

STARHOTELS

# Il valore delle relazioni negli eventi

Consolidamento del team, capacità di attrarre e trattenere i talenti, ascolto delle necessità dei clienti e dialogo costante, attenzione concreta alla sostenibilità sono tra i capisaldi del gruppo nella sua vocazione meeting & event

di MARIANGELA TRAFICANTE



© cherezaaduc.com

Valore allo staff, relazione con il cliente, passi concreti nella sostenibilità: potremmo sintetizzare così cosa significhi lavorare nel Mice per il mondo alberghiero, secondo Starhotels, gruppo italiano con trenta strutture che ha deciso di investire in queste tre direzioni. Attrarre le risorse migliori e trattenerele è fondamentale. «Stiamo investendo sul consolidamento del team e sulla valorizzazione ed evoluzione della figura dell'event manager – racconta il direttore commerciale Antonio Ducceschi –. È importante che comprendano realmente le esigenze del cliente e per far questo è necessaria una formazione costante che punti a certificazioni specifiche, ma anche

la partecipazione a eventi di settore dove dialogare e confrontarsi con i meeting planner. Le figure consolidate agevolano i clienti, che si abituano a poter contare sugli stessi interlocutori. Siamo anche molto attivi in ambito associativo, con la presenza su board e advisory council di Mpi, Gbta, Federcongressi&eventi, per citarne alcuni, che ci permettono di entrare in ambiti di discussione di più ampio respiro, analisi dei trend e delle prospettive future».

#### SEMPRE PIÙ MICE-ORIENTED

Location strategiche, soluzioni adatte a ogni tipo di evento, un event team dedicato: questi sono i principali punti di forza di Starhotels



© Giovanni Pinardi





In ambito Mice, insieme alla professionalità e alla competenza delle persone dedicate:

Il 2001 è stato un anno di svolta con la creazione di STARevents, il Group Desk centralizzato della compagnia e l'arrivo di Laura Baroncelli alla sua guida. Starhotels ha iniziato in quegli anni a promuovere la destinazione ancor prima dell'hotel, per far capire ai meeting planner le potenzialità di tutte le città in cui il Gruppo era presente.

Da allora l'azienda ha investito nel Mice a tutti i livelli, creando, oltre al Group Desk STARevents, anche un team di venditori dedicati e rinforzando la parte operativa investendo sulla figura degli event manager, con un approccio improntato al "problem solving".

Per fidelizzare l'ospite e sviluppare nuove opportunità di business, Starhotels ha sempre fatto leva sulla reputazione aziendale che mette al centro la soddisfazione del cliente garantendo flessibilità commerciale e operativa, sino alla stipula, con i clienti più grandi, di veri e propri accordi quadro.

La flessibilità, per esempio, ha permesso in tempo di Covid di puntare su produzioni televisive, cinema e sport, gli unici segmenti in grado di poter utilizzare i servizi alberghieri all'interno dei più rigidi protocolli.

Fondamentale è poi il coinvolgimento dei vertici aziendali nelle relazioni con i clienti e nella condivisione delle problematiche comuni, ruolo nel quale Starhotels si è fatto promotore di incontri di condivisione con le maggiori realtà italiane della meeting & event industry. Gli investimenti nelle risorse umane e nel talent retention hanno portato anche diversi ricono-

scimenti, come la nomina tra gli Italy's Best Employers 2023 del Corriere della Sera e quella di Italy's Best Employers for Women 2025 da parte dell'Istituto Tedesco Qualità Finanza.

#### GLI INVESTIMENTI GREEN

«Oggi siamo un'azienda di riferimento anche sul fronte dell'attenzione alla sostenibilità. È un aspetto fondamentale: ormai quasi il sessanta per cento delle richieste Mice includono veri e propri questionari sulla sostenibilità e su come la misuriamo. E il trend riguarda non solo i grandi eventi ma anche i meeting più piccoli. Dallo stop alla plastica in camera al riciclo dell'acqua, al risparmio energetico, nonché l'acquisto di prodotti prevalentemente italiani: lavoriamo su tanti aspetti».

In virtù dell'attenzione a Csr e sostenibilità, Starhotels sta perfezionando una checklist che riporterà sia a livello di gruppo sia di singolo hotel, le misure già adottate. Questo documento diventerà a breve parte integrante di tutte le offerte così da anticipare le richieste e facilitare il lavoro di aziende e agenzie di organizzazione che selezionano gli hotel anche in base ai loro programmi di sostenibilità. «Collaboriamo con i nostri ospiti e clienti per eventi a ridotto impatto ambientale. È infatti possibile, su richiesta, compensare le emissioni di CO2 attraverso il sostegno di progetti a sviluppo sostenibile, allestire la sala riunioni con materiali eco-compatibili e proporre menu green. Inoltre tutte le sale meeting hanno illuminazione a led di alta qualità e a basso consumo per un ulteriore risparmio energetico» prosegue Ducceschi.





© Francesca Anichini



© Stefano Scava



### DAL CINEMA ALLE AUTO, STORIE DI SUCCESSO

Le caratteristiche degli Starhotels incontrano in modo particolare le esigenze del settore farmaceutico, segmento che a oggi muove congressi, convention e formazione, insieme al comparto finanziario, a quello della consulenza, all'assicurativo e alla cosmesi. Sempre di più il Gruppo si avvicina anche a collaborazioni con case di produzione nazionali e internazionali come Amazon e Netflix, e a progetti di buy out in cui l'hotel viene riservato in esclusiva, per i quali la struttura più richiesta è Terme di Saturnia Natural Resort, in un angolo della Toscana più autentica.

Starhotels è stata inoltre tra i primi gruppi in Italia a sapere cogliere l'opportunità degli eventi in modalità ibrida, offrendo soluzioni avanzate e su misura grazie alla collaborazione con partner di alto profilo che garantiscono le migliori performance di connettività con i più avanzati sistemi di smart videoconferenze e live streaming.

### QUALCHE CASE HISTORY

Tante le case history di successo collezionate nel corso degli anni da Starhotels. Tra queste, gli hotel della compagnia hanno ospitato eventi governativi di natura molto complessa, come quello organizzato presso lo Starhotels Michelangelo di Roma che, in occasione del G20 si è trasformato nel quartier generale dell'ufficio stampa di un importante Paese estero, impegno che ha richiesto la disponibilità del team eventi 24 ore su 24. Nel campo dell'automotive, il Savoia Excel-

sior Palace - Starhotels Collezione di Trieste ospita spesso club automobilistici dedicati alle auto d'epoca, sportive, rally come Porsche e Mercedes-Benz.

Sempre al Savoia si svolge annualmente anche un evento di ambito cinematografico dedicato a lungometraggi e documentari in sviluppo: When East meet West è un production forum che coinvolge circa seicento professionisti dell'audiovisivo provenienti da cinquanta nazioni.

Al Rosa Grand Milano - Starhotels Collezione, lo Spazio Fontana offre un setting di grande appeal per eventi altamente scenografici, come quello organizzato da Cpod, che in occasione del Salone del mobile 2019 ha trasformato lo spazio in una straordinaria sala "cinema".

Per un evento in Toscana, infine, Audi Holland ha realizzato un programma itinerante che ha incluso l'Helvetia & Bristol di Firenze e il Grand Hotel Continental di Siena: 12 clienti hanno viaggiato con la loro Audi arrivata dall'Olanda, in un programma alla scoperta di Toscana e Umbria.

Tutte realizzazioni di successo che dimostrano quanto siano importanti la collaborazione e la sinergia tra i diversi attori della filiera: «Oggi non si cerca più un "semplice" fornitore, si vuole un partner, che faccia parte del percorso del meeting design. In hotel si cercano persone che aiutino gli organizzatori nella costruzione dell'evento, con le competenze giuste. Sempre di più dunque si rende fondamentale un approccio a 360 gradi e un lavoro di squadra», conclude Ducceschi.

Indirizzi a fine rivista