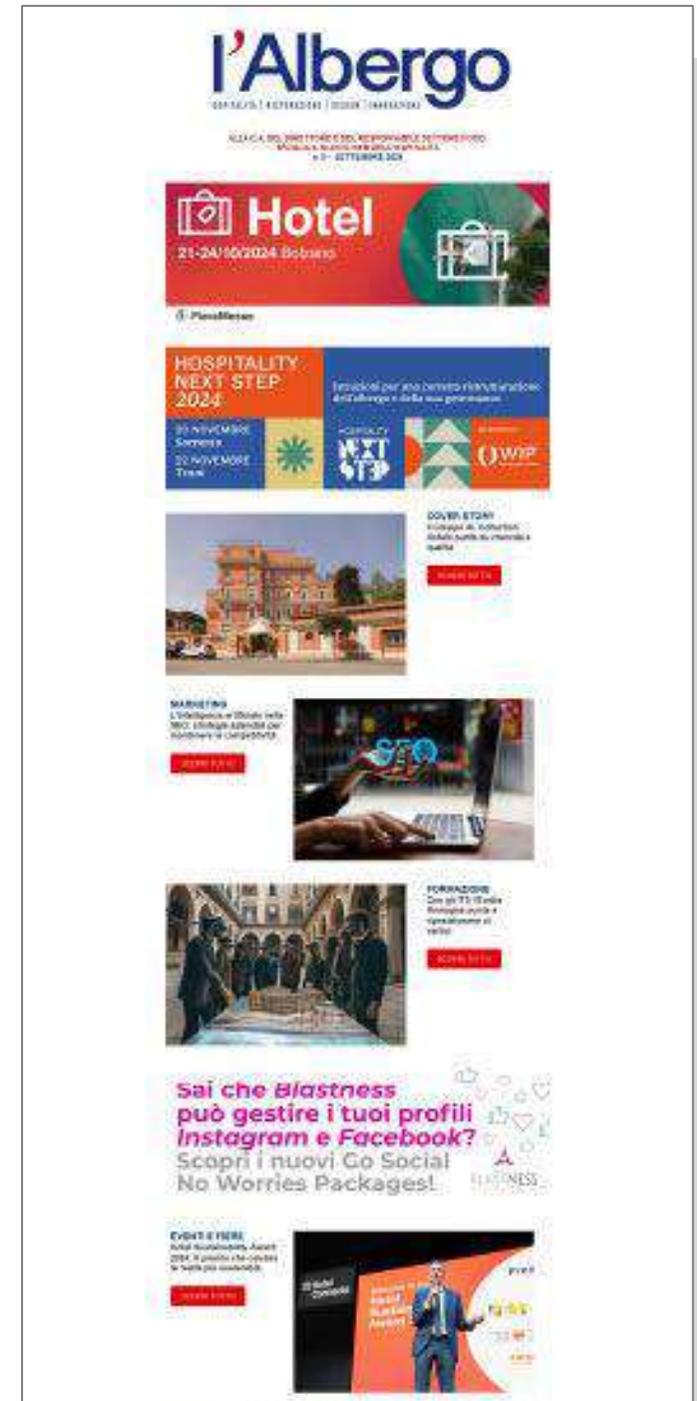


## Mediakit 2025



# I'Albergo oggi

Il rinnovamento è un passo decisivo e ineludibile per competere su un mercato mondiale sempre più in rapida evoluzione.

Non da oggi abbiamo affrontato questa complessa fase del 'mercato globale' guardando avanti, verso quello che ci aspetterà. Come stanno facendo molti di voi albergatori ed altri che stanno ora iniziando, abbiamo deciso di rinnovarci, sulla spinta del successo ottenuto negli ultimi anni dal rinnovato web, diventato un quotidiano online cresciuto via via nel gradimento e nel numero di lettori.

Lo abbiamo fatto senza rinnegare il nostro passato di testata tecnica (B2B), di contenuti, scritti da esperti nel settore, che si rivolge al trade. Abbiamo dato alle pagine del nostro magazine una veste più armonica, cercando di coniugare gusto e chiarezza, ma anche equilibrio tra testo e immagine. L'obiettivo è, per chi ama ancora sfogliare un periodico e magari tenerlo da parte, quello di dare il giusto valore al contenuto senza tralasciare il piacere di vedere delle belle immagini.

Il nostro team è pronto per informare voi lettori con attenzione all'evolvere del mercato turistico, con passione e professionalità.



# ALBERGO

## La testata e il mercato globale

E' il tramite tra le aziende produttrici di beni e servizi, il web marketing, i migliori progettisti dell'interior design e del contract, dell'outsourcing le direzioni e proprietà alberghiere di target alto e medio-alto (5 - 4 - 3 Stelle Superior).

Raggiunge inoltre l'area Economico-finanziaria e del ricettivo Real estate, la formazione professionale (ITS ed Istituti Alberghieri), l'alta formazione e i Master di turismo post Laurea, la Ristorazione d'albergo e non, di fascia alta e medio alta.

**L'ALBERGO** è presente con incontri, convegni e webinar in eventi che richiedano un concreto interlocutore nei temi di materie trattate per l'Hotellerie, quali Marketing, Ristorazione e Prodotti, Interior Design e nuove Tecnologie, Wellness, Sostenibilità.

### **L'ALBERGO WEB:**

[www.albergo-magazine.it](http://www.albergo-magazine.it).

Il sito web, costantemente rinnovato nell'estetica e collegato ai principali Social media, LinkedIn, Facebook, X, Instagram, è lo spazio

per comunicare i Vostri eventi mirati al target alberghiero, consente inoltre la consultazione online della rivista.

Il portale, diffuso con oltre 12 newsletter / anno ad oltre 22.200 mail mirate del settore, è in costante crescita: consente la immediata e capillare diffusione del periodico, propone aggiornate news inserite giornalmente e interattive con l'altro nostro sito di turismo al pubblico (BtoC), che è [voyager-magazine.it](http://voyager-magazine.it).

# I dati di diffusione

Alberghi e Catene Italia 5 - 4 - 3 Stelle S

Hotel Top italiani

Ristoranti in alberghi di fascia alta

Consorzi promozione turistica

Scuole Alberghiere e Università turistiche

Ristoranti qualificati di fascia alta e medio-alta

Consulenti di Economia e del Real Estate turistico

Studi Marketing turistico ed AI

Aziende del settore contract

Aziende delle nuove tecnologie

Aziende di forniture alberghiere e ristorazione

Club enogastronomici

Organizzazioni di categoria

Copie per fiere e convegni

E' inviato a tutte le scuole alberghiere italiane IPSSAR, scuole ristorazione, ITS e scuole di formazione e master post laurea, Corsi e Master in turismo e Mkt alberghiero; Ass.Turismo Regioni, Responsabili Marketing di Aziende nazionali di sanificazione e sicurezza.

**Per un TOTALE di circa 30.000 copie.**



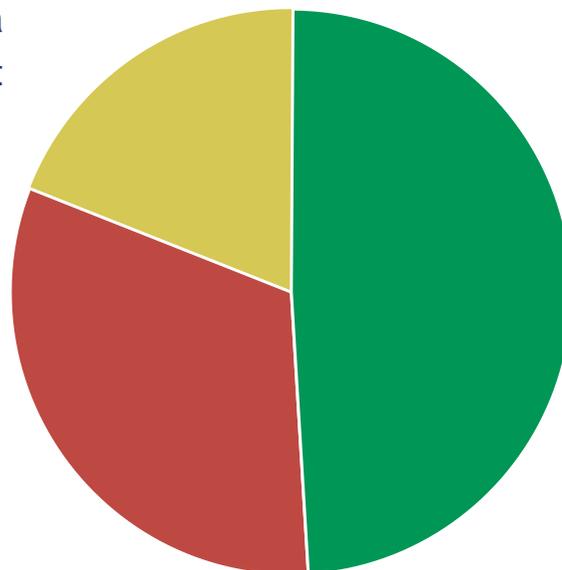
# La Newsletter: B2B

La Newsletter de L'Albergo è inviata mensilmente a 12.500 iscritti + 9.500 operatori del settore per un TOTALE di oltre 22.200 invii personali mirati.

Distribuzione : Nord

Italia 48% ■ Centro 32% ■ Sud e Isole 20% ■

Calcolando un numero di lettori medio per ogni copia di n° 6,5 persone, la diffusione della rivista abbinata alla newsletter raggiunge il target mirato di 183.300 soggetti



# Direzione e dati diffusionali

Il Direttore responsabile è Giulio Biasion. Giornalista e direttore della rivista web a diffusione nazionale Voyager nonché di altri periodici. Opera nel settore del turismo, della enogastronomia e del tempo libero. E' titolare di Edi House, casa editrice molto attiva nel settore. Organizzatore di eventi quali presentazione di prodotto e concorsi quali Master Maître, mirato a rilanciare i ruoli di maître e cameriere, nonché convegni; ha curato le relazioni esterne di importanti aziende di rilevanza nazionale, in vari campi.

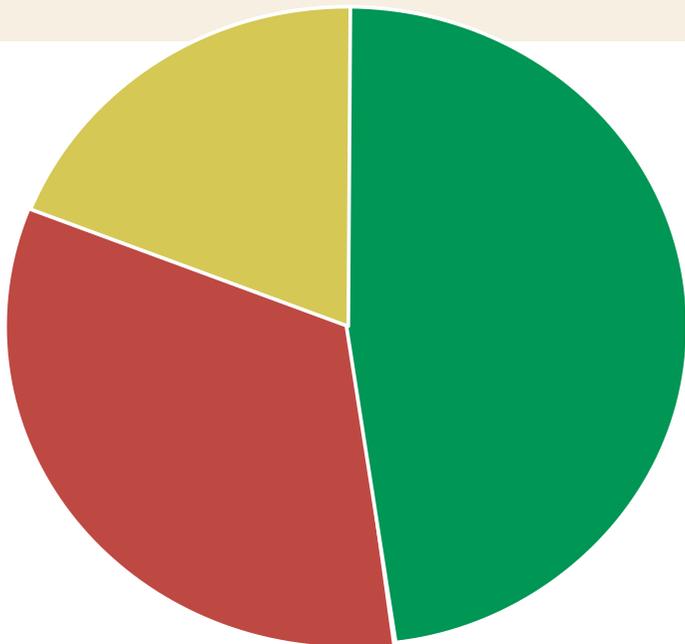
E' Presidente del Club dei Sapori, Associazione a tutela dei prodotti tipici, nonché membro del Comitato Scientifico di ITP, Ass. stampa turistica.

La tiratura è di + 8.000 copie cartacee diffuse in abbonamento ed altre 21.200 inviate con mail mirate tramite la newsletter a:

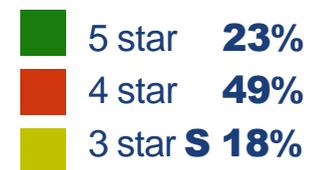
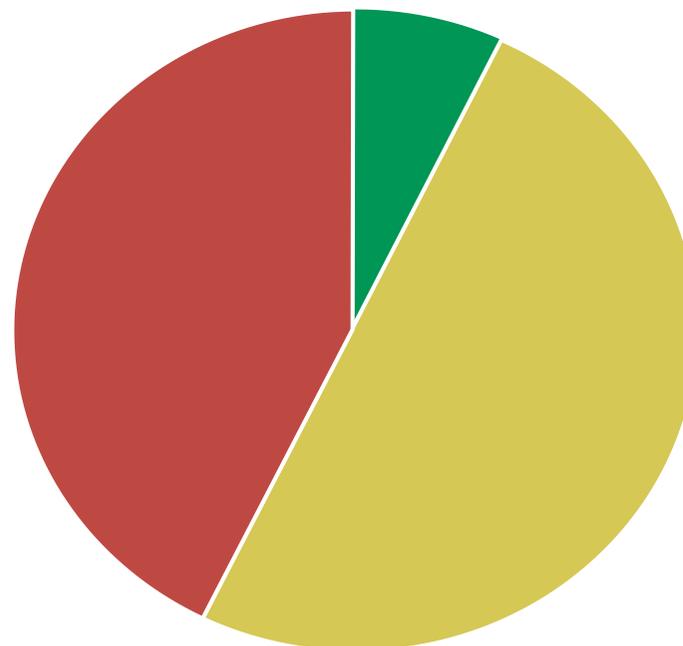
- Alberghi e Catene Italia (cat. 3 Sup.- 4 - 5 stelle)	6.000
- Ristoranti in alberghi ed altri qualificati	1.100
- Centri Beauty Farm e Termali	200
- Assessorati Formazione e Turismo Regionali	30
- Consorzi alberghi e promozione turistica	60
- Studi Marketing turismo, Web, Università mirate	20
- Scuole Alberghiere e turistiche (IPSSAR, ecc.)	30
- Aziende Real Estate	50
- Club enogastronomici	200
- Studi P. R. e Agenzie pubblicità	30
- Organizzazioni di categoria	50
- Aziende del settore contract e sanificazione	150
- Abbonati vari	250
- Copie per l'estero	50
- Giustificativi promo, Fiere, eventi	100
- Copie per fiere e convegni	400
<b>TOTALE</b>	<b>8.000 + 22.200 mail</b>
- Diffusione globale	<b>30.200 invii /contatti</b>

Calcolando un numero di lettori medio per ogni copia di n° 6,5 persone, la diffusione della rivista raggiunge il target mirato di oltre **196.000** soggetti.

# Nuovi dati distribuzione



Distribuzione:



# Il calendario dei principali temi 2025

NUMERO	USCITA	TEMATICHE DI MASSIMA
1 Gennaio – Marzo	Febbraio	<b>Interior Design 1:</b> nuovi progetti alle fiere d'autunno – Statistiche sul Turismo – Digital Marketing: AI per l'hospitality Come ristrutturare un Hotel di successo – Sostenibilità in hotel – Wellness e Benessere – Commenti a norme vigenti.
2 Aprile – Giugno	Aprile	<b>Interior Design 2:</b> La progettazione integrata – Il Breakfast chiede qualità – Ospitalità rigenerativa per migliorare l'impatto su Comunità e Ambiente – Digital M Digital Marketing – I nuovi Contract – Sostenibilità: e prodotti
3 Luglio – Settembre	Luglio	<b>Int.Design 3.</b> Concept bagno: risparmio energetico – Investimenti immobiliari Contract, l'evoluzione dei materiali – Wellness in hotel – Web Technology – Analisi di Performance Alberghiere – Accessori e soluzioni
4 Ottobre - Dicembre	Ottobre	<b>Speciale Investimenti alberghieri</b> – Formule Ibride di Gestione Ristorazione in hotel: servizi e innovazione – La Sala: rivalutare i ruoli chiave – Wellness Marketing – Economia e Finanza – Gruppi Web Technology, etc.

Da tempo il periodico L'ALBERGO propone in ogni numero una serie di argomenti di attualità e novità di svariate pagine: approfondimenti sul marketing, l'economia e la finanza, l'architettura e l'interior design, la camera ed i bagni, il breakfast e la ristorazione, la sicurezza e la sanificazione, oggi fondamentali e di estremo interesse sia per le proprietà e le direzioni alberghiere, sia per le Aziende produttrici. L'obiettivo è quello di focalizzare su alcune tematiche di interesse comune di albergatori, direttori e proprietà alberghiere, ristoratori (e ristoranti degli hotel), comparto 'real estate' turistico, per presentare gli strumenti di innovazione nella ristrutturazione alberghiera, relativamente ai settori sopra indicati. Oltre ai testi – curati dai maggiori esperti italiani di settore - sarà possibile inserire dei redazionali che riguarderanno le novità delle Aziende per gli specifici ambiti. Siamo inoltre media partner ufficiali delle più importanti fiere di settore (SIA, Fiera Rimini – Hotel, Fiera Bolzano – Hospitality, Riva del Garda – ed altri ancora).

# Banner, Dem, Newsletter

La Newsletter de L'Albergo è inviata mensilmente a oltre 22.200 iscritti (17.970 operatori settore).

Costi:

DEM a inizio Newsletter con foto + testo (600 caratteri sotto all'immagine): 1.000 € + Iva

DEM da metà pagina con foto (immagine con dati azienda): 650 € + Iva

Newsletter mensile de L'Albergo diffusa a 21.200 e-mail a:

## Alberghi e Catene italiani

(a direttori e proprietà, cat. 3 Sup. - 4 - 5 stelle)	11.200
Ristoranti in alberghi ed altri qualificati	4.600
SPA, Centri Beauty Farm e Termali	980
Assessorati Formazione e Turismo Regionali	160
Consorzi promozione turistica	140
Studi Marketing turistico, Università corsi alta form.	230
Scuole Alberghiere e turistiche, formatori (IPSSAR, ecc.)	250
Fiere settore hotel, ristorazione turismo, edilizia	300
Studi di Architettura	290
Studi P.R., Wedding planner, Agenzie Real Estate	790
Organizzazioni di categoria	180
Aziende settori contract, alimentare, arredo, ristorazione	1.600
Indirizzi all'estero	480
<b>Totale</b>	<b>21.200</b>

## L'ALBERGO

Ospitalità - Ristorazione - Design - Innovazione - Formazione

ALLA C.A. DEL DIRETTORE E DEL RESPONSABILE SETTORE FOOD  
SFOGLIA IL NUOVO WEB DELL'OSPITALITÀ  
n. 7 - GIUGNO-LUGLIO 2020

### Sostenibilità: l'ospite fisso dell'accoglienza di domani



**GREEN SOLUTIONS** PER ALBERGHI E B&B

**sorgenia**  
YOUR NEXT ENERGY

Green Solutions è il programma di Sorgenia che porta efficienza e sostenibilità alle aziende del settore alberghiero. Con interventi per la realizzazione di impianti fotovoltaici, colonnine di ricarica per auto elettriche, impianti di cogenerazione (con il nostro APLoS), relamping e sostituzione della caldaia tradizionale con sistemi più efficienti, come le caldaie a condensazione e le pompe di calore. In più, offriamo una consulenza tecnica e finanziaria dall'inizio alla fine del percorso, in altre parole pensiamo a tutto noi.

Scopri di più

# Invio DEM Personalizzate

Vuoi pubblicizzare la tua Attività attraverso albergo-magazine.it? Invia una Newsletter personalizzata con DEM ai **22.200 Utenti** iscritti alla nostra Mailing List.

E' previsto durante l'anno un numero di almeno **12 invii di DEM** (Direct Email Marketing); per cui prenota subito la tua Newsletter.

**22.200 Utenti iscritti alla Mailing list** (tutti targettizzati).

Grafica personalizzata fornita da Voi (su richiesta servizio **progettazione DEM**) Assistenza Tecnica - Report Statistici.

**SOSTENIBILITÀ**  
Tre Certificazioni per l'Hotel Milano Scala, campione di sostenibilità  
[SCOPRI TUTTO](#)



**FORMAZIONE**  
La Formazione Immersiva nel Turismo: metodi e case history  
[SCOPRI TUTTO](#)



**PRODOTTI**  
La buona vendemmia del Prosecco per raggiungere nuovi mercati  
[SCOPRI TUTTO](#)



**FIERE E EVENTI**  
Chiude con oltre 19.800 visitatori la 48ª edizione di Hotel Bolzano  
[SCOPRI TUTTO](#)



**ABBONATI ORA**

Per restare sempre aggiornato consulta la nostra rubrica online su [www.albergo-magazine.it](http://www.albergo-magazine.it)

REGISTRATI ANCHE SU: [f](#) [x](#) [i](#)

Edi House  
[albergo@edihouse.it](mailto:albergo@edihouse.it)  
[www.viaggiemagazine.it](http://www.viaggiemagazine.it) - [www.albergo-magazine.it](http://www.albergo-magazine.it)

**l'Albergo**  
OSPITALITÀ | RISTORAZIONE | DESIGN | INNOVAZIONE

ALLA C.A. DEL DIRETTORE E DEL RESPONSABILE SETTORE FOOD  
SFOGLIA IL NUOVO WEB DELL'OSPITALITÀ  
n.11 - NOVEMBRE 2014

**HOSPITALITY NEXT STEP 2024**  
Istruzioni per una corretta ristrutturazione dell'albergo e della sua governance.

20 NOVEMBRE Sorrento  
22 NOVEMBRE Trani

HOSPITALITY NEXT STEP  
WIP

**FAS:ITALIA**  
L'ALBERGO E IL TURISMO



**DIGITAL TRANSFORMATION**  
Investimenti futuri e potenziali critiche  
[SCOPRI TUTTO](#)



**LUXURY HOTEL**  
Ospitalità al top per seguire la crescita nell'hotelletto  
[SCOPRI TUTTO](#)



**RISTORAZIONE**  
I trend e le abitudini di consumo nei ristoranti e alberghi italiani  
[SCOPRI TUTTO](#)



# I dati web del 2024

Le visualizzazioni delle pagine del sito web **Albergo-magazine.it** si sono attestate a **oltre 18.762 lettori/mese** nel 2024 (oltre **225.150 visite/anno**) per oltre **160.000 mila visite medie di 'impressions' al mese** – equivalenti a **oltre 1,9 milioni di 'pagine impressions'** per anno.

Il tempo medio di lettura è **1 minuti e 38'** per visualizzazione e lettura di **2 minuti 10"** di tempo medio sulle pagine visitate.



# I formati

**Ci sta a cuore un futuro migliore.**



**2G**

Con un'energia resiliente ed efficiente grazie alla cogenerazione.  
2G Italia Srl | info@2-g.it | www.2-g.it

**PANTELLERIA** Comune di Pantelleria (TP) – Località Punta San Leonardo

**COMPLESSO IMMOBILIARE  
CON DESTINAZIONE  
TURISTICO ALBERGHIERA**

TRIBUNALE DI NAPOLI  
FALLIMENTO N. 303/2015

Prezzo base: **€ 5.600.000,00**

VENDITA TELEMATICA:  
**25 luglio 2019 ALLE ORE 16.00**

PRESENTAZIONE OFFERTE:  
**entro le ore 11.00 del 25 luglio in via telematica**

Info:  
**www.spazioaste.it – www.astalegale.net**

**MAISONS  
DU MONDE**

BtoB

*Il vostro business è affare nostro!*

**Nuovo catalogo BtoB**

Ancora più stile per i tuoi progetti

Per il terzo anno Maisons du Monde ha creato un catalogo dedicato ai clienti BtoB: hotel, ristoranti, uffici, architetti...



Con 150 referenze specialmente pensate per rispondere alle aspettative dei professionisti, siamo in grado di soddisfare le tue necessità con stile!

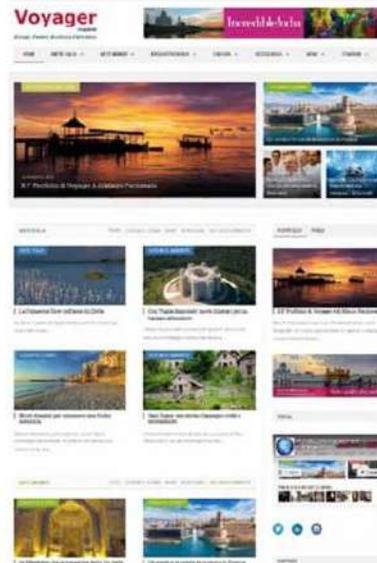
@ pro@maisonsdumonde.com ☎ +33 2 51 71 55 01

MAISONS DU MONDE ITALIE SPA Via Tiziano 32, 20145 MILANO IT 04959630965

# I formati

## Leggi il web Voyager-magazine, per un turismo di qualità.

Completamente rinnovato sia sotto l'aspetto grafico che dei contenuti il web di turismo Voyager-magazine.it si propone a tutti quei turisti che abbiano il desiderio di apprezzare la realtà apprezzando il particolare non meno del generale, le Mete più insolite in Italia e nel mondo, la Cultura e l'Arte, le Tradizioni e l'Artigianato artistico, l'Enogastronomia ed i suoi prodotti, l'Ambiente e l'Avventura, l'Accoglienza ed il Ben Essere, nella precisa consapevolezza che tutto quanto esiste ha un suo posto e una sua valenza, ma che disinnestato dal resto avrebbe ben poco significato. Al di là delle News e dei profili più strettamente culturali, Voyager-magazine prende spunto dall'attualità. Lo fa affidandosi allo 'storytelling' per raccontare un evento o un'emozione così come nelle descrizioni delle mete e nelle proposte, coll'intento di farne meglio comprendere l'attrattività.



**Voyager**-magazine  
*di luoghi, d'uomini, di cultura e d'altre storie*

## L'Albergo ti informa in tempo reale sul web. L'Ospitalità al passo coi tempi.

Vai sul web albergo-magazine.it troverai le news sull'hotellerie nazionale ed internazionale e, in collaborazione con Hospitality School, tutte le news che riguardano la formazione. Gli approfondimenti e i grandi temi restano - come sempre - sul nostro periodico stampato.



**albergo-magazine.it**

## Dimensioni spazi

pagina tabellare al vivo:	210 x 287 mm
1/2 pagina orizzontale al vivo:	210 x 143 mm
1/3 pagina orizzontale al vivo:	210 x 95 mm
colonna verticale al vivo:	135 x 287 mm

**PANTELLERIA**

Comune di Pantelleria (TP) – Località Punta San Leonardo

**COMPLESSO IMMOBILIARE  
CON DESTINAZIONE  
TURISTICO ALBERGHIERA**

TRIBUNALE DI NAPOLI  
FALLIMENTO N. 303/2015

Prezzo base: € 5.600.000,00

# I Pubbliredazionali e la Pubblicità



DIGITAL MARKETING

## AI per l'Hospitality: dalla teoria alla pratica

di Armando Travaglini

**L'INTELLIGENZA ARTIFICIALE (AI) STA RAPIDAMENTE TRASFORMANDO IL SETTORE ALBERGHIERO, OFFRENDO NUOVE OPPORTUNITÀ PER MIGLIORARE L'EFFICIENZA OPERATIVA E L'ESPERIENZA DEGLI OSPITI**

Gli ultimi anni hanno segnato un momento cruciale per le strutture ricettive, con l'emergere di soluzioni tecnologiche sempre più avanzate che permettono di mantenere la competitività pur preservando quell'elemento umano che caratterizza l'ospitalità italiana. L'evoluzione delle tecnologie AI ha portato a una vera e propria rivoluzione nel modo in cui gli hotel possono gestire le proprie operazioni e interagire con gli ospiti. Il primo passo nell'implementazione dell'AI in hotel riguarda l'automazione dell'assistenza clienti attraverso i chatbot. Strumenti come Hiffy o Keplero, ai rappresentano soluzioni concrete per offrire un servizio di assistenza 24/7 che risponda istantaneamente alle domande frequenti, gestisca le prenotazioni dirette in automatico e fornisca informazioni su servizi e disponibilità. L'implementazione di un chatbot può ridurre fino al 70% il carico di lavoro del personale di reception per le richieste di routine, permettendo loro di concentrarsi su attività a maggior valore

aggiunto. La raccolta e l'analisi dei dati sulle richieste più comuni permette inoltre di ottimizzare continuamente il servizio e anticipare le esigenze degli ospiti, creando un circolo virtuoso di miglioramento continuo del servizio. I chatbot moderni possono gestire prenotazioni per il ristorante, richieste di late check-out, informazioni sui servizi SPA e persino coordinare il servizio in camera, tutto in modo automatizzato ma mantenendo un tono conversazionale naturale e professionale.

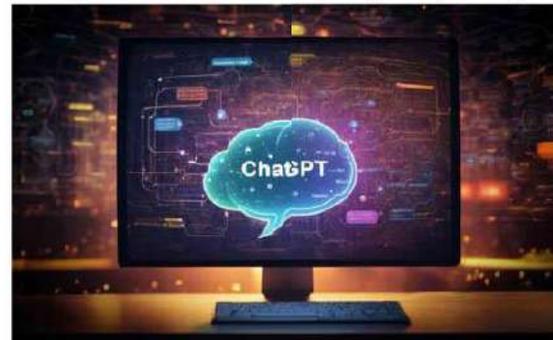
### Innovazione e personalizzazione: il cuore della rivoluzione digitale

La personalizzazione dell'esperienza dell'ospite rappresenta uno degli ambiti in cui l'AI sta dimostrando il proprio massimo potenziale. Le moderne soluzioni di Customer Relationship Management (CRM) permettono di segmentare gli ospiti in base a comportamenti e preferenze, creando profili dettagliati che consentono di anticipare le esigenze e personalizzare ogni aspetto del soggiorno. Ad esempio, un sistema AI può identificare automaticamente un ospite business che ha espresso una preferenza per le camere ai piani alti e silenziose, o che una famiglia che richiama spesso apprezza particolarmente determinati servizi dell'hotel. Le comunicazioni pre e post stay possono essere automatizzate mantenendo un tono personale e pertinente, mentre l'analisi predittiva permette di proporre servizi e aggiuntivi al momento più opportuno.

Parallelamente, i sistemi di pricing dinamico basati sull'AI stanno rivoluzionando il Revenue Management, analizzando in tempo reale una quantità impressionante di variabili: dalla domanda storica agli eventi in programma, dalle condizioni meteorologiche alle tariffe dei competitor. Questi strumenti permettono di ottimizzare costantemente i prezzi, massimizzando i ricavi senza perdere competitività, pur mantenendo il controllo umano sulle decisioni strategiche di pricing attraverso l'expertise del Revenue Manager.

### Marketing e comunicazione nell'era dell'AI

Nel campo del marketing e della comunicazione, l'AI sta trasformando radicalmente i processi di lavoro. Strumenti



l'Albergo

come ChatGPT permettono di generare rapidamente contenuti per Social Media, newsletter e pagine del sito web, mentre l'analisi automatizzata delle recensioni degli ospiti identifica trend e aree di miglioramento che potrebbero sfuggire all'occhio umano. Le piattaforme pubblicitarie come Google Ads e Meta integrano sempre più funzionalità basate sull'AI per ottimizzare le campagne marketing, con strumenti avanzati di targeting che permettono di raggiungere il pubblico giusto al momento giusto. Ad esempio, le campagne Performance Max di Google utilizzano l'AI per ottimizzare automaticamente il budget tra diversi canali pubblicitari, mentre gli algoritmi di Meta possono identificare automaticamente le "lookalike audiences" più propense alla prenotazione. L'allocazione automatica del budget tra i vari canali garantisce la massima efficienza della spesa pubblicitaria, mentre i sistemi predittivi aiutano a prevedere i risultati delle campagne con precisione crescente. Nella gestione del Social Media, l'AI viene impiegata per analizzare i contenuti più performanti del passato per suggerire i migliori orari di pubblicazione e le tipologie di contenuto più coinvolgenti per il proprio pubblico. Tuttavia, è fondamentale sottolineare come questi strumenti debbano essere utilizzati come supporto alla creatività umana: i contenuti generati dall'AI necessitano sempre di una revisione per garantire l'autenticità e la coerenza con il brand dell'hotel, mantenendo quella peculiarità e quel tocco personale che distinguono ogni struttura dalla concorrenza.

### Sfide, opportunità e prospettive future

L'implementazione dell'AI nel settore alberghiero comporta sfide significati-



ve che devono essere affrontati con un approccio strategico e con dipendenza tecnologica e purtuttavia mantenendo procedure di backup e formando adeguatamente il personale su entrambi gli aspetti operativi. La sicurezza e la privacy dei dati rappresentano aspetti essenziali affidarsi solo a fornitori per le normative GDPR e garantire la trasparenza verso gli ospiti. Per una corretta implementazione è fondamentale definire KPI misurabili: dal tasso di conversione delle prenotazioni dirette al ROI delle campagne pubblicitarie, dall'adozione dell'AI alla soddisfazione degli ospiti. Un'implementazione richiede un approccio graduale da singoli strumenti e l'adozione solo dopo aver verificato l'utilità. La roadmap di implementazione dovrebbe seguire una sequenza: partendo dall'automazione base con chatbot e CRM, per l'ottimizzazione delle politiche di Revenue Management, fino ad arrivare alle soluzioni più avanzate di marketing automatizzato. La formazione del personale riveste un ruolo fondamentale: il team deve essere coinvolto attivamente nella scelta e nell'implementazione degli strumenti, comprenderne il valore e ricevere aggiornamenti costanti sulle nuove funzionalità. Nel panorama attuale dell'hospitality, l'adozione dell'AI non rappresenta più un'opzione ma una

TREND

l'Albergo

## Prenotazioni estate 2024: per la prima volta il canale diretto raggiunge Booking.com

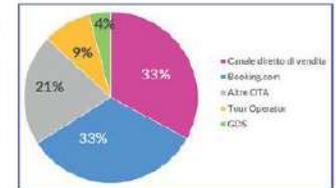
È stata a testa tra le prenotazioni traslate sui siti ufficiali delle strutture ricettive e Booking.com. Dall'analisi condotta su un panel di oltre 1300 hotel clienti Blastness è emerso come, tra gennaio e giugno 2024, sono state prenotate online oltre 1.570.000 notti - per soggiorni tra maggio e settembre - per un contro valore economico di più di 475 milioni di euro.

Il canale diretto, con una quota di mercato del 33%, raggiunge per la prima volta nella storia Booking.com, anch'esso al 33%.

Le strutture ricettive che si affidano a Blastness - resort, boutique hotel, relais e hotel a 3, 4 e 5 stelle - hanno visto una crescita media del revenue del 3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente, sostenuta anche da un incremento nella tariffa media giornaliera, salita da 291 a 302 euro a notte.

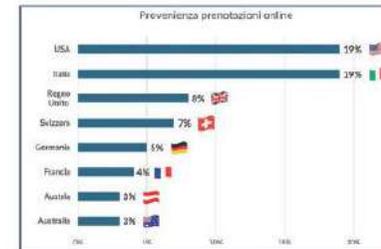
In merito alla provenienza geografica, i turisti statunitensi costituiscono il 39% del totale dei soggiorni prenotati online, così come gli italiani (39%), seguiti da inglesi (8%), svizzeri (7%), tedeschi (5%), francesi (4%), austriaci e australiani (3%), spagnoli e brasiliani (2%).

Performance ancora migliori per il segmento luxury. In media i 5 stelle del portfolio Blastness hanno registrato una crescita dei ricavi del 19% rispetto ai primi sei mesi del 2023 con una tariffa media a notte cresciuta da 597 euro nel 2023 a 626 euro nel 2024, con una prevalenza di prenotazioni provenienti da statunitensi (25%), inglesi (10%), italiani (10%), tedeschi, francesi e svizzeri (5%), australiani e brasiliani (3%), emiratini e spagnoli (2%).



Tra le mete turistiche maggiormente richieste, in Costiera Amalfitana e nelle isole campane, il canale diretto è il primo in assoluto, staccando di diversi punti percentuali le agenzie di viaggio online. Su oltre 60 mila notti vendute per un valore superiore ai 35 milioni di euro, infatti, il 40% delle prenotazioni avviene sul sito ufficiale delle strutture ricettive, il 38% su Booking.com e il 14,9% su Expedia. Boom anche quest'anno di americani, che detengono una quota di mercato del 50%, seguiti da inglesi (12%), australiani e italiani (5%), canadesi (4%), brasiliani, francesi e irlandesi (2%).

Seppur con meno scarto, anche nell'area Toscana i siti ufficiali degli hotel superano la più importante agenzia di viaggi online. Su oltre 137 mila notti vendute per un valore superiore ai 41 milioni di euro, le prenotazioni effettuate sul canale diretto rappresentano il 42% del totale, contro il 37% di Booking.com. Diversi, invece, i paesi di provenienza delle prenotazioni al primo posto troviamo gli italiani (48%) seguiti da americani (13%), tedeschi (11%), inglesi (9%), svizzeri (9%), francesi (5%), olandesi (4%) e belgi (3%).



### Il Gruppo Blastness

Fondata nel 2004, Blastness è il principale onestop-shop italiano per lo sviluppo alberghiero digitale. Con oltre mille strutture nel suo portfolio, offre tecnologie avanzate, servizi e consulenza, supportando hotel indipendenti, gruppi e grandi catene alberghiere a incrementare le vendite online delle camere e massimizzare i ricavi. Il Gruppo conta su un team di oltre 160 professionisti, tra cui il più grande reparto di esperti di Revenue Management in Italia. Nel 2023, Blastness ha trasnato sui propri sistemi oltre 3 miliardi di euro di ricavi per 1.000 alberghi italiani e i suoi clienti.

12

più e capire adegnerne nella definizione delle strategie più efficaci per costruire una solida presenza online, incrementare la visibilità e migliorare la redditività. Relatore nei principali eventi dedicati al settore, è docente in diverse Università, Business School, enti di formazione pubblici e privati e collabora con le primarie associazioni di categoria. Ha scritto due bestseller tradotti in più lingue, è il fondatore del più grande gruppo italiano su Facebook dedicato al "Digital Marketing Turistico" ed ha una newsletter attiva dal 2012 con più di 10.000 iscritti.

11

10



## La Ristorazione in Albergo da Cenerentola a Principessa

di Antonello De Medici

L'ALBERGO SI APRE AI CLIENTI ESTERNI E I RISTORANTI DIVENTANO BIGLIETTO DA VISITA PER L'INTERA STRUTTURA RICETTIVA. CHE NON SI LIMITA PIÙ A VENDERE SOLO LENZUOLA E CUSCINI. GLI ESEMPI, ANCHE ECCELLENTI, DI TRASFORMAZIONI DEL "RISTORANTE D'ALBERGO" IN "RISTORANTE IN ALBERGO" SONO DIVERSI E GLI HOTEL SI STANNO Affermando SEMPRE PIÙ come LUOGHI DEL "MANGIAR BENE"

fare il proprio mestiere e gli Alberghieri ed i manager di Hotel hanno "appallato" questa componente dell'esperienza a terzi rinunciando spesso a ricavi e non valutando il Food and Beverage come essenziale per il completamento della proposta di ospitalità. Uno dei maggiori ostacoli alla evoluzione della ristorazione alberghiera è dato dalla convinzione che i costi siano spesso superiori ai ricavi e tali da erodere la marginalità. Negli ultimi anni, dall'Espresso di Milano in poi, abbiamo riscoperto il valore dell'esperienza enogastronomica come driver fondamentale delle scelte sulle

LUXURY

## Focus sul Luxury: anticipazione dal report Hospitality 2021

di Lorenzo Bortoletto

IN OCCASIONE DELL'EVENTO "LUXURY HOSPITALITY CONFERENCE", IL PRIMO EVENTO IN ITALIA DEDICATO INTERAMENTE AL LUSO NEL SETTORE HOSPITALITY, CHE SI TERRÀ A MILANO IL 13 MAGGIO 2021, THRENDS PRESENTA IL "2021 LUXURY HOSPITALITY REPORT". ECCOVI UN'ANTICIPAZIONE



In un paesaggio unico al mondo, dove si alternano mare e montagna, profumi naturali e tenerezze di agnelli, agnelli pulviscino. La sua vacanza ideale ma senza strutture ricettive. Vieni presentata di seguito

La pubblicazione, unica nel suo genere, proporrà una panoramica del lusso in Italia, prospettive e tendenze, scenario internazionale, settore extra-alberghiero, presentazione dei principali brand e network del lusso, insieme ad un'analisi di performance di fatturato aggregato e TRRevPAR degli ultimi 5 anni per gran parte delle strutture ricettive. Vieni presentata di seguito

un'anticipazione dei contenuti dei report, con una Breve analisi di presenza e fatturati degli hotel 5 stelle nelle città di Sorrento, Taormina e Firenze.

**Sorrento**  
Nel comune di Sorrento (NA) sono presenti sette Hotel 5 stelle, per un totale di 547 camere. Di questi sette, solo uno è affiliato ad una catena, portando dunque

SORRENTO

	2017	2018	2019	CAGR
EBITDA/camere	31,7%	33,5%	33,7%	+0,33%
Fatturato/camera	120.501	127.029	133.311	4,33%
EBITDA/camera	11.905	12.535	14.319	5,61%
TRRevPAR	309	319	348	4,39%

sona stancamente in un Hotel? Come si può costruire un progetto innovativo sulla ristorazione che assicuri corretti ritorni sull'investimento? Alla prima domanda occorre dare una risposta che affonda le sue radici nella consapevolezza che il business delle cure in una struttura è distintiva o non una commodity. Fluttuazioni del distributore su La proposta di allora deve essere progettuale e non un benchmark in altri alberghi. Questo deve essere visto come un'opportunità di possedere e gestire un'attività autonoma, analizzata, della ristorazione. Come ogni tecnologia deve essere analizzata, della ristorazione.

SALUTE & BENESSERE

## Quando il relax si integra con il bisogno di salute

UN SERVIZIO SANITARIO INNOVATIVO PER GLI HOTEL



**Nelle foto: l'Esperto del Aire Bene su "wellness hotel" per la riabilitazione**

Il contesto dell'hospitalità post pandemia. La trasformazione in alto nel settore turistico dell'hospitalità è causa della pandemia sono molteplici e richiedono un grande capacità di flessibilità e di innovazione da parte degli operatori. Uno degli aspetti più rilevanti che l'emergenza sanitaria ha determinato è la particolare attenzione che i turisti avranno sempre di più per la salute e la sicurezza.

senza altro un aspetto molto confortevole, perché evita al cliente di dover recare in ospedale, un luogo complesso da raggiungere, anche per i lunghi tempi d'attesa che spesso richiede per gli esami di controllo e le visite specialistiche.

**Paolo Corvo**  
Docente di Culture del viaggio e dinamiche sociali presso l'Università di Scienze Gastronomiche di Pollenzo



Esclusivo: i nomi dei luoghi di visitare più belli al mondo. È il clima della Sicilia la moda meta ideale in ogni periodo dell'anno.

TAORMINA

	2017	2018	2019	CAGR
EBITDA/camere	34,4%	34,3%	37,5%	5,38%
Fatturato/camera	146.380	135.880	144.253	13,15%
EBITDA/camera	33.785	43.036	50.020	18,15%
TRRevPAR	697	812	877	12,13%



l'Albergo



La proposta per gli hotel

In un mondo che muta continuamente, assistiamo a dinamiche di evoluzione dei servizi di benessere e welfare in continuo sviluppo. In qualità di consulente in sviluppo di servizi sanitari e socio-sanitari sto progettando e strutturando soluzioni che possano rispondere ai bisogni di una clientela sempre più attenta alla propria salute in senso stretto. Partendo dal bisogno di integrare opportunità di relax e benessere a contesti turistico-ambientali di assoluto livello sto raccogliendo numerosi stimoli legati alla necessità di poter beneficiare, da parte del cliente, di strutture ricettive extralussu, di prestazioni sanitarie specialistiche e diagnostiche. Il bisogno è quello di poter ottimizzare e valorizzare il tempo spesso ad esempio in un weekend di piacere e di relax integrando la componente ricreativa con uno spazio dedicato ad offrire prestazioni sanitarie di base come le analisi del sangue, il controllo dei parametri vitali e molto altro. Si tratta di realizzare piccoli ambienti con standard adeguati, dedicati all'ottimizzazione di questi servizi sanitari, i quali possono anche includere attività riabilitative o terapeutiche particolari e compatibili con il contesto. Molti imprenditori, professionisti o persone con elevati ritmi di lavoro riescono a conce-

dersi brevi ma intense pause di relax ed all'interno di queste pause vorrebbero sottoporre a check up di base o integrati per "unire l'utile al dilettevole". Per progettare questo tipo di servizi occorre riconoscere adeguatamente il settore dell'offerta di prestazioni sanitarie o socio-sanitarie e saperlo contestualizzare nel territorio nel quale si inserisce, ottimizzando questa unità d'offerta sanitaria interna all'hotel o al relais e mettendola a disposizione dell'intero territorio circostante, potenziando in questo modo l'offerta specialistica del compressore turistico in oggetto. Dopo aver valutato gli aspetti tecnico-edilizi, i requisiti organizzativi, gestionali e tecnologici, si può elaborare l'idea progettuale per realizzare anche in spazi modesti (a partire da 50 mq) ambulatori molto performanti ed ottimamente inseriti nella struttura dell'albergo. Vi sono alcuni esempi oggi in Italia, soprattutto in Alto Adige, che offrono servizi che si stanno orientando a questi modelli, anche se quello di cui sto parlando è un servizio radicalmente innovativo. L'investimento necessario non è necessariamente oneroso quanto il lavoro di ideazione di questo servizio, se ben fatto, riesce ad ottimizzare gli spazi esistenti o quelli da realizzare. A volte si tratta solo di riutilizzare metrature già a disposizione della struttura. La domanda in tal senso è marcata e presto molte strutture ricettive di un certo tipo si doteranno di questo servizio.

Dopo l'esperienza della pandemia questa domanda di servizi di benessere, anche la salute, invece non può solo essere un'attività di nicchia ma deve essere un servizio di base, presente in ogni periodo dell'anno.



Vincenzo Lanzani

## l'Albergo

ESPERIENZA | INNOVAZIONE | DESIGN | INNOVAZIONE



**Cover Story**  
EIFEC  
Valenza e protezione del tuo albergo con la Compliance  
**Hospitality Design**  
Verso una nuova Hoteliera

**Marketing**  
Customer Journey & Customer Experience Omnicannel  
**Luxury**  
Anticipazioni dal report Hospitality

**Ristorazione**  
Ristorazione in Albergo: da Cenerentola a Principessa

# Eventi e Convegni curati da **Edi House**

master  
**MÂTRE**



**Arte&Cibo**



# edihouse

Comunicazione Editoria Eventi

via Murri, 43 - 40137 Bologna

E-mail: [albergo@edihouse.it](mailto:albergo@edihouse.it)

[commerciale@edihouse.it](mailto:commerciale@edihouse.it)

