

ANNO 12
NUMERO 1
EURO 1.90
FEBBRAIO 2022
MARZO 2022

Tutti gli eventi e gli spettacoli
di Mantova, Brescia,
Verona e Lago di Garda.


MGG

MANTOVA CHIAMA GARDÀ

www.mantovachiamagarda.it

LIFESTYLE . MODA . ARTE . CULTURA . VIAGGI

In abbonamento con "La Voce di Mantova" al prezzo del quotidiano - Poste Italiane s.p.a. - Spedizione in Abbonamento Postale - 70% - LOMN



ROBERTO CAPPELLETTO

Vi racconto
la mia vita a
cinque stelle

SANA SLOW WINE FAIR

*La prima edizione dell'evento
internazionale, dedicato al vino
buono, pulito e giusto.*

SAN VALENTINO

*Tutte le mete esclusive
per celebrare la festa
degli innamorati*

ELISA CAPONETTI

*Donne vittime di violenza,
storie di ordinaria
quotidianità*

PROTAGONISTI

CLAUDIO CATANI

Il nuovo Vice Presidente di Icon Collection porta nel Gruppo esperienza e visione importanti

A CURA DI MARCO MORELLI

I con Collection nasce nel 2019 con l'intento di occuparsi in modo sinergico dello sviluppo strategico di 4 strutture ricettive del Gruppo Ficcantieri che si trovano sulla Costa degli Etruschi e in Maremma. Per fare ciò, è stato scelto come Vice Presidente una figura con molta esperienza proveniente dall'hôtellerie di lusso, Claudio Catani, che spiega come qualità e personalizzazione al servizio del cliente sono le due carte vincenti, finalizzate ad emozionare e anticipare i desideri dell'ospite, creando un rapporto empatico e vicino all'Ospite, osservando le sue reazioni per anticipare l'evoluzione dei desideri.

The Sense Experience Resort, Park Hotel Marinetta, Antico Podere San Francesco e Borgo Verde sono al momento le strutture facenti parte del Gruppo Icon Collection, situate sulla Costa degli Etruschi e in Maremma. Il Gruppo Icon Collection svolge per loro molti servizi conducendoli all'innovazione e ottimizzazione: marketing, revenue, booking, acquisti, amministrazione, controllo di gestione, comunicazione.

Icon è fortemente orientato ai soggiorni esperienziali e il suo concetto di ospitalità è basato da sempre sulla cultura del luogo: ricerca sul territorio per far vivere esperienze autentiche. La parola d'ordine del Gruppo è "innovazione": ha un legame forte con la sostenibilità, l'eco e il green, valori sui quali fonda anche la sua strate-

EMOZIONARE E ANTICIPARE I DESIDERI DELL'OSPITE: COSÌ ICON COLLECTION PUNTA A CONQUISTARE UN MERCATO INESPLORATO

gia di comunicazione.

Claudio Catani arriva nel Gruppo Icon Collection dopo una lunga carriera come General Manager di alberghi importanti che hanno ricevuto i più prestigiosi riconoscimenti nel settore del turismo di lusso a livello internazionale. Dopo 13 anni a Firenze come General Manager al Brunelleschi Hotel, e dopo aver assunto la Direzione Cluster dell'iconico Grand Hotel Principe di Piemonte di Viareggio e del Brunelleschi Firenze dal 2013 al 2019, apre un nuovo capitolo della sua vita professionale, con la Famiglia Ficcantieri e con Icon Collection a capo della divisione hospitality di Icon.

Claudio Catani vanta diversi successi personali nella sua carriera, tra cui il più prestigioso riconoscimento attribuito ad un General Manager a livello internazionale: il premio "Top General Manager of the Year Worldwide" basato sulle preferenze dei lettori della rivista "Luxury Travel Advisors". L'esperienza di Catani permette una nuova scom-

messa nell'orientamento della destinazione Costa degli Etruschi la quale potrà essere portata all'attenzione del grande mercato del Nord America ed alle platee dei Travel Agents di fascia lusso.

Dai dati statistici provenienti dal sito Regione Toscana, risulta che nel 2020 il movimento turistico nella regione Toscana conti approssimativamente 3 milioni di arrivi da tutto il mondo solo nelle strutture alberghiere, di cui circa 2.200.000 italiani e 800.000 stranieri (di questi solo 37.000 provengono dagli Stati Uniti).

Il rapporto fra visitatori italiani e stranieri è minore nelle città d'arte, che vedono un'affluenza di stranieri quasi identica a quella nazionale, e si distanzia maggiormente nelle località di mare, in particolare nella Costa degli Etruschi e in Maremma, territori dove il mercato estero è quindi ancora da esplorare.

Analizzando l'affluenza nel 2020 a Follonica, emerge come ci sia stato l'arrivo di 67.000 visitatori, di cui 58.000 italiani e quasi 9.000 stranieri. Nel 2019 nel mercato Italia, le presenze nell'ambito della Maremma sono cresciute del 3% grazie soprattutto alla performance degli italiani (+3,3%) mentre gli stranieri crescono in misura più contenuta (+1,7%). La destinazione "Costa degli Etruschi" in base a Google Analytics è ancora pressoché inesplorata.

Quando gli si chiede cosa pensa di apportare come valore aggiunto al Gruppo Icon Collection con la sua esperienza, rivela i segreti alla base del suo successo: **saper individuare il potenziale e formare il team giusto**: «In Icon ho trovato un gruppo di lavoro giovane, entusiasta e competente che necessitava di una guida che indirizzasse la visione e gli sforzi per raggiungere gli obiettivi. In questa fase sto cercando di portare la consapevolezza del potenziale che io ho visto negli imprenditori, nelle destinazioni e negli alberghi. Sto tracciando la strada per qualificare le persone protagoniste dell'accoglienza nelle nostre strutture in modo che possano ricevere al meglio gli Ospiti facendo loro vivere una esperienza unica».

Il suo bagaglio professionale e umano è importante e dalle esperienze pregresse porta con sé «la convinzione che con la condivisione, la visione, la costanza, l'abnegazione, è possibile raggiungere livelli di eccellenza nell'Ospitalità».

Il suo focus di ogni suo ragionamento è sempre l'ospite: «I molti viaggi che ho effettuato nel mondo durante la permanenza a Firenze mi hanno permesso di conoscere i protagonisti del settore Hospitality ed allo stesso tempo mi hanno permesso di vivere da vicino le realtà da dove provengono i nostri ospiti. Questo rende più semplice organizzare una accoglienza in grado di soddisfarli quando si trovano nelle nostre strutture».

Icon rappresenta un contesto stimolante e alta-



MANTOVA CHIAMA GARDA

Febbraio/Marzo 2022



Claudio Catani, vicepresidente di Icon Collection

mente qualificato in cui affrontare sfide sempre più grandi: «In Icon si trovano le Professionalità dove risiede il know how aziendale; qui si trovano le funzioni strategiche che permettono alle strutture di performare al meglio in un mercato molto competitivo. In Icon utilizziamo tecniche di management avanzato in ogni settore, dal revenue, al booking, alla ristorazione, al controllo di gestione. Icon fornisce servizi di elevato spessore alle 4 strutture del Gruppo garantendo i processi strutturali a supporto del buon servizio».

Icon si occupa di organizzazione, comunicazione e innovazione per le strutture: «Abbiamo rivisto il prodotto 'Camera' e tutta l'offerta Food&Beverage, in modo da soddisfare i bisogni dell'Ospite che avevamo targettizzato. Inoltre Icon ha creato gli strumenti di controllo e management che hanno permesso di monitorare ogni singolo passo dell'operatività degli alberghi e resorts».

Nelle parole del Vice Presidente Catani **ricorre sempre l'attenzione all'Ospite e alle sue aspettative, che sono stati individuati e studiati:** «I nostri Ospiti prestano molta attenzione al wellness, alla cura di se stessi ed in generale alle sensazioni portate dall'esperienza durante il soggiorno. Sono alla ricerca di un luogo con il quale essere naturalmente in equilibrio e di qualcuno che si prenda cura dei loro bisogni, dove sentirsi accolti, dove esistono opzioni tra cui scegliere».

Icon mette a fuoco il modo in cui si è evoluto il concetto di lusso negli ultimi anni e cosa determini la scelta di una struttura: a crescere sono soprattutto le strutture di fascia alta, un lusso semplice ma raffinato, che mette il cliente a suo agio, consentendogli di essere più comodo, di ave-

re un rapporto più intimo e meno formale, e l'operatore turistico tende a creare nell'ospite un'esperienza di viaggio memorabile. «Crediamo in un lusso discreto, non ostentato, concreto, semplice, fatto di attenzioni, di aspettative superate. Desideriamo arrivare al cuore dei nostri Ospiti senza che loro se ne accorgano».

Catani ha sempre creduto nell'importanza di formare il team non solo con procedure standard ma soprattutto dal punto di vista delle relazioni con il cliente. Nella scelta del personale i criteri di selezione sono «l'attitudine al rapporto con l'Ospite ed al servizio, l'attenzione al dettaglio e al timing, l'ascolto, il servizio anticipatorio, l'abitudine ad una clientela altamente esigente e consapevole sono le costanti quotidiane. Sono protagonisti dell'ospitalità che amano anticipare e superare i desideri ispirati dallo scopo finale: l'Ospite».

Sono molti i progetti in cantiere per completare il progetto di riorganizzazione e promozione delle 4 strutture. **L'attività di Icon include le attività di rebranding, strategia di comunicazione, miglioramenti per riposizionamento, finalizzate a far sì che il nuovo Brand indichi qualità, eccellente servizio, esperienze uniche.** «Da novembre 2021 partirà un progetto di ampliamento di 11 unità e la costruzione di una nuova piscina biolago per l'Antico Podere San Francesco, mentre progetti di più ampio respiro sono in fase di definizione per Park Hotel Marinetta e The Sense Experience Resort. Per Borgo Verde è previsto nell'inverno un upgrade delle attrezzature presenti negli appartamenti ed un rinnovamento delle aree esterne.

A questi importanti interventi strutturali, si affianca la lenta costruzione della 'awareness' di Icon Collection sul mercato: magazines come National

VC3

Geographic che ha pubblicato The Sense Experience Resort nella versione UK, o il Time che lo ha riconosciuto nei 100 World's Greatest Places».

I risultati che Catani si aspetta in seguito alla prima fase di riorganizzazione riguardano sempre **l'Ospite, la persona più importante:** «Come primo risultato miriamo a migliorare l'esperienza dell'Ospite, che monitoriamo puntualmente, e che è un valore in sé per ogni Professionista dell'accoglienza. Come conseguenza, l'aumentato valore percepito dall'Ospite potrà riflettersi sulle tariffe e/o sull'occupazione. L'Azienda potrà così contare su introiti maggiori da dedicare al futuro sviluppo e crescere».

Al The Sense l'ospite è avvolto da un percorso sensoriale, esperienza totalmente immersiva, in grado di regalare sensazioni indimenticabili. Per far questo, le strutture offrono al cliente la consulenza di Experience Specialists, -persone legate al territorio che contribuiscono alla creazione delle "Esperienze" e sono dei veri e propri "Consulenti" per l'Ospite alla ricerca di attività che possano far scoprire il territorio della Costa degli Etruschi e della Maremma. Allo stesso tempo sono professionisti che amano l'arte dell'accoglienza, ed amano far trapelare tutte le più segrete sfaccettature di una terra così completa ed antica: vi è un profumo indelebile che viene con il salmastro del mare ed il verde selvaggio della macchia, un sapore indimenticabile dei vini unici della terra di Bolgheri, la visione ancestrale dei parchi archeologici, delle case in pietra, delle chiese nei borghi medievali e le pievi sperdute nei campi».

Fra le novità future, c'è il progetto di istituire anche altre figure che possano dare un valore aggiunto alle strutture: «Stiamo selezionando un Concierge davvero speciale, che sarà dedicato ai Clienti Suites del The Sense Experience Resort. Sarà il riferimento dalle comunicazioni subito dopo la prenotazione, nelle quali saranno verificati i gusti e le attese degli Ospiti, al momento dell'arrivo, del benvenuto nell'area riservata davanti al mare e durante il soggiorno. Questa nuova figura renderà veramente personalizzato il servizio e più fluide tutte le comunicazioni. La visione del **Suite Concierge** è la più completa soddisfazione delle attese, e il suo scopo è creare memorie uniche da portare a casa».

Le prossime sfide sono impegnative e seguono i trend di mercato, che indicano come il comparto turistico che cresce maggiormente sia quello del lusso, e che vedono l'Italia in cima alla lista dei desideri dei viaggiatori stranieri per la possibilità di vivere esperienze autentiche e la presenza di strutture ricettive e servizi turistici di livello alto. «Riposizionare al top del segmento di riferimento le nostre strutture dopo le ristrutturazioni in corso e quelle che stiamo pianificando per il prossimo futuro; **ampliare l'offerta di Icon Collection entro 8 anni con ulteriori 4 strutture in destinazioni di città d'arte e di montagna;** la scommessa di un servizio personalizzato per le necessità dell'Ospite con i nostri 'Experience Specialists' e 'Suites Concierge'; infine sottoporre i nostri sforzi al giudizio degli Ospiti ed ai Professionisti della Travel Community».

ICON COLLECTION

È una società di consulenza del gruppo imprenditoriale Ficcanterri, nata nel 2019, che si occupa di gestire in maniera sinergica una serie di servizi (marketing, revenue, booking, acquisti, amministrazione, controllo di gestione, etc.) per le strutture **The Sense Experience Resort, Park Hotel Marinetta, Antico Podere San Francesco e Borgo Verde.** Icon Collection ha il compito di condurre tutte le strutture verso l'innovazione sia nell'ambito dell'offerta di servizi, nel marketing, revenue & sales, nei sistemi di controllo ed efficientamento economico che nell'ottimizzazione dell'impiego delle risorse umane e finanziarie.