni nel presente e per farsi trovare pronti a cogliere al meglio il recupero non appena ci saranno i primi segnali di ripresa. Il team Blastness ha individuato 3 aree di intervento: incentivare nuove prenotazioni, limitare le cancellazioni delle prenotazioni in essere, comunicare in modo appropriato tramite i propri canali.

Per quanto riguarda la prima è fondamentale garantire massima flessibilità alla prenotazione ed evitare restrizioni, stimolare mercati specifici attraverso attività strategiche e promozionali ed evidenziare le proposte attraverso banner, pop-up, icone e messaggi nel proprio sito e nei sistemi di prenotazione. In merito alle cancellazioni, occorre, invece, mettere in atto strategie di recupero delle prenotazioni verso gli utenti che hanno cancellato o che sono in fase di cancellazione, identificando alcune aree di intervento, quali ad esempio: inserire nel sito e nel sistema di prenotazione un alert che appaia nel momento in cui l'utente clicca su "modifica/cancella una prenotazione" per invitarlo a non rinunciare al proprio soggiorno e a non effettuare la cancellazione, ricordandogli che potrà farlo secondo le policy previste, oppure per invitarlo a modificare la prenotazione per un altro periodo; inserire un testo di recovery nella mail di cancellazione in cui proporre agevolazioni su eventuali prenotazioni future; prevedere, per chi ha cancellato con penali, un voucher da utilizzare in un prossimo soggiorno; utilizzare i propri database delle prenotazioni e cancellazioni per tentativi di comunicazione diretta (nel rispetto delle norme GDPR).

Infine per quanto riguarda la terza area di intervento, la comunicazione, è utile: promuovere la destinazione e la propria offerta con messaggi positivi attraverso il proprio sito web, i canali social e attività di

mailing; diffondere immagini che dimostrino la normalità della vita sociale. Blastness è a completa disposizione, a titolo totalmente gratuito, per darvi consigli strategici e assistenza operativa. Telefono +39 0187 599737 (da lun. a ven. dalle 9 alle 13 e dalle 14 alle 18); Assistenza siti web, email, domini: assistenza@blastness.com; Helpdesk booking engine: helpdesk@blastness.com.

La risposta di MPI Italia al Covid-19: la meeting industry italiana si evolve

Lo scorso mese di febbraio l'emergenza Covid-19 ha impattato sulla meeting industry nazionale ed internazionale, il Board del Chapter Italiano di MPI Italia ha risposto all'emergenza Covid-19 con una serie di attività a supporto della Community a cominciare dalla istituzione di un tavolo interassociativo per affrontare la situazione. Forte l'appello lanciato dai capitoli italiani di MPI (Meeting Professionals International) e SITE (Society for Incentive Travel Excellence) con ADMEI (Association of Destination Management Executives International) a tutte le associazioni internazionali raccolte nell'**Events Industry Council**, voce ufficiale a livello mondiale che abbraccia le 30 associazioni di categoria dell'industria degli eventi e dei congressi. Obiettivo dell'iniziativa messa in atto dalle tre associazioni di settore è stato sensibilizzare le principali associazioni internazionali attraverso una comunicazione da diramare ai meeting & incentive professional perché si attivasse un flusso di messaggi veritieri, autentici e positivi che restituiscano all'Italia, non appena l'emergenza sarà superata, la sua reale identità di Paese sicuro e accogliente per i planner stranieri.

Pasqua di passione per l'hotellerie

Con il 95% degli alberghi chiusi in

Italia si sono bruciati, in tre giorni, 300 milioni di ricavi nel settore. Da qui l'appello accordato di Confindustria Alberghi alle istituzioni con la richiesta di un provvedimento immediato sui canoni di affitto per gli immobili ad uso alberghiero. «In attesa della ripartenza graduale, le aziende già guardano all'organizzazione dell'offerta alberghiera in osservanza con le nuove esigenze di rispetto del distanziamento sociale» dicono in Confindustria Alberghi. «Regole chiare e certe saranno fondamentali per restituire fiducia al mercato e serenità agli operatori ed agli ospiti».

Gli albergatori al lavoro per la ripartenza

Alberghi chiusi a Pasqua ma c'è chi resiste e si schiera in prima linea per l'emergenza Covid-19, mettendo a disposizione le proprie camere, in attesa di riaccogliere i turisti. «Lo scorso anno sono stati oltre 21 milioni i concittadini in viaggio per la Pasqua, registrando un giro di affari complessivo di circa 8 miliardi di euro», dice Bernabò Bocca, presidente di Federalberghi. «Oggi, invece, a causa delle conseguenze disastrose che la pandemia da coronavirus ha provocato al nostro comparto, possiamo solo rilevare che non avremo nessun movimento né potremo comunicare il conseguente giro d'affari di tutta la filiera turistica, così essenziale per il benessere del Paese. Tuttavia la voce accoglienza resiste nel settore ricettivo. Sono moltissimi gli albergatori che nelle regioni italiane hanno messo a disposizione le proprie strutture in questa drammatica circostanza. Come del resto è già successo in passato in occasione del terremoto, la Federalberghi non ha mai fatto mancare il suo sostegno nei momenti di maggior emergenza per il Paese. Su tutto il territorio oggi ferve un cordone umanitario da parte della nostra

federazione, che opera in sintonia con tante altre risorse della comunità civile per dare ricovero ai malati lievi costretti alla quarantena, ai medici ed agli infermieri che si trovano a dover operare nei vari presidi ospedalieri. Ho sempre sostenuto che il nostro Paese dia il meglio di sé nei momenti più difficili. Abbiamo saputo, tutti, essere uniti nel contenimento del male. Pensiamo a quale potenziale avremmo restando uniti per il bene e per la nostra ripresa».

Ma se si pensa a un ritorno seppure graduale alla normalità, con italiani in viaggio per le vacanze ad agosto, è fondamentale – ha sottolineato – è sempre lo stesso Bocca, durante un'intervista trasmessa a Focus Economia da Radio24 – che l'hotel non si presenti come un ospedale.

«Se ci saranno le condizioni per aprire in sicurezza noi vogliamo e siamo pronti a farlo, se viceversa dovremo avere dei protocolli degli istituti dei medici che trasformano gli alberghi in ospedali non vale neanche la pena aprirli», ha dichiarato Bocca, considerato anche che gli adeguamenti ai protocolli di sicurezza, come il distanziamento sociale, comporteranno costi aggiunti importanti per le strutture, «Pensiamo ad esempio al buffet breakfast», ha detto il presidente di Federalberghi, «se un hotel ha 160-180 clienti, ci vorrebbe un campo da calcio per far fare colazione a tutti mantenendo la distanza di sicurezza. Sarà dunque necessaria o una turnazione, o il servizio in camera, tutte cose che costano». Nel frattempo l'Associazione auspica l'adozione di una politica tariffaria in linea con la capacità di spesa del mercato italiano inferiore a quello altospeso internazionale a cui eravamo abituati, una cancellation policy più elastica e il differenzamento delle scadenze fiscali per gli alberghi, oltre che il bonus vacanze

da detrarre dalla dichiarazione dei redditi.

Qualifica professionale in Meeting & Event Manager

In collaborazione con Federcongressi & Eventi, MPI Italia ha lavorato al tavolo tecnico per il progetto di norma UNI dal titolo *Attività professionali non regolamentate - Meeting and Event Manager - Requisiti di conoscenza, abilità e competenza*, la cui inchiesta pubblica si è conclusa il 7 aprile u.s. La norma individua, in conformità al Quadro europeo delle qualifiche i requisiti di conoscenza, abilità e competenza e i compiti del **Meeting and**



Event Manager in relazione alle principali fasi che compongono il processo di lavoro gestito: presidio del mercato, progettazione, organizzazione pre-evento, svolgimento dell'evento e gestione post evento. La valutazione di conformità alla norma sarà riconosciuta da organismi di certificazione a seguito di prove di esame, supervisionate da esaminatori riconosciuti, che attestino le conoscenze, le abilità e le competenze dei candidati.

Ok per i buoni vacanze ma occorre un cambio di passo

Confindustria Alberghi, nell'esprimere apprezzamento per l'iniziativa messa in campo dal Ministro Franceschini e il Sottosegretario Bonac-

corsi, in merito ai buoni vacanze, fa sapere che «questi ultimi devono, però, essere inseriti in un contesto più ampio che tenga conto di misure indispensabili al mondo alberghiero con il fine ultimo di far arrivare le aziende vive all'appuntamento con i turisti. Ad oggi resta ancora bloccato infatti il nodo degli affitti alberghieri, un costo che può arrivare sino al 20/25% dei ricavi e che riguarda quasi la metà delle aziende grandi, piccole e piccolissime in tutta Italia. Il sostegno alle vacanze degli italiani è una soluzione utile ma non il rimedio a tutti i problemi ed è fondamentale completare il quadro con misure necessarie alla sopravvivenza degli operatori che, per ripartire, dovranno investire sulla struttura per adeguare l'offerta agli attuali principi di distanziamento sociale. «Le dichiarazioni di Ursula von der Leyen relative alle prossime vacanze estive», ha detto Maria Carmela Colaiacovo, Vice Presidente di Associazione Italiana Confindustria Alberghi, «sono inaccettabili. In una fase così delicata per le persone e per le imprese, le parole vanno pesate bene. Sconsigliare oggi ai turisti di tutta Europa di pensare ad una vacanza ad agosto prossimo, senza peraltro ci sia alcuna indicazione in tal senso da parte degli esperti, è un colpo molto duro all'economia del turismo che solo in Italia vale il 13% del Pil, ma anche a tutti i cittadini europei che stanno affrontando settimane, mesi dolorosi e difficili, nella speranza di recuperare il prima possibile una vita più vera. Siamo ben consapevoli che nei prossimi mesi come operatori e come cittadini dovremo adattarci ad una nuova realtà, ma sappiamo anche che con grande impegno e senso di responsabilità le imprese del settore stanno già lavorando per essere pronte alla riapertura per accogliere ospiti a cui garantire la massima sicurezza, ma soprattutto la sereni-

tà di cui tanto più oggi, abbiamo bisogno».

Come cambieranno le abitudini di viaggio

Fintanto che il virus cirolerà, niente sarà più come prima nella nostra quotidianità, a partire dal nostro modo di viaggiare. Quando si potrà gradualmente tornare a muoversi, per gli spostamenti, si prediligerà l'auto al treno e all'aereo. Mentre, per la scelta delle destinazioni, intanto che strutture ricettive, servizi e stabilimenti balneari si attrezzano con attività di manutenzione e gestione straordinaria per rispettare le norme di sicurezza previste dall'OMS, si opterà per mete vicine, luoghi conosciuti e non troppo affollati. Assoturismo presume che frontiere e collegamenti internazionali rimarranno bloccati finché la pandemia non sarà arretrata almeno nei principali mercati turistici esteri, che dovrebbero recuperare – nella migliore delle ipotesi – solo a cominciare dal 2021. Di conseguenza il primo a ripartire sarà dunque il mercato domestico, da incentivare con provvedimenti mirati, come quello che il sottosegretario Bonaccorsi ha definito il “bonus per il turismo patriottico” destinato a chi sceglierà le località italiane per le prossime vacanze, o il bonus cash alle famiglie”, quest'ultimo al vaglio insieme al credito di imposta da usufruire nella dichiarazione dei redditi del 2021, con la proposta di assegnare circa 300 euro a fronte di una prenotazione.

Che il mercato domestico sarà il primo a ripartire lo dice anche una recente indagine effettuata lo scorso 6 aprile dalla società di marketing digitale americana Sojern sulla base di oltre 350 milioni di profili di viaggiatori. Ma i viaggi riprenderanno solo il prossimo anno, dice la ricerca Sojern, che ha analizzato migliaia di interazioni dei viaggiatori, effettuate tra l'ultima settimana di

marzo e la prima di aprile, comparandole con lo stesso periodo 2019. Il vero boom si stima arriverà sulle partenze per gennaio 2021: +148% di booking con l'Italia come destinazione, +276% verso la Francia e addirittura +500% per la Spagna. Sul fronte extra continentale, cioè i potenziali arrivi da Asia, Nord America e Oceania, il dato invece è negativo anche considerando le partenze a gennaio: Spagna -59%, Germania -57%, Italia -41% (il dato non si riferisce agli acquisti, ma alle semplici ricerche).

Fanno eccezione la Gran Bretagna (+9%) e le ricerche provenienti dal Medio Oriente verso l'Italia, che balzano invece del 129%. Sojern considera comunque i dati in continua evoluzione.

Ripresa turistica possibile con incentivi per chi viaggia in Italia

Secondo un recente report di World Capital, se gli italiani che nel 2019 hanno trascorso le proprie vacanze in Italia continuassero a farlo anche nella seconda metà del 2020 e nel 2021, e gli italiani che invece hanno viaggiato all'estero restassero in Italia, sarebbe possibile registrare 528 milioni di presenze, e compensare la scarsità di viaggiatori stranieri.

«È importante precisare che questo scenario non sarà esattamente ciò che si verificherà nel 2020», affermano gli analisti di World Capital. «Tuttavia, prendendo in esame una “situazione estrema”, è possibile valutare l'impatto positivo che il turismo nostrano, opportunamente aiutato da sgravi fiscali e incentivi, potrebbe avere nella situazione di emergenza attuale».

In termini di spesa, tuttavia, l'effetto non sarebbe altrettanto potente. Sempre secondo gli analisti di World Capital, «se tutto ciò che hanno speso i turisti italiani all'estero nel 2019 rimanesse su ter-

ritorio nazionale, non sarebbe sufficiente a compensare i quasi 45 miliardi di euro di spesa turistica degli stranieri. Ma, considerando che nei mesi di gennaio e febbraio il turismo straniero in Italia non è stato vittima dell'emergenza Covid-19, si può supporre che il 10% della spesa turistica annua sia entrato nelle casse italiane, per un valore stimato di 4,4 miliardi di euro. Se tutti gli italiani diretti verso l'estero nel 2019 viaggiassero in Italia nel 2020, apporterebbero 27 miliardi e sarebbero in grado di limitare le perdite complessive del settore a 12,6 miliardi di euro. Se lo stesso comportamento si avesse nel 2021, il bilancio finale potrebbe essere forse positivo».

Per valutare l'impatto città per città, lo studio di World Capital ha poi preso in esame i capoluoghi di regione ed alcune altre città ritenute significative dal punto di vista turistico. Dall'analisi emerge che le più colpite dall'impatto Covid-19 potrebbero essere le grandi città dove il turismo internazionale è considerevolmente più sviluppato di quello domestico, in considerazione del fatto che i turisti stranieri saranno impossibilitati a raggiungere l'Italia per buona parte del 2020. Per le grandi città sarà dunque determinante prevedere una politica ad hoc per incentivare, anche qui, il turismo domestico. Intanto la voglia di viaggiare non manca. Da un sondaggio di Confturismo-Conftcommercio, realizzato in collaborazione con Swg, è emerso che la metà degli intervistati dichiara di voler fare una vacanza appena l'emergenza sanitaria finirà e l'83% degli italiani la farà in Italia; il 16% teme invece di non avere una disponibilità economica sufficiente per viaggiare e il 44% lo farebbe se potesse detrarre parte del suo costo. Il sentiment dei turisti risulta dunque propositivo e predisposto a muoversi all'interno del Bel Paese.