



NATURAL DESTINATION



DA 3000 ANNI LA SORGENTE TERMALE
PIÙ FAMOSA D'ITALIA

Immerso nella natura incontaminata della Maremma toscana
il nostro Resort ti attende con nuove camere e spazi
per una rigenerante vacanza
all'insegna del benessere e della sicurezza.

GRAND RE-OPENING 3 SETTEMBRE 2020

A MEMBER OF

THE LEADING HOTELS
OF THE WORLD®


VIRTUOSO
SPECIALISTS IN THE ART OF TRAVEL

termedisaturnia.it

STARHOTELS
COLLEZIONE

Tra le misure auspiccate una politica fiscale più favorevole e prestiti accessibili per viaggiare

PIÙ LOCAL, MENO GLOBAL

Le linee guida dell'Unwto per rilanciare il turismo

TESTI DI CARLO BUONAMICO

Messo a dura prova dalla pandemia, il turismo internazionale si prepara a fare i conti con un bilancio 2020 piuttosto pesante: perdite tra 910 miliardi e 1,2 trilioni di dollari in termini di export e una riduzione dei turisti internazionali compresa tra gli 850 milioni e l'1,1 miliardi di unità. Senza contare la possibile perdita di 100-120 milioni di posti di lavoro. In termini percentuali l'Organizzazione Mondiale del Turismo (Unwto) stima che i flussi di turisti internazionali potrebbero registrare un decremento compreso tra il 60 e l'80 per cento a seconda di come procederanno le riaperture delle frontiere tra Paesi nel corso dei prossimi mesi.

Anche senza focalizzarsi sullo scenario peggiore, ciò significa che per favorire la ripartenza del turismo occorrerà dare impulso in primis a quello domestico. A patto di riuscire a infondere nuova fiducia a famiglie e gruppi di amici sulla garanzia di salubrità delle strutture ricettive e dell'ospitalità in generale.



Le Dolomiti (sopra) e le Cinque Terre (a destra), due mete possibili per una vacanza made in Italy.



La possibile ricetta su come agire per tentare di riportare il turismo ai fasti del passato viene proprio dal Unwto, che ha recentemente pubblicato linee guida che possono venire in soccorso degli operatori di tutti i Paesi impegnati per il rilancio di questo comparto.

LAVORARE SU MARKETING, OFFERTA E FINANZIAMENTI

Tre le leve su cui la filiera del turismo dovrebbe agire per invertire la rotta: marketing, offerta e finanziamenti. Il turismo domestico, suggerisce Unwto, deve trovare nuove for-

mule per attrarre i viaggiatori locali. Nuovi servizi ristorativi, per esempio, con esperienze di asporto innovative, e nuovi pacchetti che promuovano la conoscenza dell'offerta locale non solo culturale ma anche enogastronomica. La creazione di collegamenti strutturati tra player anche diversi tra loro - strutture ricettive, enti

culturali, produttori di eccellenze del territorio, artigiani ecc. - potrebbe essere l'innescio virtuoso di nuovi modi di fare turismo anche in prossimità dei luoghi di residenza dei turisti. La valorizzazione di un prodotto turistico che punta sul local e non sul global può essere declinata anche in termini di sostenibilità. Che si traduce anche nell'ottimizzazione delle risorse economiche sia dei turisti che degli operatori turistici, che potranno immaginare esperienze di viaggio più brevi e meno distanti, connotate da un fortissimo radicamento nel territorio, nella sua storia e nelle sue tradizioni, la cui narrazione rappresenta lo stimolo e il cuore del viaggio stesso. Finanziariamente gli operatori devono essere sostenuti sia dall'iniezione di una buona dose di liquidità sia dall'attuazione di una politica fisco-

le depenalizzante. Lato turisti, invece, la proposta è di proporre pacchetti con pagamenti dilazionati, eventualmente anche attraverso forme di finanziamento a tasso zero.

ARMONIZZARE NORME E PROTOCOLLI

Tra le condizioni fondamentali per accelerare la ripresa del turismo internazionale l'armonizzazione dei protocolli di sicurezza e monitoraggio tra diversi Paesi è ritenuta prioritaria. A livello pratico, ciò significa che i turisti devono poter conoscere in modo chiaro i requisiti per poter uscire da un Paese ed entrare in un altro. E devono sapere prima della partenza come comportarsi e quali saranno le conseguenze sul proprio pacchetto di viaggio a seguito di un'eventuale variazione della situazione sanitaria. Anche per questo la prenotazione dei viaggi e dei pacchetti vacanze dovrà prevedere sempre più l'associazione di una copertura assicurativa a tutela del turista in caso di annullamento totale o parziale della trasferta per cause di forza maggiore. (riproduzione riservata)

Lalli (Federturismo): lente, consapevoli e sicure, sarà l'anno delle vacanze di prossimità. Ma dal governo ci aspettavamo un aiuto maggiore

«Tutti i settori hanno sofferto duramente in questa crisi, ma il turismo è quello che sta pagando più di altri». Esordisce con questa amara constatazione Marina Lalli, presidente di Federturismo, all'indomani della pubblicazione delle linee guida dell'Unwto che dovrebbero aprire prospettive di rilancio per il settore internazionale. Tra le altre premesse esplicitate suggerite dall'organizzazione mondiale c'è un'iniezione di liquidità che in Italia dovrebbe passare attraverso il Decreto Rilancio.

Domanda. Ma basterà quanto previsto?

Risposta. «Il decreto Rilancio ha previsto 4 miliardi di euro (di cui 2,4 per il bonus vacanze) per interventi a sostegno delle imprese turistiche: troppo pochi se si considera l'azzeramento dei ricavi degli operatori del settore in questi mesi. Sarebbe stato invece utile, come avevamo chiesto, avere a disposizione le somme direttamente dallo Stato sotto forma di aiuti come liquidità a fondo perduto. Visto che contribuiamo al 13% del Pil ci sarebbe piaciuto avere anche il 13% delle risorse messe a disposizione con il decreto».

D. Il rilancio del turismo potrebbe passare anche attraverso interven-

ti di politica fiscale per supportare imprese e lavoratori? Cosa chiedete al governo?

R. Nel decreto Rilancio ci saremmo aspettati interventi più concreti ed efficaci, misure di sostegno significative per un'industria che rappresenta il motore economico di intere regioni del nostro Paese. Al governo abbiamo chiesto finanziamenti immediati a fondo perduto e un aiuto forte alla fiscalità con lo stralcio delle tasse, Tari, Imu e di concessione per l'intero anno e un credito d'imposta per i prossimi 3 anni sul 50% della perdita del fatturato 2020. Così come la detassazione totale del costo del lavoro per i dipendenti stagionali e parziale per quelli fissi.

D. Aspetto fondamentale sarà riuscire a ridare la fiducia ai turisti rispetto alla sicurezza sanitaria delle strutture italiane. Quali azioni avete intenzione di intraprendere in tal senso?

R. Il turista vuole essere tranquillizzato sulla sicurezza sanitaria delle strutture e sul fatto che l'indice di contagi sia sotto controllo. Per questo abbia-

mo ritenuto fondamentale da subito elaborare insieme con UNI delle linee guida, come riferimento per tutte le imprese del turismo e come modello per garantire la sicurezza del servizio a lavoratori e clienti al momento della riapertura. Il tavolo di coordinamento «Sicurezza da Covid 19 del comparto turistico» è al lavoro.

D. Secondo Unwto la spinta iniziale al turismo nei diversi Paesi europei dovrà arrivare dal turismo domestico e in seconda battuta da quello internazionale. Una ricetta che può valere a maggior ragione per l'Italia.

R. Quest'anno più che mai sarà il Belpaese a farla da padrona. Sarà un'estate insolita, segnata dalla convivenza con il coronavirus che vedrà preferire le vacanze di prossimità, più lente, consapevoli e sicure. Già da quest'estate avrà inizio un periodo di deglobalizzazione turistica in cui si preferirà la riscoperta dell'Italia meno nota fatta di piccoli borghi e località immerse nella natura. La ricerca di spazi diventerà il valore aggiunto. A emergere, in questa nuova

competizione, saranno le destinazioni in grado di posizionarsi come mete a bassa densità turistica.

D. Dopo il lockdown che ha visto la cancellazione di molte prenotazioni, quali le previsioni per la stagione estiva?

R. Gli italiani hanno voglia di andare in vacanza e qualche turista straniero sta cominciando a riaffacciarsi. L'interesse si sta concentrando prevalentemente sul mare, in particolare quello italiano, con una preferenza per Veneto, Toscana, Campania e Puglia. Ma si opta anche per la montagna con i suoi ampi spazi.

D. Nel medio termine resteranno delle cicatrici al comparto turistico nazionale? In che tempi si rimargineranno?

R. Ormai quello che abbiamo perso non lo recupereremo più e i tempi di rientro alla normalità saranno lunghi, in particolare per la clientela internazionale che costituisce la metà del nostro mercato. Per la ripresa dei viaggi verso destinazioni più lontane dovremo attendere almeno la primavera 2021, ma in ogni caso prima di poter rivedere in Italia lo stesso numero di turisti internazionali del 2019 dovremo aspettare il 2023. (riproduzione riservata)



Marina Lalli

Viaggiare elettrico, il turismo ha un nuovo stile

Una nuova proposta unisce la formula del noleggio di e-car, l'installazione di colonnine presso hotel e location d'interesse e la visibilità dei punti di ricarica sulla mappa evway. Per provare l'emozione di guidare in modo più rilassato e sostenibile

La Fase 2 dell'emergenza Covid-19 è stata come un brusco risveglio da un sogno fatto di silenzio, di assenza di movimento (e, perché no, di smog), di smart working in cui si è gestito il tempo e il lavoro in modo diverso. Adesso inizia l'estate, si programmano (si spera) le vacanze e si prepara l'automobile per il viaggio, ma ci si prepara anche alle code sulle autostrade, agli ingorghi, allo stress, al tempo perso in macchina. Come sarebbe bello se anche le prossime vacanze fossero all'insegna di un nuovo stile di vita più rilassato e sostenibile, di un turismo più slow e rispettoso dell'ambiente e dei ritmi naturali. Il bello è che si può, anzi, lo si può sperimentare. Come? Con un viaggio "elettrico" a noleggio, all'insegna del provare per credere e della "magic experience". «Oggi moltissime persone si avvicinano alle auto elettriche con titubanza e con comprensibili remore dettate dalla non conoscenza», afferma

Massimo Alboreto, co-fondatore e direttore commerciale di NoleggioElettrico. «per questo è necessario offrire un servizio di noleggio a breve termine, che consenta di sperimentare personalmente le auto elettriche prima di acquistarle. I noleggiatori tradizionali però non sono ancora del tutto preparati per questo servizio oppure non hanno le competenze né la struttura, mentre noi forniamo al nostro cliente tutto quello che deve sapere per mettersi alla guida sereno e tranquillo».

EVWAY MAPPA I PUNTI DI RICARICA

La maggior parte degli automobilisti italiani è ancora titubante sull'auto 100% elettrica a causa dei dubbi sull'autonomia di viaggio, sulla presenza di colonnine di ricarica e sul prezzo di acquisto. Dubbi che vengono a cadere se si decide di provare l'esperienza di un viaggio "alternativo" con un'auto a noleggio e se si è dotati degli strumenti giusti per evitare di andare allo sbaraglio sulle strade. Cioè di un'App come evway, che fornisce la mappa più completa possibile dei punti di ricarica sul territorio nazionale.



zionale. Colonnine di ricarica che non si trovano soltanto in luoghi pubblici come parcheggi e strade, ma sempre più spesso presso alberghi e punti vendita della ristorazione o della grande distribuzione. Perché viaggiare in elettrico non è più una scelta da pionieri, basta vedere cosa fanno sempre più tedeschi: scendono in Italia con le loro auto elettriche per passare le vacanze nei luoghi di villeggiatura, scegliendo gli alberghi dotati di ricarica. Oppure noleggiandole direttamente in albergo.

E-CAR E OPERATORI DEL TURISMO

Da qui l'idea di Alboreto, che insieme a **Carolina Solcia, Ceo di Route220**, la startup che ha lanciato l'App evway, offre il servizio di NoleggioElettrico a tutti gli operatori del turismo, alberghi e ristoranti in primis, fornendo loro le auto per il noleggio, le "chiavi" del servizio e la visibilità sulla mappa evway utilizzata da chi guida elettrico, che specifica anche la tipologia di offerta della location. «Nessuno meglio di un proprietario di una struttura turistica che abbia in uso auto elettriche», spiega Alboreto, «ne

conosce pregi e difetti e può spiegare anche a un neofita come vivere al meglio l'esperienza. Inoltre, hotel e resort sanno bene quanto la scelta dei clienti sia spesso dettata dai servizi offerti, penso al Wi-fi, alla palestra o alla Spa. Con la nostra proposta, il servizio di noleggio di e-car e le colonnine per la ricarica diventano un valore aggiunto per l'albergo e per gli operatori del turismo, un'opportunità per entrare nel mondo dell'elettrico».

CRESCONO LE VENDITE DI AUTO ELETTRICHE

Del resto, la rivoluzione della mobilità elettrica è ormai un dato di fatto, con due tendenze che si incrociano: il noleggio e la mobilità sostenibile. Da un lato infatti, il mercato automobilistico è sempre più attento all'elettrico, con un +38,7% di immatricolazioni di vetture green lo scorso anno, pari a 256.640 auto. Nel gennaio 2020, grazie agli incentivi statali per l'acquisto di una nuova

auto elettrica si è registrato un +587% di immatricolazioni di nuove auto elettriche. Dall'altro, secondo i dati Aniasa, nel 2019 c'è stato un record storico per le immatricolazioni di auto nuove a uso noleggio: 462mila unità, +6,1% sul 2018. E allora perché non approfittare di questa occasione per viaggiare nel silenzio, scoprire itinerari e luoghi alternativi con un'auto elettrica, senza ansie da rifornimento anzi, provando al contrario un'emozione di viaggio diversa?

UN VIAGGIO NEL VIAGGIO

«Se una volta la ricarica era un problema, adesso è l'opportunità di fare un viaggio nel viaggio», sostiene Solcia. «In fondo ci si ferma anche per fare benzina, la sola differenza è che la carica elettrica dura un po' di più, ma può diventare l'occasione per fare nuove esperienze, cambiare il modo di spostarsi per il Paese, scegliere percorsi alternativi e a misura d'uomo». Per chi guida, l'App evway diventa così la guida per scoprire cosa si può fare mentre la vettura si ricarica. In teoria qualunque location può diventare un punto di ricarica per le auto elettriche e offrire, mentre si aspetta, una visita a un luogo d'interesse (Alboreto e Solcia puntano anche a questi, e sono convinti che la sosta per la ricarica in un posto attraente sia uno dei pezzi forti del progetto), un caffè o semplicemente un panorama indimenticabile.

Vuoi far parte del mondo elettrico?

La nostra famiglia allargata sta diventando sempre più grande, entra nel nostro mondo noleggiando un'auto elettrica a lungo termine e scopri tutti i vantaggi economici della nostra offerta. Per maggiori informazioni scrivi a info@noleggioelettrico.com

Sei proprietario di un albergo? Hai la possibilità di installare una colonna di ricarica in un posto magico? Diventa partner di evway! Per maggiori informazioni scrivi a info@route220.it



Nei villaggi Club del Sole le mobilhome sono attrezzate per lo smart working, con wifi e stampanti

ESTATE A TUTTO CAMPING

Relax e sicurezza, italiani conquistati dalle vacanze outdoor

DI CLAUDIA CASSINO

Flessibilità, ampi spazi aperti e possibilità di lavorare in smart working anche in vacanza, se necessario. Così gli operatori del turismo outdoor si preparano ad affrontare l'estate 2020, confortati da una serie di indicatori economici in forte crescita. Secondo i dati dell'Osservatorio del Turismo Outdoor, infatti, il settore ha registrato in Italia un fatturato di 5 miliardi di euro nel 2019 e i camping village della Penisola hanno sfiorato, nelle ultime due stagioni estive, 70 milioni di presenze totali generando un sentimento fortemente positivo nell'84% degli ospiti. Il trend italiano si inserisce in un quadro globale altrettanto favorevole, con la vacanza in plein air in crescita a livello internazionale del 13% anno su anno. E le previsioni indicano un raddoppio del volume d'affari per l'intero settore entro il 2025. L'estate 2020 sembra già offrire segnali positivi: a fronte di un decremento calcolato delle prenotazioni degli stranieri, la domanda degli italiani ha ri-



Lo Spina Camping Village a Lido di Spina (Fe)

preso vigore. «Ipotizziamo per quest'estate un calo di circa il 30-40% delle presenze straniere, che sarà tuttavia ampiamente compensato dall'arrivo dei turisti italiani», conferma **Giovanni Cavalli**, consigliere delegato di Club del Sole, scelto dal presidente Riccardo Giondi per sviluppare il più grande network italiano della vacanza outdoor con 50 milioni di euro di fatturato consolidato nel 2019 (+14% rispetto al 2018) e 2 milioni di presenze, di cui il 65% di provenienza italiana. «Da quando abbiamo riaperto,

riceviamo mediamente 2.500 mail e 1.500 chiamate al giorno da parte di persone interessate a soggiornare nelle nostre strutture. In questo momento così particolare, la vacanza all'aria aperta è diventata ancora più attrattiva perché permette di vivere un periodo di relax in villaggi immersi nella natura, all'interno di unità abitative totalmente separate e dotate di spiaggia privata, a cui si aggiungono tutti i servizi comparabili a qualsiasi altra struttura ricettiva: dalla ristorazione all'animazione,

con la possibilità di consegna a domicilio dei pasti». Gli ospiti dei villaggi Club del Sole, presenti in sei regioni (Emilia Romagna, Lombardia, Veneto, Friuli, Toscana e Abruzzo) per un totale di 15 strutture, da quest'anno avranno inoltre la possibilità di lavorare anche in vacanza, se necessario, grazie a una nuova soluzione per lo smart working. «Abbiamo deciso di andare incontro alle eventuali necessità degli ospiti attrezzando tutte le mobilhome del network con una rete wifi molto performante. Inoltre, lo staff sarà in grado di offrire supporto per la risoluzione di problemi tecnici o per l'installazione di stampanti e scanner», continua Cavalli, tra i massimi esperti internazionali di hotellerie e parchi tematici. «Flessibilità sarà la parola d'ordine per la stagione estiva 2020. Abbiamo messo a punto pacchetti che prevedono soggiorni ridotti, massima

flessibilità nell'arrivo e nella partenza, immaginando che molti italiani dovranno rimodulare le loro ferie. Garantiremo inoltre massima flessibilità anche dal punto di vista dei pagamenti, attraverso una joint venture con una startup che gestisce la rateizzazione delle quote. Per chi dovrà continuare a lavorare, invece, abbiamo pensato a uno sconto del 30% sui soggiorni superiori alle tre settimane. Così mentre i genitori lavorano, i bambini potranno comunque divertirsi in sicurezza. In totale disponiamo di 1 milione di mq di terreno, attrezzati con bungalow, mobilhome e piazzole, in località di mare e sul lago di Garda dove è stato recentemente inaugurato il Denzenano Glam Village. Nonostante lo stop di alcuni mesi, sono assolutamente ottimista sull'andamento positivo della prossima stagione». (riproduzione riservata)



Giovanni Cavalli

In vacanza con la Chic Card tra bellezze naturali e ristorazione d'alta qualità. Rigorosamente Made in Italy

Dai cosiddetti *restaurant bond* al lancio di mini-pacchetti turistici in cui la cena nel ristorante stellato diventa la tappa di un'esperienza di viaggio esclusiva. Il mondo della ristorazione cerca nuove strade per favorire la piena ripresa del settore, partendo dal presupposto che «il turismo è un grande motore per l'economia di questo Paese, soprattutto quando si intreccia con l'arte, la cultura e il patrimonio enogastronomico», commenta **Katia Piazzi**, responsabile progetti ed eventi di Chic-Charming Italia Chef, l'associazione che riunisce 120 professionisti di alto livello fra cuochi, pizzaioli e artigiani della panificazione (www.charmingitalianchef.com). Certo, la situazione è ancora in chiaroscuro. A meno di un mese dalla

riapertura di bar e ristoranti, il Centro Studi della Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi) ha rilevato in attività l'89,4% dei ristoranti, a fronte del 94,9% dei bar. Il 7,3% è in procinto di riaprire, mentre il 3,3% ha dichiarato che resterà chiuso anche nel prossimo futuro. «La situazione delle riaperture è ancora a macchia di leopardo», conferma Piazzi, «abbiamo segnali molto positivi dal Veneto e dal Trentino Alto-Adige, mentre fanno più fatica le grandi città come Milano, Torino e Roma. Va ricordato che il turismo e l'enogastronomia sono asset strategici per l'Italia e contribuiscono in maniera determinante al pil del nostro Paese. Per questo vanno sostenuti». Diversi gli interventi che l'associazione, presieduta dallo chef Angelo

Sabatelli, ha messo in campo in questi mesi per supportare i ristoratori e aiutare i produttori della filiera agroalimentare italiana. Oltre ai percorsi di formazione online rivolti agli associati durante il periodo di lockdown, a fine aprile è stata lanciata l'operazione Chic Card: si tratta dell'acquisto di un coupon (dall'importo minimo di 40 euro) da utilizzare senza limiti di tempo in uno dei locali associati Chic presenti lungo tutta la Penisola. «Abbiamo voluto dare un messaggio di positività e fare un gesto concreto per favorire la ripresa della ristorazione. L'obiettivo è proseguire con l'iniziativa anche più avanti, creando sinergie tra il mondo della ristorazione e quello delle aziende. Includiamo infatti nei menu i prodotti delle aziende partner

di Chic, per rafforzare il rapporto tra i produttori di eccellenza e i nostri ristoratori». La Chic Card rientra in un piano più ampio destinato a promuovere la ristorazione di alta qualità legandola a proposte turistiche esclusive in Italia: dal mare della Liguria ai boschi della Val di Fiemme, dalle colline delle Langhe al lago Maggiore fino alle terre di confine di Tarvisio, a pochi passi dall'Austria. «Abbiamo appena lanciato alcuni mini-pacchetti turistici dal nome Travel Experience Chic che offrono proprio una serie di proposte turistiche gourmet nel Bel Paese», conclude Katia Piazzi. «Chi acquista i pacchetti, della durata di due-tre giorni, può vivere esperienze di viaggio esclusive che culminano poi con la cena o il pranzo nel ristorante gourmet». Qualche esempio? La proposta legata allo chef Marco Sacco del ristorante Piccolo Lago di Mergozzo permette di scoprire angoli nascosti del Lago Maggiore attraverso un'escursione in barca e una battuta di pesca, il tutto completato dalla cena nel ristorante 2 stelle Michelin. Ma si può scegliere anche una tre giorni in Sicilia, ai piedi dell'Etna, tra aziende vinicole, produttori locali ed esperienze gourmet, mentre l'itinerario in Puglia prevede visite presso aziende vinicole, caseifici e piccoli produttori. E, a partire dall'autunno, si aggiungeranno itinerari in Campania, Lazio, Abruzzo e Toscana. (riproduzione riservata)



Un'esperienza gourmand sul lago Maggiore



Lo chef Marco Sacco, 2 stelle Michelin

Claudia Cassino

IL TUO UFFICIO IMMERSO NELLA NATURA



Club del Sole è il tuo ufficio all'aria aperta.

15 Smart Working Village sulle più belle spiagge italiane per conciliare lavoro e divertimento con la propria famiglia. Spazio per ogni passione e servizi per ogni esigenza per staccare la spina restando connessi.



Scopri gli **Smart Working Village** su clubdelsole.com/smart-working
call center 0543 24108 - campingvillages@clubdelsole.com

Il distanziamento obbligatorio in spiaggia è di cinque metri, un vincolo che riduce la disponibilità

UN POSTO AL SOLE? CON L'APP

In molte località sdraio e ombrelloni ora si devono prenotare

DI CARLO BUONAMICO

Mai come in questa estate 2020 la voglia di vacanza e di mare si fa sentire. A patto di potersi godere delle belle nuotate in sicurezza. Consentono di temperare queste due esigenze le molte applicazioni nate proprio in questi mesi: la prenotazione di sdraio e ombrelloni presso gli stabilimenti balneari degli oltre 7 mila chilometri delle coste italiane sarà dunque possibile grazie a un click?

Il distanziamento sociale sarà un must anche sulle spiagge. Le linee-guida istituzionali hanno imposto ai gestori degli stabilimenti di ridurre fortemente il numero di ombrelloni per garantire i circa cinque metri di distanza tra un punto ombra e l'altro. Giocoforza, il numero di postazioni sulle spiagge attrezzate sarà ridotto in molti casi anche della metà. Per essere sicuri di trovare posto quest'anno sarà quindi



opportuno ricorrere alla prenotazione. Che sarà tecnologica, tramite app. Basterà cercare la località di interesse e il lido desiderato e dialogare con il sistema di prenotazione. Non molto diverso rispetto a quanto eravamo abituati a fare nell'era ante-Covid per scegliere il posto sul treno o in teatro.

VANTAGGI PER TURISTI E STABILIMENTI

Le applicazioni «prenota-

ombrellone» già disponibili sono molteplici e dai nomi che lasciano sognare spiagge vacanze e ricche di divertimento. Da Bookyourbeach.net a beacharound.com passando per l'orecchiabile ibrach.it il funzionamento è simile. I gestori devono inserire i dati della propria struttura, in alcuni casi è possibile associare anche l'hotel che dispone della propria spiaggia, e i prezzi dei servizi. Tramite i software ge-

stionali il cliente viene messo in contatto diretto con la struttura desiderata. In questo modo si evitano i ricarichi – anche del 30% – che normalmente sono previsti dalle piattaforme di prenotazione dei servizi turistici online.

Interessanti sono anche le condizioni che permettono ai gestori di essere presenti su questi portali. In molti casi l'adesione è gratuita per tutta l'estate o fino alla fine dell'anno. A ciò si aggiunge il fatto che la presenza su queste piattaforme rappresenta un canale di visibilità in più e un miglior posizionamento delle strutture nei motori di ricerca.

Le app anti-assembramento estivo promettono di offrire indicazioni sulle strutture di tutta Italia. Le abbiamo testate. A oggi iBeach raggiunge le spiagge di Campania, Emilia Romagna, Marche, Sicilia e Toscana; Beacharound ne censisce circa 7 mila e presenta anche una sezione per

la prenotazione delle spiagge libere dei comuni che hanno istituito l'accesso regolamentato. Poche queste ultime, ma immaginiamo sia una questione di tempo. Bookyourbeach non indica numeri, ma pare consentire la ricerca tra i lidi di tutta la Penisola.

NIENTE CODA AL RISTORANTE

E se in vacanza viene fame? Andare al ristorante evitando code di attesa e riducendo il contatto sociale è possibile grazie all'app Sooneat.com dedicata alla ristorazione ai temi del coronavirus. Questa applicazione permette di prenotare un tavolo per un dato orario e di recarsi al ristorante senza bisogno di attendere fuori dal locale creando assembramenti. Così come di consultare i menu digitali, e pagare il conto attraverso una cassa in cloud. Analoghe funzioni sono offerte anche da iBeach. (riproduzione riservata)

Come cambia l'esperienza del volo in aereo?

Tra sicurezza e procedure sanitarie, imbarcarsi è già un viaggio

Nulla dopo il Covid-19 sarà più come prima. Una frase che dallo scoppio della pandemia si è sentita ripetere molte volte. E che già da ora può essere applicata al trasporto aereo. Class di giugno ha provato a raccontare come si sta trasformando l'esperienza del volo al tempo del coronavirus. Con tanta tecnologia al servizio del nuovo «viaggio igienizzato», come l'ha chiamato l'indiano-canadese Shashank Nigam, ceo di SimpliFlying, una delle società più attive nel marketing strategico per il settore aeronautico. Così, fra robot sterilizzatori e scanner basati sull'Intelligenza artificiale, check in biometrici e chioschi sanificanti, «fogging» e filtri Hepa, tutto è già mutato per chi deve imbarcarsi su un aereo. Colpa (ma forse si dovrebbe dire merito) delle procedure sanitarie da attuare prima del volo, all'imbarco, a bordo, all'arrivo, necessarie anche per ripristinare la fiducia nel volo dopo la pandemia. Ecco dunque come cambia l'esperienza del viaggio aereo.

In aeroporto ora bisogna arrivare anche quattro ore prima del decollo, ovviamente con guanti e mascherina. All'ingresso nello scalo, si passerà in un «tunnel di disinfezione», quindi in una zona dove una termocamera nascosta misurerà la temperatura a tutti (scanner termici del genere ci sono già a Heathrow, San Juan di Portorico e Seattle). Il terminal verrà disinfettato in continuazione, compito svolto egregiamente dai robot sanificatori già attivi a Pittsburgh e a Hong Kong: dotati di luce ultravioletta e sterilizzatori ad aria, sterminano in dieci minuti il 99,99% di batteri e virus presenti nell'aria e sugli oggetti. Diventa indispensabile fare il check-in online, per minimizzare i contatti con i dipendenti del banco check-in o con gli altri viaggiatori in fila. I controlli avverranno con scanner biometrici, come quelli già in funzione da tempo al terminal Delta di Atlanta. Alcuni paesi o compagnie aeree puntano a chiedere un Immunity Passport che confermi la presenza di anticorpi

Covid-19 nel sangue del passeggero, anche se ancora non si sa se esista un'immunità al coronavirus, quanto sia potente o quanto duri: alle isole Canarie, per esempio, lo si chiederà già da luglio. Quindi, dopo aver scansionato un codice a barre presso un totem touchless, si depositeranno i bagagli su un nastro trasportatore diretto a una galleria dove saranno «annebbiati» con un vapore disinfettante (fogging), prima di apporvi l'etichetta «sanitaggata».

Ai tradizionali controlli di sicurezza sotto il metal detector si aggiungerà ora lo screening sanitario, sul quale ancora non esistono procedure standard: si va dal controllo individuale della temperatura con un termometro a infrarossi ai test sierologici. Promettente è lo scanner ideato dalla cinese Biomind: sfruttando l'Intelligenza artificiale fornisce una valutazione immediata dello stato di salute del passeggero, identificando in pochi secondi una tipica polmonite interstiziale da Covid-19.

Al controllo dei documenti, quindi, la videocamera di un sistema di riconoscimento biometrico confermerà la vostra identità, senza possibilità di scambio di persona: dalla Cina già arrivano scanner in grado di identificare anche chi indossa una mascherina. Al gate d'imbarco non ci saranno più

code o assembramenti: la compagnia aerea vi avviserà con una notifica sul cellulare su quando è il vostro turno, esibendo la carta d'imbarco in formato elettronico, sullo smartphone. Aboliti gli affollati autobus che portavano sotto la scaletta

dell'aereo, a bordo si salirà percorrendo il jet bridge (o finger), il cui tunnel si presterà a un'ultima spruzzata sanificante. Anche la cabina (dove sarà vietato spostarsi di posto) verrà annebbiata da un fogging disinfettante mentre filtri Hepa (High-Efficiency Particulate Air filters) come quelli usati nelle sale operatorie degli ospedali ricambieranno l'aria

ogni due minuti, filtrando batteri, virus e ogni particella da 0,1 a 0,3 micron. I pasti saranno solo sigillati, anche in First Class. E dalla tasca del sedile sparirà la carta, si tratti di menù, sacchetti per il mal d'aereo o riviste di bordo. I film, per non dover toccare lo schermo touch, andranno visti sul vostro device, usando cuffie private.

All'arrivo, infine, l'aeromobile dovrà sostare diverse ore, per essere pulito a fondo. È finita dunque l'epoca in cui certe compagnie, specialmente low cost, in 30 minuti erano in grado di riprendere il volo. (riproduzione riservata)

Roberto Copello



L'interno di un volo Emirates. A destra, la copertina del numero di Class in edicola con un ampio servizio sul tema dei voli post Covid

IVH Group: una realtà in continua crescita al fianco del settore dell'hospitality

L'innovativo Metodo di IVH Group si conferma come un modello a supporto degli hotel a fronte delle difficoltà della situazione attuale

IVH Group è una piattaforma digitale che nasce con l'obiettivo di facilitare le relazioni e gli scambi tra tutti gli operatori della filiera turistica. Attraverso un modello di business innovativo, il Metodo IVH propone ad hotel e resort che necessitano di ristrutturare e/o riqualificare, di acquistare prodotti e servizi delle più importanti aziende del Made in Italy, pagando in pernottamenti presso la propria struttura.

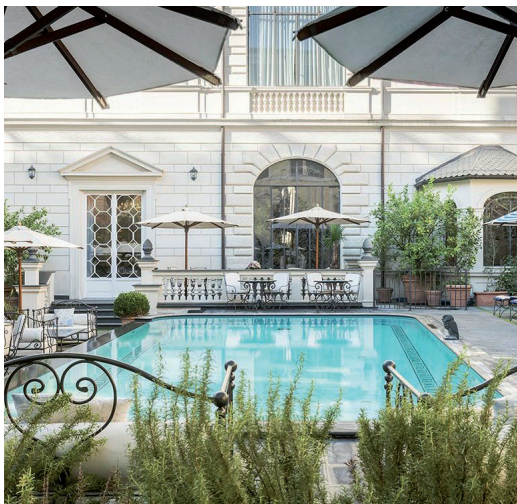
«L'idea di fondo è quella di una logica di scambio», dichiara Andrea Chiappini, fondatore di IVH Group insieme a Nicla Leo. «Un modello di sharing degli asset che consente agli hotel e alle società di gestione alberghiera di ottenere i prodotti di cui hanno bisogno, dal semplice bollitore alla completa ristrutturazione di arredi interni/esterni per i propri ambienti, pagando le forniture attraverso la vendita delle camere, nel più totale rispetto delle politiche commerciali dell'hotel». In questo modo, sottolinea Andrea Chiappini, «non solo l'esborso di denaro iniziale necessario all'acquisto delle forniture viene drasticamente ridotto, ma le camere inutilizzate diventano nuovamente fonte di reddito, aumentando l'occupazione e generando per l'hotel fatturato aggiuntivo».

IVH Group si presenta oggi come un modello in continua crescita, capace di coniugare con continuità tecnologia, innovazione, processi di fornitura e attività di business matching per la filiera del turismo. «In questi mesi, pur lavorando completamente da remoto, abbiamo continuato a crescere», dichiara Nicla Leo, «investendo sulle risorse umane e nella digitalizzazione di tutte le nostre attività e servizi. In un momento di difficoltà come quello che il nostro Paese sta vivendo abbiamo cercato di lavorare il più possibile per accelerare e rendere completamente digitali i processi interni all'azienda. Da un lato, coinvolgendo attivamente le nostre aziende partner promuovendo offerte e servizi legati a questo delicato momento, dall'altro ascoltando e cercando di rispondere concretamente alle esigenze degli hotel».

Le relazioni di IVH Group non si fermano. «Obiettivo di questi ultimi mesi è stato quello di continuare a comunicare direttamente con gli hotel e le aziende», sottolinea Nicla Leo. «Per fare questo, abbiamo avviato un ciclo di incontri Webinar rivolti a tutti gli attori della filiera coinvolti, da incontri di informazione dedicati ai temi caldi, quali quelli della sanificazione degli ambienti, alla presentazione di procedure necessarie per mettere in sicurezza hotel e aziende al momento della



Nicla Leo insieme a Andrea Chiappini, fondatore di IVH Group



Palazzo Dama, Roma



Hotel DOM, Roma

riapertura. Non solo, è stato nostro obiettivo sviluppare e formare la nostra rete commerciale sempre più presente sul territorio, in grado di accogliere e comunicarci le esigenze degli hotel in tutta Italia».

Tecnologia e innovazione sono le parole chiave che guidano lo sviluppo della piattaforma IVH. «Lanceremo a breve», dichiara Andrea Chiappini, «il primo e-commerce italiano, unico nel suo genere, del settore hospitality, che consentirà ai fornitori di mostrare in vetrina i propri prodotti e agli albergatori di acquistarli direttamente online pagandoli in pernottamenti. In questo modo, ci proponiamo di velocizzare ulteriormente i tempi di fornitura

e di rendere più agili gli acquisti per i nostri clienti».

Tra gli hotel della Capitale che hanno di recente scelto il Metodo IVH vi sono Palazzo Dama e Hotel Dom, il primo a 200 metri da piazza del Popolo, il secondo in Piazza Navona. Entrambi, soprattutto in questo delicato momento per il settore, hanno trovato in IVH Group un partner dinamico, affidabile e capace di soddisfare le loro esigenze.

