

FUTURO E INNOVAZIONE

TRASFORMARE IL TURISMO D'AFFARI

Quali strategie per rilanciare il settore alberghiero? Le risposte in un recente rapporto che illustra le ultime sfide.



ISTOCK

Il progetto «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» ha identificato fattori chiave per aiutare gli albergatori a riposizionarsi.

Alain Becker, direttore dell'Associazione romanda degli albergatori (ARH)

Un tempo semplici luoghi d'alloggio, in questi ultimi anni gli alberghi hanno adottato nuove tecnologie per adattarsi allo stile di vita odierno. Molti di essi propongono ormai una gamma di servizi che in precedenza erano considerati secondari: ristoranti, visite organizzate, wellness, ecc.

Dopo la brusca battuta d'arresto durante la pandemia, l'industria alberghiera urbana deve continuare a reinventarsi e immaginare nuovi modelli economici per restare competitiva. Il settore ha bisogno di compen-

sare il calo dei pernottamenti di chi viaggia per affari, dovuto alla generale diffusione del telelavoro e alla diminuzione del numero di eventi e trasferte professionali.

Avviato nel 2020 e sostenuto da Innoutour, il progetto «Avenir de l'hôtellerie d'affaires urbaine» ha stimolato una riflessione a tutto campo sulle difficoltà degli addetti ai lavori. Nel rapporto pubblicato a fine maggio 2022 i responsabili del progetto, l'Associazione romanda degli albergatori (ARH), la Scuola alberghiera di Losanna (EHL) e l'HES-SO Vallese tratteggiano soluzioni concrete per aiutare gli albergatori a riposizionarsi e generare nuove fonti di reddito.

QUATTRO ASSI PORTANTI

Nel corso di alcuni workshop i partner del progetto hanno riunito i tanti protagonisti del settore alberghiero e individuato quattro aspetti determinanti: l'accoglienza degli ospiti, il luogo di lavoro e il fatto di considerare l'albergo come un «polo sociale» o ancora come una destinazione a sé stante.

L'albergo può offrire una maggiore flessibilità, proponendo per esempio ai suoi ospiti camere o alloggi indipendenti per lunghi soggiorni. La struttura può anche prevedere spazi di lavoro attrezzati con il materiale necessario per chi non dispone di un ufficio privato o svolge la propria attività in telelavoro, trasformando le camere d'albergo in uffici diurni o in spazi di coworking.

DOPO LA BRUSCA BATTUTA D'ARRESTO DURANTE LA PANDEMIA, L'INDUSTRIA ALBERGHIERA URBANA DEVE IMMAGINARE NUOVI MODELLI ECONOMICI PER RESTARE COMPETITIVA.

Pensato come un «polo sociale», l'albergo punta insomma a una maggiore interazione per diventare un luogo di accoglienza per la popolazione locale. In questo modo aumenta la propria visibilità e può diversificarsi per generare ulteriori entrate. Infine, l'hotel può distinguersi grazie a offerte di wellness o di convalescenza, con esperienze o eventi specifici riservati ai pazienti. Può anche mirare a una clientela finora poco valorizzata, come le famiglie, proponendo per esempio camere adatte a queste ultime, mini asili nido o pasti per i bambini.

PANORAMA

Punti forti

I risultati del progetto sono pubblicati sotto forma di «playbook» in francese, tedesco e inglese e possono essere scaricati dal sito web: <https://www.futureofbusinesshotels.org/studiesnews>.

Contatto

Alain Becker, direttore dell'Associazione romanda degli albergatori (ARH) becker@hotellerieromande.ch