

COMUNICATO STAMPA

ICON COLLECTION RIVOLUZIONA IL CONCETTO DI HR: NASCONO LE “UMANE RISORSE”

Dall’ascolto alla formazione, fino al supporto di un filosofo aziendale: l’intervista a Dalila Verardi racconta la visione controcorrente del Gruppo che investe sulle persone per costruire il futuro dell’ospitalità



In un momento storico in cui il settore dell’ospitalità si confronta con una delle sfide più complesse degli ultimi anni (dalla difficoltà nel reperire personale qualificato all’elevato turnover, fino alla necessità di costruire ambienti di lavoro più attrattivi e sostenibili), Icon Collection sceglie di andare in controtendenza, trasformando il capitale umano nel cuore strategico dell’azienda e investendo concretamente in ascolto, benessere, formazione e crescita delle persone.

A raccontarlo è **Dalila Verardi, HR Specialist del Gruppo** insieme a Gianmarco Tani, protagonista di un percorso che negli ultimi anni ha ridefinito profondamente il ruolo dell’ufficio HR, evolvendolo da funzione amministrativa a vero motore culturale e organizzativo.

*“Abbiamo sentito sempre più forte l’esigenza di dare all’ufficio Umane Risorse un ruolo che andasse oltre gli aspetti tradizionali legati alla selezione o all’amministrazione”, spiega **Dalila Verardi**. “Nel nostro settore le persone hanno bisogno non solo di organizzazione, ma anche di ascolto, dialogo e punti di riferimento chiari”.*

Una visione che si riflette già nella scelta simbolica, ma estremamente identitaria, di ribaltare la tradizionale definizione di **“Risorse Umane”** in **“Umane Risorse”**.

“Non è solo una scelta linguistica”, sottolinea la HR Specialist, “ma un orientamento culturale. Volevamo mettere al centro l’essere umano, riconoscendo che il vero valore nasce prima di tutto dalla dimensione umana delle persone: la gentilezza, l’attenzione, il modo di relazionarsi agli altri”.

Una filosofia che Icon Collection ha trasformato in azioni concrete, **investendo in nuovi strumenti di ascolto, formazione e valorizzazione interna**. Tra questi il nuovo **Employee Handbook**, concepito non solo

come manuale operativo ma come strumento identitario per condividere valori, cultura aziendale e visione dell'ospitalità.

Parallelamente, il Gruppo ha avviato il percorso verso **la certificazione UNI/PdR 125 sulla parità di genere**, coinvolgendo diverse strutture del network (The Sense Experience Resort, Park Hotel Marinetta e Hotel Botticelli) e rafforzando l'impegno verso **una cultura del lavoro più equa, inclusiva e attenta alle persone**.

Tra gli aspetti più innovativi emerge anche il concetto di **"ospiti interni"**, definizione con cui **Federico Ficanterri**, CEO di Icon Collection insieme al cugino Riccardo, interpreta e applica in modo evoluto la propria idea di ospitalità all'interno del gruppo. Una visione che nasce da un principio chiaro e profondamente identitario: **l'ospitalità non può essere autentica verso l'esterno se non lo è prima di tutto all'interno dell'organizzazione**. Per questo i collaboratori vengono riconosciuti come "ospiti interni", persone da accogliere, ascoltare e valorizzare con la stessa cura riservata agli ospiti delle strutture.

"Così come ci prendiamo cura degli ospiti che soggiornano nelle nostre strutture, vogliamo che anche chi lavora con noi si senta visto, ascoltato e accolto", racconta Verardi. *"Un ospite non può vivere un'esperienza autenticamente positiva se prima non esiste un collaboratore sereno, motivato e valorizzato"*.

Da questa consapevolezza nasce un modello organizzativo profondamente innovativo per il comparto alberghiero, **sostenuto anche dalla collaborazione con Alessandro Guidi**, figura introdotta per accompagnare il Gruppo in un percorso di riflessione sul significato del lavoro, sulla qualità delle relazioni e sulla crescita culturale delle persone.

"La presenza di un filosofo aziendale rappresenta un elemento distintivo", spiega l'HR Specialist. *"Ci ha aiutato a sviluppare un approccio più umano, partecipativo e consapevole"*.

Un investimento che si traduce quotidianamente in progetti concreti come **"Ti Ascolto"**, **"Ti vengo a trovare"** e il form anonimo **"Tutela & Benessere"**, strumenti creati per rafforzare la vicinanza dell'ufficio Umane Risorse alle persone e superare una gestione esclusivamente "da ufficio".

"In qualche modo abbiamo smesso di essere 'antropologi da salotto'", racconta Dalila Verardi con una metafora significativa. *"Abbiamo scelto di entrare davvero nelle strutture, condividere la quotidianità dei team e comprendere le persone vivendo il loro contesto"*.

Accanto all'ascolto, Icon Collection sta investendo fortemente anche nella crescita professionale e nella formazione continua. **Nel 2026 il Gruppo ha attivato percorsi immersivi dedicati ai reparti di Ricevimento, Booking e Sala**, oltre a nuovi progetti di micro e-learning per rendere la formazione più accessibile, pratica e continuativa.

Grande attenzione viene dedicata anche ai temi della sostenibilità, dell'inclusione e della consapevolezza culturale, con percorsi legati alle **certificazioni GSTC e UNI/PdR 125** e attività **"on the job"** come le visite nelle cantine del territorio di Bolgheri dedicate al personale di sala.

I risultati iniziano già a essere evidenti anche nei numeri. **Nel 2025 Icon Collection ha registrato il 60,8% di collaboratori riconfermati e 22 avanzamenti interni. Per il 2026 il trend è già salito al 64%, con l'obiettivo di raggiungere progressivamente il 70%.**

"Nel nostro settore riuscire a far tornare le persone anno dopo anno significa aver costruito un ambiente in cui si sono sentite bene e valorizzate", sottolinea Verardi. *"La continuità è un valore strategico: significa competenze consolidate, qualità operativa e senso di appartenenza"*.

Determinante anche **la sinergia tra il team Umane Risorse e i direttori delle singole strutture**, considerata oggi "un elemento strategico imprescindibile" per garantire coerenza tra cultura aziendale, qualità dell'esperienza lavorativa e servizio agli ospiti.

In un mercato sempre più competitivo sul fronte del recruitment, **Icon Collection punta quindi su autenticità**, relazioni umane e coinvolgimento diretto delle persone come principali leve di attrazione e fidelizzazione dei talenti.

"Le persone percepiscono subito quando un'azienda vive davvero i valori che comunica", conclude l'HR Specialist. *"Per questo, in occasione della campagna di Recruiting 2026, abbiamo scelto di lasciare spazio direttamente ai racconti dei nostri ospiti interni, trasformandoli in una voce autentica e diretta della cultura"*

aziendale. Sono loro i testimoni più credibili della realtà che si vive quotidianamente all'interno delle nostre strutture, attraverso esperienze di appartenenza, crescita e relazioni umane".

Ascolto, continuità ed evoluzione: sono queste le tre parole che oggi guidano il percorso delle “Umane Risorse” di Icon Collection. Una direzione che guarda al futuro dell'ospitalità partendo da ciò che, per il Gruppo, rappresenta il vero valore: **le persone**.

Icon Collection

È una società di consulenza del gruppo imprenditoriale Ficcannerri, 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, Borgo Verde** e **Hotel Botticelli**. 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.



Icon Srl

Via dei Cavalleggeri Nord, 5

57020 Bibbona (LI)

+39 0586 090657

www.iconcollection.it

Travel Marketing 2
Public Relations & Press Office

Ufficio Stampa Travel Marketing 2, Roma

Alessandra Amati Cell. 335 8111049

www.travelmarketing2.com

E-mail alessandra.amati@travelmarketing2.com