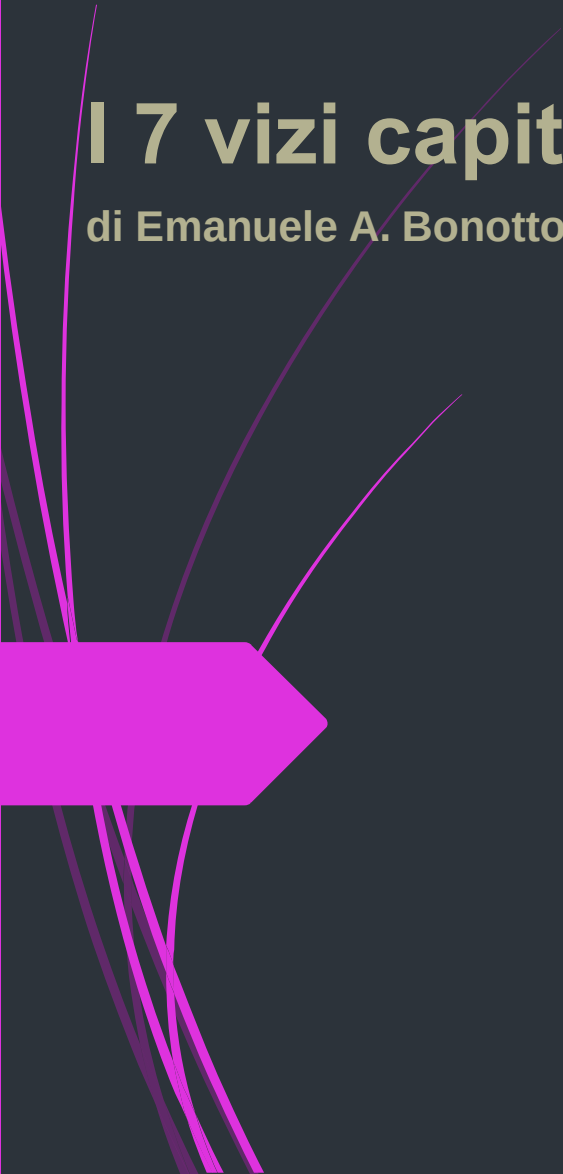
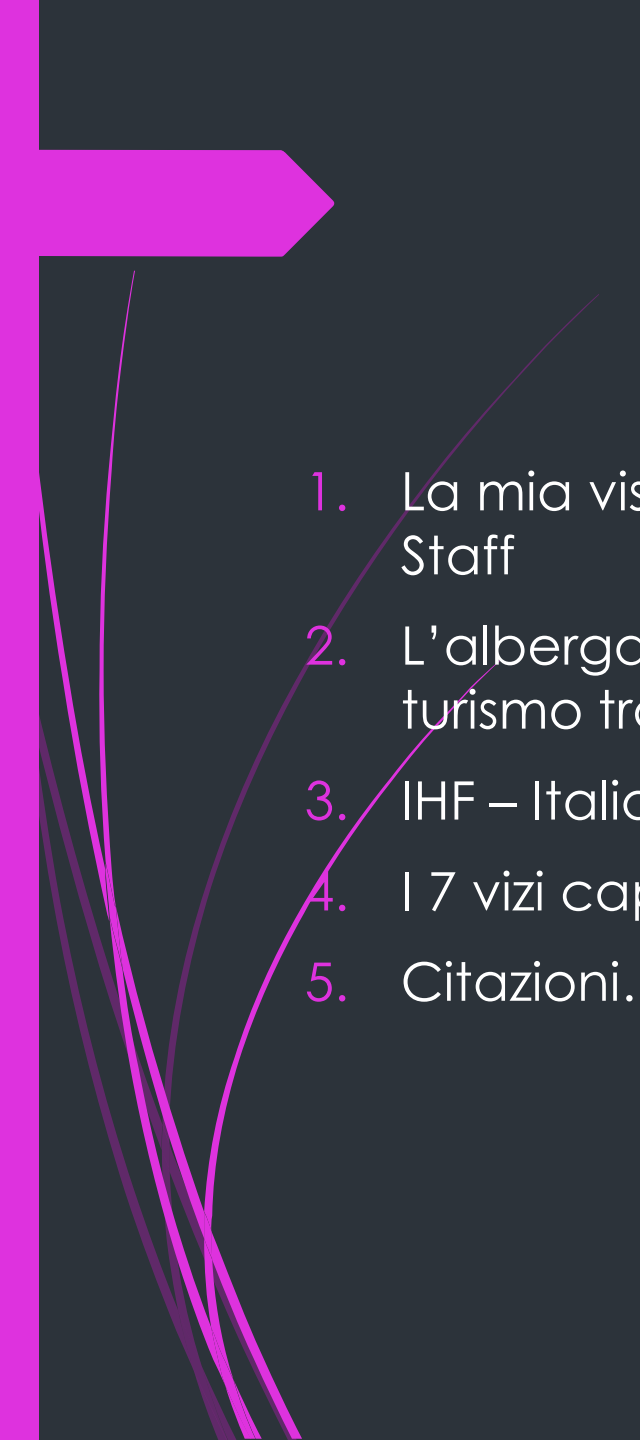




I 7 vizi capitali dell'accoglienza e non solo

di Emanuele A. Bonotto

Erba, 19 novembre 2019

- 
1. La mia visione del turismo moderno: il territorio, il cliente, i competitors, lo Staff
 2. L'albergatore moderno: turismo responsabile & solidale, turismo esperienziale, turismo trasformativo e human touch
 3. IHF – Italian Hotels & Friends
 4. I 7 vizi capitali dell'accoglienza
 5. Citazioni....

1. La mia visione del turismo moderno

Il territorio

- Non solo camere e struttura ma piuttosto l'albergatore, la sua storia e tradizione, il suo sogno, la sua visione
- Il valore aggiunto: essere ambasciatore del territorio
- L'albergatore come prima scelta, come riferimento;
- L'hotel con una serie di microservizi che gli ruotano intorno
- Vendere ospitalità diffusa con al centro l'albergatore
- Il turismo è il primo anello di una catena produttiva
- Tutti i settori sono collegati da un fil rouge. Non ci sono più reparti stagni: turismo = commercio = industria = artigianato = agricoltura = enogastronomia
- Responsabilità sociale: ricevi = devi dare / restituire

1. La mia visione del turismo moderno

Il Cliente

- Se lui è contento anche noi lo siamo
- Le sue aspettative sono il nostro obiettivo: il **Re Cliente**
- Noi sviluppiamo l'offerta per incontrare i suoi bisogni
- Il cliente va soddisfatto perché ci ha scelto e ripone in noi le sue aspettative, denaro & tempo
- **You sell what you produce or you produce what you sell?**
- Lì fuori c'è una giungla di offerte e soluzioni tutte a loro modo uniche e particolari: penetrare il mercato è difficile
- Dobbiamo ricordarci i fondamentali: qualità e professionalità sono scontati
- TIPS:
 - *Quando io apro le porte del mio albergo ai clienti ho sempre in mente un atteggiamento che cerco di trasferire alla mia equipe: non fare agli altri quello che non vorresti venisse fatto a te o meglio fai agli altri quello che vorresti fosse fatto a te.*
 - Mi piacerebbe arrivare in un luogo e essere consigliato sui migliori posti per mangiare, visitare, acquistare?
 - Mi piacerebbe essere ricevuto con un sorriso?
 - Mi piacerebbe che mi aiutassero nelle mie scelte?

Allora facciamolo anche noi

1. La mia visione del turismo moderno

I competitors

- ▶ Territorio e Cliente non sono gli unici riferimenti: per vincere dobbiamo guardare ai competitors
- ▶ Distinguersi è essenziale sia per il territorio che per l'albergatore
- ▶ Distinguersi è la parola chiave.
Si vince solo nella testa delle persone: pochi obiettivi ma ben chiari
- ▶ Se l'unica leva rimane il prezzo perdiamo: c'è sempre chi è più basso
- ▶ *Se sei primo lo rimani per molto tempo*
- ▶ Non guardare cosa è andato bene nel passato ma cosa potrebbe andare bene nel futuro
- ▶ L'innovazione: o **la guardi** che accade, o **la commenti** che è accaduta o **la fai**
- ▶ **Be different, be better**

1. La mia visione del turismo moderno

Lo Staff

- ▶ Molte volte ce ne dimentichiamo. Ma lo staff è quello che fa l'azienda. È un lavoro di squadra e tutti hanno un ruolo ben definito e importante
- ▶ Tutti i ruoli all'interno di un'azienda hanno pari dignità. Come in una squadra di calcio o basket o altri sport: non vince il giocatore individuale anche se bravissimo ma vince la squadra
- ▶ Tutti devono far parte e sentirsi parte del progetto
- ▶ Non tutti vogliono vincere in termini di soldi o posizioni e successo. Ma tutti vogliono vincere in termini di pace, tranquillità e benessere personale
- ▶ Ascoltare e chiedere opinioni è molto importante: il confronto aiuta molto
- ▶ Siamo diversi per sensibilità, priorità e buon senso... allora dobbiamo parlare per non lasciare solo nessuno
- ▶ Nelle situazioni difficili non focalizziamoci sul problema ma sulle possibili soluzioni
- ▶ **Difficoltà = opportunità**
- ▶ Quello che facciamo con il cliente facciamoolo anche con il team
- ▶ Bisogna formare il lavoratore che possa andar via quando vuole ma trattarlo in modo che voglia restare

2. L'albergatore moderno

Turismo Responsabile & Solidale

- Definizione: il turismo sviluppato su principi di giustizia sociale ed economica, nel rispetto dell'ambiente e delle culture, cioè riconoscere la centralità della comunità locale e il suo diritto ad essere protagonista del proprio territorio. Ancora una volta parliamo di Genius Loci
- Tutti siamo attori protagonisti:
 - **Il turista**
 - **L'agenzia/TO**
 - **La comunità ospitante**

Nessuno deve prevalere sull'altro: dinamiche basate sul **rispetto** e sul preservare gli **equilibri**
- Esempio: l'ecoturismo non deve essere fine a se stesso, cioè se riduciamo questo termine al solo rispetto dell'ambiente, non è turismo responsabile/sostenibile. L'ecoturismo è: ambiente + elemento umano e sociale (rispetto dei lavoratori)

2. L'albergatore moderno

Turismo Esperienziale

- Chi viaggia non vuole solo l'hotel bello e il servizio adeguato ma cerca esperienze. Possiamo avere la struttura più bella del mondo ma in una destinazione senza appeal rimarrà sempre vuota
- Prima il turista sceglie cosa vuole fare e poi sceglie l'hotel: Può cercare esperienze di sport, arte, cultura, enogastronomia, in base a queste necessità decide dove andare, decide il luogo e sceglie l'hotel
- Ancora una volta un forte legame con il posto e l'albergatore: **Genius loci**

2. L'albergatore moderno

Turismo Trasformativo

- Oggi chi viaggia cerca più qualità che quantità, più socialità e servizi prodotti in linea con i propri valori
- Ogni viaggio ci deve trasformare, lasciare un bagaglio anche spirituale rinnovato per la crescita personale e professionale
- Questa idea di turismo trasformativo va di pari passo con il nuovo concetto di capitalismo

Il capitalismo moderno come immaginato fino ad oggi, non vale più, non funziona, ci vogliono cambiamenti profondi. Non si può più perseguire solo il profitto e l'utile, bisogna pensare e tener conto dei propri clienti e dipendenti

Equilibrio sociale: un ricco può godere della sua ricchezza solo se non c'è malessere sociale (vedi film Joker)

- Tutti siamo in cammino: il turista per scoprire, nella vita per migliorarci, nell'ospitalità per aprire le porte, anche quelle del cuore

2. L'albergatore moderno

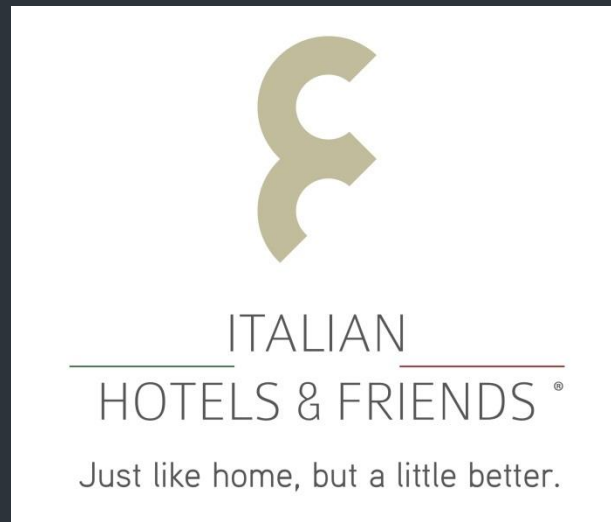
Human touch

- ▶ Quello dell'albergatore è il lavoro più bello del mondo: ti consente di girare il mondo senza muovere un passo. Incontri colori, religioni, culture e persone di tutti i tipi: una ricchezza incredibile
 - ▶ Usare molta **empatia** e mettersi nelle “scarpe” dei clienti
 - ▶ Mai lasciare nulla al caso, siamo sempre in cammino e in trasformazione
 - ▶ Il buon senso non basta più. Bisogna essere preparati, sapere di marketing, di management, di financing, di banking, di human resources, etc..
- Bisogna studiare, studiare e studiare continuamente**
- ▶ Sempre più in un mondo dominato dalle tecnologie abbiamo bisogno di attenzione, di sorrisi, di gentilezze, di umanità e noi albergatori abbiamo questo difficilissimo compito: *far star bene le persone*

3. IHF – Italian Hotels & Friends **L'inizio di una nuova era**

Con le prerogative appena menzionate, 3 anni fa circa, insieme a 7 albergatori amici con i quali si condividono tutte queste visioni e modi di fare turismo,

è nata IHF: la prima rete di strutture alberghiere indipendenti 100% made in Italy





3. IHF – Italian Hotels & Friends

IHF è nata dalla volontà di promuovere la vera ospitalità italiana attraverso...

Imprese familiari
collegate fra loro



Territorio

Qualità



Servizio

Passaparola



Professionalità

Tradizione



3. IHF – Italian Hotels & Friends

Il ritorno al passaparola



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS®
Just like home, but a little better.

- ❖ **Fiducia nell'albergatore = fiducia nei suoi consigli
= ascolta i suoi suggerimenti poiché nati da un
rapporto personale**



3. IHF – Italian Hotels & Friends

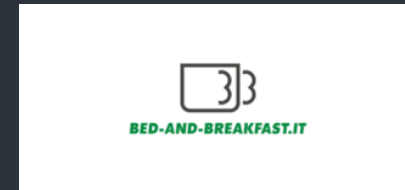
La nostra filosofia

Negli hotel IHF il Viaggiatore troverà sempre:

- ➔ L'albergatore in prima persona che ti dà il benvenuto e ti accoglie nella sua "casa".
Un nome, una faccia, non una figura astratta!
- ➔ Un clima ed un'accoglienza rilassati e familiari; una cultura dell'ospitalità di lunga tradizione.
- ➔ Consigli preziosi su come trascorrere al meglio il soggiorno nella località scelta attraverso suggerimenti che vanno oltre il normale circuito turistico e che rispecchiano lo stile di vita dell'albergatore (es. riferimenti di locali, negozi, ristoranti, eventi, noleggi, etc) e che permetteranno di vivere un'esperienza territoriale vera!
- ➔ PLUS: #unione #club #incubatore di idee/innovazione #senso #collante #valore #intelligenza #condivisione



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS[®]
Just like home, but a little better.



3. IHF – Italian Hotels & Friends

Il valore dell'appartenenza



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS *
Just like home, but a little better.

Crescita individuale e aziendale

Attraverso:

- lo scambio dati ed esperienze
- l'aggiornamento sull'evoluzione dei trend di mercato
- corsi di formazione
- continuo confronto
- supporto reciproco
- Incubatore di idee e formazione
- creazione di un gruppo di fornitori amici

3. IHF – Italian Hotels & Friends

L'unione fa la forza ma soprattutto ci da forza



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS®
Just like home, but a little better.

1. **IHF è una visione di turismo moderno**
2. **IHF non è solo camera e hotel ma piuttosto albergatore, la sua storia, territorio ed esperienza**
3. **IHF è 'Totally Customer Oriented': cultura del sorriso e offerta dei vari plus per rendere più sexy il soggiorno nell'hotel nella destinazione prescelta**
4. **IHF è una rete nazionale di persone che collaborano e condividono**
5. **IHF è l'ospitalità degna delle vere tradizioni italiane**



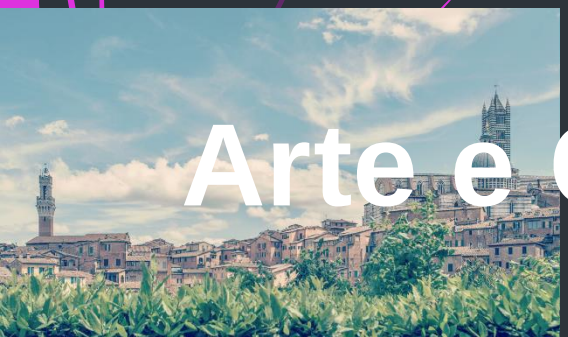
3. IHF – Italian Hotels & Friends Le 8 destinazioni



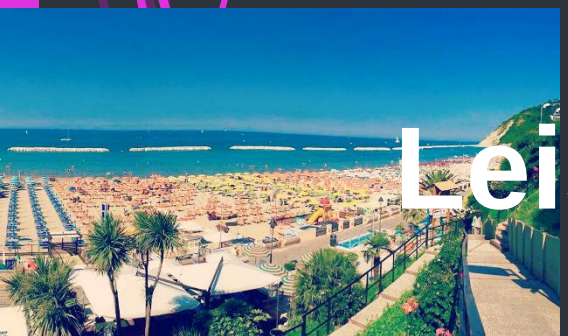
ITALIAN
HOTELS & FRIENDS®
Just like home, but a little better.



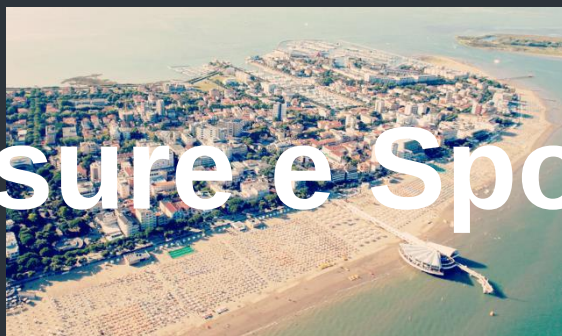
Business



Arte e Cultura



Leisure e Sport



3. IHF – Italian Hotels & Friends

Gli 8 ambasciatori



Emanuele A. Bonotto
Ospitalità Bonotto,
Desenzano d/G



Andrea Camesasca
Il Corazziere,
Merone



Mauro Murgia
Caesar's Hotel,
Cagliari



Alba Pellegrini e Marco Leardini
Hotel Nobel,
Gabicce Mare



Fabio Dadati
Casa sull'albero & Hotel Promessi Sposi,
Malgrate



Federico Bianconi
Hotel Grotta Azzurra,
Norcia



Marco Bianciardi
Hotel Athena,
Siena



Enrico Salvadori
Hotel Monaco,
Lignano S.



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS^{*}
Just like home, but a little better.



JUST LIKE HOME, BUT A LITTLE BETTER.

IHF è una rete di hotel indipendenti, 100% made in Italy, fondata da albergatori legati da profonda stima, amicizia e da una professionalità di lunghissima tradizione.



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS *

3. IHF – Italian Hotels & Friends

- 8 HOTELS
- 420 ROOMS
- 850 POSTI LETTO
- 220 DIPENDENTI
- 14 MILIONI DI EURO DI FATTURATO
- 8 BAR
- 9 RISTORANTI
- 14 SALE MEETING
- 4 PISCINE
- 3 SAUNE
- 3 PALESTRE
- 1 SPIAGGIA PRIVATA
- 3 PUNTI RICARICA AUTO ELETTRICHE



ITALIAN
HOTELS & FRIENDS *

Just like home, but a little better.

4. I 7 vizi capitali dell'accoglienza

Sono l'elenco delle inclinazioni profonde morali e comportamentali dell'animo umano, spesso e impropriamente chiamati anche peccati capitali

- Similitudine/parallelo tra sacro e profano: fortemente stimolante e significativo
- Fare l'albergatore è una missione, è un donarsi
- La religione cattolica consiglia modi per vivere bene in pace con noi stessi e il prossimo
- I vizi sono la rappresentazione delle debolezze "si sa che la gente da buoni consigli se non può più dare il cattivo esempio"
- Ma attenzione, i 7 vizi possiamo guardarli dalla nostra parte come albergatori ma declinarli anche sui nostri clienti. **L'empatia può essere la chiave**

4. I 7 vizi capitali

1. Superbia: Il desiderio di essere superiori
2. Avarizia: scarsa disponibilità a donare ciò che si possiede
3. Invidia: tristezza per il bene altrui
4. Ira: desiderio di vendicare un torto subito
5. Gola: esagerazione nei piaceri della tavola
6. Lussuria: desiderio del piacere sessuale fine a se stesso
7. Accidia: inerzia nel vivere e compiere opere di bene

4. I 7 vizi capitali dell'accoglienza

Proviamo ora a declinarli nella vita alberghiera

1. **Superbia:** mai sentirsi superiori a nessuno, né ai colleghi né ai clienti, non si finisce mai di imparare e non esiste il meglio, esiste la diversità
2. **Avarizia:** La nostra è una missione. La vita è un dono e noi dobbiamo donare: è nel dare che si riceve, è nel perdonare che si viene perdonati. È morendo che si resuscita a vita eterna (San Francesco)
3. **Invidia:** non possiamo permettercela, il benessere altrui è quello a cui dobbiamo mirare, quello dei clienti, collaboratori, dei partner quello del prossimo
In fin dei conti l'invidia è una forma di ammirazione
4. **Ira:** altro sentimento dal quale l'albergatore deve star lontano. Dobbiamo controllare sempre i nostri stati emotivi. Il cliente non può subire le nostre emozioni, e per controllare queste ci vuole molta maturità e conoscenza di noi stessi
5. **Gola:** di tutto un po', perché il troppo stroppia. Anche il modo di mangiare sta cambiando e stiamo diventando tutti più attenti e sensibili, meno junk food, più bio, più pasti al giorno
Il nostro corpo è come una macchina. Noi siamo ciò che mangiamo
6. **Lussuria:** ops, questo è un argomento delicato. Noi offriamo sogni e benessere
7. **Accidia:** malinconia e inerzia non possiamo permetterceli. Dobbiamo essere propositivi e costruttivi, offrire emozioni per la gioia del viaggio

4. I 7 vizi capitali dell'accoglienza

Facciamo un gioco: i 7 vizi in Europa

1. **Superbia:** Parigi (Francia) - *la Grandeur!*
2. **Avarizia:** Helsinki (Finlandia) - *costo della vita alto... ma pensate anche alla Scozia*
3. **Invidia:** Zurigo (Svizzera) – più che provarla la provocano *la subiscono* a causa o grazie alla loro ricchezza, precisione, benessere
4. **Ira:** Londra (Inghilterra) – *colonialismo e Brexit*
5. **Gola:** Madrid (Spagna)- in verità è l'Italia ma *un'alternativa eccellente è la Spagna. Simili per piacere, simpatia, ospitalità*
6. **Lussuria:** Praga (Czech Republic) – *da sempre conosciuta per gli svaghi sessuali – night club, big sister, show park o museo del sesso*
7. **Accidia:** Roma (Italia). *Abbiamo tutto: montagne, mare, arte, cultura, eno-gastronomia. Questo ci porta a volte a esser pigri nel viaggiare perché il nostro è il paese più bello del mondo*

5. Citazioni....

La crescita sta nell'affrontare il cammino, non nel traguardo

Dio è come l'ospite, può entrare certo, se gli aprite la porta

Vale più una cosa fatta che cento da fare

Le persone con le quali scegli di stare possono metterti le ali o il piombo in tasca – la scelta è sempre tua

Dobbiamo accettare le cose per poterle cambiare

Credete che qualcosa di straordinario sia sempre possibile

Credere non è fidarsi, amare non è sopportare, accontentarsi non è vivere

Solo i principianti cercano l'ispirazione, gli altri si rimboccano le maniche e lavorano

Non siamo padroni di nulla, siamo solo custodi

Se un sogno ha tanti ostacoli significa che è quello giusto

Le conseguenze non sono coincidenze

Comincia ad essere oggi ciò che vuoi essere domani

Siamo tutti artefici del nostro destino

Il mio obiettivo non è essere migliore di qualcun altro ma essere migliore di come ero

Il successo è un'abitudine

Se non lavori per i tuoi sogni qualcun altro ti farà lavorare per i suoi

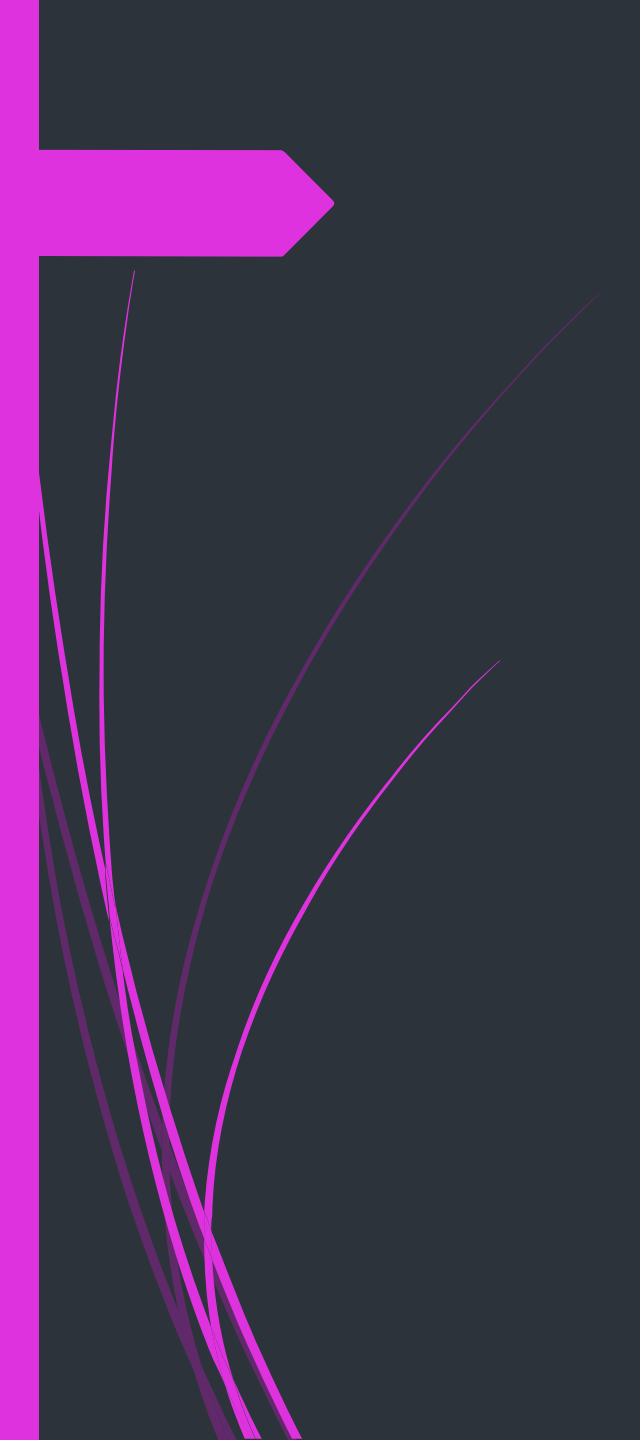
Sognare è una forma di pianificazione

Il perdono concilia l'anima e rinforza lo spirito

Guarda le cose non per come sono ma per come potrebbero essere

Il successo non è finale, l'insuccesso non è fatale

Tra 20 anni non sarete delusi dalle cose che avete fatto ma di quelle che non avete fatto. Allora levate le ancore, abbandonate i porti sicuri, catturate il vento nelle vostre vele, esplorate, sognate, scoprite

A decorative graphic on the left side of the slide, featuring a solid blue arrow pointing right and several thin, curved blue lines that sweep upwards and to the right.

GRAZIE !