

IVG

Loano, gli albergatori di Upa studiano le ultime tendenze nel campo della colazione

di **Redazione**

19 Febbraio 2016 - 18:19



Loano. La colazione è il pasto più importante della giornata. Anche e soprattutto negli hotel e nelle altre strutture ricettive italiane e internazionali. E' per questo che l'Unione Provinciale degli Albergatori di Savona e Ebit (Ente Bilaterale Industria Turistica) hanno organizzato per oggi, al Loano2Village, un evento formativo dal titolo "L'arte del breakfast" che aveva l'obiettivo di analizzare le ultime tendenze della prima colazione in ambito turistico.

"Il breakfast è diventato un punto di forza imprescindibile dell'offerta a livello mondiale e ancora di più nel nostro territorio - spiega spiega Angelo Berlangieri, presidente dell'Unione Provinciale degli Albergatori di Savona - E' un punto di forza non solo per l'offerta ma anche dal punto di vista promozionale perché consente di differenziare l'offerta puntando sui prodotti della tipicità locale".

Il seminario aveva l'obiettivo è formare gli imprenditori partecipanti, associati ad Upa

Savona, alla gestione ottimale del servizio breakfast, ottenendo un miglioramento delle performance e della soddisfazione del cliente, con un conseguente ritorno d'immagine e di redditività per le strutture.

Soprattutto, voleva porre l'accento sulle strategie di marketing da mettere in atto per "dare concretezza all'identità del logo e dei marchi. Il marchio ha un valore - ricorda Berlangieri - che però poi deve essere concretizzato e non c'è miglior concretizzazione che prendere per la gola durante il breakfast i nostri clienti con i prodotti tipici del territorio".



"Oggi abbiamo presentato quelli che sono i nuovi trend, che cosa cercano i clienti e come si muove il mercato a livello mondiale - aggiunge Giacomo Pini, consulente esperto di turismo e ristorazione - Il 75 per cento delle recensioni delle strutture parla delle prime colazioni, quindi è diventato il servizio più importante nell'offerta dell'hotellerie".

"Questo seminario - aggiunge Pini - si pone a conclusione della due giorni dello Speed Date del turismo nel corso del quale abbiamo incontrato 35 aziende virtuose del territorio con le quali abbiamo fatto delle analisi su come migliorare la strategia e portarle ad avere un vantaggio competitivo rispetto ad un mercato che evolve. In quest'ottica il breakfast è un tema centrale".

"Noi partiamo dalla segmentazione, quindi non più un servizio breakfast 'perché lo dobbiamo fare' ma un servizio in funzione di quali clienti lo andranno a consumare, della capacità di spesa, dei bisogni che soddisfano, della tipologia di albergo e del momento della giornata. Si è parlato anche di brunch e brinner, che sono le nuove formule di un servizio che sempre più sta allargando i suoi confini", conclude Giacomo Pini.

