Miele

welcome & stay

RIVISTA PER PROFESSIONISTI
DEL SETTORE ALBERGHIERO
E DELLA RISTORAZIONE

EDIZIONE 1 | 2021

Riformulare il pensiero

Distanti nel corpo, vicini con il cuore

Il Mawell Resort di Langenburg ha colto l'attuale situazione come un'opportunità per sviluppare un concetto di igiene innovativo. Così gli ospiti possono godersi una vacanza senza pensierie senza dover rinunciare ad un'oasi di benessere – a pagina 4.

Care lettrici e cari lettori,

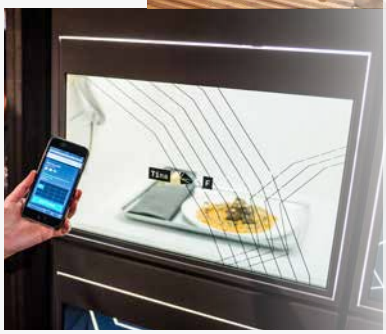
quando si ha il coraggio di provare qualcosa di nuovo, bisogna prendere le distanze dal passato e spesso questa è la soluzione migliore. Solo chi tiene gli occhi aperti e agisce con lungimiranza quando incontra delle difficoltà, saprà rimanere al passo con i tempi e sarà una certezza per i suoi ospiti. Il periodo storico in cui ci troviamo ora ci impone di passare all'azione e di ripensare i settori alberghiero e gastronomico. Il Mawell Resort di Langenburg è un ottimo esempio di creatività ed innovazione nate nelle difficoltà: la crisi infatti è stata vista come un'opportunità per rinascere. Maggiori informazioni da pagina 4.

Anche il settore gastronomico è in piena fase di trasformazione e nuovi concetti lo rendono un panorama interessante. Solo per fare due esempi, tra tanti: le Ghost Kitchen e i ristoranti Pop-up. E c'è molto altro, da pagina 14. Come mai i social media e gli strumenti digitali sono irrinunciabili per un marketing di successo nel settore alberghiero, soprattutto nei momenti di distanziamento, ce lo spiega la blogger Valerie Wagner. Scoprite come a pagina 16.

Anche noi di Miele desideriamo sostenervi nell'affrontare le sfide di oggi al meglio, con i nostri professionisti dell'igiene per la cura della biancheria e il lavaggio delle stoviglie (a pagina 9), o con i preziosi consigli che troverete in questo numero.

Buona lettura!

Lukas Fasnacht
Country Marketing Manager Professional



“Riformulare
il pensiero è un processo
che ci insegna
il meglio.”

Katharina Eisenlöffel, scrittrice

Colophon

Miele & Cie. KG
Vertriebsgesellschaft Deutschland
Carl-Miele-Str. 29 | 33332 Gütersloh
Casella postale | 33325 Gütersloh
Telefono: +49 05241 89-0
E-Mail: welcome@miele.de
www.miele.it/it/professional/index.htm
Direzione progetto (V. i. S. d. P.):
Johannes Baxpöhler, Nadja Lüdke
Realizzazione:
gambit marketing & communication
www.gambit-do.de
Stampa:
Bösmann Medien und Druck
GmbH & Co. KG, Detmold
Foto:
Titolo/Retro di copertina, P. 3 in alto a sx a in alto a dx, P. 4-8 © Mawell Resort; P. 3 A metà a sx Marcus Zumbansen per Data Kitchen; P. 3 in basso e P. 10/11 © Christian Kretschmar per JOI-Design; P. 14 in alto © Schlossrestaurant Die Fasanerie; P. 14 in basso © Stefan Lucks per Datat Kitchen, P. 15 in alto © Eatclever / Kai-Hendrik Schröder; P. 15 in basso © Wintergarten.ms; P. 16/17 in alto © Adobe Stock_ Jade; P. 16 al centro © Valerie Wagner; P. 18 in alto © Hotel Bären; P. 18 al centro © Klasse Wäsche; P. 18 in basso © Adobe Stock_NDABCREATIVITY; P. 19 in alto a destra © Adobe Stock_Nizwa Design e © Adobe Stock_Artenauta; P. 19 in alto a sx e in basso a sx © MChef; S. 19 in basso a dx © Adobe Stock_Gajus

Indice

04 _ stay impressive
Ri-pensato per impressionare:
il nuovo relax firmato Mawell Resort

09 _ stay careful
Cura della biancheria e delle stoviglie
per le massime esigenze di igiene

10 _ stay flexible
Il concetto di hotel del futuro

14 _ stay exceptional
Una nuova esperienza di ristorante

16 _ stay up-to-date
La digitalizzazione cambia il settore alberghiero

18 _ stay informed
Novità e consigli per un’ospitalità di qualità

Fisicamente distanti ma vicini col cuore

Il Mawell Resort a Langenburg

Il Mawell Resort di Langenburg sovrasta fiero la splendida valle Jagst, nel cuore della regione Hohenlohner, e punta su regionalità, sostenibilità e vicinanza alla natura. Il fiore all'occhiello è una torre alta 40 m che dispone di lounge, sauna e piscina sulla terrazza. Parola d'ordine: raggiungere un luogo di piacere e godersi momenti indimenticabili, anche ai tempi del coronavirus. Il nuovo Mawell 2020 ha sviluppato un concetto di igiene unico che regalerà agli ospiti un'esperienza completa da vivere secondo il motto "Fisicamente distanti ma vicini col cuore".

A causa della pandemia, il Mawell Resort ha dovuto chiudere i battenti per tre mesi: un periodo di incertezza e insicurezza, ma anche di nuove idee. "La cosa più importante in questi mesi sono stati i nostri dipendenti, che in ogni caso volevamo continuare a far lavorare. Così abbiamo pensato a compiti alternativi: i nostri cuochi hanno dipinto la facciata in legno, i nostri apprendisti hanno ricreato il giardino delle erbe aromatiche e il nostro personale delle pulizie ha migliorato l'area del parco. Il Mawell brilla ora di una nuova luce", ci racconta il direttore dell'hotel Felix Bernauer. Dal 15 giugno l'hotel ha potuto riaprire i battenti e dare il benvenuto agli ospiti con molte novità. Al momento, nessuno sa come evolverà la situazione. La nuova regolamentazione che prevede le chiusure degli alberghi rappresenta una nuova sfida, ma la prima difficile fase ha dimostrato che le alternative esistono.

Rilassarsi senza pensieri, grazie al test per il coronavirus

Il Mawell Resort è stato il primo albergo in Germania che ha deciso di eseguire gratuitamente i test rapidi PCR, "siamo noi i responsabili per la salute dei nostri ospiti e per il loro benessere", dice Bernauer. I dipendenti vengono sottoposti regolarmente ai test per essere sicuri che al Mawell tutti siano sani. Durante il test, gli ospiti possono attendere in auto e il risultato è disponibile entro 40 minuti. L'analisi viene effettuata nel laboratorio dell'hotel per il quale abbiamo assunto altri cinque dipendenti dal settore medico. "Ad oggi, abbiamo effettuato oltre 8'000 test che sono stati accolti sempre con molta positività. Gli ospiti hanno un forte bisogno di sicurezza e tranquillità e questo è ciò che diamo a loro."

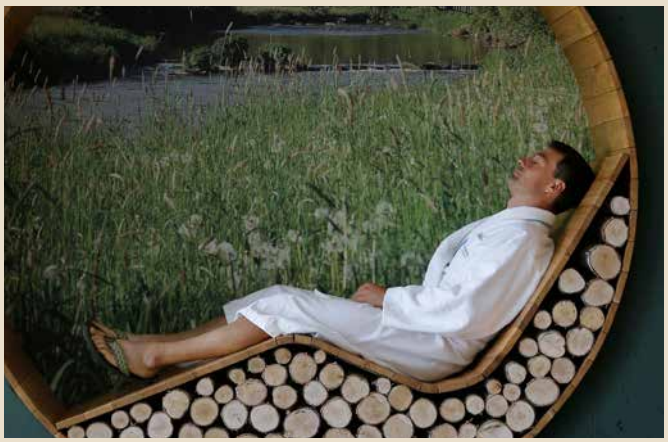
Grazie a misure igieniche complete, nulla ostacola il relax. Immersa in un ambiente di pietre naturali, l'area wellness offre il luogo adatto per rilassarsi.

“Nei diversi ambienti i depuratore d’aria a raggi ultravioletti garantiscono una piacevole sensazione.”

Felix Bernauer

Un nuovo modo di pensare tutti gli spazi

Oltre ai test obbligatori, il Mawell Resort offre ai suoi ospiti un servizio di pulizia delle camere con dispositivi ad ozono aggiuntivi, che garantiscono una disinfezione quasi sterile degli ambienti. Nel ristorante, l’ampio spazio tra i tavoli crea il necessario distanziamento, mentre le pietanze a buffet sono presentate già in porzioni, una soluzione igienica oltre che molto comoda. Così facendo, oltre al senso di sicurezza dato dall’applicare le norme igieniche generali, gli ospiti possono toccare con mano un valore aggiunto che copre più livelli dell’esperienza in hotel.



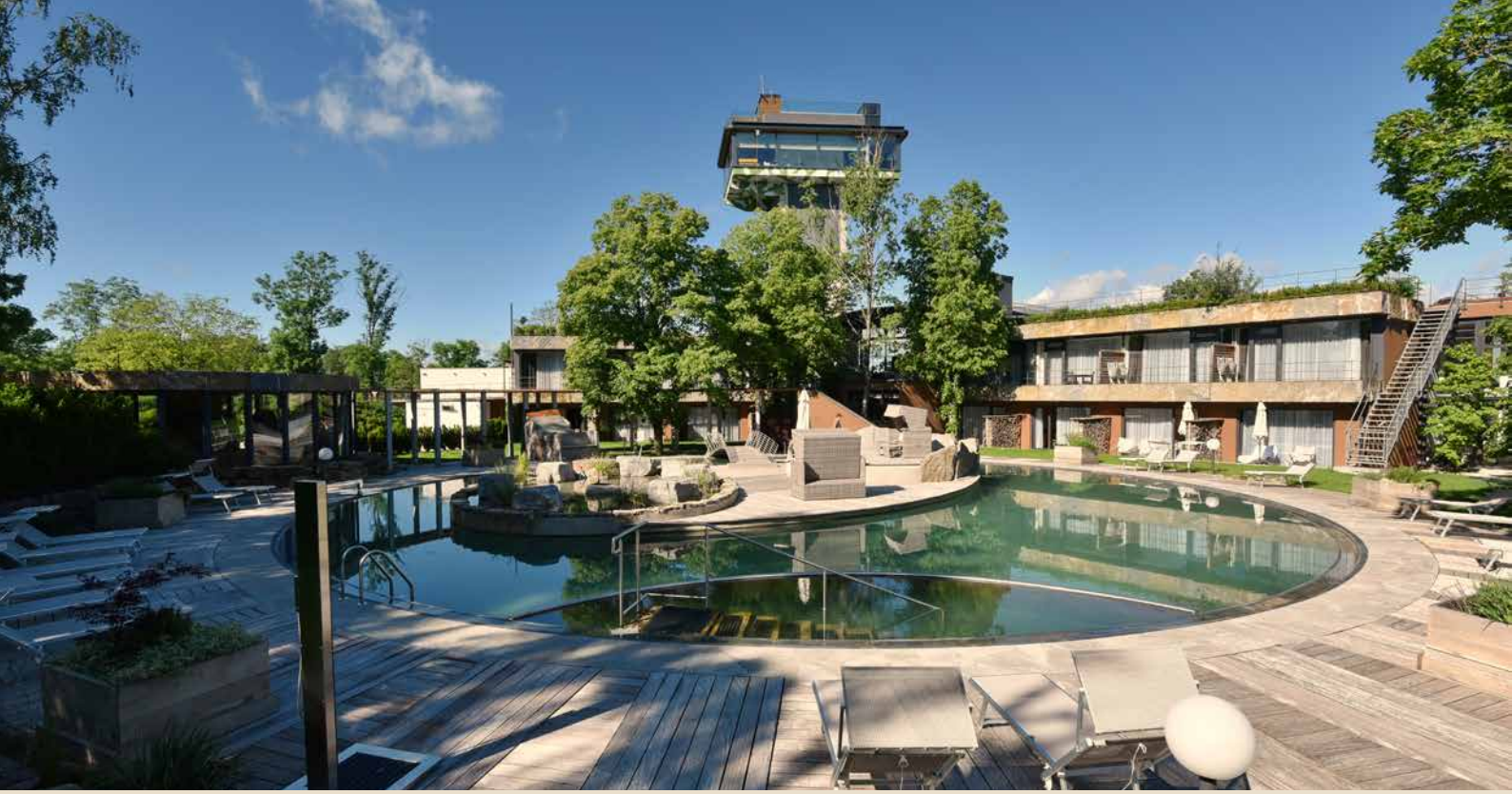
Sauna e piscina, ma con la distanza?

Il cuore del Mawell Resort è l’area wellness interna di 4'500 m^2 e quella esterna di 7'500 m^2 che, grazie al suo design unico, è un luogo molto speciale per rilassarsi. Per rendere tangibile il legame con la natura, gran parte dell’ambiente dedicato al wellness è stato integrato nella formazione rocciosa esistente. Ad esempio, le pietre rimosse a questo scopo sono state riutilizzate in parte come ghiaia: dalla sua fondazione nel 2013, la sostenibilità è infatti uno dei principi fondanti dell’hotel. Per la costruzione sono stati principalmente utilizzati materiali naturali, come legno e pietra.

Nell’area wellness, saune tutte diverse, una grotta di sale e le piscine interna ed esterna regalano agli ospiti la possibilità di immergersi in un’altra dimensione. Durante questa pandemia, si è reso necessario un cambio di mentalità anche in questa area. “In particolare, non era più possibile praticare come prima il tradizionale rito dell’Aufguss. Il responsabile della sauna ha quindi eseguito diverse cerimonie con l’incenso che gli ospiti hanno più che apprezzato. È necessario creare delle alternative.” continua Bernauer.

La nuova formula prevede inoltre una borsa wellness personale, compreso un kit per l’igiene di ogni ospite. La borsa contiene oltre a un accappatoio, un telo hammam, un disinfettante e un bicchiere personali per organizzare in modo igienico e separato anche l’erogazione delle bevande, soprattutto nell’area wellness.

Le camere e le suite sono state arredate con amore utilizzando materiali della zona.



Un bagno rilassante nel laghetto naturale consente agli ospiti di “fuggire” dalla routine quotidiana.

Elevatissimi standard di igiene anche nel lavaggio

Date le premesse, è più che ovvio che il Mawell sia particolarmente attento all’igiene e alla qualità nella cura della biancheria e, in questo, Miele è stato da sempre il partner ideale. “Quando abbiamo aperto, nel 2013, il Mawell disponeva di 36 camere. Nel tempo ci siamo ampliati e abbiamo optato per lavare la biancheria in spugna direttamente nella lavanderia interna. Per scegliere la lavatrice giusta, fondamentali sono stati fattori quali la lunga durata, la funzionalità, l’affidabilità e consumi energetici e idrici ridotti. Da subito, la scelta più ovvia è stata Miele.” Oggi, il Mawell Resort offre 104 camere per cui le macchine sono sempre in funzione. In totale, quattro essiccatori e quattro lavatrici Miele garantiscono la massima pulizia e biancheria sempre morbida, in modo affidabile e igienico.

Cosa ci riserva il futuro? Attualmente nessuno lo sa. Tuttavia Felix Bernauer desidera mantenere invariate gran parte delle novità introdotte a causa del coronavirus. “La nostra nuova formula deve garantire a noi e ai nostri ospiti un senso di sicurezza e benessere anche in futuro. La cosa più importante in questo periodo è rimanere al passo con i tempi e dimostrarsi aperti alle novità.” Bernauer vorrebbe poi dare un consiglio agli altri albergatori: “Pensate fuori dagli schemi. Perché la crisi deve essere vista solo come opportunità. Non ci sono alternative.”

“Il Mawell Resort rappresenta il cambiamento.”

Felix Bernauer

Maggiori informazioni: www.mawell-resort.de

staycareful

Igiene e pulito in tutti i settori

Per Miele, la protezione è sempre al primo posto

Per la cura della biancheria e il lavaggio delle stoviglie quotidiani è richiesta la massima igiene, soprattutto durante una pandemia. Soprattutto in settori delicati, come l'alberghiero e la ristorazione, dove gli ospiti devono sentirsi sicuri e rilassati, la protezione e l'igiene devono regnare sovrane.

I sistemi completi di Miele Professional offrono il trattamento professionale di biancheria e stoviglie, sinonimo di sicurezza igienica e qualità di prima classe, come dimostrato dalle numerose certificazioni. Inoltre, sono il risultato di una competenza ed esperienza pluriennali e sono stati prodotti e testati per soddisfare le massime esigenze igieniche, di cui Miele si assume la responsabilità! Nel contempo le macchine Miele Professional soddisfano le massime esigenze in termini di performance, redditività e, non per ultimo, di trattamento delicato di tutta la biancheria e delle stoviglie.

Cura dei tessuti per la massima sicurezza

Per evitare la diffusione di infezioni, soprattutto nel settore della cura della biancheria, si rendono necessari programmi e processi di lavaggio efficaci. Le lavatrici professionali Miele sono dotate di programmi di disinfezione ad alta resa. Oltre alla disinfezione termica che si distingue per temperature e tempi di mantenimento della temperatura elevati, è disponibile anche la disinfezione termochimica. Per questo tipo di disinfezione si fa ricorso inoltre a disinfettanti speciali. Anche l'asciugatura gioca un ruolo fondamentale. L'asciugatura deve avvenire in modo completo e uniforme per evitare che ci sia terreno fertile per possibili germi e batteri.

Lavare le stoviglie in modo igienico e sicuro

Anche le lavastoviglie di Miele Professional contribuiscono alla massima igiene grazie alle temperature elevate dell'acqua nel lavaggio e nel risciacquo finale e soddisfano tutte le esigenze tecniche e funzionali della norma DIN SPEC 10534 per il funzionamento igienico delle lavastoviglie industriali. Inoltre, l'opzione del dosaggio automatico preciso del detersivo evita di utilizzare una quantità insufficiente oppure eccessiva, riducendo quindi l'efficacia di lavaggio. Si ottengono quindi risultati perfetti e igienici. Anche nell'asciugatura di stoviglie, pentole e posate, Miele Professional riesce a impedire la proliferazione dei germi. Le macchine ProfiLine dispongono dell'asciugatura ottimizzata brevettata AutoOpen che consente allo sportello della lavastoviglie di aprirsi leggermente al termine del programma. Questo rende più facile la fuoriuscita del vapore acqueo in eccesso: un vero valore aggiunto per alberghi e ristoratori.

Pulizia per tutto l'inverno!

Con il nostro pacchetto marketing e un finanziamento flessibile, preparatevi alla primavera in sicurezza, anche con il coronavirus!

Ulteriori informazioni:
www.miele.ch/pro/hotelhygiene

CORONABILITY

Sulla strada della conoscenza

PLASMARE IL FUTURO IN MODO ATTIVO

Peter Joehnk in veste di architetto d'interni, è membro della BDIA dal 1982. Nel 1984 ha fondato il suo studio "joehnk.Interior Design". Dopo aver assunto la direzione di JOI-Design nel 2003, ha progettato e realizzato numerosi progetti, pubblicazioni e ricevuto premi. Dal 2018 è partner di "JOI-Design Innenarchitekten A D joehnk + partner" mbB con la moglie Corinna Kretschmar-Joehnk.

Il futuro concetto di ristorazione dovrà saper convivere con il Covid-19, soprattutto per quanto riguarda le misure architettoniche.

Lo studio di design d'interni JOI-Design, con sede ad Amburgo, è specializzato nei settori alberghiero, gastronomico, Serviced Apartment, Spa & Residential. Per Peter Joehnk, Amministratore Delegato e partner, è chiaro che la minaccia in corso plasmerà i nostri ricordi e, soprattutto, influirà sul settore alberghiero a lungo termine. Anche Jean-Georges Ploner, figura di spicco di F&B HEROES GmbH, società di consulenza e di gestione specializzata nello sviluppo, nell'ottimizzazione e nel coordinamento di concetti di gastronomia sostenibile, ha identificato le future tendenze della gastronomia in questo contesto. Mentre Ploner si concentra su nuovi sistemi e format per offrire alle persone l'ospitalità di sempre ma in condizioni diverse, Joehnk illustra misure strutturali concrete che, a suo parere, determineranno il futuro di questo settore. Un incontro su diversi livelli che mostra parallelismi sorprendenti.

Jean-Georges Ploner è un gastronomo certificato e maestro di sala, oltre che formatore. Dal 1994 è socio amministratore di Pencom Germania, ora Ploner Hospitality Consulting. Quale amministratore delegato dell'azienda di consulenza e management F&B Heroes, è una delle personalità di spicco del settore Hospitality. Le sue interessanti opinioni sono riportate infatti in molti libri di settore.

Separé per mangiare
Fraser Suites, Amburgo, JOI-Design

Il futuro della ristorazione

Per Jean-Georges Ploner, la convivialità e la vicinanza delle persone, intese come un desiderio primordiale, sono al centro di tutto. Negli ultimi mesi, ci siamo quasi tutti resi conto dolorosamente di quanto siano importanti, proprio per la loro mancanza. E nei periodi di apertura fra lockdown, per poter ricevere gli ospiti secondo le regole mantenendo un senso di accoglienza, è stato necessario implementare rigorosi concetti di igiene, al fine di proteggere ospiti e dipendenti. Per Ploner, la logistica è diventata un fattore rilevante per il sistema durante il coronavirus. I ristoratori hanno dovuto investire sull'asporto e la consegna a domicilio come importante pilastro, per poter raggiungere le persone con i loro piatti e bevande. A chi desidera assicurarsi un futuro sereno, Ploner consiglia di mantenere ed espandere questo canale di vendita, anche con l'aiuto degli strumenti digitali. La situazione durante e dopo la crisi richiede un ripensamento e tanta flessibilità, ma incentiva allo stesso tempo anche la creatività. Se in futuro infatti sarà il cibo a raggiungere il cliente, allora dovrà comprendere anche il servizio a domicilio, la consegna delle stoviglie e lo smaltimento, nel modo più sostenibile possibile. Il coronavirus ha modificato il mercato e il comportamento dei consumatori. Le grandi catene hanno un vantaggio, al pari delle piccole specializzate in un settore specifico, perché si distinguono per offerte uniche. È un'opportunità per "mettere davvero in discussione tutto e agire in modo nuovo: sedi, contratti di locazione, dipendenti, strutture e tecnologia", prosegue Ploner. Inoltre gli spazi esterni diventano i nuovi interni: intravediamo le possibilità connesse alla libertà, alla vastità degli spazi e alla sensazione di sicurezza e autodeterminazione. È la nuova epoca d'oro del picnic, dei drive-in e di altri eventi all'aperto.

in alto: **le scale acquistano importanza perché gli ascensori sono stretti.**
in basso: **divisori ambiente per il ristorante**
Fraser Suites, Amburgo, JOI-Design

Scambiare la spontaneità per esclusività

Oltre a questo, a cambiare sarà anche la motivazione che ci spinge ad andare al ristorante, su entrambi i fronti. I titolari avranno una nuova "quota di spazio" a causa delle distanze imposte. Questo significa che un tavolo dovrà essere occupato più spesso e, quindi, per minor tempo. Ploner sostiene infatti che l'abitudine di "stare seduti a tavola con calma, dopo il pasto", una tipica tradizione tedesca, sia una cosa del passato. Il nuovo normale sarà l'atto di prenotare un tavolo, avere posti a sedere limitati, fasce orarie e accettazione su raccomandazione (come nei club privati), e non più decidere all'ultimo minuto quando andare al ristorante. Un maggiore sforzo di pianificare tutto in anticipo accresce di contro le aspettative degli ospiti. La ristorazione diventa un'esperienza, addirittura un surrogato di una vacanza esotica. Una grande sfida, che ora ristoranti e hotel si trovano ad affrontare. Sarà quindi il caso di offrire agli ospiti qualcosa di particolare, per guadagnare la loro fiducia e, nel contempo, non limitare la loro libertà. Perché su tutto impera l'aspetto della sicurezza, che non è solo obbligatorio, ma deve anche essere ben visibile ai clienti. Ploner è infatti convinto che gli ospiti "non solo vogliono avere la sensazione che sia stato fatto tutto per la loro sicurezza, ma lo vogliono vedere con i propri occhi."

Nuovi valori, anche in architettura

Se proviamo a tradurre tutti questi aspetti in progetti concreti, diventa chiaro come un tale cambio di passo richieda inevitabilmente di ripensare l'architettura di hotel e ristoranti. Peter Joehnk, partner del noto studio di interior design di Amburgo JOI-Design, afferma che il compito futuro dei designer sarà quello di "creare quanta più trasparenza e apertura possibile, tenendo conto quanto più possibile di aspetti come protezione e distanziamento". In maniera analoga a quanto detto da Jean-Georges Ploner, anche agli occhi dell'architetto

in alto: **lavorare in camera, anche in modo non convenzionale, sul letto** me and all, Kiel, JOI-Design
in basso: **nicchia per lavorare e telefonare stay KooooK, Berna, JOI-Design**

di interni, le persone sentono ancora il bisogno di conoscere altre persone, di poterle incontrare e di conversare con loro. Bisogna considerare anche le persone che proveranno un senso di disagio correlato alla vicinanza fisica. È quindi fondamentale tenere a mente i bisogni dei due gruppi e soddisfarli. Le lobby degli hotel continueranno ad esistere, ma sarà comunque necessario prevedere nicchie e spazi che offrano aree più riservate. Senza dimenticare l'imperativo di implementare regole igieniche più severe. Rubinetterie che funzionano senza contatto, meccanismi di apertura delle porte e divisori per ambienti rappresentano già le prime trasformazioni strutturali. A lungo termine, tuttavia, Joehnk pensa soprattutto ad un'ottimizzazione dei sistemi di climatizzazione e di aerazione e ad un aumento dello spazio nelle zone di contatto più importanti. Anche "itinerari per raggiungere gli edifici con vie a senso unico" oppure entrate e uscite separate potrebbero essere oggetto di discussione. Una cosa è certa per il designer e architetto d'interni: lo spazio libero sarà sempre di più un sinonimo di "lusso e sicurezza". In tutto questo, tuttavia, Joehnk rimane ottimista, perché nei suoi 36 anni nel settore del design alberghiero, ha già visto prendere forma cambiamenti e sfide, spesso caratterizzate da un compromesso tra funzionalità e design. È infatti convinto che anche l'utilizzatore e il visitatore abbiano una grande responsabilità. Personale cortese e il design degli spazi del futuro in hotel e ristoranti sono tutti elementi importanti sebbene Joehnk veda, in tema di igiene, anche una grossa responsabilità del singolo in quanto ospite.

Maggiori informazioni: www.joi-design.com e www.fbheroes.de
foto: Christian Kretschmar per JOI-Design

L'esterno che diventa il nuovo spazio interno

Il ristorante & Café **"Die Fasanerie"** presso il castello di Eichenzell voleva continuare a deliziare gli ospiti nonostante la chiusura: per questo, hanno deciso di consegnare il cibo non alla porta d'ingresso, come spesso accade, ma presso le panchine del parco. Il parco del castello ha fatto da cornice a questo insolito picnic e gli ospiti hanno dimostrato molto interesse per la nuova offerta. Affinché tutto filasse liscio, **le panchine del parco sono state dotate di menù numerati** in modo che gli ospiti potessero facilmente ordinare il menù desiderato per telefono. I pasti sono stati serviti con piccole auto, simili a quelle utilizzate sui campi da golf. Oltre ai piatti classici, il menù prevedeva anche il guanciale. Davanti a un buon bicchiere di vino è stato quindi possibile trascorrere una serata "al ristorante", con sufficiente distanziamento e in compagnia delle stelle.

La gastronomia 2.0

L'innovazione a tavola detta le nuove regole

Slow Food Fast

Come sarà in futuro recarsi al ristorante? Presso la **Data Kitchen Berlin** si ha subito l'impressione che tutto sia orientato alla digitalizzazione. Gli ospiti possono consultare il menù e infine ordinare tramite app oppure tramite il sito web del ristorante. All'ora desiderata la pietanza sarà pronta per essere ritirata presso il cosiddetto **Food Wall**, i cui box in vetro si aprono solo tramite smartphone. Naturalmente, si potrà pagare in anticipo online. Con il classico Fast Food non ha nulla a che fare, perché lo chef Alexander Brosin crea i suoi piatti con ingredienti regionali e pregiati, curando ogni minimo dettaglio. Gli ospiti potranno quindi scegliere fra zuppa di zucca, gnocchi al vapore, cavolfiore con patate croccanti o crême brulée alle prugne. Anche la colazione può essere ordinata. Dal 2016 è possibile infatti approffittare dell'offerta di Data Kitchen e, grazie ai 50 posti a sedere, gustarsi la pausa pranzo in modo confortevole e senza tempi di attesa.

Deliziare con l'ingegno

Prima del coronavirus, le cosiddette ghost kitchen erano un fenomeno di nicchia: ristoranti senza sala da pranzo e senza personale di servizio, dove si cucina e basta. In alcuni casi, non hanno nemmeno una cucina, perché la preparazione dei piatti è spesso affidata a grandi cucine. **Gli ospiti ricevono i pasti comodamente a casa tramite il servizio a domicilio,** senza dover neanche uscire: un servizio che oggi è sempre più richiesto. Anche i gestori di questi ristoranti virtuali hanno diversi vantaggi, per esempio tutta la flessibilità per reagire a nuove situazioni, senza dipendere da alcun luogo fisico e risparmiando gli elevati costi di affitto. L'azienda **"taste&soul"** ha sposato un concetto simile e oggi collabora con oltre 70 ristoranti partner in Germania, Svizzera e Inghilterra. I ristoranti partner imparano a preparare i piatti creati da taste&soul durante workshop dedicati: ciò che più importa è realizzare piatti di qualità, con ingredienti sani e confezioni riciclabili.

Uscire a cena con amici o con la famiglia, mangiare tutti insieme al tavolo del vostro ristorante preferito o prendersi una birra con i colleghi dopo il lavoro nel pub preferito – con la pandemia, tutto questo è possibile solo con notevoli restrizioni. Il che si traduce in servizi di consegna e ristoranti da asporto che vivono un momento di gloria. Il settore gastronomico deve per forza riorganizzarsi, per trasformare l'emergenza in nuove opportunità. Nel panorama, c'erano già alcune idee innovative che, grazie alla crisi, hanno ricevuto una vera e propria spinta.

Ristorante pop-up

Nel luglio 2020 il ristoratore Marcus Geßler, che gestisce già cinque ristoranti e un bar, ha aperto la prima **birreria digitale** al Lindenhofareal di Münster. Si ordina con il QR Code e non più utilizzando un menù. Attraverso il sito web, è possibile scegliere cosa mangiare: il menù viene poi direttamente consegnato al tavolo da uno dei dodici ristoranti partner. Le bevande invece possono essere acquistate direttamente in loco, da un apposito carrello. Per i mesi invernali, Marcus Geßler ha trasferito il concetto in una nuova location: dal 2 ottobre un ex negozio di jeans funge da **"Wintergarten" pop-up** (www.wintergarten.ms) con tutto il suo fascino urbano. Servizio di consegna e vendita in loco di bevande restano, ovviamente, i capisaldi dell'operazione. Inoltre, è stato chiesto a 20 artisti e designer di dare libero sfogo alla creatività sulle pareti del "Wintergarten": il locale si è così trasformato in una galleria con opere d'arte uniche per un **perfetto connubio tra cibo e arte**.

Futuro senza contatto?

Chi vuole essere smart, scommette tutto sul digitale

Che si tratti di check-in autonomia dal tablet, pagamento senza contanti o feedback tramite i social media, la digitalizzazione fa già parte della nostra vita e guadagna quindi terreno anche nel settore alberghiero. Per alcuni alberghi si tratta di fare i primi passi nel mondo della digitalizzazione, mentre altri sono già a buon punto: entro il 2022 in tutti gli ibis Hotel il check-in sarà effettuato esclusivamente tramite tablet. Presso l'albergo Brunner Hof a Arnschwang nella foresta bavarese sono già andati oltre: gli ospiti vengono infatti accolti dalla simpatica robot "Pepper".

È chiaro che non tutti gli alberghi attueranno le stesse misure per diventare smart, dato che l'offerta deve essere adeguata al target. Tuttavia durante la pandemia è ancora più importante non dimenticare le esigenze dei clienti che desiderano sempre più comfort, innovazione e sicurezza. La digitalizzazione offre una risposta concreta a questi bisogni e crea nuove possibilità di garantire il distanziamento.

Secondo Valerie Wagner, la digitalizzazione rappresenta la nuova "Guest Relation". In qualità di manager di hotel e responsabile qualificata della gestione organizzativa, conosce fin troppo bene il settore alberghiero. Inoltre ha anche una formazione nel settore dell'e-commerce e nella gestione delle entrate e ha lavorato anche nell'organizzazione di eventi. Nel 2017 ha lanciato il suo blog, Hotel-O-Motion. "Ci sono molti blog di viaggio e di cibo, ma mancava un blog dal punto di vista del settore alberghiero", racconta Valerie Wagner. A distanza di poco, anche un suo podcast, in cui racconta insieme ad esperti e albergatori la "gestione digitale degli hotel".

L'assistente digitale

"Non è mai stato così facile automatizzare i processi ricorrenti. Il settore alberghiero rimarrà sempre un business di persone, ma gli strumenti digitali facilitano l'organizzazione nell'hotel e la comunicazione con l'ospite", prosegue Valerie Wagner. Oltre agli strumenti di registrazione degli ospiti nel rispetto delle normative sul coronavirus e il GDPR, esiste una vasta gamma di programmi per la comunicazione interna, nonché programmi di gestione alberghiera basati su cloud e applicazioni digitali per i menù. Particolarmente utili sono anche le cartelle digitali sugli ospiti che combinano molte funzioni. Normative igieniche, programmi giornalieri o destinazioni di viaggio: l'ospite ha tutto a portata di mano, in modo igienico e senza contatti. "Nella migliore delle ipotesi esiste anche un'opzione per prenotare direttamente servizi oppure riservare un tavolo. L'ospite ha una comodità in più e l'albergatore può generare profitti." D'altro canto, anche i dipendenti desiderano soluzioni per rendere più snello e più efficiente il loro lavoro. "La generazione che si affaccia al mondo del lavoro sa come usare le applicazioni e simili. Utilizza checklist sullo smartphone e se le aspetta anche in albergo, sul posto di lavoro", spiega Valerie Wagner.

5 suggerimenti per gli albergatori

1. **Verificate i processi analogici che si possono digitalizzare.**
2. **Il vostro sito web è il cuore digitale e deve essere il centro del vostro business. Deve generare prenotazioni sia tramite desktop che dispositivi mobili.**
3. **Utilizzate i social network e diventate visibili!**
4. **Ponete l'ospite sempre al centro. Quali modalità digitali utilizzerebbe?**
5. **Mettete a confronto diversi operatori e prendete la vostra decisione a ragion veduta.**

Rimanere collegati senza contatto

I mesi appena trascorsi hanno dimostrato con forza quanto rapida possa essere la comunicazione in rete. I social network rappresentano il filo diretto con l'ospite e diventano sempre più importanti. Creano visibilità, dialogo, garantiscono la fidelizzazione del cliente e generano i feedback. Quale canale sia il più adatto dipende anche dai clienti dell'albergo e dai loro interessi. Instagram e Facebook hanno molto successo: "Immagini, storie ed effetti attirano il pubblico. Snackable Content quindi, da consumare in modo facile e rapido. Gli alberghi devono sforzarsi di pubblicare regolarmente post, magari non ogni giorno ma con costanza", dice Valerie Wagner. "Inoltre, ai post devono seguire conversazioni; se non si risponde o si risponde con un semplice like si risulta poco credibili. E questo può generare una cattiva pubblicità." Un altro fattore importante è rappresentato dal sito web. "Tutti i link condivisi sui social media devono ricondurre a un sito web dell'albergo oppure alla prenotazione di una camera."

Influencer Marketing

Sia la collaborazione con blog di viaggio sia il marketing professionale offerto dagli influencer possono essere una scelta sensata e di successo. Anche se molti albergatori restano scettici quando si parla di questi temi, proprio perché vi sono ancora molti pregiudizi. Valerie Wagner taglia corto, perché "gli influencer hanno una comunità forte e il target si identifica con loro. Gli influencer consigliano qualcosa e devono essere pagati per questo, sia che si tratti dell'alloggio sia dei pasti". Gli hotel possono beneficiare dell'ampia portata, "perché essendo menzionati in uno dei post, la loro visibilità aumenta. Io cercherei sempre una collaborazione a lungo termine che sia sostenibile."

#hotelsaufinstagram

Dal 2019 Valerie Wagner organizza la cosiddetta sfida #hotelsaufinstagram. Nel corso di cinque giorni, dà agli hotel partecipanti un compito da svolgere su Instagram. L'ultima sfida si è svolta durante il lockdown e l'obiettivo era quello di presentare l'hotel in tutte le sue sfaccettature: un video tour dell'hotel o immagini per il news feed. Grazie ai nuovi Instagram Reels i partecipanti adesso hanno ancora più possibilità.

Meet&Greet

Per lavoro, Valerie Wagner parla con molte persone del settore e incontra personalità differenti. Nel suo podcast "Voci per il settore alberghiero", lascia la parola a queste persone: "albergatori che sono entusiasti e innovativi e che guardano al futuro". Una conversazione in una puntata del podcast con Philip von Bodman di Achat-Hotels è stata per lei particolarmente memorabile, "Il gruppo alberghiero ha attraversato la pandemia in pieno rilancio del marchio e ha comunque realizzato il suo progetto con molta fiducia e ottimismo. Lo trovo entusiasmante."

Maggiori informazioni: www.valerie-wagner.de

Ambiente benessere esclusivo

Per poter godere di momenti di benessere senza pensieri e con sufficiente privacy, alcuni hotel offrono la cosiddetta Private Spa, un'area benessere nella propria camera d'albergo. Senza entrare in contatto con altre persone, gli ospiti dell'Hotel Bären nella Foresta Nera, possono ad esempio ricaricare le batterie indisturbati nella propria sauna o godersi la vista dei dintorni dalle due vasche da bagno indipendenti. Sdraio occupate o forte vociare sono ormai un ricordo lontano. Un ulteriore vantaggio: il numero di persone nell'area wellness dell'hotel viene ridotto automaticamente in modo che possa essere garantito il necessario distanziamento.

Maggiori informazioni: www.baeren-titisee.de

"Vino, da condividere"

Il piacere del vino è un'esperienza fisica che si condivide volentieri con gli amici. Ma poiché non tutti sono sempre nello stesso posto, il team di VINOGETHER ha sviluppato un'idea innovativa: in remoto, i partecipanti alla degustazione virtuale possono riunirsi e degustare i loro vini, che hanno già ricevuto per posta. Un esperto di vini è sempre al loro fianco per offrire la sua esperienza.

Maggiori informazioni: www.vinogether.com

Provato & confermato

La biancheria igienizzata durante una pandemia è un must irrinunciabile! Gli ospiti desiderano sentirsi a proprio agio e sicuri. Per dimostrarlo, gli albergatori in Svizzera e Austria possono far certificare la loro lavanderia interna con il marchio di qualità "Klasse Wäsche Inspected Quality". La certificazione è in via di definizione anche in Germania. La piattaforma "Klasse Wäsche", neutrale per il marchio e per l'azienda, offre anche consigli utili per la lavanderia interna. È stata fondata da cinque aziende dei settori Biancheria, Lavanderia e Prodotti chimici – fra cui anche Miele.

Maggiori informazioni: www.klassewaesche.com

Tecnologia culinaria eccellente

Grazie a MChef il top della gastronomia è possibile quasi ovunque! Entro 48 ore, i clienti possono ricevere nel luogo desiderato la pietanza o il menù scelti. Le pietanze si compongono esclusivamente di ingredienti di ottima qualità e vengono create da chef stellati. Serviti con l'elegante porcellana, sono pronti per la preparazione nel forno dialogo di Miele, che funziona ovunque, basta una presa elettrica. Bastano 25 minuti in media per avere fino a sei piatti pronti contemporaneamente e poter degustare il meglio della cucina, in qualsiasi location.

Maggiori informazioni: www.mchef.de

Scriveteci!

Avete domande, suggerimenti o spunti per noi? Proposte, critiche o storie personali da condividere? Saremo lieti di ricevere un vostro messaggio all'indirizzo welcome@miele.de! Scriveteci anche qualora non desideraste ricevere più questa rivista.

Ore stellate smart

Le stelle possono essere determinanti nella scelta di un albergo, poiché ci suggeriscono quali servizi e caratteristiche attendono l'ospite. Dal 1° luglio 2020, per la prima volta, gli alberghi possono ottenere un punteggio anche nell'ambito della digitalizzazione. Sistemi smart per alberghi, assistenti digitali, elettromobilità o rete WLAN: le possibilità di ottenere punti sono davvero tante. E anche la sostenibilità ha trovato spazio nella nuova classifica. I criteri per la classificazione degli alberghi valgono in tutta Europa e vengono rielaborati ogni cinque anni dai diciassette stati membri della Hotelstars Union. In questo modo, vengono sempre rispettate le normative al passo con i tempi.

Maggiori informazioni: www.hotelstars.eu

© Miele & Cie. KG, Gütersloh | FM 21-0252 | Salvo modifiche | 03/21

Miele

welcome & stay

RIVISTA PER PROFESSIONISTI
DEL SETTORE ALBERGHIERO
E DELLA RISTORAZIONE
EDIZIONE 1 | 2021

Riformulare il pensiero

Distanti nel corpo, vicini con il cuore

Il Mawell Resort di Langenburg ha colto l'attuale situazione come un'opportunità per sviluppare un concetto di igiene innovativo. Così gli ospiti possono godersi una vacanza senza pensierie senza dover rinunciare ad un'oasi di benessere – a pagina 4.